



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ Τ.Ε.Ι ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ &
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΩΝ ΓΕΩΠΟΝΩΝ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

**ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ BIOSCOOP:
ΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ (ΜΕΛΩΝ ΚΑΙ ΜΗ-ΜΕΛΩΝ)**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΗΣ
ΕΥΛΟΞΙΑΣ ΚΩΣΤΑΚΟΓΛΟΥ**



**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΣΤΑΥΡΙΑΝΗ ΚΟΥΤΣΟΥ
ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ, 2018**

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την καθηγήτρια μου κ.α Σταυριανή Κουτσού για την σημαντική συμβολή της και την υποστήριξη της για την πραγματοποίηση αυτής της εργασίας καθώς και την οικογένεια μου και τους φίλους μου που μου στάθηκαν έμπρακτα σε αυτό το σημαντικό έργο.

Περίληψη

Η ανάγκη των σημερινών καταναλωτών να πάρουν την τροφή στα χέρια τους και η αναζήτηση ποιοτικών και οικονομικών προϊόντων από τη μια μεριά, αλλά και η αναζήτηση φθηνότερων προϊόντων μέσω της αποφυγής των μεσαζόντων, οδήγησε στην αναζήτηση λύσεων για ασφαλή τρόφιμα σε δίκαιες τιμές. Αυτός ήταν ο κύριος λόγος που το φθινόπωρο του 2011 ένας αρχικός πυρήνας μελών της ΠΡΩ.Σ.Κ.ΑΛ.Ο. (Πρωτοβουλία Συνεργασίας για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία) ξεκινά τις προσπάθειες για τη δημιουργία του πρώτου Κοινωνικού Καταναλωτικού Συνεταιρισμού Θεσσαλονίκης "Βίος Coop".

Στις 29 Μαρτίου 2012, δημιουργείται η Ιδρυτική Συνέλευση του συνεταιρισμού στην αίθουσα εκδηλώσεων του Κέντρου Ιστορίας Θεσσαλονίκης με αριθμό εγγεγραμμένων ιδρυτικών πάνω από 100 άτομα. Το 2013 ανοίγει το συνεταιριστικό μη-κερδοσκοπικό παντοπωλείο "Βίος Coop" και ο αριθμός των μελών του συνεταιρισμού ξεπερνά τα 300 άτομα. Το 2015 ολοκληρώνεται ένα πλήρες έτος πετυχημένης λειτουργίας του παντοπωλείου "Βίος Coop" παρουσιάζοντας σαφή ανοδική τάση με τον αριθμό των μελών του να ξεπερνά τα 400 άτομα και να συνεχίζει να αυξάνεται μέχρι και σήμερα εντάσσοντας όλο και πιο πολλά νέα μέλη, νέα προϊόντα και προσφέροντας όλο και μεγαλύτερο κοινωνικό έργο.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να παρουσιάσει την εξέλιξη του καταναλωτικού συνεταιρισμού Βίος Coop από την σύσταση του μέχρι και σήμερα και παράλληλα να διερευνήσει τις στάσεις και τις απόψεις των μελών και των πελατών μη μελών του σχετικά με τη λειτουργία του Συνεταιρισμού αλλά και τις προσδοκίες τους. Για το σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκε έρευνα τόσο στα μέλη, όσο και στους πελάτες-μη μέλη μέσω δυο διαφορετικών ερωτηματολογίων με ερωτήσεις ανοιχτού και κλειστού τύπου κατά το διάστημα Οκτώβριος-Νοέμβριος του 2018. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας σε γενικές γραμμές η εικόνα για τον συνεταιρισμό είναι θετική καθώς στη πλειονότητα τους είναι ευχαριστημένοι και από τις τιμές αλλά και από τα προϊόντα.

Τέλος υπάρχει γενικώς μία καλή αντίληψη για τους συνεταιρισμούς καθώς αρκετοί πιστεύουν στο εγχείρημα αυτό και αρκετοί συμμετέχουν και σε άλλα συλλογικά εγχειρήματα.

Λέξεις κλειδιά: καταναλωτικός συνεταιρισμός, Βίος Coop, Θεσσαλονίκη, προϊόντα, τιμές

Περιεχόμενοι πίνακες

- Πίνακας 4.1 Κύκλος εργασιών καταναλωτικών συνεταιρισμών 2014 σελ 52
- Πίνακας 4.2 Κύκλος εργασιών καταναλωτικών συνεταιρισμών 2015 σελ 53
- Πίνακας 4.3 Κύκλος εργασιών καταναλωτικών συνεταιρισμών 2016 σελ 54
- Πίνακας 5.1 Σύγκριση τιμών Bios Coop και συμβατικού σούπερ μάρκετ σελ 62
- Πίνακας 5.2 Τιμολογιακή πολιτική του συνεταιρισμού το διάστημα 2014-2018 σελ 63
- Πίνακας 6.1 μελών και πελατών/μη μελών σελ 65
- Πίνακας 6.2 Ηλικία μελών και πελατών/μη μελών σελ 66
- Πίνακας 6.3 Μορφωτικό επίπεδο μελών και πελατών/μη μελών σελ 67
- Πίνακας 6.4 Οικογενειακή κατάσταση μελών και πελατών/μη μελών σελ 68
- Πίνακας 6.5 Ύπαρξη ανήλικων τέκνων σελ 69
- Πίνακας 6.6 Επάγγελμα μελών και πελατών/μη μελών σελ 70
- Πίνακας 6.7 Κατοικία μελών και πελατών/μη μελών σελ 71
- Πίνακας 6.8 Μηναίο οικογενειακό εισόδημα μελών και πελατών/μη μελών σελ 73
- Πίνακας 6.9 Άνεργο μέλος στην οικογένεια σελ 74
- Πίνακας 6.10 Ενημέρωση για τον συνεταιρισμό- εκπλήρωση προσδοκιών για τα προϊόντα σελ 75
- Πίνακας 6.11 Προτίμηση αγοράς προϊόντων σελ 76
- Πίνακας 6.12 Συχνότητα αγορών από τον συνεταιρισμό σελ 77
- Πίνακας 6.13 Ποσοστό συνολικών αγορών των μελών και πελατών/μη μελών από τον συνεταιρισμό σελ 78
- Πίνακας 6.14 Λόγοι που τα μέλη και οι πελάτες/μη μέλη δεν κάνουν 100% τις αγορές τους από τον συνεταιρισμό σελ 79
- Πίνακας 6.15 Προτιμήσεις μελών και πελατών/μη μελών για τα προϊόντα που πωλούνται σελ 80
- Πίνακας 6.16 Άποψη μελών και πελατών/μη μελών για άλλες κατηγορίες προϊόντων σελ 81
- Πίνακας 6.17 Κατηγορίες προϊόντων που θα ήθελαν τα μέλη και τα μη-μέλη σελ 82

Πίνακας 6.18 Απόψεις μελών και πελατών/μη μελών για τους συνεταιρισμούς σελ 83

Πίνακας 6.19 Συμμετοχή σε άλλο κοινωνικό εγχείρημα σελ 83

Πίνακας 6.20 Κοινωνικό εγχείρημα σελ 84

Πίνακας 6.21 Γενικά στοιχεία των ερωτηθέντων 2014-2018 σελ 93

Πίνακας 6.22 Απόψεις μελών και πελατών για τον συνεταιρισμό Bios Coop 2014-2018
σελ 96

Περιεχόμενα σχήματα

- Σχήμα 1.1 Δομή Αγροτικών Συνεταιρισμών έως το 2011 σελ 6
- Σχήμα 1.2 Σημερινή δομή Αγροτικών Συνεταιρισμών σελ 7
- Σχήμα 1.3 Δομή Καταναλωτικών Συνεταιρισμών έως το 2011 σελ 8
- Σχήμα 1.4 Σημερινή δομή Καταναλωτικών Συνεταιρισμών σελ 8
- Σχήμα 2.1 Οι συνεταιριστικές αρχές του συνεταιρισμού Ροτσντέιλ- 1845 σελ 25
- Σχήμα 2.2 Οι συνεταιριστικές αρχές του συνεδρίου του Παρισιού 1937 σελ 25
- Σχήμα 2.3 Οι Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές του Συνεδρίου της Βιέννης-1966 σελ 26
- Σχήμα 2.4 Οι Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές του Συνεδρίου του Μάντσεστερ-1995 σελ 27

Περιεχόμενα διαγράμματα

- Διάγραμμα 6.1 Φύλο μελών και πελατών/μη μελών σελ 66
- Διάγραμμα 6.2 Ηλικία μελών και πελατών/μη μελών σελ 67
- Διάγραμμα 6.3 Μορφωτικό επίπεδο μελών και πελατών/μη μελών σελ 68
- Διάγραμμα 6.4 Οικογενειακή κατάσταση μελών και πελατών/μη μελών σελ 69
- Διάγραμμα 6.5 Ύπαρξη ανήλικων τέκνων σελ 70
- Διάγραμμα 6.6 Επάγγελμα μελών και πελατών/μη μελών σελ 71
- Διάγραμμα 6.8 Κατοικία μελών και πελατών/μη μελών του Δήμου Θεσσαλονίκης σελ 72
- Διάγραμμα 6.7 Κατοικία μελών και πελατών/μη μελών σελ 72
- Διάγραμμα 6.9 Μηναίο οικογενειακό εισόδημα μελών και πελατών/μη μελών σελ 73
- Διάγραμμα 6.10 Άνεργο μέλος στην οικογένεια σελ 74
- Διάγραμμα 6.11 Προτίμηση αγοράς προϊόντων σελ 76
- Διάγραμμα 6.12 Συχνότητα αγορών από τον συνεταιρισμό σελ 77
- Διάγραμμα 6.13 Ποσοστό συνολικών αγορών των μελών και πελατών/μη μελών από τον συνεταιρισμό σελ 78
- Διάγραμμα 6.14 Λόγοι που τα μέλη και οι πελάτες/μη μέλη δεν κάνουν 100% τις αγορές τους από τον συνεταιρισμό σελ 79
- Διάγραμμα 6.15 Προτιμήσεις μελών και πελατών/μη μελών για τα προϊόντα που πωλούνται σελ 81
- Διάγραμμα 6.16 Άποψη μελών και πελατών/μη μελών για άλλες κατηγορίες προϊόντων σελ 82
- Διάγραμμα 6.17 Συμμετοχή σε άλλο κοινωνικό εγχείρημα σελ 84
- Διάγραμμα 6.18 Κοινωνικό εγχείρημα σελ 85
- Διάγραμμα 6.19 Ιδρυτικός μέλος του συνεταιρισμού σελ 85
- Διάγραμμα 6.20 Χρονιά εισόδου στον συνεταιρισμό σελ 86
- Διάγραμμα 6.21 Λόγοι που έγιναν μέλη του συνεταιρισμού σελ 87
- Διάγραμμα 6.22 Παρακολούθηση συνελεύσεων συνεταιρισμού σελ 88
- Διάγραμμα 6.23 Παραμονή στον συνεταιρισμό σελ 90
- Διάγραμμα 6.24 Λόγοι που δεν είναι μέλη σελ 91
- Διάγραμμα 6.25 Λόγοι που κάνουν τα μη-μέλη τις αγορές τους από τον συνεταιρισμό. Σελ 91
- Διάγραμμα 6.26 Μέλος συνεταιρισμού μελλοντικά σελ 92

Διάγραμμα 6.27 Μορφωτικό επίπεδο 2014-2018 σελ 94

Διάγραμμα 6.28 Εργασία 2014-2018 σελ 95

Εισαγωγή

Στις μέρες μας η ανάγκη για καλύτερη εξασφάλιση ποιότητας τροφίμων αλλά και εισοδήματος έχει αυξηθεί πολύ μιας και η οικονομική κρίση πλήττει την χώρα μας. Αρκετοί πολίτες της χώρας βρίσκονται πλέον σε αδιέξοδο, καθώς το κόστος της επιβίωσης έχει αυξηθεί αρκετά κάνοντας τους να σκέφτονται διπλά και τριπλά πλέον για τις αγορές τους. Με την καθημερινή ανησυχία για την ποιότητα των τροφίμων που καταναλώνουν αρκετοί ψάχνουν εναλλακτικούς τρόπους για να εξασφαλίσουν οικονομικά και ποιοτικά προϊόντα.

Σημαντικό ρόλο σε αυτό το κομμάτι έχει παίξει η κοινωνική οικονομία η οποία είναι μια αλληλέγγυα οικονομία, με μη χρηματικές ανταλλαγές καθώς και οι κοινωνικές επιχειρήσεις κοινωφελούς σκοπού, είναι ένας άλλος χώρος οικονομικής δραστηριότητας, πέρα από την ανταγωνιστική οικονομία και μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά για το εισόδημα και την απασχόληση, για την αντιμετώπιση της ανεργίας, της δυσπραγίας και της φτώχειας.

Ηουσία της κοινωνικής οικονομίας επικεντρώνεται στις υπαρκτές ανάγκες του παρόντος, ιδιαίτερα όσον αφορά την απασχόληση έχοντας ως αποστολή να καλύψει τις ανάγκες όπου κι αν εμφανίζονται επιστρατεύοντας μέσα όπως η αλληλεγγύη, ο εθελοντισμός και οι δωρεές.

Ιδιαίτερη σημασία αποκτά ο τρίτος τομέας της κοινωνικής οικονομίας καθώς είναι μια οικονομική δραστηριότητα δημιουργείται κατά κύριο λόγο από πρωτοβουλία των πολιτών και δεν αποσκοπεί στο κέρδος. Πρόκειται με άλλα λόγια για μια «οικονομία των πραγματικών αναγκών».

Οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί αποτελούν παραδείγματα του τρίτου τομέα της οικονομίας καθώς είναι επιχειρήσεις μη κερδοσκοπικές παραγόμενες από πολίτες που έχουν κοινό σκοπό την καλύτερη εξασφάλιση ποιότητας τροφίμων σε χαμηλότερες τιμές χωρίς μεσάζοντες.

Με την ιδεολογία αυτή δημιουργήθηκε και ο καταναλωτικός συνεταιρισμός Bios Coop στην Θεσσαλονίκη με σκοπό να εξασφαλίσουν καλύτερης ποιότητας προϊόντων με χαμηλότερες τιμές χωρίς μεσάζοντες. Έτσι το 2013 ιδρύθηκε ο συνεταιρισμός ανοίγοντας στην ανατολική Θεσσαλονίκη το πρώτο καταναλωτικό συνεταιριστικό σούπερ μάρκετ.

Σκοπός αυτής την εργασίας είναι να διερευνήσουμε την πορεία του συνεταιρισμού και σε ποιο βαθμό εκπληρώθηκαν οι αρχικοί του στόχοι. Επίσης να διερευνήσουμε τις

απόψεις των μελών και των πελατών μη-μελών, για τα προϊόντα και τις τιμές καθώς και για τυχόν αλλαγές που θα ήθελαν να γίνουν ώστε ο συνεταιρισμός να γίνει ακόμα καλύτερος και να προσελκύσει περισσότερα μέλη, αλλά και να διαδώσει ακόμα περισσότερα την ιδεολογία του στο ευρύ κοινό.

Για να απαντηθούν τα παραπάνω ερωτήματα πραγματοποιήθηκε έρευνα μέσω ερωτηματολογίων σε μέλη και πελάτες του συνεταιρισμού, τα οποία τους αποστάλθηκαν ηλεκτρονικά, μέσω των βάσεων δεδομένων του Συνεταιρισμού. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκε επιτόπια έρευνα για την καταγραφή και σύγκριση των τιμών των προϊόντων με συμβατικά super markets.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΛΕΞΗΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ

Ως συνεταιρισμός ορίζεται, σύμφωνα με την Διεθνή Συνεταιριστική Ένωση, «η αυτόνομη ένωση που συγκροτείται εθελοντικά για την αντιμετώπιση κοινών κοινωνικών, οικονομικών και πολιτιστικών αναγκών και επιδιώξεων τους, διαμέσου μιας συνιδιοκτήτης και δημοκρατικά διοικούμενης επιχείρησης».

Ο ορισμός αυτός δόθηκε από την Διεθνή Συνεταιριστική Ένωση το 1995 στο Συνέδριο του Μάντσεστερ. Τον 19^ο αιώνα ο ορισμός του συνεταιρισμού καθώς και η ιδεολογία του εξελίχθηκε σημαντικά ως κίνημα με κοινωνικό και οικονομικό περιεχόμενο με στόχο τις χαμηλότερες κοινωνικές τάξεις για την αντιμετώπιση των διάφορων αδικιών του κεφαλαιοκρατισμού. Σε όλες τις φιλελεύθερες και δημοκρατικές χώρες πολιτείες υπάρχει ελευθερία συγκρότησης συνεταιρισμού για την επιδίωξη νόμιμων σκοπών με το δικαίωμα του «Συνεταιρίζεσθαι». Η ελευθερία του «Συνεταιρίζεσθαι» είναι το δικαίωμα ενός ατόμου να συνεταιρίζεται με άλλους για να σχηματίσει φορείς, όπως η σύσταση σωματείων, στα πλαίσια των οποίων επιδιώκεται από κοινού η επίτευξη κοινών στόχων.

(<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%85%CE%BD%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>)

Σύμφωνα με το Άρθρο 12 του Ελληνικού Συντάγματος (Δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι):

1. Οι Έλληνες έχουν το δικαίωμα να συνιστούν ενώσεις και μη κερδοσκοπικά σωματεία, τηρώντας τους νόμους, που ποτέ όμως δεν μπορούν να εξαρτήσουν την άσκηση του δικαιώματος αυτού από προηγούμενη άδεια.
2. Το σωματείο δεν μπορεί να διαλυθεί για παράβαση του νόμου ή ουσιώδους διάταξης του καταστατικού του, παρά μόνο με δικαστική απόφαση.
3. Οι διατάξεις της προηγούμενης παραγράφου εφαρμόζονται αναλόγως και σε ενώσεις προσώπων που δεν συνιστούν σωματείο.
4. Οι γεωργικοί και αστικοί συνεταιρισμοί κάθε είδους αυτοδιοικούνται σύμφωνα με τους όρους του νόμου και του καταστατικού τους και προστατεύονται και

εποπτεύονται από το Κράτος, που είναι υποχρεωμένο να μεριμνά για την ανάπτυξή τους.

5. Επιτρέπεται η σύσταση με νόμο αναγκαστικών συνεταιρισμών που αποβλέπουν στην εκπλήρωση σκοπών κοινής ωφέλειας ή δημόσιου ενδιαφέροντος ή κοινής εκμετάλλευσης γεωργικών εκτάσεων ή άλλης πλουτοπαραγωγικής πηγής, εφόσον πάντως εξασφαλίζεται η ίση μεταχείριση αυτών που συμμετέχουν.

<https://www.hellenicparliament.gr/Vouli-ton-Ellinon/To-Politevma/Syntagma/article-12/>

1.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω ο ορισμός του συνεταιρισμού έχει εξελιχθεί και αρκετοί προσπάθησαν και έδωσαν τον δικό τους ορισμό.

Από ελληνικής πλευράς:

Ο Θεόδωρος Τζωρτζάκης, γνωστός Έλληνας συνεταιριστής, δίνει τον εξής ορισμό

«Ο συνεταιρισμός είναι όργανο αυτοβοήθειας ασθενών οικονομικά προσώπων, δημιουργούμενος με την ένωση των μικρών κατά μέρος δυνάμεων σε μία μεγάλη ομοειδή δύναμη, που τίθεται στη διάθεση του καθενός για την καλύτερη άσκηση της επαγγελματικής και οικιακής του οικονομίας»

Ο Κοντογεώργος Αχιλλέας, επίκουρος καθηγητής στο Πανεπιστήμιο Πατρών, και η Σεργάκη Παναγιώτα, επίκουρη καθηγήτρια στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, ορίζουν τον συνεταιρισμό ως **«μια επιχείρηση-οργάνωση που ανήκει στους χρήστες της και ελέγχεται από αυτούς. Ο συνεταιρισμός διαφέρει σε θέματα διοίκησης και οργάνωσης από τις άλλες μορφές επιχειρήσεων, γιατί λειτουργεί προς όφελος των μελών του, αντί να επιδιώκει τη δημιουργία κερδών σε όσους έχουν επενδύσει σε αυτόν. Τα οφέλη προς τα μέλη σε συνδυασμό με τις αρχές και τις αξίες στις οποίες στηρίζεται η λειτουργία των συνεταιρισμών είναι αυτό που καθιστά τους συνεταιρισμούς μία εναλλακτική και ιδιαίτερη πρόταση επιχειρηματικότητας»**. (Κοντογεωργός και Σεργάκη, 2015)

Ο καθηγητής Δημήτριος Καλιτσούνακης ερμηνεύει τον συνεταιρισμό ως εξής: **«Ο συνεταιρισμός είναι η ελεύθερη και ισότιμη τοπική και προσωπική ένωση ασθενών οικονομικά ατόμων, προς αυτοβοήθεια με την από κοινού διεξαγωγή επιχειρήσεως, από την οποία ωφελούνται ανάλογα με την συναλλαγή τους με αυτή»**.

Τέλος ο καθηγητής Διονύσης Μαυρόγιαννης λέει πως **«Ο συνεταιρισμός είναι μία ελεύθερη ένωση προσώπων που ασκούν ομοειδή οικονομική επιχείρηση ή είναι της ίδιας κοινωνικής κατηγορίας (αγρότες, καταναλωτές, κ.α.) και αποβλέπει στην προαγωγή της οικονομίας των μελών του, έχει δημοκρατικό χαρακτήρα και μορφωτική αποστολή για τα μέλη του»**.(Καμενίδης, 2010)

Από Διεθνής πλευρά:

Ο Marvin A. Schaars, Καθηγητής Αγροτικής Οικονομικής στο Πανεπιστήμιο του Wisconsin των Η.Π.Α δίνει τον εξής ορισμό **«Ο συνεταιρισμός είναι μια επιχείρηση που αποκτάται και ελέγχεται εθελοντικά από τα μέλη του, και λειτουργεί από αυτούς και γι' αυτούς σε βάση μη κερδοσκοπική ή στο κόστος»**.

Το 1942 ο Ivan Emelianoff, ένας αξιοσέβαστος μελετητής συνεταιρισμών, επισήμανε πως **«η ποικιλία των συνεταιρισμών είναι καλειδοσκοπική και η μεταβλητότητα τους κυριολεκτικά άπειρη»**

Τέλος μία ακόμα, διεθνώς αποδεχόμενη ερμηνεία του συνεταιρισμού, είναι από το Υπουργείο Γεωργίας των Ηνωμένων Πολιτειών όπου το 1987 είπε **« συνεταιρισμός είναι κατέχεται από τα μέλη του , μια επιχείρηση διοικούμενη από τα μέλη του, η οποία διανέμει τα κέρδη σε όλους σύμφωνα με την αρχή της μοιρασιάς»**. Αυτός ο ορισμός περιλαμβάνει, ότι ευρέως θεωρείται ως οι τρεις βασικές αρχές των συνεταιρισμών: 1)ιδιοκτησία των μελών, 2)έλεγχος από τα μέλη και 3) αναλογική μοιρασιά των κερδών.

