



Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης & Διεθνών Σχέσεων - Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών - Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών - Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων - Πανεπιστήμιο Πειραιά

Διαπανεπιστημιακό Διατμηματικό
Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
«Τοπική και Περιφερειακή Ανάπτυξη και Αυτοδιοίκηση»

«Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: μια μελέτη
περίπτωσης για τη συμπεριφορά των Κοινωνικών
Επιχειρήσεων κάτω από το φακό του Κοινωνικού
Κολάζ (Social Bricolage)»

Μαρία – Ειρήνη Καγιά

Κόρινθος, Απρίλιος 2017



Department of Political Studies and International Relations - University of Peloponnese
Department of Economics - Democritus University of Thrace
Department of Economics - Aristotle University of Thessaloniki
Department of Business Administration - University of Piraeus

Interuniversity Interdepartmental
Master Program in
«Local and Regional Government and Development»

**“Social Entrepreneurship: a case study on the behavior of
social enterprises through the lens of Social Bricolage”**

Maria – Eirini Kagia

Corinth, April 2017

Στο Σωτήρη και την Ευγενία

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ θερμά όλους όσους συνέβαλλαν – ο καθένας με τον τρόπο του - στην ολοκλήρωση αυτού του εκπονήματος. Πρώτα απ' όλους τη Γιάννα, χωρίς αυτή δεν θα ξεκινούσα τίποτα από όλα αυτά. Τους γονείς μου και τα αδέρφια μου που με στηρίζανε, τους φίλους και τον σύντροφό μου για την υπομονή που υπέδειξαν. Ιδιαίτερες ευχαριστίες στους φίλους Αρσένη, Μαριάννα και Χαρούλα. Ένα πολύ μεγάλο ευχαριστώ στον Διονύση και τη Συνοδή που συμμετείχανε σε αυτή την έρευνα με μεγάλη προθυμία, τους εύχομαι να συνεχίσουν να προάγουν την «κοινωνική αξία» που ονειρεύονται. Ακόμη, ευχαριστώ πολύ την Κατερίνα. Τέλος και πιο πολύ απ' όλους, θέλω να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κα Νίκη Γλαβέλη για την καθοδήγηση και τις πολύτιμες συμβουλές που μου παρείχε όλο αυτό το χρονικό διάστημα, μα κυρίως για την αμέριστη συμπαράσταση της απέναντί μου.

Σας ευχαριστώ από καρδιάς

Μαρία - Ειρήνη Καγιά

«Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: μια μελέτη περίπτωσης για τη συμπεριφορά των Κοινωνικών Επιχειρήσεων κάτω από το φακό του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage)»

Σημαντικοί Όροι: Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, Κοινωνικό Κολάζ (Social Bricolage), Δημιουργία Κοινωνικής Αξίας, Τοπική Αυτοδιοίκηση

Περίληψη

Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, λειτουργεί ως ένας ισχυρός παράγοντας μόχλευσης πλούτου ιδεών και κοινωνικής καινοτομίας και αποτελεί την εκσυγχρονιστική τάση αντιμετώπισης στα αυξανόμενα κοινωνικά προβλήματα, εν μέσω της τρέχουσας οικονομικής και κοινωνικής κρίσης. Οι Κοινωνικές Επιχειρήσεις, συνήθως αναπτύσσονται και δραστηριοποιούνται σε φτωχά περιβάλλοντα με περιορισμένους πόρους. Η έννοια του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage), είναι η διαδικασία που θα οδηγήσει, μέσα από τα χαρακτηριστικά της γνώρισμα, στην κατανόηση ορισμένων στρατηγικών που υιοθετούν οι Κοινωνικές Επιχειρήσεις, προκειμένου να δημιουργήσουν τις επιθυμητές λύσεις «από το πουθενά». Σημαντικό μέσο στήριξης φαίνεται πως αποτελεί η Τοπική Αυτοδιοίκηση δρώντας καταλυτικά μέσα από την ενεργό συμμετοχής της στις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ο διττός σκοπός της παρούσας εργασίας είναι αφενός να συνδράμει στην ανάδειξη και την επέκταση της συμπεριφοράς – διαδικασίας του Κοινωνικού Κολάζ και αφετέρου στην ανάδειξη του ρόλου της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Τα συμπεράσματα στηρίζονται στην ποιοτική έρευνα όπως αυτή διεξήχθη στην πόλη του Βόλου μέσω της μελέτης περίπτωσης δύο Κοινωνικών Επιχειρήσεων με χρήση οδηγού συνέντευξης. Οι υπό εξέταση Κοινωνικές Επιχειρήσεις εξυπηρέτησαν το σκοπό προκειμένου να διαπιστωθεί εάν η διαδικασία αυτή υιοθετείται από τους κοινωνικούς επιχειρηματίες καθώς επίσης και το αν η Τοπική Αυτοδιοίκηση έχει αναλάβει το ρόλο που της αρμόζει, συνδράμοντας έτσι στη βελτίωση της λειτουργίας της, κατά το μέτρον του εφικτού, στο πλαίσιο της μελέτης μιας διπλωματικής εργασίας

“Social Entrepreneurship: a case study on the behavior of social enterprises through the lens of Social Bricolage”

Keywords : Social Entrepreneurship, Social Bricolage, Social Value Creation, Local Government

Abstract

Social Entrepreneurship, being a main part of the Social Economy or as it is usually called the Third Sector, is a fundamental source of ideas and social innovation, and is the current tendency to tackle rising social problems under the current economic and social crisis. Social Enterprises are usually developed and flourish in poor environments with limited resources. As a result, they have to create themselves the right opportunities they need for sustainability, as well as to produce the social value they represent. The concept of Social Bricolage is the process that will lead, through its characteristic traits, to the understanding of certain strategies adopted by Social Enterprises in order to "invent", "improvise" and "combine" Existing resources and, by refusing to limit themselves from any problems, to create the desired solutions "From scratch "The Local Government is considered to be a huge support, by actively participating in business activities. The dual purpose of this study is to promote and demonstrate the behavior-process of the Social Collage as well as the participation of the Local Government, by carrying out a case study. The social enterprises included in this study, will serve empirical research in order to ascertain whether this process is being adopted by social entrepreneurs as well as whether the Local Government has taken on the role it is expected to, in order to support the social enterprises as much as possible, within the context of the study of a diploma thesis.

Περιεχόμενα

Περίληψη	5
Abstract.....	6
Κατάλογος Πινάκων.....	10

Α' ΜΕΡΟΣ – ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

Κεφάλαιο 1: Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

1.1 Εισαγωγή.....	11
1.2 Κοινωνική Οικονομία: Εξέλιξη, εννοιολογικός προσδιορισμός, αξίες και φορείς.....	12
1.3 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: Περιεχόμενο και χαρακτηριστικά.....	15
1.3.1 Ορισμός - εξέλιξη του όρου.....	15
1.3.2 Χαρακτηριστικά και παράγοντες επιτυχίας Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας.....	17
1.3.3 Διάκριση του όρου της Κοινωνικής από τη Συμβατική Επιχειρηματικότητα.....	19
1.4 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και παραγωγή κοινωνικής αξίας/αντίκτυπου.....	21
1.4.1 Έννοια και μέτρηση της κοινωνικής αξίας/αντίκτυπου...21	
1.4.2 Πεδία παραγωγής κοινωνικής αξίας.....	23
1.5 Το οικοσύστημα της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα: Νομοθεσία, φορείς στήριξης, εμπόδια ανάπτυξης.....	25
1.6 Ανακεφαλαίωση.....	27

Κεφάλαιο 2: Το Κοινωνικό Κολάζ (Social Bricolage)

2.1 Εισαγωγή	28
2.2 Θεωρητικό πλαίσιο και διαδικασία εφαρμογής του Κοινωνικού Κολάζ στις Κοινωνικές Επιχειρήσεις.....	29
2.3 Χαρακτηριστικά του Κοινωνικού Κολάζ.....	31
2.3.1 «Το κάνω να συμβεί» (making do).....	33
2.3.2 Άρνηση να αποθαρρυνθώ από τους περιορισμούς που μου επιβάλλονται (a refusal to be constrained by limitations).....	33

2.3.3	Αυτοσχεδιασμός (Improvisation).....	34
2.3.4	Δημιουργία Κοινωνικής Αξίας (Social Value Creation)	34
2.3.5	Συμμετοχή ενδιαφερομένων μερών (Stakeholders Participation).....	35
2.3.6	Πειθώ (Persuasion).....	35
2.4	Ανακεφαλαίωση	36

Κεφάλαιο 3: Κοινωνική Επιχειρηματικότητα & Τοπική Αυτοδιοίκηση

3.1	Εισαγωγή.....	37
3.2	Τοπική Αυτοδιοίκηση και Κοινωνικές Επιχειρήσεις: Κοινοί στόχοι κι επιδιώξεις.....	37
3.3	Πολιτικές – πρακτικές ενίσχυσης της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας από την Τοπική Αυτοδιοίκηση.....	40
3.4	Ανακεφαλαίωση.....	44

B' ΜΕΡΟΣ – ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία Έρευνας

4.1	Εισαγωγή.....	45
4.2	Ερευνητική Στρατηγική	45
4.3	Μεθοδολογία έρευνας	46
4.3.1	Επιλογή δείγματος.....	46
4.3.2	Διαδικασία συλλογής δεδομένων - διασφάλιση εγκυρότητας και αξιοπιστίας της έρευνας.....	47
4.3.3	Περιγραφή ερευνητικού εργαλείου.....	48
4.4	Ερευνητικός στόχος – ερευνητικά ερωτήματα	48
4.5	Μέθοδος ανάλυσης δεδομένων.....	49
4.6	Ανακεφαλαίωση.....	51

Κεφάλαιο 5: Παρουσίαση – Σχολιασμός Αποτελεσμάτων

5.1	Εισαγωγή.....	52
-----	---------------	----

5.2 Περιγραφή των υπό-μελέτη κοινωνικών επιχειρήσεων – στοιχεία συνεντευξιαζόμενων.....	52
5.3 Παρουσίαση αποτελεσμάτων – σχολιασμός.....	53
5.3.1 Α' Ερευνητικό Ερώτημα.....	53
5.3.1.1 «Το κάνω να συμβεί».....	55
5.3.1.2 «Άρνηση να αποθαρρυνθώ από τους περιορισμούς που μου επιβάλλονται».....	58
5.3.1.3 «Αυτοσχεδιασμός»	60
5.3.1.4 «Δημιουργία Κοινωνικής Αξίας»	62
5.3.1.5. «Συμμετοχή ενδιαφερομένων μερών».....	63
5.3.1.6. «Πειθώ»	65
5.3.1.7. «Προσωπικό Αντίκρισμα».....	66
5.3.2 Β' Ερευνητικό Ερώτημα.....	68
5.4 Ανακεφαλαίωση.....	68

Κεφάλαιο 6: Συμβολή της έρευνας, συμπεράσματα, προτάσεις για μελλοντική έρευνα

6.1 Εισαγωγή.....	70
6.2 Συμβολή της έρευνας	70
6.3 Συμπεράσματα, προτάσεις για μελλοντική έρευνα, περιορισμοί της έρευνας.....	71
6.4 Ανακεφαλαίωση.....	73

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	74
--------------------------	-----------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	78
-----------------------	-----------

Κατάλογος Πινάκων

Αριθμός Πίνακα	Τίτλος Πίνακα	Σελίδα
Πίνακας 1.1	Στοιχειώδεις διαφοροποιήσεις μεταξύ Κοινωνικών και Συμβατικών Επιχειρήσεων	21
Πίνακας 1.2	Το μοντέλο της Κοινωνικής Αλυσίδας Αξίας.....	24
Πίνακας 2.1	Προτεινόμενο Εννοιολογικό Πλαίσιο του Κοινωνικού Κολάζ εντός του πλαισίου των Κοινωνικών Επιχειρήσεων.....	32
Πίνακας 5.1.	Πίνακας Αποτελεσμάτων.....	54

Α' ΜΕΡΟΣ – ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 Εισαγωγή

Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, ως κυριότερος εκπρόσωπος της Κοινωνικής Οικονομίας, αναπτύσσεται στις μέρες μας με σημαντικά βήματα στοχεύοντας με τη συμβολή της στην αντιμετώπιση των διαρκώς αυξανόμενων κοινωνικών προβλημάτων, που άλλοτε κάλυπτε αποκλειστικά το κράτος πρόνοιας. Ως έννοια καθημερινά λαμβάνει ολοένα και μεγαλύτερη σημασία στο διάλογο για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της ελληνικής πραγματικότητας, δεδομένου του ότι μπορεί να συντελέσει αποφασιστικά στην κάλυψη ενός σημαντικού κενού στην παροχή υπηρεσιών. Η ανάπτυξή της στοχεύει στην κάλυψη των αναγκών της κοινωνίας, για τις οποίες ο ιδιωτικός τομέας δεν προτίθεται να συμβάλλει, εξαιτίας της απουσίας υψηλού κέρδους ενώ ο κρατικός τομέας δεν μπορεί να παρέμβει, λόγω της απουσίας χρηματοοικονομικών μέσων.

Στο περιεχόμενο του κεφαλαίου αυτού, περιλαμβάνονται, μια σειρά από ορισμούς της έννοιας της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας καθώς και κάποιες αναφορές που σχετίζονται άμεσα με την Κοινωνική Οικονομία. Στη συνέχεια εξετάζονται τα χαρακτηριστικά που διέπουν την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα ενώ ειδική μνεία γίνεται σε αυτά τα οποία αποτελούν την ειδοποιό διαφορά μεταξύ των Κοινωνικών και των Συμβατικών Επιχειρήσεων. Ως βασικό χαρακτηριστικό της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας εξετάζεται η κοινωνική αξία και τα πεδία παραγωγής της. Τέλος, γίνεται προσπάθεια χαρτογράφησης του οικοσυστήματος της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας στον Ελλαδικό χώρο. Με την ολοκλήρωση των ενοτήτων του κεφαλαίου, στόχο αποτελεί η κατανόηση του πώς η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα μπορεί να αποτελέσει διέξοδο στην οικονομική ύφεση και στη κοινωνική δυσλειτουργία που βιώνει η Ελληνική κοινωνία σήμερα.

1.2 Κοινωνική Οικονομία: Εξέλιξη, εννοιολογικός προσδιορισμός, αξίες και φορείς.

Παρά το γεγονός ότι η Κοινωνική Οικονομία θεωρείται συνθήκη που αναπτύχθηκε μόλις στα τέλη του προηγούμενου αιώνα, δείγματά της φαίνεται να έχουν αναπτυχθεί τόσο στην αρχαία Ελλάδα, για τη συγκέντρωση χρημάτων για τελετουργικές και νεκρικές τελετές, όσο και την αρχαία Ρώμη για τη χρηματοδότηση συλλόγων βιοτεχνών (Moulaert & Ailenet, 2005).

Με την πάροδο του χρόνου άλλαξε μορφή και περιεχόμενο και εξελίχθηκε από τους αγροτικούς συνεταιρισμούς που δημιουργούνταν στα τέλη του 19ου αιώνα, σε μορφές αλληλέγγυας οικονομίας που στήριζαν τους ανέργους μετά την κρίση του 1929 (Νικολάου, 2013). Στο πρόσφατο παρελθόν η πετρελαϊκή κρίση που έπληξε τη Μεγάλη Βρετανία, στα τέλη του 1970, ανάγκασε την πρωθυπουργό Θάτσερ να προβεί σε συρρίκνωση του ως τότε εύρωστου και γενναιόδωρου κοινωνικού κράτους, κάνοντας εμφανή την ανάγκη για ανάληψη πρωτοβουλιών στο πλαίσιο της Κοινωνικής Οικονομίας (Esping-Andersen, 2006).

Το 1980 θεσπίστηκε και δημοσιεύθηκε στη Γαλλία, από την Εθνική Επιτροπή συντονισμού δραστηριοτήτων των οργανισμών αλληλοβοήθειας, των συνεταιρισμών και των συλλόγων (CNLAMCA), ως ένα πρωτόκολλο συμφωνίας μεταξύ των οργανισμών συσπείρωσης συνεταιρισμών και εταιριών αλληλοβοήθειας και αμοιβαίας ασφάλισης, η **Χάρτα της Κοινωνικής Οικονομίας** (Vienney, 2008 σελ 12). *«Εκεί ορίζεται η κοινωνική οικονομία ως οι οργανώσεις που δεν ανήκουν στον δημόσιο τομέα, απαρτίζονται από μέλη αλληλέγγυα, με ίσα δικαιώματα και υποχρεώσεις, λειτουργούν δημοκρατικά και εφαρμόζουνε ένα ιδιαίτερο καθεστώς ιδιοκτησίας και διανομής των κερδών, χρησιμοποιώντας τα πλεονάσματα, για να επεκτείνουν την οργάνωση και να βελτιώσουν τις υπηρεσίες προς τα μέλη τους και την κοινωνία. Επίσης, οι επιχειρήσεις της κοινωνικής οικονομίας διακηρύσσουν ότι ο σκοπός τους είναι η εξυπηρέτηση του ανθρώπου και προσπαθούν για μια αρμονική ανάπτυξη της κοινωνίας σε μια προοπτική ατομικής και συλλογικής προόδου»* (Γεώργιας, 2013, σελ 18)

Η οικονομική κρίση που εκδηλώθηκε στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) το δεύτερο μισό της δεκαετίας του 2000, πλήττοντας αρχικά τις χώρες του Νότου με αποκορύφωμα τον ελλαδικό χώρο, κατέστησε σαφές ότι το κοινωνικό κράτος είναι αδύναμο πλέον να διασφαλίσει τις ανάγκες των πολιτών (Ευρωπαϊκή Επιτροπή

2013). Δόθηκε έτσι το έναυσμα για την ανάπτυξη και τη θεσμική ενίσχυση της ΕΕ στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, με κυριότερο εκπρόσωπο της την κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Παραδοσιακά, ο όρος «Τρίτος Δρόμος» ή «Τρίτος Τομέας», ο οποίος στην Ευρώπη αναφέρεται συνήθως ως Κοινωνική Οικονομία, αποτελεί το τμήμα εκείνο της οικονομίας που διαφοροποιείται από τον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα (Καραθανάση και Μαμούχα,, 2014). Τοποθετείται, θα λέγαμε, σε έναν ενδιάμεσο χώρο μεταξύ του Κράτους (Δημόσιος Τομέας – Πρώτος Τομέας) και της Αγοράς (Ιδιωτικός Τομέας – Δεύτερος Τομέας) (Ντούλια, 2015, σελ 29) που στοχεύει στο να διευκολύνει τις παρεμβάσεις προνοιακού χαρακτήρα σε τοπικό επίπεδο. Ενισχύεται έτσι η συμμετοχή των πολιτών και συμβάλλει στις πολιτικές πρόληψης με βάση την κρατική χρηματοδότηση (Κοντιάδης και Απίστουλας, 2006, σελ. 86).

Ο όρος της Κοινωνικής Οικονομίας, ως εναλλακτική προσέγγιση στην οικονομική οργάνωση μιας κοινωνίας, προσδίδει στον τομέα χαρακτηριστικά τόσο **κοινωνικής** όσο και **οικονομικής φύσης**. Συνήθως ορίζεται *«είτε με βάση το νομικό καθεστώς των οργανώσεων με τις οποίες συνδέονται οι δραστηριότητες του τομέα, είτε με βάση τις κοινές αρχές που διέπουν τη λειτουργία των διάφορων οργανισμών που δραστηριοποιούνται σε αυτόν»* (Ντούλια, 2015, σελ 29). Συγκεκριμένα, η ανάπτυξη των οργανώσεων στο πλαίσιο της κοινωνικής οικονομίας επιδιώκεται μέσα από διαφορετικούς οικονομικούς και κοινωνικούς όρους, αξίες και μορφικά χαρακτηριστικά (Ντούλια 2015, σελ. 30). Κοινοί γνώμονες είναι οι **αρχές της δημοκρατίας**, η **ισότητα**, η **αλληλεγγύη**, η **συνεργασία** και ο **σεβασμός**, έτσι ώστε οι οργανώσεις να δραστηριοποιηθούν, να μετασχηματιστούν και να καινοτομήσουν προς αναζήτηση νέων συμβιβασμών ανάμεσα στην εμπορευματική ανταλλαγή, τη δημόσια δέσμευση και τη δωρεά. (Vienney, 2008, σελ. 17).

Σύμφωνα με μελετητές οι βασικές αρχές και αξίες που διέπουν τον θεσμό της Κοινωνικής Οικονομίας είναι:

1. Προτεραιότητα στον άνθρωπο και στον κοινωνικό στόχο έναντι του κεφαλαίου
2. Δημοκρατικός έλεγχος και συμμετοχική διοίκηση
3. Συμβολή στη βιώσιμη ανάπτυξη και στην εξυπηρέτηση του κοινωνικού οφέλους (Καραθανάση και Μαμούχα, 2014) και

4. Διαχειριστική αυτονομία, σύμφωνα με την οποία η κοινωνική οικονομία διακρίνεται από την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών από τον δημόσιο τομέα (Κυριακίδου και Σαλαβού 2014, σελ 29)

Οι Κυριακίδου και Σαλαβού (2014, σελ. 29), αναφέρουν πως στην πλειοψηφία των βιομηχανικά ανεπτυγμένων χωρών, οι οργανώσεις Κοινωνικής Οικονομίας, ομαδοποιούνται ως εξής: α. στις **συνεταιριστικές επιχειρήσεις**, β. στις **κοινωνίες αλληλοβοήθειας** και γ. στα **σωματεία ή οργανώσεις** που ονομάζονται γενικά **ενώσεις**, ενώ πιο αναλυτικά, για την περίπτωση της Ελλάδας, η Ντούλια (2015, σελ. 129) αναφέρει, πως οι υφιστάμενες μορφές Κοινωνικών Επιχειρήσεων, δραστηριοτήτων και πρωτοβουλιών, που έχουν αναπτυχθεί στο πλαίσιο της Κοινωνικής Οικονομίας, θεσμοθετούμενες η μη, επιχειρηματικού και κοινωνικού ενδιαφέροντος, είναι οι παρακάτω:

- 1) Η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (Κοιν.Σ.Επ) του ν. 4019/2011
- 2) Οι Συνεταιριστικές Οργανώσεις και Επιχειρήσεις (Αγροτικοί, Αγροτουριστικοί, Αστικοί, Μεταποιητικοί, Καταναλωτικοί, Γυναικείοι Συνεταιρισμοί, Συνεταιριστικές Τράπεζες κλπ)
- 3) Οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε)
- 4) Η Αστική Εταιρεία
- 5) Το Αστικό Σωματείο (Μ.Κ.Ο) ή Αλληλοβοηθητικό Σωματείο ή Ταμείο
- 6) Οι Ε.Π.Ε. και Ο.Ε. που πληρούν τα χαρακτηριστικά της Κοινωνικής Οικονομίας
- 7) Οι Επιχειρήσεις τις Αυτοδιοίκησης
- 8) Κοινωνικές Επιχειρήσεις που δημιουργήθηκαν από Αναπτυξιακές Συμπράξεις στο πλαίσιο του α' κύκλου της Equal και της Θερμοκοιτίδας Επιχειρήσεων
- 9) Τα ιδρύματα (που διαθέτουν χαρακτηριστικά κοινωνικών οργανισμών)
- 10) Φορείς και εταιρικά σχήματα που αναπτύσσουν πρωτοβουλίες για ένταξη στην απασχόληση ατόμων αποκλεισμένων από την αγορά εργασίας
- 11) Αναπτυξιακές Συμπράξεις της κ.π. Equal α' και β' κύκλου
- 12) Φορείς και εταιρικά σχήματα με σαφή προσανατολισμό στην κατάρτιση, συμβουλευτική και ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας από μειονεκτούσες ομάδες πληθυσμού
- 13) Οργανώσεις και δομές που δραστηριοποιούνται στην προστασία περιβάλλοντος και του καταναλωτή, στην ποιότητα ζωής και στην παροχή

κοινωνικών υπηρεσιών και

14) Σχήματα που προέρχονται ή εντάσσονται στα Ευρωπαϊκά Προγράμματα και Πρωτοβουλίες και Τοπικά Σύμφωνα Απασχόληση.

Ειδικότερα, στην Ελλάδα σύμφωνα με το παρόν νομικό πλαίσιο (ν. 4430/2016), Φορείς Κοινωνικής και Αλληλεγγύης Οικονομίας αποτελούν: α. Οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ.Επ) και πιο συγκεκριμένα: i) οι Κοιν.Σ.Επ Ένταξης Ευάλωτων και Ειδικών Ομάδων, ii) οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε), ως φορείς Ένταξης και iii) οι Κοιν.Σ.Επ Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας, β. οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων και γ. οποιοδήποτε άλλο μη μονοπρόσωπο νομικό πρόσωπο, εφόσον έχει αποκτήσει νομική προσωπικότητα, όπως οι αγροτικοί και αστικοί συνεταιρισμοί και αστικές εταιρίες.

Η λειτουργία των ανωτέρω φορέων της Κοινωνικής Οικονομίας και των Κοινωνικών Επιχειρήσεων οποιασδήποτε μορφής, επεκτείνουν και ενδυναμώνουν τον τρίτο τομέα. Συνδέονται ευρύτερα με την αύξηση της κοινωνικής ευαισθητοποίηση σε θέματα που αφορούν κυρίως τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης. Αμφισβητούνται όμως οι δυνατότητες του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα για την κάλυψη των αναγκών και τον περιορισμό των ανισοτήτων ενώ υπογραμμίζεται η αυξανόμενη συνειδητοποίηση της πολιτικής αδιαφορίας (Κοντιάδης και Απίστουλας, 2006, σελ. 85).

1.3 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: Περιεχόμενο και χαρακτηριστικά

1.3.1 Ορισμός – εξέλιξη του όρου

Οι αρνητικοί δείκτες της οικονομικής ανάπτυξης και ο μετασχηματισμός του χώρου και του χρόνου, ως απόρροια των παγκόσμιων μεταβολών, δημιούργησαν την τάση από πλευράς ατόμων, οργανισμών και συστημάτων, προς μία προσπάθεια για αλλαγή, μέσω νέων καινοτόμων επιχειρηματικών προσπαθειών, με στόχο τη βιωσιμότητα τους στο νέο κοινωνικό-οικονομικό γίγνεσθαι. Έτσι, η κοινωνική επιχειρηματικότητα τα τελευταία χρόνια, έχει προσελκύσει σημαντικό ενδιαφέρον εντός της βιβλιογραφίας και αυτό οφείλεται στην ικανότητά της να επιλύει κοινωνικά προβλήματα και να εμπλουτίζει τις κοινότητες και τις κοινωνίες (Zahra et al, 2009).

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑΑ (1999) η κοινωνική επιχείρηση ορίζεται ως η «Οποιαδήποτε ιδιωτική δραστηριότητα συνδεδεμένη με το δημόσιο συμφέρον, οργανωμένη με επιχειρηματική στρατηγική, που ο κύριος σκοπός της δεν είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους, αλλά η επίτευξη συγκεκριμένων οικονομικών και κοινωνικών στόχων και η οποία έχει την ικανότητα να εισάγει καινοτόμες λύσεις στα προβλήματα του κοινωνικού αποκλεισμού και της ανεργίας». Στο σημείο αυτό, ως προς την αποσαφήνιση των όρων και των εννοιών της κοινωνικής επιχείρησης και επιχειρηματικότητας, κρίνουμε σκόπιμο να τονίσουμε την άποψη των Peredo & McLean, (2006), ότι η κοινωνική επιχείρηση, ορίζεται ως μια δραστηριότητα που συνήθως **εξισώνεται** με την κοινωνική επιχειρηματικότητα, οπότε και **ισοδυναμούν**.

Ένας άλλος προτεινόμενος ορισμός που προέρχεται από τους Zahra et al, (2009) είναι ότι «η κοινωνική επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει τις δραστηριότητες και τις διαδικασίες που πραγματοποιήθηκαν για την εξεύρεση, διασαφήνιση και εκμετάλλευση των ευκαιριών με σκοπό την ενίσχυση του κοινωνικού πλούτου, μέσα από τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων ή τη διαχείριση με καινοτόμο τρόπο των υπάρχοντων οργανισμών», ενώ μια πιο πρόσφατη προσέγγιση του ορισμού της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας προτείνεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2013). Αυτή αναφέρει ότι η κοινωνική επιχείρηση είναι «ένας φορέας της κοινωνικής οικονομίας, του οποίου πρωταρχικός σκοπός είναι μάλλον η ύπαρξη θετικού κοινωνικού αντίκτυπου, παρά κέρδους για τους ιδιοκτήτες ή τους μετόχους, λειτουργεί με την προμήθεια αγαθών και υπηρεσιών στην αγορά με επιχειρηματικό και καινοτόμο τρόπο και χρησιμοποιεί τα κέρδη της πρωτίστως για την επίτευξη κοινωνικών στόχων. Διοικείται με ανοικτό, υπεύθυνο τρόπο και ιδίως, με τη συμμετοχή εργαζομένων, καταναλωτών και ενδιαφερομένων μερών που επηρεάζονται από τις εμπορικές της δραστηριότητες».

Παρά την ασάφεια και την ποικιλομορφία των ορισμών που συναντώνται στην υπάρχουσα βιβλιογραφία, κοινό χαρακτηριστικό τους γνώρισμα αποτελεί η «προσήλωση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων» (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014, σελ. 30), ενώ γίνεται σαφές ότι ο όρος περιλαμβάνει δύο συνιστώσες: την **κοινωνική** και την **επιχειρηματική** διάσταση. Η πρώτη συνιστώσα καθιστά το εκάστοτε εγχείρημα ως «κοινωνικό» ενώ η δεύτερη εμπεριέχει τη δημιουργία «κοινωνικής αξίας» (social value) στηριζόμενη σε ιδιωτικές πρωτοβουλίες για νέα καινοτόμα εγχειρήματα. Σημειώνεται ότι τα εν λόγω εγχειρήματα αντικρούονται συχνά, όταν η έμφαση αποδίδεται με μεγαλύτερη

βαρύτητα στη μία από τις δύο έννοιες (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014, σελ. 19).

Επιπλέον, παρά το γεγονός ότι η κοινωνική επιχείρηση μοιάζει πολύ με παλαιότερες μορφές δραστηριοτήτων με τους ίδιους στόχους, όπως παραδοσιακές ενώσεις ή φιλανθρωπικά ιδρύματα, η ειδοποιός διαφορά τους έγκειται στο ότι σημαντικό ποσοστό του εισοδήματος τους εξασφαλίζεται μέσα από την εμπορική δραστηριότητά τους και όχι από επιχορηγήσεις και δωρεές (Ευρωπαϊκή Επιτροπή). Ενώ ως πολλά υποσχόμενος και «καινοτόμος θεσμός», ως αντιστάθμισμα των συνθηκών της εποχής της μεγάλης αβεβαιότητας, της πολυπλοκότητας και της αλληλεξάρτησης παρουσιάζεται ως «νέος» και «εναλλακτικός» τρόπος επιχειρείν, ικανός να υπερνικήσει τις αποτυχίες της λειτουργίας της παραδοσιακής αγοράς αλλά και των πολιτικών αυτής (Γεώργιας, 2013, σελ. 140).

1.3.2 Χαρακτηριστικά και παράγοντες επιτυχίας Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Παρά το γεγονός ότι το εύρος των δραστηριοτήτων των κοινωνικών επιχειρήσεων, το μέγεθος αλλά και ο σκοπός διαφέρουν (σε πολλές περιπτώσεις και το νομοθετικό πλαίσιο), ωστόσο διέπονται από ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά τα οποία οριοθετούν και αποσαφηνίζουν την συγκεκριμένη έννοια.

Οι Di Domenico et. al. (2010), αναφέρουν τα εξής τέσσερα χαρακτηριστικά:

1. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις, κάνουν χρήση των **στρατηγικών παραγωγής, μέσα από την εμπορία**. Σε αυτό οδήγησε κυρίως το γεγονός της σταδιακής «αποδέσμευσης» των παραδοσιακών πόρων συνεισφοράς (επιχορηγήσεις, δωρεές) καθώς και οι προσδοκίες των κυβερνήσεων και των φιλανθρωπικών ιδρυμάτων για βιωσιμότητα των οργανισμών του τομέα μέσα από την επιχειρηματικότητα. 2. Οι **κοινωνικοί και περιβαλλοντικοί στόχοι**, 3. Εκτός από την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών, στοχεύουν σε **επιπλέον οφέλη**, όπως στο αυξημένο κοινωνικό κεφάλαιο και στην ενισχυμένη κοινοτική συνοχή, κυρίως μέσα από την ενεργό συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών και 4. **Ιδρύονται σε περιβάλλοντα που χαρακτηρίζονται από έλλειψη πόρων**.

Δύο άλλα βασικά χαρακτηριστικά που εντοπίζονται είναι η **δημιουργία κοινωνικής αξίας** και η **κοινωνική καινοτομία**. Η τάση των κοινωνικών επιχειρήσεων να δραστηριοποιούνται σε φτωχά περιβάλλοντα, εν γένει, δικαιολογεί και αντιπροσωπεύει τις ενέργειές τους ως προς την αντιμετώπιση των περιορισμών,

με στόχο τη **δημιουργία κοινωνικής αξίας**. Ο στόχος αυτός, αποτελεί καθοριστικό χαρακτηριστικό των κοινωνικών επιχειρήσεων (Peredo & McLean, 2006, Zahra et al., 2009) και λαμβάνεται υπόψη στο καταστατικό τους, στις πολιτικές και τις στρατηγικές λειτουργίας τους.

Σύμφωνα με το νέο νόμο 4430/2016 για την κοινωνική οικονομία ως **«κοινωνική καινοτομία»** ορίζεται *«η παραγωγή προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών, οι οποίες αποσκοπούν στην ικανοποίηση κοινωνικών αναγκών, τη συμφιλίωση παραγωγής και κατανάλωσης, την εναρμόνιση προσφοράς και ζήτησης και τη διαμόρφωση νέου τύπου κοινωνικών σχέσεων βασιζομένων στη συλλογικότητα και στην ισοτιμία και όχι στον ανταγωνισμό».*

Επιπλέον χαρακτηριστικά μεταξύ των οργανώσεων της Κοινωνικής Οικονομίας, εντοπίζονται τα εξής:

- Ταυτόχρονη επίδιωξη κοινωνικών και οικονομικών στόχων
- Οργάνωση των στόχων με επιχειρησιακό πνεύμα
- Ικανότητα να εφαρμόζουν δυναμικές και καινοτόμες λύσεις για την καταπολέμηση της ανεργίας και του αποκλεισμού
- Συμβολή στην οικονομική και τοπική ανάπτυξη που ενισχύει την κοινωνική συνοχή (Ντούλια, 2015, σελ. 44)

Οι **παράγοντες επιτυχίας**, που εντοπίστηκαν από τους Καραθανάση και Μαμούχα (2014) στις απόψεις των Rosabeth Moss Kanter και William D. Bygrave, καθηγητών μάνατζμεντ του Harvard Business School και του Κέντρου Μελετών «Babson College» αντίστοιχα, αφορούν στα χαρακτηριστικά των εννέα F τα οποία οφείλει να διαθέτει μια επιτυχημένη κοινωνική επιχείρηση. Ο κατάλογος που απαρτίζει τα F είναι:

1. Founders (ιδρυτική ομάδα): Κάθε κοινωνική επιχείρηση πρέπει να χαρακτηρίζεται από επιχειρηματικό πνεύμα
2. Focused (εστιασμένη επιχείρηση): Οφείλει να είναι εστιασμένη σε μια συγκεκριμένη δραστηριότητα
3. Fast (γρήγορη επιχείρηση): Να παίρνει γρήγορες αποφάσεις και να τις θέτει σε εφαρμογή άμεσα
4. Flexible (ευέλικτη επιχείρηση): Να είναι ευέλικτη και προσαρμόσιμη στις νέες συνθήκες και αλλαγές
5. Forever – innovating (διαρκώς καινοτόμα επιχείρηση): Οφείλει να

διατηρεί τον καινοτόμο χαρακτήρα της ακόμη και αν αυτό απλά σημαίνει την παροχή ενός καλύτερου προϊόντος ή μιας υπηρεσίας με χαμηλότερο κόστος για τους πελάτες ή τη βελτίωση της ποιότητας.

