



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΣΑ
ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ
ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΩΝ**

ΣΤΑΜΑΤΙΝΑ ΠΑΤΡΙΚΑΚΟΥ

A.M. 9983201535067

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΓΚΟΥΣΚΟΣ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Έκτο στάδιο έρευνας: Ο πίνακας του τελικού δείγματος της έρευνας, έτσι όπως διαμορφώθηκε από την διαδικασία που έγινε στα δύο προηγούμενα στάδια, με τα κοινωνικά παντοπωλεία εντός και εκτός Αττικής.....	61
Πίνακας 2: Γεωγραφικός διαχωρισμός των κοινωνικών παντοπωλείων του δείγματος σε περιφέρειες.....	68
Πίνακας 3: Πληθυσμός των περιοχών όπου εδρεύουν τα παντοπωλεία της έρευνας.....	70
Πίνακας 4: Διαχωρισμός των περιοχών που εδρεύουν τα παντοπωλεία του δείγματος σε κλιματικές ζώνες.....	73
Πίνακας 5: Η ανεργία στην Ελλάδα ανά περιφέρεια και η αντιστοίχισή της σε πληθυσμό.....	76
Πίνακας 6: Εκκίνηση λειτουργίας και χρόνος ζωής των κοινωνικών παντοπωλείων σε μήνες.....	78
Πίνακας 7: Κριτήρια επιλογής ωφελούμενων σε κατηγορίες.....	105
Πίνακας 8: Συσχέτιση του πλήθους των οικογενειών που εξυπηρετούν οι δομές με τα πακέτα της διανομής και τα ποσά της χρηματοδότησης.....	124
Πίνακας 9: Καταγραφή ύπαρξης e-mail, site ή blog και πλήθος αναρτήσεων σε αυτά που αφορούν τα κοινωνικά παντοπωλεία.....	138
Πίνακας 10: Καταγραφή ύπαρξης δημοτικής ιστοσελίδας και ιστοσελίδας της ΜΚΟ που ανήκουν τα παντοπωλεία και πλήθος αναρτήσεων σε αυτές που αφορούν τα κοινωνικά παντοπωλεία.....	139
Πίνακας 11: Αναφορά των σελίδων των παντοπωλείων στο facebook και τα στοιχεία που σχετίζονται με αυτές όπως likes, μέλη, ακόλουθοι, αναρτήσεις και social actions.....	140
Πίνακας 12 : Οι παράγοντες που σχετίζονται με τα κοινωνικά παντοπωλεία βάσει της ανάλυσης PEST.....	160
Πίνακας 13: Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των κοινωνικών παντοπωλείων στην Ελλάδα βάσει της ανάλυσης SWOT.....	161
Πίνακας 14: Οι κρίσιμοι και μη κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας για τα κοινωνικά παντοπωλεία.....	162

Πίνακας 15: Κατάλογος όλων των κοινωνικών παντοπωλείων που συμπεριλαμβάνονται στην ομώνυμη λίστα της πλατφόρμας <i>Οργάνωση 2.0</i> με στοιχεία επικοινωνίας και λεπτομέρειες για την κατάσταση λειτουργίας τους.....	278
Πίνακας 16: Διαχωρισμός των κοινωνικών δομών του αρχικού δείγματος σε δομές εντός Αττικής και ενημέρωση σχετικά με την επιβεβαίωση της λειτουργίας τους.....	283
Πίνακας 17: Διαχωρισμός των κοινωνικών δομών του αρχικού δείγματος σε δομές εκτός Αττικής και ενημέρωση σχετικά με την επιβεβαίωση της λειτουργίας τους.....	284
Πίνακας 18: Στοιχεία του αρχικού δείγματος σχετικά με τον χρόνο εκκίνησης της λειτουργίας και τους ωφελούμενους (παντοπωλεία εντός Αττικής).....	285
Πίνακας 19: Στοιχεία του αρχικού δείγματος σχετικά με τον χρόνο εκκίνησης της λειτουργίας και τους ωφελούμενους (παντοπωλεία εκτός Αττικής).....	286
Πίνακας 20: Διαχωρισμός του δείγματος των δομών της Αττικής στην μέση σχετικά με την εκκίνηση της λειτουργίας με κριτήριο την παλαιότητα.....	287
Πίνακας 21: Διαχωρισμός του δείγματος των δομών εκτός Αττικής στην μέση σχετικά με την εκκίνηση της λειτουργίας με κριτήριο την παλαιότητα.....	288
Πίνακας 22: Διαχωρισμός του δείγματος των δομών της Αττικής στην μέση σχετικά με το πλήθος των ωφελούμενων με φθίνουσα σειρά.....	289
Πίνακας 23: Διαχωρισμός του δείγματος των δομών εκτός Αττικής στην μέση σχετικά με το πλήθος των ωφελούμενων με φθίνουσα σειρά.....	290
Πίνακας 24: Συγκεντρωτικός πίνακας φθίνουσας κατάταξης ως προς το σημείο εκκίνησης και το πλήθος των ωφελούμενων των κοινωνικών παντοπωλείων.....	291
Πίνακας 25: Διαχωρισμός της Ελλάδας σε κλιματικές ζώνες.....	292
Πίνακας 26: Οι δημοσιεύσεις που αφορούν τους πίνακες 9 και 10.....	293
Πίνακας 27: Περαιτέρω στοιχεία για τον πίνακα 11.....	296

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Οι πηγές χρηματοδότησης των κοινωνικών παντοπωλείων στην Ελλάδα (Μπουρίκος και Σωτηρόπουλος, 2014).....	52
Γράφημα 2: Πληθυσμός των πόλεων αναφοράς ως προς τον αριθμό των δομών του δείγματος.....	71
Γράφημα 3: Πλήθος των κοινωνικών παντοπωλείων ως προς τις κλιματικές ζώνες των γεωγραφικών περιοχών δραστηριοποίησης.....	74
Γράφημα 4: Απεικόνιση του επαγγέλματος των ατόμων που έχουν αναλάβει την διαχείριση των κοινωνικών παντοπωλείων.....	85
Γράφημα 5: Ποσοστά που αφορούν το ενδεχόμενο οι υπεύθυνοι να αποτελούν δημότες της περιοχής στην οποία εργάζονται και εδρεύει το παντοπωλείο.....	87
Γράφημα 6: Καταγραφή του χρόνου εργασίας των υπεύθυνων στις δομές.....	88
Γράφημα 7: Σχέση χρόνου εκκίνησης της λειτουργίας των παντοπωλείων με χρόνο εργασίας των υπεύθυνων.....	89
Γράφημα 8: Συνάφεια πτυχίου των υπεύθυνων με την εργασία τους.....	90
Γράφημα 9: Χρήση των ηλεκτρονικών μέσων από τους υπεύθυνους των δομών.....	91
Γράφημα 10: Το πλήθος των εργαζόμενων στις δομές.....	93
Γράφημα 11: Απεικόνιση των απαντήσεων στην ερώτηση «Αν οι δομές έχουν εθελοντές;».....	94
Γράφημα 12: Χρονικό διάστημα επανάληψης ετήσιου απολογισμού.....	101
Γράφημα 13: Φορέας λογοδοσίας των παντοπωλείων.....	102
Γράφημα 14: Μέσα τα οποία προβάλλουν τις δράσεις των δομών.....	103
Γράφημα 15: Μοντέλα που απεικονίζουν την σχέση των παντοπωλείων με θεσμούς όπως ο δήμος και μία ΜΚΟ.....	111
Γράφημα 16: Πηγή πρωτοβουλίας των δράσεων των δομών.....	112
Γράφημα 17: Πηγή οργανωτικής-οικονομικής υποστήριξης των δομών.....	113
Γράφημα 18: Πηγές που προμηθεύουν τα είδη πρώτης ανάγκης στις δομές.....	114
Γράφημα 19: Οι δραστηριότητες των δομών.....	121
Γράφημα 20: Τα είδη πρώτης ανάγκης που προμηθεύουν οι δομές.....	122

Γράφημα 21: Πηγή ιδεών για τις δράσεις των δομών.....	125
Γράφημα 22: Μοντέλα λήψης αποφάσεων που αφορούν τα κοινωνικά παντοπωλεία...	130
Γράφημα 23: Χρήση των ψηφιακών μέσων από τις δομές.....	135
Γράφημα 24: Τα μέσα που χρησιμοποιούν τα παντοπωλεία.....	136
Γράφημα 25: Διάγραμμα που καταγράφει το ποσοστό του προσωπικού που διαχειρίζεται τα ηλεκτρονικά μέσα της δομής.....	137

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Η «σκάλα της προσήλωσης» (The Ladder of engagement).....	41
Εικόνα 2: Απεικόνιση της κοινωνικής οικονομίας ως «υπολειμματικής» της δημόσιας και της ιδιωτικής οικονομίας.....	43
Εικόνα 3: Ο χάρτης της Ευρώπης. Η μαύρη γραμμή δηλώνει τον άξονα Σερβία-Ουγγαρία-Τσεχία-Σκόπια που αποτελεί πέρασμα για τους πρόσφυγες από την Ελλάδα στην Γερμανία.....	48
Εικόνα 4: Απόσπασμα από τον ετήσιο προϋπολογισμό του δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης για το κοινωνικό παντοπωλείο.....	309
Εικόνα 5: Απόσπασμα από τον ετήσιο προϋπολογισμό του Ιδρύματος «Ανδρέας και Μαρία Καλοκαιρινού» για το κοινωνικό παντοπωλείο.....	309
Εικόνα 6: Απόσπασμα από τον ετήσιο προϋπολογισμό του δήμου Παλαιού Φαλήρου για το κοινωνικό παντοπωλείο.....	310
Εικόνα 7: Απόσπασμα από τον ετήσιο προϋπολογισμό του δήμου Νέας Σμύρνης για το κοινωνικό παντοπωλείο.....	310
Εικόνα 8: Απόσπασμα από τον ετήσιο προϋπολογισμό του δήμου Νέας Σμύρνης για το κοινωνικό παντοπωλείο.....	310

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω εκ βάθους καρδίας τον καθηγητή κύριο Δημήτρη Γκούσκο για την ανάθεση του θέματος, την συνεχή υποστήριξη και τον χρόνο που διέθεσε για την διεκπεραίωση της πτυχιακής εργασίας και την διδάκτορα του τμήματος των ΕΜΜΕ, κυρία Ελένη-Ρεβέκκα Στάιου, για την σημαντική στήριξη και την πολύτιμη βοήθεια που παρείχε σε διάφορα ζητήματα που προέκυψαν.

Επιπροσθέτως, θα ήθελα να απευθύνω ευχαριστίες στους γονείς μου, τον αδερφό μου και την πνευματική μου μητέρα, οι οποίοι με στήριξαν σε όλη την διάρκεια των σπουδών μου και μου παρείχαν τα απαραίτητα εφόδια για να είμαι αυτή που είμαι σήμερα και την δύναμη για να ολοκληρώσω και τους δύο κύκλους των σπουδών μου.

Ιδιαίτερως, η μητέρα μου βοήθησε και στην πραγματοποίηση της έρευνας, αφού με βοήθησε να ολοκληρώσω την τηλεφωνική έρευνα, τα στοιχεία της οποίας οδήγησαν στην συγκέντρωση του τελικού δείγματος.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τους δήμους και κυρίως τους εργαζόμενους που μου άνοιξαν την πόρτα και μίλησαν ειλικρινά για την εργασία τους και την μοναδική καθημερινότητά τους, η οποία δεν έχει αποτελέσει αντικείμενο έρευνας στο παρελθόν.

ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η διερεύνηση των αυτοοργανωμένων δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα, και ειδικά των κοινωνικών παντοπωλείων, και του σφαιρικού τρόπου λειτουργίας τους. Η μελέτη αυτή ευελπιστεί πως θα αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο για την ενημέρωση του κόσμου σχετικά με τις εν λόγω δομές και την ευαισθητοποίησή τους και για την βελτίωση των δομών και την ενημέρωση των νέων. Παράλληλα, αποτελεί μία πολύ σημαντική βάση δεδομένων για περαιτέρω έρευνα.

Οι περισσότερες δομές που έχουν ιδρυθεί ως κοινωνικά παντοπωλεία ξεκίνησαν να λειτουργούν τα τελευταία χρόνια, αφού έκανε αισθητή την εμφάνισή της η οικονομική κρίση στην Ελλάδα. Σκοπός τους είναι να βοηθήσουν τους οικονομικά ασθενέστερους καλύπτοντας κυρίως την βασική ανάγκη του φαγητού. Αποτελούν, επομένως, δομές που συγκεντρώνουν είδη πρώτης ανάγκης, τα οποία διανέμονται στους δικαιούχους.

Όμως, ένα κοινωνικό παντοπωλείο για να επιτελέσει αυτή την βασική λειτουργία, πρέπει να έχει εξασφαλίσει πηγές χρηματοδότησης, να έχει προσωπικό και να είναι σε θέση να επικοινωνήσει το έργο του. Για τον λόγο αυτό, πέρα από συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν για να διαμορφωθεί μία σφαιρική εικόνα σχετικά με την λειτουργία των εν λόγω δομών, πραγματοποιήθηκε και μία παράλληλη έρευνα σχετικά με την δράση τους στα ψηφιακά μέσα, τα οποία έχουν ενταχθεί στην καθημερινότητά μας και πλέον αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της στρατηγικής των υπηρεσιών και των εταιρειών.

Στο πρώτο στάδιο της έρευνας πραγματοποιήθηκαν τηλεφωνικές κλήσεις για να γίνει η πρώτη επικοινωνία με τις δομές και να συγκεντρωθούν στοιχεία όπως ο χρόνος λειτουργίας τους και το πλήθος των ωφελούμενων προκειμένου να γίνει ξεκαθάρισμα του δείγματος, το οποίο αντλήθηκε από την διαδικτυακή πλατφόρμα *Οργάνωση 2.0*. Στη συνέχεια, ακολούθησε η διά ζώσης επικοινωνία με τα παντοπωλεία και η έρευνα βάσει περαιτέρω στοιχείων που εντοπίστηκαν και μέσω διαδικτύου.

Το γενικό συμπέρασμα από την παρούσα εργασία είναι ότι ο θεσμός των κοινωνικών παντοπωλείων έχει βελτιώσει το κρατικό σύστημα πρόνοιας και έχει καταφέρει να ενεργοποιήσει τον εθελοντισμό και την αξία της προσφοράς στον Έλληνα πολίτη. Μπορεί να δώσει ανάσες ζωής σε όσους έχουν πραγματικά ανάγκη. Ωστόσο, είναι αρκετά τα εμπόδια που πρέπει να ξεπεραστούν για να βελτιωθεί η λειτουργία τους και στις περισσότερες των περιπτώσεων, δεν πρόκειται για ζητήματα που αφορούν αποκλειστικά την δομή, αλλά σχετίζονται με την γενικότερη κατάσταση που χαρακτηρίζει την χώρα την δεδομένη στιγμή.

EXECUTIVE SUMMARY

The purpose of this research is the investigation of the self-organized social solidarity's initiatives in Greece, and especially of the social groceries and their spherical way of how they function. This project hopes that it will become a useful tool for people's awareness and sensitization of these structures and for their improvement. Moreover, this research is a very important data base for future research.

Most of the structures that have been founded as social groceries started their operation the last years, since economic crisis became intense in Greece. Their purpose is to help people in need by covering the essential necessity for food. They are structures that collect first need products which are distributed to the beneficiaries.

However, a social grocery must have ensured financing sources, in order to achieve its basic function, to have its personnel and to have the opportunity to share its work with the society. For this reason, except for interviews, a research was done that is associated with their appearance in digital media, which have been absorbed in our daily routine and have become inseparable part of public services and companies' strategy.

During the first step of this research, phone calls were carried out so as to communicate with the structures and to collect basic data for the research as the time of their function and the number of beneficiaries. In this way, we could sort out the sample, which had been derived from *Organosi 2.0*. Furthermore, there was a face to face communication with people of the social groceries and the sequel of this project based on desktop research.

The general conclusion of this project is that the institution of social groceries has improved the system of public services and has managed to activate volunteering and the value of offer in Greek's heart. It can give life to those who are in real need. However, there are many obstacles that should be overtaken in order to improve their function. In most of the circumstances, these obstacles aren't associated with only the structure itself, but with the general situation which describes this country these days.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	15
---------------------------	----

ΜΕΡΟΣ Α. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΛΑΙΣΙΩΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΠΟΡΕΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΤΗΝ ΑΥΤΟΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΞΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΤΟ ΑΤΟΜΟ.....	17
---	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΡΟΠΟΙ ΕΚΦΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΚΑΙ Η ΑΥΤΟ- ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

3.1 Αυτο-οργάνωση και διαχείριση των κοινωνικών συστημάτων.....	21
3.2 Η Κοινωνία Πολιτών.....	25
3.3 Θεωρίες περί κοινωνικής αλληλεγγύης.....	29
3.4 Μέθοδοι εμπλοκής της κοινότητας στην εξέλιξη της κοινωνίας.....	33

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η αλλαγή της δημόσιας σφαίρας.....	36
4.2 Η σύγχρονη κοινωνική καινοτομία και οικονομία.....	43
4.3 Η κοινωνική αλληλεγγύη στην Ελλάδα.....	47
4.4 Τα κοινωνικά παντοπωλεία και η Οργάνωση 2.0.....	50

ΜΕΡΟΣ Β. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Σκοπός της έρευνας.....	54
5.2 Το θεωρητικό υπόβαθρο και η αξιοποίησή του στην έρευνα.....	56
5.3 Τα στάδια της έρευνας.....	59
5.4 Ιστορικό συνεντεύξεων.....	64

5.5 Παρουσίαση των μεταβλητών.....	66
------------------------------------	----

ΜΕΡΟΣ Γ. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ.....	67
-------------------------------------	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΧΩΡΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ

7.1 Πληθυσμός αναφοράς.....	69
-----------------------------	----

7.2 Κλιματική Ζώνη.....	72
-------------------------	----

7.3 Ανεργία.....	75
------------------	----

7.4 Αστικότητα.....	77
---------------------	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΧΡΟΝΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ.....	78
---------------------------------	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΦΙΛ ΕΝΕΡΓΩΝ ΜΕΛΩΝ

9.1 Αναλυτικά στοιχεία.....	80
-----------------------------	----

9.2 Αποτελέσματα.....	85
-----------------------	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΠΡΟΦΙΛ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑΣ

10.1 Αναλυτικά στοιχεία.....	95
------------------------------	----

10.2 Αποτελέσματα.....	100
------------------------	-----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: ΠΡΟΦΙΛ ΘΕΣΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ

11.1 Αναλυτικά στοιχεία.....	107
------------------------------	-----

11.2 Αποτελέσματα.....	111
------------------------	-----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12: ΕΠΙΠΕΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

12.1 Αναλυτικά στοιχεία.....	115
------------------------------	-----

12.2 Αποτελέσματα.....	121
------------------------	-----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13: ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

13.1 Αναλυτικά στοιχεία.....127

13.2 Αποτελέσματα.....130

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14: ΕΝΤΑΣΗ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

14.1 Αναλυτικά στοιχεία.....132

14.2 Αποτελέσματα.....135

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15: ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ ΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΠΙΘΑΝΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....143

ΜΕΡΟΣ Δ. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΟΡΙΣΜΑΤΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 16: ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

16.1 Γεωγραφική αναφορά, χωρικό και χρονικό προφίλ.....146

16.2 Προφίλ ενεργών μελών.....148

16.3 Προφίλ διαφάνειας και λογοδοσίας.....150

16.4 Προφίλ θεσμικής και πολιτικής αναφοράς.....152

16.5 Επίπεδο δραστηριοποίησης και συμμετοχικές διαδικασίες
απόφασης.....154

16.6 Ένταση ψηφιακής και συμμετοχικής επικοινωνίας.....155

16.7 Το παρόν και το μέλλον των δομών και πιθανές προτάσεις.....157

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 17: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

17.1 Συνολική αποτίμηση του έργου του θεσμού των κοινωνικών παντοπωλείων
με ανάλυση SWOT, PEST, CSF και DO'S & DONT'S
.....159

17.2 Συνολική αποτίμηση της πορείας του θεσμού.....164

17.3 Κύρια ευρήματα της έρευνας.....165

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 18: ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΗΤΡΙΑ

18.1 Πληρότητα και περιορισμοί της έρευνας.....	168
18.2 Αξιοπιστία και γενικευσιμότητα των ερευνητικών αποτελεσμάτων.....	170
18.3 Ανοικτά θέματα περαιτέρω έρευνας.....	171

ΠΗΓΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ

A. Βιβλιογραφία.....	172
B. Ιστογραφία	184

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ.....

185

ΓΛΩΣΣΑΡΙ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΩΝ ΟΡΩΝ.....

186

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα Α: Πρωτογενές υλικό από τον σχεδιασμό της έρευνας

A1. Οδηγός συνέντευξης 1.....	188
A2. Οδηγός συνέντευξης 2.....	191
A3. Επιστολή για την έναρξη συνεργασίας με τα κοινωνικά παντοπωλεία.....	194
A4. Επιστολή για την έγκριση πρόσβασης στον ετήσιο απολογισμό των κοινωνικών παντοπωλείων.....	195

Παράρτημα Β: Πρωτογενές υλικό από την υλοποίηση της έρευνας

B1. Συνεντεύξεις.....	197
B2. Πίνακες.....	278
B3. Κριτήρια επιλογής ωφελούμενων.....	297

Παράρτημα Γ: Πρωτογενές υλικό από την επεξεργασία των ερευνητικών αποτελεσμάτων

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

Γ1. Απολογισμοί κοινωνικών παντοπωλείων.....309

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Έχουν περάσει ήδη οχτώ χρόνια από τότε που ξέσπασε με ταχύτατους ρυθμούς η οικονομική κρίση στην Ελλάδα και οι περισσότεροι Έλληνες μόνο άσχημες καταστάσεις και ανεξέλεγκτες μεταβολές στην ζωή τους έχουν να θυμούνται. Παρόλο που η εν λόγω σύγχρονη «Λερναία Ύδρα» συνεχίζει να μαστίζει την χώρα, ο πολίτης έχει ανοίξει τους ορίζοντές του και έχει αφήσει στο παρελθόν τη λέξη «εγώ». Πλέον, υπάρχει και ο συνάνθρωπος που χρειάζεται την βοήθειά του, περισσότερο από ότι την χρειάζεται ο ίδιος. Με αυτόν τον τρόπο, μέσα από τις στάχτες ξεφύτρωσε η ανθρωπιά, η δίψα για βοήθεια, η αλληλεγγύη.

Μετά από τα κοινωνικά κινήματα που έκαναν αισθητή την παρουσία τους στους δρόμους, κυρίως στην αρχή της κρίσης, ήρθε η περίοδος όταν ο Έλληνας αποφάσισε να λάβει δράση πέρα από την διαμαρτυρία. Δεδομένης της κατάρρευσης του συστήματος της κρατικής πρόνοιας, ξεκίνησαν οι αυτο-οργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, κάποιες από τις οποίες αναγνωρίστηκαν από τις τοπικές αρχές. Γεννήθηκαν τα κοινωνικά παντοπωλεία με βασικό γνώμονα να προμηθεύουν με είδη πρώτης ανάγκης όσους έχουν ανάγκη.

Η παρούσα εργασία αποπειράται να κάνει μία διεξοδική έρευνα στον θεσμό των κοινωνικών παντοπωλείων και να αναλύσει τον τρόπο λειτουργίας τους, την σχέση τους με το κράτος, την δράση τους και την ενασχόλησή τους με τα νέα ψηφιακά μέσα. Τα ερευνητικά ζητήματα που τέθηκαν ως πυλώνας της εργασίας σχετίζονται ακόμη με γενικότερους δείκτες όπως το κλίμα της χώρας, την ανεργία, την αστικότητα και την οικονομική κρίση και με προσωπικά στοιχεία των ενεργών μελών των δομών όπως την επαγγελματική τους ηλικία, την ακαδημαϊκή τους κατάρτιση και τον γραμματισμό τους σε ΤΠΕ. Να σημειωθεί πως ο θεσμός των κοινωνικών παντοπωλείων δύναται να ερευνηθεί στο πλαίσιο της αυτο-οργάνωσης, καθώς η πλειονότητα των δομών της έρευνας έχει δημιουργηθεί από δημότες και ανεξάρτητες τοπικές πρωτοβουλίες πριν να προσχωρήσουν στην δράση κάποιου δήμου ή ΜΚΟ.

Η εν λόγω εργασία επικεντρώνεται στην λειτουργία αυτού του θεσμού και χωρίζεται σε δεκαοχτώ κεφάλαια.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αποπειράται μία μικρή εισαγωγή στην έννοια της αυτο-οργάνωσης με αναδρομές τόσο σε γεγονότα όσο και σε απόψεις του παρελθόντος σχετικά με τον άνθρωπο και την οργάνωση. Διαγράφεται λακωνικά η πορεία από την οργάνωση σε επίπεδο κράτους προς την οργάνωση με πυρήνα και γνώμονα τον ίδιο τον άνθρωπο.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στους τρόπους με τους οποίους εκδηλώνεται η κοινωνική αλληλεγγύη και σε θεωρίες που βοηθούν στην έρευνα τόσο της αλληλεγγύης όσο και της αυτό-οργάνωσης. Εκτενέστερη είναι η αναφορά για την Κοινωνία Πολιτών ενώ παρουσιάζονται και πρωτοποριακοί τρόποι εμπλοκής των πολιτών στην εξέλιξη της κοινωνίας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, υπογραμμίζεται ο τρόπος με τον οποίο άλλαξαν τον κόσμο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Γίνεται λόγος για την κοινωνική οικονομία και στην κοινωνική αλληλεγγύη που συναντάμε στην Ελλάδα και κλείνει το κεφάλαιο με την αναφορά στα κοινωνικά παντοπωλεία και την πλατφόρμα *Οργάνωση 2.0*.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, αναλύεται η μεθοδολογία της έρευνας και αποτελείται από τον σκοπό, το θεωρητικό πλαίσιο, τα στάδια της έρευνας, το ιστορικό των συνεντεύξεων και τις μεταβλητές.

Στο έκτο έως και το δέκατο-πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα τόσο από τα δεδομένα των συνεντεύξεων όσο και από την παράλληλη έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα ψηφιακά μέσα που χρησιμοποιούν οι δομές.

Από το δέκατο-έκτο κεφάλαιο μέχρι και το τέλος της εργασίας σχολιάζονται τα αποτελέσματα του προηγούμενου κεφαλαίου, διατηρώντας την δομή που έχει εφαρμοστεί στο παραπάνω κεφάλαιο και παρατίθενται τα συμπεράσματα.

ΜΕΡΟΣ Α. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΛΑΙΣΙΩΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Η ΠΟΡΕΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΤΗΝ ΑΥΤΟ- ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΞΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΤΟ ΑΤΟΜΟ

Ο άνθρωπος μπορεί να έρχεται μόνος του στον κόσμο και μόνος του πάλι να αποχωρεί από αυτόν, ωστόσο από τις απαρχές της ανθρώπινης ύπαρξης στον πλανήτη ποτέ δεν έζησε και δεν λειτούργησε στηριζόμενος μονάχα στις δικές του δυνατότητες. Η έννοια της οργάνωσης τέθηκε εξ' αρχής στα θεμέλια της ανθρώπινης ζωής και άπλωσε τα κλαδιά της σε ποικίλους τομείς της δραστηριότητας του ατόμου.

Σε ένα ιδιαίτερο είδος οργάνωσης, το οποίο άφησε τεράστια παρακαταθήκη, αναφέρεται ο James C. Scott (1998). Ο Γερμανός δασοκόμος Johann Gottlieb Beckmann συντέλεσε στην πρώτη αποτελεσματική προσπάθεια προκειμένου να γίνουν ακριβείς μετρήσεις στα δάση της Σαξονίας με την χρήση πολύχρωμων καρφιών, τα οποία ξεχώρισαν τα είδη των δέντρων και βοήθησαν στην μέτρηση αυτών. Για τους ερευνητές του δάσους, στόχος ήταν η μεταφορά του όγκου που χαρακτήριζε το δάσος στον έξω κόσμο, γεγονός που κατάφερε ο δασοκόμος από την Σαξονία (Lowood, 1991). Η προσπάθεια για ακριβείς μετρήσεις συνεχίστηκαν και από μαθηματικούς που αποπειράθηκαν να προσδιορίσουν το ξύλο που μπορεί να πωληθεί και να κινηθεί στην αγορά από ένα μέσο δέντρο, ενώ αποδείχθηκε πως ο Beckmann αποτέλεσε σημείο αναφοράς στην ιδέα του συστηματικού σχεδιασμού των δασών παγκοσμίως (Harford, 2009).

Το δάσος άρχισε πλέον να οργανώνεται υπό το βλέμμα της πολιτείας και ως επακόλουθο, η λογική αυτή συνδέθηκε με την λογική της εμπορικής εκμετάλλευσης. Το γερμανικό δάσος αποτέλεσε ένα σημείο της ανοργάνωτης φύσης όπου μπήκαν οι κανόνες της επιστήμης και είναι εύλογο πως η «οργανωμένη» φύση ήταν σε θέση να προσφέρει νέες δυνατότητες στον άνθρωπο και μεγαλύτερη γνώση για να μπορεί να την ελέγξει. Οι δασοκόμοι είχαν στην κατοχή τους μετά από αυτή την προσπάθεια πίνακες, χάρτες και πρωτόκολλα που μπορούσαν να εφαρμοστούν, ενώ το δάσος από εδώ και στο εξής αποτελούσε ένα γόνιμο έδαφος για πειράματα. Με αυτόν τον τρόπο, οι Γερμανοί κατάφεραν να διαμορφώσουν έναν ελεγχόμενο φυσικό χώρο που υποσχόταν πολλά πλεονεκτήματα τόσο για τον άνθρωπο όσο και για την φύση. Βέβαια, σημαντικό επίσης είναι το γεγονός ότι ένα δάσος με μεγάλη ποικιλομορφία, καθώς εφαρμόστηκαν τεχνικές για την ανάπτυξη της χλωρίδας και της πανίδας (Carson, 1987), μπορούσε πιο εύκολα να ανταπεξέλθει στις καταστροφές, στοιχείο που δηλώνει πως ήταν σημαντική η εξωτερική παρέμβαση προκειμένου να διατηρηθεί. Ωστόσο, τα επόμενα χρόνια

αναπτύχθηκαν είδη μετρήσεων από τους ντόπιους που ήταν εκτός κυβερνητικού σχεδίου και αυτό αποτέλεσε πρόβλημα για την πολιτειακή οργάνωση. Για τον λόγο αυτό, έγινε πιο έντονη η ανάγκη για την αυξανόμενη γραφειοκρατική πολιτεία να αυτο-οργανώνεται (Heilbron, 1991).

Ο Διαφωτισμός, από την άλλη, αποθηκεύει στο χρονοντούλαπο της ιστορίας τις κυβερνητικές πρακτικές της Γερμανίας, και παρουσιάζει το ρεύμα του υψηλού μοντερνισμού (high modernism) ως μία οπτική που υπογραμμίζει πως τα οφέλη της τεχνικής και επιστημονικής ανάπτυξης μπορούν να εφαρμοστούν σε κάθε τομέα της ανθρώπινης δραστηριότητας. Αξίζει να επισημανθεί πως το πνευματικό κίνημα του Διαφωτισμού χρησιμοποίησε τους νόμους προκειμένου να φτιάξει μία πολιτισμική κοινότητα με κώδικες και λογικά έθιμα και άφηνε στην άκρη βάρβαρες πρακτικές (Tuap, 1984). Ο υψηλός μοντερνισμός έσπασε τα δεσμά της ιστορίας με την παράδοση και ως επακόλουθο, όλες οι ανθρώπινες συνήθειες και πρακτικές επανεξετάστηκαν και επανασχεδιάστηκαν. Η ιδεολογία αυτή έτεινε προς την υποτίμηση ή ακόμα και την κατάργηση της πολιτικής καθώς τα πολιτικά ενδιαφέροντα μπορούν να μπερδέψουν και να εμποδίσουν τις κοινωνικές λύσεις. Οι εκπρόσωποι του ρεύματος έθεσαν στο επίκεντρο τις ανάγκες και τους στόχους του ατόμου και υποστήριξαν τον έλεγχο της φύσης από τον άνθρωπο προκειμένου να ταιριάζει στις ανάγκες του και να διατηρήσει την ασφάλειά του (Pinkney, 1958).

Παράλληλα, σύμφωνα με την Jacobs, το μεγαλύτερο μέρος της ποικιλομορφίας των πόλεων είναι δημιουργήματα μεγάλου αριθμού διαφορετικών ανθρώπων και ομάδων με ποικίλες ιδέες και στόχους, η οποία είναι σχεδιασμένη βάσει του πλαισίου της κοινωνικής δράσης (1961). Οι πόλεις έχουν την ικανότητα να παρέχουν εφόδια στον καθένα μόνο όταν αποτελούν δημιουργήματα της πλειοψηφίας. Χάρη στην ποικιλομορφία τους, μπορούν να αποτελέσουν γόνιμο έδαφος για την εφαρμογή ανεπίσημων σχεδίων, που μπορούν να ανθίσουν για το καλό της κοινότητας. Από τον 18^ο αιώνα, λοιπόν, συντελείται το μεγάλο βήμα για να εξελιχθεί η παλιά σφαίρα της δημοκρατικής διαμάχης στη νέα σφαίρα της κοινωνικής παραγωγής (Stalder, 2013), όπου δεν αλλάζει η έμφαση στην ατομικότητα, αλλά η σχέση του ατόμου με το κράτος.

Στην βάση της ιστορίας των κοινωνικών δράσεων βρίσκεται η παράλληλη πορεία δύο οπαδών του Μαρξισμού που έβλεπαν την κοινωνία από διαφορετική οπτική. Ο Λένιν στη Ρωσία θεώρησε πως οι προηγούμενες αποτυχίες των κοινωνικών-δημοκρατικών επαναστάσεων θα μπορούσαν να συνδεθούν με την έλλειψη οργάνωσης και συνεργασίας. Για τον λόγο αυτό, η έμπνευσή του για τις επαναστατικές πρακτικές είχε ως πηγή τους Μπολσεβίκους, οι οποίοι θα έφτιαχναν μία ελεγχόμενη δύναμη που θα πήγαζε από τα χαμηλότερα στρώματα (Arendt, 1965). Με την εκπαίδευση των εν λόγω στρωμάτων, «ο Μαρξισμός θα εκπαίδευε την εμπροσθοφυλακή του προλεταριάτου και συνεπώς, θα μάζεψε δύναμη για να φτάσει στο Σοσιαλισμό και στο χτίσιμο της κοινωνικής

ζωής χωρίς την ελίτ» (Lenin, 1917). Ο Λένιν θεώρησε ότι το προλεταριάτο είναι απαραίτητο αλλά υπόλογο στους ηγέτες και ελεγχόμενο από ένα τεχνικό δίκτυο, σαν το μάτι του «Μεγάλου Αδελφού» (Orwell, 1978). Η Ρόζα Λούξεμπουργκ, από την άλλη, επαναστάτρια του Σοσιαλδημοκρατικού Κόμματος της Γερμανίας, συμφωνούσε με την Jacobs και διαφωνούσε με τον Λένιν ως προς την αυτόνομη δημιουργικότητα της εργατικής τάξης. Θεωρούσε το προλεταριάτο μία ανοιχτή πληγή που δεν μπορούσε να συμμορφωθεί με ένα τετελεσμένο σχέδιο. Μαζί με την Κολοντάι, ένθερμη οπαδό της, πίστευε πως ο Σοσιαλισμός δεν μπορεί να χτιστεί από την κυβέρνηση και χαρακτήρισε τα λάθη των εργατικών κινημάτων ιστορικά πιο καρποφόρα από το αλάθητο των κυβερνήσεων (Luxemburg, 1904).

Στη συνέχεια, δύο είδη οργάνωσης των πόλεων προέκυψαν σε δύο χώρες τόσο μακρινές χιλιομετρικά αλλά αρκετά όμοιες πολιτικά. Η κολεκτιβοποίηση στη Ρωσία και η αγροτοποίηση στην Τανζανία στερούσαν τις ελευθερίες των πολιτών και θύμιζαν δουλοπαροικίες. Ειδικότερα, στόχος των κολεκτίβων ήταν η καταστροφή των ντόπιων κοινοτήτων που αντιστέκονταν στον έλεγχο της κυβέρνησης και ο εξαναγκασμός των αγροτών να γίνουν ο «*θεσμικός ζουρλομανδύας*» των κυβερνητικών αποφάσεων (Scott, 1998). Οι δύο πρακτικές εύλογα απέτυχαν καθώς δεν έθεσαν στον πυρήνα τους τους ντόπιους και απέφυγαν την συνεργασία μαζί τους προκειμένου να λυθούν τα διάφορα ζητήματα της κοινωνίας. Ωστόσο, πρέπει να υπογραμμιστεί μία σημαντική διαφορά που σημειώθηκε κατά την εφαρμογή της κολεκτιβοποίησης και της αγροτοποίησης. Από τις απαρχές της, η κολεκτιβοποίηση είχε ως στόχο να μην λάβει υπόψη την κοινωνία. Από την άλλη, ο Nyerere (1970), ηγέτης της Τανζανίας, δήλωσε στις αρχές του σχεδίου πως «*οι σοσιαλιστικές κοινότητες δημιουργούνται από μέλη με θέληση. Ο ρόλος των ηγετών και της κυβέρνησης δεν είναι να προσπαθήσει και να ωθήσει με την βία αυτού του είδους την ανάπτυξη, αλλά να εξηγήσει, να ενθαρρύνει και να συμμετάσχει*». Βέβαια, το 1973 μετά την αντίσταση που έδειξαν οι ντόπιοι, ο Nyerere άλλαξε γνώμη και μπήκε σε εφαρμογή το σχέδιο εξαναγκασμού που διαβεβαίωνε μία καλύτερη ζωή για τους ντόπιους της Τανζανίας (Coulson, 1981).

Μέχρι το 1970, εκτός από τους σοσιαλιστές, υπήρχαν και οι συντηρητικοί που υποστήριζαν ότι οι παραδοσιακές συλλογικότητες αποτελούν την θεμέλιο λίθο της κοινωνίας. Η άνοδος του φιλελευθερισμού από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 που αναπτύχθηκε παράλληλα με τον θάνατο των παραδοσιακών συντηρητικών και σοσιαλιστικών κινημάτων μετέβαλε την δυσπιστία που είχε δημιουργηθεί γύρω από τα συλλογικά στοιχεία της κοινωνίας (Stalder, 2013). Η καταστροφή της παραδοσιακής εργατικής τάξης και οι νέες εμπειρίες της κοινωνίας από την μεταβιομηχανική οικονομία βοήθησε στην δημιουργία της κοινωνικο-δημοκρατικής αριστεράς, γνωστή και ως «new labour» ή «third way» (Ramonet, 1995). Συνεπώς, πραγματοποιήθηκε η απορρόφηση του νεοφιλελευθερισμού από την κεντρο-αριστερά καθώς χαρακτηρίστηκε από βασικές

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

αξίες που αντιπροσώπευαν τα κοινωνικά κινήματα του 1960: ευελιξία, δημιουργικότητα και εκφραστικότητα (Boltanski and Chiapello, 2005).

Από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα, η κοινωνία φαίνεται πως κάνει στροφή στο θέμα της οργάνωσης και προσπαθεί να μαζέψει ό,τι δυνάμεις έχει προκειμένου να πάρει την κατάσταση στα χέρια της και να αυτο-οργανωθεί. Η απογοήτευση από τις πολιτικές των κυβερνήσεων, η περιθωριοποίηση της φωνής της κοινωνίας και η ραγδαία ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν φέρει τους πολίτες πιο κοντά και έχουν επιστρέψει την δημοκρατία σε ένα τοπικό επίπεδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΤΡΟΠΟΙ ΕΚΦΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΚΑΙ Η ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

3.1 Αυτο-οργάνωση και διαχείριση των κοινωνικών συστημάτων

Πριν γίνει εκτενέστερη αναφορά στην έννοια της αυτο-οργάνωσης, είναι σημαντικό να διευκρινιστεί ποιά είναι η διαφορά της από την αντίστοιχη της οργάνωσης. Όπως αναφέρουν οι Ulrich και Probst, η έννοια της οργάνωσης σχετίζεται με τον κόσμο που οργανώνει τους άλλους, δηλαδή υποδηλώνεται η ύπαρξη της εξουσίας και ο έλεγχος των κατώτερων στρωμάτων. Όσον αφορά την αυτο-οργάνωση, σε αυτή την έννοια συμπεριλαμβάνεται ο κόσμος που οργανώνεται με βάση τις δικές του δυνατότητες (Ulrich and Probst, 1984).

Όπως αναφέρουν οι Στάιου και Γκούσκο, «οι αυτο-οργανωμένες δράσεις πολιτών είναι πρωτοβουλίες που συγκεντρώνουν χαρακτηριστικά από διάφορα κοινωνικά μορφώματα» (2013, 498-505), όπως οι οργανώσεις της Κοινωνίας των Πολιτών (Μακρυδημήτρης, 2006), οι κοινότητες (Castells, 2002; Henderson and Vercseg, 2010), τα κοινωνικά κινήματα (Giddens, 2002), οι ομάδες (Hechter, 1988), τα εγχειρήματα κοινωνικής οικονομίας (Κλήμη-Καμινάρη και Παπαγεωργίου, 2010; Chaves and Monzon, 2012), οι κοινωνικές επιχειρήσεις (Κλήμη-Καμινάρη και Παπαγεωργίου, 2010) και τα εγχειρήματα αλληλεγγύης οικονομίας (Primavera, 2010; Miller, 2010; Τσομπάνογλου, 2008).

Μεγάλη είναι η συνεισφορά του Giddens (1984) και της στουκτουραλιστικής θεωρίας, η οποία συνδέεται με την αυτο-οργάνωση της κοινωνίας. Συγκεκριμένα, αναφέρθηκε στη δυαδική δομή της κοινωνίας και υποστήριξε πως οι δομές της αποτελούν το μέσο αλλά και το αποτέλεσμα των ανθρώπινων ενεργειών. Ως επακόλουθο, οι εν λόγω δομές μπορούν να διευκολύνουν αλλά και να σταθούν τροχοπέδι στις ανθρώπινες δράσεις. Η θεωρία αυτή φαίνεται ότι γίνεται πραγματικότητα ιδιαίτερα την τρέχουσα περίοδο, κατά την οποία η οικονομική κρίση έχει επιδεινώσει τις συνθήκες διαβίωσης και οι αυτο-οργανωμένες δράσεις προσπαθούν να στηρίξουν δομές που δεν μπορεί να βοηθήσει το κράτος.

Ένας σημαντικός κλάδος που σχετίζεται με την αυτο-οργάνωση είναι ο τομέας της εξελικτικής διαχείρισης («Evolutionary Management»). Σύμφωνα με την παραπάνω, οι ιεραρχίες δεν είναι αναγκαίες σε μία διαχειριστική δομή, η ευελιξία και η υιοθέτηση είναι έννοιες ζωτικής σημασίας και ο έλεγχος της γνώσης και του συστήματος είναι περιορισμένος (Malik and Probst, 1982). Οι συγγραφείς μάλιστα τονίζουν μεταξύ άλλων πως ένας διαχειριστής μίας αυτο-οργανωμένης δομής οφείλει να μην δίνει προσταγές αλλά να καλλιεργεί το σύστημα με ένα περιεχόμενο που δεν παραμένει στάσιμο. Σε αυτό

το σημείο αξίζει να επισημανθεί και ο όρος της ετεραρχίας (heterarchy) τον οποίο εισήγαγε ο Warren McCulloch ως τον αντίποδα της ιεραρχίας, όπου ο ένας έχει την δύναμη. Προερχόμενο από τις ελληνικές λέξεις έτερος και άρχειν, η ετεραρχία δηλώνει πως σε ένα αυτο-οργανωτικό σύστημα, ο κάθε συμμετέχων είναι και διαχειριστής του συστήματος (McCulloch, 1965).

Πολύ σημαντικά για την κατανόηση της λειτουργίας των αυτο-οργανωμένων ομάδων ήταν τα κοινωνικά πειράματα που εκτέλεσε ο Bavelas. Συγκεκριμένα, διαχώρισε δύο ομάδες σε «δημοκρατικούς» και «απολυταρχικούς» και τους έφερε αντιμέτωπους με διάφορες καταστάσεις που ενδέχεται να συναντήσουν στην καθημερινότητα. Οι δύο ομάδες ξεκίνησαν να εργάζονται για ένα ζήτημα και κατά την διάρκεια των εργασιών, διάφοροι «θόρυβοι» προσπάθησαν να διακόψουν τη ροή τους. Η πρώτη ομάδα συνέχισε να δουλεύει, ενώ η δεύτερη διαλύθηκε. Ο Bavelas (1952) κατέληξε στο γεγονός πως οι διαταράξεις στην περίπτωση των δημοκρατικών δεν εμποδίζουν την δημιουργία, ενώ πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η επικοινωνία.

Οι Ulrich και Probst (1984) αναφέρονται ακόμα στον τομέα των synergetics, ένα πεδίο διεπιστημονικής έρευνας, που μελετά την συνεργασία των μεμονομένων μερών ενός συστήματος που παράγει μακροσκοπικές, διαστημικές, χρονικές ή λειτουργικές δομές. Πρόκειται για την εμπειρική μελέτη των συστημάτων με ιδιαίτερη έμφαση στην συνολική συμπεριφορά του συστήματος, η οποία δεν δύναται να προβλεφθεί από μία μεμονωμένη συμπεριφορά. Μία κατάσταση synergetics αναπτύσσεται σε τρία στάδια: επιθυμία του συνόλου να αφήσει την προηγούμενη κατάσταση και να εξελιχθεί, παραγωγή νέων ιδεών και σχεδιασμός μιας μακροσκοπικής κατάστασης. Βέβαια, σε αντίθεση με τον McCulloch, οι δύο συγγραφείς επιμένουν στον όρο της ιεραρχίας τονίζοντας πως δίνεται περισσότερος χώρος στο χαμηλότερο ιεραρχικό επίπεδο και μόνο οι σχετικοί έρχονται σε συνεννόηση με τα πάνω στρώματα μιας αυτο-οργανωμένης δομής.

Η αυτο-οργάνωση συμβαίνει σε όλα τα επίπεδα του κόσμου, από τα φυσικά συστήματα μέχρι και τους πολιτισμούς. Ένα αυτο-οργανωμένο σύστημα πρέπει να χαρακτηρίζεται από ποικιλία, διακύμανση, ανταγωνισμό, σταθερότητα, καινοτομία, διατήρηση των ευκαιριών, αναπαραγωγή και δημιουργία. Δεδομένο που δεν πρέπει να μείνει στο περιθώριο είναι πως οι αυτο-οργανωμένες δομές αποτελούνται από ανθρώπους και υπάγονται σε κοινωνικά συστήματα. Κάτι, ωστόσο, που δεν πρέπει να θεωρηθεί δεδομένο είναι η συσχέτιση των ατομικών συμπεριφορών με την συμπεριφορά μιας ομάδας (Parsons, 1951).

Λόγο για την κοινωνική συμπεριφορά και την κοινωνική δράση κάνει ο Max Weber. Κοινωνική συμπεριφορά είναι *«κάθε συμπεριφορά που παράγεται στην βάση ενός κοινωνικά παραγόμενου ορισμού της πραγματικότητας ή που οδηγεί στον σχηματισμό του»*, ενώ κοινωνική δράση αποτελεί *«μία πράξη που μέσα από τον στόχο των*

συμμετεχόντων συνδέεται με την συμπεριφορά άλλων και των οποίων η πορεία είναι προσανατολισμένη στην συμπεριφορά τους» (Weber, 1976).

Το κοινωνικό σύστημα, από την άλλη, αποτελείται από μία ομάδα από ενεργά συστήματα που χαρακτηρίζεται από συσχέτιση ενός ή κάποιων από τις γνωστικές τους καταστάσεις. Διαφέρει από τον κοινωνικό τομέα, καθώς ως πιο περιορισμένη δομή, το κοινωνικό σύστημα πρέπει να υπακούσει σε προαπαιτούμενες αλληλεπιδράσεις. Για παράδειγμα, ένα τέτοιο σύστημα είναι μία ομάδα ποδοσφαίρου, ενώ τομέας είναι όλοι οι ποδοσφαιριστές μιας χώρας, οι οποίοι δεν είναι απαραίτητο να βρίσκονται σε αλληλεπίδραση. Τα κοινωνικά συστήματα χαρακτηρίζονται από σύνορα, που διαμορφώνονται βάσει των αλληλεπιδραστικών σχέσεων των μελών τους, οι οποίες εφαρμόζονται μέσα σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο τρόπων. Η δομή του αποτελείται από μία γρήγορη διαδικασία και μέσα από τις αλληλεπιδράσεις τα μέλη μεταλλάσσονται σε μέλη του συστήματος.

Οι αυτο-οργανωμένες δομές δημιουργούνται από τον άνθρωπο και τα άτομα δουλεύουν μαζί προκειμένου να ικανοποιήσουν κοινωνικές λειτουργίες. Σε αντίθεση με τα οικολογικά συστήματα, δεν λειτουργούν δίχως την παρέμβαση του ανθρώπου αφού είναι αποτέλεσμα ανθρώπινων στόχων και δράσεων. Μπορούν να χαρακτηριστούν ως δυναμικά, ανοιχτά συστήματα, που έχουν την δυνατότητα να συσχετιστούν με το περιβάλλον έξω από αυτά και τα μέλη τους σχετίζονται μέσα από ένα δίκτυο συνδέσεων. Μάλιστα, η θεωρία της εξέλιξης απέδειξε ότι μπορούν να αναπτυχθούν παρόμοια συστήματα μόνο όταν μη συνδεδεμένες στο παρελθόν οντότητες μπαίνουν σε νέες σχέσεις, κάτι που ορίζεται ως «αυθόρμητη δημιουργία μίας νέας τάξης» (von Hayek, 1963).

Προσπάθεια για την χρήση των ιδεών των εν λόγω συστημάτων για την αντιμετώπιση προβλημάτων με σκόπιμες παρεμβάσεις γίνεται μέσω της μεθοδολογίας των ημιδομημένων προβλημάτων (soft problems – soft systems methodology), όπως χαρακτηρίζονται τα ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι νομοθέτες (Checkland, 1981). Πρόκειται για ένα μαθησιακό σύστημα που χρησιμοποιεί μοντέλα συστημάτων ανθρώπινων δραστηριοτήτων για να εξερευνήσει προβλήματα του πραγματικού κόσμου και με την χρήση καθημερινών ανθρώπων, τις αποφάσεις που θα ληφθούν για τις δράσεις. Η εν λόγω μεθοδολογία για την αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων ακολουθεί τα εξής βήματα:

1. Εύρεση προβλήματος,
2. Έκφραση προβλήματος,
3. Συστημική θεώρηση (system thinking) και σχεδιασμός πιθανών μοντέλων (Smyth and Checkland, 1976; Checkland, 1981),
4. Σύγκριση μοντέλων με τις αντιλήψεις για τον πραγματικό κόσμο,
5. Αλλαγές,

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

6. Δράση.

3.2 Η Κοινωνία Πολιτών

Η συλλογική δράση που αναζητά τον δρόμο προς μία καλύτερη κοινωνία αποτελεί ένα παγκόσμιο ζήτημα και οι ιδέες της Κοινωνίας Πολιτών (civil society) έχουν μία πλούσια ιστορία, αλλά έχουν τεθεί στο επίκεντρο του κόσμου μόλις τα τελευταία είκοσι χρόνια. Μετά την πτώση του Κομμουνισμού, τα δημοκρατικά ανοίγματα των πολιτικών που ήρθαν ως επακόλουθα, καθώς και ύστερα από την απογοήτευση λόγω των αποτυχημένων οικονομικών μοντέλων που εφαρμόστηκαν, ο κόσμος κατακλύστηκε από την ανάγκη για ένωση σε έναν κόσμο καθόλου αξιόπιστο και ασφαλή. Έκανε, λοιπόν, την εμφάνισή της μία σύγχρονη «μεγάλη ιδέα», η οποία αποτελεί έμπνευση στους αγώνες της κοινωνίας για έναν καλύτερο κόσμο και ένα βιώσιμο αύριο (Edwards, 2004).

Η κοινωνία των πολιτών κατ' ουσίαν εκπροσωπεί την ριζική μείωση του ρόλου των πολιτικών στην κοινωνία με την επέκταση της ελεύθερης αγοράς και των ατομικών ελευθεριών. Οι ρίζες του civil society βρίσκονται στην ελληνική λέξη «πόλις», σε θρησκευτικά δόγματα για πνευματικές κοινότητες όπως το ισλαμικό Ummah και το ιουδαϊκό Tikum Olam, στην καντιακή σκέψη για μία παγκόσμια ηθική κοινότητα και στον όρο «civitas humana» του William Roepke (1996). Τον εν λόγω όρο εξύμνησε και ο συγγραφέας Don Eberly (1998), ο οποίος ανέφερε χαρακτηριστικά ότι *«καθώς περνάει ο 21^{ος} αιώνας, ένας νέος όρος έχει βγει στην επιφάνεια στην αμερικάνικη πολιτική συζήτηση, που κουβαλάει όλη την συλλογική λαχτάρα ενός έθνους που ψάχνει νέα κατεύθυνση»*. Ως τον καλύτερο τρόπο για πολιτική μετά τον Ψυχρό πόλεμο την χαρακτήρισε το Advocacy Institute, προσθέτοντας πως είναι η μόνη πιο βιώσιμη εναλλακτική από το απολυταρχικό καθεστώς και την τυραννική αγορά (Children's Advocacy Institute, 2001), ενώ για τον Giddens, η κοινωνία των πολιτών είναι ο χαμένος κρίκος για την επιτυχία της κοινωνικής δημοκρατίας (Giddens, 2001). Η εξύμνηση του όρου δεν σταματάει στα παραπάνω καθώς σειρά από ακαδημαϊκούς θεωρούν πως είναι το κλειδί που θα ξεκλειδώσει τα μυστήρια της κοινωνικής τάξης (Scholte, 2002; Boggs, 2000; Seligman, 1992) και η *«τελευταία, καλύτερη ελπίδα μας»* (Rifkin, 1995).

Ήδη από την αρχαιότητα, η κοινωνία των πολιτών ήταν σημείο αναφοράς για τους φιλοσόφους στην προσπάθειά τους να κατανοήσουν τα ζητήματα του κόσμου όπως την φύση της καλής κοινωνίας, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των πολιτών, την πρακτική της πολιτικής και της κυβέρνησης, τον τρόπο της ειρηνικής συμβίωσης με τον παράλληλο συμβιβασμό της αυτονομίας και των συλλογικών αναγκών, της ισορροπίας της ελευθερίας και των συνόρων της και της συσχέτισης του πλουραλισμού με την συμμόρφωση, προκειμένου οι κοινωνίες να είναι σε θέση να λειτουργούν με επάρκεια και δικαιοσύνη (Seligman, 1992; Keane, 1998; Ehrenberg, 1999; Foley and Hodgkinson, 2002). Να σημειωθεί ότι στην κλασική σκέψη, κοινωνία των πολιτών και κράτος ήταν μία οντότητα, ενώ η έννοια «civil» θεωρήθηκε μορφή της κοινωνίας, από όπου προέρχεται και ο όρος «civility», η οποία ήταν προϋπόθεση για την καλή κοινωνία των πολιτών.

Κατά τον Μεσαίωνα, η κοινωνία των πολιτών συσχετίστηκε με την πολιτικά οργανωμένη κοινοπολιτεία και χαρακτηρίστηκε ως ένας δυνατός τύπος πολιτισμού αφού οι άνθρωποι ζούσαν σε κοινότητες και υπάκουαν σε νόμους που επέβλεπε το κράτος (Ehrenberg, 1999). Ο Διαφωτισμός άφησε πίσω του τον Μεσαίωνα και έθεσε το άτομο στο επίκεντρο της κοινωνίας. Οι Cohen και Arato αναφέρονται εκτενέστερα στην άποψη του Hobbes για την κοινωνία των πολιτών, στην οποία τονίζει μεταξύ άλλων πως πρόκειται για έναν είδος άμυνας του ατόμου ενάντια στην παρέμβαση του κράτους στα ατομικά του δικαιώματα, η οποία οργανώνεται μέσα από εθελοντικές ενώσεις, για το θεμέλιο που κρατάει σταθερή την δημοκρατική πολιτεία και για το βασικό εμπόδιο των αντιδημοκρατικών δυνάμεων (Cohen and Arato, 1992).

Η συλλογική δράση οργανώνεται με τους εξής τρεις τρόπους στις κοινωνίες: μέσα από κανόνες ή νόμους που επιβάλλονται από την καταναγκαστική δύναμη του κράτους, μέσα από τις ακούσιες συνέπειες των ατομικών αποφάσεων στην αγορά και μέσα από κοινωνικούς μηχανισμούς που είναι ενσωματωμένη στην εθελοντική δράση, τη συζήτηση και τη συμφωνία (Edwards, 2004). Αυτά τα μοντέλα αλλάζουν συνεχώς τα τελευταία πενήντα χρόνια. Οι λύσεις που βασίζονταν σε κρατικές αποφάσεις επικρατούσαν από το 1945 μέχρι και τα μέσα του 1970 και αυτές που εξαρτώνταν από την αγορά είχαν υπεροχή την εικοσαετία 1970-1990. Τα δύο πρώτα μοντέλα απέτυχαν και στα μέσα του 1990 προέκυψε το «τρίτο κύμα», το οποίο μετέπειτα έλαβε πολλά ονόματα όπως «third way», «new localism» και «compassionate conservatism».

Σύμφωνα με τον Edwards, η κοινωνία των πολιτών επιτελεί τριπλό ρόλο, αφού οι δραστηριότητές της εκτείνονται στον οικονομικό, πολιτικό και κοινωνικό τομέα. Όσον αφορά τον πρώτο, ασφαλίζει την ζωή των πολιτών, παρέχει υπηρεσίες που δεν μπορεί να διασφαλίσει το κράτος και η αγορά, αναπτύσσει κοινωνικές αξίες, δίκτυα και θεσμούς που θεμελιώνουν τις επιτυχημένες αγοραστικές οικονομίες. Ενδεικτικά επισημαίνεται ότι οι εθελοντικές ενώσεις στην Αμερική όπως Μη-Κυβερνητικές Οργανώσεις (NGO's) και θρησκευτικές οργανώσεις αποτελούν το κλειδί στις παροχές των ανθρωπιστικών υπηρεσιών καθώς συνεισφέρουν με 1.1 τρισεκατομμύρια δολάρια την βιομηχανία (Salamon and Anheier, 1999).

Σχετικά με τον κοινωνικό τομέα, αποτελεί μία δεξαμενή φροντίδας, πολιτικής ζωής και καινοτομίας, εκμάθησης των ικανοτήτων του πολίτη και καλλιέργειας μίας συλλογής από θετικές κοινωνικές νόρμες που προάγουν την σταθερότητα και οι οποίες συλλέγονται κάτω από το κοινωνικό κεφάλαιο. Να σημειωθεί πως το τελευταίο αποτελεί συστατικό ζωτικής σημασίας για την προώθηση συλλογικής δράσης για το κοινό καλό, δημιουργώντας και συντηρώντας τους κοινωνικούς δεσμούς που είναι βασικοί προκειμένου οι πολίτες να λειτουργούν αποτελεσματικά στις μοντέρνες οικονομίες, όπου οι απαιτήσεις της συναλλαγής γίνονται πολύπλοκες.

Ο πολιτικός ρόλος της κοινωνίας των πολιτών λειτουργεί ως ένα σημαντικό αντίβαρο στην δύναμη του κράτους και των εταιρειών και ως μία κολόνα που προωθεί την διαφάνεια, την ευθύνη και άλλες πλευρές της καλής διακυβέρνησης. Συγκεκριμένα, εάν σε κάποιο κράτος δεν είναι σεβαστά τα πολιτικά δικαιώματα, η κοινωνία παρέχει το κανάλι έτσι ώστε να γίνει γνωστή η καταπάτηση, να προστατευθούν, να προωθηθούν και να ενδυναμωθούν οι ικανότητες του πολίτη. Ενδεικτικός σε αυτή την περίπτωση ήταν ο ρόλος των NGO's και των κοινωνικών κινημάτων στον αγώνα ενάντια στον απολυταρχικό νόμο και υπέρ της υποστήριξης των πολυκομματικών εκλογών σε Αφρική, Ανατολική Ευρώπη και Λατινική Αμερική (Keane, 1988; Escobar and Alvarez, 1992; Fox and Hernandez, 1992; Harberson, Rothschild and Chazan, 1994).

Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειωθεί και η τρέχουσα εντύπωση που έχει δημιουργηθεί για τις NGO's καθώς πρόσφατα απέσπασαν την στήριξη της Παγκόσμιας Τράπεζας και των Ηνωμένων Εθνών και θεωρήθηκε ότι έχει γίνει λαθραίως «ιδιωτικοποίηση» των εθελοντικών δράσεων. Οι Μη-Κυβερνητικές Οργανώσεις που επιτελούν ακόμα ορθά το έργο για το οποίο δημιουργήθηκαν ανησυχούν με τις αρνητικές εντυπώσεις που επικρατούν. «*Η ιδέα της κοινωνίας των πολιτών απέτυχε γιατί έγινε δημοφιλής*» αναφέρει χαρακτηριστικά ο Wolfe (1998).

Βέβαια, όταν γίνεται λόγος για την κοινωνία των πολιτών και κοινωνικές δράσεις, απαραίτητη είναι η αναφορά στον εθελοντισμό. Όπως αναφέρουν οι Post, Rosenblum και Urhoff, εθελοντής είναι αυτός που συμμετέχει με την θέλησή του σε μία δράση και οι εθελοντικοί μηχανισμοί πετυχαίνουν στόχους, έχουν ουσιώδη διάλογο και ενθαρρύνουν τον πολίτη παρά την πίεση που δέχεται από κυβερνήσεις και εταιρείες (Urhooff, 1993; Post and Rosenblum, 2002). Τον εθελοντισμό με την κοινωνία των πολιτών συνδέει και ο Seligman, καθώς επισημαίνει ότι μία ενδεχόμενη απαίτηση για επιστροφή στην κατάσταση του civil society αποτελεί απαίτηση για επιστροφή σε έναν τρόπο ζωής, που δίνει έμφαση στις εθελοντικές οργανώσεις, οι οποίες συμφωνούν ομόφωνα πως η λήψη των αποφάσεων πρέπει να γίνεται τοπικά και δεν πρέπει να εμπίπτει στον έλεγχο του κράτους (1992).

Μεγάλη είναι η συνεισφορά της θεωρίας της δημόσιας σφαίρας του Habermas στην κοινωνία των πολιτών. Η εν λόγω θεωρία αποτελεί την βάση για την συμμετοχική δημοκρατία και η κοινωνία των πολιτών ενώνεται στη δημόσια σφαίρα, παρέχοντας το αντίδοτο στην απολιτικοποίηση και τη μοιρολατρεία, φαινόμενα που όσο περνάνε τα χρόνια είναι όλο και πιο συχνά στην δυτική κοινωνία. Η δημόσια σφαίρα κατ' ουσίαν είναι «*ένας μη νομοθετημένος, υπερ-δικαστικός δημόσιος χώρος, όπου οι κοινωνικές διαφορές, τα προβλήματα, η λαϊκή πολιτική, η κυβερνητική δράση, τα θέματα της κοινότητας και η πολιτιστική ταυτότητα αναπτύσσονται και τίθενται σε συζήτηση*» (McClain and Fleming, 2000).

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Ο Edwards (2004) κάνει έναν διμερή διαχωρισμό στις δημόσιες σφαίρες, οι οποίες χωρίζονται σε «μικρές» και «παγκόσμιες». Οι πρώτες μπορούν να διαμορφωθούν για παράδειγμα σε συνδέσμους βιβλίων ή ακόμα και σε μία τηλεοπτική ή ραδιοφωνική εκπομπή. Στην δεύτερη κατηγορία ανήκουν οι ιστοσελίδες που έχει πρόσβαση το κοινό, όπου αναπτύσσονται συζητήσεις για κοινωνικά ζητήματα, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τον διαδικτυακό τόπο του *opendemocracy* και του *World Social Forum*, το οποίο έχει ως σλόγκαν στην αρχική του σελίδα το εξής: «*Another world is possible*» (Ένας άλλος κόσμος είναι δυνατός).

Ο ρόλος της δημόσιας σφαίρας είναι πολύ σημαντικός καθώς όταν δεσμεύονται αρκετοί άνθρωποι σε ένα συγκεκριμένο πρόβλημα, είναι πιο εύκολο να βρεθούν αποτελεσματικές λύσεις που ταιριάζουν με τις ανάγκες της πλειοψηφίας. Ωστόσο, στη σύγχρονη εποχή αντιμετωπίζει μία κρίση νομιμότητας που πηγάζει από την εμπορευματοποίηση της ίδιας της δημόσιας σφαίρας.

3.3 Θεωρίες περί κοινωνικής αλληλεγγύης

Όσο περνάνε τα χρόνια και τα προβλήματα παγκοσμίως εντείνονται με αφορμή την οικονομική κρίση και την φτώχεια, τόσο περισσότερο ακούγεται η κοινωνική αλληλεγγύη, ειδικότερα σε κράτη που βιώνουν μία ποικιλόμορφη κρίση, όπως η Ελλάδα. Άνθρωποι από όλη την υφήλιο που είτε έχουν την οικονομική δυνατότητα να συνεισφέρουν είτε έχουν την θέληση να βοηθήσουν τον συνάνθρωπο με κάθε τρόπο, στηρίζουν τους οικονομικά αδύναμους της κοινωνίας με διάφορα μέσα όπως λεφτά, ρούχα, φαγητό, υπηρεσίες ή ακόμα και στέγαση.

Ήδη από την Γαλλική Επανάσταση παρατηρείται πως η έννοια της αλληλεγγύης συνδέθηκε με τα κοινωνικά κινήματα και ως επακόλουθο με την δημοκρατία, ενώ από τον 19^ο αιώνα, ακαδημαϊκοί άρχισαν να αναλύουν τον όρο και να τον εντάσσουν σε θεωρίες του τομέα της κοινωνιολογίας. Σε δύο κατηγορίες χώρισε την κοινωνική αλληλεγγύη ο Durkheim (1983), λαμβάνοντας υπόψη τους μηχανισμούς ένταξης των κοινοτήτων και το πώς έχουν αλλάξει μέσα στο χρόνο. Η πρώτη κατηγορία έχει πάρει το όνομα της «μηχανικής αλληλεγγύης», η οποία αντιπροσωπεύει τις παραδοσιακές κοινωνίες και τα μέλη τους έχουν κοινά συναισθήματα και αξίες. Πηγές της μηχανικής αλληλεγγύης είναι η οικογένεια, η γειτονιά και η Εκκλησία. Πιο νεότερο είδος είναι η «οργανική αλληλεγγύη», η οποία εμφανίζεται στις σύγχρονες κοινωνίες, όπου τα μέλη των διάφορων κοινοτήτων λειτουργούν για ένα σκοπό συλλογικά. Νωρίτερα, ο Mayhew είχε αναφερθεί συγκεκριμένα στις τέσσερις μορφές αλληλεγγύης, οι οποίες, αν συγκριθούν με την προσέγγιση του Durkheim, γίνεται έκδηλο ότι πρόκειται περισσότερο για βασικές αξίες της αλληλεγγύης. Αναφέρθηκε στην έννοια της προσέλευσης, η οποία δημιουργεί δεσμούς αγάπης μεταξύ των ανθρώπων, της αφοσίωσης, καθώς ένα μέλος οφείλει να φροντίζει για την ενότητα της ομάδας, της ταύτισης και της ένωσης, αξία που σχετίζεται με την ταυτότητα μιας ομάδας (Mayhew, 1971).

Στην σύνδεση της κοινωνίας με την αλληλεγγύη προχώρησαν και άλλοι ακαδημαϊκοί. Σύμφωνα με τον Bayertz, ο όρος αναλύεται ως ένα κοινωνικό δικαίωμα (1998) και συνδέεται με τον κοσμοπολιτισμό, την ανοχή, την αποδοχή των πολιτιστικών μειονοτήτων (de Wit and Manschot, 1999) και την αμοιβαιότητα (Pessers, 1999). Με τον κανονιστικό χαρακτήρα της αλληλεγγύης του Habermas συμφωνεί ο Zoll (2000), ενώ οι Turner και Rojek (2001) υπογράμμισαν πως οι μεταμοντέρνες κοινωνίες αντιμετωπίζουν την έλλειψη από την μία και την αλληλεγγύη από την άλλη.

Από την άλλη, στα βάθη της κοινωνιολογικής σκέψης εισχώρησε ο Hechter (1987) και διαμόρφωσε τις τρεις αρχές για την συλλογική αλληλεγγύη. Η κανονιστική σκέψη εντοπίζεται στην δουλειά των Durkheim και Parsons, καθώς θεωρούν ότι η κοινωνική τάξη είναι αποτέλεσμα των εσωτερικών κανόνων των ομάδων. Την λειτουργιστική προσέγγιση εκπροσωπεί ο Hechter με τον Elster, οι οποίοι αναλύουν την αλληλεγγύη μέσα από την αξία της επιβίωσης συγκεκριμένων μορφών της αλληλεγγύης, ενώ η στρουκτουραλιστική

άποψη υποστηρίζει πως η αιτία της αλληλεγγύης των ομάδων είναι συγκεκριμένες κοινωνικές δομές.

Αδιαμφισβήτητα, οι σύγχρονες μορφές αλληλεγγύης διαφέρουν από τις άλλες που ανήκουν σε παλαιότερες εποχές, αφού οι κοινωνικές αλλαγές έχουν επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο ο άνθρωπος παρέχει βοήθεια προς τον άλλον. Σύμφωνα με τον Komter (2005), η εξατομίκευση, η μείωση της θρησκοληψίας στη Δύση, οι οικονομικές διακυμάνσεις που σημειώθηκαν στις ανεπτυγμένες χώρες, οι αλλαγές που έγιναν στην οικογενειακή ζωή, η κρίση στους ρόλους των φύλων, η ραγδαία ανάπτυξη της πληροφορίας, της επικοινωνίας και της τεχνολογίας και η μεταναστευτική πολιτική συντέλεσαν στην διαμόρφωση του σύγχρονου τοπίου. Λόγω της έντονης μετανάστευσης που σημειώθηκε τον τελευταίο αιώνα, νέες θρησκείες και πολιτικές ταυτότητες έχουν ταξιδέψει στον δυτικό κόσμο και έχουν βάλει το δικό τους λιθαράκι στην προσέγγιση της αλληλεγγύης.

Τρεις είναι οι κύριες διαστάσεις που σχετίζονται με την αλλαγή του τοπίου: η εξατομίκευση, η διαποικίλιση και η παγκοσμιοποίηση. Όσον αφορά την πρώτη, ξεκίνησε τον 19^ο αιώνα και οι Durkheim και Simmel θεωρούν πως λόγω της εξατομίκευσης, η αλληλεγγύη σαν έννοια ενδέχεται να γίνει πιο αφηρημένη, καθώς με τον εκσυγχρονισμό των κοινωνιών, οι άνθρωποι συμμετέχουν σε μεγαλύτερες κοινωνικές ομάδες, οι επιλογές συμμετοχής είναι περισσότερες και συνεπώς, οι δεσμοί σε αυτές αλλά και στους βασικούς μηχανισμούς αλληλεγγύης –οικογένεια, γειτονιά και Εκκλησία- χαλαρώνουν και αποδυναμώνονται.

Μάλιστα, για την άλλη πλευρά του νομίσματος της εξατομίκευσης είχε μιλήσει ο Bauman (2001), ο οποίος αναφέρθηκε στην διάβρωση και στην αποσύνθεση της ιθαγένειας. Οι πολίτες της σύγχρονης κοινωνίας είναι αρκετά σκεπτικοί για το κοινό καλό και αδιάφοροι σε μακροπρόθεσμα προγράμματα που σχετίζονται με τον κοινό βίο λόγω του θολού πολιτικού προσανατολισμού και της έλλειψης πίστης στην συλλογικότητα. Ακόμη, πλέον σημειώνεται τεράστια ποικιλία σε ταυτότητες, προτιμήσεις, πεπαιθώσεις και υποχρεώσεις. Η άλλοτε σταθερότητα που χαρακτήριζε την ανθρώπινη ταυτότητα εξαφανίζεται και η έκφραση κοινών παραδόσεων και πεπαιθήσεων από γενιά σε γενιά μειώνεται. Ο σύγχρονος άνθρωπος είναι περισσότερος ικανός να υπερασπιστεί τον εαυτό του, ωστόσο, ιδιαίτερα στις δυτικές κοινωνίες, έρχεται αντιμέτωπος με την κοινωνική ανασφάλεια, αφού εκτός από τα προβλήματα που έχει στην καθημερινότητά του, βιώνει σε μία κοινωνία με πολλούς «ξένους». Τέλος, η παγκοσμιοποίηση έχει συνεισφέρει σε ένα πρωτοφανές άνοιγμα σε πολιτικό, οικονομικό, τεχνολογικό, κοινωνικό και πολιτιστικό πεδίο και τα σύνορα της αλληλεγγύης έχουν διευρυνθεί. Χάρη στα επιτεύγματα της τεχνολογίας της επικοινωνίας, έχουν δημιουργηθεί νέα δίκτυα αλληλεγγύης, νέες προοπτικές στην επικοινωνία των ατόμων και πρωτόγνωρες δυνατότητες στα παγκόσμια κοινωνικά κινήματα (Smith, Chatfield and Pagnucco, 1997; Cohen and Rai, 2000).

Πέρα από την παραδοσιακή ή μηχανική αλληλεγγύη, ο Komter αναφέρεται στην τοπική, την παγκόσμια και την μετασχηματισμένη αλληλεγγύη (2005). Όσον αφορά την πρώτη κατηγορία, συναντάμε κυρίως τρία είδη τοπικής αλληλεγγύης. Το 1983 στον Καναδά ξεκίνησε η τοπική ανταλλαγή, το γνωστό και ως LETS κατά το οποίο γίνεται ανταλλαγή υπηρεσιών και αγαθών χωρίς την χρήση χρημάτων. Η είσοδος του εν λόγω συστήματος έγινε στην Ευρώπη μέσα από την Μεγάλη Βρετανία του 1990 και πλέον, συνεχίζει δυναμικά την δράση του σε αρκετές χώρες. Σύμφωνα με έρευνα που έγινε το 2000, στην Αγγλία λειτουργούσαν εκείνο το έτος 500 συστήματα, ενώ στην Ολλανδία 100, όπου το κάθε σύστημα είχε περίπου 50 συμμετέχοντες και οι μέγιστες συναλλαγές ανά δράση ανέρχονταν περίπου στις 300 (Hoeben, 2000).

Άλλο είδος της κατηγορίας είναι οι αυτο-βοηθούμενες ομάδες (self-help groups) που ξεκίνησαν από τις ΗΠΑ το 1970 και την επόμενη εικοσαετία εμφανίστηκαν και στην Ευρώπη (Zoll, 2000). Τελευταία και εξίσου σημαντική είναι η καθημερινή αλληλεπίδραση των πολιτών στις γειτονιές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η δράση των τοπικών αρχών στην Ολλανδία που αναλαμβάνουν projects για την βελτίωση της ζωής σε πόλεις που μαστίζονται από έντονα κοινωνικά προβλήματα. Αποτέλεσμα μιας τέτοιας δράσης ήταν οι «10 κανόνες της πόλης» στην ολλανδική Γκούντα. Σε παγκόσμιο επίπεδο, σημαντική είναι η δράση των ΜΚΟ όπως the WorldWide Fund for Nature και the Friends of the Earth, που αποδεικνύουν την εστίαση των δράσεων των πολιτών σε περιβάλλον, κοινωνική ανάπτυξη και πληθυσμιακά προβλήματα.

Η μετασχηματισμένη αλληλεγγύη κατ' ουσίαν αποτελεί μία ομπρέλα των δύο προηγούμενων κατηγοριών αφού αφορά την οργανική αλληλεγγύη και τις σύγχρονες κοινωνικές δράσεις. Πλέον, κάποιες μορφές μειώθηκαν, όπως η αλληλεγγύη της οικογένειας, της γειτονιάς και της Εκκλησίας και άλλες αυξήθηκαν όπως η δωρεά και η συμμετοχή σε ανθρωπιστικές οργανώσεις. Λόγω των ποικίλων συνθηκών που υπάρχουν στις κοινωνίες, οι μορφές είναι πολλές και έχουν διακυμάνσεις, συνεπώς θα ήταν άτοπο να γίνει διαχωρισμός των μορφών που είναι σε ισχύ ή μη (Schudson, 2000).

Μία σημαντική θεωρία της ανθρώπινης αλληλεγγύης είναι η θεωρία του δώρου (theory of gift), στην οποία αναφέρεται εκτενέστερα μέσα από μία ιστορική αναδρομή ο Mauss (1990). Η εν λόγω θεωρία αναφέρεται συγκεκριμένα στην σημασία του δώρου, είτε πρόκειται για υλικό είτε για άυλο, και συνδέεται σε ορισμένα σημεία με την κοινωνική αλληλεγγύη. Στη συνέχεια που σημειώνεται ανάμεσα στο αρχαϊκό και το μοντέρνο δώρο αναφέρεται ο Godbout (1992). Σημειώνει πως υπάρχουν αρκετές ομοιότητες ανάμεσα στα υλικά δώρα, τη δωρεά αίματος ή την παροχή βοήθειας σε αγνώστους με τα δώρα της αρχαίας εποχής και πως έξω από τη σφαίρα της αγοράς και της εμπορευματοποίησης, η κοινωνία είναι χτισμένη πάνω σε ένα σύστημα ανταλλαγής δώρων, τα οποία διατηρούν τους κοινωνικούς δεσμούς και βοηθούν στην αναζωογόνηση της κοινωνίας. Την άποψη

αυτή ενισχύει και ο Berking (1999), ο οποίος καταλήγει στο συμπέρασμα πως η διαδικασία του «δούναι και λαβείν» αποτελεί θεμέλια λίθος της κοινωνίας.

Βάσει της παραπάνω θεωρίας, αλλά και των προσεγγίσεων για την ανθρώπινη αλληλεγγύη, διατυπώθηκαν οι τέσσερις τύποι κοινωνικής σχέσης (Fiske, 1991) – μοίρασμα μέσα στην κοινωνία, απολυταρχική τάξη, ένωση με ίσους και τιμολόγηση μέσω της αγοράς- από τις οποίες μόνο η πρώτη συνδέεται με το ζήτημα της κοινωνικής αλληλεγγύης. Η διαδικασία του να μοιράζεται κάποιος εντός μίας κοινότητας (community sharing) δηλώνει πως τα πράγματα ανταλλάσσονται πάνω στη βάση της συνεκτικότητας με τους άλλους και προέρχεται από την ανάγκη διατήρησης της αξίας των ανθρώπινων σχέσεων. Σημασία σε αυτό το μοντέλο δεν έχει να δώσει κάποιος με σκοπό να το πάρει πίσω, αλλά να παρέχει σκεπτόμενος τις ανάγκες του άλλου. Σε αυτό το μοντέλο τα πράγματα που παρέχονται πιο συχνά είναι φαγητό, φροντίδα ή υπηρεσίες, ενώ πρέπει να σημειωθεί πως λέξεις-κλειδιά του community sharing είναι η αναγνώριση, η φροντίδα, η αλληλεγγύη και η φιλία, οι οποίες φτιάχνουν «μια σχέση ισορροπίας όταν πρόκειται για ανθρώπους που είναι μέλη σε ομάδες» (Fiske, 1991).

Στην άμεση συσχέτιση της φροντίδας με την αλληλεγγύη και στην ύψιστη σημασία αυτών των δύο στην τρέχουσα κοινωνία προχώρησε ο Liboiron (2016). Η φροντίδα, ως ηθική και πολιτική υποχρέωση για την διατήρηση των κοινωνικών σχέσεων, συνδέεται στενά με την αλληλεγγύη. Κανένα από τα δύο δεν υφίσταται στο κενό, ενώ μπορούν να γίνουν μέσα σε ένα κοινωνικό κίνημα, σε μία ομάδα ή ακόμα και σε μία οικογένεια (Fickel and Gross, 2005).

Σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει το δέσιμο των μελών μιας ομάδας είναι η εξάρτηση για την ικανοποίηση των αναγκών τους. Όσο πιο μεγάλη είναι, τόσο πιο δυνατοί είναι και οι δεσμοί που προκύπτουν. Βέβαια, από μόνη της δεν είναι αρκετή για να εξηγήσει την δύναμη της αλληλεγγύης, αφού η τελευταία προϋποθέτει την ύπαρξη μελών που δεσμεύονται σε κοινούς στόχους και δεν πράττουν αυθόρμητα.

Ακόμη, είναι άτοπο να γίνεται λόγος για την αλληλεγγύη, τις κοινωνικές δράσεις και τις ανθρώπινες αξίες και να μην γίνεται αναφορά στη γενναιοδωρία του ανθρώπου, η οποία αποτελεί βάση για τις κοινωνικές πρωτοβουλίες (Levi-Strauss, 1961). Η εν λόγω αρχή είναι μία κοινωνική δομή που καθορίζει τις αξίες, τα συναισθήματα και τις δράσεις και υπάρχει από τις πρωτόγονες κοινωνίες μέχρι και σήμερα.

3.4 Μέθοδοι εμπλοκής της κοινότητας στην εξέλιξη της κοινωνίας

Βιώνοντας σε μία εποχή όπου υπάρχει επιφυλακτικότητα για το άγνωστο, απογοήτευση για το παρόν και φόβος για το μέλλον, υπάρχει η ανάγκη για την συμμετοχή των πολιτών σε κοινωνικές δράσεις με τις οποίες μπορούν να πάρουν την κατάσταση στα χέρια τους και να δώσουν λύσεις σε ζητήματα που συνεχώς διαιωνίζονται. Ωστόσο, η εμπλοκή των κοινοτήτων σε αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες δεν αποτελεί εύκολη υπόθεση καθώς οι διαχειριστές τέτοιων δράσεων πρέπει να βρουν αποτελεσματικούς και ουσιαστικούς τρόπους για να φέρουν τις πρωτοβουλίες κοντά στον καθημερινό άνθρωπο.

Πρώτα από όλα, η δημιουργικότητα είναι αυτή που κρίνεται άκρως απαραίτητη για την εμπλοκή της κοινωνίας (Sarkissian, Hurford and Wenman, 2010). Καθώς οι κοινωνίες στην τρέχουσα εποχή είναι διαφορετικές, δεν υπάρχει μία αποτελεσματική φόρμουλα για την κοινωνική εμπλοκή (Forester, 1999). Στην προσέγγιση μιας πιθανής φόρμουλας συνεισφέρει ο Holden(2008), καθώς επισημαίνει πως η λογική, η ενσωμάτωση και η εμπειρία των πολιτών ενδέχεται να ωφελήσουν την πρακτική για την εμπλοκή της κοινότητας, ενώ επιπροσθέτως, η επικοινωνία, η αλληλεπίδραση μεταξύ των ατόμων και η σύνδεση των ιστοριών του κοινού με τα επιστημονικά μοντέλα μπορούν να έχουν θετικό αντίκτυπο στην συζήτηση περί λύσης των κοινωνικών ζητημάτων.

Μεγάλη είναι η αξία του παιχνιδιού στην εν λόγω διαδικασία, καθώς το ανάλαφρο πνεύμα που δημιουργεί μπορεί να συνεισφέρει τόσο στην μάθηση όσο και στην δημιουργικότητα (Kane, 2004). Σε αυτό το σημείο, ωστόσο, πρέπει να υπογραμμιστεί η διαφορά μεταξύ των εννοιών play και game, η οποία αναλύεται εκτενέστερα στο βιβλίο «*The Utopia of Rules*» (Graeber, 2015). Συγκεκριμένα, γίνεται αναφορά στη θεωρία του παιχνιδιού του Ολλανδού κοινωνιολόγου Huizinga (1955), ο οποίος θεωρεί πως τα παιχνίδια με την έννοια του «game» έχουν κοινά χαρακτηριστικά: χώρο, χρόνο, πλαίσιο, κανόνες, στόχοι, προβλέψιμο τέλος. Αποτελούν ένα είδος ουτοπίας των κανόνων αφού οι παίκτες οφείλουν να τους γνωρίζουν και να τους ακολουθούν για να νικήσουν. Από την αγνή δράση του game που διέπεται από κανόνες περνάμε στην αγνή έκφραση της δημιουργικής ενέργειας που χαρακτηρίζει το «play», όπου η ύπαρξη κανόνων δεν κρίνεται απαραίτητη. Η έννοια του play σχετίζεται με το ανοιχτό τέλος, την καινοτομία και τον ενθουσιασμό (VisvanathanI, 2007). Από τα παραπάνω γίνεται έκδηλο ότι στην περίπτωση της κοινωνικής εμπλοκής ταιριάζει περισσότερο το παιχνίδι με την έννοια του play, καθώς απελευθερώνεται η δημιουργικότητα των πολιτών και το τέλος δεν είναι προκαθορισμένο.

Η δημιουργικότητα σε τέτοιου είδους προγράμματα μπορεί να εκφραστεί και μέσα από καλλιτεχνίες. Η χρήση της καλλιτεχνίας σχετίζεται με την ευφυΐα, την ικανότητα, την πρακτικότητα, την αυτοπεποίθηση και την δεξιότητα (Sarkissian, 2005). Ένα μέσο που δεν απαιτεί και μεγάλη καλλιτεχνική ικανότητα είναι το Affinity Diagram, δηλαδή η χρήση

χάρτινων αυτοκόλλητων φύλλων για την έκφραση προσωπικών ιδεών χωρίς την μεσολάβηση του ερευνητή (Brassard, 1989).

Από την λίστα δεν μπορεί να εξαιρεθεί η ταινία και τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η ταινία σε σύνδεση με το storytelling (αφήγηση ιστοριών) μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο για την δέσμευση των πολιτών καθώς η κοινοποίηση ιστοριών μίας κοινότητας μπορεί να επηρεάσει την δράση άλλων κοινοτήτων. Το διαδίκτυο, από την άλλη, προσφέρει έναν πολυμεσικό χώρο για την εξάπλωση ενός ζητήματος.