(Καμενίδης, 2010)

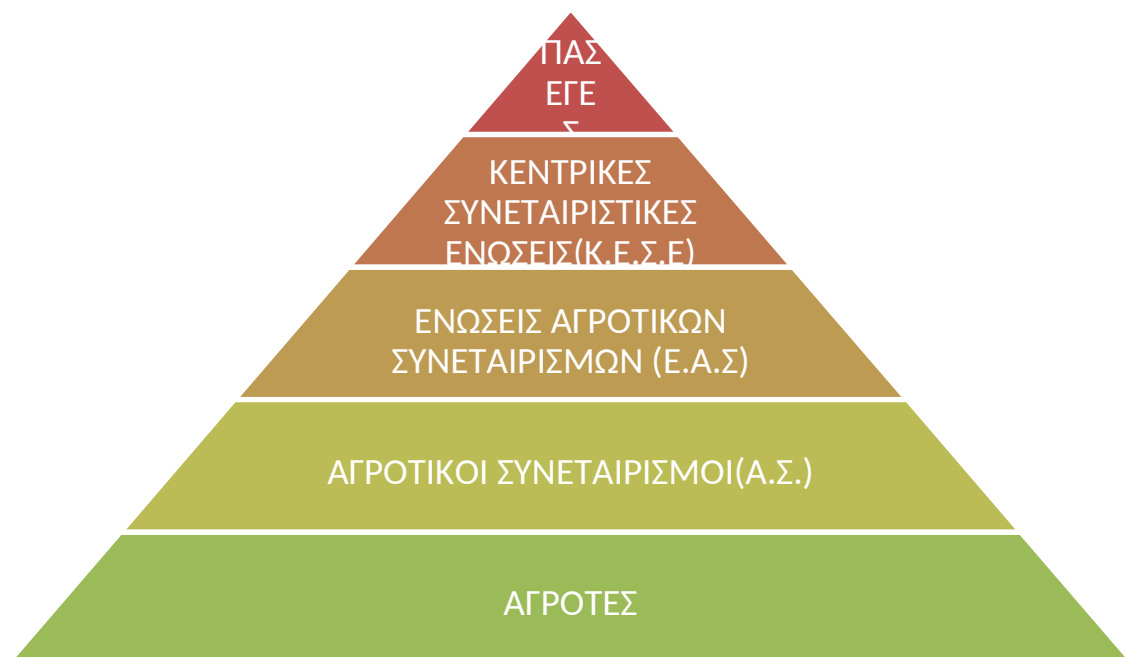
Παρατηρείται από τους παραπάνω ορισμούς ότι δεν υπάρχει ένας μόνος συγκεκριμένος ορισμός που να μπορεί να προσδιορίσει επακριβώς τον ορισμό του συνεταιρισμού αλλά ο καθένας από αυτούς προσπαθεί από την δίκη του οπτική πλευρά να τονίσει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του συνεταιρισμού. Σαν γενικό συμπέρασμα από όλους τους παραπάνω συνεταιρισμούς είναι πως ο συνεταιρισμός δεν είναι μία κερδοσκοπική επιχείρηση, διοικείται δημοκρατικά και είναι μία επιχείρηση η οποία δημιουργείται εθελοντικά από την εθελοντική ένωση των ατόμων με σκοπό την βοήθεια των ασθενά οικονομικών ατόμων

1.3 Η ΔΟΜΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Δομή ή διάρθρωση συνεταιρισμών εννοούμε τον τρόπο με τον οποίο είναι οργανωμένες οι συνεταιριστικές οργανώσεις μιας χώρας. Η δομή των συνεταιρισμών περιλαμβάνει τόσο την ένωση φυσικών προσώπων σε πρωτοβάθμιους συνεταιρισμούς, όσο και την

ένωση πρωτοβάθμιων, δευτεροβάθμιων και τριτοβάθμιων συνεταιρισμών προς την αμέσως ανώτερη συνεταιριστική βαθμίδα.

Μπορούμε να προσομοιώσουμε την δομή των αγροτικών συνεταιρισμών σε μορφή πυραμίδας όπου στην βάση βρίσκονται τα φυσικά πρόσωπα (αγρότες, καταναλωτές, προμηθευτές κ.τ.λ.) και συγκροτούν τις πρωτοβάθμιες οργανώσεις. Αμέσως παραπάνω βρίσκονται οι Δευτεροβάθμιοι συνεταιρισμοί, γνωστοί και ως Ενώσεις, που είναι οι ενώσεις των Πρωτοβάθμιων συνεταιρισμών. Ακόμα πιο ψηλά βρίσκονται οι Τριτοβάθμιοι συνεταιρισμοί, γνωστοί και ως Ομοσπονδίες, που είναι ενώσεις Δευτεροβάθμιων συνεταιρισμών. Τέλος, στην κορυφή της πυραμίδας βρίσκεται η κορυφαία συνεταιριστική οργάνωση, γνωστή ως Συνομοσπονδία συνεταιρισμών, που είναι η ένωση Τριτοβάθμιων συνεταιρισμών, η ΠΑΣΕΓΕΣ.(Καμενίδης, 2010)



Σχήμα 1.1 Δομή Αγροτικών Συνεταιρισμών έως το 2011

Καμενίδης,2010

Αυτή η δομή όμως δεν ισχύει πλέον καθώς με τον νόμο 4015/2011 έχουν καταργηθεί οι δευτεροβάθμιοι και τριτοβάθμιοι συνεταιρισμοί και όλοι έχουν σχηματιστεί σε

πρωτοβάθμιους συνεταιρισμούς ή σε Αγροτικές Εταιρικές Συμπράξεις (Κοντογεωργός Αχιλλέας, 6^η παρουσίαση, η δομή των συνεταιρισμών).Οπότε η νέα δομή είναι:



Σχήμα 1.2 Σημερινή δομή Αγροτικών Συνεταιρισμών

Κοντογεωργός Αχιλλέας, 6^η παρουσίαση, η δομή των συνεταιρισμών

Στην περίπτωση των καταναλωτικών συνεταιρισμών τα πράγματα είναι διαφορετικά και πιο απλά σε αντίθεση με τους αγροτικούς συνεταιρισμούς. Έχουμε δυο κατηγορίες καταναλωτικών συνεταιρισμών, τους ανοιχτούς και τους κλειστούς καταναλωτικούς συνεταιρισμούς.

Στους ανοιχτούς καταναλωτικούς συνεταιρισμούς μέλος μπορεί να γίνει οποιοσδήποτε καταναλωτής, εκτός αν δεν ασκεί κάποιο ανταγωνιστικό επάγγελμα (σούπερ μάρκετ κ.τ.λ.)

Σε αντίθεση, στους κλειστούς καταναλωτικούς συνεταιρισμούς μέλη γίνονται μόνο ομοιοεπαγγελματίες, για παράδειγμα ο συνεταιρισμός υπαλλήλων της ΔΕΗ, έτσι δεν μπορεί να γίνει κάποιος μέλος αν δεν ασκεί το ίδιο επάγγελμα.

Η δομή των καταναλωτικών συνεταιρισμών είναι πιο απλή συγκριτικά με τους αγροτικούς, καθώς είναι λιγότερο αναπτυγμένοι τόσο σε έκταση όσο και σε αριθμό.

Σε μορφή πυραμίδας η μορφή των καταναλωτικών συνεταιρισμών είναι η εξής: στην βάση βρίσκονται οι καταναλωτές, και συγκροτούν τους Πρωτοβάθμιους ή απλά καταναλωτικούς συνεταιρισμούς. Στην κορυφή της πυραμίδας βρίσκονται η Δευτεροβάθμια οργάνωσή τους, η Πανελλήνια Ένωση Καταναλωτικών Συνεταιρισμών (ΠΕΚΑΣ) που είναι η ένωση των καταναλωτικών συνεταιρισμών. (Καμενίδης, 2010)



Σχήμα 1.3 Δομή Καταναλωτικών Συνεταιρισμών έως το 2011

Καμενίδης, 2010

Πλέον όμως δεν υπάρχει η Πανελλήνια Ένωση Καταναλωτικών Συνεταιρισμών (ΠΕΚΑΣ) και στην θέση της βρίσκονται οι δευτεροβάθμιες οργανώσεις (Κοντογεωργός Αχιλλέας, 6^η παρουσίαση, η δομή των συνεταιρισμών). Άρα η νέα δομή είναι:



Σχήμα 1.4 Σημερινή δομή Καταναλωτικών Συνεταιρισμών

Κοντογεωργός Αχιλλέας, 6^η παρουσίαση, η δομή των συνεταιρισμών

1.4 ΕΙΔΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Τα είδη των συνεταιρισμών είναι τα εξής:

- Οι Αγροτικοί συνεταιρισμοί.
- Οι Αστικοί συνεταιρισμοί.
- Οι Συνεταιριστικές τράπεζες.
- Οι Οικοδομικοί συνεταιρισμοί.
- Οι Αναγκαστικοί συνεταιρισμοί.

Πιο αναλυτικά:

Αγροτικός συνεταιρισμός: στην Ελλάδα σύμφωνα με το Νόμο 2810/2000 «αγροτική συνεταιριστική οργάνωση είναι αυτόνομη ένωση προσώπων, η οποία συγκροτείται εθελοντικά και επιδιώκει, με την αμοιβαία βοήθεια των μελών της, την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη και προαγωγή τους, μέσω μιας συνιδιόκτητης και δημοκρατικά διοικούμενης επιχείρησης». «Ο αγροτικός συνεταιρισμός είναι ένα κίνημα κοινωνικής επιχειρηματικότητας το οποίο οργανώνει και προάγει μια κοινότητα συμφερόντων γύρω από την πρωτογενή παραγωγή, μεταποίηση και εμπορία των προϊόντων. Ένας θεσμός που βασίζεται στην ανάγκη προστασίας και ανάπτυξης των μικρομεσαίων αγροτικών νοικοκυριών ως βασικών κοινωνικών και οικονομικών μονάδων της υπαίθρου. Έτσι, οριοθετείται με σαφήνεια τόσο από την συνδικαλιστική οργάνωση όσο και από μια συνηθισμένη εμπορική εταιρεία».

Μορφές οργάνωσης:

- Αγροτικοί Συνεταιρισμοί (ΑΣ), ως ΑΣ θεωρούνται και οι αλιευτικοί, κτηνοτροφικοί, πτηνοτροφικοί, μελισσοκομικοί, σηροτροφικοί, αγροτουριστικοί, αγροβιοτεχνικοί, οικοτεχνικοί και άλλοι συνεταιρισμοί, οποιουδήποτε κλάδου ή δραστηριότητας της αγροτικής οικονομίας. Προϋπόθεση για τη σύσταση ΑΣ είναι η σύνταξη και υπογραφή καταστατικού από τουλάχιστον 20 άτομα και η ύπαρξη μετοχικού κεφαλαίου τουλάχιστον 60.000 ευρώ. Το 80% της παραγωγής προϊόντων των μελών θα πρέπει να το διακινεί ο συνεταιρισμός
- Ομάδες Παραγωγών (ΟΠ), είναι κάθε ένωση παραγωγών αγροτικών προϊόντων. Οργανώνει την παραγωγή συγκεκριμένων αγροτικών προϊόντων, ιδίως του αγροδιατροφικού τομέα, αναλαμβάνει την προμήθεια εισροών και εφοδίων, παρέχει υπηρεσίες τυποποίησης, αποθήκευσης και διάθεσης αγροτικών προϊόντων και αναλαμβάνει την εμπορία των προϊόντων αυτών. Ομάδες Παραγωγών μπορούν να συγκροτούνται είτε από τους ΑΣ είτε από φυσικά πρόσωπα παραγωγούς.

- Αγροτικές Εταιρικές Συμπράξεις (ΑΕΣ), Είναι οι ανώνυμες εταιρείες ΑΕ και οι εταιρείες περιορισμένης ευθύνης ΕΠΕ με διατομεακό και διακλαδικό αντικείμενο. Αναλαμβάνουν επιχειρηματική δραστηριότητα σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο αναφορικά με την παραγωγή, τυποποίηση, αποθήκευση, βιομηχανική επεξεργασία και εμπορία αγροτικών προϊόντων. Μπορούν να συνάπτουν διεθνικές συνεργασίες και συμπράξεις με φορείς παρόμοιου σκοπού.

Αστικός συνεταιρισμός: «Αστικός συνεταιρισμός είναι εκούσια ένωση προσώπων με οικονομικό σκοπό, η οποία, χωρίς να αναπτύσσει δραστηριότητες αγροτικής οικονομίας, αποβλέπει ιδίως με τη συνεργασία των μελών του στην οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική ανάπτυξη των μελών του και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής τους γενικά μέσα σε μια κοινή επιχείρηση.» (Ν. 1667/1986)

https://www.anka.gr/portal/images/stories/anka/Nea/Energeiakh_synetairistikh_etaireia/1667_1986_astikoi_synetairismoι_196.pdf

Είδη Αστικών Συνεταιρισμών

Αστικοί Συνεταιρισμοί είναι ιδίως:

- Παραγωγικοί.
- Καταναλωτικοί.
- Προμηθευτικοί.
- Πιστωτικοί.
- Μεταφορικοί.
- Τουριστικοί.

Συνεταιριστικές Τράπεζες: Με βάση την ισχύουσα νομοθεσία και το θεσμικό πλαίσιο τα Συνεταιριστικά Πιστωτικά Ιδρύματα είναι Αστικοί Πιστωτικοί Συνεταιρισμοί Ν.1667/86 οι οποίοι αφού συγκεντρώσουν το ελάχιστο κεφάλαιο και εκπληρώσουν τις απαραίτητες προϋποθέσεις λαμβάνουν άδεια λειτουργίας Πιστωτικού Ιδρύματος από την Τράπεζα της Ελλάδος, ύστερα από αίτημά τους και διενεργούν όλες τις τραπεζικές εργασίες που αποτελούν αντικείμενο δραστηριότητας των Εμπορικών Τραπεζών, μόνο σε επίπεδο του Νομού που δραστηριοποιούνται. Οι Πιστωτικοί Συνεταιρισμοί που λαμβάνουν άδεια να λειτουργήσουν ως Πιστωτικό ίδρυμα δεν μεταβάλλουν την νομική προσωπικότητά τους και επιτρέπεται να χρησιμοποιούν στην επωνυμία τους τον όρο «Συνεταιριστική Τράπεζα».

Οικοδομικοί Συνεταιρισμοί : Οικοδομικός συνεταιρισμός είναι κάθε συνεταιρισμός που έχει από το καταστατικό του αποκλειστικό σκοπό την εξασφάλιση για τα μέλη του

κατοικιών σε αστικές ή παραθεριστικές περιοχές ή την εν γένει αναμόρφωση, ανάπλαση και εξυγίανση περιοχών κατοικίας προς όφελος μόνον των μελών του.

Αναγκαστικοί Συνεταιρισμοί: Το 1922 πρωτοεμφανίστηκε στην Ελλάδα ο θεσμός του Αναγκαστικού Συνεταιρισμού με σκοπό : είτε α) την αποκατάσταση των ακτημόνων καλλιεργητών (ΣΑΑΚ), ή της ορθολογικής διαχείρισης κτημάτων-δασών ή στη βελτίωση γεωργικών εκμεταλλεύσεων. είτε β) την προστασία ορισμένων προϊόντων με συλλογική εμφάνιση ώστε να εξασφαλισθεί η διάθεσή τους με την ψήφιση ειδικών νόμων οι οποίοι αναφέρονται είτε σε συγκεκριμένα προϊόντα ορισμένων περιοχών είτε σε καθορισμένες δραστηριότητες.

https://openclass.teiwm.gr/modules/document/file.php/AF102/Κοινωνική%20Οικονομία_5.pdf

1.5 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά που χαρακτηρίζουν έναν συνεταιρισμό είναι τα εξής:

1. **Ο συνεταιρισμός είναι οικονομική οργάνωση**, δηλαδή μια επιχειρηματική μονάδα, γιατί πραγματοποιεί διάφορες οικονομικές δραστηριότητες, όπως π.χ. παραγωγή, μεταποίηση, διάθεση καταναλωτικών και βιομηχανικών αγαθών, ασφαλιστικές εργασίες κ.λπ. Δεν είναι ούτε συνδικαλιστικό σωματείο, μήτε κοινωνικό ίδρυμα.
2. **Ο συνεταιρισμός είναι ένωση προσώπων και όχι κεφαλαίων**, αφού η δημιουργία και η λειτουργία του στηρίζεται στα πρόσωπα και όχι στα κεφάλαια. Για αυτό το ύψος της συνεταιριστικής μερίδας είναι περιορισμένο για να δοθεί η δυνατότητα σε περισσότερα άτομα να γίνουν μέλη του συνεταιρισμού και έτσι να συγκεντρωθούν τα απαιτούμενα κεφάλαια και όχι να διαθέτουν από ένα ή λίγα άτομα.
3. **Ο συνεταιρισμός συγκροτείται εθελοντικά**, δηλαδή εφόσον το θέλουν τα άτομα και όχι κάτω από οποιαδήποτε μορφή πίεσης ή εξαναγκασμού.
4. **Ο συνεταιρισμός είναι μία δημοκρατικά διοικούμενη επιχείρηση**, και όχι καμία αυταρχική οργάνωση, γιατί η Διοίκηση του εκλέγεται και λειτουργεί με βάση τις αρχές της Δημοκρατίας, δηλαδή τους κανόνες της πλειοψηφίας.
5. **Οι σκοποί των συνεταιρισμών είναι ταυτόχρονα οικονομικοί, κοινωνικοί και πολιτιστικοί**, παρόλο ότι είναι οικονομικές οργανώσεις, δηλαδή επιχειρήσεις που επιτελούν οικονομικές δραστηριότητες. (Καμενίδης, 2010)

1.6 Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Ο βασικός σκοπός των συνεταιρισμών είναι η ευημερία των μελών τους, δηλαδή η βελτίωση της οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής θέσης τους. Αναφορικά έχουν τους εξής επιμέρους σκοπούς:

- 1. Μεγιστοποίηση των ωφελειών, με την αύξηση του εισοδήματος των μελών**
- 2. Ελαχιστοποίηση δαπανών, παραγωγής ή και προσφοράς υπηρεσιών των συνεταιρισμών προς τα μέλη.**
- 3. Προσφορά περισσότερων υπηρεσιών στα μέλη, όπως προμήθεια γεωργικών εφοδίων, ασφαλιστικές εργασίες κ.α.**
- 4. Προσφορά καλύτερων υπηρεσιών στα μέλη**
- 5. Εξασφάλιση κοινωνικής δικαιοσύνης στα μέλη**
- 6. Διαφύλαξη της υγείας των καταναλωτών, με τη διάθεση σε αυτούς αγνών και ανόθευτων προϊόντων**
- 7. Ανύψωση του μορφωτικού επιπέδου των μελών.**

(Καμενίδης, 2010)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο: ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

2.1 ΠΡΩΤΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ (ROCHDALE)

Το συνεταιριστικό κίνημα ξεκίνησε στην Ευρώπη τον δέκατο ένατο αιώνα από την Αγγλία με τη σύσταση ενός καταναλωτικού. Η βιομηχανική επανάσταση και η αυξανόμενη μηχανισμός της οικονομίας μεταμόρφωσαν την κοινωνία και απειλούσαν τα μέσα διαβίωσης πολλών εργαζομένων.

Η αρχή του 19ου αιώνα στο Ηνωμένο Βασίλειο ήταν η εποχή της παιδικής εργασίας, της εκμετάλλευσης και της φτώχειας. Εκείνοι που δεν κατάφεραν να βρουν δουλειά στα νέα εργοστάσια αναγκάστηκαν να στηριχθούν στην πενιχρή ανακούφιση των ενοριών για τους φτωχούς ή να λιμοκτονούν. Στις αρχές του 1800, οι τιμές των τροφίμων ήταν υψηλές και οι μισθοί μειώθηκαν. Μεγάλο μέρος του πληθυσμού υπέστη ακραία φτώχεια και στέρηση.

Η επικρατούσα οικονομική φιλοσοφία της εποχής ήταν η καπιταλιστική φιλοσοφία ελεύθερης αγοράς του Αδάμ Σμιθ, που ισχυρίστηκε ότι μέσω του απρόσωπου μηχανισμού της ελεύθερης αγοράς, το συμφέρον αυτομάτως θα οδηγούσε αυτόματα στο δημόσιο καλό

<http://www.soemco.coop/history-of-world-cooperative-movement.html>

Ο Αδάμ Σμιθ θεωρούσε στο βιβλίο του «Πλούτος των Εθνών» ότι ο πλούτος της κοινωνίας δεν είναι τίποτε άλλο από την ταχύτητα και την έκταση της παραγωγής, αφού, αν η παραγωγή προσφέρει αφειδώς προϊόντα στην κοινωνία, δεν υπάρχει τίποτε πιο λογικό από το πέρασμα των προϊόντων αυτών στους πολίτες. Με άλλα λόγια, όσο μεγαλύτερος είναι ο όγκος των παραγόμενων προϊόντων, τόσο αυξημένος είναι και ο πλούτος της χώρας, άρα τόσο υψηλότερο και το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων – καταναλωτών αυτών των προϊόντων. <http://eranistis.net/wordpress/2014/08/22/o-άνταμ-σμιθ-ο-καταμερισμός-της-εργασί/>

Προστέθηκαν σε αυτό οι δημογραφικές θεωρίες του Αιδεσιμότατου Θωμά Μάλθους, που πρότειναν ότι κάθε προσπάθεια να βοηθηθούν οι φτωχοί απλώς θα αυξήσει τον πληθυσμό και θα επιδεινώσει τα πράγματα. Αυτές οι ατομικές θεωρίες απομάκρυναν κάθε κίνητρο από εκείνους με πλούτο και δύναμη να επιδιώξουν να βελτιώσουν τις συνθήκες της πλειοψηφίας που ήταν φτωχοί.