6. Flat (επιχείρηση με επίπεδη μορφή οργάνωσης): Η επιχείρηση να έχει όσο το δυνατόν λιγότερα επίπεδα διοίκησης.

7. Frugal (λιτή επιχείρηση): Είναι σκόπιμο να μπορεί να συγκρατεί το κόστος με το να διατηρεί τις λειτουργικές δαπάνες χαμηλά και την παραγωγικότητα υψηλά

8. Friendly (φιλική επιχείρηση): Να είναι μια επιχείρηση που θα ήθελες πραγματικά να συναλλάσσεσαι από όποιο ρόλο κι αν την εξετάσεις (εργαζόμενου, πελάτη, προμηθευτή)

9. Fun (ευχάριστη για τους εργαζόμενους): Ο εργαζόμενος να λαμβάνει ψυχική και οικονομική ανταμοιβή, ακόμη κι αν αυτό απαιτεί «σκληρή εργασία»

1.3.3 Διάκριση του όρου της Κοινωνικής από τη Συμβατική Επιχειρηματικότητα

«Η κοινωνική επιχειρηματικότητα σηματοδοτεί την αναγκαιότητα για κοινωνική αλλαγή αλλά και τη δυνατότητα δημιουργίας ριζοσπαστικών ωφελειών στην κοινωνία, διακρίνοντας την ουσιαστικά από την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα, η οποία έχει ως κύριο σκοπό τη μεγιστοποίηση του κέρδους» (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014, σελ 31). Σύμφωνα με τις Κυριακίδου και Σαλαβού (2014), κατά κύριο λόγο, ο προσανατολισμός της συμβατικής επιχειρηματικότητας έγκειται στο κέρδος και στη δημιουργία οικονομικού οφέλους για τους μετόχους. Αντίθετα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα εκφράζεται μέσα από την εφαρμογή επιχειρηματικών αρχών και *«δανείζεται τις προοπτικές και τις μεθόδους της αγοράς»* (Peredo & McLean, 2006) για την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων.

Οι Osterwalder & Pigneur, (2010, σελ 264) τονίζουν πως *«η διαφορά είναι απλώς και μόνο ζήτημα εστίασης»*: ο στόχος της κερδοσκοπικής επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση των κερδών, ενώ οι μη κερδοσκοπικές οντότητες έχουν σαφώς μη-οικονομική αποστολή, επικεντρωμένη σε αξίες όπως η οικολογία, σε κοινωνικά ζητήματα ή σε δραστηριότητες του δημόσιου τομέα. Οι ίδιοι ερευνητές διακρίνουν δύο κατηγορίες επιχειρηματικών μοντέλων μη – κερδοσκοπικού χαρακτήρα, με βάση την κύρια πηγή εσόδων τους, που είναι και το βασικό χαρακτηριστικό που τις

διακρίνει: τα χρηματοδοτούμενα από τρίτους επιχειρηματικά μοντέλα (όπως είναι η φιλανθρωπία αλλά και οι κυβερνητικές οργανώσεις) και τα επιχειρηματικά μοντέλα τριπλού αποτελέσματος (triple bottom line). Το «τρίπτυχο» του αποτελέσματος αυτού, αποτελεί τις διαστάσεις μέτρησης της απόδοσης – της κοινωνικής, περιβαλλοντικής και χρηματοοικονομικής – (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014, σελ. 84) και αφορά την επίδοση των οργανισμών ως προς τη συνεισφορά τους στην οικονομική ευημερία, στην περιβαλλοντική μέριμνα και το κοινωνικό κεφάλαιο.

Ενώ η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας διακρίνεται από τη συμβατική επιχειρηματικότητα, παράλληλα συνδέεται με τον προσδιορισμό του επιχειρηματία, καθορίζοντας με αυτόν τον τρόπο τον όρο από τις επιπτώσεις του (Peredo & McLean, 2006). Η βασική διαφορά εντοπίζεται στον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται οι επιχειρηματίες την αποστολή της επιχείρησής τους και έτσι έγκειται στην *«πρόταση αξίας που διαμορφώνουν»* (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014, σελ. 42): Οι συμβατικοί επιχειρηματίες διαμορφώνουν την πρόταση αξίας ως προς την εξυπηρέτηση των αγορών, με άμεση συνέπεια τις οικονομικές τους απολαβές. Τουναντίον, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες έχουν σαφή κοινωνική αποστολή: την πρόταση αξίας που αποσκοπεί στην ανάπτυξη κοινωνικών αγαθών και ωφελειών ολόκληρης της κοινωνίας ή κάποιου τμήματος αυτής. Με άλλα λόγια το κέρδος επιμερίζεται σε όλη την κοινωνία, ενώ εκ προοιμίου προνοούνται μηχανισμοί ίσης διανομής του παραχθέντος αγαθού. Σε μια άλλη μελέτη, οι Gundry et al (2011), προσδιορίζουν τη διάκριση των επιχειρήσεων, μέσα από τέσσερις βασικούς τομείς που αφορούν: 1. Την κοινωνική φύση της ευκαιρίας, 2. το κίνητρο λόγω θεμελιωδών διαφορετικών αποστολών, 3. την κινητοποίηση των ανθρώπινων και μη πόρων και 4. τη μέτρηση των επιδόσεων.

Στο σημείο αυτό κλείνοντας την υποενότητα, θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθούν οι στοιχειώδεις διαφοροποιήσεις μεταξύ Κοινωνικών και Συμβατικών Επιχειρήσεων, όπως αυτές εντοπίστηκαν στη μελέτη της Ντούλια (2015, σελ. 48) και απεικονίζονται στον Πίνακα 1.1. που ακολουθεί:

Πίνακας 1.1

Στοιχειώδεις διαφοροποιήσεις μεταξύ Κοινωνικών & Συμβατικών Επιχειρήσεων

A/A	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ
1.	Κοινωνικοί και οικονομικοί σκοποί	Οικονομικοί σκοποί
2.	Εξασφάλιση απασχόλησης σε ομάδες σε αποκλεισμό (ως μελών/εταίρων ή μισθωτών)	Μη ενδιαφέρον για ομάδες σε αποκλεισμό
3.	Συλλογικές επιχειρήσεις με ευρύτητα στην εταιρική σύνθεση	Μη συλλογικές/μη ευρεία εταιρική σύνθεση
4.	Δημοκρατικά εκλεγμένη διοίκηση	Διορισμένη διοίκηση ή μη δημοκρατικά εκλεγμένη διοίκηση
5.	Επιμερισμός επιχειρηματικού ρίσκου	Συγκέντρωση επιχειρηματικού ρίσκου
6.	Επιμερισμός απαιτούμενου κεφαλαίου	Συγκέντρωση απαιτούμενου κεφαλαίου
7.	Ενδιαφέρον για υψηλή ποιότητα προϊόντων (γιατί είναι υπόλογες στο κοινωνικό σύνολο)	Μη επαρκές ενδιαφέρον για υψηλή ποιότητα προϊόντων
8.	Μία ψήφος κάθε μέλος (One person one vote)	Συμμετοχή ανάλογη με τα διαθέσιμα κεφάλαια
9.	Τιμές προϊόντων/υπηρεσιών χαμηλότερες των αντίστοιχων συμβατικών επιχειρήσεων	Τιμές υψηλότερες από αυτές αντίστοιχων προϊόντων και υπηρεσιών των Κοινωνικών Επιχειρήσεων
10.	Κινητοποίηση εθελοντών	Μη κινητοποίηση εθελοντών
11.	Προαγωγή της Κοινωνικής Ευθύνης	Αδιαφορία για κοινωνική ευθύνη
12.	Περιορισμένη διανομή κερδών – επανεπένδυση στην επιχείρηση	Διανομή κερδών
13.	Κοινωνικός έλεγχος	Μη κοινωνικός έλεγχος

Πηγή: Θεοδώρα Ντούλια, 2015 σελ 48

1.4 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και παραγωγή κοινωνικής αξίας/αντίκτυπου

1.4.1 Έννοια και μέτρηση της κοινωνικής αξίας/αντίκτυπου

Όλοι οι επιχειρηματίες προσπαθούν να δημιουργήσουν αξία, ανεξαρτήτως του τομέα στον οποίο επιχειρούν. Για τους επιχειρηματίες του εμπορικού τομέα, υπάρχουν καθιερωμένες μέθοδοι και προσδιοριστικοί παράγοντες μέτρησης της αξίας, όπως για παράδειγμα η απόδοση στην εργασία, το οικονομικό κέρδος και η παραδοσιακή «κατώτατη γραμμή» (Nicholls 2006, σελ. 56). Η αποτίμηση της αξίας διενεργείται μέσα στις διεθνείς κεφαλαιαγορές και οι ιδιοκτήτες του κεφαλαίου προσδιορίζουν την αξία που θα παραχθεί. Αντιθέτως οι κοινωνικοί επιχειρηματίες

δημιουργούν αξία κοινωνικής φύσεως. Ο παραγόμενος κοινωνικός αντίκτυπος ωφελεί τα άτομα – μέλη των κοινωνιών – που πιέζονται από εύλογες ανάγκες, οι οποίες δεν ικανοποιούνται με άλλα μέσα.

Παρά το γεγονός ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν πολλές μορφές, σκοπούς και επιχειρηματικά μοντέλα (Zahra et al., 2009), έχουν ένα κοινό παρονομαστή: συμβάλλουν στην **επίλυση κοινωνικών προβλημάτων**, έχοντας ως κεντρικό και καθοριστικό στόχο, σε αντίθεση με το ευρύτερο πεδίο της επιχειρηματικότητας, τη δημιουργία κοινωνικής αξίας (Di Domenico et al. 2010)

Σύμφωνα με το Nicholls (2006, σελ 57), από την πλευρά της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, τονίζονται πέντε κρίσιμα χαρακτηριστικά της αξίας:

α. Η αξία είναι υποκειμενική και προκύπτει από τις εμπειρίες τις πραγματικής ζωής

β. Η κοινωνική αξία αποτελεί αντικείμενο διαπραγμάτευσης μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών

γ. Η κοινωνική αξία είναι ανοικτή σε ενδεχόμενη επανεκτίμηση.

δ. Η κοινωνική αξία συγκεντρώνει ασύγκριτα στοιχεία και μεγέθη, που δεν μπορούν εύκολα να συγκεντρώνονται σε μια ενιαία μονάδα μέτρησης

ε. Οι αξίες είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με την κοινωνική δράση και δεν μπορούν να διαχωριστούν από αυτή.

Με βάση τώρα την επιθυμητή απόδοση της κοινωνικής αξίας στις κοινωνικές, περιβαλλοντικές και χρηματοοικονομικές διαστάσεις, ως αντιπροσωπευτικές συνέπειες ορίζονται οι εξής: α) τα κόστη που επιφέρουν τα επιχειρηματικά μοντέλα στα κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα (αυτό λογαριάζεται ως αρνητικός αντίκτυπος) και β) τα οφέλη που επιφέρουν τα επιχειρησιακά μοντέλα (δηλαδή ο θετικός αντίκτυπος) στα κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα. Έτσι, επιδιώκεται η μεγιστοποίηση του θετικού κοινωνικού και περιβαλλοντικού αντίκτυπου (έναντι της ελαχιστοποίησης του αρνητικού), όπως συμβαίνει και με την αύξηση των εσόδων και τη μείωση του κόστους των συμβατικών επιχειρήσεων της αγοράς.

Μια νέα προσέγγιση, αποτελεί ο δείκτης μέτρησης της "κοινωνικής απόδοσης της επένδυσης» (Social Return On Investment – (SROI) and commissioning 2009, Nicholls 2006, σελ. 56), ένα πρακτικό εργαλείο που υποστηρίζει και προωθεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Με βάση το εργαλείο αυτό, ο αντίκτυπος των κοινωνικών επιχειρήσεων εκφράζεται ποσοτικά βάση του δείκτη αυτού, υπολογίζοντας «το μείγμα αξίας, που αποτελεί άθροισμα της αξίας της επιχείρησης και της αξίας του κοινωνικού

της σκοπού». (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014, σελ. 84)

Οι Zahra et al (2009), παρουσιάζουν μια εναλλακτική μέθοδο μέτρησης της κοινωνικής αξίας, συνδέοντάς την με την έννοια του συνολικού πλούτου και της μεγιστοποίησης του . Ο συνολικός πλούτος περιλαμβάνει, τόσο τον κοινωνικό, όσο και τον οικονομικό πλούτο. Η μέθοδος αναγνωρίζει πως οποιαδήποτε κοινωνική αξία δημιουργείται, είναι συνεισφορά της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο της μεγιστοποίησης του «συνολικού πλούτου», υπολογίζοντας τη διαφορά του παραγόμενου οφέλους από το κοινωνικό και οικονομικό κόστος που προέκυψε για την επίτευξη του.

1.4.2 Πεδία παραγωγής κοινωνικής αξίας

Η παραγωγή κοινωνικής αξίας, είναι η άμεση επιδίωξη των κοινωνικών επιχειρηματιών μέσα από τη δραστηριοποίηση τους εντός πεδίων που άπτονται της κοινωνικής ανάπτυξης, όπως η εκπαίδευση, η υγειονομική περίθαλψη, η επαγγελματική κατάρτιση, η ανάπτυξη του περιβάλλοντος, των τεχνών και οποιασδήποτε άλλης κοινωνικής προσπάθειας, οι οποίοι ορίζονται από μια «σαφή κοινωνική αποστολή στο μυαλό τους με στόχο να κάνουν τον κόσμο καλύτερο» (Nicholls, 2006, σελ. 57). Ο στόχος αυτός επηρεάζει τόσο τον τρόπο με τον οποίο καταγράφεται το αποτέλεσμα που απορρέει από τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων όσο και το πώς δομούνται οι επιχειρήσεις αυτές προκειμένου να έχουν το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Καθώς επικρατεί η άποψη πως, ό, τι μπορεί να μετρηθεί μπορεί και να αντιμετωπιστεί, το ιδανικό μέτρο επιτυχίας σε αυτή την περίπτωση αποτελεί ο βαθμός στον οποίο δημιουργείται κοινωνική αξία, με τη εφαρμογή συγκριτικής αξιολόγησης. Η αξιολόγηση αυτή δύναται να αποδώσει μια εύλογη ένδειξη της σχετικής αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας στη μετατροπή των πόρων σε αποτέλεσμα. Αυτό συμβαίνει διότι, η μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου, εντάσσεται σε ένα γενικότερο πλαίσιο εφαρμογής αρχών όπως είναι η διαφάνεια και η λογοδοσία στην κοινωνία, αν λάβουμε υπόψη τον ορισμό που ειπώθηκε από τον Wales (2013) στις Κυριακίδου και Σαλαβού (2014), ότι ως κοινωνικός αντίκτυπος ορίζεται «η δημιουργία σημαντικών ή βιώσιμων αλλαγών στις ζωές των ανθρώπων που απορρέουν από την οργάνωση μιας σειράς δράσεων, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων των κοινωνικών επιχειρήσεων».

Σαν μια προσπάθεια περεταίρω προσδιορισμού του κοινωνικού αντίκτυπου προτείνεται η καταγραφή πέντε ομάδων δεικτών, μέσω της «κοινωνικής αλυσίδας αξίας» (value chain for impact) (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014, σελ. 127): α) οι δείκτες μέτρησης εισροών, β) οι δείκτες μέτρησης που αφορούν τις δραστηριότητες οι οποίες μετατρέπουν τις εισροές σε εκροές, γ) οι δείκτες μέτρησης άμεσων εκροών, δ) οι δείκτες μέτρησης μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων αποτελεσμάτων και ε) οι δείκτες κοινωνικού αντίκτυπου που μετρούν την αποτελεσματικότητα των εγχειρημάτων αναφορικά με την αντιμετώπιση των αιτιών συγκεκριμένων προβλημάτων, όπως αναλυτικά προκύπτουν στον Πίνακα 1.2 που ακολουθεί.

Πίνακας 1.2
Το μοντέλο της Κοινωνικής Αλυσίδας Αξίας

Εισροές	Δραστηριότητες	Εκροές	Αποτελέσματα	Κοινωνικές Επιδόσεις
Τι χρησιμοποιείται;	Τι γίνεται	Άμεσα αποτελέσματα	Μεσο-και μακροπρόθεσμα αποτελέσματα	Αντιμετώπιση των αιτιών συγκεκριμένων προβλημάτων
Οικονομικοί πόροι Μηχανήματα και προμήθειες Τεχνογνωσία και εμπειρία	Ικανοποίηση βασικών αναγκών Παροχή υπηρεσιών Δημιουργία υποδομών Συζήτηση για διαμόρφωση πολιτικής	Αριθμός ατόμων που έχουν εξυπηρετηθεί Αριθμός δρόμων που έχουν δημιουργηθεί Αριθμός αγαθών που έχουν μεταφερθεί Αριθμός εγκυκλίων που έχουν γραφτεί Αριθμός δικτύων και συμπράξεων που έχουν αναπτυχθεί	Βελτίωση της ποιότητας ζωής, της υγείας κ.λ.π Αύξηση του εισοδήματος Ενίσχυση της πολιτικής αντιπροσώπευσης	Μείωση της φτώχεια Αλλαγές στη δημόσια πολιτική Σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων Θεμελιώδεις αλλαγές στις κοινωνικές στάσεις και νόρμες

Πηγή: Κυριακίδου & Σαλαβού, 2014 σελ 128

Παρατηρείται συνεπώς μια προσπάθεια ποσοτικοποίησης της απόδοσης των κοινωνικών επιχειρήσεων, σε όλα τα πεδία της εν λόγω αλυσίδας, προκειμένου να αποδοθεί μια πιο λεπτομερής πληροφόρηση σε σχέση με τα εργαλεία και τις μεθόδους που αξιοποιούνται για την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων που παράγονται. Επιπλέον δύο ακόμη μέσα μέτρησης της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων αποτελούν οι βασικοί δείκτες απόδοσης (key performance indicators) και οι ισορροπημένες κάρτες επίδοσης (balance scorecards), αξιολογώντας ζητήματα που αναφέρονται στην ικανοποίηση των πελατών, την αποδοτικότητα των εσωτερικών διαδικασιών και στην ικανότητα των οργανώσεων για ανάπτυξη και μάθηση (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014 σελ 128)

Σύμφωνα με τους Zahra et al (2009), οι μέθοδοι μέτρησης, συνδεδεμένοι με την κερδοφορία και τα έσοδα, είναι σχετικά απλά και ξεκάθαρα πρότυπα. Βάσει αυτών αξιολογούνται οι οργανωτικές ευκαιρίες και η επίδοση, σε αντίθεση με τις μεθόδους των κοινωνικών επιχειρήσεων, όπου δεν υπάρχουν ενδεδειγμένα παρόμοια πρότυπα και ανάλογη μέθοδος μέτρησης. Οποιαδήποτε προσπάθεια ανάληψης της ευθύνης σχετικά με την επίδοσή τους από πλευράς κοινωνικών επιχειρηματιών, θα είναι αναποτελεσματική.

1.5 Το οικοσύστημα της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα: Νομοθεσία, φορείς στήριξης, εμπόδια ανάπτυξης

Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική κυβέρνηση άρχισε να καταβάλλει προσπάθειες τόσο για την προώθηση της ανάπτυξης όσο και για τη στήριξη των κοινωνικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Η στάση αυτή, εξελίχθηκε θετικά χάρη στην ενθάρρυνση της από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, από πρωτοβουλίες της «κοινωνίας των πολιτών» αλλά και «ιδιωτικές πρωτοβουλίες», που προέκυψαν λόγω της εκθετικής αύξησης των κοινωνικών αναγκών, ως αποτέλεσμα της κρίσης και «*διαδραματίζουν πλέον αυξανόμενο ρόλο στη διανομή της ευημερίας*» (Βενιέρης, 2015, σελ. 101)

Ως προς την υποστήριξη του τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας και των Κοινωνικών Επιχειρήσεων από πλευράς κρατικής κοινωνικής πολιτικής, σύμφωνα με τη Ντούλια (2015, σελ. 74), αναφέρονται οι παρακάτω νομοθετικές πρωτοβουλίες: α) ο νόμος 4019/2011 για την Κοινωνική Οικονομία και την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, β) η δημιουργία Ειδικής Υπηρεσίας για την Κοινωνική Ένταξη και την Κοινωνική Οικονομία στο Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Πρόνοιας, γ) η δημιουργία του Μητρώου Κοινωνικής Οικονομίας και Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας στο Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Πρόνοιας, και δ) η υποστήριξη και χρηματοδότηση από το Υπουργείο, πρωτοβουλιών κοινωνικής επιχειρηματικότητας, στο πλαίσιο κυρίως των ΤΟΠ.Ε.Κ.Ο (Τοπικές Δράσεις για Ευάλωτες Κοινωνικές Ομάδες). Παράλληλα τονίζει τις «*προσπάθειες αυτό-οργάνωσης και κινητοποίησης των πολιτών της χώρας, σε εθελοντικά αλληλέγγυα σχήματα κοινωνικής υποστήριξης ευπαθών κυρίως ομάδων*». Ο νέος νόμος 4430/2016 για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και την ανάπτυξη των φορέων της, αποτελεί την τελευταία νομοθετική ρύθμιση για τον τρίτο τομέα.

Η στήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι πολυδιάστατη. Υπάρχουν ανάγκες για τεχνογνωσία και καθοδήγηση κατά τη σύσταση μιας κοινωνικής επιχείρησης δεδομένο του ότι ο τομέας βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης. Παρόλα αυτά στον ελλαδικό χώρο ως σήμερα τα κύρια μέτρα στήριξης περιορίζονται στη χρηματοδότηση και την οικονομική ενίσχυσή της. Έτσι, υπάρχει η εσωτερική και η εξωτερική χρηματοδότηση (Καραθανάση και Μαμούχα, 2014) των επιχειρήσεων. Στην πρώτη περίπτωση η οικονομική δύναμη προέρχεται από τα μέλη της και από δωρεές τρίτων, συνεπώς η στήριξη προέρχεται από τμήμα του κοινωνικού συνόλου φιλικά προσκείμενο προς τις αξίες και τα πιστεύω της κοινωνικής επιχείρησης. Ενώ τη δεύτερη, πηγή εσόδων αποτελεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, συνήθως έμμεσα καθώς τα διοχετεύει σε εθνικό πάροχο, το ελληνικό δημόσιο και συναφείς φορείς και οι ΟΤΑ α΄ και β΄ βαθμού.

Σύμφωνα με το νόμο 4430/2016, πρόκειται να δημιουργηθούν θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων σε περιφερειακό επίπεδο. Σκοπός τους είναι η καλλιέργεια δεξιοτήτων, στους εμπλεκόμενους με την κοινωνική οικονομία, που σχετίζονται με τη διοίκηση, τη διαχείριση –οικονομική και μη- τη γνωριμία με το νομοθετικό πλαίσιο και μια σειρά από άλλες δραστηριότητες. Αναλαμβάνουν έτσι τη βιωσιμότητα των νέων εταιριών, *«λειτουργώντας ως καταλύτες κατά τη διαδικασία σύστασης και ανάπτυξης των εταιριών»* (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014, σελ 59).

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Commission (2014), το μεγαλύτερο εμπόδιο που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές κοινωνικές επιχειρήσεις τόσο στην έναρξη όσο και στην ανάπτυξη και αναβάθμιση των δραστηριοτήτων τους, είναι αναμφισβήτητα η **έλλειψη πρόσβασης σε πηγές χρηματοδότησης**. Αυτό αποτελεί πρόβλημα για όλες τις μικρομεσαίες στην Ελλάδα, και πολύ περισσότερο για τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Οι συμβατικές και οι συνεταιριστικές τράπεζες έχουν πληγεί από την οικονομική κρίση και έτσι έχει περιοριστεί δραστικά η δυνατότητα του δανεισμού των επιχειρήσεων στην ευρύτερη οικονομία, συμπεριλαμβανομένων και των κοινωνικών επιχειρήσεων, καθιστώντας σχεδόν αδύνατο για το σύνολο των επιχειρηματιών να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση. Η μόνη δυνατότητα χρηματοδότηση ως προς την έναρξη λειτουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων ήταν μέσω δύο προγραμμάτων που χρηματοδοτούνται από το Ε.Κ.Τ. (Τοπ.Σ.Α-ΤΟΠ.Ε.Κ.Ο). Παράλληλα, διαπιστώνεται μια επιλεκτική χρηματοδότηση στην επικρατούσα τάση εκκίνησης των επιχειρήσεων, καθώς οι Κοι.ΣΠ.Ε και οι Κοιν.Σ.Επ, δεν αποτελούν επιλέξιμες κοινωνικές επιχειρήσεις προς υποστήριξη στο πλαίσιο των προγραμμάτων του Υπουργείου Ανάπτυξης. Δεύτερο και σημαντικό εμπόδιο σύμφωνα με την Commission, είναι η **έλλειψη ενός ευνοϊκού οικοσυστήματος** που να βοηθά τις κοινωνικές επιχειρήσεις σε επίπεδο έναρξης, εξέλιξης, ανάπτυξης αλλά και αποσαφήνισης τους στο πλαίσιο της «κοινωνικής νομιμοποίησης» διότι, σύμφωνα με τις Κυριακίδου και Σαλαβού (2014, σελ. 19), *«με τη διεύρυνση του οικοσυστήματος αποφεύγεται ο αποκλεισμός πρωτοβουλιών που ίσως έχουν το δικαίωμα να αποκαλούνται κοινωνικές επιχειρήσεις, αν και εμπορευματοποιούν την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών»*. Επιπλέον, η έλλειψη επαγγελματικών υπηρεσιών υποστήριξης, όπως θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων, συμβουλευτικές υπηρεσίες καθοδήγησης σε σχέση με την ανάπτυξη μιας επιχείρησης βάση επιχειρηματικού σχεδίου, η πρόσβαση σε αγορές, η διασφάλιση της ποιότητας

των παρεχόμενων υπηρεσιών «σε περιπτώσεις υιοθέτησης του επιχειρηματικού μοντέλου από τρίτες οργανώσεις» (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014, σελ. 115), η προετοιμασία για τις δημόσιες συμβάσεις κ.α., αποτελούν εξίσου σημαντικά εμπόδια. Παράλληλα, την κατάσταση δυσχεραίνει το γεγονός των περιορισμένων γνώσεων του ισχύοντος νομικού πλαισίου, από εξειδικευμένους λογιστές και δικηγόρους. Αυτό αποτελεί αρνητικό παράγοντα στήριξης, καθώς δεν δίνεται έτσι το κατάλληλο αντιστάθμισμα, ως προς τη δυσκολία προσέλκυσης κατάλληλων ανθρώπινων πόρων, διοικητικά καταρτιζόμενων, που θα στελεχώσουν τις επιχειρήσεις (ιδρυτές, ανθρώπινο δυναμικό, εθελοντές) και θα δικτυωθούν κατάλληλα, με άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, όπως ορίζεται και στο άρθρο 11 – Σύνδεση με άλλες πρωτοβουλίες και Δίκτυα - του Κώδικα Δεοντολογίας Κοινωνικών Επιχειρήσεων, σύμφωνα με το οποίο: «Επιδιώκεται διασύνδεση και ανταλλαγή εμπειριών για τη συνεχή βελτίωση του Κώδικα Δεοντολογίας σε Ευρωπαϊκό και Διεθνές επίπεδο»

Η μεγάλη μεταρρύθμιση των τοπικών αυτοδιοικήσεων του νόμου Καλλικράτη (ν.3852/2010), περιλαμβάνει τη δυνατότητα σύναψης συμβάσεων μεταξύ των τοπικών αρχών και των κοινωνικών επιχειρήσεων (αρ. 100). Όμως οι μετέπειτα νομοθετικές διατάξεις καθιστούν δύσκολο για τις κοινωνικές επιχειρήσεις να κάνουν χρήση αυτών των ευκαιριών. Παράδειγμα αποτελεί το γεγονός ότι ενώ βρίσκεται ήδη σε ισχύ ο νέος νόμος, (4430/2016), εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικά διοικητικά εμπόδια, που σχετίζονται κυρίως με τον όγκο της ελληνικής γραφειοκρατίας καθιστώντας αδύνατη την οποιαδήποτε προοπτική των κοινωνικών επιχειρήσεων να λειτουργήσουν και να αναπτυχθούν.

1.6 Ανακεφαλαίωση

Στο κεφάλαιο αυτό είδαμε πως οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν λάβει σημαντική ώθηση τα τελευταία χρόνια, λόγω της αυξανόμενης πίεσης για λήψη πρωτοβουλιών από την «κοινωνία των πολιτών. Εντείνεται ολοένα και περισσότερο η ανάγκη για μακροπρόθεσμες διαρθρωτικές αλλαγές και ο «τρίτος τομέας» εμφανίστηκε, ως φυσικό επακόλουθο στις αλλαγές αυτές. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα επιφέρει πολλά οφέλη, και για να διακρίνουμε ορισμένα από αυτά, εξετάσαμε τα πεδία παραγωγής της κοινωνικής αξίας και τους τρόπους μέτρησης της. Ο κοινωνικός, οικονομικός και περιβαλλοντικός αντίκτυπος που εξετάστηκε σε συνάρτηση με τη δημιουργία κοινωνικής αξίας, πολλαπλασιάζουν τα οφέλη με την οργανωμένη δράση. Η επιχειρηματικότητα αποκτά έτσι τα κίνητρα, ώστε να αποκτήσει δική της δικτύωση, και συνεργασία, έχοντας ως στόχο την περαιτέρω ανάπτυξη της.

Ωστόσο, η σημερινή κατάσταση δυσκολεύει την ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων, λόγω της έλλειψης χρηματοδότησης αλλά και στιβαρού νομοθετικού πλαισίου για τη στήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Η χρηματοδότηση της ΕΕ έχει διαδραματίσει και θα συνεχίσει να διαδραματίζει καίριο ρόλο στην ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, ενώ αναμένεται ανάπτυξη των δομών υποστήριξης και των μέσων χρηματοδότησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΟΛΑΖ (SOCIAL BRICOLAGE)

2.1 Εισαγωγή

Η σημαντική και ποικίλη συνεισφορά των κοινωνικών επιχειρηματιών στις κοινότητες και τις κοινωνίες όπου δραστηριοποιούνται, αποτυπώνονται μέσα από την υιοθέτηση επιχειρηματικών μοντέλων. Η αποτύπωση των δραστηριοτήτων, οδήγησε τους ερευνητές στην ανάπτυξη μιας σχετικής τυπολογίας των διαδικασιών έρευνας και χρησιμοποιείται για την ανακάλυψη ευκαιριών προς εκμετάλλευση και τη δημιουργία κοινωνικών επιχειρήσεων, με απώτερο σκοπό την ενίσχυση του κοινωνικού πλούτου και της κοινωνικής αξίας. Ο Zahra et al (2009) εντοπίζουν τρεις τύπους κοινωνικών επιχειρηματιών: τον **κοινωνικό «μάστορα» (Social Bricoleur)**, η επικέντρωση του οποίου κυρίως συνίσταται στην ανακάλυψη και κάλυψη τοπικών αναγκών μικρής κλίμακας, τον **κοινωνικό κονστρουκτιβιστή (Social Constructionist)**, ο οποίος εκμεταλλεύεται τις ευκαιρίες και τις αστοχίες της αγοράς προκειμένου να εισάγει μεταρρυθμιστικές καινοτομίες στο ευρύτερο κοινωνικό σύστημα ώστε να καλυφθούν επαρκώς οι ανάγκες των πελατών και τέλος τον **κοινωνικό μηχανικό (Social Engineer)**, που εντοπίζει προβλήματα εντός των υπάρχοντων κοινωνικών δομών - πολλές φορές απαρχαιωμένων - και τα αντιμετωπίζει είτε εισάγοντας επαναστατικές αλλαγές είτε αντικαθιστώντας τα με πιο νέα και περισσότερο συμβατά συστήματα. Η τρίπτυχη τυπολογία εντοπίζει τρεις βασικές διαφορές μεταξύ των κοινωνικών επιχειρηματιών, παρά το γεγονός ότι μοιράζονται το ίδιο πάθος για τα κοινωνικά ζητήματα: α) ως προς τον τρόπο με τον οποίο ανακαλύπτουν τις κοινωνικές ανάγκες, β) στο πως κυνηγούν τις κοινωνικές ευκαιρίες και γ) ως προς το πώς επηρεάζουν το ευρύτερο κοινωνικό σύστημα (Zahra et al. 2009)

Στο κεφάλαιο αυτό θα έρθουμε αντιμέτωποι με το θεωρητικό κι εννοιολογικό πλαίσιο του όρου – ως διαδικασία - του **Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage)**, τη συμβολή των κοινωνικών επιχειρηματιών που υιοθετούν τη μέθοδο στη συλλογή των απαραίτητων πόρων και την εφαρμογή της στο πλαίσιο των Κοινωνικών Επιχειρήσεων. Στη συνέχεια θα αναλυθούν τα χαρακτηριστικά που εντοπίστηκαν στη σχετική βιβλιογραφία και τέλος θα διακρίνουμε τη σπουδαιότητα της εφαρμογής του

εννοιολογικού αυτού «φακού» του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage) για τον εντοπισμό των ευκαιριών που «υποκρύπτονται» ως προς την αντιμετώπιση των κοινωνικών αναγκών σε τοπικό επίπεδο.

2.2 Θεωρητικό πλαίσιο και διαδικασία εφαρμογής του Κοινωνικού Κολάζ στις Κοινωνικές Επιχειρήσεις

Στην έρευνα των Zahra et al (2009), το Κοινωνικό Κολάζ (Social Bricolage) ορίζεται ως η χρήση οποιονδήποτε πόρων κατέχει κάποιος, προκειμένου να αντιμετωπίσει την οποιαδήποτε εργασία, υποδηλώνοντας στην ουσία τη δημιουργία κάτι νέου, από ανθρώπους οι οποίοι επανασυνδυάζουν και μετατρέπουν τους υπάρχοντες πόρους σε λύσεις προβλημάτων και εκμετάλλευσης ευκαιριών (Baker & Nelson, 2005).

Κεντρικές έννοιες στη μελέτη της επιχειρηματικότητας αποτελούν οι πόροι, και συγκεκριμένα οι ελλείψεις τους και η ευρηματικότητα του επιχειρηματία στην εξεύρεση τους (Di Domenico et al, 2010). Έτσι οι επιχειρηματίες ανεξάρτητα από τον τομέα που δραστηριοποιούνται, βασίζονται σε διάφορα εργαλεία και στρατηγικές για την εξασφάλιση τους. Ανάμεσα στους τρόπους εύρεσης των απαραίτητων πόρων, **σε περιβάλλοντα περιορισμένης διαθεσιμότητάς των**, όπου ως επί το πλείστον ευδοκimoύν οι κοινωνικές επιχειρήσεις, είναι η **χρήση δικτύων και η κοινωνική διάθεση πόρων** (use of networks and social resourcing), η **μέθοδος της ανατροφοδότησης** (financial bootstrapping), οι **στρατηγικές πραγμάτωσης** (strategies of effectuation) και το **Κοινωνικό Κολάζ** (Social Bricolage) (Di Domenico et al, 2010) το οποίο και θα μας απασχολήσει παρακάτω.

Η έννοια - διαδικασία, του Κοινωνικού Κολάζ, διερευνήθηκε αρχικά στη συγγραφή του Levi - Strauss το 1967, περιγράφοντας τη διαδικασία σύμφωνα με το «τα βγάζω πέρα με ότι υπάρχει διαθέσιμο», ενώ έννοια χρησιμοποιήθηκε μεταφορικά για την *«επεξήγηση δύο παράλληλων κοσμοθεωριών, της μυθικής και της επιστημονικής, ως διαφορετικοί αλλά ίσοι τρόποι σκέψης»* (Di Domenico et al. 2010). Είναι μια **συμπεριφορά** όπου ο «κοινωνικός μάστορας» (Social Bricoleur) σε πρώτο χρόνο, «συλλέγει» και αποθηκεύει υλικά προκειμένου να τα χρησιμοποιήσει στο μέλλον - άγνωστο πότε - ενώ παράλληλα δημιουργεί με αυτόν τον τρόπο τις συνθήκες ευελιξίας για τη χρήση τους οποτεδήποτε κι αν χρειαστούν.