Μία άλλη μέθοδος που χρησιμοποιείται εκτενέστερα είναι η «ιδέα του οράματος» (community visioning), η οποία ανήκει στον Edward Bellamy (2003) και πρόκειται για την *«πειθαρχία του πνεύματος που προσκαλεί να γίνει σοβαρή δουλειά και να δώσει έμφαση, να διακρίνει και να παράγει εικόνες του μέλλοντος, που οδηγούν σε μετάλλαξη μέσα από την δέσμευση για έα δράση διαφωτισμένη από αυτό το όραμα»* (Ziegler, 1996a). Ο κλάδος της ψυχολογίας ευθύνεται για την ανάπτυξη του visioning τον 20^ο αιώνα και ως εργαλείο για την κοινωνική εμπλοκή είναι αρκετά δημοφιλές την τελευταία εικοσαετία. Οι ρίζες του βρίσκονται στην θεωρία διαχείρισης (management theory) και αρχικά αναπτύχθηκε σε τρία επίπεδα τοπικών δραστηριοτήτων: μελλοντικά projects, στρατηγικός σχεδιασμός και αρχιτεκτονική και σχεδιασμός της κοινότητας (Walker, 1994). Τα χαρακτηριστικά του visioning είναι η μεγάλη συμμετοχή των πολιτών, η έμφαση στις αξίες της κοινωνίας, η χρήση γραφικών και οπτικού υλικού, η αναζήτηση εναλλακτικού μέλλοντος και η έμφαση σε ένα κοινό όραμα. Οι τρόποι με τους οποίους πραγματοποιείται είναι ο διάλογος και η αναζήτηση εικόνων από το μέλλον μέσα από την εσωτερική αναζήτηση, τα λεγόμενα «μονοπάτια εσωτερικότητας» (Ziegler, 1995; 1996a; 1996b). Μάλιστα, το εν λόγω μοντέλο του Ziegler δίνει έμφαση στην εικόνα, την μετάβαση στο μέλλον και το μοίρασμα των εικόνων σε παροντικό χρόνο.

Προσέγγιση της θεωρίας περί οράματος είναι και η Theory U, κατά την οποία μέσα από τον διάλογο οι αντιδραστικές ανταποκρίσεις γίνονται παραγωγικές και έρχονται στην επιφάνεια ζητήματα που δεσπάζουν στις ρίζες του κοινωνικού συστήματος (Senge, Scharmer, Jaworski and Flowers, 2005; Scharmer, 2007; Scharmer (undated)). Όπως αναφέρει ο Scharmer, η εν λόγω θεωρία αφορά μία πρακτική που είναι ικανή να δεσμεύσει τον κόσμο στην συμμετοχή βασισμένη σε εσωτερικές αξίες. Η διαδικασία που ακολουθείται είναι η εξής: εισήγηση του θέματος, συζήτηση με προσεκτική ακοή και παρατήρηση, σύνδεση με πηγή έμπνευσης, δημιουργία πρωτοτύπων – σχεδίων και ενσωμάτωση αυτών στην πραγματικότητα.

Στον ίδιο τομέα εφαρμόζεται και η μέθοδος του social marketing, δηλαδή γίνεται χρήση των εργαλείων του εμπορικού marketing προκειμένου να αλλάξουν οι πολίτες την συμπεριφορά τους για ένα κοινωνικό πρόβλημα με εθελοντική συμμετοχή και στοχεύοντας στον θετικό κοινωνικό αντίκτυπο (Sequeira et al, 2015). Προς την ίδια

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

κατεύθυνση είχαν κινηθεί περίπου σαράντα χρόνια νωρίτερα οι Kotler και Zaltman (1971), οι οποίοι χαρακτήρισαν το κοινωνικό marketing ως μία αρχή που εστιάζει στην αποδοχή των κοινωνικών ιδεών. Να σημειωθεί πως ο κεντρικός στόχος της εν λόγω πρακτικής πρέπει να είναι η εθελοντική πλευρά της αποδοχής μιας νέας συμπεριφοράς που προωθεί το κοινό καλό.

Σε γενικές γραμμές, τα επιτυχημένα κοινωνικά εργαστήρια (workshops) είναι αυτά που σχεδιάζονται μαζί με τα μέλη της κοινότητας. Οι συμμετέχοντες πρέπει να είναι στον πυρήνα των projects, να πρωταγωνιστούν και οι διαχειριστές οφείλουν να τα σχεδιάζουν με βάση τις ανάγκες της κοινότητας. Ωστόσο, ζωτικής σημασίας για την εφαρμογή των παραπάνω πρακτικών και την επίτευξη της κοινωνικής αλλαγής για το κοινό καλό αποτελεί η εκμάθηση της αλληλεγγύης από μικρή ηλικία. Το παιδί πρέπει να μαθαίνει από μικρή ηλικία για τον ρόλο της κοινωνικής δράσης, να βλέπει τον εαυτό του ως μέρος της παγκόσμιας και της τοπικής κοινότητας που δουλεύει για το μεγαλύτερο κοινωνικό αγαθό (Canlas et al, 2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η αλλαγή της δημόσιας σφαίρας

Τα τελευταία δέκα χρόνια το διαδίκτυο έχει εξελιχθεί σε μεγάλο βαθμό ύστερα από την ανάπτυξη των συλλογικών ψηφιακών μέσων (social media). Αρχικά, υπήρχαν δύο κατηγορίες μέσων: τα μέσα δημόσιας εμβέλειας όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και η εφημερίδα, και τα μέσα για ιδιωτική χρήση όπως το τηλέφωνο, όπου υπήρχε η δυαδική επικοινωνία. Το διαδίκτυο άλλαξε το προσκήνιο και τις σχέσεις μεταξύ των χρηστών. Η επικοινωνία από το τηλέφωνο πέρασε στο γραπτό μήνυμα, μετά στις διαδικτυακές πλατφόρμες και πλέον έχει φτάσει η εποχή που χαρακτηρίζεται από τον όρο «polymedia», δηλαδή την χρήση πολλών πλατφόρμων που συνδέεται η μία με την άλλη, όπως sites, facebook, twitter (Miller et al, 2016).

Στα σύγχρονα social media έχουν δημιουργηθεί δικτυωμένα κοινά (networked publics) και οι ίδιοι οι χρήστες μετατρέπουν τις πλατφόρμες σε όργανα παγκόσμιας ετερογενοποίησης, αφού τις συνδέουν με ειδικά τοπικά ζητήματα (Rantanen, 2005; Boyd and Ellison, 2007). Στην δικτυωμένη κοινωνία αναφέρεται και ο Castells, ο οποίος κάνει λόγο για τη νέα πολιτική οικονομία που έχει διαμορφωθεί στις παγκόσμιες φόρμες οργάνωσης. Τα νέα συστήματα πληροφορίας δημιουργούν καινοτόμες μορφές δυνατών δικτύων που συνδέονται με τα ήδη υπάρχοντα για την ανάπτυξη νέων μορφών πολιτικής οικονομίας. Χαρακτηριστική είναι η επισήμανση που κάνει για μία αντίφαση της παγκοσμιοποίησης ότι *«δεν ζούμε σε ένα παγκόσμιο χωριό, αλλά σε χωριά, που έχουν παραχθεί μέσω της παγκοσμιοποίησης, αλλά μοιράστηκαν σε τοπικό επίπεδο»* (Castells, 1996).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα σχετικά με την πολιτική και το διαδίκτυο αποτελεί η χρήση του facebook από τον κουρδικό πληθυσμό του Mardin της Τουρκίας. Οι ντόπιοι χρησιμοποίησαν πρόσφατα την πλατφόρμα για να εκφράσουν την διαφοροποίησή τους από τους Κούρδους της Συρίας και του Ιράκ, στους αγώνες τους κατά του Ισλαμικού Κράτους (ISIS). Κίνητρο για την κίνηση αυτή στάθηκε η στήριξη προς τους Κούρδους που ζουν στις γειτονικές χώρες. Όταν μάλιστα το ISIS κατέλαβε το Sinjar στο κουρδικό Ιράκ, οι κάτοικοι του Mardin μέσω του facebook οργάνωσαν δωρεές ρούχων και αγαθών για τους πρόσφυγες που έφτασαν στην πόλη. Πρόσφατες έρευνες έχουν αποδείξει πως το διαδίκτυο και συγκεκριμένες εφαρμογές για τα κινητά τηλέφωνα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην οργάνωση της συλλογικής πολιτικής δράσης (Clay, 2011; Gerbaudo, 2012; Seib, 2012).

Είναι έκδηλο πως η κοινωνική δικτύωση έχει αλλάξει την έννοια της δημόσιας σφαίρας, όπως την διατύπωσε ο Habermas (1969). Στην τρέχουσα εποχή, η εναλλακτική συλλογική δράση και η πολιτική συμμετοχή έχει μεταφερθεί στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς εκεί οι πολίτες μπορούν να συζητήσουν κοινά ζητήματα και να κοινοποιήσουν κοινωνικά προβλήματα, τα οποία με τις καθημερινές συνθήκες και στον εξωτερικό χώρο δεν θα μπορούσαν να γίνουν γνωστά. Η δημόσια σφαίρα έχει αλλάξει αφού οι διαδικτυακοί χώροι είναι ριζικά διαφορετικοί από το μοντέλο του Habermas, ωστόσο και αυτοί συντελούν στην ισότιμη έκφραση, την ελευθερία λόγου και την ειρηνική αλληλεπίδραση.

Τις δύο τελευταίες δεκαετίες, το διαδίκτυο έχει γίνει ένα απέραντο εργαστήριο κοινωνικής καινοτομίας. Μέσα στους χώρους του έχει δημιουργηθεί ένα νέο μοντέλο οργάνωσης που έχει σχεδιαστεί για τον συντονισμό μεγάλων ομάδων, δεν στηρίζεται στην αγορά, τις δημόσιες και τις ιδιωτικές γραφειοκρατίες, αλλά σε εθελοντικές συνεργασίες (Benkler, 2006). Αυτό το εργαστήριο παρέχει νέα εδάφη για εμπειρίες μέσα από την συνεργασία και την επίλυση καθημερινών αναγκών. Η εμπειρία αυτή μέσα από την συνεργασία είναι το κλειδί στο πολιτικό project της ενδυνάμωσης της κοινωνικής αλληλεγγύης. Αυτή η αλληλεγγύη στηρίζεται σε καθημερινές εμπειρίες, ανανεώνεται συνεχώς μέσα από την συλλογική δράση και οδηγείται από την άποψη ότι σημασία έχει ο συλλογικός στόχος.

Στο βιβλίο «*Digital Solidarity*», ο Stalder (2013) αναφέρεται σε τέσσερις μορφές αλληλεγγύης με κριτήριο το σύνολο των ατόμων που συγκεντρώνονται για μία δράση και τον τρόπο που λειτουργούν και υπογραμμίζει πως το διαδίκτυο άλλαξε ορισμένες παραδοσιακές δομές. Αρχικά, είναι το μοντέλο των κοινών (commons), σύμφωνα με το οποίο οι ομάδες και οι στόχοι αυτών διαμορφώνονται με βάση τα κοινά χαρακτηριστικά που συνδέει τα μέλη. Σε αυτή την περίπτωση οι αποφάσεις λαμβάνονται συλλογικά και το μοντέλο δεν υφίσταται σε κοινωνικό κενό. Αντίθετη άποψη για το εν λόγω μοντέλο έχει η Ostrom καθώς θεωρεί ότι δεν υφίσταται, αφού τα κοινά ορίζουν και περιορίζουν τα μέλη μιας ομάδας. Μέσα σε μια ομάδα συνήθως υπάρχει ένα είδος ιεραρχίας βασισμένη στην αξιολογική αρχή που σημαίνει πως όσοι συνεισφέρουν περισσότερο στα κοινά, έχουν μεγαλύτερο μέρος λόγου στις αποφάσεις (Ostrom, 1990). Η ίδια άποψη επικρατεί και στην περίπτωση των digital commons.

Μαζί με τα commons και οι συνελεύσεις (assemblies) εστιάζουν στις πρόχειρες συναινέσεις παρά στις πλειοψηφίες και χαρακτηρίζονται από διστακτικότητα ως προς την χρήση του ψηφίσματος ως μέσο παραγωγής πλειοψηφίας (Ostrom, 1999). Πρόκειται συνήθως για φυσικές συνελεύσεις που βασίζονται στην συμμετοχική δημοκρατία και παίζουν βασικό ρόλο στην διαχείριση των κοινών. Βέβαια, πρέπει να σημειωθεί πως οι πλειοψηφίες δεν είναι και ό, τι καλύτερο στις εθελοντικές δράσεις γιατί μπορούν να απομακρύνουν την μειοψηφία.

Στην τρίτη κατηγορία ανήκει το δομημένο πλήθος (swarm), το οποίο στην σύγχρονη έκδοσή του αποτελείται από ανεξάρτητους ανθρώπους που χρησιμοποιούν απλά εργαλεία και κανόνες για να συντονιστούν και να οργανώσουν μία συλλογική προσπάθεια, ενώ η νέα μορφή swarming έχει συλλογική υποκειμενικότητα χωρίς ατομική ταυτότητα (Halpin, 2012). Τα πλήθη ξεκινούν από μία κλήση για δράση και πρέπει να πληρούν τρεις προϋποθέσεις: υπόσχεση για την οργάνωση της δράσης, διαθεσιμότητα εργαλείων και πηγών και κανόνες με τους οποίους πρέπει να συμμορφωθούν τα μέλη (Shirky, 2008). Χαρακτηριστικό παράδειγμα digital swarming είναι οι Anonymous, μία ομάδα που αποδεικνύει πως «το διαδίκτυο επιτρέπει άμεση συλλογική δράση μέσα από μορφές οργάνωσης χωρίς οργάνωση» (Shirky, 2008).

Η τελευταία και πιο σύγχρονη μορφή είναι τα «αδύναμα δίκτυα» (weak networks). Είναι τα πιο σημαντικά από τις νέες κοινωνικές μορφές και συχνά δημιουργούνται μέσα από τα social media και την τεχνολογία του Web 2.0. Ονομάζονται με αυτόν τον τρόπο καθώς συντηρούν μεγάλο αριθμό σποραδικών και περιορισμένων αλληλεπιδράσεων, ενώ οι αδύναμοι δεσμοί που δημιουργούνται βοηθούν τους χρήστες να προσανατολιστούν στην μεγαλύτερη κοινωνία που ζουν (Granovetter, 1973). Αυτοί οι δεσμοί μπορούν να συνδέσουν διαφορετικές ομάδες μέσα από τις νέες τεχνολογίες, η πληροφορία μπορεί να ταξιδέψει μέσα στην κοινωνία και να δημιουργήσει τύπους ανεπίσημης μακροσκοπικής συνεργασίας.

Με αφορμή το Web 2.0 αξίζει να γίνει αναφορά στο πώς οι θεσμοί κοινωνικής αλληλεγγύης χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά μέσα και από την άλλη, πώς οι ίδιοι οι χρήστες δεσμεύονται σε αυτά. Η παραπάνω τεχνολογία αποτελεί την δεύτερη γενιά της ανάπτυξης του διαδικτύου και του σχεδιασμού ιστοσελίδων (web design) που κατ' ουσίαν προωθεί την κοινοποίηση πληροφοριών, τον σχεδιασμό με βάση τις ανάγκες του χρήστη και την συνεργασία με το World Wide Web. Βέβαια, η χρήση του διαδικτύου και των social media πλέον έχει περάσει σε νέο επίπεδο καθώς σε αυτά έχει κάνει την εμφάνισή της η ηλεκτρονική διακυβέρνηση (e-government), μέσα από την οποία οι πολίτες είναι σε θέση να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες που σχετίζονται με τις υπηρεσίες του κράτους και την δημοκρατική συμμετοχή (Basu, 2004).

Στην περίπτωση της κοινωνικής αλληλεγγύης και των ΜΚΟ, το Facebook είναι πολύ σημαντικό καθώς δίνει την δυνατότητα να συνδεθούν σε μία σελίδα άτομα που πραγματικά νοιάζονται για ένα ζήτημα. Είναι σημαντικό διότι έχει στην βάση του περισσότερους από 200 εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως και ακόμα περισσότερο διότι οι περισσότερες ΜΚΟ είναι δικτυωμένες στην εν λόγω πλατφόρμα. Συγκεκριμένα, η έκθεση του Nonprofit Tech for Good (2016) έδειξε πως οι περισσότερες ΜΚΟ έχουν μεγάλη παρουσία σε social media όπως Facebook (ποσοστό 95%), Twitter (ποσοστό 83%) και LinkedIn (ποσοστό 52%) και διαθέτουν δική τους ιστοσελίδα (ποσοστό 92%), ενώ το 39,9% βγάζει λεφτά μέσα από το Facebook. Εκτός από τις οικονομικές

δυνατότητες που δίνει το Facebook, άλλες πρακτικές προσέλκυσης οικονομικών πηγών είναι το e-mail, οι εκδηλώσεις, οι δια ζώσης συναντήσεις, το τηλέφωνο και το fax (Hart et al., 2010), ενώ οι ίδιοι τονίζουν σε προηγούμενο βιβλίο ότι το ιδανικό σε αυτή την περίπτωση είναι να βρεθεί η χρυσή τομή ανάμεσα στους παραδοσιακούς τρόπους επικοινωνίας και στα ηλεκτρονικά μέσα (Hart et al, 2005; Haydon, 2015). Βέβαια, για να λειτουργήσουν οι ΜΚΟ και οι θεσμοί που σχετίζονται με την κοινωνική αλληλεγγύη τα ηλεκτρονικά μέσα, πρέπει να γνωρίζουν την χρήση του κάθε μέσου και τον σκοπό τους. Για τον λόγο αυτό, οι Kanter και Fine (2010) κάνουν αναφορά στις κατηγορίες των μέσων που είναι αναπόσπαστα από τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις όσον αφορά την παρουσία τους στον ηλεκτρονικό κόσμο. Η αρχή της συζήτησης σχετικά με ένα θέμα ή κάποια δράση μπορεί να γίνει μέσα από blogs, YouTube και Twitter, τα Wikis και τα Google Groups μπορούν να αποτελέσουν «εργαλεία συνεργασίας» και τέλος στο χτίσιμο των δικτύων βοηθούν τα Facebook, MySpace και Twitter.

Άξιο αναφοράς είναι ότι στην παρούσα ανάλυση γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στην περίπτωση του facebook καθώς το δείγμα της έρευνας εμφανίζει δράση κατά κύριο λόγο σε αυτό το ηλεκτρονικό μέσο. Σε αυτό το σημείο, μιλώντας για το τελευταίο, πρέπει να διαγραφεί η απόσταση ανάμεσα σε μία ομάδα (Group) και σε μία επίσημη σελίδα (Official page) (Awl, 2011). Η ομάδα είναι σαν ένα μικρό κλαμπ στο facebook, όπου τα μέλη μπορούν να συζητήσουν και να κοινοποιήσουν πληροφορίες, οι οποίες αφορούν το θέμα δημιουργίας της εν λόγω ηλεκτρονικής κοινότητας. Σε αυτή την περίπτωση, τα μέλη κάνουν εγγραφή για να μπορέσουν να συμμετέχουν στα συμβάντα της σελίδας. Η επίσημη σελίδα από την άλλη, σχετίζεται με κάποιον επίσημο φορέα ή δημόσιο πρόσωπο, όπου ο χρήστης δεν μπορεί να γίνει μέλος αλλά να συμμετέχει σε μικρότερο βαθμό κάνοντας Like.

Πέρα, ωστόσο, από τα μέσα, μία οργάνωση χρειάζεται και ορισμένες τακτικές προκειμένου να τραβήξει τα βλέμματα του κοινού και να αποσκοπήσει στο κέρδος που θα επωμιστούν οι ωφελούμενοι. Οι Mathos και Norman κάνουν λόγο για τις «101 τακτικές στα social media για τις ΜΚΟ», ενώ αυτό το πεδίο δεν έχει ξεφύγει και από το ενδιαφέρον και άλλων συγγραφέων (Awl,2011; Sherman and Smith, 2013; Warner and Lafontaine, 2014; Haydon 2015). Ορισμένες από αυτές είναι οι παρακάτω:

Δημιουργία προφίλ

- Εξασφάλιση της μοναδικότητας του ονόματος,
- Δημιουργία μίας σελίδας που θα έχει πλήρες περιεχόμενο όπως φωτογραφίες, βίντεο και ενημερώσεις,
- Πρόσθεση αρκετών διαχειριστών, σε περίπτωση που κάποιος δεν είναι διαθέσιμος,

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

- Περιγραφή της σελίδας στην κατηγορία «πληροφορίες», προκειμένου οι χρήστες να ενημερωθούν για την αποστολή της οργάνωσης και να φέρει τους υποστηρικτές πιο κοντά,
- Οι supporters πρέπει να είναι σε θέση να κοινοποιούν πληροφορία στην σελίδα¹,
- Αν η οργάνωση διαθέτει ιστοσελίδα ή blog, καλό είναι σε αυτούς τους ιστοχώρους να συμπεριλάβει τα κουμπιά «Facebook» ή «Like», «Twitter» και «ShareThis», για να υπάρχει συνδέσει με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να μπορέσει με αυτόν τον τρόπο, το blog ή η ιστοσελίδα να προσελκύσει μεγαλύτερο κοινό,
- Χρήση των hashtags στο Twitter (#),
- Αναφορά των ονομάτων που ασχολούνται με την οργάνωση, στοιχείο που κάνει πιο οικεία την σελίδα τους χρήστες.

Επικοινωνία

- Κοινοποίηση στα social media αναρτήσεων από την ιστοσελίδα της οργάνωσης,
- Δημιουργία εκδηλώσεων (events) στα social media. Ακόμη, μπορεί να δημιουργηθεί ένα προφίλ για το event,
- Μοίρασμα περιεχομένου και σε άλλα sites προκειμένου να γίνει γνωστό το έργο,
- Βιντεοσκόπηση δράσεων σε απευθείας σύνδεση (Livestream events),
- Προώθηση της σελίδας έτσι ώστε όσοι δεν την γνωρίζουν να κάνουν Like και να βλέπουν ενημερώσεις για την οργάνωση,
- Διατύπωση ερωτημάτων προς τους χρήστες για να αξιολογηθεί αφενός το έργο, αφετέρου να σημειωθεί κάποια βελτίωση,
- Προσθήκη της εφαρμογής «Causes»² στο Facebook, όπου η οργάνωση μπορεί να δημιουργήσει και να προωθήσει μία καμπάνια για το έργο της,
- Ενδυνάμωση των supporters να λάβουν κοινωνική δράση,
- Διαφήμιση της σελίδας,
- Συνεργασία με άλλες σελίδες που αφορούν την κοινωνική αλληλεγγύη,
- Αποστολή newsletter μέσω e-mail,
- Δημιουργία ενός ζεστού και οικείου κλίματος μέσα από τις αναρτήσεις.

Προσέλωση χρηστών (Engagement)

- Προσθήκη της επιλογής «Δωρεά» (Donation) για όσους θέλουν να συνεισφέρουν οικονομικά στο έργο της οργάνωσης,
- Χρήση του geolocating και geotagging,

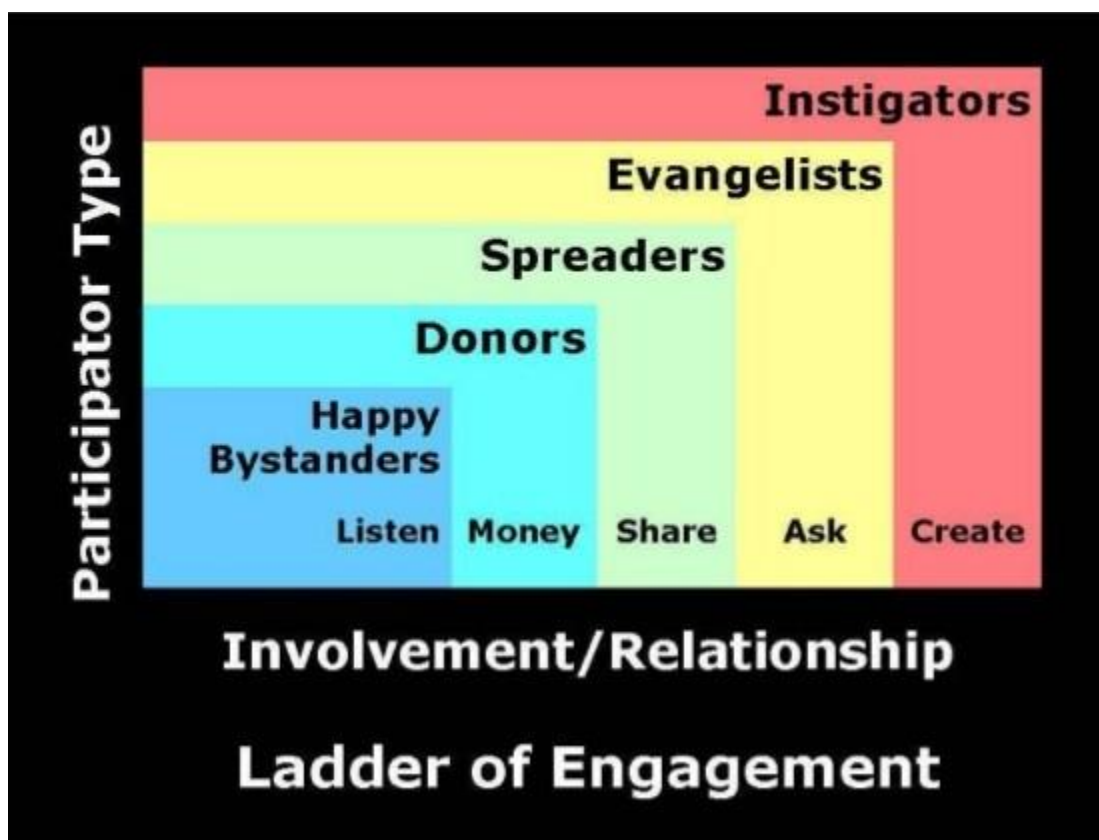
¹ Στην σελίδα θα πρέπει να έχει ενεργοποιηθεί η επιλογή «Edit page».

² Περισσότερες πληροφορίες για την εφαρμογή: <https://www.facebook.com/pg/causes/about/>, (Πρόσβαση στις 26/5/2017).

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

- Χρήση location-based υπηρεσιών όπως Foursquare, Path, Foodspotting, SCVNGR και YELP, προκειμένου οι χρήστες να βρίσκουν την τοποθεσία της οργάνωσης, οι οποίες θα συνδέεται στα social media με τις δράσεις.

Όλα τα παραπάνω σαφώς αποσκοπούν στην επίτευξη του στόχου της οργάνωσης, ο οποίος δεν θα ήταν σε θέση να περάσει την γραμμή τερματισμού εάν δεν υπολογιζόταν στο συνολικό έργο και ο ανθρώπινος παράγοντας. Οι Kanter (2010) και Haydon (2015) μίλησαν για την «Σκάλα της Προσήλωσης» των χρηστών («Ladder of Engagement»), η οποία χωρίζεται σε πέντε επίπεδα και αναλύει τον τρόπο με τον οποίο ο χρήστης ξεκινάει ως ένας απλός αναγνώστης στα social media και καταλήγει να είναι ο εμπνευστής των δράσεων.



Εικόνα 1: Η «σκάλα της προσήλωσης» (The Ladder of engagement)

(Πηγή: <https://image.slidesharecdn.com>³)

³ Ακριβής σύνδεσμος: <https://image.slidesharecdn.com/howmanyrungssxswi11-110312110536-phpapp02/95/how-many-rungs-social-change-and-the-engagement-ladder-39-728.jpg?cb=1299928628>, (Πρόσβαση στις 26/5/2017).

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Επεξήγηση της παραπάνω εικόνας:

- **Happy bystander** (Χαρούμενος θεατής): Πρόκειται για έναν αναγνώστη του blog και ένας χρήστης που έχει εγγραφεί ως μέλος ή έχει κάνει Like σε μία σελίδα στο Facebook.
- **Spreader** (Διαδίδων): Αυτός που είναι πρόθυμος να μοιραστεί πληροφορίες για το θέμα με τους άλλους.
- **Donor** (Δότης): Αυτός που συνεισφέρει οικονομικά στο θέμα.
- **Evangelist** (Ευαγγελιστής): Πρόκειται για τον χρήστη που έρχεται σε επικοινωνία σε προσωπικό επίπεδο με άλλους στα social media για να αφιερώσουν χρόνο και χρήμα για το θέμα.
- **Instigator** (Εμπνευστής): Αυτός που δημιουργεί το δικό του περιεχόμενο και δραστηριότητες για το θέμα. Είναι σε θέση να δημιουργήσει μία νέα αποστολή-οργάνωση.

4.2 Η σύγχρονη κοινωνική καινοτομία και οικονομία

Εν έτει 2016, άυλες μορφές όπως η πληροφορία, η γνώση και η ιδέα κρίνονται άκρως απαραίτητες για την επίλυση ουσιαστικών κοινωνικών προβλημάτων. Πολλές φορές η κοινωνία χρειάζεται και διάφορα υπαρκτά μέσα προκειμένου να κάνει την κοινωνική αλλαγή, ωστόσο για να γίνει μία πράξη πραγματικότητα, πρέπει πρώτα να έρθει η σκέψη και να σχεδιαστεί η μεθοδολογία της εκτέλεσής της. Η κοινωνία έχει μπει στην φάση της κοινωνικής καινοτομίας και είναι μία πρακτική που χρησιμοποιείται όλο και πιο συχνά προκειμένου να δώσει όνομα σε ανάγκες που μέχρι τώρα δεν μπορούσε να ικανοποιήσει.

Πολλοί ακαδημαϊκοί προσπάθησαν τα τελευταία χρόνια να ορίσουν την κοινωνική καινοτομία και να προσδιορίσουν το περιεχόμενό της. Ο Mumford (2002) θεωρεί πως σχετίζεται *«με την παραγωγή και την εφαρμογή νέων ιδεών για το πώς οι άνθρωποι πρέπει να οργανώσουν ενδοπροσωπικές δραστηριότητες ή την κοινωνική αλληλεπίδραση και να πετύχουν κοινούς στόχους»*. Στην διεύρυνση του όρου προχωρούν οι Westley και Antadze (2010), καθώς την ορίζουν ως μία σύνθετη διαδικασία εισαγωγής προϊόντων, διαδικασιών και προγραμμάτων που αλλάζουν την καθημερινότητα και αν είναι επιτυχημένη, έχει διάρκεια και εξωτερικό αντίκτυπο.

Η κοινωνική καινοτομία μπορεί να οδηγήσει στην κοινωνική αλλαγή, ωστόσο η σχέση αυτών των δύο παραμένει ακόμα ανεξερεύνητη (Howaldt and Schwarz, 2010) και δεν υπάρχει συνεκτικό περιεχόμενο για αυτήν στην κοινωνική θεωρία (Mulgan, 2012; European Commission, 2013). Παράλληλα, θεωρείται ειδικά τα τελευταία χρόνια ως ένα σημείο εκκίνησης για την δημιουργία κοινωνικών δυναμικών πίσω από τις τεχνολογικές καινοτομίες (Geels, 2006) και πλέον, λόγω του διαδικτύου και των απεριόριστων δυνατοτήτων που δίνει, ονομάζεται «ανοιχτή καινοτομία» (open innovation).

Η εφαρμογή της κοινωνικής καινοτομίας μπορεί να γίνει σε τρεις φάσεις (Nicholls, Simon and Gabriel, 2015). Σε πρώτο στάδιο, πρέπει να γίνει ο συνδυασμός της πληροφορίας και των ιδεών, διαδικασία που απαιτεί την ανταλλαγή αυτών των δύο και τον διάλογο. Το επίπεδο της ανάπτυξης αναφέρεται στην σύνδεση των προβλημάτων με τις λύσεις, η οποία γίνεται μέσα στα δίκτυα και εν τέλει, έρχεται η εφαρμογή μέσα από την διασταύρωση των λύσεων που προτείνουν τα διάφορα δίκτυα. Η ανάπτυξη των επικοινωνιακών τεχνολογιών (Information and Communication Technologies, ICTs) έχει οδηγήσει στην ανανέωση του ενδιαφέροντος για την κοινωνική καινοτομία και το φαινόμενο της συλλογικής γνώσης, η οποία χαρακτηρίζεται και ως *«σοφία των κοινών»* (Surowiecki, 2005). Η τελευταία αναφέρεται στην ικανότητα της δημιουργικότητας σε μεγάλες ομάδες με στόχο την επίλυση προβλημάτων και την απόκτηση νέας γνώσης. Οι εν λόγω τεχνολογίες διευκολύνουν την επικοινωνία ακόμα και όταν δεν υπάρχει φυσική εγγύτητα και δημιουργούν ηλεκτρονικά δίκτυα που είναι ανοιχτά σε όποιον έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Τα δίκτυα με την σειρά τους ενθαρρύνουν το μοίρασμα της πληροφορίας,

κάτι που είναι σημαντικό για την τεχνική και κοινωνική καινοτομία (Mumford and Moertl, 2003; Mumford and Licuanan, 2004; Arthur, 2009).

Τα τελευταία χρόνια έχει σημειωθεί έξαρση στην κουλτούρα της συμμετοχικότητας, χάρη στις καινοτομίες των επικοινωνιακών τεχνολογιών όπως το Web 2.0 και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Krivy and Kaminer, 2013). Το participatory turn, όπως ονομάζεται διεθνώς, αποδεικνύει την επιστροφή στις ιδεολογίες του 1960, όπου οι συμμετοχικές απαιτήσεις επηρεάζονταν άμεσα από τα ριζοσπαστικά πολιτικά κινήματα, ενώ οι ρίζες του μπορούν να εντοπιστούν και στις ιδέες περί υπεράσπισης και δικαιοσύνης (Davidoff, 1965; Krumholz, 1982).

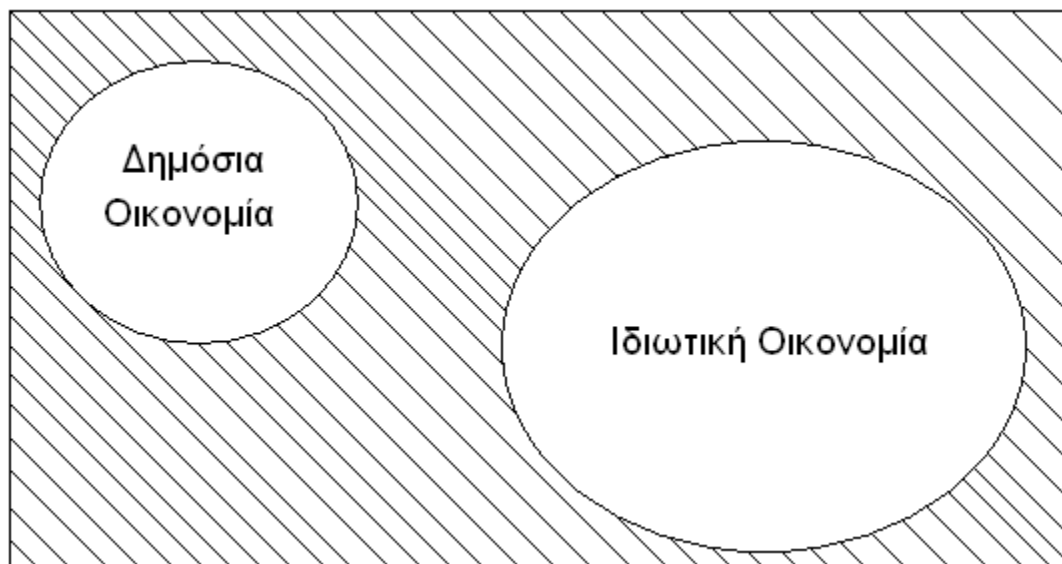
Μέσα από αυτές τις τεχνολογίες έχουν αναπτυχθεί οι πλατφόρμες συλλογικής γνώσης, οι οποίοι αποτελούν εικονικοί χώροι όπως ιστοσελίδες και εφαρμογές. Στόχος αυτών είναι η συγκέντρωση ατόμων προκειμένου να δουλέψουν πάνω σε κοινά προβλήματα με τρόπους που προϋποθέτουν την κινητοποίηση της συλλογικής γνώσης και της δημιουργικότητας. Σύμφωνα με τον Tjørnbo (2013), υπάρχουν τρεις τρόποι λειτουργίας των συγκεκριμένων πλατφόρμων. Η πρόκληση σχετίζεται με την ανάρτηση ενός προβλήματος και την πρόταση λύσεων από τους άλλους χρήστες. Οι κοινότητες καινοτομίας, από την άλλη, εστιάζουν σε ένα πρόβλημα και προτείνουν λύσεις μέσα από την συντονισμένη δράση και οι πλατφόρμες ανοιχτής καινοτομίας αποτελούν χώρους όπου κοινοποιούνται ιδέες, οι οποίες μπορεί να είναι χρήσιμες σε κάποιο πρόβλημα.

Από την συγχώνευση του social marketing και της κοινωνικής αλληλεγγύης δημιουργήθηκε ο νέος τομέας του marketing της κοινωνικής οικονομίας ή αλλιώς οικονομία της αλληλεγγύης. Κατ' ουσίαν, πρόκειται για ένα πεδίο που στοχεύει σε νέες, καινοτόμες λύσεις που θα βοηθήσουν την κοινωνία και θα διευκολύνουν το οικονομικό πρόβλημα. Στοχεύει, επιπροσθέτως, στην ικανοποίηση των αναγκών των κοινοτήτων που στην τρέχουσα περίοδο έχουν τεθεί στο περιθώριο από το κράτος και μέσα από την ανάπτυξη οικονομικών δραστηριοτήτων να εξασφαλίσει καλύτερες συνθήκες διαβίωσης για τους ευάλωτους ανθρώπους (Grigore, 2013; Randrianasolo-Rakotobe and Ledjou, 2016). Αυτούς ακριβώς τους σκοπούς εξυπηρετεί και η διαδικτυακή πλατφόρμα Socioeco.org⁴ που παρέχει πληροφορίες και υλικό για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης και λύσεις σε κοινωνικά ζητήματα που έχουν ήδη εφαρμοστεί.

Η οικονομική κρίση έφερε αλλαγές τόσο στο πολιτικό όσο και στο οικονομικό προσκήνιο με μεγαλύτερο θύμα το ίδιο το κράτος. Αναδείχθηκαν νέες μορφές επιχειρηματικότητας που προσπαθούν να αντιμετωπίσουν τα κοινωνικά κενά και να βοηθήσουν τον δημόσιο τομέα χωρίς να στοχεύουν στην κερδοφορία τους. Βέβαια, η κοινωνική οικονομία δεν αποτελεί καμία παρθενόγενεση στην δύσκολη οικονομικά περίοδο που διανύουμε, αλλά ξεκίνησε με τον όρο «αλληλέγγυα οικονομία» μετά την

⁴ Περισσότερα στο http://www.socioeco.org/index_en.html, (Πρόσβαση στις 11/12/2016).

οικονομική κρίση του 1929, όταν οργανώσεις συνεργάστηκαν για την παροχή τροφής και στέγης σε οικονομικά αδύναμους πολίτες (Moulaert and Ailenet, 2005). Ενδιαφέρουσα είναι η άποψη του Mertens (1999) που την χαρακτηρίζει ως «υπολειμματική» (residuals) των άλλων δύο μορφών οικονομίας, δηλαδή της δημόσιας και της ιδιωτικής.



Εικόνα 2: Απεικόνιση της κοινωνικής οικονομίας ως «υπολειμματικής» της δημόσιας και της ιδιωτικής οικονομίας

(Πηγή: <http://onlinelibrary.wiley.com⁵>)

Στις κοινωνικές επιχειρήσεις συμπεριλαμβάνονται πρωτοβουλίες όπως οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί και οι κοινωνικές επιχειρήσεις κερδοσκοπικού χαρακτήρα, ενώ στον όρο της κοινωνικής οικονομίας συμπεριλαμβάνεται και η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ), που σχετίζεται με τις «πρωτοβουλίες κοινωνικού ενδιαφέροντος που αναλαμβάνουν οι εμπορικές επιχειρήσεις επικουρικά με τις κύριες οικονομικές δραστηριότητές τους» (Νικολάου). Βασικό κριτήριο για να θεωρηθεί μία επιχείρηση κοινωνική είναι η συμμετοχή των εργαζομένων με μισθό και των εθελοντών με άμισθη εργασία, η συνεργασία ιδιωτικού και δημοσίου τομέα και το γεγονός πως δεν υπάρχουν κέρδη. Οι Peredo και McLean (2006) αναφέρουν ότι στις μοντέρνες οικονομίες υπάρχουν ακόμη δύο κριτήρια για τον διαχωρισμό αυτού του είδους των επιχειρήσεων: η αποκλειστικότητα των κοινωνικών στόχων και ο εμπορικός ρόλος των συναλλαγών. Σύμφωνα με αυτά τα κριτήρια, οι ΜΚΟς που έχουν κοινωνική αποστολή εντάσσονται στην πρώτη κατηγορία. Όσον αφορά την

⁵ Ακριβής σύνδεσμος: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-8292.00122/epdf?r3_referer=wol&tracking_action=preview_click&show_checkout=1&purchase_referrer=www.google.gr&purchase_site_license, (Πρόσβαση στις 27/5/2017).

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

κατάσταση στην Ελλάδα, η πιο διαδεδομένη μορφή κοινωνικής επιχείρησης είναι η κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση (Κοιν. Σ. Επ.), η οποία σύμφωνα με το νόμο 4019/2011⁶, μπορεί να είναι αστικός συνεταιρισμός με κοινωνική αποστολή και εμπορική ιδιότητα.

⁶ Σύμφωνα με το νόμο, Κοινωνική Οικονομία ονομάζεται «το σύνολο των οικονομικών, επιχειρηματικών, παραγωγικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, οι οποίες αναλαμβάνονται από νομικά πρόσωπα ή ενώσεις προσώπων, των οποίων ο καταστατικός σκοπός είναι η επίδιωξη του συλλογικού οφέλους και η εξυπηρέτηση γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων».

4.3 Η κοινωνική αλληλεγγύη στην Ελλάδα

Μπορεί στην Ευρώπη σε γενικές γραμμές η κοινωνική αλληλεγγύη να είναι καλύτερα οργανωμένη σε σύγκριση με την Ελλάδα, ωστόσο η παγκόσμια οικονομική κρίση έχει αρνητικό αντίκτυπο σε όλο το φάσμα των πρωτοβουλιών που αφορά την κοινωνία των πολιτών. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με έρευνα που έγινε το 2012, οι οργανώσεις της Ανατολικής Ευρώπης έχουν πληγεί περισσότερο από τις αντίστοιχες της Δύσης, αφού στην τελευταία παρουσιάστηκε μια σημαντική αύξηση στον εθελοντισμό, ειδικά σε χώρες που αντιμετωπίζουν οικονομικά και κοινωνικά ζητήματα (Kaldor and Selchow, 2012). Αναφορά γίνεται ακόμη και στις περιπτώσεις της Βόρειας και Νότιας Ευρώπης, όπου οι χώρες έχουν καταφέρει να αντιμετωπίσουν τα οικονομικά τους προβλήματα, μειώνοντας τις δαπάνες και πετυχαίνοντας συνεργασία με άλλες Μη-Κερδοσκοπικές Οργανώσεις.

Όσον αφορά την Ελλάδα, η κοινωνική αλληλεγγύη ανέκαθεν δεν ήταν σταθερή και αξιοσημείωτη αφού μεγάλο μέρος του πληθυσμού αδιαφορεί για τον εθελοντισμό και οι δράσεις που πραγματοποιούνται δεν χαίρουν των απαραίτητων πηγών για να έχουν άμεσα τουλάχιστον αποτελέσματα. Να σημειωθεί ότι και στην χώρα μας η οικονομική κρίση έχει επιβαρύνει το πεδίο των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών καθώς το 36% του πληθυσμού αντιμετωπίζει καθημερινά την φτώχεια και εστιάζει ως επακόλουθο, στο πώς θα βγάλει τα προς τα ζην και όχι στο πώς να βοηθήσει τον συνάνθρωπο (ΕΛΣΤΑΤ, 2015).

Ωστόσο, υπάρχει και ένα κομμάτι της κοινωνίας, στο μεγαλύτερο μέρος του αρκετά εύπορο, που έχει κινητοποιηθεί προκειμένου να στηρίξει τους πληγέντες από την οικονομική κρίση σε συνεργασία με κρατικούς φορείς και ΜΚΟ. Η εν λόγω συνεργασία βρίσκεται ακόμα και στο επίπεδο της χρηματοδότησης, αφού διάφορα ιδρύματα και κυρίως, ιδρύματα που ανήκουν σε δημόσια και εύπορα πρόσωπα χρηματοδοτούν τις δράσεις των οργανώσεων (Sotiropoulos and Karamagioli, 2005). Στο προσκήνιο της κοινωνικής αλληλεγγύης πλέον πρωταγωνιστεί και η Εκκλησία, η οποία διοργανώνει γεύματα για τους άπορους και συγκεντρώνει χρήματα και υλικά αγαθά για τους φτωχούς και τελευταία, και για τους πρόσφυγες. Αποτέλεσμα της συνεργασίας των δήμων με διάφορες ΜΚΟ είναι τα κοινωνικά παντοπωλεία και φαρμακεία, που έχουν λύσει σε μεγάλο βαθμό και σε τοπικό επίπεδο, την έλλειψη φαρμάκων και την αδυναμία των ασφαλισμένων να προμηθευτούν την αγωγή τους και τα είδη πρώτης ανάγκης.

Ραγδαία ανάπτυξη στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχει ο εθελοντισμός που συνδέεται ορισμένες φορές με τις αυτο-οργανωμένες δράσεις και την άτυπη συνεπώς μορφή του παρά με τους κρατικούς φορείς και τις ΜΚΟ. Σημαντικό αντίκτυπο στην εξέλιξη του εθελοντισμού είχαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Αθήνας το 2004, όταν μεγάλες κερδοσκοπικές οργανώσεις ξεκίνησαν δράσεις και προγράμματα εθελοντισμού (European Volunteer Centre, 2012). Να σημειωθεί ότι το νομοθετικό πλαίσιο που ήταν σε

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ισχύ μέχρι το 1990 δεν προωθούσε κάποια συγκεκριμένη στρατηγική περί εθελοντισμού στην χώρα, ωστόσο προς το τέλος του 20^{ου} αιώνα, οι εκάστοτε ελληνικές κυβερνήσεις άρχισαν να δίνουν περισσότερη βαρύτητα στις εκστρατείες για την κοινωνική αλληλεγγύη και τον εθελοντισμό. Καθώς οι ΜΚΟ θεωρούνται παρεξηγημένες στις μέρες μας αφού τα προηγούμενα χρόνια λάμβαναν υψηλές χρηματοδοτήσεις και ο προορισμός τους δεν ήταν εξ' ολοκλήρου η στήριξη των δράσεων, οι εθελοντές έχουν επικεντρωθεί πλέον στον μη κερδοσκοπικό τομέα και στις αυτο-οργανωμένες δράσεις. Κύριο μέσο του σύγχρονου εθελοντισμού αποτελεί η βοήθεια με υλικά αγαθά, παροχή υπηρεσιών και προσωπικής εργασίας παρά προσφορά χρημάτων, αφού οι δωρεές έχουν μειωθεί λόγω της οικονομικής κρίσης. Πέρα από την βοήθεια προς τα θύματα της οικονομικής κρίσης, έξαρση του εθελοντισμού σημειώνεται και από το 2015 μετά την έλευση του τεράστιου προσφυγικού κύματος στην Ελλάδα, το οποίο κυβέρνηση και πολίτες υποδέχτηκαν με τον καλύτερο τρόπο σε γενικές γραμμές, την ίδια ώρα που ανεπτυγμένα κράτη όπως η Γερμανία, αλλά και η Ουγγαρία, η Τσεχία, η Σερβία και τα Σκόπια, χώρες που βρίσκονται πάνω στον άξονα της σύνδεσης Γερμανίας με Ελλάδα, εξήγγειλαν το κλείσιμο των συνόρων τους.



Εικόνα 3: Ο χάρτης της Ευρώπης. Η μαύρη γραμμή δηλώνει τον άξονα Σερβία-Ουγγαρία-Τσεχία-Σκόπια που αποτελεί πέρασμα για τους πρόσφυγες από την Ελλάδα στην Γερμανία

(Πηγή: <http://sainia.gr⁷>)

Σε γενικές γραμμές, οι ελληνικές κυβερνήσεις έχουν προσπαθήσει να βοηθήσουν τις ΜΚΟ και η βασική οικονομική πηγή των οργανώσεων αποτελεί πλέον η

⁷ Ακριβής σύνδεσμος: <http://sainia.gr/images/Europe/europe-map.jpg>, (Πρόσβαση στις 2/10/2016).

χρηματοδότηση μέσω προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ο εθελοντισμός στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στην δράση των πολιτών και στο ενδιαφέρον τους για την κοινωνική αλληλεγγύη και το κοινό καλό. Το διαδίκτυο έχει διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην οργάνωση ανεπίσημων εθελοντικών πρωτοβουλιών και ιδιαίτερα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς αποτελούν χώρο έκφρασης κοινωνικών ζητημάτων, συζήτησης, οργάνωσης και δράσης.

Σημαντικό ρόλο στις δράσεις που έχουν γίνει στην Ελλάδα, αλλά και στο εξωτερικό, έχουν παίξει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Συγκεκριμένα, σε άρθρο της η Μιλιώνη αναφέρεται στην χρήση των social media από τα κοινωνικά κινήματα στις μεγάλης κλίμακας διαμαρτυρίες που έλαβαν χώρα το 2008 (2012). Τότε, τα παραδοσιακά ριζοσπαστικά κοινωνικά κινήματα βίωσαν ένα σημαντικό δίλημμα σχετικά με την κάλυψη που θα είχαν από τα μέσα ενημέρωσης. Ορισμένα εστίασαν στα μαζικά μέσα αλλά έχασαν την αντιπροσωπευσή τους και άλλα στα διαδικτυακά μέσα αλλά απέτυχαν να περάσουν το μήνυμά τους στο ευρύ κοινό. Από τότε, άρχισαν με αργούς ρυθμούς να προωθείται η χρήση των social media που επέτρεπαν την ανταλλαγή πληροφοριών και την προβολή των πραγματικών γεγονότων από τις διαμαρτυρίες, ενώ προσέφεραν μηχανισμούς κινητοποίησης για τις συλλογικές δράσεις και έναν δημοκρατικό χώρο για την σύνδεση των ακτιβιστών.

4.4 Τα κοινωνικά παντοπωλεία και η Οργάνωση 2.0

Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, λόγω και της οικονομικής κρίσης, πέρα από τα κοινωνικά κινήματα που έκαναν έντονη την παρουσία τους ιδιαίτερα στις αρχές του Κραχ το 2008, έχει κάνει την εμφάνισή της η οργανωμένη κοινωνία των πολιτών, η οποία στις περισσότερες των περιπτώσεων έχει προσαράξει το «καράβι» της στην όχθη του κράτους και των δημόσιων κοινωνικών υπηρεσιών. Ιδιαίτερα από το 2010 και έπειτα, οι δήμοι έχουν δώσει ιδιαίτερο βάρος στην δημιουργία ή ακόμα και την βελτίωση των ήδη υπάρχουσων δομών αφού το κοινωνικό κενό έχει οξυνθεί. Δομές όπως το κοινωνικό παντοπωλείο, το συσσίτιο, το κοινωνικό φαρμακείο ή ιατρείο και η ιματιοθήκη υπάρχουν πλέον στους περισσότερους δήμους της χώρας για να βοηθήσουν τους πολίτες και να ικανοποιήσουν τις βασικές τους ανάγκες.

Στην παρούσα έρευνα θα επικεντρωθούμε στην δομή του κοινωνικού παντοπωλείου, όμως πρώτα πρέπει να γίνει αναφορά σε μία δομή από την οποία ξεκίνησε η ιδέα του παντοπωλείου και η οποία είναι ιδιαίτερα δημοφιλής τόσο στην χώρα μας όσο και στο εξωτερικό. Ο λόγος για το κοινωνικό σούπερ μάρκετ (social supermarket), που αναδύθηκε την δεκαετία του 1980 στη Γαλλία⁸. Η εν λόγω δομή αποτελεί μία ενδιάμεση κατάσταση μεταξύ της αποθήκης τροφίμων και του κοινωνικού παντοπωλείου και ένα ευρωπαϊκό μοντέλο που βοηθάει τους οικονομικά αδύναμους πουλώντας προϊόντα με ένα συμβολικό αντίτιμο. Αξιόλογο παράδειγμα είναι η περίπτωση της δομής στο South Yorkshire της Μεγάλης Βρετανίας⁹, όπου τα μέλη γράφονται και ψωνίζουν δωρεάν, αρκεί να προσκομίσουν τα απαραίτητα έγγραφα που αποδεικνύουν ότι έχουν ανάγκη. Την τρέχουσα εποχή λειτουργούν περισσότερα από 1000 καταστήματα στην Ευρώπη (Γαλλία, Αυστρία, Βέλγιο, Λουξεμβούργο, Ρουμανία, Ελβετία, Ελλάδα, Ιταλία) (Howleg and Lienbacher, 2011).

Από τα κοινωνικά σούπερ μάρκετ και τα παραδοσιακά συσσίτια περνάμε στην δομή του κοινωνικού παντοπωλείου (Μπουρικός και Σωτηρόπουλο, 2014)¹⁰, η οποία αποτελεί συνέχεια των προαναφερθέντων δομών και του έργου της Εκκλησίας. Σκοπός της ίδρυσής του στην Ελλάδα και μόνιμος στόχος να προμηθευτούν τρόφιμα όσοι τα έχουν πραγματικά ανάγκη χάρη στην μεγάλη βοήθεια ντόπιων επιχειρήσεων (Κορακάκης

⁸ Περισσότερα στην ιστοσελίδα για τα κοινωνικά σούπερ μάρκετ: <http://socialsupermarkets.org>, (Πρόσβαση στις 27/5/2017).

⁹ Άρθρο για κοινωνικά σούπερ μάρκετ: *Social Supermarkets A 'Win-Win-Win' For Europe's Poor*. Προσβάσιμο στο: <http://www.npr.org/sections/thesalt/2013/12/11/250185245/social-supermarkets-a-win-win-win-for-europes-poor>, (27/5/2017).

¹⁰ Γεννήθηκε στη Γαλλία το 1995 με πρωτοβουλία των εργαζομένων του ομίλου εταιρειών Carrefour. Στην Ελλάδα, το πρώτο κοινωνικό παντοπωλείο ιδρύθηκε από τον ομώνυμο όμιλο (Carrefour Μαρινόπουλος) τον Δεκέμβριο του 2007 στην Αθήνα, για να ακολουθήσει παρόμοια πρωτοβουλία στον Πειραιά και στη Θεσσαλονίκη. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ίδιας της εταιρείας, τα ανωτέρω κοινωνικά παντοπωλεία στεγάζονται σε κτίρια που παραχώρησαν οι Δήμοι με δικαιούχους 200 οικογένειες σε κάθε Δήμο που αντιμετωπίζουν σημαντικά οικονομικά προβλήματα και επιλέγονται από τις Κοινωνικές Υπηρεσίες των Δήμων.

και Κοροντζής, 2011). Δημιουργήθηκε η εν λόγω σύγχρονη δομή, η οποία έχει τραβήξει το ενδιαφέρον του συνόλου της κοινωνίας των πολιτών και έχει εξελιχθεί στο πλέον πιο δημοφιλές κοινωνικό προνοιακό πρόγραμμα στην Ελλάδα του 2017¹¹. Και οι δήμοι με την σειρά τους, εκμεταλλευόμενοι την πρόσκληση του Υπουργείου Εργασία¹² περί ανάμειξης φορέων μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα για την χρηματοδότηση κοινωνικών δομών, απευθύνουν πρόσκληση σε ανάλογους φορείς προκειμένου να δραστηριοποιηθούν και να βοηθήσουν τις κοινωνικές δομές. Στην συνεργασία των δήμων με τις ΜΚΟς αναφέρεται η Σημίτη (2014), επισημαίνοντας πως με αυτόν τον τρόπο συστάθηκαν νέες δομές κοινωνικής προστασίας, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται και τα κοινωνικά παντοπωλεία, ενώ η οικονομική κρίση αλλά και η μείωση της χρηματοδότησης για τις δημόσιες δομές έφερε στο προσκήνιο της κοινωνικής αλληλεγγύης και τα ιδρύματα.

¹¹ Σύμφωνα με το **άρθρο 2 του ν. 4071/2012**, το κοινωνικό παντοπωλείο είναι υπηρεσία παροχής ειδών πρώτης ανάγκης για τη σίτιση και ένδυση απόρων κατοίκων και τα παρεχόμενα είδη προέρχονται από δωρεές και χορηγίες ή και αγορά από τον ίδιο τον Δήμο. Αυτή η νέα προνοιακή δομή έχει ενταχθεί στη δράση για το εθνικό δίκτυο άμεσης κοινωνικής παρέμβασης που χρηματοδοτείται από το ΕΣΠΑ 2007-2013 και λειτουργεί υπό την σύμπραξη ο.τ.α. ή ν.π.δ.δ. με φορείς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα (σωματεία, ιδρύματα, εταιρείες αστικού σκοπού, συνδικαλιστικές οργανώσεις, επαγγελματικές ενώσεις, νπιδ). Άμεσοι ωφελούμενοι είναι άτομα ευρισκόμενα σε κατάσταση φτώχειας ή απειλούμενα από φτώχεια και έμμεσα ωφελούμενοι οι άνεργοι που θα απασχοληθούν στις εν λόγω δομές (διοικητικοί υπάλληλοι, κοινωνικοί επιστήμονες και υποστηρικτικό προσωπικό).

¹² **Υπ. Εργασίας/ ΕΥΔΑΝΑΔ (2012)**, «Πρόσκληση για την υποβολή προτάσεων στο επιχειρησιακό πρόγραμμα Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού Θεματικός Άξονας 4...», ΑΠ 206136/οικ.6.1473/14-3-2012, σελ. 14. Οι κοινωνικές δομές προς χρηματοδότηση περιλαμβάνουν: κοινωνικά παντοπωλεία, ανοιχτά κέντρα ημερήσιας υποδοχής αστέγων, υπνωτήρια, δομές παροχής συσσιτίων, κοινωνικά φαρμακεία, δημοτικοί λαχανόκηποι, τράπεζες χρόνου και γραφεία διαμεσολάβησης. Ως άμεσα ωφελούμενοι αναφέρονται οι άστεγοι και τα άτομα που ευρίσκονται σε κατάσταση φτώχειας. Ως έμμεσα ωφελούμενοι αναγνωρίζονται οι άνεργοι νέοι έως 30 ετών (δημιουργία θέσεων απασχόλησης στις νέες κοινωνικές δομές).

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Κρατική επιχορήγηση <ul style="list-style-type: none">Αποτελεί το ετήσιο κονδύλι που συμπεριλαμβάνει κάθε δήμος στον τακτικό προϋπολογισμό του για την κάλυψη των αναγκών του παντοπωλείου.	Συμβολή της Εκκλησίας <ul style="list-style-type: none">Με τρόφιμα ή χρηματοδότηση.	Συνδρομές μελών <ul style="list-style-type: none">Αναφορά στην εθελοντική εργασία, την δωρεά ή την ιδιωτική χορηγία.	Συγχρηματοδοτούμενα ευρωπαϊκά προγράμματα <ul style="list-style-type: none">Δημόσιοι πόροι στο πλαίσιο κοινωνικών προγραμμάτων (ΕΣΠΑ).
Παραχώρηση χώρων από Δήμους <ul style="list-style-type: none">Συνήθως για την λειτουργία των παντοπωλείων.	Έσοδα από εκδηλώσεις (είδη) <ul style="list-style-type: none">Συναυλίες, φιλανθρωπικοί αγώνες, παζάρια κ.α.	Στήριξη από Ιδρύματα <ul style="list-style-type: none">Αφορά είτε τις εκδηλώσεις είτε την χρηματοδότηση.	Εμπορικές δραστηριότητες <ul style="list-style-type: none">Παραγωγικά εργαστήρια (workshops) και διαφηστικό υλικό.

Γράφημα 1: Οι πηγές χρηματοδότησης των κοινωνικών παντοπωλείων στην Ελλάδα (Μπουρίκος και Σωτηρόπουλος, 2014)

Τάξη στο ανοργάνωτο περιβάλλον των κοινωνικών δράσεων έβαλε από τον Δεκέμβριο του 2011 η διαδικτυακή πλατφόρμα Οργάνωση 2.0, η οποία εντάχθηκε στην διδακτορική έρευνα της Ελένης-Ρεβέκκας Στάιου¹³ με την συνεργασία των Δημήτρη Γκούσκου¹⁴ και Μιχάλη Μεϊμάρη¹⁵. Στόχος του εν λόγω επιχειρήματος αποτέλεσε η συγκέντρωση πληροφοριών για αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες που γίνονται στην χώρα, η γνωστοποίησή τους και η δυνατότητα των πολιτών για ενημέρωση, συνεργασία και επικοινωνία. Στην πλατφόρμα υπάρχουν διαθέσιμες πληροφορίες για αυτο-οργανωμένες δράσεις που λαμβάνουν χώρα σε όλη την Ελλάδα και συμπεριλαμβάνει χάρτες οργανώσεων που διαχωρίζονται ανά αντικείμενο και ανά περιοχή. Τα κριτήρια

¹³ Διδάκτωρ και μέλος της ερευνητικής ομάδας «Ψηφιακά Μέσα», που συμμετέχει στο Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία, την Εκπαίδευση και τα ΜΜΕ, στο τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

¹⁴ Επίκουρος Καθηγητής του τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και συντονιστής του Οργάνωση 2.0.

¹⁵ Ομότιμος καθηγητής του τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, διευθυντής του Εργαστηρίου Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία, την Εκπαίδευση και τα ΜΜΕ και επιστημονικά υπεύθυνος δράσης του Οργάνωση 2.0.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

βάσει των οποίων επιλέγονται οι πρωτοβουλίες αυτο-οργάνωσης που γνωστοποιούνται στον εν λόγω διαδικτυακό χώρο και καταλογογραφούνται είναι ξεκάθαρα:

- Να καλύπτουν ένα κενό του κράτους, δηλαδή μία υπηρεσία που υπό άλλες συνθήκες θα ήταν σε θέση να παρέχει το κράτος,
- Να προχωρούν σε δράσεις και όχι να παραμένουν στο στάδιο της διαμαρτυρίας και
- Να μην συμπεριλαμβάνουν κάθε είδους διακρίσεις.

Να σημειωθεί επίσης πως οι επίσημες ΜΚΟ δεν συμπεριλαμβάνονται στην καταλογογράφηση της πλατφόρμας καθώς ο αριθμός των οργανώσεων στην Ελλάδα αγγίζει τις 6.000 και δεν είναι γνωστό ποιες από αυτές λειτουργούν ακόμα, ενώ τα προηγούμενα χρόνια πολλές από αυτές καταργήθηκαν αφού σκοπός της δημιουργίας τους ήταν η απορρόφηση κρατικών χρηματοδοτήσεων (Staiou and Gouskos, 2014).

ΜΕΡΟΣ Β. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Σκοπός της έρευνας

Η παρούσα έρευνα εστιάζει σε έναν τομέα των αυτο-οργανωμένων δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα, στον θεσμό των κοινωνικών παντοπωλείων. Πραγματοποιήθηκε μία σφαιρική διερεύνηση του εν λόγω τομέα καθώς δεν υπάρχει εκτενέστερη αναφορά σε προηγούμενες μελέτες σχετικά με τις εν λόγω δομές. Τα ζητήματα που τίθενται στο ερευνητικό επίκεντρο είναι κυρίως:

- το προφίλ των ενεργών μελών των δομών,
- η θεσμική και η πολιτική τους αναφορά,
- ο βαθμός διαφάνειας και λογοδοσίας που επιτυγχάνουν,
- το επίπεδο δραστηριοποίησης των δομών,
- η σχέση τους με την ψηφιακή επικοινωνία και
- ο τρόπος που λαμβάνουν τις αποφάσεις.

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να μελετηθεί σφαιρικά και να γίνει όσο το δυνατόν πιο κατανοητός ο τρόπος λειτουργίας των κοινωνικών παντοπωλείων. Συγκεκριμένα, να ερευνηθεί ο τρόπος που λειτουργούν σε επαγγελματικό επίπεδο όσον αφορά το προσωπικό, η σχέση τους με κάποιον δήμο ή κάποια οργάνωση και από ποια στοιχεία χαρακτηρίζεται η συνεργασία αυτή και οι πηγές χρηματοδότησης. Παράλληλα, στην έρευνα συμπεριλαμβάνονται οι δραστηριότητες των δομών και η κίνησή τους στα ψηφιακά μέσα.

Το δείγμα της παρούσας έρευνας αποτελείται από κοινωνικά παντοπωλεία που είτε ανήκουν αποκλειστικά σε δήμους, είτε αποκλειστικά σε ΜΚΟ, είτε και στους δύο, ενώ υπάρχουν και περιπτώσεις τελείως αυτο-οργανωμένων δράσεων.

Για να εξαχθεί ο σκοπός της έρευνας διατυπώθηκαν ορισμένα ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία, με βάση τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν, γίνεται απόπειρα να απαντηθούν. Τα συνθετικά ερευνητικά ερωτήματα για την παρούσα έρευνα είναι τα εξής:

- ? Ποια μπορεί να είναι η σχέση των δομών με το κλίμα της Ελλάδας, την ανεργία, την αστικότητα και την οικονομική κρίση;
- ? Ποια είναι η επαγγελματική ιδιότητα και ηλικία των ενεργών μελών, η ακαδημαϊκή τους κατάρτιση και αν αυτή σχετίζεται με το εργασιακό τους αντικείμενο και ο γραμματισμός τους σε ΤΠΕ;
- ? Ποιος είναι ο σκοπός και οι διαδικασίες λειτουργίας των δομών;

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

- ? Υπάρχουν κριτήρια επιλογής των δικαιούχων και ποια είναι αυτά;
- ? Ποιοι φορείς στηρίζουν τις εν λόγω δομές και ποια είναι η μεταξύ τους σχέση;
- ? Ποιες είναι οι δραστηριότητες των δομών και άλλα στοιχεία σχετικά με το έργο τους, όπως τρόφιμα, πακέτα και άλλα;
- ? Ποια είναι η σχέση των δομών με τα ψηφιακά μέσα;

Πρέπει να υπογραμμιστεί πως τα αποτελέσματα της εν λόγω έρευνας είναι ενδειξίς και όχι αποδείξεις για τα όσα θα αναλυθούν εκτενέστερα στη συνέχεια. Σαφέστατα, αποτελούν μία βάση δεδομένων για περαιτέρω έρευνα στο μέλλον και σύγκριση με άλλα πιθανά ευρήματα.

5.2 Το θεωρητικό υπόβαθρο και η αξιοποίησή του στην έρευνα

Για την διεξαγωγή της έρευνας πραγματοποιήθηκε ποιοτική μελέτη, η οποία εντάσσεται στις νατουραλιστικές έρευνες. Η ποιοτική μελέτη αποτελεί μία απαιτητική και χρονοβόρα διαδικασία. Τα αποτελέσματα βγαίνουν μέσα από μία ειδική επεξεργασία, ενώ πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στις λεπτομέρειες και τα επιμέρους θέματα που τυχόν παρουσιάζονται. Ο ερευνητής έχει την δυνατότητα να εστιάσει σε πολλά διαφορετικά θέματα. Είναι πιο συχνή η χρήση της σε περιπτώσεις όπου ο ερευνητής επιχειρεί να κατανοήσει και να ερμηνεύσει διάφορα φαινόμενα και τη σημασία που δίνεται σε αυτά από τα άτομα. Η ποιοτική έρευνα χρησιμοποιεί ποικίλα εργαλεία συλλογής πληροφοριών, όπως συνεντεύξεις, ιστορικό υλικό, παρατήρηση κλπ. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί πως δουλεύει με λίγες περιπτώσεις, αλλά με πολλές μεταβλητές (Cresswell, 1998).

Συγκεκριμένα, στην παρούσα έρευνα συναντάται η περίπτωση της θεμελιωμένης θεωρίας (grounded theory) (Cresswell, 1998), η οποία επικεντρώνεται στην ανάπτυξη μιας θεωρίας που θεμελιώνεται στα δεδομένα από το πεδίο της έρευνας και προέρχεται από την κοινωνιολογία. Ως κύρια μέθοδο συλλογής των δεδομένων είναι η συνέντευξη σε 20-30 άτομα, που διαμορφώνουν τις κατηγορίες της έρευνας και συμβάλλουν στο χτίσιμο της θεωρίας, ενώ η ανάλυση των δεδομένων γίνεται με ανοικτή κωδικοποίηση¹⁶ κυρίως. Αξίζει να σημειωθεί πως η εν λόγω θεωρία δεν αποκλείει και άλλες μεθόδους που σχετίζονται με ποσοτικά δεδομένα και σύμφωνα με τον Robson (2010), *«είναι ιδιαίτερα ελκυστική σε νέα και εφαρμοσμένα πεδία όπου οι προϋπάρχουσες θεωρίες είναι συχνά δύσκολο να βρεθούν»*.

Το εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε κατά την έρευνα ήταν η ημι-δομημένη συνέντευξη, τηλεφωνική και δια ζώσης, απευθυνόμενη σε πρόσωπα-κλειδιά (key informants). Συγκεκριμένα, κατά την ημι-δομημένη συνέντευξη, ο ερευνητής θέτει εκ των προτέρων ορισμένους βασικούς άξονες συζήτησης, ωστόσο είναι δεκτικός να αναλύσει και επιπλέον ζητήματα τα οποία πιθανώς να αναδυθούν κατά την διεξαγωγή της συνέντευξης (May, 1993; Ράτσικα, 2012). Η συνέντευξη στην ποιοτική έρευνα θεωρείται ιδανική, ιδιαίτερα όταν πρόκειται να μελετηθούν προσωπικές απόψεις στο πλαίσιο μιας κοινωνικής ομάδας ή ενός ολόκληρου οργανισμού (King, 1994, pp.16-17). Να σημειωθεί πως στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε σε ορισμένες περιπτώσεις και η συνέντευξη ομάδων (περίπτωση δομών στη Νέα Σμύρνη και Νέα Ιωνία) και ως πρόσθετη μέθοδος συλλογής δεδομένων τα τεκμήρια όπως οι δημοσιεύσεις και τα φυλλάδια.

¹⁶ Σύμφωνα με την ανοικτή κωδικοποίηση, ο ερευνητής διαμορφώνει τις κατηγορίες της πληροφορίας με βάση τα δεδομένα που συγκεντρώνονται και κάθε κατηγορία ενδέχεται να περιέχει και υποκατηγορίες (Robson, 2010).

Όσον αφορά τα πρόσωπα-κλειδιά, πρόκειται για τα άτομα που θεωρούνται ειδήμονες στο ως προς εξέταση ζήτημα καθώς τα κοινωνικά παντοπωλεία είναι μία σχετικά νέα μορφή αλληλεγγύης στην Ελλάδα και τα άτομα που εργάζονται σε αυτά θεωρούνται οι πιο κατάλληλοι πληροφοριοδότες. Τα άτομα αυτά ήταν σε θέση να προσφέρουν έναν πλούτο πληροφοριών σχετικά με το υπό ερεύνηση ζήτημα, όμως το βεβαρημένο πρόγραμμά τους αλλά και το γεγονός ότι σε κάποιες περιπτώσεις πραγματοποιήθηκε η συνέντευξη στον χώρο εργασίας τους έφεραν από μόνα τους μία δυσκολία στην πραγματοποίηση της έρευνας.

Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθεί και το ζήτημα της διαπραγμάτευσης της πρόσβασης. Προκειμένου να πραγματοποιηθεί η έρευνα, έπρεπε να γίνει επαφή με δημόσιες υπηρεσίες, κάτι που από μόνο του χρειάζεται χρόνο αφενός διότι ένας εργαζόμενος δεν μπορεί να πάρει την πρωτοβουλία να μιλήσει για θέματα που αφορούν την εργασία του και αφετέρου στις περισσότερες δομές η έρευνα έπρεπε να αντιμετωπίσει το πρόβλημα της καχυποψίας των εργαζομένων προς τον έξω κόσμο, λόγω και της εντύπωσης που έχει διαμορφωθεί γενικότερα για την εργασία στον δημόσιο τομέα. Για τον λόγο αυτό, έγιναν επαναλαμβανόμενες τηλεφωνικές κλήσεις για να ανάψει το πράσινο φως για τις συνεντεύξεις και την πρόσβαση σε εργασιακό χώρο και στάλθηκαν e-mail και συνοδευτικές επιστολές πλήρους πληροφορημένης συγκατάθεσης που αποσαφήνιζαν τον σκοπό της έρευνας.

Η δομή της συνέντευξης διαμορφώθηκε σύμφωνα με το πρότυπο του Ιωσηφίδη (2007), σύμφωνα με το οποίο η σκαλέτα της συνέντευξης χωρίζεται σε κατηγορίες και οι ερωτήσεις διατυπώνονται με αρίθμηση. Όσον αφορά το είδος των ερωτήσεων, έχουν συμπεριληφθεί ανοικτές ερωτήσεις, με τον ερωτώμενο να είναι σε θέση να αναπτύξει την άποψή του, ερωτήσεις γνώμης και δομικές, εισαγωγικές και συμπερασματικές ερωτήσεις¹⁷. Από τις συνεντεύξεις προέκυψε η παραγωγή διάφορων ποιοτικών δεδομένων (Ιωσηφίδη, 2003) όπως είναι τα κείμενα αλλά και το οπτικοακουστικό υλικό (ηχογραφήσεις και φωτογραφίες από τους χώρους των συνεντεύξεων).

Τα είδη ανάλυσης των ποιοτικών δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν είναι η τυπολογική ανάλυση, αφού το ποιοτικό υλικό χωρίζεται σε κατηγορίες, η συνεχής σύγκριση, ένας τύπος που ταιριάζει με την θεμελιωμένη θεωρία και σχετίζεται με την σύγκριση των επιμέρους περιπτώσεων στην έρευνα, η αναλυτική επαγωγή, διότι οι υποθέσεις ελέγχονται με βάση τα δεδομένα που έχουν συγκεντρωθεί από το ερευνητικό πεδίο και η οιονεί στατιστική ανάλυση, αφού στις περισσότερες των περιπτώσεων τα

¹⁷ Σύμφωνα με τον Ιωσηφίδη (2003), οι ερωτήσεις γνώμης προσπαθούν να αντλήσουν στάσεις και αντιλήψεις για κοινωνικά φαινόμενα και διαδικασίες. Οι δομικές στοχεύουν στην εύρεση αιτιοτήτων και αιτιωδών μηχανισμών και οι εισαγωγικές-συμπερασματικές ανοίγουν και κλείνουν την συνέντευξη.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

ποιοτικά δεδομένα παρουσιάζονται με μορφές που παραπέμπουν στην ποσοτική έρευνα ή την στατιστική όπως τα διαγράμματα.

5.3 Τα στάδια της έρευνας

Η παρούσα έρευνα πέρασε από ποικίλα στάδια και χρησιμοποιήθηκαν αρκετές μέθοδοι προκειμένου να διεκπεραιωθεί. Έγινε χρήση μεθόδων όπως τηλεφωνικές κλήσεις, αποστολή e-mail, fax και επιστολών, τηλεφωνικές συνεντεύξεις και διαζώσης, αναζήτηση στο διαδίκτυο (desktop research) και μελέτη αρχείου. Προκειμένου να γίνει ξεκαθάρισμα του τελικού δείγματος της έρευνας, η αναζήτηση πέρασε από κάποια στάδια. Το σημαντικό είναι ότι μέσα από τα πρώτα στάδια της έρευνας δεν επιτεύχθηκε μόνο η διαμόρφωση του τελικού δείγματος, αλλά συγκεντρώθηκαν σημαντικές πληροφορίες για τις δομές και χτίστηκε μία σχέση εμπιστοσύνης με τους εργαζόμενους των παντοπωλείων. Παρακάτω αναγράφονται αναλυτικά τα στάδια που απαρτίζουν την έρευνα.

1^ο στάδιο: Η γνωριμία

Την Πέμπτη 17 Νοεμβρίου 2016 πραγματοποιήθηκαν τηλεφωνικές κλήσεις τις πρωινές ώρες σε όλα τα κοινωνικά παντοπωλεία που υπάρχουν στην ιστοσελίδα *Οργάνωση 2.0* (στο σύνολό τους είναι 86). Την επόμενη ημέρα, Παρασκευή 18 Νοέμβρη, έγινε επανάληψη των κλήσεων προκειμένου να εντοπιστούν και οι δομές που δεν είχαν βρεθεί από τον πρώτο κύκλο κλήσεων. Σε συνδυασμό με την αναζήτηση στο διαδίκτυο, αποδείχθηκε ότι από τα 86 παντοπωλεία, μόνο τα 46 είναι ενεργά (ποσοστό 53%)¹⁸. Με τα υπόλοιπα 40 δεν ήταν εφικτό να πραγματοποιηθεί επικοινωνία με κανέναν τρόπο, ενώ έπειτα από desktop research βρέθηκε ότι 4 δομές από αυτές έχουν αναστείλει μόνιμα την λειτουργία τους και η μία λειτουργεί μόνο την Μεγάλη Εβδομάδα, οπότε τέθηκαν αυτόματα εκτός δείγματος. Τα κριτήρια βάσει των οποίων οι δομές κρίνονται ενεργές ή ανενεργές είναι τα εξής:

- Ο εντοπισμός των ανθρώπων που διαχειρίζονται τα παντοπωλεία μέσω τηλεφώνου.
- Η δραστηριότητα αυτών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι δημοσιευμένες δράσεις τους στο διαδίκτυο.

2^ο στάδιο: Κριτήριο ζωτικότητας

Την εβδομάδα 5-11 Δεκεμβρίου 2016 πραγματοποιήθηκε η επανάληψη της παραπάνω διαδικασίας. Συγκεκριμένα, επαναλήφθηκαν οι κλήσεις στα 86 κοινωνικά παντοπωλεία, που έχουν συγκεντρωθεί βάσει της πλατφόρμας *Οργάνωση 2.0*. Ακόμη, ελέγχθηκε η λειτουργία αυτών μέσα από την κίνησή τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις μαρτυρίες τρίτων όπως τοπική ειδησεογραφία, Δελτία Τύπου κ.α. Το δείγμα που διαμορφώθηκε βάσει του κριτηρίου ζωτικότητας είναι 47 δομές (ποσοστό 55%).

¹⁸ Βλ. Παράρτημα Β, Πίνακα 15, σελ. 278.

Παράλληλα, σε αυτό το στάδιο έγινε ο πρώτος διαχωρισμός των δομών σε αυτές που βρίσκονται εντός και σε όσες βρίσκονται εκτός Αττικής¹⁹.

3^ο στάδιο: Κριτήριο επιχειρησιακού μεγέθους

Τις τρεις τελευταίες εβδομάδες του Δεκεμβρίου (12-31), επαναλήφθηκαν οι κλήσεις στα 47 κοινωνικά παντοπωλεία, που επικράτησαν βάσει του κριτηρίου ζωτικότητας. Σε ορισμένα χρειάστηκε να αποσταλεί μήνυμα μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Σε αυτό το στάδιο, οι ιθύνοντες χρειάστηκε να απαντήσουν σε δύο ερωτήματα προκειμένου να συγκεντρωθεί το τελικό δείγμα της έρευνας. Οι ερωτήσεις είναι οι εξής:

- Πότε ξεκίνησε να λειτουργεί το κοινωνικό παντοπωλείο;
- Ποιος είναι ο μέσος όρος των ωφελούμενων οικογενειών που έχει κάθε μήνα;

Με βάση το κριτήριο επιχειρησιακού μεγέθους, αποδείχθηκε πως ικανά προς διερεύνηση είναι τα 29 από τα 47 (ποσοστό 62%)²⁰.

4^ο στάδιο: Κριτήριο εκκίνησης λειτουργίας

Έπειτα από την συγκέντρωση των 29 παντοπωλείων και τον διαχωρισμό τους σε εντός και εκτός Αττικής, φτιάχτηκε ένας πίνακας φθίνουσα κατάταξης των δομών ως προς το μήνα εκκίνησης της λειτουργίας τους²¹. Για την εγκυρότητα του δείγματος, θεωρήθηκε σωστό να διαχωριστεί ο αριθμός του κάθε πίνακος στη μέση, βάσει της αριθμητικής κατάταξης, προκειμένου να συμπληρωθεί το τελικό δείγμα. Από τα 14 παντοπωλεία που βρίσκονται στην Αττική, τα 9 είναι πιο παλιά σε λειτουργία, ενώ από τα 15 που είναι στην υπόλοιπη Ελλάδα, τα 9 μετρούν περισσότερους μήνες λειτουργίας.

5^ο στάδιο: Κριτήριο πλήθους των ωφελούμενων

Έπειτα από την συγκέντρωση των 29 παντοπωλείων και τον διαχωρισμό τους σε εντός και εκτός Αττικής, φτιάχτηκε ένας πίνακας φθίνουσα κατάταξης των δομών ως προς το πλήθος των ωφελούμενων²². Για την εγκυρότητα του δείγματος, θεωρήθηκε σωστό να διαχωριστεί ο αριθμός του κάθε πίνακος στη μέση, βάσει της αριθμητικής κατάταξης, προκειμένου να συμπληρωθεί το τελικό δείγμα. Από τα 14 παντοπωλεία που βρίσκονται στην Αττική, τα 7 έχουν τους περισσότερους ωφελούμενους, ενώ από τα 15 που είναι στην υπόλοιπη Ελλάδα, τα 8 εξυπηρετούν περισσότερους.

¹⁹ Βλ. Παράρτημα Β, Πίνακες 16 και 17, σελ. 283-284.

²⁰ Βλ. Παράρτημα Β, Πίνακες 18 και 19, σελ. 285-286.

²¹ Βλ. Παράρτημα Β, Πίνακες 20 και 21, σελ. 287-288.

²² Βλ. Παράρτημα Β, Πίνακα 22 και 23, σελ. 289-290.

6^ο στάδιο: Διαμόρφωση τελικού δείγματος

Στο τελικό στάδιο, συγκεντρώθηκαν σε έναν κοινό πίνακα τα δεδομένα που ήταν ήδη γνωστά από το 4^ο και το 5^ο στάδιο και διαμορφώθηκε το δείγμα, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα:

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	
ΑΤΤΙΚΗ	1.1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου
	2.Δήμου Νέας Ιωνίας
	3.Δήμου Ηλιούπολης 2
	4.Δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης
	5.Μαραθώνα
	6.Δήμου Αγίου Δημητρίου
	7.Δήμου Νέας Σμύρνης
	8.Δήμου Παλαιού Φαλήρου
	9.Δήμου Χαλανδρίου
	10.Δήμου Καλλιθέας
	11.Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας
ΕΚΤΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	1.Δήμου Ορεστιάδας
	2.Δήμου Αλεξανδρούπολης
	3.Νάξου
	4.Δήμου Θήβας
	5.Τρικκαίων
	6.Δήμου Ιεράπετρας
	7.Δήμου Βόλου
	8.Δήμου Δράμας
	9.Ηρακλείου Κρήτης
	10.Δήμου Άργους
	11.Δήμου Καβάλας
	12.Καβάλας
ΣΥΝΟΛΟ	23

Πίνακας 1: Έκτο στάδιο έρευνας: Ο πίνακας του τελικού δείγματος της έρευνας, έτσι όπως διαμορφώθηκε από την διαδικασία που έγινε στα δύο προηγούμενα στάδια, με τα κοινωνικά παντοπωλεία εντός και εκτός Αττικής²³

²³ Για περισσότερες λεπτομέρειες βλ. Παράρτημα Β, Πίνακα 24, σελ. 291.

Όμως, σε αυτό το σημείο πρέπει να υπογραμμιστεί πως το τελικό δείγμα αποτελείται από 21 παντοπωλεία διότι πριν τις συνεντεύξεις, το κοινωνικό παντοπωλείο του δήμου Καλλιθέας αποφάσισε να μην συμμετέχει στην έρευνα, ενώ χάθηκε κάθε επικοινωνία με την δομή της Νάξου. Συνεπώς, η προεργασία που έγινε πριν τις συνεντεύξεις που αφορά την γεωγραφική αναφορά, το χωρικό και το χρονικό προφίλ αφορούν 23 δομές, ενώ στο στάδιο των συνεντεύξεων αναφέρονται 21.

7^ο στάδιο: Συνεντεύξεις

Για την παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις είτε δια ζώσης είτε μέσω τηλεφώνου με πρόσωπα-κλειδιά, συγκεκριμένα τους υπεύθυνους των κοινωνικών παντοπωλείων. Η επιλογή της περιόδου από τέλη Ιανουαρίου μέχρι τέλη Φεβρουαρίου για την πραγματοποίηση των συνεντεύξεων δεν είναι τυχαία καθώς είχε προηγηθεί η περίοδος των γιορτών και οι δομές δεν είχαν τον χρόνο που χρειαζόταν για την έρευνα. Ακόμη, τα τηλεφωνήματα που προηγήθηκαν για την πρώτη επικοινωνία έγιναν την περίοδο των γιορτών, καθώς επρόκειτο για ημέρες που λειτουργούσαν σίγουρα οι δομές. Η επιλογή των εν λόγω ατόμων έγινε με τα εξής κριτήρια:

- Πρόκειται για τους αρμόδιους της λειτουργίας των δομών και είναι σε θέση να δώσουν περισσότερες πληροφορίες από άλλους εργαζόμενους.
- Είναι σε θέση ευθύνης και μπορούν να πάρουν την έγκριση να μιλήσουν υπεύθυνα.
- Η θέση τους έχει κύρος και ως επακόλουθο, τα λεγόμενά τους προσθέτουν εγκυρότητα στην έρευνα.
- Ακόμη, λόγω της θέσης τους τα λεγόμενά τους είναι αξιόπιστα.

Να σημειωθεί πως με αφορμή τις συνεντεύξεις της πρώτης ημέρας (31 Ιανουαρίου) καταρτίστηκε και δεύτερος αλλά ανανεωμένος οδηγός συνέντευξης²⁴.

8^ο στάδιο: Ειδικές περιπτώσεις

Το πρώτο πενθήμερο του Απριλίου θεωρήθηκε πως έπρεπε να γίνει μία συμπληρωματική επικοινωνία με τις δομές, καθώς υπήρχαν ελλειπίες στοιχεία όσον αφορά τους επίσημους προϋπολογισμούς. Στάλθηκαν e-mail και fax στους δήμους με αιτήματα που αφορούν την πρόσβαση στον επίσημο προϋπολογισμό για τα κοινωνικά παντοπωλεία με συνοδευτική αποστολή που αφορά τον σκοπό της έρευνας²⁵. Ανταποκρίθηκαν μόνο τα 4 από τα 21 παντοπωλεία.

²⁴ Βλ. παράρτημα Α σελ. 191.

²⁵ Βλ. παράρτημα Α σελ. 195.

9^ο στάδιο: Επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων

Μετά την ολοκλήρωση των συνεντεύξεων, ακολούθησε η απομαγνητοφώνηση αυτών, η επεξεργασία των δεδομένων που προέκυψαν και άνοιξε ο δρόμος για την ολοκλήρωση της έρευνας. Να σημειωθεί πως παράλληλα με την παραπάνω έρευνα, διενεργήθηκε desktop research σχετικά με την κίνηση των δομών στα ψηφιακά μέσα και πιθανές ιστοσελίδες που τα αφορούν από τον Ιούλιο του 2016 έως και τον Δεκέμβριο του ίδιου έτους.