Υπήρχαν, ωστόσο, ένας μικρός αριθμός φωτισμένων ατόμων που είχαν τρομοκρατηθεί από τη φτώχεια και την κακή υγεία των φτωχών που είχαν ένα εναλλακτικό όραμα. Δύο από αυτά τα φωτισμένα άτομα θεωρούνται τώρα οι ιδρυτές της συνεταιριστικής

φιλοσοφίας που στήριξαν τελικά την ανάπτυξη του διεθνούς συνεταιριστικού κινήματος. Αυτά τα δύο φωτισμένα άτομα ήταν ένας πλούσιος βιομήχανος, ο Robert Owen, και ένας ιατρός του Μπράιτον, ο Δρ William King.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1800 ο Robert Owen (1771-1858), ένας Ουαλός που έκανε την τύχη του στο βαμβάκι αλλά είχε γνωρίσει τη φτώχεια στην πρώιμη ζωή του, προσπάθησε να δημιουργήσει συνεργατικές κοινότητες στο New Lanark στη Σκωτία και Νέα αρμονία στις Ηνωμένες Πολιτείες. Ενώ αυτά τα πρώιμα πειράματα για τη δημιουργία ολοκληρωμένων μίνι κοινοτήτων τελικά κατέρρευσαν, ο Robert Owen προσδιόρισε μερικές από τις βαθύτερες αξίες της συνεργασίας ως μέσο οργάνωσης της οικονομικής δραστηριότητας: φιλανθρωπία, ανοχή, συνεργασία, σεβασμό για τη νεολαία και πεποίθηση ότι το δικαίωμα στην πλήρη ανθρωπότητα έπρεπε να είναι διαθέσιμο σε όλους. Ο Robert Owen ήταν ο πνευματικός ιδρυτής των συνεταιριστικών ιδανικών.

Την 1η Μαΐου 1828 ο Δρ William King (1786-1865) ίδρυσε ένα μηνιαίο περιοδικό, The Co-operator, το οποίο δημοσίευσε για 3 χρόνια. Μέσα από αυτό επέκτεινε τις ιδέες του Owen. Σε αντίθεση με τον Owen, ο οποίος ευνόησε την ίδρυση νέων ουτοπικών συνεταιριστικών κοινοτήτων, ο Δρ. William King είδε τα οφέλη από την εφαρμογή των ιδεωδών συνεταιρισμού του Owen στην τοπική οικονομική δραστηριότητα. Κάλυψε το σχηματισμό μικρών τοπικών συνεργατικών καταστημάτων για την αντιμετώπιση της φτώχειας και της δυσφορίας που είδε ως αποτέλεσμα του αδέσμευτου καπιταλισμού. Επικεντρώθηκε στη σημασία της εμπορίας των τροφίμων, διότι σχεδόν όλα τα τρόφιμα και τα ποτά ήταν βαριά αλλοιωμένα με φτηνά πρόσθετα για να χύδην έξω. Ήταν μια άμεση απειλή για την υγεία των φτωχών και μια έμμεση, επειδή η αγορά νοθευμένων τροφίμων έκανε τους φτωχούς φτωχότερους. Οι απόψεις του Dr. King, καθώς και οι προερχόμενες από τον Robert Owen, επίσης σχηματίστηκαν ως αποτέλεσμα της συνάντησης ηγετών της εργατικής τάξης που ίδρυσαν τη Συνεταιριστική Εταιρεία του Μπράιτον το 1820. Κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η φτωχή εργατική τάξη έπρεπε να χρησιμοποιήσει το κεφάλαιο που μπορούσε να συγκεντρώσει για να βγει από τη φτώχεια.

Σύμφωνα με τον Δρ. King: "Το κλειδί της οικονομικής ευημερίας είναι να αποθηκεύσουμε αρκετά κεφάλαια για να αποκτήσουμε τον έλεγχο της δικής μας δουλειάς και στη συνέχεια, έχοντας το εργατικό δυναμικό και το κεφάλαιο, θα μπορούσαμε να το κάνουμε χωρίς τον καπιταλιστή. Αλλά οι μεμονωμένοι εργαζόμενοι δεν μπορούν να το κάνουν αυτοδύναμα. υπάρχει υπερβολικός κίνδυνος, η διαδικασία

συσσώρευσης αρκετών κεφαλαίων διαρκεί πολύ και αν αρρωσταίνουμε ή γερνάμε, δεν υπάρχει τίποτα που να υποχωρεί. Αλλά από κοινού, αν μάθουμε να συνεργάζεται, μπορούμε να το κάνουμε. "

Ο βασιλιάς συμβούλευε τους ανθρώπους να μην αποκόπτονται από την κοινωνία αλλά να σχηματίζουν μια κοινωνία μέσα σε μια κοινωνία και να ξεκινούν με ένα κατάσταση επειδή: «Πρέπει να πάμε καθημερινά σε ένα κατάσταση για να αγοράσουμε τρόφιμα και απαραίτητα - γιατί δεν πάμε στο δικό μας κατάσταση;

Το 1848, ο Καρλ Μαρξ, μέσω του κομμουνιστικού μανιφέστου του, ήταν να δει το καπιταλιστικό σύστημα να μετασχηματίζεται στο ανώτερο στάδιο της κοινωνίας, το οποίο ονομάζει κομμουνισμός. Τα μέσα με τα οποία θα συμβεί αυτό θα ήταν μια αιματηρή επανάσταση.

Ο Δρ William King είδε επίσης τον καπιταλισμό σαν να έφτασε σε ένα υψηλότερο στάδιο, τη Συνεργασία, αλλά τα μέσα ήταν πολύ πιο ειρηνικά και εποικοδομητικά. Οι εργαζόμενοι μόλις αποκτήσουν κεφάλαιο, απλώς θα εξαγοράσουν τους καπιταλιστές σταδιακά έως ότου προκύψει μια συνεταιριστική οικονομία. Θα υπήρχε ακόμα ανταγωνισμός σε μια τέτοια κοινωνία, αλλά θα ήταν ο φιλικός ανταγωνισμός για να δούμε ποιος θα μπορούσε να διαχειριστεί τον πιο αποτελεσματικό συνεταιρισμό.

Ο Δρ. William King έκανε αρκετές πρώιμες προσπάθειες για να δημιουργηθούν συνεταιρισμοί παρόλα αυτά για πολλούς λόγους απέτυχαν. Ορισμένοι λόγοι ήταν εξωτερικοί, οι φτωχοί εργαζόμενοι τοποθετώντας την πίστη στην επίτευξη πολιτικής αλλαγής αντί να επενδύουν τις ενέργειές τους στην πρακτική οικονομική συνεργασία. Δεν υπήρχε επίσης νομικό καθεστώς για έναν συνεταιρισμό. Οι συνεταιρισμοί δεν μπόρεσαν να νοικιάσουν ή να αποκτήσουν ιδιοκτησία από μόνα τους, αλλά έπρεπε να το κάνουν μέσω ατόμων και η πρωτεύουσα που συγκεντρώθηκε δεν ανήκε νομικά σε κανέναν. Ορισμένοι λόγοι για την αποτυχία ήταν εσωτερικοί. Ορισμένοι συνεταιρισμοί απέτυχαν εξαιτίας απάτης ή διότι διαπραγματεύονταν με την παροχή πίστωσης στα μέλη και με ταχείες ταμειακές δυσκολίες. Άλλοι, που εξακολουθούν να ελπίζουν να δημιουργήσουν μια ιδανική κοινότητα τύπου Owen, θα περιορίσουν τα μέλη και θα κλειδώσουν τα οφέλη του συνεταιρισμού στην ίδια την επιχείρηση. Κάποιοι ελπίζουν τελικά να απασχολούν όλα τα μέλη τους ή να πωλούν τα προϊόντα που παρήγαγαν. Ως αποτέλεσμα, υπήρξε πίεση από τα μέλη να αναδιπλώσουν την επιχείρηση για να απελευθερώσουν το κεφάλαιο που είχε δημιουργήσει.

Κατά την ίδια περίοδο, οι απεργίες από τους υφαντές στο Rochdale δεν είχαν καμία διαρκή επίδραση στους μισθούς και τις συνθήκες διαβίωσής τους. Οι υφαντές, αναρωτιούνται αν υπήρχε καλύτερος τρόπος για να βελτιώσουν την κατάστασή τους, στράφηκαν στις ιδέες του Owen και του King. Ήταν οι πρωτοπόροι της Rochdale που λύνουν τα διαρθρωτικά προβλήματα με την έγκαιρη συνεργασία των συνεταιρισμών με έναν κρίσιμο τρόπο. Διαπίστωσαν την ανάγκη να διανεμηθούν στα μέλη τα κέρδη της συνεργασίας των συνεταιρισμών, ώστε τα μέλη να έχουν άμεσο όφελος από τη συνεργασία. Οι πρωτοπόροι της Rochdale παραδέχθηκαν απεριόριστο αριθμό μελών και διανείμουν μέρος των κερδών του συνεταιρισμού ως μέρισμα επί των αγορών. Με 28 μέλη δεν ξεκίνησαν την πρώτη, αλλά την πρώτη επιτυχημένη συνεταιριστική επιχείρηση, την Rochdale Equitable Pioneer Society στο κατάστημα τους στο Toad Lane Rochdale, τώρα το Μουσείο πρωτοπόρων Rochdale.

Οι πρωτοπόροι της Rochdale ξεκίνησαν με πολύ μέτριο τρόπο. Πώλησαν τις βασικές ανάγκες της ζωής στα μέλη τους, το βούτυρο, τα κεριά, το σαπούνι, το αλεύρι και τις κουβέρτες. Στόχος τους ήταν να προμηθεύουν αγαθά καλής ποιότητας, φθηνά και να επιστρέφουν κέρδη στα μέλη του συνεταιρισμού. Όταν η Rochdale Equitable Pioneers πέτυχε ήταν ότι, λόγω της δικής τους σκληρής εμπειρίας της φτώχειας και των θεωριών του Owen και του βασιλιά που το έκαναν για να επιτύχουν, η συνεταιριστική τους επιχείρηση πρέπει να εργαστεί σε μια σειρά από βασικές αρχές οι οποίες σήμερα αναγνωρίζονται διεθνώς Επτά Συνεργατικές Αρχές.

Η επιτυχία των πρωτοπόρων Rochdale ήταν αξιοσημείωτη. Μέχρι τη δεκαετία του 1870 το συνεταιριστικό κίνημα είχε τις δικές του χονδρικές και ασφαλιστικές εταιρείες και το συσσωρευμένο κεφάλαιο του ήταν πάνω από £ 300.000. Σήμερα, παρά τον έντονο ανταγωνισμό στο λιανικό εμπόριο τροφίμων, οι λιανικοί συνεταιρισμοί του Ηνωμένου Βασιλείου εξακολουθούν να έχουν συνολικό κύκλο εργασιών άνω των £ 7,7 δισ. Και υπάρχει μια αναγέννηση ενδιαφέροντος σε όλες τις μορφές συνεργασίας.

<http://www.soemco.coop/history-of-world-cooperative-movement.html>

2.1.1 Ανάλυση του πρώτου Συνεταιρισμού(Rochdale)

Το 1844 οι πρωτοπόροι Rochdale ίδρυσαν το σύγχρονο Συνεργατικό Κίνημα στο Lancashire, Αγγλία, για να προσφέρουν μια προσιτή εναλλακτική λύση σε κακής ποιότητας και νοθευμένα τρόφιμα και προμήθειες, χρησιμοποιώντας οποιοδήποτε πλεόνασμα προς όφελος της κοινότητας. Έκτοτε, το συνεργατικό κίνημα γνώρισε

άνοδο, επεκτείνοντάς το σε όλο τον κόσμο και περιλαμβάνοντας όλους τους τομείς της οικονομίας.

Το πρώιμο ρεκόρ ενός συνεταιρισμού προέρχεται από το Fenwick της Σκωτίας όπου, στις 14 Μαρτίου 1761, σε μια μόλις επιπλωμένη εξοχική κατοικία οι τοπικοί υφαντές χειρίζονταν ένα σάκο πλιγούρι βρώμης στο ασπρόμαυρο μπροστινό δωμάτιο του John Walker και άρχισαν να πωλούν τα περιεχόμενα σε έκπτωση, Fenwick Weavers 'Society.

Υπάρχει ένα πλέγμα εγγραφών των συνεταιρισμών που ξεκίνησαν ως μικρές οργανώσεις λαϊκής βάσης στη Δυτική Ευρώπη, τη Βόρεια Αμερική και την Ιαπωνία στα μέσα του 19ου αιώνα, ωστόσο οι πρωτοπόροι της Rochdale θεωρούνται γενικά ως πρωτότυπο του σύγχρονου συνεταιρισμού και την ίδρυση του Συνεργατικού Κινήματος το 1844. <http://www.soemco.coop/history-of-world-cooperative-movement.html>

Οι συνεταιρισμοί είναι μία μορφή συνεργασίας που δημιουργήθηκε κατά τη γέννηση και ανάπτυξη του Κ.Τ.Π. Ο πρώτος καταναλωτικός συνεταιρισμός του κόσμου, ο συνεταιρισμός της Rochdale ήταν αποτέλεσμα της δράσης των εργατών και ιδρύθηκε το 1844, σαν μια μορφή αντίστασης στην κεφαλαιοκρατική τάξη. Έχουμε χρέος να γράψουμε εδώ ότι, κατά την περίοδο αυτή επικρατεί ο «άγριος καπιταλισμός» και ότι οι κεφαλαιοκράτες «για να ρίξουν το κόστος παραγωγής και να εξασφαλίσουν την πειθαρχία στο εργοστάσιο προτιμούν να προσλαμβάνουν γυναίκες αντί άνδρες αρχηγούς οικογενειών».

Σύμφωνα με όσα αναφέρει ο Hobsbawm «από το σύνολο των εργατών στις αγγλικές κλωστοϋφαντουργίες στα 1834-1947, το 1/4 περίπου ήταν άνδρες, περισσότερο από 50%, γυναίκες και κορίτσια και το υπόλοιπο αγόρια κάτω των 18 χρόνων». Μια σκοτεινή και υγρή ημέρα του Νοεμβρίου του 1844, 15 εργάτες, εκ των οποίων μερικοί ήταν άνεργοι, σχεδόν λιμοκτονούντες και απελπισμένοι, συγκεντρώθηκαν για να επιζητήσουν από κοινού διέξοδο από τη δύσκολη θέση στην οποία βρισκόταν.

Από τους συγκεντρωμένους εργάτες, μερικοί πρότειναν να καταφύγουν στη φιλανθρωπία και άλλοι να μεταναστεύσουν. Τελικά όμως εγκατέλειψαν αυτές τις σκέψεις και αποφάσισαν να συνεισφέρουν όλοι μαζί κάποιο χρηματικό ποσό, με το οποίο θα αγόραζαν από κοινού τρόφιμα. Η απόπειρα αυτή απέτυχε διότι δεν μπορούσαν να συγκεντρώσουν τα χρήματα. Με την συνεχή προτροπή των Ουενιστών και των αδιάκοπων συζητήσεων, αποφάσισαν να συνεχίσουν τις προσπάθειές τους για την ίδρυση συνεταιρισμού και τη συγκέντρωση των απαιτούμενων κεφαλαίων για τη

λειτουργία του. Στις συνεχόμενες αυτές συνελεύσεις συμμετείχαν 28 υφαντουργοί άνθρωποι με κύρος, σύνεση και λογική.

Αφού όρισαν το σκοπό του συνεταιρισμού, συγκέντρωσαν τα πρώτα χρήματα, 28 λίρες Αγγλίας και ενοικίασαν ένα μικρό διαμέρισμα ως κατάστημα αντί 10 λιρών ετησίως. Το υπόλοιπο από τα χρήματα που συγκεντρώθηκαν τα διέθεσαν για την προμήθεια των αναγκαίων εμπορευμάτων για το νεοϊδρυθένκατάστημα. Το κατάστημα άρχισε τη λειτουργία του, μετά από τις σχετικές προετοιμασίες, στις 21 Δεκεμβρίου 1844, παρά τις αντιδράσεις που δεχόταν και τις ειρωνείες των περίοικων, οι οποίοι πιστεύανε πως η προσπάθεια αυτή των πτωχών και ταλαιπωρημένων εργατών (αποτέλεσμα του κεφαλαιοκρατικού τρόπου παραγωγής), θα οδηγούσε σε ολοκληρωτική αποτυχία και συντριβή των ονείρων τους και των επιδιώξεών τους. Το κατάστημα ονομάστηκε «Ειλκρινείς Σκαπάνες της Ροτσντέιλ».

Σύμφωνα με αναφορά του Λαμπέρ «οι σκαπανείς της Rochdale άρχισαν να ζητούν τον δρόμο τους την επόμενη ημέρα μιας συζητήσεως για τα ημερομίσθιά τους με τους εργοδότες τους. Δεν είχαν επιτύχει την αύξηση που επιθυμούσαν και χωρίς να ξέρουν ακόμη τι ακριβώς έκαναν, κυκλοφόρησαν ένα κατάλογο εισφορών. Και η απόδειξη ότι δεν είχαν τόσο μεγάλη άνεση, είναι ότι στην αρχή, δώδεκα μόνο από αυτούς, αργότερα, όπως είναι γνωστό, αυξήθηκαν σε είκοσι οκτώ, δεσμεύτηκαν να πληρώσουν δύο πέννες εβδομαδιαίως, ποσό που ανταποκρίνεται σε είκοσι λεπτά της εποχής. Η λίρα στερλίνα που επρόκειτο να αποτελέσει το σύνολο της εταιρικής μερίδας δεν ήταν δυνατόν να εισφερθεί μονομιάς. Εξ άλλου δίσταζαν για τη λύση. Συζήτησαν. Θα αυτοεξορίζονταν; Δεν το ήθελαν. Θα ακολουθούσουν αποκλειστικά την πολιτική δράση, όπως υποστήριζαν μερικοί από αυτούς; Τελικά ακολούθησαν τη συνεταιριστική λύση. (Πάντα, 1998)

2.1.2 Οι σκοποί του πρώτου Συνεταιρισμού

Το κείμενο του προγράμματος (καταστατικό) ξεκινούσε με τη δήλωση του σκοπού του συνεταιρισμού, που είχε ως εξής : «Οι σκοποί και τα σχέδια της εταιρείας αποβλέπουν σε ενέργειες προς οικονομικό όφελος και βελτίωση της οικογενειακής και της κοινωνικής κατάστασης των μελών της, με τη συγκέντρωση ενός επαρκούς κεφαλαίου από μετοχές της μιας λίρας, προς υλοποίηση των ακολούθων διατάξεων.

➤ Η ίδρυση ενός συνεταιριστικού καταστήματος με είδη διατροφής και άλλα είδη για την κάλυψη ατομικών ή οικιακών αναγκών των εργατών μελών του συνεταιρισμού

- Η κατασκευή ή αγορά κατοικιών, στις οποίες να μπορούν να μένουν όσα μέλη επιθυμούν την αλληλοβοήθεια για τη βελτίωση των συνθηκών κατοικίας των μελών.
 - Η παραγωγή διαφόρων εμπορευμάτων μέσα από ιδιόκτητες εγκαταστάσεις (εργοστάσια), προκειμένου να δημιουργηθούν ταυτόχρονα και θέσεις εργασίας για τα άνεργα ή τα υποαπασχολούμενα μέλη του συνεταιρισμού.
 - Η αγορά ή ενοικίαση εκτάσεων για την παραγωγή γεωργικών προϊόντων και την ταυτόχρονη απασχόληση εκείνων, που δεν ήταν σε θέση να κάνουν άλλη εργασία ή εκείνων των οποίων η εργασία που προσφέρουν δεν αμείβονταν ανάλογα
 - Η δημιουργία στον κατάλληλο χρόνο, ενός ολοκληρωμένου οικισμού, για την εγκατάσταση και συγκατοίκηση όλων των μελών, καθώς και την εξασφάλιση όλης της απαραίτητης υποδομής για την από κοινού οργάνωση της οικονομικής και κοινωνικής ζωής των μελών του συνεταιρισμού.
 - Τέλος, η δημιουργία ενός πανδοχείου, στο οποίο θα προσφέρονταν μόνο μη αλκοολούχα ποτά. Και τούτο διότι ένα από τα συνθήματα των εργατών ήταν ότι «το πνεύμα του συνεταιρισμού δεν συμβιβάζεται με το πνεύμα του αλκοόλ»
- Όλοι οι παραπάνω στόχοι απέρρεαν από το πνεύμα του Όουεν, ο οποίος, ήταν υπέρ της δημιουργίας παραγωγικών συνεταιρισμών με την από κοινού οργάνωση της οικονομικής και κοινωνικής ζωής σ' όλα τα στάδια και τα επίπεδα.

(Πάντα, 1998)

2.1.3 Οι Αρχές του πρώτου Συνεταιρισμού

Όσον αφορά τις αρχές των καταναλωτικών συνεταιρισμών αυτές καθιερώθηκαν με την υπογραφή του καταστατικού του συνεταιρισμού της Rochdale στις 21 Δεκεμβρίου 1844.

Έτσι λοιπόν σ' αυτό το σημείο θα αναφερθούμε στις αρχικές αρχές του συνεταιρισμού και στη συνέχεια τις αρχές αυτές όπως διαμορφώθηκαν με την πάροδο των χρόνων και οι οποίες δεν δεχθήκανε ουσιαστικές αλλαγές.

Οι αρχικές αρχές, στις οποίες στηρίχθηκε ο πρώτος Καταναλωτικός Συνεταιρισμός της Rochdale ήταν οι παρακάτω :

1) Αρχή της Αυτοβοήθειας.

Θα μπορούσαμε να πούμε, ότι από την αρχή αυτή ξεκινάει ο συνεταιρισμός. Τα μέλη του προκειμένου να βοηθήσουν τον εαυτό τους, για να ξεπεράσουν τα όποια οικονομικά και κοινωνικά τους προβλήματα, συνεισφέρουν όλα το ίδιο ποσό (μερίδα).

2) Αρχή Δημοκρατικού Ελέγχου.

Πρόκειται για τη δημοκρατική διοίκηση του συνεταιρισμού από τα μέλη του στα πλαίσια των ίσων δικαιωμάτων και των ίσων ευθυνών - υποχρεώσεων.

3) Αρχή της ανοικτής πόρτας.

Η είσοδος στο συνεταιρισμό ήταν ελεύθερη πέρα από τα ιδρυτικά μέλη και στους άλλους πολίτες, εφόσον αυτοί κατείχαν τις απαιτούμενες από το καταστατικό του συνεταιρισμού προϋποθέσεις..

4) Περιορισμένος τοκισμός των μερίδων

Σε καμιά περίπτωση δεν προβλεπόταν πλήρης τοκισμός των μερίδων των μελών και τούτο διότι έπρεπε να υπάρχει σαφής διάκριση του συνεταιρισμού από όλες τις άλλες κερδοσκοπικές επιχειρήσεις.

5) Επιστροφές πλεονασμάτων.

Τα οποιαδήποτε πλεονάσματα επιστρέφονται στα μέλη ανάλογα με το ύψος των δοσοληψιών που είχε το κάθε μέλος με το συνεταιρισμό.