Οι Κυριακίδου και Σαλαβού (2014) αναφέρουν πως σύμφωνα με τους Oliver και McKague (2009) η σημασία της έννοιας του Κοινωνικού Κολάζ για την επίτευξη

των κοινωνικών στόχων, βρίσκεται στην ανάπτυξη του «κολάζ δικτύων», δηλαδή μιας διαρκούς διαδικασίας σύνθεσης και ανασύνθεσης των πόρων (ανθρώπινων και μη) σε τυπικά και άτυπα δίκτυα προκειμένου να εξασφαλισθεί η βιωσιμότητα της εξυπηρέτησης των κοινωνικών πόρων.

Οι Baker & Nelson (2005) με την έρευνα τους διευρύνουν τα εννοιολογικά χαρακτηριστικά του Κοινωνικού Κολάζ, όπως εντοπίστηκαν και διατυπώθηκαν από τον Levis – Strauss το 1967, πέρα από τα «το κάνω να συμβεί (making do)», «συνδυασμός των υπαρχόντων πόρων (resources at hand)» και «ανασυνδυασμός των πόρων για νέους σκοπούς (recombination of resources for new purpose)» και συμπεριλαμβάνουν την «άρνηση να θεσπίσει περιορισμούς (a refusal to enact limitations)» και «τη δημιουργία από το τίποτα (created from what is at hand)». Αυτό συνεπάγεται πως αντί για την άρνηση εκτέλεσης συγκεκριμένων ενεργειών, οι επιχειρηματίες αντιστέκονται στους περιβαλλοντικούς περιορισμούς που τους επιβάλλονται (Di Domenico et al, 2010) και ενεργούν, δημιουργώντας κάθε φορά οι ίδιοι τις απαιτούμενες συνθήκες ανάπτυξης.

Για τους Gundry et al (2011), η έννοια έχει αναπόσπαστη εφαρμογή στην ανάπτυξη νέων καινοτομιών, καθώς είναι σε θέση να αναγνωρίζει την αλληλεξάρτηση μεταξύ της κοινωνικής επιχείρησης και του περιβάλλοντα χώρου της. Οδηγεί στην ανάπτυξη νέων καινοτόμων λύσεων που μπορεί να στοχεύσουν ακόμη και σε διαφορετικές αγορές και αυτό συμβαίνει διότι, η κοινωνική καινοτομία μπορεί να εξαρτάται από το βαθμό της ικανότητας του συνδυασμού και της εφαρμογής πόρων με δημιουργικό και χρήσιμο τρόπο. Σύμφωνα με τους ίδιους ερευνητές, η έννοια αυτή συνδέεται με τη διάχυση της γνώσης αλλά και με την «οικονομική αναγέννηση» σε τοπικό επίπεδο, χρησιμοποιώντας ελάχιστους τοπικούς πόρους. Παρά το γεγονός ότι οι λύσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες με την διαδικασία του Κοινωνικού Κολάζ, είναι πολλές φορές μικρής κλίμακας και περιορισμένης εμβέλειας (Phillimore et al, 2016), ωστόσο βοηθούν σημαντικά στην επίλυση τοπικών κοινωνικών προβλημάτων.

Οι Phillimore et al (2016) και Zahra et al, (2009), αναζήτησαν τη δύναμη των κοινωνικών επιχειρηματιών, στην ικανότητα τους να δρουν «στο σωστό μέρος τη σωστή στιγμή», και να ανταποκρίνονται άμεσα σε ανάγκες όπου ακόμη και οργανώσεις μεγαλύτερης εμβέλειας δεν γνωρίζουν ότι υπάρχουν. Ένα χαρακτηριστικό που οι ίδιοι αναφέρουν στην έρευνα τους και το οποίο διαφοροποιεί εννοιολογικά τους κοινωνικούς μάστορες από τους συμβατικούς, είναι πως στην

οργάνωση των επιχειρήσεών τους οι κοινωνικοί «μάστορες» δεν συνηθίζουν να απαιτούν εξωτερικούς και εξειδικευμένους πόρους, αλλά συχνά βασίζονται σε οποιουσδήποτε πόρους μπορούν να αξιοποιηθούν. Αντίθετα οι συμβατικοί επιχειρηματίες προκειμένου να πετύχουν τους στόχους τους, εξαρτώνται συνήθως από πολλούς εξωτερικούς προμηθευτές. Αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει μειονέκτημα, αν αναλογιστεί κανείς πως το πεδίο εφαρμογής τους μπορεί να περιορίζεται από την έλλειψη γνώσης σχετικά με τις ανάγκες και τις ευκαιρίες έξω από σφαίρα τους (Phillimore et al, 2016), ωστόσο η έννοια του Κοινωνικού Κολάζ, χρησιμοποιείται για να υποδηλώσει ακριβώς αυτό, πως η ευρηματικότητα και η προσαρμοστικότητα λειτουργούν εντός υπαρχόντων πλαισίων (Di Domenico et.al, 2010, Zahra et al., 2009)

2.3. Χαρακτηριστικά του Κοινωνικού Κολάζ

Οι Di Domenico et al (2010) στην έρευνά τους εντοπίζουν τις εννοιολογικές ρίζες του Κοινωνικού Κολάζ, μέσα από τις διάφορες σχολές σκέψεις και καθορίζουν τη διαδικασία, προσθέτοντας τρεις ακόμη έννοιες – χαρακτηριστικά – οι οποίες σχετίζονται με την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Έτσι προκύπτει το προτεινόμενο εννοιολογικό πλαίσιο του Κοινωνικού Κολάζ, όπως αυτό εφαρμόζεται στις δράσεις της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, των οκτώ βρετανικών επιχειρήσεων της εν λόγω έρευνας, το οποίο και αναλύεται μέσα από το σύνολο των χαρακτηριστικών του (αρχές και διαδικασίες) ως εξής: 1. **«το κάνω να συμβεί (making do)»**, 2. **«άρνηση να αποθαρρυνθώ από τους περιορισμούς που μου επιβάλλονται (a refusal to be constrained by limitations)»**, 3. **«αυτοσχεδιασμός (improvisation)»**, 4. **«δημιουργία κοινωνικής αξίας (social value creation)»**, 5. **«συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών (stakeholder participation)»** και 6. **«πειθώ (persuasion)»**. Τα παραπάνω χαρακτηριστικά τα οποία αναλύονται στη μελέτη των Di Domenico et al (2010) και απεικονίζονται τον Πίνακα 2.1 που ακολουθεί, πέρα από το εννοιολογικό πλαίσιο, που αφορά τη διαδικασία εφαρμογής του Κοινωνικού Κολάζ, στο πλαίσιο των Κοινωνικών Επιχειρήσεων, θα αποτελέσουν και τη βάση ανάλυσης της μελέτης μας.

Πίνακας 2.1

Προτεινόμενο Εννοιολογικό Πλαίσιο του Κοινωνικού Κολάζ εντός του πλαισίου των Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Προτεινόμενες αρχές και διαδικασίες του κοινωνικού κολάζ	Επεξήγηση
Το κάνω να συμβεί με τους διαθέσιμους περιορισμένους πόρους και δημιουργώ κάτι από το τίποτα για κοινωνικό σκοπό	<ul style="list-style-type: none"> • Συνδυασμός πόρων/τα κάνω να συμβεί με περιορισμένους διαθέσιμους πόρους • Δημιουργώ κάτι από το τίποτα, όπως δημιουργία μιας νέας αγοράς ή μιας νέας υπηρεσίας εκεί όπου αρχικά δεν υπήρχε; • Χρήση: παρατημένων, αχρησιμοποίητων ή ανεπιθύμητων πόρων για νέους σκοπούς; • Χρήση: ‘κρυμμένων’ ή αχρησιμοποίητων εγχώριων πόρων που οι άλλοι οργανισμοί απέτυχαν να εντοπίσουν, να αξιολογήσει ή να τους χρησιμοποιήσουν αποτελεσματικά.
Άρνηση να αποθαρρυνθώ από τους περιορισμούς που μου επιβάλλονται από το περιβάλλον προκειμένου να πετύχω τον κοινωνικό σκοπό .	<ul style="list-style-type: none"> • Άρνηση να αποθαρρυνθώ από περιορισμούς, μέσα από τη δοκιμή λύσεων – τακτικών αντίδρασης απέναντι σε θεσμικές δομές/κανόνες; • Ανατροπή των περιορισμών που επιβάλλονται από τα διαθέσιμα περιβάλλοντα πόρων, ειδικά σε ότι αφορά τη δυνατότητα τους να δημιουργήσουν κοινωνική αξία.
Αυτοσχεδιασμός για την διευκόλυνση της υλοποίησης των κοινωνικών στόχων	<ul style="list-style-type: none"> • Αυτοσχεδιασμός βάσει προσεγγίσεων «καλύτερης λύσης» εντός των περιορισμών των διαθέσιμων πόρων. • Διαδικασία δοκιμής και λάθους.
Δημιουργία κοινωνικής αξίας	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία θέσεων εργασίας, δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης, εργασιακή ενσωμάτωση, ανάπτυξη δεξιοτήτων, επιμόρφωση και ανάπτυξη, κοινωνικό κεφάλαιο και κοινωνική συνοχή
Συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών	<ul style="list-style-type: none"> • Δομές διακυβέρνησης και λήψη αποφάσεων, συμμετοχή στο Δ.Σ., καθορισμός στρατηγικής και εφαρμογή
Πειθώ - Πείθω άλλους σημαντικούς δρώντες (actors) για την απόκτηση νέων πόρων και για υποστήριξη	<ul style="list-style-type: none"> • Πείθω άλλους σημαντικούς δρώντες εντός του περιβάλλοντος της επιχειρηματικής δράσης για τη δημιουργία κοινωνικής αξίας

Πηγή: Di Domenico et al. (2010)

2.3.1 «Το κάνω να συμβεί» (making do)

Οι Baker & Nelson (2005) αναφέρουν τρεις μορφές που εμπεριέχονται στο χαρακτηριστικό αυτό και λειτουργούν σε περιβάλλοντα με περιορισμένους πόρους. Έτσι, δημιουργείται κάτι από το τίποτε, αξιοποιούνται πόροι οι οποίοι μένουν **ανεκμετάλλευτοι – εγκαταλελειμμένοι - ή απορρίπτονται** - ή είναι απλώς ανεπιθύμητοι. Για τη δημιουργία νέων σκοπών οι κοινωνικοί επιχειρηματίες έλκονται από τους ανεκμετάλλευτους πόρους όπου οι άλλοι αποτυγχάνουν να αναγνωρίσουν την αξία ή τη χρησιμότητα τους. Ο κοινωνικός «μάστορας» εδώ θεωρείται ικανός να επιστρατεύσει κάτω από διάφορες συνθήκες, οποιεσδήποτε στρατηγικές κρίνονται απαραίτητες ώστε να καταφέρει να αντιμετωπίσει αστάθμητους παράγοντες/ή απρόβλεπτες ενέργειες (Di Domenico et al. 2010).

Ωστόσο οι προοπτικές μιας λειτουργικής κοινωνικής επιχείρησης, συχνά θεωρούνται ανεξέλεγκτες (Preece, 2013) διότι μπορεί να δημιουργηθούν λύσεις οι οποίες θα έχουν σφάλματα και κενά, συχνά ογκώδη και ατελή, επειδή περιλαμβάνουν άχρηστα κι ανεπιθύμητα στοιχεία (Steffens et al, 2009)

2.3.2 Άρνηση να αποθαρρυνθώ από τους περιορισμούς που μου επιβάλλονται (A refusal to be constrained by limitations)

Η δεύτερη εννοιολογική διάσταση του Κοινωνικού Κολάζ, χαρακτηρίζεται μέσα από την άρνηση του να περιορίζεται κάποιος από τους τυχόντες περιορισμούς (Di Domenico et al, 2010, Baker & Nelson, 2005) κάτι το οποίο συνηθίζεται στους κοινωνικούς επιχειρηματίες (Zahra et al. 2009) εφόσον υπόκεινται συνήθως σε ακραίο περιορισμό των πόρων. Με αυτόν τον τρόπο, γίνεται προσπάθεια να ελέγχονται και να παρεμποδίζονται ενδεχόμενοι περιορισμοί, οι οποίοι συνήθως επιβάλλονται από κάποιους θεσμούς ή πολιτικές ρυθμίσεις (Di Domenico et al, 2010).

Η έλλειψη των πόρων, μπορεί να είναι **εξωτερικής** (εξαντλημένοι ή απρόσιτοι πόροι) ή **εσωτερικής** (έλλειψη δεξιοτήτων και γνώσεων) φύσεως (Gundry et al., 2011) οπότε και για την εξεύρεσή τους απαιτείται βαθιά γνώση τόσο για τους διαθέσιμους σε τοπικό επίπεδο πόρους, όσο και των τοπικών περιβαλλοντικών συνθηκών (Zahra et al. 2009).

2.3.3 Αυτοσχεδιασμός (Improvisation)

Οι δύο παραπάνω έννοιες, σύμφωνα με τους Di Domenico et al. (2010), στην πράξη υπονοούν τη στενή σχέση που υφίσταται ανάμεσα σε εκείνες και την έννοια της ευρηματικότητας που συνίσταται στην εξεύρεση πόρων που προέκυψαν από τον αυτοσχεδιασμό. Η έννοια του αυτοσχεδιασμού, είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την έννοια της δημιουργικότητας και ως στοιχεία του Κοινωνικού Κολάζ, οδηγούν πολλές φορές τους κοινωνικούς επιχειρηματίες, ελλείψει πόρων, να χρησιμοποιήσουν δημιουργικές προσεγγίσεις για την προσέλκυση μη παραδοσιακών πόρων και την ένταξη αυτών με νέο τρόπο, στις κοινωνικές προκλήσεις που εμπίπτουν στην αποστολή τους (Gundry et al, 2011). Οι επιχειρηματίες στην περίπτωση αυτή, μεταμορφώνονται σε «μάστορες», που είναι ικανοί να δημιουργήσουν το οτιδήποτε, με οποιαδήποτε υλικά υπάρχουν στη διάθεσή τους (Di Domenico et al, 2010)

Οι κοινωνικοί μάστορες λέγεται ότι είναι σε θέση να ανταποκρίνονται γρήγορα στις μεταβαλλόμενες συνθήκες. Ωστόσο η εξάρτησή τους από άμεσα διαθέσιμους πόρους και αυτοσχεδιαστικά συστήματα χωρίς κάποια επίσημη μορφή σχεδιασμού, μερικές φορές εμποδίζει τους κοινωνικούς μάστορες στην αντιμετώπιση των αναγκών σε μεγαλύτερες κλιμακούμενες δραστηριότητες τους ή την επέκτασή τους γεωγραφικά (Phillimore et al, 2016, Zahra et al, 2009)

2.3.4 Δημιουργία Κοινωνικής Αξίας (Social Value Creation)

Το χαρακτηριστικό αυτό εμπλούτισε τις προηγούμενες αναλύσεις για το Κοινωνικό Κολάζ, μέσα από την έρευνα των Di Domenico et al (2010). Η κοινωνική αξία αποτελεί καθοριστικό στοιχείο και κεντρικό στόχο της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας (Di Domenico et al, 2010) και είναι ο κοινός παρονομαστής, δηλαδή η επίλυση κάποιου κοινωνικού προβλήματος, όλων των Κοινωνικών Επιχειρήσεων, οποιασδήποτε μορφής, σκοπού ή επιχειρηματικού μοντέλου. Ο στόχος αυτός αφορά τόσο τα διαδικαστικά όσο και τα λειτουργικά μέρη των επιχειρήσεων, καθώς εντυπώνεται στο καταστατικό τους, στις πολιτικές τους, στις διαδικασίες τους, τις στρατηγικές λειτουργίας και στο επιχειρηματικό τους μοντέλο (Di Domenico et al, 2010).

Οι κοινωνικοί «μάστορες» σε αυτή την περίπτωση, έχοντας την κατάλληλη γνώση και θέση ώστε να μπορούν να εντοπίζουν τις τοπικές κοινωνικές ανάγκες, καταφέρνουν να αξιοποιήσουν τα κίνητρα τους, την εξειδίκευσή τους και τους

προσωπικούς τους πόρους, με συνέπεια τη δημιουργία και την ενίσχυση του κοινωνικού πλούτου (Zahra et al, 2009). Η έρευνα των Di Domenico et al (2010) τονίζει πως για να δημιουργηθεί κοινωνική αξία, υπάρχει *«ενδημική ανάγκη για δυναμική δημιουργία πόρων ως απάντηση στις πιέσεις που δημιουργούνται από την έλλειψη τους»*

2.3.5 Συμμετοχή ενδιαφερομένων μερών (Stakeholder Participation)

Η ενεργός συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών στη *«δημιουργία, διαχείριση και διακυβέρνηση των κοινωνικών επιχειρήσεων»* σύμφωνα με τους Di Domenico (2010), αποτελεί βασικό συστατικό του Κοινωνικού Κολάζ και αυτό διότι, εφαρμόζεται στην ουσία μια στρατηγική κοινωνικής δικτύωσης, πολλές φορές με **«άτομα κλειδιά»** με αποτέλεσμα την πολλαπλή πρόσβαση σε πόρους, ενώ παράλληλα οικοδομείται το ενδιαφέρον και η υποστήριξη σε ό, τι δημιουργείται από την επιχείρηση.

Πρακτικά, με τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών, δημιουργούνται δίκτυα μεταξύ της κοινωνικής επιχείρησης και των ατόμων που διαθέτουν χρήσιμους πόρους και εξειδίκευση που θα μπορούσαν να την ωφελήσουν.

2.3.6 Πειθώ (Persuasion)

Η χρήση της πειθούς ως τακτική, αποτελεί βασικό δομικό στοιχείο του Κοινωνικού Κολάζ για τη δημιουργία κοινωνικής αξίας (Di Domenico et al. 2010). Στην έρευνα τους υποστηρίζουν τη βαρύτητα που δίνουν τα κοινωνικά επιχειρηματικά εγχειρήματα στις κοινωνικές σχέσεις, παρουσιάζοντας τες ως *«περιουσιακά στοιχεία της φιλίας, της συμπάθειας, της εμπιστοσύνης, της υποχρέωσης και της ευγνωμοσύνης»*, ως προς την από κοινού επιλογή των πόρων για την επιτυχία του εκάστοτε εγχειρήματος.

Τα ενδιαφερόμενα μέρη, εφόσον πειστούν για τη δυνητική χρησιμότητα των πόρων που θα διαθέσουν καθώς επίσης και για την επικείμενη δημιουργία κοινωνικής αξίας (Di Domenico et. al (2010) από την πλευρά της επιχείρησης, τότε εκείνα θα συνεισφέρουν τους διαθέσιμους πόρους τους, το χρόνο τους, την εμπειρία τους και την ενέργεια τους (Preece, 2013) προς αυτή την κατεύθυνση.

2.4 Ανακεφαλαίωση

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάσαμε τη διαδικασία του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage) που εμφανίζεται στο πλαίσιο της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας ως τύπος δραστηριοποίησης των κοινωνικών επιχειρηματιών. Μέσα από τον θεωρητικό κι εννοιολογικό φακό του Κοινωνικού Κολάζ, που αναπτύχθηκε στο μέτρο των δυνατοτήτων, διακρίναμε μια σειρά χαρακτηριστικών που διέπουν τη μέθοδο και που προσδίδουν έναν εναλλακτικό τρόπο συμπεριφοράς στις Κοινωνικές Επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες που την υιοθετούν.

Τα χαρακτηριστικά αυτά, καθιστούν τη μέθοδο ικανή να δημιουργήσει από μόνη της τα εφόδια που χρειάζεται ώστε να παράγει κοινωνική αξία, συνδυάζοντας – ανασυνδυάζοντας και δημιουργώντας τους απαιτούμενους πόρους, αρνούμενη τον κάθε είδους περιορισμό που της επιβάλλεται και αυτοσχεδιάζοντας. Παράλληλα στηρίζεται και δημιουργεί τα κοινωνικά της δίκτυα, πείθοντας τα εν δυνάμει ενδιαφερόμενα μέρη για τη δυναμική χρησιμότητα της βοήθειας αλλά και των πόρων που δύνανται να προσφέρουν.

Η ενότητα αυτή επιπλέον, μέσα από την ανάλυση του εννοιολογικού πλαισίου του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage), συνέβαλε στην αποσαφήνιση και την κατανόηση των δομικών του στοιχείων, διότι αυτά θα αξιοποιηθούν στην έρευνα μας, προκειμένου να απαντηθούν με σαφήνεια οι ερευνητικοί μας στόχοι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ

3.1 Εισαγωγή

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση αδιαμφισβήτητα αποτελεί φορέα στήριξης της τοπικής ανάπτυξης και της ευημερίας. Με την αποκέντρωση των υπηρεσιών της χώρας, η οποία συνδυάστηκε με σωρεία αλλαγών, οδηγήθηκε σε έναν ενεργητικότερο ρόλο απέναντι στον άλλοτε διεκπεραιωτικό του χαρακτήρα και αποτέλεσε τον ακρογωνιαίο λίθο της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης, συμβάλλοντας σε ζητήματα τοπικών υποθέσεων. Στο σύγχρονο πλαίσιο άσκησης κοινωνικής πολιτικής των ΟΤΑ, δίνεται έμφαση μεταξύ άλλων, στην αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών πυροδοτώντας την ανάγκη δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, μέσα από την καινοτομία στις παροχές αλλά και μέσα από τη δημιουργία συνεργατικών δικτύων.

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί, θα μας απασχολήσει η ενεργός συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης ως ενδιαφερόμενο μέρος στις επιχειρηματικές δραστηριότητες των φορέων της Κοινωνικής Οικονομίας, με στόχο την από κοινού επίτευξη σκοπών και επιδιώξεων, που αφορούν την τοπική ανάπτυξη και την ευημερία. Τέλος θα γίνει αναφορά, σε μια σειρά πρακτικών και πολιτικών προς εφαρμογή, οι οποίες καθιστούν την ενίσχυση της τοπικής Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας από τους δήμους, ως μια προσπάθεια εύρεσης εναλλακτικών τρόπων ανάπτυξης και βιωσιμότητας του οικονομικού και κοινωνικού τοπίου που πλήττεται από τον περιορισμό των δημόσιων δαπανών.

3.2 Τοπική Αυτοδιοίκηση και Κοινωνικές Επιχειρήσεις: Κοινοί στόχοι κι επιδιώξεις

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση καθίσταται αρκετά οικεία ως έννοια και αποτελεί τον πυρήνα της ελληνικής κοινότητας, από την αρχαιότητα μέχρι και τη νεώτερη Ελλάδα, ως μια ενότητα πολλαπλών δραστηριοτήτων, ενταγμένη σε συγκεκριμένο γεωγραφικό τόπο και με κύρια χαρακτηριστικά τη γλώσσα, τη θρησκευτική πίστη και την πολιτιστική ταυτότητα (Ντάσιος, 2013, σελ. 183). Καθώς αποτελεί το πλέον

επιφορτιζόμενο επίπεδο της τοπικής διακυβέρνησης, με τοπικές ευθύνες, εξελισσόμενες μεταρρυθμιστικές αλλαγές, ζητήματα τοπικής ανάπτυξης αλλά και αμφισβήτησης, είναι αυτό στο οποίο βρίσκονται πλησιέστερα όλοι οι πολίτες.

Η Κοινωνική Επιχείρηση από την άλλη πλευρά, είναι μια λιγότερο οικεία, πλην όμως εξελισσόμενη οπτική γωνία της ανάπτυξης. Λαμβάνει χώρα στο πλαίσιο της τοπικής κυρίως Κοινωνικής Οικονομίας, τολμώντας να συμβάλει καθοριστικά στην τοπική ανάπτυξη, δημιουργώντας πολλαπλές θετικές επιπτώσεις. Γεφυρώνοντας τις παραδοσιακές κατηγορίες των υφιστάμενων τομέων - δημόσιου και ιδιωτικού - χρησιμοποιεί τις οικονομικές και εμπορικές δραστηριότητες για την προώθηση κοινωνικών στόχων, απαντώντας σε δύο βασικές προκλήσεις: 1) της **αποδοτικότητας**, στοχεύοντας στην ανάπτυξη βιώσιμων επιχειρηματικών μοντέλων μέσω της αποτελεσματικής κατανομής των πόρων και 2) της **ισότητας**, παρέχοντας υπηρεσίες οι οποίες συχνά υποστηρίζονται από στόχους γύρω από τη συμμετοχή και την ένταξη (Dumian & Eversole, 2013). Οι δύο αυτές προκλήσεις, με βάση την ανάπτυξη, μπορούν να θεωρηθούν βασικά σημεία σύγκλισης ενδιαφέροντος με τους ΟΤΑ

Παρά το γεγονός ότι αντιπροσωπεύουν δύο διαφορετικές οργανωτικές μορφές φορέων και οι δύο αναμφισβήτητα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στις αναπτυξιακές διαδικασίες. Η ανάπτυξη των δραστηριοτήτων του τρίτου τομέα σε τοπικό επίπεδο, δυνητικά θα μπορούσε να επιφέρει την κάλυψη μέρους των σύγχρονων αναγκών και απαιτήσεων, ανοίγοντας νέους ορίζοντες στην αγορά εργασίας. Παράλληλα να προσφέρει υπηρεσίες κοινωνικού χαρακτήρα, σχετιζόμενες με την ποιότητα ζωής, τον πολιτισμό, το περιβάλλον, την εκπαίδευση κ.α, οι οποίες αποτελούν κοινό γνώμονα παροχής υπηρεσιών και ανάπτυξης και για τους δύο τομείς. Επιπλέον η επέκταση του, τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο δύναται να συμβάλει, ως εναλλακτική μορφή παροχής υπηρεσιών, στην άμεση αντιμετώπιση κρίσιμων ζητημάτων, τόσο στο πλαίσιο ένταξης κι επανένταξης ατόμων σε κρίση, όπως για παράδειγμα οι άνεργοι, τα άτομα ειδικών και ευπαθών κοινωνικών ομάδων, όσο και στην αποκατάσταση της σχέσης των πολιτών με τους κρατικούς θεσμούς, την αγορά και την κοινωνία των πολιτών μέσα από τη *«συνέργεια, την οριζόντια επικοινωνία και το συντονισμό ετερογενών φορέων της πολιτείας»* (Κοντιάδης και Απίστουλας, 2002, 209).

Αυτό, υποδηλώνει την ανάγκη να εξετάσουμε πιο προσεκτικά το ενδεχόμενο του οφέλους των τοπικών κυβερνήσεων από τη στενότερη συνεργασία τους με τις

Κοινωνικές Επιχειρήσεις, καθώς οι σύγχρονες τάσεις της δημόσιας πολιτικής, δείχνουν ότι υπάρχει ευκαιρία διατομεακής συνεργασίας ως τρόπος για τη δημιουργία κοινού τόπου προς εύρεση λύσεων (Pillora & McKinlay 2011). Αντικαθίστανται πολλές φορές, τα παλαιότερα πρότυπα δημόσιου μανατζμεντ με νέες πιο εξελιγμένες μορφές σχέσεων μεταξύ κράτους και κοινωνίας. Επίσης, τονίζουν την ανάγκη για δικτύωση και δημιουργία τοπικών συμπράξεων και συνεργασιών, μεταξύ των διαφορετικών δομών και των θεσμικών επιπέδων, καθώς επίσης και την αναγκαιότητα διαμόρφωσης ενδιάμεσων υποστηρικτικών δομών (Κοντιάδης και Απίστουλας, 2002, 220).

Παρόλα αυτά και σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία όπως αυτή μελετήθηκε από τους Dumian & Eversole (2013) σε Αυστραλία, ΗΠΑ, Καναδά, Ηνωμένο Βασίλειο και Ευρώπη, διαπιστώθηκε ότι ενώ υπάρχει μια εκτεταμένη βιβλιογραφία για την Τοπική Αυτοδιοίκηση και μια ταχέως αναπτυσσόμενη σε σχέση με τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις, εξακολουθούν να υπάρχουν πολύ λίγα τεκμηριωμένα στοιχεία που να καλύπτουν την πραγματική ή τη δυνητική σχέση μεταξύ των δύο. Παράλληλα διαπιστώθηκαν εννοιολογικές και θεωρητικές ενδείξεις, σύμφωνα με τις οποίες αναγνωρίστηκε ο εν δυνάμει θετικός αντίκτυπος μιας ισχυρής συνεργασίας μεταξύ τους, με βάση την ανάπτυξη, όπου δύναται να βοηθήσει στην αντιμετώπιση βασικών και ουσιαστικών προκλήσεων. Έτσι, παρά τα στενά όρια των γνώσεων μας, η μελέτη αυτή προτείνει ως αφετηρία των περαιτέρω μελετών, τον προσδιορισμό **τριών τύπων αλληλεπίδρασης** μεταξύ Τοπικής Αυτοδιοίκησης και Κοινωνικών Επιχειρήσεων:

1) Τοπική Αυτοδιοίκηση και δημιουργία Κοινωνικών Επιχειρήσεων: Ο τύπος αυτός αφορά την περίπτωση όπου οι τοπικές κυβερνήσεις αναγνωρίζουν μια ευκαιρία ή οποία μπορεί να αφορά την κάλυψη των υφιστάμενων κενών στην παροχή υπηρεσιών και την αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων, με τρόπους ευθυγραμμισμένους και σύμφωνα πάντα με τις βασικές στρατηγικές των προτεραιοτήτων τους.

2) Τοπική Αυτοδιοίκηση και υποστήριξη Κοινωνικών Επιχειρήσεων: Ο συγκεκριμένος τύπος αφορά την περίπτωση όπου οι τοπικές κυβερνήσεις στοχεύουν ρητά όχι μόνο στην υποστήριξη και την ανάπτυξη νέων και υφιστάμενων κοινωνικών επιχειρήσεων της περιοχής τους - κυρίως μέσω χρηματοδοτικών προγραμμάτων, προγραμμάτων κατάρτισης, ή και πολιτικών πρωτοβουλιών - αλλά και στην ευαισθητοποίηση της κοινότητας που δραστηριοποιούνται οι κοινωνικές

επιχειρήσεις.

3) Τοπική αυτοδιοίκηση σε συνεταιρισμό με τις κοινωνικές επιχειρήσεις: Ο τύπος αυτός αφορά την περίπτωση που οι τοπικές κυβερνήσεις συνάπτουν επίσημες συνεργασίες με ειδικές κοινωνικές επιχειρήσεις για ένα καθορισμένο σκοπό.

Η εν λόγω έρευνα, παρά το γεγονός ότι δεν επεκτείνεται σε τεκμηριωμένα παραδείγματα, εντοπίζει και δίνει το έναυσμα για εμβάθυνση τόσο στους τρόπους συνεργασίας μεταξύ των ΟΤΑ και των Κοινωνικών Επιχειρήσεων όσο και στα οφέλη που τείνουν να επιφέρουν, δείχνοντας έτσι ότι μέσα από την ενδυνάμωση της εν λόγω συνεργασίας και της ενίσχυσης των θετικών της επιπτώσεων στην τοπική ανάπτυξη, μπορεί να αποτελέσει μια αποτελεσματική στρατηγική υποστήριξης των τοποκεντρικών διαδικασιών ανάπτυξης.

3.3 Πολιτικές – πρακτικές ενίσχυσης της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας από την Τοπική Αυτοδιοίκηση

Σύμφωνα με το ισχύον θεσμικό πλαίσιο των Νόμων 4019/2011 (ΦΕΚ 216/τΑ'30-9-2011 «Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και λοιπές διατάξεις») και 4430/2016 (ΦΕΚ 205/τΑ'31-10-2016 «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και Ανάπτυξη των φορέων της και άλλες διατάξεις») που διέπει, μεταξύ άλλων, τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης σε σχέση με τους φορείς Κοινωνικής Οικονομίας, μπορούμε να διακρίνουμε συνοπτικά ορισμένες πρακτικές και πολιτικές που ενισχύουν τη συμβολή τους στην υποστήριξη και την ανάπτυξη των Κοινωνικών Επιχειρήσεων:

1. Τη συμμετοχή των Ν.Π.Δ.Δ. των Ο.Τ..Α ως μέλη σε Κοιν.Σ.Επ Ένταξης, που αφορά κυρίως την άσκηση κοινωνικής πολιτικής για την ανάληψη δράσης σχετικά με την ένταξη ευπαθών και ειδικών ομάδων στην αγορά εργασίας

2. Τη διάθεση πόρων, με τη μορφή επιχορηγήσεων, παραχώρησης περιουσιακών στοιχείων, χρήση κινητής και ακίνητης περιουσίας. Στην προκειμένη περίπτωση, σημαντική κρίνεται η καταγραφή των περιουσιακών στοιχείων, των οποίων η χρήση τους θα μπορούσε να παραχωρηθεί στις κοινωνικές – επιχειρήσεις.

3. Τη σύναψη προγραμματικών συμβάσεων με συνεταιρισμούς και ενώσεις συνεταιρισμών, δημιουργία δικτύου συνεργασίας

4. Τη χρηματοδότηση από το πρόγραμμα δημοσίων επενδύσεων, από ευρωπαϊκά και εθνικά προγράμματα, τις δωρεές κ.α

Η σύνδεση των πεδίων δράσης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των

Ο.Τ.Α. με αυτές της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας, θα μπορούσε επιπλέον να υποστηριχθεί και μέσα από ορισμένες άλλες πρακτικές, οι οποίες βρίσκονται εν δυνάμει σε θέση, να ενισχύσουν σημαντικά τόσο τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις όσο και τους εκπροσώπους αυτών, όπως για παράδειγμα:

- Μέσω συμβουλευτικών σταθμών και θερμοκοιτίδων ενημέρωσης, επιμόρφωσης ηγετών και στελεχών σχετικά με τα αντικείμενα δράσης που ενισχύουν τον στρατηγικό προσανατολισμό και τους άξονες προτεραιότητας των ΟΤΑ

- Μέσω κατάρτισης οδηγού/αρχείου των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή.

- Δράσεις για την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση της τοπικής κοινωνίας. Δημιουργία σχέσης εμπιστοσύνης, στήριξη των Κοινωνικών Επιχειρήσεων από τους πολίτες αλλά και τις τοπικές επιχειρήσεις.

- Κατανόηση και μελέτη πεδίων που ενδείκνυνται η ανάπτυξη των Κοινωνικών Επιχειρήσεων ώστε να καλυφθούν συγκεκριμένες τοπικές ανάγκες

- Συνεργασίες Δημόσιου, Ιδιωτικού και Κοινωνικού Τομέα για την ανάπτυξη κοινών θεματικών ζητημάτων, Αναπτυξιακές Συμπράξεις.