5.4 Ιστορικό συνεντεύξεων

Παρακάτω αναγράφονται οι συνεντεύξεις²⁶ που πραγματοποιήθηκαν με χρονολογική σειρά:

1. Συνέντευξη στην κοινωνική υπηρεσία του δήμου της Νέας Σμύρνης (οδός Ελευθερίου Βενιζέλου 18) την Τρίτη 31 Ιανουαρίου 2017. Οι συνεντευξιαζόμενοι είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και του κοινωνικού φαρμακείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 34 λεπτά.
2. Συνέντευξη στην κοινωνική υπηρεσία του δήμου του Αγίου Δημητρίου (οδός Ξενοφώντος 10) την Τρίτη 31 Ιανουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι διοικητική υπάλληλος και η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 26 λεπτά.
3. Συνέντευξη στην κοινωνική υπηρεσία του δήμου του Παλαιού Φαλήρου (οδός Αγίου Αλεξάνδρου 75) την Τρίτη 31 Ιανουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 24 λεπτά.
4. Συνέντευξη στο κοινωνικό παντοπωλείο του δήμου Ηλιούπολης (οδός Ηρώς Κωνσταντοπούλου 45) την Πέμπτη 2 Φεβρουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 31 λεπτά.
5. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του Δήμου Καβάλας την Τρίτη 7 Φεβρουαρίου 2017. Ο συνεντευξιαζόμενος είναι υπάλληλος γενικών καθηκόντων και ο υπεύθυνος του παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 15 λεπτά.
6. Συνέντευξη στο κοινωνικό παντοπωλείο του δήμου Νέας Ιωνίας (οδός 28^{ης} Οκτωβρίου 3) την Τρίτη 7 Φεβρουαρίου 2017. Ο συνεντευξιαζόμενος είναι ο υπεύθυνος του παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 24 λεπτά.
7. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή της Καβάλας την Τρίτη 7 Φεβρουαρίου 2017. Ο συνεντευξιαζόμενος είναι διοικητικός υπάλληλος και ο υπεύθυνος του παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 15 λεπτά.
8. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του δήμου Ιεράπετρας την Δευτέρα 13 Φεβρουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 36 λεπτά.
9. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του δήμου Άργους την Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι η γραμματέας του δημάρχου και η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 15 λεπτά.
10. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του Ηρακλείου την Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017. Ο συνεντευξιαζόμενος είναι κοινωνικός λειτουργός και ο υπεύθυνος του παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 48 λεπτά.

²⁶ Βλ. παράρτημα Β σελ. 197.

11. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του δήμου Θήβας την Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι η κοινωνική λειτουργός του γραφείου κοινωνικής πρόνοιας του δήμου και η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 28 λεπτά.
12. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του Μαραθώνα την Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι η κοινωνική λειτουργός του γραφείου κοινωνικής πρόνοιας του δήμου και η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 10 λεπτά.
13. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του δήμου Ορεστιάδας την Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 9 λεπτά.
14. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του δήμου Τρικκαίων την Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι το στέλεχος της τροφοδοσίας και η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 13 λεπτά.
15. Συνέντευξη στο κοινωνικό παντοπωλείο του 1^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερασινίου (οδός Ανδρέα Μιαούλη 147) την Τετάρτη 15 Φεβρουαρίου 2017. Ο συνεντευξιαζόμενος είναι ο διευθυντής του σχολείου και ο υπεύθυνος του παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 26 λεπτά. Συμμετέχει και η κοινωνική λειτουργός του σχολείου.
16. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του δήμου Βόλου την Πέμπτη 16 Φεβρουαρίου 2017. Ο συνεντευξιαζόμενος είναι ο υπεύθυνος του παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 13 λεπτά.
17. Συνέντευξη για την δομή δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας σε ουδέτερο χώρο την Κυριακή 19 Φεβρουαρίου 2017. Ο συνεντευξιαζόμενος είναι κοινωνικός λειτουργός και ο υπεύθυνος του παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 50 λεπτά.
18. Συνέντευξη στην κοινωνική υπηρεσία του δήμου του Χαλανδρίου (οδός Παπάγου7) την Δευτέρα 20 Φεβρουαρίου 2017. Ο συνεντευξιαζόμενος είναι διοικητικός υπάλληλος και ο υπεύθυνος του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 30 λεπτά.
19. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του δήμου Αλεξανδρούπολης την Δευτέρα 20 Φεβρουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 30 λεπτά.
20. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του δήμου Λυκόβρυσσης-Πεύκης την Δευτέρα 20 Φεβρουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 30 λεπτά.
21. Τηλεφωνική συνέντευξη με την δομή του δήμου Δράμας την Τρίτη 21 Φεβρουαρίου 2017. Η συνεντευξιαζόμενη είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου και η συνέντευξη είχε διάρκεια 30 λεπτά.

5.5 Παρουσίαση των μεταβλητών

Οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για την πραγματοποίηση της έρευνας και της παρούσας εργασίας, οι οποίες διαμορφώθηκαν κυρίως από το στάδιο των συνεντεύξεων, είναι οι παρακάτω:

- ❖ Η γεωγραφική αναφορά των δομών: σε ποιες περιοχές της Ελλάδας βρίσκονται,
- ❖ Το χωρικό προφίλ: ποιος είναι ο πληθυσμός των περιοχών όπου βρίσκονται οι δομές, ποια η κλιματική ζώνη των εν λόγω περιοχών, ποια τα ποσοστά ανεργίας και σε ποια ζώνη αστικότητας εντάσσονται,
- ❖ Το χρονικό προφίλ: πότε ξεκίνησαν να λειτουργούν,
- ❖ Το προφίλ των ενεργών μελών: όπου γίνεται αποκλειστική αναφορά στους υπεύθυνους των παντοπωλείων και συγκεκριμένα στην εργασιακή τους σχέση με την δομή, στο ενδεχόμενο να είναι δημότες της περιοχής στην οποία ανήκει το παντοπωλείο, στην εργασιακή τους ηλικία ως υπεύθυνοι των δομών, στη σχέση χρόνου λειτουργίας της δομής με την εργασιακή τους ηλικία στην εν λόγω εργασία, στη συνάφεια του πτυχίου τους με το τρέχον εργασιακό τους αντικείμενο, στο γραμματισμό τους σε ΤΠΕ και στο δείκτη κινητικότητάς τους,
- ❖ Το προφίλ διαφάνειας και λογοδοσίας: αναφέρονται αναλυτικά ο κατασταστικός σκοπός της λειτουργίας των δομών, ο φορέας λογοδοσίας, η προβολή των δράσεων και τα κριτήρια επιλογής των δικαιούχων,
- ❖ Το προφίλ θεσμικής/πολιτικής αναφοράς: αναφορά στη σχέση δομής με άλλους φορείς, στην πηγή πρωτοβουλίας της ίδρυσης της δομής, στην οργανωτική και οικονομική υποστήριξη και στις πηγές των αγαθών,
- ❖ Το επίπεδο δραστηριοποίησης: ανάλυση των δραστηριοτήτων των δομών, των ειδών πρώτης ανάγκης που παρέχονται, του ποσού χρηματοδότησης και πλήθους πακέτων που διανέμονται και της πηγής των ιδεών,
- ❖ Οι συμμετοχικές διαδικασίες απόφασης: δηλαδή ποια είναι τα μοντέλα λήψης αποφάσεων και αν το προσωπικό συμμετέχει σε συζητήσεις για το έργο των δομών και
- ❖ Η ένταση της ψηφιακής και συμμετοχικής επικοινωνίας: όπου γίνεται αναφορά στη χρήση των ψηφιακών μέσων, στα είδη των μέσων που χρησιμοποιούν οι δομές, στο ενδεχόμενο το προσωπικό να είναι ο διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων, στο πλήθος των αναρτήσεων στα ηλεκτρονικά μέσα και στα στοιχεία από τις σελίδες των κοινωνικών παντοπωλείων στο Facebook.

ΜΕΡΟΣ Γ. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

Τα κοινωνικά παντοπωλεία που θεωρητικά θα λάμβαναν μέρος στην τελική έρευνα και θα συμμετείχαν στην διαδικασία των συνεντεύξεων είναι στο σύνολό τους 23, από τα οποία τα 11 (ποσοστό 48% του δείγματος) βρίσκονται και δραστηριοποιούνται στο νομό Αττικής, ενώ τα υπόλοιπα 12 (ποσοστό 52%) εξαπλώνονται σε άλλα γεωγραφικά διαμερίσματα της χώρας.

Συγκεκριμένα, όπως διακρίνεται και από τον παρακάτω πίνακα, από τα 12 που δραστηριοποιούνται εκτός του νομού Αττικής, πέντε εξ αυτών (ποσοστό 22% του συνολικού δείγματος) ανήκουν στην περιφέρεια Μακεδονίας-Θράκης, τρία (ποσοστό 13%) στην περιοχή της Θεσσαλίας-Στερεάς Ελλάδας, ένα (ποσοστό 4%) στην περιφέρεια Πελοποννήσου, Δυτικής Ελλάδος και Ιονίων Νήσων, ένα στο Αιγαίο (ποσοστό 4%) και δύο (ποσοστό 9%) στην περιφέρεια Κρήτης.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ – ΑΠΟΚΕΝΤΡΩΜΕΝΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ
Μακεδονίας - Θράκης	Δήμου Ορεστιάδας Δήμου Αλεξανδρούπολης Δήμου Δράμας Δήμου Καβάλας Καβάλας
Ηπείρου – Δυτικής Μακεδονίας	-
Θεσσαλίας – Στερεάς Ελλάδος	Δήμου Θήβας Τρικκαίων Δήμου Βόλου
Πελοποννήσου, Δυτικής Ελλάδος και Ιόνιων Νήσων	Δήμου Άργους
Αττικής	1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου Δήμου Νέας Ιωνίας Δήμου Ηλιούπολης Δήμου Λυκόβρυσσης-Πεύκης Μαραθώνα Δήμου Αγίου Δημητρίου Δήμου Νέας Σμύρνης Δήμου Παλαιού Φαλήρου Δήμου Χαλανδρίου Δήμου Καλλιθέας Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας
Αιγαίου	Νάξου
Κρήτης	Δήμου Ιεράπετρας Ηρακλείου Κρήτης

Πίνακας 2: Γεωγραφικός διαχωρισμός των κοινωνικών παντοπωλείων του δείγματος σε περιφέρειες²⁷

²⁷ Πληροφορίες σχετικά με τον διαχωρισμό της χώρας σε περιφέρειες λήφθηκαν από το Δελτίο Τύπου της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, δημοσίευση στις 9/2/2017, [http://www.statistics.gr/documents/20181/979694/Εννοιες++Ορισμοί+Απογραφής+Πληθυσμού+και+Κατοικιών\(+2001+\)/1ffb164d-f264-41f4-85e4-ba5f7870e5c3?version=1.0](http://www.statistics.gr/documents/20181/979694/Εννοιες++Ορισμοί+Απογραφής+Πληθυσμού+και+Κατοικιών(+2001+)/1ffb164d-f264-41f4-85e4-ba5f7870e5c3?version=1.0). (Πρόσβαση στις 18.2.2017).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΧΩΡΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ

Στο πλαίσιο του χωρικού προφίλ των εν λόγω κοινωνικών δομών γίνεται αναφορά στις εξής μεταβλητές: πληθυσμός αναφοράς, κλιματική ζώνη, ανεργία και αστικότητα.

7.1 Πληθυσμός αναφοράς

Ο όρος πληθυσμός σε μια δεδομένη γεωγραφική περιοχή, κατά γενική χρήση, εκφράζει το ποσοτικό άθροισμα των κατοίκων της που μπορεί να αναφέρεται στα πλαίσια χωριού, πόλης χώρας, ηπείρου μέχρι και σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα στοιχεία για την εν λόγω μεταβλητή προέρχονται από έκθεση της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής και οι τιμές κυμαίνονται από 12 έως 151 χιλιάδες κατοίκους.

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται αναλυτικά ο δήμος στον οποίο υπάγεται το κάθε κοινωνικό παντοπωλείο και ο πληθυσμός της περιοχής στην οποία ανήκει και προσφέρει τις υπηρεσίες του. Σε γενικές γραμμές, κοντά στο 50% των εν λόγω παντοπωλείων εξυπηρετούν πληθυσμούς από 30 έως και 75 χιλιάδες κατοίκους. Αξιοσημείωτη είναι ακόμη η απόσταση, όσον αφορά τον πληθυσμό, μεταξύ του πρώτου και του τελευταίου παντοπωλείου, τα οποία ανήκουν στις δομές εκτός Αττικής.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΔΗΜΟΣ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ (αύξοντας αριθμός κατά προσέγγιση)
Καβάλας (Δημοτική Ενότητα Φιλίππων)	Καβάλας	12.000
Μάνδρας-Ειδυλλίας	Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας	18.000
Νάξου	Νάξου	20.000
Ιεράπετρας	Δήμου Ιεράπετρας	24.000
Άργους	Δήμου Άργους	27.000
Λυκόβρυσσης-Πεύκης	Δήμου Λυκόβρυσσης-Πεύκης	31.000
Μαραθώνα	Μαραθώνα	33.000
Θήβας	Δήμου Θήβας	36.000
Ορεστιάδας	Δήμου Ορεστιάδας	37.000
Δράμας	Δήμου Δράμας	59.000
Καβάλας	Δήμου Καβάλας	59.000
Παλαιού Φαλήρου	Δήμου Παλαιού Φαλήρου	64.000
Νέας Ιωνίας	Δήμου Νέας Ιωνίας	66.000
Αγίου Δημητρίου	Δήμου Αγίου Δημητρίου	70.000
Νέας Σμύρνης	Δήμου Νέας Σμύρνης	72.000
Αλεξανδρούπολης	Δήμου Αλεξανδρούπολης	73.000
Χαλανδρίου	Δήμου Χαλανδρίου	73.000
Κερατσινίου-Δραπετσώνας	1 ^ο Ειδικό Δημοτικό Σχολείο Κερατσινίου	76.000
Ηλιούπολης	Δήμου Ηλιούπολης	77.000
Τρικκαίων	Τρικκαίων	80.000
Βόλου	Δήμου Βόλου	85.000
Καλλιθέας	Δήμου Καλλιθέας	99.000
Ηρακλείου Κρήτης	Ηρακλείου	151.000

Πίνακας 3: Πληθυσμός των περιοχών όπου εδρεύουν τα παντοπωλεία της έρευνας²⁸

Για τις ανάγκες της έρευνας, οι πόλεις στις οποίες εδρεύουν τα παραπάνω παντοπωλεία χωρίστηκαν σε 4 κατηγορίες με κριτήριο τον πληθυσμό που έχουν:

- Π1 → έως 20.000 κατοίκους,
- Π2 → από 20.001 έως 60.000 κατοίκους,
- Π3 → από 60.001 έως 100.000 κατοίκους και

²⁸Ελληνική Στατιστική Αρχή, Απογραφή Πληθυσμού-Κατοικιών 2011, δημοσίευση στις 12/9/2014, http://www.statistics.gr/documents/20181/1210503/A1602_SAM01_DT_DC_00_2011_03_F_GR.pdf/e1ac0b1c-8372-4886-acb8-d00a5a68aabe, (Πρόσβαση στις 10/2/2017)

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

- Π4 → <100.001 κατοίκους



Γράφημα 2: Πληθυσμός των πόλεων αναφοράς ως προς τον αριθμό των δομών του δείγματος

Μετά τον διαχωρισμό, προκύπτει η εξής κατανομή του πληθυσμού των πόλεων αναφοράς ως προς τον αριθμό του δείγματος: 3 κοινωνικά παντοπωλεία εδρεύουν σε περιοχές που έχουν πληθυσμό μέχρι 20.000 κατοίκους (ποσοστό 13% του συνολικού δείγματος), 8 (ποσοστό 35%) σε περιοχές που ανήκουν στην κατηγορία Π2, δηλαδή έως 60.000 κατοίκους, 11 (ποσοστό 48%) δομές ανήκουν σε περιοχές με πληθυσμό από 60 έως και 100.000 κατοίκους και ένα (ποσοστό 4%) σε περιοχή που έχει πληθυσμό πάνω από 100.000 κατοίκους.

Τυπική περίπτωση

Η τυπική περίπτωση είναι ο πληθυσμός Π3, με τις περιοχές που ανήκουν στην εν λόγω κατηγορία να έχουν πληθυσμό από 60 έως 100 χιλιάδες κατοίκους. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι περιοχές όπου εδρεύουν 11 από τα κοινωνικά παντοπωλεία του δείγματος.

7.2 Κλιματική ζώνη

Κλίμα ονομάζεται η μέση καιρική κατάσταση ή καλύτερα ο μέσος καιρός μιας περιοχής, που προκύπτει από τις μακροχρόνιες παρατηρήσεις των διάφορων μετεωρολογικών στοιχείων και κλιματική ζώνη είναι η κλίμακα διαχωρισμού των διάφορων ποικιλιών κλιμάτων. Τα στοιχεία για την εν λόγω μεταβλητή προέρχονται από το Τεχνικό Επιμελητήριο και οι περιοχές του δείγματος πιάνουν όλο το εύρος των κατηγοριών, από την ζώνη Α μέχρι και την Δ.

Όσον αφορά την κλιματική ζώνη στην οποία ανήκουν οι περιοχές στις οποίες εδρεύουν τα κοινωνικά παντοπωλεία του δείγματος, χρησιμοποιήθηκε η Τεχνική Οδηγία του Τεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδος (Αργυρίου, 2012), η οποία χωρίζει την Ελλάδα σε 4 κλιματικές ζώνες με την Ζώνη Α να είναι η πιο θερμή και τη Ζώνη Δ να κυμαίνεται σε πιο ψυχρά επίπεδα²⁹.

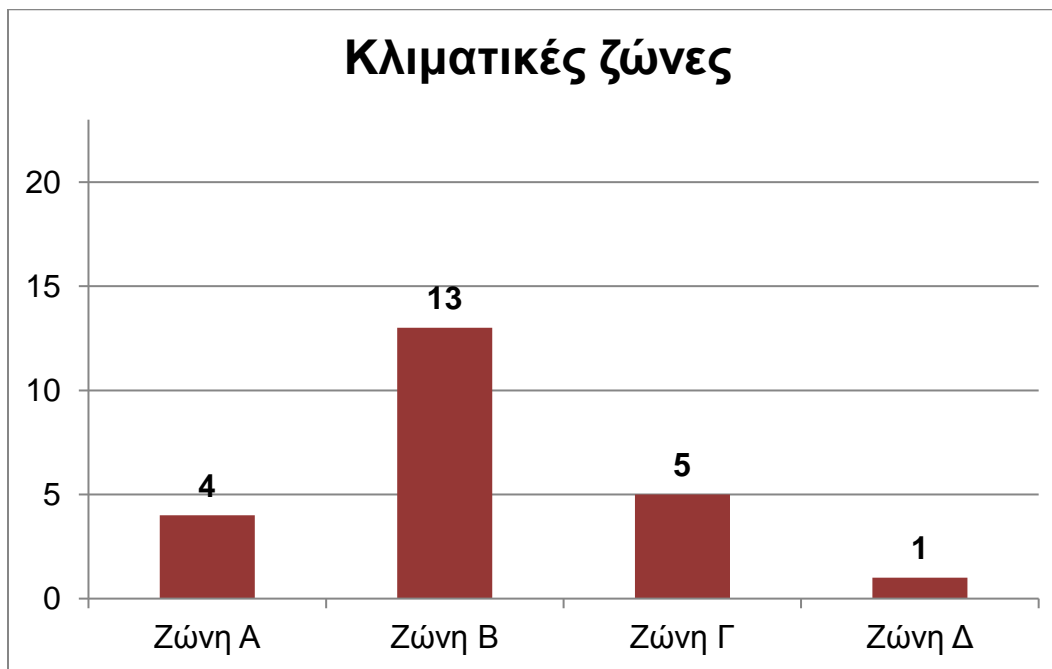
²⁹ Βλ. Παράρτημα Β, Πίνακα 25, σελ. 292.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΖΩΝΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ
Ζώνη Α	Νάξου Δήμου Άργους Δήμου Ιεράπετρας Ηρακλείου Κρήτης
Ζώνη Β	1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου Δήμου Νέας Ιωνίας Δήμου Ηλιούπολης Δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης Μαραθώνα Δήμου Αγίου Δημητρίου Δήμου Νέας Σμύρνης Δήμου Παλαιού Φαλήρου Δήμου Χαλανδρίου Δήμου Καλλιθέας Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας Δήμου Θήβας Δήμου Βόλου
Ζώνη Γ	Δήμου Ορεστιάδας Δήμου Αλεξανδρούπολης Δήμου Καβάλας Καβάλας Τρικκαίων
Ζώνη Δ	Δήμου Δράμας

Πίνακας 4: Διαχωρισμός των περιοχών που εδρεύουν τα παντοπωλεία του δείγματος σε κλιματικές ζώνες

Σύμφωνα με τον διαχωρισμό αυτόν, στη Ζώνη Α δραστηριοποιούνται 4 κοινωνικά παντοπωλεία του δείγματος (ποσοστό 17%), στη Ζώνη Β 13 δομές (ποσοστό 57%), στη Ζώνη Γ 5 δομές (ποσοστό 22%) και στη Ζώνη Δ μόνο ένα παντοπωλείο (ποσοστό 4 %). Όπως προκύπτει από το παρακάτω διάγραμμα, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος έχει την έδρα του σε περιοχές της δεύτερης κλιματικής ζώνης, η οποία χαρακτηρίζεται από σχετικά ζεστό κλίμα και αρκετά καλές καιρικές συνθήκες.



Γράφημα 3: Πλήθος των κοινωνικών παντοπωλείων ως προς τις κλιματικές ζώνες των γεωγραφικών περιοχών δραστηριοποίησης

Τυπική περίπτωση

Η τυπική περίπτωση είναι η ζώνη Β, όπου οι καιρικές συνθήκες είναι αρκετά καλές. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι περιοχές όπου έχουν την έδρα τους 13 δομές.

7.3 Ανεργία

Η ανεργία είναι «η περιορισμένη προσφορά και η έλλειψη εργασίας, η δυσαναλογία προσφοράς και ζήτησης εργασίας» (Υδρία Cambridge, 1990). Τα στοιχεία για την εν λόγω μεταβλητή προέρχονται από έκθεση του ΟΑΕΔ.

Άλλη μία διάσταση ενδιαφέροντος αποτελεί και ο δείκτης της ανεργίας στις περιφέρειες (Συνοπτική Έκθεση ΟΑΕΔ, 2016). Συγκεκριμένα, από τον παρακάτω πίνακα δύναται να παρατηρηθούν δύο βασικά στοιχεία: ότι ο πληθυσμός μίας περιφέρειας δεν είναι ανάλογος με τον δείκτη ανεργίας της περιοχής και πως τα μεγαλύτερα ποσοστά ανεργίας σημειώνονται κυρίως στην Βόρεια Ελλάδα.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ – ΑΠΟΚΕΝΤΡΩΜΕΝΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ	ΑΝΕΡΓΙΑ ³⁰ (σε πληθυσμό)	ΑΝΕΡΓΙΑ (σε ποσοστό)	ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ
Μακεδονίας - Θράκης	2.490.290	24,4	Δήμου Ορεστιάδας
Ηπειρού – Δυτικής Μακεδονίας	620.545	27,2	Δήμου Αλεξανδρούπολης Δήμου Δράμας Δήμου Καβάλας Καβάλας
Θεσσαλίας – Στερεάς Ελλάδος	1.280.152	23,9	Δήμου Θήβας Τρικκαίων Δήμου Βόλου
Πελοποννήσου, Δυτικής Ελλάδος και Ιόνιων Νήσων	1.465.554	23,6	Δήμου Άργους
Αττικής	3.828.434	22,6	1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου Δήμου Νέας Ιωνίας Δήμου Ηλιούπολης Δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης Μαραθώνα Δήμου Αγίου Δημητρίου Δήμου Νέας Σμύρνης Δήμου Παλαιού Φαλήρου Δήμου Χαλανδρίου Δήμου Καλλιθέας Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας
Αιγαίου	508.246	15,8	Νάξου
Κρήτης	623.065	20,5	Δήμου Ιεράπετρας Ηρακλείου Κρήτης
ΣΥΝΟΛΟ	10.816.286	23	

Πίνακας 5: Η ανεργία στην Ελλάδα ανά περιφέρεια και η αντιστοιχισή της σε πληθυσμό

Τυπική περίπτωση

Η τυπική περίπτωση συναντάται στα κοινωνικά παντοπωλεία της Αττικής με ποσοστό ανεργίας 22,6%. Σαφώς αυτό το γεγονός απορρέει από τον συνδυασμό του πλήθους των δομών που υπάρχουν στην Αττική με το ποσοστό της ανεργίας που αντιστοιχεί στην περιφέρεια.

³⁰ Οι τιμές είναι σύμφωνα με την τελευταία έκθεση του Νοεμβρίου 2016.

7.4 Αστικότητα

Η αστικότητα των δημοτικών ή κοινοτικών διαμερισμάτων χωρίζεται σε αστική ή αγροτική³¹. Αστικό χαρακτηρίζεται κάθε Δημοτικό ή Κοινοτικό διαμέρισμα του οποίου ο πολυπληθέστερος οικισμός έχει 2000 κατοίκους και άνω, ενώ αντίστοιχα ο αγροτικός έχει λιγότερους από 2000 κατοίκους. Τα στοιχεία για την εν λόγω μεταβλητή προέρχονται από την Απογραφή του 2001.

Δεδομένου ότι όλες οι παραπάνω περιοχές ξεπερνούν τους 2000 κατοίκους, όλες χαρακτηρίζονται ως αστικές περιοχές και στην προκειμένη, αυτή είναι και η τυπική περίπτωση.

³¹ Απογραφή πληθυσμού-κατοικιών Έτους 2001: Έννοιες και ορισμοί, Προσβάσιμο στο: http://www.statistics.gr/documents/20181/1210503/A1602_SAM01_DT_DC_00_2011_03_F_GR.pdf/e1ac0b1c-8372-4886-acb8-d00a5a68aabe, (Πρόσβαση στις 26/2/2017).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΧΡΟΝΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ

Στην εν λόγω περίπτωση, η διαστάση που βρίσκεται στο κέντρο του ενδιαφέροντος είναι η χρονολογία εμφάνισης των κοινωνικών παντοπωλείων, η οποία αποδείχθηκε μέσα από την έρευνα ότι συμπίπτει με τον χρόνο ζωής των εν λόγω δομών.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	ΕΚΚΙΝΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΣ ΖΩΗΣ ³²
1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερασινίου	9/2010 (76)
Δήμου Ορεσιτιάδας	9/2010 (76)
Δήμου Αλεξανδρούπολης	1/2011 (72)
Δήμου Νέας Ιωνίας	12/2011 (61)
Νάξου	1/2012 (60)
Δήμου Θήβας	3/2012 (58)
Τρικκαίων	4/2012 (57)
Δήμου Δράμας	12/2012 (49)
Δήμου Ηλιούπολης	12/2012 (49)
Δήμου Ιεράπετρας	12/2012 (49)
Δήμου Βόλου	1/2013 (48)
Ηρακλείου Κρήτης	1/2013 (48)
Λυκόβρυσης-Πεύκης	1/2013 (48)
Δήμου Μαραθώνα	1/2013 (48)
Δήμου Αγίου Δημητρίου	3/2013 (46)
Δήμου Νέας Σμύρνης	3/2013 (46)
Δήμου Παλαιού Φαλήρου	3/2013 (46)
Δήμου Χαλανδρίου	3/2013 (46)
Καβάλας	10/2013 (39)
Δήμου Καβάλας	11/2013 (38)
Δήμου Άργους	12/2013 (37)
Δήμου Καλλιθέας	12/2013 (37)
Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας	8/2016 (5)

Πίνακας 6: Εκκίνηση λειτουργίας και χρόνος ζωής των κοινωνικών παντοπωλείων σε μήνες

³² Ορίζεται ως μονάδα μέτρησης ο μήνας και ως τελικό χρονικό όριο ο Δεκέμβριος του 2016, φθίνουσα σειρά κατάταξης.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι το χρονικό εύρος σχετικά με την εκκίνηση λειτουργίας των κοινωνικών παντοπωλείων που συμπληρώνουν το τελικό δείγμα της έρευνας είναι από το 2010 μέχρι και το 2016. Περίπου το 78% αυτών έχει ξεκινήσει να λειτουργεί το χρονικό έτος 2012-2013, ενώ μόνο ένα μετράει μόλις πέντε μήνες ζωής, καθώς ιδρύθηκε τον Αύγουστο του 2016. Ακόμη, αξίζει να σχολιαστεί πως δεν φαίνεται να έχει κάποια ιδιαίτερη σχέση η εκκίνηση λειτουργίας και ο χρόνος ζωής των δομών με το ενδεχόμενο να ανήκουν στις δομές εντός ή εκτός Αττικής.

Τυπική περίπτωση

Επικρατέστερη είναι η περίπτωση που σχετίζεται με την εκκίνηση λειτουργίας των δομών την περίοδο 2012-2013. Συγκεκριμένα, 18 δομές λειτουργούν από 37 έως 60 μήνες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9. ΠΡΟΦΙΛ ΕΝΕΡΓΩΝ ΜΕΛΩΝ

9.1 Αναλυτικά στοιχεία

Οι εργαζόμενοι των κοινωνικών παντοπωλείων που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις ήταν όλοι οι υπεύθυνοι των δομών. Η επιλογή αυτή έγινε καθώς ο αρμόδιος υπεύθυνος είναι σε θέση να έχει μια σφαιρική εικόνα για την συνολική λειτουργία της δομής και ενδεχομένως να γνωρίζει διαδικαστικά ζητήματα που ένας άλλος εργαζόμενος να μην γνωρίζει. Οι υπεύθυνοι δέχθηκαν να απαντήσουν σε τρεις κυρίως ερωτήσεις που αφορούν και τους ίδιους σχετικά με τον χρόνο εργασίας τους στην δομή, την ακαδημαϊκή τους κατάρτιση σχετικά με το επάγγελμα που κάνουν και τον γραμματισμό τους σε ΤΠΕ. Παρακάτω ακολουθούν τα προφίλ ενεργών μελών και συγκεκριμένα, των υπευθύνων των εν λόγω κοινωνικών δομών καθώς δεν υπήρχε η δυνατότητα να διαμορφωθούν και τα προφίλ των άλλων εργαζομένων των δομών.

Ο διοικητικός υπάλληλος του κοινωνικού παντοπωλείου **Χαλανδρίου** αποτελεί παράλληλα και ο υπεύθυνος της δομής. Αποτελεί δημότης της περιοχής και εργάζεται στην δομή από το 2013, χρονολογία που συμπίπτει με τον χρόνο έναρξης της λειτουργίας του παντοπωλείου (Μάρτιος του 2013, άρα 46 μήνες). Δεν κατέχει κάποια ακαδημαϊκή εκπαίδευση για την θέση που έχει αναλάβει. Ξέρει να χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των πρωτοβουλιών και προγράμματα που έχει ο υπολογιστής για την καταχώρηση των τροφίμων και των ωφελουμένων. Το προσωπικό απαρτίζεται από 5 άτομα και υπάρχουν εθελοντές που βοηθούν όλες τις κοινωνικές υπηρεσίες.

Στο κοινωνικό παντοπωλείο **Τρικάλων** η Π.Θ. είναι το στέλεχος της τροφοδοσίας της κοινωνικής δομής. Εργάζεται στην δομή τα τελευταία 2,5 χρόνια, δηλαδή περίπου 30 μήνες, ενώ το παντοπωλείο λειτουργεί από τον Απρίλιο του 2012 (57 μήνες). Δηλώνει πως δεν έχει κάποια σχέση με το αντικείμενο της δουλειάς της και πως έχει πτυχίο στην χρήση του υπολογιστή, τον οποίο και χρησιμοποιεί στην εργασία της. Το παντοπωλείο λειτουργεί με δύο άτομα και υπάρχουν ορισμένοι καταγεγραμμένοι εθελοντές που καλούνται όταν υπάρχει ανάγκη.

Η Π.Ε. είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου στο **Παλαιό Φάληρο**. Εργάζεται στην δομή από το 2013, χρονολογία που συμπίπτει με τον χρόνο έναρξης της λειτουργίας του παντοπωλείου (Μάρτιος του 2013, άρα 46 μήνες). Δεν αναφέρθηκε σε κάποια ακαδημαϊκή εκπαίδευση σχετικά με την εργασία της. Έχει αρκετά καλή σχέση με τα προγράμματα του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Τόνισε πως η συγκέντρωση και η διανομή των τροφίμων γίνεται ηλεκτρονικά, αλλά δεν χρησιμοποιεί ιδιαίτερα το facebook για την προώθηση των πρωτοβουλιών της δομής. Λειτουργεί με 5 άτομα και οι εθελοντές

έχουν σχηματίσει μία ομάδα για να είναι σε θέση να βοηθούν την δομή αφού καταχωρούνται στο μητρώο των εθελοντών του δήμου.

Υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου της **Ορεστιάδας** είναι η Α.Μ. Ανέλαβε τα εν λόγω καθήκοντά της στην δομή τον Απρίλιο του 2016, ενώ η δομή ξεκίνησε να λειτουργεί τον Σεπτέμβριο του 2010 (76 μήνες). Δηλώνει πως γενικά δεν έχει σπουδάσει κάτι συγκεκριμένο και πως κάνει χρήση των ψηφιακών μέσων και του υπολογιστή γενικότερα όσο τα χρειάζεται για την δουλειά της. Το παντοπωλείο λειτουργεί με 2 άτομα και εθελοντές έρχονται απλά και βοηθάνε χωρίς να είναι σε κάποια ομάδα οργανωμένοι.

Η Κ.Ε. αποτελεί η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου της **Νέας Σμύρνης** και δεν αποτελεί δημότης της προαναφερθείσας αθηναϊκής περιοχής. Γύρω στους οχτώ μήνες εργάζεται στην δομή καθώς βρίσκεται υπό το καθεστώς σύμβασης ορισμένου χρόνου και για την πρόσληψή της είναι αρμόδια η ΜΚΟ που συνεργάζεται με τον δήμο για λογαριασμό της συγκεκριμένης κοινωνικής δομής. Από την άλλη, το παντοπωλείο ξεκίνησε να λειτουργεί τον Μάρτιο του 2013 (46 μήνες) και οι δύο χρονολογίες δεν συμπίπτουν. Αναφέρει πως δεν έχει σπουδάσει κάτι συναφές με την τρέχουσα εργασία της. Είναι σε θέση να χρησιμοποιήσει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των πρωτοβουλιών. Αν και γενικότερα δεν έγινε κάποια εκπαίδευση στο προσωπικό της δομής, θεωρείται δεδομένο ότι θα γίνει χρήση των νέων τεχνολογιών για την προβολή των δράσεων. Η δομή λειτουργεί με 5 άτομα και την τρέχουσα περίοδο δεν υπάρχουν εθελοντές.

Ιδιαίτερη περίπτωση αποτελεί ο Κ.Δ., ο υπεύθυνος του κοινωνικού παντοπωλείου της **Νέας Ιωνίας**, αφού είναι εθελοντής και δεν πληρώνεται για την εργασία που προσφέρει. Αποτελεί δημότης της περιοχής και ξεκίνησε να βοηθάει την δομή από την πρώτη ημέρα που ξεκίνησε να λειτουργεί (Δεκέμβριος του 2011, άρα 61 μήνες). Δηλώνει πως δεν έχει σπουδάσει, αλλά τόσα χρόνια που είναι στην δομή έχει αποκτήσει μεγάλη πείρα. Δεν χρησιμοποιεί καθόλου ηλεκτρονικά προγράμματα ή μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η δομή δεν έχει σταθερό προσωπικό και λειτουργεί με 150 εθελοντές.

Η Ζ.Μ. είναι η κοινωνική λειτουργός της δομής που εδρεύει στον **Μαραθώνα**. Αποτελεί δημότης της περιοχής και εργάζεται σε αυτήν από τότε που ιδρύθηκε το παντοπωλείο (Ιανουάριος του 2013, άρα 48 μήνες). Ως κοινωνική λειτουργός, διαθέτει πτυχίο παρόμοιας ακαδημαϊκής εκπαίδευσης, ενώ χαρακτηρίζει την σχέση της με τις νέες τεχνολογίες και τα ψηφιακά μέσα καλή, αφού χρησιμοποιεί το blog του παντοπωλείου και την ομάδα στο facebook για την προώθηση των δράσεων. Το παντοπωλείο λειτουργεί με 5 εργαζόμενους και όταν υπάρχει ανάγκη, φωνάζουν κάποιους εθελοντές.

Ο υπεύθυνος και κοινωνικός λειτουργός του κοινωνικού παντοπωλείου της **Μάνδρας-Ειδυλλίας** ακούει στο όνομα Α.Μ. Δεν αποτελεί δημότης της περιοχής στην οποία εργάζεται και ανέλαβε τα εν λόγω καθήκοντα τον Αύγουστο του 2016, το ίδιο

διάστημα που ξεκίνησε η λειτουργία της δομής (5 μήνες). Διαθέτει πτυχίο συναφές με το επάγγελμά του και όσον αφορά τα ηλεκτρονικά μέσα, χρησιμοποιεί το e-mail ή το site του δήμου για να επικοινωνήσει τις δράσεις της δομής. Η βάση για τους ωφελούμενους είναι αποθηκευμένη στον υπολογιστή. Το προσωπικό απαρτίζεται από 3 άτομα, ενώ έρχονται και βοηθάνε τόσο εθελοντές όσο και υπάλληλοι του δήμου από άλλα τμήματα.

Η κυρία Ζ. είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου της **Λυκόβρυσης-Πεύκης** και δημότης της περιοχής. Εργάζεται στην δομή από το 2013, γεγονός που συμπίπτει με την έναρξη λειτουργίας της δομής (Ιανουάριος 2013, 48 μήνες). Δεν έχει σπουδάσει κάτι και δηλώνει πως χρησιμοποιεί κυρίως το site του δήμου για την προώθηση των δράσεων. Το σταθερό προσωπικό αποτελείται από 4 άτομα και υπάρχουν εθελοντές που βοηθούν όταν υπάρχει ζήτηση.

Υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου **Ιεράπετρας** είναι η Χ.Κ., η οποία αποτελεί και δημότης της εν λόγω κρητικής περιοχής. Δηλώνει εθελόντρια και παράλληλα συντονίστρια-διαχειρίστρια της κοινωνικής δομής. Η εν λόγω εργασία της ξεκίνησε τον Δεκέμβριο του 2012, μαζί με την λειτουργία του παντοπωλείου (49 μήνες). Το γνωστικό της αντικείμενο δεν συμπίπτει με την απασχόλησή της και ασχολείται με τις νέες τεχνολογίες και τα ψηφιακά μέσα, εφ' όσον βοηθάνε το προσωπικό για την ομαλή λειτουργία της δομής. Οι γνώσεις της, ωστόσο, σχετικά με τον υπολογιστή, δεν είναι εξειδικευμένες. Η δομή λειτουργεί με δύο άτομα και δεν υπάρχουν μόνιμοι εθελοντές, αλλά κάποιοι που έρχονται και βοηθάνε όταν υπάρχει ανάγκη.

Εκτός από υπεύθυνη της δομής, η Μ.Π. είναι η κοινωνική λειτουργός του γραφείου κοινωνικής πρόνοιας του δήμου **Θήβας**. Αποτελεί η ίδια δημότης της περιοχής και ξεκίνησε να εργάζεται στο κοινωνικό παντοπωλείο τον Μάρτιο του 2012, χρονολογία που συμπίπτει με την έναρξη της λειτουργίας της δομής (58 μήνες). Διαθέτει την ανάλογη ακαδημαϊκή κατάρτιση για την συγκεκριμένη απασχόλησή της και δηλώνει πως γενικά χρησιμοποιεί τον υπολογιστή για την καταχώρηση των ωφελουμένων και τα μέσα για την προβολή των δράσεων. Λειτουργεί με δύο άτομα και οι καταγεγραμμένοι εθελοντές βοηθούν όταν υπάρχει ανάγκη.

Κοινωνικός λειτουργός του κοινωνικού παντοπωλείου του **Ηρακλείου** είναι ο Κ.Δ. Είναι δημότης της περιοχής και απασχολείται στην δομή από τον Ιανουάριο του 2013, από τότε που ξεκίνησε το παντοπωλείο (48 μήνες). Το γνωστικό του αντικείμενο και η εκπαιδευτική του κατάρτιση συμπίπτει με την εργασία του και τονίζει πως όλη η δουλειά της δομής στηρίζεται στον ηλεκτρονικό υπολογιστή. Έχει αρκετά καλή σχέση με τις νέες τεχνολογίες. Χρησιμοποιεί το e-mail, το skype, ειδικά αν χρειαστεί στην περίπτωση μεταναστών, καθώς συνεργάζεται με τον οργανισμό Μετανάστευσης για τις διαδικασίες επαναπατριsmού. Όλη η βάση του παντοπωλείου είναι καταχωρημένη στο Access. Η δομή λειτουργεί με 2 άτομα και υπάρχουν εθελοντές που είναι καταγεγραμμένοι για τις ανάγκες της δομής.

Η κυρία Κ. είναι η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου της **Ηλιούπολης** Αττικής. Είναι η μοναδική υπάλληλος της δομής, καθώς όλοι οι υπόλοιποι είναι εθελοντές. Αποτελεί δημότης της περιοχής και απασχολείται στην δομή από το Δεκέμβριο του 2012, όταν ιδρύθηκε και το παντοπωλείο (49 μήνες). Δεν έχει κάποια σχετική ακαδημαϊκή κατάρτιση, όμως έχει μεγάλη εμπειρία στον χώρο αφού είναι επιμελήτρια πρόνοιας από το 1989. Για όλη την δουλειά του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα προγράμματα του υπολογιστή. Οι δικαιούχοι είναι καταχωρημένοι σε μια βάση όπου υπάρχουν τα έγγραφά τους και οι αιτήσεις που έχουν ήδη εγκριθεί. Χαρακτηρίζει καλή την σχέση της με το facebook. Το παντοπωλείο λειτουργεί με έναν εργαζόμενο και υπάρχουν 2-3 εθελοντές που έχουν δηλώσει στον δήμο ότι θέλουν να βοηθήσουν και έχουν αρμοδιότητες όπως την οργάνωση της αποθήκης και την ετοιμασία των πακέτων προς διανομή.

Υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου της **Δράμας** είναι η Σ.Α. Αποτελεί δημότης της περιοχής και εργάζεται στην δομή από τότε που ξεκίνησε να λειτουργεί, δηλαδή τον Δεκέμβριο του 2012 (49 μήνες). Δεν αναφέρθηκε στην ακαδημαϊκή της κατάρτιση, ενώ όσον αφορά τις νέες τεχνολογίες, τονίζει πως χρησιμοποιεί την σελίδα του δήμου και το facebook για την προβολή των δράσεων. Η βάση του παντοπωλείου είναι περασμένη σε Excel και χαρακτηρίζει ως βασικά εργαλεία τις νέες τεχνολογίες για δομές παρόμοιες με αυτή. Η δομή έχει τρεις εργαζόμενους και υπάρχουν και εθελοντές όταν υπάρχει ανάγκη.

Ο Σ.Π. είναι ένας εκ των υπαλλήλων γενικών καθηκόντων του κοινωνικού παντοπωλείου του **δήμου Καβάλας**. Είναι κάτοικος και δημότης της περιοχής και αποτελεί ένας εκ των πρώτων συμβασιούχων του παντοπωλείου με πρόσληψη το Νοέμβριο του 2013, όταν και ιδρύθηκε η δομή (38 μήνες). Σε ακαδημαϊκό επίπεδο, δεν έχει κάποια σχέση με την δουλειά που έχει αναλάβει και σχετικά με τις νέες τεχνολογίες, δηλώνει πως ασχολείται και τις χρησιμοποιεί για την λειτουργία της δομής. Το προσωπικό απαρτίζεται από 4 άτομα και δεν υπάρχουν εθελοντές.

Ο υπεύθυνος του κοινωνικού παντοπωλείου του **Βόλου** αποτελεί έναν εκ των δύο εργαζομένων της δομής. Είναι δημότης της περιοχής και εργάζεται στην δομή περίπου τρία χρόνια, με το παντοπωλείο να μετράει 48 μήνες λειτουργία (Ιανουάριος του 2013). Δηλώνει πως έχει πτυχίο μαγειρικής, κάτι το οποίο θεωρητικά σχετίζεται με το αντικείμενο του παντοπωλείου, και δηλώνει πως χρησιμοποιεί αρκετά τα ψηφιακά μέσα. Χρησιμοποιεί το facebook της δομής και το site του δήμου για την προβολή των πρωτοβουλιών. Το προσωπικό απαρτίζεται από δύο άτομα και οι εθελοντές είναι γραμμένοι στο σύστημα εθελοντών του δήμου.

Αιρετή υπεύθυνη για την διαχείριση του κοινωνικού παντοπωλείου στο **Άργος** είναι η Σ.Σ. Αποτελεί δημότη της περιοχής και απασχολείται στην δομή από τότε που ξεκίνησε, δηλαδή από τον Δεκέμβριο του 2013 (37 μήνες). Δηλώνει πως δεν έχει πτυχίο σχετικό με την εργασία της και πως χρησιμοποιεί το facebook, ιστοσελίδες και το e-mail

για την προώθηση των δράσεων. Η δομή λειτουργεί με δύο εργαζόμενους και όταν υπάρχει ανάγκη, βοηθούν οι πρόσκοποι.

Η Τ.Α. είναι μία εκ των τεσσάρων εργαζομένων του κοινωνικού παντοπωλείου της **Αλεξανδρούπολης**. Είναι δημότης της περιοχής και εργάζεται στην δομή από το 2012, παρόλο που το παντοπωλείο ξεκίνησε την λειτουργία του τον Ιανουάριο του 2011 (72 μήνες). Δεν έχει κάποια ακαδημαϊκή κατάρτιση σχετική με την εργασία της και χαρακτηρίζει ως πολύ καλή την σχέση της με τα ψηφιακά μέσα αφού τα χρησιμοποιεί συχνά. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιεί την ιστοσελίδα του δήμου και το facebook για την προβολή των δράσεων. Το παντοπωλείο λειτουργεί με 4 εργαζόμενους και οι εθελοντές είναι καταγεγραμμένοι στο μητρώο του δήμου.

Η υπεύθυνη της κοινωνικής δομής στον **Άγιο Δημήτριο** είναι η διοικητική υπάλληλος του παντοπωλείου. Είναι δημότης της περιοχής, έχει τελειώσει Διοίκηση Επιχειρήσεων και το μεταπτυχιακό της συνάδει με την δουλειά που έχει ως διοικητική υπάλληλος. Αποτελεί μέλος του παντοπωλείου από τότε που ξεκίνησε να λειτουργεί, δηλαδή από τον Μάρτιο του 2013 (46 μήνες). Θεωρεί ότι η σχέση της με τις νέες τεχνολογίες είναι πολύ καλή, αν και στην εν λόγω εργασία περισσότερο με τα social media ασχολούνται οι εργαζόμενοι των γενικών καθηκόντων. Το προσωπικό απαρτίζεται από 5 άτομα, ενώ ο δήμος έχει αναπτύξει το Δίκτυο Εθελοντών, το οποίο συγκεντρώνεται μία φορά τον μήνα και οργανώνει την δράση του.

Ο Κ.Γ. είναι ο διοικητικός υπάλληλος του κοινωνικού παντοπωλείου της **Καβάλας**. Είναι κάτοικος και δημότης της περιοχής και αποτελεί ένας εκ των πρώτων συμβασιούχων του παντοπωλείου με πρόσληψη το Νοέμβριο του 2013, όταν και ιδρύθηκε η δομή (38 μήνες). Σε ακαδημαϊκό επίπεδο, δεν έχει κάποια σχέση με την δουλειά που έχει αναλάβει και σχετικά με τις νέες τεχνολογίες, δηλώνει πως ασχολείται και τις χρησιμοποιεί για την λειτουργία της δομής. Όσον αφορά τουπόλοιπο προσωπικό, τόνισε ότι το παντοπωλείο λειτουργεί με 3 άτομα και δεν έχει εθελοντές.

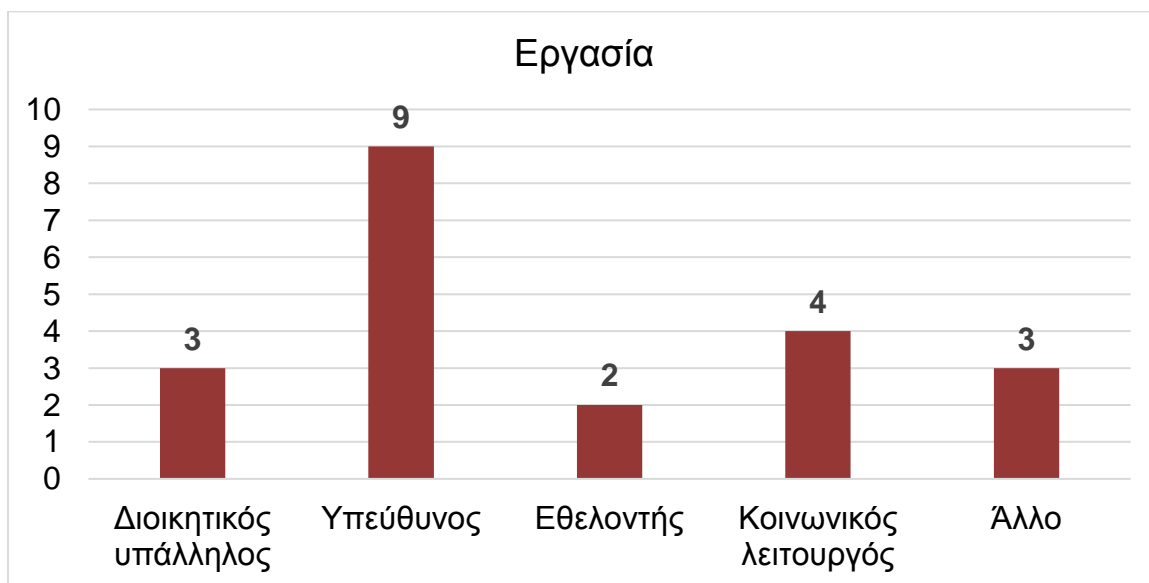
Τελευταία περίπτωση που διαφέρει περισσότερο από τις άλλες είναι το κοινωνικό παντοπωλείο του **1^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου**. Υπεύθυνος της δομής είναι ο διευθυντής του σχολείου, ο Σ.Ε. Εκείνος ευθύνεται για την ίδρυση του παντοπωλείου εντός του σχολικού χώρου και το εγχείρημα ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 2010 (76 μήνες). Ο ίδιος είναι δάσκαλος, επομένως διαθέτει ακαδημαϊκή κατάρτιση. Όσον αφορά τις νέες τεχνολογίες, δηλώνει πως για την δουλειά του παντοπωλείου και την προβολή των δράσεων χρησιμοποιεί μόνο την διαδικτυακή πλατφόρμα «Μπορούμε» και όχι το facebook ή κάποια άλλη ιστοσελίδα καθώς το σχολείο διαθέτει παιδιά με ειδικές ανάγκες και ο χειρισμός οφείλει να είναι πιο λεπτός και προσεκτικός. Μόνιμοι εργαζόμενοι δεν υπάρχουν, ενώ οι εθελοντές είναι παράλληλα και δικαιούχοι.

9.2 Αποτελέσματα

Όπως μπορούμε να διαπιστώσουμε από τα παραπάνω, τα οποία έχουν εξαχθεί από τα λεγόμενα των συνεντευξιαζόμενων, το πρώτο πράγμα που γίνεται αντιληπτό είναι πως κάποιιοι έχουν προσληφθεί για το κοινωνικό παντοπωλείο εξ αρχής για να αναλάβουν τις ευθύνες του υπεύθυνου της δομής, ενώ υπάρχουν και εκείνοι, οι οποίοι παράλληλα με τις ευθύνες του διαχειριστή, έχουν αναλάβει και άλλο πόστο μέσα στην δομή.

Εργασιακή σχέση υπεύθυνων

Η εργασία στην προκειμένη περίπτωση αφορά το είδος της απασχόλησης με το οποίο προσλήφθηκαν επισήμως οι υπεύθυνοι των δομών υπό εξέταση. Η κωδικοποίηση προέρχεται από τα δεδομένα των συνεντεύξεων και οι κατηγορίες είναι οι εξής: διοικητικός υπάλληλος, υπεύθυνος του κοινωνικού παντοπωλείου, εθελοντής, κοινωνικός λειτουργός και μία γενικού περιεχομένου. Να σημειωθεί ότι η εν λόγω υπομεταβλητή αφορά μόνο την εργασία των υπεύθυνων. Συνεπώς, στην κατηγορία «υπεύθυνος» συμπεριλαμβάνονται όσοι έχουν σύμβαση με τίτλο «υπεύθυνος του παντοπωλείου» ή ενδέχεται να μην θέλησαν να αποκαλύψουν περισσότερες λεπτομέρειες για την εργασιακή τους απασχόληση.



Γράφημα 4: Απεικόνιση του επαγγέλματος των ατόμων που έχουν αναλάβει την διαχείριση των κοινωνικών παντοπωλείων³³

³³ Να σημειωθεί πως στην κατηγορία «υπεύθυνος» είναι τα άτομα που δεν έχουν αναλάβει κανένα άλλο πόστο στην δομή πέρα από αυτό.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Στο παραπάνω διάγραμμα, φαίνεται ότι από τα 21 κοινωνικά παντοπωλεία, μόνο την δουλειά του συντονιστή έχουν αναλάβει οι εννέα υπεύθυνοι (ποσοστό επί του δείγματος 43%). Επικρατέστερη κατηγορία που ακολουθεί είναι ο κοινωνικός λειτουργός με 4 επιστήμονες αυτού του τομέα να έχουν αναλάβει και τις αρμοδιότητες του υπεύθυνου (ποσοστό 19%), γεγονός που είναι εύλογο αν λάβουμε υπόψη πως πρόκειται για κοινωνικές δομές. Τρία άτομα έχουν προσληφθεί ως διοικητικοί υπάλληλοι (ποσοστό 14%), ενώ δύο εκ των 21 είναι εθελοντές (ποσοστό 10%), δεν πληρώνονται και έχουν αναλάβει την θέση της διαχείρισης της δομής. Στην τελευταία κατηγορία συμπεριλαμβάνεται ένα στέλεχος τροφοσίας, ένας υπάλληλος γενικών καθηκόντων και ο διευθυντής του σχολείου.

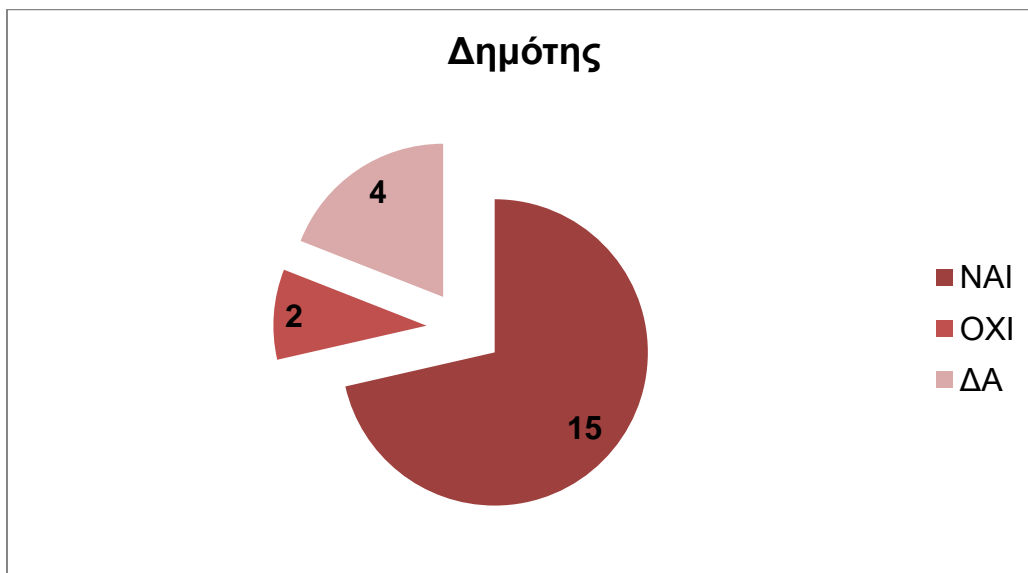
Τυπική περίπτωση

Με σαφέστατο προβάδισμα, η κατηγορία που ξεχωρίζει είναι του υπεύθυνου της δομής. Επομένως, το 43% από τους συντονιστές των δομών έχουν προσληφθεί ως υπεύθυνος της δομής και δεν έχουν αναλάβει άλλη αρμοδιότητα.

Το ενδεχόμενο οι υπεύθυνοι να είναι δημότες της περιοχής του παντοπωλείου

Ακόμη, οι συνεντευξιαζόμενοι μίλησαν σχετικά με το αν είναι δημότες της περιοχής στην οποία εργάζονται. Να υπογραμμιστεί εκ των προτέρων πως αν κάποιος είναι δημότης ή ακόμα και κάτοικος μιας περιοχής, είναι σε θέση να γνωρίζει την κατάσταση που επικρατεί στην περιοχή, ενδεχομένως και να έχει μία δική του άποψη για πιθανά προβλήματα. Συνεπώς, μπορεί να έχει ένα πλεονέκτημα περισσότερο όσον αφορά την διαχείριση μίας κοινωνικής δομής από εκείνον που δεν έχει καμία άλλη σχέση με την περιοχή παρά μόνο εργασιακή.

Η έννοια του δημότη διαφέρει από την αντίστοιχη του κάτοικου αφού ο πρώτος είναι εγγεγραμμένος στα μητρώα ενός δήμου, ενώ ο δεύτερος κατοικεί στην περιοχή χωρίς να έχει δικαίωμα να ψηφίσει εκεί. Η κωδικοποίηση προέρχεται από τα δεδομένα των συνεντεύξεων και οι κατηγορίες είναι οι εξής: ναι, όχι και «Δεν απαντώ».



Γράφημα 5: Ποσοστά που αφορούν το ενδεχόμενο οι υπεύθυνοι να αποτελούν δημότες της περιοχής στην οποία εργάζονται και εδρεύει το παντοπωλείο

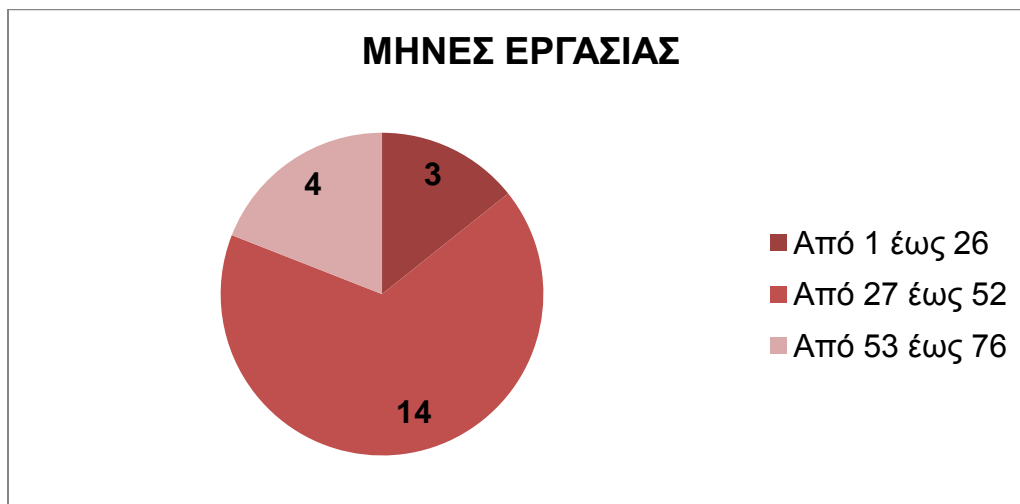
Από τους 21 υπεύθυνους των κοινωνικών παντοπωλείων, οι 15 αποτελούν δημότες της περιοχής όπου εργάζονται (ποσοστό 71%), ποσοστό πολύ υψηλό, αν λάβουμε υπόψη το πλήθος του δείγματος. Στην ερώτηση που αφορούσε το εν λόγω αντικείμενο δεν απάντησαν ξεκάθαρα οι τέσσερις (19%), ενώ δύο υπεύθυνοι (ποσοστό 10%), συγκεκριμένα της Νέας Σμύρνης και της Μάνδρας-Ειδυλλίας δεν αποτελούν δημότες των περιοχών στις οποίες εργάζονται.

Τυπική περίπτωση

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος αποτελούν δημότες της περιοχής στην οποία εργάζονται.

Εργασιακή ηλικία των υπεύθυνων των δομών

Ένα άλλο στοιχείο που μπορούμε να εξάγουμε από τις συνεντεύξεις είναι τον χρόνο εργασιακής απασχόλησης των υπεύθυνων των δομών. Ο εν λόγω χρόνος σχετίζεται με τον χρόνο που εργάζονται οι αρμόδιοι υπεύθυνοι στα κοινωνικά παντοπωλεία. Η κωδικοποίηση έγινε με βάση τα δεδομένα των συνεντεύξεων και για ευκολία τόσο στην κατανόηση όσο και την επεξεργασία των δεδομένων τέθηκε ως μονάδα μέτρησης ο μήνας. Οι κατηγορίες είναι οι εξής: εργασία από 1 έως 26 μήνες, από 27 έως 52 μήνες και από 53 έως 76 μήνες.



Γράφημα 6: Καταγραφή του χρόνου εργασίας των υπεύθυνων στις δομές

Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται το χρονικό διάστημα που οι εργαζόμενοι των δομών βρίσκονται και δουλεύουν σε αυτές. Οι περισσότεροι εξ αυτών (14, ποσοστό 67%) απάντησαν πως εργάζονται στα παντοπωλεία από 27 έως 52 μήνες, δηλαδή περίπου από 2,5 μέχρι και 4,5 χρόνια, οι 4 ανέφεραν πως δουλεύουν από 53 έως 76 μήνες (ποσοστό 19%), δηλαδή από 4,5 έως 6,5 έτη, ενώ μόνο τρεις εργαζόμενοι είπαν πως η εργασία τους περιορίζεται κοντά στους 26 μήνες (ποσοστό 14%), λιγότερο δηλαδή από 2,5 χρόνια.

Τυπική περίπτωση

Το 67% των υπεύθυνων εργάζεται στις δομές από 27 έως 52 μήνες, δηλαδή από 2,5 μέχρι και 4,5 χρόνια.

Σχέση χρόνου λειτουργίας δομής με εργασιακή ηλικία των υπεύθυνων

Δεδομένου ότι γνωρίζουμε τον χρόνο εκκίνησης λειτουργίας των παντοπωλείων και την χρονική διάρκεια της εργασίας των υπεύθυνων στις δομές, μπορεί να γίνει αντιληπτό εάν οι δύο μεταβλητές συμπίπτουν σε κάποιες περιπτώσεις. Η εν λόγω υπομεταβλητή αφορά την σχέση που ενδέχεται να έχει ο χρόνος εκκίνησης λειτουργίας της δομής με τον χρόνο εργασίας του υπεύθυνου στον συγκεκριμένο εργασιακό χώρο. Η κωδικοποίηση πάλι προέρχεται από τα λεγόμενα των συνεντευξιαζόμενων και οι κατηγορίες είναι οι εξής: αναλογία και δυσαναλογία.



Γράφημα 7: Σχέση χρόνου εκκίνησης της λειτουργίας των παντοπωλείων με χρόνο εργασίας των υπεύθυνων

Σε αυτή την περίπτωση φαίνεται πως περίπου το 71% των εργαζομένων συνεχίζει να εργάζεται στο κοινωνικό παντοπωλείο, στοιχείο το οποίο μπορεί να συσχετιστεί με το πιο πάνω διάγραμμα, αφού 14 δουλεύουν από 2,5 έως και 4,5 χρόνια και 15 δουλεύουν στην δομή από τότε που ξεκίνησε να λειτουργεί. Από την άλλη, μόλις έξι εργαζόμενοι (ποσοστό 29%) τόνισαν πως η συγκεκριμένη εργασία τους δεν σχετίζεται με την ίδρυση του παντοπωλείου. Συνεπώς, το μεγάλο ποσοστό που βρέθηκε στην αναλογία χρόνου λειτουργίας του παντοπωλείου και εργασίας του αρμόδιου υπεύθυνου είναι πολύ σημαντικό και ενδέχεται να οδηγήσει σε περαιτέρω παρατηρήσεις σχετικά με την εμπειρία των εν λόγω ατόμων και την σωστή λειτουργία της δομής.

Τυπική περίπτωση

Σαφέστατα η τυπική περίπτωση είναι η αναλογία χρόνου λειτουργίας της δομής με την εργασιακή απασχόληση των υπεύθυνων.

Συνάφεια πτυχίου με εργασιακό αντικείμενο

Οι συνεντευξιαζόμενοι αναφέρθηκαν ακόμα και στην ακαδημαϊκή τους κατάρτιση. Συγκεκριμένα, ερωτήθηκαν αν διαθέτουν κάποιο πτυχίο και αν σχετίζεται με το αντικείμενο της εργασίας του. Να σημειωθεί πως στην προκειμένη περίπτωση, συναφές αντικείμενο με την εργασία που επιτελείται σε ένα κοινωνικό παντοπωλείο θεωρείται για

παράδειγμα η δουλειά του κοινωνικού λειτουργού, ο τεχνολόγος τροφίμων ή ακόμα και η διοίκηση επιχειρήσεων καθώς η δομή αποτελεί έναν χώρο που χρήζει διαχείρισης και ελέγχου. Οι κατηγορίες έγιναν με βάση τα λεγόμενα των υπεύθυνων.



Γράφημα 8: Συνάφεια πτυχίου των υπεύθυνων με την εργασία τους

Οι υπεύθυνοι 14 κοινωνικών δομών (ποσοστό 67%) απάντησαν πως δεν υπάρχει καμία συνάφεια ανάμεσα στην ακαδημαϊκή τους κατάρτιση και την τωρινή εργασία τους, ενώ μόλις το 1/3 (ποσοστό 33%) επιβεβαίωσε την εν λόγω συνάφεια. Συγκεκριμένα, τέσσερις υπεύθυνοι είναι κοινωνικοί λειτουργοί και τρεις έχουν αποφοιτήσει από σχολή μαγειρικής, διοίκησης επιχειρήσεων και παιδαγωγικού.

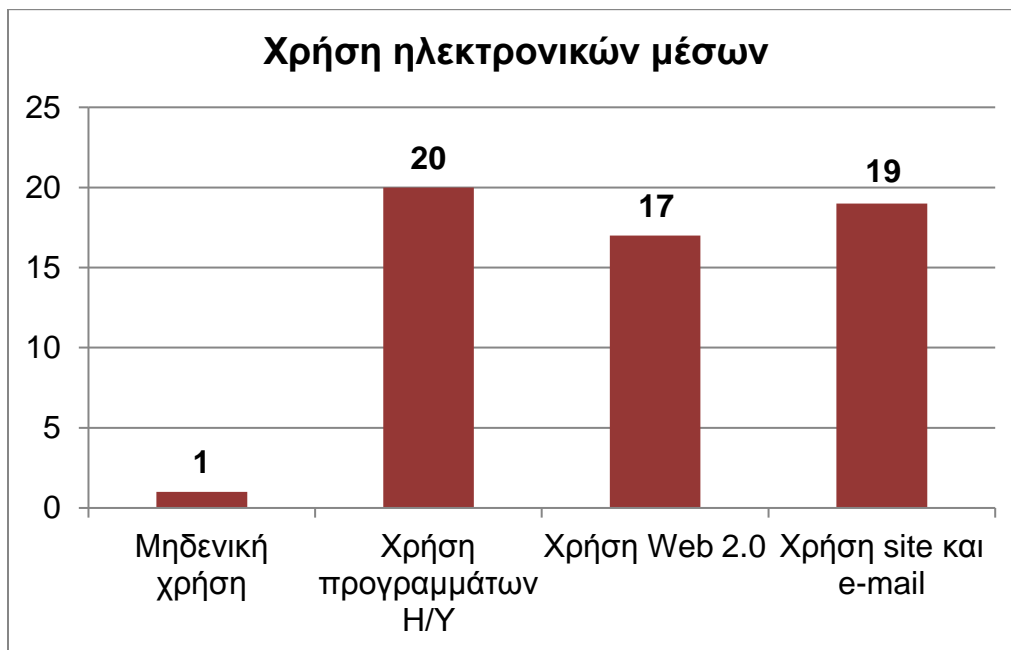
Τυπική περίπτωση

Τα 2/3 των υπεύθυνων δεν έχει σπουδάσει κάτι συναφές με το τωρινό εργασιακό τους αντικείμενο.

Γραμματισμός σε ΤΠΕ

Ένα στοιχείο ακόμα που μπορούμε να υπογραμμίσουμε όσον αφορά το προφίλ των υπεύθυνων είναι ο γραμματισμός σε ΤΠΕ μέσω της χρήσης των νέων τεχνολογιών και των ψηφιακών μέσων. Η συγκεκριμένη υπομεταβλητή σχετίζεται με τις γνώσεις που

έχουν οι ιθύνοντες των δομών στις τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας. Η κωδικοποίηση απορρέει από τα δεδομένα των συνεντεύξεων και οι κατηγορίες είναι οι εξής: χρήση site και e-mail, χρήση Web 2.0, χρήση προγραμμάτων του υπολογιστή και μηδενική χρήση.



Γράφημα 9: Χρήση των ηλεκτρονικών μέσων από τους υπεύθυνους των δομών

Σχετικά με την κατανόηση του παραπάνω διαγράμματος:

- Μηδενική χρήση: Δεν χρησιμοποιεί ούτε ηλεκτρονικά προγράμματα όπως Excel και Word για την καταχώρηση των ωφελούμενων, ούτε facebook, κάποιο site ή e-mail για την προώθηση των δράσεων.
- Χρήση προγραμμάτων Ηλεκτρονικού Υπολογιστή: Χρήση προγραμμάτων για την βελτίωση της λειτουργίας του παντοπωλείου όπως Excel, Word ή Powerpoint.
- Χρήση Web 2.0: Δηλαδή χρησιμοποιεί πλατφόρμες επικοινωνίας όπως το facebook, το twitter ή το skype.
- Χρήση site και e-mail: Σε αυτή την περίπτωση, προωθεί τα θέματα είτε στην ιστοσελίδα ενός δήμου με τον οποίο συνεργάζεται είτε σε site τρίτων, όπως τοπικής δημοσιογραφίας. Ακόμη, γίνεται χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την επικοινωνία με άλλους φορείς και την προώθηση των δράσεων.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Φαίνεται ότι η χρήση των ηλεκτρονικών μέσων γενικότερα επικρατεί στην εν λόγω κατηγορία. Τουλάχιστον οι υπεύθυνοι 17 δομών (ποσοστό 81%) χρησιμοποιούν το μεγαλύτερο μέρος των ηλεκτρονικών και ψηφιακών μέσων, είτε πρόκειται για εργαλεία είτε για πλατφόρμες επικοινωνίας. Μόλις ένα παντοπωλείο από τα 21 απάντησε πως χαρακτηρίζεται από μηδενική χρήση των εν λόγω τεχνολογιών (το παράδειγμα της Νέας Ιωνίας), καθώς καταγράφει γραπτώς ό, τι έχει σχέση με το παντοπωλείο και η προώθηση γίνεται με άλλα μέσα καθόλου ηλεκτρονικά.

Τυπική περίπτωση

Η πλειονότητα των υπεύθυνων χρησιμοποιεί στο πλαίσιο της λειτουργίας των δομών τα βασικά εργαλεία που έχει ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής όπως Excel, Word ή Powerpoint.

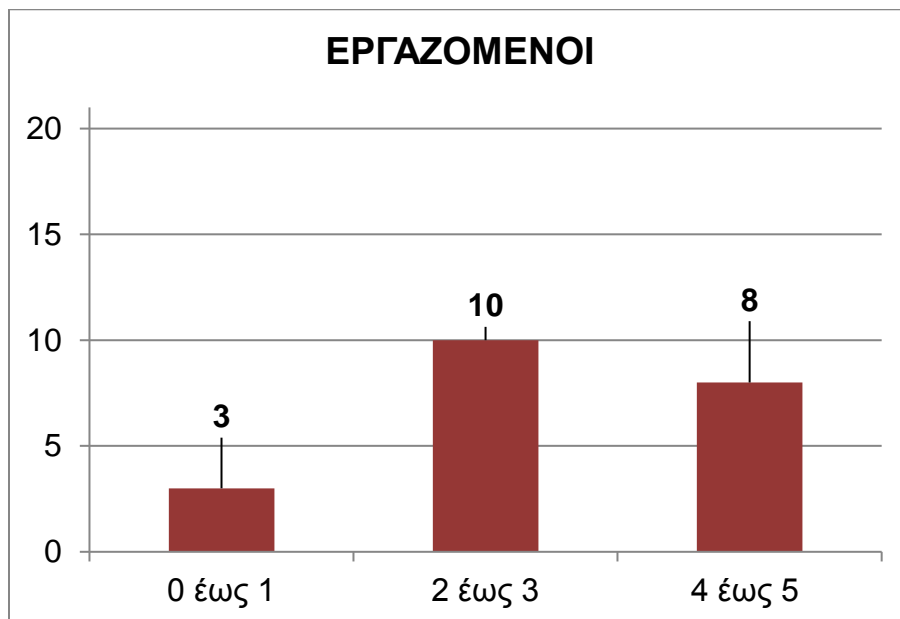
Δείκτης κινητικότητας των υπεύθυνων

Παράλληλα, λαμβάνοντας υπόψη τον χρόνο λειτουργίας των δομών της έρευνας, υπάρχει η δυνατότητα να βρεθεί ο δείκτης κινητικότητας του προσωπικού. Συγκεκριμένα, ο μέσος όρος της υπηρεσιακής ηλικίας των 21 συνεντευξιζόμενων αγγίζει τους 43 μήνες, ενώ ο μέσος όρος ηλικίας των 21 δομών πλησιάζει τους 50 μήνες. Άρα, το ποσοστό που βγαίνει από την διαίρεση των δύο παραπάνω είναι 0,0086%, στοιχείο που δεν οδηγεί σε κάποιο σχολιασμό, καθώς εύλογα η εργασιακή ηλικία των υπεύθυνων είναι μικρότερη από την ηλικία των ίδιων των παντοπωλείων.

Προσωπικό

Από τα λίγα στοιχεία που δύναται να υπογραμμιστούν γενικότερα για το προσωπικό είναι το πλήθος των εργαζομένων, δηλαδή όσων απασχολούνται με σύμβαση ή αποτελούν μόνιμο προσωπικό της δομής. Η κωδικοποίηση έγινε με βάση τα δεδομένα των συνεντεύξεων και οι κατηγορίες είναι τρεις: 0 έως 1 εργαζόμενο, 2 έως 3 εργαζόμενους και 4 έως 5 εργαζόμενους.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων



Γράφημα 10: Το πλήθος των εργαζόμενων στις δομές

Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται πόσοι εργαζόμενοι στελεχώνουν τα 21 κοινωνικά παντοπωλεία που ερευνήθηκαν. Συγκεκριμένα, τρία παντοπωλεία (ποσοστό 14%) λειτουργούν έχοντας έναν μέχρι και κανέναν εργαζόμενο, ενώ δέκα δομές (ποσοστό 48%) λειτουργούν με 2 ή 3 άτομα. Σε σχέση με τις δύο προηγούμενες κατηγορίες, πολυπληθές προσωπικό έχουν οχτώ δομές (ποσοστό 38%) καθώς λειτουργούν με 4 ή 5 εργαζόμενους.

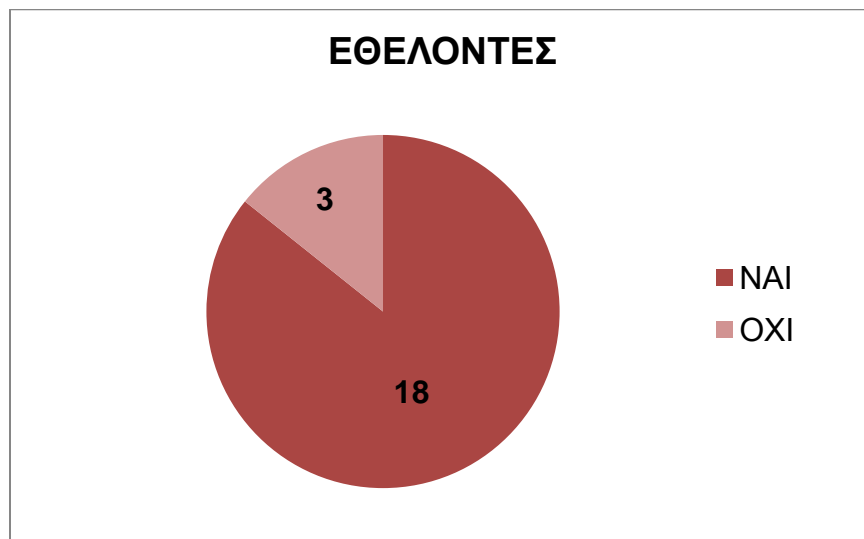
Τυπική περίπτωση

Σήμερα τα παντοπωλεία λειτουργούν με προσωπικό που απαρτίζεται από 2 ή 3 άτομα.

Εθελοντές

Ένα άλλο σημαντικό κομμάτι των σύγχρονων κοινωνικών παντοπωλείων είναι οι εθελοντές. Εθελοντής είναι κάποιος που προσφέρει τις υπηρεσίες του, συνήθως για κάποιο κοινωφελή σκοπό. Η κωδικοποίηση έγινε με βάση τα δεδομένα των συνεντεύξεων.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων



Γράφημα 11: Απεικόνιση των απαντήσεων στην ερώτηση «Αν οι δομές έχουν εθελοντές:»

Από το παραπάνω διάγραμμα προκύπτει ότι συντριπτικό ποσοστό των εν λόγω κοινωνικών δομών δέχεται την βοήθεια των εθελοντών, οι οποίοι είτε είναι καταγεγραμμένοι στο επίσημο δημοτικό μητρώο των εθελοντών είτε δρουν ελεύθερα. Συγκεκριμένα, 18 κοινωνικά παντοπωλεία από τα 21 (ποσοστό 86%) ανέφεραν ότι δρουν μαζί με εθελοντές, οι οποίοι βοηθούν το μόνιμο προσωπικό και την λειτουργία του παντοπωλείου. Μόλις το 14% των δομών δρουν δίχως την βοήθεια εθελοντών.

Τυπική περίπτωση

Η πλειονότητα των παντοπωλείων λειτουργεί με την βοήθεια εθελοντών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10. ΠΡΟΦΙΛ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑΣ

10.1 Αναλυτικά στοιχεία

Στην εν λόγω θεματική, οι υπεύθυνοι των κοινωνικών παντοπωλείων κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με το πώς γνωστοποιείται η δουλειά τους και σε ποιον οφείλουν να δώσουν εξηγήσεις για τις δράσεις και το έργο τους. Συγκεκριμένα, έδωσαν μια περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του παντοπωλείου και αν πραγματοποιείται επίσημος απολογισμός, κάθε πότε, και σε ποιον λογοδοτούν. Στο πλαίσιο της λογοδοσίας, αναφέρθηκαν και στον τρόπο με τον οποίο προβάλλονται οι δράσεις της δομής. Παρακάτω αναγράφονται συγκεκριμένα οι απαντήσεις που έδωσαν οι υπεύθυνοι των δομών σχετικά με την εν λόγω θεματική.

Ο αρμόδιος του κοινωνικού παντοπωλείου των **Τρικόλων** είπε χαρακτηριστικά όσον αφορά τους καταστατικούς σκοπούς του παντοπωλείου ότι *«το παντοπωλείο δημιουργήθηκε προκειμένου να βοηθήσει άπορες οικογένειες»*. Σχετικά με τον απολογισμό, τόνισε πως κάθε πέντε μήνες έχουν καινούριους ωφελούμενους, για τον λόγο αυτό τότε γίνεται απολογισμός και φορέας λογοδοσίας είναι η ΜΚΟ που συνεργάζεται με τον δήμο για την λειτουργία της δομής. Η προβολή των δράσεων πραγματοποιείται με αναρτήσεις στο facebook, δίνουν θέματα στις τοπικές εφημερίδες και στέλνουν μηνύματα στους δικαιούχους ή τους καλούν όταν έχουν διανομή.

Η περιγραφή που δόθηκε από το παντοπωλείο του **Παλαιού Φαλήρου** σχετικά με τους καταστατικούς σκοπούς είναι η εξής: *«Οι σκοποί του είναι να αντιμετωπιστούν οι δυσκολίες στην κοινωνία που προέκυψαν τα τελευταία πέντε με έξι χρόνια. Όπως μπορούμε, κάνουμε μια προσπάθεια να εντάξουμε τους ανθρώπους που είναι σε ανάγκη στο κοινωνικό σύνολο, γιατί είναι άνθρωποι που έχουν απογοητευτεί και έχουν βιώσει τον κοινωνικό αποκλεισμό. Είναι νέες οικογένειες με παιδιά που έχουν μείνει άνεργοι. Προσπαθούμε να λαμβάνουν μια σφαιρική βοήθεια»*. Πραγματοποιείται ετήσιος απολογισμός και λογοδοτεί και στην ΜΚΟ και στον δήμο. Όσον αφορά την προβολή των δραστηριοτήτων, γίνεται μέσα από την ιστοσελίδα του δήμου.

«Ξεκίνησε μέσα στην κρίση για να αντιμετωπιστεί η φτώχεια» ήταν η λακωνική απάντηση της υπεύθυνης του κοινωνικού παντοπωλείου της **Ορεστιάδας** για τους καταστατικούς σκοπούς της δομής. Ο απολογισμός της δομής πραγματοποιείται ετησίως και παραδίδεται στον δήμο. Η προβολή των δραστηριοτήτων γίνεται με δελτία τύπου, με αναρτήσεις στην ιστοσελίδα της δημοτικής αρχής και με τηλεφωνικές κλήσεις.

Ο εθελοντής και υπεύθυνος της δομής στη **Νέα Ιωνία** ανέφερε σχετικά με τους καταστατικούς σκοπούς πως *«το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση και ιδρύθηκε για να βοηθήσει τον συνάνθρωπο σε μία εποχή ιδιαίτερα δύσκολη. Με όλα αυτά*

τα προβλήματα που έχει να αντιμετωπίσει ο Έλληνας, η δημιουργία του παντοπωλείου ήταν αναπόφευκτη». Στην προκειμένη περίπτωση, δεν πραγματοποιείται ένας ετήσιος επίσημος απολογισμός, καθώς κάθε μήνα ο δήμος αποστέλλει τις λίστες με τους δικαιούχους και λαμβάνει πίσω την λίστα του περασμένου μήνα με τις προμήθειες που έχουν δώσει και τους ωφελούμενους. Φορέας λογοδοσίας είναι ο δήμος. Όσον αφορά την προβολή των πρωτοβουλιών, τις πρώτες ημέρες του μήνα, οι δικαιούχοι μπορούν να ενημερωθούν για την διανομή και της ημερομηνίας αυτής μέσα από την ανάρτηση μίας λίστας έξω από τον χώρο του παντοπωλείου. Αναρτήσεις γίνονται και στην ιστοσελίδα του δήμου, ενώ πραγματοποιούνται και κλήσεις στους δικαιούχους.

Ως ένας τρόπος αντιμετώπισης της ανεργίας και βοήθειας των απόρων ξεκίνησε το κοινωνικό παντοπωλείο στο **Μαραθώνα**. Η δομή πραγματοποιεί επίσημο απολογισμό, ο οποίος αποστέλλεται στο Υπουργείο Εργασίας. Οι δραστηριότητες της δομής προβάλλονται μέσα από διαδικτυακά φιλανθρωπικά δίκτυα και με αφίσες ή φυλλάδια. Οι σύλλογοι ενημερώνονται με e-mail και πραγματοποιούνται επισκέψεις στα σχολεία για την ενημέρωση των μαθητών.

«Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση και ιδρύθηκε για να βοηθήσει τον συνάνθρωπο σε μία εποχή ιδιαίτερα δύσκολη», τόνισε ο υπεύθυνος της δομής της **Καβάλας**. Μέχρι πρότινος το παντοπωλείο δεν έχει κάνει κάποιον απολογισμό, ωστόσο για τις δράσεις λογοδοτεί στον δήμο. Για την προβολή των πρωτοβουλιών χρησιμοποιείται το e-mail, το facebook και η ιστοσελίδα του δήμου.

Για την *«αντιμετώπιση της ακραίας φτώχειας»* ιδρύθηκε το κοινωνικό παντοπωλείο της **Μάνδρας-Ειδυλλίας**. Ο απολογισμός γίνεται κάθε χρόνο, αλλά ενδιάμεσα, μετά από το τέλος κάθε διανομής, πραγματοποιείται και απογραφή. Αρμόδιος φορέας της λογοδοσίας είναι ο δήμος. Για την προβολή των δράσεων της δομής, γίνεται ανάρτηση δελτίων τύπου και πριν από κάθε διανομή, οι ωφελούμενοι δέχονται τηλεφωνικές κλήσεις.

Το μεγάλο πρόβλημα της οικονομικής κρίσης επικαλέστηκε η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου της **Ιεράπετρας**. Μεταξύ άλλων τόνισε πως *«σημαντικό είναι ότι δεν δημιουργήθηκε για να στηρίξει εξ' ολοκλήρου ο δήμος αυτούς που έχουν ανάγκη, αλλά ο ίδιος ο πολίτης να μπορεί να βοηθήσει τον διπλανό του»*. Ο απολογισμός πραγματοποιείται κάθε εξάμηνο, ο οποίος εξετάζεται από την οικονομική υπηρεσία του δήμου βάσει καταστατικού. Μέσω αναρτήσεων κυρίως στο facebook προβάλλονται οι δράσεις, ενώ παράλληλα το γραφείο τύπου αναρτά δελτία τύπου, τα οποία αποστέλλονται στα τοπικά μέσα. Εξ' αρχής οι δικαιούχοι γνωρίζουν τις ημέρες που γίνεται η διανομή.

«Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση και κύριος σκοπός του είναι να καταπολεμηθεί η φτώχεια» είναι η περιγραφή των καταστατικών σκοπών που έδωσε η υπεύθυνη του παντοπωλείου της **Ηλιούπολης**. Ο απολογισμός γίνεται κάθε εξάμηνο,

όταν γίνεται συμβούλιο και ψηφίζεται το κονδύλι που αφορά την δομή αποκλειστικά. Η δομή γίνεται αντιληπτό ότι λογοδοτεί μόνο στον δήμο. Όσον αφορά την προβολή των δράσεων, γίνονται τηλεφωνικές κλήσεις στους δικαιούχους πριν από κάθε διανομή ή αποστέλλονται μηνύματα στο κινητό τους. Ως μια εναλλακτική λόγω του όγκου των τηλεφωνημάτων είναι το χαρτάκι με την ημερομηνία διανομής, που μπορούν να προμηθευθούν από την κοινωνική υπηρεσία.