6) Αγορά «τοις μετρητοίς».

Αυτή η αρχή έφερε αντιδράσεις από τα μέλη, και θεσμοθετήθηκε προκειμένου να προστατευθεί ο συνεταιρισμός από «κακοπληρωτές». Πριν τη δημιουργία του συνεταιρισμού της Rochdale είχε διαλυθεί κάποιος άλλος συνεταιρισμός επειδή πουλούσε «επί πιστώσει».

7) Προϊόντα υψηλής ποιότητας.

Ο συνεταιρισμός όφειλε να προμηθεύσει στα μέλη του μόνο προϊόντα ποιότητας και σε πλήρες βάρος.

8) Αρχή της παιδείας.

Η καθιέρωση της επιμόρφωσης όλων πάνω στα συνεταιριστικά θέματα, αλλά και γενικότερα, είχε καθιερωθεί με την ίδρυση της πρώτης βιβλιοθήκης και την επιχορήγηση του σκοπού αυτού από τα καθαρά πλεονάσματα του συνεταιρισμού.

9) Αρχή της ουδετερότητας.

Κανένας δεν εμποδιζόταν να γίνει μέλος του συνεταιρισμού, εξαιτίας των πολιτικών ή θρησκευτικών του πεποιθήσεων. Ο συνεταιρισμός ήταν πάνω από αυτά. Αλλά ούτε και οι κομματικοί φορείς ή οι θρησκευτικές αιρέσεις, ενώσεις ή άλλοι συναφείς σύλλογοι είχαν το δικαίωμα να ασκήσουν την επιρροή τους πάνω στο συνεταιρισμό με προσηλυτισμό ή άλλου είδους προπαγάνδα.

(Πάντα, 1998)

2.1.4 Η ραγδαία εξέλιξη του πρώτου Συνεταιρισμού

Είναι αξιοσημείωτη η ραγδαία εξέλιξη του συνεταιρισμού της Rochdale η οποία προήλθε από τη σύνεση, την επιμονή και συνέπεια στις οργανωτικές προσπάθειες των μελών του, που απαριθμούμαι παρακάτω:

- 1844 «αρχίζει η προσπάθεια, ανοίγει ένα μικρό ημιυπόγειο κατάστημα που διέθεσε μερικά βασικά τρόφιμα, ενώ οι περίοικοι έβλεπαν με ειρωνεία την προσπάθεια αυτών των πτωχών ανθρώπων και προέβλεπαν την αποτυχία τους»,
- 1845 πώληση τσαγιού και καπνού,
- 1846 πώληση κρέατος,
- 1847 και 1848 «η ακρίβεια της ζωής οδηγεί στο Συνεταιρισμό περισσότερα μέλη και αυξάνουν οι εργασίες και οι ωφέλειες,
- 1848 ενοικιάζει ολόκληρο κτίριο για 21 έτη,
- 1849 δημιουργεί επιτροπή εκπαιδύσεως και ιδρύει ειδικό πρατήριο βιβλίων και εφημερίδων,
- 1850 ιδρύει το πρώτο δημοτικό σχολείο και τον πρώτο αλευρόμυλο για τα μέλη του, -1851 ιδρύεται υποδηματοποιείο,
- 1852 αποφασίζεται η διάθεση 2,5% των κερδών για εκπαιδευτικούς σκοπούς,
- 1854 αρχίζει η έκδοση περιοδικών δελτίων για τη διάδοση των αρχών του συνεταιρισμού,
- 1855 ιδρύεται και δεύτερο σχολείο,
- 1855 ιδρύεται υφαντουργείο,
- 1856 άνοιγμα του πρώτου υποκαταστήματος,
- 1860 ιδρύεται ταμείο κοινωνικής πρόνοιας (ασθένεια - θάνατος),
- 1863 αποκτά δικό του σφαγείο,
- 1867 διαθέτει 15.000 λίρες για εξασφάλιση κατοικιών στα μέλη του,
- 1880 αποκτά δεύτερο αλευρόμυλο

(Πάντα, 1998)

Πριν από το 1844, το κτίριο στο 31 Toad Lane, Rochdale, Lancashire ήταν μια αποθήκη, αλλά οι πρωτοπόροι χρειάζονταν χώρους από τους οποίους να εμπορεύονται και έλαβαν τριετή μίσθωση για το ισόγειο για ενοικίαση £ 10 το χρόνο.

Δεδομένου ότι τα χρήματα για την ανακατασκευή των χώρων ως καταστήματος ήταν περιορισμένα, ο πάγκος κατασκευάστηκε από ξύλινες σανίδες που στηρίζονταν σε μεγάλα βαρέλια και ο πάγκος για τους αγοραστές να κάθονται ενώ περίμεναν να σερβιριστούν ήταν περισσότερα σανίδες σε μικρότερα βαρέλια.

Το "κατάστημα", όπως ο Συνεταιρισμός γνώριζε με αγάπη ότι στην περιοχή Rochdale μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1900, ανοίχτηκε για πρώτη φορά στις 21 Δεκεμβρίου 1844, αρχικά για δύο νύχτες την εβδομάδα, που πωλούσε τέσσερα βασικά αντικείμενα. βούτυρο, ζάχαρη, αλεύρι και πλιγούρι βρώμης.

Οι πρωτοπόροι συνέχισαν να πραγματοποιούν συναλλαγές από τις εγκαταστάσεις των λωρίδων μέχρι το 1867, όταν άνοιξαν τα νέα τους κεντρικά κτίρια, που χτίστηκαν με κόστος £ 13.500.

Μετά την μεταβίβαση της επιχείρησης στους κεντρικούς χώρους, η λωρίδα 31 Toad Lane χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά για αποθήκευση και από το 1868 ως εργοστάσιο καπνού. Το 1870 η μίσθωση έληξε και η περιουσία μεταβιβάστηκε σε ιδιωτικά χέρια και το εργοστάσιο καπνού μεταφέρθηκε στην Milton Street.

Στη δεκαετία του 1920 τέθηκε σε πώληση η 31 λωρίδα φρυγανιάς. Το συνεταιριστικό κίνημα, αναγνωρίζοντας την ιστορική σημασία του κτιρίου, δημιούργησε ένα ειδικό ταμείο για την άντληση επαρκών χρημάτων για την αγορά του κτιρίου. Τελικά, το κτίριο αγοράστηκε από την Συνεταιριστική Ένωση (τόρα αποκαλούμενη Συνεταιρισμοί UK) το 1925.

Το κατάστημα άνοιξε ως Μουσείο το 1931.

Αναστηλώθηκε εκτενώς και ανακατασκευάστηκε στη δεκαετία του 1970. Το μπροστινό δωμάτιο στο ισόγειο αναπαράγει την απλότητα του αρχικού συνεταιριστικού καταστήματος του 1844. Το μουσείο έκλεισε για δύο χρόνια μεταξύ 2010 και 2012 για ένα μεγάλο αναπτυξιακό έργο για τη βελτίωση της πρόσβασης, την προσθήκη χώρου εκπαίδευσης και συνάντησης και την ανανέωση των εκθέσεων. Το Μουσείο άνοιξε ξανά στις 29 Οκτωβρίου 2012.

<https://www.rochdalepioneersmuseum.coop/about-us/about-toad-lane/>

2.2 ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

Οι συνεταιριστικές αρχές είναι κατευθυντήριες γραμμές με τις οποίες οι συνεταιρισμοί εφαρμόζουν τις αξίες τους στην πράξη.

❖ *1Η ΑΡΧΗ: ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΝΟΙΚΤΗ ΙΔΙΟΤΗΤΑ ΜΕΛΟΥΣ*

Οι συνεταιρισμοί είναι εθελοντικές οργανώσεις, ανοιχτές σε όλα τα άτομα που μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες τους και είναι διατεθειμένα να δεχτούν ευθύνες για την ένταξη, χωρίς διακρίσεις λόγω φύλου, κοινωνικές, φυλετικές, πολιτικές ή θρησκευτικές.

❖ 2Η ΑΡΧΗ: ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ

Οι συνεταιρισμοί είναι δημοκρατικές οργανώσεις που ελέγχονται από τα μέλη τους, οι οποίοι συμμετέχουν ενεργά στον καθορισμό των πολιτικών τους και στη λήψη αποφάσεων. Οι άνδρες και οι γυναίκες που υπηρετούν ως εκλεγμένοι αντιπρόσωποι είναι υπόλογοι έναντι της ιδιότητας του μέλους. Στους πρωτογενείς συνεταιρισμούς τα μέλη έχουν ίσα δικαιώματα ψήφου (ένα μέλος, μία ψήφο) και οι συνεταιρισμοί σε άλλα επίπεδα οργανώνονται επίσης με δημοκρατικό τρόπο.

❖ 3Η ΑΡΧΗ: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ

Τα μέλη συνεισφέρουν ισότιμα και ελέγχουν δημοκρατικά την πρωτεύουσα του συνεταιρισμού τους. Τουλάχιστον ένα μέρος αυτού του κεφαλαίου είναι συνήθως η κοινή ιδιοκτησία του συνεταιρισμού. Τα μέλη συνήθως λαμβάνουν περιορισμένη αποζημίωση, εάν υπάρχει, για το κεφάλαιο που έχει εγγραφεί ως προϋπόθεση για την ένταξη. Τα μέλη διαθέτουν πλεονάσματα για έναν από τους ακόλουθους σκοπούς: ανάπτυξη του συνεταιρισμού τους, ενδεχομένως δημιουργώντας αποθέματα, μέρος των οποίων τουλάχιστον θα ήταν αδιαίρετο. ωφελώντας τα μέλη ανάλογα με τις συναλλαγές τους με τον συνεταιρισμό, και την υποστήριξη άλλων δραστηριοτήτων που έχουν εγκριθεί από την ιδιότητα του μέλους.

❖ 4Η ΑΡΧΗ: ΑΥΤΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ

Οι συνεταιρισμοί είναι αυτόνομες οργανώσεις αυτοβοήθειας που ελέγχονται από τα μέλη τους. Εάν συνάπτουν συμφωνίες με άλλους οργανισμούς, συμπεριλαμβανομένων των κυβερνήσεων, ή αντλούν κεφάλαια από εξωτερικές πηγές, το κάνουν με όρους που διασφαλίζουν δημοκρατικό έλεγχο από τα μέλη τους και διατηρούν τη συνεταιριστική αυτονομία τους.

❖ 5Η ΑΡΧΗ: ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ, ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

Οι συνεταιρισμοί παρέχουν εκπαίδευση και κατάρτιση στα μέλη, τους εκλεγμένους αντιπροσώπους, τους διευθυντές και τους υπαλλήλους τους, ώστε να μπορούν να

συμβάλλουν αποτελεσματικά στην ανάπτυξη των συνεταιρισμών τους. Ενημερώνουν το ευρύ κοινό -ιδίως τους νέους και τους ηγέτες- σχετικά με τη φύση και τα οφέλη της συνεργασίας.

❖ *6Η ΑΡΧΗ: ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ*

Οι συνεταιρισμοί εξυπηρετούν τα μέλη τους πιο αποτελεσματικά και ενισχύουν το Συνεργατικό Κίνημα με συνεργασία μέσω τοπικών, εθνικών, περιφερειακών και διεθνών δομών.

❖ *7Η ΑΡΧΗ: ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ*

Οι συνεταιρισμοί εργάζονται για την αειφόρο ανάπτυξη των κοινοτήτων τους μέσω πολιτικών που έχουν εγκριθεί από τα μέλη τους.

<https://www.rochdalepioneersmuseum.coop/about-us/the-rochdale-principles/>

2.2.1 Ιστορική εξέλιξη των Συνεταιριστικών Αρχών

Συνεταιριστικές αρχές ή Συνεταιριστικοί κανόνες ονομάζονται οι κατευθυντήριες οδηγίες για την ίδρυση, οργάνωση, διοίκηση, διαχείριση και λειτουργία των συνεταιρισμών. Για να χαρακτηριστεί μία οικονομική μονάδα ως συνεταιρισμός θα πρέπει να λειτουργεί με βάση τις συνεταιριστικές αρχές. Επειδή οι αρχές έχουν διεθνή εφαρμογή, αφού καθορίζονται από την Διεθνή Συνεταιριστική Ένωση και ισχύουν για όλες τις χώρες του κόσμου, γι' αυτό ονομάζονται συνήθως Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές. Οι συνεταιριστικές αρχές από την φύση τους δεν έχουν υποχρεωτικό χαρακτήρα, καθώς δεν είναι αποφάσεις κανενός διεθνούς διοικητικού οργάνου (ΟΗΕ,κ.α) αλλά είναι δημιούργημα των συνεταιριστικών οργανώσεων των κρατών μελών της Διεθνούς Συνεταιριστικής Ένωσης. Σε όλες σχεδόν τις χώρες του κόσμου οι συνεταιριστικές αρχές συνήθως παίρνουν τη μορφή κανόνων δικαίου, όταν αυτές εμπεριέχονται σε ειδικά διαμορφωμένο νόμο, το Συνεταιριστικό νόμο.

Οι διεθνείς συνεταιριστικές αρχές κατά μεγάλα χρονικά διαστήματα αναθεωρούνται για να προσαρμοστούν καλύτερα στις διαμορφούμενες νέες κοινωνικοοικονομικές συνθήκες.

Οι διεθνείς συνεταιριστικές αρχές διατυπώθηκαν πρώτη φορά άτυπα από τον πρώτο καταναλωτικό συνεταιρισμό του Ροτσντέιλ (Rochdale) της Αγγλίας το 1844 ενώ η πρώτη επίσημη διατύπωση των αρχών έγινε από την Διεθνή Συνεταιριστική Ένωση στο

Συνέδριο του Παρισιού το 1937, η δεύτερη το 1966 στο Συνέδριο της Βιέννης και η τρίτη το 1995 στο Συνέδριο του Μάντσεστερ. (Καμενίδης, 2001)

Οι κανόνες που διατύπωσαν οι «**Δίκαιοι Σκαπανείς του Ροντσέιλ**» για τη λειτουργία του συνεταιρισμού τους, μπορούν να θεωρηθούν ως πρώτη διατύπωση των διεθνών συνεταιριστικών αρχών, γιατί είτε αυτούσιοι είτε τροποποιημένοι χρησιμοποιήθηκαν ως βάση λειτουργίας άλλων συνεταιρισμών.

Οι συνεταιριστικές αρχές του συνεταιρισμού Ροντσέιλ-1845

1. Αμοιβή κεφαλαίου με σταθερό επιτόκιο
2. Προμήθεια ανόθευτων προϊόντων στα μέλη
3. Ακριβής ζύγιση και μέτρηση των πωλούμενων προϊόντων
4. Πώληση τοις μετρητοίς και σε τιμές αγοράς
5. Δίκαιη διανομή κερδών στα μέλη
6. Δημοκρατικός έλεγχος των συνεταιρισμών
7. Διαχείριση συνεταιρισμών από αιρετές διοικήσεις
8. Εκπαίδευση μελών
9. Συχνή παρακολούθηση των οικονομικών των συνεταιρισμών
10. Θρησκευτική και πολιτική ουδετερότητα

Σχήμα 2.1 Οι συνεταιριστικές αρχές του συνεταιρισμού Ροντσέιλ- 1845

Στο 15^ο Συνέδριο της Διεθνούς Συνεταιριστικής Ένωσης στο Παρίσι το 1937 διατυπώθηκαν για πρώτη φορά επίσημα οι διεθνείς συνεταιριστικές αρχές που στηρίχθηκαν στις αρχές του Ροντσέιλ.

Οι Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές του Συνεδρίου του Παρισιού-1937

1. Εθελοντική και ελεύθερη συμμετοχή
2. Δημοκρατικός έλεγχος
3. Αναλογική επιστροφή πλεονασμάτων
4. Περιορισμένη αμοιβή του κεφαλαίου
5. Πολιτική και θρησκευτική ουδετερότητα
6. Συναλλαγές τοις μετρητοίς
7. Εκπαίδευση των μελών

Σχήμα 2.2 Οι συνεταιριστικές αρχές του συνεδρίου του Παρισιού 1937

Στο 22^ο Συνέδριο της Διεθνούς Συνεταιριστικής Ένωσης, που έλαβε μέρος στο Bournemouth της Αγγλίας το 1963, η Κεντρική Συνεταιριστική Οργάνωση (CENTROSOYUS) της Σοβιετικής Ένωσης πρότεινε για την αναθεώρηση των Διεθνών Συνεταιριστικών Αρχών, για να προσαρμοστούν καλύτερα στο νέο οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό περιβάλλον που είχε διαμορφωθεί μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Η πρόταση έγινε αποδεκτή και συγκροτήθηκε επιτροπή από συνεταιριστές της Σοβιετικής Ένωσης, Αγγλίας, ΗΠΑ, και Δυτικής Γερμανίας, για να μελετήσει το θέμα και να κάνει εισήγηση. Πράγματι, στο Συνέδριο της Βιέννης το 1966 έγινε αναθεώρηση των Διεθνών Συνεταιριστικών Αρχών, και με την εισήγηση της παραπάνω Επιτροπής οι αρχές επαναδιατυπώθηκαν ως εξής:

Οι Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές του Συνεδρίου της Βιέννης-1966

1. Εθελοντική και ελεύθερη συμμετοχή
2. Δημοκρατικός έλεγχος
3. Περιορισμένη αμοιβή κεφαλαίου
4. Δίκαιη διανομή πλεονασμάτων
5. Συνεταιριστική εκπαίδευση
6. Συνεργασία μεταξύ συνεταιρισμών

Σχήμα 2.3 Οι Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές του Συνεδρίου της Βιέννης-1966

Παρατηρούνται κάποιες διαφορές στην διατύπωση των συνεταιριστικών αρχών μεταξύ των αρχών που διατυπώθηκαν στο Συνέδριο της Βιέννης το 1966 και στις αρχές που διατυπώθηκαν στο Συνέδριο του Παρισιού το 1937.

- 1^ο ο αριθμός των αρχών μειώθηκε σε έξι από επτά που ήταν πριν.
- 2^ο η αρχή της «πολιτικής και θρησκευτικής ουδετερότητας» έχασε την αυτοτέλεια της το 1966 καθώς δεν εμφανίζεται ως ξεχωριστή αρχή αλλά ενσωματώνεται στην αρχή της ελεύθερης και εθελοντικής συμμετοχής η οποία διατυπώθηκε ως εξής «**Ένα άτομο μπορεί ελεύθερα να γίνει μέλος συνεταιρισμού χωρίς περιορισμούς, ανεξάρτητα από τις πολιτικές και θρησκευτικές πεποιθήσεις του**»

- 3^{ον} το 1966 εμφανίζεται μία νέα αρχή, η «**Διασυνεταιριστική Συνεργασία**», δηλαδή η συνεργασία μεταξύ των συνεταιρισμών της ίδιας χώρας ή άλλων χωρών.
- 4^{ον} οι παραπάνω αρχές του 1966 καθιερώθηκαν ως υποχρεωτικές, σε αντίθεση με τις αρχές του 1937, στο οποίο οι τέσσερις πρώτες χαρακτηρίστηκαν ως υποχρεωτικές ενώ οι υπόλοιπες τρεις ήταν προαιρετικές.
- Και 5^{ον} η αρχή της «συνεταιριστικής εκπαίδευσης» του 1966 διευρύνεται και περιλαμβάνει την εκπαίδευση όχι μόνο των μελών, όπως διατυπώθηκε το 1937, αλλά και την εκπαίδευση των αιρετών και υπαλληλικών στελεχών του. (Καμενίδης, 2001)

Στο 29^ο της Διεθνούς Συνεταιριστικής Ένωσης, που πραγματοποιήθηκε στη Στοκχόλμη της Σουηδίας το 1988, ο πρόεδρος της Lars Marcus πρότεινε να γίνει αυτοκριτική της ιδεολογίας, των αξιών, των αρχών, των στόχων, των μέσων δράσης και της αποτελεσματικότητας των συνεταιρισμών.

Για αυτό το λόγο συγκροτήθηκε μία Επιτροπή Εμπειρογνομόνων, η οποία συζήτησε τα θέματα αυτά στο επόμενο συνέδριο 30^ο Συνέδριο του Τόκιο το 1992 στο οποίο επαναπροσδιορίστηκαν οι βασικές συνεταιριστικές αξίες και αποφάσισε να γίνει αναθεώρηση των Διεθνών Συνεταιριστικών Αρχών για επόμενο συνέδριο με βάση την εισηγητική έκθεση της Επιτροπής. Πράγματι στο επόμενο 31^ο Συνέδριο της Διεθνούς Συνεταιριστικής Ένωσης που πραγματοποιήθηκε στο Μάντσεστερ της Αγγλίας το Σεπτέμβριο του 1995, έγινε η Τρίτη αναθεώρηση των διεθνών συνεταιριστικών αρχών και κατέληξε στη διατύπωση των παρακάτω επτά αρχών.

Οι Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές του Συνεδρίου του Μάντσεστερ-1995

1. Εθελοντική και ελεύθερη συμμετοχή
2. Δημοκρατική διοίκηση των συνεταιρισμών
3. Οικονομική συμμετοχή των μελών
4. Αυτονομία και ανεξαρτησία των συνεταιρισμών
5. Εκπαίδευση, πρακτική εξάσκηση και πληροφόρηση
6. Συνεργασία μεταξύ των συνεταιρισμών
7. Ενδιαφέρον για την Κοινότητα

Σχήμα 2.4 Οι Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές του Συνεδρίου του Μάντσεστερ-1995

Συγκρίνοντας τις διεθνείς συνεταιριστικές αρχές στη νέα τους διατύπωση στο Μάντσεστερ το 1995, με εκείνες που διατυπώθηκαν στα προηγούμενα δύο συνέδρια, παρατηρούνται τα εξής:

- 1^{ον} οι διεθνείς συνεταιριστικές αρχές γίνονται ξανά επτά, όπως ήταν το 1937, αλλά κάποιες είναι διαφορετικές.
- 2^{ον} από το προηγούμενο συνέδριο, της Βιέννης το 1966, παραμένουν αμετάβλητες στο συνέδριο του Μάντσεστερ οι εξής τρεις αρχές: α) η εθελοντική και ελεύθερη συμμετοχή, β) η δημοκρατική διοίκηση και γ) η συνεργασία μεταξύ των συνεταιρισμών.
- 3^{ον} η αρχή της συνεταιριστικής εκπαίδευσης συμπληρώνεται με την «πρακτική εξάσκηση» και την «πληροφόρηση»
- 4^{ον} δυο αρχές του Συνεδρίου της Βιέννης χάνουν την αυτοτέλεια τους στις αρχές του Συνεδρίου του Μάντσεστερ και ενσωματώνονται σε μια ευρύτερη αρχή, με τίτλο «Οικονομική συμμετοχή των μελών στους Συνεταιρισμούς». Οι αρχές αυτές είναι οι εξής δύο: α) η περιορισμένη αμοιβή του και κεφαλαίου και β) η δίκαιη διανομή των πλεονασμάτων
- 5^{ον} εμφανίζονται για πρώτη φορά δύο νέες αρχές α) η αυτονομία και η ανεξαρτησία των συνεταιρισμών και β) το ενδιαφέρον για την κοινότητα.
- 6^{ον} στη νέα διατύπωση των αρχών δεν αποκλείεται η συμμετοχή νομικών προσώπων σε συνεταιρισμούς.