Στο πεδίο των νέων αναζητήσεων συνεργασίας, αξίζει να αναφέρουμε την έρευνα των Hostick-Boakye & Hothi (2011), που διεξήχθη στη Μ. Βρετανία όπου οι Κοινωνικές Επιχειρήσεις έχουν από καιρό καθιερωθεί, παρέχοντας μια σειρά προϊόντων και υπηρεσιών, επιτυγχάνοντας παράλληλα κοινωνική αξία. Εκεί οι τοπικές αρχές διαπίστωσαν ότι χρειάζεται μια ευρύτερη προσέγγιση για τη στήριξη και την καλλιέργεια των Κοινωνικών Επιχειρήσεων. Αυτή η ευρεία προσέγγιση περιλαμβάνει **επτά θέματα**, τα οποία λειτουργώντας μεταξύ τους συνδυαστικά σηματοδοτούν την πρόθεση των τοπικών αρχών να στηρίζουν την ανάπτυξη αλλά και τη σημασία που έχει η λειτουργία των κοινωνικών επιχειρήσεων στην περιοχή:

1. **Η ηγεσία** των κοινωνικών επιχειρήσεων, στην αντιπροσώπευση των θεμάτων συζήτησης με τις τοπικές αρχές συχνά στηρίζεται σε άτομα τα οποία σπάνια υποστηρίζονται από την εκάστοτε στρατηγική ή την πολιτική. Η ηγεσία, η κατανόηση και η πολιτική αποτελούν βασικούς παραμέτρους στήριξης αλλά και μετατόπισης των κοινωνικών επιχειρήσεων προς τις επικρατούσες τάσεις. Μερικές από τις περιλαμβανόμενες δράσεις αφορούν δραστηριότητες προώθησης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, της εκπαίδευσης των ανώτερων διευθυντικών στελεχών και των εκλεγμένων μελών των επιχειρήσεων και ένα κοινό όραμα, το

οποίο προωθείται από τους αντιπροσώπους των δημόσιων υπηρεσιών και των εκλεγμένων μελών.

2. Οι διαδικασίες προμηθειών μπορούν να απλοποιηθούν έτσι ώστε να επιτρέψουν στις κοινωνικές επιχειρήσεις να έχουν μεγαλύτερα ποσοστά επιτυχίας, συνάπτοντας συμβάσεις με τις τοπικές αρχές. Αυτό απαιτεί την ύπαρξη ισχυρής ηγεσίας αλλά και την αποδοχή μεγαλύτερου ρίσκου. Όλες οι τοπικές αρχές που προβλέπουν αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο προμηθεύονται τις υπηρεσίες και δημιουργούν τις δράσεις περιλαμβάνουν: την ανάπτυξη πρότυπων υπηρεσιών για την ενδυνάμωση της στάσης απέναντι στον ενδεχόμενο κίνδυνο, την ύπαρξη ενός ημερολογίου συμβάσεων που προβλέπει πότε θα προκύψουν οι ενδεχόμενες ευκαιρίες, την καθοδήγηση των υπευθύνων για την κατανόηση της νομοθεσίας σχετικά με τη χρήση κοινωνικών ρητρών, και τη μεσολάβηση μεταξύ των σχέσεων των τομέων της ιδιωτικής και κοινωνικής επιχείρησης προκειμένου να ενισχυθεί η συμμετοχή της κοινωνικής επιχείρησης ως συμβαλλόμενο μέρος .

3. Τα καινοτόμα οικονομικά μοντέλα. Ενδιαφέρον αποτελεί ότι η απολαβές εκ του αποτελέσματος και η επίδραση του κοινωνικού αντίκτυπου, αναπτύσσονται σε τομείς που ποικίλλουν, από την υγεία και την κοινωνική πρόνοια έως την κοινωνική δικαιοσύνη και την ανεργία. Οι περισσότερες από τις τοπικές αρχές που λαμβάνουν υπόψη τους την προσέγγιση αυτή, ενδιαφέρονται κυρίως για την εξερεύνηση διαφορετικών οικονομικών μοντέλων και πώς αυτά μπορούν να εφαρμοστούν.

4. Η παροχή των δημόσιων υπηρεσιών, είναι ζωτικής σημασίας για τις Κοινωνικές επιχειρήσεις κι αυτό διότι αναζητώντας τις ευκαιρίες τούς δίνεται παράλληλα η δυνατότητα εύρεσης και κάλυψης των υφιστάμενων κενών στην παροχή υπηρεσιών από τους δημόσιους φορείς. Οι τοπικές αρχές εδώ, ερευνούν τις επιλογές ανάπτυξης και υποστήριξης του υπάρχοντος προσωπικού του δημόσιου τομέα, «μεταδίδοντας» υπηρεσίες όπως οι κοινωνικές επιχειρήσεις.

5. Η συνεργασία μεταξύ των τομέων της δημόσιας, ιδιωτικής και κοινωνικής επιχείρησης μπορεί να προσφέρει περισσότερες ευκαιρίες στις κοινωνικές επιχειρήσεις να αναπτυχθούν, αυξάνοντας την αλληλοκατανόηση μεταξύ των συστημάτων και τον διαμοιρασμό των γνώσεων. Ωστόσο, οι κοινοπραξίες παραμένουν κάτι άγνωστο στους περισσότερους. Ορισμένες ενέργειες εδώ μπορεί να περιλαμβάνουν: τη δημιουργία ενός ανεξάρτητου αγωγού προκειμένου να βοηθήσει τις κοινοπραξίες ανάπτυξης, να ενθαρρυνθούν οι ιδιωτικές εταιρείες ώστε

να παρέχουν υπηρεσίες επιχειρηματικής υποστήριξη στις κοινωνικές επιχειρήσεις, και να προκύψει συνεργασία μεταξύ των ιδιωτικών και κοινωνικών επιχειρήσεων.

6. Η επιχειρηματική στήριξη των φορέων της κοινωνικής οικονομίας είναι το θεμέλιο της ανάπτυξης του τομέα. Οι τοπικές αρχές πρέπει να διασφαλίσουν μια σειρά από τακτικές οι οποίες να παρέχονται στις κοινωνικές επιχειρήσεις μέσα από ποικίλους οργανισμούς. Στην περίπτωση αυτή οι φορείς συμμετέχουν σε μια ποικιλία δράσεων, όπως στη δημιουργία τοπικού καταλόγου κοινωνικών επιχειρήσεων, την προώθηση εργαλείων αυτοαξιολόγησης για τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Επίσης παρέχουν πληροφορίες στις κοινωνικές επιχειρήσεις σχετικές με τα πιθανά πεδία δράσης που αφήνει ακάλυπτα ο δημόσιος τομέας αλλά και με τις αναπτυσσόμενες περιοχές που θα μπορούσαν να επεκταθούν.

7. Η τοπική καινοτομία. Οι επιτυχημένες κοινωνικές επιχειρήσεις είναι χτισμένες πάνω σε μια βαθιά κατανόηση των τοπικών αναγκών και στη δημιουργία ισχυρών τοπικών δικτύων. Επομένως, είναι σε θέση να παρέχουν αποτελεσματικές υπηρεσίες με καινοτόμο τρόπο. Είναι σημαντικό σε αυτό το σημείο οι τοπικές αρχές να οδηγήσουν τις κοινότητες έτσι ώστε να προσδιορίσουν τις ανάγκες και να διασφαλίσουν τις δυνατότητες των επιχειρηματιών με τη διάθεση των περιουσιακών στοιχείων για τις νέες κοινωνικές επιχειρήσεις. Οι δράσεις που αναπτύσσονται περιλαμβάνουν σε αυτή την περίπτωση, την ανάπτυξη ενός καταλόγου περιουσιακών στοιχείων που θα μπορούσαν να διατεθούν στις τοπικές κοινότητες, την ανάπτυξη συστήματος τοπικών ιδεών και την προώθηση καινοτόμων σχεδίων που να μπορούν να υποστηρίξουν τις τοπικές κοινωνικές επιχειρήσεις.

Συνδυάζοντας όλες τις παραπάνω πρακτικές, εύλογα οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι οι ΟΤΑ πράγματι μπορούν να ενισχύσουν αυτές τις επιχειρηματικές δράσεις, πρώτα απ' όλα με συνέπεια απέναντι στην «υποχρέωση» ενός πιο ενεργητικού ρόλου τους στις τοπικές υποθέσεις. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο είτε ως ενδιαφερόμενο μέρος, είτε στο πλαίσιο των πελατειακών σχέσεων με τις κοινωνικές επιχειρήσεις και η ενεργός συμμετοχή της καθίσταται καταλυτικός παράγοντας ενίσχυσης και διευκόλυνσης των εν λόγω επιχειρήσεων.

Επιπρόσθετα διακρίνουμε πως οι προαναφερόμενες πρακτικές φέρουν πολλά κοινά στοιχεία με τα χαρακτηριστικά της διαδικασίας του Κοινωνικού Κολάζ κάτι που φαίνεται να έχει ως συνέπεια, τόσο το να συνεισφέρει στην παραγωγή κοινωνικής αξίας που παράγουν οι επιχειρηματίες, όσο και στο να επιταχύνει τη

διαδικασία αυτή. Πιο συγκεκριμένα, θα μπορούσαμε να πούμε, πως αν εστιάσουμε στο πρώτο χαρακτηριστικό του Κοινωνικού Κολάζ («το κάνω να συμβεί»), βλέπουμε ένα ενδεχόμενο παροχής και διάθεσης τυχόν ανεκμετάλλετων και εγκαταλελειμμένων χώρων ιδιοκτησίας της, για χρήση από της Κοινωνικές Επιχειρήσεις. Έπειτα και σε σχέση με το δεύτερο χαρακτηριστικό (Άρνηση να αποθαρρυνθώ από τους περιορισμούς που μου επιβάλλονται) θα μπορούσε να μην αποτελεί θεσμικό εμπόδιο αλλά διευκόλυνση, ώστε να παρέχει τις απαραίτητες γνώσεις για τους διαθέσιμους πόρους. Βάσει ενός τρίτου χαρακτηριστικού (αυτοσχεδιασμός) και ελλείψει στρατηγικού σχεδιασμού από τις επιχειρήσεις, θα μπορούσε κάλλιστα να συμβάλλει μέσα από τη δημιουργία θερμοκοιτίδων, για τη διάθεση της απαιτούμενης πληροφορίας και για την κατανόηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Επίσης μέσα από ενέργειες επιμόρφωσης στελεχών και μελών, εκδηλώσεων που να περιλάμβανε τις σχολικές μονάδες και γενικότερα, δράσεις προώθησης της συμμετοχικότητας και της συλλογικότητας. Με αυτούς τους τρόπους η ΤΑ μπορεί να δώσει το παράδειγμα σε άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, πείθοντας τα μέσα από την συμμετοχή της.

3.4 Ανακεφαλαίωση

Στο κεφάλαιο αυτό, μας απασχόλησε η ενεργός δράση των ΟΤΑ, μέσα στο πλαίσιο των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων των φορέων της Κοινωνικής Οικονομίας, ως μια πιθανότητα διατομεακής και ισχυρής συνεργασίας μεταξύ των δύο, με βάση τον κοινό γνώμονα της ανάπτυξης. Παρά το γεγονός της περιορισμένης βιβλιογραφίας για την ανάπτυξη των μεταξύ τους σχέσεων, εντούτοις μέσα από έρευνες, κάποιες εννοιολογικές και θεωρητικές ενδείξεις οδηγούν σε έναν εν δυνάμει θετικό αντίκτυπο προς την τοπική ανάπτυξη και την ευημερία. Οι τρεις τύποι αλληλεπίδρασης μεταξύ της ΤΑ και των Κοινωνικών Επιχειρήσεων που παρουσιάστηκαν και παρά την έλλειψη τεκμηριωμένων παραδειγμάτων, τονίζουν ότι υπάρχουν ευκαιρίες για εμβάθυνση στη σχέση συνεργασίας. Στη συνέχεια, είδαμε μια σειρά πρακτικών και πολιτικών προς εφαρμογή, οι οποίες καθιστούν την ΤΑ «υπόχρεη» απέναντι στην ενίσχυση της τοπικής Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας προκειμένου να επέλθουν νέες προσεγγίσεις προς όφελος του τοπικού σχεδιασμού, της παροχής υπηρεσιών και της τοπικής ανάπτυξης.

Β' ΜΕΡΟΣ – ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Εισαγωγή

Μετά τη θεωρητική και εννοιολογική επισκόπηση της βιβλιογραφίας πάνω στα θέματα που αναπτύχθηκαν στο πρώτο μέρος της παρούσης, θα περάσουμε στο δεύτερο μέρος, που αποτελείται από τη μεθοδολογία της έρευνας.

Η διεξαγωγή της έρευνας δια της ποιοτικής μεθόδου, διενεργήθηκε μέσα από τη μελέτη περίπτωσης δύο Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων (Κοιν.Σ.Επ), μιας ένταξης και μιας συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας, που επινοήθηκαν, στήθηκαν και υποστηρίχθηκαν εκ της μηδενικής βάσεως, από νέους κοινωνικούς επιχειρηματίες στην πόλη του Βόλου και διεξήχθησαν συμπεράσματα υπό το πρίσμα του Κοινωνικού Κολάζ. Με γνώμονα το τοπίο της ελληνικής οικονομικής κρίσης, όπου το αστικό περιβάλλον πλήττεται από συνθήκες περιορισμού πόρων και ευκαιριών, αποτέλεσε την ιδανική συνθήκη εντοπισμού στοιχείων συμπεριφοράς Κοινωνικού Κολάζ αλλά και της συμμετοχικής δραστηριότητας της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, στο πλαίσιο της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας.

4.2 Ερευνητική Στρατηγική

Η παρούσα εργασία, ως προς το θεωρητικό μέρος της, τεκμηριώθηκε βάση βιβλιογραφικών και διαδικτυακών αναφορών. Κατά τη διάρκεια της έρευνας, πραγματοποιήθηκε κατά το δυνατόν εξαντλητική αναφορά σε συγγράμματα και επιστημονικά άρθρα καθώς επίσης και επισκέψεις σε σχετικούς με το αντικείμενο της έρευνας ιστότοπους, προκειμένου να εξυπηρετηθεί η πρόοδος της. Επιπλέον συμπεράσματα αποδόθηκαν μέσα από την παρατήρηση στους χώρους των επιχειρήσεων.

Ως προς το εμπειρικό μέρος της έρευνας, υιοθετήθηκε η ποιοτική προσέγγιση – μελέτη περίπτωσης (πραγματοποίηση συνεντεύξεων σε δύο επιχειρήσεις), καθώς θεωρήθηκε η πιο κατάλληλη, αναφορικά με τη συγκέντρωση πληροφοριακού υλικού, προκειμένου να αποσαφηνιστούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του

αντικείμενου της έρευνας. «Η μελέτη περίπτωσης, είναι μια σε βάθος μελέτη ενός φαινομένου (περίπτωση) στο φυσικό του περιβάλλον» και από την προοπτική γωνία των συμμετεχόντων στη λειτουργία του φαινομένου αυτού (Παλαιοκρασάς, 2007). Επιπλέον, η επιλογή της συγκεκριμένης μεθοδολογίας έναντι άλλων, έγκειται στο γεγονός ότι το αντικείμενο μελέτης αποτελεί καινοτόμο στοιχείο για τα δεδομένα της πόλης του Βόλου και καθιστά απαραίτητη τη συλλογή ποιοτικών δεδομένων, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα να εμβαθύνουμε κάτω από το φακό του Κοινωνικού Κολάζ στις κοινωνικές επιχειρήσεις και στη συμμετοχικότητα της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, πραγματοποιώντας μία ουσιώδη επισκόπηση εκ των έσω.

4.3 Μεθοδολογία έρευνας

4.3.1 Επιλογή δείγματος

Καθώς η έρευνα μας εστιάζει στο Δήμο Βόλου για τη μελέτη σε τοπικό επίπεδο, ως πληθυσμός της έρευνας μας μπορεί να χαρακτηριστούν οι είκοσι πέντε συνολικά εγγεγραμμένες Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ.Επ) στο Μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας.

Η συγκρότηση του δείγματος συντελέστηκε μέσα από την επιλογή δύο εξ αυτών, με βάση τα εξής **κριτήρια**: το πρώτο είναι η **αντιπροσώπευση** - ανάλογα με τον ειδικότερο σκοπό - και των δύο κατηγοριών Κοιν.Σ.Επ, δηλαδή μίας Κοιν.Σ.Επ Ένταξης και μίας Κοιν.Σ.Επ Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας. Οι Κοιν.Σ.Επ Ένταξης, επιδιώκουν την ένταξη στην οικονομική και κοινωνική ζωή, των ατόμων που ανήκουν στις ειδικές και ευάλωτες ομάδες πληθυσμού ενώ οι Κοιν.Σ.Επ Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας, αναπτύσσουν δραστηριότητες «βιώσιμης ανάπτυξης» και παρέχουν «κοινωνικές υπηρεσίες γενικού ενδιαφέροντος». Στόχος είναι να αναδειχθεί ο σκοπός της έρευνας μέσα από δύο επιχειρήσεις διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Για την αντιπροσώπευση της πρώτης κατηγορίας εντοπίστηκε μόνο μία επιχείρηση ενταγμένη στο Μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας η οποία και επιλέχθηκε, ενώ για την αντιπροσώπευση της δεύτερης κατηγορίας, λειτούργησε το δεύτερο κριτήριο επιλογής, που ήταν η **προσβασιμότητα** της ερευνήτριας σε μία από αυτές.

Το δείγμα δεν χρειάζεται να είναι ποσοτικά μεγάλο για τη διεξαγωγή έγκυρης έρευνας. Συνήθως αφορά σε διψήφιο ή ακόμη και σε μονοψήφιο αριθμό, καθώς ένα μεγάλο δείγμα δεν εξυπηρετεί ούτε τους στόχους ούτε τους σκοπούς της ποιοτικής

έρευνας. Σε αντίθεση, ένα μεγάλο δείγμα μπορεί να λειτουργήσει αρνητικά ως προς την εγκυρότητα της ποιοτικής έρευνας, αφού μέσα στο μεγάλο αριθμό των συμμετεχόντων χάνονται τα υποκειμενικά και εξατομικευμένα χαρακτηριστικά, τα οποία θέλει να κατανοήσει η ποιοτική έρευνα (Μαντζούκας, 2007).

4.3.2 Διαδικασία συλλογής δεδομένων – διασφάλιση εγκυρότητας και αξιοπιστίας της έρευνας

Οι συνεντεύξεις για τη συλλογή των πρωτογενών δεδομένων, πραγματοποιήθηκαν από τη ερευνήτρια – συγγραφέα της παρούσης και μεταπτυχιακή φοιτήτρια του προγράμματος Δ.Δ.Π.Μ.Σ. «Τοπική και Περιφερειακή Ανάπτυξη και Αυτοδιοίκηση».

Η συνέντευξη που αποτελεί μέσο πρόσφορο για τη συλλογή ποιοτικών δεδομένων, δηλαδή το μέσο για τη διεξαγωγή ποιοτικής ερευνητικής μεθόδου, βασίζεται στη συζήτηση δύο ανθρώπων. Διεξάγεται δηλαδή με την επικοινωνία δύο μερών, που αποτελούνται από τον συνεντευκτή και τον συνεντευξιαζόμενο (ερωτώμενο), προκειμένου να εξαχθούν συγκεκριμένα συμπεράσματα σχετικά με το θέμα που πραγματεύεται η έρευνα. Ως προς την οργάνωση του πλαισίου αυτού, ακολουθήθηκε συγκεκριμένη μεθοδολογία. Σε πρώτο στάδιο ο συνεντευκτής συντάξε και διαμόρφωσε τον οδηγό συνέντευξης ημιδομημένου ερωτηματολογίου, όπως αυτός αναλύεται στην ενότητα 4.3.3, βάση του οποίου διενεργήθηκε η συνέντευξη, μετατρέποντας τους σκοπούς της έρευνας σε ερωτήσεις. Στη συνέχεια ο συνεντευκτής προσάρμοσε τον οδηγό σε κάθε ερωτώμενο και τέλος ήλθε σε επαφή με τους ερωτώμενους, καθορίζοντας τις συναντήσεις, προκειμένου να διεξαχθεί η συνέντευξη, (Φίλιας, 1993, 131) όπερ και εγένετο.

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν με τρόπο που να μην είναι καθοδηγητικές από πλευράς του συνεντευκτή, έτσι ώστε οι συνεντευξιαζόμενοι να απαντήσουν σύμφωνα με δικούς τους γνώμονες ενώ κατόπιν των προκαθορισμένων συναντήσεων, διεξήχθησαν στους χώρους των υπό εξέταση κοινωνικών επιχειρήσεων, κατά τις ημερομηνίες 21/3/2017 και 27/3/2017 και ώρα 18:00. Διήρκησαν συνολικά εξήντα τρία λεπτά και καταγράφηκαν με τη χρήση μαγνητοφώνου, γεγονός που οι συμμετέχοντες γνώριζαν εκ των προτέρων, ενώ μετά την άδεια των συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε απομαγνητοφώνηση. Τα βήματα που ακολουθήθηκαν έγιναν με τρόπο που να συνδέονται μεταξύ τους με λογική

συνέπεια, συνέχεια και αλληλουχία έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η εγκυρότητα και η αξιοπιστία της ερευνητικής διαδικασίας η οποία θα διασφαλίσει και την εγκυρότητα και αξιοπιστία των αποτελεσμάτων (Μαντζούκας, 2007).

Για την επιλογή των εκπροσώπων που παραχώρησαν τις συνεντεύξεις, λήφθηκε σοβαρά υπόψη αφενός το γεγονός ότι και οι δύο αποτελούν τους επικεφαλής και νόμιμους εκπροσώπους των επιχειρήσεων (Πρόεδροι Δ.Σ), αφετέρου ότι είναι τα ιδρυτικά στελέχη και διαθέτουν δικαίωμα πρόσβασης στην απαιτούμενη πληροφορία, ενώ διασφαλίζεται ακόμη περισσότερο και η εγκυρότητα της έρευνας.

4.3.3 Περιγραφή ερευνητικού εργαλείου

Για την εκπλήρωση του στόχου της παρούσης, διεξήχθησαν δύο συνεντεύξεις σε βάθος, πρόσωπο με πρόσωπο (face to face) και με οδηγό συνέντευξης ένα ημιδομημένο ερωτηματολόγιο, τριών θεματικών ενοτήτων και είκοσι οκτώ συνολικά ερωτήσεων, το οποίο συντάχθηκε από την ερευνήτρια έτσι ώστε να εξυπηρετηθούν οι σκοποί της έρευνας της. Έπειτα ο οδηγός συνέντευξης προσαρμόστηκε σε κάθε περίπτωση ξεχωριστά και τέλος, έγινε η συγκέντρωση του πρωτογενούς υλικού από τους συνεντευξιαζόμενους κοινωνικούς επιχειρηματίες, το οποίο στη συνέχεια και αξιολογήθηκε με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα.

Ο λόγος για τον οποίο επιλέχθηκε αυτός ο οδηγός συνέντευξης, έγκειται στο γεγονός ότι η ημιδομημένη τεχνική χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο από νέους ποιοτικούς ερευνητές, ώστε να μην παρασυρθούν από τη συνέντευξη ή την παρατήρηση, *«είναι δηλαδή κάτι σαν χάρτης, που θυμίζει πού θέλει να φτάσει, αλλά η επιλογή της διαδρομής μπορεί κάθε φορά να είναι διαφορετική, ανάλογα με την περίπτωση»* (Μαντζούκας, 2007). Στο πλαίσιο της συζήτησης, οι ερωτώμενοι απάντησαν με απλό τρόπο σε σαφείς ερωτήσεις. Οι απαντήσεις τους έδωσαν τη δυνατότητα στην ερευνήτρια να καταλήξει σε συγκεκριμένα συμπεράσματα σχετικά με το αντικείμενο μελέτης.

4.4 Ερευνητικός στόχος – ερευνητικά ερωτήματα

Με βάση το θεωρητικό πλαίσιο που αναλύσαμε στο δεύτερο και τρίτο κεφάλαιο της εργασίας και μέσα από την κατανόηση και την αποσαφήνιση των δομικών στοιχείων της διαδικασίας του Κοινωνικού Κολάζ, αλλά και της ανάλυσης του ρόλου της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στη λειτουργία των Κοινωνικών Επιχειρήσεων,

στηρίζουμε και παραθέτουμε τον διττό στόχο της έρευνας ως εξής: :

Ο πρώτος ερευνητικός στόχος, πραγματεύεται τη μελέτη και τη διαπίστωση της υιοθέτησης της διαδικασίας του Κοινωνικού Κολάζ από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, Κοινωνικούς Επιχειρηματίες. Πιο συγκεκριμένα, πρόκειται να διαπιστώσουμε και να επιβεβαιώσουμε εμπειρικά, εάν οι Κοινωνικοί Επιχειρηματίες εφαρμόζουν – υιοθετούν τη διαδικασία του Κοινωνικού Κολάζ και ειδικότερα τα **έξι βασικά χαρακτηριστικά** της, με βάση το πλαίσιο των Di Domenico et al. (2010): **1. Το κάνω να συμβεί 2. Άρνηση να αποθαρρυνθώ από τους περιορισμούς που μου επιβάλλονται 3. Αυτοσχεδιασμός, 4. Δημιουργία Κοινωνικής Αξίας, 5. Συμμετοχή ενδιαφερομένων μερών και 6. Την πειθώ**, καθώς και να το επεκτείνει με νέα στοιχεία.

Ο δεύτερος ερευνητικός στόχος αποτελεί την ανάδειξη του ρόλου των **Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης** ως καταλύτης σε αυτή τη διαδικασία, αν δηλαδή **συμμετέχει ως ενδιαφερόμενο μέρος (stakeholder participation)** αλλά και με οποιονδήποτε άλλον τρόπο, προκειμένου να στηρίξει ενεργά την τοπική κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Βάσει του διττού αυτού στόχου, θα επιδιωχθεί να απαντηθούν τα δύο παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

Α' Ερευνητικό Ερώτημα: Υιοθετούν οι Κοινωνικοί Επιχειρηματίες στις υπό μελέτη Επιχειρήσεις τα χαρακτηριστικά του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage) σύμφωνα με το μοντέλο των Di Domenico et al. (2010);

Β' Ερευνητικό Ερώτημα: Ποιος είναι ο ρόλος των ΟΤΑ στο πλαίσιο αυτής της διαδικασίας;

4.5 Μέθοδος ανάλυσης δεδομένων

Η ανάλυση των δεδομένων, περιλαμβάνει την ανάλυση της κάθε περίπτωσης μελέτης και τη σύγκριση ανάμεσα στις περιπτώσεις. Έγινε με χρήση της μεθόδου της Θεματικής Ανάλυσης (Thematic Analysis)(Wikipedia.org), η οποία ως τεχνική είναι μία από τις πιο κοινές μορφές ανάλυσης της ποιοτικής έρευνας. Επισημαίνει, εξετάζει και καταγράφει τα πρότυπα «θέματα» μέσα από το σύνολο των δεδομένων, τα οποία είναι σημαντικά για την περιγραφή του εξεταζόμενου φαινομένου και συνδέονται με μια συγκεκριμένη ερευνητική ερώτηση. Τα θέματα έπειτα μετατρέπονται σε κατηγορίες προς ανάλυση η οποία τελικά πραγματοποιείται μέσω μιας

κωδικοποιημένης **διαδικασίας έξι φάσεων** μέσα από την οποία αποδίδεται το νόημα των θεμάτων. Οι φάσεις αυτές είναι: η εξοικείωση με τα δεδομένα, η δημιουργία της αρχικής κωδικοποίησης, η αναζήτηση θεμάτων μεταξύ των κωδικών, η επανεξέταση των θεμάτων, η απόδοση των ορισμών και η ονοματοδοσία των θεμάτων, και τέλος η παραγωγή της τελικής έκθεσης. Οι ερευνητές σε αυτή τη μέθοδο λειτουργούν ως τα όργανα περισυλλογής και ανάλυσης δεδομένων. Προκειμένου ο ερευνητής να αναγνωριστεί ως εργαλείο ανάλυσης τους, είναι αναγκαία η ύπαρξη και η διατήρηση της «περιοδικής αντανakλαστικότητας» (αλλιώς «αναλυτικό υπόμνημα» ή «σημείωση γραφής»), καθώς η διαδικασία αυτή, περιλαμβάνει την τεκμηρίωση πιθανών ευρημάτων και επιπτώσεων της έρευνας και έτσι βοηθάει στο να αναδειχθούν τα σχέδια, τα θέματα και οι αντιλήψεις που θα αναδυθούν. Μέσα σε όλη τη διαδικασία κωδικοποίησης, ο ερευνητής, πρέπει να καταγράψει με λεπτομέρεια την ανάπτυξη του κάθε κωδικού και του πιθανού θέματος. Στην προκειμένη περίπτωση οι κωδικοί χρησιμοποιήθηκαν αυτούσιοι και δεν δημιουργήθηκαν. Επιπρόσθετα οι αλλαγές που γίνονται σε σχέση με τα θέματα και οι συσχετίσεις μεταξύ των θεμάτων συμπεριλαμβάνονται στην τελική έκθεση για να βοηθήσουν τον αναγνώστη να κατανοήσει τις αποφάσεις που πάρθηκαν κατά τη διαδικασία της κωδικοποίησης.

Στην εν λόγω έρευνα, αρχικά καταγράφηκε η λίστα των εννοιολογικών κατηγοριών ως θεματικοί κωδικοί όπως αυτή προέκυψε από την υπάρχουσα βιβλιογραφία σχετικά με την έννοια του Κοινωνικού Κολάζ και ποιο συγκεκριμένα από την έρευνα των Di Domenico et al (2010), ως εξής: 1. Το κάνω να συμβεί, 2. Άρνηση περιορισμού εξαιτίας προβλημάτων, 3. Αυτοσχεδιασμός, 4. Δημιουργία κοινωνικής αξίας, 5. Συμμετοχή ενδιαφερομένων μερών και 6. Πειθώ. Έπειτα δημιουργήθηκε το αρχικό θεματικό πρότυπο και χρησιμοποιήθηκε στην κατηγοριοποίηση των πρωταρχικών δεδομένων που συλλέχτηκαν για κάθε περίπτωση μελέτης, ενώ στη συνέχεια επεκτάθηκε προκειμένου να συμπεριλάβει οποιοδήποτε νέο θέμα προέκυπτε μέσα από την έρευνα. Μετέπειτα ακολουθήθηκε μια συγκριτική διαδικασία μεταξύ των περιπτώσεων, κατά την οποία τα θέματα κάθε περίπτωσης συγκρίθηκαν και έγιναν αντικείμενο επεξεργασίας. Αποσπάσματα από τα κείμενα των συνεντεύξεων όλων των πληροφοριοδοτών απομονώθηκαν και τα δεδομένα των συνεντεύξεων ερμηνεύτηκαν με βάση τη θεματική κωδικοποίηση. Τέλος διενεργήθηκε σύγκριση των δεδομένων των περιπτώσεων.

4.6 Ανακεφαλαίωση

Ανακεφαλαιώνοντας την παρούσα θεματική ενότητα στην εμπειρική έρευνα που διεξήχθη δια της ποιοτικής μεθόδου και με ερευνητικό εργαλείο τον οδηγό συνέντευξης ημιδομημένου ερωτηματολογίου, περιγράψαμε και αναλύσαμε στο μέτρο του δυνατού, τη μεθοδολογία της έρευνας μας μέσα από μια μελέτη περίπτωσης. Το δείγμα που επιλέχθηκε αποτελείται από δύο Κοινωνικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ.Επ Ένταξης και Κοιν.Σ.Επ Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας) οι οποίες εδρεύουν και δραστηριοποιούνται στην πόλη του Βόλου.

Στη συνέχεια αποσαφηνίσαμε τους ερευνητικούς μας στόχους, οι οποίοι βασίζονται στα έξι κύρια χαρακτηριστικά από τα οποία απαρτίζεται η διαδικασία του Κοινωνικού Κολάζ, όπως αυτά διαπιστώθηκαν μέσα από την έρευνα των Di Domenico et al, 2010. Τέλος, εξετάσαμε τη μεθοδολογία των δεδομένων που συλλέχθηκαν μέσα από τις συνεντεύξεις των συμμετεχόντων Κοινωνικών Επιχειρηματιών τα οποία και μας οδήγησαν στα συμπεράσματα που ακολουθούν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ – ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

5.1 Εισαγωγή

Σε μια ποιοτική έρευνα, τα εμπειρικά δεδομένα αποτελούνται από τα κείμενα των συνεντεύξεων με τους πληροφοριοδότες, αποσπάσματα των οποίων εμπεριέχονται στην παρουσίαση των αποτελεσμάτων ως τεκμήρια για τη στήριξη της ανάλυσης και του σχολιασμού. Μέσα από την ανάλυση των συνεντεύξεων, δίνονται απαντήσεις στους προκαθορισμένους ερευνητικούς στόχους που θέτει η έρευνα, οι οποίοι και αποσαφηνίζονται στο σχετικό κεφάλαιο της μεθοδολογίας. Δεδομένου ότι η ποιοτική έρευνα είναι εγγενώς ερμηνευτική έρευνα, οι προκαταλήψεις, οι αξίες και οι κρίσεις των ερευνητών, αναγνωρίζονται και λαμβάνονται υπόψη στην παρουσίαση των αποτελεσμάτων. Αυτή η ειλικρίνεια θεωρείται θετικός παράγοντας στην κοινότητα της ποιοτικής έρευνας.

Στο παρόν κεφάλαιο, έπειτα από την παρουσίαση των συμβαλλόμενων στην έρευνα κοινωνικών επιχειρήσεων δια των εκπροσώπων τους, ακολουθεί η παρουσίαση και ο σχολιασμός των αποτελεσμάτων της έρευνας που αφορούν τους τρόπους με τους οποίους ανταποκρίνονται οι κοινωνικοί επιχειρηματίες σε συνθήκες έλλειψης πόρων. Τα αποτελέσματα βασίζονται στα προκαθορισμένα δομικά χαρακτηριστικά της διαδικασίας του Κοινωνικού Κολάζ.

5.2 Περιγραφή των υπο-μελέτη κοινωνικών επιχειρήσεων – στοιχεία συνεντευξιαζόμενων

Στη διεξαγωγή της έρευνας, έλαβαν μέρος δύο Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ.Επ), στην περιοχή του Βόλου, ως ακολούθως:

1) Κοιν.Σ.Επ Ένταξης, με την επωνυμία «La Petite Cantine» Project, καφέ – μπιστρό – εστιατόριο – πολυχώρος. Ιδρύθηκε το 2016 και εντάσσει στις δραστηριότητες της, την κατάρτιση και την εκπαίδευση ατόμων από ειδικές κι ευπαθείς ομάδες, μέσα από την απασχόληση και τις δραστηριότητες της. Η εν λόγω επιχείρηση αποτελείται από επτά μέλη διαφόρων ειδικοτήτων, τα οποία και απαρτίζουν το Διοικητικό Συμβούλιο ενώ οι απασχολούμενοι κατά την τρέχουσα περίοδο είναι δεκατρείς. Πρόκειται για έναν διαφορετικό χώρο εστίασης, που

δραστηριοποιείται στο Βόλο και απασχολεί αποκλειστικά στο εργατικό της δυναμικό, άτομα με αναπηρίες αποτελώντας έτσι μέρος της κοινωνικής οικονομίας στην ελληνική πραγματικότητα. Απώτερο σκοπό έχει να προάγει την ενεργό συμμετοχή των ατόμων αυτών στην απασχόληση. Εκπρόσωπος είναι ο κος Διονύσιος – Νεκτάριος Δαλούκας, ένα από τα ιδρυτικά μέλη και μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου, από τον οποίο και παραχωρήθηκε η συνέντευξη.

2) Κοιν.Σ.Επ Συλλογικής & Κοινωνικής Ωφέλειας, με την επωνυμία «ΠαΠαντού» - Κοιν.Σ.Επ Παραστατικών Τεχνών. Ιδρύθηκε το 2016 και εντάσσει στις δραστηριότητες της το θέατρο και το κουκλοθέατρο. Αποτελείται από έξι μέλη που απαρτίζουν το Διοικητικό Συμβούλιο ενώ ο αριθμός των εργαζομένων δεν είναι σταθερός και μεταβάλλεται ανάλογα με την παράσταση που πρόκειται να ανέβει – κατά την τρέχουσα περίοδο δεν υπάρχει αριθμός απασχολούμενων. Πρόκειται για την «ΠΑράσταση Παντού» που ασχολείται με τις παραστατικές τέχνες του θεάτρου και του κουκλοθέατρου και η οποία πηγαίνει την παράσταση μέσα στο σχολείο των παιδιών και το θέατρο κοντά σε όλο τον κόσμο. Εκπρόσωπος της επιχείρησης είναι η κα Συνοδή Φουκαλά, επίσης ιδρυτικό μέλος και μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της επιχείρησης η οποία παραχώρησε και τη συνέντευξη.