Σε τρεις λέξεις-κλειδιά συνοψίζεται η περιγραφή που έδωσε ο υπεύθυνος του κοινωνικού παντοπωλείου στον **Βόλο**: «*ανήμποροι*», «*ανάγκη*» και «*κρίση*». Μία δομή που ιδρύθηκε για να βοηθήσει ανήμπορες οικογένειες που έχουν ανάγκη και ξεκίνησε μέσα κρίσης. Η δραστηριότητα της δομής ελέγχεται κάθε μήνα από το δημοτικό συμβούλιο και αντικείμενα ελέγχου είναι τα είδη και οι ποσότητες διανομής αλλά και οι ωφελούμενοι. Κάθε εξάμηνο ολοκληρώνεται ο επίσημος απολογισμός που περνάει από τα χέρια αντιδημαρχιακής επιτροπής. Φορέας λογοδοσίας συνεπώς είναι ο δήμος. Οι δράσεις προβάλλονται με δελτία τύπου και μέσω αναρτήσεων στο facebook και στην ιστοσελίδα της δημοτικής αρχής.

Η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου του **Αργους** ανέφερε τα εξής σχετικά με τους σκουπούς του παντοπωλείου: «*Δεχόμασταν πολλά άτομα που δεν είχαν να φάνε. Εν μέσω κρίσης αυξήθηκε η ανεργία στην περιοχή και τα προβλήματα των οικογενειών. Κρίθηκε αναγκαία η δημιουργία του παντοπωλείου*». Εξήγησε πως κάθε Δεκέμβριο πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός για τους ωφελούμενους και ένας άλλος για τις ποσότητες που έχουν δώσει και οι λίστες αποστέλλονται στο δήμο και το γραφείο δημάρχου. Κυρίως με δελτία τύπου και με αναρτήσεις τόσο στην ιστοσελίδα του δήμου και το blog της δομής προβάλλονται οι πρωτοβουλίες. Ένας άλλος τρόπος προβολής είναι και η ενημέρωση μέσω e-mail.

Εκτός από την κρίση και τις ανάγκες των ντόπιων, η υπεύθυνη της δομής στον **Άγιο Δημήτριο** υπογράμμισε και την δυνατότητα της δομής να παρέχει μια «*γενικότερη στήριξη*». Επίσημος απολογισμός πραγματοποιήθηκε μόνο μία φορά το 2014, όταν η δομή εντάχθηκε στο πρόγραμμα της ΜΚΟ. Ανεπίσημα, όμως, κάθε χρόνο γίνεται απολογισμός σχετικά με τις ποσότητες των τροφίμων που έχουν δώσει, τους ωφελούμενους και τις συνεδρίες που πραγματοποιήθηκαν. Η δομή λογοδοτεί στην ΜΚΟ και τον δήμο. Η προβολή των δράσεων πραγματοποιείται μέσω αναρτήσεων στην ιστοσελίδα του δήμου, με τηλεφωνικές κλήσεις στους δικαιούχους και δια ζώσης ενημέρωση των τελευταίων από την κοινωνική υπηρεσία.

Στην αδυναμία αγοράς ακόμα και των βασικών αγαθών μέσω κρίσης στάθηκε ο υπεύθυνος της δομής του **Χαλανδρίου**. Ένας επίσημος απολογισμός γίνεται κάθε χρόνο και αποστέλλεται στον δήμο. Οι πρωτοβουλίες γίνονται γνωστές μέσω του facebook, ενώ αναρτώνται οι δράσεις και στην ιστοσελίδα του δήμου και το Blog του παντοπωλείου.

Η περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου της **Νέας Σμύρνης** που καταγράφηκε στην συνέντευξη είναι η εξής: «*Δημιουργήθηκε λόγω κρίσης και εξυπηρετούνται άτομα που έχασαν την εργασία τους ή αντιμετωπίζουν άλλα προβλήματα και δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν*». Επίσημος απολογισμός πραγματοποιείται κάθε χρόνο και αποστέλλεται στον δήμο και την ΜΚΟ. Οι δράσεις προβάλλονται μέσα από ηλεκτρονικούς πίνακες που βρίσκονται σε κεντρικά σημεία του δήμου και αναρτώνται και στην ιστοσελίδα του δήμου. Ακόμη, στέλνονται e-mail, επιστολές και πραγματοποιούνται τηλεφωνικές κλήσεις.

Ως μοναδικό σκοπό του παντοπωλείου της **Λυκοβρύσης-Πεύκης** υπογράμμισε η συνεντευξιαζόμενη την προσφορά βοήθεια σε συνανθρώπους μας που έχουν ανάγκη. Απολογισμός πραγματοποιείται κάθε χρόνο και η δομή λογοδοτεί στον δήμο. Η προβολή των δράσεων γίνεται με δελτία τύπου, τηλεφωνικές κλήσεις και αναρτήσεις στην ιστοσελίδα της δημοτικής αρχής.

Η κοινωνική λειτουργός της **Θήβας** αναφέρθηκε, εκτός από την κάλυψη των πρωτογενών αναγκών των ανθρώπων, και στην υποστηρικτική βοήθεια που είναι σε θέση να παρέχει η δομή εκ του καταστατικού της. Ο επίσημος απολογισμός είναι ετήσιος και δίνεται στο δήμο και το γραφείο πρόνοιας. Οι δράσεις προβάλλονται μέσω δελτίων τύπου που αναρτώνται σε δημοτική ιστοσελίδα και blog της δομής και κλήσεω στους ωφελούμενους. Το έργο της δομής έχει αναδειχθεί στο παρελθόν και τηλεοπτικά.

Τα βασικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν τους καταστατικούς σκοπούς του κοινωνικού παντοπωλείου του **Ηρακλείου** είναι η οικονομική και ψυχολογική στήριξη, ενώ ο υπεύθυνος της δομής αναφέρθηκε και στην προοπτική να γίνει ένα σύγχρονο carehouse, όπως αυτά που υπάρχουν σε χώρες του εξωτερικού. Επίσημος απολογισμός που δίνεται στην ΜΚΟ γίνεται κάθε μήνα. Ωστόσο κάθε μέρα πραγματοποιείται έλεγχος καθώς καθημερινά έχουν συναντήσεις με δικαιούχους. Οι πρωτοβουλίες γίνονται γνωστές μέσω του διαδικτύου και του τοπικού τύπου.

Τον παράγοντα της οικονομικής κρίσης επικαλέστηκε και το κοινωνικό παντοπωλείο της **Δράμας**. Επίσημος απολογισμός πραγματοποιείται κάθε εξάμηνο μαζί με τον διαχειριστικό έλεγχο και αυτά παραδίδονται στον δήμο. Οι δράσεις προβάλλονται μέσω της ιστοσελίδας της δημοτικής αρχής και τοπικών ιστοτόπων. Οι δικαιούχοι ενημερώνονται με δελτία τύπου και με τηλεφωνικές κλήσεις.

«*Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση και ιδρύθηκε για να βοηθήσει τον συνάνθρωπο σε μία εποχή ιδιαίτερα δύσκολη*», τόνισε ο υπεύθυνος της δομής του **δήμου Καβάλας**. Μέχρι πρότινος το παντοπωλείο δεν έχει κάνει κάποιον απολογισμό, ωστόσο για τις δράσεις λογοδοτεί στον δήμο. Για την προβολή των πρωτοβουλιών χρησιμοποιείται το e-mail, το facebook και η ιστοσελίδα του δήμου.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Ως λόγο της ίδρυσης του παντοπωλείου στην **Αλεξανδρούπολη** ο υπεύθυνος της δομής ανέφερε την κρίση και ως σκοπό την βοήθεια σε όσους έχουν πραγματικά ανάγκη. Απολογισμός γίνεται κάθε χρόνο και παραδίδεται σε ΑΜΚΕ και δήμο. Με δελτία τύπου και μέσω του facebook οι δημότες μπορούν να μάθουν για τις δράσεις της δομής.

Ο διευθυντής του σχολείου στο **Κερασίμι** που στεγάζει και παντοπωλείο τόνισε πως η δομή δημιουργήθηκε για να *«στηρίξει τις οικογένειες των μαθητών που έχουν μεγάλη ανάγκη»*. Απολογισμός δεν γίνεται καθώς ό,τι τρόφιμα παίρνουν καταλήγουν άμεσα για διανομή και δεν ανήκουν σε κάποιον φορέα στον οποίο πρέπει να λογοδοτήσουν. Οι δράσεις προβάλλονται μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας «Μπορούμε».

10.2 Αποτελέσματα

Καταστατικός σκοπός λειτουργίας

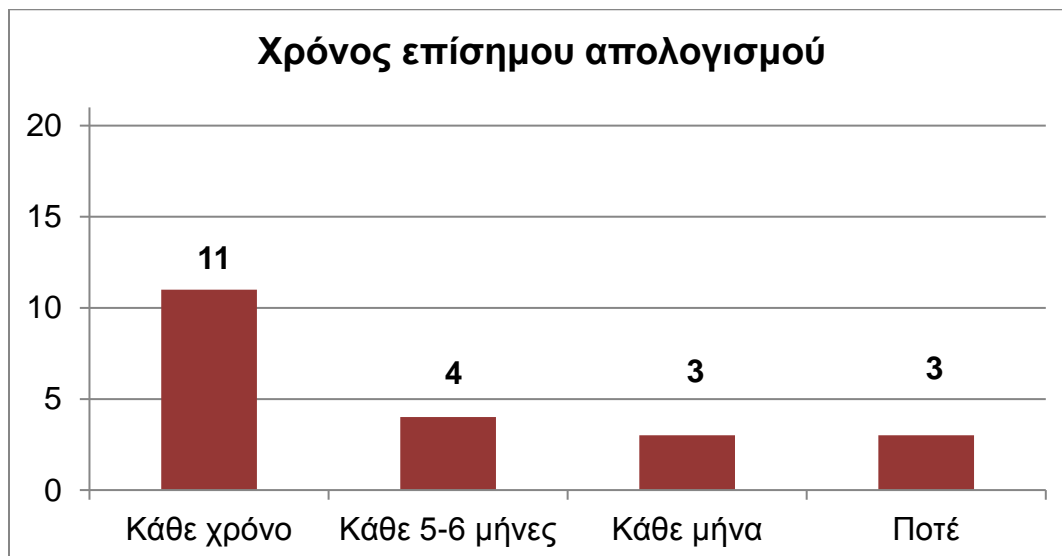
Η εν λόγω μεταβλητή αφορά τον σκοπό λειτουργίας που έχει ένα παντοπωλείο βάσει του καταστατικού που καταρτίστηκε κατά την ίδρυσή του. Η άντληση των πληροφοριών έγινε από τις συνεντεύξεις.

Στην ερώτηση που αφορά τους καταστατικούς σκοπούς του κοινωνικού παντοπωλείου θεωρείται μη αναγκαία η παράθεση διαγράμματος καθώς οι υπεύθυνοι των παντοπωλείων απάντησαν ομόφωνα, αν λάβουμε υπόψη και την περίοδο κατά την οποία ξεκίνησαν να λειτουργούν οι περισσότερες από αυτές τις κοινωνικές δομές. Στο καταστατικό ιδρύσεως όλων των κοινωνικών παντοπωλείων που συμμετείχαν στην έρευνα πρωταγωνιστεί η λέξη «κρίση» και «βοήθεια». Οι υπεύθυνοι κλήθηκαν να δώσουν μια λακωνική περιγραφή των σκοπών της δομής και έκαναν λόγω πρωτίστως για την ανάγκη να ξεκινήσουν την λειτουργία τους εν μέσω κρίσης και για να αντιμετωπίσουν την φτώχεια και την εξαθλίωση των ντόπιων οικογενειών.

Πέρα όμως από τα παραπάνω, αξίζει να τονιστούν και κάποια στοιχεία που δεν αναφέρθηκαν από την πλειονότητα των δομών. Τέσσερα κοινωνικά παντοπωλεία (Παλαιό Φάληρο, Άγιος Δημήτριος, Θήβα και Ηράκλειο) αναφέρθηκαν στην προσπάθεια των εν λόγω δομών να ξεφύγουν από την απλή διανομή τροφίμων και να παρέχουν μία σφαιρική στήριξη στους δικαιούχους, η οποία συμπεριλαμβάνει και την συμβουλευτική. Μάλιστα, η δομή του Ηρακλείου έχει βλέψεις για να γίνει ένα σύγχρονο carehouse, ακολουθώντας τα πρότυπα κρατών του εξωτερικού.

Χρόνος επίσημου απολογισμού έργου

Ο επίσημος απολογισμός μίας δομής αφορά το κάθε πότε λογοδοτεί επίσημα στους αρμόδιους φορείς σχετικά με την λειτουργία της. Η κωδικοποίηση έγινε με βάση τα δεδομένα από τις συνεντεύξεις και οι κατηγορίες που διαμορφώθηκαν είναι οι εξής: κάθε χρόνο, κάθε πέντε με έξι μήνες, κάθε μήνα και ποτέ.



Γράφημα 12: Χρονικό διάστημα επανάληψης ετήσιου απολογισμού

Η απάντηση που ξεχώρισε στην ερώτηση «*Αν πραγματοποιείται επίσημος απολογισμός*» είναι η πραγματοποίηση ενός ετήσιου απολογισμού, στοιχείο που συναντάται σε 11 παντοπωλεία, δηλαδή περίπου στο 50% του δείγματος. Στην δεύτερη θέση έρχονται 4 δομές (ποσοστό 19%), που πραγματοποιούν επίσημο απολογισμό κάθε 5 με 6 μήνες, ενώ μόλις τρία παντοπωλεία καταφέρνουν να προχωρήσουν σε μηνιαίο απολογισμό των προμηθειών και των δράσεων (ποσοστό 14%). Τέλος, τρία παντοπωλεία δεν έχουν πραγματοποιήσει από την ημέρα έναρξης των δραστηριοτήτων τους το παραπάνω εγχείρημα.

Τυπική περίπτωση

Από όλες τις δομές, οι 11 αποκάλυψαν ότι πραγματοποιούν επίσημο απολογισμό που κατατείνεται στους φορείς κάθε χρόνο. Η εν λόγω περίπτωση χαρακτηρίζεται ως η τυπική του δείγματος της έρευνας.

Φορέας λογοδοσίας

Όταν γίνεται αναφορά στον φορέα λογοδοσίας, εννοείται ένα όργανο στο οποίο η δομή δίνει λόγο για το έργο της και καταθέτει τον επίσημο απολογισμό των δράσεων. Η κωδικοποίηση γίνεται βάσει των συνεντεύξεων και οι κατηγορίες είναι οι εξής: δήμος, ΜΚΟ, και στους δύο παραπάνω, σε κανέναν από τους δύο και σε άλλο φορέα.



Γράφημα 13: Φορέας λογοδοσίας των παντοπωλείων

Οι δήμοι εξακολουθούν να έχουν τον πρώτο λόγο στην περίπτωση των εν λόγω κοινωνικών παντοπωλείων, αφού 11 εξ αυτών (ποσοστό 52%) λογοδοτούν για τους ωφελούμενους και τις δραστηριότητές τους στην δημοτική αρχή. Έξι παντοπωλεία απάντησαν πως λογοδοτούν σε δήμο και ΜΚΟ (ποσοστό 29%), δεδομένης της συνεργασίας τους με τους δύο παραπάνω φορείς, άρα και την σύμπραξη μεταξύ των δύο. Από την άλλη, δύο δομές λογοδοτούν αποκλειστικά σε ΜΚΟ (ποσοστό 10%), ενώ μία δεν λογοδοτεί πουθενά. Σε αυτή την ερώτηση παρουσιάζεται και άλλος ένας φορέας πέρα από τον δήμο και την ΜΚΟ, ο οποίος είναι το Υπουργείο Εργασίας, και είναι υπεύθυνος φορέας λογοδοσίας ενός εκ των 21 παντοπωλείων.

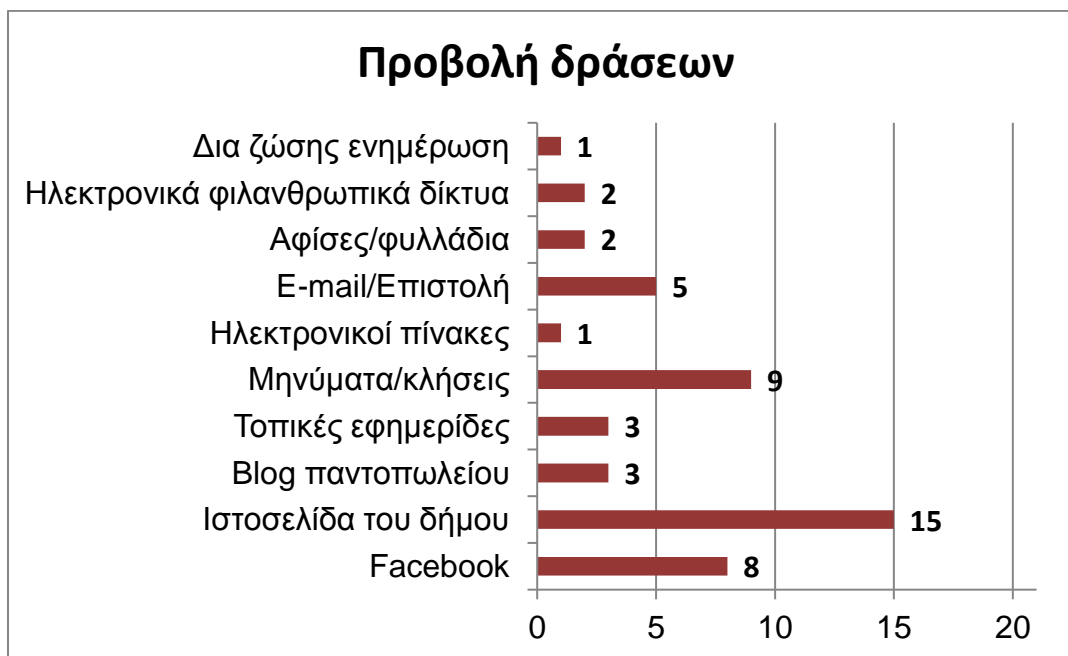
Τυπική περίπτωση

Οι περισσότερες δομές λογοδοτούν στον δήμο όπου ανήκουν.

Προβολή δράσεων

Η συγκεκριμένη υπομεταβλητή αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι δομές κάνουν γνωστό το έργο τους και επιτρέπουν να υπάρχει διαφάνεια σε όλη τους την δράση. Η κωδικοποίηση πάλι προέρχεται από τα δεδομένα των συνεντεύξεων και οι κατηγορίες είναι οι εξής: δια ζώσης ενημέρωση, ηλεκτρονικά φιλανθρωπικά δίκτυα, αφίσες ή φυλλάδια, e-mail ή επιστολή, ηλεκτρονικοί πίνακες, μηνύματα ή κλήσεις, τοπικές εφημερίδες, blog παντοπωλείου, ιστοσελίδα του δήμου και Facebook. Προς κατανόηση των παραπάνω, αξίζει να υπογραμμιστεί πως παράδειγμα ηλεκτρονικού φιλανθρωπικού

δικτύου είναι το «Μπορούμε»³⁴ και οι ηλεκτρονικοί πίνακες είναι πίνακες που είναι τοποθετημένοι σε κεντρικά σημεία των δήμων και όπου αναρτώνται ηλεκτρονικοί ανακοινώσεις.



Γράφημα 14: Μέσα τα οποία προβάλλουν τις δράσεις των δομών

Ομολογουμένως το facebook είναι το μέσο που επικρατεί στη σύγχρονη εποχή, όμως οι υπεύθυνοι 15 παντοπωλείων (ποσοστό 71%) τόνισαν πως χρησιμοποιούν κυρίως για την προβολή των δράσεων της δομής την επίσημη ιστοσελίδα του δήμου. Στην δεύτερη θέση κάνει την εμφάνισή του ένα παραδοσιακό επικοινωνιακό εργαλείο, το τηλέφωνο: εννιά δομές χρησιμοποιούν το τηλέφωνο για να ενημερώσουν μέσω κλήσεων ή μηνυμάτων τους ωφελούμενους για τις ημέρες διανομής (ποσοστό 43%). Το facebook, το e-mail και η αποστολή γράμματος ακολουθούν στην συνέχεια, ενώ άλλα μέσα που αναφέρθηκαν αλλά συγκέντρωσαν την μειονότητα των απαντήσεων είναι η προσωπική ιστοσελίδα της δομής, ο τοπικός Τύπος, οι ιστοσελίδες που ασχολούνται κυρίως με τις φιλανθρωπικές δράσεις, οι αφίσες και τα φυλλάδια, οι ηλεκτρονικοί πίνακες και η ενημέρωση από κοντά.

³⁴ Περισσότερα για το «Μπορούμε» στο: <https://www.boroume.gr>, (Πρόσβαση στις 4/6/2017).

Τυπική περίπτωση

Ξεκάθαρα η τυπική περίπτωση είναι η ανάρτηση στην ιστοσελίδα του δήμου, την οποία εμπιστεύονται 15 δομές.

Κριτήρια επιλογής ωφελούμενων

Πρόκειται για τα κριτήρια που ανακοινώνουν οι δομές κάθε εξάμηνο ή ετησίως και πρέπει να πληρούν οι ωφελούμενοι προκειμένου να λαμβάνουν τις υπηρεσίες του παντοπωλείου. Στις ανακοινώσεις ορισμένων δομών, εκτός από τα κριτήρια, συμπεριλαμβάνονται και τα έγγραφα που πρέπει να προσκομίσουν στην αρμόδια υπηρεσία οι δικαιούχοι. Πηγή άντλησης των πληροφοριών είναι οι ανακοινώσεις των δομών στο διαδίκτυο και τα φυλλάδια που συγκεντρώθηκαν κατά την περίοδο των συνεντεύξεων. Οι κατηγορίες είναι οι εξής:

- Δικαιούχοι: δηλαδή ποιες κατηγορίες ατόμων μπορούν να ενταχθούν στο πρόγραμμα του κοινωνικού παντοπωλείου,
- Οικονομικά κριτήρια: ποιο πρέπει να είναι το εισόδημά τους και
- Δικαιολογητικά: ποια είναι τα απαραίτητα έγγραφα που πρέπει να συγκεντρώσουν και να καταθέσουν για την ένταξή τους στην δομή.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ	ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ
Ηρακλείου Κρήτης			✓
Καβάλας	-	-	-
Μαραθώνα	-	-	-
Δήμου Παλαιού Φαλήρου			✓
Δήμου Ηλιούπολης			✓
Δήμου Δράμας	✓	✓	✓
Τρικκαίων			✓
1 ^{ου} Ειδ. Δημοτ. Σχολ. Κερατσινίου	-	-	-
Δήμου Αλεξανδρούπολης			✓
Δήμου Θήβας	✓	✓	✓
Δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης	-	-	-
Δήμου Ορεστιάδας			✓
Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας	✓	✓	✓
Δήμου Ιεράπετρας	✓		✓
Δήμου Βόλου	✓	✓	✓
Δήμου Άργους	-	-	-
Δήμου Αγίου Δημητρίου			✓
Δήμου Χαλανδρίου	-	-	-
Δήμου Καβάλας	-	-	-
Δήμου Νέας Σμύρνης	✓	✓	✓
Δήμου Νέας Ιωνίας	✓	✓	✓

Πίνακας 7: Κριτήρια επιλογής ωφελούμενων σε κατηγορίες³⁵

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται σε πρώτη φάση ότι 14 παντοπωλεία (ποσοστό 67%) παρέχουν έστω και μία στοιχειώδη ενημέρωση σχετικά με την ένταξη των δικαιούχων στο κοινωνικό παντοπωλείο. Το ίδιο ποσοστό παρατηρείται και στις δομές που αναφέρουν τα δικαιολογητικά που πρέπει να προσκομίσουν οι ωφελούμενοι. Ακόμη, το 1/3 των δομών είναι σε θέση να ενημερώσει τον κόσμο για τις κατηγορίες των

³⁵ Για περισσότερες λεπτομέρειες βλ. Παράρτημα Β, «Κριτήρια επιλογής ωφελούμενων», σελ. 297.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

δικαιούχων και το 29% (έξι δομές) αναφέρουν τα οικονομικά κριτήρια που πρέπει να πληρούν όσοι κάνουν αίτηση. Πλήρης ενημέρωση παρέχουν μόλις έξι δομές, ενώ το 1/3 από το συνολικό δείγμα δεν έχει δημοσιεύσει σε κανέναν ιστότοπο τα κριτήρια ένταξης του κόσμου στο κοινωνικό παντοπωλείο.

Τυπική περίπτωση

Η πλειονότητα των παντοπωλείων είναι σε θέση να ενημερώνει τον κόσμο για τα κριτήρια ένταξης και κυρίως, γίνεται αναφορά στα δικαιολογητικά που πρέπει να συγκεντρωθούν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11. ΠΡΟΦΙΛ ΘΕΣΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ

11.1 Αναλυτικά στοιχεία

Στην παραπάνω θεματική συμπεριλαμβάνονται ερωτήσεις σχετικά με την σχέση των δομών με τον δήμο και την πηγή της πρωτοβουλίας για την ίδρυσή τους. Ακόμη, διερευνάται η πηγή της οργανωτικής και της οικονομικής υποστήριξης των κοινωνικών παντοπωλείων. Παρακάτω αναγράφονται συγκεκριμένα οι απαντήσεις που έδωσαν οι υπεύθυνοι των δομών σχετικά με την εν λόγω θεματική.

Όσον αφορά το παντοπωλείο της **Καβάλας**, δημιουργήθηκε από τον δήμο και αρχικά λειτούργησε με εθελοντές. Πριν από τρία χρόνια, ο δήμος έκανε σύμπραξη με ΜΚΟ και έκτοτε λειτουργεί χάρη στην συνεργασία αυτών των δύο φορέων. Η οικονομική υποστήριξη προέρχεται κυρίως από τον δήμο, που εγκρίνει ένα ετήσιο κονδύλι για τα τρόφιμα, ενώ ένα χρηματικό ποσό για τα τρόφιμα δίνει και η ΜΚΟ. Η οργάνωση προέρχεται από τον τελευταίο φορέα καθώς αρμοδιότητά του είναι οι προσλήψεις και οι μισθοί που δίνονται μέσω ΕΣΠΑ. Υπάρχουν χορηγίες και πραγματοποιούνται εξορμήσεις σε σούπερ μάρκετ. Στο παρελθόν, και τα σχολεία είχαν προσπαθήσει να συνεισφέρουν στο έργο της δομής, με το προσωπικό να στέλνει πρόγραμμα με τα αγαθά που έχουν ανάγκη.

Το κοινωνικό παντοπωλείο των **Τρικάλων** ανήκει σε ΑΜΚΕ (Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία) και συνεργάζεται με τον δήμο. Ξεκίνησε χάρη στον τελευταίο και λειτουργεί με χρηματοδότηση μέσα ΕΣΠΑ. Ο δήμος μαζί με την ΑΜΚΕ παρέχει την οργανωτική υποστήριξη και η ΑΜΚΕ είναι υπεύθυνη για τις προσλήψεις και τους μισθούς. Η οικονομική υποστήριξη προέρχεται από χορηγίες και δωρεές και δευτερόντως από εκδηλώσεις και τα σχολεία.

Για την ίδρυση της δομής στο **Παλαιό Φάληρο** ψήφισε το δημοτικό συμβούλιο. Αρχικά, ξεκίνησε τα πρώτα του βήματα με τους συλλόγους και στη συνέχεια, υπογράφηκε ένα πρωτόκολλο συνεργασίας με την Άνοδο, μία ΜΚΟ που έχει υπό την στέγη της και τις δομές στη Νέα Σμύρνη και τον Άγιο Δημήτριο. Όσον αφορά την οργανωτική και οικονομική υποστήριξη, η ΜΚΟ έχει αναλάβει τις προσλήψεις, τους μισθούς και μία μικρή χρηματοδότηση για τα τρόφιμα και ο δήμος την παροχή τροφίμων χάρη στο ετήσιο κονδύλι που ψηφίζεται για τον λόγο αυτό. Σημαντική είναι η βοήθεια από τα σχολεία, τους συνεταιρισμούς και τις χορηγίες.

Η δομή της **Ορεστιάδας** ξεκίνησε από τον δήμο και συνεχίζει να ανήκει σε αυτόν και να λειτουργεί αποκλειστικά χάρη σε αυτόν. Η οργάνωση προέρχεται από την δημοτική αρχή, η οποία είναι υπεύθυνη για τις παραγγελίες, ενώ η οικονομική υποστήριξη έρχεται από τον δήμο, τις δωρεές από απλούς πολίτες και τις χορηγίες από επαγγελματίες.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Από τον δήμο ξεκίνησε και το παντοπωλείο της **Νέας Ιωνίας** και συνεχίζει να ανήκει σε αυτόν και να λειτουργεί με εθελοντές. Η δημοτική αρχή στηρίζει οικονομικά το έργο της δομής και η οργάνωση βασίζεται στους εθελοντές, σε συνεργασία πάντα με τον δήμο. Τα προϊόντα προέρχονται κυρίως από το ετήσιο δημοτικό κονδύλι ύψους 150.000 ευρώ. Από εκεί και πέρα, σημαντική είναι η συνεισφορά των χορηγιών και των δωρεών, αλλά και των σχολείων.

Το παντοπωλείο του **Μαραθώνα** λειτουργεί στο πλαίσιο του «Δικτύου Αντιμετώπισης της Φτώχειας», ένα πρόγραμμα του ΕΣΠΑ για το έτος 2007-2013. Ξεκίνησε μέσα από ευρωπαϊκό πρόγραμμα και μέσω της ΜΚΟ *Λαογραφική Εθνογραφία Βαρνάβα*. Η τελευταία είναι αρμόδια για την οργάνωση, τις προσλήψεις και τα λειτουργικά έξοδα. Τα χρήματα για τα τρόφιμα προέρχονται μόνο από χορηγίες και τις δράσεις της δομής.

Ο δήμος είναι υπεύθυνος για την έναρξη λειτουργίας του κοινωνικού παντοπωλείου στην **Μάνδρα-Ειδυλλία**. Κάθε χρόνο εγκρίνει ένα ετήσιο κονδύλι για τα τρόφιμα και οι μισθοί πληρώνονται μέσω του ΕΣΠΑ που έχει εγκριθεί για την περίπτωση των κοινωνικών δομών. Παράλληλα, υπάρχουν και χορηγίες. Η δομή έχει συνεργασία με μεγάλες εταιρείες όπως της Friesland, με το «Όλοι μαζί μπορούμε» του τηλεοπτικού σταθμού ΣΚΑΪ και με 10 τοπικές ΜΚΟ.

Η ίδρυση του παντοπωλείου στην **Ιεράπετρα** ήταν «*μια συντονισμένη κίνηση*» των εθελοντών με τον δήμο. Στη συνέχεια, ανέλαβε η δημοτική αρχή και προέβει στην πρόσληψη προσωπικού. Ο δήμος είναι υπεύθυνος για την λειτουργία του παντοπωλείου. Σε αυτή βοήθανε και οι δύο επιτροπές που έχουν συσταθεί από τον δήμο, η επιτροπή αξιολόγησης και η επιτροπή διαχείρισης. Η πρώτη αποτελείται από τρεις κοινωνικούς λειτουργούς και επιλέγει τους δικαιούχους, ενώ η δεύτερη μετρά εννιά μέλη –πρόεδρος είναι ο αντιδήμαρχος της κοινωνικής υπηρεσίας- και συνεδριάζει ανά τακτά χρονικά διαστήματα για τις δράσεις της δομής. Η αγορά ενός μέρους των τροφίμων προβλέπεται στον επίσημο προϋπολογισμό της δημοτικής αρχής και όσον αφορά την ανάληψη του έργου, πραγματοποιείται διαγωνισμός μεταξύ των τοπικών σούπερ μάρκετ. Στην προσπάθεια της συγκέντρωσης αυτής συνεισφέρουν και τα σχολεία.

Το παντοπωλείο της **Ηλιούπολης** δημιουργήθηκε από τον δήμο και αρχικά ξεκίνησε με υπαλλήλους και κονδύλια αυτού. Αρχικά, υπήρξε συνεργασία με ΜΚΟ, αλλά πριν από δύο χρόνια η σύμπραξη έφτασε στο τέλος της, καθώς το προσωπικό που προερχόταν από την ΜΚΟ ήταν προσωρινό και δημιουργούσε προβλήματα στην λειτουργία της δομής. Όσον αφορά την οικονομική υποστήριξη, ο δήμος εγκρίνει ετήσιο κονδύλι για τα τρόφιμα, ενώ είναι υπεύθυνος για τις προσλήψεις και τους μισθούς. Σημαντική είναι και η προσφορά των ιδιωτών και των σχολείων, κυρίως την περίοδο των γιορτών. Η οργάνωση προέρχεται από τον δήμο .

Η δομή στον **Βόλο** ξεκίνησε να λειτουργεί από τον δήμο και η λειτουργία της είναι ενταγμένη στην Αντιδημαρχία Κοινωνικής Μέριμνας. Ο δήμος στηρίζει αποκλειστικά το έργο του παντοπωλείου, ενώ εκτός από το ετήσιο κονδύλι, οικονομική στήριξη προέρχεται και από δωρεές.

Ο δήμος του **Αργους** ίδρυσε το παντοπωλείο της περιοχής και συνεχίζει να λειτουργεί υπό την στέγη του. Η συνολική στήριξη προέρχεται από τον δήμο, ενώ σημαντική είναι και η βοήθεια από τις χορηγίες και τα σχολεία.

Πηγή της πρωτοβουλίας για την ίδρυση της δομής στον **Άγιο Δημήτριο** είναι ο δήμος και για την λειτουργία της έχει συμπράξει η δημοτική αρχή και ΜΚΟ. Τα τρόφιμα πληρώνονται μέσα από το ετήσιο κονδύλι του δήμου, ενώ η ΜΚΟ έχει αναλάβει τις συμβάσεις του προσωπικού και ένα μικρό χρηματικό ποσό για τα τρόφιμα του παντοπωλείου. Τα σχολεία βοηθούν κυρίως την περίοδο των γιορτών και ελάχιστες είναι οι δωρεές. Υπάρχουν και κάποια σωματεία που κάνουν εκδηλώσεις για την συγκέντρωση τροφίμων.

Το 2013 ο δήμος **Χαλανδρίου** ψήφισε την ίδρυση του κοινωνικού παντοπωλείου και από τότε λειτουργεί σε αυτόν. Η συνολική οργάνωση προέρχεται από τον δήμο και στην οικονομική βοήθεια συμβάλλουν οι χορηγίες.

Το παντοπωλείο στη **Νέα Σμύρνη** ιδρύθηκε το 2012 από τον δήμο. Στη συνέχεια, έγινε σύμπραξη με ΜΚΟ λόγω των ευρωπαϊκών προγραμμάτων και σε μόνιμη βάση λειτούργησε έναν χρόνο αργότερα. Ξεκίνησε ως συγχρηματοδοτούμενο από το ΕΣΠΑ, αλλά το εν λόγω πρόγραμμα έχει πλέον ολοκληρωθεί. Η χρηματοδότηση τώρα γίνεται μέσω αδιάθετων εθνικών πόρων και η δομή υπάγεται στο Υπουργείο Εργασίας. Η ΜΚΟ είναι υπεύθυνη για το προσωπικό και ο δήμος για τον χώρο και τα τρόφιμα. Η οικονομική δυνατότητα για την αγορά της προμήθειας της δομής προέρχεται κατά μείζονα λόγο από το δημοτικό κονδύλι και δευτερευόντως από χορηγίες και δωρεές. Κατά την περίοδο των γιορτών, και τα σχολεία είναι σε θέση να συνεισφέρουν.

Ο δήμος της **Λυκόβρυσσης-Πεύκης** ίδρυσε το παντοπωλείο της περιοχής και συνεχίζει να λειτουργεί υπό την στέγη του. Η συνολική στήριξη προέρχεται από τον δήμο, ενώ σημαντική είναι και η βοήθεια από τις χορηγίες.

Η δομή της **Θήβας** ξεκίνησε από τον δήμο και συνεχίζει να ανήκει σε αυτόν και να λειτουργεί αποκλειστικά χάρη σε αυτόν. Η οργάνωση προέρχεται από την δημοτική αρχή, ενώ στην οικονομική υποστήριξη συνεισφέρουν και οι χορηγίες και ο απλός κόσμος.

Η δομή που εδρεύει στο **Ηράκλειο Κρήτης** ανήκει σε ΜΚΟ, στο *Ίδρυμα Καλοκαιρινού*, και είναι συγχρηματοδοτούμενη από το 2015. Η ίδρυσή της αποτελεί πρωτοβουλία ΜΚΟ και ποτέ δεν είχε καμία σχέση με τον δήμο. Ξεκίνησε μέσα ΕΣΠΑ το 2013. Η οργάνωση προέρχεται από το προσωπικό και η οικονομική στήριξη από χορηγίες

και από ένα ποσό που άφησαν ως κληρονομιά οι Ανδρέας και Μαρία Καλοκαιρινού, ιδρυτές της ΜΚΟ.

Το παντοπωλείο στην **Δράμα** ιδρύθηκε μέσω του δήμου και ακόμα λειτουργεί χάρη σε αυτόν. Ό, τι έχει σχέση με τη δομή προέρχεται από τον δήμο, ενώ για τα τρόφιμα υπάρχει σημαντική βοήθεια από τοπικά σωματεία. Τα είδη που παρέχονται στους δικαιούχους προέρχονται από το ετήσιο κονδύλι του δήμου και από χορηγίες.

Όσον αφορά το παντοπωλείο του δήμου **Καβάλας**, δημιουργήθηκε από τον δήμο και αρχικά λειτούργησε με εθελοντές. Πριν από τρία χρόνια, ο δήμος έκανε σύμπραξη με ΜΚΟ και έκτοτε λειτουργεί χάρη στην συνεργασία αυτών των δύο φορέων. Η οικονομική υποστήριξη προέρχεται κυρίως από τον δήμο, που εγκρίνει ένα ετήσιο κονδύλι για τα τρόφιμα, ενώ ένα χρηματικό ποσό για τα τρόφιμα δίνει και η ΜΚΟ. Η οργάνωση προέρχεται από τον τελευταίο φορέα καθώς αρμοδιότητά του είναι οι προσλήψεις και οι μισθοί που δίνονται μέσω ΕΣΠΑ. Τα τρόφιμα προέρχονται κυρίως από το κονδύλι του δήμου και δευτερευόντως την ΜΚΟ. Υπάρχουν χορηγίες και πραγματοποιούνται εξορμήσεις σε σουπερ μάρκετ. Στο παρελθόν, και τα σχολεία είχαν προσπαθήσει να συνεισφέρουν στο έργο της δομής, με το προσωπικό να στέλνει πρόγραμμα με τα αγαθά που έχουν ανάγκη.

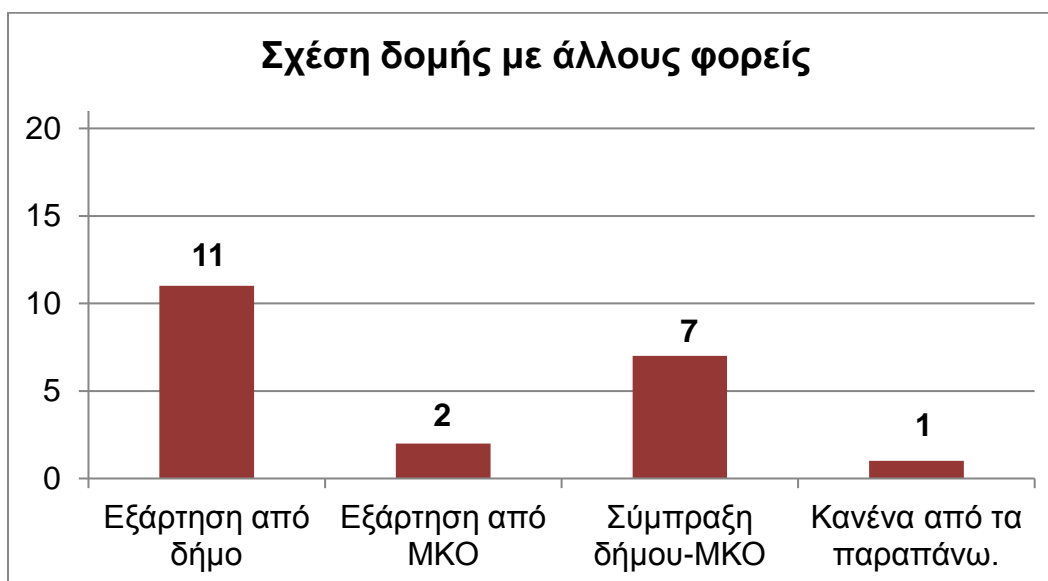
Πηγή πρωτοβουλίας του παντοπωλείου στην **Αλεξανδρούπολη** είναι ο δήμος και ξεκίνησε να λειτουργεί από αυτόν. Πλέον, λειτουργεί χάρη στην σύμπραξη της δημοτικής αρχής με την ΑΜΚΕ ο **Ξένιος Ζευσ**. Ο δήμος είναι υπεύθυνος για την οργάνωση και για την οικονομική υποστήριξη ο δήμος, η ΑΜΚΕ και οι χορηγίες.

Καμία σχέση με τον δήμο δεν είχε ποτέ το παντοπωλείο που λειτουργεί εντός του **1^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερασινίου**. Η προσπάθεια ξεκίνησε από το ίδιο το σχολείο και μάλιστα αποτελεί το μοναδικό στο είδος του. Η οργάνωση προέρχεται από το ίδιο το προσωπικό του σχολείου, ενώ τα τρόφιμα από δωρεές. Να σημειωθεί πως οι χορηγίες στην περίπτωση αυτή δεν επιτρέπονται καθώς το σχολείο αποτελεί μέρος του δημοσίου τομέα και δεν είναι σε θέση να διαφημίσει μία εταιρεία.

11.2 Αποτελέσματα

Σχέση δομής με άλλους φορείς

Η σχέση δομής με άλλους φορείς αφορά τον τρόπο με τον οποίο συνδέεται το παντοπωλείο με φορείς που ενδέχεται να του προσφέρουν οικονομική στήριξη, οργανωτική υποστήριξη ή απλά να ευθύνεται ένας φορέας για την ίδρυσή της. Οι πληροφορίες προέρχονται από τα λεγόμενα των υπεύθυνων και οι κατηγορίες που διαμορφώθηκαν είναι οι εξής: εξάρτηση από δήμο, εξάρτηση από ΜΚΟ, εξάρτηση από δήμο-ΜΚΟ και κανένα από τα παραπάνω.



Γράφημα 15: Μοντέλα που απεικονίζουν την σχέση των παντοπωλείων με θεσμούς όπως ο δήμος και μία ΜΚΟ

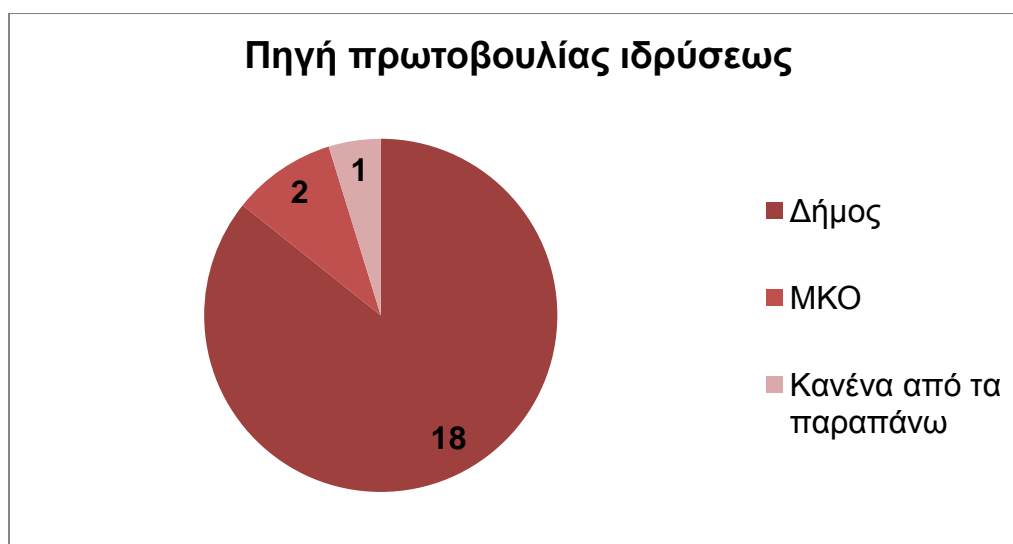
Περισσότερο από το 50% των παντοπωλείων δηλώνει ότι συνεργάζεται αποκλειστικά με δήμους, ενώ δεύτερο στη σειρά έρχεται το ποσοστό που αντιπροσωπεύει τις δομές που υφίστανται χάρη στην σύμπραξη δήμου και ΜΚΟ (ποσοστό 33%). Δύο παντοπωλεία δηλώνουν ότι συνεργάζονται αποκλειστικά με ΜΚΟ (ποσοστό 10%), ενώ υπάρχει και μία περίπτωση που δήλωσε πως δεν ανήκει σε κανένα από τα παραπάνω μοντέλα.

Τυπική περίπτωση

Περισσότερο από το 50% των δομών δηλώνουν ότι εξαρτώνται άμεσα και μόνο από κάποια δημοτική αρχή.

Πηγή πρωτοβουλίας της ίδρυσης της δομής

Με την προκειμένη υπομεταβλητή ερευνάται ποιος είναι ο φορέας που ευθύνεται για την ίδρυση των παντοπωλείων. Οι κατηγορίες διαμορφώθηκαν από τα δεδομένα των συνεντεύξεων και είναι οι παρακάτω: δήμος, ΜΚΟ και κανένα από τα παραπάνω.



Γράφημα 16: Πηγή πρωτοβουλίας των δράσεων των δομών

Από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των παντοπωλείων που συμμετείχε στην έρευνα στηρίζει την ίδρυσή του σε κάποιο δήμο (ποσοστό 86%). Από εκεί και πέρα, μόλις δύο έχουν ξεκινήσει να λειτουργούν χάρη στην πρωτοβουλία κάποιας ΜΚΟ (ποσοστό 10%), ενώ ένα παντοπωλείο ιδρύθηκε ανεξάρτητα από δήμο ή οργάνωση.

Τυπική περίπτωση

Περίπου το 86% των δομών υπογραμμίζει πως η ίδρυσή τους οφείλεται σε κάποια δημοτική αρχή.

Οργανωτική και οικονομική υποστήριξη

Η οργανωτική υποστήριξη των δομών σχετίζεται με τον φορέα που παρέχει το προσωπικό στις δομές και την γενικότερη οργάνωση των εργασιών, ενώ η οικονομική σχετίζεται με την τροφοδοσία των παντοπωλείων. Μέσα από τις συνεντεύξεις αντλήθηκαν πληροφορίες για την διαμόρφωση της κωδικοποίησης και οι κατηγορίες είναι: δήμος, ΜΚΟ, όλα τα παραπάνω και κανένα από τα παραπάνω.



Γράφημα 17: Πηγή οργανωτικής-οικονομικής υποστήριξης των δομών

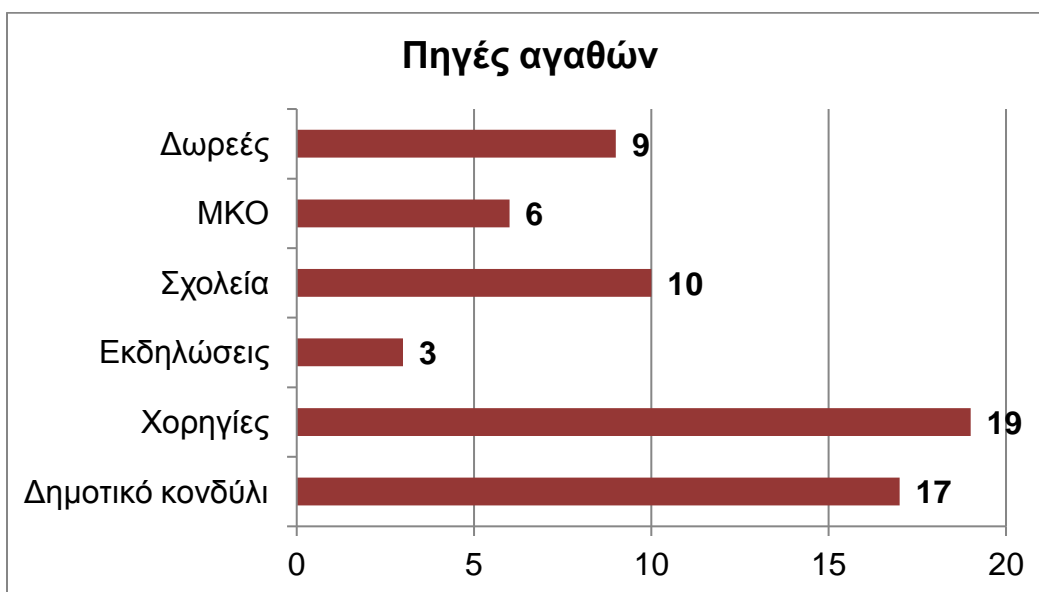
Στην προκειμένη περίπτωση, το διάγραμμα συμπίπτει με το αντίστοιχο της ερώτησης που αφορά την σχέση των δομών με τον δήμο. Περισσότερο από το 50% των παντοπωλείων δηλώνει ότι στηρίζεται αποκλειστικά σε δήμους, ενώ δεύτερο στη σειρά έρχεται το ποσοστό που αντιπροσωπεύει τις δομές που υφίστανται χάρη στην σύμπραξη δήμου και ΜΚΟ (ποσοστό 33%). Δύο παντοπωλεία δηλώνουν ότι η οικονομική και οργανωτική υποστήριξη προέρχεται αποκλειστικά από ΜΚΟ (ποσοστό 10%), ενώ υπάρχει και μία περίπτωση που δήλωσε πως δεν ανήκει σε κανένα από τα παραπάνω μοντέλα.

Τυπική περίπτωση

Τα 11 από τα 21 παντοπωλεία δηλώνουν η συνολική στήριξη προέρχεται αποκλειστικά από κάποια δημοτική αρχή.

Πηγές αγαθών

Οι πηγές αγαθών αφορούν τους τρόπους με τους οποίους μία δομή εξασφαλίζει τα προϊόντα που προορίζονται για διανομή και ενδέχεται να είναι χρηματοδότηση ή και άμεση παράδοση αγαθών. Η κωδικοποίηση προέρχεται από τις συνεντεύξεις και οι κατηγορίες είναι οι παρακάτω: δωρεές, ΜΚΟ, σχολεία, εκδηλώσεις, χορηγίες και δημοτικό κονδύλι. Να σημειωθεί πως οι χορηγίες διαφοροποιούνται από τις δωρεές καθώς στην δεύτερη περίπτωση αφορά είδη που παρέχουν οι ιδιώτες, ενώ συνήθως η έννοια της χορηγίας συνοδεύεται από την προώθηση και την διαφήμιση της εταιρείας που προέβει σε αυτή την δράση. Το δημοτικό κονδύλι είναι ένα χρηματικό ποσό που ψηφίζεται στον ετήσιο προϋπολογισμό των δήμων για συγκεκριμένο σκοπό.



Γράφημα 18: Πηγές που προμηθεύουν τα είδη πρώτης ανάγκης στις δομές

Βασική πηγή παροχής ειδών πρώτης ανάγκης για τις κοινωνικές δομές αποτελούν οι χορηγίες, στις οποίες συμπεριλαμβάνεται η βοήθεια από σούπερ μάρκετ και εταιρείες (ποσοστό 91%). Με δύο μονάδες διαφορά ακολουθεί το δημοτικό κονδύλι (ποσοστό 81%), το οποίο βοηθάει 17 κοινωνικά παντοπωλεία. Στη συνέχεια, οι υπεύθυνοι τόνισαν την αρωγή των σχολείων, τις δωρεές και τις εκδηλώσεις.

Τυπική περίπτωση

Η πλειονότητα των δομών χαρακτήρισε ως κύρια πηγή χρηματοδότησης τις χορηγίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12. ΕΠΙΠΕΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

12.1 Αναλυτικά στοιχεία

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης θεματικής, οι υπεύθυνοι των κοινωνικών παντοπωλείων κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήματα που αφορούν την λειτουργία και το έργο των δομών. Συγκεκριμένα, έγινε λεπτομερής αναφορά στις δραστηριότητες που υπάγονται στα κοινωνικά παντοπωλεία και στα είδη των προϊόντων που συγκεντρώνονται. Ακόμη, οι συνεντευξιαζόμενοι αναφέρθηκαν στις πηγές από τις οποίες προέρχονται τα είδη που δίνονται στη διανομή και σε αυτές από τις οποίες πηγάζουν οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες των δομών. Παρακάτω αναγράφονται συγκεκριμένα οι απαντήσεις που έδωσαν οι υπεύθυνοι των δομών σχετικά με την εν λόγω θεματική.

Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή των προϊόντων, οι ωφελούμενοι της δομής του **Παλαιού Φαλήρου** ειδοποιούνται όταν γίνονται και έκτακτες διανομές με τρόφιμα από συνεταιρισμούς και χορηγίες. Παράλληλα, διοργανώνονται συναυλίες για την συγκέντρωση αγαθών και τα σχολεία μαζεύουν τρόφιμα κάθε μήνα ανάλογα με την ζήτηση που υπάρχει. Ειδικότερα, κάθε Σεπτέμβρη πραγματοποιούνται εκδηλώσεις όπου οι κάτοικοι μπορούν να φέρουν τρόφιμα για το παντοπωλείο και το συσσίτιο. Τα είδη που μαζεύονται είναι κυρίως ό, τι είναι εκτός ψυγείου, ενώ διανέμονται και απορρυπαντικά, ρούχα και σχολικά. Οι ιδέες προέρχονται από την σύμπραξη του προσωπικού με δήμο και ΜΚΟ. Το προσωπικό συζητά με τον δήμο και από κοινού αποφασίζουν για τη λειτουργία και για την πορεία των δράσεων ενημερώνεται η ΜΚΟ, η οποία προτείνει κάποια τροποποίηση αν χρειαστεί.

Η διανομή των αγαθών από το παντοπωλείο της **Καβάλας** πραγματοποιείται μία φορά το μήνα, ενώ υπάρχει και το ενδεχόμενο των έκτακτων διανομών, όταν έχει γίνει παραλαβή τροφίμων από χορηγίες. Πραγματοποιούνται εκδηλώσεις για την συγκέντρωση αυτών και το προσωπικό επικοινωνεί με εταιρείες πανελλαδικώς μέσω e-mail για να συγκεντρώσει περισσότερες χορηγίες. Τα είδη που συγκεντρώνονται είναι κυρίως οικονομικά όπως όσπρια, μακαρόνια και γενικά προϊόντα που είναι μακράς διάρκειας, απορρυπαντικά και άλλα. Οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία με το προσωπικό της δομής και την ΜΚΟ. Μετά την λήψη των αποφάσεων, οι εργαζόμενοι της δομής αποφασίζουν ποια θα είναι η πορεία της πραγματοποίησης των δράσεων σε συνεργασία με τον υπεύθυνο της κοινωνικής υπηρεσίας.

Εκτός από την διανομή που γίνεται μία φορά το μήνα και στο παντοπωλείο των **Τρικόλων**, πραγματοποιούνται εκδηλώσεις όπως φιλανθρωπικοί αγώνες για την συγκέντρωση προϊόντων από διάφορα τοπικά σωματεία όπως αθλητικές ομάδες ή

χορευτικούς συλλόγους. Κάθε μέρα τοπικοί φούρνοι δίνουν δωρεάν ψωμί στη δομή για τους δικαιούχους. Τα τρόφιμα που διανέμονται είναι κυρίως μακράς διάρκειας όπως λάδι, όσπρια, ζυμαρικά και γάλα. Κρέας παρέχεται μόνο όταν το επιτρέπουν οι χορηγίες. Οι ιδέες προέρχονται από το προσωπικό, αφού πρώτα έχει γίνει συνεννόηση με την ΜΚΟ.

Διανομή μία φορά το μήνα διοργανώνει και το κοινωνικό παντοπωλείο της **Ορεστιάδας** και πραγματοποιεί και εκδηλώσεις για την συγκέντρωση των τροφίμων. Τα αγαθά που συγκεντρώνει είναι ό, τι δεν λήγει γρήγορα όπως μακαρόνια, φακές, γάλα εβαπορέ και ντοματοπελτές. Οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες δίνονται από τον δήμο, όπως και οι οδηγίες για την πραγματοποίηση των δράσεων.

Διανομή μία φορά κάθε μήνα πραγματοποιεί και το κοινωνικό παντοπωλείο της **Νέας Ιωνίας**, αλλά κάθε μέρα είναι σε λειτουργία. Σε έκτακτες περιπτώσεις, γίνεται διανομή όταν η δομή έχει παραλάβει ικανοποιητικές ποσότητες προϊόντων από χορηγίες. Διοργανώνουν διάφορες εκδηλώσεις όπως παιδικά πάρτυ και φιλανθρωπικούς αγώνες, ενώ μαζεύονται τρόφιμα από την δομή και για άλλους σκοπούς. Αξιοσημείωτο παράδειγμα είναι η συγκέντρωση τροφίμων για τους σεισμοπαθείς της Κεφαλλονιάς. Ακόμη, οι εθελοντές μοιράζουν φυλλάδια για την ενημέρωση των πολιτών και κάθε μήνα πραγματοποιούνται εξορμήσεις σε τοπικά σούπερ μάρκετ. Τα αγαθά που συγκεντρώνονται είναι απορρυπαντικά, παιχνίδια, σχολικά, ρούχα, φάρμακα, λαχανικά, κρέας, γάλα, ψωμί και πολλά άλλα. Πηγή των ιδεών είναι ο δήμος σε συνεργασία με το προσωπικό του παντοπωλείου, την πραγματοποίηση όμως των δράσεων και την πορεία αυτών την αναλαμβάνει η δομή.

Η διανομή των προϊόντων από την δομή του **Μαραθώνα** εξαρτάται από τις χορηγίες που έχει κάθε μήνα. Στις δραστηριότητες του κοινωνικού παντοπωλείου συμπεριλαμβάνεται και η διοργάνωση εκδηλώσεων για την συγκέντρωση τροφίμων όπως μουσικές βραδιές. Μία σταθερή δράση είναι η συγκέντρωση οπωροκηπευτικών κάθε Πέμπτη από την τοπική λαϊκή. Όπως ανέφερε η συνεντευξιαζόμενη, η δομή μοιράζει τα πάντα, ενώ πολύ σπάνια δίνεται κρέας λόγω των χορηγιών. Πηγή των ιδεών αποτελεί κυρίως το προσωπικό, ωστόσο οι προτάσεις είναι αντικείμενο συζήτησης με την ΜΚΟ.

Η κύρια ασχολία του προσωπικού της δομής στην **Μάνδρα-Ειδυλλία** είναι η συγκέντρωση και η διανομή τροφίμων, η οποία ενδέχεται να γίνει πάνω από δύο φορές το μήνα, αναλόγως με τα προϊόντα που είναι διαθέσιμα. Τα είδη πρώτης ανάγκης που μοιράζονται στους δικαιούχους είναι τρόφιμα μακράς διάρκειας, απορρυπαντικά, ρούχα, παπούτσια, φρούτα και άλλα πολλά. Οι ιδέες προέρχονται, όπως διαβεβαιώνει και ο υπεύθυνος, από το προσωπικό της δομής και ο δήμος απλά ενημερώνεται για την πορεία των δράσεων.

Διανομή προϊόντων πραγματοποιείται κυρίως μία φορά το μήνα από το κοινωνικό παντοπωλείο της **Ιεράπετρας**, ενώ γίνονται και έκτακτες όταν το επιτρέπουν οι χορηγίες.

Δέχεται επισκέψεις από σχολεία της περιοχής για την ενημέρωση των μαθητών σχετικά με την κοινωνική αλληλεγγύη. Πραγματοποιούνται εξορμήσεις σε σούπερ μάρκετ για την συγκέντρωση παραπάνω προϊόντων και μέσω e-mail, το προσωπικό προσπαθεί να εξασφαλίσει και άλλες χορηγίες για την συνέχεια της δομής. Στο πλαίσιο των εκδηλώσεων που διοργανώνει είναι και το Εργασιακό Πρωτάθλημα Μπάσκετ που πραγματοποιείται κάθε χρόνο από τον Γενάρη μέχρι τον Ιούνιο και συμμετέχουν τοπικές εργατικές ομάδες. Στους αγώνες αντί για εισιτήριο ο κόσμος δίνει τρόφιμα για το παντοπωλείο. Σημαντική είναι και η συνεργασία της τοπικής χορωδίας με την αντίστοιχη του Αγίου Νικολάου. Οι δύο ομάδες δέχθηκαν να τραγουδήσουν σε Ιεράπετρα και Άγιο Νικόλαο και τα έσοδα να ενισχύσουν τις δομές των δύο περιοχών. Στις ετήσιες εκδηλώσεις της δομής εντάσσεται και η χριστουγεννιάτικη γιορτή όπου εθελοντικά συμμετέχουν και παιδαγωγοί για την ψυχαγωγία των παιδιών. Όσον αφορά τα τρόφιμα που συγκεντρώνονται, είναι αρκετά οικονομικά όπως όσπρια, μακαρόνια, απορρυπαντικά, ρούχα και άλλα. Τα Χριστούγεννα διανέμεται και κοτόπουλο ενώ το Πάσχα χοιρινό. Σε καθημερινή βάση μοιράζεται ψωμί και οπωροκηπευτικά, τα οποία προέρχονται από δημοπρατικά κέντρα της περιοχής. Οι πρωτοβουλίες προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία πάντα με το προσωπικό.

Στην συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων δεν περιορίζεται και το κοινωνικό παντοπωλείο **Ηλιούπολης**, το οποίο πραγματοποιεί και εκδηλώσεις προκειμένου να βοηθήσει τους δικαιούχους. Πρωτότυπη ιδέα που ξεκίνησε φέτος είναι η προβολή ταινιών στο δημοτικό σινεμά, που λειτουργεί δύο φορές την εβδομάδα, με αντίτιμο τρόφιμα. Από εκεί και πέρα, και οι γυμναστικοί σύλλογοι βοηθούν σημαντικά στο έργο της δομής. Τα είδη πρώτης ανάγκης που συγκεντρώνονται είναι τρόφιμα, απορρυπαντικά, παιχνίδια, σχολικά και ρούχα. Πηγή των δράσεων είναι ο δήμος πάντα σε συνεργασία με το προσωπικό της δομής και τον αντιδήμαρχο κοινωνικής υπηρεσίας.

Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα στο κοινωνικό παντοπωλείο **Βόλου**, πραγματοποιούνται και εκδηλώσεις όπως γιορτές κατά την περίοδο των γιορτών και θεατρικά έργα, όπου αντί για εισιτήριο ο κόσμος δίνει τρόφιμα. Η δομή έχει ξεκινήσει το πρόγραμμα «Καθαρά χέρια», σύμφωνα με το οποίο η δομή μαζεύει χρησιμοποιημένο σαπούνι από ξενοδοχεία, το επεξεργάζεται σε ειδικά μηχανήματα που διαθέτει, τα πακετάρει και χάρη στην βοήθεια των εθελοντών, τα δίνει στους δικαιούχους. Σημαντική είναι και η βοήθεια από τα σχολεία. Συγκεντρώνονται προϊόντα όπως λάδι, όσπρια, ζυμαρικά, γάλα, παιδικές κρέμες και γενικά ό, τι είναι μακράς διάρκειας. Κρέας παρέχεται όταν το επιτρέπουν οι χορηγίες. Αν χρειαστεί να πραγματοποιηθεί μία δράση, η ιδέα μεταφέρεται στην διεύθυνση στο δήμο και ο τελευταίος με την σειρά του στην αντιδημαρχία.

Μία φορά το μήνα πραγματοποιείται η διανομή προϊόντων από την δομή του **Αργούς**. Το προσωπικό κάνει εκδηλώσεις σε συνεργασία με τοπικούς συλλόγους όπως χορούς ή θεατρικές παραστάσεις για συγκέντρωση προϊόντων, ενώ πραγματοποιείται και

εξόρμηση στα τοπικά σούπερ μάρκετ, τα οποία διαθέτουν ειδικά καλάθια συλλογής προϊόντων. Συγκεντρώνονται τα βασικά όπως ρύζι, όσπρια και μακαρόνια, ενώ κατά διαστήματα παρέχεται και κρέας. Πηγή των πρωτοβουλιών είναι ο δήμος σε συνεργασία με το προσωπικό της δομής, το οποίο συζητάει τα θέματα με τον αντιδήμαρχο.

Το κοινωνικό παντοπωλείο του **Αγίου Δημητρίου** πραγματοποιεί διανομή μία φορά το μήνα. Παράλληλα, δίνει μεγάλη βάση στην παροχή βοήθειας στα παιδιά των κατοίκων της περιοχής, γι' αυτό και συγκεντρώνει σχολικά, λαμπάδες και παιχνίδια, ενώ κάθε Πάσχα ετοιμάζει και δωροπακέτα. Κατά περιόδους, συγκεντρώνει παπούτσια και ρούχα, βοηθώντας με αυτόν τον τρόπο την κοινωνική ιματιοθήκη. Η δομή συμμετέχει και στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα «*Δωρεάν Διανομές Τροφίμων*», όταν έρχονται δηλαδή αδιάθετα οπωροκηπευτικά, διανέμονται σε όσους τα έχουν ανάγκη. Βοήθεια παρέχεται και στο πρόγραμμα «*Βοήθεια Κατ' οίκον*». Τα προϊόντα που συγκεντρώνονται είναι κυρίως τρόφιμα που μπορούν να παραμείνουν εκτός ψυγείου, φάρμακα που δίνονται στο κοινωνικό φαρμακείο, κρέμες, πάνες και πολλά άλλα. Αν χορηγηθεί νωπό κρέας, αυτό δίνεται στο κοινωνικό συσσίτιο, που το έχει περισσότερο ανάγκη. Οι πρωτοβουλίες προέρχονται κυρίως από τον δήμο ή το προσωπικό της δομής, όχι από την ΜΚΟ.

Η συγκέντρωση και η παροχή τροφίμων είναι η βασική δραστηριότητα του παντοπωλείου στο **Χαλάνδρι**. Η δομή διοργανώνει παράλληλα διάφορες εκδηλώσεις όπως μαραθωνίους, κάνει εξορμήσεις σε σούπερ μάρκετ και δέχεται πακέτα προϊόντων από τοπικά σχολεία. Στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και συγκεκριμένα, το πρόγραμμα «*Χέρι Βοηθείας*», συνεργάζεται με την τράπεζα AlphaBank, η οποία της παρέχει επίσης προϊόντα για το παντοπωλείο. Ακόμη, έχει και συνεργασίες με άλλες εταιρείες όπως τον όμιλο Ελομάς, την Barilla, την Friesland και την Μέγα ΑΕ και την διαδικτυακή πλατφόρμα *Μπορούμε*. Τα είδη που συγκεντρώνει η δομή είναι κυρίως τρόφιμα μακράς διάρκειας, κατεψυγμένα προϊόντα, χαρτικά, απορρυπαντικά, φάρμακα, ρούχα, είδη ατομικής υγιεινής και άλλα. Οι ιδέες πηγάζουν από κοινού, δηλαδή μέσα από την συνεργασία του δήμου με την δομή.

Εκτός από την διανομή τροφίμων, το κοινωνικό παντοπωλείο της **Νέας Σμύρνης** πραγματοποιεί διοργανώσεις κυρίως την περίοδο των γιορτών για να ενισχύσει τους κατοίκους της περιοχής που έχουν ανάγκη και να μοιράσει δώρα, τα οποία εξασφαλίζονται μέσα από χορηγίες. Σημαντική είναι η παράλληλη στήριξη που παρέχει ο δήμος καθώς οι ωφελούμενοι της δομής μπορούν να συμμετέχουν και σε άλλες δομές όπως στην κοινωνική ιματιοθήκη, και να δέχονται δωρεάν συμβουλευτική. Τα είδη που διανέμονται είναι κυρίως τρόφιμα μακράς διάρκειας, απορρυπαντικά και είδη υγιεινής. Οι ιδέες και η υλοποίηση αυτών γίνεται σε συνεργασία του δήμου με το προσωπικό. Ο προϊστάμενος της κοινωνικής υπηρεσίας θα διαγράψει την γραμμή πάνω στην οποία θα κινηθούν οι εργαζόμενοι και αυτός θα εγκρίνει τις πρωτοβουλίες. Κάθε Τετάρτη, το

προσωπικό συμμετέχει σε διεπιστημονική ομάδα, όπου συζητά όλα τα θέματα των κοινωνικών δομών υπό την παρουσία του προϊστάμενου.

Μία φορά το μήνα πραγματοποιείται διανομή από το κοινωνικό παντοπωλείο της **Λυκόβρυσης-Πεύκης**. Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων της δομής είναι οι εξορμήσεις σε τοπικά σούπερ μάρκετ και οι φιλανθρωπικοί αγώνες για την συγκέντρωση προϊόντων. Παράλληλα, δίνονται χορηγίες από εταιρείες και την περίοδο των γιορτών τα σχολεία βοηθούν για την αύξηση των προμηθειών. Προϊόντα που αργούν να λήξουν όπως όσπρια, μακαρόνια, τοματοχυμοί, αλλά και απορρυπαντικά και είδη υγιεινής είναι μεταξύ των ειδών που συγκεντρώνονται για διανομή. Η πηγή των ιδεών είναι η συνεργασία του δήμου με το προσωπικό είναι στις πρωτοβουλίες συνεισφέρουν και οι εθελοντές.

Μία φορά κάθε μήνα μπορούν οι δικαιούχοι να προμηθευτούν προϊόντα από το κοινωνικό παντοπωλείο της **Θήβας**. Για την ενίσχυση των προμηθειών, η δομή κάνει εξορμήσεις σε σούπερ μάρκετ και διοργανώνει αθλητικές δραστηριότητες. Υπάρχει σημαντική βοήθεια από τα τοπικά αθλητικά σωματεία, ενώ και τοπικά σούπερ μάρκετ όπως Lidl, Βασιλόπουλος, My Market και Γαλαξίας έχουν στα καταστήματά τους ειδικό καλάθι για την ενίσχυση της δομής. Τα είδη πρώτης ανάγκης που συγκεντρώνονται είναι κυρίως προϊόντα μακράς διάρκειάς και απορρυπαντικά, είδη υγιεινής, σχολικά και ρούχα. Οι ιδέες προέρχονται από τον δήμο, αφού πρώτα γίνει συζήτηση με το προσωπικό.

Δραστηριότητες που ξεπερνούν τις αρμοδιότητές της κάνει η δομή του **Ηρακλείου**. Πέρα από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων, το κρητικό παντοπωλείο πραγματοποιεί εκδηλώσεις για δύο σκοπούς: για την συγκέντρωση προϊόντων και την ενίσχυση της ανταποδοτικότητας. Στο πλαίσιο των εκδηλώσεων, γίνονται θεατρικά έργα και προβάλλονται ταινίες με αντίτιμο λίγα τρόφιμα για την δομή. Παράλληλα, παρέχεται συμβουλευτική και πρόσφατα, πραγματοποίησε συνέδριο συμβουλευτικής για τους ομοφυλόφιλους. Τα προϊόντα που συγκεντρώνονται είναι κυρίως όσπρια, λάδι, μακαρόνια, είδη υγιεινής και απορρυπαντικά. Οι ιδέες πηγάζουν από το προσωπικό και υπάρχει συνεργασία με την ΜΚΟ. Ο υπεύθυνος της δομής ξεκαθάρισε πως η δράση της δομής δεν είναι αυτόνομη, αλλά συνδέεται και με τις άλλες δομές του χώρου.

Εκτός από την διανομή που γίνεται μία φορά το μήνα, το κοινωνικό παντοπωλείο της **Δράμας** πραγματοποιεί και έκτακτες διανομές, όταν ντόπιοι παραγωγοί παρέχουν λαχανικά ή φρούτα. Μεγάλη είναι η στήριξη που δέχεται από τοπικά σωματεία και επιχειρήσεις και τον τοπικό τηλεοπτικό σταθμό Alpha, οι οποίοι είτε στέλλουν τρόφιμα, είτε κάνουν εκδηλώσεις για την ενίσχυση της δομής. Τα είδη που παρέχονται είναι τρόφιμα μακράς διάρκειάς, απορρυπαντικά, ρούχα, σχολικά και άλλα. Πηγή των ιδεών είναι το τρίπτυχο προσωπικό-δήμος-Αυτοδιοίκηση Πολιτών. Η τελευταία είναι μία ομάδα πολιτών που συνεδριάζει ανά τακτά χρονικά διαστήματα και συζητάει όλα τα θέματα που αφορούν τον τόπο.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Η διανομή των αγαθών από το παντοπωλείο του δήμου **Καβάλας** πραγματοποιείται μία φορά το μήνα, ενώ υπάρχει και το ενδεχόμενο των έκτακτων διανομών, όταν έχει γίνει παραλαβή τροφίμων από χορηγίες. Πραγματοποιούνται εκδηλώσεις για την συγκέντρωση αυτών και το προσωπικό επικοινωνεί με εταιρείες πανελλαδικώς μέσω e-mail για να συγκεντρώσει περισσότερες χορηγίες. Τα είδη που συγκεντρώνονται είναι κυρίως οικονομικά όπως όσπρια, μακαρόνια και γενικά προϊόντα που είναι μακράς διάρκειας, απορρυπαντικά και άλλα. Οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία με το προσωπικό της δομής και την ΜΚΟ. Μετά την λήψη των αποφάσεων, οι εργαζόμενοι της δομής αποφασίζουν ποια θα είναι η πορεία της πραγματοποίησης των δράσεων σε συνεργασία με τον υπεύθυνο της κοινωνικής υπηρεσίας.

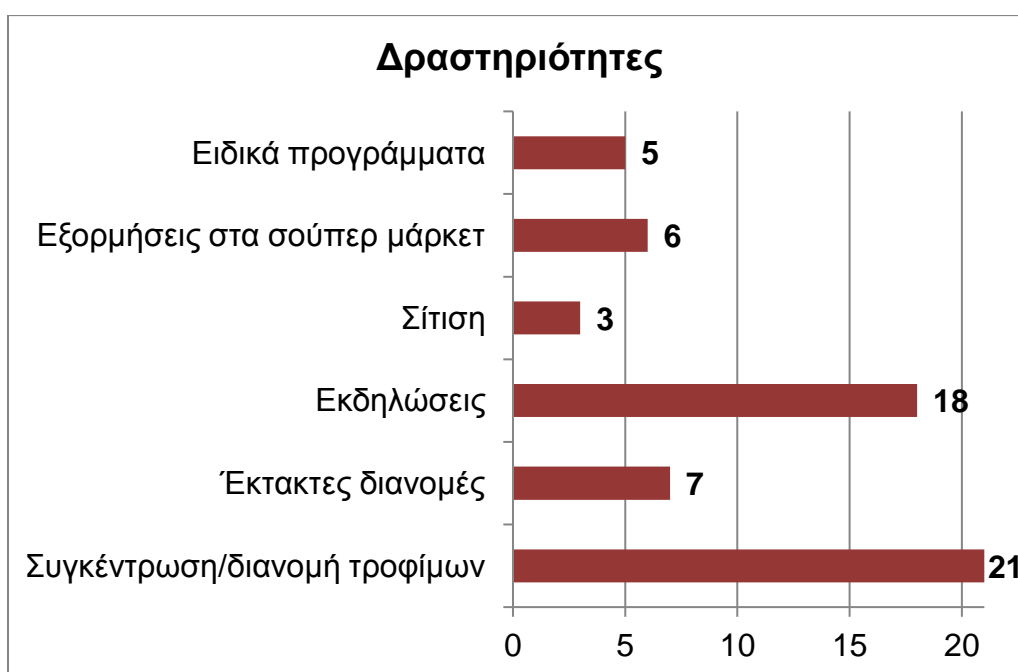
Οι βασικές δραστηριότητες του κοινωνικού παντοπωλείου της **Αλεξανδρούπολης** είναι η συγκέντρωση και διανομή τροφίμων και οι εκδηλώσεις για την ενίσχυσή του. Παράλληλα, υπάρχουν τοπικά καλάθια για τον σκοπό αυτό σε τοπικά σούπερ μάρκετ. Τα προϊόντα που διανέμονται είναι κυρίως τρόφιμα με μεγάλη διάρκεια όπως όσπρια, μακαρόνια, τοματοχυμοί, και απορρυπαντικά. Οι πρωτοβουλίες προέρχονται από την συνεργασία του δήμου με την ΑΜΚΕ και στη συνέχεια, τίθενται υπό συζήτηση και με το προσωπικό.

Κάθε μήνα πραγματοποιείται διανομή από το **1^ο Ειδικό Δημοτικό Σχολείο Κερασινίου**, το οποίο παρέχει και σίτιση καθημερινή στους μαθητές του σχολείου. Εκδηλώσεις δεν πραγματοποιούνται αποκλειστικά για την δομή καθώς η τελευταία είναι ενταγμένη στις δραστηριότητες του σχολείου. Τα είδη που συγκεντρώνονται είναι μακαρόνια, ρύζι, φακές, φασόλια, γάλα, δημητριακά, ενώ κατά την περίοδο των γιορτών δίνεται και κρέας. Οι πρωτοβουλίες ξεκινάνε από το σχολείο.

12.2 Αποτελέσματα

Δραστηριότητες

Οι δραστηριότητες αφορούν τις δράσεις που αναλαμβάνουν τα κοινωνικά παντοπωλεία. Η κωδικοποίηση έγινε με βάση τα λεγόμενα των υπεύθυνων και οι κατηγορίες είναι οι εξής: ειδικά προγράμματα, εξορμήσεις σε σούπερ μάρκετ, σίτιση, εκδηλώσεις, έκτακτες διανομές και συγκέντρωση/διανομή τροφίμων.



Γράφημα 19: Οι δραστηριότητες των δομών

Εύλογη είναι η απάντηση σχετικά με την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων, δραστηριότητα που πρωταγωνιστεί σε όλες τις δομές της έρευνας. Από εκεί και πέρα, 18 παντοπωλεία παραδέχτηκαν πως πραγματοποιούν διάφορες εκδηλώσεις όπως φιλανθρωπικούς αθλητικούς αγώνες και συναυλίες για να βοηθήσουν την λειτουργία τους. Μικρότερα είναι τα ποσοστά που σχετίζονται με τις έκτακτες διανομές αγαθών (86%), τις εξορμήσεις και τα ειδικά καλάθια σε σούπερ μάρκετ (ποσοστό 29%), τα ειδικά προγράμματα (ποσοστό 24%) και την σίτιση των ωφελούμενων (ποσοστό 14%).

Τυπική περίπτωση

Ομολογουμένως η τυπική περίπτωση στην εν λόγω υπομεταβλητή είναι η συγκέντρωση και διανομή τροφίμων, καθιστώντας την εύλογα την βασική λειτουργία των κοινωνικών παντοπωλείων.

Είδη πρώτης ανάγκης

Πρόκειται για τα είδη που διανέμει στους ωφελούμενους μία δομή. Σαφώς η κωδικοποίηση προέρχεται από τις συνεντεύξεις και οι κατηγορίες είναι οι εξής: τρόφιμα μακράς διάρκειας, κατεψυγμένα, απορρυπαντικά, χαρτικά και είδη υγιεινής, φάρμακα, οπωροκηπευτικά, ρούχα και σχολικά είδη ή παιχνίδια.



Γράφημα 20: Τα είδη πρώτης ανάγκης που προμηθεύουν οι δομές

Όλα τα παντοπωλεία τόνισαν πως βασική τους δράση είναι η συγκέντρωση τροφίμων με μακρά διάρκεια λήξης. Θεωρείται εύλογο να προμηθεύονται κατά μείζονα λόγο αυτό το είδος τροφής καθώς σε πολλές δομές δεν γίνεται διανομή κάθε μέρα και θα υπήρχε κίνδυνος αλλοίωσης των τροφίμων και μεγαλύτερος κίνδυνος για την ζωή των

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ωφελοούμενων. Στη συνέχεια, 14 εξ αυτών συγκεντρώνουν και απορρυπαντικά (ποσοστό 67%), ενώ στην τρίτη θέση είναι τα χαρτικά και τα είδη υγιεινής, τα οποία αποτελούν αντικείμενο διανομής 12 δομών (ποσοστό 57%). Πιο χαμηλά στην κατάταξη είναι τα κατεψυγμένα (ποσοστό 38%), τα σχολικά είδη και τα παιχνίδια (ποσοστό 33%), η ένδυση-υπόδηση (ποσοστό 33%), τα οπωροκηπευτικά (ποσοστό 14%) και τα φάρμακα (ποσοστό 14%).

Τυπική περίπτωση

Το βασικό είδος πρώτης ανάγκης που προμηθεύονται οι δομές και διανέμουν στους δικαιούχους είναι τα τρόφιμα μακράς διάρκειας.

Ποσό χρηματοδότησης και πλήθος πακέτων

Το ποσό χρηματοδότησης αφορά το χρηματικό σύνολο που μπορεί να αξιοποιήσει η κάθε δομή προκειμένου να προμηθευθεί τα είδη πρώτης ανάγκης για τους ωφελοούμενους. Η κωδικοποίηση έγινε με βάση τα τεκμήρια τα οποία στάλθηκαν από ορισμένες δομές.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	ΠΛΗΘΟΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΩΝ	ΠΛΗΘΟΣ ΠΑΚΕΤΩΝ	ΠΟΣΟ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ (σε ευρώ)	ΠΛΗΘΟΣ ΠΑΚΕΤΩΝ ΑΝΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ (κατά προσέγγιση)	ΠΟΣΟ ΠΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΙ ΣΕ ΚΑΘΕ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ (σε ευρώ)
1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου	100	-	-	-	-
Δήμου Ορεστιάδας	270	-	-	-	-
Δήμου Αλεξανδρούπολης	150	-	-	-	-
Δήμου Νέας Ιωνίας	700	-	-	-	-
Δήμου Θήβας	310	-	-	-	-
Τρικκαίων	200	-	-	-	-
Δήμου Δράμας	743	-	-	-	-
Δήμου Ηλιούπολης	300	-	-	-	-
Δήμου Ιεράπετρας	200	-	-	-	-
Δήμου Βόλου	300	-	-	-	-
Ηρακλείου	150	-	31730	-	211,5
Δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης	139	-	56500	-	406,5
Μαραθώνα	320	-	-	-	-
Δήμου Αγίου Δημητρίου	500	-	-	-	-
Δήμου Νέας Σμύρνης	500	118833	-	238	-
Δήμου Παλαιού Φαλήρου	700	65412	-	93	-
Δήμου Χαλανδρίου	632	-	-	-	-
Καβάλας	350	-	-	-	-
Δήμου Καβάλας	350	-	-	-	-
Δήμου Άργους	600	-	-	-	-
Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας	600	-	-	-	-

Πίνακας 8: Συσχέτιση του πλήθους των οικογενειών που εξυπηρετούν οι δομές με τα πακέτα της διανομής και τα ποσά της χρηματοδότησης

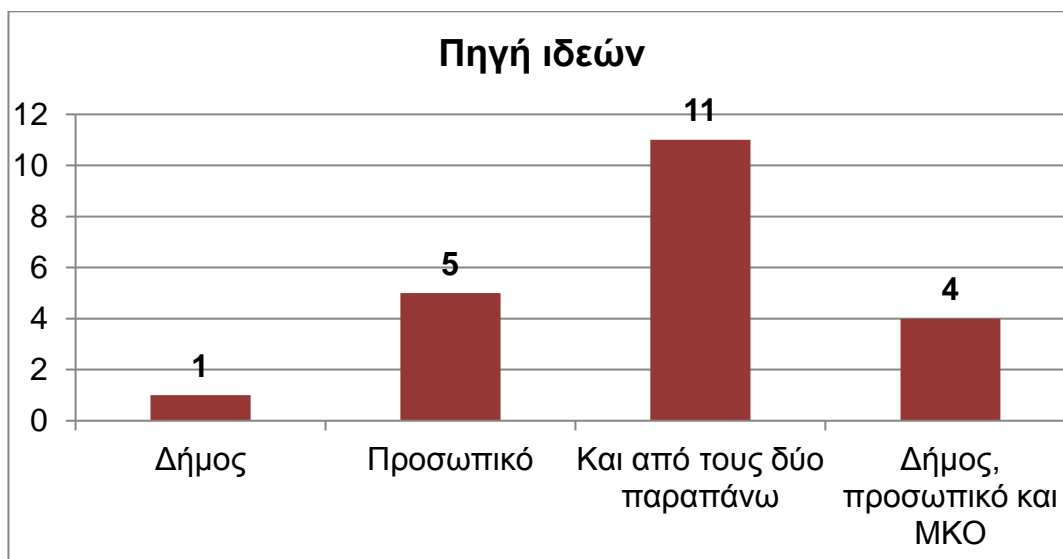
Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Από τα λίγα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν, καθώς μόνο 4 από τις 21 δομές ανταποκρίθηκαν στο κάλεσμα της πρόσβασης στον επίσημο απολογισμό των παντοπωλείων, φαίνεται ότι το συνολικό πλήθος των πακέτων που διανέμεται στους ωφελούμενους κυμαίνεται από 65 έως 120 χιλιάδες περίπου τον χρόνο, ενώ η αντιστοιχία σε οικογένεια ανά χρόνο είναι από 93 έως 238 πακέτα. Ακόμη, το ποσό χρηματοδότησης που προέρχεται από τον δήμο κυμαίνεται από 32 έως 57 χιλιάδες ευρώ, στοιχείο που μεταφράζεται ανά οικογένεια ετησίως από 212 έως 407 ευρώ.

Κάτι που γίνεται με σιγουριά να διατυπωθεί είναι ότι το ποσό χρηματοδότησης ή τα πακέτα που διανέμονται δεν είναι ανάλογα των οικογενειών που εξυπηρετούνται.

Πηγή ιδεών

Η πηγή ιδεών σχετίζεται με τον φορέα που ευθύνεται για τις ιδέες που κάνουν πράξη τα κοινωνικά παντοπωλεία. Η κωδικοποίηση προέρχεται από τα λεγόμενα των υπεύθυνων και οι κατηγορίες είναι οι εξής: δήμος, προσωπικό, και οι δύο παραπάνω, δήμος-προσωπικό-ΜΚΟ.



Γράφημα 21: Πηγή ιδεών για τις δράσεις των δομών

Από τις απαντήσεις στην εν λόγω ερώτηση φάνηκε ότι το 50% των παντοπωλείων στηρίζεται στην συνεργασία του δήμου με το προσωπικό των δομών προκειμένου να βγουν στην επιφάνεια ιδέες που θα συνεισφέρουν στην λειτουργία τους. Βέβαια, το προσωπικό εξακολουθεί να έχει πρωταγωνιστικό ρόλο και σε απαντήσεις με χαμηλότερα

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

ποσοστά (ποσοστό 24%), καθώς πέντε δομές χρησιμοποιούν ως πηγή ιδεών τους εργαζόμενους και τέσσερα στηρίζονται στο τρίπτυχο δήμου-προσωπικού-ΜΚΟ (ποσοστό 19%). Στην τελευταία θέση έρχεται ως μοναδική πηγή ο δήμος.