Αυτό συνάγεται από το γεγονός ότι η αρχή της ελεύθερης και εθελοντικής συμμετοχής δεν αναφέρεται συγκεκριμένα σε φυσικά πρόσωπα, όπως διατυπωνόταν η αρχή στα προηγούμενα συνέδρια. (Καμενίδης, 2001)

2.2.2 Αποκλίσεις από τις αρχές

1) Παρεκκλίσεις από την αρχή της «ανοιχτής πόρτας»

❖ Από την εθελοντική συμμετοχή:

Οι αναγκαστικοί συνεταιρισμοί: δημιουργούνται στη περίπτωση που το προϊόν ή η υπηρεσία είναι μοναδικό. (Κουτσού, Διάλεξη μαθήματος αγροτικών συνεταιρισμών). Παράδειγμα αναγκαστικού συνεταιρισμού στην Ελλάδα είναι ο «Αναγκαστικός Οινοποιητικός Συνεταιρισμός Σάμου», στον οποίο όλοι οι Σταφυλοπαραγωγοί

παραδίδουν το προϊόν τους (οινοποιήσιμο σταφύλι) στο εργοστάσιο του συνεταιρισμού. (Κοντογεωργός και Σεργάκη,2015)

❖ *Από την αρχή της ελεύθερης εισόδου*

Όταν κρίνεται ότι η είσοδος νέων μελών στο συνεταιρισμό θα τον ζημιώσει οικονομικά. Για παράδειγμα αν ο συνεταιρισμός έχει δυνατότητα αποθηκευτικού ή μηχανικού εξοπλισμού για 30 άτομα, τα παραπάνω θα δημιουργήσουν οικονομικά ζητήματα στον συνεταιρισμό.

(Κουτσού, Διάλεξη μαθήματος αγροτικών συνεταιρισμών)

❖ *Από την αρχή της ελεύθερης εξόδου*

Συνεταιρισμός με 100 μέλη και 5 βαμβακοσυλλεκτικές μηχανές για εξυπηρέτηση της συλλογής βαμβακιού των μελών με το ελάχιστο κόστος συλλογής, θα μπορούσε να αρνηθεί την ομαδική αποχώρηση 30 μελών του, αν το ζητήσουν έκτακτα, διότι θα προκύψουν οικονομικές συνέπειες (αυξημένο κόστος συλλογής) για τα εναπομένοντα μέλη. Η αποχώρηση θα μπορούσε να γίνει προγραμματισμένα κάποια στιγμή αργότερα, αφού ο συνεταιρισμός βρει πρώτα λύση οικονομικά συμφέρουσα και αφού τακτοποιηθούν τα οικονομικά των αποχωρούντων μελών με τον συνεταιρισμό. (Κοντογεώργος and Σεργάκη, 2015)

2)Παρεκκλίσεις από την αρχή της ισοψηφίας

Υπάρχουν μερικές περιπτώσεις κατά τις οποίες γίνεται κάποια παρέκκλιση σε σχέση με την ισοψηφία των μελών του συνεταιρισμού, χωρίς όμως να ξεφεύγουν από το «πνεύμα του νόμου». Οι περιπτώσεις αυτές είναι οι εξής:

1. Οι εκλογές για την ανάδειξη διοικητικών συμβουλίων στους πρωτοβάθμιους συνεταιρισμούς, όπου ορισμένα μέλη έχουν περισσότερες της μιας ψήφους (όχι όμως πάνω από έναν συγκεκριμένο αριθμό που συνήθως ορίζεται με νόμο ή μέσω του καταστατικού του συνεταιρισμού). Κάποια μέλη είναι δυνατόν να έχουν περισσότερες από μία υποχρεωτικές συνεταιριστικές μερίδες, ο αριθμός των οποίων εξαρτάται από το ύψος των συναλλαγών (π.χ παράδοση μεγαλύτερων ποσοτήτων προϊόντων) με τους συνεταιρισμούς τους.
2. Η αντιπροσώπευση των πρωτοβάθμιων συνεταιρισμών στις δευτεροβάθμιες και των δευτεροβάθμιων στις τριτοβάθμιες

συνεταιριστικές οργανώσεις τους. Στις περιπτώσεις αυτές, κάθε συνεταιρισμός έχει διαφορετικό αριθμό ψήφων, ανάλογα με το ύψος των συναλλαγών του με την ένωση και κάθε ένωση με την Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση. Βέβαια, ο αριθμός των ψήφων είναι περιορισμένος και όχι μεγαλύτερος από ένα ποσοστό (π.χ. το 1/5) του συνόλου των ψήφων που διαθέτει η δευτεροβάθμια ή τριτοβάθμια συνεταιριστική οργάνωση. Αυτό ενθαρρύνει τη συμμετοχή των μεγάλων και οικονομικά εύρωστων πρωτοβάθμιων συνεταιρισμών στις οργανώσεις αυτές, ενώ η αρχή «κάθε μέλος, μία ψήφος» θα τους αποθάρρυνε, διότι θα υποβαθμιζόταν ο ρόλος τους στις εργασίες των ενώσεων αυτών. Αντίθετα, αν εφαρμοζόταν η αρχή της πλήρους αναλογικότητας, όπως συμβαίνει στις ιδιωτικές μετοχικές εταιρίες, τότε θα εξασθενίσει ο ρόλος των μικρότερων συνεταιριστικών οργάνωσεων στις κεντρικές οργανώσεις, οι μεγάλες οργανώσεις θα δραστηριοποιούνταν μόνο προς την κατεύθυνση των με-γάλων συνεταιρισμών και οι μικροί συνεταιρισμοί θα ζημιώνονταν αντί να ωφελούνται από τη συνεργασία αυτή. Έτσι, ούτε η αρχή της ισοψηφίας (κάθε συνεταιρισμός, μία ψήφος) ούτε της αναλογικότητας (αριθμός ψήφων ανάλογος με τον αριθμό των μελών) δεν πρέπει να εφαρμόζονται απόλυτα, διότι αποθαρρύνεται η δημιουργία μεγάλων συνεταιριστικών οργάνωσεων, οι οποίες μπορούν να καλύψουν ζωτικούς τομείς της μεταποίησης και εμπορίας αγροτικών προϊόντων, δραστηριότητες δηλαδή όπου απαιτείται μεγάλος όγκος εργασιών, ώστε να προκύψουν οικονομικά οφέλη για τα μέλη τους.

3. Η αντιπροσώπευση συνεταιρισμών σε συνεταιριστικές εταιρείες με δραστηριότητες που απαιτούν πολύ κεφάλαιο, όπως είναι οι αγροτοβιομηχανικές συνεταιριστικές οργανώσεις. Στις περιπτώσεις αυτές, τα μέλη που έχουν επενδύσει μεγαλύτερα κεφάλαια, έχουν μεγαλύτερο αριθμό ψήφων, πάντα μέσα σε κάποια όρια βέβαια και συνεπώς μεγαλύτερη ευθύνη στη λειτουργία και τον έλεγχο της συνεταιριστικής οργάνωσής τους, χωρίς όμως να περιέρχεται ο πλήρης έλεγχος της οργάνωσης στα χέρια των οικονομικά ισχυρών. (Κοντογεωργός και Σεργάκη, 2015)

2.3 ΑΤΥΠΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

2.3.1 Στην Ελλάδα

Η ανάπτυξη του συνεταιριστικού κινήματος στην Ελλάδα καθυστέρησε εξαιτίας του οθωμανικού ζυγού. Χαρακτηριστικότερες πρόδρομες, άτυπες μορφές συνεταιρισμού για τον ελλαδικό χώρο ήταν τα «τσελιγκάτα», οι ενώσεις κοπαδιών και οι «πατριές», οι οποίες δεν αποτελούν μόνο μια προδρομική μορφή του σημερινού συνεταιρισμού, αλλά προηγούνται ακόμη και των άλλων σημερινών μορφών συνεταιριστικής καθετοποίησης της παραγωγής. Προηγήθηκαν, πιθανόν, οι δώδεκα συνεταιρισμοί των Μαντεμοχωρίων Χαλκιδικής που ανέλαβαν στις αρχές του 18ου αιώνα την εκμετάλλευση των μεταλλείων για δικό τους λογαριασμό. Ανάλογα δημιουργήθηκε το «Ελληνικό Ορεινό Χωριό», που εξελίχθηκε σε ένα σύστημα δημοκρατικά αυτοδιοικούμενων κοινοτήτων, που λέγονταν «Ελευθεροχώρια» ή «Κλεφτοχώρια» και στηρίζονταν σε μια μορφή συνεταιριστικής οικονομικής δραστηριότητας, για να εξελιχθεί στα χρόνια της τουρκοκρατίας σε «μεγάλους παραγωγικούς συνεταιρισμούς για εργασίες γεωργικές, βιομηχανικές, εμπορικές και ναυτικές». Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν αναλυτικά μερικές από τις πιο χαρακτηριστικές μορφές συνεργασίας στον ελλαδικό χώρο.

Τα Τσελιγκάτα

Τα τσελιγκάτα είναι μια παραδοσιακή μορφή συνεργασίας των νομάδων του ορεινού όγκου της Ελλάδας, που ασχολούνται με την κτηνοτροφία και μετακινούνται από τις πεδιάδες στα βουνά (Πίνδο, Όλυμπο, Βέρμιο) και αντίστροφα κάθε χρόνο, χωρίς να διαθέτουν μόνιμες εγκαταστάσεις.

Παλαιότεροι νομάδες των τσελιγκάτων είναι οι Σαρακατσάνοι και ακολουθούν οι Βλάχοι. Στο τσελιγκάτο έχουν τη δυνατότητα μικρά κοπάδια αιγοπροβάτων να ενωθούν και να δημιουργήσουν ένα μεγάλο κοπάδι. Αρχηγός της ομάδας (τσέλιγκας) τίθεται ο κάτοχος του μεγαλύτερου κοπαδιού. Ο τσέλιγκας έχει την ευθύνη για τη συγκρότηση και τη λειτουργία του τσελιγκάτου, ενοικιάζει τα βοσκοτόπια, αναθέτει καθήκοντα, εφοδιάζει τις οικογένειες με τα απαραίτητα αγαθά, φροντίζει για την εκπαίδευση των παιδιών και διαθέτει τα προϊόντα της κοινής εκμετάλλευσης. Στο τέλος της περιόδου, μέσα από τη γενική συνέλευση, γίνεται η ετήσια εκκαθάριση των λογαριασμών. Τα έσοδα αποτελούνται από τις εισπράξεις των πωλήσεων μαλλιού, γάλακτος, αρνιών. Στα έξοδα αθροίζονται οι δαπάνες καταναλωτικών αγαθών, εκπαίδευσης και νοσηλείας, τα ενοίκια των βοσκότοπων, οι φόροι, οι μισθοί. Το καθαρό υπόλοιπο κατανέμεται μεταξύ

των βοσκών και του τσέλιγκα, ανάλογα με τον αριθμό των ζώων που διαθέτει ο καθένας.

Η Κοινή Συντροφιά των Αμπελακίων

Η Κοινή Συντροφιά των Αμπελακίων ιδρύθηκε το 1778 και αποτελεί την πιο γνωστή μορφή συνεργασίας στον ελλαδικό χώρο. Στον συνεταιρισμό συμμετείχαν περίπου 6.000 άνδρες, γυναίκες και παιδιά. Μέχρι τα μισά του 17ου αιώνα, τα Αμπελάκια, μια κοινότητα που βρίσκεται στον Νομό Λάρισας και είναι κτισμένη στις πλαγιές του Κισσάβου, ήταν μια κτηνοτροφική και οινοπαραγωγική κοινότητα. Με την αύξηση του πληθυσμού, οι Αμπελακιώτες έστρεψαν την προσοχή τους στην παραγωγή κόκκινων νημάτων και κατά το δεύτερο μισό του 18ου αιώνα, οι μικρές οικιακές βιοτεχνίες κατασκευής και βαφής νημάτων αποφάσισαν να ενωθούν και να δημιουργήσουν τις λεγόμενες «συντροφίες» με στόχο την αύξηση της παραγωγής, την αντιμετώπιση των οικονομικών δυσκολιών και την επέκταση των εμπορικών δραστηριοτήτων τους στον ευρωπαϊκό χώρο. Στις «Συντροφίες», που αρχικά ήταν πέντε και αποτελούσαν ένα είδος ετερόρρυθμων εταιρειών, συμμετείχαν όλοι σχεδόν οι κάτοικοι της κοινότητας. Το 1778 οι πέντε «συντροφίες» των Αμπελακίων συνενώθηκαν και όλες μαζί αποτέλεσαν την Κοινή Συντροφία και Αδελφότητα των Αμπελακίων, στην οποία συμμετείχαν και άλλες κοινότητες της κοιλάδας των Τεμπών.

Η Κοινή Συντροφία και Αδελφότητα των Αμπελακίων ήταν οργανισμός κεφαλαίου και εργασίας με συνεργατική προσέγγιση στη φιλοσοφία του, στην πρακτική που εφαρμόζε, στον τρόπο που λειτουργούσε, στους σκοπούς που έθετε και γενικά σε όλες τις πτυχές της δραστηριότητάς του. Μέλη του συνεταιρισμού ήταν οι παραγωγοί βαμβακιού και ερυθρόδανου καθώς επίσης και το εργατικό δυναμικό, το οποίο απασχολούσε ο οργανισμός στις δραστηριότητες που ασκούσε. Έδρα του οργανισμού παρέμεινε η κοινότητα των Αμπελακίων. Σκοπός του συνεταιρισμού ήταν η οικονομική ενίσχυση των μελών του, αλλά και η πνευματική και ηθική καλλιέργειά τους.

Γρήγορα εξαπλώθηκε η φήμη τους, χάρη στα εξαιρετικής ποιότητας νήματα που κατασκεύαζαν οι κάτοικοί του καθώς και στην άριστη βαφή και επιτυχή εμπορία τους. Έτσι, δημιούργησαν ένα πρότυπο συνεργασίας και αλληλεγγύης.

Ο συνεταιρισμός διένυσε μια περίοδο άνθισης και οικονομικής ευμάρειας που έφτασε αισίως τα 31 χρόνια, ως το 1811, οπότε διαλύθηκε. Η διάθεση των εμπορευμάτων τους γινόταν σε ολόκληρο τον ευρωπαϊκό χώρο με κύριο κέντρο τη Βιέννη. Υπήρχαν παντού πρακτορεία και διένειμαν τα κόκκινα νήματα σε όλη την Ευρώπη. Κατά την περίοδο

της ακμής τους στα Αμπελάκια ιδρύθηκαν σχολεία, βιβλιοθήκες εργαστήριο πειραματικής φυσικής και παρέχονταν ειδικές ενισχύσεις στους φτωχούς, καθώς επίσης υπήρχε γιατρός σε κάθε χωριό που φρόντιζε για την υγεία των κατοίκων (Παπαγεωργίου, 2015).

Οι Συντροφοναύτες των νησιών Ύδρας, Σπέτσων, Ψαρών

Στα νησιά Ύδρα, Σπέτσες και Ψαρά ιδρύθηκε ο συνεταιρισμός των Συντροφοναυτών. Οι φτωχοί νησιώτες αυτών των νησιών συγκέντρωσαν κεφάλαιο για τη ναυπήγηση ενός πλοίου. Οι έμποροι πρόσφεραν υλικά, οι ξυλουργοί εργασία και όλοι γίνονταν συνέταιροι με δικαιώματα και κέρδη. Οι Συντροφοναύτες κατάφεραν να επεκτείνουν τις εμπορικές τους δραστηριότητες πέρα από τη Μεσόγειο. Τα πλοία της Ύδρας περνούσαν το 1804 τον Ατλαντικό ωκεανό και έφταναν μέχρι τη Ν. Αμερική, όπου πωλούσαν κρασί.

Η επιτυχής πορεία αυτών των συνεταιρισμών είχε ως αποτέλεσμα στα τέλη του 19ου αιώνα να αναγνωριστεί ευρέως η χρησιμότητα του συνεταιριστικού θεσμού για τον αγροτικό πληθυσμό που ήταν οικονομικά ανίσχυρος. Επιπλέον, η καθοδήγηση στον Αλμυρό του δασκάλου Νικ. Μιχόπουλου (1878-1933) και του γεωπόνου Δημ. Γρηγοριάδη (1870-1907) ήταν καθοριστική για να ξεκινήσει το συνεταιριστικό κίνημα με την ίδρυση, το 1900, του πρώτου γεωργικού συνεταιρισμού, το ΜετοχικόνΓεωργικόνΤαμείον Αλληλοβοήθειας με 48 μέλη- γεωργούς. Η δράση του συνεταιρισμού ήταν αξιόλογη, καθώς ξεκίνησε με την παροχή δανείων στους συνέταιρους, αλλά το 1910 κατάφερε και απέκτησε τη δική του αλωνιστική μηχανή. Τις καλές πρακτικές αυτού του πρωτοπόρου συνεταιρισμού μιμήθηκαν αργότερα και άλλοι συνεταιρισμοί στην Ελλάδα (Παπαγεωργίου, 2015).

Το 1914 ψηφίστηκε ο πρώτος νόμος περί αστικών και αγροτικών συνεταιρισμών. Ο Νόμος 602/1915 ήταν βασισμένος στους δοκιμασμένους νόμους της Γερμανίας και της Αυστρίας με διάφορες προσαρμογές, και αποδείχτηκε ιδιαίτερα πετυχημένος. Ο νόμος αυτός καθιέρωσε απλές διαδικασίες για την ίδρυση ενός συνεταιρισμού, την καθοδήγηση και την εποπτεία των συνεταιρισμών από τον αρμόδιο Υπουργό. Ο νόμος όριζε ότι επτά μέλη μπορούν να ιδρύσουν συνεταιρισμό με τη σύσταση καταστατικού και την έγκρισή του από το Υπουργείο.

Το 1917 ιδρύθηκε η πρώτη ένωση συνεταιρισμών στην Καλαμάτα. Το 1924 υπήρχαν 44 ενώσεις πανελλαδικά. Σημαντικός παράγοντας για τη μετέπειτα εξέλιξη των συνεταιρισμών αποτέλεσε και η ίδρυση της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος το 1929

(Ν.4332/1929). Το 1935 ιδρύθηκε η Πανελλήνιος Συνομοσπονδία Γεωργικών Συνεταιρισμών, η οποία από το 1936 μετονομάστηκε σε Πανελλήνιος Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑΣΕΓΕΣ).

Κατά την περίοδο του πολέμου οι συνεταιρισμοί πρόσφεραν τη διαθέσιμη περιουσία τους σε κεφάλαια για την εθνική άμυνα. Η ανασυγκρότησή τους άρχισε με τον Νόμο 389/1945. Τα πρώτα χρόνια μετά τον πόλεμο, οι γεωργικοί συνεταιρισμοί γνώρισαν τεράστια εξάπλωση, κυρίως οριζοντίως (ίδρυση πολλών πρωτοβάθμιων συνεταιρισμών) αλλά και καθέτως (ενώσεις, συντεχνίες). Από τη δεκαετία του '50 και έπειτα οι αγροτικοί συνεταιρισμοί, αλλά και γενικότερα όλες οι κατηγορίες συνεταιρισμών, αναγνωρίζονται από το κράτος ως χρήσιμες μορφές συνεργασίας. Την ίδια περίοδο έχουμε την ανάπτυξη αλιευτικών και σπογγαλιευτικών συνεταιρισμών (ενσωμάτωση Δωδεκανήσων)

Κατά τη μεταπολίτευση, η κινητοποίηση των γεωργικών οργανώσεων και των συνεταιρισμών ήταν έντονη. Η πολιτικοποίηση των γεωργών βοήθησε στη δημιουργία προνομιακών τιμών στα περισσότερα γεωργικά προϊόντα. Θεσμικές και νομοθετικές αλλαγές καθώς και η διάθεση επενδυτικών κεφαλαίων από το Πρόγραμμα Δημόσιων Επενδύσεων στους γεωργικούς συνεταιρισμούς συντέλεσαν στην ανάπτυξή τους κατά τη διάρκεια των δύο επόμενων δεκαετιών. Παράλληλα, ο κρατικός προστατευτισμός αποτέλεσε την αιτία πολλών προβλημάτων (όπως η υπερδανειοδότηση) που σημάδεψαν τους συνεταιρισμούς και αποτέλεσαν τροχοπέδη για την ανάπτυξή τους. Τέλος, το 2011 αποτελεί ένα κρίσιμο σημείο για τους συνεταιρισμούς, καθώς η νομοθεσία περί αυτών τροποποιήθηκε για άλλη μια φορά και ορίζει την κατάργηση των Ενώσεων Αγροτικών Συνεταιρισμών και τη μετατροπή αυτών σε πρωτοβάθμιους Αγροτικούς Συνεταιρισμούς ή Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις. (Κοντογεωργός και Σεργάκη, 2015)

2.3.2 Στο εξωτερικό

Οι πρώτες αναφορές για άτυπες ομάδες συνεργασίας εμφανίστηκαν πολύ νωρίς στην ανθρώπινη ιστορία. Ωστόσο, οι πρώτες δομημένες μορφές συνεργασίας παρουσιάστηκαν στην αρχαία Βαβυλώνα και στην Αίγυπτο (συνεταιρισμοί ενοικίασης χωραφιών), στην αρχαία Αρμενία (συνεταιριστικά γαλακτοκομεία), στην Κίνα και τις Ινδίες, στην αρχαία Ελλάδα (συνεταιρισμοί ναυτικών) και στη Ρώμη μεταξύ γεωργών, τεχνιτών, εμπόρων ή θρησκευτικών ομάδων, για την επίτευξη κοινών στόχων.

Παλιές μορφές συνεργασίας στον αγροτικό χώρο αποτέλεσαν τα «μυρ» (αγροτική κοινοκτημοσύνη) και τα «αρτέλ» (εργατικοί σύνδεσμοι) στη Ρωσία, τα «εγίντος»

(ομάδες κοινής καλλιέργειας) στο Μεξικό, τα «τσελιγκάτα» (κοινή εκτροφή και διαχείριση ζώων) στην Ελλάδα και σε άλλες βαλκανικές χώρες .