5.3 Παρουσίαση αποτελεσμάτων – σχολιασμός

Στην ενότητα αυτή, πρόκειται να οργανωθούν, να παρουσιαστούν και να σχολιαστούν τα αποτελέσματα της μελέτης μας, με βάση τα δύο ερευνητικά ερωτήματα που θέσαμε.

5.3.1 Α' Ερευνητικό ερώτημα

Το πρώτο μας ερευνητικό ερώτημα όπως εξετάσαμε αναλυτικά στη σχετική ενότητα, πραγματεύεται το εάν υιοθετούν οι Κοινωνικοί Επιχειρηματίες στις υπό μελέτη Επιχειρήσεις τους, τα χαρακτηριστικά του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage), σύμφωνα με το μοντέλο των Di Domenico et al. (2010).

Στον Πίνακα 5.1 που ακολουθεί, παραθέτουμε συνοπτικά τα αποτελέσματα που αποδόθηκαν μέσα από την έρευνας μας, συνοδευόμενα από το προτεινόμενο εννοιολογικό πλαίσιο των ερευνητών, ενώ πρόκειται να αναλυθούν ξεχωριστά, στις μετέπειτα υποενότητες.

Πίνακας 5.1
Πίνακας Αποτελεσμάτων

5.1 ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ			
Αρχές του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage) εφαρμοσμένες στις Κοινωνικές Επιχειρήσεις «La Petite Cantine» Project και «ΠαΠαντου»			
Αρχές και διαδικασίες του Κοινωνικού Κολάζ (Di Domenico et al. 2010)	Επεξήγηση	“La Petite Cantine” Project	«ΠαΠαντου»
<p>Το κάνω να συμβεί με τους διαθέσιμους περιορισμένους πόρους και δημιουργώ κάτι από το τίποτα για κοινωνικό σκοπό</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Συνδυασμός πόρων/τα κάνω να συμβεί με περιορισμένους διαθέσιμους πόρους • Δημιουργώ κάτι από το τίποτα, όπως δημιουργία μιας νέας αγοράς ή μιας νέας υπηρεσίας εκεί όπου αρχικά δεν υπήρχε; • Χρήση: παρατημένων, αχρησιμοποίητων ή ανεπιθύμητων πόρων για νέους σκοπούς; • Χρήση: ‘κρυμμένων’ ή αχρησιμοποίητων εγχώριων πόρων που οι άλλοι οργανισμοί απέτυχαν να εντοπίσουν, να αξιολογήσει ή να τους χρησιμοποιήσουν αποτελεσματικά. 	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία υπηρεσίας για την ένταξη και κοινωνικοποίηση ατόμων μέσα από την εργασία • Προσωπική εργασία, συλλογή και επαναχρησιμοποίηση πόρων – π.χ η πόρτα που μετατράπηκε σε έπιπλο γραφείου • Ενεργοποίηση ανενεργών ανθρώπινων πόρων 	<ul style="list-style-type: none"> • Παραστάσεις μέσα στο χώρο των σχολείων • Κατασκευή πραγμάτων από ξύλα, πέτρες κ.α • Παίξιμο μουσικής στις παραστάσεις από τα μέλη της (ερασιτέχνες μουσικοί) • Κατασκευή μηχανισμού για την αυλαία από ελαιόδεντρων που είχαν κλαδευτεί (φυσικοί πόροι)
<p>Άρνηση να αποθαρρυνθώ από τους περιορισμούς που μου επιβάλλονται από το περιβάλλον προκειμένου να πετύχω τον κοινωνικό σκοπό .</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Άρνηση να αποθαρρυνθώ από περιορισμούς, μέσα από τη δοκιμή λύσεων – τακτικών αντίδρασης απέναντι σε θεσμικές δομές/κανόνες; • Ανατροπή των περιορισμών που επιβάλλονται από τα διαθέσιμα περιβάλλοντα πόρων, ειδικά σε ότι αφορά τη δυνατότητα τους να δημιουργήσουν κοινωνική αξία. 	<ul style="list-style-type: none"> • Διάθεση του χώρου για άλλες δράσεις (πολιτιστικές, συνεστιάζεις, εκθέσεις, μαθήματα νοηματικής), για την ενίσχυση του εισοδήματος • Αυτοσυντηρούμενοι, πληρώνουν με ότι βγάζουνε 	<ul style="list-style-type: none"> • Αλληλοϋποστήριξη με άλλες Κοιν.Σ.Επ • Ελλείπει επαγγελματικής στέγης, χρησιμοποιείται το σαλόνι του σπιτιού μελών της επιχείρησης • Ανάπτυξη δεξιοτήτων τύπου “solving problems”
<p>Αυτοσχεδιασμός για την διευκόλυνση της υλοποίησης των κοινωνικών στόχων</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Αυτοσχεδιασμός βάσει προσεγγίσεων «καλύτερης λύσης» εντός των περιορισμών των διαθέσιμων πόρων. • Διαδικασία δοκιμής και λάθους. 	<ul style="list-style-type: none"> • Αυτοσχεδιασμός σε σχέση με την κατανομή και την εξοικονόμηση χρημάτων (βάση προτεραιοτήτων) • Δημιουργία διάφορων κατασκευών που δεν στοιχίζουν 	<ul style="list-style-type: none"> • Αυτοσχέδιες κούκλες με χαρτοπολτό (χαρτί υγείας και ατλακόλ), κοστόμια από παλιά ρούχα • Αυτοσχέδια κατασκευή του παραπήγματος κουκλοθεάτρου

Δημιουργία κοινωνικής αξίας	<ul style="list-style-type: none"> Δημιουργία θέσεων εργασίας, δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης, εργασιακή ενσωμάτωση, ανάπτυξη δεξιοτήτων, επιμόρφωση και ανάπτυξη, κοινωνικό κεφάλαιο και κοινωνική συνοχή 	<ul style="list-style-type: none"> Κοινωνικοποίηση ένταξη, συνεργατικότητα, αλληλεγγύη, ισότητα και ισορροπία Συλλογικότητα 	<ul style="list-style-type: none"> Συλλογική διαδικασία Καλλιέργεια των ανθρώπων μέσα από την τέχνη, ανάπτυξη συναισθηματικής και ηθικής νοημοσύνης του παιδιού Ηθικό κεφάλαιο Παιδεία
Συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών	<ul style="list-style-type: none"> Δομές διακυβέρνησης και λήψη αποφάσεων, συμμετοχή στο Δ.Σ., καθορισμός στρατηγικής και εφαρμογή 	<ul style="list-style-type: none"> Προσέγγιση φορέων και εκδηλώσεις αλληλοϋποστήριξης για συγκέντρωση χρημάτων (π.χ ΚΗΠΟΣ, Willing to help) 	<ul style="list-style-type: none"> Συναδελφικό δίκτυο εκπαιδευτικών, προσκλήσεις να παίξει η παράσταση στα σχολεία, στήριξη από όμοιους χώρους
Πείθω - Πείθω άλλους σημαντικούς δρώντες (actors) για την απόκτηση νέων πόρων και για υποστήριξη	<ul style="list-style-type: none"> Πείθω άλλους σημαντικούς δρώντες εντός του περιβάλλοντος της επιχειρηματικής δράσης για τη δημιουργία κοινωνικής αξίας 	<ul style="list-style-type: none"> Προβολή μέσω διαδικτύου, άρθρων, εκπομπών, δράσεων Βιοματικά σεμινάρια (πολλά προηγήθηκαν της δημιουργίας της επιχείρησης) Η δύναμη, είναι το ίδιο το project 	<ul style="list-style-type: none"> Μέσα κοινωνικής δικτύωσης Μέσα από το προσωπικό δίκτυο Προβολή μέσα από τη «δουλειά» και την προσφορά της επιχείρησης
Προστιθέμενο στοιχείο	Επεξήγηση	“La Petite Cantine” Project	«ΠαΠαντου»
«Προσωπικό Αντίκρισμα»	<ul style="list-style-type: none"> Κινητήριος δύναμη για την παραγωγή κοινωνικής αξίας μέσω της επιλογής συγκεκριμένων κοινωνικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, ανταποκρινόμενων σε προσωπικά κίνητρα ή εμπειρίες 	<ul style="list-style-type: none"> Ο επιχειρηματίας της επιχείρησης φέρεται να κινητοποιήθηκε από το γεγονός του ποσοστού αναπηρίας του (81%) 	<ul style="list-style-type: none"> Η επιχειρηματίας φέρεται να κινητοποιήθηκε από την ανεργία της σε συνδυασμό με τα τυπικά της προσόντα (απόφοιτος δύο σχολών Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης)

5.3.1.1. «Το κάνω να συμβεί»

Το πρώτο χαρακτηριστικό του Κοινωνικού Κολάζ, όπως αυτό εντοπίστηκε αρχικά στην ιδέα του Levi - Strauss το 1967, αφορά τη διαδικασία βάσει της οποίας, ο

κοινωνικός «μάστορας» (social bricoleur) λειτουργεί ως «συλλέκτης» προκειμένου να αποκτήσει πόρους. Να τους συνδυάσει, να τους ανασυνθέσει αλλά και να εκμεταλλευτεί τις ενδεχόμενες ευκαιρίες που θα προκύψουν, ώστε να δημιουργήσει ο ίδιος τις επιθυμητές λύσεις. Με αυτόν τον τρόπο, η χρήση των πόρων δύναται να μετατραπεί ανάλογα με το πως επιλέγουμε να τους χρησιμοποιήσουμε.

Οι τρεις βασικές προσεγγίσεις που εμπεριέχονται στη διαδικασία του Κοινωνικού Κολάζ για την απόκτηση πόρων, αφορούν: 1. τη δημιουργία του «κάτι από το τίποτα», όπως για παράδειγμα η δημιουργία μιας αγοράς ή παροχή μιας υπηρεσίας εκεί που δεν υπάρχει κάτι σχετικό, 2. η χρήση εγκαταλελειμμένων, απορριπτέων ή ανεπιθύμητων πόρων για νέους σκοπούς και 3. η χρήση αχρησιμοποίητων τοπικών πόρων που άλλοι αδυνατούν να εντοπίσουν, να αξιολογήσουν ή να χρησιμοποιήσουν επαρκώς. Η συμπεριφορά του «τα βγάζω πέρα» εντοπίστηκε και στις δύο μελέτες περίπτωσης ως προς τον απώτερο σκοπό της δημιουργίας κοινωνικής αξίας.

Ένα παράδειγμα της συμπεριφοράς Κοινωνικού Κολάζ στο πεδίο αυτό, δόθηκε από τον επιχειρηματία της περίπτωσης Νο 1, όπου περιέγραψε πως η επιχείρηση αναπτύχθηκε από μία και μόνο ιδέα: να δημιουργηθεί ένας πολυχώρος όπου να δουλεύουν άτομα με αναπηρία με σκοπό την ένταξη και την κοινωνικοποίηση τους μέσα από την εργασία. Επίσης, τα άτομα αυτά να γίνουν παραγωγικά, κάτι που «στη χώρα μας αυτό είναι πολύ πίσω ακόμα». Ως προς τις προδιαγραφές της επιχείρησης, τονίζει κυρίως την «προσβασιμότητα» στο χώρο, ως καινοτόμα υπηρεσία στα εγχώρια δεδομένα, διότι αυτό αποτελεί «μέγα πλήγμα στην Ελλάδα». Όπως χαρακτηριστικά τονίστηκε, το όραμα της Κοινωνικής Επιχείρησης:

«είναι να εντάξουμε άτομα με αναπηρία και από κοινωνικές ευπαθείς ομάδες στο χώρο εργασίας, να τους κάνουμε παραγωγικούς και το σημαντικότερο να κοινωνικοποιούνται αυτά τα άτομα. Να βγαίνουν, να κυκλοφορούν, να εστιάζονται, να συμμετέχουν, να συνυπάρχουν και στο χώρο εργασίας, ενός πολυχώρου εστίασης, αλλά και στο κομμάτι του πολιτισμού.»

Η επιχειρηματίας της περίπτωσης Νο2 τονίζει, πως το ενδιαφέρον της στράφηκε στη δημιουργία ενός προσιτού θεάτρου / κουκλοθέατρου, προσπαθώντας να λύσει πολλά ζητήματα πηγαίνοντας το θέατρο στον ίδιο τον θεατή – μαθητή, δίνοντας του έτσι το κίνητρο να ενταχθεί σε μια συλλογική διαδικασία συμμετοχής ως ενεργό μέλος, μαζί με τους συντελεστές και τους ηθοποιούς της παράστασης. Όπως η ίδια τονίζει:

«για αυτό και το όνομα μας «ΠαΠαντου» από το Παράσταση Παντού. Η παράσταση να πηγαίνει στο σχολείο των παιδιών», «να φέρει το θέατρο κοντά σε όλο τον κόσμο, όχι μόνο ως ακροατήριο αλλά και ως ενεργό μέλος»

Μια δεύτερη άποψη σχετικά με το χαρακτηριστικό αυτό, αποτελεί η επαναχρησιμοποίηση των ανεπιθύμητων πόρων, ο ανασυνδυασμός τους ή η εκμετάλλευση πόρων που συλλέχθηκαν, δωρίστηκαν ή απλά προέκυψαν. Για παράδειγμα, ολόκληρο το μοντέλο της περίπτωσης No2 προκειμένου αυτή να λειτουργήσει, ελλείψει οικονομικών και υλικών πόρων, βασίστηκε εξολοκλήρου στη συλλογή και την κατασκευή τους, από τα ίδια τα μέλη της επιχείρησης, εκμεταλλευόμενα το οτιδήποτε είχαν στη διάθεση τους. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε η επιχειρηματίας

«Ο συνεργάτης μου είναι οικοδόμος κατά βάση κι ερασιτέχνης μουσικός, που παίζει και στις παραστάσεις, κατασκευάζει πράγματα με όλα τα υλικά, ξύλα, πέτρες κ.α. Έπρεπε να βρούμε μία λύση για να εξασφαλίσουμε δουλειά για τους εαυτούς μας».

Οι λύσεις που δίνονται κάθε φορά για τη λειτουργία της επιχείρησης, περιστρέφονται γύρω από χειροποίητες κατασκευαστικές διαδικασίες ενός κλασικού παραδοσιακού κουκλοθέατρου, ενώ όπως ανέφερε, δεν χρειάζονται πολλά για να μπορέσει μια παράσταση να πάει παντού:

«Εμείς, το φορτηγάκι μας, οι βαλίτσες μας, οι κούκλες μας και το παράπηγμα το κουκλοθεατρικό, τα μουσικά μας όργανα, ακορντεόν, κιθάρες, τα οποία τα πάμε και στήνουμε από το πουθενά ένα μαγικό γεγονός.»

Ο επιχειρηματίας της περίπτωσης No1 αναφερόμενος στο μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης, το χαρακτήρισε ως μια κολεκτίβα, όπου οι πόροι συλλέγονται και φτιάχνονται από ανθρώπους που μπορούν να προσφέρουν, είτε σε εργασία είτε σε διάθεση υλικών αλλά κυρίως εκμεταλλευόμενοι τους ήδη υπάρχοντες πόρους, μέσα από τα συλλογή και την επαναχρησιμοποίηση τους. Πιο συγκεκριμένα ανέφερε:

«Οι πόροι αρχικά οι οικονομικοί που ήρθαν από τις τσέπες μας και κάποιες υλικές δωρεές που είχαμε από ορισμένες επιχειρήσεις και εταιρίες [...] Λειτουργήσαμε με ότι είχαμε διαθέσιμο. Με εθελοντές, αγγελίες, κάλεσμα μέσω της σελίδας μας, στέλνοντας αίτημα χορηγιών σε εταιρίες, που μας βοήθησαν με υλικά. Κυρίως δηλαδή μέσω υλικών δωρεών. Υπήρξε δίκτυο εθελοντών και εργάτες δικοί μας που μας βοήθησαν. Βάψαμε κάποιες καρέκλες, σοφατίσαμε κάποια κομμάτια, φτιάξαμε τον κήπο μας, βάψαμε τον φράχτη μας. Το γραφείο που καθόμαστε για παράδειγμα, είναι

μια πόρτα. Μάθαμε να συλλέγουμε αντικείμενα. Συλλέγω και επαναχρησιμοποιώ.».

Η χρήση των τοπικών πόρων που δεν έχουν ενδεχομένως έως τώρα χρησιμοποιηθεί, αποτελεί την τρίτη προσέγγιση του χαρακτηριστικού «τα βγάζω πέρα». Στην περίπτωση του επιχειρηματία της περίπτωσης Νο 1, προκύπτει πως η «ενεργοποίηση», στην προκειμένη περίπτωση, «ανενεργών» ανθρώπινων τοπικών πόρων, παράγει την κοινωνική αξία δίνοντας της δυσπρόστατη μορφή: οι «ανεπιθύμητοι» - «εγκαταλελειμμένοι» και «απορριπτέοι» ανθρώπινοι τοπικοί πόροι, μπαίνουν στην παραγωγή, όντας εργαζόμενοι στην επιχείρηση, κάνοντας τους ισότιμους και ισάξιους, τόσο στα μάτια τα δικά τους όσο και της τοπικής κοινωνίας. Πιο συγκεκριμένα ανέφερε:

«Ουσιαστικά λύνει το πρόβλημα της κοινωνικοποίησης. Άτομα τα οποία έχουνα αναπηρία, που πολλά ούτε καν βγαίνουνε από το σπίτι τους ή πάρα πολλοί δεν έχουνα μάθει να συναναστρέφονται, να εστιάζονται, να είναι παραγωγικοί».

Στην περίπτωση Νο 2, αυτό αποδόθηκε μέσα από τη χρήση ανεκμετάλλευτων πόρων του φυσικού περιβάλλοντος με τρόπο που να εξυπηρετεί τις δυνατότητες και τις δεξιότητες κατασκευής και προσαρμογής τους στον περιβάλλοντα χώρο μιας παράστασης. Πιο συγκεκριμένα η επιχειρηματίας ανέφερε:

«Λύνουμε τα θέματα μας – η δεξιότητα του solving problems – με πράγματα που υπάρχουν ήδη. [...] Θα σας δώσω ένα παράδειγμα, η αυλαία του κουκλοθέατρου μας, επειδή έχει μηχανισμό που ανοιγοκλείνει, ο μηχανισμός αυτός είναι χειροποίητος, με μισινέζα και ξύλα τα οποία ξύλα ήτανε από τις ελιές που είχαμε κλαδέψει, τα πήρε ο συνεργάτης και τα έφτιαξε, πραγματικά πρέπει να το δείτε, είναι εντυπωσιακό».

5.3.1.2 Άρνηση να αποθαρρυνθώ από τους περιορισμούς που μου επιβάλλονται»

Το δεύτερο χαρακτηριστικό του Κοινωνικού Κολάζ, εντοπίστηκε από τους Baker & Nelson (2005) και προάγει την άρνηση στους περιορισμούς που επιβάλλονται κυρίως από θεσμικές ή πολιτικές ρυθμίσεις αλλά και από ένα φτωχό σε πόρους περιβάλλον. Μέσα από τα δεδομένα μας αποδεικνύεται, ότι ως συμπεριφορά αποτελεί σημαντική πτυχή και αναπόσπαστο τμήμα της βιωσιμότητας και της εξέλιξης των συγκεκριμένων κοινωνικών επιχειρήσεων. Μέσα από συγκεκριμένα παραδείγματα διαπιστώσαμε τη στάση εξουδετέρωσης κάποιων συμβατικών περιορισμών που επιβλήθηκαν στους συμμετέχοντες, οι οποίοι εντελώς συνειδητά ανέπτυξαν λύσεις καταπολέμησης των περιορισμών αυτών, ώστε να δημιουργήσουν κοινωνική αξία.

Η άρνηση στην αποθάρρυνση εκ μέρους των συμμετεχόντων, φάνηκε στο γεγονός ότι οι ίδιοι υπήρξαν ιδιαίτερα δημιουργικοί σε σχέση με τις αυξανόμενες πιέσεις, κυρίως για την εξοικονόμηση των οικονομικών πόρων αλλά και για την ενίσχυση του εισοδήματός τους, ενώ θα πρέπει να τονίσουμε ότι και στις δύο περιπτώσεις οι περιορισμοί ήταν ιδιαίτερα εμφανείς σε θέματα υποστήριξης από τους θεσμούς, όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο επιχειρηματίας της περίπτωσης Νο 1:

«Εμπόδιο από τους ανθρώπους μπορώ να πω δεν υπήρχε ούτε και από τις εταιρίες που μας στηρίζανε. Εμπόδιο μπορώ να πω πως αντιμετωπίσαμε από το δήμο και γενικά από το κράτος που δεν έχει μάθει να συνεργάζεται και να συνυπάρχει κανονικά με τέτοιου είδους επιχειρήσεις. Στην πορεία ελπίζω να γίνουν καλύτερα τα πράγματα».

Σε σχέση με το πώς ανταποκρίνονται σε συνθήκες περιορισμένων πόρων, έκανε την διαπίστωση πως:

«μαθαίνεις να εκτιμάς και να χρησιμοποιείς τα πράγματα τα οποία δεν θα χρησιμοποιούσες καν, θα τα είχες πεταμένα και το σημαντικότερο είναι ότι αυτό σε διαφοροποιεί από όλους τους άλλους»,

πιστεύοντας παράλληλα ότι το να είναι κανείς αυτοσυντηρούμενος, δίνει λύση σε όλα τα προβλήματα, *«δουλεύοντας πληρώνουμε και αυτό είναι το καλό της υπόθεσης.»*

Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να αναφέρουμε πως μια αυτοσυντηρούμενη επιχείρηση όπως είναι η περίπτωση Νο1, σταδιακά μπορεί να αναπτύξει δραστηριότητες παρεμφερείς με το αντικείμενο της, οι οποίες δύνανται να ενισχύσουν τα εισοδήματα και να επιφέρουν πολλαπλά κέρδη τόσο σε κλίμακα οικονομίας όσο και σε κοινωνική αξία, όπως ανέφερε ο συμμετέχοντας:

«Γίνονται μαθήματα νοηματικής, νοικιάζεται ο χώρος για πολιτιστικές δράσεις, διατίθεται επίσης και για παιδικά πάρτι, για ομάδες, για εκθέσεις, οπότε υπάρχουνε και από εκεί κάποια έσοδα».

Στην περίπτωση Νο2 τα ζητήματα τα οποία προέκυψαν, σε αντιδιαστολή με τις αρχικές τους προσδοκίες, δεν ήταν και τόσο θετικά και κυρίως κατά τη συγκρότηση της επιχείρησης. Αυτό τους οδήγησε στο να ενεργήσουν με τρόπους τους οποίους εφήυραν κατά περίπτωση, προκειμένου αυτά να ξεπεραστούν και να ξεκινήσει η επιχείρηση. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε η επιχειρηματίας:

«τον πρώτο καιρό που υποτίθεται ότι το πρόγραμμα το οποίο παρακολούθησα θα κάλυπτε νομικό σύμβουλο, λογιστή κλπ, τα πράγματα δεν ήτανε έτσι όπως τα φανταστήκαμε. Αναγκαστήκαμε για παράδειγμα το καταστατικό να το κάνουμε μόνοι

μας, το οποίο είναι ένα καταστατικό अपαράδεκτο, το έχω κρατήσει αναμνηστικό, γιατί δεν ξέραμε τη «γλώσσα» στην οποία να το κάνουμε. Κάποια στιγμή ζητήσαμε από το δήμο, εννοείτε να πληρώσουμε, κάποιο χώρο για να κάνουμε μαθήματα και εργαστήρια θεάτρου σε παιδιά και πάλι δεν υπήρχε χώρος. Τα προβλήματα γενικώς ξεπεραστήκαν με τη βοήθεια ανθρώπων από άλλες Κοιν.Σ.Επ γιατί υπάρχει αλληλεγγύη και βοηθηθήκαμε έτσι.»

Σε άλλο σημείο για το πρόβλημα του χώρου που φιλοξενεί την επιχείρηση και για τον οποίο ζητήσανε να μισθώσουν κάποιον από το δήμο, χωρίς αυτό να έχει τελικά κάποιο αποτέλεσμα, ανέφερε πως

«η έδρα της ΠαΠαντού είναι στο σπίτι μας, είναι τα τετραγωνικά ακριβώς αυτά τα οποία έχουμε ζητήσει και νομικά, είναι το σαλόνι μας. Στο οποίο αν μπει μέσα απελπίζεσαι. Ραπτομηχανή, κούκλες, υφάσματα, κατσαβίδια, πένσες, ότι θέλεις, το σύμπαν όλο είναι εκεί.»

Με αυτόν τον τρόπο η επιχειρηματίας διακρίνει μια τάση εκτίμησης των πραγμάτων και των δυνάμεων σε προσωπικό επίπεδο που αναγκάζουν στην ουσία, χωρίς αυτό να είναι απαραίτητα κακό, την ανάπτυξη των δεξιοτήτων για την επίλυση των προβλημάτων, διότι τα δύσκολα έτσι κι αλλιώς υπάρχουν *«αλλιώς παραιτείσαι και πεθαίνεις.»* . Στα δεδομένα μας εντοπίστηκαν κυρίως οι δοκιμές λύσεων που αφορούν την εξουδετέρωση περιορισμών που επιβάλλονται από τους θεσμούς μέσα από τη συνεργασία τους με υποστηρικτικούς ανθρώπους, μέσα από την αυτοσχέδια λειτουργία αλλά και την εργασία τους.

5.3.1.3 «Αυτοσχεδιασμός»

Το τρίτο χαρακτηριστικό, αποσκοπεί στην προσαρμογή των συνηθισμένων τρόπων εργασίας με τη χρήση δημιουργικής σκέψης, ώστε να εξουδετερωθούν οι περιβαλλοντικοί περιορισμοί» (Di Domenico et al. 2010).

Οι συμμετέχοντες αναφέρθηκαν σε ανάγκες που προέκυψαν και δόθηκαν λύσεις, ανταποκρινόμενοι σε δυναμικές ευκαιρίες, μέσω του αυτοσχεδιασμού και της δημιουργικής τους σκέψης. Αυτό λειτούργησε ως τρόπος αντίδρασης στην έλλειψη των πόρων ώστε να συνεχιστεί απρόσκοπτα η λειτουργία των επιχειρήσεων και να διαμορφώνουν κάθε φορά την κατάλληλη για την κατάσταση προσέγγιση.

Σύμφωνα με την επιχειρηματία της περίπτωσης No2, χρειάστηκε να αυτοσχεδιάσουν εκεί που υπήρχαν μόνο δύο απαραίτητα εφόδια *«τα χέρια μας και τα*

μυαλά μας» τα οποία και λύσανε τα θέματα τους στην κατασκευή των εργαλείων τους, όπως είναι οι κούκλες, με χαρτοπολτό, χαρτί υγείας και ατλακόλ, ενώ για τα ρούχα τους χρησιμοποίησανε παλιά ρούχα δικά τους και έτσι σχεδόν τίποτα δεν αγοράστηκε. Όπως η ίδια ανέφερε,

«Στις κούκλες, στα κοστούμια, στο παράπηγμα του κουκλοθέατρου [...] Είμαστε κουκλοθέατρο παραδοσιακό με χαρτόκουκλα, το παράπηγμα μας είναι μεγάλο, δύο μέτρα επί ένα ογδόντα, η σκηνή έρχεται μέχρι τον κουκλοπαίχτη το πίσω μέρος και είναι λινάτσα, εγώ βλέπω τον κόσμο και ο κόσμος δεν με βλέπει και αυτά τα φτιάξαμε μόνοι μας τελείως, όλα, τα πάντα.»

Παράλληλα τονίστηκε ότι μέσα από τη φαντασία των μελών της επιχείρησης αλλά και των δικών τους ανθρώπων, διασφαλίζεται ένας διαρκής αυτοσχεδιασμός αντιμετώπισης ζητημάτων όπως αναφέρεται ως «ακραίο» παράδειγμα πως

«ακόμη και τις φούντες από τις κουρτίνες τους έχουμε πάρει, δεν έχουμε αφήσει τίποτα στα σπίτια των ανθρώπων».

Ο συμμετέχοντας της περίπτωσης No1 μας ανέφερε πως πολλές φορές χρειάστηκε να αυτοσχεδιάσουνε ακόμη και με τους οικονομικούς τους πόρους, ανακατανέμοντας τους έτσι ώστε να μπορέσουν να βελτιώσουν τη λειτουργία τους βάζοντας προτεραιότητες στα τρέχοντα ζητήματα, ενώ κατασκευάζουν ό, τι μπορούν, προκειμένου να εξοικονομήσουν χρήματα από την ενδεχόμενη αγορά ενός προϊόντος. Χαρακτηριστικά ανέφερε πως,

«Χρειάστηκε πάρα πολλές φορές να αυτοσχεδιάσουμε, με το να κάνουμε εξοικονόμηση χρημάτων και να τα αποδώσουμε κάπου σωστά και να τρενάρουμε τα πράγματα, να φτιάξουμε πράγματα. Κατασκευές που δεν θα στοιχίσουν, ώστε αυτά τα λεφτά να τα χρησιμοποιήσουμε κάπου αλλού.»

Η δημιουργική τάση των συμμετεχόντων αποδεικνύει πως οι ίδιοι είναι διατεθειμένοι να δοκιμάσουν διάφορες λύσεις στην καθημερινότητα τους, ακόμη κι αν εμπεριέχεται σε αυτές μεγαλύτερο ρίσκο αποτυχίας συγκριτικά με άλλες πιο δοκιμασμένες και αποτελεσματικές λύσεις, έτσι ώστε να παραχθεί η κοινωνική αξία ακόμη κι αν δεν παραχθεί το απαιτούμενο κέρδος. Οι στρατηγικές αυτές γίνονται αντικείμενο επεξεργασίας και αξιολογούνται από το ίδιο το περιβάλλον με στόχο την επιστράτευση της δημιουργικής διάθεσης των μελών σε κάθε δυσκολία.

5.3.1.4 «Δημιουργία Κοινωνικής Αξίας»

Ο στόχος της δημιουργίας κοινωνικής αξίας αποτελεί δομικό χαρακτηριστικό στοιχείο, το οποίο καθορίζει τις κοινωνικές επιχειρήσεις, (Zahra et al. 2009) και αποτελεί συστατικό γνώρισμα της έννοιας του Κοινωνικού Κολάζ. Η παραγωγή κοινωνικής αξίας, εμπεριέχεται στα καταστατικά των κοινωνικών επιχειρήσεων και καθορίζει τις στρατηγικές λειτουργίας τους, ως το κύριο συστατικό τους, έτσι ώστε να παραμένουν αποτελεσματικοί και δημιουργικοί παρά την έλλειψη πόρων. Παράλληλα αποτελεί το κίνητρο, από την πλευρά των συμμετεχόντων, ώστε να ξεπεράσουν τις δυσχέρειες που αντιμετωπίζουν.

Στα παραδείγματα μας, ο κάθε συμμετέχων τόνισε από την πλευρά του, πως η δημιουργία κοινωνικών αξιών, όπως είναι η παιδεία, η καλλιέργεια του ατόμου, η εκπαίδευση, η ισότητα, η κοινωνικοποίηση, είναι απόρροια συλλογικών διαδικασιών, αλληλένδετων μεταξύ τους και όχι τόσο απόρροια εξατομικευμένων δράσεων. Μια σειρά από αξίες, όπως αυτές εκφράζονται μέσα από τη λειτουργία της επιχείρησης, αναφέρει ο επιχειρηματίας της περίπτωσης Νο1:

«Η κοινωνικοποίηση και η ένταξη τους. Κοινωνικοποίηση, συνεργατικότητα, αλληλεγγύη, ισότητα και ισορροπία. Να είμαστε όλοι ισότιμοι και ισάξιοι και όλοι να έχουμε ίσες ευκαιρίες. Συνήθως αυτό που παράγεται είναι συλλογικό, είναι όλα μαζί, το ένα συμπληρώνει το άλλο, είναι βαθμίδες, είναι σκαλιά που άμα δεν ξεκινήσεις από το πρώτο για να πας στο δεύτερο, δεν μπορείς να προχωρήσεις και να πας στο τελευταίο. Άρα η συνεργατικότητα και όλες αυτές οι αξίες συνυπάρχουν, εκπαιδεύσαι, δουλεύεις, βιώνεις και φτάνεις στο τελικό επίπεδο».

Η επιχειρηματίας της περίπτωσης Νο2, συναντά κι εκείνη την κοινωνική αξία μέσα από τη συλλογικότητα:

«Αυτό που προσπαθούμε να πετύχουμε, το καταφέρει το θέατρο από μόνο του καταρχάς. Επειδή είναι αυτή η συλλογική διαδικασία στην οποία συμμετέχουν όλοι και ηθοποιοί και συντελεστές ως ομάδα, αλλά ταυτόχρονα και το κοινό, γιατί παράσταση χωρίς κοινό δεν είναι παράσταση, αυτό από μόνο του δημιουργεί νομίζω αυτό τον χαρακτήρα και αν πούμε ότι το θέατρο είναι μια τέχνη η οποία βοηθάει τον άνθρωπο να βρει τον εαυτό του, να τον μαλακώσει, να βρει απαντήσεις, είναι δηλαδή το ψέμα μάλλον όπως είπε και ο Πικάσο – που σε βοηθάει να συνειδητοποιήσεις την αλήθεια, είναι ένα μεγάλο εργαλείο παιδείας, για τον οποιονδήποτε άνθρωπο. Το θέατρο βέβαια δεν αλλάζει κοινωνίες, αλλά αλλάζει τους ανθρώπους που θα αλλάξουν

τις κοινωνίες. Η κοινωνική αξία νομίζω πως είναι όλα τα προηγούμενα. Το πώς μπορεί ένα παιδί να καλλιεργηθεί αισθητικά και έτσι να αναπτύξει κάποια κομμάτια της νοημοσύνης του, όπως είναι η συναισθηματική και η ηθική νοημοσύνη, τα οποία είναι και τα πλέον ζητούμενα στην εποχή μας.»

5.3.1.5 «Συμμετοχή ενδιαφερομένων μερών»

Η ενεργός συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών αφορά «στη δημιουργία, τη διαχείριση και τη διακυβέρνηση των κοινωνικών επιχειρήσεων» (Di Domenico et al. 2010) μέσα από την προσπάθεια δημιουργίας κοινωνικής δικτύωσης με απώτερο στόχο τη σύναψη σχέσεων με άτομα κλειδιά για την ανάπτυξή τους.

Η συμμετέχοντες υπέδειξαν πως πράγματι, μια τέτοιου είδους στρατηγική, είναι καίριας σημασίας διότι μπορεί κάλλιστα να αποτελέσει το υπόβαθρο για την ανάπτυξη της παρεχόμενης κοινωνικής αξίας από τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Η στρατηγική αυτή περιγράφηκε από τον συμμετέχοντα της περίπτωσης Νο1:

«Κάναμε κάλεσμα σε φορείς, όπως συλλόγους ΑΜΕΑ, πολιτιστικούς συλλόγους, σε κάποιους είχαμε ανταπόκριση σε κάποιους άλλους δυστυχώς, δεν μπορούμε να είμαστε αρεστοί. Τους προσεγγίζουμε και συνεργαζόμαστε κυρίως με προσωπική επαφή που έχουμε με τους συλλόγους, με ενημερωτικά email αλλά και σύμφωνα με το πρωτόκολλο που ακολουθείται από τον κάθε σύλλογο.»

Μέσα από ημερίδες κι εκδηλώσεις υπό την αιγίδα της “La petite cantine” στηρίζουμε και οι ίδιοι άλλους φορείς ενεργοποιώντας έτσι ένα καλό δίκτυο υποστήριξης και αλληλεγγύης. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε,

«έγινε πχ προχθές μια εκδήλωση ψυχικής υγείας σχετικά με τον «ΚΗΠΟ» υπό την αιγίδα μας, μια άλλη ημερίδα που έγινε στην Παλιά Ηλεκτρική, το “Willing to help” που μαζεύουμε λεφτά για αναπηρικά αμαξίδια».