Τυπική περίπτωση

Κύρια πηγή άντλησης των ιδεών που αφορούν τα κοινωνικά παντοπωλεία είναι το δίπτυχο δήμος-προσωπικό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13. ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

13.1 Αναλυτικά στοιχεία

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης θεματικής, οι υπεύθυνοι δέχθηκαν ερωτήσεις σχετικά με τον τρόπο και την διαδικασία κατά την οποία λαμβάνονται οι αποφάσεις που αφορούν την δομή και με το αν έχει το προσωπικό την δυνατότητα να συμμετέχει σε αυτές. Παρακάτω αναγράφονται συγκεκριμένα οι απαντήσεις που έδωσαν οι υπεύθυνοι των δομών σχετικά με την εν λόγω θεματική.

Οι αποφάσεις που αφορούν το παντοπωλείο του **Παλαιού Φαλήρου** λαμβάνονται από τον δήμο σε συνεργασία με την ΜΚΟ. Το προσωπικό έχει την δυνατότητα να λάβει μέρος στην λήψη αυτών καθώς οι εργαζόμενοι είναι οι πιο κατάλληλοι για την διαδικασία αυτή, αφού ζουν καθημερινά τις ανάγκες της δομής.

Όλα τα θέματα που αφορούν την δομή στην **Καβάλα** τίθενται υπό συζήτηση με τον δήμο και την ΜΚΟ. Όσον αφορά τις διανομές και την συγκέντρωση των προϊόντων, τον πρώτο λόγο έχει ο δήμος με την ΜΚΟ και δευτερευόντως το προσωπικό. Το τελευταίο είναι σε θέση να συμμετέχει στις αποφάσεις που σχετίζονται με την δομή.

Το παντοπωλείο των **Τρικάλων** συζητάει όλα τα θέματά του με την ΜΚΟ που συνεργάζεται και το προσωπικό έχει πρωταγωνιστικό ρόλο στην λήψη των αποφάσεων.

Οι αποφάσεις λαμβάνονται αποκλειστικά από τον δήμο της **Ορεστιάδας** σχετικά με το κοινωνικό παντοπωλείο της δομής. Ωστόσο, το προσωπικό έχει την δυνατότητα να συμμετέχει σε αυτές.

Η δομή της **Νέας Ιωνίας** συζητάει όλα της τα θέματα με τον δήμο, όμως είναι υπεύθυνη για τις αποφάσεις που αφορούν την λειτουργία του παντοπωλείου. Δεδομένου αυτού του στοιχείου, το προσωπικό παίζει σημαντικό ρόλο στην λήψη των αποφάσεων.

Εντός του πλαισίου της συνεργασίας της δομής του **Μαραθώνα** με την ΜΚΟ εντάσσεται και η συζήτηση όλων των θεμάτων που προκύπτουν. Βέβαια, τον τελευταίο λόγο έχει το προσωπικό του παντοπωλείου.

Σημαντική είναι και η συνεργασία της δομής στη **Μάνδρα-Ειδυλλία** με τον δήμο καθώς από κοινού αποφασίζουν για τις δραστηριότητες της δομής. Σε αυτή την διαδικασία, μπορεί να συμμετέχει και το προσωπικό.

Το κοινωνικό παντοπωλείο της **Ιεράπετρας** συζητάει όλα τα θέματα με τον δήμο. Η επιτροπή διαχείρισης, ο υπεύθυνος και ο αντιδήμαρχος συνεδριάζουν για ό, τι αφορά το παντοπωλείο και στη συνέχεια, μπορεί να έχει λόγο και το προσωπικό.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Οι αποφάσεις που αφορούν την δομή στην **Ηλιούπολη** στηρίζονται στον πυλώνα αντιδημάρχου-προσωπικού. Συνεπώς, οι αποφάσεις βγαίνουν από κοινού.

Η δομή του **Βόλου** συζητάει όλα της τα θέματα με τον δήμο και σε αυτή την διαδικασία έχει την δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό.

Το παντοπωλείο του **Άργους** συζητάει όλα τα θέματα με τον δήμο και από κοινού αποφασίζουν. Το προσωπικό έχει την δυνατότητα να συμμετέχει.

Στην περίπτωση της δομής στον **Άγιο Δημήτριο**, η υπεύθυνη της κοινωνικής υπηρεσίας συζητά με το προσωπικό και από κοινού λαμβάνουν τις αποφάσεις.

Ο δήμος **Χαλανδρίου** θέτει ως θέματα συζήτησης τα ζητήματα που αφορούν το παντοπωλείο και αποφασίζει μαζί με το προσωπικό ποια θα είναι η πορεία τους.

Όταν πρόκειται για σημαντικές αποφάσεις που έχουν σχέση με την λειτουργία του παντοπωλείου στη **Νέα Σμύρνη**, λαμβάνει δράση το Δημοτικό Συμβούλιο. Όμως, αυτές που αφορούν την συγκέντρωση των τροφίμων λαμβάνονται από τον υπεύθυνο της κοινωνικής υπηρεσίας σε συνεργασία με το προσωπικό.

Στην περίπτωση του παντοπωλείου της **Λυκόβρυσης-Πεύκης**, το προσωπικό είναι ο μοναδικός φορέας που λαμβάνει μέρος στη λήψη των αποφάσεων.

Όσον αφορά την δομή στη **Θήβα**, αρχικά η επιτροπή διαχείρισης όπου συμμετέχει και η υπεύθυνη της δομής συζητά τα θέματα και έπειτα, οι αποφάσεις λαμβάνονται μαζί με το προσωπικό.

Σε συνεργασία με την ΜΚΟ λαμβάνονται οι αποφάσεις από το κοινωνικό παντοπωλείο **Ηρακλείου** και σε αυτή την διαδικασία έχει την δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό.

Η υπεύθυνη της δομής στην **Δράμα** συζητάει με το προσωπικό τα ζητήματα που προκύπτουν και τα μεταφέρει στον δήμο, με τον τελευταίο να είναι ο αρμόδιος υπεύθυνος για την λήψη των τελικών αποφάσεων.

Όλα τα θέματα που αφορούν την δομή στον δήμο **Καβάλας** τίθενται υπό συζήτηση με τον δήμο και την ΜΚΟ. Όσον αφορά τις διανομές και την συγκέντρωση των προϊόντων, τον πρώτο λόγο έχει ο δήμος με την ΜΚΟ και δευτερευόντως το προσωπικό. Το τελευταίο είναι σε θέση να συμμετέχει στις αποφάσεις που σχετίζονται με την δομή.

Στην περίπτωση του παντοπωλείου της **Αλεξανδρούπολης**, το προσωπικό είναι ο μοναδικός φορέας που λαμβάνει μέρος στη λήψη των αποφάσεων.

Όσον αφορά το **1^ο Ειδικό Δημοτικό Σχολείο Κερατσινίου**, το μοντέλο λήψης αποφάσεων είναι μοναδικό καθώς αποτελεί μία ειδική περίπτωση. Στην περίπτωση της

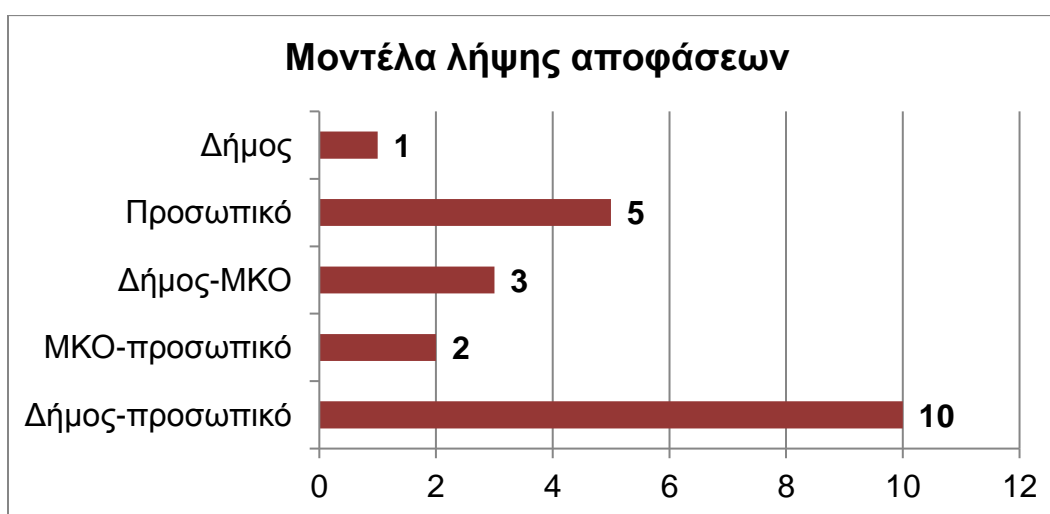
Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

δομής που συστεγάζεται με την σχολική μονάδα οι αποφάσεις λαμβάνονται από το προσωπικό του σχολείου που ασχολείται με το κομμάτι του παντοπωλείου και τον διευθυντή.

13.2 Αποτελέσματα

Μοντέλα λήψης αποφάσεων

Πρόκειται για περιπτώσεις που δηλώνουν πώς βγαίνουν οι αποφάσεις που σχετίζονται με τα παντοπωλεία και ποιοι είναι οι φορείς που πρωταγωνιστούν. Η κωδικοποίηση πηγάζει από τις συνεντεύξεις και οι κατηγορίες είναι: δήμος, προσωπικό, δήμος-ΜΚΟ, ΜΚΟ-προσωπικό και δήμος-προσωπικό.



Γράφημα 22: Μοντέλα λήψης αποφάσεων που αφορούν τα κοινωνικά παντοπωλεία

Μέσα από τις συνεντεύξεις διαπιστώθηκε ότι η λήψη των αποφάσεων σχετικά με τα κοινωνικά παντοπωλεία στηρίζεται σε πέντε μοντέλα. Το επικρατέστερο χαρακτηρίζεται από την συνεργασία του δήμου με το προσωπικό της δομής (50%), ενώ σημαντικό είναι το ποσοστό που σχετίζεται με το προσωπικό ως κέντρο λήψης των αποφάσεων (ποσοστό 24%). Χαμηλότερης απήχησης μοντέλα είναι η σύμπραξη της δημοτικής αρχής με την ΜΚΟ (ποσοστό 14%), η συνεργασία της ΜΚΟ με το προσωπικό (ποσοστό 10%) και η λήψη αποφάσεων αποκλειστικά από τον δήμο.

Τυπική περίπτωση

Δέκα από τα 21 κοινωνικά παντοπωλεία συμφωνούν ότι για τις αποφάσεις τον πρώτο λόγο έχει η σύμπραξη δήμου με προσωπικό, γεγονός που συμφωνεί με την περίπτωση που αφορά την πηγή των ιδεών.

Συμμετοχή του προσωπικού στις αποφάσεις

Η εν λόγω υπομεταβλητή αφορά το ενδεχόμενο το προσωπικό να λαμβάνει μέρος στις συζητήσεις που γίνονται σχετικά με τις δράσεις των δομών.

Στην ερώτηση που αφορά την συμμετοχή του προσωπικού στις αποφάσεις, όλοι οι υπεύθυνοι απάντησαν ομόφωνα πως το προσωπικό έχει την δυνατότητα να συμμετέχει στην λήψη των αποφάσεων που σχετίζεται με την λειτουργία του παντοπωλείου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14. ΕΝΤΑΣΗ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

14.1 Αναλυτικά στοιχεία

Στο πλαίσιο της εν λόγω θεματικής, οι υπεύθυνοι των κοινωνικών δομών αναφέρθηκαν στην χρήση των ψηφιακών μέσων για την λειτουργία των παντοπωλείων και στην πιθανότητα διαχείρισης αυτών από το ίδιο το προσωπικό. Παρακάτω αναγράφονται συγκεκριμένα οι απαντήσεις που έδωσαν οι υπεύθυνοι των δομών σχετικά με την εν λόγω θεματική.

Το παντοπωλείο του **Παλαιού Φαλήρου** χρησιμοποιεί για την εύρυθμη λειτουργία του την ιστοσελίδα του δήμου, την οποία διαχειρίζεται το γραφείο τύπου του δήμου. Το προσωπικό έχει την δυνατότητα να είναι διαχειριστής των ψηφιακών μέσων, όμως γενικότερα η δομή δεν τα χρησιμοποιεί.

Η δομή της **Καβάλας** χρησιμοποιεί κυρίως το facebook προκειμένου να δημοσιευθούν οι δράσεις και να γίνει ευρέως γνωστό το έργο του παντοπωλείου στον κόσμο. Παράλληλα, το προσωπικό είναι σε θέση να διαχειρίζεται τα ψηφιακά μέσα.

Το ίδιο ψηφιακό μέσο χρησιμοποιεί κυρίως και η δομή των **Τρικάλων** για να προωθήσει τις δράσεις της, αναρτώντας κατά κύριο λόγο φωτογραφίες και γενικότερα οπτικό υλικό. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των μέσων ψηφιακής επικοινωνίας.

Στην ίδια πορεία όσον αφορά την ψηφιακή επικοινωνία κινείται και η δομή της **Ορεστιάδας**, η οποία χρησιμοποιεί το facebook κατά μείζονα λόγο, όμως τα ηλεκτρονικά μέσα αποτελούν αντικείμενο διαχείρισης από τον δήμο.

Το facebook χρησιμοποιεί και το κοινωνικό παντοπωλείο της **Νέας Ιωνίας**, το οποίο διαχειρίζεται το γραφείο τύπου, ενώ ανακοινώσεις υπάρχουν και στο επίσημο site του δήμου. Το προσωπικό στην προκειμένη περίπτωση δεν αποτελεί διαχειριστή των παραπάνω μέσων, αλλά το γραφείο τύπου και η κοινωνική υπηρεσία.

Το ίδιο μέσο χρησιμοποιείται κυρίως από την δομή του **Μαραθώνα** με σκοπό την προβολή των δράσεων και την ενημέρωση του κόσμου. Οι ίδιοι οι εργαζόμενοι της δομής είναι διαχειριστές των μέσων.

Καμία σχέση της δομής με τα ψηφιακά μέσα δηλώνει ο υπεύθυνος του παντοπωλείου **Μάνδρας-Ειδυλλίας**. Βέβαια, αφού το παντοπωλείο δεν χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα, εύλογα το προσωπικό δεν χειρίζεται παρόμοια μέσα για την προβολή του.

Το κοινωνικό παντοπωλείο της **Ιεράπετρας** κάνει χρήση του facebook προκειμένου να δημοσιεύσει τις δράσεις του. Διαχειριστής είναι ένα μέλος της επιτροπής διαχείρισης που είναι γνώστης του εν λόγω μέσου και σε εκείνον απευθύνεται το προσωπικό όταν υπάρχει ανάγκη χρήσης των ψηφιακών μέσων.

Η δομή της **Ηλιούπολης** έχει στην θέση του διαχειριστή του facebook τον αντιδήμαρχο της κοινωνικής υπηρεσίας. Από εκεί και πέρα, οι ανακοινώσεις βγαίνουν από το προσωπικό της δομής και αποστέλλονται στο γραφείο τύπου, το οποίο με την σειρά του τις αναρτά στην επίσημη ιστοσελίδα του δήμου.

Η δομή του **Βόλου** χρησιμοποιεί το facebook για την προβολή των δράσεων και ανεβάζει οπτικό υλικό. Το προσωπικό είναι ο μοναδικός διαχειριστής του ηλεκτρονικού μέσου.

Το ίδιο μέσο χρησιμοποιεί και το κοινωνικό παντοπωλείο του **Αργους** με σκοπό την δημοσίευση των δράσεων και την ενημέρωση του κόσμου. Σε αυτή την περίπτωση διαχειριστής είναι ένας υπάλληλος του δήμου, ο οποίος δεν βρίσκεται σε εργασιακή θέση που να σχετίζεται με την δραστηριότητα του παντοπωλείου.

Όσον αφορά την δομή του **Αγίου Δημητρίου**, χρησιμοποιεί κατά μείζονα λόγο το facebook για τις ανακοινώσεις της και την ανάρτηση των δράσεων, αποσκοπώντας στην στήριξη του κόσμου. Δελτία τύπου αναρτώνται και από το γραφείο τύπου στην επίσημη ιστοσελίδα του δήμου. Διαχειριστής του facebook είναι το προσωπικό, όμως πρώτα πρέπει να γίνει η αποστολή των ανακοινώσεων από το γραφείο τύπου για να γίνει η οποιαδήποτε ανάρτηση.

Μέσα όπως το facebook, την ιστοσελίδα του δήμου και το Blog της δομής χρησιμοποιεί το κοινωνικό παντοπωλείο του **Χαλανδρίου**. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των παραπάνω.

Η δομή της **Νέας Σμύρνης** χρησιμοποιεί το facebook και αναρτά κείμενα στην ιστοσελίδα του τμήματος κοινωνικής πολιτικής του δήμου. Το προσωπικό είναι σε θέση να τα χρησιμοποιήσει, όμως η διαχείριση βρίσκεται στα χέρια της ΜΚΟ.

Την ιστοσελίδα του δήμου ως μοναδικό μέσο προώθησης των δράσεων χρησιμοποιεί το κοινωνικό παντοπωλείο **Λυκόβρυσης-Πεύκης**. Το προσωπικό δεν μπορεί να παρέμβει σε αυτή την δραστηριότητα καθώς διαχειριστής του site είναι το γραφείο τύπου.

Την προσωπική ιστοσελίδα του παντοπωλείου χρησιμοποιεί ως μέσο ψηφιακής επικοινωνίας η δομή της **Θήβας**. Διαχειριστής σε αυτή την περίπτωση είναι το προσωπικό και συγκεκριμένα, ένας υπάλληλος του παντοπωλείου.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Στον *Κοινωνικό Χώρο*, όπως ονομάζεται η σελίδα που έχει η δομή του **Ηρακλείου** στο facebook, αναρτώνται όλα τα δελτία τύπου και ως επακόλουθο, και οι δράσεις. Διαχειριστής του είναι το ίδιο το προσωπικό.

Μακριά από την χρήση των ηλεκτρονικών μέσων βρίσκεται το κοινωνικό παντοπωλείο της **Δράμας**. Όπως ανέφερε η υπεύθυνη της δομής, ο δήμος και συγκεκριμένα το γραφείο τύπου έχει αναλάβει το κομμάτι αυτό.

Η δομή του δήμου **Καβάλας** χρησιμοποιεί κυρίως το facebook προκειμένου να δημοσιευθούν οι δράσεις και να γίνει ευρέως γνωστό το έργο του παντοπωλείου στον κόσμο. Παράλληλα, το προσωπικό είναι σε θέση να διαχειρίζεται τα ψηφιακά μέσα.

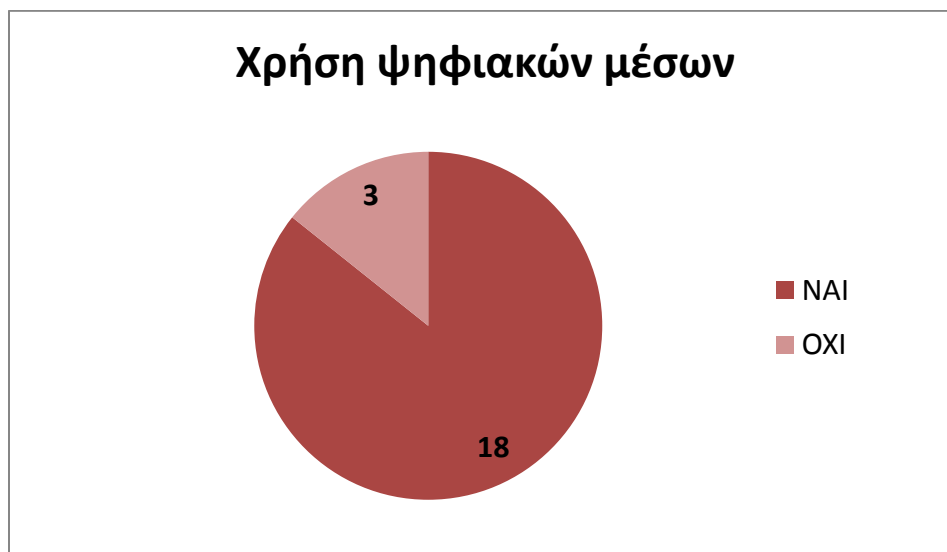
Χρήση του sitetou δήμου και του facebook κάνει το κοινωνικό παντοπωλείο της **Αλεξανδρούπολης**. Μάλιστα, στην περίπτωση του facebook, διαχειριστής είναι το προσωπικό της δομής.

Καμία σχέση με τα ψηφιακά μέσα δηλώνει το **1^ο Ειδικό Δημοτικό Σχολείο Κερασινίου**.

14.2 Αποτελέσματα

Χρήση ψηφιακών μέσων

Πρόκειται για το αν το προσωπικό γενικότερα χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την λειτουργία του παντοπωλείου. Η κωδικοποίηση προέρχεται από τα δεδομένα των συνεντεύξεων και η ερώτηση στην προκειμένη περίπτωση ήταν κλειστού τύπου.



Γράφημα 23: Χρήση των ψηφιακών μέσων από τις δομές

Η πλειονότητα των κοινωνικών παντοπωλείων (τα 18 από τα 21) (ποσοστό 86%) ανέφεραν πως το προσωπικό των δομών είναι σε θέση να χρησιμοποιεί τα ηλεκτρονικά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την προώθηση των δράσεων. Από την άλλη, μόλις τρία παντοπωλεία (ποσοστό 14%) τόνισαν πως το προσωπικό δεν κάνει χρήση των εν λόγω μέσων.

Τυπική περίπτωση

Τα κοινωνικά παντοπωλεία, στην πλειονότητά τους, είναι σε θέση να χρησιμοποιούν τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία τους.

Είδη μέσων που χρησιμοποιούν

Πρόκειται για τα ηλεκτρονικά μέσα που χρησιμοποιούν οι δομές. Η κωδικοποίηση αντλείται από τα λεγόμενα των υπεύθυνων και οι κατηγορίες είναι οι εξής: facebook, ιστοσελίδα του δήμου και blog του παντοπωλείου.



Γράφημα 24: Τα μέσα που χρησιμοποιούν τα παντοπωλεία

Η ερώτηση κλειστού τύπου που ακολούθησε αναφέρεται μόνο στους εργαζόμενους που χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά μέσα. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσε το facebook, με 15 παντοπωλεία να αναφέρουν ότι το χρησιμοποιούν για την επικοινωνία των πρωτοβουλιών τους (ποσοστό 71%). Οχτώ απαντήσεις συγκέντρωσε η ιστοσελίδα του δήμου (ποσοστό 38%), ενώ μόλις δύο δομές κάνουν χρήση της προσωπικής τους ιστοσελίδας.

Τυπική περίπτωση

Οι δομές χρησιμοποιούν ως βασικό ηλεκτρονικό μέσο το facebook.

Το προσωπικό ως ο διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων

Σε αυτό το σημείο γίνεται αναφορά στο ενδεχόμενο το ίδιο το προσωπικό να διαχειρίζεται τα ηλεκτρονικά μέσα που σχετίζονται με την δομή όπως το facebook ή την ιστοσελίδα του δήμου. Οι κατηγορίες διαμορφώθηκαν βάσει των δεδομένων των συνεντεύξεων και είναι οι εξής: ναι, όχι και δεν γίνεται χρήση.



Γράφημα 25: Διάγραμμα που καταγράφει το ποσοστό του προσωπικού που διαχειρίζεται τα ηλεκτρονικά μέσα της δομής

Από τα 18 παντοπωλεία που απάντησαν θετικά στην χρήση ψηφιακών μέσων, τα δέκα στηρίζουν ότι το προσωπικό είναι υπεύθυνο για την διαχείριση των ψηφιακών μέσων που αφορούν την δομή (ποσοστό 48%). Σημαντικό είναι και το ποσοστό όσων δεν έχουν το προσωπικό ως τον διαχειριστή των μέσων, με ποσοστό 38%. Μόλις τρία από τα 21 αναφέρουν ότι κάνουν μηδενική χρήση των μέσων (ποσοστό 14%).

Τυπική περίπτωση

Το προσωπικό της πλειονότητας των δομών είναι ο διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων που αφορούν τα παντοπωλεία.

Πλήθος αναρτήσεων στα ηλεκτρονικά μέσα

Κοινωνικά Παντοπωλεία	E-mail	Site ή Blog	→Πλήθος αναρτήσεων ³⁶
Δήμου Ηρακλείου Κρήτης	koinpantopoleio.her@gmail.com	-	-
Καβάλας	-	-	-
Μαραθώνα	pantopoleiosissitiomarathona@gmail.com	-	-
Δήμου Ηλιούπολης	koinpantopoleio@ilioupoli.gr	-	-
Θήβας	dimosthivas@thiva.gr	http://pantopoliothivas.blogspot.gr/	6
Δήμου Ορεστιάδας	-	http://koinonikopantopoleioorestiad.a1.blogspot.gr/p/blog-page_2052.html	-
Δήμου Ιεράπετρας	koinonikopantopoleio@ierapetra.gov.gr	-	-
Δήμου Βόλου	-	www.steki_allilegyis.blogspot.com	-
Δήμου Αγίου Δημητρίου	pantopolio@dad.gr	-	-
Δήμου Χαλανδρίου	pantopoleio@halandri.gr	http://pantopoleiochalandriou.blogspot.gr/	-
Δήμου Νέας Ιωνίας	koin@otenet.gr	http://koinonikopantopoleio.blogspot.gr/p/blog-page_12.htm http://socialservicesdni.blogspot.gr/	2

Πίνακας 9: Καταγραφή ύπαρξης e-mail, site ή blog και πλήθος αναρτήσεων σε αυτά που αφορούν τα κοινωνικά παντοπωλεία³⁷

³⁶ Για την συγκέντρωση του πλήθους αναρτήσεων τέθηκε το χρονικό όριο έξι μηνών, δηλαδή 1^η Ιουλίου 2016 έως 12 Δεκεμβρίου 2016.

³⁷ Για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τις δημοσιεύσεις βλ. Παράρτημα Β, Πίνακα 26, σελ. 293.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Κοινωνικά Παντοπωλεία	Site δήμου	→Πλήθος αναρτήσεων	Site MKO	→Πλήθος αναρτήσεων
Δήμου Ηρακλείου Κρήτης	http://www.heraklion.gr/	-	http://www.kalokairinosfoundation.gr/	-
Καβάλας	http://www.kavala.gov.gr/web/guest/home	-	-	-
Μαραθώνα	http://site.marathon.gr/	1	http://levdm.gr/	-
Δήμου Παλαιού Φαλήρου	https://palaiofaliro.gr/	-	-	-
Δήμου Ηλιούπολης	http://www.ilioupoli.gr/	9	-	-
Δήμου Δράμας	http://dimos-dramas.gr/	-	-	-
Τρικαίων	http://trikalacity.gr/	-	-	-
1 ^{ου} Ειδ. Δημοτ. Σχολ. Κερατσινίου	http://keratsini-drapetsona.gr/index.php/el/	-	-	-
Αλεξανδρούπολης	http://www.alexpolis.gr/default.asp	-	http://www.xenioszeus.org.gr/index.php/el/	-
Θήβας	http://www.thiva.gr/portal/page/portal/dimosThivas	2	-	-
Λυκόβρυσσης-Πεύκης	http://www.dimospefkis.gr/	1	-	-
Δήμου Ορεστιάδας	http://www.orestiada.gr/	-	http://www.mkoapostoli.com/	3
Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας	http://mandras-eidyllias.gr/	12	https://www.boroume.gr/	-
Δήμου Ιεράπετρας	http://www.ierapetra.gov.gr	14	-	-
Δήμου Βόλου	http://dimosvolos.gr/	-	-	-
Δήμου Άργους	http://www.newargos.gr/	1	-	-
Δήμου Αγίου Δημητρίου	http://www.dad.gr/index.php	-	-	-
Δήμου Χαλανδρίου	http://www.halandri.gr/	1	http://www.poreia.org/	1
Δήμου Καβάλας	http://www.kavala.gov.gr/web/guest/home	-	-	-
Δήμου Νέας Σμύρνης	http://www.neasmyrni.net.gr/ http://www.neasmyrni.gr/	1	http://www.xenioszeus.org.gr/index.php/el/	-
Δήμου Νέας Ιωνίας	http://www.neaionia.gr/	-	-	-

Πίνακας 10: Καταγραφή ύπαρξης δημοτικής ιστοσελίδας και ιστοσελίδας της MKO που ανήκουν τα παντοπωλεία και πλήθος αναρτήσεων σε αυτές που αφορούν τα κοινωνικά παντοπωλεία³⁸

³⁸ Για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τις δημοσιεύσεις βλ. Παράρτημα Β, Πίνακα 26, σελ. 293.

Στοιχεία από τις σελίδες των κοινωνικών παντοπωλείων στο facebook

Κοινωνικά Παντοπωλεία	Facebook Official Page	Πλήθος likes	Πλήθος μελών (Μ), ακόλουθων (Α) και κοινοποιήσεων παρουσίας (Κ)	Πλήθος αναρτήσεων ³⁹	Social Actions ⁴⁰	Μέσος Όρος (κατά προσέγγιση): 1.Social Actions ανά ανάρτηση 2.Αναρτήσεις ανά μήνα 3.Social Actions ανά μήνα
Δήμου Ηρακλείου Κρήτης	https://www.facebook.com/KoinonikoPantopoleioStoDemoErakleiou/	1.922	A: 1.895	19	130	1.7 2.3 3.22
Δήμου Παλαιού Φαλήρου	https://www.facebook.com/koinpantri/	408	A: 400	5	35	1.7 2.1 3.6
Δήμου Ηλιούπολης	https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Δήμου-Ηλιούπολης-480085715413494/	509	A: 498 K: 824	-	-	-
Δήμου Ιεράπετρας	https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Δήμου-Ιεράπετρας-1555599994683144/	958	A: 954	6	18	1.3 2.1 3.3
Δήμου Βόλου	https://www.facebook.com/Δημοτικό-Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Δήμου-Βόλου-622207514555605/	225	A: 318	14	57	1.5 2.2 3.10
Δήμου Άργους	https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Πολιτών-Άργους-292449350793997/	899	A: 887	36	25	1.1 2.6 3.4
Δήμου Αγίου Δημητρίου	https://www.facebook.com/koinonikopantopoleio.ag.dimitriou/	1.102	A: 1.092	-	-	-
Δήμου Χαλανδρίου	https://www.facebook.com/KoinonikoPantopoleioDimosChalandriou/	1.369	A: 1.336	48	783	1.16 2.8 3.131

Πίνακας 11: Αναφορά των σελίδων των παντοπωλείων στο facebook και τα στοιχεία που σχετίζονται με αυτές όπως likes, μέλη, ακόλουθοι, αναρτήσεις και social actions ⁴¹

³⁹ Για την συγκέντρωση του πλήθους αναρτήσεων τέθηκε το χρονικό όριο έξι μηνών, δηλαδή 1^η Ιουλίου 2016 έως 12 Δεκεμβρίου 2016. Το όριο αυτό θεωρήθηκε ιδανικό καθώς σε εκείνη την περίοδο συμπεριλαμβάνεται η έναρξη της σχολικής χρονιάς και η περίοδος των γιορτών. Και για τις δύο περιστάσεις οι δομές κάνουν δραστηριότητες για την συγκέντρωση ειδών πρώτης ανάγκης.

⁴⁰ Ως social action ορίζεται η πράξη στην οποία μπορεί να προβεί ο χρήστης, χρησιμοποιώντας το facebook, που σχετίζεται με τις αναρτήσεις μίας σελίδας. Στην προκειμένη περίπτωση, οι μεταβλητές που λήφθηκαν υπόψη είναι τα likes, τα σχόλια και οι κοινοποιήσεις.

⁴¹ Για περισσότερες λεπτομέρειες βλ. Παράρτημα Β, Πίνακα 27, σελ. 296.

Όσον αφορά τον πίνακα 9 και 10 , όπου καταγράφονται τα ηλεκτρονικά μέσα σε μορφή site ή blog που αναρτούν το έργο και τις δράσεις των κοινωνικών παντοπωλείων, αυτό που φαίνεται πρωτίστως είναι ότι από τα 21 μόλις τα 9 (ποσοστό δείγματος 43%) παντοπωλεία διαθέτουν και e-mail και site. Οι 8 δομές διαθέτουν e-mail (ποσοστό 39%), οι 5 δικό τους site ή blog (ποσοστό 24%) και οι 7 συνδέονται με ιστοσελίδα ΜΚΟ (ποσοστό 33%). Αξίζει να υπογραμμιστεί πως όλες οι δομές αποτελούν ενότητα στην ιστοσελίδα του κάθε δήμου, στοιχείο όμως που δεν συνδέεται αναπόφευκτα με τις αναρτήσεις για την εν λόγω δομή. Αναρτήσεις σε δικό τους site ή blog έχουν μόνο οι 2, στο site του δήμου οι 9 (ποσοστό 43%) και σε ιστοσελίδα ΜΚΟ οι 2.

Σημαντικό κομμάτι σε αυτούς τους πίνακες είναι το σχετικό με τις αναρτήσεις, δηλαδή τα άρθρα ή τα δελτία τύπου που αφορούν τις δράσεις, το έργο και την προμήθεια των κοινωνικών δομών. Συγκεκριμένα, μόνο το κοινωνικό παντοπωλείο του δήμου Χαλανδρίου διαθέτει e-mail και συνδέεται με προσωπικό blog, την ιστοσελίδα του δήμου και της ΜΚΟ. Σχέση με τρία ηλεκτρονικά μέσα έχουν 5 δομές (ποσοστό 24%), ενώ με δύο μέσα έχουν 7 παντοπωλεία (ποσοστό 33%). Το πλήθος των αναρτήσεων κυμαίνεται από 1 έως και 14, με την πρωτιά να παίρνει το κοινωνικό παντοπωλείο Ιεράπετρας. Στην δεύτερη θέση είναι το παντοπωλείο της Μάνδρας- Ειδυλλίας με 12 αναρτήσεις και ακολουθούν οι δομές των Ηλιούπολης και Θήβας με 9 και 8 δημοσιεύσεις αντίστοιχα.

Από τον πίνακα 11 γίνεται αντιληπτό ότι τα ευρήματά, συγκριτικά με τους δύο προηγούμενους πίνακες, δεν διαφέρουν κατά πολύ καθώς 9 παντοπωλεία έχουν σχέση με ηλεκτρονικά μέσα και 8 (ποσοστό 39%) διαθέτουν σελίδα στο facebook, και συγκεκριμένα fan page. Σε γενικές γραμμές, το εύρος των likes είναι 225-1.922 και οι ακόλουθοι κυμαίνονται από 318 έως 1.895. Από το τελευταίο απορρέει ακόμη μία πιθανή αναλογία ανάμεσα στα likes και στους ακόλουθους, με τα πρώτα να ξεπερνούν σε όλες τις περιπτώσεις το ποσοστό των ακόλουθων, αλλά με μόνη εξαίρεση την περίπτωση της δομής του Βόλου (225 Likes, 318 ακόλουθοι).

Όσον αφορά τις δημοσιεύσεις, από τα 8 μόνο τα 6 έχουν δημοσιεύσεις το εξάμηνο που έγινε η έρευνα και συνεπώς, social actions έχουν καταγραφεί μόνο από τις δημοσιεύσεις των εν λόγω δομών. Οι δημοσιεύσεις κυμαίνονται από 5 έως 48 και τα social actions από 18 μέχρι και 783. Ιδιαίτερη εντύπωση έκαναν τα ποσοστά που αφορούν τις δημοσιεύσεις και τα social actions της δομής του δήμου Χαλανδρίου. Παρόλο που σε likes στην σελίδα και σε ακόλουθους έρχεται στην δεύτερη θέση μετά τον δήμο Ηρακλείου, η δομή έχει τις περισσότερες αναρτήσεις (48) και τα περισσότερα social actions με διαφορά (783), με τον δήμο Ηρακλείου να ακολουθεί με 130. Ένα στοιχείο που ενδέχεται να έπαιξε επίσης σημαντικό ρόλο είναι ότι οι δημοσιεύσεις της εν λόγω δομής διέθεταν κατά μέσο όρο όλα τα social actions, δηλαδή likes, κοινοποιήσεις και σχόλια, στοιχείο που δεν εμφανίζεται στην ηλεκτρονική δράση των άλλων δομών.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

Τυπική περίπτωση

Η πλειονότητα των δομών έχει λογαριασμό σε ψηφιακά μέσα και κυρίως σε δύο
εξ αυτών. Περίπου το 50% διαθέτει σελίδα στο facebook.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15. ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ ΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΠΙΘΑΝΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στο κλείσιμο των συνεντεύξεων, οι υπεύθυνοι σχολίασαν το μέλλον των δομών βάσει της τρέχουσας κατάστασης και ορισμένοι αναφέρθηκαν και σε προτάσεις που πρέπει να εφαρμοστούν για να βελτιωθεί η σφαιρική παροχή υπηρεσιών.

Αναλυτικότερα ό, τι ειπώθηκε από τους συνεντευξιαζόμενους:

- Νέα Σμύρνη: «Το μέλλον είναι αβέβαιο γιατί και το προσωπικό είναι αβέβαιο, λόγω των συμβάσεων. Με τις νέες συμβάσεις προβλέπεται ότι θα το λειτουργούν μόνο δύο άτομα. Θα έπρεπε να υπάρχουν περισσότερα είδη τροφίμων, όπως κρέας, άρα και διαφορετικές εγκαταστάσεις. Καλό θα ήταν να είχαμε ένα βανάκι να μεταφέρουμε τα τρόφιμα σε όσους δεν μπορούν να έρθουν να τα πάρουν.»
- Άγιος Δημήτριος: «Το κοινωνικό παντοπωλείο θα συνεχίσει να υπάρχει, εμείς θα φύγουμε. Είναι αρνητικό που θα αλλάξει το προσωπικό καθώς το νέο προσωπικό χρειάζεται χρόνο για να μάθει τις περιπτώσεις των ωφελουμένων από το παντοπωλείο.»
- Παλαιό Φάληρο: «Πρέπει να σταματήσουν οι ανανεώσεις. Πρέπει να ληφθεί μια απόφαση σχετικά με το προσωπικό και την συνέχεια της δομής. Οι υπάλληλοι πρέπει να μείνουν τουλάχιστον πέντε σε κάθε δομή για την καλύτερη εξυπηρέτηση των δικαιούχων. Πρέπει να υπάρχει μεγαλύτερη και συνεχόμενη ενημέρωση του κόσμου. Να υπάρχει καλύτερη οργάνωση. Υπάρχουν προβλήματα και πρέπει να λυθούν.»
- Ηλιούπολη: «Μακάρι να σταματήσει η κρίση και να σταματήσουν όλα. Αυτό που συμβαίνει είναι κατάντια. Προσπαθούμε να καταπολεμήσουμε την φτώχεια και όσο περνάνε τα χρόνια γίνεται όλο και πιο έντονη. Όσον αφορά την δομή, θεωρώ ότι δουλεύει καλά. Οι χώροι θα ήθελα να είναι διαφορετικοί. Θα ήθελα ξεκάθαρα να είναι παντοπωλείο γιατί στον ίδιο χώρο υπάρχουν και γραφεία.»
- Δήμος Καβάλας: «Όσο τα εισοδήματα μειώνονται πρέπει να μειώνονται και τα εισοδηματικά κριτήρια των δικαιούχων.»
- Νέα Ιωνία: «Το παντοπωλείο θα συνεχίσει να υπάρχει όσο υπάρχει η κρίση στην χώρα. Εύχομαι να αλλάξουν τα πράγματα και ο κόσμος να μην μας έχει τόσο ανάγκη. Να μπορέσει να σταθεί στα πόδια του και να μην έχει ανάγκη το πακέτο που παρέχουμε κάθε μήνα.»
- Καβάλα: «Όσο τα εισοδήματα μειώνονται πρέπει να μειώνονται και τα εισοδηματικά κριτήρια των δικαιούχων.»
- Ιεράπετρα: «Όσο περνάει ο καιρός, η κατάσταση δυσκολεύει. Οι δικαιούχοι αυξάνονται και ο κόσμος δυσκολεύεται να βοηθήσει τον συνάνθρωπο. Το παντοπωλείο θα συνεχίσει να λειτουργεί αλλά οι ανάγκες αυξάνονται και τα πράγματα γίνονται χειρότερα. Τα τρόφιμα τελειώνουν πιο γρήγορα και πλέον συντηρητικά και προσεκτικά δίνουμε τρόφιμα για να μπορέσουμε να δώσουμε σε όλους τους δικαιούχους. Νομικά δεν υπάρχει πρόβλημα να μην δώσουμε τρόφιμα, αλλά το θέμα είναι ηθικό. Το καλό είναι ότι έχει βγει προκήρυξη για να

προσληφθούν δύο ακόμα άτομα για το παντοπωλείο, ένα γενικών καθηκόντων και ένας κοινωνικός λειτουργός. Σκεφτόμαστε να εκμεταλλευτούμε τον χώρο δίπλα από το παντοπωλείο που ανήκει στον δήμο για να φτιάξουμε ένα γραφείο για τον κοινωνικό λειτουργό και να μπορεί από εκεί να παρέχει συμβουλευτική στους δικαιούχους. Επίσης, είχαμε σκεφτεί να καταχωρούμε τους δικαιούχους για να του βρούμε δουλειά, αλλά η προσπάθεια διεκόπη λόγω διαφωνιών εκ της αντιπολίτευσης.»

- Άργος: «Έχει δρόμο μπροστά του, θα συνεχίσει να υπάρχει. Το καλό είναι που δημιουργήθηκε η επιτροπή διαχείρισης για να είναι πιο δίκαιη η επιλογή των ωφελουμένων. Θα θέλαμε περισσότερο προσωπικό γιατί ο φόρτος είναι μεγάλος.»
- Ηράκλειο: «Αλλαγές πρέπει να γίνουν στο προσωπικό. Ο κόσμος πρέπει να έρθει να βοηθήσει γιατί με ένα άτομο δεν βγαίνει η δουλειά. Ακόμη, παρόλο που δεν ανήκουμε στον δήμο, ο δήμος δίνει την εντύπωση ότι η δομή ανήκει σε αυτόν και δεν βοηθάει καθόλου.»
- Θήβα: «Όσο περνάει ο καιρός, η κατάσταση της κοινωνίας χειροτερεύει και το παντοπωλείο γίνεται όλο και πιο απαραίτητο. Με την χρηματοδότηση που πήρε τώρα ο δήμος μέσω ΕΣΠΑ θεωρούμε ότι θα λειτουργήσει πιο αποτελεσματικά καθώς θα προστεθούν άλλα δύο άτομα.»
- Μαραθώνας: «Το τελευταίο διάστημα που το πρόγραμμα πέρασε στο Υπουργείο Εργασίας τα πράγματα είναι δύσκολα. Είμαστε απλήρωτοι τέσσερις μήνες και το μέλλον είναι αβέβαιο. Δεν υπάρχει έγκαιρη ενημέρωση και δεν ξέρουμε τι να πούμε και στους δικαιούχους.»
- Ορεσιτιάδα: «Όχι δεν χρειάζονται αλλαγές. Θα συνεχίσει να λειτουργεί γιατί υπάρχει κόσμος που έχει ανάγκη.»
- Τρίκαλα: «Το μόνο άσχημο είναι ότι ήμασταν πέντε άτομα και μείναμε δύο. Υποβαθμίστηκε η λειτουργία του παντοπωλείου.»
- 1ο Ειδικό Δημοτικό Σχολείο Κερασινίου: «Το θέμα είναι να μην κάναμε τίποτα από όλα αυτά γιατί ο όγκος είναι τεράστιος. Δουλεύουμε όλη μέρα. Όταν το ξεκίνησα δεν πίστευα ότι θα γίνει τόσο μεγάλο και τώρα δεν μπορώ να κάνω πίσω.»
- Βόλος: «Όσο υπάρχει κρίση θα υπάρχει το παντοπωλείο. Αλλαγές πρέπει να γίνουν καθώς είμαστε λίγοι και ο φόρτος εργασίας είναι μεγάλος.»
- Μάνδρα-Ειδυλλία: «Θα ήθελα ο δήμος να βοηθάει περισσότερο στις δράσεις και ειδικά η επιτροπή.»
- Χαλάνδρι: «Η δουλειά αυξάνεται συνεχώς και ο αριθμός του προσωπικού φαίνεται ανεπαρκής. Δυστυχώς οι ανάγκες αυξάνονται και μαζί με αυτές πρέπει να αυξηθούν και οι παροχές που δίνουμε στον κόσμο.»
- Αλεξανδρούπολη: «Το μέλλον είναι αβέβαιο. Σίγουρα χρειαζόμαστε και άλλα άτομα προκειμένου να λειτουργήσει πιο αποτελεσματικά η δομή.»
- Λυκόβρυση-Πεύκη: «Το μέλλον είναι δυσοίωνο καθώς η κρίση είναι χειρότερη όσο περνάει ο καιρός. Πρέπει να συνεχίσουμε τον δύσκολο αγώνα που δίνουμε προκειμένου να βοηθήσουμε όσο μπορούμε αυτούς τους ανθρώπους.»
- Δράμα: «Το παντοπωλείο θα συνεχίσει να υπάρχει καθώς δέχεται σημαντική στήριξη από το σύνολο της δραμινής κοινότητας. Το πρόβλημα είναι ότι είμαστε λίγα άτομα όσοι το δουλεύουμε σε καθημερινή βάση. Η μόνη αλλαγή που θέλουμε είναι να πάρουμε και άλλο προσωπικό.»

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Σε γενικές γραμμές, αυτό που γίνεται έκδηλο είναι ότι τουλάχιστον το 52% των δομών αναφέρεται στα εργασιακά προβλήματα που τους απασχολούν, τα οποία επηρεάζουν σε τεράστιο βαθμό και τις λειτουργίες των παντοπωλείων. Τα περισσότερα θεωρούν ότι η ύπαρξή τους θα συνεχιστεί λόγω των αναγκών που γέννησε η κρίση στην κοινωνία, ωστόσο κρίνουν το μέλλον «αβέβαιο» και «δυσόιωνο». Άλλα προβλήματα που είναι άξιο να υπογραμμιστούν είναι η δυσαναλογία της ποσότητας των τροφίμων σε σχέση με τους ωφελούμενους, η ελάχιστη ενημέρωση του κόσμου σχετικά με την δομή, ο περιορισμός των χώρων που δίνεται προς εκμετάλλευση για τα κοινωνικά παντοπωλεία, η δυσαναλογία των κριτηρίων σε σχέση με τα εισοδήματα των δικαιούχων και τα ζητήματα που προκύπτουν μέσα από την συνεργασία με τους δήμους.

Τυπική περίπτωση

Ξεκάθαρα μέσα από τα λεγόμενα των υπεύθυνων φαίνεται ότι το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι δομές είναι εργασιακής φύσεως καθώς τα άτομα που εργάζονται στις δομές είναι λίγα και εργάζονται με συμβάσεις ορισμένου χρόνου.

ΜΕΡΟΣ Δ. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΟΡΙΣΜΑΤΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 16. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει ο σχολιασμός των ευρημάτων της έρευνας και η δομή του σχετίζεται με την δομή του προηγούμενου κεφαλαίου, έτσι ώστε να διαχωριστεί ο σχολιασμός της κάθε υποενότητας.

16.1 Γεωγραφική αναφορά, χωρικό και χρονικό προφίλ

Από τα 21 παντοπωλεία που έχουν θέση στο τελικό δείγμα της έρευνας, περίπου τα μισά από αυτά ανήκουν σε περιοχές της Αττικής, που έχουν πληθυσμό από 20 έως και 100 χιλιάδες κατοίκους και το κλίμα τους είναι σχετικά ήπιο. Η ανεργία σε αυτές τις περιοχές είναι πολύ κοντά στον μέσο όρο της ανεργίας σε όλη την χώρα (ποσοστό κατά προσέγγιση 23%). Με βάση αυτά τα δεδομένα, θα μπορούσαμε να πούμε ότι για να ευδοκιμήσουν αυτές οι δομές, καλό είναι να βρίσκονται κοντά σε ένα μεγάλο αστικό κέντρο, καθώς αυξάνονται οι δυνατότητες τόσο χρηματοδότησης όσο και ευρύτερης ανάπτυξης του έργου τους. Ακόμη, δεν πρέπει να μείνει πίσω το γεγονός ότι ένα μεγάλο αστικό κέντρο είναι σε θέση να παρέχει περισσότερες θέσεις εργασίας και να περιορίζει το ποσοστό ανεργίας της περιοχής, ενώ και η ίδια η δομή είναι σε θέση να βοηθήσει, εφ' όσον μπορεί να παρέχει και εργασία σε κάποια άτομα για να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους. Με βάση την έρευνα, όλες οι περιοχές του δείγματος κρίνονται ως αστικές.

Καλό είναι να υπογραμμιστεί πως το γεγονός ότι ένα κοινωνικό παντοπωλείο βρίσκεται στην Αττική δεν σημαίνει ότι απευθύνεται στο μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της χώρας. Μπορεί η περιφέρεια Αττικής όντως να έχει τους περισσότερους κατοίκους στην Ελλάδα, ωστόσο, βάσει του δείγματος, έχει περισσότερους δήμους και περισσότερες δομές. Επομένως, τα όρια του πληθυσμού ανά δήμο μειώνονται. Να υπενθυμιστεί πως ο δήμος από το δείγμα με τον μεγαλύτερο πληθυσμό ήταν ο δήμος Ηρακλείου με 151.000 κατοίκους.

Σε σχέση με το κλίμα της χώρας και την δραστηριότητα των δομών, μία σημείωση που θα μπορούσε να γίνει είναι πως όσο ακραίο είναι το κλίμα στις περιοχές, τόσο μειώνεται η ύπαρξη των δομών. Λαμβάνοντας υπόψη τα ελληνικά δεδομένα, στις σχετικά ακραίες περιπτώσεις είναι οι κλιματικές ζώνες Α και Δ που έχουν αρκετό κρύο το χειμώνα και περισσότερο ζέστη το καλοκαίρι και σε αυτές ανήκουν μόλις 4 από τα 21 παντοπωλεία της έρευνας. Αντιθέτως, στις δύο μεσαίες ζώνες ευδοκιμούν οι περισσότερες δομές.

Από τα αποτελέσματα που συγκεντρώθηκαν σχετικά με το χρονικό προφίλ των δομών απορρέει πως οι περισσότερες δομές στην Ελλάδα δεν έκαναν την εμφάνισή τους αμέσως μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, αλλά από το 2011 μέχρι και το 2013,

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

όταν η κρίση άρχισε να εντείνεται στην χώρα και η κοινωνία να επηρεάζεται από το έργο των κοινωνικών κινημάτων. Σε αυτό το σημείο πρέπει να υπογραμμιστεί και η περίπτωση του παντοπωλείου που έχει έδρα το 1^ο Ειδικό Δημοτικό Σχολείο Κερατσινίου, διότι δεν προέκυψε μέσα από συνεργασία με δήμο, αλλά μέσα από τις ανάγκες του σχολείου. Μέσα από την κοινωνική εμπειρία, γίνεται αντιληπτό πως βασικοί θεσμοί της κοινωνίας όπως η οικογένεια, το σχολείο και η Εκκλησία, ήταν σε θέση να δουν πρώτοι τον αντίκτυπο της κρίσης και να δράσουν για να τον καταπολεμήσουν. Σε αυτή την περίπτωση εντάσσεται και η δομή αυτή που αποτελεί μία κατηγορία μόνη της συγκριτικά με τις λοιπές δομές του δείγματος.

16.2 Προφίλ ενεργών μελών

Όπως ειπώθηκε και στην έκθεση των αποτελεσμάτων, οι υπεύθυνοι των δομών ήταν τα καταλληλότερα πρόσωπα για να αποτελέσουν συνεντευξιαζόμενοι για την εν λόγω έρευνα καθώς γνωρίζουν καλύτερα από κάθε άλλο εργαζόμενο τα δεδομένα μίας δομής. Στην εργασιακή σχέση των υπεύθυνων φάνηκε ότι οι περισσότεροι έχουν προσληφθεί με αυτή την ιδιότητα και δεν έχουν κάποια άλλη αρμοδιότητα επισήμως. Από την μία πλευρά, αυτό θα ήταν καλό καθώς οι αρμόδιοι θα σκέφτονταν για την λειτουργία των δομών και δεν θα απασχολούσαν τον χρόνο τους σε άλλες δραστηριότητες του παντοπωλείου. Ωστόσο, μέσα από την έρευνα φάνηκε ότι το προσωπικό των δομών είναι μηδαμινό και δεν υπάρχει η παραπάνω δυνατότητα. Συνεπώς, ανεπίσημα, ο υπεύθυνος καλείται να κάνει και άλλες εργασίες πέραν των αρμοδιοτήτων του.

Εύλογο ήταν ακόμη το γεγονός πως ένα μέρος των υπεύθυνων ήταν κοινωνικοί λειτουργοί. Τα παντοπωλεία αποτελούν μέρος των κοινωνικών δομών και οι περισσότερες προκηρύξεις ζητούν αυτή την ειδικότητα για την στελέχωσή τους, καθώς με αυτόν τον τρόπο θα μπορούν να εξυπηρετήσουν και άλλες δομές. Να σημειωθεί πως κάποιες δομές παρέχουν και συμβουλευτική με αφορμή την δυνατότητα που έχουν να συμπεριλαμβάνουν στο έμψυχο δυναμικό τους έναν κοινωνικό λειτουργό. Εντύπωση έκανε στην εργασιακή σχέση των υπεύθυνων πως κάποιοι υπεύθυνοι είναι εθελοντές. Δεδομένου ότι τα περισσότερα παντοπωλεία έχουν εθελοντές που βοηθούν στις εργασίες τους, βλέπουμε ότι ο εθελοντισμός αποτελεί βασικό πυλώνα των σύγχρονων κοινωνικών παντοπωλείων στην χώρα.

Όσον αφορά το αν οι υπεύθυνοι είναι δημότες στις περιοχές όπου εργάζονται, αποφάνθηκε πως το μεγαλύτερο δείγμα εκτός από εργαζόμενος και κάτοικος, είναι και δημότης της περιοχής. Ένα στοιχείο που απορρέει από το γεγονός αυτό είναι πως οι εν λόγω υπεύθυνοι είναι σε θέση να γνωρίζουν καλύτερα την κατάσταση της περιοχής αφού μένουν εκεί, ενώ η έννοια του δημότη σε ορισμένες περιπτώσεις υποδηλώνει την χρόνια διαμονή στην συγκεκριμένη περιοχή. Βέβαια, το τελευταίο δεν είμαστε σε θέση να το γνωρίζουμε απόλυτα.

Οι περισσότεροι αρμόδιοι των δομών απασχολούνται σε αυτές για ένα ικανοποιητικό εύρος χρόνου βάσει της εμπειρίας που έχουν αποκομίσει, περίπου 2,5 με 4,5 χρόνια. Το εύρος αυτό συμπίπτει με την σχέση χρόνου λειτουργίας των δομών με την εργασία των υπεύθυνων στην εν λόγω εργασία. Για την πλειονότητα των δομών (περίπου για τις 14), ο δείκτης κινητικότητας των υπεύθυνων είναι μηδενικός. Αυτός ο δείκτης αποδεικνύει πως στο θέμα του υπεύθυνου, οι περισσότερες δομές είναι σταθερές και η σταθερότητα αυτή πιθανότητα να συνεπάγεται και με σταθερότητα στόχων και στρατηγικής, αφού γίνεται λόγος για τον πρώτο στην ιεραρχία των δομών.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Ένα στοιχείο που έχει καταγραφεί σαν δεδομένο μέσα από την έρευνα, αλλά, λόγω του περιορισμένου ερευνητικού πεδίου στην Ελλάδα, δεν είμαστε σε θέση να καταγράψουμε τον αντίκτυπό του είναι η μη συνάφεια πιθανού πτυχίου και τωρινής εργασιακής απασχόλησης για τους υπεύθυνους των δομών. Από την εμπειρία γνωρίζουμε ότι μεγάλο ποσοστό στην Ελλάδα δεν απασχολείται με κάποιο αντικείμενο συναφές με την ακαδημαϊκή του κατάρτιση. Ωστόσο, στην προκειμένη περίπτωση, η έλλειψη πτυχίου στις κοινωνικές επιστήμες ενδέχεται να συνεπάγεται με έλλειψη γνώσεων για την λειτουργία μίας κοινωνικής δομής.

Θετικό είναι το γεγονός ότι οι ιθύνοντες των δομών γνωρίζουν πως να χρησιμοποιήσουν προγράμματα στον ηλεκτρονικό υπολογιστή, ιστοσελίδες, e-mail και το Web 2.0. Με την χρήση ηλεκτρονικών μέσων είναι σε θέση να διευρύνουν τις εργασίες της δομής και να παρέχουν μία σφαιρική ενημέρωση στους πολίτες. Σπάνια είναι η περίπτωση του παντοπωλείου της Νέας Ιωνίας, όπου ο υπεύθυνος-εθελοντής έχει μηδενικό γραμματισμό σε ΤΠΕ.

Το κενό του ελάχιστου προσωπικού φαίνεται ότι καλύπτει στην πλειονότητα των δομών ο εθελοντισμός, ο οποίος θα μπορούσε να χαρακτηριστεί οργανωμένος, αφού οι περισσότεροι δήμοι που διατηρούν κοινωνικές δομές έχουν καταγεγραμμένο μητρώο για τους εθελοντές και τις αυτο-βοηθούμενες ομάδες.

16.3 Προφίλ διαφάνειας και λογοδοσίας

Από ομοφωνία χαρακτηρίζεται ο καταστατικός σκοπός για την λειτουργία των κοινωνικών δομών. Οι υπεύθυνοι επεσήμαναν πως οι δομές ξεκίνησαν να λειτουργούν εν μέσω κρίσης προκειμένου να βοηθήσουν τους οικονομικά ασθενέστερους. Αυτό το στοιχείο διασταυρώνεται με τον χρόνο εκκίνησης της λειτουργίας των κοινωνικών παντοπωλείων, αφού τα περισσότερα, όπως υπογραμμίστηκε και παραπάνω, ιδρύθηκαν την περίοδο 2011- 2013, όταν η οικονομική κρίση μετρούσε ήδη τρία συνεχόμενα έτη πορείας στην χώρα.

Ένα κοινωνικό παντοπωλείο που υπάγεται σε κάποιον δημόσιο ή ιδιωτικό φορέα και σχετίζεται άμεσα με χρηματοδοτήσεις, κονδύλια, μισθούς και δωρεές οφείλει να έχει διαφάνεια. Η πλειονότητα των παντοπωλείων (περίπου στις 11 δομές) τόνισε ότι πραγματοποιεί κάθε χρόνο επίσημο απολογισμό και το γεγονός αυτό συνδυάζεται με το στοιχείο που έχουμε ότι 11 δομές λογοδοτούν στην δημοτική αρχή. Αυτός ο ετήσιος απολογισμός αιτιολογείται στην προκειμένη περίπτωση καθώς κάθε δημοτική αρχή δημοσιεύει κάθε χρόνο έναν ετήσιο προϋπολογισμό εσόδων-εξόδων και όλες οι υπηρεσίες οφείλουν στο τέλος του έτους να προσκομίσουν τον ετήσιο απολογισμό τους. Επιπροσθέτως, όσα παντοπωλεία ανήκουν και σε ΜΚΟς κάνουν απολογισμό είτε κάθε μήνα είτε κάθε εξάμηνο. Την εντύπωση ότι δεν υπάρχει κανένας έλεγχος δίνουν τρία παντοπωλεία (Νέα Ιωνία, Δήμος Καβάλας και Καβάλα) αφού δεν έχουν κάνει ποτέ απολογισμό από την ημέρα της ίδρυσής τους.

Παράλληλα, από τον φορέα λογοδοσίας γίνεται αντιληπτό ότι η πλειονότητα των παντοπωλείων ανήκει στους δήμους και ο τελευταίος είναι υπεύθυνος για την χρηματοδότηση και την λειτουργία των δομών. Επιβεβαιώνεται, με βάση την κλασική σκέψη, ότι η κοινωνία των πολιτών και το κράτος σε αυτές τις περιπτώσεις είναι μία οντότητα. Μάλιστα, τα περισσότερα παντοπωλεία ξεκίνησαν από την κοινωνία των πολιτών και τις τοπικές οργανώσεις, όμως οι περισσότεροι δήμοι εύλογα κήρυξαν την ίδρυσή τους υπό την στέγη του κράτους.

Μεγάλη είναι η ποικιλία σχετικά με τα μέσα προβολής των δράσεων που καταγράφηκε κατά την διάρκεια της έρευνας. Εφ' όσον η πλειότητα των δομών ανήκει σε δήμους, το πρώτο μέσο προβολής στην προτίμηση των παντοπωλείων είναι η επίσημη ιστοσελίδα της δημοτικής αρχής. Με αυτόν τον τρόπο επιβεβαιώνεται ότι η δομή λειτουργεί υπό την στέγη του δήμου, λαμβάνει ισχύ και κύρος καθώς η ιστοσελίδα του δήμου είναι ένα αξιόπιστο μέσο και οι περισσότεροι πολίτες πλέον κάνουν χρήση του διαδικτύου και αν θέλουν να ενημερωθούν για την πόλη τους, είναι αναπόφευκτο να επισκεφτούν το site του δήμου.

Δημοφιλές μέσο στην περίπτωση ενημέρωσης των δικαιούχων είτε με κλήσεις είτε με μηνύματα είναι το τηλέφωνο. Όπως ενημέρωσαν οι υπεύθυνοι, η επικοινωνία μέσω

τηλεφώνου είναι πολύ σημαντική καθώς οι εργαζόμενοι μπορούν με έναν σίγουρο τρόπο να ενημερώσουν τους ωφελούμενους για τις διανομές, ενώ αν η τηλεφωνική επικοινωνία δεν είναι εφικτή, να στείλουν ένα μήνυμα. Παρόλο που είναι πλέον το πιο ευρέως γνωστό ψηφιακό μέσο, το facebook έρχεται τρίτο στην προτίμηση των δομών και στην πλατφόρμα οι δομές δεν ενημερώνουν για τις διανομές, αλλά για τις δράσεις και το έργο τους.

Ένα άλλο δεδομένο που μπορεί να υπογραμμιστεί είναι ότι όσον αφορά την προβολή των δράσεων, οι δομές προσπαθούν να μην κάνουν δαπανηρές καμπάνιες και να ξοδέψουν λεφτά σε πολυέξοδες προβολές. Γι' αυτό προτιμούν τα ψηφιακά μέσα και όχι ιδιαίτερα τις αφίσες και τα φυλλάδια.

Ένα σημαντικό θέμα που αποτελεί μέρος όλως των κοινωνικών παντοπωλείων της Ελλάδας και χρήζει βελτίωσης είναι τα κριτήρια επιλογής των ωφελούμενων. Η έρευνα υπέδειξε ότι υπάρχει ένα τεράστιο κενό σχετικά με την ενημέρωση σε αυτό το κομμάτι, αφού μόλις οι έξι από τις 21 δομές είναι σε θέση, έστω και μέσω διαδικτύου, να ενημερώσουν πλήρως τους υποψήφιους δικαιούχους για τις κατηγορίες των ωφελούμενων, τα οικονομικά κριτήρια και τα δικαιολογητικά. Αυτό δείχνει κενό στην διαφάνεια των δομών και δυσαναλογία ως προς τον σκοπό της ίδρυσής τους αφού, χωρίς ενημέρωση, οι πολίτες που δικαιούνται να λαμβάνουν τις υπηρεσίες του παντοπωλείου δεν έχουν αυτό το δικαίωμα.

Παράλληλα, σε ορισμένες περιπτώσεις δύναται να υπογραμμιστεί και ένα είδος προκατάληψης απέναντι στους δικαιούχους. Παράδειγμα αποτελεί ο κανονισμός λειτουργίας της δομής του Αγίου Δημητρίου που αναφέρει στα κριτήρια επιλογής την δυνατότητα επανένταξης των δικαιούχων μέσα από την υλική και ψυχοκοινωνική υποστήριξη. Με άλλα λόγια, μπορούν να ενταχθούν στο πρόγραμμα όσοι θα μπορέσουν στο μέλλον να ξεφύγουν από τις συνθήκες φτώχειας και δεν θα έχουν πλέον ανάγκη την δομή⁴².

Στην προκήρυξη των κριτηρίων τριών κοινωνικών παντοπωλείων φαίνεται ακόμη ότι υπάρχει μία παρανόηση σχετικά με την έννοια του δημότη και του κάτοικου. Συγκεκριμένα, τα δημοσιευμένα κριτήρια επιλογής για τις δομές των Νέας Ιωνίας, Μάνδρας-Ειδυλλίας και Νέας Σμύρνης εμπεριέχουν στους δικαιούχους τους «δημότες κάτοικους» της περιοχής, δίχως να ξεχωρίζουν αν οι δικαιούχοι πρέπει να είναι δημότες ή κάτοικοι. Το πιο λογικό, λαμβάνοντας υπόψη και τα κριτήρια των άλλων κοινωνικών δομών, είναι πως μάλλον πρόκειται για τους κάτοικους αφού ο δημότης μπορεί να είναι κάτοικος άλλης περιοχής.

⁴² Δήμος Αγίου Δημητρίου (2012). Λήψη απόφασης για έγκριση κανονισμού λειτουργίας κοινωνικού παντοπωλείου. ΔΣ αριθμ. Απόφασης 220/2012 της 18^{ης} Ιουλίου 2012.

16.4 Προφίλ θεσμικής και πολιτικής αναφοράς

Μέσα από την έρευνα αποδείχθηκε ακόμη ότι περίπου το 50% των δομών εξαρτώνται αποκλειστικά από τους δήμους, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό στηρίζεται από την συνεργασία των δημοτικών αρχών με ΜΚΟς. Αρχικά, όπως προαναφέρθηκε, οι εν λόγω κοινωνικές δομές είχαν ξεκινήσει να λειτουργούν άτυπα χάρη στην κοινωνία των πολιτών και εν συνεχεία, οι δήμοι έλαβαν την πρωτοβουλία να ιδρύσουν και επισήμως τα παντοπωλεία. Ωστόσο, όσο περνάει ο καιρός και η κρίση οξύνεται, φαίνεται ότι και οι δημόσιες υπηρεσίες πρόνοιας δεν μένουν αλώβητες. Γι' αυτό, μπορεί η συντριπτική πλειονότητα των δομών της έρευνας να ιδρύθηκε από τους δήμους, όμως μέχρι στιγμής, το 1/3 στηρίζεται οικονομικά και από κάποια οργάνωση.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να οριοθετηθούν τα όρια της συνεργασίας ενός δήμου με μία οργάνωση όσον αφορά την στήριξη μίας δομής. Όπως ανέφεραν οι περισσότερες δομές που συντηρούνται χάρη σε τέτοιου είδους συνεργασία, ο δήμος είναι ο κύριος φορέας λογοδοσίας που παρέχει τον χώρο και το ετήσιο κονδύλι για τα τρόφιμα. Από εκεί και πέρα, οι οργανώσεις, λόγω και έγκρισης του ΕΣΠΑ, είναι σε θέση να στελεχώσουν με προσωπικό τις δομές και να το πληρώνουν, ενώ κάποιες μπορούν να διαθέτουν και ένα χρηματικό ποσό για τα είδη του παντοπωλείου.

Με βεβαιότητα, βάσει των αποτελεσμάτων, μπορούμε να πούμε ότι όσες δομές ξεκίνησαν να λειτουργούν από κάποια ΜΚΟ, συνεχίζουν να λειτουργούν υπό την αιγίδα της και δεν έχει εμπλακεί στο έργο τους κανένας δήμος, σε αντίθεση με την άλλη περίπτωση που προαναφέρθηκε.

Πάντως, μία δομή χρειάζεται δύο σημαντικά στοιχεία για να λειτουργήσει: προσωπικό και τρόφιμα. Η φόρμουλα συνεργασίας δήμου και οργάνωσης φαντάζει στις ημέρες μας ιδανική για την λειτουργία μίας δομής και τα περισσότερα παντοπωλεία φαίνεται ότι έχουν αρχίσει να την υιοθετούν, χωρίς ωστόσο να μην παραβλέπουν και τις αρνητικές συνέπειες μίας τέτοιας συνεργασίας, όπως για παράδειγμα η προσωρινότητα των προγραμμάτων του ΕΣΠΑ και οι επακόλουθες συμβάσεις ορισμένου χρόνου. Αυτές δημιουργούν πρόβλημα τόσο στην σταθερότητα όσο και την λειτουργία των δομών, καθώς το προσωπικό αλλάζει συνεχώς. Ορισμένες δομές μάλιστα ανέφεραν πως το πρόγραμμα ΕΣΠΑ που αφορούσε τις συμβάσεις ορισμένων εργαζομένων σε παντοπωλεία έχει ολοκληρωθεί, με αποτέλεσμα κάποιες δομές να έχουν μείνει χωρίς εργαζόμενους ή να συνεχίζουν οι ίδιοι χωρίς να πληρώνονται.

Βέβαια, πέρα από τους δήμους και τις οργανώσεις, σημαντική υποστήριξη παρέχουν τόσο οι ιδιώτες όσο και οι εταιρείες. Στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αρκετές είναι οι εταιρείες που προσφέρουν είδη πρώτης ανάγκης στις δομές, για τον λόγο αυτό και η χορηγία χαρακτηρίζεται ως η πιο δημοφιλής πηγή αγαθών στην

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων. Πέρα από την βοήθεια που παρέχουν, με αυτόν τον τρόπο οι εταιρείες προωθούν και το κοινωνικό τους πρόσωπο.

Σημαντική πηγή αγαθών, που αιτιολογείται από την σχέση των δομών της έρευνας με τους δήμους, είναι και το δημοτικό κονδύλι που ψηφίζεται στον ετήσιο προϋπολογισμό των δημοτικών αρχών. Η πλειονότητα των ΜΚΟ που στηρίζουν τις δομές είναι σε θέση, πέρα από την στελέχωση, να παρέχει και ένα είδος βοήθειας όσον αφορά τα είδη πρώτης ανάγκης που διανέμονται και με αυτόν τον τρόπο, να ενισχύουν το έργο των δομών. Αυτή η κίνηση φαίνεται ότι είναι εύλογη αφού, όπως προαναφέρθηκε, μέχρι ένα χρονικό σημείο οι μισθοί του προσωπικού πραγματοποιούνταν μέσω ΕΣΠΑ.

16.5 Επίπεδο δραστηριοποίησης και συμμετοχικές διαδικασίες απόφασης

Μπορεί στις περισσότερες περιπτώσεις να μιλάμε για μία δημόσια υπηρεσία, ωστόσο σε καμία περίπτωση δεν θυμίζει τον σύγχρονο δημόσιο τομέα. Οι δραστηριότητες των δομών ποικίλουν και δεν ασχολούνται μόνο με την συγκέντρωση και την διανομή των τροφίμων, παρόλο που και αυτά από μόνα τους είναι αρκετά χρονοβόρα και χρειάζονται πλήθος ατόμων. Η πλειονότητα των δομών διοργανώνει και εκδηλώσεις, καθώς οι περισσότερες τόνισαν ότι τόσο το κονδύλι όσο και οι άλλες χρηματοδοτήσεις δεν είναι αρκετές για να στηρίξουν τον μεγάλο αριθμό των δικαιούχων, που συνεχώς αυξάνεται.

Με αφορμή και τα ειδικά προγράμματα στα οποία λαμβάνουν μέρος ορισμένες δομές και το πλήθος των δραστηριοτήτων, αξίζει να υπογραμμιστεί τόσο η δημιουργικότητα όσο και η θέληση των ανθρώπων που στελεχώνουν τις δομές. Προγράμματα όπως το «Καθαρά Χέρια» που γίνεται στο παντοπωλείου του δήμου Βόλου χρειάζεται πέρα από δίψα για δημιουργία, και χρόνο.

Όσον αφορά τα είδη πρώτης ανάγκης που παρέχονται, το στοιχείο που έκανε μεγάλη εντύπωση είναι η ποικιλία των αγαθών που είναι σε θέση ένα κοινωνικό παντοπωλείο να προσφέρει στους δικαιούχους. Μέσα από την έρευνα γίνεται αντιληπτό ότι δεν γίνεται λόγος για ένα πόστο που διανέμει μόνο συσκευασμένα προϊόντα, αλλά για ένα παντοπωλείο με όλη της σημασία της λέξεως. Σε ορισμένες περιπτώσεις, διανέμονται και φάρμακα και ρούχα, αν και σε ορισμένους δήμους έχουν ιδρυθεί πλέον κοινωνικά φαρμακεία και βεστιάρια. Σημαντικό είναι ακόμη το γεγονός ότι τουλάχιστον το 1/3 των δομών έχει προμηθευτεί ψυγεία και μπορεί να διανέμει και κατεψυγμένο ή σπανίως και φρέσκο κρέας.

Σχετικά με το ποσό χρηματοδότησης των δομών και το πλήθος των πακέτων που διανέμουν δεν δύναται να σχηματιστεί μία πλήρης εικόνας, λόγω των ελάχιστων δεδομένων. Πάντως, κάποια στοιχεία που απορρέουν είναι πως οι οικογένειες που εξυπηρετούνται σίγουρα δεν είναι ανάλογες του πληθυσμού της κάθε περιοχής και πως το ποσό της χρηματοδότησης ή τα πακέτα δεν είναι ανάλογα των οικογενειών που εξυπηρετούνται.

Στο επίπεδο της πηγής των ιδεών κάνει την εμφάνισή του και το προσωπικό των δομών. Περισσότερο από το 50% των κοινωνικών παντοπωλείων ανέφεραν πως οι ιδέες για τις δράσεις προέρχονται τόσο από τον δήμο όσο και από το προσωπικό. Σαφώς αυτό είναι εύλογο καθώς τα κοινωνικά παντοπωλεία λειτουργούν σε έναν χώρο ξεχωριστό από το δημαρχείο και το προσωπικό μπορεί να γνωρίζει σε μεγαλύτερο βαθμό λεπτομέρειες για την λειτουργία της δομής.

Παράλληλα, όλες οι δομές τόνισαν ότι το προσωπικό λαμβάνει μέρος στις αποφάσεις που αφορούν τα παντοπωλεία, ενώ περίπου το 50% των δομών έχει ως πηγή των αποφάσεων που το αφορούν το μοντέλο δήμος-προσωπικό.

16.6 Ένταση ψηφιακής και συμμετοχικής επικοινωνίας

Από την έρευνα προέκυψε πως τα ψηφιακά μέσα αποτελούν ένα κόμματι μείζονος σημασία τόσο για την επικοινωνία όσο και για την εύρυθμη λειτουργία των δομών. Η πλειονότητα των παντοπωλείων παραδέχθηκε πως το προσωπικό είναι σε θέση να χρησιμοποιεί τα ηλεκτρονικά μέσα και το κάνει προκειμένου να βελτιώσει το έργο των δομών. Σε συνδυασμό με το γραμματισμό των υπευθύνων σε ΤΠΕ, μπορεί να γίνει αντιληπτό πως το σύνολο του προσωπικού στα σύγχρονα κοινωνικά παντοπωλεία κάνουν εκτεταμένη χρήση των ψηφιακών μέσων.

Ωστόσο, αυτό που πρέπει να επισημανθεί είναι τα μέσα τα οποία χρησιμοποιούνται περισσότερο. Προέκυψε πως το βασικό ψηφιακό μέσο που λειτουργούν στις δομές είναι το facebook, το οποίο, συγκριτικά με την ιστοσελίδα του δήμου και το Blog που έχουν ορισμένα παντοπωλεία, επικρατεί σε αρκετά σημεία. Είναι ένα μέσο που μπορεί να προσελκύσει περισσότερο κόσμο, να είναι πολυκαναλικό καθώς δίνει την δυνατότητα ανάρτησης σχολίων, φωτογραφιών και βίντεο και αρκετά σημαντικό είναι ότι σε αντίθεση με τα άλλα δύο, είναι πιο άμεσο στην ενημέρωση αφού σε επίπεδο χρόνου μία ανάρτηση στο facebook γίνεται πιο γρήγορα από μία δημοσίευση σε ένα site. Προτίμηση, βέβαια, δείχνουν οι δομές και στην επίσημη ιστοσελίδα του δήμου, σημείο που σχολιάστηκε και προηγουμένως.

Αφού έγινε λόγος για τα ψηφιακά μέσα, σημαντικό είναι να αναφερθεί και ο διαχειριστής. Σε αυτό το σημείο οι απόψεις δίστανται καθώς από τα 18 παντοπωλεία που είναι σε θέση το προσωπικό τους να χρησιμοποιούν τα μέσα, περίπου το 50% δηλώνει ότι οι εργαζόμενοι αποτελούν τους κύριους διαχειριστές. Το πλεονέκτημα σε αυτή την περίπτωση είναι ότι το προσωπικό που ασχολείται με το παντοπωλείο είναι ο πιο κατάλληλος διαχειριστής των μέσων που ενημερώνει τον κόσμο και πως η ενημέρωση είναι άμεση και δεν γίνεται από μεσάζοντες, όπως για παράδειγμα το γραφείο τύπου ή την γραμματεία του δημάρχου.

Ο αντίθετος σχολιασμός δύναται να γίνει στην περίπτωση των δομών όπου το προσωπικό δεν είναι ο διαχειριστής των μέσων. Αυτό που πρέπει να επισημανθεί σε αυτή την περίπτωση είναι ότι εκτός του γεγονότος ότι η ενημέρωση δεν είναι πια άμεση, η ίδια μπορεί να διαστρεβλωθεί καθώς ενδέχεται να λείπουν λεπτομέρειες, τις οποίες ο εργαζόμενος είναι σε θέση να μεταφέρει στον κόσμο.

Από την παράλληλη έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα ψηφιακά μέσα των δομών, αποδείχθηκε η πλειονότητα των δομών διαθέτει είτε λογαριασμό στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, είτε δικό του site ή blog, είτε σύνδεση με ιστοσελίδα ΜΚΟ. Όλες οι δομές αποτελούν κομμάτι της επίσημης ιστοσελίδας των δήμων σαν banner ή ενότητα, όμως αναρτήσεις σε αυτό το μέσο υπάρχουν μόνο για τις 9 δομές. Παράλληλα, προέκυψε ότι μόνο η δομή του Χαλανδρίου έχει παρουσία σε τέσσερα ηλεκτρονικά μέσα, κάτι που

δείχνει την διάθεση των εργαζόμενων να παρέχουν σφαιρική ενημέρωση για την δομή και προώθηση στο έργο τους.

Ένα άλλο στοιχείο που είναι άξιο σχολιασμού είναι το πλήθος των αναρτήσεων στις ιστοσελίδες και η γεωγραφική αναφορά των δομών. Πρώτη σε αναρτήσεις βγήκε η δομή της Ιεράπετρας, με δεύτερη της Μάνδρας-Ειδυλλίας και ακολουθούν τα παντοπωλεία των Ηλιούπολης και Θήβας. Από αυτό γίνεται αντιληπτό πως η ύπαρξη ενός παντοπωλείου σε μία μεγάλη πόλη όπως είναι η Αθήνα δεν είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την προβολή της σε ψηφιακά μέσα.

Στο θεωρητικό πλαίσιο της εργασίας έγινε αναφορά στην διαφορά της fan page από το group στο facebook. Περίπου το 50% των δομών διαθέτει fan page, όπου οι ενδιαφερόμενοι είναι σε θέση να κάνουν like και να συμμετέχουν ενεργά στο περιεχόμενο της σελίδας. Η επιλογή του fan page από τις δομές είναι εύλογη καθώς γίνεται λόγος, στις περισσότερες των περιπτώσεων, για δημόσια υπηρεσία και στόχος είναι το περιεχόμενό της να είναι ανοιχτό στο ευρύ κοινό και όχι μόνο στους «φίλους». Ακόμη, μπορούμε να υπογραμμίσουμε ότι τα likes ξεπερνούν τους ακόλουθους των σελίδων. Ο ακόλουθος σε μία σελίδα έχει βαθύτερη έννοια αφού όταν δηλώνει «ακόλουθος», ο χρήστης θέλει να εμφανίζονται στην αρχική του σελίδα όλες οι ενημερώσεις που αφορούν τις δομές.

Κλείνοντας, από την έρευνα που έγινε στα ψηφιακά μέσα των δομών, προέκυψε ότι η δομή του δήμου Χαλανδρίου θεωρείται σε αυτό το επίπεδο πρότυπο καθώς, πέρα από τα αρκετά ψηφιακά μέσα που χρησιμοποιεί, όπως προαναφέρθηκε, έρχεται πρώτη στις αναρτήσεις στο facebook, στα social actions και στην ποικιλία αυτών. Τα social actions όπως το like, το σχόλιο και η κοινοποίηση παίζουν μεγάλο ρόλο, αλλά στην περίπτωση της εν λόγω δομής, ξεχώρισε λόγω των κοινοποιήσεων που έγιναν από άλλους χρήστες. Με την κοινοποίηση του περιεχομένου από έναν χρήστη, το περιεχόμενο γίνεται γνωστό και σε άλλους χρήστες πέρα από όσους έχουν κάνει like στην σελίδα.

16.7 Το παρόν και το μέλλον των δομών και πιθανές προτάσεις

Το παρόν των κοινωνικών παντοπωλείων στην Ελλάδα είναι δύσκολο και αντιμετωπίζει αρκετά προβλήματα πάσης φύσεως. Το βασικότερο πρόβλημα που τόνισαν οι υπεύθυνοι είναι οι συμβάσεις του προσωπικού. Λόγω της οικονομικής κρίσης, οι δήμοι δεν ήταν και δεν είναι σε θέση να πληρώνουν τους εργαζόμενους των δομών. Γι' αυτό οι περισσότεροι συνεργάζονται με ΜΚΟς, προκειμένου να εκμεταλλευτούν τα ευρωπαϊκά συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα και να στελεχώσουν τις δομές. Όμως, τα προγράμματα έχουν ολοκληρωθεί και οι συμβάσεις των εργαζομένων πλέον είναι μετέωρες. Γίνεται αντιληπτό ότι μία δομή, εφ' όσον δεν έχει εξασφαλίσει το προσωπικό της, δεν θα έχει την δυνατότητα ειδικά αυτή την περίοδο να δουλέψει εύρυθμα.

Ένα άλλο πρόβλημα είναι οι χώροι των δομών και οι ελλειπίες προμήθειες. Ορισμένες δομές αναφέρθηκαν στο γεγονός ότι συστεγάζονται με άλλα γραφεία και δεν έχουν χώρο για τα είδη προς διανομή και για να δουλέψουν. Παράλληλα, λόγω της αύξησης των δικαιούχων, οι προμήθειες δεν είναι αρκετές για όλους και σε πολλές περιπτώσεις, δεν υπάρχουν τα τρόφιμα για να καλύψουν τις διανομές.

Από λιγότερες δομές έγινε αναφορά στο πρόβλημα της συνεργασίας με τον δήμο. Το παντοπωλείο της Μάνδρας-Ειδυλλίας, για παράδειγμα, ζητά περισσότερη στήριξη από τον δήμο, ενώ η δομή του Ηρακλείου που δεν ανήκει στον δήμο δηλώνει πως ο δήμος δεν πρέπει να δίνει την εντύπωση στους δημότες πως βοηθάει την δομή για δικό του όφελος, αφού κάτι τέτοιο στην πραγματικότητα δεν γίνεται.

Πρόβλημα, ακόμη, για τις δομές, δεδομένου ότι είναι πιο κοντά με τον κόσμο και γνωρίζει τα προβλήματά του, είναι τα κριτήρια επιλογής. Σύμφωνα με ορισμένους, τα κριτήρια οφείλουν να συμμορφώνονται με βάση την πραγματικότητα και όχι να είναι αποτέλεσμα αποφάσεων που ακολουθούν την πεπατημένη.

Χάσμα εντοπίστηκε και στην ενημέρωση του κόσμου σχετικά με την δράση των παντοπωλείων. Η προβληματική ενημέρωση υπογραμμίστηκε τόσο στα λεγόμενα των υπεύθυνων όσο και από τα δεδομένα που προέκυψαν από την έρευνα που έγινε στα ψηφιακά μέσα των δομών.

Από τα παραπάνω απορρέει πως το μέλλον φαντάζει αβέβαιο, πάντα σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση που χρόνο με τον χρόνο οξύνεται.

Δεδομένων των προβλημάτων, θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι πιθανές προτάσεις που προκύπτουν είναι οι εξής:

- Εργασιακή βεβαιότητα και αύξηση των θέσεων εργασίας στις δομές,
- Διάθεση χώρου μόνο για την λειτουργία των δομών,

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

- Εύρεση περισσότερων πηγών για χρηματοδότηση και είδη πρώτης ανάγκης,
- Ανανέωση των σχέσεων συνεργασίας μεταξύ των δήμων και των παντοπωλείων,
- Αναθεώρηση των κριτηρίων επιλογής των δικαιούχων,
- Διεύρυνση της ενημέρωσης του κόσμου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 17. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

17.1 Συνολική αποτίμηση του έργου του θεσμού των κοινωνικών παντοπωλείων με ανάλυση SWOT, PEST, CSF και ευκαιρίες & απεικταίες πρακτικές

Προκειμένου να γίνει ανάλυση των πολιτικών, οικονομικών, κοινωνικο-πολιτισμικών και τεχνολογικών αλλαγών που περιτριγυρίζουν το θεσμό των κοινωνικών παντοπωλείων, χρησιμοποιήθηκε το εργαλείο ανάλυσης PEST.

Όσον αφορά τους πολιτικούς παράγοντες, η πολιτική πραγματικότητα της χώρας είναι ασταθής και επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από την οικονομική κρίση που συνεχώς διαιωνίζεται. Η πολιτική αστάθεια έχει αντίκτυπο στις υπηρεσίες που παρέχει το κράτος, μεταξύ των οποίων είναι και η πρόνοια. Η ευκαιρία που παρουσιάζεται στην τρέχουσα συγκυρία είναι η μεγαλύτερη έμφαση που δίνεται πλέον σε δημόσιες δομές πρόνοιας, όπως τα παντοπωλεία, ενώ μεγάλη είναι η απειλή κατά των δομών, αφού ασταθές κράτος ισοδυναμεί με αστάθεια σε όλα τα επίπεδα.

Στο επίπεδο της οικονομίας, η κατάσταση είναι δυσοίωνη και κάθε άλλο παρά σταθερή δεν είναι η τρέχουσα οικονομία της χώρας. Τα εισοδήματα του Έλληνα πολίτη μειώνονται συνεχώς, ενώ ανοδική είναι και η πορεία του δείκτη ανεργίας. Όσο υφίσταται αυτή η κατάσταση, τα παντοπωλεία δεν θα σταματήσουν να λειτουργούν, στοιχείο που υπογράμμισαν και οι συνεντευξιαζόμενοι. Δυστυχώς, η αστάθεια της οικονομίας δεν μπορεί να υποσχεθεί στις δομές χρηματοδοτήσεις, τρόφιμα και βελτίωση του έργου τους.