Στην Ευρώπη οι πρώτοι οργανωμένοι συνεταιρισμοί έκαναν την εμφάνισή τους στη Βιομηχανική Επανάσταση (τέλη του 18ου αιώνα-αρχές του 19ου), η οποία βοήθησε σημαντικά στην ανάπτυξή τους .Ο πρώτος συνεταιρισμός σύγχρονης μορφής θεωρείται ο συνεταιρισμός της μικρής αγγλικής πόλης Ροτσντέιλ, που ιδρύθηκε το 1844 από 28 υφαντουργούς. Αργότερα μετατράπηκε σε συνεταιρισμό πολλαπλού σκοπού με κοινωνικό και οικονομικό περιεχόμενο. Ο συνεταιρισμός αυτός αποτέλεσε πρότυπο για τη δημιουργία των καταναλωτικών συνεταιρισμών.

Κύριος στόχος όλων των πρωτεργατών ήταν να βοηθήσουν τους συνανθρώπους τους και να τους απαλλάξουν από τη φτώχεια και την εκμετάλλευση των ισχυρών (Καμενίδης, 2001). Με τις πεποιθήσεις και τις ιδέες τους βοήθησαν στη διαμόρφωση των σημερινών αρχών και αξιών του συνεταιρισμού.

(Κοντογεώργος and Σεργάκη, 2015)

2.4 ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΜΟΝΤΡΑΓΚΟΝ

Οι ιστορίες οικονομικής επιτυχίας σπανίζουν πλέον στην Ισπανία εν μέσω κρίσης, ωστόσο η ιστορία που ξεκίνησε από ένα μικρό βασκικό χωριό γίνεται η εξαίρεση που επιβεβαιώνει τον κανόνα.

Στην κωμόπολη Αρασάτε βρίσκεται η έδρα του εργατικού συνεταιρισμού, που μετρά περισσότερα από 50 χρόνια ζωής, με το όνομα «Μοντραγκόν», του μεγαλύτερου στο είδος του παγκοσμίως – με τη συμμετοχή περίπου 250 εταιρειών και οργανισμών. Το όνομά του είναι δανεισμένο από την ίδια την κωμόπολη, σε μετάφραση από τα βασκικά στα ισπανικά. Ο συνεταιρισμός διέπεται από την αρχή της δημοκρατικής και συλλογικής διαχείρισης από τους εργάτες-μέλη των εταιρειών που τον απαρτίζουν.

Κι ενώ η ανεργία σήμερα καλπάζει – ανέρχεται σε ποσοστό 15% στη χώρα των Βάσκων και πλησιάζει το 25% στην Ισπανία – ο εμπορικός διευθυντής της εταιρείας-μέλους του συνεταιρισμού «MondragonAssembly», ΙνιάκιΛεγκάρντα, εξηγεί πως η εταιρεία προσπαθεί να απαντήσει στην κρίση στρέφοντας το ενδιαφέρον σε νέες αγορές – εκτός Ισπανίας και Ευρώπης. Τα δύο νέα σημαντικά εγχειρήματα αφορούν τη διάθεση βιομηχανικών προϊόντων στο Καζακστάν και τη Λιθουανία.

Αλλά και οι εργάτες της ίδιας εταιρείας που έχασαν τη δουλειά τους μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης και την ύφεση του εγχώριου βιομηχανικού τομέα το 2008-2009 έχουν απορροφηθεί από άλλες εταιρείες εντός του συνεταιρισμού. Σε πολλές από τις

συμμετέχουσες εταιρείες οι εργάτες είναι παράλληλα μέτοχοι-μέλη με δικαίωμα ψήφου στις γενικές συνελεύσεις.

Εν μέσω κρίσης, οι εταιρείες του συνεταιρισμού δεν μένουν φυσικά ανεπηρέαστες από τις δυσκολίες που κλονίζουν την υπόλοιπη Ευρώπη, εντούτοις καμία από αυτές δεν έχει κηρύξει χρεοκοπία μέχρι σήμερα. Μεγάλο μέρος των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των συμμετεχουσών εταιρειών στρέφονται πλέον προς τις αγορές του εξωτερικού.

Πάντως, όπως σημειώνουν έγκριτοι οικονομολόγοι που έχουν ασχοληθεί με το φαινόμενο του Μοντραγκόν, πρόκειται για ένα μοντέλο που είναι δύσκολο να «εξαχθεί». Ο Μανουέλ Εσκουδέρο, οικονομολόγος στην ανώτατη οικονομική σχολή του Μπιλμπάο, κάνει λόγο για μια «κουλτούρα ισότητας και αλληλεγγύης» που ως επιχειρηματικό μοντέλο δεν έχει καταστεί ως τώρα δυνατό να αναπαραχθεί αλλού στον κόσμο.

Για την ιστορία, ο συνεταιρισμός ξεκίνησε από μια ομάδα νεαρών μηχανικών που κατασκεύαζαν θερμάστρες πετρελαίου, στη δεκαετία του 1950, και με τον τρόπο αυτό απέφυγαν με επιτυχία τους μεσάζοντες.

<https://www.tovima.gr/2012/08/14/world/o-baskikos-synetairismos-montragkon-antexei-stin-krisi/>

Η εταιρεία Μοντραγκόν βαφτίστηκε έτσι από την πόλη που γεννήθηκε, η οποία βρίσκεται κοντά στο Μπιλμπάο. Τριάντα χρόνια μετά έχει εξαπλωθεί σ' όλη τη χώρα και λειτουργεί μάλιστα ως πρότυπο για την ανάπτυξη παρόμοιων συστημάτων στην υπόλοιπη Ευρώπη και στις ΗΠΑ.

Το δίκτυο του Μοντραγκόν ιδρύθηκε από έναν καθολικό ιερέα, τον Δον Χοσέ Μαρία Αριζμέντι. Ο ιερέας κόντεψε να χάσει τη ζωή του όταν καταδικάστηκε σε θάνατο από το δικτάτορα Φράνκο για τη συμμετοχή του στον ισπανικό εμφύλιο με την παράταξη των δημοκρατικών. Το 1943, ο Αριζμέντι ζήτησε την οικονομική ενίσχυση κάποιων κατοίκων του Μοντραγκόν για την ίδρυση μιας πρωτοβάθμιας σχολής τεχνικής εκπαίδευσης.

Μία δεκαετία αργότερα οι πτυχιούχοι αυτής της σχολής ίδρυσαν ένα αυτοδιαχειριζόμενο εργοστάσιο που ονομαζόταν ULGOR, παρήγαγε φασόν και αριθμούσε 24 εργαζομένους. Το πείραμα απέδωσε. Η ULGOR έφτασε να απασχολεί 3000 εργαζομένους. Η συμμετοχή ήταν ελεύθερη για τους πάντες και στηριζόταν στο «ένα μέλος, μία ψήφος». Οι μετοχές ανήκουν στα μέλη και κατά συνέπεια η άντληση κεφαλαίων βασίζεται στο δανεισμό και η εκπαίδευση είναι διαρκής.

Η Μοντραγκόν καινοτόμησε και αλλού. Η επιχείρηση δημιούργησε ένα σύστημα εσωτερικών ατομικών λογαριασμών. Κάθε μέλος είχε έναν τέτοιο, στον οποίο έμπαινε το 70% των κερδών που του αναλογούσαν. Το υπόλοιπο 30% τοποθετείται σ' ένα κοινό λογαριασμό που τροφοδοτεί το κεφάλαιο και τις επενδύσεις της εταιρείας. Όταν κάποιος εργαζόμενος εγκατέλειπε την επιχείρηση έπαιρνε το 75% των κερδών, ενώ ένα 25% παρακρατείτο για ανάπτυξη και επενδύσεις.

Αυτό το σύστημα επέτρεψε στην επιχείρηση να κεφαλαιοποιήσει ένα σημαντικό τμήμα των κερδών και κατ' αυτό τον τρόπο να εκσυγχρονίζεται, να παραμένει ανταγωνιστική και να επεκτείνεται. Τα μέλη της έχουν και άλλες οικονομικές υποχρεώσεις. Θεσπίστηκε μία ετήσια συνδρομή, η οποία σήμερα κυμαίνεται γύρω στα 3.000 ευρώ. Η Μοντραγκόν πρόσεξε έτσι ώστε η συνδρομή αυτή να είναι ανεκτή απ' όλους τους εργαζόμενους.

Για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης έχει επίσης θεσπιστεί μια δοκιμαστική περίοδος ενός χρόνου προκειμένου να εξασφαλιστεί η κατάρτιση των εργαζόμενων. Η Μοντραγκόν πέτυχε τόσο πολύ που εξαπλώθηκε προς πολλές κατευθύνσεις. Σήμερα, περιλαμβάνει συνεταιρισμούς που ασχολούνται με την έρευνα, τη χρηματοδότηση, την τεχνική υποστήριξη και τις κοινωνικές υπηρεσίες.

Τρία χρόνια μετά την ίδρυση της ULGOR ιδρύθηκε, μάλιστα, ένας πιστωτικός οργανισμός που θα συνέβαλε στην χρηματοδότηση και την τεχνική υποστήριξη των νέων συνεταιριστικών επιχειρήσεων. Η Λαϊκή Εργατική Τράπεζα περιελάμβανε ένα πιστωτικό ίδρυμα και μια υπηρεσία παροχής τεχνικών συμβουλών.

Η Μοντραγκόν σήμερα παράγει τα πάντα: οικιακές συσκευές, ανταλλακτικά κινητήρων και ferryboats. Παράγει επίσης προϊόντα υψηλής τεχνολογίας. Το Ερευνητικό Ινστιτούτο της Μοντραγκόν διαθέτει πρόσβαση σε βάσεις δεδομένων των ΗΠΑ όπως είναι το MIT. Οι εξαγωγές της Μοντραγκόν αντιπροσωπεύουν πάνω από το 1% των ισπανικών εξαγωγών. Το δυναμικό της ανέρχεται σε 18.000 εργαζομένους.

Είναι αξιοπερίεργο, πάντως, το πόσο λίγο έχουν αναλυθεί αυτά τα επιχειρηματικά μοντέλα. Δεν τα βρίσκει κανείς στα περισσότερα οικονομικά εγχειρίδια παρ' όλη την επιτυχία της Μοντραγκόν στην Ισπανία, του AlvaradoStreetBakery και της Isthmus Engineering. Οι εταιρείες που ανήκουν και διοικούνται από τους εργαζόμενους συνδυάζουν το ρομαντισμό της οικογενειακής επιχείρησης και τη χαρά της δημιουργίας και της ανεξαρτησίας. Φυσικά το να λειτουργεί μία επιχείρηση απόλυτα δημοκρατικά μπορεί να αποβεί ιδιαίτερα δύσκολο, χρονοβόρο και ακριβό. Προσδίδει, ωστόσο, μία ευστάθεια.

Το μοντέλο της κοοπερατίβας στην Ελλάδα τροφοδοτείται από την κρίση, αλλά αντιμετωπίζει και μεγάλα προβλήματα. Ένα απ' αυτά είναι οι χρονοβόρες δικαστικές διαμάχες με τους πρώην ιδιοκτήτες. Άλλο εμπόδιο είναι η δανειοδότηση αυτών των εταιριών από το τραπεζικό σύστημα.

Ενώ οι μεγάλες εταιρείες εξασφαλίζουν χαμηλότοκα δάνεια, στις κατελιμμένες αυτοδιαχειριζόμενες εταιρείες η δανειοδότηση είναι δύσκολη και όποτε δίνεται με πολύ υψηλά επιτόκια. Επιπλέον, τα προϊόντα διοχετεύονται μόνο στην εσωτερική αγορά, επειδή δύσκολα εξάγονται. Η κοινή γνώμη βλέπει συνήθως με συμπάθεια το κίνημα των αυτοδιαχειριζόμενων εταιριών, αλλά οι διεθνείς αγορές δεν τις είδαν ποτέ με καλό μάτι. <https://slpress.gr/oikonomia/montela-enallaktikis-epicheirimatikotitas/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

3.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Κοινωνική οικονομία είναι ένας άλλος χώρος οικονομικής δραστηριότητας, πέρα από την ανταγωνιστική οικονομία και μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά για το εισόδημα και την απασχόληση, για την αντιμετώπιση της ανεργίας, της δυσπραγίας και της φτώχειας.

Ως κοινωνική, δεν αναφέρεται στον κρατισμό και τις υπηρεσίες του κράτους πρόνοιας. Δεν είναι οι κρατικές επιχειρήσεις. Κοινωνική οικονομία είναι η αλληλέγγυα οικονομία με μη χρηματικές ανταλλαγές καθώς και οι κοινωνικές επιχειρήσεις κοινωφελούς σκοπού.

Η ουσία της κοινωνικής οικονομίας επικεντρώνεται στις υπαρκτές ανάγκες του παρόντος, ιδιαίτερα όσον αφορά την απασχόληση έχοντας ως αποστολή να καλύψει τούτες τις ανάγκες όπου κι αν εμφανίζονται επιστρατεύοντας μέσα όπως η αλληλεγγύη, ο εθελοντισμός και οι δωρεές.

Η άτυπη παραδοσιακή κοινωνική οικονομία της αλληλεγγύης είναι εκείνη των μη χρηματικών ανταλλαγών. Στις παραδοσιακές αγροτικές οικονομίες υπήρχε πάντοτε μία άτυπη μορφή ανταλλαγών σε είδος, εργασία και μέσα παραγωγής, που διευκόλυνε τους χωρικούς στις ανταλλαγές τους που είχαν αντικειμενικά πολύ περιορισμένα χρήματα. Αντάλλαζαν, έτσι, όχι μόνο προϊόντα, αλλά και χρόνο εργασίας μεταξύ τους.

Με άλλα λόγια, αναφερόμαστε στον -υπό ευρεία έννοια- τρίτο τομέα της οικονομίας με τα όρια μεταξύ αυτών να μην είναι πάντοτε ευδιάκριτα. Ο πρώτος τομέας αφορά στην ιδιωτική εμπορευματική οικονομία, δηλαδή τις επιχειρήσεις που λειτουργούν με σκοπό το κέρδος. Ο δεύτερος τομέας αφορά στη δημόσια ή κρατική οικονομία, που το κράτος ή άλλες μονάδες προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες με αναδιανεμητικό χαρακτήρα.

Ο τρίτος τομέας αφορά στο ευρύ πεδίο της αλληλέγγυας οικονομίας. Είναι μια οικονομική δραστηριότητα που ξεκινάει «από κάτω». Πρόκειται κατά κύριο λόγο για μια πρωτοβουλία των πολιτών («οικονομία των πολιτών», δηλαδή από τους πολίτες και για τις ανάγκες αυτών) που δεν αποσκοπεί στο κέρδος. Πρόκειται με άλλα λόγια για μια «οικονομία των πραγματικών αναγκών».

<http://socialactivism.gr/index.php/orismos/982-orismos-koinonikis-oikonomias>

Η κοινωνική οικονομία είναι ένας κλάδος της οικονομίας που επικεντρώνεται στη σχέση μεταξύ κοινωνικής συμπεριφοράς και οικονομίας. Εξετάζει πώς οι κοινωνικοί κανόνες, η ηθική και άλλες κοινωνικές φιλοσοφίες επηρεάζουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών και διαμορφώνουν μια οικονομία και χρησιμοποιούν ιστορία, πολιτική και άλλες κοινωνικές επιστήμες για να προβλέψουν πιθανά αποτελέσματα από αλλαγές στην κοινωνία ή την οικονομία.

Οι κοινωνικές οικονομικές θεωρίες δεν κινδυνεύουν με τις στάσεις των ορθόδοξων οικονομικών σχολών. Ως εκ τούτου, οι παραδοσιακές σχολές σκέψης συχνά υποθέτουν ότι οι παράγοντες ενδιαφέρονται για τον εαυτό τους και κάνουν λογικές αποφάσεις. Οι κοινωνικές οικονομικές θεωρίες συχνά θεωρούν το θέμα έξω από το επίκεντρο των βασικών οικονομικών, συμπεριλαμβανομένης της επίδρασης του περιβάλλοντος και της οικολογίας στην κατανάλωση και τον πλούτο.

<https://www.investopedia.com/terms/s/social-economics.asp>

Η κοινωνική οικονομία γενικά θεωρείται τρίτος τομέας μικτών καπιταλιστικών οικονομιών, διακριτής από τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα. Η κοινωνική οικονομία βασίζεται σε συνεργατικές, μη κερδοσκοπικές και εθελοντικές και όχι αμειβόμενες δραστηριότητες που πραγματοποιούνται εντός κοινοτήτων, σε εθνικές οικονομίες και σε διεθνές επίπεδο. Αναφέρεται ποικιλοτρόπως ως ο μη κερδοσκοπικός τομέας, η *économie sociale* και η *Gemeinwirtschaft* και έχει μακρά ιστορία που συμπίπτει με την άνοδο των οικονομιών της αγοράς.

Η κοινωνική οικονομία ορίζεται από τη συλλογή διαφορετικών κοινωνικών στόχων των διαφόρων οργανισμών που την κατατάσσουν. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι οργανώσεις κοινωνικής οικονομίας ταξινομούνται ως συνεταιρισμοί, αλληλασφαλιστικές εταιρείες, εθελοντικές οργανώσεις, ιδρύματα και κοινωνικές επιχειρήσεις. Όλα βασίζονται στην εθελοντική συμμετοχή και την ένταξη και καθοδηγούνται από τους κοινωνικούς τους στόχους και όχι από την ανάγκη να αποδώσουν κεφάλαια. Πολλοί οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας απλώς παρέχουν υπηρεσίες στα μέλη τους ή σε άλλους που σκοπεύουν να εξυπηρετήσουν χωρίς να κάνουν χρήση της αγοράς. Άλλες οργανώσεις κοινωνικής οικονομίας, γνωστές ως κοινωνικές επιχειρήσεις, να ασκούν εμπορικές δραστηριότητες προκειμένου να ωφεληθούν τα μέλη τους ή εκείνα που υπηρετούν. Στην τελευταία περίπτωση, τα τυχόν κέρδη ή τα κέρδη που κερδίζονται επανεπενδύονται στην επιχείρηση, διανέμονται σε ομάδες ενδιαφερομένων ή χρησιμοποιούνται προς όφελος εκείνων που εξυπηρετούνται

από την επιχείρηση. Η διακυβέρνηση συνήθως λειτουργεί μέσω της αρχής " ένα μέλος, μία ψηφοφορία " ή μέσω διαχειριστών επιχειρήσεων.

Ένα ευρύ φάσμα παραδειγμάτων οργανώσεων κοινωνικής οικονομίας περιλαμβάνει εταιρείες οικοδομών και υποθηκών, πιστωτικές ενώσεις, φιλανθρωπικές οργανώσεις και φιλανθρωπικές οργανώσεις, οργανώσεις γειτονίας και κοινοτικές ομάδες, συνδικάτα, ασφαλιστικά ταμεία, αθλητικές ενώσεις, νοσοκομεία, ομάδες αυτοβοήθειας, σχολικές οργανώσεις, θρησκευτικές ομάδες , περιβαλλοντικές ομάδες, ομάδες τέχνης, λέσχες πολλών ειδών, πολιτικές οργανώσεις, συνεταιρισμοί παραγωγών, εμπορικές και επαγγελματικές ενώσεις, και οργανώσεις επαγγελματικής κατάρτισης.

Αναγνώριση της οικονομικής σημασίας των επιχειρήσεων κοινωνικής οικονομίας που αντιμετωπίζονται ως μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί στην οικονομική λογοτεχνία είναι σχετικά πρόσφατη. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας ή μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί θεωρούνται τώρα ότι διαδραματίζουν σημαντικό οικονομικό ρόλο στην αντιμετώπιση των αναγκών που δεν καλύπτονται από τον ιδιωτικό και τον δημόσιο τομέα, ανταγωνίζονται τις κερδοσκοπικές επιχειρήσεις, ενισχύουν την οικονομική παραγωγικότητα, βελτιώνουν την παροχή δημόσιων υπηρεσιών, προωθούν την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη, και την παροχή απασχόλησης. Επιπλέον, επειδή οι παγκόσμιες τάσεις είναι τόσο για την αύξηση της παραγωγής υπηρεσιών όσο και για την ιδιωτικοποίηση κυβερνητικών υπηρεσιών, η κοινωνική οικονομία ή οι μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις, πολλές από τις οποίες ασχολούνται με αυτούς τους τομείς, είναι πιθανό να διαδραματίσουν μεγαλύτερους οικονομικούς ρόλους στο μέλλον. Αυτό αντικατοπτρίζεται στην πιο ρητή αναγνώριση της κοινωνικής οικονομίας στις εθνικές οικονομικές πολιτικές πολλών χωρών, συμπεριλαμβανομένου του Ηνωμένου Βασιλείου, Της Ισπανία , τη Γαλλία , τον Καναδά και ορισμένες χώρες της Λατινικής Αμερικής.

<https://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/social-economy>

3.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Ως χαρακτηριστικά της κοινωνικής οικονομίας μπορούν να χαρακτηριστούν:

1. Η δημόσια ή συλλογική ιδιοκτησία πόρων:

Σε αυτή την οικονομία όλα τα υλικά μέσα παραγωγής ανήκουν και χρησιμοποιούνται από κρατικά όργανα.

Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι η ιδιωτική επιχείρηση και η ιδιωτική ιδιοκτησία είναι εντελώς ανύπαρκτες στη σοσιαλιστική οικονομία, αλλά η σχετική σημασία τους είναι τόσο ασήμαντη ώστε μπορεί να αγνοηθεί.

2. Ο οικονομικός σχεδιασμός:

Μια σοσιαλιστική οικονομία είναι μια πλήρως προγραμματισμένη οικονομία. Ο σχεδιασμός μπορεί να είναι συγκεντρωτικός ή αποκεντρωμένος. Όλες οι βασικές αποφάσεις για τον έλεγχο και τη ρύθμιση της οικονομίας λαμβάνονται από την κυβέρνηση. Παρομοίως, όλες οι βασικές και στρατηγικές λειτουργίες εκτελούνται σύμφωνα με ένα συγκεκριμένο σχέδιο. Η διατύπωση των σχεδίων αποτελεί ευθύνη μιας κεντρικής αρχής σχεδιασμού.

3. Το κίνητρο κοινωνικής πρόνοιας:

Σε μια σοσιαλιστική οικονομία, η έρευνα χρησιμοποιείται στην παραγωγική διαδικασία για να μεγιστοποιήσει την κοινωνική ευημερία αντί για τα ιδιωτικά κέρδη.

Η κοινωνική πρόνοια είναι η βάση όλων των οικονομικών αποφάσεων και των οικονομικών πολιτικών. Η πολιτική τιμών καθοδηγείται από το κίνητρο κοινωνικής πρόνοιας. Ο καθένας δικαιούται τα οφέλη της κοινωνικοποιημένης παραγωγής με βάση τα ίσα δικαιώματα.