Από την άλλη πλευρά, η σχέση με την Τοπική Αυτοδιοίκηση δεν προέκυψε να είναι τόσο προσοδοφόρα. Για την ακρίβεια, από τα δεδομένα και των δύο συμμετεχόντων, δεν παρατηρήθηκε υποστηρικτική τάση απέναντι τους κάτι που προσθέτει στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων περισσότερα εμπόδια, παρά το γεγονός ότι η τοπική ανάπτυξη κι ευημερία αποτελούν κοινό τόπο και για τις δύο πλευρές. Αναφέρθηκε για παράδειγμα πως

«Αυτή η στήριξη δεν υπάρχει από το Δήμο [...] με λύπη μου το λέω. Είναι ενάντια στον πολιτισμό, στην κουλτούρα, στην παιδεία [...] ούτε οι ίδιοι θέλουν να έχουν

επαφές με μέρη ή με συλλόγους που δεν έχουν να κερδίσουν πράγματα. Πως θα βρεθούνε κοινοί στόχοι όταν δεν ταιριάζει η κουλτούρα μας και η ιδιοσυγκρασία μας. Γνωρίζουν τι σημαίνει ανάπτυξη, τι σημαίνει προσβασιμότητα, οι ίδιοι γνωρίζουν τι σημαίνει να μπορούνε οι επιχειρήσεις να ανασάνουνε και όχι να περνάνε και να τα παίρνουνε από την κάθε επιχείρηση;», «δεν ξέρω κατά πόσο είναι γνώστες αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας».

Τόνισε, πως ενώ ο δήμος υποχρεούται να στηρίζει τις Κοιν.Σ.Επ και τις ΜΚΟ βάση καταστατικών, βασικό κριτήριο για την ενεργό συμμετοχή του αποτελεί η μόρφωση, η αλλαγή της κουλτούρας και η γνώση του αντικειμένου οπότε κάτι τέτοιο θα μπορούσε να γίνει μόνο υπό προϋποθέσεις:

«κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες και καταστάσεις, με ανθρώπους που είναι δυναμικοί και ανθρώπους που είναι μορφωμένοι, που θέλουνε να αναπτύξουνε φορείς, δεσμούς, τα πάντα, τότε ναι, ο δήμος μπορεί να προσφέρει πάρα πολλά»

Για τη συμμετέχουσα της περίπτωσης Νο2, απαραίτητο συστατικό αποτελεί ο προσωπικός κύκλος που δημιουργείται μέσα από το περιβάλλον, ενώ ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο παίζουν οι συνάδελφοι εκπαιδευτικοί οι οποίοι στηρίζουν τις δράσεις της «ΠαΠαντού» μέσα από τα σχολεία. Η στήριξη που έλαβε ήτανε πολύ σημαντική καθώς οι συνάδελφοι της φάνηκαν αλληλέγγυοι και της έδειξαν τόσο την εκτίμηση όσο και την πίστη τους στη δουλειά που κάνει, ζητώντας της να τη δείξει στα δημόσια αλλά και ιδιωτικά νηπιαγωγεία όπου εργάζονται. Ανέφερε πως:

«όταν οι συνάδελφοι είδανε ότι πίσω από την «ΠαΠαντού», την οποία δεν γνώριζαν, βρίσκεται η συνάδελφος από το σχολείο, δημιουργήθηκε ένα προσωπικό – ηθικό κεφάλαιο το οποίο με έναν τρόπο μου γύρισε πίσω και είναι πολύ συγκινητικό αυτό που συνέβη [..]. Μας υποστήριξε πολύ ο χώρος στον οποίο απευθυνθήκαμε που πραγματικά είναι συγκινητικό.»

Σε σχέση με τη στήριξη του εγχειρήματος από την Τοπική Αυτοδιοίκηση, αρχικά δεν έλαβαν κάποια βοήθεια. Αρνούνται να τους μισθώσουν κάποιο χώρο αλλά και γενικότερα – διατηρώντας κάποιες επιφυλάξεις για τον αν χειρίσθηκε και η ίδια σωστά την κατάσταση – όπως αναφέρθηκε:

«ο δήμος δεν ενίσχυσε την προσπάθεια. Δεν ξέρω – για να είμαι δίκαιη – αν έγινε κάποιο λάθος και από μέρους μας, μήπως δεν προσεγγίσαμε με τον σωστό τρόπο ή αν δεν απευθυνθήκαμε στα σωστά γραφεία, αλλά και στο επίπεδο του καταστατικού, το στείλαμε λάθος και κάναμε τρεις μήνες [..] ή ας πούμε με το χώρο, τον οποίο δεν τον ζητήσαμε να είναι δωρεάν».

Ο μόνος τρόπος με τον οποίο βοηθήθηκε ήταν από τους συναδέλφους της, στους παιδικούς σταθμούς του δήμου και όχι από την κεντρική υπηρεσία. Όπως επίσης συμπεράναμε μέσα από τα δεδομένα, ως απόρροια της πολιτικής βούλησης, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες δεν πιστεύουν στην ύπαρξη κάποιας πρόθεσης από πλευράς του δήμου να στηρίξει τέτοιου είδους πρωτοβουλίες, από τη στιγμή που, όπως αναφέρθηκε και από τους δύο συμμετέχοντες, δεν αφορά κανέναν να βοηθούνται τέτοια πράγματα, επιλέγοντας να μην έχουν επαφές με συλλόγους από τους οποίους δεν έχουν να κερδίσουν πράγματα, αδυνατώντας να κοιτάξουν την ουσία του πράγματος.

5.3.1.6 «Πειθώ»

Με βάση το χαρακτηριστικό αυτό, η ανάλυση μας εντόπισε ότι η ύπαρξη των κοινωνικών σχέσεων, λαμβάνει ιδιαίτερη σημασία για τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Η απόκτηση των πόρων, απαιτεί στρατηγικές από πλευράς των επιχειρήσεων και η πειθώ προς τα ενδιαφερόμενα μέρη λειτούργησε πολλές φορές ως μέσο για να κατανοηθεί από άλλους η δυναμική χρησιμότητα των πόρων που σχετίζονται με την παραγωγή της κοινωνικής αξίας.

Αυτό λειτούργησε με διάφορους τρόπους και ενώ αρχικά, έγινε προσπάθεια να επηρεάσουν πρόσωπα μέσω παρουσιάσεων, προβολής ιδεών, ημερίδων και μέσα από σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, στην πορεία διαπιστώθηκε πως η μεγαλύτερη βαρύτητα βρίσκεται τόσο στην ιδέα της ίδιας της παραγόμενης αξίας όσο και στο άτομο που την υλοποιεί. Η ύπαρξη του κοινωνικού δικτύου ωστόσο συντελεί τόσο στην υποστήριξη μέσω υλικών παροχών όσο και ηθικής στήριξης των επιχειρηματιών. Για τον συμμετέχοντα της περίπτωσης Νο1, υπάρχει κάποιος που βρίσκεται πίσω από την όλη προβολή,

«ο οποίος είναι υπεύθυνος για την προβολή ιδεών, συντάσσει τα κείμενα, τις ομιλίες μου στις ημερίδες που μιλάω. Επίσης υπάρχει η σελίδα μας στο facebook η οποία τρέχει και έχει πολύ μεγάλη ανταπόκριση, είμαστε στο google maps, στο οποίο βλέπει ο καθένας που θέλει να έρθει πληροφορίες,[..] πάρα πολύ μεγάλο όγκο άρθρων και εκπομπών [...] έχει πάρει μεγάλη έκταση.»

Ωστόσο και παρά το γεγονός της έντονης προβολής που έλαβε, σύμφωνα με τον ίδιο:

«ήταν από μόνο του το project η δύναμη. Ήταν μια πάρα πολύ δυνατή ιδέα

και αυτό έπεισε πολύ κόσμο. Είχαμε κάνει, πριν ακόμη ανοίξουμε την Κοιν.Σ.Επ, ήδη μια πολύ μεγάλη δράση, με βιωματικά διαδραστικά εργαστήρια, με ημερίδες, κοντά στους οροθετικούς και στις κοινωνικά ευπαθείς ομάδες, άρα αυτό συντέλεσε στο να αρχίσει να παίρνει σιγά σιγά μια δομή, μια σειρά».

Με αυτόν τον τρόπο και με τη συνδρομή των υποστηρικτών, η επιχείρηση κατάφερε να συγκεντρώσει τους απαιτούμενους πόρους για την παραγωγή της κοινωνικής αξίας, σκεπτόμενοι μάλιστα το γεγονός στην προσεχή πενταετία να επεκταθούν και σε άλλες πόλεις καθώς και να δημιουργήσουνε έναν προσβάσιμο ξενώνα.

Η επιχειρηματίας της περίπτωσης Νο2 τόνισε πως ενώ δεν είχαν κάποια ιδιαίτερη στρατηγική σχετικά με την προβολή τους, μόνο από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εντούτοις το προσωπικό δίκτυο λειτούργησε πολύ καλύτερα, έτσι ώστε να προβληθεί όπως έπρεπε η επιχείρηση, μέσα από τη δουλειά και την προσφορά της:

«Δεν έχουμε αξιοποιήσει πολλά μέσα για την προβολή μας. Μέσω email στην αρχή κινηθήκαμε. Έπειτα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά περισσότερο επειδή κινούμαι στους χώρους της εκπαίδευσης [...] είχα κάνει δύο θεατρικά εργαστήρια για ενήλικες, στα οποία ήρθαν συνάδελφοι εκπαιδευτικοί. Μετά από δικιά τους επιθυμία, κάναμε ένα ενιαίο εκπαιδευτικό θεατροπαιδαγωγικό πρόγραμμα [...], είδαν τον τρόπο δουλειάς, τη φιλοσοφία, την αντίληψη και όλο αυτό υπάρχει. Περιμένουμε την «ΠαΠαντού» επειδή ξέρουνε πως δουλεύουν οι άνθρωποί της. Πιο πολύ, στην προβολή λειτούργησε και λειτουργεί το προσωπικό δίκτυο, πραγματικά».

Η παράσταση ανέβηκε τόσο σε ιδιωτικά όσο και σε δημόσια σχολεία καθώς όπως υποστηρίζει, το συναδελφικό περιβάλλον λειτούργησε αλληλέγγυα στο να ζητήσουν την παράσταση στους παιδικούς σταθμούς που εργάζονται. Οι «απολαβές» που συναντάμε και στις δύο περιπτώσεις είναι πως η πειθώ σαν χαρακτηριστικό, λειτουργεί προς όφελος των επιχειρήσεων, εφόσον ενισχύει τη συμβολή τους ως προς τη διεκδίκηση των στόχων και την παραγωγή κοινωνικής αξίας σε μεγαλύτερο τμήμα του πληθυσμού.

5.3.1.7«Προσωπικό αντίκρισμα»

Επιπρόσθετα σε αυτά τα έξι χαρακτηριστικά, που παρουσίασε η έρευνα μας για να διαπιστώσει αν η διαδικασία του Κοινωνικού Κολάζ, συνδέεται με τη δημιουργία και τη διαχείριση των υπό εξέταση κοινωνικών επιχειρήσεων, μέσα από

την κωδικοποίηση μας, βρήκαμε εμπειρικά στοιχεία για μια επιπλέον διαδικασία.

Το στοιχείο αυτό, ενδεχομένως να σχετίζεται με την αρχική διαδικασία επιλογής της φύσης των δραστηριοτήτων μιας κοινωνικής επιχείρησης, από τους εν δυνάμει κοινωνικούς επιχειρηματίες, ενώ δεν έχει εντοπιστεί έως τώρα σε προηγούμενες αναλύσεις.

Όπως παρατηρήθηκε στα δεδομένα που λάβαμε και από τις δύο περιπτώσεις της μελέτης μας, βάσει του γνωρίσματος αυτού, οι εν λόγω κοινωνικές επιχειρήσεις δημιουργήθηκαν ανταποκρινόμενες σε ένα «προσωπικό αντίκρισμα» του κάθε συμμετέχοντα. Ως αντίκρισμα ορίζεται αυτό που αντιστοιχεί ως στόχος ή αποτέλεσμα σε μια ορισμένη ενέργεια (<http://www.lexigram.gr>). Πιο συγκεκριμένα, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση του αντικειμένου των δύο επιχειρήσεων, όσο και τα λεγόμενα των συμμετεχόντων, ο κάθε ένας από την πλευρά του δημιούργησε κάτι το οποίο συνδέεται άμεσα με ένα κίνητρο, ένα προσωπικό βίωμα ή μια προσωπική εμπειρία.

Ο συμμετέχοντας της περίπτωσης Νο1 και εμπνευστής της ιδέας δημιουργίας του πολυχώρου εστίασης “La Petite Cantine”, στον οποίο και εργάζονται αποκλειστικά άτομα ειδικών και ευπαθών ομάδων, έχοντας ο ίδιος ποσοστό αναπηρίας 81%, δεν είδε το εγχείρημα ως επιχειρηματική ιδέα αλλά σαν μια ευκαιρία να δώσει ευκαιρία σε άλλους ανθρώπους. Μιλάει για αξίες όπως η προσβασιμότητα, η κοινωνικοποίηση, η ισότητα, η ισορροπία, οι οποίες δύσκολα γίνονται αντιληπτές από κάποιους που – εντελώς συμπτωματικά - δεν έχουν βρεθεί οι ίδιοι σε συνθήκες έλλειψης αυτών, εύκολα όμως κατανοούνται από ανθρώπους που έστω και κάποια στιγμή αντιμετώπισαν παρόμοια προβλήματα..

Η επιχειρηματίας της περίπτωσης Νο2, παρά την αποφοίτηση της από δύο σχολές Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης, (του Τμήματος Προσχολικής Αγωγής του ΤΕΙ Ηπείρου και της Θεατρολογίας της Σχολής Καλών Τεχνών του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου), αλλά και την εργασιακή της εμπειρία και στους δύο τομείς, προσωπικό της αντίκρισμα αποτέλεσε το γεγονός πως εκείνο το διάστημα βρισκόταν σε δυσχερή επαγγελματική κατάσταση και σκεπτόταν τρόπους αντιμετώπισης της ανεργίας της. Δηλώνοντας χαρακτηριστικά, «έπρεπε να βρούμε μια λύση για να εξασφαλίσουμε δουλειά για τους εαυτούς μας» έπραξε μέσα από τα κίνητρα αυτά, συνδυάζοντας τόσο τα τυπικά της προσόντα όσο και την ανεργία της, μέσα στις δραστηριότητες της κοινωνικής επιχείρησης που δημιούργησε. Αναφέρει στις αξίες της, την αγάπη για το θέατρο και το παιδί, απαντώντας «σε μια ανάγκη του ανθρώπου, εγώ, το παιχνίδι, η κούκλα, το σύμβολο».

Συνεπώς, η ύπαρξη του «προσωπικού αντικρίσματος» στους κοινωνικούς επιχειρηματίες, ίσως αποτελεί την κινητήρια δύναμη για την παραγωγή αξίας, μέσω της επιλογής συγκεκριμένων κοινωνικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, που ανταποκρίνονται σε προσωπικά κίνητρα ή εμπειρίες.

5.3.2 Β' Ερευνητικό Ερώτημα

Σε απάντηση του δεύτερου ερευνητικού μας ερωτήματος, που αφορά τον ρόλο της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στο πλαίσιο της διαδικασίας του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage), ως ενδιαφερόμενο μέρος (stakeholder participation) των κοινωνικών επιχειρήσεων και μέσα από την ανάλυση των δεδομένων που προηγήθηκαν, (εστιαζόμενοι κυρίως στην υποενότητα 5.3.1.5.), διαπιστώνουμε ότι:

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση, η οποία - αν και δυνητικά μπορεί να λειτουργήσει ως καταλύτης, ωστόσο δεν λειτούργησε - και φαίνεται πως δεν έχει αναλάβει ακόμη το ρόλο που της αρμόζει ώστε να διευκολύνει και να επιταχύνει τις δραστηριότητες αυτές.

Επιπροσθέτως και παρά το γεγονός ότι αποτελεί φορέα «κλειδί» για την τοπική ανάπτυξη, εντούτοις φαίνεται πως δημιουργεί ισχυρά εμπόδια.

Η πρόθεση της να συμμετάσχει και να στηρίζει τις επιχειρήσεις του τρίτου τομέα, για παράδειγμα μέσα από ενημερώσεις των δημοτών για τις δράσεις τους αλλά και από τη δημιουργία μιας πελατειακής σχέσης, δεν γίνεται εμφανής. Αυτό διότι, όπως προκύπτει από τα δεδομένα, υπάρχει έλλειψη ενημέρωσης, κινήτρου κι ενδιαφέροντος από πλευράς του φορέα, ενώ για να συμβεί κάτι τέτοιο θα πρέπει να υπάρχουν οι κατάλληλες προϋποθέσεις τόσο για τον ίδιο, όσο και για τους εκπροσώπους του.

Οι Κοινωνικές Επιχειρήσεις έτσι καταβάλουν μεγαλύτερη προσπάθεια να παραμείνουν βιώσιμες, γεγονός που μακροπρόθεσμα μπορεί να αποτελέσει τελικά κατασταλτικό παράγοντα της λειτουργίας τους.

5.4 Ανακεφαλαίωση

Στην ενότητα αυτή, παρουσιάσαμε τις δύο υπό μελέτη κοινωνικές επιχειρήσεις που εδρεύουν και δραστηριοποιούνται στην πόλη του Βόλου, καθώς επίσης και τους κοινωνικούς επιχειρηματίες που τις εκπροσωπούν, οι οποίοι παρείχαν συνεντεύξεις προκειμένου να συλλέξουμε δεδομένα για την έρευνά μας.

Στη συνέχεια έγινε η παρουσίαση και ο σχολιασμός των αποτελεσμάτων της έρευνας, τα οποία στηρίζονται στα βασικά δομικά χαρακτηριστικά του Κοινωνικού Κολάζ όπως αυτά αναλύθηκαν σε προηγούμενες ενότητες και απαντούμε στα δύο ερευνητικά ερωτήματα του διττού στόχου της έρευνας, που καθορίστηκαν στο κεφάλαιο τέσσερα ως εξής:

Α' Ερευνητικό Ερώτημα: Υιοθετούν οι Κοινωνικοί Επιχειρηματίες στις υπό μελέτη Επιχειρήσεις τα χαρακτηριστικά του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage) σύμφωνα με το μοντέλο των Di Domenico et al. (2010);

Β' Ερευνητικό Ερώτημα: Ποιος είναι ο ρόλος του ΟΤΑ στο πλαίσιο αυτής της διαδικασίας;

Επιπλέον συμπεράσματα αποδόθηκαν σε σχέση με το «προσωπικό αντίκρισμα», στοιχείο που προέκυψε και ενδεχομένως να σχετίζεται με τη διαδικασία του Κοινωνικού Κολάζ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ – ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Εισαγωγή

Τηρώντας την αρχική δομή της παρούσης διπλωματικής έρευνας, αρχικά παρουσιάσαμε το θεωρητικό κι εννοιολογικό πλαίσιο, το οποίο βασίστηκε σε υπάρχουσες θεωρίες μέσα από τη σχετική βιβλιογραφία, σχετικά με την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, την έννοια του Κοινωνικού Κολάζ και την ενεργό συμμετοχή της ΤΑ στη στήριξη των κοινωνικών επιχειρήσεων. Εν συνεχεία παραθέσαμε μια σχετική συζήτηση για τη μέθοδο που ακολουθήθηκε για τη συλλογή και την ανάλυση των εμπειρικών δεδομένων. Η ανάλυση βασίστηκε στα έξι χαρακτηριστικά του Κοινωνικού Κολάζ που αποτελούν το σύνολο διαδικασιών που χαρακτηρίζουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Στην παρουσίαση του τελευταίου κεφαλαίου, θα αναφερθούμε στη συμβολή της έρευνάς μας καθώς επίσης και στους περιορισμούς αυτής, στα συμπεράσματα και στις προτάσεις κατευθύνσεων για μελλοντική έρευνα, οι οποίες θεωρούμε ότι θα έχουν θετικό αντίκτυπο στη συνεισφορά της έρευνας αυτού του σημαντικού θέματος.

6.2 Συμβολή της έρευνας

Η παρούσα εμπειρική έρευνα, αναδεικνύει το θεωρητικό κομμάτι της διαδικασίας του Κοινωνικού Κολάζ, μέσα από την καταγραφή σημαντικών εννοιών.

Εμπειρικά το επιβεβαιώνει - ως κύρια προσέγγιση απέναντι στην έλλειψη των πόρων - μέσα από τη δημιουργία και την ανάπτυξη των υπό μελέτη κοινωνικών επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται στην πόλη του Βόλου. Οι έως τώρα έρευνες εστιάστηκαν και διενεργήθηκαν σε πιο αναπτυγμένες χώρες (Η.Π.Α, Μ. Βρετανία) και έτσι κρίθηκε απαραίτητο να συμβάλλουμε με τη μελέτη μας, ώστε να επεκταθεί μέσα σε μια άλλη κουλτούρα, ενός αναπτυσσόμενου περιβάλλοντος, κάτι που έως τώρα δεν έχει συμβεί, και πιο συγκεκριμένα στη χώρα μας.

Επιπλέον, η μελέτη προσθέτει ένα νέο στοιχείο το οποίο δείχνει να αφορά τη διαδικασία του Κοινωνικού Κολάζ.

Τέλος, λαμβάνοντας υπόψη μας τη διαπίστωση πως οι κρατικοί φορείς όπως

η ΤΑ, ενώ θα πρέπει να συμβάλλουν ενεργά και να προάγουν τέτοιου είδους εγχειρήματα, παραμένουν ανενεργά, σκοπός είναι να συμβάλλει και να παροτρύνει τους τοπικούς φορείς να εκσυγχρονιστούν. Μέσα από την ενημέρωση, τη συνεργασία, τη σύμπνοια, την αλληλεγγύη, την υποστήριξη, να μπορέσουν να υιοθετήσουν και να στηρίξουν ενεργά σύγχρονες μεθόδους «συμπεριφοράς» απέναντι στην αβεβαιότητα.

6.3 Συμπεράσματα, προτάσεις για μελλοντική έρευνα, περιορισμοί της έρευνας

Η παρούσα έρευνα στόχευσε στην παρατήρηση και την καταγραφή της συμπεριφοράς των τοπικών κοινωνικών επιχειρήσεων μέσα από το πρίσμα της διαδικασίας του Κοινωνικού Κολάζ (Social Bricolage), όπως αυτή αποδόθηκε μέσα από την έρευνα των Di Domenico et al. (2010). Κατά τη διαδικασία αυτή διαπιστώσαμε ότι στο συγκεκριμένο αστικό περιβάλλον, το περιορισμένο από πόρους λόγω οικονομικής κρίσης και με την ελάχιστη έως μηδενική υποστήριξη των κοινωνικών επιχειρήσεων από τις τοπικές αρχές, οι πόροι ανακαλύπτονται, αποκτώνται, μεταποιούνται και χρησιμοποιούνται εντός της επιχειρησιακής δομής, προκειμένου να δημιουργούν κοινωνική αξία – που είναι και ο αιώτερο σκοπός - και να παραμένουν βιώσιμες. Από την ανάλυση της σχετικής βιβλιογραφίας οδηγηθήκαμε στο συμπέρασμα ότι η δημιουργία των κοινωνικών επιχειρήσεων έγκειται κυρίως στο γεγονός της ύπαρξης ανικανοποίητων αναγκών από ορισμένες ομάδες, οι οποίες αδυνατούν να καλυφθούν τόσο από τον ιδιωτικό όσο και από τον δημόσιο τομέα. Οι επιχειρήσεις αυτές, «εκμεταλλεύονται» αχρησιμοποίητους, τόσο υλικούς όσο και ανθρώπινους πόρους, τους κάνουν παραγωγικούς ενώ, όταν αυτό κρίνεται απαραίτητο, αυτοσχεδιάζουν ώστε να φτάσουν στον εκάστοτε σκοπό, στη δημιουργία κοινωνικής αξίας και στη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Η ανάγκη της προσαρμογής και της εγρήγορσης σε ένα ευμετάβλητο και φτωχό σε πόρους περιβάλλον, κρίνεται αναγκαία για τις κοινωνικές επιχειρήσεις και έτσι «τα βγάζουν πέρα» με ότι έχουν διαθέσιμο και δημιουργούν το κάτι από το τίποτα.

Η χρήση διαθέσιμων και ανακαταναμημένων πόρων μέσα από την ανασύνθεση τους επίσης αποτελεί καίριο παράγοντα για τη δημιουργία της κοινωνικής αξίας. Με αυτόν τον τρόπο οι κοινωνικοί επιχειρηματίες ξεπερνούν τους πάσης φύσεως περιορισμούς, δημιουργώντας έτσι δικά τους πεδία δράσεων αλλά και στρατηγικές εύρεσης των ιδανικών λύσεων.

Για τη λειτουργία των κοινωνικών επιχειρήσεων, βασικό παράγοντα στήριξης αποτελεί η δημιουργία δικτύου συνεργασίας με τη συμμετοχή ενδιαφερομένων μερών (όπως για παράδειγμα το προσωπικό δίκτυο επαφών των συσχετιζόμενων με την επιχείρηση, εθελοντών, φορέων, φίλων, συναδέλφων) μέσα από το οποίο προωθείται η δράση, η ενημέρωση, η αξιοπιστία της κοινωνικής αξίας η οποία παράγεται και η στήριξη τόσο σε υλικοτεχνικό όσο και σε ηθικό επίπεδο.

Στο σημείο που αφορά τη στήριξη από τους τοπικούς φορείς, ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και η συμμετοχή του στα κοινωνικά εγχειρήματα της έρευνας, κρίθηκε ανεπαρκής, κυρίως λόγω ελλειμματικής ενημέρωσης σε ζητήματα την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα καθώς και λόγω έλλειψης ενδιαφέροντος αλλά και κινήτρου για τέτοιου είδους ενέργειες. Ενδεχομένως μέσα από τη μελέτη καλών πρακτικών από χώρες του εξωτερικού, να μπορέσουν να ανακύψουν κάποιες καλές πρακτικές και σε εγχώριο επίπεδο. Τέλος, στα συμπεράσματά μας προέκυψε η ύπαρξη του «προσωπικού αντικρίσματος», ενός προσωπικού κινήτρου ή μιας προσωπικής εμπειρίας των κοινωνικών επιχειρηματιών, που τους ώθησε στη δημιουργία δύο κοινωνικών επιχειρήσεων με συγκεκριμένες επιχειρηματικές δράσεις.

Όσον αφορά τις προτάσεις μας για μελλοντική έρευνα, ορμώμενοι από το τελευταίο στοιχείο που ανέδειξε η έρευνα μας και αφορά το «προσωπικό κίνητρο» ή την «προσωπική εμπειρία», θα μπορούσαμε να το προτείνουμε ως αντικείμενο μελλοντικής μελέτης. Δεδομένου ότι το δείγμα μας αποτελείται από δύο κοινωνικές επιχειρήσεις, σε μία σχετικά μικρή πόλη όπως είναι ο Βόλος, ένα μεγαλύτερο δείγμα επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε ένα μεγαλύτερο αλλά αναπτυσσόμενο αστικό περιβάλλον περιορισμένων πόρων, θα ήταν εξαιρετικά ενδιαφέρον και θα μπορούσε να προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες, σχετικά με την ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης μέσα από την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Επιπλέον θα ήταν πολύ χρήσιμο να μάθουμε περισσότερα για τις μεθόδους που υιοθετούν οι κοινωνικές επιχειρήσεις σε σχέση με την πειθώ των πιο δύσπιστων τμημάτων μιας τοπικής κοινωνίας, κάτι που ίσως αποτελέσει κριτήριο αλλαγή κουλτούρας και στάσης, για την προσέλκυση περισσότερων ενδιαφερόμενων μερών.

Οι ερευνητές που διεξάγουν ποιοτική ανάλυση, πρέπει να επιλέγουν την πιο κατάλληλη μέθοδο για το ερευνητικό ερώτημα, η οποία θα πρέπει να προκύπτει από τις ερευνητικές υποθέσεις και από τα ερευνητικά ερωτήματα. Η θεματική ανάλυση είναι μια ευέλικτη μέθοδος ανάλυσης δεδομένων, που επιτρέπει στους ερευνητές - με ποικίλα μεθοδολογικά υπόβαθρα - να διεξάγουν αυτόν τον τύπο ανάλυσης. Η

αξιοπιστία της μεθόδου αυτής είναι ένα ζητούμενο, εξαιτίας της μεγάλης ποικιλίας ερμηνειών που πιθανώς να προκύψουν από τα θέματα καθώς επίσης και λόγω της εφαρμογής θεμάτων σε μεγάλα κείμενα. Η αξιοπιστία της θα μπορούσε να ενισχυθεί εάν πολλοί ερευνητές κάνουν κωδικούς πίνακες και οργανωμένο σχεδιασμό θεμάτων παρακολούθησης. Οι περιορισμοί της συγκεκριμένης μεθόδου, συνοψίζονται ως εξής:

1. Το πρόβλημα της αξιοπιστίας των αποτελεσμάτων λόγω των πολλαπλών ερμηνειών από πολλούς ερευνητές,
2. Η πιθανή απώλεια κάποιων δεδομένων κατά τη διαδικασία ερμηνείας,
3. Η ευελιξία της μεθόδου καθιστά δύσκολη την εστίαση σε συγκεκριμένη πλευρά ανάλυσης των δεδομένων,
4. Η ανακάλυψη και η επαλήθευση των θεμάτων και των κωδικών εμπλέκεται (ή δεν είναι σαφής)
5. η περιορισμένη ερμηνευτική ισχύς εάν η ανάλυση είναι εκτός θεωρητικού πλαισίου,
6. Δυσκολία διατήρησης της αίσθησης της συνοχής των δεδομένων στην ατομική έκθεση,
7. Τέλος, επιπλέον περιορισμό στην έρευνα, αποτέλεσε η δημιουργία του οδηγού συνέντευξης, το οποίο δεν βασίστηκε σε κάποιο πρότυπο και πιθανότατα να παρουσιάζεται ως ελλειμματικό στα καίρια σημεία του και ως πλεονάζον ως προς τα δευτερεύοντα ζητούμενα, ενώ κατασταλτικό παράγοντα για την εκπόνηση της αποτέλεσε ο περιορισμένος διαθέσιμος χρόνος.

6.4 Ανακεφαλαίωση

Ανακεφαλαιώνοντας, παρά τους περιορισμούς της έρευνας, η παρούσα διπλωματική εργασία προσπάθησε να συμβάλει στο μέγιστο δυνατό στην επιστημονική κοινότητα και να αναφέρει ορισμένα σημεία για μελλοντική έρευνα.