Σχετικά με τους κοινωνικο-πολιτισμικούς παράγοντες, από την βοήθεια του κόσμου σε αυτές τις δομές φαίνεται ότι ο πολίτης γνωρίζει περισσότερο από ποτέ τί είναι η αλληλεγγύη. Παράλληλα, λόγω και του μεγάλου κύματος προσφύγων που έφτασε στην χώρα, η κοινωνία έχει αντιληφθεί ότι πρέπει να πάρει την κατάσταση στα χέρια της, ακόμα και αν ο μέσος Έλληνας βγάζει πολύ δύσκολα τα προς τα ζην. Ο απλός κόσμος μπορεί να αποτελέσει μία σημαντική βοήθεια σε αυτές τις δομές, όμως τα παντοπωλεία δεν μπορούν να στηριχθούν εξ' ολοκλήρου σε αυτόν, όταν μάλιστα σε αρκετές περιπτώσεις, μεγάλο ποσοστό των Ελλήνων δεν γνωρίζουν αν θα μπορέσουν να επιβιώσουν.

Οι νέες τεχνολογίες έχουν αναπτυχθεί και στην Ελλάδα και υπάρχουν και άλλες πολλές όπως εφαρμογές στο κινητό που σχετίζονται με την αλληλεγγύη, οι οποίες δεν έχουν λειτουργήσει ακόμα. Χάρη σε αυτές, ο πολίτης μπορεί να ενημερωθεί για την δράση των δομών και για τα κριτήρια επιλογής και να ενεργοποιηθεί για να λάβει δράση. Τα ψηφιακά μέσα αποτελούν τεράστια ευκαιρία για τις δομές να διευρύνουν το έργο τους και τις πηγές χρηματοδότησής τους. Η μόνη απειλή που θα μπορούσε να σημειωθεί σε αυτή την περίπτωση είναι η υπέρμετρη χρήση των ψηφιακών μέσων και η ελλειπής ζωντανή δράση και η επικοινωνία δια ζώσης.

ΑΝΑΛΥΣΗ PEST	
Πολιτικοί παράγοντες	Αστάθεια → α. πολιτικής πραγματικότητας β. κράτους γ. κρατικών υπηρεσιών
Οικονομικοί παράγοντες	Η οικονομική κρίση οδηγεί σε: α. μείωση εισοδημάτων β. αύξηση ανεργίας γ. μείωση χρηματοδοτήσεων στις δομές αλληλεγγύης
Κοινωνικο-πολιτισμικοί παράγοντες	Οι δυσκολίες έχουν κάνει πιο έντονη την αξία της αλληλεγγύης.
Τεχνολογικοί παράγοντες	Η ανάπτυξη νέων τεχνολογιών οδηγεί σε: α. ενημέρωση για τις δομές β. επέκταση της δράσης τους γ. βελτίωση του έργου τους

Πίνακας 12 : Οι παράγοντες που σχετίζονται με τα κοινωνικά παντοπωλεία βάσει της ανάλυσης PEST

Με το εργαλείο ανάλυσης SWOT μπορούμε να βρούμε τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία των δομών.

Όσον αφορά τα πλεονεκτήματα, αρχικά αποδείχθηκε ότι πρόκειται για δομές που είναι σε θέση να λειτουργήσουν τόσο σε συνεργασία με τον δημόσιο όσο και τον ιδιωτικό τομέα ή ακόμα και με την σύμπραξη των δύο. Στην προκειμένη περίπτωση εφαρμόζεται το «η ισχύς εν τη ενώσει» και δημόσιο με ιδιωτικό αλληλοσυμπληρώνουν το ένα το άλλο. Ακόμη, είναι η μοναδική δομή στην Ελλάδα που δημιουργήθηκε κατεξοχήν για να προμηθεύει εντελώς δωρεάν είδη πρώτης ανάγκης σε ανθρώπους που βρίσκονται σε ανάγκη. Οι εν λόγω δομές διαθέτουν ποικίλες πηγές χρηματοδότησης, πιθανή δημοκρατική σύσταση λόγω και της εμπλοκής του προσωπικού στις αποφάσεις και οικονομική προώθηση και ενημέρωση.

Βέβαια, αρκετά είναι τα σημεία που χρειάζονται βελτίωση. Προτείνεται ένα ξεκαθάρισμα του ζητήματος που αφορά τις συμβάσεις του προσωπικού και του πλήθους αυτού, καθώς όσο αυξάνονται οι δικαιούχοι, αυξάνεται και η δουλειά. Η δράση των δομών πρέπει να χαρακτηρίζεται από διαφάνεια και ο ετήσιος προϋπολογισμός τους να είναι

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

προσβάσιμος από τον πολίτη. Βελτίωση χρειάζονται και τα κριτήρια επιλογής των δικαιούχων, τα οποία ιδανικά θα έπρεπε να συμβαδίζουν με τις ανάγκες και τα εισοδήματα των ανθρώπων που είναι υποψήφιοι. Οι δομές πρέπει να λειτουργήσουν περισσότερο τα ψηφιακά μέσα καθώς έτσι θα προσελκύσουν περισσότερο κόσμο και ενδεχομένως περισσότερες πηγές χρηματοδότησης.

ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT	
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Δυνατότητα λειτουργίας σε δημόσιο ή/και ιδιωτικό τομέα	Ο μικρός αριθμός των εργαζομένων
Η μοναδική δομή στην χώρα που δημιουργήθηκε για την παροχή δωρεάν τροφίμων	Αδιαφάνεια στις δράσεις
Ποικιλία πηγών χρηματοδότησης	Εμπεριέχονται ασάφειες στα κριτήρια επιλογής
Πιθανή δημοκρατική σύσταση	Μηδαμινή παρακίνηση και ενεργοποίηση μέσω των ψηφιακών μέσων
Οικονομική προώθηση	
Ενημέρωση	

Πίνακας 13: Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των κοινωνικών παντοπωλείων στην Ελλάδα βάσει της ανάλυσης SWOT

Σε μία υπηρεσία όπως τα κοινωνικά παντοπωλεία σημαντικό είναι ακόμη να ελεγχθούν οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας (critical success factors). Όσο λιγότεροι είναι οι εν λόγω παράγοντες τόσο περισσότερο ενδέχεται να είναι ανθεκτικός ο θεσμός. Οι παράγοντες χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: στους μη κρίσιμους και στους κρίσιμους.

Στους μη κρίσιμους εντάσσονται οι παράγοντες, οι οποίοι αν λείψουν από την πραγματικότητα του θεσμού, δεν θα διακόψουν την λειτουργία του. Ένας παράγοντας αυτής της περίπτωσης είναι η ύπαρξη ενός ιδιωτικού ή δημόσιου φορέα. Υπάρχουν παντοπωλεία που λειτουργούν άψογα, παρόλο που δεν υποστηρίζονται από κανένα δήμο ή κάποια οργάνωση όπως είναι το παντοπωλείο του 1ου Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερασινίου. Ακόμη, το παράδειγμα της δομής στη Νέα Ιωνία αποδεικνύει πως οι συμβάσεις σε ένα παντοπωλείο που στηρίζεται στην αλληλεγγύη δεν είναι απαραίτητες αφού λειτουργεί εξ' ολοκλήρου με εθελοντές.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Βέβαια, οι κρίσιμοι παράγοντες είναι περισσότεροι. Τα σύγχρονα παντοπωλεία στην Ελλάδα χρειάζονται χώρο προκειμένου να οργανώνουν τις προμήθειες και να εξυπηρετούν τους δικαιούχους. Απαραίτητοι για την λειτουργία τους είναι οι ίδιοι οι ωφελούμενοι, ενώ σημαντική είναι και η ύπαρξη κριτηρίων επιλογής για να είναι οργανωμένη η δομή και το έργο της. Σε όλες τις περιπτώσεις της έρευνας αποδείχθηκε ότι η χρηματοδότηση είναι στοιχείο ζωτικής σημασίας και στο ίδιο επίπεδο σημασίας εντάσσεται και η ενημέρωση, η οποία μπορεί να προσελκύσει την χρηματοδότηση και την βοήθεια του κόσμου. Τέλος, πυλώνας όλου του έργου είναι το προσωπικό, το οποίο όπως αναφέρθηκε και παραπάνω μπορεί να αποτελείται και από εθελοντές.

Αποδεικνύεται ότι ο θεσμός των κοινωνικών παντοπωλείων δεν χαρακτηρίζεται ως μία ανθεκτική υπηρεσία καθώς οι κρίσιμοι παράγοντες υπερισχύουν της αντίθετης κατηγορίας.

ΚΡΙΣΙΜΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ	
ΜΗ ΚΡΙΣΙΜΟΙ	ΚΡΙΣΙΜΟΙ
Η ύπαρξη ενός ιδιωτικού ή δημοσίου φορέα	Χρειάζεται χώρος για την οργάνωση των προμηθειών και την εξυπηρέτηση των δικαιούχων
Το προσωπικό μέσω συμβάσεων	Οι δικαιούχοι
	Η ύπαρξη κριτηρίων επιλογής
	Η χρηματοδότηση
	Το προσωπικό, ακόμα και με την μορφή εθελοντών

Πίνακας 14: Οι κρίσιμοι και μη κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας για τα κοινωνικά παντοπωλεία

Μέσα από την εμπειρία που αποκτήθηκε από την έρευνα, δύναται να εντοπιστούν ορισμένες καλές και κακές πρακτικές που έχουν αφομοιώσει τα κοινωνικά παντοπωλεία της χώρας, προκειμένου να πάρουν παράδειγμα οι νέες δομές σχετικά με το τί πρέπει να αποφύγουν και τί όχι.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Όσον αφορά τις καλές πρακτικές (do's):

- ✓ Σημαντική είναι η γνωστοποίηση του έργου με ψηφιακά μέσα και ενημέρωση διαζώσης.
- ✓ Η υποστήριξη από ένα δήμο ή μία οργάνωση δίνει κύρος σε μία δομή και την σιγουριά της οικονομικής ή της οργανωτικής υποστήριξης.
- ✓ Η συμμετοχή του προσωπικού στις αποφάσεις.
- ✓ Η ποικιλία των δραστηριοτήτων δίνει την εντύπωση ότι λειτουργεί ως μία πραγματική δομή αλληλεγγύης και παύει να χαρακτηρίζεται ως «δημόσια» υπηρεσία.
- ✓ Η ύπαρξη των εθελοντών.

Οι κακές πρακτικές (don't's) είναι οι εξής:

- ∅ Η έλλειψη πρόσβασης του κοινού στον απολογισμό των κοινωνικών παντοπωλείων οδηγεί στην μη διαφάνεια του έργου.
- ∅ Η προβληματική παρουσίαση των δομών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- ∅ Η ασάφεια και οι παρανοήσεις των κριτηρίων επιλογής των δικαιούχων.
- ∅ Η αστάθεια όσον αφορά την χρηματοδότηση και το προσωπικό.
- ∅ Η τακτική να βρίσκεται το προσωπικό στον χώρο εργασίας μόνο στις διανομές.
- ∅ Η μη εκπαίδευση του προσωπικού στα προγράμματα του ηλεκτρονικού υπολογιστή και στην διαχείριση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

17.2 Συνολική αποτίμηση της πορείας του θεσμού

Εν ολίγοις, από τα παραπάνω απορρέει το αβέβαιο μέλλον του θεσμού του κοινωνικού παντοπωλείου στην Ελλάδα. Μέχρι πρότινος, οι εν λόγω δομές έχουν προσφέρει σημαντική βοήθεια και κάθε μέρα εκπληρώνουν όλο και περισσότερο τον καταστατικό σκοπό της λειτουργίας τους: να βοηθήσουν τους οικονομικά ασθενέστερους εν μέσω της οικονομικής κρίσης. Πλέον, έχουν γίνει μία απαραίτητη δομή στις περιοχές της χώρας που δεν έχει καμία σχέση με τον δημόσιο τομέα των τελευταίων ετών. Έχουν οργανώσει τον εθελοντισμό και έχουν ξυπνήσει στον Έλληνα του 2017 την αλληλεγγύη, την αγάπη για τον συνάνθρωπο και την αξία του να μοιράζεσαι. Και το γεγονός ότι αυτό που μοιράζονται ότι έχει αξία και για τους ίδιους τους δότες δίνει στην όλη προσπάθεια μεγαλύτερη αξία.

Επομένως, μέχρι τώρα οι εν λόγω δομές έχουν καταφέρει να είναι ορόσημο της κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα αλλά κανένας δεν είναι σε θέση να διασφαλίσει την συνέχεια τους, κυρίως διότι δεν είναι ανεξάρτητες και αυτο-τροφοδοτούμενες, αλλά όπως επισημάνθηκε και παραπάνω, εξαρτώνται από την κρατική οικονομία, από χρηματοδοτήσεις και από τον ίδιο τον ιδιώτη. Η θέληση για δουλειά από το προσωπικό των δομών υπάρχει, αλλά η ύπαρξη των ειδών πρώτης ανάγκης είναι μετέωρη.

Η εν λόγω εργασία οφείλει να κλείσει με ένα θετικό στοιχείο, αντάξιο της προσπάθειας που γίνεται από τις δομές, οι οποίες παλεύουν με τα κύματα της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα μέρα με την μέρα. Θα κλείσει με το να υπογραμμίσουμε το βήμα πέρα από τις σύγχρονες δομές, την προσπάθεια του προσωπικού να εξελίξουν το σύγχρονο παντοπωλείο σε μία δομή σφαιρικής εξυπηρέτησης αναγκών. Όπως τόνισε ο υπεύθυνος της δομής του Ηρακλείου και έκανε ιδιαίτερη εντύπωση, *«προσπαθούμε να γίνουμε ένα σύγχρονο carehouse»*. Ορισμένες δομές έχουν ξεκινήσει δραστηριότητες για εξυπηρέτηση αναγκών πέρα από την διανομή αγαθών. Η δομή του Ηρακλείου, για παράδειγμα, παρέχει και γεύματα στους δικαιούχους και δωρεάν συμβουλευτική και ο υπεύθυνος της δομής στη Νέα Ιωνία αποκάλυψε ότι σύντομα το παντοπωλείο θα παρέχει και αυτό συμβουλευτική υποστήριξη στους ωφελούμενους, σε έναν χώρο που θα συστεγάζεται με την δομή.

Συνοψίζοντας, παρά τα προβλήματα, οι δομές προσπαθούν με τα εφόδια που έχουν να εξελίξουν το έργο που πρόσφατα ξεκίνησαν και να μην επαναπαυθούν συνεχίζοντας την γάγγραινα των δημόσιων υπηρεσιών που φαντάζουν δυσλειτουργικές και απόμακρες από τον πολίτη.

17.3 Κύρια ευρήματα της έρευνας

Διατηρώντας την δομή που προσαρμόστηκε στα δύο προηγούμενα κεφάλαια, παρακάτω ακολουθούν επιγραμματικά τα συμπεράσματα που μπορούμε να εξάγουμε από την σχετική έρευνα της παρούσας εργασίας.

Γεωγραφική αναφορά, χωρικό και χρονικό προφίλ

Όσον αφορά το κλίμα στο οποίο ενδέχεται να ευδοκιμήσει ένα κοινωνικό παντοπωλείο στην Ελλάδα, αξίζει να σημειωθεί πως πρέπει να είναι ήπιο, ενώ όσο πιο ακραίο γίνεται το κλίμα μιας περιοχής, τόσο μειώνεται η ύπαρξη των δομών. Αποφυγή των άκρων έχουμε και στην περίπτωση της συσχέτισης των δομών με την ανεργία, καθώς οι περισσότερες δομές έχουν ιδρυθεί σε περιοχές με ποσοστά ανεργίας που προσεγγίζουν το μέσο όρο της χώρας.

Η πλειονότητα των δομών βρίσκεται κοντά σε μεγάλα αστικά κέντρα, διότι με αυτόν τον τρόπο αυξάνονται οι πηγές χρηματοδότησης και μεγαλώνει ο ορίζοντας του έργου τους. Ωστόσο, δεν επιβεβαιώθηκε το γεγονός ότι οι περιοχές της Αττικής που έχουν κάποια δομή απευθύνονται στο μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της χώρας, λόγω του μεγάλου πλήθους των δήμων που υπάρχουν στην εν λόγω περιφέρεια και, ως επακόλουθο, του πλήθους των παντοπωλείων.

Η πλειονότητα των δομών στην Ελλάδα ιδρύθηκε κατά την περίοδο 2011-2013 στα μέσα της κρίσης. Σε καμία περίπτωση δεν δύναται να βάλουμε στην ίδια κατηγορία όλες τις δομές που συμμετείχαν στην έρευνα, καθώς η καθεμία είχε στοιχεία που την έκαναν μοναδική. Ιδιαίτερη περίπτωση αυτή της δομής του 1^{ου} Ειδικού Σχολείου Κερατσινίου.

Προφίλ ενεργών μελών

Οι περισσότεροι υπεύθυνοι των δομών έχουν προσληφθεί με αυτή την ιδιότητα, χωρίς ωστόσο αυτό να σημαίνει ότι δεν αναλαμβάνουν και άλλες εργασίες σχετικά με την δομή. Αποτελούν και δημότες της περιοχής στην οποία εργάζονται. Εργάζονται στις δομές από 2,5 μέχρι 4,5 χρόνια και η εν λόγω εργασιακή ηλικία των περισσότερων συμπίπτει με την ηλικία των δομών.

Στελέχη ζωτικής σημασίας στις περισσότερες δομές είναι ο κοινωνικός λειτουργός και ο εθελοντής. Ο δεύτερος συνήθως είναι καταγεγραμμένος στο μητρώο των εθελοντών του δήμου. Ο δείκτης κινητικότητάς τους είναι μηδενικός, κάτι που δηλώνει σταθερότητα τόσο σε στόχους όσο και σε στρατηγική. Η ακαδημαϊκή κατάρτιση των υπεύθυνων δεν είναι συναφής με την τωρινή εργασιακή τους απασχόληση. Ακόμη, έχουν γραμματισμό σε ΤΠΕ, δηλαδή γνωρίζουν να χρησιμοποιούν προγράμματα του ηλεκτρονικού υπολογιστή και τα ψηφιακά μέσα.

Προφίλ διαφάνειας και λογοδοσίας

Κεντρική σημασία στον καταστατικό σκοπό της λειτουργίας των δομών έχει η βοήθεια των οικονομικά ασθενέστερων ατόμων εν μέσω κρίσης. Τα περισσότερα παντοπωλεία, τα οποία ανήκουν σε δημοτικές αρχές, πραγματοποιούν επίσημο απολογισμό κάθε χρόνο, ενώ όσα ανήκουν και σε ΜΚΟς κάνουν είτε κάθε μήνα είτε κάθε εξάμηνο. Φυσικά υπάρχουν και οι δομές που δεν έχουν πραγματοποιήσει απολογισμό μέχρι πρότινος. Οι δήμοι που έχουν κοινωνικά παντοπωλεία είναι υπεύθυνοι για την χρηματοδότηση και την λειτουργία τους.

Τα δημοφιλέστερα μέσα προβολής των δράσεών τους είναι η επίσημη ιστοσελίδα του δήμου, το τηλέφωνο με κλήσεις και μηνύματα και το facebook. Αποφεύγουν τις δαπανηρές καμπάνιες. Ωστόσο, υπάρχει κενό στην ενημέρωση των πολιτών σχετικά με τα κριτήρια επιλογής των δικαιούχων. Παράλληλα, εντοπίστηκαν περιπτώσεις προκηρύξεων με παρανοήσεις και αποκλεισμούς κατηγοριών ατόμων που έχουν πραγματικά ανάγκη την ένταξή τους σε δομές πρόνοιας.

Προφίλ θεσμικής και πολιτικής αναφοράς

Η πλειονότητα των δομών εξαρτάται από δήμους ή από σύμπραξη των τελευταίων με ΜΚΟς. Το 1/3 των παντοπωλείων, πέρα από την χρηματοδότηση που λαμβάνει από τους δήμους, στηρίζεται οικονομικά και από οργανώσεις.

Όσον αφορά τον διαχωρισμό των αρμοδιοτήτων στις συμπράξεις δήμων με οργανώσεις, στις περισσότερες των περιπτώσεων ο δήμος είναι ο κύριος φορέας λογοδοσίας και χρηματοδότησης, ενώ η ΜΚΟ ασχολείται με τις συμβάσεις. Ορισμένες δομές που ιδρύθηκαν από δήμους, πλέον λειτουργούν συνεργαζόμενες και με οργανώσεις. Όμως, όσα παντοπωλεία ξεκινούν από ΜΚΟς, συνεχίζουν να λειτουργούν μόνο με αυτές. Πλέον, λόγω των ολοκληρωμένων προγραμμάτων ΕΣΠΑ, οι συμβάσεις στα παντοπωλεία είναι μετέωρες και το μέλλον αβέβαιο.

Σημαντικές πηγές χρηματοδότησης είναι τα δημοτικά κονδύλια, η χρηματοδότηση από τις οργανώσεις, οι ιδιώτες και οι εταιρείες.

Επίπεδο δραστηριοποίησης και συμμετοχικές διαδικασίες απόφασης

Οι δραστηριότητες των παντοπωλείων είναι ποικίλες και ξεφεύγουν από μία απλή συγκέντρωση και διανομή αγαθών. Μεγάλη είναι και η ποικιλία των αγαθών προς διανομή. Επικρατέστερα είναι τα συσκευασμένα προϊόντα, ενώ διανέμονται από ορισμένες δομές και κατεψυγμένο κρέας. Σημαντική είναι η γνώμη του προσωπικού για το έργο του παντοπωλείου, καθώς μαζί με τον δήμο αποτελεί την πηγή των ιδεών και λαμβάνει μέρος και στην διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Ένταση ψηφιακής και συμμετοχικής επικοινωνίας

Το προσωπικό των περισσότερων δομών γνωρίζει πως να χρησιμοποιήσει τα ψηφιακά μέσα. Τα ηλεκτρονικά μέσα που χρησιμοποιούν περισσότερο είναι το facebook και η ιστοσελίδα του δήμου. Περίπου το 50% των δομών έχει χρήσει ως διαχειριστή των ψηφιακών του μέσων το προσωπικό και οι περισσότερες διαθέτουν λογαριασμό στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, site ή blog ή σύνδεση με ιστοσελίδα ΜΚΟ. Το πλήθος των αναρτήσεων δεν δύναται να συνδεθεί με την γεωγραφική αναφορά των δομών ενώ περίπου το 50% διαθέτει fan page στο facebook. Θεωρείται ότι πιθανότατα το σημαντικότερο πρόβλημα που μπορεί να λύσει η χρήση των ψηφιακών μέσων είναι οι προμήθειες των δομών. Με λίγα λόγια, οι δομές έχουν την δυνατότητα να δημοσιεύουν τις ανάγκες τους σε είδη για να ενισχύσουν τις προμήθειες.

Το παρόν και το μέλλον των δομών και πιθανές προτάσεις

Μεταξύ των σημαντικότερων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι δομές είναι οι μικρής διάρκειας συμβάσεις των εργαζόμενων και οι ελλειπείς χώροι και προμήθειες. Σε μικρότερη κλίμακα σημειώθηκε ζήτημα στην συνεργασία των δήμων με τις δομές. Τα κριτήρια επιλογής των δικαιούχων σε ορισμένες περιπτώσεις είναι προβληματικά, ενώ πρόβλημα εντοπίστηκε και στην ενημέρωση των πολιτών σχετικά με την δράση των δομών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 18. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΗΤΡΙΑ

18.1 Πληρότητα και περιορισμοί της έρευνας

Η συγκεκριμένη εργασία ξεκίνησε έχοντας μία ονομαστική λίστα των κοινωνικών παντοπωλείων στην Ελλάδα και έπειτα από ένα χρόνο έρευνας και μελέτης, ολοκληρώθηκε και αναμφίβολα ξεπέρασε τις αρχικές προσδοκίες. Δεδομένων των στοιχείων που είχε στην διάθεσή της η ερευνήτρια και του τρόπου που αξιοποιήθηκαν, η εν λόγω εργασία μπορεί να χαρακτηριστεί πλήρης αφού διερευνήθηκαν όλα τα ζητήματα που είχαν τεθεί εξ' αρχής.

Η εν λόγω έρευνα αντιμετώπισε ορισμένα εμπόδια και προσαρμόστηκε στους περιορισμούς που προέκυψαν είτε εξ' αρχής είτε στην πορεία.

Αρχικά, η χρονική διάρκεια της έρευνας δεν φάνταζε πρόβλημα, ωστόσο προέκυψε ότι μεγαλύτερη επικοινωνία με τις δομές μπορούσε να επιτευχθεί κατά την περίοδο των γιορτών και στην αρχή της σχολικής χρονιάς, όταν οι δομές πραγματοποιούν και τις περισσότερες δράσεις τους. Για τον λόγο αυτό, η τηλεφωνική επικοινωνία έγινε κατά τον Δεκέμβριο καθώς το προσωπικό βρισκόταν σίγουρα στον χώρο εργασίας και οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν μετά τις γιορτές, όταν οι δράσεις ήταν λιγότερες και το προσωπικό ήταν σε θέση να αφιερώσει χρόνο στην έρευνα.

Όσον αφορά την παράλληλη έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα ψηφιακά μέσα που χρησιμοποιούν οι δομές, επιλέχθηκε ως η καταλληλότερη περίοδος για την καταγραφή των δράσεων το εξάμηνο Ιούλιος – Δεκέμβριος 2016 για τους λόγους που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Ζήτημα προέκυψε αρχικά στην επικοινωνία με τις δομές του αρχικού δείγματος καθώς οι δομές δεν λειτουργούν κάθε μέρα και οι ώρες λειτουργίας είναι περιορισμένες. Για τον λόγο αυτό, έγιναν αρκετές επαναλήψεις των τηλεφωνικών κλήσεων και αυτό το στάδιο ήταν χρονοβόρο για την παρούσα έρευνα.

Ακόμη, ορισμένα παντοπωλεία, ενώ επιβεβαίωσαν την λειτουργία τους, στο στάδιο των συνεντεύξεων αρνήθηκαν να συμμετέχουν και συνεπώς, το δείγμα προσαρμόστηκε στα 21 παντοπωλεία, αντί των 23 που επιλέχθηκαν. Παράλληλα, οι συνεντεύξεις δεν γινόταν να πραγματοποιηθούν όλες δια ζώσης καθώς τα 12 παντοπωλεία από το τελικό δείγμα βρίσκονται εκτός Αττικής. Σε αυτή την περίπτωση το πρόβλημα λύθηκε με την χρήση της τηλεφωνικής συνέντευξης και την καταγραφή της συνομιλίας από δεύτερη συσκευή. Περιορισμός στο επίπεδο των συνεντεύξεων τέθηκε από τους ίδιους τους συνεντευξιζόμενους καθώς από τα 21 παντοπωλεία οι 16 δέχθηκαν να ηχογραφηθεί η συνέντευξη.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Πρόβλημα εντοπίστηκε στην διερεύνηση των επίσημων απολογισμών των δομών καθώς, ενώ στάλθηκαν επιστολές σχετικά με την παρούσα έρευνα και το αίτημα σε όλες τις δομές, μόνο οι 4 ανταποκρίθηκαν στο κάλεσμα της πρόσβασης στον απολογισμό των παντοπωλείων.

Κενό εντοπίστηκε και στην διερεύνηση των κριτηρίων επιλογής των δικαιούχων, καθώς ορισμένες δομές δεν έχουν δημοσιεύσει ούτε στο διαδικτυό τους όρους και τις προϋποθέσεις.

18.2 Αξιοπιστία και γενικευσιμότητα των ερευνητικών αποτελεσμάτων

Το θέμα της αξιοπιστίας ήταν ένα ζήτημα ζωτικής σημασίας που τέθηκε στην βάση της έρευνας από τα θεμέλια, δεδομένων των ελάχιστων ερευνών που έχουν γίνει στον τομέα των κοινωνικών παντοπωλείων τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη. Συνεπώς, για να μπορέσει η εν λόγω εργασία να αξιοποιήσει την ήδη υπάρχουσα θεωρία και να φτάσει σε συμπεράσματα που ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα που αφορά τον θεσμό, όφειλε να κινηθεί με γνώμονα τόσο την εγκυρότητα όσο και την αξιοπιστία.

Αρχικά, αξίζει να αναφερθεί ότι θεμέλια λίθος της έρευνας αποτέλεσε το δείγμα που έχουν συγκεντρώσει οι συντελεστές της πλατφόρμας Οργάνωση 2.0, μίας αξιόπιστης ιστοσελίδας που είναι πλήρως ενημερωμένη για τις δράσεις των δομών στην Ελλάδα και λειτουργεί υπό την αιγίδα του ΕΚΠΑ.

Σημαντικό είναι, επίσης, το γεγονός ότι τα κεντρικά πρόσωπα των συνεντεύξεων αποτέλεσαν οι ιθύνοντες των κοινωνικών παντοπωλείων, οι οποίοι είναι σε θέση ευθύνης και μπόρεσαν υπεύθυνα να μιλήσουν για όλα τα ζητήματα που τους ανατέθηκαν. Βέβαια, τα λεγόμενά τους διασταυρώθηκαν και με τα δεδομένα που αντλήθηκαν μέσα από desktop research, ειδικά στις περιπτώσεις των δράσεων, των κριτηρίων επιλογής και της διαφάνειας του έργου τους. Σε ορισμένες περιπτώσεις, πραγματοποιήθηκε επικοινωνία με επίσημους φορείς όπως δήμους ή ΜΚΟ προκειμένου να συγκεντρωθούν στοιχεία απαραίτητα για την συνέχεια της έρευνας.

Πέρα από το υλικό που αντλήθηκε κατά την διάρκεια της έρευνας, αυτά τα δεδομένα, στην περίπτωση της γεωγραφικής αναφοράς και του χωρικού προφίλ, διασταυρώθηκαν και με επίσημες μελέτες όπως του ΤΕΕ, του ΟΑΕΔ και της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας.

Από εκεί και πέρα, η σημαντική βάση δεδομένων που διαμορφώθηκε από την εν λόγω εργασία μπορεί να αποτελέσει εργαλείο και για άλλες έρευνες που ενδέχεται να πραγματοποιηθούν μελλοντικά στον τομέα της κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα. Και γίνεται αναφορά μόνο στην Ελλάδα καθώς τα δεδομένα σε αυτή την χώρα είναι σαφέστατα διαφορετικά συγκριτικά με άλλα κράτη της Ευρώπης. Συνεπώς, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την μελέτη παρόμοιων δομών και συγκεκριμένα αυτών που έχουν παρόμοιο τρόπο λειτουργίας και νοοτροπίας όπως είναι τα κοινωνικά φαρμακεία, τα κοινωνικά ιατρεία, οι χώροι σίτισης, οι κοινωνικές ιματιοθήκες, τα κοινωνικά φροντιστήρια και άλλα.

18.3 Ανοικτά θέματα περαιτέρω έρευνας

Η εν λόγω έρευνα δεν είχε την δυνατότητα να αντλήσει πληροφορίες από παλαιότερες έρευνες καθώς στο παρελθόν δεν έχουν γίνει αρκετές μελέτες στην Ελλάδα για το εν λόγω αντικείμενο, δεδομένου ότι έκανε τα τελευταία χρόνια την εμφάνισή του εν μέσω οικονομικής κρίσης. Για τον λόγο αυτό, είναι εύλογο το γεγονός ότι κάποια θέματα έχουν μείνει ανοικτά ως τροφή για περαιτέρω έρευνα και μελέτη.

Ζητήματα που μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο έρευνας στο μέλλον είναι το προφίλ και των υπόλοιπων μελών των παντοπωλείων όπως είναι οι εργαζόμενοι και οι εθελοντές, καθώς και το προφίλ των δικαιούχων και αν όντως ανταποκρίνονται στα κριτήρια επιλογής που θέτουν οι δομές. Μία άλλη πρόταση είναι ακόμη μία μελλοντική έρευνα για την εμπειρία των δικαιούχων και τα αποτελέσματα της παροχής των υπηρεσιών βάσει την εμπειρία των δικαιούχων, του προσωπικού και των φορέων λογοδοσίας και χρηματοδότησης.

Δεδομένου του προβλήματος που σημειώθηκε στην διερεύνηση των επίσημων απολογισμών των δομών, θεωρείται ότι το εν λόγω σημείο μπορεί να μελετηθεί εκτενέστερα στο μέλλον. Αποδείχθηκε ότι πρόκειται για ένα ζήτημα αρκετά σημαντικό καθώς αγγίζει θέματα όπως την διαφάνεια των δράσεων των δομών και το όριο των χρηματοδοτήσεων που διαθέτει για δομές πρόνοιας ένας δήμος ή μία ΜΚΟ. Αν στο μέλλον οι δομές ξεκινήσουν να πραγματοποιούν τόσο προϋπολογισμό όσο και απολογισμό, τότε θα είναι σε θέση να κάνουν καλύτερο προγραμματισμό των προμηθειών και να έχουν μία καθαρή εικόνα προς την κοινωνία.

Ένα άλλο ζήτημα που έχει μείνει ανοικτό, αν και έγινε προσπάθεια για να μελετηθεί, είναι η περίπτωση των κριτηρίων επιλογής των δικαιούχων. Διαπιστώθηκε ότι ορισμένα παντοπωλεία χαρακτηρίζονται από κενό στην ενημέρωση των κριτηρίων προς τους κατοίκους μιας περιοχής, με αποτέλεσμα να βγει το συμπέρασμα ότι ορισμένοι άνθρωποι μπορεί να έχουν πραγματικά ανάγκη τις υπηρεσίες του παντοπωλείου, αλλά να μην γνωρίζουν για την δράση του.

Περαιτέρω αναφορά δεν έγινε ακόμη στους λόγους που ορισμένα από τα παντοπωλεία του αρχικού δείγματος, που είναι 86 στο σύνολό τους, είτε έχουν σταματήσει να λειτουργούν είτε λειτουργούν μόνο για μία εβδομάδα μέσα στον χρόνο είτε δεν θέλησαν να συμμετέχουν στην εν λόγω έρευνα.

ΠΗΓΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ

Α.Βιβλιογραφία

- Αργυρίου, Α., Γαγλιά, Α., Δασκαλάκη, Ε., Ζαχαριάς, Π., Κατσάνος, Δ., Κοντογιαννίδης, Σ., Λαδόπουλος, Γ. και Λαδόπουλος, Ι. (2012) *Κλιματικά δεδομένα ελληνικών περιοχών*. Σελ. 7, Προσβάσιμο στο: http://helapco.gr/pdf/TOTEE_20701_3_Final_TEE_2nd.pdf.
- Arendt, H. (1965) *On Revolution*. New York: Viking.
- Arthur, B. (2009) *The Nature of Technology: What It Is and How it Evolves*. New York: Free Press.
- Awl, D. (2011) *Facebook me! A Guide to Socializing, Sharing, and Promoting on Facebook*. Second Edition. USA: Peachpirt Press.
- Basu, S. (2004, March) *E-government and Developing Countries: An Overview*. In *International Review of Law Computers and Technology*, Vol. 18, 1, pp. 109-132, Queen's University Belfast. Online available: <http://workspace.unpan.org/sites/Internet/Documents/UNPAN93468.pdf>.
- Bauman, Z. (2001) *The Individualized Society*. Cambridge: Polity Press.
- Bavelas, A. (1952) *Communication Patterns in Problem-Solving Groups*. In *Cybernetics*. Foerster, Heinz von. New York: Josiah Macy Jr. Foundation.
- Bayertz, K. (1998) *Solidaritat: Begriff und Problem*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bellamy, E. (2003) *Looking Backward: 2000-1887*. Edited by A. MacDonald. Peterborough: Broadview Press.
- Benkler, Y. (2006) *The Wealth of Networks*. New Haven, Conn: Yale University Press.
- Berking, H. (1999) *Sociology of giving*. London: Sage.
- Boggs, C. (2000) *The End of Politics: Corporate Power and the Decline of the Public Sphere*. (pp. 259) New York: Guilford Press.
- Boltanski, L., and Chiapello, E. (2005) *The New Spirit of Capitalism*. London and New York: Verso.
- Boyd, D., and Ellison, N. B. (October 2007) *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), pp. 210-230. Online available: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>.
- Brassard, M. (1989) *The Memory Jogger Plus+: Featuring the Seven Management and Planning Tools*. First Edition, Methuen, MA: GOAL/QPC.
- Canlas, M., Argenal, A., and Bajaj, M. (Fall 2015) *Teaching Human Rights from Below: Towards Solidarity, Resistance and Social Justice*. *Radical Teacher*, 103, pp. 38-46. Online available:

<http://radicalteacher.library.pitt.edu/ojs/index.php/radicalteacher/article/view/226/160>.

- Carson, R. (1987) *Silent Spring*. Boston: Houghton Mifflin.
- Castells, M. (1996) *The Rise of Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. 1. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (2002) *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Chaves, R., and Monzon, J. L. (November 2012) *Beyond the crisis: the social economy, prop of a new model of sustainable economic development*. Service Business, 6 (1), pp. 5-26. Online available:
http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30359930/SB_Beyond_the_crisis_the_social_economy_pro.pdf
- Checkland, P. B. (1981) *Systems Thinking, Systems Practice*. Chichester: Wiley.
- Children's Advocacy Institute. *Annual Report of 2001*. Online available:
http://www.caichildlaw.org/Misc/2001ar_pdf.pdf.
- Clay, S. (January-February 2011) *The Political Power of Social Media*. Foreign Affairs 90, pp. 128-141. Online available:
<http://www.cc.gatech.edu/~beki/cs4001/Shirky.pdf>.
- Cohen, J., and Arato, A. (1992) *Civil Society and Political Theory*. Cambridge, Ma: MIT Press.
- Cohen, R., and Rai, S. M. (2000) *Global Social Movements*. London: Athlone Press.
- Coulson, A. (1981) *Agricultural Policies in Mainland Tanzania*. In Heyer, Judith, Robertsand, P., and Williams, G. *Rural Development in Tropical Africa*. (pp. 74) USA: Oxford University Press.
- Cresswell, J. (1998) *Qualitative Inquiry and Research design: Choosing among five traditions*. London: Sage.
- Davidoff, P. (November 1965) *Advocacy and Pluralism in Planning*. Journal of the American Institute of Planners, 31 (4), pp. 331-338. Online available:
http://urbanpolicy.net/wp-content/uploads/2012/11/Davidoff_1965_Advocacy-and-pluralism-in-planning.pdf.
- Durkheim, E. (1983) *Pragmatism and Sociology*. New York: Cambridge University Press.
- Eberly, D. (1998) *America's Promise: Civil Society and the Renewal of American Culture*. (pp. 4-5) Lanham: Rowman and Littlefield.
- Εγκυκλοπαίδεια *Υδρία Cambridge* (1990) Αθήνα: Τέσσερα Έψιλον.
- Edwards, M. (2004) *Civil Society*. (pp. 2, 11, 57) UK: Polity Press.
- Ehrenberg, J. (1999) *Civil Society: The Critical History of an Idea*. New York: New York University Press.

- Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ). (Ιούλιος 2015) *Δελτίο Τύπου: Κίνδυνος φτώχειας. Έρευνα εισοδήματος και συνθηκών διαβίωσης των νοικοκυριών 2014*. Online available: <http://www.statistics.gr/documents/20181/169c8a36-31ec-4c56-97d4-058bcbe3f642>.
- Escobar, A, and Alvarez, S. (1992) *The Making of Social Movements in Latin America: Identity, Strategy and Democracy*. Boulder: Westview Press.
- European Commission. (2013) *Social Innovation research in the European Union. Approaches, findings and future directions*. Policy Review. (pp. 164-169) Brussels: European Commission.
- European Volunteer Centre. (2012) *Volunteering Infrastructure in Europe*. CEV.
- Fickel, S., and Gross N. (April 2005) *A general theory of scientific/intellectual movements*. *American Sociological Review*, 70 (2), pp. 204-232. Online available: <http://www.jstor.org/stable/4145368?seq=1#fndtn-page-thumbnails-tab-contents>.
- Fiske, A. P. (1991) *Structures of Social Life: The Four Elementary Forms of Human Relations*. (pp. 14) New York: Free Press.
- Foley, M., and Hodgkinson, V. (2002) *The Civil Society Reader*. Hanover: University Press of New England.
- Forester, J. (1999) *The Deliberative Practitioner: Encouraging Participatory Planning Processes*. London and Cambridge, MA: MIT Press.
- Fox, J., and Hernandez, L. (Spring 1992) *Mexico's difficult democracy: grassroots movements, NGOs and local government*, *Alternatives*, 17, pp. 165-208. Available online: <https://escholarship.org/uc/item/4200c3fc>.
- Geels, F. W. (2006) *Multi-level Perspective on System Innovation*. In Olsthoorn, A., and Wiczorek, A. J. *Understanding Industrial Transformation: Views from Different Disciplines*. (pp. 6) Dordrecht: Springer.
- Gerbaudo, P. (2012) *Tweets and the Streets: Social media and contemporary activism*. London: Pluto Press.
- Giddens, A. (1984) *The Constitution of Society*. California: University of California Press.
- Giddens, A. (2001) *The Global Third Way Debate*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (2002) *Κοινωνιολογία*. Αθήνα: Gutenberg.
- Godbout, J. T. (1992) *L' esprit du don*. Paris: Editions la Decouverte.
- Graeber, D. (2015) *The Utopia of Rules*. Brooklyn and London: Melville House Publishing.
- Granovetter, M. (May 1973) *The Strength of Weak Ties*. *The American Journal of Sociology*, 78 (6), pp. 1360-1380. Online available: https://sociology.stanford.edu/sites/default/files/publications/the_strength_of_weak_ties_and_exch_w-gans.pdf.

- Grigore, A. A. (2013) *Social Economy Marketing: A new age in Marketing field. Network Intelligence Studies*, 1 (2), pp. 90-96. Online available: http://www.nis.bxb.ro/Article/NIS_2_9.pdf.
- Habermas, J. (1969) *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Halpin, H. (November/ December 2012) *The Philosophy of Anonymous: Ontological Politics without Identity*. *Radical Philosophy*, No. 176. Online available: <https://www.radicalphilosophy.com/article/the-philosophy-of-anonymous>.
- Harbeson, J., Rothschild, D., and Chazan, N. (1994) *Civil Society and the State in Africa*. Boulder: Lynne Rienner.
- Harford, T. (September 2009) *How to measure economies (and not get lost in the woods)*. Online available: <https://www.ft.com/content/96b4b086-9c10-11de-b214-00144feabdc0>.
- Hart, T., Greenfield, J., Johnston, M. (2005) *Nonprofit Internet Strategies: Best Practices for Marketing, Communications and Fundraising*. New Jersey: Wiley.
- Hart, T., Greenfield, J., MacLaughlin, S., Geier, Jr. (2010) *Internet for Nonprofits Management: Strategies, Tools and Trade Secrets*. New Jersey: Wiley.
- Haydon, J., (2015) *Facebook Marketing for Dummies*. 5th Edition. New Jersey: Wiley.
- Hechter, M. (1987) *The Principles of Group Solidarity*. Berkeley: University of California Press.
- Heilbron, J. L. (1991) *The Measure of Enlightenment*. In Frangsmyr, T., Heilbron, J. L., and Rider, E. R. *The Quantifying Spirit in the Eighteenth Century*. (pp. 207-208) Berkeley: University of California Press.
- Henderson, P., and Vercseg, I. (2010) *Community Development and Civil Society. Making Connections in the European context*. Bristol: Polity Press.
- Hoeben, C. (2000) *De organisatie van LETSystemen in Nederland*. Vakgroep Sociologie [The organization of LET systems in the Netherlands]. Groningen: RUG.
- Holden, M. (2008) *The tough minded and the tender minded: A pragmatic turn for sustainable development planning and policy*. *Planning Theory and Practice*, Vol. 9, No. 4, pp. 475-492.
- Howaldt, J., and Schwarz, M. (2010) *Soziale Innovation. Im Focus. Skizze eines gesellschaftstheoretisch inspirierten Forschungskonzepts*. (pp. 49) Bielefeld: transcript.
- Howleg, C., and Lienbacher, E. (October 2011) *Social Marketing Innovation: New Thinking in Retailing*. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*. Online available:

https://www.researchgate.net/publication/233169174_Social_Marketing_Innovation_in_New_Thinking_in_Retailing.

- Huizinga, J. (1955) *Homo Ludens: The Play Element in Culture*. Boston: Beacon Press.
- Ιωσηφίδης, Θ. (2003) *Ανάλυση ποιοτικών δεδομένων στις κοινωνικές επιστήμες*. Αθήνα: Κριτική.
- Ιωσηφίδης, Θ. (2007) *Κοινωνικό Κεφάλαιο και Μεταναστευτική Ένταξη: Μετανάστες/στρίες από την Αλβανία και Ομογενείς από την πρώην ΕΣΣΔ*. Αθήνα: Ερευνητική Αναφορά Προγράμματος ΠΥΘΑΓΟΡΑΣ. Πακέτο Εργασίας 4: Κοινωνικό Κεφάλαιο και Μετανάστες.
- Jacobs, J. (1961) *The Death and Life of Great American Cities*. (pp. 241) New York: Random House.
- Kaldor, M., and Selchow, S. (June 2012) *The Bubbling Up of Subterranean politics in Europe*. The London School of Economics and Political Science. Online available: [http://eprints.lse.ac.uk/44873/1/The%20'bubbling%20up'%20of%20subterranean%20Europe\(lsero\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/44873/1/The%20'bubbling%20up'%20of%20subterranean%20Europe(lsero).pdf).
- Kane, P. (2004) *The Play Ethic: A Manifesto for a Different Way of Living*. London: MacMillan.
- Kanter, B., and Fine, A. (2010) *The Networked Nonprofit: Connecting with social media to drive change*. San Fransisco: Wiley.
- Keane, J. (1988) *Civil Society and the State: New European Perspectives*. Cambridge: Polity Press.
- Keane, J. (1998) *Civil Society Old Images, New Visions*. Stanford: Stanford University Press.
- King, N. (1994) *The qualitative research interview*. In *Qualitative Methods in Organizational Research*. Cassel, C., and Symon, G. London: Sage.
- Κλήμη-Καμινάρη, Ο., και Παπαγεωργίου, Κ. Λ. (2010) *Κοινωνική Οικονομία. Μία πρώτη προσέγγιση*. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική.
- Komter, A. E. (2005) *Social solidarity and the Gift*. (pp. 169, 180-188) New York: Cambridge University Press.
- Κορακάκης, Θ., και Κοροντζής Κ. (2011) *Αυτοοργάνωση: Ένα κλωνάρι που πάει ν' ανθίσει (1917-2011)*. Αθήνα: Εκδόσεις Κοροντζή.
- Kotler, P., and Zaltman, G. (July 1971) *Social Marketing: An Approach to Planned Social Change*. *Journal of Marketing*, 36, pp. 3-12. Online available: <http://www.sfu.ca/cmns/faculty/labam/425/07-fall/documents/Kotler-Zaltman.PDF>.
- Krivy, M., and Kaminer, T. (Autumn 2013) *Introduction: The Participatory Turn in Urbanism*. (pp. 1-6) Online available: <http://footprint.tudelft.nl/index.php/footprint/article/view/766/942>.

- Krumholz, N. (Spring 1982) *A Retrospective View of Equity Planning. Cleveland 1969-1979*. Journal of the American Planning Association, 48 (2), pp. 163-174.
- Lenin, V. I. (1917) *The State and Revolution: The Marxist Theory of the State and the Tasks of the Proletariat in the Revolution*. (pp. 23-24) Moscow: Lenin Internet Archive. Online available: http://www.marx.be/sites/default/files/documents/EN/texts/sr_and_sq.PDF.
- Levi-Strauss, C. (1961) *The Elementary Structures of Kinship*. Trans. Bell, J. H., Sturmer, J. R., von, and Needham, R. Rev. ed. Boston: Beacon.
- Liboiron, M. (2016) *Care and Solidarity Are Conditions for Interventionist Research*. Engaging Science, Technology and Society, 2, pp. 67-72. Online available: <http://estsjournal.org/article/view/85/28>.
- Lowood, E. H. (1991) *The Calculating Forester: Quantification, Cameral Science, and the Emergence of Scientific Forestry Management in Germany*. In Frangsmyr, T., Heilbron, J. L., and Rider, E. R. *The Quantifying Spirit in the Eighteenth Century*. (pp. 338) Berkeley: University of California Press.
- Luxemburg, R. (1934) *Organizational Questions of the Russian Social Democracy*. Iskra: Integer Press.]
- Μακρυδημήτρης, Α. (2006) *Κράτος και Κοινωνία των Πολιτών*. Αθήνα: Μεταμεσονύκτιες Εκδόσεις.
- Malik, F., and Probst, G. J. B. (1982) *Evolutionary Management: Cybernetics and Systems*, Int. J., 13, pp. 153-174.
- Mathos, M., and Norman, C. (2012) *101 Social Media Tactics for Nonprofits: A field guide*. New Jersey: Wiley.
- Mauss, M. (1990) *The Gift: The Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*. London: Routledge.
- May, T. (1993) *Social Research*. Buckingham: Open University Press.
- Mayhew, L. (1971) *Society: Institutions and Activity*. New York: Columbia University Press.
- McClain, L., and Fleming, J. (April 2000) *Some questions for civil society revivalists*. Chicago-Kent Law Review, 75 (2), pp. 301-354. Online available: <http://scholarship.kentlaw.iit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3194&context=cklawreview>.
- McCulloch, W. S. (1965) *A Hierarchy of Values Determined by the Topology of Nervous Nets*. In *Embodiments of Mind*. Cambridge: MIT Press. Estudos em Comunicacao, 11, pp. 1-29. Online available: <http://www.ec.ubi.pt/ec/11/pdf/EC11-2012Mai-01.pdf>.
- Mertens, S. (1999) *Nonprofit organizations and social economy: two ways of understanding the third sector*. Annuals of Public and Cooperative Economics, 70 (3), pp. 501-520. Online available: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-8292.00122/epdf>.

- Milioni, D. I. (May 2012) Between “identity politics” and “politics of influence”: the role of alternative media in the Greek protests in 2008.
- Miller, D., Costa, E., Haynes N., McDonald, T., Nicolescu R., Sinanan, J., Spyer J., Venkatraman S., and Wang, X. (2016) *How the World Changed Social Media*. London: University College London.
- Miller, E. (2010) *Solidarity Economy: Key Concepts and Issues*. In Kawano, E., Masterson, T., and Teller-Ellsberg, J. *Solidarity Economy I: Building Alternatives for People and Planet*. Amherst, MA: Center for Popular Economics. Online available: http://www.communityeconomies.org/site/assets/media/Ethan_Miller/Miller_Solidarity_Economy_Key_Issues_2010.pdf.
- Moulaert, F., and Ailenet, O. (2005) *Social economy, third sector and solidarity relations: a conceptual synthesis fo rhistory of present*. Urban Studies, 42 (1), pp. 2037-2053. Online available: <https://pdfs.semanticscholar.org/055b/7c32213070924fa45fe87c11b3ad33908ae7.pdf>.
- Μπουρίκος, Δ., και Σωτηρόπουλος, Δ. (Μάρτιος 2014) *Οικονομική κρίση, κοινωνική πρόνοια και κοινωνία των πολιτών*. Αθήνα: Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος. Προσβάσιμο στο: <http://crisisobs.gr/wp-content/uploads/2014/03/Final-Report.pdf>.
- Mulgan, G. (2012) *Social Innovation Theories: Can Theory Catch Up with Practice?* In Franz, H. W., Hochgerner, J., and Howaldt, J. *Challenge Social Innovation. Potentials for Business, Social Entrepreneurship, Welfare and Civil Society*. Berlin, New York: Springer.
- Mumford, M. (2002) *Social Innovation: Ten Cases from Benjamin Franklin*. Creativity Research Journal, 14 (2), pp. 253. Online available: <https://prezi.com/fa4ydc-dihta/social-innovation-ten-cases-from-benjamin-franklin/>.
- Mumford, M., and Moert, P. (2003) *Cases of Social Innovation: Lessons from Two Innovations in the 20th Century*. Creativity Research Journal, 15 (2-3), pp. 261-266.
- Mumford, M., and Licuanan, B. (2004) *Leading Innovation: Conclusions, Issues, and Directions*. The Leadership Quarterly, 15 (1), pp. 163-171.
- Nicholls, A., Simon, J., and Gabriel, M. (2015) *New Frontiers In Social Innovation Research*. (pp. 196-198) Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Νικολάου, Ι. *Κοινωνική οικονομία-κοινωνική επιχειρηματικότητα*. Υπουργείο Παιδεία και Θρησκευμάτων. Προσβάσιμο στο: <http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.2.pdf>.
- Nonprofit Tech for Good, (2016) *2016 Global NGO Online Technology Report*. Online available: <http://www.nptechforgood.com/wp-content/uploads/2016/01/2016-Global-NGO-Online-Technology-Report.pdf> .

- Nyerere, K. J. (1970) *Freedom and Socialism. Uhuru na Ujamma. A selection from writing and speeches.* (pp. 356) Boston: Boston University African Studies Center.
- ΟΑΕΔ (Φεβρουάριος 2016) *Συνοπτική Έκθεση – Εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του ΟΑΕΔ*, Προσβάσιμο στο:
<http://www.oaed.gr/documents/10195/1214552/+Συνοπτική+Έκθεση++Εγγεγραμμένοι+στο+Μητρώο+του+ΟΑΕΔ++2016.pdf/5934b0ac-a524-4e44-95d5-d45234adf52d>.
- Orwell, G. (1978) *1984*. Μετφρ: Μπάρτη Νίνα. Αθήνα: Κάκτος.
- Ostrom, E. (1990) *Governing the Commons.* (pp. 90) Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Ostrom, E. (1999) *Design Principles and Threats to Sustainable Organizations that Manage Commons.* Workshop in Political Theory and Policy Analysis. Workshop Working Paper W99-6. Online available:
<http://beyondostrom.blog.rosalux.de/files/2013/05/Design-Principles-and-Threats-to-Sustainable-Organizations-That-Manage-Commons.pdf>.
- Parsons, T. (1951) *The Social System.* New York: Routledge Sociology Classics.
- Peredo, A., and McLean, M. (2006) *Social Entrepreneurship: a critical review of the concept.* Journal of World Business, 41, pp. 56-65. Online available:
http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33892808/articulo_ing_1.pdf
[Articulo_ing_1.pdf](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33892808/articulo_ing_1.pdf).
- Pessers, D. (November 1999) *Liefde, solidariteit en recht: Een interdisciplinair onderzoek naar het wederkerigheidsbeginsel.* Ph.D. diss. Amsterdam. Online available: <http://dare.uva.nl/record/1/156922>.
- Pinkney, H. D. (1958) *Napoleon III and the rebuilding of Paris.* (pp. 23) Princeton, N. J.: Princeton University Press.
- Post, R., and Rosenblum, N. (2002) *Civil Society and Government.* Princeton: Princeton University Press.
- Primavera, H. (2010) *Social currencies and solidarity economy: an enduring bond of common good.* WorkingUSA, 13 (1), pp. 41-59. Online available:
<https://student.cc.uoc.gr/uploadFiles/181-KOIK294/PrimaveraSocEcySolid2010.pdf>.
- Ramonet, I. (January 1995) *One Idea System.* CTheory. Le Monde Diplomatique. Online available:
<https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/article/view/14859/5728>.
- Randrianasolo-Rakotobe, H., and Ledjou, J. M. (2016) *International Development: The contribution of the internet in broadening the scope of solidarity-based consumption.* Global Media Journal – Canadian Edition, 9 (1), pp. 73-86. Online available: http://www.gmj.uottawa.ca/1601/v9i1_randrianasolo-rakotobe%20and%20ledjou.pdf.
- Rantanen, T. (2005) *The Media and Globalization.* New York: Sage.

- Ράτσικα, Ν. (2012) *Ποιοτική κοινωνική εργασία*. ΑΤΕΙ Κρήτης, ΣΕΥΠ, Κοινωνική Εργασία.
- Rifkin, J. (1995) *The End of Work: The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-Market Era*. (pp. 280) New York: G. P. Putnam.
- Robson, C. (2010) *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου: Ένα μέσον για κοινωνικούς επιστήμονες και επαγγελματίες ερευνητές*. Δεύτερη έκδοση (συμπληρωμένη). Αθήνα: Gutenberg.
- Roepke, W. (1996) *The Moral Foundations of Civil Society*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Salamon, L., and Anheier, H. (1999) *Civil Society in comparative perspective*. In Salamon, L., and Anheier, H. *Global Civil Society: Dimensions of the Non-Profit Sector*. (pp. 8) Johns Hopkins University: Center for Civil Society Studies.
- Sarkissian, W. (July 2005) *The artistry of community consultation*. Arts Network of Western Australia, pp. 27-32. Online available: <http://sarkissian.com.au/wp-content/uploads/2011/02/Artistry-of-consultation-keynote-2005.pdf>.
- Sarkissian, W., Hurford, D. and Wenman, C. (2010) *Creative Community Planning: Transformative Engagement Methods for Working at the Edge*. London and Washington: Earthscan.
- Scharmer, C. O. (2007) *Theory U: Leading from the Future as it Emerges: The Social Technology of Presencing*. Society for Organizational Learning. Cambridge: MA.
- Scharmer, C. O. (undated) *Addressing the Blind Spot of Our Time: An executive Summary of the New Book by Scharmer Theory U: Leading the Future as It Emerges*. The Social Technology of Presencing. Online available: https://www.presencing.com/sites/default/files/page-files/Theory_U_Exec_Summary.pdf.
- Scholte, J. (2002) *Democratizing the Global Economy: the Role of Civil Society*. (pp. 2) Coventry: University of Warwick, Centre for the Study of Globalization.
- Schudson, M. (2000) *The Good Citizen: A History of American Civic Life*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Scott, C. James. (1998) *Seeing Like a State*. (pp. 14-22, 219) New Haven and London: Yale University Press.
- Seib, P. (2012) *Real-time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Seligman, A. (1992) *The Idea of Civil Society*. (pp. 2) Princeton: Princeton University Press.
- Senge, P., Scharmer, C. O., Jaworski, J. and Flowers, B. S. (2005) *Presence: Exploring Profound Change in People*. Organisation and Society. London: Nicholas Brealey Publishing.

- Sequeira, C., Oliveira, P., Rodrigues, R., Sousa, V., and Agapito, D. (2015) *A Social Marketing Approach for Developing a Neighborhood Network*. Journal Of Spatial and Organizational Dynamics, University of Algarve, pp. 204-215. Online available: http://www.cieo.pt/journal/J_3_2015/article3.pdf.
- Sherman, A., and Smith, D. (2013) *Social Media Engagement for Dummies*. New Jersey: Wiley.
- Shirky, C. (2008) *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. London: Penguin Books.
- Σημίτη, Μ. (Ιούλιος 2014) *Κράτος και Εθελοντικές Οργανώσεις την περίοδο της Οικονομικής Κρίσης*. Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης, 42, σελ. 36-61.
- Smith, J., Chatfield, C., and Pagnucco, R. (1997) *Transnational Social Movements and Global Politics*. Syracuse: Syracuse University Press.
- Smyth, D. S., and Checkland, P. B. (1976) *Using a systems approach: the structure of root definitions*. J. Appl. Sys. Anal., 5 (1), pp. 75-83.
- Sotiropoulos, D. A., and Karamagioli, E. (2005) *Greek Civil Society: The Long Road to Maturity*. Access2democracy. Online available: http://europe.cidem.org/documents/CSI-SAT_Greece_Report.pdf.
- Στάιου, Ε. Ρ., και Γκούσκος, Δ. (1-3 Νοεμβρίου 2013) *Αυτο-οργανωμένες δράσεις για φροντίδα πόλης: Χαρτογράφηση και αξιολόγηση δραστηριοποίησης και χρήσης ψηφιακών επικοινωνιακών μέσων*. Στο Συνέδριο «Μεταβολές και Ανασηματοδοτήσεις του Χώρου στην Ελλάδα της Κρίσης». Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τμήμα Αρχιτεκτόνων. Διαθέσιμο ηλεκτρονικά: <http://www.arch.uth.gr/crisisconference/proceedings/LettersPDF/S.pdf>.
- Staiou, E. R., and Gouskos, D. (2014) *Self-organized social solidarity (SoSS) initiatives in Greece: exploring their scope and their relationship to online media*. In Special Issue on «Nonprofit Organizations and Information Technology», Saeed, S., International Journal of Public Administration in the Dogotal Age (IJPADA), IGI Global, 1 (4), pp. 21-43. Online available: <http://www.igi-global.com/article/self-organized-social-solidarity-soss-initiatives-in-greece/119976>.
- Stalder, F. (2013) *Digital Solidarity*. (pp. 18-20, 31-46) Post-Media Lab: Leuphana University.
- Surowiecki, J. (2005) *The Wisdom of Crowds*. (pp. 336) New York: Anchor.
- Tjornbo, O. (2013) *Complexity and Social Media: The Role of Virtual Social Networks in Supporting Democratic Responses to Complex Global Problems*. PhD Diss., Wilfrid Laurier University.
- Τσομπάνογλου, Γ. (2008) *Κοινωνική πολιτική και κοινωνική οικονομία. Κοινωνικές επιχειρήσεις ως νέες μορφές οργάνωσης σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης*. Στο: Τσομπάνογλου, Γ. *Η ανάδυση της κοινωνικής οικονομίας. Ο δρόμος της βιώσιμης*

απασχόλησης σε μία Ευρώπη ενεργών πολιτών. (σελ. 257-298) Αθήνα: Παπαζήση.

- Tuan, Yi-Fu. (1984) *Dominance and Affection: The Making of Pets*. New Haven: Yale University Press.
- Turner, B., and Rojek, C. (2001) *Society and culture: Principles of Scarcity and Solidarity*. London: Sage.
- Ulrich, H., and Probst, G. J. B. (1984) *Self-Organization and Management of Social Systems: Insights, Promises, Doubts, and Questions*. (pp. 6, 33-41) Berlin, Heidelberg, New York and Tokyo: Springer-Verlag.
- Uphoff, N. (April 1993) *Grassroots organizations and NGOs in rural development: opportunities with diminishing states and expanding markets*. World Development, 21 (4), pp. 607-622. Online available: https://www.researchgate.net/profile/Norman_Uphoff/publication/222786342_Grassroots_Organizations_and_NGOs_in_Rural_Development_Opportunities_with_Diminishing_States_and_Expanding_Markets/links/.pdf.
- Visvanathan, S. (December 2007) *Alternative Futures*. Times of India. Online available: <http://timesofindia.indiatimes.com/edit-page/Alternative-Futures/articleshow/1586903.cms>.
- Von Hayek, F. A. (1967) *The Theory of Complex Phenomena*. In *The Critical Approach to Science and Philosophy: Essays in Honour of Karl R. Popper*. Bunge, M. New York: International Phenomenological Society.
- Walker, P. (1994) *Community visioning: Outline project proposal*. London: New Economics Foundation.
- Warner, J., and Lafontaine, D. (2014) *Social Media Design for Dummies*. New Jersey: Wiley.
- Weber, M. (1976) *Soziologische Grundbegriffe*. Tubinger: Hofenberg.
- Westley, E., and Antadze, N. (2010) *Making a Difference: Strategies for Scaling Social Innovation for Greater Impact*. The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal, 15 (2), pp. 1-19. Online available: <http://www.innovation.cc/scholarly-style/westley2antadze2make%20difference%20final.pdf>.
- Wit, T. de, and Manschot, H. (1999). *Solidariteit*. Amsterdam: Boom.
- Wolfe, A. (1998) *Is Civil Society Obsolete?*. In Dionne, E. J. *Community Works: The Revival of Civil Society in America*. (pp. 8) Washington D. C.: Brookings Institution Press.
- Ziegler, W. (1995) *Ways of Enspiriting: Transformative Practices for the Twenty-first Century*. Denver: FIA International LLC, CO.
- Ziegler, W. (1996a) *Enspirited Envisioning: A Guide Book to the Enspiriting Approach for the Future*. (pp. 10) Denver: FIA International LLC, CO.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

- Ziegler, W. (1996b) *Enspirited Envisioning for Groups, Organizations, and Communities: A guidebook to the enspiriting approach to the future*. Denver: FIA International LLC, CO.
- Zoll, R. (2000) *Was ist Solidarität Heute?*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

B. Ιστογραφία

- <https://www.boroume.gr>
- <http://www.candianews.gr>
- <http://www.dad.gr>
- <http://dimosvolos.gr>
- <http://www.ecdltest-themata.gr>
- <http://www.foei.org>
- <https://fsm2016.org/en>
- <http://www.ierapetra.gov.gr>
- <http://www.ilioupoli.gr>
- <http://koinonikopantopoleio.blogspot.gr>
- <http://koinonikopantopoleioorestiada1.blogspot.gr>
- <http://www.mandras-eidyllias.gr>
- <http://www.neasmyrni.gr>
- <http://www.npr.org>
- <http://www.oaed.gr>
- <https://www.opendemocracy.net>
- <http://organosi20.gr>
- <https://palaiofaliro.gr>
- <http://wwf.panda.org>
- <http://pantopoliothivas.blogspot.gr>
- <http://socialsupermarkets.org>
- http://www.socioeco.org/index_en.html
- <http://www.statistics.gr>
- <http://www.xenioszeus.org.gr>

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

ΑΜΚΕ.....	Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία
ΕΚΕ.....	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
Κοιν. Σ. Επ.....	Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση
LETS.....	Local Exchange Trade System
ΜΚΟ.....	Μη κυβερνητική οργάνωση

ΓΛΩΣΣΑΡΙ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΩΝ ΟΡΩΝ

Assemblies.....	συνελεύσεις
Civil society.....	Κοινωνία Πολιτών
civility.....	πολιτισμένη συμπεριφορά
commons.....	κοινά
compassionate conservatism.....	φιλεύσπλαχνος συντηρητισμός
do's and don't's.....	ευκταίες και απευκταίες πρακτικές
e-government.....	ηλεκτρονική διακυβέρνηση
evolutionary management.....	εξελικτική διαχείριση
game.....	παιχνίδι
heterarchy.....	ετεραρχία
high modernism.....	υψηλός μοντερνισμός
Local Exchange Trade System.....	Σύστημα Εμπορίου Τοπικών Ανταλλαγών
Management theory.....	θεωρία διοίκησης
new labour/third way.....	τρίτο κύμα
new localism.....	νέος τοπικισμός
NGO.....	ΜΚΟ
Open innovation.....	ανοικτή καινοτομία
play.....	παιχνίδι
self-help groups.....	αυτοβοηθούμενες ομάδες
social media.....	συλλογικά ψηφιακά μέσα
social supermarket.....	κοινωνικό σούπερ μάρκετ
soft problems.....	ημιδομημένα προβλήματα

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

soft system methodology.....	μεθοδολογία ημιδομημένων συστημάτων
swarm.....	δομημένο πλήθος
synergetics.....	συνεργιστική
system thinking.....	συστημική θεώρηση
theory of gift.....	η θεωρία του δώρου
weak networks.....	αδύναμα δίκτυα
web design.....	σχεδιασμός ιστοσελίδων

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα Α. Πρωτογενές υλικό από τον σχεδιασμό της έρευνας

A1. Οδηγός συνέντευξης 1

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης

Ημερομηνία

Τόπος

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή

Διάρκεια

Τρόπος καταγραφής (μαγνητόφωνο) (σημειώσεις)

Ολοκληρώθηκε ομαλά (ναι) (όχι)

Παρατηρήσεις:

Αρχικά, γίνεται το καλωσόρισμα του συνεντευξιζόμενου και η περαιτέρω ενημέρωση τόσο για το θέμα της συνέντευξης όσο και για τον χρόνο που θα έχει στην διάθεσή του για να απαντήσει στις ερωτήσεις.

Σημαντικό είναι, ακόμη, να ενημερωθεί για το γεγονός ότι η συνέντευξη θα ηχογραφηθεί.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Γενικές ερωτήσεις για το κοινωνικό παντοπωλείο και γνωριμία με τον συνεντευξιζόμενο.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

ΘΕΣΜΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

1. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
2. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
3. Το έργο του παντοπωλείου είναι αποπολιτικοποιημένο ή λειτουργεί με φαινόμενα πολιτικοποίησης;

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

1. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
2. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
3. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
4. Υπάρχουν διαθέσιμες πληροφορίες που να είναι προσβάσιμες από τους δημότες και πώς είναι διαθέσιμες;

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

1. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
2. Ποιος είναι ο μέσος όρος των πρωτοβουλιών που πραγματοποιούνται ετησίως;
3. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
4. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
5. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
6. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
7. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

1. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
2. Αν ναι, ποια είναι αυτά;
3. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

1. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
2. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

1. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
2. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;

Στο κλείσιμο της συνέντευξης, ο συνεντευκτής ευχαριστεί τον συνεντευξιζόμενο για τον χρόνο που αφιέρωσε.

A.2 Οδηγός συνέντευξης 2

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης

Ημερομηνία

Τόπος

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή

Διάρκεια: 30 λεπτά

Τρόπος καταγραφής (μαγνητόφωνο) (σημειώσεις)

Ολοκληρώθηκε ομαλά (ναι) (όχι)

Παρατηρήσεις:

Αρχικά, γίνεται το καλωσόρισμα του συνεντευξιζόμενου και η περαιτέρω ενημέρωση τόσο για το θέμα της συνέντευξης όσο και για τον χρόνο που θα έχει στην διάθεσή του για να απαντήσει στις ερωτήσεις.

Σημαντικό είναι, ακόμη, να ενημερωθεί για το γεγονός ότι η συνέντευξη θα ηχογραφηθεί.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Γενικές ερωτήσεις για το κοινωνικό παντοπωλείο και γνωριμία με τον συνεντευξιζόμενο.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;

Στο κλείσιμο της συνέντευξης, ο συνεντευκτής ευχαριστεί τον συνεντευξιαζόμενο για τον χρόνο που αφιέρωσε.

A3. Επιστολή για την έναρξη συνεργασίας με τα κοινωνικά παντοπωλεία



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Εθνικόν και Καποδιστριακόν Πανεπιστήμιον Αθηνών

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΜΗΜΑ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ, ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΤΑ Μ.Μ.Ε.

Σοφοκλέους 1, 10559, Αθήνα – τηλ. 210 3689426 – fax 210 3689450 – www.media.uoa.gr/ntlab

Αθήνα, 28/12/2016

Προς : κάθε ενδιαφερόμενο

Θέμα: Έρευνα στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας

Θα θέλαμε να σας ενημερώσουμε ότι η κα. Ματίνα Πατρικάκου, μεταπτυχιακή φοιτήτρια του ΠΜΣ «Επικοινωνία και ΜΜΕ» / κατεύθυνση «Ψηφιακά Μέσα Επικοινωνίας και Περιβάλλοντα Αλληλεπίδρασης» του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ ΕΚΠΑ, εκπονεί την διπλωματική εργασία της στην θεματική περιοχή «Αυτό- οργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα» υπό την επιστημονική επίβλεψη του υπογράφοντος.

Στο πλαίσιο της διπλωματικής εργασίας της, η κα. Πατρικάκου πραγματοποιεί έρευνα συλλογής και επεξεργασίας πληροφοριακών στοιχείων για την λειτουργία κοινωνικών παντοπωλείων σε πανελλήνια κλίμακα.

Η έρευνα αυτή προβλέπεται να υλοποιηθεί με όλες τις αναγκαίες πρόνοιες ώστε αφενός μεν να τηρηθεί η επιστημονική δεοντολογία και να προστατευθούν τα προσωπικά στοιχεία όλων των συμμετεχόντων, αφετέρου δε να μην προκληθούν παρενέργειες στην διαδικασία λειτουργίας των κοινωνικών παντοπωλείων.

Η διευκόλυνση της κας. Πατρικάκου στην υλοποίηση της εν λόγω έρευνας, όπως και εσείς το εκτιμάτε, θα ήταν εξαιρετικά βοηθητική.

Επίκουρος Καθηγητής Δημήτρης Γκούσκος

gouscos@media.uoa.gr

A4. Επιστολή για την έγκριση πρόσβασης στον ετήσιο απολογισμό των κοινωνικών παντοπωλείων

Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών
στην Επικοινωνία, την Εκπαίδευση και τα ΜΜΕ Τμήματος
ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ

Πανεπιστήμιο Αθηνών
Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ
<http://www.media.uoa.gr>

ΠΜΣ «Ψηφιακά Μέσα και Περιβάλλοντα Αλληλεπίδρασης»
ακαδ. έτος 2016-2017

Αθήνα, 11/04/2017

Προς: Υπεύθυνο Κοινωνικής Υπηρεσίας δήμου Βόλου

Θέμα: «Ετήσιος απολογισμός Κοινωνικού Παντοπωλείου»

Αξιότιμοι κύριοι,

Στο πλαίσιο της διπλωματικής μου εργασίας για το ΠΜΣ «Επικοινωνία και ΜΜΕ» / κατεύθυνση «Ψηφιακά Μέσα Επικοινωνίας και Περιβάλλοντα Αλληλεπίδρασης» του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ ΕΚΠΑ, με τίτλο «Αυτό-οργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα», και ειδικότερη εστίαση στις δομές κοινωνικών παντοπωλείων, πραγματοποιήθηκε συνέντευξη σχετικά με την δομή του κοινωνικού παντοπωλείου του δήμου Βόλου.

Τα θέματα που συζητήθηκαν αφορούσαν σε γενικές γραμμές το εκπαιδευτικό επίπεδο του προσωπικού, την θεσμική αναφορά, το επίπεδο διαφάνειας και λογοδοσίας, την δραστηριοποίηση των πρωτοβουλιών, την ψηφιακή και συμμετοχική επικοινωνία και τις συμμετοχικές διαδικασίες.

Στη συνέχεια αυτής της διαδικασίας συλλογής στοιχείων για τις δομές κοινωνικών παντοπωλείων και λαμβάνοντας υπόψιν τις δυσκολίες της έρευνας και την ανάγκη για αξιόπιστα αποτελέσματα, επικοινωνώμαζι σας με την παράκληση να μου διαθέσετε στοιχεία για τον ετήσιο απολογισμό του κοινωνικού παντοπωλείου δήμου Βόλου,

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

προκειμένου να απαντηθούν ορισμένα ερευνητικά ερωτήματα κεντρικής σημασίας για την ερευνητική προσπάθεια.

Παράλληλα, ο εν λόγω απολογισμός θα αποτελέσει απόδειξη για την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων και θα συμβάλει στην συνέχεια της μελέτης μιας σχετικά νέας κοινωνικής δομής στην χώρα μας.

Ευελπιστώντας σε θετική σας απόκριση, σας προωθώ συνημμένα και επιστολή του επιβλέποντα καθηγητή μου που ήδη χρησιμοποιήθηκε για την επικοινωνία με δομές κοινωνικών παντοπωλείων και διευκόλυνση της έρευνας με παροχή στοιχείων, και παραμένω στην διάθεσή σας για κάθε πρόσθετη πληροφόρηση και συνεργασία.

Με εκτίμηση,

Πατρικάκου Ματίνα

μεταπτυχιακή φοιτήτρια ΠΜΣ ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ

Κινητό: 6976593917

e-mail: stampatrikakou@gmail.com

συνημμένο :

- Επιστολή ενημέρωσης για έρευνα στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας

Παράρτημα Β. Πρωτογενές υλικό από την υλοποίηση της έρευνας

Β1. Συνεντεύξεις

Νέα Σμύρνη

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 1

Ημερομηνία: Τρίτη 31 Ιανουαρίου 2017

Τόπος: Κοινωνική Υπηρεσία του δήμου, οδός Ελευθερίου Βενιζέλου 18

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 34 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Οι συνεντευξιαζόμενοι είναι η Κ. Έ., η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου, και η υπεύθυνη του κοινωνικού φαρμακείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Απαρτίζεται από πέντε άτομα: τρία γενικών καθηκόντων, ένας κοινωνικός λειτουργός και μία διοικητική υπάλληλος.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Όχι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Περίπου γύρω στους οχτώ μήνες, καθώς έχουν προσληφθεί με σύμβαση. Προσωπικό, ωστόσο, υπάρχει από τον Μάρτιο του 2013.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);

Τώρα δεν υπάρχουν εθελοντές, αλλά παλαιότερα όταν υπήρχε ανάγκη, βοηθούσε η ομάδα εθελοντών «Ενεργός Δράση».

5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Η θέση του κοινωνικού λειτουργού προϋποθέτει σαφώς πτυχίο σε αυτό το αντικείμενο. Όσοι, όμως, είναι γενικών καθηκόντων δεν είναι απαραίτητο να έχουν σπουδάσει κάτι συναφές.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Το προσωπικό είναι σε θέση να χρησιμοποιήσει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των πρωτοβουλιών. Δεν έγινε κάποια συγκεκριμένη εκπαίδευση στους εργαζομένους και θεωρήθηκε δεδομένο ότι θα γίνει χρήση των νέων τεχνολογιών για την προβολή των δράσεων.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Η πρωτοβουλία ξεκίνησε από τον δήμο το 2012, όμως στην συνέχεια, έγινε σύμπραξη με ΜΚΟ λόγω και των ευρωπαϊκών προγραμμάτων, και συνέχισε να λειτουργεί σε μόνιμη βάση από το 2013.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Αρχικά, ήταν συγχρηματοδοτούμενο από το ΕΣΠΑ, αλλά αυτό το πρόγραμμα έχει ολοκληρωθεί. Πλέον, η χρηματοδότηση γίνεται μέσω αδιάθετων εθνικών πόρων και η δομή υπάγεται στο Υπουργείο Εργασίας. Η ΜΚΟ προσφέρει τις συμβάσεις, οι οποίες πληρώνονται μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων, και ο δήμος χορηγεί τον χώρο και τα τρόφιμα.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Δημιουργήθηκε λόγω της κρίσης και εξυπηρετούνται άτομα που έχασαν την εργασία τους ή αντιμετωπίζουν άλλα προβλήματα και δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν. Το καταστατικό είναι ψηφισμένο από το Δημοτικό Συμβούλιο της Νέας Σμύρνης.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Ναι, κάθε χρόνο.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο και την ΜΚΟ.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;

Υπάρχουν ηλεκτρονικοί πίνακες σε κεντρικά σημεία του δήμου, όπου αναρτώνται όλες οι δράσεις. Ακόμη, ανάρτηση γίνεται και στην ηλεκτρονική σελίδα του δήμου www.neasmirni.gr. Όσον αφορά την συνεργασία με τα σχολεία και τους χορηγούς, οι δράσεις γνωστοποιούνται μέσω e-mail, τηλεφωνικά ή και με επιστολή σε αυτούς.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Η συγκέντρωση και η παροχή τροφίμων είναι η βασική δραστηριότητα. Παράλληλα, όποιος συμμετέχει στο πρόγραμμα, μπορεί να συμμετέχει και στα προγράμματα όλων των κοινωνικών δομών του δήμου. Για παράδειγμα, χορηγούμε δωρεάν συμβουλευτική και νομική υποστήριξη από εθελοντές δικηγόρους και λογιστές. Υπάρχει και η κοινωνική ιματιοθήκη, που λειτουργεί από εθελοντές, και εξυπηρετεί τους ωφελούμενους από τις κοινωνικές δομές. Ακόμη, πραγματοποιούμε διοργανώσεις την περίοδο των γιορτών. Φέτος τα Χριστούγεννα κάναμε γιορτή για τα παιδιά των ωφελουμένων στον τοπικό κινηματογράφο όπου μοιράσαμε δώρα όπως παιχνίδια και καλλυντικά, τα οποία τα προμηθευτήκαμε από χορηγούς.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Τρόφιμα, που είναι μακράς διάρκειας, απορρυπαντικά και είδη υγιεινής.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
126.195.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Παλαιότερα, κάναμε εξορμήσεις με έντυπο υλικό στα σούπερ μάρκετ της περιοχής, προκειμένου να ενημερώσουμε τον κόσμο για την λειτουργία και τις ανάγκες του παντοπωλείου και με αυτόν τον τρόπο, μαζεύαμε αρκετά τρόφιμα για την δομή. Σταμάτησε περίπου το 2014, καθώς ο κόσμος δεν είχε την δυνατότητα να προσφέρει. Πλέον, τα Χριστούγεννα και το Πάσχα υπάρχει συνεργασία με τα σχολεία για την συγκέντρωση τροφίμων. Παράλληλα, υπάρχουν προσφορές από ιδιώτες και συλλόγους και χορηγίες. Ο δήμος, ακόμη, συμπεριλαμβάνει κάθε χρόνο στον ετήσιο προϋπολογισμό κονδύλι για τα τρόφιμα του παντοπωλείου, οπότε είμαστε καλυμμένοι.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Τόσο οι ιδέες όσο και η υλοποίηση σχετίζεται με την υπηρεσία όπου στεγαζόμαστε. Ο προϊστάμενος της κοινωνικής υπηρεσίας είναι αυτός που θα μας καθοδηγήσει και θα εγκρίνει τις πρωτοβουλίες. Κάθε Τετάρτη έχουμε διεπιστημονική ομάδα, όπου είναι και εκείνος παρών, και συζητάμε όλα τα ζητήματα των κοινωνικών δομών.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;

Βασική προϋπόθεση είναι κάποιος να είναι κάτοικος του δήμου και όχι απαραίτητα δημότης. Τα κριτήρια επιλογής διαφοροποιούνται ανάλογα με το σύνολο των μελών που κατοικούν σε μία οικία. Ωστόσο, αυτά ανανεώνονται καθώς όσο περνάει ο καιρός και η κρίση βαθαίνει, βλέπουμε και νέες περιπτώσεις και προσπαθούμε να τις εντάξουμε στο πρόγραμμα. Τα μέλη προστίθενται και υπάρχουν μέλη που έχουμε από το 2013, εφόσον βέβαια έχουν ανάγκη.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιεί μέσα από το facebook, ενώ παράλληλα, ανεβάζει κείμενα στην ιστοσελίδα του τμήματος κοινωνικής πολιτικής του δήμου.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Τα χρησιμοποιούμε, αλλά διαχειριστής είναι η ΜΚΟ. Μπορούμε να κάνουμε και εμείς αναρτήσεις, αλλά την κύρια διαχείριση την έχει η ΜΚΟ.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Όχι, δεν το κάνουμε αυτό. Οι δράσεις αναρτώνται σε εντακτική βάση στο site του δήμου και στους ηλεκτρονικούς πίνακες.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
-

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Όσον αφορά σημαντικές αποφάσεις που έχουν σχέση με την λειτουργία και την συνέχεια του παντοπωλείου, αυτές συμπεριλαμβάνονται στα θέματα του Δημοτικού Συμβουλίου. Οι αποφάσεις σχετικά με την συγκέντρωση των τροφίμων λαμβάνονται από τον υπεύθυνο της κοινωνικής υπηρεσίας σε συνεργασία με το προσωπικό.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Το μέλλον είναι αβέβαιο γιατί και το προσωπικό είναι αβέβαιο, λόγω των συμβάσεων. Με τις νέες συμβάσεις προβλέπεται ότι θα το λειτουργούν μόνο δύο άτομα. Θα έπρεπε να υπάρχουν περισσότερα είδη τροφίμων, όπως κρέας, άρα και διαφορετικές εγκαταστάσεις. Καλό θα ήταν να είχαμε ένα βανάκι να μεταφέρουμε τα τρόφιμα σε όσους δεν μπορούν να έρθουν να τα πάρουν.

Άγιος Δημήτριος

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 2

Ημερομηνία: Τρίτη 31 Ιανουαρίου 2017

Τόπος: Κοινωνική Υπηρεσία του δήμου, οδός Ξενοφώντος 10

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 26 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι διοικητική υπάλληλος και υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Απαρτίζεται από πέντε άτομα: τρία γενικών καθηκόντων, ένας κοινωνικός λειτουργός και μία διοικητική υπάλληλος. Οι εργαζόμενοι γενικών καθηκόντων βρίσκονται μόνιμα στην αποθήκη του παντοπωλείου και οι άλλοι δύο εργάζονται στον χώρο της κοινωνικής υπηρεσίας.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Όχι. Μόνο οι δύο από τους πέντε είμαστε δημότες.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2013.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Ο δήμος έχει αναπτύξει ένα δίκτυο εθελοντών, το οποίο μας βοηθάει αν χρειαστούμε. Ονομάζεται Δίκτυο Εθελοντών και πρόκειται για μια ομάδα που συγκεντρώνεται μια φορά το μήνα και συζητούν τις δράσεις τους.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;

Η θέση του κοινωνικού λειτουργού προϋποθέτει σαφώς πτυχίο σε αυτό το αντικείμενο. Όσοι, όμως, είναι γενικών καθηκόντων δεν είναι απαραίτητο να έχουν σπουδάσει κάτι συναφές. Ακόμη, εγώ έχω τελειώσει διοίκηση επιχειρήσεων και το μεταπτυχιακό μου συνάδει μετην δουλειά που έχω ως διοικητική υπάλληλος.

6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

Τα πάμε πάρα πολύ καλά με τις νέες τεχνολογίες. Ειδικά, τα παιδιά των γενικών καθηκόντων χρησιμοποιούν αρκετά τα social media.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;

Πρόκειται για μία σύμπραξη μεταξύ του δήμου και της ΜΚΟ. Πηγή της πρωτοβουλίας ήταν ο δήμος και το Δημοτικό Συμβούλιο είχε αποφασίσει ήδη από το 2012 την έναρξη της λειτουργίας του.

8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;

Όσον αφορά τα προϊόντα, προέρχονται από τον δήμο καθώς αποτελούν μέρος του ετήσιου προϋπολογισμού. Οι υποχρεώσεις της ΜΚΟ σχετίζονται με τις συμβάσεις του προσωπικού και με ό,τι έχει να κάνει με γραφική ύλη ή ό,τι χρειαστεί το προσωπικό. Ακόμη, δίνει και ένα ποσό ετησίως για τα τρόφιμα της δομής.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.

Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση και κύριος σκοπός του είναι να εξυπηρετηθούν όσοι κάτοικοι έχουν ανάγκη από τρόφιμα. Παράλληλα, παρέχεται μία γενικότερη στήριξη.

10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;

Έγινε μόνο μία φορά το 2014, όταν και ενταχθήκαμε στο πρόγραμμα της ΜΚΟ. Ανεπίσημα, κάθε χρόνο πραγματοποιούμε έναν απολογισμό για να δούμε τί έχουμε δώσει, πόσους βοηθήσαμε και πόσες συνεδρίες πραγματοποιήθηκαν.

11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;

Λογοδοτούμε και στην ΜΚΟ και στο δήμο. Ωστόσο, και ο δήμος είναι σε συνεχή συνεργασία με την ΜΚΟ και συζητάνε τα θέματα του παντοπωλείου.