4. Η μικρή σημασία του μηχανισμού τιμών:

Σε μια σοσιαλιστική οικονομία, ο μηχανισμός των τιμών λαμβάνει μικρό ρόλο στην κατανομή των πόρων. Ένα ειδικό σχέδιο βασισμένο στις κοινωνικές ανάγκες παρέχει κατευθυντήριες γραμμές για την κατανομή των πόρων.

Ωστόσο, στο δημοκρατικό σοσιαλισμό το σύστημα τιμών επιτρέπεται να διαδραματίζει κάποιο ρόλο ανάλογα με το μέγεθος του ιδιωτικού τομέα.

5. Η συνεργασία των ανθρώπων:

Η σοσιαλιστική οικονομία είναι μια προγραμματισμένη οικονομία. Κανένα σχέδιο δεν μπορεί να επιτύχει χωρίς την ενεργό συμμετοχή των ανθρώπων.

Ως εκ τούτου, καθορίζοντας τις προτεραιότητες των σχεδίων, η κεντρική αρχή σχεδιασμού λαμβάνει υπόψη το ενδιαφέρον της κοινότητας να επιδιώξει την ενεργό

συμμετοχή των ανθρώπων στην εφαρμογή του σχεδίου, η κυβέρνηση μπορεί να προσφέρει ειδικά κίνητρα.

6. Η έλλειψη ανταγωνισμού:

Οι πόροι ανήκουν στην κυβέρνηση. Ως εκ τούτου, η κυβέρνηση αποφασίζει - τι, πώς και για ποιον θα παράγει.

Οι τιμές καθορίζονται από την κυβέρνηση επειδή οι παραγωγικές επιχειρήσεις είναι κρατικό μονοπώλιο. Γοντ., Αποφεύγει κάθε είδους αντιπαλότητα και ανταγωνισμό μεταξύ των κρατικών επιχειρήσεων. Έτσι υπάρχει έλλειψη ανταγωνισμού σε μια σοσιαλιστική οικονομία.

7. Η ανυπαρξία κοινωνικών παρασίτων:

Σε μια σοσιαλιστική οικονομία, η κοινωνία δεν χωρίζεται ανάμεσα σε κυρίαρχες και κεντρικούς νόμους ή μεταξύ «κυρίου και υπαλλήλων».

Με άλλα λόγια, η κοινωνία δεν κατατάσσεται ανάμεσα στην καπιταλιστική και την εργατική τάξη. Εδώ όλοι οι δάσκαλοι τόξου και όλοι είναι εργάτες.

Η φιλοσοφία μιας σοσιαλιστικής οικονομίας είναι: "σε κάθε ένα ανάλογα με τις ανάγκες του και από τον καθένα σύμφωνα με τις ικανότητές του". Έτσι δεν υπάρχει τόπος κοινωνικών παρασίτων και καμία δυνατότητα εκμετάλλευσης.

8. Η ισότητα ευκαιριών:

Ο σοσιαλισμός εγγυάται την ισότητα των ευκαιριών και την ίση αμοιβή για ίση εργασία. Η κυβέρνηση δεν κάνει διακρίσεις μεταξύ των μελών της κοινωνίας με βάση το cast, το θρήσκευμα, τη θρησκεία και το φύλο.

Εν συντομία, μια σοσιαλιστική οικονομία δεν ελέγχεται και ρυθμίζεται από μηχανισμούς της αγοράς. Πρόκειται για μια συνολικά προγραμματισμένη οικονομία. Αυτή η οικονομία βρίσκεται σε έντονη αντίθεση με την καπιταλιστική οικονομία.

<http://www.shareyouressays.com/knowledge/8-main-features-of-socialist-economy-explained/95712>

3.3 ΩΦΕΛΕΙΕΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Σε σύγκριση με τις συνήθεις εμπορικές συναλλαγές, η συνεργασία έχει ορισμένα πλεονεκτήματα ή πλεονεκτήματα και ορισμένα μειονεκτήματα ή αδυναμίες.

Το κύριο πλεονέκτημά του είναι ότι υπάρχει και λειτουργεί προς όφελος των μελών του. Ταυτόχρονα, καθώς τα μέλη είναι και οι ιδιοκτήτες, έχουν οικονομικό ενδιαφέρον για την επιτυχία του συνεταιρισμού που τους ωθεί να τους προσφέρει την πλήρη υποστήριξή τους και την υποστήριξή τους. Τα συνεταιριστικά μέλη έχουν επίσης φωνή στον έλεγχο της οργάνωσης και, μέσα στα όρια της πλειοψηφίας, παρέχουν επομένως το είδος της υπηρεσίας που θέλουν.

Αυτά τα πλεονεκτήματα, τα οποία τείνουν να συνδέουν τους προστάτες με τον οργανισμό καθιστώντας τους πλήρεις εταίρους, βοηθούν στην οικοδόμηση ενός εγγυημένου όγκου επιχειρήσεων. Αυτό με τη σειρά του είναι ευνοϊκό για την αποτελεσματική λειτουργία του συνεταιρισμού. Μια εμπορική επιχείρηση, από την άλλη πλευρά, δεν έχει καμία απαίτηση στους προστάτες της, εκτός από την καλή θέληση που δημιουργήθηκε μέσω παρελθόντος υπηρεσίας.

Οι συνεταιρισμοί έχουν τις αδυναμίες των δημοκρατικών οργανώσεων. Ο διαχειριστής πρέπει πάντα να θυμάται ότι είναι υπεύθυνος έναντι μιας ομάδας μελών και αυτό μπορεί να θέσει τέρμα στην πρωτοβουλία και την ευελιξία που μπορεί να χρησιμοποιήσει για τη λειτουργία του co-op. Μπορεί να βρίσκεται σε πραγματικό μειονέκτημα σε ανταγωνισμό με μια εμπορική επιχείρηση της οποίας ο διαχειριστής ασχολείται πρωτίστως με κερδοσκοπία και έχει σχετικά ελεύθερο χέρι ή μπορεί να συμβουλευτεί τον ιδιοκτήτη γρήγορα και συχνά.

Μερικές φορές οι συνεταιριστικές επιχειρήσεις δείχνουν απροθυμία να πληρώσουν το είδος του μισθού που απαιτείται για να προσελκύσουν και να κατέχουν αρμόδιους διαχειριστές και άλλους υπαλλήλους. Κατά συνέπεια, οι διαχειριστές και οι καλές εργαζόμενοι συχνά οδηγούνται σε υψηλότερες αμειβόμενες θέσεις εργασίας σε εμπορικές επιχειρήσεις.

Μια άλλη αδυναμία συνεργασίας είναι ότι η μάζα των μελών μπορεί να χάσει το ενδιαφέρον για τη λειτουργία του οργανισμού και να αφήσει μια μικρή ομάδα να την αναλάβει και να το διαχειριστεί προς όφελός τους.

[https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-23-why-co-ops-what-are-they-how-do-they-work-\(1944\)/what-are-the-strengths-and-weaknesses-of-cooperative-business](https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-23-why-co-ops-what-are-they-how-do-they-work-(1944)/what-are-the-strengths-and-weaknesses-of-cooperative-business)

Πλεονεκτήματα:

1. Εύκολος σχηματισμός:

Σε σύγκριση με τη σύσταση μιας εταιρείας, η δημιουργία συνεταιριστικής εταιρείας είναι εύκολη. Οποιαδήποτε στιγμή δέκα ενήλικες μπορούν να σχηματίσουν εθελοντικά

μια ένωση. Η σύσταση συνεταιριστικής εταιρείας δεν συνεπάγεται με μακρές και πολύπλοκες νομικές διαδικασίες.

2. Περιορισμένη Ευθύνη:

Όπως η εταιρική μορφή ιδιοκτησίας, η ευθύνη των μελών περιορίζεται στο ύψος του κεφαλαίου τους στις συνεταιριστικές εταιρείες.

3. Διαρκής ύπαρξη:

Μια συνεταιριστική εταιρεία έχει μια ξεχωριστή νομική οντότητα. Ως εκ τούτου, ο θάνατος, η αφερεγγυότητα, η συνταξιοδότηση, η θρησκεία κλπ., των μελών δεν επηρεάζουν την συνέχεια ύπαρξης της συνεταιριστικής κοινωνίας.

4. Κοινωνική Υπηρεσία:

Η βασική φιλοσοφία των συνεταιρισμών είναι η αυτοβοήθεια και η αμοιβαία βοήθεια. Έτσι, οι συνεταιρισμοί ενθαρρύνουν τα μέλη και το συναίσθημα μεταξύ των μελών τους και ενσαρκώνουν τις ηθικές αξίες τους για μια καλύτερη ζωή.

5. Ανοικτή ιδιότητα μέλους:

Η συμμετοχή των συνεταιριστικών εταιρειών είναι ανοικτή σε όλους, ανεξάρτητα από την καταγωγή, το χρώμα, την πίστη και την οικονομική κατάσταση. Δεν υπάρχει όριο στα μέγιστα μέλη.

6. Φορολογικό πλεονέκτημα:

Σε αντίθεση με άλλες μορφές επιχειρήσεων, ένας συνεταιριστικός οργανισμός απαλλάσσεται από το φόρο εισοδήματος και την προσαύξηση των αποδοχών του μέχρι ένα ορισμένο όριο. Εκτός αυτού, απαλλάσσεται επίσης από τέλη χαρτοσήμου και τέλη εγγραφής.

7. Κρατική βοήθεια:

Η κυβέρνηση έχει υιοθετήσει τους συνεταιρισμούς ως αποτελεσματικό μέσο κοινωνικοοικονομικής αλλαγής. Ως εκ τούτου, η κυβέρνηση προσφέρει ορισμένες επιχορηγήσεις, δάνεια και οικονομική βοήθεια στις συνεταιριστικές εταιρείες - για να καταστήσουν την εργασία τους πιο αποτελεσματική.

8. Δημοκρατική διαχείριση:

Η διοίκηση της συνεταιριστικής εταιρείας ανατίθεται στη διαχειριστική επιτροπή που εκλέγεται από τα μέλη με βάση την "μονομελή" ψηφοφορία, ανεξάρτητα από τον αριθμό των μετοχών που κατέχουν. Ο πληρεξούσιος δεν επιτρέπεται σε συνεταιριστικές εταιρείες. Έτσι, η διοίκηση των συνεταιρισμών είναι δημοκρατική.

<http://www.yourarticlelibrary.com/business/cooperative/advantages-and-disadvantages-of-cooperative-society-discussed/40799>

3.4 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Τα σημαντικότερα από τα μειονεκτήματα είναι:

1. Έλλειψη μυστικότητας:

Η συνεταιριστική εταιρεία πρέπει να υποβάλλει τις ετήσιες εκθέσεις και τους λογαριασμούς της στον γραμματέα των συνεταιριστικών εταιρειών. Ως εκ τούτου, είναι αρκετά δύσκολο για τη διατήρηση της μυστικότητας των επιχειρηματικών της υποθέσεων.

2. Έλλειψη επιχειρηματικών ευκαιριών:

Το μέλος των συνεταιριστικών εταιρειών γενικά στερείται επιχειρησιακής εξέλιξης. Όταν τα μέλη αυτά γίνονται μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου, οι υποθέσεις της κοινωνίας αναμένεται να μην διεξάγονται αποτελεσματικά.

3. Έλλειψη ενδιαφέροντος:

Τα μέλη των συνεταιρισμών δεν ενδιαφέρονται για τη λειτουργία των κοινωνιών εξαιτίας της απουσίας κινήτρου κέρδους. Η επιχειρηματική επιτυχία απαιτεί συνεχείς προσπάθειες για μια χρονική περίοδο η οποία, ωστόσο, δεν υπάρχει σε πολλούς συνεταιρισμούς. Ως αποτέλεσμα, οι συνεταιρισμοί καθίστανται αδρανείς και έρχονται σε άσκοπες διακοπές.

4. Διαφθορά:

Κατά κάποιον τρόπο, η έλλειψη κινήτρου κέρδους δημιουργεί απάτη και διαφθορά στη διαχείριση. Αυτό αντικατοπτρίζεται στην υπεξαίρεση κεφαλαίων από τους υπαλλήλους για τα προσωπικά τους κέρδη.

5. Έλλειψη Αμοιβαίου Ενδιαφέροντος:

Η επιτυχία μιας συνεταιριστικής κοινωνίας εξαρτάται από την απόλυτη εμπιστοσύνη των μελών της. Ωστόσο, όλα τα μέλη δεν είναι εμποτισμένα με το πνεύμα συνεργασίας. Η απουσία αυτού του πνεύματος δημιουργεί αμοιβαίες αντιξοότητες μεταξύ των μελών. Τα επηρεασμένα μέλη τείνουν να κυριαρχούν στις υποθέσεις της κοινωνίας.

<http://www.yourarticlelibrary.com/business/cooperative/advantages-and-disadvantages-of-cooperative-society-discussed/40799>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο:ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

4.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Ο καταναλωτικός συνεταιρισμός είναι μια συνεταιριστική επιχείρηση που ανήκει στους πελάτες της για αμοιβαίο όφελος. Είναι μια μορφή ελεύθερης επιχείρησης που είναι προσανατολισμένη προς την υπηρεσία αντί για χρηματικό κέρδος. Οι συνεταιρισμοί των καταναλωτών λαμβάνουν συχνά τη μορφή καταστημάτων λιανικής πώλησης που ανήκουν και λειτουργούν από τους καταναλωτές τους. Οι πελάτες ή οι καταναλωτές των αγαθών ή / και των υπηρεσιών που παρέχει ο συνεταιρισμός είναι συχνά και τα άτομα που έχουν παράσχει το απαιτούμενο κεφάλαιο για την έναρξη ή την αγορά της επιχείρησης.

Σε ορισμένες χώρες, οι συνεταιρισμοί των καταναλωτών είναι γνωστοί ως συνεταιριστικές εταιρείες λιανικής πώλησης ή συνεταιρισμοί λιανικής πώλησης, αν και δεν πρέπει να συγχέονται με τους συνεταιρισμούς των λιανοπωλητών, των οποίων τα μέλη είναι λιανοπωλητές και όχι καταναλωτές. Η μεγάλη διαφορά μεταξύ συνεταιρισμών καταναλωτών και άλλων μορφών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων συνίσταται στο ότι ο συνεταιρισμός των καταναλωτών έχει ως στόχο την παροχή ποιοτικών αγαθών και υπηρεσιών με το χαμηλότερο κόστος στους καταναλωτές / ιδιοκτήτες αντί να πωλεί αγαθά και υπηρεσίες στην υψηλότερη τιμή. Στην πράξη, οι συνεταιρισμοί των καταναλωτών καθορίζουν τις τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές της αγοράς.

Η διαφορά είναι ότι μια επιχείρηση με κερδοσκοπικό σκοπό αντιμετωπίζει τη διαφορά μεταξύ του κόστους (συμπεριλαμβανομένης της εργασίας κ.λπ.) και της τιμής πώλησης ως χρηματοοικονομικό κέρδος για τους επενδυτές ενώ η επιχείρηση που ανήκει στον καταναλωτή μπορεί να το διατηρήσει για να συσσωρεύσει κεφάλαιο για τους κοινωνικούς στόχους των καταναλωτών ή να επιστρέψει το ποσό αυτό στους καταναλωτές/ιδιοκτήτες ως πρόσθετη πληρωμή. Το συσσωρευμένο κεφάλαιο μπορεί να κρατηθεί ως αποθεματικό ή να επενδυθεί σε ανάπτυξη ως κεφάλαιο κίνησης ή στην αγορά κεφαλαίων όπως είναι τα εργοστάσια και τα κτίρια.

Οι μεγάλοι συνεταιρισμοί των καταναλωτών λειτουργούν σαν οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση και απαιτούν από τους εργαζόμενους, τους διαχειριστές, τους υπαλλήλους, τα προϊόντα και τους πελάτες να διατηρούν τις πόρτες ανοιχτές και την επιχείρηση να λειτουργεί. Στις μικρότερες επιχειρήσεις, οι καταναλωτές / ιδιοκτήτες είναι συχνά και εργαζόμενοι επίσης. Οι συνεταιρισμοί των καταναλωτών μπορούν να διαφέρουν

σημαντικά κατά την εκκίνηση και επίσης στον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί ένας συνεταιρισμός αλλά για να είναι αληθινός στο είδος συνεργασίας των καταναλωτών, η επιχείρηση πρέπει να ακολουθεί τις αρχές Rochdale.

Οι συνεταιρισμοί των καταναλωτών μπορούν, με τη σειρά τους, να σχηματίσουν συνεταιριστικές ομοσπονδίες. Αυτά μπορεί να έχουν τη μορφή συνεταιριστικών εταιρειών χονδρικής πώλησης, μέσω των οποίων οι συνεταιρισμοί καταναλωτών αγοράζουν συλλογικά αγαθά σε τιμές χονδρικής και σε ορισμένες περιπτώσεις, δικά τους εργοστάσια. Εναλλακτικά, μπορεί να είναι μέλη συνεταιριστικών ενώσεων. (http://cultivate.coop/wiki/Consumer_cooperative)

4.2 ΤΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το καταναλωτικό κίνημα της Ελλάδας δεν έχει μακροχρόνια ιστορία. Ουσιαστικά αρχίζει από το 1962, με την ίδρυση του πρώτου καταναλωτικού συνεταιρισμού «Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ-KONSUM» Θεσσαλονίκης. Μετά από τρία χρόνια, το 1965, ιδρύεται ο δεύτερος καταναλωτικός συνεταιρισμός «ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ-KONSUM» της Αθήνας.

Την δεκαετία του εβδομήντα, δημιουργήθηκαν άλλοι δύο καταναλωτικοί συνεταιρισμοί στα Άσπρα Σπίτια και στην Καβάλα. Η μεγαλύτερη ανάπτυξη του καταναλωτικού συνεταιριστικού κινήματος παρατηρήθηκε τη δεκαετία του ογδόντα. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι συνεταιρισμοί που δημιουργήθηκαν στην Ελλάδα. Δυστυχώς όμως οι περισσότεροι από αυτούς τους συνεταιρισμούς διαλύθηκαν τα τελευταία χρόνια. (Καμενίδης, 2010)

4.2.1 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ KONSUM

Ένας από τους πρωτοπόρους Καταναλωτικούς Συνεταιρισμούς ευρείας λαϊκής συμμετοχής, είναι «Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ - KONSUM», ο οποίος ιδρύθηκε το 1962 στη Θεσσαλονίκη. Το 1965 ο καταναλωτικός συνεταιρισμός της Αθήνας λειτούργησε το πρώτο του κατάστημα και με την πάροδο των χρόνων δημιουργήθηκαν καταστήματα σε όλη σχεδόν τη χώρα. Οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί «Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ - KONSUM», έχουν ως βασικές τους αρχές.

-Την ελεύθερη και εθελοντική συμμετοχή, ανεξάρτητα από επάγγελμα, κοινωνική θέση, κομματική τοποθέτηση, φύλο, γραμματικές γνώσεις και θρησκεία.

-Την ίση συμμετοχή των μελών.

-Την πώληση τοις μετρητοίς.

- Τον περιορισμένο τόκο στις μερίδες.
- Τις χαμηλές τιμές και την εγγυημένη ποιότητα.
- Τη διανομή των κερδών με βάση τις συναλλαγές κλπ.

Στο τέλος του 1988 οι συνεταιρισμοί KONSUM έφθασαν τους 18 και λειτουργούσαν ανεξάρτητοι σε ισάριθμες πόλεις της χώρας. Ο αριθμός των λειτουργούντων καταστημάτων ανέρχεται στους 33, μέλη τους 30.127 άτομα, ο αριθμός των απασχολούμενων υπαλλήλων ήταν 424 ενώ ο κύκλος εργασιών τους έφταναν τα 7.076.000 δρχ. Στο τέλος του 1989 λειτουργούσαν 47 καταναλωτικά καταστήματα σε όλη τη χώρα, στα οποία, συμμετείχαν 36.983 μέλη. Ο κύκλος εργασιών τους ανέρχεται τα 10.945.130 δρχ. (Πτυχιακή εργασία, Γιαννούλα Πάντα, 1998)

4.3 ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΕΡΓΟ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Το εθνικό έργο των καταναλωτικών Συνεταιρισμών. Το εθνικό έργο των καταναλωτικών Συνεταιρισμών της Ελλάδας συνιστάται στα εξής :

1 οικονομική ενίσχυση των παλινοστούντων ομογενών.

Πράγματι, ο καταναλωτικός Συνεταιρισμός «Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ-KONSUM-COOP» Θεσσαλονίκης είναι μια από τις πρώτες επιχειρήσεις που διάθεσε αρκετά χρηματικά πόσα σε ομογενείς από την πρώην σοβιετική ένωση που παλιννόστησαν στην Ελλάδα από το 1989 και ύστερα. Κάτι ανάλογο έκανε και για τους βορειοηπειρώτες Έλληνες που ζούσαν στην βόρεια ήπειρο

2 προβολή των εθνικών θεμάτων μέσω του περιοδικού.

Τα περιοδικά των καταναλωτικών Συνεταιρισμών διέθεσαν τις στήλες τους σε αξιόλογους επιστήμονες αρχαιολόγους και ιστορικούς καθώς και πολιτικούς, οι οποίοι ανέλυσαν με σαφήνεια και υπευθυνότητα τα εθνικά μας θέματα και ιδιαίτερα αυτό της Μακεδονίας μας, προσφέροντας έτσι ένα σημαντικό εθνικό έργο.

3. προώθηση των ελληνικών προϊόντων.

Σημαντικότερη είναι η προσφορά των καταναλωτικών και αγροτικών συνεταιρισμών στην προώθηση πωλήσεων των ελληνικών προϊόντων. Η τακτική αυτή αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία καθώς όλο και περισσότερες ξένες λιανεμπορικές επιχειρήσεις τροφίμων και άλλων προϊόντων μπαίνουν στην ελληνική αγορά, προωθώντας συνήθως προϊόντα της χώρας προέλευσης τους.