Η δημιουργία κοινωνικής αξίας απαιτεί διαρκείς αναζητήσεις κυρίως όταν αυτή βάλλεται από συνθήκες περιορισμών, ελλείψεις και ελάχιστους υλικούς και οικονομικούς πόρους. Η διαδικασία εύρεσης λύσεων, απαιτεί από τις κοινωνικές επιχειρήσεις την υιοθέτηση νέων συμπεριφορών ώστε να «αποδεσμευτούν» και να «ανεξαρτητοποιηθούν» από τα πατροπαράδοτα συστήματα. Αυτό θα επιτευχθεί με τη συλλογή των πόρους τους για μελλοντική χρήση, με τον αυτοσχεδιασμό με στόχο την επιτυχία και με τη διεύρυνση του δικτύου υποστήριξης τους με τη μέθοδο της πειθούς. Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα προσφέρεται να δοκιμαστεί μέσα από τα περιβάλλοντα ρευστών οικονομιών και να αποτελέσει μια εναλλακτική αλλά εφικτή λύση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Νικολάου, Ι. (2013), *Κοινωνική Οικονομία – Κοινωνική Επιχειρηματικότητα*, Έκδοση: Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης, Αθήνα

Esping-Andersen, G. (2006), *Οι τρεις κόσμοι του καπιταλισμού της ευημερίας* (επιμ. Πετμεζίδου Μ.), Εκδόσεις: Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα

Vienney, C. (2008), *Η κοινωνική οικονομία* (μετ. Καυκιάς Γ.), Εκδόσεις: Πολύτροπον - Μικρή σειρά 2008, Αθήνα

Γεώργμας, Κ. (2013) *Κοινωνική Οικονομία, Θεωρία – Εμπειρίες και Προοπτικές*, «*Η Κοινωνική Οικονομία στην Ευρώπη*», Εκδόσεις: Εναλλακτικές εκδόσεις, Αθήνα

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2013), *Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα*, Εκδόσεις: Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Λουξεμβούργο

Καραθανάση, Π., & Μαμούχα, Ι. (2014), *Κοινωνική Οικονομία και καινοτόμες μορφές επιχειρηματικότητας*, Έκδοση: Κανεπ ΓΣΕΕ, Κοινωνικό Πολυκέντρο ΑΔΕΔΥ. ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, ΕΣΕΕ, Αθήνα

Ντούλια, Θ. (2015), *Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα*, Εκδόσεις: Οσελότος, Αθήνα

Κοντιάδης, Ξ., & Απίστουλας, Δ. (2006), *Μεταρρύθμιση του Κοινωνικού Κράτους και Τοπική Αυτοδιοίκηση*, Εκδόσεις: Παπαζήση, Αθήνα

Κυριακίδου, Ο., & Σαλαβού, Ε. (2014) *Κοινωνική Επιχειρηματικότητα*, Εκδόσεις: Rosili, Αθήνα

Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και ανάπτυξη των φορέων της και άλλες διατάξεις, Ν. 4430/2016 (Αρ. ΦΕΚ 205/31-10-2016)

Ο.Ο.Σ.Α (1999), *Κοινωνικές Επιχειρήσεις, Οργανισμοί Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης*. Έκδοση: ΟΟΣΑΑ, Γαλλία

Osterwalder, A., και Pigneur, Y. (2010), *Ανάπτυξη Επιχειρηματικών Μοντέλων*, Εκδόσεις: Παπασωτηρίου, Αθήνα

Βενιέρης, Δ. (2015) *Κοινωνική Πολιτική – Έννοιες & Σχέσεις*, Εκδόσεις: Τόπος, Αθήνα

Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και λοιπές διατάξεις, Ν. 4019/2011 (Αρ. ΦΕΚ 216/30-9-2011)

Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης, Ν. 3852/2010 (Αρ. ΦΕΚ 87/07-06-2010)

Ντάσιος, Ν. (2013) *Κοινωνική Οικονομία, Θεωρία – Εμπειρίες και Προοπτικές*, « Η συμβολή του τρίτου τομέα στην τοπική ανάπτυξη», Αθήνα, Ελλάδα: Εναλλακτικές εκδόσεις

Δαλούκας Δ. (21/3/2017), Πρόεδρος Δ.Σ. Κοιν.Σ.Επ “La Petite Cantine”, προσωπική συνέντευξη

Φουκαλά Σ. (27/3/2017), Πρόεδρος Δ.Σ Κοιν.Σ.Επ «ΠαΠαντού», προσωπική συνέντευξη

Παλαιοκρασάς, Σ. (2007), *Οδηγίες για τη διενέργεια μελέτης περίπτωσης επιχειρηματικότητας*, Έκδοση: Α.Σ.ΠΑΙ.ΤΕ: Πρόγραμμα ΕΠΕΑΕΚ II Επιχειρηματικότητα, Γνώση – Ιδέα – Δράση, Αθήνα

Φίλιας, Β. (1993), *Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις τεχνικές των κοινωνικών ερευνών*, Εκδόσεις: Gutenberg (Συνεργατικό Σπουδαστήριο Κοινωνιολογίας ΠΑΣΠΕ και Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών), Αθήνα

Μαντζούκας, Σ. (2007), *Ποιοτική έρευνα σε έξι εύκολα βήματα. Η επιστημολογία, οι μέθοδοι και η παρουσίαση*, Εκδόσεις: Νοσηλευτική: 46 (1): 88-98(τόμος-46-τεύχος-1)

Ξενόγλωσση

Moulaert, F. and Ailenet,, O. (2005), *Social Economy, Third Sector and Solidarity Relations: A Conceptual Synthesis from History to Present*, London, Routledge

Zahra, S.A., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O. and Shulman, J. M. (2009), *A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges*, Journal of Business Venturing, 24 (2009) 519 – 532

Peredo, A. M., and McLean, M. (2006), *Social Entrepreneurship: A critical review of the concept*, Journal of World Business, 41 (2006) 56 – 65

Nicholls, A. (2006), *Social Entrepreneurship, New Models of Sustainable Social Change*, UK, Oxford University Press

European Commission (2014), *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe: Country Report, Greece*

Baker, T., and Nelson, R.E. (2005) *Creating Something from Nothing: Resource Construction through Entrepreneurial Bricolage*, Administrative Science Quarterly 50 (2005): 329 – 366

Phillimore, J., Humphries, R., Klaas, F., and Knecht, M. (2016), *Bricolage: potential as a conceptual tool for understanding access to welfare in superdiverse neighbourhoods*, University of Birmingham, IRIS working paper series 14/2016

Preece S.B. (2013), *Social Bricolage in Arts Entrepreneurship: Building a jazz society from scratch*, Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Art, Volume 3, Issue 1 pp. 23-34

Duniam, M., and Eversole, R. (2013), *Social Enterprises and Local Government: A Scoping Study*, Sydney, Australian Center of Excellence for Local Government

Pillora, S. and McKinlay, P. (2011), *Local Government and Community Governance: A literature Review*, Australian Centre of Excellence for Local Government, Working Paper No 2

Hostick – Boakye, S. and Hothi, M. (2011), *Grow You Own – How Local authorities can support social enterprise*, The Young Foundation

Διαδικτυακοί Τόποι / Ιστοσελίδες

Κώδικας Δεοντολογίας Κοινωνικών Επιχειρήσεων [online] Διαθέσιμο στη δ/ση <http://seforum.gr/kodikas-deontologias/> [Πρόσβαση 12 Φεβρουαρίου 2017]

Di Domenico, M.L., Haugh, H., and Tracey, P. (2010), *Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises*. London: Baylor University, Διαθέσιμο στη δ/ση <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2010.00370.x/abstract> [Πρόσβαση 1 Νοεμβρίου 2016]

Gundry, L.K., Kickul, J.R, Griffiths, M.D. and Bacq, S.C. (2011), *Creating Social Change Out of Nothing: The role of Entrepreneurial Bricolage in Social Entrepreneurs' Catalytic Innovations*, Emerald Group Publishing Limited, UK, Διαθέσιμο στη δ/ση <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/S1074-7540%282011%290000013005> [Πρόσβαση 29 Ιανουαρίου 2017]

Social Return on Investment - and commissioning. *How commissioners can use SROI to achieve better results* (2009), Cabinet Office of the Third Sector , UK Διαθέσιμο στη δ/ση <http://socialvalueint.org/> [Πρόσβαση 4 Φεβρουαρίου 2017]

Steffens, P., Senyard, J., and Baker, T. (2009), *Linking Resource, Acquisition and development processes to resource-based advantage: Bricolage and the resource-based view* <http://eprints.qut.edu.au/26405/> [Πρόσβαση 20 Μαρτίου]

Thematic Analysis, https://en.wikipedia.org/wiki/Thematic_analysis

www.lexigram.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

Δομή Οδηγού Συνέντευξης

Ενότητες	Ερωτήσεις
<p>Ενότητα Α: Σχετικά με την δημιουργία κοινωνικής αξίας μέσα από τη θεματική των επιχειρήσεων</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Ποιες είναι οι σπουδές σας;2. Έχετε κάνει άλλα επιχειρηματικά εγχειρήματα στο παρελθόν;3. Πως και από ποιους γεννήθηκε η ιδέα για το συγκεκριμένο επιχειρηματικό εγχείρημα και γιατί θεωρήθηκε επιχειρηματική ευκαιρία;4. Ποιος θα λέγατε ότι είναι ο βασικός σκοπός – το όραμα της επιχείρησης;5. Ποιο πρόβλημα/ανάγκη επεδίωξε να λύσει με τη λειτουργία της; Ορίστε την αλλαγή που επιδιώκετε να πετύχετε και προσδιορίστε την κοινωνική αξία που παράγει ή θα παραχθεί μέσα από τη λειτουργία της επιχείρησης.6. Περιγράψτε το επιχειρηματικό σας μοντέλο7. Θεωρείτε ότι έχει κάποια καινοτόμα χαρακτηριστικά; Αν ναι, πως αυτά συμβάλλουν στο να πετύχετε πιο αποτελεσματικά τους στόχους σας;8. Με πιο κριτήριο επιλέξατε να ξεκινήσετε μία Κοινωνική και όχι μιας άλλης νομικής μορφής επιχείρηση; Γιατί σας εκφράζει περισσότερο ως μορφή.
<p>Ενότητα Β1: «Μοντέλο Di Domenico», Διερεύνηση της συμπεριφοράς των επιχειρηματιών, μέσα στο περιβάλλον περιορισμένων πόρων στο οποίο δραστηριοποιούνται.</p>	<ol style="list-style-type: none">9. Είχατε διαμορφώσει επιχειρηματικό σχέδιο (Business Plan) για το εγχείρημα σας, όπου να καταγράφονται οι στόχοι, οι πόροι που θα χρειαστείτε και τα σχέδια σας για την ανάπτυξη της επιχείρησης;10. Υπήρχαν αρχικά οι πόροι (πχ ανθρώπινοι πόροι, οικονομικοί); Εφόσον όχι, λειτουργήσατε με ότι είχατε διαθέσιμο, προσπαθήσατε και πως, να συγκεντρώσετε τους απαιτούμενους πόρους;11. Ποια εμπόδια προέκυψαν σχετικά και πως τα αντιμετωπίσατε; Δώστε μου κάποιο παράδειγμα.12. Παρά τις δυσκολίες, τι σας ώθησε και σας ωθεί να συνεχίσετε;13. Η κατάσταση των περιορισμένων πόρων, θεωρείτε ότι έχει και πλεονεκτήματα εκτός από μειονεκτήματα;14. Αντιμετωπίσατε άλλου είδους εμπόδια αρχικά και πως ξεπεράστηκαν;15. Χρειάστηκε κάποιες φορές να «αυτοσχεδιάσετε»/να είστε εφευρετικός, προκειμένου να βρεθεί λύση στην έλλειψη κάποιων πόρων ή και για άλλα προβλήματα που

	<p>προέκυψαν; Δώστε μου παραδείγματα.</p> <p>16. Ποιες «δυνάμεις» (πχ ανεκμετάλλευτοι πόροι, ικανότητες των μελών, χαρακτηριστικά της τοπικής κοινωνίας) αξιοποιήθηκαν για να μπορέσει να ξεκινήσει τη λειτουργία της η επιχείρηση;</p> <p>17. Με ποιους τρόπους γίνεται γνωστή η δραστηριότητα της Κοιν.Σ.Επ στην οποία συμμετέχετε; Έχετε εξασφαλίσει κάποια προβολή σε ιστότοπους, ενημερωτικά έντυπα ή φυλλάδια του δήμου ή της περιφέρειας;</p> <p>18. Ποια είναι σήμερα η βασική πηγή εσόδων σας; Επαρκούν τα έσοδα για τη συνέχιση της λειτουργίας;</p> <p>19. Εντάξατε άλλες δραστηριότητες στο επιχειρησιακό σας μοντέλο. Αξιοποιήθηκαν άλλες μορφές χρηματοδότησης;</p>
<p>Ενότητα Β2: «Μοντέλο Di Domenico», Διερεύνηση υποστήριξης από φορείς, τοπική κοινωνία και Γ.Α</p>	<p>20. Επιδιώξατε να προσελκύσετε κάποιους φορείς ή και άτομα προκειμένου να σας στηρίξουν; Πως τους προσεγγίσατε και πως πετύχατε τη συνεργασία τους μαζί σας;</p> <p>21. Έχετε τη στήριξη της τοπικής κοινωνίας και πως την πετύχατε; Θα μπορούσε να υποστηριχθεί η επιχείρησή σας περισσότερο, θα το επιδιώξετε; Πως;</p> <p>22. Ενίσχυσε η Τοπική Αυτοδιοίκηση αυτή την προσπάθεια; Με ποιόν τρόπο, ποιος ήταν ο ρόλος της;</p> <p>23. Κρίνετε ότι μπορεί να σας βοηθήσει ή θα μπορούσε να σας είχε βοηθήσει περισσότερο; Με ποιόν τρόπο;</p>
<p>Ενότητα Δ: Γενικού Περιεχομένου</p>	<p>24. Σκέφτεστε να αναπτύξετε τις δραστηριότητές σας στο προσεχές μέλλον;</p> <p>25. Από πόσα μέλη απαρτίζεται η Κοιν.Σ.Επ στην οποία συμμετέχετε;</p> <p>26. Πόσους εργαζόμενους συνολικά απασχολεί; Πόσοι από αυτούς είναι μέλη;</p> <p>27. Ποιος θεωρείτε ότι είναι ο συνδετικός σας κρίκος;</p> <p>28. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι έχετε πετύχει να επιφέρετε την επιδιωκόμενη αλλαγή; Κι αυτή η αλλαγή πχ σε κοινωνικές αξίες, στάσεις, αντιλήψεις ή και πολιτική, δημιουργεί γόνιμο έδαφος για να είστε ακόμη πιο αποτελεσματικοί ή ακόμη και νέες ευκαιρίες;</p>

Συνέντευξη 1^η

Διονύσιος Δαλούκας, Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου Κοιν.Σ.Επ «**La Petite Cantine**» Project

21/3/2017, Βόλος

1. Ποιες είναι οι σπουδές σας;

Σπούδασα Εικονοληψία στην Κρατική Σχολή της Αθήνας, στη συνέχεια τελείωσα την Ακαδημία φωτογραφίας «Leica» και έχω κάνει μεταπτυχιακό πάνω στο φωτορεπορτάζ και την οπτική επικοινωνία.

2. Έχετε κάνει άλλα επιχειρηματικά εγχειρήματα στο παρελθόν;

Όχι, είναι το πρώτο επιχειρηματικό μου εγχείρημα.

3. Πως κι από ποιους γεννήθηκε η ιδέα για το συγκεκριμένο επιχειρηματικό εγχείρημα και γιατί θεωρήθηκε επιχειρηματική ευκαιρία;

Ξεκίνησε από εμένα, πριν από δύομιση χρόνια περίπου. Είχα την ιδέα να δημιουργήσω έναν πολυχώρο που να δουλεύουν άτομα με αναπηρία, είμαι άτομο με αναπηρία, ήτανε από την αρχή αυτός ο σκοπός. Δεν το είδα σαν επιχειρηματική ευκαιρία, το είδα σαν μια διαφορετική μορφή οικονομίας. Η κοινωνική οικονομία είναι μια συνεργατική οικονομία και μέσα από μια ομάδα, να μπορέσουμε να αντλήσουμε πόρους και να δώσουμε ευκαιρία και σε άλλους ανθρώπους.

4. Ποιος θα λέγατε ότι είναι ο βασικός σκοπός – το όραμα της «La Petite Cantine» Project;

Το όραμα είναι να εντάξουμε άτομα με αναπηρία και από κοινωνικά ευπαθείς ομάδες στο χώρο εργασίας, να τους κάνουμε παραγωγικούς και το σημαντικότερο να κοινωνικοποιούνται αυτά τα άτομα. Να μάθουν σιγά σιγά να βγαίνουν, να κυκλοφορούν, να εστιάζονται, να συμμετέχουν, να συνυπάρχουν και στο χώρο εργασίας, ενός πολυχώρου εστίασης, αλλά και στο κομμάτι του πολιτισμού. Μέσα από πολιτιστικές και κοινωνικές δράσεις, παρουσιάσεις βιβλίων, εκθέσεις.

5. Ποιό πρόβλημα/ανάγκη επιδιώκει να λύσει η «La Petite Cantine» με τη λειτουργία της; Ορίστε την τον αντίκτυπο της αλλαγής που επιδιώκετε να πετύχετε και προσδιορίστε την κοινωνική αξία που παράγει ή θα παραχθεί μέσα από τη λειτουργία της επιχείρησης.

Ουσιαστικά λύνει το πρόβλημα της κοινωνικοποίησης. Άτομα τα οποία έχουν αναπηρία που πολλά ούτε καν βγαίνουνε από το σπίτι τους ή πάρα πολλοί δεν έχουνε μάθει να συναναστρέφονται, να εστιάζονται, να είναι παραγωγικοί. Αυτό, η κοινωνικοποίηση και η ένταξη τους. Κοινωνικοποίηση, συνεργατικότητα, αλληλεγγύη, ισότητα και ισορροπία. Να είμαστε όλοι ισότιμοι και ισάξιοι και όλοι να έχουμε ίσες ευκαιρίες. Συνήθως αυτό που παράγεται είναι συλλογικό, είναι όλα μαζί, το ένα συμπληρώνει το άλλο, είναι βαθμίδες, είναι σκαλιά που άμα δεν ξεκινήσεις από το πρώτο για να πας στο δεύτερο δεν μπορείς να προχωρήσεις και να πας στο τελευταίο. Άρα η συνεργατικότητα και όλες αυτές οι αξίες συνυπάρχουν, εκπαιδεύσαι, δουλεύεις, βιώνεις και φτάνεις στο τελικό επίπεδο.

6. Περιγράψτε το επιχειρηματικό σας μοντέλο.

Ουσιαστικά εμείς είμαστε μια κολεκτίβα στα χαρτιά. Είμαστε μια Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση και προωθούμε την Κοινωνική Οικονομία, τη συνεργατικότητα. Δεν είναι κάτι ιδιωτικό, υπάρχει το Διοικητικό Συμβούλιο, τα παιδιά που δουλεύουν εδώ, ουσιαστικά είναι ένας αυτοσυντηρούμενος Συνεταιρισμός, δουλεύοντας - πληρώνοντας

7. Θεωρείτε ότι έχει κάποια καινοτόμα χαρακτηριστικά; Αν ναι, πώς αυτά συμβάλλουν στο να πετύχετε πιο αποτελεσματικά τους στόχους σας;

Το καινοτόμο στοιχείο είναι ότι εντάσσεις άτομα με αναπηρία και ευπαθείς κοινωνικές ομάδες στο χώρο εργασίας. Στη χώρα μας αυτό είναι πολύ πίσω ακόμα. Ένα δεύτερο καινοτόμο στοιχείο είναι οι προδιαγραφές που παρέχει, δηλαδή η προσβασιμότητα. Μέγα πλήγμα στην Ελλάδα. Και ένα τρίτο είναι το πολιτιστικό κομμάτι που συνδυάζεται με τα άλλα δύο

8. Με ποιό κριτήριο επιλέξατε να ξεκινήσετε μία Κοινωνική και όχι μιας άλλης νομικής μορφής «επιχείρηση»; Γιατί σας εκφράζει περισσότερο ως μορφή.

Για τη συλλογική προσπάθεια.

9. Είχατε διαμορφώσει επιχειρηματικό σχέδιο (Business Plan) για το εγχείρημα σας, όπου να καταγράφονται οι στόχοι, οι πόροι που θα χρειαστείτε και τα σχέδια σας για την ανάπτυξη της «La Petite Cantine»;

Ναι, από την αρχή ήτανε μια ολοκληρωμένη προσπάθεια, υπήρχε ένα business plan το οποίο ήτανε από τη Μο.Κ.Ε. τη Μονάδα Καινοτόμων Επιχειρήσεων από τον κύριο Σταμπουλή. Ουσιαστικά σε αυτή, υπήρχε χρηματοοικονομική

μελέτη, πως θα γίνει ο χώρος, δομημένα στατιστικά με βάση την τριετία που δίνουνε όλες οι επιχειρήσεις, ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό πλάνο.

10. Υπήρχαν αρχικά οι πόροι π.χ. ανθρωπίνι πόροι, οικονομικοί; Εφόσον όχι, λειτουργήσατε με ότι είχατε διαθέσιμο, προσπαθήσατε και πως, να συγκεντρώσετε τους απαιτούμενους πόρους;

Οι πόροι, αρχικά οι οικονομικοί που ήρθαν από τις τσέπες μας και κάποιες υλικές δωρεές που είχαμε από ορισμένες επιχειρήσεις και εταιρείες. Δεν ενταχθήκαμε στο ΕΣΠΑ, τώρα όμως που άνοιξε θα κοιτάζουμε να ενταχθούμε. Υπήρξαν άνθρωποι που ήρθαν και μας βοήθησαν στις εργασίες, εθελοντές, τα παιδιά που ήτανε να δουλέψουν εδώ. Λειτουργήσαμε με ότι είχαμε διαθέσιμο, ναι. Με εθελοντές, αγγελίες, κάλεσμα μέσω της σελίδας μας, στέλνοντας αίτημα χορηγιών σε εταιρείες που μας βοήθησαν με υλικά. Κυρίως δηλαδή μέσω υλικών δωρεών. Υπήρξε δίκτυο εθελοντών και εργάτες δικοί μας που μας βοήθησαν. Βάψανε κάποιες καρέκλες, σοφατίσαμε κάποια κομμάτια, φτιάξαμε τον κήπο μας, βάψαμε το φράχτη μας. Το γραφείο που καθόμαστε για παράδειγμα, είναι μια πόρτα. Μάθαμε να συλλέγουμε αντικείμενα. Συλλέγω και επαναχρησιμοποιώ

11. Ποια εμπόδια προέκυψαν σχετικά και πως τα αντιμετωπίσατε; Δώστε μου κάποιο παράδειγμα.

Εμπόδιο από τους ανθρώπους μπορώ να πω δεν υπήρχε ούτε και από τις εταιρείες που μας στηρίζανε. Εμπόδιο μπορώ να πω πως αντιμετωπίσαμε από το δήμο και γενικά από το κράτος, όπου δεν έχει μάθει να συνεργάζεται και να συνυπάρχει κανονικά με τέτοιου είδους επιχειρήσεις. Στην πορεία πιστεύω να γίνουμε καλύτερα τα πράγματα.

12. Παρά τις δυσκολίες, τι σας ώθησε και σας ωθεί να συνεχίσετε;

Ότι στην πορεία πιστεύω πως θα γίνουμε καλύτερα τα πράγματα.

13. Η «κατάσταση των περιορισμένων πόρων» θεωρείται ότι έχει και «πλεονεκτήματα» εκτός από «μειονεκτήματα»;

Έχει, διότι σε ενεργοποιεί σε κάνει παραγωγικό, μαθαίνεις να εκτιμάς και να χρησιμοποιείς τα πράγματα τα οποία δεν θα τα χρησιμοποιούσες καν, θα τα είχες πεταμένα και το σημαντικότερο είναι ότι αυτό σε διαφοροποιεί από όλους τους άλλους.

14. Αντιμετωπίσατε άλλου είδους εμπόδια αρχικά και πως ξεπεράστηκαν;

Γενικά, όταν ξεκινάει κάτι διαφορετικό σε αυτή τη χώρα, ειδικά σε μια πόλη όπως είναι ο Βόλος είναι λογικό κάποιιοι να το βλέπουνε καχύποπτα. Για παράδειγμα ότι κάποιος πάει να εκμεταλλευτεί αυτά τα παιδιά, ή ας πούμε ότι πάει να γίνει πλούσιος από αυτά τα παιδιά. Εντάξει όμως αυτά δεν γίνονται στις μέρες μας, έχουν τελειώσει αυτές οι εποχές, το ξέρουν όλοι. Από τον Δήμο θα μπορούσαμε να έχουμε μια καλύτερη αντιμετώπιση γιατί μέσα στην κοινωνική οικονομία και στα καταστατικά μας, υποχρεούται να βοηθάει Κοιν.Σ.Επ και Μ.Κ.Ο. και να συνάπτει μαζί τους συμφωνίες και διαγωνισμούς και τα πάντα. Παρόλα αυτά, η τωρινή Δημοτική Αρχή είναι λίγο δύσκολη. Ένα άλλο σημαντικό θέμα είναι ότι αυτό το κτίριο είναι κρατικό, άρα ο Δήμος δεν μπορεί να μπει στα χωράφια του κράτους. Τώρα από την κυβέρνηση, ευτυχώς σιγά σιγά φτιάχνουν το γραφείο της Κοινωνικής Οικονομίας και έχουμε μια καλή συνεργασία. Τα προβλήματα όλα τα λύνουμε όντας αυτοσυντηρούμενοι, δουλεύοντας πληρώνουμε. Και αυτό είναι το καλό της υπόθεσης. Πρέπει να πληρωθούνε άτομα, τα παιδιά, ο χώρος, οι ΔΕΚΟ, τα προϊόντα, είναι πάρα πολλά και όλα βγαίνουνε από τα έσοδα της επιχείρησης

15. Χρειάστηκε κάποιες φορές να «αυτοσχεδιάσετε»/να είστε εφευρετικός προκειμένου να βρεθεί λύση για την έλλειψη πόρων ή και για άλλα προβλήματα που προέκυψαν; Δώστε μου παραδείγματα.

Χρειάστηκε πάρα πολλές φορές να αυτοσχεδιάσουμε και με το να κάνουμε εξοικονόμηση χρημάτων και να τα αποδώσεις κάπου σωστά και να τρενάρεις πράγματα, να φτιάξεις πράγματα. Κατασκευές που δεν θα σου στοιχίσουνε, ώστε αυτά τα λεφτά να τα χρησιμοποιήσεις κάπου αλλού. Πολλές φορές, ναι.

16. Ποιες «δυνάμεις» (π.χ. ανεκμετάλλευτοι πόροι, ικανότητες των μελών, χαρακτηριστικά της τοπικής κοινωνίας) αξιοποιήθηκαν για να μπορέσει να ξεκινήσει η λειτουργία της «La Petite Cantine»

Ουσιαστικά ήτανε από μόνο του το project η δύναμη. Ήτανε μια πάρα πολύ δυνατή ιδέα και αυτό έπεισε πολύ κόσμο. Επίσης, είχαμε κάνει, πριν ακόμη ανοίξουμε την Κοιν.Σ.Επ, ήδη μια πολύ μεγάλη δράση, με βιωματικά διαδραστικά εργαστήρια, με ημερίδες και κοντά στους οροθετικούς και στις κοινωνικά ευπαθείς ομάδες, άρα αυτό συντέλεσε στο να αρχίσει να παίρνει σιγά σιγά μια δομή, μια σειρά. Έτσι την κατάλληλη στιγμή, βρήκαμε τον χώρο και ξεκινήσαμε τις εργασίες.

17. Με ποιους τρόπους γίνεται γνωστή η δραστηριότητα της Κοιν.Σ.Επ στην οποία συμμετέχετε; Έχετε εξασφαλίσει κάποια προβολή σε ιστότοπους, ενημερωτικά έντυπα ή φυλλάδια του Δήμου ή της Περιφέρειας;

Ουσιαστικά υπάρχει ένας άνθρωπος που βρίσκεται πίσω από όλα αυτά, ο οποίος είναι υπεύθυνος για τη προβολή ιδεών, συντάσσει τα κείμενα, γράφει τις ομιλίες μου στις ημερίδες που μιλάω. Επίσης υπάρχει η σελίδα μας στο facebook η οποία τρέχει και έχει πολύ μεγάλη ανταπόκριση, είμαστε στο google map, στο οποίο βλέπει ο καθένας που θέλει να έρθει πληροφορίες και πού είμαστε, πάρα πολύ μεγάλο όγκο άρθρων και εκπομπών οι οποίες μάλιστα παίζουνε πολλές φορές ξανά, πχ προχθές ήμασταν στην ET3 και στο Μακεδονία TV, αύριο μιλάω στο MEGA. Οπότε, έχει πάρει μεγάλη έκταση. Ενημερωτικά έντυπα και φυλλάδια στο δήμου όχι, δεν είναι στην πολιτική της επιχείρησης. Παρά μόνο αφίσες ενημερωτικές σχετικά με ότι έχουμε να κάνουμε από δράσεις.

18. Ποια είναι σήμερα η βασική πηγή εσόδων σας. Επαρκούν τα έσοδα για τη συνέχιση της λειτουργίας;

Υπάρχει από τη λειτουργία του καταστήματος, που είμαστε αυτοσυντηρούμενοι, από το κέντρο ψυχοθεραπείας που έχουμε από τους ψυχολόγους μας και από κάποιες δωρεές που παίρνουμε κατά καιρούς από επιχειρηματίες ή από επιχειρήσεις. Μέχρι στιγμής τα έσοδα μας επαρκούν.

19. Εντάξατε άλλες δραστηριότητες στο επιχειρησιακό σας μοντέλο; Αξιοποιήθηκαν άλλες μορφές χρηματοδότησης;

Γίνονται μαθήματα νοηματικής, νοικιάζεται ο χώρος για πολιτιστικές δράσεις, διατίθεται επίσης και για παιδικά πάρτι, για ομάδες, για εκθέσεις, οπότε υπάρχουνε κι από εκεί κάποια έσοδα. Γίνονται επίσης υπό την αιγίδα μας και διάφορες εκδηλώσεις. Έγινε προχθές μία εκδήλωση ψυχικής υγείας σχετικά με τον «ΚΗΠΟ» υπό την αιγίδα μας, μια άλλη ημερίδα που έγινε στην Παλιά Ηλεκτρική, το «Willing to help» που μαζεύουνε λεφτά για αναπηρικά αμαξίδια, παρουσίασε το dvd τους και διάφορες άλλες δράσεις. Σε σχέση με τη χρηματοδότηση, τώρα καταθέτουμε το φάκελο μας για το καινούργιο ΕΣΠΑ, αλλά πρέπει να περιμένεις έξι με οκτώ μήνες τουλάχιστον για να δεις τι θα γίνει και δεν είναι και τίποτα σίγουρο. Μέχρι στιγμής πάντως δεν αξιοποιούμε κάποια μορφή χρηματοδότησης.

20. Επιδιώξατε να προσελκύσετε κάποιους φορείς ή και άτομα προκειμένου να σας στηρίξουν; Πως τους προσεγγίσατε και πως πετύχατε τη συνεργασία τους μαζί σας;

Σαφώς, κάναμε κάλεσμα σε φορείς, όπως συλλόγους ΑΜΕΑ, πολιτιστικούς συλλόγους, σε κάποιους είχαμε ανταπόκριση σε κάποιους άλλους δυστυχώς δεν μπορούμε να είμαστε σε όλους αρεστοί. Τους προσεγγίζουμε και συνεργαζόμαστε κυρίως με προσωπική επαφή που έχουμε με τους συλλόγους με ενημερωτικά email αλλά και με το πρωτόκολλο που ακολουθείται από κάθε σύλλογο

21. Έχετε τη στήριξη της τοπικής κοινωνίας και πως την πετύχατε; Θα μπορούσε να υποστηριχθεί η «La Petite Cantine» περισσότερο; Θα το επιδιώξετε; Πως;

Έχουμε τη στήριξη μεγάλης μερίδας ανθρώπων και συμπολιτών μας.

22. Ενίσχυσε η Τοπική Αυτοδιοίκηση αυτή την προσπάθεια; Με ποιόν τρόπο, ποιος ήταν ο ρόλος της;

Αυτή η στήριξη δεν υπάρχει από το Δήμο, η Δημοτική Αρχή αυτή που υπάρχει τώρα δυστυχώς, με λύπη μου το λέω, είναι ενάντια στον πολιτισμό, στην κουλτούρα στην παιδεία είναι μια ομάδα ανθρώπων, οι οποίοι πήραν πολύ έξυπνα το δήμο στα χέρια τους και τον εκμεταλλεύονται έτσι ώστε να γίνουν πλούσιοι. Κατά δεύτερον, δεν έχουμε στα πλάνα μας να συνεργαστούμε με το δήμο και με αυτή τη δημοτική αρχή, κατά τρίτον ούτε οι ίδιοι θέλουν να έχουν επαφές με μέρη ή με συλλόγους που δεν έχουν να κερδίσουν πράγματα. Πώς θα βρεθούνε κοινοί στόχοι όταν δεν ταιριάζει η κουλτούρα μας και η ιδιοσυγκρασία μας. Γνωρίζουν τι σημαίνει ανάπτυξη, τι σημαίνει προσβασιμότητα, οι ίδιοι γνωρίζουν τι σημαίνει να μπορούνε οι επιχειρήσεις να ανασάνουνε και όχι να περνάνε και να τα παίρνουνε από την κάθε επιχείρηση; Το μοντέλο το δικό μας είναι ένα σύγχρονο μοντέλο Κοινωνικής Οικονομίας, δεν ξέρω και κατά πόσο είναι και γνώστες αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας, Προφανώς όμως αυτά είναι ψιλά γράμματα, λίγο πολύπλοκα και είναι για μορφωμένους ανθρώπους. Για ανθρώπους που έχουν μια παιδεία τουλάχιστον γιατί κάποιος μπορεί να είναι και αγράμματος αλλά μπορεί να έχει παιδεία. Ο ρόλος της, κομπάρσος.

23. Κρίνετε ότι μπορεί να σας βοηθήσει ή θα μπορούσε να σας είχε βοηθήσει περισσότερο; Με ποιόν τρόπο;

Κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες και καταστάσεις, με ανθρώπους που είναι δυναμικοί και ανθρώπους που είναι μορφωμένοι, που θέλουν να αναπτύξουν φορείς, δεσμούς, τα πάντα, τότε ναι, ο δήμος μπορεί να προσφέρει πάρα πολλά και στον χώρο του πολιτισμού. Θα μπορούσε να βοηθήσει γενικά στην Κοινωνική μέριμνα. Έχουμε πολύ ωραίες δομές με χάλια ανθρώπους. Να βοηθήσουνε την κουζίνα αλληλεγγύης, το κοινωνικό παντοπωλείο. Συνάνθρωποι μας πεινάνε και δεν έχουνε να φάνε, στο θέμα του Πολιτισμού του Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. – ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ., να αναλάβει πολύ ωραίες πολιτιστικές δράσεις, να φέρει μουσικούς αξιοπρεπείς να κάνουν συναυλίες και όχι την [...], να γίνουν ωραίες θεατρικές παραστάσεις. Ο Δήμαρχος της Λάρισας για παράδειγμα έχει φέρει ωραίες δράσεις στην πόλη του κι εδώ που είμαστε στο επίκεντρο της Ελλάδος και δεν γίνεται τίποτα με μας και κανένας δεν θέλει να συνεργαστεί κιόλας με αυτή τη δημοτική αρχή, εκεί είναι το θέμα, γιατί καλά τα λέμε τώρα αλλά ένας σοβαρός άνθρωπος δεν θα καθίσει να ασχοληθεί με αυτόν τον δήμαρχο τώρα.

24. Σκέφτεστε να αναπτύξετε τις δραστηριότητες σας στο προσεχές μέλλον, πως;

Σκεφτόμαστε για την προσεχή πενταετία να ανοίξουμε υποκαταστήματα και σε άλλα κομβικά σημεία της Ελλάδας όπως σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κρήτη και στο πίσω μέρος του κεφαλιού μας υπάρχει και η δημιουργία ενός προσβάσιμου ξενώνα.

25. Από πόσα μέλη (το προφίλ τους) απαρτίζεται η Κοιν.Σ.Επ στην οποία συμμετέχετε;

Από επτά μέλη, τα μέλη του ΔΣ

26. Πόσους εργαζόμενους συνολικά απασχολεί; Πόσοι από αυτούς είναι μέλη;

Αυτή τη στιγμή έχουμε δεκατρείς εργαζόμενους, που δεν αποτελούνε μέλη του ΔΣ και όλοι προερχόμενοι από ειδικές και από κοινωνικά ευπαθείς ομάδες, έχουμε για παράδειγμα μια κοπέλα από το πρόγραμμα επανένταξης του δήμου από την κοινωνικής μέριμνας και τώρα περιμένουμε να εργασθεί και ένας αποφυλακισμένος

27. Ποιος θεωρείτε ότι είναι ο συνδετικός σας κρίκος;

Είμαι ο άνθρωπος που καλούμαι και δέχομαι να ρυθμίσω τις ισορροπίες γιατί πάντα θα υπάρχουν αναταραχές

28. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι έχετε πετύχει να επιφέρετε την επιδιωκόμενη αλλαγή; Κι αυτή η αλλαγή π.χ. σε κοινωνικές αξίες, στάσεις, αντιλήψεις ή και πολιτική δημιουργεί γόνιμο έδαφος για να είστε ακόμη πιο αποτελεσματικοί ή ακόμη και νέες ευκαιρίες;

Αν με ρωτούσατε με βάση το δέκα, θεωρώ ότι αυτή τη στιγμή έχουμε φτάσει στο επτά και έχουμε να προσφέρουμε πολλά ακόμη. Είμαστε μια ομάδα που έχουμε φρέσκιες ιδέες, απόψεις και αντιλήψεις, είμαστε προοδευτικοί άνθρωποι, είμαστε άνθρωποι που εντάσσονται στο χώρο που μπορούμε να αποδώσουμε και να κάνουμε πράγματα κι επίσης πιστεύω πως ο καθένας σε αυτή την Κοιν.Σ.Επ έχει να δώσει κάτι κι έτσι σιγά σιγά χτίζουμε το κάτι παραπάνω.

Συνέντευξη 2^η

Συνοδή Φουκαλά, Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου Κοιν.Σ.Επ «ΠαΠαντού»

27/3/2017, Βόλος

1. Ποιες είναι οι σπουδές σας;

Τελείωσα το 1998 το Τμήμα Προσχολικής Αγωγής του ΤΕΙ Ηπείρου και το 2014 τη Θεατρολογία της Σχολής Καλών Τεχνών του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου.

2. Έχετε κάνει άλλα επιχειρηματικά εγχειρήματα στο παρελθόν; Όχι, ήμουν πάντα μισθωτή

3. Πως και από ποιους γεννήθηκε η ιδέα για το συγκεκριμένο επιχειρηματικό εγχείρημα και γιατί θεωρήθηκε επιχειρηματική ευκαιρία;

Ήταν σχετικά τυχαία η επιλογή της μορφής. Προέκυψε το σεμινάριο Τοπ.Σ.Α εδώ στο Δήμο Βόλου κι έτσι εκπαιδευτήκα πηγαίνοντας στην ουσία για να βοηθήσω μια άλλη φίλη να στήσει μία άλλη Κοιν.Σ.Επ που ήθελε, όμως στην πορεία και κατά την εκπαίδευση μου εκεί στο σεμινάριο κατάλαβα ότι ίσως θα μπορούσα να κάνω το όνειρο μου πραγματικότητα, επειδή η τελευταία στροφή μου και λόγω σπουδών αλλά και γενικότερα προς το θέατρο με ενδιέφερε πάρα πολύ και ήθελα αυτό να γίνει, δεν μπορούσα να γίνω θεατρικός επιχειρηματίας κανονικός ας το πούμε, είχα σχέση πάρα πολύ και με τα παιδιά έχω δουλέψει πολύ σε παιδικούς σταθμούς, με ενδιέφερε πάρα

πολύ, το να γίνει το θέατρο και το κουκλοθέατρο προσιτό γι' αυτό και τ' όνομα μας «ΠαΠαντού» Κοιν.Σ.Επ. από το Παράσταση Παντού, η παράσταση να πηγαίνει στο σχολείο

των παιδιών. Κι έτσι προέκυψε. Ένας από τους βασικούς συνεργάτες ο οποίος είναι και μέλος της Κοιν.Σ.Επ, με προέτρεψε, είναι αυτός ο οποίος μου έδωσε ιδιαίτερο αέρα σε σχέση με αυτό και είναι αυτός ο οποίος στηρίζει τεχνικά όλα τα ζητήματα, κατασκευές, πράγματα κλπ και είπαμε ότι ναι, μπορούμε να το κάνουμε. Δεν είχαμε καθόλου κουμπιρά, έπρεπε να κάνουμε κάτι. Εκείνο το διάστημα εγώ ήμουνά πάρα πολύ δύσκολα επαγγελματικά, δεν είχα κάτι και ο συνεργάτης μου επειδή είναι οικοδόμος κατά βάση και ερασιτέχνης αυτοδίδακτος μουσικός που παίζει και στις παραστάσεις, αλλά και επειδή κατασκευάζει πράγματα με όλα τα υλικά, ξύλα, πέτρες κλπ έπρεπε να βρούμε μία λύση για να εξασφαλίσουμε δουλειά για τους εαυτούς μας. Διαλέξαμε τη μορφή για το λόγο ότι δεν ήμασταν υποχρεωμένοι να πληρώνουμε ΤΕΒΕ γιατί δε είχαμε καθόλου χρήματα και είπαμε ξεκινάμε τώρα.