12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;

Καλούμε τηλεφωνικώς τους ωφελούμενους όταν πρόκειται να δώσουμε τρόφιμα ή άλλα προϊόντα. Ακόμη, οι ωφελούμενοι έρχονται στην κοινωνική υπηρεσία και ενημερώνονται ή παρακολουθούν τις αναρτήσεις στην ιστοσελίδα του δήμου.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων, που γίνεται μία φορά τον μήνα, μαζεύουμε σχολικά για τα παιδιά των ωφελουμένων, λαμπάδες και παιχνίδια. Το Πάσχα φτιάχνουμε δωροπακέτα για τα παιδιά. Αυτές τις μέρες συγκεντρώνουμε παπούτσια και ρούχα για την κοινωνική ιματιοθήκη. Παράλληλα, συμμετέχουμε στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα Δωρεάν Διανομές Τροφίμων. Όταν έρχονται αδιάθετα οπωροκηπευτικά, φτιάχνουμε λίστες και στέλνουμε μηνύματα προκειμένου να τα διαθέσουμε σε όσους τα έχουν ανάγκη. Αν μπορούμε, βοηθάμε και το πρόγραμμα Βοήθεια Κατοίκων.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Τρόφιμα, φάρμακα, τα οποία δίνουμε στα κοινωνικά ιατρεία, σχολικά, βρεφικές κρέμες, πάνες, τα πάντα...Ό, τι είναι εκτός ψυγείου. Αν έρθει σαν χορηγία νωπό προϊόν, το δίνουμε στο κοινωνικό συσσίτιο, όπου υπάρχει μεγαλύτερη ανάγκη.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Ο ετήσιος προϋπολογισμός του δήμου προβλέπει 200.000 ευρώ για την αγορά τροφίμων για το παντοπωλείο, αφού γίνει πρώτα μελέτη για τις ανάγκες της δομής, βάση και των ωφελουμένων. Το 2016 δώσαμε 132.000 προϊόντα.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Καταρχάς, ο δήμος προβλέπει στον ετήσιο προϋπολογισμό ένα μέρος για την αγορά τροφίμων για το παντοπωλείο και ένα μικρό μέρος προσφέρει και η ΜΚΟ. Σημαντική είναι η συνεισφορά των σχολείων, κυρίως Χριστούγεννα και Πάσχα, ενώ ελάχιστες είναι οι δωρεές από χορηγίες. Υπάρχουν ακόμα και σωματεία που κάνουν εκδηλώσεις για συγκέντρωση τροφίμων.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Συνήθως από τον δήμο ή από εμάς, όχι από την ΜΚΟ. Συνεπώς, το προσωπικό σε συνεργασία με τον δήμο δίνει τις ιδέες και αποφασίζουν τί θα κάνουν και πως θα λειτουργήσουν το παντοπωλείο.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Οι ωφελούμενοι έρχονται στο γραφείο διαμεσολάβησης της κοινωνικής υπηρεσίας και με βάση τα κριτήρια που έχουμε θέση περί εισοδήματος και άλλων προβλημάτων που μπορεί να έχουν, καταθέτουν τα έγγραφά τους. Στην συνέχεια, το γραφείο αναλαμβάνει να ελέγξει ποιες δομές της κοινωνικής υπηρεσίας έχει ανάγκη ο αιτών προκειμένου να γνωστοποιηθεί το αίτημα σε αυτές. Να σημειωθεί πως ο κάθε ωφελούμενος μπορεί να χορηγείται από την δομή για έξι μήνες και μετά το πέρας αυτού του εξαμήνου, πρέπει να ξανακαταθέσει χαρτιά και να επανεξεταστεί η περίπτωση του.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε περισσότερο το facebook για τις ανακοινώσεις μας. Ανεβάζουμε τις δράσεις μας και ζητάμε την στήριξη του κόσμου. Από εκεί και πέρα, το γραφείο τύπου του δήμου ανεβάζει κείμενο σχετικά με την δράση του δήμου και στην ιστοσελίδα του δήμου.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Ναι. Απλά πρώτα περιμένουμε τα κείμενα από το γραφείο τύπου ή κάποια επίσημα ανάρτηση του δήμου για να προχωρήσουμε σε ανάρτηση στο facebook του παντοπωλείου.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Μία ανάρτηση μπορεί να την δουν και 1500 άτομα. Ωστόσο, μετά μπορεί να ανταποκριθεί μόνο το 1% ή και το 2%.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Η υπεύθυνη της κοινωνικής υπηρεσίας συζητά με το προσωπικό για τις ανάγκες του παντοπωλείου και από κοινού, λαμβάνουν τις αποφάσεις.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Το κοινωνικό παντοπωλείο θα συνεχίσει να υπάρχει, εμείς θα φύγουμε. Είναι αρνητικό που θα αλλάξει το προσωπικό καθώς το νέο προσωπικό χρειάζεται χρόνο για να μάθει τις περιπτώσεις των ωφελουμένων από το παντοπωλείο.

Παλαιό Φάληρο

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 3

Ημερομηνία: Τρίτη 31 Ιανουαρίου 2017

Τόπος: Κοινωνική Υπηρεσία του δήμου, οδός Αγίου Αλεξάνδρου 75.

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτής: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 24 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι Π. Ε., η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Απαρτίζεται από πέντε άτομα: τρία γενικών καθηκόντων, ένας κοινωνικός λειτουργός και μία διοικητική υπάλληλος. Και οι πέντε βρίσκονται στην δομή καθώς δεν υπάρχει η πολυτέλεια του χώρου. Φιλοξενούνται σε ένα πνευματικό κέντρο του δήμου και έχουν πάρει δύο δωμάτια από τον χώρο για την δουλειά του παντοπωλείου. Όλοι κάνουν τα πάντα. Βέβαια η κοινωνική λειτουργός θα κάνει την έρευνα και μετά την αίτηση, θα επισκεφθεί τον δικαιούχο στο σπίτι για να δει αν πληροί τις προϋποθέσεις για να ενταχθεί στο πρόγραμμα.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Είναι από διάφορες περιοχές. Δύο άτομα εξ αυτών είναι κάτοικοι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2013.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν εθελοντές από διάφορους συλλόγους και έχουν κάνει μία ομάδα. Έχουν κάνει επίσης διαχωρισμό των εργασιών και οργανωμένα συμμετέχουν σε δράσεις.

Αν θέλουν να βοηθήσουν εθελοντικά, έρχονται σε μένα ή επικοινωνούν με τον αρμόδιο αντιδήμαρχο προκειμένου να καταχωρηθούν στο μητρώο των εθελοντών.

5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;

Η θέση του κοινωνικού λειτουργού προϋποθέτει σαφώς πτυχίο σε αυτό το αντικείμενο. Ο διοικητικός υπάλληλος έχει σπουδάσει και έχει και μεταπτυχιακό. Οι άλλοι τρεις έχουν απολυτήριο λυκείου (ΥΕ).

6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

Από όσο έχω καταλάβει, είναι πάρα πολύ καλή. Ό, τι έχει σχέση με το παντοπωλείο γίνεται ηλεκτρονικά, όπως η συγκέντρωση και η διανομή των τροφίμων. Το facebook δεν γνώριζα ότι υπάρχει σαν σελίδα του παντοπωλείου. Δεν θεωρώ ότι είναι από τους πιο σημαντικούς τρόπους για να προωθήσουμε τις δράσεις, γι' αυτό και δεν το χρησιμοποιούμε αρκετά. Πάντως, η χρήση του θέλει μεγάλη προσοχή γιατί εκπροσωπούμε έναν φορέα, δεν εκπροσωπείς τον εαυτό σου.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ίδρύσεώς της;

Δίπλα μας υπάρχει μια πολύ καλή ΜΚΟ, η Άνοδος, που συνεργάζεται με εμάς, τη Νέα Σμύρνη, το Παλαιό Φάληρο και τον Άγιο Δημήτριο. Έχει γίνει μια πολύ καλή συνεργασία με τον δήμο και την ΜΚΟ. Για την ίδρυσή του, ψήφισε το δημοτικό συμβούλιο, άρα η πηγή της πρωτοβουλίας ήταν ο δήμος. Ξεκίνησε σιγά-σιγά σε συνεργασία με συλλόγους. Μετά, έγινε ένα πρωτόκολλο συνεργασίας με την Άνοδο και πλέον περιμένουμε τι θα γίνει με τα προγράμματα ΕΣΠΑ που έχει πάρει η περιφέρεια, καθώς υπάρχει περίπτωση να αναλάβει εκείνη αυτές τις δομές.

8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;

Ο δήμος έχει εκχωρήσει κάποιους πόρους και από εκεί και πέρα υπάρχουν και κονδύλια από τη ΜΚΟ. Τις προσλήψεις τις έχει αναλάβει η ΜΚΟ, συν κάποια χρηματοδότηση για τα τρόφιμα, ενώ κονδύλι για τα τρόφιμα εγκρίνει ετησίως και ο δήμος. Ο εργοδότης των εργαζομένων, όμως, είναι η Άνοδος. Όσον αφορά την οργάνωση, γίνεται από τους υπαλλήλους που το στελεχώνουν σε συνεργασία με τον δήμο και ειδικά, με τον υπεύθυνο των Κοινωνικών Δομών, τον κο Φωστηρόπουλο. Η ΜΚΟ, ωστόσο, ενημερώνεται για τα πάντα.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.

Οι σκοποί του είναι να αντιμετωπιστούν οι δυσκολίες στην κοινωνία που προέκυψαν τα τελευταία πέντε με έξι χρόνια. Όπως μπορούμε, κάνουμε μια

προσπάθεια να εντάξουμε τους ανθρώπους που είναι σε ανάγκη στο κοινωνικό σύνολο, γιατί είναι άνθρωποι που έχουν απογοητευτεί και έχουν βιώσει τον κοινωνικό αποκλεισμό. Είναι νέες οικογένειες με παιδιά που έχουν μείνει άνεργοι. Προσπαθούμε να λαμβάνουν μια σφαιρική βοήθεια.

10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Πάντοτε.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Λογοδοτούμε και στην ΜΚΟ και στο δήμο. Ωστόσο, και ο δήμος είναι σε συνεχή συνεργασία με την ΜΚΟ και συζητάνε τα θέματα του παντοπωλείου.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Μέσα από την ιστοσελίδα του δήμου.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων, οι δικαιούχοι ειδοποιούνται κάθε φορά που έχουμε τρόφιμα από συνεταιρισμούς και χορηγίες. Κάνουμε συναυλίες για συγκέντρωση τροφίμων και τα σχολεία σε συνεργασία με εμάς συγκεντρώνουν κάθε μήνα ανάλογα με την ζήτηση που έχουμε. Τον Σεπτέμβρη γίνονται εκδηλώσεις όπου οι κάτοικοι φέρνουν τρόφιμα για το παντοπωλείο και το συσσίτιο.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Τρόφιμα, απορρυπαντικά, σχολικά, ρούχα. Ό, τι είναι εκτός ψυγείου.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
(Δεν έχουμε απάντηση).
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Καταρχάς, ο δήμος προβλέπει στον ετήσιο προϋπολογισμό ένα μέρος για την αγορά τροφίμων για το παντοπωλείο και ένα μικρό μέρος προσφέρει και η ΜΚΟ. Σημαντική είναι η συνεισφορά των σχολείων, ενώ υπάρχει βοήθεια και από συνεταιρισμούς και χορηγίες.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Από την συνεργασία του προσωπικού με τον δήμο και την ΜΚΟ. Συνεπώς, το προσωπικό σε συνεργασία με τον δήμο δίνει τις ιδέες και αποφασίζουν τί θα κάνουν και πως θα λειτουργήσουν το παντοπωλείο, ενώ για την πορεία ενημερώνεται και η ΜΚΟ για να προτείνει αν χρειαστεί κάποια τροποποίηση.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Τα κριτήρια έχουν βγει και στο ίντερνετ. Οι αιτήσεις εγκρίνονται από τον δήμο σε συνεργασία με την κοινωνική λειτουργό και αναθεωρούνται. Μπορεί κάτι να έχει αλλάξει στον τόπο κατοικίας τους, στην φορολογική τους δήλωση. Όλα αυτά μας ενδιαφέρουν. Οι αναθεωρήσεις γίνονται για μικρό χρονικό διάστημα καθώς δεν

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

γνωρίζουμε μέχρι τότε θα υπάρχουν οι δομές και αν χρειαστεί, καλούμε τους δικαιούχους να μας φέρουν επιπρόσθετα έγγραφα. Τον τελευταίο χρόνο οι αναθεωρήσεις γίνονται ανάλογα με τις ανανεώσεις των συμβάσεων που μας δίνει το Υπουργείο Εργασίας. Οπότε δεν μπορούμε να δώσουμε σαφές απαντήσεις στους δικαιούχους όσον αφορά το διάστημα που θα είναι στο πρόγραμμα.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Μόνο την ιστοσελίδα του δήμου, την οποία διαχειρίζεται το γραφείο τύπου.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Ναι αλλά δεν τα χρησιμοποιούμε.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Όχι.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Δεν το γνωρίζουμε αφού δεν τα χρησιμοποιούμε.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Οι αποφάσεις λαμβάνονται από τον δήμο σε συνεργασία με την ΜΚΟ.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Από εκεί και πέρα, και το προσωπικό λαμβάνει μέρος στη λήψη των αποφάσεων καθώς οι εργαζόμενοι έρχονται σε καθημερινή επαφή με τις ανάγκες της δομής.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Πρέπει να σταματήσουν οι ανανεώσεις. Πρέπει να ληφθεί μια απόφαση σχετικά με το προσωπικό και την συνέχεια της δομής. Οι υπάλληλοι πρέπει να μείνουν τουλάχιστον πέντε σε κάθε δομή για την καλύτερη εξυπηρέτηση των δικαιούχων. Πρέπει να υπάρχει μεγαλύτερη και συνεχόμενη ενημέρωση του κόσμου. Να υπάρχει καλύτερη οργάνωση. Υπάρχουν προβλήματα και πρέπει να λυθούν.

Ηλιούπολη

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 4

Ημερομηνία: Πέμπτη 2 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: Κοινωνικό Παντοπωλείο του δήμου, οδός Ηρώς Κωνσταντοπούλου 45

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 31 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι η κυρία Κ., η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Η μοναδική υπάλληλος του παντοπωλείου είμαι εγώ. Οι υπόλοιποι είναι εθελοντές.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2012.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχει μια ομάδα εθελοντών, που απαρτίζεται από άτομα τα οποία έχουν δηλώσει ότι θέλουν να βοηθήσουν εθελοντικά την κοινωνική υπηρεσία του δήμου. Είναι περίπου δύο με τρία άτομα, που φτιάχνουν την αποθήκη και τα πακέτα για την διανομή των τροφίμων.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Είμαι επιμελήτρια πρόνοιας από το 1989 και μετά μας πήραν οι δήμοι.

6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Για όλη τη δουλειά χρησιμοποιώ τον υπολογιστή. Οι δικαιούχοι είναι καταχωρημένοι σε μία βάση όπου υπάρχουν τα έγγραφά τους και ποιες αιτήσεις έχουν εγκριθεί. Με το facebook τα πάω καλά. Μια ανάρτηση μπορώ να κάνω.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε από τον δήμο με υπαλλήλους και κονδύλια του δήμου. Στις αρχές, υπήρξε συνεργασία με ΜΚΟ, αλλά πριν από δύο χρόνια η σύμπραξη σταμάτησε, καθώς το προσωπικό που προερχόταν από την οργάνωση ήταν προσωρινό και δημιουργούσε προβλήματα στην λειτουργία του παντοπωλείου.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Όσον αφορά τα προϊόντα, προέρχονται από τον δήμο καθώς αποτελούν μέρος του ετήσιου προϋπολογισμού. Στον δήμο υπάγονται ακόμη οι προσλήψεις και οι μισθοί, αλλά και η οργάνωση. Από εκεί και πέρα, οικονομική υποστήριξη έχουμε και από ιδιώτες. Στο παντοπωλείο, όμως, κάνουμε την διαδικασία για να γίνει η προμήθεια καθώς ξέρουμε τι ανάγκες έχει.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση και κύριος σκοπός του είναι να καταπολεμηθεί η φτώχεια. Μέσα από την ανάγκη δημιουργήθηκε.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Κάθε έξι μήνες περνάει από επιτροπή και γίνεται απολογισμός. Γίνεται συμβούλιο και ψηφίζεται το κονδύλι που αφορά το παντοπωλείο.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Μόνο στον δήμο.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Καλούμε τηλεφωνικώς τους ωφελούμενους όταν πρόκειται να δώσουμε τρόφιμα ή άλλα προϊόντα. Ακόμη, οι ωφελούμενοι έρχονται στην κοινωνική υπηρεσία και ενημερώνονται, ενώ τους δίνουμε και χαρτάκι με την ημερομηνία της επόμενης διανομής καθώς ο όγκος των τηλεφωνημάτων είναι τεράστιος και χρονοβόρος. Δεν το ανακοινώνουμε στο ίντερνετ γιατί θέλουμε να ενημερώνονται όσοι τους αφορά. Παράλληλα, τους στέλνουμε και μηνύματα στο κινητό τους.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Υπάρχει ένα δημοτικό σινεμά που λειτουργεί δύο φορές την εβδομάδα και αντί για εισιτήριο, οι επισκέπτες φέρνουν μαζί τρόφιμα για το παντοπωλείο. Αυτό ξεκίνησε φέτος και έχει μεγάλη ανταπόκριση. Ακόμη, οργανώνουμε εκδηλώσεις με τους γυμναστικούς συλλόγους, οι οποίοι μαζεύουν τρόφιμα.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Τρόφιμα, απορρυπαντικά, παιχνίδια, σχολικά, ρούχα.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Περίπου 80.000 τεμάχια.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Καταρχάς, ο δήμος προβλέπει στον ετήσιο προϋπολογισμό ένα μέρος για την αγορά τροφίμων για το παντοπωλείο. Σημαντική είναι η συνεισφορά των σχολείων, κυρίως Χριστούγεννα και Πάσχα, ενώ ελάχιστες είναι οι δωρεές από χορηγίες.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία με εμάς και τον αντιδήμαρχο κοινωνικής υπηρεσίας, ο οποίος είναι πολύ συνεργάσιμος.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Κάθε Σεπτέμβρη γίνονται εκ νέου αιτήσεις καθώς τα κριτήρια κάθε χρόνο αλλάζουν. Οι αιτήσεις ελέγχονται με την κοινωνική λειτουργό και εγκρίνονται όσοι πληρούν τις προϋποθέσεις. Το βασικό είναι να αποτελούν κάτοικοι του δήμου. Όσοι, ωστόσο, δεν έρθουν μετά από τρεις φορές διαγράφονται από τους δικαιούχους γιατί φαίνεται ότι δεν τα έχουν ανάγκη.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το facebook, το οποίο διαχειρίζεται ο αντιδήμαρχος και ανακοινώσεις αναρτώνται και στο επίσημο site του δήμου. Οι ανακοινώσεις βγαίνουν από εμάς και εμείς τα στέλνουμε στο γραφείο τύπου.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Ο αντιδήμαρχος είναι διαχειριστής.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι τα χρησιμοποιούμε.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Συνήθως δεν καλούμε για τη διανομή γιατί δεν τους αφορά όλους παρά μόνο τους δικαιούχους. Όσον αφορά άλλες δραστηριότητες που ανεβάζουμε, δεν μπορούμε να υπολογίσουμε πόσοι έχουν ανταποκριθεί.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Συζητάμε όλα μας τα θέματα με τον αντιδήμαρχο και από κοινού βγαίνουν οι αποφάσεις.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Μακάρι να σταματήσει η κρίση και να σταματήσουν όλα. Αυτό που συμβαίνει είναι κατάντια. Προσπαθούμε να καταπολεμήσουμε την φτώχεια και όσο περνάνε τα χρόνια γίνεται όλο και πιο έντονη. Όσον αφορά την δομή, θεωρώ ότι δουλεύει καλά. Οι χώροι θα ήθελα να είναι διαφορετικοί. Θα ήθελα ξεκάθαρα να είναι παντοπωλείο γιατί στον ίδιο χώρο υπάρχουν και γραφεία.

Δήμος Καβάλας

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 5

Ημερομηνία: Τρίτη 7 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 15 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Ο συνεντευξιαζόμενος είναι ο Π. Σ., υπάλληλος γενικών καθηκόντων και υπεύθυνος του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με τέσσερα άτομα, με έναν κοινωνικό λειτουργό και τρεις γενικών καθηκόντων.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2013. Είμαστε οι πρώτοι συμβασιούχοι για το παντοπωλείο.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Όχι, μόνο οι άνθρωποι του προσωπικού είμαστε.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Η κοινωνική λειτουργός έχει πτυχίο, οι υπόλοιποι δεν έχουμε κάποια σχέση με το αντικείμενο.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

Ασχολούμαστε και τα χρησιμοποιούμε για την λειτουργία της δομής.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε από τον δήμο και από την αρχή λειτούργησε με εθελοντές. Στην συνέχεια, πριν από τρία χρόνια, ο δήμος έκανε σύμπραξη με ΜΚΟ και από τότε λειτουργούμε έτσι.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Ο δήμος μαζί με την ΜΚΟ μας παρέχει την οικονομική υποστήριξη. Ο δήμος εγκρίνει κάθε χρόνο κονδύλι για τα τρόφιμα του παντοπωλείου, ενώ η ΜΚΟ δίνει ένα μέρος για τα τρόφιμα και αναλαμβάνει τις προσλήψεις και τους μισθούς μέσω ΕΣΠΑ.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση και ιδρύθηκε για να βοηθήσει τον συνάνθρωπο σε μια εποχή ιδιαίτερα δύσκολη.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Όχι, μέχρι στιγμής δεν έχουμε κάνει κάποιον επίσημο απολογισμό.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο και τη ΜΚΟ.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Όταν πρόκειται να κάνουμε κάποια δράση, στένουμε e-mail σε όλες τις δομές και το ανεβάζουμε και στο facebook. Στην ιστοσελίδα του δήμου δεν γίνονται σχετικές αναρτήσεις.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα τουλάχιστον, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Σε έκτακτες περιπτώσεις, γίνεται διανομή και άλλες ημέρες όταν έχουμε παραλαβεί μεγάλων ποσοτήτων από χορηγίες. Κάνουμε διάφορες εκδηλώσεις. Στέλνουμε e-mail σε διάφορες εταιρείες πανελλαδικώς για να μας γνωρίσουν και να πάρουμε χορηγίες.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Συγκεντρώνουμε ό, τι είναι πιο οικονομικό όπως όσπρια, μακαρόνια, κυρίως τρόφιμα που είναι μακράς διάρκειας, απορρυπαντικά, μωρομάντιλα, και πολλά άλλα.

15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
46.629.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Τα τρόφιμα προέρχονται από τον δήμο κυρίως και την ΜΚΟ. Ακόμη, έχουμε χορηγίες και κάνουμε εξορμήσεις και σε σουπερ μάρκετ. Μία χρονιά είχε γίνει προσπάθεια και από τα σχολεία, στα οποία είχαμε στείλει πρόγραμμα τί μπορούν να δίνουν κάθε εβδομάδα.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία με εμάς και την ΜΚΟ. Από εκεί και πέρα, εμείς αναλαμβάνουμε πώς θα κινηθούμε για την πραγματοποίηση των δράσεων σε συνεργασία με τον υπεύθυνο της κοινωνικής υπηρεσίας.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Βγαίνει προκήρυξη με συγκεκριμένα κριτήρια όπως το εισόδημα, αν έχεις παιδιά, αν είσαι κάτοικος της περιοχής. Οι δικαιούχοι πρέπει να καταθέτουν χαρτιά κάθε φορά που βγαίνει η προκήρυξη προκειμένου να συνεχίσουν να παίρνουν τρόφιμα.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το facebook προκειμένου να δημοσιεύσουμε τις δράσεις και να τις μάθει ο κόσμος.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Εμείς είμαστε οι διαχειριστές του.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι τα χρησιμοποιούμε.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Δεν μπορούμε να το γνωρίζουμε αυτό. Πάντως, οι αναρτήσεις συγκεντρώνουν αρκετά likes, αλλά ο κόσμος που συγκεντρώνεται στις δράσεις συγκριτικά είναι πιο λίγος.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

Συζητάμε όλα μας τα θέματα με τον δήμο και με την ΜΚΟ. Όσον αφορά τις διανομές και την συγκέντρωση των τροφίμων, τον πρώτο λόγο έχει ο δήμος με την ΜΚΟ και μετά εμείς.

24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Όσο τα εισοδήματα μειώνονται πρέπει να μειώνονται και τα εισοδηματικά κριτήρια των δικαιούχων.

Νέα Ιωνία

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 6

Ημερομηνία: Τρίτη 7 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: Κοινωνικό Παντοπωλείο του δήμου, οδός 28^{ης} Οκτωβρίου 3

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 24 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Ο συνεντευξιζόμενος είναι ο Δ. Κ., υπεύθυνος του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

7. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το λειτουργούμε 150 εθελοντές. Δεν είμαστε εργαζόμενοι και το παντοπωλείο δεν έχει σταθερό προσωπικό.
8. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
9. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2011.
10. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
- *(είναι εθελοντές)*
11. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Όχι. Είμαστε απλά εθελοντές που θέλουμε να βοηθήσουμε. Είμαστε όμως τόσα χρόνια στην δομή και έχουμε αποκτήσει μεγάλη εμπειρία.
12. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

Δεν τα χρησιμοποιούμε εμείς αλλά ο δήμος.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

13. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε από τον δήμο και από την αρχή λειτούργησε με εθελοντές.
14. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Ο δήμος μας παρέχει την οικονομική υποστήριξη και η οργάνωση βασίζεται σε εμάς, πάντα όμως σε συνεργασία με τον δήμο.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

15. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση και ιδρύθηκε για να βοηθήσει τον συνάνθρωπο σε μια εποχή ιδιαίτερα δύσκολη. Με όλα αυτά τα προβλήματα που έχει να αντιμετωπίσει ο Έλληνας, η δημιουργία του παντοπωλείου ήταν αναπόφευκτη.
16. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Κάθε μήνα ο δήμος μας στέλνει λίστες με τους δικαιούχους και παίρνει πίσω την λίστα του περασμένου μήνα για να δει ο υπεύθυνος της κοινωνικής υπηρεσίας τι έχουμε δώσει και σε ποιον.
17. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Μόνο στον δήμο.
18. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Τις πρώτες εργάσιμες ημέρες του μήνα, βγάζουμε ένα χαρτί έξω από το παντοπωλείο με την αλφαβητική σειρά των δικαιούχων για να ξέρουν ποιες μέρες μπορεί να έρθει να πάρει τρόφιμα ο καθένας. Ακόμη, γίνονται αναρτήσεις και στην ιστοσελίδα του δήμου και καλούμε και τους δικαιούχους.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

19. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα τουλάχιστον αλλά κάθε μέρα είμαστε ανοιχτά, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Σε έκτακτες περιπτώσεις, γίνεται διανομή και άλλες ημέρες όταν έχουμε παραλαβεί μεγάλων ποσοτήτων από χορηγίες. Κάνουμε διάφορες εκδηλώσεις. Σε λίγες ημέρες διοργανώνουμε ένα αποκριάτικο πάρτυ στην δομή για τα παιδιά των δικαιούχων, μοιράζουμε φυλλάδια για την ενημέρωση του κόσμου τόσο για το παντοπωλείο όσο και για την ιματιοθήκη και πηγαίνουμε στα σούπερ μάρκετ της περιοχής κάθε 40 ημέρες για να ενημερώσουμε για το έργο μας

τον κόσμου και να μαζέψουμε τρόφιμα. Παράλληλα, κάνουμε εκδηλώσεις για την συγκέντρωση ειδών πρώτης ανάγκης σε ειδικές περιπτώσεις, όπως για τους πρόσφυγες και για τους μαθητές της περιοχής. Μάλιστα, στείλαμε δύο φορές τρόφιμα στην Κεφαλλονιά όταν έγινε σεισμός. Σε λίγες μέρες, θα γίνει αγώνας δρόμο στην Καλογρέζα και όσοι συμμετέχουν θα φέρουν ό,τι τρόφιμα μπορούν για να συμμετάσχουν. Ό,τι περισσεύει, τα δίνουμε σε άλλες δομές όπως εκκλησία, γηροκομεία και άλλα.

20. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Τρόφιμα, απορρυπαντικά, παιχνίδια, σχολικά, ρούχα, φάρμακα, λαχανικά, κρέας, γάλα, λάδι, ψωμί.
21. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
146.965.
22. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Καταρχάς, ο δήμος προβλέπει στον ετήσιο προϋπολογισμό 150.000 ευρώ για την αγορά τροφίμων για το παντοπωλείο. Δεχόμαστε ακόμη χορηγίες και τρόφιμα από ιδιώτες. Κάνουμε και εμείς τηλέφωνα σε σωματεία προκειμένου να ενισχύσουν με την σειρά τους το έργο της δομής. Μαζεύουμε τρόφιμα από τα σχολεία στις γιορτές.
23. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία με εμάς. Από εκεί και πέρα, εμείς αναλαμβάνουμε πώς θα κινηθούμε για την πραγματοποίηση των δράσεων.
24. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Ο δήμος θέτει κάποια κριτήρια και κάνει την επιλογή των δικαιούχων. Από εκεί και πέρα, μας έρχονται έτοιμες οι λίστες προκειμένου να εξυπηρετήσουμε τους δικαιούχους.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

25. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το facebook, το οποίο διαχειρίζεται το γραφείο τύπου και οι ανακοινώσεις αναρτώνται και στο επίσημο site του δήμου.
26. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Το γραφείο τύπου και η κοινωνική υπηρεσία έχει την διαχείριση.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

27. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι τα χρησιμοποιούμε.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

28. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Υπάρχει μεγάλη ανταπόκριση.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

29. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Συζητάμε όλα μας τα θέματα με τον δήμο αλλά οι αποφάσεις όσον αφορά την λειτουργία της δομής λαμβάνονται από εμάς.
30. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

31. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Το παντοπωλείο θα συνεχίσει να υπάρχει όσο υπάρχει η κρίση στην χώρα. Εύχομαι να αλλάξουν τα πράγματα και ο κόσμος να μην μας έχει τόσο ανάγκη. Να μπορέσει να σταθεί στα πόδια του και να μην έχει ανάγκη το πακέτο που παρέχουμε κάθε μήνα.

Καβάλα

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 7

Ημερομηνία: Τρίτη 7 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 15 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Ο συνεντευξιαζόμενος είναι ο Γ. Κ., τον διοικητικό υπάλληλο και υπεύθυνο του κοινωνικού παντοπωλείου. Να σημειωθεί πως η εν λόγω δομή αποτελεί παράρτημα του κοινωνικού παντοπωλείου του δήμου Καβάλας στην περιοχή του πρώην δήμου Φιλίππου και η λειτουργία τους είναι κοινή.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με τρία άτομα, με έναν κοινωνικό λειτουργό, έναν διοικητικό και έναν γενικών καθηκόντων.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2013. Είμαστε οι πρώτοι συμβασιούχοι για το παντοπωλείο.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Όχι, μόνο οι άνθρωποι του προσωπικού είμαστε.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Η κοινωνική λειτουργός έχει πτυχίο, οι υπόλοιποι δεν έχουμε κάποια σχέση με το αντικείμενο.

6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Ασχολούμαστε και τα χρησιμοποιούμε για την λειτουργία της δομής.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε από τον δήμο και από την αρχή λειτούργησε με εθελοντές. Στην συνέχεια, πριν από τρία χρόνια, ο δήμος έκανε σύμπραξη με ΜΚΟ και από τότε λειτουργούμε έτσι.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Ο δήμος μαζί με την ΜΚΟ μας παρέχει την οικονομική υποστήριξη. Ο δήμος εγκρίνει κάθε χρόνο κονδύλι για τα τρόφιμα του παντοπωλείου, ενώ η ΜΚΟ δίνει ένα μέρος για τα τρόφιμα και αναλαμβάνει τις προσλήψεις και τους μισθούς μέσω ΕΣΠΑ.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση και ιδρύθηκε για να βοηθήσει τον συνάνθρωπο σε μια εποχή ιδιαίτερα δύσκολη.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Όχι, μέχρι στιγμής δεν έχουμε κάνει κάποιον επίσημο απολογισμό.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο και τη ΜΚΟ.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Όταν πρόκειται να κάνουμε κάποια δράση, στένουμε e-mail σε όλες τις δομές και το ανεβάζουμε και στο facebook. Στην ιστοσελίδα του δήμου δεν γίνονται σχετικές αναρτήσεις.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα τουλάχιστον, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Σε έκτακτες περιπτώσεις, γίνεται διανομή και άλλες ημέρες όταν έχουμε παραλαβεί μεγάλων ποσοτήτων από χορηγίες. Κάνουμε διάφορες εκδηλώσεις. Στέλνουμε e-mail σε διάφορες εταιρείες πανελλαδικώς για να μας γνωρίσουν και να πάρουμε χορηγίες.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;

Συγκεντρώνουμε ό, τι είναι πιο οικονομικό όπως όσπρια, μακαρόνια, κυρίως τρόφιμα που είναι μακράς διαρκείας, απορρυπαντικά, μωρομάντιλα, και πολλά άλλα.

15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
46.629.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Τα τρόφιμα προέρχονται από τον δήμο κυρίως και την ΜΚΟ. Ακόμη, έχουμε χορηγίες και κάνουμε εξορμήσεις και σε σούπερ μάρκετ. Μία χρονιά είχε γίνει προσπάθεια και από τα σχολεία, στα οποία είχαμε στείλει πρόγραμμα τί μπορούν να δίνουν κάθε εβδομάδα.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία με εμάς και την ΜΚΟ. Από εκεί και πέρα, εμείς αναλαμβάνουμε πώς θα κινηθούμε για την πραγματοποίηση των δράσεων σε συνεργασία με τον υπεύθυνο της κοινωνικής υπηρεσίας.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Βγαίνει προκήρυξη με συγκεκριμένα κριτήρια όπως το εισόδημα, αν έχεις παιδιά, αν είσαι κάτοικος της περιοχής. Οι δικαιούχοι πρέπει να καταθέτουν χαρτιά κάθε φορά που βγαίνει η προκήρυξη προκειμένου να συνεχίσουν να παίρνουν τρόφιμα.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το facebook προκειμένου να δημοσιεύσουμε τις δράσεις και να τις μάθει ο κόσμος.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Εμείς είμαστε οι διαχειριστές του.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι τα χρησιμοποιούμε.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Δεν μπορούμε να το γνωρίζουμε αυτό. Πάντως, οι αναρτήσεις συγκεντρώνουν αρκετά likes, αλλά ο κόσμος που συγκεντρώνεται στις δράσεις συγκριτικά είναι πιο λίγος.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Συζητάμε όλα μας τα θέματα με τον δήμο και με την ΜΚΟ. Όσον αφορά τις διανομές και την συγκέντρωση των τροφίμων, τον πρώτο λόγο έχει ο δήμος με την ΜΚΟ και μετά εμείς.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Όσο τα εισοδήματα μειώνονται πρέπει να μειώνονται και τα εισοδηματικά κριτήρια των δικαιούχων.

Ιεράπετρα

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 8

Ημερομηνία: Δευτέρα 13 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 36 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι η Κ. Χ., υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με δύο άτομα, που είναι γενικών καθηκόντων. Οι κοινωνικοί λειτουργοί ανήκουν στο τμήμα της πρόνοιας του δήμου. Εγώ είμαι εθελόντρια και συντονίστρια-διαχειρίστρια.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2012, από τότε που ξεκίνησε η δομή.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Μόνιμοι όχι. Όταν όμως έχουμε κάποια εκδήλωση, έρχονται κάποιοι εθελοντές που γνωρίζουμε για να βοηθήσουν. Κάποια εθελοντική ομάδα μόνιμα δεν υπάρχει.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Όχι δεν είναι απαραίτητο.

6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Ασχολούμαστε και τα χρησιμοποιούμε για την λειτουργία της δομής. Γνωρίζω και μπορώ να χειριστώ κάποια πράγματα. Τα παιδιά που είναι στο παντοπωλείο τα χρησιμοποιούν και εκείνα, αλλά οι γνώσεις μας δεν είναι εξειδικευμένες.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Η δημιουργία του παντοπωλείου ήταν μία συντονισμένη κίνηση των εθελοντών και του δήμου και έτσι ξεκίνησε να λειτουργεί. Στη συνέχεια, το ανέλαβε ο δήμος και προσέλαβε άτομα για να το λειτουργήσει.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Ο δήμος παρέχει την οικονομική και την οργανωτική υποστήριξη. Υπάρχουν δύο επιτροπές. Η μία είναι η επιτροπή αξιολόγησης, που αποτελείται από τρεις κοινωνικούς λειτουργούς, και αποφασίζει, αφού δει τα δικαιολογητικά και γίνει η κατ' οίκον έρευνα, για τους δικαιούχους. Ακόμη, υπάρχει και η επιτροπή διαχείρισης, πρόεδρος της οποίας είναι ο αντιδήμαρχος, και αποτελείται από οχτώ μέλη. Κάνουμε συνεδριάσεις ανά τακτά χρονικά διαστήματα για τις δράσεις. Ό, τι έχει σχέση με τα προσωπικά στοιχεία των δικαιούχων δεν το γνωρίζουμε καθώς οι λίστες μας έρχονται έτοιμες από την επιτροπή αξιολόγησης.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση και ιδρύθηκε για να βοηθήσει τον συνάνθρωπο σε μια εποχή ιδιαίτερα δύσκολη. Σημαντικό είναι ότι δεν δημιουργήθηκε για να στηρίξει εξ' ολοκλήρου ο δήμος αυτούς που έχουν ανάγκη, αλλά ο ίδιος ο πολίτης να μπορεί να βοηθήσει τον διπλανό του. Γι' αυτό και δίνεται μεγάλη σημασία στην βοήθεια που παρέχουν οι ιδιώτες.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Ναι και πολλές φορές, αν όχι ετησίως, γίνεται και κάθε εξάμηνο.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο και κυρίως στην οικονομική υπηρεσία βάσει καταστατικού.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Όταν πρόκειται να κάνουμε κάποια δράση, κάνουμε αναρτήσεις στο facebook. Παράλληλα, βγαίνουν δελτία τύπου από το γραφείο τύπου του δήμου και διανέμονται στα τοπικά μέσα όπως ραδιοφωνικοί σταθμοί. Όσον αφορά την διανομή, οι δικαιούχοι γνωρίζουν ότι πρέπει να έρχονται κάθε Τρίτη και Πέμπτη.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;

Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα τουλάχιστον, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Σε έκτακτες περιπτώσεις, γίνεται διανομή και άλλες ημέρες όταν έχουμε παραλαβεί μεγάλων ποσοτήτων από χορηγίες. Κάνουμε διάφορες εκδηλώσεις. Στέλνουμε e-mail σε διάφορες εταιρείες πανελλαδικώς για να μας γνωρίσουν και να εξασφαλίσουμε δωρεές. Παράλληλα, δεχόμαστε επισκέψεις από τα σχολεία της περιοχής και ενημερώνουμε τους μαθητές για την κοινωνική αλληλεγγύη. Γίνονται εξορμήσεις σε σούπερ μάρκετ. Κάθε χρόνο, από τον Γενάρη μέχρι τον Ιούνιο διοργανώνεται Εργασιακό Πρωτάθλημα Μπάσκετ, όπου συμμετέχουν τοπικές εργατικές ομάδες και σε κάθε αγώνα μαζεύουν τρόφιμα για το παντοπωλείο, αντί να πληρώνουν για εισιτήριο. Πρόσφατα, συνεργαστήκαμε με το κοινωνικό παντοπωλείο του δήμου Αγίου Νικολάου. Η χορωδία της περιοχής μας πήγε στον Άγιο Νικόλαο να τραγουδήσει και μαζεύτηκαν τρόφιμα για το παντοπωλείο του Αγίου Νικολάου. Την άνοιξη, θα έρθει στην Ιεράπετρα η χορωδία του Αγίου Νικολάου για να συγκεντρωθούν τρόφιμα για την δική μας την δομή. Κάθε Χριστούγεννα, ακόμη, κάνουμε γιορτή για τα παιδιά των δικαιούχων και έρχονται εθελοντικά παιδαγωγοί για να τα ψυχαγωγήσουν, κάνουν κατασκευές και τους δίνει δώρα ο Άγιος Βασίλης.

14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;

Συγκεντρώνουμε ό, τι είναι πιο οικονομικό όπως όσπρια, μακαρόνια, κυρίως τρόφιμα που είναι μακράς διάρκειας, απορρυπαντικά, μωρομάντιλα, και πολλά άλλα. Τα Χριστούγεννα δίνουμε και κοτόπουλα και το Πάσχα χοιρινό. Συγκεντρώνουμε και ρούχα. Σε καθημερινή βάση μοιράζουμε ψωμί και οπωροκηπευτικά που προέρχονται από τα δημοπρατικά κέντρα της περιοχής.

15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;

Δεν μπορούμε να το υπολογίσουμε καθώς καταγράφονται μόνο τα χρηματικά ποσά που προορίζονται για την αγορά τροφίμων για το παντοπωλείο.

16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;

Τα τρόφιμα προέρχονται από τον δήμο. Υπάρχει ένα ποσό που ψηφίζεται στον ετήσιο προϋπολογισμό και στη συνέχεια, γίνεται διαγωνισμός μεταξύ των τοπικών σούπερ μάρκετ για την ανάληψη του έργου. Ακόμη, έχουμε χορηγίες και δωρεές και κάνουμε εξορμήσεις και σε σούπερ μάρκετ. Τρόφιμα συγκεντρώνουν και τα σχολεία.

17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;

Προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία με εμάς.

18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Βγαίνει προκήρυξη με συγκεκριμένα κριτήρια και αναλαμβάνει η επιτροπή αξιολόγησης να βγάλει την τελική λίστα με τους δικαιούχους και τις κάρτες που θα πάρουν. Οι αιτήσεις ανανεώνονται ανάλογα με τις αποφάσεις του δήμου και των κοινωνικών λειτουργών, αλλά συνήθως οι δικαιούχοι παραμένουν.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το facebook προκειμένου να δημοσιεύσουμε τις δράσεις.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Διαχειριστής είναι ένας μέλος της επιτροπής διαχείρισης που ξέρει να χειρίζεται καλύτερα το μέσο και απευθυνόμαστε σε εκείνο για την ανάρτηση των δράσεων και φωτογραφιών από τις εκδηλώσεις.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι τα χρησιμοποιούμε καθώς πιστεύουμε ότι το διαδίκτυο είναι πιο κοντά στον κόσμο πλέον.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Υπάρχει ανταπόκριση και προσελκύει αρκετά άτομα, πέρα από τα like που γίνονται.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Συζητάμε όλα μας τα θέματα με τον δήμο. Η επιτροπή διαχείρισης και κυρίως εγώ σε συνεργασία με τον αντιδήμαρχο συζητάμε για όλες μας τις δράσεις.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Όσο περνάει ο καιρός, η κατάσταση δυσκολεύει. Οι δικαιούχοι αυξάνονται και ο κόσμος δυσκολεύεται να βοηθήσει τον συνάνθρωπο. Το παντοπωλείο θα συνεχίσει να λειτουργεί αλλά οι ανάγκες αυξάνονται και τα πράγματα γίνονται χειρότερα. Τα τρόφιμα τελειώνουν πιο γρήγορα και πλέον συντηρητικά και προσεκτικά δίνουμε τρόφιμα για να μπορέσουμε να δώσουμε σε όλους τους δικαιούχους. Νομικά δεν

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

υπάρχει πρόβλημα να μην δώσουμε τρόφιμα, αλλά το θέμα είναι ηθικό. Το καλό είναι ότι έχει βγει προκήρυξη για να προσληφθούν δύο ακόμα άτομα για το παντοπωλείο, ένα γενικών καθηκόντων και ένας κοινωνικός λειτουργός. Σκεφτόμαστε να εκμεταλλευτούμε τον χώρο δίπλα από το παντοπωλείο που ανήκει στον δήμο για να φτιάξουμε ένα γραφείο για τον κοινωνικό λειτουργό και να μπορεί από εκεί να παρέχει συμβουλευτική στους δικαιούχους. Επίσης, είχαμε σκεφτεί να καταχωρούμε τους δικαιούχους για να του βρούμε δουλειά, αλλά η προσπάθεια διεκόπη λόγω διαφωνιών εκ της αντιπολίτευσης.

Άργος

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 9

Ημερομηνία: Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 15 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι η Σ. Σ., η γραμματέας του δημάρχου και υπεύθυνη του παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με έναν εργαζόμενο γενικών καθηκόντων και μία αιρετή υπεύθυνη για την διαχείριση.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2013.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Πολλές φορές βοηθάνε οι πρόσκοποι.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Όχι, δεν πρέπει να έχει ούτε απολυτήριο λυκείου.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Χρησιμοποιούμε facebook, ιστοσελίδες, το e-mail.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε από τον δήμο και ξεκίνησε να λειτουργεί από αυτόν.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Η οργάνωση έρχεται από τον δήμο και η οικονομική υποστήριξη εξασφαλίζεται βάση χορηγιών και από ένα ετήσιο κονδύλι που έρχεται από τον δήμο.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Δεχόμασταν πολλά άτομα που δεν είχαν να φάνε. Εν μέσω κρίσης αυξήθηκε η ανεργία στην περιοχή και τα προβλήματα των οικογενειών. Κρίθηκε αναγκαία η δημιουργία του παντοπωλείου.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Κάθε τέλους του έτους κάνουμε απολογισμό για τους ωφελούμενους. Για τα τρόφιμα κάνουμε έναν απολογισμό για το τι δίνουμε.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο και το γραφείο δημάρχου.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Με δελτία τύπου και μέσω των δύο ιστοσελίδων που έχουμε. Στέλνουμε e-mail στα σχολεία, κυρίως κατά την περίοδο των γιορτών, και σε επιχειρήσεις για δωρεές.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Κάνουμε εξορμήσεις στα σούπερ μάρκετ, τα οποία έχουν καλάθια για συλλογή τροφίμων, και μαζεύουμε χορηγίες. Γίνονται εκδηλώσεις μαζί με συλλόγους με σκοπό την συγκέντρωση τροφίμων. Μπορεί να γίνεται χορός ή κάποια παράσταση.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Τα βασικά όπως ρύζι, όσπρια, μακαρόνια. Κρέας κατά καιρούς και άλλα.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
-
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Τα τρόφιμα προέρχονται από τον δήμο και από χορηγίες. Ακόμη, βοηθάνε και τα σχολεία στις γιορτές.

17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία με εμάς. Συζητάμε τα θέματα με τον αντιδήμαρχο και το προσωπικό τις εφαρμόζει. Γίνεται μία συμμετοχική διαδικασία από όλους τους φορείς.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Βγαίνει προκήρυξη με συγκεκριμένα κριτήρια. Από εκεί και πέρα υπάρχει η επιτροπή διαχείρισης που αξιολογεί τις αιτήσεις για να ξεκαθαρίσει τους τελικούς δικαιούχους. Κάθε χρόνο γίνεται ανανέωση των δικαιούχων καθώς μπορεί να έχει αλλάξει κάτι στην φορολογική τους δήλωση.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το facebook προκειμένου να δημοσιεύσουμε τις δράσεις και να τις μάθει ο κόσμος.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Διαχειριστής είναι ένας υπάλληλος του δήμου που δεν έχει σχέση με το παντοπωλείο.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι τα χρησιμοποιούμε.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Υπάρχει ανταπόκριση αλλά ο αριθμός αυτών που το βλέπουν μέσω facebook δεν έχει καμία σχέση με τον αριθμό των ατόμων που θα ασχοληθούν πραγματικά. Μεγαλύτερη ενημέρωση γίνεται μέσα από την ιστοσελίδα. Συνήθως ασχολούνται άλλα άτομα και όχι αυτά που κάνουν like.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Συζητάμε όλα μας τα θέματα με τον δήμο και από κοινού αποφασίζουμε.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
- Έχει δρόμο μπροστά του, θα συνεχίσει να υπάρχει. Το καλό είναι που δημιουργήθηκε η επιτροπή διαχείρισης για να είναι πιο δίκαιη η επιλογή των ωφελουμένων. Θα θέλαμε περισσότερο προσωπικό γιατί ο φόρτος είναι μεγάλος.*

Ηράκλειο

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 10

Ημερομηνία: Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 48 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Ο συνεντευξιαζόμενος είναι Δ. Κ., ο κοινωνικός λειτουργός και υπεύθυνος του παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με δύο άτομα, έναν κοινωνικό λειτουργό και έναν τεχνολόγο τροφίμων.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2013.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν αρκετοί εθελοντές και είναι καταγεγραμμένοι.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Και βέβαια.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

Όλη μας η δουλειά στηρίζεται στον ηλεκτρονικό υπολογιστή. Όλα είναι εκεί καταχωρημένα. Έχουμε αρκετά καλή σχέση με τις νέες τεχνολογίες. Χρησιμοποιούμε το e-mail, το skype αν χρειαστεί ειδικά στην περίπτωση μεταναστών. Συνεργαζόμαστε με τον οργανισμό Μετανάστευσης για τις διαδικασίες επαναπατρισμού. Όλη μας η βάση είναι στο Access.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Η δομή ανήκει μόνο σε ΜΚΟ και είναι συγχρηματοδοτούμενη από το 2015. Δεν έχει καμία σχέση με τον δήμο και ξεκίνησε να λειτουργεί από την ΜΚΟ. Ξεκίνησε το 2013 μέσω ΕΣΠΑ ως συγχρηματοδοτούμενη δομή για την αντιμετώπιση της φτώχειας. Από το 2015 είμαστε εκτός ΕΣΠΑ.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Λειτουργούμε αυτοοργανωμένα και αν χρειαστούμε κάτι, λαμβάνουμε γραμμή από το Ίδρυμα Καλοκαιρινού (ΜΚΟ) και η οικονομική υποστήριξη προέρχεται από τις χορηγίες που εξασφαλίζουμε. Παράλληλα, υπάρχει βοήθεια και από ένα ποσό που άφησαν στην διαθήκη τους οι Ανδρέας και Μαρία Καλοκαιρινού, το οποίο χρησιμοποιείται αποκλειστικά από τις δομές του ΜΚΟ.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Σκοπός μας είναι να βοηθήσουμε όποιον δεν μπορεί να ανταπεξέλθει όχι μόνο οικονομικά, αλλά τον στηρίζουμε και ψυχολογικά. Θέλουμε να είμαστε ένα υπερσύγχρονο carehouse, όπως είναι στο εξωτερικό.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Απολογισμός γίνεται κάθε μήνα. Έλεγχος βέβαια γίνεται κάθε μέρα καθώς κάθε μέρα έχουμε ραντεβού με τους δικαιούχους. Ακόμη θέλουμε να βλέπουμε ποιοι έχουν ανάγκη τα τρόφιμα.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στην ΜΚΟ.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Μέσω του διαδικτύου και του facebook. Γίνονται δημοσιεύσεις και στον τοπικό τύπο.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων, κάνουμε εκδηλώσεις για την συγκέντρωση τροφίμων και για να ενισχύσουμε την έννοια της

ανταποδοτικότητας. Παράλληλα, παρέχουμε συμβουλευτική και συνεργαζόμαστε με ασφαλιστές και με δικηγόρους. Στο παρελθόν, είχαμε και κοινωνικό φροντιστήριο. Στο πλαίσιο των εκδηλώσεων, κάνουμε θεατρικά, προβάλλουμε ταινίες με μόνο αντάλλαγμα να φέρουν κάτι σε τρόφιμο αντί να πληρώσουν εισιτήριο. Πρόσφατα, κάναμε συνέδριο για τους ομοφυλόφιλους για να παρέχουμε συμβουλευτική.

14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Όσπρια, λάδι, μακαρόνια, είδη υγιεινής, απορρυπαντικά, τα πάντα. Κυρίως συσκευασμένα τρόφιμα.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
115.465.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Μέσω του ποσού της ΜΚΟ και από χορηγίες.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Οι ιδέες ξεκινάνε από εμάς και πάντα υπάρχει συνεργασία με την ΜΚΟ. Οι δράσεις δεν γίνονται αυτόνομα από το κοινωνικό παντοπωλείο καθώς πρόκειται για έναν κοινωνικό χώρο με αρκετές δομές.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Την επιλογή των δικαιούχων την έχω αναλάβει εγώ με βάση τα κριτήρια του ΤΕΒΑ, που έχει θέσει η Θεανώ Φωτίου. Κάνω και την έρευνα κατ' οίκον και ο άλλος εργαζόμενος έχει αναλάβει τα τρόφιμα και την διανομή. Από εκεί και πέρα, οι ωφελούμενοι έχουν την δυνατότητα μία φορά το μήνα να έρθουν και να πάρουν ό,τι θέλουν καθώς έχουμε θέσει οικονομικό όριο. Μία οικογένεια μπορεί να έρθει να ψωνίσει μέχρι 40 ευρώ για παράδειγμα.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Στο facebook Κοινωνικός Χώρος ανεβάζουμε όλα τα δελτία τύπου και δημοσιεύουμε ό,τι δράσεις κάνουμε.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Ναι.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Είναι τελείως πλασματικοί οι αριθμοί του facebook. Μπορεί να το δουν 1000 άτομα και να ενδιαφερθούν τα 10.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Λαμβάνουμε αποφάσεις σε συνεργασία με την ΜΚΟ.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Αλλαγές πρέπει να γίνουν στο προσωπικό. Ο κόσμος πρέπει να έρθει να βοηθήσει γιατί με ένα άτομο δεν βγαίνει η δουλειά. Ακόμη, παρόλο που δεν ανήκουμε στον δήμο, ο δήμος δίνει την εντύπωση ότι η δομή ανήκει σε αυτόν και δεν βοηθάει καθόλου.

Θήβα

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 11

Ημερομηνία: Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 28 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: σημειώσεις

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι η Π. Μ., η κοινωνική λειτουργός του γραφείου κοινωνικής πρόνοιας του δήμου και υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με δύο εργαζόμενους, που είναι γενικών καθηκόντων, ενώ υπάρχει και μία οχταμελής επιτροπή αξιολόγησης και διαχείρισης της δομής.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2012.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν εθελοντές που είναι γραμμένοι στο μητρώο του δήμου και μας βοηθάνε όταν υπάρχει ανάγκη.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Όσον αφορά τον κοινωνικό λειτουργό ναι, αλλά σχετικά με τους εργαζομένους γενικών καθηκόντων δεν είναι απαραίτητο.

6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Γενικά χρησιμοποιούμε τον υπολογιστή για την καταχώριση των ωφελουμένων και τα μέσα για την προβολή των δράσεών μας.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε από τον δήμο και ξεκίνησε να λειτουργεί από αυτόν.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Η οργάνωση έρχεται από τον δήμο και η οικονομική υποστήριξη εξασφαλίζεται βάση χορηγιών και από ένα ετήσιο κονδύλι που έρχεται από τον δήμο.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Ο σκοπός του είναι η κάλυψη πρωτογενών αναγκών των ανθρώπων με την παροχή προϊόντων – διανομή τροφίμων, είδη πρώτης ανάγκης- και υπηρεσιών (υποστηρικτική βοήθεια), σε κοινωνικά και οικονομικά ευπαθή άτομα και οικογένειες. Οι παροχές σε είδη διατροφής και υπηρεσιών είναι δωρεάν στους δικαιούχους.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Κάθε χρόνο πραγματοποιούμε απολογισμό.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο και το γραφείο πρόνοιας.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Με δελτία τύπου και μέσω της ιστοσελίδας τόσο του δήμου όσο και της δικής μας που αφορά αποκλειστικά το παντοπωλείο. Έχουμε μιλήσει και σε τηλεοπτική εκπομπή για το έργο μας. Ακόμη, παίρνουμε τηλέφωνα τους δικαιούχους.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Κάνουμε εξορμήσεις στα σούπερ μάρκετ και διοργανώνουμε αγώνες τρεξίματος ή άλλες αθλητικές δραστηριότητες. Παράλληλα, υπάρχει βοήθεια και από τοπικά αθλητικά σωματεία. Στις γιορτές κάνουμε έξτρα συνάντηση για συγκέντρωση τροφίμων και βοηθάνε τα σχολεία. Στα σούπερ μάρκετ Lidl, Βασιλόπουλος, My Market και Γαλαξίας έχουμε στήσει ειδικά καλάθια για την συγκέντρωση τροφίμων.

14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Κυρίως προϊόντα μακράς διάρκειάς που δεν χρειάζονται ψυγείο όπως ρύζι, μακαρόνια, αλεύρι, γάλα εβαπορέ, αλλά και είδη υγιεινής, απορρυπαντικά, σχολικά, ρούχα και άλλα.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Περίπου 80.000 πακέτα.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Τα τρόφιμα προέρχονται από το κονδύλι του δήμου και από χορηγίες. Μεγάλη είναι και η βοήθεια του απλού κόσμου.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία με εμάς. Τα μέλη της επιτροπής συζητάει με το προσωπικό πριν γίνει οποιαδήποτε κίνηση.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Βγαίνει προκήρυξη με συγκεκριμένα κριτήρια που αφορούν το εισόδημα, την μόνιμη κατοικία τους – πρέπει να μένουν στην περιοχή – και το σύνολο των μελών της οικογένειας. Η οχταμελής επιτροπή έπειτα από έλεγχο των απαραίτητων εγγράφων και κατ' οίκον έρευνα από την κοινωνική λειτουργό, αποφασίζει για τους δικαιούχους.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το site που έχουμε για να επικοινωνήσουμε τις δράσεις.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Διαχειριστής είναι ένας υπάλληλος του παντοπωλείου.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Όχι απαραίτητα.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Δεν μπορούμε να το ξέρουμε αφού δεν χρησιμοποιούμε το facebook.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Συζητάμε όλα μας τα θέματα ως επιτροπή και με το προσωπικό και αποφασίζουμε.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;

Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;

Όσο περνάει ο καιρός, η κατάσταση της κοινωνίας χειροτερεύει και το παντοπωλείο γίνεται όλο και πιο απαραίτητο. Με την χρηματοδότηση που πήρε τώρα ο δήμος μέσω ΕΣΠΑ θεωρούμε ότι θα λειτουργήσει πιο αποτελεσματικά καθώς θα προστεθούν άλλα δύο άτομα.

Μαραθώνας

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 12

Ημερομηνία: Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 10 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι η Μ. Ζ., η κοινωνική λειτουργός και υπεύθυνη του παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με πέντε εργαζόμενους, μία κοινωνική λειτουργός, έναν διοικητικό υπάλληλο και τρεις γενικών καθηκόντων.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από τον Ιανουάριο του 2013.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Κατά διαστήματα, έχουν υπάρξει. Αν χρειαστούμε βοήθεια, ζητάμε από κάποιους που είναι πρόθυμοι.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Το δικό μου τουλάχιστον σχετίζεται.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

Καλή θα έλεγα. Έχουμε σελίδα στο ίντερνετ, ομάδα στο facebook και προωθούμε τις δράσεις

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο είναι στα πλαίσια του Δικτύου Αντιμετώπισης της Φτώχειας. Το ΕΣΠΑ αυτό ξεκίνησε το 2007-2013. Ξεκίνησε μέσα από ευρωπαϊκό πρόγραμμα δηλαδή και μέσω της ΜΚΟ Λαογραφική Εθνογραφία Βαρνάβα.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Η οργάνωση έρχεται από την ΜΚΟ, όπως και οι προσλήψεις και τα λειτουργικά έξοδα. Τα χρήματα για τα τρόφιμα έρχονται αποκλειστικά από χορηγίες.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Ξεκίνησε για να αντιμετωπιστεί η ανεργία και να ωφελήσει άτομα που βρίσκονται σε κατάσταση φτώχειας.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Πραγματοποιούμε απολογισμό.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Ο απολογισμός αποστέλλεται στο Υπουργείο Εργασίας, το οποίο είναι υπεύθυνο για εμάς.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Μέσω φιλανθρωπικών δικτύων, στο ίντερνετ, με αφίσες που κολλάμε στην περιοχή, με φυλλάδια που μοιράζουμε. Ενημερώνουμε τους συλλόγους με e-mail και πηγαινουμε στα σχολεία για να ενημερώσουμε για τις δράσεις.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται ανάλογα με τις χορηγίες αλλά κάθε μήνα έχουμε, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Μπορούμε να οργανώσουμε κάποιες μουσικές βραδιές για την συλλογή τροφίμων. Κάθε Πέμπτη πηγαινουμε στην λαϊκή και μαζεύουμε λαχανικά που μπορεί να περισσεύουν.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Τα πάντα. Μακαρόνια, όσπρια, λάδι, αλλά κρέας πολύ σπάνια γιατί δεν χορηγείται εύκολα.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
23.859.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Τα τρόφιμα προέρχονται από χορηγίες και από τις δράσεις που κάνει η δομή.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Κυρίως από το προσωπικό. Αλλά συζητάμε και με την ΜΚΟ.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Γίνεται με βάση οικονομικά και κοινωνικά κριτήρια. Μας φέρνουν κάποια δικαιολογητικά και τους παίρνουμε ιστορικό. Εμείς τα αξιολογούμε.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το facebook προκειμένου να δημοσιεύσουμε τις δράσεις και να τις μάθει ο κόσμος.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Διαχειριστές είναι οι εργαζόμενοι.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι τα χρησιμοποιούμε.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Κάποιες δράσεις έχουν ανταπόκριση, κάποιες άλλες όχι.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Συζητάμε όλα μας τα θέματα με την ΜΚΟ αλλά κυρίως αποφασίζει το προσωπικό.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Το τελευταίο διάστημα που το πρόγραμμα πέρασε στο Υπουργείο Εργασίας τα πράγματα είναι δύσκολα. Είμαστε απλήρωτοι τέσσερις μήνες και το μέλλον είναι αβέβαιο. Δεν υπάρχει έγκαιρη ενημέρωση και δεν ξέρουμε τι να πούμε και στους δικαιούχους.

Ορεστιάδα

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 13

Ημερομηνία: Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτής: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 9 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι η Μ. Α., η υπεύθυνη του παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με δύο άτομα γενικών καθηκόντων και με εμένα, που είμαι μόνιμη.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Τα δύο παιδιά ξεκίνησαν τώρα με οχτάμηνη σύμβαση. Εγώ ανέλαβα τον Απρίλιο.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν και απλά έρχονται και βοηθάνε, δεν είναι κάποια ομάδα.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Όχι δεν έχουμε σπουδάσει κάτι.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Τα χρησιμοποιούμε όσο τα χρειαζόμαστε για την δουλειά.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο είναι στο δήμο και ξεκίνησε από αυτόν.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Η οργάνωση έρχεται από τον δήμο και αυτός ευθύνεται για τις παραγγελίες. Και η οικονομική υποστήριξη έρχεται από εκεί. Γίνονται δωρεές από απλούς πολίτες και από επαγγελματίες.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Ξεκίνησε μέσα στην κρίση για να αντιμετωπιστεί η φτώχεια.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Πραγματοποιούμε απολογισμό και τον παραδίδουμε ετησίως.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Με δελτία τύπου, με αναρτήσεις στην ιστοσελίδα. Παίρνουμε και τηλέφωνα.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μια φορά το μήνα, κάνουμε και εκδηλώσεις.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Αυτά που δεν λήγουν γρήγορα. Μακαρόνια, φακές, γάλα μακράς διάρκειας, ντοματοπελτές.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Είναι πολλά αλλά πόσα ακριβώς δεν γνωρίζουμε.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Τα τρόφιμα προέρχονται από χορηγίες και από το κονδύλι του δήμου.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Από τον δήμο. Έρχονται οι οδηγίες και τις πραγματοποιούμε.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Με εισοδηματικά κριτήρια και αξιολογούνται από την πρόνοια.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το facebook προκειμένου να δημοσιεύσουμε τις δράσεις και να τις μάθει ο κόσμος.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Το διαχειρίζονται από τον δήμο.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι τα χρησιμοποιούμε.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Θεωρούμε ότι υπάρχει ανταπόκριση.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Έρχονται από τον δήμο αλλά συμμετέχουμε και εμείς.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Όχι δεν χρειάζονται αλλαγές. Θα συνεχίσει να λειτουργεί γιατί υπάρχει κόσμος που έχει ανάγκη.

Τρίκαλα

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 14

Ημερομηνία: Τρίτη 14 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 13 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι η Θ. Π., το στέλεχος της τροφοδοσίας και υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με δύο άτομα, ένα στέλεχος τροφοδοσίας και μία κοινωνική λειτουργός.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ο ένας είναι, ο άλλος όχι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Τα τελευταία 2,5 χρόνια.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν κάποιοι γραμμένοι εθελοντές που τους φωνάζουμε όταν τους χρειαστούμε. Μας έχουν δώσει τα ονόματά τους.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Η κοινωνική λειτουργός έχει πτυχίο, εγώ δεν έχω κάποια σχέση.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

Τα χρησιμοποιούμε και έχουμε και πτυχίο.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο ανήκει σε ΑΜΚΕ (Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία) και συνεργάζεται με τον δήμο. Ξεκίνησε από τον δήμο και μετά το παντοπωλείο εντάχθηκε στο ΕΣΠΑ.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Ο δήμος μαζί με την ΑΜΚΕ μας παρέχει την οργανωτική υποστήριξη. Η ΑΜΚΕ δίνει ένα μέρος αναλαμβάνει τις προσλήψεις και τους μισθούς μέσω ΕΣΠΑ. Η οικονομική υποστήριξη προέρχεται από χορηγίες και δωρεές.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε προκειμένου να βοηθήσει άπορες οικογένειες.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Ανά πέντε μήνες έχουμε καινούργιους οφελούμενους, επομένως κάνουμε και έναν απολογισμό.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στην ΜΚΟ.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Κάνουμε αναρτήσεις στο facebook, δίνουμε θέματα στις τοπικές εφημερίδες. Στέλνουμε μηνύματα στους ωφελούμενους ή τους καλούμε όταν έχουμε διανομή.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα τουλάχιστον, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Αυτές οι εκδηλώσεις δεν γίνονται από το παντοπωλείο, αλλά από διάφορα τοπικά σωματεία όπως αθλητικούς ή χορευτικούς συλλόγους. Γίνονται και φιλανθρωπικοί αγώνες. Κάθε μέρα μαζεύουμε ψωμί από τους φούρνους.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Λάδι, όσπρια, ζυμαρικά, γάλα, πάνες, ό, τι είναι μακράς διαρκείας. Δίνουμε και κρέας όταν μας το επιτρέπουν οι χορηγίες.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Δεν το έχουμε υπολογίσει.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Τα τρόφιμα προέρχονται από χορηγίες. Μαζεύουμε από εκδηλώσεις και βοηθάνε και τα σχολεία.

17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Προέρχονται από το προσωπικό, αφού πρώτα έρθουμε σε συνενόηση με την ΜΚΟ.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Βγαίνει προκήρυξη με συγκεκριμένα κριτήρια όπως τα μόρια, το εισόδημα, τα μέλη και αφού εγκριθεί η αίτησή τους, ισχύει για πέντε μήνες. Το ποσό που έχει ο καθένας για να ψωνίσει είναι ανάλογο των κριτηρίων που έχει ο κάθε δικαιούχος. Γίνεται έρευνα και από την κοινωνική λειτουργό πριν βγουν τα αποτελέσματα.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το facebook για τις δράσεις μας και ανεβάζουμε φωτογραφίες.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Εμείς είμαστε οι διαχειριστές του.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι τα χρησιμοποιούμε.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Όχι ιδιαίτερα. Από τους ιδιώτες δεν υπάρχει μεγάλη ανταπόκριση.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Συζητάμε όλα μας τα θέματα με την ΜΚΟ.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Το μόνο άσχημο είναι ότι ήμασταν πέντε άτομα και μείναμε δύο. Υποβαθμίστηκε η λειτουργία του παντοπωλείου.

1^ο Ειδικό Δημοτικό Σχολείο Κερατσινίου

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 15

Ημερομηνία: Τετάρτη 15 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: 1^ο Ειδικό Δημοτικό Σχολείο Κερατσινίου, οδός Ανδρέα Μιαούλη 147, στην Χαραυγή

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 26 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Ο συνεντευξιαζόμενος είναι ο Ε. Σ., ο διευθυντής του σχολείου και υπεύθυνος του παντοπωλείου. Συμμετέχει και η κοινωνική λειτουργός του σχολείου, η οποία παλαιότερα είχε εργαστεί στο παντοπωλείο της Λούτσας.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Όχι δεν υπάρχουν εργαζόμενοι.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
-
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
-
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν κάποιοι εθελοντές, οι οποίοι αποτελούν παράλληλα και ωφελούμενοι από την δομή.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
-

6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Το «Μπορούμε» είναι μία μεγάλη διαδικτυακή πλατφόρμα και μας έχει καταγεγραμμένους. Κάποιος μπορεί να μας στείλει πράγματα μέσω αυτής. Δεν χρησιμοποιούμε facebook ή κάποιο άλλο site καθώς το σχολείο μας έχει παιδιά με ειδικές ανάγκες και πρέπει να προσέχουμε.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Δεν έχουμε καμία σχέση με τον δήμο. Η προσπάθεια ξεκίνησε από το σχολείο. Είμαστε το μοναδικό σχολείο που κάνει κάτι τέτοιο.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Την οργάνωση την κάνουμε εμείς οι ίδιοι. Δεν έχουμε καμία επιδότηση και καμία βοήθεια από τον δήμο. Τα τρόφιμα προέρχονται από δωρεές και από ιδιώτες.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε για να στηρίξει τις οικογένειες των μαθητών που έχουν μεγάλη ανάγκη αρχικά. Ήρθε και η κρίση και οδηγήθηκαν στην εξαθλίωση. Στην πορεία, ο όγκος των ωφελουμένων αυξήθηκε και πλέον βοηθάμε κατοίκους των περιοχών Κερατσινίου-Δραπετσώνας-Περάματος.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Όχι δεν είναι εφικτό. Ό, τι παίρνουμε το δίνουμε.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Σε εμάς.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Μέσω του «Μπορούμε».

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μια φορά το μήνα, παρέχουμε σίτιση στους μαθητές του σχολείου. Δεν κάνουμε εκδηλώσεις αποκλειστικά για το παντοπωλείο, καθώς είναι ενταγμένες στο πρόγραμμα του σχολείου. Μάλιστα, και ο δήμος στέλνει όσους έχουν ανάγκη σε εμάς.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Μακαρόνια, ρύζια, φακές, φασόλια, γάλα, δημητριακά και αρκετά ακόμα προϊόντα μακράς διάρκειας. Χριστούγεννα και Πάσχα δίνουμε και κρέας. Μπορούμε να τους εξασφαλίσουμε και ένα μαγείρεμα την ημέρα.

15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Περίπου δίνουμε έναν τόνο το μήνα. Η κάθε οικογένεια παίρνει γύρω στις 7 τσάντες το μήνα.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Τα τρόφιμα προέρχονται από δωρεές τόσο ιδιωτών όσο και επαγγελματιών. Δεν μπορούμε να δεχτούμε χορηγίες καθώς είμαστε σχολείο και δεν γίνεται να διαφημίσουμε κάποιον. Οι δωρεές είναι πάντα σε είδος, δεν δεχόμαστε τρόφιμα. Ακόμα και μια αποθήκη να μας δώσει τρόφιμα, το κάνει ανώνυμα χωρίς διαφήμιση.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Οι πρωτοβουλίες ξεκινάνε από το σχολείο, αφού δεν μας στηρίζει κανένας άλλος.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Δεν υπάρχουν κάποια συγκεκριμένα κριτήρια. Οι περισσότερες από τις 120 οικογένειες που βοηθάμε είναι μηδενικού εισοδήματος. Και οι δύο γονείς είναι άνεργοι. Ακόμη, δεν υπάρχει η δυνατότητα κατηγοριοποίησης των δικαιούχων. Φτιάχνουμε πακέτα τροφίμων, τα ίδια για όλους, ανάλογα με τα τρόφιμα που έχουμε.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Όχι δεν τα χρησιμοποιούμε.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
-

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Όχι.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
-

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
-
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Το θέμα είναι να μην κάναμε τίποτα από όλα αυτά γιατί ο όγκος είναι τεράστιος. Δουλεύουμε όλη μέρα. Όταν το ξεκίνησα δεν πίστευα ότι θα γίνει τόσο μεγάλο και τώρα δεν μπορώ να κάνω πίσω.

Βόλος

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 16

Ημερομηνία: Πέμπτη 16 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 13 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Ο συνεντευξιζόμενος είναι ο υπεύθυνος του παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με δύο άτομα και κάνουμε τα πάντα.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Σχεδόν τρία χρόνια
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν κάποιοι γραμμένοι εθελοντές που μας βοηθάνε σε όλες τις εργασίες του δήμου. Ο δήμος έχει ένα σύστημα εθελοντών.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Εγώ είμαι μάγειρας οπότε κάπως σχετίζεται.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Τα χρησιμοποιούμε αρκετά. Έχουμε facebook και χρησιμοποιούμε το site του δήμου.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Η λειτουργία είναι ενταγμένη στην Αντιδημαρχία Κοινωνικής Μέριμνας και είμαστε συνδεδεμένοι με την πρόνοια. Η πρωτοβουλία ξεκίνησε από τον δήμο.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Ο δήμος μας στηρίζει αποκλειστικά. Η οικονομική υποστήριξη προέρχεται από κονδύλι που ψηφίζεται στον ετήσιο προϋπολογισμό του δήμου. Από εκεί και πέρα, υπάρχουν και δωρεές.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε προκειμένου να βοηθήσει τους ανήμπορους, τις οικογένειες που έχουν ανάγκη. Δημιουργήθηκε και μέσω κρίσης.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Κάθε μήνα περνάμε από το δημοτικό συμβούλιο και ελέγχουν τι δώσαμε, σε ποιους και τις ποσότητες. Κάθε εξάμηνο κλείνουμε και άλλο απολογισμό και περνάει από αντιδημαρχιακή επιτροπή.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Βγάζουμε δελτία τύπου, έχουμε σελίδα στο facebook και γίνονται αναρτήσεις στο site του δήμου.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα τουλάχιστον, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Κάνουμε εκδηλώσεις Χριστούγεννα-Πάσχα. Γίνονται θεατρικά έργα και αντί για εισιτήριο, μαζεύουμε τρόφιμα. Βοηθάνε και τα σχολεία. Ακόμη, έχουμε ξεκινήσει το πρόγραμμα «Καθαρά χέρια». Μαζεύουμε χρησιμοποιημένο σαπούνι από ξενοδοχεία και αφού τα επεξεργαστούμε σε ειδικά μηχανήματα που έχουμε εδώ, τα πακετάρουμε και τα δίνουμε στους δικαιούχους. Αυτό γίνεται με την βοήθεια εθελοντών.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Λάδι, όσπρια, ζυμαρικά, γάλα, παιδικές κρέμες, σάλτσα, ό, τι είναι μακράς διάρκειας. Κρέας από χορηγίες κυρίως.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Ετησίως γύρω στις 80.000 ευρώ παρέχουμε για τρόφιμα. Περίπου στα 100.000 προϊόντα χωρίς να το έχουμε υπολογίσει συνολικά.

16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;

Τα τρόφιμα προέρχονται από το κονδύλι του δήμου. Έχουμε και δωρεές.

17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;

Αν πρέπει να γίνει μία πρωτοβουλία, το μεταφέρουμε στην διεύθυνση στο δήμο και ο δήμος στην αντιδημαρχία.

18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;

Βγαίνει προκήρυξη με συγκεκριμένα κριτήρια και την αξιολόγηση την αναλαμβάνει η πρόνοια. Μας έρχονται έτοιμες οι λίστες. Κάθε εβδομάδα, συγκεκριμένα Τρίτη και Πέμπτη που έχουμε διανομή, στέλνουν τις λίστες. Οι αιτήσεις ανανεώνονται κάθε εξάμηνο.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;

Χρησιμοποιούμε το facebook για τις δράσεις μας και ανεβάζουμε φωτογραφίες.

20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;

Εμείς είμαστε οι διαχειριστές του.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;

Ναι τα χρησιμοποιούμε.

22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;

Ανταποκρίνονται γενικά. Βλέπουμε ότι υπάρχει ενδιαφέρον.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;

Συζητάμε όλα μας τα θέματα με τον δήμο.

24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;

Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

*Όσο υπάρχει κρίση θα υπάρχει το παντοπωλείο. Αλλαγές πρέπει να γίνουν καθώς
είμαστε λίγοι και ο φόρτος εργασίας είναι μεγάλος.*

Μάνδρα-Ειδυλλία

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 17

Ημερομηνία: Κυριακή 19 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, καφετέρια στο Δάσος Χαϊδαρίου

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 50 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: μαγνητόφωνο

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Ο συνεντευξιαζόμενος είναι ο Μ. Α., ο υπεύθυνος και κοινωνικός λειτουργός του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Απαρτίζεται από τρία άτομα, που είναι γενικών καθηκόντων. Ακόμη, είμαι εγώ όλη μέρα στο παντοπωλείο.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Όχι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Ανέλαβα τον Αύγουστο του 2016.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν εθελοντές που βοηθάνε όταν υπάρχει ανάγκη. Ακόμη, έρχονται και οι ίδιοι οι εργαζόμενοι του δήμου που είναι σε άλλα τμήματα να βοηθήσουν.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Εγώ τουλάχιστον έχω σπουδάσει αυτό που κάνω. Οι υπόλοιποι δεν είναι απαραίτητο να έχουν σπουδάσει κάτι παρόμοιο.

6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Δεν ανεβάζουμε τις δράσεις μας στο facebook. Θέλω να πηγαίνω από κοντά για να ενημερώνω τον κόσμο ή για να κανονίζω χορηγίες. Χρησιμοποιούμε το e-mail ή το site του δήμου. Η βάση για τους ωφελομένους είναι αποθηκευμένη στον υπολογιστή.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο ξεκίνησε να λειτουργεί από τον δήμο και ανήκει σε αυτόν.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Την οργάνωση την κάνουμε εμείς. Ο δήμος εγκρίνει κάθε χρόνο ένα ετήσιο κονδύλι για τα τρόφιμα. Πλέον το παντοπωλείο είναι χρηματοδοτούμενο και από το ΕΣΠΑ των δήμων όσον αφορά τους μισθούς του προσωπικού.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Για την αντιμετώπιση αυτών των συνθηκών της ακραίας φτώχειας.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Γίνεται κάθε χρόνο. Όμως, μετά από κάθε διανομή κάνουμε απογραφή.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Λογοδοτούμε στον δήμο.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Καλούμε τηλεφωνικώς τους ωφελομένους όταν πρόκειται να δώσουμε τρόφιμα. Ακόμη, ο δήμος ανεβάζει δελτία τύπου.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Κυρίως ασχολούμαστε με την συγκέντρωση και την διανομή των τροφίμων, που μπορεί να γίνει πάνω από δύο φορές τον μήνα ανάλογα με τα τρόφιμα που έχουμε.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Τρόφιμα μακράς διάρκειας, απορρυπαντικά, ρούχα, παπούτσια, φρούτα και πολλά άλλα.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Στους 10 μήνες, καθώς Ιούλιο και Αύγουστο δεν γίνονται τόσες διανομές, δίνουμε γύρω στους 22 με 24 τόνους τρόφιμα.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;

Καταρχάς, ο δήμος προβλέπει στον ετήσιο προϋπολογισμό ένα μέρος για την αγορά τροφίμων για το παντοπωλείο. Παράλληλα, κάνουμε επαφές για χορηγίες. Έχουμε συνεργασία με την Frieland, με το «Όλοι μαζί μπορούμε» του ΣΚΑΪ και με 10 τοπικές ΜΚΟ.

17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;

Πάντα από εμάς και απλά ο δήμος ενημερώνεται για την πορεία τους.

18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;

Οι ωφελούμενοι επιλέγονται με βάση οικονομικά κριτήρια και αν είναι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής. Αφού καταθέσουν τα χαρτιά τους στην επιτροπή αξιολόγησης, βγάζουμε τους δικαιούχους και κάνουμε κατ' οίκον έρευνα. Κάθε έτος γίνεται ανανέωση και αναθεώρηση των ήδη υπάρχοντων δικαιούχων.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;

Δεν τα χρησιμοποιούμε ιδιαίτερα.

20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;

Όχι.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;

Όχι.

22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;

-

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;

Συζητάμε όλοι μαζί τα θέματα και αποφασίζουμε.

24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;

Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;

Θα ήθελα ο δήμος να βοηθάει περισσότερο στις δράσεις και ειδικά η επιτροπή.

Χαλάνδρι

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 18

Ημερομηνία: Δευτέρα 20 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: Κοινωνική Υπηρεσία του δήμου, οδός Παπάγου 7

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτής: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 30 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: σημειώσεις

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Ο συνεντευξιζόμενος είναι ο διοικητικός υπάλληλος και υπεύθυνος του παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Απαρτίζεται από πέντε άτομα: τρία γενικών καθηκόντων, ένας κοινωνικός λειτουργός και μία διοικητική υπάλληλος.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι, αν και δεν είναι απαραίτητο.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2013.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν εθελοντές που βοηθούν σε όλες τις κοινωνικές δομές του δήμου.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Ο κοινωνικός λειτουργός έχει σπουδάσει για το επάγγελμα που επιτελεί, οι υπόλοιποι δεν είναι απαραίτητο.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

Το προσωπικό είναι σε θέση να χρησιμοποιήσει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των πρωτοβουλιών. Χρησιμοποιούμε προγράμματα του υπολογιστή για την καταχώρηση των τροφίμων και των ωφελουμένων.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Η πρωτοβουλία ξεκίνησε από τον δήμο το 2013 και από τότε η λειτουργία του συνεχίζει να ανήκει σε αυτόν.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Η οργάνωση προέρχεται από τον δήμο και τα τρόφιμα εξασφαλίζονται από το ετήσιο κονδύλι του δήμου και από χορηγίες.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε για να βοηθήσει συμπολίτες μας που δεν είναι σε θέση ούτε να ψωνίσουν να φάνε ούτε να συντηρήσουν την οικογένειά τους.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Ναι, κάθε χρόνο.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Οι δράσεις μας προβάλλονται μέσω facebook κυρίως. Ακόμη, έχουμε χώρο και στο site δήμου, ενώ διαθέτουμε και blog για το παντοπωλείο.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Η συγκέντρωση και η παροχή τροφίμων είναι η βασική δραστηριότητα. Παράλληλα, όποιος συμμετέχει στο πρόγραμμα, μπορεί να συμμετέχει και στα προγράμματα όλων των κοινωνικών δομών του δήμου. Ακόμη, διοργανώνουμε μαραθωνίους, μαζεύουμε τρόφιμα από τα σούπερ μάρκετ της περιοχής και δεχόμαστε πακέτα από σχολεία. Με το πρόγραμμα «Χέρι Βοηθείας», δεχόμαστε τρόφιμα από την τράπεζα Alpha Bank, στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Έχουμε συνεργασίες με εταιρείες όπως η Ελομάς, η Barilla, η Μέγα Αε, η Friesland και άλλες. Συνεργαζόμαστε και με την διαδικτυακή πλατφόρμα Μπορούμε.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Τρόφιμα, που είναι μακράς διαρκείας, κατεψυγμένα προϊόντα, χαρτικά, απορρυπαντικά, είδη ατομικής υγιεινής, φάρμα, ρούχα, είδη ψυχαγωγίας και άλλα πολλά.

15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Περίπου γύρω στα 150.000 τρόφιμα ετησίως.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Χρησιμοποιείται το ετήσιο κονδύλι του δήμου και πολύ σημαντικές είναι οι χορηγίες που αναφέραμε.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Συζητάμε όλα μας τα θέματα με τον δήμο και από κοινού διαγράφουμε την πορεία που θα έχουν οι δράσεις.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Βασική προϋπόθεση είναι κάποιος να είναι κάτοικος του δήμου. Από εκεί και πέρα ο δήμος έχει αναρτήσει κάποια συγκεκριμένα κριτήρια και βάσει αυτών κάνει την επιλογή το γραφείο πρόνοιας. Ο υποψήφιος δεν έρχεται με τα έγγραφά του στο παντοπωλείο αλλά απευθύνεται πρώτα στο γραφείο διαμεσολάβησης.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιεί μέσα από το facebook, ενώ παράλληλα, ανεβάζει κείμενα στην ιστοσελίδα του δήμου και στην σελίδα που έχουμε αποκλειστικά για την δομή.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Ναι.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Ναι και μάλιστα φαίνεται ότι τα likes είναι λιγότερα από αυτούς που θα αναφερθούν πραγματικά.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Ο δήμος συζητάει κάποια θέματα με το προσωπικό και μαζί αποφασίζουν πώς θα κινηθούν.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Η δουλειά αυξάνεται συνεχώς και ο αριθμός του προσωπικού φαίνεται ανεπαρκής. Δυστυχώς οι ανάγκες αυξάνονται και μαζί με αυτές πρέπει να αυξηθούν και οι παροχές που δίνουμε στον κόσμο.

Αλεξανδρούπολη

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 19

Ημερομηνία: Δευτέρα 20 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 30 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: σημειώσεις

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι η Ά. Τ., η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με τέσσερις εργαζομένους, δύο γενικών καθηκόντων, ένα διοικητικό και έναν κοινωνικό λειτουργό.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2012.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν εθελοντές που βοηθάνε όταν υπάρχει ανάγκη και είναι καταγεγραμμένοι στο μητρώο του δήμου.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Όσοι είναι γενικών καθηκόντων δεν είναι απαραίτητο. Μόνο ο κοινωνικός λειτουργός οφείλει να έχει πτυχίο.

6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;
Χρησιμοποιούμε την σελίδα του δήμου και το facebook. Είναι πολύ καλή η σχέση μας και τα χρησιμοποιούμε συχνά.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε από τον δήμο και ξεκίνησε να λειτουργεί από αυτόν. Στην συνέχεια, έγινε σύμπραξη με την ΑΜΚΕ ο «Ξένιος Ζευσ».
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Η οργάνωση έρχεται από τον δήμο και η υποστήριξη τόσο από τον δήμο όσο και από την ΑΜΚΕ. Υπάρχουν και χορηγίες.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση για να βοηθήσει ανθρώπους που έχουν πραγματικά μεγάλη ανάγκη από τρόφιμα και είδη πρώτης ανάγκης.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Κάθε χρόνο πραγματοποιούμε απολογισμό.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο και την ΑΜΚΕ.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Με δελτία τύπου που ανεβαίνουν στην ιστοσελίδα του δήμου καθώς και μέσω facebook.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Έχουμε καλάθια στα τοπικά σούπερ μάρκετ όπου ο κόσμος δίνει ό, τι θέλει και μπορεί. Παράλληλα, δραστηριοποιούμαστε για να έχουμε χορηγίες.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Προϊόντα που αργούν να λήξουν όπως όσπρια, μακαρόνια, τοματοχυμούς, καθώς και απορρυπαντικά και είδη υγιεινής.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Περίπου 100.000 πακέτα.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Τα τρόφιμα προέρχονται από το κονδύλι του δήμου και από χορηγίες.

17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Προέρχονται από τον δήμο και την ΑΜΚΕ σε συνεργασία με εμάς. Σημαντική είναι και η βοήθεια των εθελοντών σε αυτό το κομμάτι.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Έχει θέσει ο δήμος ορισμένα κριτήρια που αφορούν το εισόδημα και την μόνιμη κατοικία κυρίως. Το τμήμα πρόνοιας ελέγχει τα έγγραφα του κάθε υποψήφιου, γίνεται κατ' οίκον έρευνα και στο τέλος η τελική επιλογή. Κάθε χρόνο οι αιτήσεις αναθεωρούνται ή προστίθενται νέες.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Χρησιμοποιούμε το site που έχει ο δήμος και το facebook.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Εμείς διαχειριζόμαστε το facebook τουλάχιστον.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
Ναι.
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Δεν μπορούμε να το ξέρουμε.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Συζητάμε όλα μας τα θέματα με το προσωπικό και αποφασίζουμε.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;
Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Το μέλλον είναι αβέβαιο. Σίγουρα χρειαζόμαστε και άλλα άτομα προκειμένου να λειτουργήσει πιο αποτελεσματικά η δομή.

Λυκόβρυση-Πεύκη

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 20

Ημερομηνία: Δευτέρα 20 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 30 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: σημειώσεις

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι η κυρία Ζ., η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με τέσσερις εργαζομένους, δύο γενικών καθηκόντων, ένα διοικητικό και έναν κοινωνικό λειτουργό.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2013.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Υπάρχουν εθελοντές που βοηθάνε όταν υπάρχει ανάγκη.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Μόνο ο κοινωνικός λειτουργός δραστηριοποιείται σε ένα χώρο που είναι κοντά στο αντικείμενο που έχει σπουδάσει.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

Χρησιμοποιούμε κυρίως το site του δήμου για να προωθήσουμε τις δράσεις μας. Βγαίνουν δελτία τύπου από την δημοτική αρχή που αναπαράγονται από διάφορα site.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε από τον δήμο και ξεκίνησε να λειτουργεί από αυτόν.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Η οργάνωση έρχεται από τον δήμο και η υποστήριξη τόσο από τον δήμο όσο και από χορηγίες.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Ο σκοπός του είναι να βοηθήσει συνανθρώπους μας που έχουν ανάγκη σε αυτές τις δύσκολες ημέρες.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Κάθε χρόνο πραγματοποιούμε απολογισμό.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Με δελτία τύπου και μέσω της ιστοσελίδας. Επικοινωνούμε μέσω τηλεφώνου με τους ωφελούμενους.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Κάνουμε εξορμήσεις στα τοπικά σούπερ μάρκετ ανά τακτά χρονικά διαστήματα, ενώ δεχομάστε και χορηγίες. Κάνουμε φιλανθρωπικούς αγώνες και ζητάμε βοήθεια από τα σχολεία κυρίως την περίοδο των γιορτών.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Προϊόντα που αργούν να λήξουν όπως όσπρια, μακαρόνια, τοματοχυμούς, καθώς και απορρυπαντικά και είδη υγιεινής.
15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Περίπου 150.000 πακέτα.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;

Τα τρόφιμα προέρχονται από το κονδύλι του δήμου και από χορηγίες. Μεγάλη είναι και η βοήθεια από δωρεές.

17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;

Προέρχονται από τον δήμο σε συνεργασία με εμάς. Σημαντική είναι και η βοήθεια των εθελοντών σε αυτό το κομμάτι.

18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;

Έχει θέσει ο δήμος ορισμένα κριτήρια που αφορούν το εισόδημα και την μόνιμη κατοικία κυρίως. Το τμήμα πρόνοιας ελέγχει τα έγγραφα του κάθε υποψήφιου, γίνεται κατ' οίκον έρευνα και στο τέλος η τελική επιλογή. Κάθε χρόνο οι αιτήσεις αναθεωρούνται ή προστίθενται νέες.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;

Χρησιμοποιούμε το site που έχει ο δήμος.

20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;

Διαχειριστής του site είναι το γραφείο τύπου.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;

Όχι ιδιαίτερα.

22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;

Δεν μπορούμε να το ξέρουμε.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;

Συζητάμε όλα μας τα θέματα με το προσωπικό και αποφασίζουμε.

24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;

Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

Το μέλλον είναι δυσοίωνα καθώς η κρίση είναι χειρότερη όσο περνάει ο καιρός. Πρέπει να συνεχίσουμε τον δύσκολο αγώνα που δίνουμε προκειμένου να βοηθήσουμε όσο μπορούμε αυτούς τους ανθρώπους.

Δράμα

Ερευνητικό ερώτημα: «Πώς λειτουργούν τα κοινωνικά παντοπωλεία στην Ελλάδα, ποια η σχέση τους με τους δήμους και και με ποιους τρόπους επικοινωνούν τις πρωτοβουλίες και αποφασίζουν για αυτές;»

Στοιχεία συνέντευξης

Αριθμός συνέντευξης: 21

Ημερομηνία: Τρίτη 21 Φεβρουαρίου 2017

Τόπος: ουδέτερος, τηλεφωνική συνέντευξη

Ονοματεπώνυμο συνεντευκτή: Πατρικάκου Ματίνα

Διάρκεια: 30 λεπτά

Τρόπος καταγραφής: σημειώσεις

Ολοκληρώθηκε ομαλά: ναι

Παρατηρήσεις: Η συνεντευξιαζόμενη είναι η Α. Σ., η υπεύθυνη του κοινωνικού παντοπωλείου.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

1. Από πόσους εργαζομένους απαρτίζεται το προσωπικό της δομής;
Το παντοπωλείο λειτουργεί με τρία άτομα: έναν γενικών καθηκόντων, μία κοινωνική λειτουργό και έναν διοικητικό.
2. Αποτελούν δημότες της περιοχής;
Ναι.
3. Πόσο καιρό απασχολείστε σε αυτή;
Από το 2012.
4. Υπάρχουν άλλα άτομα που βοηθούν άμεσα ή έμμεσα στην λειτουργία της δομής και δεν εργάζονται σε αυτή (πχ εθελοντές);
Σαφώς και υπάρχουν εθελοντές που μας βοηθάνε όταν υπάρχει ανάγκη.
5. Το γνωστικό αντικείμενο των εργαζομένων σχετίζεται με την εργασία τους στην δομή;
Η κοινωνική λειτουργός έχει πτυχίο. Για τους υπόλοιπους αυτό δεν είναι απαραίτητο.
6. Ποια είναι η σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση των ψηφιακών μέσων;

Χρησιμοποιούμε την σελίδα του δήμου και το facebook. Η βάση του παντοπωλείου είναι περασμένη σε excel. Θεωρώ ότι είναι οι νέες τεχνολογίες είναι βασικά εργαλεία σε τέτοιες δομές.

ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

7. Ποια είναι η σχέση της δομής με τον δήμο; Ποια ήταν η πηγή για την πρωτοβουλία της ιδρύσεώς της;
Το παντοπωλείο δημιουργήθηκε από τον δήμο και συνεχίζει να λειτουργεί με αυτόν.
8. Από που προέρχεται η οργανωτική και η οικονομική υποστήριξη;
Όλα όσα αφορούν το παντοπωλείο προέρχονται από την δημοτική αρχή. Όσον αφορά τα τρόφιμα, υπάρχει στήριξη και από τοπικά σωματεία.

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

9. Παρακαλείται να δωθεί μία περιληπτική περιγραφή των καταστατικών σκοπών του κοινωνικού παντοπωλείου.
Ακριβώς βάσει καταστατικού δεν θυμάμαι να σας πω. Πάντως η ουσία είναι ότι το παντοπωλείο δημιουργήθηκε μέσα στην κρίση όταν βλέπαμε ότι κάποιοι συμπολίτες μας δεν μπορούσαν ούτε ένα πιάτο φαγητό να έχουν.
10. Πραγματοποιείται ένας επίσημος απολογισμός των δραστηριοτήτων της δομής;
Κάθε εξάμηνο πραγματοποιείται απολογισμός και διαχειριστικός έλεγχος.
11. Σε ποιον φορέα λογοδοτούν;
Στον δήμο.
12. Πώς προβάλλονται οι δραστηριότητες της δομής;
Μέσω της σελίδας του δήμου και τοπικών ιστοσελίδων που προβάλλουν όλες μας τις δράσεις. Οι δικαιούχοι ενημερώνονται με δελτία τύπου που αναρτώνται στην ιστοσελίδα του δήμου και φυσικά μέσα τηλεφώνου.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ

13. Τι είδους δραστηριότητες υπάγονται στην λειτουργία της δομής;
Εκτός από την συγκέντρωση και την διανομή τροφίμων που γίνεται μία φορά το μήνα, μπορεί να κάνουμε εκδηλώσεις για να μαζέψουμε τρόφιμα. Ακόμη, υπάρχουν και ντόπιοι παραγωγοί που μας δίνουν λαχανικά ή φρούτα και γι' αυτό τον λόγο, κάνουμε και έκτακτες διανομές για να μην χαλάσουν. Δεχομάστε μεγάλη στήριξη από ντόπιες ομάδες και τοπικά σωματεία, από το τοπικό τηλεοπτικό κανάλι Alpha και από επιχειρήσεις της Δράμας που είτε μας στέλνουν τρόφιμα είτε παίρνουν την πρωτοβουλία να κάνουν εκδηλώσεις για να συγκεντρώσουν τρόφιμα για το παντοπωλείο.
14. Ποια είδη πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει η δομή;
Τα πάντα. Τρόφιμα μακράς διάρκειάς όπως ρύζι, μακαρόνια, όσπρια, αλεύρι, ζάχαρη. Ακόμη, απορρυπαντικά, ρούχα, είδη προσωπικής υγιεινής, σχολικά.

15. Πόσα είδη πρώτης ανάγκης παρέχονται ετησίως;
Περίπου 300.000 πακέτα.
16. Πώς γίνεται η συγκέντρωση αυτών και ποιες είναι οι πηγές τους;
Τα τρόφιμα προέρχονται από το κονδύλι του δήμου και από χορηγίες.
17. Από που προέρχονται οι ιδέες για τις πρωτοβουλίες και ποια είναι η πορεία τους μέχρι την πραγματοποίησή τους;
Προέρχονται κυρίως από το προσωπικό και από τον δήμο και την Αυτοδιοίκηση Πολιτών, η οποία είναι μία ομάδα πολιτών που συνεδριάζει ανά τακτά χρονικά διαστήματα και συζητάει θέματα που αφορούν το δήμο.
18. Πώς γίνεται η επιλογή των ωφελουμένων;
Στο ίντερνετ υπάρχουν αναρτημένα ορισμένα κριτήρια τα οποία αφορούν κυρίως το εισόδημα και την μόνιμη κατοικία. Οι πολίτες που έχουν ανάγκη μαζεύουν τα χαρτιά που χρειάζονται και τα καταθέτουν στην πρόνοια του δήμου. Με βάση αυτά γίνεται η επιλογή ενώ και η κοινωνική λειτουργός καλείται να κάνει έρευνα κατ' οίκον στους δικαιούχους. Αναθεώρηση γίνεται όταν βγάλει ανακοίνωση η δημοτική αρχή, περίπου κάθε χρόνο.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

19. Το προσωπικό του παντοπωλείου χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα για την καλύτερη λειτουργία της δομής και την επικοινωνία των πρωτοβουλιών;
Όχι δεν τα χρησιμοποιούμε. Ο δήμος και συγκεκριμένα το γραφείο τύπου το έχει αναλάβει αυτό.
20. Το προσωπικό αποτελεί παράλληλα και διαχειριστής των ηλεκτρονικών μέσων του κοινωνικού παντοπωλείου;
Όχι.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

21. Χρησιμοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για να επικοινωνήσει το προσωπικό τις πρωτοβουλίες με συμμετοχικό τρόπο;
-
22. Κατά πόσο οι ενδιαφερόμενοι ή εθελοντές ανταποκρίνονται στο ψηφιακό κάλεσμα του κοινωνικού παντοπωλείου;
Δεν μπορούμε να το ξέρουμε αυτό καθώς το γραφείο τύπου δημοσιεύει τα δελτία τύπου και από εκεί δεν μπορεί να δει πόση απήχηση έχουν.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

23. Ποια είναι η διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν την δομή;
Η υπεύθυνη συζητάει με το προσωπικό και ό, τι θέμα υπάρχει το μεταφέρει στον δήμο. Από εκεί και πέρα, ο δήμος είναι υπεύθυνος για τις αποφάσεις.
24. Σε αυτές υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχει το προσωπικό;

Ναι.

ΚΛΕΙΣΙΜΟ

25. Πώς κρίνεται το μέλλον του κοινωνικού παντοπωλείου και ποιες αλλαγές πρέπει να γίνουν για την βελτίωση της λειτουργίας του;
Το παντοπωλείο θα συνεχίσει να υπάρχει καθώς δέχεται σημαντική στήριξη από το σύνολο της δραμινής κοινότητας. Το πρόβλημα είναι ότι είμαστε λίγα άτομα όσοι το δουλεύουμε σε καθημερινή βάση. Η μόνη αλλαγή που θέλουμε είναι να πάρουμε και άλλο προσωπικό.

Β2. Πίνακες

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ
1. Προσφέρουμε από καρδιάς (εθελοντική ομάδα)	6984456910 https://www.facebook.com/groups/1031566673531006/ http://prosferoumeapokardias.org	ΕΝΕΡΓΟ
2. Ηρακλείου Κρήτης	2810244186 https://www.facebook.com/KoinonikoPantopoleioStoDemoErakleiou	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-2
3. Δήμου Νεάπολης Συκεών	2310514706 https://www.facebook.com/KoinonikesDomesNeapoliSykeon/	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-5
4. Δήμου Ευρώτα	2735360030	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 7-3
5. Καβάλας	2510232211 https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Καβάλας-Στηρίζω-633491183354802/	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-4
6. Δήμου Ζωγράφου	2107773157 https://www.facebook.com/PantopoleioZografou	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 7.30-2.30
7. Ρεθύμνου	2831343323	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
8. Μαραθώνα	2294091176 https://www.facebook.com/KoinonikoPantopoleioMarathona http://koinoniko-pantopoleio.gr	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-5
9. Γαλασιού	2102143321	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-5
10. Δήμου Κερατσινίου-Δραπετσώνας	2168003078	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-3
11. Δήμου Παλαιού Φαλήρου	2109843409 https://www.facebook.com/koinpantpf/	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-5
12. Δήμου Χαλανδρίου	2106856805 http://pantopoleiochalandriou.blogspot.gr https://www.facebook.com/KoinonikoPantopoleioDimosChalandriou	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-5 (Τρίτη 9-2.30)
13. Δήμου Σταυρούπολης Ξάνθης	2542022693	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

14.Δήμου Θέρμης Θεσσαλονίκης	2310466555	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
15.Δήμου Βοΐου (γίνεται από συντηρήτριες έργων τέχνης)	2465021119	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 7.30-3
16.Δήμου Ηλιούπολης 1	2167002720 https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Δήμου-Ηλιούπολης-480085715413494/	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
17.Δήμου Σερρών	2321063388	ΚΛΕΙΣΤΟ ΑΠΟ ΤΟ 2013.
18.Δήμου Πατρέων	261 024 0859	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-5
19.Δήμου Δράμας	2521351130	ΕΝΕΡΓΟ Ορισμένες ώρες κάθε μέρα.
20.Τρικκαίων	2431026880	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 8-3
21.Δήμου Αγρινίου	2641039440	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-5 (Προγραμματισμένες διανομές)
22.Δήμου Μονεμβασιάς	2732360586	ΘΑ ΞΕΚΙΝΗΣΕΙ ΝΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΤΗΝ ΜΕΓΑΛΗ ΕΒΔΟΜΑΔΑ.
23.Δήμου Φαρσάλων	-	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
24.Λαγκαδά	2394330223	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
25.Δήμου Παλλήνης	2106604600	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
26.1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου	2104311939	ΕΝΕΡΓΟ Τετάρτη-Παρασκευή 12.30 και μετά
27.Σουλίου	2666360100 6946576572 - Κωσταράς	ΕΝΕΡΓΟ Με τηλεφωνική συνεννόηση
28.Ζακύνθου	2695022234	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
29.Γρεβενών	2462353403-4	ΕΝΕΡΓΟ Όταν έχουν τρόφιμα, παραδίδουν στους δικαιούχους.
30. Δήμου Αλεξανδρούπολης	2551022111 https://www.facebook.com/koinonikopantopoleioa/lexpolis/	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-5
31.Σπάρτης	-	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ..
32.Δήμου Αμαρίου	2833340103	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-1
33.Κιλκίς	2341352100-2341352171	ΚΛΕΙΣΤΟ ΑΠΟ ΤΟ 2015.
34.Δήμου Λοκρών, Αταλάντη	2233081052	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-2
35.Νομαρχίας Δωδεκανήσου	2241364414	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

36.Λιβαδειάς	2261350868	ΚΛΕΙΣΤΟ.
37.Δήμου Αμυνταίου	-	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
38.Αχαρνών	-	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
39.Δήμου Αλμωπίας	2384025407	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
40.Καισαριανής	-	ΚΛΕΙΣΤΟ ΑΠΟ ΤΟ 2014.
41.Νομαρχίας Ηρακλείου	2813400243	ΕΝΕΡΓΟ ΜΟΝΟ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ-ΠΑΣΧΑ
42. Δήμου Θήβας	2262350600	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Τετάρτη-Παρασκευή 10.30-12.30
43.Μαρκόπουλου	2299020173	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 8-2.30
44.Κεφαλονιάς	2671022425 https://www.facebook.com/okapkefalonias	ΕΝΕΡΓΟ Κάθε Τετάρτη 10-11. ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΡΟΥΧΑ
45.Δήμου Αγίου Δημητρίου	2109754035 https://www.facebook.com/koinwniko.pantopwleio.ag.dimitriou/	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 8.30-3.30
46.Δήμου Χανίων	2821341691	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
47.Τρίπολης	-	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
48.Δήμου Νέας Ιωνίας	2102719911 https://www.facebook.com/kpantopoleio	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-12.30
49.Κατερίνης	2351034714	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
50.Νάξου	2285360182	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 8-3
51.Πειραιά	2132022025	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ..
52.Δήμου Αλίμου	2109886947 https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Δήμου-Αλίμου-428079714054146/	ΕΝΕΡΓΟ Δεν έγινε τηλεφωνική επικοινωνία αλλά φαίνεται από τις αναρτήσεις στο facebook (13/10).
53.Σάμου	2273087640	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ..
54.Τανάγρας	2262351195	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
55.Δήμου Καστοριάς	2467022655	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
56.Λευκάδας	2645360591	ΕΝΕΡΓΟ Κάθε Πέμπτη 12-2.
57. Δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης	2106145148	ΕΝΕΡΓΟ 1 φορά το μήνα 1-2.30 ώρες.
58. Δήμου Νέας Σμύρνης	2132025882	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 7-3
59.Ιτέας	2265351121	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
60.Λουτρακίου	2744360110	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
61.Πύργου	2621360400 https://www.facebook.com/KoinonikoPantopoleioDimouPyrgou/	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ. Τελευταία ανάρτηση στο facebook το 2012.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

62.Δήμου Καλλιθέας	2130184400 https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Καλλιθέας-Αγησιλάου-9Α-1473522066215484/	ENERΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-5
63.Δήμου Άργους	2751062143 https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Πολιτών-Άργους-292449350793997/	ENERΓΟ Δεν έγινε τηλεφωνική επικοινωνία αλλά φαίνεται από τις αναρτήσεις στο facebook (27/10).
64.Ελευσίνας	2105542096	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
65.Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας	2132014900	ENERΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-3.30
66.Δήμου Ορεστιάδας	2552026542	ENERΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 7-3
67.Δήμου Χαλκιδέων	2221022314 https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Δήμου-Χαλκιδέων-649684488416838/	ENERΓΟ Δεν έγινε τηλεφωνική επικοινωνία αλλά φαίνεται από τις αναρτήσεις στο facebook (17/11).
68.Αγρινίου	26413 360300	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
69.Δήμου Αμαρουσίου	2132038345 https://www.facebook.com/koinonikopantopoliom_arousi/	ENERΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 7.30-3.30
70. Δήμου Ηλιούπολης 2	2109933263	ENERΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 7-3
71.Δήμου Ιεράπετρας	2842089707 https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Δήμου-Ιεράπετρας-1555599994683144/	ENERΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 8-2
72.Δήμου Καβάλας	2510451367 https://www.facebook.com/Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Καβάλας-Στηρίζω-633491183354802/	ENERΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-5
73.Δήμου Καλαμάτας	2721097173 https://www.facebook.com/Δημοτικό-Κοινωνικό-Παντοπωλείο-Καλαμάτας-559315184140334/	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ. Τελευταία ανάρτηση στο facebook 10/2013.
74.Δήμου Κομοτηνής	2531081802	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
75.Δήμου Πετρούπολης	2105063660	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
76.Δήμου Τυρνάβου	2492350181	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
77.Θεσσαλονίκης	2310534543	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
78.Ιωαννίνων	2651077077	ENERΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 10-11
79.Καρπενησίου	2237080239	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

80.Μεσολογγίου	2631363432	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
81.Νομαρχίας Χίου	2271044258	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
82.Σερρών	2321085470	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Τετάρτη-Παρασκευή 9-1
83.Δήμου Βόλου	2421055156 https://www.facebook.com/Δημοτικο-Κοινωνικο-Παντοπωλειο-Δημου-Βολου-622207514555605/	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 7-2.30
84.Δήμου Λάρισας	2410255876	ΕΝΕΡΓΟ Δευτέρα-Παρασκευή 9-2
85.Δήμου Μενεμένης Θεσσαλονίκης	2310729260	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.
86.Δήμου Νεάπολης Θεσσαλονίκης	2310671100	ΔΕΝ ΒΡΕΘΗΚΕ.

Πίνακας 15: Κατάλογος όλων των κοινωνικών παντοπωλείων που συμπεριλαμβάνονται στην ομώνυμη λίστα της πλατφόρμας Οργάνωση 2.0 με στοιχεία επικοινωνίας και λεπτομέρειες για την κατάσταση λειτουργίας τους

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΩΝ	ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ		
		ΝΑΙ	ΔΕΝ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΘΗΚΕ	ΟΧΙ
ΑΤΤΙΚΗ		Δήμου Ζωγράφου	Δήμου Ηλιούπολης 1	Καισαριανής
		Δήμου Μαραθώνα	Δήμου Παλλήνης	
		Γαλασίου	Αχαρνών	
		Δήμου Κερατσινίου-Δραπετσώνας	Πειραιά	
		Δήμου Παλαιού Φαλήρου	Ελευσίνας	
		Δήμου Χαλανδρίου	Δήμου Πετρούπολης	
		1 ^ο Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου		
		Μαρκόπουλου		
		Δήμου Αγίου Δημητρίου		
		Δήμου Νέας Ιωνίας		
		Δήμου Αλίμου		
		Δήμου Λυκόβρυσσης-Πεύκης		
		Δήμου Νέας Σμύρνης		
		Δήμου Καλλιθέας		
		Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας		
		Δήμου Αμαρουσίου		
		Δήμου Ηλιούπολης 2		
1^ο ΥΠΟΣΥΝΟΛΟ	24	17	6	1

Πίνακας 16: Διαχωρισμός των κοινωνικών δομών του αρχικού δείγματος σε δομές εντός Αττικής και ενημέρωση σχετικά με την επιβεβαίωση της λειτουργίας τους

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΩΝ	ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ			
		ΝΑΙ	ΔΕΝ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΘΗΚΕ	ΟΧΙ	
ΕΚΤΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ		Προσφέρουμε από καρδιάς	Ρεθύμνου	Δήμου Σερρών	
		Ηρακλείου Κρήτης	Δήμου Σταυρούπολης Ξάνθης	Κιλκίς	
		Δήμου Νεάπολης Συκεών	Δήμου Θέρμης Θεσσαλονίκης	Λιβαδειάς	
		Δήμου Ευρώτα Καβάλας	Δήμου Φαρσάλων		
		Δήμου Βοΐου	Λαγκαδά		
		Δήμου Πατρέων	Ζακύνθου		
		Δήμου Δράμας	Σπάρτης		
			Νομαρχίας Δωδεκανήσου		
		Τρικκαίων	Δήμου Αμυνταίου		
		Δήμου Αγρινίου	Δήμου Αλμωπίας		
		Δήμου Μονεμβασιάς	Δήμου Χανίων		
		Σουλίου	Τρίπολης		
		Γρεβενών	Κατερίνης		
		Δήμου Αλεξανδρούπολης	Σάμου		
		Δήμου Αμαρίου	Τανάγρας		
		Δήμου Λοκρών, Αταλάντη	Δήμου Καστοριάς		
		Νομαρχίας Ηρακλείου	Ιτέας		
		Δήμου Θήβας	Λουτρακίου		
		Κεφαλονιάς	Πύργου		
		Νάξου	Αγρινίου		
		Λευκάδας	Δήμου Καλαμάτας		
		Δήμου Άργους	Δήμου Κομοτηνής		
		Δήμου Ορεστιάδας	Δήμου Τυρνάβου		
		Δήμου Χαλκιδέων	Θεσσαλονίκης		
		Ιεράπετρας	Καρπενησίου		
		Δήμου Καβάλας	Μεσολογγίου		
		Ιωαννίνων	Νομαρχίας Χίου		
		Σερρών	Δήμου Μενεμένης Θεσσαλονίκης		
		Δήμου Βόλου	Δήμου Νεάπολης Θεσσαλονίκης		
		Δήμου Λάρισας	Ρεθύμνου		
	2° ΥΠΟΣΥΝΟΛΟ	62	30	29	3

Πίνακας 17: Διαχωρισμός των κοινωνικών δομών του αρχικού δείγματος σε δομές εκτός Αττικής και ενημέρωση σχετικά με την επιβεβαίωση της λειτουργίας τους

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΝΕΡΓΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΩΝ	ΕΚΚΙΝΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ⁴³			ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ ⁴⁴
ΑΤΤΙΚΗ		Δήμου Ζωγράφου			
		Δήμου Μαραθώνα	1/2013 (48)		320
		Γαλασίου	2/2014 (35)		350
		Δήμου Κερατσινίου-Δραπετσώνας	4/2013 (45)		150
		Δήμου Παλαιού Φαλήρου	3/2013 (46)		700
		Δήμου Χαλανδρίου	3/2013 (46)		632
		1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου	9/2010 (76)		100
		Μαρκόπουλου			
		Δήμου Αγίου Δημητρίου	3/2013 (46)		500
		Δήμου Νέας Ιωνίας	12/2011 (61)		700
		Δήμου Αλίμου	2/2015 (23)		400
		Δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης	1/2013 (48)		139
		Δήμου Νέας Σμύρνης	3/2013 (46)		500
		Δήμου Καλλιθέας	12/2013 (37)		600
		Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας	8/2016 (5)		600
		Δήμου Αμαρουσίου			
		Δήμου Ηλιούπολης 2	12/2012 (49)		300
1^ο ΥΠΟΣΥΝΟΛΟ	17	14	-	-	

Πίνακας 18: Στοιχεία του αρχικού δείγματος σχετικά με τον χρόνο εκκίνησης της λειτουργίας και τους ωφελούμενους (παντοπωλεία εντός Αττικής)

⁴³ Ορίζεται ως μονάδα μέτρησης ο μήνας και ως τελικό χρονικό όριο ο Δεκέμβριος του 2016.

⁴⁴ Ορίζεται ως μονάδα μέτρησης η οικογένεια.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΝΕΡΓΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΩΝ	ΕΚΚΙΝΗΣΗ		
			ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ⁴⁵	ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ ⁴⁶
ΑΤΤΙΚΗ		Προσφέρουμε από καρδιάς	9/2015 (16)	40
		Ηρακλείου Κρήτης	1/2013 (48)	150
		Δήμου Νεάπολης Συκεών		
		Δήμου Ευρώτα	3/2014 (34)	100
		Καβάλας	10/2013 (39)	350
		Δήμου Βοΐου		
		Δήμου Πατρέων		
		Δήμου Δράμας	12/2012 (48)	743
		Τρικκαίων	4/2012 (57)	200
		Δήμου Αγρινίου		
		Δήμου Μονεμβασιάς		
		Σουλίου	11/2012 (47)	80
		Γρεβενών		
		Δήμου Αλεξανδρούπολης	1/2011 (72)	150
		Δήμου Αμαρίου		
		Δήμου Λοκρών, Αταλάντη		
		Νομαρχίας Ηρακλείου		
		Δήμου Θήβας	3/2012 (58)	310
		Κεφαλονιάς		
		Νάξου	1/2012 (60)	610
		Λευκάδας		
		Δήμου Άργους	12/2013 (37)	600
		Δήμου Ορεστιάδας	9/2010 (76)	270
		Δήμου Χαλκιδέων		
		Δήμου Ιεράπετρας	12/2012 (49)	200
		Δήμου Καβάλας	11/2013 (38)	350
		Ιωαννίνων		
	Σερρών			
	Δήμου Βόλου	1/2013 (48)	300	
	Δήμου Λάρισας			
2° ΥΠΟΣΥΝΟΛΟ	30	15	-	-

Πίνακας 19: Στοιχεία του αρχικού δείγματος σχετικά με τον χρόνο εκκίνησης της λειτουργίας και τους ωφελούμενους (παντοπωλεία εκτός Αττικής)

⁴⁵ Ορίζεται ως μονάδα μέτρησης ο μήνας και ως τελικό χρονικό όριο ο Δεκέμβριος του 2016.

⁴⁶ Ορίζεται ως μονάδα μέτρησης η οικογένεια.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΑΤΤΙΚΗ	
ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	ΕΚΚΙΝΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ⁴⁷
1.1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου	9/2010 (76)
2.Δήμου Νέας Ιωνίας	12/2011 (61)
3.Δήμου Ηλιούπολης 2	12/2012 (48)
4.Δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης	1/2013 (48)
5.Δήμου Μαραθώνα	1/2013 (48)
6.Δήμου Αγίου Δημητρίου	3/2013 (46)
7.Δήμου Νέας Σμύρνης	3/2013 (46)
8.Δήμου Παλαιού Φαλήρου	3/2013 (46)
9.Δήμου Χαλανδρίου	3/2013 (46)
10.Δήμου Κερατσινίου-Δραπετσώνας	4/2013 (45)
11.Δήμου Καλλιθέας	12/2013 (37)
12.Γαλασίου	2/2014 (35)
13.Δήμου Αλίμου	2/2015 (23)
14.Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας	8/2016 (5)

Πίνακας 20: Διαχωρισμός του δείγματος των δομών της Αττικής στην μέση σχετικά με την εκκίνηση της λειτουργίας με κριτήριο την παλαιότητα

⁴⁷ Προκειμένου να γίνει πιο εύκολη η κατανόηση των ευρημάτων και τα τελευταία να είναι πιο εύκολα συγκρίσιμα, μετρήθηκε η εκκίνηση λειτουργίας σε μήνες.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΕΚΤΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	
ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	ΕΚΚΙΝΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ
1. Δήμου Ορεστιάδας	9/2010 (76)
2. Δήμου Αλεξανδρούπολης	1/2011 (72)
3. Νάξου	1/2012 (60)
4. Δήμου Θήβας	3/2012 (58)
5. Τρικκαίων	4/2012 (57)
6. Δήμου Ιεράπετρας	12/2012 (49)
7. Δήμου Δράμας	12/2012 (49)
8. Δήμου Βόλου	1/2013 (48)
9. Ηρακλείου Κρήτης	1/2013 (48)
10. Σουλίου	2/2013 (47)
11. Καβάλας	10/2013 (39)
12. Δήμου Καβάλας	11/2013 (38)
13. Δήμου Άργους	12/2013 (37)
14. Δήμου Ευρώτα	3/2014 (34)
15. Προσφέρουμε από καρδιάς	9/2015 (16)

Πίνακας 21: Διαχωρισμός του δείγματος των δομών εκτός Αττικής στην μέση σχετικά με την εκκίνηση της λειτουργίας με κριτήριο την παλαιότητα

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΑΤΤΙΚΗ	
ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ ⁴⁸
1. Δήμου Νέας Ιωνίας	700
2. Δήμου Παλαιού Φαλήρου	700
3. Δήμου Χαλανδρίου	632
4. Δήμου Καλλιθέας	600
5. Δήμου Μάνδρας-Ειδυλλίας	600
6. Δήμου Αγίου Δημητρίου	500
7. Δήμου Νέας Σμύρνης	500
8. Δήμου Αλίμου	400
9. Γαλασίου	350
10. Μαραθώνα	320
11. Δήμου Ηλιούπολης 2	300
12. Δήμου Κερατσινίου-Δραπετσώνας	150
13. Δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης	139
14. 1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου	100

Πίνακας 22: Διαχωρισμός του δείγματος των δομών της Αττικής στην μέση σχετικά με το πλήθος των ωφελούμενων με φθίνουσα σειρά

⁴⁸ Ως μονάδα μέτρησης των ωφελούμενων ορίστηκε η οικογένεια.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΕΚΤΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	
ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ
1.Δήμου Δράμας	743
2.Νάξου	610
3.Δήμου Άργους	600
4.Δήμου Καβάλας	350
5.Καβάλας	350
6.Δήμου Θήβας	310
7.Δήμου Βόλου	300
8.Δήμου Ορεστιάδας	270
9.Δήμου Ιεράπετρας	200
10.Τρικκαίων	200
11.Δήμου Αλεξανδρούπολης	150
12.Ηρακλείου Κρήτης	150
13.Δήμου Ευρώτα	100
14.Σουλίου	80
15.Προσφέρουμε από καρδιάς	40

Πίνακας 23: Διαχωρισμός του δείγματος των δομών εκτός Αττικής στην μέση σχετικά με το πλήθος των ωφελούμενων με φθίνουσα σειρά

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

	ΕΚΚΙΝΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	ΠΛΗΘΟΣ ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΩΝ
ΑΤΤΙΚΗ	1.1 ^{ου} Ειδικού Δημοτικού Σχολείου Κερατσινίου	1.Δήμου Νέας Ιωνίας
	2.Δήμου Νέας Ιωνίας	2.Δήμου Παλαιού Φαλήρου
	3.Δήμου Ηλιούπολης 2	3.Δήμου Χαλανδρίου
	4.Δήμου Λυκόβρυσσης-Πεύκης	4.Δήμου Καλλιθέας
	5.Δήμου Μαραθώνα	5.Μάνδρας-Ειδυλλίας
	6.Δήμου Αγίου Δημητρίου	6.Δήμου Αγίου Δημητρίου
	7.Δήμου Νέας Σμύρνης	7.Δήμου Νέας Σμύρνης
	8.Δήμου Παλαιού Φαλήρου	
	9.Δήμου Χαλανδρίου	
ΕΚΤΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	1.Δήμου Ορεστιάδας	1.Δήμου Δράμας
	2.Δήμου Αλεξανδρούπολης	2.Νάξου
	3.Νάξου	3.Δήμου Άργους
	4.Δήμου Θήβας	4.Δήμου Καβάλας
	5.Τρικκαίων	5.Καβάλας
	6.Δήμου Ιεράπετρας	6.Δήμου Θήβας
	7.Δήμου Βόλου	7.Δήμου Βόλου
	8.Δήμου Δράμας	8.Δήμου Ορεστιάδας
	9.Ηρακλείου Κρήτης	

Πίνακας 24: Συγκεντρωτικός πίνακας φθίνουσας κατάταξης ως προς το σημείο εκκίνησης και το πλήθος των ωφελούμενων των κοινωνικών παντοπωλείων

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΖΩΝΗ	ΝΟΜΟΙ
Ζώνη Α	Ηρακλείου, Χανίων, Ρεθύμνου, Λασιθίου, Κυκλάδων, Δωδεκανήσου, Σάμου, Μεσσηνίας, Λακωνίας, Αργολίδας, Ζακύνθου, Κεφαλληνίας και Ιθάκης, Κυθήρων και Νήσων του Σαρωνικού (Αττικής), Αρκαδίας (πεδινή)
Ζώνη Β	Υπόλοιπης Αττικής, Κορινθίας, Ηλείας, Αχαΐας, Αιτωλοακαρνανίας, Φθιώτιδας, Φωκίδας, Βοιωτίας, Εύβοιας, Μαγνησίας, Λέσβου, Χίου, Κέρκυρας, Λευκάδας, Θεσπρωτίας, Πρέβεζας, Άρτας
Ζώνη Γ	Αρκαδίας (ορεινή), Ευρυτανίας, Ιωαννίνων, Λάρισας, Καρδίτσας, Τρικάλων, Πιερίας, Ημαθίας, Πέλλης, Θεσσαλονίκης, Κιλκίς, Χαλκιδικής, Σερρών (εκτός ΒΑ τμήματος), Καβάλας, Ξάνθης, Ροδόπης, Έβρου
Ζώνη Δ	Γρεβενών, Κοζάνης, Καστοριάς, Φλώρινας, Σερρών (ΒΑ τμήμα), Δράμας

Πίνακας 25: Διαχωρισμός της Ελλάδας σε κλιματικές ζώνες

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ⁴⁹
Μαραθώνα	http://site.marathon.gr/2016-11-04-13-05-41.html
Δήμου Ηλιούπολης	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://www.ilioupoli.gr/news/press-releases/475-agonas-podosfairou-filanthropikou-xaraktira 2. http://www.ilioupoli.gr/news/press-releases/466-stelexonontai-me-ekseidikevmeno-prosopiko-oi-koinonikes-domes-tis-ilioupolis 3. http://www.ilioupoli.gr/news/press-releases/450-agonas-filanthropikou-xaraktira 4. http://www.ilioupoli.gr/news/press-releases/440-me-epityxia-pragmatopoiithike-o-imimarathonios-agapis 5. http://www.ilioupoli.gr/news/announcements/425-prosklisi-ston-imimarathonio-agapis 6. http://www.ilioupoli.gr/news/press-releases/423-entaxthikan-sto-espato-koinoniko-pantopoleio-kai-to-koinoniko-farmakeio 7. http://www.ilioupoli.gr/news/press-releases/386-dianomi-trofimon-koinonikou-pantopoleiou 8. http://www.ilioupoli.gr/news/press-releases/328-syllogi-sxolikon-aidon-gia-paidia-me-anagki 9. http://www.ilioupoli.gr/news/press-releases/291-anakoinosi-entaksis-sto-koinoniko-pantopoleio-dimou-ilioupolis
Δήμου Θήβας	<p>Blog:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. http://pantopoliothivas.blogspot.gr/2016/09/blog-post.html 2. http://pantopoliothivas.blogspot.gr/2016/11/blog-post.html 3. http://pantopoliothivas.blogspot.gr/2016/11/blog-post_2.html 4. http://pantopoliothivas.blogspot.gr/2016/12/10.html 5. http://pantopoliothivas.blogspot.gr/2016/12/basket.html 6. http://pantopoliothivas.blogspot.gr/2016/12/blog-post.html <p>Site δήμου:</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. http://www.thiva.gr/portal/page/portal/dimosThivas/notices 8. http://pantopoliothivas.blogspot.gr/2016/09/blog-post.html
Δήμου Νέας Ιωνίας	http://socialservicesdni.blogspot.gr/
Δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης	http://www.dimospefkis.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=1099:2011-08-26-13-31-11&catid=2:2009-12-09-09-21-08&Itemid=26
Δήμου Ορεστιάδας	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://www.mkoapostoli.com/?p=9429 2. http://www.mkoapostoli.com/?p=9169 3. http://www.mkoapostoli.com/?p=8900

⁴⁹ Πρόβαση στα links στις 15.05.17.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΩΝ

<p>Δήμου Μάνδρας- Ειδυλλίας</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/5-tonoi-aktinidia-04112016/ 2. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/psaria-apo-to-koinoniko-pantopoleio-02112016/ 3. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/prosfora-elpesto-koinonilo-pantopoleio-13102016/ 4. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/11-tonoi-mhla-pantopoleio-10102016/ 5. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/sympolites-apo-to-koinoniko-pantopoleio-05102016/ 6. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/20-tonoi-vanilies-apo-to-koinoniko-pantopoleio-25092016/ 7. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/elpe-kai-koinoniko-pantopoleio-2016/ 8. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/10-tonoi-rodakina-pantopoleio-mandras-eydyllias-2016/ 9. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/dianomh-trofimon-mandra-26082016/ 10. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/dianomh-psarion-17082016/ 11. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/dianomh-giaourtion-se-paidia-toy-dhmoy-mas/ 12. http://mandras-eydyllias.gr/grafeio-typou/deltia-2016/konta-stiw-eypaueiw-omades-2016/
<p>Δήμου Ιεράπετρας</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://www.iemapetra.gov.gr/news/dimos-iemapetras/grafeio-typou/xristougenniatiko-festival/ 2. http://www.iemapetra.gov.gr/news/dimos-iemapetras/anakoinoseis/dianomh-proiontwn-teva-2/ 3. http://www.iemapetra.gov.gr/news/dimos-iemapetras/grafeio-typou/koinoniko-pantopoleio-2/ 4. http://www.iemapetra.gov.gr/koinoniko-pantopoleio/press/epitropi-diaxeirisis-koinonikou-pantopoleiou/30-11-2016/ 5. http://www.iemapetra.gov.gr/news/dimos-iemapetras/anakoinoseis/dianomi-proiontwn-teva/ 6. http://www.iemapetra.gov.gr/news/dimos-iemapetras/grafeio-typou/ergasiako-protathlima-basket/ 7. http://www.iemapetra.gov.gr/news/dimos-iemapetras/anakoinoseis/dianomi-proiontwn-dikaioxoi-teva/ 8. http://www.iemapetra.gov.gr/koinoniko-pantopoleio/press/epitropi-diaxeirisis-koinonikou-pantopoleiou/syneδriaseh-epitropih-diacheirish-to/ 9. http://www.iemapetra.gov.gr/news/dimos-iemapetras/anakoinoseis/dianomh-proiontwn-teba/ 10. http://www.iemapetra.gov.gr/koinoniko-pantopoleio/press/deltia-typou/eyxaristirio-gramvousa-krouazieres/

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

	<p>11. http://www.ierapetra.gov.gr/koinoniko-pantopoleio/press/epitropi-diaxeirisis-koinonikou-pantopoleiou/synedriash-20-07-2016/</p> <p>12. http://www.ierapetra.gov.gr/news/dimos-ierapetras/grafeio-tyπου/krhtikh-vradia-allhleggyhs/</p> <p>13. http://www.ierapetra.gov.gr/news/dimos-ierapetras/grafeio-tyπου/dianomh-teba/</p> <p>14. http://www.ierapetra.gov.gr/news/dimos-ierapetras/grafeio-tyπου/kreas-se-koinwnikes-domes/</p>
Δήμου Άργους	http://www.newargos.gr/index.php/2011-02-22-08-12-24/1513-2016-08-08-07-19-32
Δήμου Χαλανδρίου	<p>1. http://www.halandri.gr/default.aspx?lang=el-GR&page=331&newsid=5697</p> <p>2. http://www.poreia.org/docs/synaulia_allileggyis_ert.pdf</p>
Δήμου Νέας Σμύρνης	http://www.neasmyrni.gr/Formes/2016/epistup_parkoindom2016.pdf

Πίνακας 26: Οι δημοσιεύσεις που αφορούν τους πίνακες 9 και 10

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ	ΠΛΗΘΟΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ	LIKES	ΣΧΟΛΙΑ	ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ SOCIAL ACTIONS
Ηρακλείου	19	120	2	8	130
Δήμου Παλαιού Φαλήρου	5	33	1	1	35
Δήμου Ιεράπετρας	6	18	-	-	18
Δήμου Βόλου	14	57	-	-	57
Δήμου Άργους	36	22	-	3	25
Δήμου Χαλανδρίου	48	703	32	48	783

Πίνακας 27: Περαιτέρω στοιχεία για τον πίνακα 11

B3. Κριτήρια επιλογής ωφελούμενων

Όλες οι δομές που ερευνήθηκαν δημοσιεύουν είτε κάθε εξάμηνο είτε κάθε χρόνο τα κριτήρια τα οποία ένας δικαιούχος πρέπει να πληροί προκειμένου να μπορέσει να λαμβάνει τις υπηρεσίες τους. Παρακάτω αναγράφονται τα κριτήρια της επιλογής των ωφελούμενων καθώς και τα έγγραφα που πρέπει να προσκομίσουν στην δομή.

Κοινωνικό παντοπωλείο Τρικκαίων⁵⁰

Δικαιολογητικά

- Πιστοποιητικό οικογενειακής κατάστασης,
- Φωτοτυπία αστυνομικής ταυτότητας,
- Φωτοαντίγραφο Ε1-Ε9 και Εκκαθαριστικού Σημειώματος Φορολογικού έτους 2015 ή Υπεύθυνη Δήλωση (ότι δεν έχει υποχρέωση υποβολής Φορολογικής Δήλωσης), θεωρημένη από τη Δ.Ο.Υ.,
- Φωτοαντίγραφο κάρτας ανεργίας (αν υπάρχει),
- Δικαιολογητικά αναπηρίας (αν υπάρχουν),
- Φωτοαντίγραφο βιβλιαρίου υγείας (αν υπάρχει),
- Υπεύθυνη δήλωση για τον αν ο/η ή άλλο μέλος της οικογένειας ωφελείται από άλλη ανάλογη δομή ή πρόγραμμα (ΤΕΒΑ, Στέγαση και Επανάταξη κλπ).

Κοινωνικό παντοπωλείο Δήμου Παλαιού Φαλήρου⁵¹

Δικαιολογητικά

- Αντίγραφο Αστυνομικής Ταυτότητας/Διαβατηρίου 2,
- Αντίγραφο εκκαθαριστικού σημειώματος φόρου εισοδήματος και φορολογικής δήλωσης (Ε1) του τρέχοντος έτους (του - της ιδίου/ας, συζύγου και παιδιών) και αντίγραφο Ε9 (αν υπάρχει). Αν ο δικαιούχος δεν υποχρεούται στην υποβολή φορολογικής δήλωσης υποβάλλει Υπ. Δήλ. θεωρημένη από την ΔΟΥ του τόπου διαμονής,
- Πιστοποιητικό Οικογενειακής Κατάστασης (το πιστ/κό που υποβάλλουν οι ομογενείς & αλλοδαποί πρέπει να είναι πρόσφατο και μεταφρασμένο) ,
- Άδεια Παραμονής/Διαμονής σε ισχύ,
- Φωτοτυπία του Βιβλιαρίου Υγείας (εφόσον υπάρχει),
- Αντίγραφο από το μισθωτήριο συμβόλαιο ενοικίασης της οικίας,
- Αντίγραφο κάρτας ανεργίας ΟΑΕΔ,

⁵⁰ <http://www.ecdltest-themata.gr/epikairota/1394-koinoniko-pantopoleio-dimos-trikkaion.html>, Πρόσβαση στις 3/4/17.

⁵¹

[https://palaiofaliro.gr/Documents/Εκκληση%20για%20κοινωνικές%20δομές%20Π%20Φ%20\(1\)%20\(2\).pdf](https://palaiofaliro.gr/Documents/Εκκληση%20για%20κοινωνικές%20δομές%20Π%20Φ%20(1)%20(2).pdf), Πρόσβαση στις 3/4/17.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

- Αποδεικτικό πληρωμής Προνοιακού Επιδόματος που λαμβάνει οποιοδήποτε μέλος της οικογένειας,
- Γνωμάτευση Υγειονομικής Επιτροπής (αφορά άτομα με αναπηρία),
- Φωτοτυπία πρόσφατου λογαριασμού ΔΕΚΟ (Δ.Ε.Η. - Ο.Τ.Ε.).

Κοινωνικό παντοπωλείο Ορεστιάδας ⁵²

Δικαιολογητικά

- Αίτηση ενδιαφερομένου,
- Φωτοτυπία αστυνομικής ταυτότητας,
- Φωτοτυπία πρόσφατου λογαριασμού ΔΕΚΟ ή μισθωτηρίου συμβολαίου για βεβαίωση διεύθυνσης μονίμου κατοικίας,
- Πιστοποιητικό οικογενειακής κατάστασης από το Δήμο,
- Φωτοτυπία εκκαθαριστικού σημειώματος και Ε9 από όλα τα ενήλικα μέλη της οικογένειας ή υπεύθυνη δήλωση επικυρωμένη από τη Δ.Ο.Υ. σε περίπτωση μη υποβολής φορολογικής δήλωσης,
- Σε περίπτωση οικονομικής αδυναμίας φωτοτυπία της πρώτης σελίδας του βιβλιαρίου υγείας ή πρόσφατο απόκομμα σύνταξης υπερηλίκων ΟΓΑ,
- Σε περίπτωση ανεργίας άνω των έξι 6 μηνών κάρτα ανεργίας θεωρημένη από ΟΑΕΔ και σε περίπτωση μακροχρόνιας ανεργίας κάρτα ανεργίας θεωρημένη συνοδευμένη με βεβαίωση μακροχρόνιας ανεργίας από τον ΟΑΕΔ,
- Σε περίπτωση αναπηρίας απόφαση υγειονομικής επιτροπής, που αναγράφεται το ποσοστό,
- Σε περίπτωση που ο ενδιαφερόμενος ή οποιοδήποτε μέλος της ετησίας οικογένειας λαμβάνει οποιοδήποτε δημόσιο βοήθημα ή άλλη κρατική παροχή, βεβαίωση λήψης.
- Σε περίπτωση διαζυγίου, διαζευκτήριο,
- Σε περίπτωση χηρείας ληξιαρχική πράξη θανάτου,
- Οποιοδήποτε άλλο στοιχείο θεωρήσει χρήσιμο η Κοινωνική Υπηρεσία του Δήμου,
- Υπεύθυνη δήλωση αληθείας του περιεχομένου της αίτησης και των επισυναπτόμενων εγγράφων,
- Δήλωση με την οποία να επιτρέπεται στο Δήμο μέσω του Κ.Κ.Π.Α.Α.Δ.Ο. να διενεργήσει οποιοδήποτε έλεγχο προς οποιοδήποτε αρχή και φορέα για διαπίστωση του περιεχομένου της αίτησης και των επισυναπτόμενων εγγράφων,

Τα ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ θα πρέπει να είναι πρωτότυπα ή αρμοδίως θεωρημένα.

⁵² http://koinonikopantopoleioorestiada1.blogspot.gr/p/blog-page_2052.html, Πρόσβαση στις 3/4/17.

Κοινωνικό παντοπωλείο Νέας Ιωνίας

Δικαιούχοι

- Έλληνες πολίτες Δημότες ή κάτοικοι του Δήμου μας,
- Ομογενείς δημότες ή κάτοικοι του Δήμου μας,
- Αλλοδαποί που κατοικούν στο Δήμο μας και διαθέτουν άδεια παραμονής .

Οικονομικά κριτήρια

- Για μοναχικά άτομα το εισόδημα να μην υπερβαίνει το ποσό των 5500 ευρώ,
- Για ζευγάρια ή οικογένειες το ανωτέρω ποσό προσαυξάνεται αθροιστικά κατά 1200 ευρώ για τα προστατευμένα μέλη, σύζυγο και τέκνα ,
- Για άτομα με ειδικές ανάγκες ή με αναπηρία 67% και άνω , το ποσό να μην υπερβαίνει τις 9000 ευρώ,
- Σε περίπτωση που οι δικαιούχοι είναι ενοικιαστές , τότε θα αφαιρείται από το εισόδημα τους , το ποσό που καταβάλουν σαν ενοίκιο της κατοικίας τους.

Δικαιολογητικά

- Αίτηση συμμετοχής,
- Φωτοτυπία της αστυνομικής ταυτότητας ή διαβατηρίου,
- Φωτοτυπία λογαριασμού ΔΕΗ ή ΟΤΕ ή ΕΥΔΑΠ ή μισθωτηρίου συμβολαίου μέσω του οποίου θα βεβαιώνεται η διεύθυνση της κατοικίας του,
- Πιστοποιητικό οικογενειακής κατάστασης,
- Φωτοτυπία τελευταίων δηλώσεων Ε1 και Ε9 και εκκαθαριστικού σημειώματος.
- Για τους ανάπηρους επιπλέον απόφαση υγειονομικής επιτροπής , στην οποία καθορίζεται η αναπηρία και το ποσοστό αναπηρίας,
- Για τους απόρους φωτοτυπία της πρώτης σελίδας του βιβλιαρίου υγείας,
- Κάρτα ανεργίας ή βεβαίωση ανεργίας από ΟΑΕΔ.

Κοινωνικό παντοπωλείο Μάνδρας-Ειδυλλίας⁵³

Δικαιούχοι

- Έλληνες δημότες κάτοικοι του Δήμου Μάνδρας – Ειδυλλίας,
- Αλλοδαποί που αποδεδειγμένα κατοικούν μόνιμα στον Δήμο Μάνδρας - Ειδυλλίας και διαθέτουν άδεια παραμονής και θεωρημένο διαβατήριο, εφόσον πληρούν τα κριτήρια και τις προϋποθέσεις των επόμενων παραγράφων.

Βασικό κριτήριο για την ένταξη, μεμονωμένων ατόμων ή οικογενειών από τις κατηγορίες της προηγούμενης παραγράφου, στους δικαιούχους των υπηρεσιών του Δημοτικού Κοινωνικού Παντοπωλείου είναι η διαπίστωση της «απορίας», η οποία αποδεικνύεται από το εισόδημα σε συνδυασμό με την εξέταση και άλλων κοινωνικών κριτηρίων, όπως η ανεργία, η οικογενειακή κατάσταση, η ασθένεια, η

⁵³ <http://www.mandras-eydyllias.gr/component/k2/item/690-kononiko-pantopoleio-dhmoy-mandras-eydyllias>, Πρόσβαση στις 3/4/17.

αναπηρία, οι συνθήκες στέγασης και διαβίωσης, καθώς και τυχόν άλλα ιδιαίτερα κοινωνικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν.

Οικονομικά κριτήρια

- Απορία: Ετήσιο καθαρό ατομικό εισόδημα έως πέντε χιλιάδες (5.000) ευρώ, κλιμακούμενο για τα μέλη της ίδιας οικογένειας ως εξής:
Μέλη Οικογένειας Εισόδημα
Ένα (1) άτομο 6.000 ευρώ
Δύο (2) άτομα 7.500 ευρώ
Τρία (3) άτομα 9.000 ευρώ
Τέσσερα (4) άτομα και άνω 12.000 ευρώ,
- Οικογενειακή Κατάσταση: Πολυτεκνία, μονογονεϊκές οικογένειες, κλπ.,
- Κατάσταση Υγείας: Παθολογικά ή και ψυχιατρικά προβλήματα (συμπεριλαμβανομένων των ουσιοεξαρτήσεων), καθώς και αναπηρία,
- Ανεργία,
- Συνθήκες στέγασης και διαβίωσης καθώς και οποιαδήποτε έκτακτη περίσταση που θέτουν άτομα ή οικογένειες ευρισκόμενες σε δυσμενέστατη οικονομική κατάσταση.

Τα παραπάνω κριτήρια δύνανται να αναπροσαρμόζονται με απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου, κατόπιν αιτιολογημένης εισήγησης της Επιτροπής Διαχείρισης, σύμφωνα με τις εκάστοτε επικρατούσες συνθήκες αλλά και τις πραγματικές δυνατότητες του Δημοτικού Κοινωνικού Παντοπωλείου.

Δικαιολογητικά

- Αίτηση του ενδιαφερομένου, σύμφωνα με τυποποιημένο υπόδειγμα αίτησης που χορηγεί η αρμόδια υπηρεσία του Δήμου,
 - Πιστοποιητικό οικογενειακής κατάστασης,
 - Φωτοτυπία αστυνομικής ταυτότητας ή διαβατηρίου σε ισχύ,
 - Βεβαίωση μόνιμης κατοικίας από τον Δήμο,
 - Αντίγραφο του τελευταίου εκκαθαριστικού σημειώματος και σε περίπτωση μη υπάρξεως αυτού, υπεύθυνη δήλωση με το γνήσιο της υπογραφής περί μη υποχρέωσης υποβολής δήλωσης φορολογίας εισοδήματος.
- Δικαιολογητικά, κατά περίπτωση, ανάλογα με την κατάσταση του υποψηφίου-δυσνητικού δικαιούχου:
- Κάρτα ανεργίας σε ισχύ, εφόσον πρόκειται για άνεργο,
 - Βιβλιάριο απορίας, θεωρημένο από αρμόδια υπηρεσία Ο.Τ.Α. β' ή α' βαθμού.
 - Επίσημη Ιατρική Γνωμάτευση, εφόσον υπάρχει πρόβλημα υγείας,
 - Γνωμάτευση Πρωτοβάθμιας Επιτροπής περί ποσοστού αναπηρίας ή Κέντρου Πιστοποίησης Αναπηρίας (ΚΕ.Π.Α.), εφόσον πρόκειται για Άτομα με Ειδικές Ανάγκες,
 - Ενοικιοστάσιο (μισθωτήριο) συμβόλαιο, στην περίπτωση που ενοικιάζει σπίτι,

- Αντίγραφο εξατομικευμένης έκθεσης κοινωνικής έρευνας από αρμόδια δημόσια ή δημοτική υπηρεσία, εφόσον υπάρχει, με την οποία μπορεί να διαπιστωθεί η κοινωνική κατάσταση, οι συνθήκες και οι δυσχέρειες διαβίωσης του ατόμου ή της οικογένειας (διάσταση, μονογονεϊκότητα, πολυτεκνία, αδυναμία εξυπηρέτησης, κλπ).

Κοινωνικό παντοπωλείο Δήμου Ιεράπετρας⁵⁴

Δικαιούχοι

- Έλληνες κάτοικοι του Δήμου,
- Ομογενείς κάτοικοι του Δήμου,
- Αλλοδαποί, που αποδεδειγμένα κατοικούν στο Δήμο μας και διαθέτουν άδεια παραμονής και θεωρημένο διαβατήριο.

Δικαιολογητικά

- Αίτηση του ενδιαφερόμενου,
- Πιστοποιητικό οικογενειακής κατάστασης,
- Κάρτα ή κάρτες ανεργίας σε ισχύ,
- Φωτοτυπία αστυνομικής ταυτότητας ή διαβατηρίου σε ισχύ,
- Αντίγραφο του Ε1 και Ε9 ή βεβαίωση περί μη υποχρέωσης υποβολής φορολογικής δήλωσης από την αρμόδια Δ.Ο.Υ.,
- Βεβαίωση μόνιμου κατοικίας ή λογαριασμό ΔΕΚΟ,
- Μία μικρή φωτογραφία για την κάρτα δικαιούχου,
- Έκθεση Κοινωνικής έρευνας,
- Απόφαση Υγειονομικής Επιτροπής ή άλλου Δημόσιου Φορέα, εφόσον υπάρχει πρόβλημα υγείας.

Κοινωνικό παντοπωλείο Δήμου Ηλιούπολης⁵⁵

Δικαιολογητικά

- Φωτοτυπία της αστυνομικής ταυτότητας, ή του διαβατηρίου και της άδειας παραμονής σε ισχύ, κατά περίπτωση,
- Φωτοτυπία Ε1 και Εκκαθαριστικό τρέχοντος έτους. (Ατομικό ετήσιο εισόδημα 4.000 ευρώ προσαυξανόμενο κατά 20% για τον/την σύζυγο και 20% για κάθε προστατευόμενο μέλος. Για άτομα με ειδικές ανάγκες το ποσό προσαυξάνεται κατά 50%),
- Φωτοτυπία Ε9 (σε περίπτωση μη υπόχρεου αυτού, εκτύπωση από το gsis ότι δεν έχει υποβληθεί δήλωση Ε9),

⁵⁴ <http://www.ierapetra.gov.gr/koinoniko-pantopoleio/about/kanonismos-leitourgias-pantopoleiou/>, Πρόσβαση στις 3/4/17.

⁵⁵ <http://www.ilioupoli.gr/news/press-releases/291-anakoinosi-entaksis-sto-koinoniko-pantopoleio-dimou-ilioupolis>, Πρόσβαση στις 3/4/17.

- Πρόσφατο πιστοποιητικό Οικογενειακής κατάστασης (όχι παλαιότερο των έξι μηνών),
- Σε περίπτωση οικονομικής αδυναμίας, φωτοτυπία της πρώτης σελίδας του βιβλιαρίου υγείας (βιβλιάριο απορίας),
- Σε περίπτωση διάστασης/διαζυγίου, τα δικαιολογητικά που θα την αποδεικνύουν (διαζύγιο ή αγωγή διαζυγίου ή πρόσφατη σχετική δήλωση στην ΔΟΥ),
- Βεβαίωση μόνιμης κατοικίας,
- Φωτοτυπία λογαριασμού ΔΕΚΟ (Δ.Ε.Η., Ο.Τ.Ε., ΕΥ.Δ.Α.Π.) στο όνομα του αιτούντος ή μέλους της οικογένειάς του με το οποίο συνοικεί,
- Φωτοτυπία Μισθωτηρίου Συμβολαίου σε ισχύ, για τους διαμένοντες σε ενοικιαζόμενη κατοικία,
- Σε περίπτωση φιλοξενίας του αιτούντος, Υπεύθυνη Δήλωση του ατόμου από το οποίο φιλοξενείται (στην οποία θα δηλώνεται και το χρονικό διάστημα της φιλοξενίας), καθώς και τα φορολογικά του στοιχεία από τα οποία θα προκύπτει η φιλοξενία του,
- Για τους ανέργους, φωτοτυπία της Κάρτας Ανεργίας του ΟΑΕΔ πρόσφατα ενημερωμένη και αποδεικτικό απόλυσης ή διακοπής επαγγέλματος,
- Σε περίπτωση αναπηρίας, φωτοτυπία απόφασης της Υγειονομικής Επιτροπής του Κέντρου Πιστοποίησης Αναπηρίας (ΚΕΠΑ), στην οποία αναγράφεται το ποσοστό αναπηρίας, ή απόφαση (Υγειονομικής Επιτροπής ή συνταξιοδότησης) του φορέα ασφάλισης, στην οποία αναγράφεται το ποσοστό αναπηρίας,
- Υπεύθυνη δήλωση μη ένταξης σε αντίστοιχο πρόγραμμα παροχής τροφίμων από άλλο φορέα.

Κοινωνικό παντοπωλείο Δήμου Βόλου⁵⁶

Δικαιούχοι

- Έλληνες μόνιμοι κάτοικοι του Δήμου Βόλου,
- Ομογενείς μόνιμοι κάτοικοι του Δήμου Βόλου,
- Αλλοδαποί που αποδεδειγμένα κατοικούν μόνιμα στον Δήμο Βόλου και διαθέτουν άδεια παραμονής και θεωρημένο διαβατήριο, εφόσον πληρούν τα κριτήρια και τις προϋποθέσεις των επόμενων παραγράφων.

Βασικό κριτήριο για την ένταξη, μεμονωμένων ατόμων ή οικογενειών από τις κατηγορίες της προηγούμενης παραγράφου, στους δικαιούχους των υπηρεσιών του Δημοτικού Κοινωνικού Παντοπωλείου είναι η διαπίστωση της «απορίας», η οποία αποδεικνύεται από το εισόδημα σε συνδυασμό με την εξέταση και άλλων κοινωνικών κριτηρίων, όπως η ανεργία, η οικογενειακή κατάσταση, η ασθένεια, η

⁵⁶ <http://dimosvolos.gr/wp-content/uploads/2013/01/KANONISMOS-ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ-ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ-ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟΥ- ΤΕΛΙΚΟ .pdf>, Πρόσβαση στις 3/4/17.

αναπηρία, οι συνθήκες στέγασης και διαβίωσης, καθώς και τυχόν άλλα ιδιαίτερα κοινωνικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν.

Οικονομικά κριτήρια

- Απορία: Ετήσιο καθαρό ατομικό εισόδημα έως πέντε χιλιάδες (5.000) ευρώ, κλιμακούμενο για τα μέλη της ίδιας οικογένειας ως εξής:
Μέλη Οικογένειας Εισόδημα Ένα (1) άτομο 5.000 ευρώ
Δύο (2) άτομα 6000 ευρώ
Τρία (3) άτομα 8.000 ευρώ
Τέσσερα (4) άτομα και άνω 12.000 ευρώ
- Οικογενειακή Κατάσταση: Πολυτεκνία, μονογονεϊκές οικογένειες, κλπ.
- Οικονομική και Περιουσιακή Κατάσταση: Οι πηγές εισοδήματος και τα περιουσιακά στοιχεία του μονήρη ατόμου ή των μελών της οικογένειας που αιτούνται παροχές του Δημοτικού Κοινωνικού Παντοπωλείου.
- Κατάσταση Υγείας: Παθολογικά ή και ψυχιατρικά προβλήματα (συμπεριλαμβανομένων των ουσιοεξαρτήσεων), καθώς και αναπηρία.
- Ανεργία.
- Συνθήκες στέγασης και διαβίωσης καθώς και οποιαδήποτε έκτακτη περίσταση που θέτει το μονήρη άτομο ή τις οικογένειες σε δυσμενέστατη οικονομική κατάσταση.

Δικαιολογητικά

- Αίτηση του ενδιαφερομένου, σύμφωνα με τυποποιημένο υπόδειγμα αίτησης που χορηγεί η αρμόδια υπηρεσία του Δήμου,
- Πιστοποιητικό οικογενειακής κατάστασης,
- Φωτοτυπία αστυνομικής ταυτότητας ή διαβατηρίου σε ισχύ,
- Βεβαίωση μόνιμης κατοικίας από τον Δήμο ή αντίγραφο λογαριασμού Δημόσιας Επιχείρησης Κοινής Ωφέλειας από το οποίο πιστοποιείται η διεύθυνση κατοικίας,
- Αντίγραφο της τελευταίας δήλωσης φορολογίας εισοδήματος ή του εκκαθαριστικού σημειώματος φυσικών προσώπων (έντυπο Ε1) και σε περίπτωση μη υπάρξεως αυτών βεβαίωση περί μη υποχρέωσης υποβολής δήλωσης φορολογίας εισοδήματος, θεωρημένη από την οικεία Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία (Δ.Ο.Υ),
- Αντίγραφο δήλωσης στοιχείων ακινήτων (έντυπο Ε9) ή βεβαίωση οικείου Υποθηκοφυλακείου,

Δικαιολογητικά, κατά περίπτωση, ανάλογα με την κατάσταση του υποψηφίου-δυναμικού δικαιούχου:

- Κάρτα ανεργίας σε ισχύ, εφόσον πρόκειται για άνεργο. Βιβλιάριο απορίας, θεωρημένο από αρμόδια υπηρεσία Ο.Τ.Α. β' ή α' βαθμού,
- Επίσημη Ιατρική Γνωμάτευση, εφόσον υπάρχει πρόβλημα υγείας,
- Γνωμάτευση Πρωτοβάθμιας Επιτροπής περί ποσοστού αναπηρίας ή Κέντρου Πιστοποίησης Αναπηρίας (ΚΕ.Π.Α.), εφόσον πρόκειται για Άτομα με Ειδικές

Ανάγκες. Ενοικιοστάσιο (μισθωτήριο) συμβόλαιο, στην περίπτωση που ενοικιάζει σπίτι.

- Αντίγραφο εξατομικευμένης έκθεσης κοινωνικής έρευνας από αρμόδια δημόσια ή δημοτική υπηρεσία, εφόσον υπάρχει, με την οποία μπορεί να διαπιστωθεί η κοινωνική κατάσταση, οι συνθήκες και οι δυσχέρειες διαβίωσης του ατόμου ή της οικογένειας (διάσταση, μονογονεϊκότητα, πολυτεκνία, αδυναμία εξυπηρέτησης, κλπ),
Σε περίπτωση που το μονήρες άτομο ή οποιοδήποτε μέλος της αιτήτριας οικογένειας λαμβάνει οποιοδήποτε βοήθημα ή/και σύνταξη ή/και άλλη κρατική παροχή, σχετική βεβαίωση λήψης. Οποιοδήποτε άλλο δικαιολογητικό κριθεί απαραίτητο να ζητηθεί κατά περίπτωση.

Κοινωνικό παντοπωλείο Αγίου Δημητρίου⁵⁷

Δικαιολογητικά

- Πιστοποιητικό οικογενειακής κατάστασης,
- Κάρτα ανεργίας σε ισχύ,
- Αστυνομική ταυτότητα/Διαβατήριο και άδεια παραμονής,
- Ε1 του 2015,
- Εκκαθαριστικό 2015,
- Μισθωτήριο,
- Λογαριασμός ΔΕΚΟ,
- Διαζευκτήριο ή υπεύθυνη δήλωση διάστασης,
- Υπεύθυνη δήλωση φιλοξενίας,
- Πιστοποιητικό αναπηρίας.

Κοινωνικό παντοπωλείο Νέας Σμύρνης⁵⁸

Δικαιούχοι

- Έλληνες πολίτες δημότες ή κάτοικοι του Δήμου μας,
- Αλλοδαποί που κατοικούν στο Δήμο μας και διαμένουν νόμιμα στη χώρα μας.

Προϋποθέσεις

- Μοναχικά άτομα με χαμηλό εισόδημα ή ανεργία,
- Ζευγάρια ή οικογένειες με χαμηλό εισόδημα, κοινωνικοοικονομικά προβλήματα ή ανεργία,
- Άτομα με ειδικές ανάγκες ή με αναπηρία 67% και άνω με οικονομικά προβλήματα.

Οικονομικά κριτήρια

- Άγαμοι – μοναχικά άτομα με ετήσιο εισόδημα 6.000 €

⁵⁷ http://www.dad.gr/images/documents/dikaiologhtika/dikaiologhtika_koinvnikoy_pantopvleioy.pdf, Πρόσβαση στις 3/4/17.

⁵⁸ http://www.neasmyni.gr/Formes/KANONISMOS_PANTOPOLEIOY.pdf, Πρόσβαση στις 3/4/17.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

- Διμελείς οικογένειες με ετήσιο εισόδημα 7.500 €. Στο ποσό αυτό προστίθενται 1.500 € για κάθε επιπλέον προστατευόμενο μέλος. Το εισόδημα προσδιορίζεται αφαιρουμένου του ενοικίου εφόσον δεν υπάρχει ακίνητο ιδιοκτησίας των μελών, που να μην υπερβαίνει τα 80 τ.μ.
- Προϋποθέσεις ένταξης στο πρόγραμμα ανέργων και μακροχρόνια ανέργων.
- Η ανεργία από 6 μήνες και άνω με κάρτα ανεργίας θεωρημένη από τον ΟΑΕΔ και σε περίπτωση μακροχρόνιας ανεργίας με κάρτα ανεργίας σε ισχύ θεωρημένη και βεβαίωση μακροχρόνιας ανεργίας από το ΟΑΕΔ.
- Το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα να μην ξεπερνάει τις 12.000 € για διμελείς οικογένειες. Στο ποσό αυτό προστίθενται 2.000 € για κάθε επιπλέον προστατευόμενο μέλλον.

Δικαιολογητικά

- Αίτηση ενδιαφερομένου Φωτοτυπία αστυνομικής ταυτότητας/διαβατήριου,
- Φωτοτυπία λογαριασμού ΔΕΚΟ ή μισθωτηρίου συμβολαίου για βεβαίωση διεύθυνσης μόνιμου κατοικίας Πιστοποιητικό οικογενειακής κατάστασης (εκδίδεται από το Δήμο) Φωτοτυπία εκκαθαριστικού σημειώματος και Ε9 ή υπεύθυνη δήλωση επικυρωμένη από τη Δ.Ο.Υ. σε περίπτωση μη υποβολής φορολογικής δήλωσης,
- Σε περίπτωση οικονομικής αδυναμίας φωτοτυπία της πρώτης σελίδας του βιβλιαρίου υγείας ή πρόσφατο απόκομμα σύνταξης υπερηλίκων ΟΓΑ Σε περίπτωση ανεργίας άνω των έξι (6) μηνών κάρτα ανεργίας θεωρημένη από τον ΟΑΕΔ και σε περίπτωση μακροχρόνιας ανεργίας κάρτα ανεργίας θεωρημένη, συνοδευμένη με βεβαίωση μακροχρόνιας ανεργίας από τον ΟΑΕΔ,
- Σε περίπτωση αναπηρίας απόφαση υγειονομικής επιτροπής, που αναγράφεται το ποσοστό,
- Σε περίπτωση διαζυγίου διαζευκτήριο,
- Σε περίπτωση χηρείας ληξιαρχική πράξη θανάτου Οποιοδήποτε άλλο στοιχείο θεωρήσει χρήσιμο η Κοινωνική Υπηρεσία του Δήμου (ανάλογα με την περίπτωση του αιτούντος).

Κοινωνικό παντοπωλείο Δήμου Θήβας⁵⁹

Δικαιούχοι

- Έλληνες ή αλλοδαποί και να είναι κάτοικοι του Δήμου Θηβαίων

Οικονομικά κριτήρια

- Το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα να ανέρχεται μέχρι 6.000,00€ με 20% προσαύξηση για κάθε προστατευόμενο μέλος,
- Άνεργοι με οικογένεια ή χωρίς,

⁵⁹ http://pantopoliothivas.blogspot.gr/p/blog-page_29.html, Πρόσβαση στις 4/4/17.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

- Ανασφάλιστοι,
 - Πολύτεκνοι, μονογονεϊκές οικογένειες κ.λ.π.,
 - ΑμεΑ με χαμηλό εισόδημα.
- Δικαιολογητικά
- Αίτηση,
 - Φωτοτυπία Αστυνομικής Ταυτότητας,
 - Πιστοποιητικό οικογενειακής κατάστασης,
 - Εκκαθαριστικό φόρου εισοδήματος ή Υπεύθυνη Δήλωση ότι δεν υποβάλλει φορολογική δήλωση θεωρημένη από τη ΔΥΟ,
 - Ε9,
 - Μισθωτήριο συμβόλαιο ενοικίασης οικίας όπου υπάρχει,
 - Υπεύθυνη δήλωση ευθύνης του δικαιούχου, να ενημερώσει σε περίπτωση μεταβολής της κοινωνικής ή οικονομικής του κατάστασης,
 - Κάρτα Ανεργίας,
 - Επίσημη Ιατρική Γνωμάτευση εφ' όσον υπάρχει πρόβλημα υγείας,
 - Γνωμάτευση ΚΕΠΑ εφ' όσον πρόκειται για ΑΜΕΑ,
 - Οποιοδήποτε άλλο δικαιολογητικό κριθεί απαραίτητο να ζητηθεί κατά περίπτωση.

Κοινωνικό παντοπωλείο Ηρακλείου⁶⁰

Δικαιολογητικά

- Αίτηση (χορηγείται από την Υπηρεσία),
- Πιστοποιητικό Οικογενειακής Κατάστασης,
- Κάρτα ή κάρτες ανεργίας σε ισχύ (αν υπάρχουν),
- Φωτοτυπία αστυνομικής ταυτότητας ή διαβατηρίου σε ισχύ,
- Εκκαθαριστικό εφορίας έτους 2015 και αντίγραφο Ε1 και Ε9,
- Βεβαίωση μόνιμου κατοικίας ή λογαριασμός ΔΕΚΟ,
- Μια μικρή φωτογραφία για την κάρτα δικαιούχου (ισχύει για τους νέους δικαιούχους),
- Απόφαση Υγειονομικής Επιτροπής ή άλλο Δημόσιο Φορέα, εφόσον υπάρχει πρόβλημα Υγείας (ΑΜΕΑ),
- Διαβατήριο – άδεια διαμονής για αλλοδαπούς,
- Αν υπάρχει ενόικιο (μισθωτήριο Συμβόλαιο).

Κοινωνικό παντοπωλείο Δήμου Δράμας⁶¹

Δικαιούχοι

- Έλληνες πολίτες, κάτοικοι του Δήμου μας,

⁶⁰ <http://www.candianews.gr/2016/12/02/kriti-ta-nea-dikeologitika-gia-tous-dikeouchous-tou-kinonikou-pantopoliou-gia-to-etos-2017/>, Πρόσβαση στις 4/4/17.

⁶¹ http://koinonikopantopoleio.blogspot.gr/p/blog-page_12.html, Πρόσβαση στις 4/4/17.

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

- Ομογενείς κάτοικοι του Δήμου μας,
- Αλλοδαποί που κατοικούν στο Δήμο μας και διαθέτουν άδεια παραμονής. Κατά περίπτωση, θα μπορούν εξυπηρετούνται και Δημότες μας, οι οποίοι κατοικούν σε άλλες περιοχές και εφόσον καταθέσουν βεβαίωση από το Δήμο όπου κατοικούν ότι δεν λαμβάνουν ενίσχυση από αυτόν.

Οικονομικά κριτήρια

- Για μοναχικά άτομα το εισόδημα να μην υπερβαίνει το ποσό των 5500€.
- Για ζευγάρια ή οικογένειες το ανωτέρω ποσό προσαυξάνεται κατά 1200€ για κάθε επιπλέον μέλος της οικογένειας.
- Για άτομα με αναπηρία 67% και πάνω, το εισόδημα του δικαιούχου, να μην υπερβαίνει τις 8.500€. Επίσης, προσαυξάνεται κατά 1200€ για κάθε επιπλέον μέλος της οικογένειας.
- Σε περίπτωση που οι δικαιούχοι είναι ενοικιαστές, να αφαιρείται από το δηλωθέν εισόδημα το ποσό των 150€ ανά μήνα, εφόσον οι ενδιαφερόμενοι δεν έχουν άλλα ακίνητα».
- Για οφειλότες δανείου Α Κατοικίας, να αφαιρείται το ίδιο ποσό με τους ενοικιαστές (150€) με την προϋπόθεση να κατοικούν στην κατοικία και να μην έχουν άλλα ακίνητα.
- Για ανέργους, να αφαιρείται από το οικογενειακό εισόδημα, το ποσό των 100€ το μήνα, από την ημέρα που έμειναν άνεργοι.
Ως εισόδημα, θεωρούμε το πραγματικό και όχι το τεκμαρτό ή φορολογητέο, εφόσον το τεκμαρτό, είναι ένα σπίτι και ένα αυτοκίνητο.

Κατηγορίες ωφελούμενων

- Μοναχικά άτομα
- Ζευγάρια (δύο άτομα που διαμένουν μαζί)
- Οικογένειες που έχουν έως 2 παιδιά
- Οικογένειες που έχουν 3-4 παιδιά
- Οικογένειες που έχουν 5 παιδιά και άνω
- Μονογονεϊκές οικογένειες που έχουν έως 2 παιδιά
- Μονογονεϊκές οικογένειες που έχουν 3-4 παιδιά
- Μονογονεϊκές οικογένειες που έχουν 5 παιδιά και άνω
- Τρεις και περισσότεροι ενήλικοι που κατοικούν μαζί
Τα παιδιά σε μία οικογένεια μπορεί να είναι ανήλικα η να σπουδάζουν, άνεργα ή προστατευόμενα λόγω αναπηρίας.

Δικαιολογητικά

- Φωτοτυπία της αστυνομικής ταυτότητας ή διαβατηρίου για αλλοδαπούς και άδεια διαμονής σε ισχύ,
- Φωτοτυπία λογαριασμού Δ.Ε.Η. ή Ο.Τ.Ε. ή Ε.Υ.Δ.Α.Π. ή Μισθωτήριο Συμβόλαιο, ώστε να αποδεικνύεται η διεύθυνση κατοικίας,

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

- Φωτοτυπία Ε1 (Φορολογική δήλωση) – Φωτοτυπία Ε9 - Φωτοτυπία εκκαθαριστικού σημειώματος. Απαιτούνται και τα τρία δικαιολογητικά,
- Φωτοτυπία Κάρτας Ανεργίας σε ισχύ ή Βεβαίωση Ανεργίας από τον ΟΑΕΔ,
- Βεβαίωση διακοπής από ΟΑΑΕ ή Εφορία. (Για ελεύθερους επαγγελματίες). Η Διεύθυνση Κοινωνικής Πολιτικής, διά του αρμόδιου Γραφείου, θα πραγματοποιεί και Κοινωνική Έρευνα,
- Φωτοτυπία Πιστοποιητικού Οικογενειακής Κατάστασης,
- Φωτοτυπίες Αποδείξεων πληρωμής Ενοικίου για ενοικιαστές, ολόκληρου του έτους,
- Φωτοτυπία Βεβαίωσης ενήμερου δανείου Α' κατοικίας, από την Τράπεζα για ιδιοκτήτες, τουλάχιστον τελευταίου τριμήνου,
- Σε περίπτωση αναπηρίας αντίγραφο της βεβαίωσης της επιτροπής που αναγράφει το ποσοστό αναπηρίας, σε ισχύ,
- Φωτοτυπία της πρώτης σελίδας του βιβλιαρίου υγείας και τη σελίδα που φαίνεται η ανανέωση,
- Σε περίπτωση ημιαπασχόλησης, προσκομίζεται βεβαίωση αποδοχών από τον εργοδότη,
- Για κατοίκους που είναι Δημότες άλλων Δήμων εντός Αττικής, βεβαίωση ότι δεν λαμβάνουν ενίσχυση από το Δήμο στον οποίο είναι εγγεγραμμένοι.

Κοινωνικό παντοπωλείο Δήμου Αλεξανδρούπολης⁶²

Δικαιολογητικά

- Φωτοτυπία ταυτότητας ή διαβατηρίου με την άδεια παραμονής,
- Εκκαθαριστικό του 2013 ή 2014,
- Ε9 του 2013 ή του 2014,
- Πιστοποιητικό οικογενειακής κατάστασης,
- Φωτοτυπία κάρτα ανεργίας (2 πλευρές) του αιτούντα και του/της συζύγου εφόσον είναι άνεργος/η,
- Ιατρική γνωμάτευση εφόσον υπάρχει πρόβλημα υγείας ή αναπηρίας.

⁶² <http://www.xenioszeus.org.gr/index.php/el/2012-10-21-13-53-31/451-koinoniko-pantopoleio-aleksandroypolis>, Πρόσβαση στις 4/4/17.

Παράρτημα Γ. Πρωτογενές υλικό από την επεξεργασία των ερευνητικών αποτελεσμάτων

Γ1. Απολογισμοί κοινωνικών παντοπωλείων

Κωδικός	Περιγραφή	Προβλ. 2016	Προβλ. 2017	2016	2017	2016	2017
6481	Εξοδα λειτουργίας συσσιτίων	47.500,00	15.891,56	0,00	56.500,00	56.500,00	0,00
6481.0001	Δαπάνες προμήθειας τροφίμων ΚΟΙΠΑΠ	18.000,00	9.500,75	0,00	14.400,00	14.400,00	0,00
6481.0002	Προμήθεια ειδών κρεσπωλείου	10.000,00	1.526,36	0,00	10.000,00	10.000,00	0,00
6481.0003	Προμήθεια ειδών αρτοποιίας	4.000,00	1.368,80	0,00	3.000,00	3.000,00	0,00
6481.0004	Προμήθεια κατεψυγμένων ειδών	5.000,00	3.495,65	0,00	5.000,00	5.000,00	0,00
6481.0005	Προμήθεια ειδών οπωρολαχανοπωλείου	9.000,00	0,00	0,00	9.000,00	9.000,00	0,00
6481.0006	Προμήθεια ελαιόλαδου	1.500,00	0,00	0,00	1.500,00	1.500,00	0,00
6481.0008	Προμήθεια τροφίμων (συνεχιζόμενη σύμβαση)	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	0,00
6481.0009	Προμήθεια ειδών κρεσπωλείου(συνεχιζόμενη σύμβαση)	0,00	0,00	0,00	6.000,00	6.000,00	0,00
6481.0010	Προμήθεια ειδών αρτοποιαίου (συνεχιζόμενη σύμβαση)	0,00	0,00	0,00	1.100,00	1.100,00	0,00
6481.0011	Προμήθεια κατεψυγμένων ειδών (συνεχιζόμενη σύμβαση)	0,00	0,00	0,00	500,00	500,00	0,00
6481.0012	Προμήθεια ειδών οπωρολαχανοπωλείου (συνεχιζόμενη σύμβαση)	0,00	0,00	0,00	3.500,00	3.500,00	0,00
6481.0013	Προμήθεια ελαιόλαδου (συνεχιζόμενη σύμβαση)	0,00	0,00	0,00	500,00	500,00	0,00

Εικόνα 4: Απόσπασμα από τον ετήσιο προϋπολογισμό του δήμου Λυκόβρυσης-Πεύκης για το κοινωνικό παντοπωλείο

Ιανουάριος 2016	111	322	5.257,72	17,90	4.369,90
Φεβρουάριος 2016	125	404	7.307,40	435,60	5.003,65
Μάρτιος 2016	110	335	3.793,05	44,00	4.412,50
Απρίλιος 2016	120	370	5.494,35	639,30	4.776,10
Μάιος 2016	116	351	4.243,75	1.089,55	4.662,30
Ιούνιος 2016	108	339	3.195,60	287,84	4.348,45
Ιούλιος 2016	64	210	2.438,40	828,37	2.570,00
ΣΥΝΟΛΑ 2016			31.730,27	3.342,56	30.142,90
ΓΕΝΙΚΑ					

Εικόνα 5: Απόσπασμα από τον ετήσιο προϋπολογισμό του Ιδρύματος «Ανδρέας και Μαρία Καλοκαιρινού» για το κοινωνικό παντοπωλείο

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των κοινωνικών παντοπωλείων

αύξηση φτάνει το 16%.

Για το 2016 έχουν πραγματοποιηθεί 2.880 συναλλαγές με συνολικό αριθμό ωφελουμένων 5.993 και με τον αριθμό των προϊόντων να φτάνουν τις 65.412. Η αύξηση στον αριθμό των προϊόντων είναι της τάξεως του 9% και στις συναλλαγές 16%.

Εικόνα 6: Απόσπασμα από τον ετήσιο προϋπολογισμό του δήμου Παλαιού Φαλήρου για το κοινωνικό παντοπωλείο

31/12/15:
Τρόφιμα = 94,488 τεμάχια
Χαρτικά = 8,983 τεμάχια
Σύνολο: = 103,471 τεμάχια
• Ποσό που διατέθηκε (αντιστοιχεί στα προϊόντα) στους δικαιούχους από
01/07/15 - 31/12/15:
Τρόφιμα = 139.157,6€
Χαρτικά = 7.772,3€
Σύνολο: = 146.929,9€

2

Εικόνα 7: Απόσπασμα από τον ετήσιο προϋπολογισμό του δήμου Νέας Σμύρνης για το κοινωνικό παντοπωλείο

• Ποσότητα προϊόντων που παρελήφθησαν από 01/07/15 - 31/12/15:
Τρόφιμα = 5.782 τεμάχια
Χαρτικά = 1.164 τεμάχια
Σύνολο = 6.946 τεμάχια
• Ποσότητα δωρεών-χορηγιών που διατεθήκαν στους δικαιούχους από
01/07/15 - 31/12/15:
Τρόφιμα = 3.966 τεμάχια
Χαρτικά = 450 τεμάχια
Σύνολο: = 4.416 τεμάχια
Επιπροσθέτως σας γνωρίζουμε ότι από τις 3/05/2012 έως και τις 31/12/2015 ο αριθμός των αιτήσεων για ένταξη στο Κοινωνικό Παντοπωλείο του Δήμου Νέας

Εικόνα 8: Απόσπασμα από τον ετήσιο προϋπολογισμό του δήμου Νέας Σμύρνης για το κοινωνικό παντοπωλείο

Αυτοοργανωμένες δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα: Η περίπτωση των
κοινωνικών παντοπωλείων