- 4. Ποιος θα λέγατε ότι είναι ο βασικός σκοπός – το όραμα της «ΠαΠαντού»;**
Η «ΠαΠαντού», θέλει να φέρει το θέατρο κοντά σε όλο τον κόσμο, όχι μόνο ως ακροατήριο αλλά και ως ενεργό μέλος. Γιατί θέατρο μπορούν να κάνουν όλοι, ακόμα και οι ηθοποιοί όπως λέει και ο Augusto Boal και με αυτή την έννοια αυτό που μας ενδιαφέρει δεν είναι μόνο οι παραστάσεις αλλά μας ενδιαφέρει να κάνουμε και βιωματικά εργαστήρια και παιδικά και μεγάλων, κουκλοθεατρικά και θεατρικά στα οποία, εννοείται ότι δεν θα διδάσκουμε αποκλειστικά εμείς αλλά προσδοκούμε και σε συνεργασίες με ανθρώπους που είναι περισσότερο εξειδικευμένοι και ξέρουν να κάνουν πολύ καλά αυτή τη δουλειά.
- 5. Ποιό πρόβλημα, ποιο πρόβλημα/ανάγκη επιδιώκει να λύσει η «ΠαΠαντού» με τη λειτουργία της; Ορίστε την αλλαγή που επιδιώκετε να πετύχετε και προσδιορίστε την κοινωνική αξία που παράγεται ή θα παραχθεί μέσα από τη λειτουργία της επιχείρησης.**

Αυτό που δεν είχε η περιοχή και νομίζω ότι πήγαμε εμείς και με επιτυχία στη πρώτη μας και μοναδική βέβαια μέχρι στιγμής επιχειρηματική δραστηριότητα το καλύψαμε, είναι να πάει η παράσταση στο σχολείο. Το οποίο λύνει πολλά ζητήματα. Βέβαια τώρα, έχουνε ξεκινήσει και πάνε κι άλλοι συνάδελφοι και αυτό είναι πάρα πολύ καλό, γιατί υπάρχουνε περισσότερες επιλογές. Νομίζω

ότι αυτό ήτανε το βασικό, δηλαδή υπήρχανε συνάδελφοι από την πρώτη μου δουλειά, Νηπιαγωγοί, οι οποίοι λέγανε «μια παράσταση να έρθει στο σχολείο, πάμε συνέχεια στο θέατρο όποτε έχει παραστάσεις ή έρχονται από την Αθήνα που είναι ίσως και πιο ακριβές, γιατί να μην έχουμε κάτι και εδώ». Εντωμεταξύ επειδή το κουκλοθέατρο στην αρχή ξεκίνησε σαν χόμπι και οι συνάδελφοι ξέρανε ότι ασχολιόμουν με αυτό, μου λέγανε, αφού κάνεις το παραδοσιακό με τη γατόκουκλα και πάμε και βλέπουμε τόσα άλλα πράγματα. Έλα, έχει σημασία, είναι ωραίο, έχει αισθητική, έχει περιεχόμενο, κρίμα να μη δεν το δείξεις. Και κάπως έτσι, η προτροπή και η ενθάρρυνση . Αυτό που προσπαθούμε να πετύχουμε, το καταφέρνει το θέατρο από μόνο του καταρχάς. Επειδή είναι αυτή η συλλογική διαδικασία στην οποία συμμετέχουνε όλοι και ηθοποιοί και όλοι οι συντελεστές ως ομάδα αλλά ταυτόχρονα και το κοινό, γιατί παράσταση χωρίς κοινό δεν είναι παράσταση, αυτό από μόνο του δημιουργεί νομίζω αυτό το χαρακτήρα και αν πούμε ότι το θέατρο είναι μία τέχνη η οποία βοηθάει τον άνθρωπο να βρει τον εαυτό του, να τον μαλακώσει, να βρει απαντήσεις, είναι δηλαδή το ψέμα μάλλον, όπως είπε και ο Πικάσο, που σε βοηθάει να συνειδητοποιήσεις την αλήθεια, είναι ένα μεγάλο εργαλείο παιδείας, για τον οποιονδήποτε άνθρωπο. Το θέατρο βέβαια δεν αλλάζει κοινωνίες, αλλά αλλάζει τους ανθρώπους που θα αλλάξουν τις κοινωνίες. Η κοινωνική αξία νομίζω πως είναι όλα τα προηγούμενα. Το πώς μπορεί ένα παιδί να καλλιεργηθεί αισθητικά και έτσι να αναπτύξει κάποια κομμάτια της νοημοσύνης του, όπως είναι η συναισθηματική και η ηθική νοημοσύνη, τα οποία είναι και τα πλέον ζητούμενα στην εποχή μας, γιατί το παιδί δεν είναι μόνο ο κουμπαράς των γνώσεων που ο δάσκαλος θα ρίξει, θα ρίξει, θα ρίξει. Περιμένουμε από το παιδί να υπάρξει κάτι που θα του επιτρέψει να βγάλει, να βγάλει, να βγάλει. Αυτό το κάνει το θέατρο, το κουκλοθέατρο και η τέχνη.

6. Περιγράψτε το επιχειρηματικό σας μοντέλο.

Είναι κάτι περισσότερο σε ηθικό-ιδεολογικό επίπεδο, παρά στο πρακτικό. Δεν είμαστε οι γκλαμουράτοι τύποι που έρχονται από κάπου, δεν ξέρω από πού, είμαστε απλοί άνθρωποι που κάνουμε πράγματα με πολύ αγάπη και μεράκι με τα χέρια μας και θέλουμε να φέρουμε κοντά όλο αυτό τον καημό μας και να το δείξουμε στους ανθρώπους, για να βρουν κι αυτοί μια διέξοδο. Το μοντέλο της επιχείρησης είναι αυτό: εμείς, τα πράγματα μας, το φορτηγάκι μας, οι βαλίτσες μας, οι κούκλες μας και το παράπηγμα το κουκλοθεατρικό,

τα μουσικά μας όργανα, ακορντεόν, κιθάρες κ.α. τα οποία τα πάμε και στήνουμε από το πουθενά ένα μαγικό γεγονός. Έτσι θέλουμε να είναι. Στο οργανωτικό κομμάτι πάντως δεν έχει παραχθεί μέχρι στιγμής κάποιο κέρδος. Σε αυτό είμαστε λιγάκι μπερδεμένοι.

7. Θεωρείτε ότι έχει κάποια καινοτόμα χαρακτηριστικά; Αν ναι, πως αυτά συμβάλλουν στο να πετύχετε πιο αποτελεσματικά τους στόχους σας;

Το καινούργιο είναι μάλλον, ότι φέρνουμε πίσω το παλιό, με την έννοια του κλασικού παραδοσιακού κουκλοθέατρου για παράδειγμα, ξαναμπήκε στα σχολεία με επαγγελματικούς όρους. Δεν υπάρχει κάτι τελείως καινούργιο, είναι μια αναβίωση. Νιώθω ότι αυτό θα έχει πολύ μεγάλη ανταπόκριση και θα ζητιέται όπως και μας ζητήθηκαν και άλλες παραστάσεις αλλά εμείς δεν είχαμε έτοιμες για το λόγο ότι απαντάει σε βασικές ανάγκες του παιδιού για διασκέδαση με αυτόν τον τρόπο και όχι μπροστά σε ένα tablet και όχι μπροστά σε μια οθόνη ή σε έναν άνθρωπο ο οποίος μιλάει - μιλάει - μιλάει και το κοιμίζει στην ουσία. Ταυτόχρονα, το θεωρούμε πάρα πολύ σπουδαίο, αποτελεί και κίνητρο προς μίμηση. Ακόμα και τα ίδια τα παιδιά, αφού φεύγουμε ή φεύγοντας όταν μετά βλέπουνε τις κούκλες, τις πιάνουν στα χεράκια, μιμούνται τον ήρωα έτσι όπως έπαιξε. Δηλαδή απαντάει σε μια ανάγκη του ανθρώπου η οποία νομίζω ότι είναι από πάντα. Εγώ, το παιχνίδι, η κούκλα, το σύμβολο και όλα αυτά.

8. Με ποιά κριτήριο επιλέξατε να ξεκινήσετε μία Κοινωνική και όχι μιας άλλης νομικής μορφής «επιχείρηση»; Γιατί σας εκφράζει περισσότερο ως μορφή.

Μας εκφράζει ως μορφή και για τον συλλογικό σκοπό για τον οποίο δρούμε τα μέλη της επιχείρησης και για το ότι προσπαθούμε να έχουμε και συναδέλφους οι οποίοι δεν είναι μέλη στην επιχείρηση αλλά έρχονται ως εργαζόμενοι αλλά ταυτόχρονα το βασικό μας κριτήριο ήταν ότι δεν είχαμε καθόλου κουμπαρά και δεν μπορούσαμε να πληρώνουμε το ΤΕΒΕ. Ίσως, αν υπήρχε τέτοια δυνατότητα να είχαμε και μια άλλη μορφή, δε μπορώ να το πω με βεβαιότητα.

9. Είχατε διαμορφώσει επιχειρηματικό σχέδιο (Business Plan) για το εγχείρημα σας, όπου να καταγράφονται οι στόχοι, οι πόροι που θα χρειαστείτε και τα σχέδια σας και τα σχέδια σας για την ανάπτυξη της «Πα-Παντού»

Όχι ακριβώς, δεν υπήρχε συγκεκριμένο business plan. Υπήρχε κάποια υποδομή, είχαμε πάρει βοήθεια και από το γραφείο επιχειρηματικότητας του Πανεπιστημίου που ήτανε μέσα στο πρόγραμμα του σεμιναρίου που είχα παρακολουθήσει, ήτανε κάποια πράγματα τα οποία μας βοηθήσανε σαν οπτική εκεί τα παιδιά, πραγματικά που δεν τα είχα σκεφτεί. Ας πούμε, μας μιλούσανε για τον ανταγωνισμό κι επειδή υπήρχανε και άλλοι συνάδελφοι του καλλιτεχνικού μας έλεγαν, παιδιά επειδή είστε καλλιτέχνες να ξέρετε ότι ακόμη και το ηλιοβασίλεμα είναι ανταγωνιστής σας. Γιατί κάποιος να μη δει το ηλιοβασίλεμα και να έρθει στην παράσταση σου, πρέπει να έχεις λόγο. Αυτό που δεν χειριστήκαμε σωστά ήτανε το οικονομικό κομμάτι, γιατί εμείς βάλαμε ένα εισιτήριο το οποίο όμως δεν κάλυπτε τα έξοδα μας. Είχαμε εισιτήριο 3€ που είναι εξαιρετικά συμβολική τιμή, ενώ το κόστος της παράστασης μας δεν είναι 3€ κι εμείς επιπλέον πηγαίναμε και παίζαμε όπου μας ζητούσαν. Δηλαδή παίζαμε για 20 – 25 παιδάκια, αυτό δεν έβγαζε τα χρήματα της παράστασης, ούτε τα μεροκάματα των συναδέλφων, όλων μας δηλαδή, ούτε τις βενζίνες μας, δεν το χειριστήκαμε σωστά, ήτανε λάθος η τιμή. Σε ένα business plan, αυτό που βλέπεις βασικά είναι πόσα σου χρειάζονται τουλάχιστον για να υπάρξεις. Εμείς με αυτό, δεν καταφέρνουμε να υπάρχουμε. Ήτανε λάθος.

10. Υπήρχαν αρχικά οι πόροι (π.χ. ανθρώπινοι πόροι, οικονομικοί); Εφόσον όχι, λειτουργήσατε με ότι είχατε διαθέσιμο, προσπαθήσατε και πως, να συγκεντρώσετε τους απαιτούμενους πόρους;

Αυτό που υπήρχε στα σίγουρα ήτανε τα χέρια μας και τα μυαλά μας και τα θέματα που μπορούσαμε να λύσουμε με αυτά. Οι κούκλες μας κατασκευαστικά είναι απλές, γίνονται με χαρτοπολτό, χαρτί υγείας, νερό και ατλακόλ, τα ρούχα τους είναι από παλιά ρούχα δικά μας, δεν χρειάζεται να αγοράσουμε σχεδόν τίποτα. Το μόνο που αγοράσαμε ήτανε κάποια μέτρα πηγάκια και караβόπανο για να φτιάξουμε το παράπηγμα μας, δηλαδή το κόστος του να στήσουμε την πρώτη μας παραγωγή ήτανε εξαιρετικά λίγο αλλά αυτό σημαίνει ότι εμείς δουλεύαμε απέραντα πολλές ώρες. Αυτό βέβαια δεν μας πείραζε γιατί μας άρεσε κιόλας μ' έναν τρόπο. Στην ουσία είχαμε μόνο ανθρώπινους πόρους να εκμεταλλευτούμε. Λύναμε τα θέματα μας – η δεξιότητα του solving problems – με πράγματα που υπάρχουν ήδη. Και το εντυπωσιακό είναι ότι κατά ομολογία των ανθρώπων που είδανε την

παράσταση, η αισθητική η οποία υπήρχε, ήτανε τέτοια που ούτε καν θα πήγαινε το μυαλό κάποιου τι ήτανε με ευτελή υλικά. Θα σας δώσω ένα παράδειγμα, η αυλαία του κουκλοθεάτρου μας, επειδή είχε μηχανισμό που ανοιγοκλείνει, ο μηχανισμός αυτός είναι χειροποίητος, με μισινέζα και ξύλα τα οποία ξύλα ήτανε από τις ελιές που είχαμε κλαδέψει, τα πήρε ο συνεργάτης και τα έφτιαξε, πραγματικά πρέπει να το δείτε, είναι εντυπωσιακό. Λειτουργούσε κανονικά ο μηχανισμός, που ο άλλος μπορούσε να θεωρήσει ότι αυτό γίνεται με ένα κουμπί. Αλλά ήτανε τόσο αρχέγονο, δεν ξέρω αν είναι σωστή η λέξη, ήτανε τόσο πρωτόλειο όλο αυτό, το οποίο ήτανε μαγικό.

11. Ποια εμπόδια προέκυψαν σχετικά και πως τα αντιμετωπίσατε; Δώστε μου κάποιο παράδειγμα.

Γενικά η πρώτη μας παραγωγή ήτανε μέχρι στιγμής, ότι καλύτερο μου έχει συμβεί επαγγελματικά. Όμως συνέβη το εξής, στην ουσία - και αυτό είναι προσωπική αίσθηση, μπορεί κάποιος άλλος να έχει μια άλλη εκτίμηση - εγώ είδα να αποκρυσταλλώνεται μια πορεία και μια εμπειρία δική μου στο χώρο των σχολείων, γιατί δουλεύω με παιδιά από το 1999. Δηλαδή όπου κι αν πήγαινα έβρισκα συναδέλφους. Και μόνο το προσωπικό, οι προσωπικές επαφές, άλλα όχι με την έννοια να σε πάρω τηλέφωνο και κανόνισε, προώθησε με, δεν υπήρχε αυτό. Όταν οι συνάδελφοι είδανε ότι το πίσω από την «ΠαΠαντού» την οποία δεν γνώριζαν, βρίσκεται η συνάδελφος από το σχολείο, δημιουργήθηκε ένα προσωπικό - ηθικό κεφάλαιο το οποίο με έναν τρόπο μου γύρισε πίσω και είναι πολύ πολύ συγκινητικό αυτό που συνέβη. Δεν είχαμε εμπόδια θέλω να πω, ίσα ίσα ήτανε όλα εξαιρετικά. Να σκεφτείτε ότι στη σεζόν, ενώ στην αρχή είχαμε πεί πως και επτά παραστάσεις να πάμε καλά θα είναι και δεκαπέντε να είναι το «ταβάνι» μας και τελικά κάναμε είκοσι τρεις. Επειδή ήτανε Χριστουγεννιάτικη η παραγωγή, υπήρχανε μέρες που είχαμε διπλές παραστάσεις. Μας υποστήριξε πολύ ο χώρος στον οποίο απευθυνθήκαμε που πραγματικά είναι συγκινητικό.

12. Παρά τις δυσκολίες, τι σας ώθησε και σας ωθεί να συνεχίσετε;

Η αλήθεια είναι ότι αυτή η ερώτηση πέφτει σε μια περίοδο στην οποία ταλαντευόμαστε αν μπορούμε ή όχι να το συνεχίσουμε. Γιατί υπάρχει κάτι που μας λείπει για να το συνεχίσουμε αλλά ακόμα δεν το έχουμε προσδιορίσει. Ένα κίνητρο, ένα κάτι, μια δυσκολία. Ότι έγινε μέχρι στιγμής έγινε με πάρα πολύ κόπο. Και επειδή ταλαντευτήκαμε, να το κάνουμε, να μην

το κάνουμε κτλ, αυτό το οποίο πρακτικά-οικονομικά μας ωθεί, είναι ότι πρόκειται να ενταχθούμε στον καινούργιο νόμο. Δεν θα πληρώνουμε για την πρώτη πενταετία τέλος επιτηδεύματος, που δεν θα γίνεται καταβολή φόρου προκαταβολικά και άλλα πολλά και είναι κάπως πιο ευνοϊκό για εμάς. Αυτό το οποίο μας κάνει να επιμένουμε είναι ότι δεν έχουμε το ΤΕΒΕ και το ξαναλέω, γιατί εμείς κάνουμε συμβάσεις ανάλογα με τη σεζόν. Τώρα δεν έχουμε παράσταση, δεν δουλεύουμε. Άρα δεν καταβάλλουμε κάπου χρήματα, οπότε μέχρι στιγμής είναι βολικό. Και θέλουμε να πιστεύουμε ότι η «ΠαΠαντού» θα ξαναδράσει σύντομα.

13. Η «κατάσταση των περιορισμένων πόρων» θεωρείται ότι έχει και «πλεονεκτήματα» εκτός από «μειονεκτήματα»;

Γενικότερα νομίζω ότι δεν μπορεί κανείς να ισχυριστεί ότι έχει πλεονεκτήματα. Απλά, ίσως να αναγκάζεσαι να εκτιμήσεις κάποια πράγματα πολύ πιο απλά σε προσωπικό επίπεδο, βέβαια όταν πρόκειται να ταΐσεις τα παιδιά σου τα πράγματα χοντραίνουν κι εκεί πέρα, τι να εκτιμήσεις, υπάρχουν δυσκολίες. Αλλά εκτιμάς πράγματα σε προσωπικό επίπεδο και αναπτύσσεις δεξιότητες, τύπου «solving problems» από το πουθενά. Αναγκάζεσαι και μπορεί να είναι κι αυτό ένα καλό, αλλά γενικότερα στη ζυγαριά δεν μπορεί κάποιος να ισχυριστεί, ευτυχώς που τα πράγματα είναι δύσκολα γιατί γίνομαι καλύτερος άνθρωπος. Όμως υπάρχουν, αλλιώς παραιτείσαι και πεθαίνεις.

14. Αντιμετωπίσατε άλλου είδους εμπόδια αρχικά και πως ξεπεράστηκαν;

Προβλήματα είχαμε στην αρχή όταν πήγαμε να συγκροτηθούμε και να γίνουμε επιχείρηση, γιατί έγινε το λάθος να έχουμε υψηλές προσδοκίες σε σχέση με τις υποσχέσεις που είχαμε πάρει, ότι θα βοηθηθούμε στο να το κάνουμε. Δηλαδή, τον πρώτο καιρό που υποτίθεται ότι το πρόγραμμα το οποίο παρακολούθησα θα κάλυπτε νομικό σύμβουλο, λογιστή κλπ, τα πράγματα δεν ήταν έτσι όπως τα φανταστήκαμε. Δηλαδή αναγκαστήκαμε παράδειγμα και το καταστατικό να το κάνουμε μόνοι μας, το οποίο είναι ένα καταστατικό απαράδεκτο, το έχω κρατήσει αναμνηστικό, γιατί δεν ξέραμε τη γλώσσα στην οποία να το κάνουμε. Κάποια στιγμή ζητήσαμε από το δήμο, εννοείτε να πληρώσουμε, κάποιο χώρο για να κάνουμε κάποια μαθήματα και εργαστήρια θεάτρου σε παιδιά και πάλι δεν υπήρχε χώρος. Τα προβλήματα γενικώς ξεπεραστήκανε με τη βοήθεια ανθρώπων από άλλες Κοιν.Σ.Επ. γιατί υπάρχει μια αλληλεγγύη και βοηθηθήκαμε έτσι.

15. Χρειάστηκε κάποιες φορές να «αυτοσχεδιάσετε»/να είστε εφευρετικός προκειμένου να βρεθεί λύση για την έλλειψη πόρων ή και για άλλα προβλήματα που προέκυψαν; Δώστε μου παραδείγματα.

Ναι, χρειάστηκε. Στις κούκλες, στα κοστούμια, στο παράπηγμα του κουκλοθεάτρου, σε όλα τα παραδείγματα που σας ανέφερα παραπάνω. Είμαστε κουκλοθέατρο παραδοσιακό με χαρτόκουκλα, το παράπηγμα μας είναι μεγάλο, δύο μέτρα επί ένα ογδόντα, η σκηνή έρχεται μέχρι τον κουκλοπαίχτη, το πίσω μέρος, και είναι λινάτσα, εγώ βλέπω τον κόσμο και ο κόσμος δεν με βλέπει και αυτά τα φτιάξαμε μόνοι μας τελείως, όλα, τα πάντα. Η έδρα της «ΠαΠαντού» είναι στο σπίτι μας, αλλά ο χώρος που χρειάζεται για να λειτουργήσει η «ΠαΠαντού», είναι τα τετραγωνικά ακριβώς αυτά τα οποία έχουμε ζητήσει και νομικά, είναι το σαλόνι μας. Στο οποίο αν μεις μέσα απελπίζεσαι. Ραπτομηχανή, κούκλες, υφάσματα, κατσαβίδια, πένσες, ότι θέλεις, το σύμπαν όλο είναι εκεί.

16. Ποιες «δυνάμεις» (π.χ. ανεκμετάλλευτοι πόροι, ικανότητες των μελών, χαρακτηριστικά της τοπικής κοινωνίας,) αξιοποιήθηκαν για να μπορέσει να ξεκινήσει η λειτουργία της«ΠαΠαντού»;

Παίξαμε σε ιδιωτικά και δημόσια νηπιαγωγεία και στους παιδικούς σταθμούς του δήμου. Αυτό ήταν πολύ συγκινητικό ας πούμε, όταν έστειλα το email στα γραφεία των παιδικών σταθμών, προωθήθηκε στο λεπτό. Είχα δουλέψει παλιότερα στο δήμο στους παιδικούς σταθμούς. Οι συνάδελφοι ήτανε τόσο αλληλέγγυοι στο να φέρουν την παράσταση στους παιδικούς σταθμούς, ήτανε αυτή η αλληλεγγύη που λέει ότι έχουμε δουλέψει μαζί, σε εκτιμώ και πιστεύω στη δουλειά σου, έλα να τη δείξεις. Αυτό, ήτανε πολύ σπουδαίο. Και η φαντασία του καθενός από τα μέλη αλλά και των δικών μας ανθρώπων, τι να σου πω ακόμη και τις φούντες από τις κουρτίνες του έχουμε πάρει, δεν έχουμε αφήσει τίποτα στα σπίτια των ανθρώπων.

17. Με ποιους τρόπους γίνεται γνωστή η δραστηριότητα της Κοιν.Σ.Επ στην οποία συμμετέχετε; Έχετε εξασφαλίσει κάποια προβολή σε ιστότοπους, ενημερωτικά έντυπα ή φυλλάδια του Δήμου ή της Περιφέρειας;

Δεν έχουμε αξιοποιήσει πολλά μέσα για την προβολή μας. Μέσω email στην αρχή κινηθήκαμε, έπειτα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά περισσότερο επειδή κινούμαι στους χώρους της εκπαίδευσης, κάποια στιγμή είχα δουλέψει και στο κέντρο Δια Βίου Μάθησης και είχα κάνει δύο θεατρικά εργαστήρια

για ενήλικες, στα οποία ήρθανε συνάδελφοι εκπαιδευτικοί. Μετά από δικιά τους επιθυμία, κάναμε ένα ενιαίο εκπαιδευτικό θεατρο-παιδαγωγικό πρόγραμμα, το οποίο είχε να κάνει αποκλειστικά με το θέατρο. Δεν ήτανε εξειδικευμένο θεματολογικά αλλά είδαν τον τρόπο δουλειάς, τη φιλοσοφία, την αντίληψη και όλο αυτό υπάρχει. Περιμένουμε την «ΠαΠαντού» επειδή ξέρουμε πως δουλεύουνε οι άνθρωποι της «ΠαΠαντού». Πιο πολύ στην προβολή λειτούργησε και λειτουργεί το προσωπικό δίκτυο, πραγματικά.

18. Ποια είναι σήμερα η βασική πηγή εσόδων σας; Επαρκούν τα έσοδα για τη συνέχιση της λειτουργίας;

Βασική πηγή εσόδων δεν υπάρχει, καθόλου. Και αφού δεν υπάρχουν, δεν επαρκούν. Χρωστάμε.

19. Εντάξατε άλλες δραστηριότητες στο επιχειρησιακό σας μοντέλο; Αξιοποιήθηκαν άλλες μορφές χρηματοδότησης;

Μόνο στο μυαλό μας, πρακτικά δεν τις κάναμε, δηλαδή αν εννοούμε άλλες δραστηριότητες πέρα από τις παραστάσεις και τα εργαστήρια, σας είπα πριν ότι είχε γίνει μια προσπάθεια για να βρεθεί ένας χώρος, που εννοείτε θα τον μισθώναμε μέσω δήμου κτλ, αλλά δεν βρέθηκε και είχαμε την πρόθεση να ανακοινώσουμε εργαστήρια παιδικά θεάτρου- κουκλοθέατρου, θα ερχότανε μια με δυο φορές την εβδομάδα, θα είχαμε κανονίσει και το οικονομικό. Φανταζόμασταν ότι θα μπορούσαμε να έχουμε ένα βασικό έσοδο και ταυτόχρονα να μπορούμε να τρέχουμε με τις παραστάσεις. Αλλά δεν ευνοήθηκε. Καταλαβαίνουμε ότι χρειάζεται χώρος, αλλά εμείς δεν μπορούμε να εξασφαλίσουμε κάποιον, δεν μπορούμε να τον πληρώσουμε. Και από χρηματοδότηση, όχι, τίποτα και με καμία μορφή.

20. Επιδιώξατε να προσελκύσετε κάποιους φορείς ή και άτομα προκειμένου να σας στηρίξουν; Πως τους προσεγγίσατε και πως πετύχατε τη συνεργασία τους μαζί σας;

Όχι. Βασικά ίσως και να είναι λίγο στρεβλή η αντίληψή μας για τους «χορηγούς», ίσως και να είναι θέμα ανασφάλειας, τους φοβάμαι προσωπικά, δεν ξέρω τι μπορεί να θέλει ένας χορηγός και σε πιο επίπεδο να κάνω εγώ έκπτωση ή να μην κάνω σε κάτι. Σε επίπεδο εθελοντών, δεν μπορείς να έχεις εθελοντή. Τώρα μπορεί το μέλος της Κοιν.Σ.Επ. να προσφέρει εθελοντική εργασία μέχρι δεκαέξι ώρες. Μέχρι και πρόσφατα δεν μπορούσε κανείς να είναι εθελοντής, γιατί αν σε πιάσουνε με εθελοντή, είναι 10.500€ γιατί είναι

ανασφάλιστος εργαζόμενος, δεν μπορούσες να έχεις εθελοντή. Ακόμη κι εγώ, η Πρόεδρος της «ΠαΠαντού», δεν μπορούσα να δουλεύω εθελοντικά, ήμουν υποχρεωμένη να είμαι ασφαλισμένη. Δεν προσεγγίσαμε οπότε κάποιον και έχουμε και μια δυσκολία στο να προσεγγίσουμε άνθρωπο να του πούμε έλα να δουλέψεις εθελοντικά. Εφόσον η «ΠαΠαντού» έχει εισιτήριο, είναι άλλο πράγμα, αν η «ΠαΠαντού» κάνει κάτι, που εμείς κάναμε και το προσφέραμε, αλλά οι εργαζόμενοι πληρώθηκαν. Η επιχείρηση είχε την πολιτική της δωρεάν παράστασης, αυτό όμως είναι δική της ευθύνη και δικό της θέμα, δεν θα μπορούσε να το επωμιστεί ο εργαζόμενος. Επειδή αυτό υπάρχει, το βλέπω να κυκλοφορεί, όταν κάποιος κάνει παράσταση δωρεάν τη μετακυλύει με κάποιον τρόπο και στον εργαζόμενο του, το θεωρούμε όλοι στην επιχείρηση απαράδεκτο. Δηλαδή, αν η «ΠαΠαντού» θέλει να κάνει δωρεάν παράσταση, ο εργαζόμενος πρέπει να πληρωθεί. Τώρα, αν προκύψει κάτι άλλο σε μία βάση εθελοντισμού από το οποίο να μη έχει έσοδα η επιχείρηση, ίσως να το δούμε. Μέχρι στιγμής δεν είναι στην οπτική μας.

21. Έχετε τη στήριξη της τοπικής κοινωνίας και πως την πετύχατε; Θα μπορούσε να υποστηριχθεί η επιχείρησή σας περισσότερο; Θα το επιδιώξετε; Πως;

Όσο ήταν κοντά η παράσταση, ναι. Ήταν πολύ θετικό όλο το κλίμα έως ενθουσιώδες θα έλεγα. Δηλαδή, ήταν πραγματικά τόσο ωραία. Γενικά ήταν πολύ υποστηρικτικό το κλίμα, ναι. Θα μπορούσε και θα το επιδιώξουμε με μια καινούργια δράση, με μια νέα παράσταση

22. Ενίσχυσε η Τοπική Αυτοδιοίκηση αυτή την προσπάθεια; Με ποιόν τρόπο, ποιός ήταν ο ρόλος της;

Όχι, ο δήμος δεν ενίσχυσε την προσπάθεια. Δεν ξέρω - για να είμαι δίκαιη - αν έγινε κάποιο λάθος και εκ μέρους μας, μήπως δεν προσεγγίσαμε με το σωστό τρόπο ή αν δεν απευθυνθήκαμε στα σωστά γραφεία, να το πω έτσι, αλλά και στο επίπεδο του καταστατικού, στείλαμε λάθος καταστατικό και κάναμε τρεις μήνες. Μέχρι να ξαναγίνει το καινούργιο, να ξαναγίνει η διαδικασία κι αυτό μας έριχνε ψυχολογικά γιατί ετοιμάζαμε παράσταση Χριστουγεννιάτικη και δεν ξέραμε αν θα έχουμε έτοιμα τα χαρτιά για να παίξουμε. Ή ας πούμε με τον χώρο, τον οποίο δεν τον ζητήσαμε να είναι δωρεάν. Δεν ξέρω και για αυτό πιστεύω πως ίσως να κάναμε κι εμείς κάποιο λάθος, αλλά νομίζω πως όχι. Ο ρόλος της δεν ξέρω ποιος ήταν, δεν ξέρω αν

ήτανε μία εργολαβία να πάρει ένα πακέτο χρήματα να υλοποιήσει ένα πρόγραμμα το οποίο αυτό, εγώ δεν μπορώ να πω ότι έγινε ή δεν έγινε, δεν μπορώ να το ισχυριστώ, απλά μια υπόθεση μπορώ να κάνω σε σχέση με αυτό. Φαντάζομαι ότι πολλές φορές, γενικότερα οι δήμοι, αξιοποιούνε με έναν τέτοιο τρόπο «έλα μωρέ να το κάνουμε», να φύγουν τα πακέτα, να φύγουν τα κονδύλια, χωρίς όμως την πρόθεση να υλοποιηθεί στην πραγματικότητα του αυτό.

23. Κρίνετε ότι μπορεί να σας βοηθήσει ή θα μπορούσε να σας είχε βοηθήσει περισσότερο; Με ποιόν τρόπο;

Δεν μπορώ να το ξέρω αυτό. Και επειδή είναι θέμα πολιτικής βούλησης αλλά ταυτόχρονα όμως και ένα θέμα αντικειμενικών πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών, νομίζω ότι δεν πρόκειται να βοηθήσει, γιατί δεν αφορά κανέναν να βοηθούνται τέτοια πράγματα. Στην ουσία είναι μια διαδικασία στην οποία πετάς το μπαλάκι στον εργαζόμενο, τον βαφτίζεις τάχα «επιχειρηματίας» για να νιώσει λίγο ότι είναι κάτι και του πετάς το μπαλάκι όλης της ευθύνης της εργασιακής του αποκατάστασης. Που ούτως ή άλλως είναι έτσι, αλλά αυτό γίνεται ακόμα με – συγχωρέστε με – με πιο «χυδαίο» τρόπο. Υπό αυτή την έννοια, νομίζω ότι δεν υπάρχει τέτοια πρόθεση. Θα υπάρξει ίσως προώθηση αν από κάπου παίρνουνε ταυτόχρονα, αλλά επειδή από τέτοιες μορφές μάλλον δεν πρόκειται να πάρουνε, δε νομίζω.

24. Σκέφτεστε να αναπτύξετε τις δραστηριότητες σας στο προσεχές μέλλον;

Βέβαια, με παραστάσεις. Πάνω στο αντικείμενο.

25. Από πόσα μέλη απαρτίζεται η Κοιν.Σ.Επ στην οποία συμμετέχετε;

Από έξι άτομα. Κάποιοι δραστηριοποιήθηκαν στο παρελθόν επιχειρηματικά αλλά όχι στον τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας.

26. Πόσους εργαζόμενους συνολικά απασχολεί; Πόσοι από αυτούς είναι μέλη;

Στη μία αυτή παραγωγή που κάναμε, ήμασταν τρεις οι εργαζόμενοι εκ των οποίων τα δύο ήτανε μέλη και ο ένας από ευάλωτη κοινωνική ομάδα, μακροχρόνια άνεργος, ηθοποιός.

27. Ποιος θεωρείτε ότι είναι ο συνδετικός σας κρίκος;

Η αγάπη μας για το αντικείμενο που κάνουμε και η άποψη μας ότι αυτό είναι κάτι που αφορά όλο τον κόσμο, το θέατρο, το κουκλοθέατρο και γενικότερα η τέχνη.

28. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι έχετε πετύχει να επιφέρετε την επιδιωκόμενη αλλαγή; Κι αυτή η αλλαγή π.χ. σε κοινωνικές αξίες, στάσεις, αντιλήψεις ή και πολιτική, δημιουργεί γόνιμο έδαφος για να είστε ακόμη πιο αποτελεσματικοί ή ακόμη και νέες ευκαιρίες;

Δεν έχουμε προλάβει ακόμη να συμβάλλουμε, ούτε καν ένα βοτσαλάκι, ένα λιθαράκι, έναν κόκκο άμμου, γιατί αυτό έγινε μόνο μια φορά, έδειξε κάτι πάρα πολύ συγκεκριμένο και θεωρούμε ότι ήτανε λίγο. Για να μπορέσει να μιλήσει κάποιος για τέτοια πράγματα, τόσο καθοριστικά, θα πρέπει να περάσει καιρός. Ελπίζουμε όμως κάποια μέρα, να βάλουμε κι εμείς κάτι σε αυτό. Ικανοποιητικό πάντως το αποτέλεσμα και μετρίσιμο. Τόσο από τα σχόλια των συναδέλφων εκπαιδευτικών όσο και από τα γέλια και τα μάτια των παιδιών.