4 .Η άμεση καταβολή του ΦΠΑ στο Δημόσιο

Οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί αποδίδουν πάντοτε εμπρόθεσμα στο δημόσιο το φόρο (ΦΠΑ) που εισπράττουν από τα διακινούμενα προϊόντα και έτσι συντελούν στην αύξηση των εσόδων και συνεπώς στην ισχυροποίηση της οικονομικής ευρωστίας του κράτους. Και είναι γνωστό πως ένα κράτος που δεν έχει ισχυρή οικονομία δεν μπορεί να εφαρμόσει αποτελεσματική εθνική άμυνα. Ο καταναλωτικός Συνεταιρισμός Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ της konsum ως οικονομική και μάλιστα συνεταιριστή επιχείρηση που είναι, καταβάλλει κάθε χρόνο σημαντικούς φόρους στο ελληνικό δημόσιο για τα κέρδη (πλεονάσματα) που δημιουργεί από τις οικονομικές λειτουργίες (λιανοπωληση αγαθών) που πραγματοποιεί. (Καμενίδης, 2010)

4.4 ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΠΛΕΥΡΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Η καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής εξακολουθεί να είναι προτεραιότητα για τους καταναλωτικούς συνεταιρισμούς σε όλο τον κόσμο. Παρά τις σοβαρές οικονομικές και χρηματοπιστωτικές κρίσεις, οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί γνωρίζουν πολύ καλά ότι οι προκλήσεις της αλλαγής του κλίματος δεν θα εξαφανιστούν και θα συνεχίσουν να αυξάνονται και ότι πρέπει να συνεχίσουν να βρίσκουν λύσεις ακόμα και σε ένα πολύ δύσκολο οικονομικό πλαίσιο.

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι η καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής είναι μόνο ένα μέρος της εικόνας. Πράγματι, οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί έχουν μια σφαιρική άποψη της βιωσιμότητας σύμφωνα με τις αξίες τους, η οποία βασίζεται σε τρεις πυλώνες: την οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον.

Οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί σε όλον τον κόσμο για να βοηθήσουν στην προστασία του περιβάλλοντος προσπαθούν:

1. Να αυξήσουν την βιώσιμη παραγωγή με:
 - ❖ Την ώθηση οικολογικών προϊόντων
 - ❖ Την διατήρηση του θαλάσσιου περιβάλλοντος
 - ❖ Την αναζήτηση βιολογικά παραγόμενων προϊόντων
 - ❖ Την υποστήριξη της βιώσιμης δασικής διοίκησης
2. Να γίνει αποφυγή και διαχείριση των σπαταλών με:
 - ❖ Περαιτέρω προώθηση του προγράμματος 3R (reducing, reusing, recycle)
 - ❖ Τέλος στην χρήση μίας-χρήσης πλαστικής σακούλας
 - ❖ Την αύξηση της ενημέρωσης και δράσης για την σπατάλη φαγητού

3. Να γίνει η μεταφορά αγαθών στους καταναλωτικούς συνεταιρισμούς με τρόπο που να εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα των ανθρώπων
4. Να βελτιώσουν την ενεργειακή αποδοτικότητα στα κτίρια
5. Να αναπτύξουν ανανεώσιμες ενέργειες.
6. Να ωθήσουν την σωστή εκπαίδευση και πληροφόρηση των υπαλλήλων και των μελών των καταναλωτικών συνεταιρισμών με:
 - ❖ Ετήσια αναφορά περί της βιωσιμότητας

<https://www.ica.coop/sites/default/files/publication-files/eurocoopclimatechangeandconsumercooperatives2012-08-22-1724602862.pdf>

4.5 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Πλεονεκτήματα των καταναλωτικών συνεταιρισμών:

- (1) Καθώς η αξία των μετοχών του συνεταιρισμού είναι περιορισμένη, προσελκύει πολλούς ανθρώπους.
- (2) Ο έλεγχος και η διαχείριση είναι δημοκρατική.
- (3) Προσπαθούν να εξαλείψουν τους μεσάζοντες
- (4) Δεδομένου ότι ο έλεγχος και η διαχείριση του συνεταιρισμού είναι στα χέρια των μελών, εξασφαλίζεται και η καλύτερη ποιότητα αγαθών προς τα μέλη.
- (5) Οι δαπάνες διαφήμισης είναι περιορισμένες.
- (6) Είναι πολύ χρήσιμοι καθώς βοηθούν στην ανάπτυξη των διαχειριστικών ικανοτήτων μεταξύ των μελών.
- (7) Οι οικονομίες της μεγάλης κλίμακας αγορών έχουν ωφεληθεί από τους καταναλωτικούς συνεταιρισμούς
- (8) Βοηθούν τα μέλη να προσαρμοστούν με τους οικογενειακούς προϋπολογισμούς για καλύτερα εισοδήματά.

<http://www.yourarticlelibrary.com/stores/advantages-and-disadvantages-of-consumers-co-operative-stores/25911>

4.6 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Τα μειονεκτήματα του των καταναλωτικών συνεταιρισμών:

- (1) Συνήθως υποφέρουν από ανεπάρκεια των οικονομικών, καθώς είναι η πλειοψηφία των μελών προέρχονται από τη μεσαία τάξη ή έχουν χαμηλό εισόδημα.

(2) Τα περισσότερα από τα μέλη δεν έχουν ορθή διαχειριστική ικανότητα και την κατάρτιση, έτσι ώστε δεν διαχειρίζονται σωστά τις υποθέσεις που προκύπτουν στους καταναλωτικούς συνεταιρισμούς.

(3) Τα μέλη δεν είναι πιστά και ειλικρινή πράγμα που επηρεάζει αρνητικά την ομαλή λειτουργία των καταναλωτικών συνεταιρισμών.

(4) Καθώς το κεφάλαιο μπορεί να αποσυρθεί από τα μέλη ανά πάσα στιγμή, αυτό είναι σε μεγάλο βαθμό επιβλαβή κατά τις περιόδους με λιγοστή επιχειρηματική δραστηριότητα

(5)Υπάρχει έλλειψη διαφήμισης και καλής τεχνικής πωλήσεων, η οποία οδηγεί σε λιγότερες πωλήσεις.

<http://www.yourarticlelibrary.com/stores/advantages-and-disadvantages-of-consumers-co-operative-stores/25911>

4.7 ΚΟΡΥΦΑΙΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

Παρακάτω παρουσιάζονται οι κύκλοι εργασιών των 20 κορυφαίων καταναλωτικών συνεταιρισμών καθώς και η ετήσια κατάταξη τους για τα έτη 2014, 2015 και 2016.

Το 2014 στην πρώτη θέση βρίσκεται ο συνεταιρισμός ACDLEC- E.Leclerc, με κύκλο εργασιών 58,4 δισεκατομμύρια δολάρια. Την ίδια θέση κατείχε και την προηγούμενη χρονιά . Επίσης την δεύτερη θέση κατείχε το 2014 ο συνεταιρισμός ReWeGroup , με 56,4 δισεκατομμύρια δολάρια κρατώντας την ίδια θέση με το 2013. Στο τέλος της τριάδας βρίσκεται ο συνεταιρισμός EdekaZentrale, με 37,3 δισεκατομμύρια δολάρια, κρατώντας την τρίτη θέση με την προηγούμενη χρόνια. Οι δύο πρώτοι συνεταιρισμοί βλέπουμε πως απέχουν από τον τρίτο με μία μεγάλη διαφορά των 20 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Ο συνολικός κύκλος εργασιών των 20 κορυφαίων καταναλωτικών συνεταιρισμών, για το έτος 2014, είναι 385,08 δισεκατομμύρια δολάρια.

Πίνακας 4.1 Κύκλος εργασιών καταναλωτικών συνεταιρισμών, 2014

Θέσ η 2014	Θέσ η 2013	Συνεταιρισμός	Χώρα	Κύκλος εργασιών (Δισεκατομμύρι α USD \$)	Πηγή
1	1	ACDLEC - E.Leclerc	Γαλλία	58.4	Coop FR
2	2	ReWeGroup	Γερμανία	56.4	Eikon
3	3	EdekaZentrale	Γερμανία	37.3	Eikon
4	6	Système U	Γαλλία	31.2	Coop FR
5	4	CoopSwiss	Ελβετία	30.8	Amadeus

6	5	Migross	Ελβετία	29.8	Amadeus
7	8	JohnLewisPartnership PLC	Ηνωμένο Βασίλειο	18.0	Co-operatives UK
8	7	Co-operativeGroupLimited	Ηνωμένο Βασίλειο	17.8	Co-operatives UK
9	9	SOK	Φιλανδία	17.1	WCM questionnaire
10	10	WakefernFoodCorp./ ShopRite	Η.Π.Α	11.9	NCB
11	18	Astera	Γαλλία	11.1	Coop FR
12	11	CCA Global	Η.Π.Α	10.2	WCM questionnaire
13	13	FederatedCo-operativesLimited	Καναδάς	9.8	WCM questionnaire
14	14	AssociatedWholesaleGrocers, Inc	Η.Π.Α	8.9	NCB
15	12	Superunie	Ολλανδία	8.3	Amadeus
16	16	COOP amba	Δανία	7.0	Amadeus
17	19	KooperativaFörbundetekon. för.	Σουηδία	5.5	WCM questionnaire
18	20	Sanacorp	Γερμανία	5.2	Amadeus
19	-	CoopNorge	Νορβηγία	5.2	Amadeus
20	-	FoodstuffsNorthIsland	Νέα Ζηλανδία	5.2	NZ.Coop
ΣΥΝΟΛΟ				385.08	

<https://www.monitor.coop/en>

Το 2015 υπάρχουν ανακατατάξεις στην πρώτη τριάδα. Παρατηρούμε τον συνεταιρισμό ReWeGroup να πηγαίνει στην πρώτη θέση ενώ ήταν στην δεύτερη το 2014, όμως ο κύκλος εργασιών του μειώθηκε από 56,4 δισεκατομμύρια δολάρια σε 48,18 δισεκατομμύρια δολάρια. Ο συνεταιρισμός ACDLEC- E.Leclerc, έπεσε από την πρώτη θέση στην δεύτερη έχοντας μια μεγάλη πτώση στον κύκλο εργασιών, από 58,4 σε 39,25 δισεκατομμύρια δολάρια. Ενώ ο συνεταιρισμός Edeka Zentrale, έμεινε στην ίδια θέση έχοντας μια μικρή πτώση στον κύκλο εργασιών. Ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των κορυφαίων καταναλωτικών συνεταιρισμών μειώθηκε αρκετά κατά 70 δισεκατομμύρια δολάρια περίπου.

Πίνακας 4.2 Κύκλος εργασιών καταναλωτικών συνεταιρισμών, 2015

Θέσ η 2015	Θέσ η 2014	Συνεταιρισμός	Χώρα	Κύκλος εργασιών (Δισεκατομμύρ ια USD)	Πηγή
1	2	REWE Group	Γερμανία	48.18	Eikon
2	1	ACDLEC - E.Leclerc	Γαλλία	39.25	CoopFR
3	3	EdekaZentrale	Γερμανία	31.82	Eikon
4	6	Migros	Ελβετία	28.41	Orbis
5	5	CoopSwiss	Ελβετία	27.92	Orbis
6	4	Système U	Γαλλία	20.84	CoopFR
7	7	JohnLewisPartnership PLC	Ηνωμένο Βασίλειο	14.86	Co-operatives UK
8	8	Co- operativeGroupLimited	Ηνωμένο Βασίλειο	14.18	Co-operatives UK
9	10	WakefernFoodCorp./ ShopRite	Η.Π.Α	12.57	NCB
10	9	SOK	Φιλανδία	12.45	WCM questionna ire
11	12	CCA GlobalPartners	Η.Π.Α	10.80	WCM questionnaire
12	14	AssociatedWholesaleGr ocers. Inc	Η.Π.Α	8.94	NCB
13	13	FederatedCo- operativesLimited	Καναδάς	7.02	WCM questionnaire
14	15	Superunie	Ολλανδία	6.97	Orbis
15	16	CoopAmba	Δανία	5.86	Orbis
16	19	CoopNorgeSa	Νορβηγία	5.25	Orbis
17	11	Astera SA	Γαλλία	5.12	Eikon
18	-	ACE HardwareCorp.	Η.Π.Α	5.05	NCB
19	20	Foodstuffs - NorthIsland	Νέα Ζηλανδία	4.45	Euricse
20	18	Sanacorp	Γερμανία	4.43	Orbis
ΣΥΝΟΛΟ				314.36	

<https://www.monitor.coop/en>

Τέλος το 2016 η πρώτη τριάδα συνεχίζει να είναι η ίδια με το 2015. Επίσης παρατηρείται αύξηση του κύκλου εργασιών καθώς και αύξηση του συνολικού κύκλου εργασιών όλων των κορυφαίων καταναλωτικών συνεταιρισμών.

Πίνακας 4.3 Κύκλος εργασιών καταναλωτικών συνεταιρισμών, 2016

Θέση 2016	Συνεταιρισμός	Χώρα	Κύκλος εργασιών (Δισεκατομμύρια US\$)	Πηγή
1	REWE Group	Γερμανία	54.57	Euricse
2	ACDLEC - E. Leclerc	Γαλλία	48.10	CoopFR
3	EdekaZentrale	Γερμανία	34.23	Euricse
4	CoopSwiss	Ελβετία	28.76	Orbis
5	Migross	Ελβετία	28.17	Orbis
6	Système U	Γαλλία	21.26	CoopFR
7	Coop	Ιταλία	14.50	Euricse
8	Conad	Ιταλία	13.73	Euricse
9	JohnLewisPartnership PLC	Ηνωμένο Βασίλειο	13.59	Co- operatives UK
10	WakefernFoodCorp./Shoprite	Η.Π.Α	12.84	NCB
11	Co-operativeGroupLimited	Ηνωμένο Βασίλειο	12.84	Co- operatives UK
12	SOK	Φιλανδία	11.60	WCM questionnaire
13	CCA GlobalPartners	Η.Π.Α	11.30	WCM questionnaire
14	Astera	Γαλλία	10.57	CoopFR
15	AssociatedWholesaleGrocers, Inc	Η.Π.Α	9.18	NCB
16	Superunie	Ολλανδία	7.15	NCR
17	FederatedCo- operativesLimited	Καναδάς	6.32	WCM questionnaire
18	Coopamba	Δανία	5.81	Orbis
19	CoopNorge	Νορβηγία	5.59	Orbis
20	ACE HardwareCorp.	Η.Π.Α	5.13	NCB
ΣΥΝΟΛΟ			355.24	

<https://www.ica.coop/sites/default/files/publication-files/wcm2018-printx50-227290600.pdf>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΒΙΟΣ COOP

5.1 ΣΥΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Το φθινόπωρο του 2011 ένας αρχικός πυρήνας μελών της ΠΡΩ.Σ.Κ.ΑΛ.Ο. (Πρωτοβουλία Συνεργασίας για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία) ξεκινά τις προσπάθειες για τη δημιουργία του Κοινωνικού Καταναλωτικού Συνεταιρισμού Θεσσαλονίκης "Βίος Coop". Στις 30 Ιανουαρίου του 2012 πραγματοποιείται η πρώτη συνάντηση των ιδρυτικών μελών του συνεταιρισμού στην αίθουσα συνεδριάσεων του Περιφερειακού Συμβουλίου Κεντρικής Μακεδονίας. Μετά από δύο μήνες, στις 29 Μαρτίου 2012, δημιουργείται η Ιδρυτική Συνέλευση του συνεταιρισμού στην αίθουσα εκδηλώσεων του Κέντρου Ιστορίας Θεσσαλονίκης. Ο αριθμός των εγγεγραμμένων ιδρυτικών μελών ξεπέρασε κατά πολύ τα 100 άτομα, που απαιτούνται θεσμικά για την ίδρυση του συνεταιρισμού. Στις 30 Νοεμβρίου 2013 ανοίγει το συνεταιριστικό μη-κερδοσκοπικό παντοπωλείο "Βίος Coop". Ο αριθμός των μελών του συνεταιρισμού ξεπερνά τα 300 άτομα. Τον Ιανουάριο του 2015 ολοκληρώνεται ένα πλήρες έτος πετυχημένης λειτουργίας του παντοπωλείου "Βίος Coop" παρουσιάζοντας σαφή ανοδική τάση. Ο συνεταιρισμός κλείνει 3 χρόνια ύπαρξης και ο αριθμός των μελών του ξεπερνά τα 400 άτομα.

http://www.bioscoop.gr/p/blog-page_30.html

Η συνεργασία του συνεταιρισμού της Θεσσαλονίκης με την «Ελληνική Διατροφή» αφορά στην προώθηση προϊόντων που παράγονται από τους συμμετέχοντες αγροτικούς συνεταιρισμούς και τις μικρές παραγωγικές μονάδες, αλλά και άλλων συνεταιρισμών και μεμονωμένων παραγωγών που θέλουν να βάλουν τα προϊόντα τους στα ράφια του συνεταιριστικού Super Market.

Τα προϊόντα αυτά είναι σαφώς υψηλότερα σε επίπεδο ποιότητας, και χαμηλότερα σε επίπεδο τιμών. Οι χαμηλότερες τιμές των προϊόντων αυτών βασίζονται στο γεγονός ότι δεν υπάρχουν χονδρέμποροι μεσάζοντες στη συνεργασία με τις πρωτογενείς παραγωγικές μονάδες, καθώς βασικό κριτήριο είναι η ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος να είναι ανάλογη της τιμής του.

Η συνεχής πτώση των εισοδημάτων σε συνδυασμό με τη συνεχή άνοδο των τιμών βασικών προϊόντων και με την αμφιβολία για την ποιότητά τους όλο και να μεγαλώνει

(ένεκα ασύδοτης κερδοσκοπίας), καθιστά το εγχείρημα αυτό εξαιρετικά αναγκαίο, επίκαιρο και πρώτης προτεραιότητας.

Έπειτα από αυτήν τη συνάντηση των πρώτων 100 μελών, στόχος του συνεταιρισμού είναι να φθάσει τον αριθμό των 1.000 μελών, ώστε να ανοίξει σύντομα το πρώτο συνεταιριστικό Super Market στη Θεσσαλονίκη.

<http://enoiko.blogspot.com/2012/03/blog-post.html>

Τα προβλήματα που παρουσιάστηκαν στην πορεία είναι δύο κατηγοριών:

1) Του εξωτερικού περιβάλλοντος, που σχετίζονται με την αδυναμία των πολιτών να καταβάλλουν τα 150 ευρώ μιας μερίδας, τη δαιδαλώδη διαδικασία ίδρυσης συνεταιρισμού, την εχθρική στάση του κράτους που αποκλείει τους συνεταιρισμούς από τα χρηματοδοτικά εργαλεία ενίσχυσης, το νομοθετικό πλαίσιο.

2) Του εσωτερικού περιβάλλοντος, που αφορά στην αποτελεσματική εφαρμογή των αρχών της άμεσης δημοκρατίας, στο συνδυασμό της γνώσης με τη συμμετοχή, στην ανάγκη για διαρκή εκπαίδευση των μελών και ανατροφοδότηση της γνώσης με την εμπειρία της πράξης, στις σχέσεις μεταξύ των ατόμων μέσα στις συλλογικές προσπάθειες κ.λπ.

<http://www.enet.gr/?i=news.el.ellada&id=407855>

Τα προϊόντα του Βίος Coop έχουν 3 χαρακτηριστικά:

- **Χαμηλές τιμές.** Σε αυτό συμβάλει ο μη κερδοσκοπικός χαρακτήρας του καταστήματος, αλλά και η απ' ευθείας προμήθεια των προϊόντων από παραγωγούς και συνεταιρισμούς, παρακάμπτοντας τους μεσάζοντες (όπου αυτό είναι εφικτό). Σήμερα, το 84 % των προϊόντων του βασικού καλαθιού μας, είναι με απευθείας διάθεση από συνεταιρισμούς, ομάδες παραγωγών, μεμονωμένους παραγωγούς, βιολογικά ή φυσικά προϊόντα..

- **Τοπικά.** Τα προϊόντα μας προέρχονται σχεδόν αποκλειστικά από έλληνες παραγωγούς ή συνεταιρισμούς παραγωγών και από περιοχές κοντά στην Θεσσαλονίκη.

- **Ποιοτικά.** Η ανοιχτή ομάδα αξιολόγησης προϊόντων, αποτελείται από καταρτισμένους ειδικούς και είναι ανοιχτή σε όποιον ακόμα θέλει να συμμετέχει.

Πραγματοποιείται εξονυχιστικός έλεγχος, ώστε τα προϊόντα να μην περιέχουν απαγορευμένα χημικά πρόσθετα, μικροβιολογικό φορτίο, μεταλλαγμένα, ληγμένα, ακατάλληλες και μη ασφαλείς ουσίες για την υγεία και το περιβάλλον.

Για να το επιτευχθεί αυτό χρησιμοποιήθηκαν οι έρευνες και οι έλεγχοι του ΕΦΕΤ, στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας, αποτελέσματα πανεπιστημιακών ερευνών και άλλων φορέων. Με πολλή προσωπική δουλειά μελετήθηκαν τα συστατικά

από εκατοντάδες προϊόντα (καλλυντικά, απορρυπαντικά, τρόφιμα) και επιλέχθηκαν τα πιο ασφαλή. Αποκλείστηκαν, τέλος, εταιρίες που δεν συμπεριφέρονται σωστά στους εργαζομένους τους.

http://www.enallaktikos.gr/ar4325el_vios-coop-pairmontas-tin-trofi-mas-sta-xeria-mas-toy-ari-xatzinikolaoy-vinteo.html

5.2 ΣΚΟΠΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Σκοπός του συνεταιρισμού είναι «Να γίνουμε πολλοί, αρκετά δυνατοί, να πάρουμε την υπόθεση της τροφής μας στα δικά μας χέρια». Να χτιστεί μια στέρεη συμμαχία παραγωγών-καταναλωτών που θα απαλλαγεί από όσους κερδοσκοπούν ασύστολα ξεξουμίζοντας καταναλωτές και παραγωγούς, ενώ καταστρέφεται η υγεία των ανθρώπων καθώς και του πλανήτη. Να δείξουμε απτά παραδείγματα ότι ένας άλλος κόσμος, της συνεργασίας και της αλληλεγγύης, είναι εφικτός. Να απαλλαχθούμε από την κρίση με κοινωνικά δίκαιο τρόπο, μέσα σε ένα σύστημα που δεν θα μπορεί κανείς να μας αφαιρεί σε ελάχιστο χρόνο όσα κατακτήσαμε με αγώνες δεκαετιών.

<http://www.enet.gr/?i=news.el.ellada&id=407855>

Σύμφωνα με το καταστατικό ως σκοπός του συνεταιρισμού: Σκοπός του Συνεταιρισμού είναι η άσκηση δραστηριοτήτων, ιδιαίτερα καταναλωτικού, μεταφορικού, αναπτυξιακού, κοινωνικού, εκπαιδευτικού, περιβαλλοντικού και πολιτιστικού χαρακτήρα, με βάση τις αρχές της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας και της άμεσης δημοκρατίας. Ειδικότερα είναι προσανατολισμένος στην προμήθεια τοπικών και εγχώριων, κατά προτίμηση, προϊόντων και υπηρεσιών εξαιρετικής ποιότητας και χαμηλής τιμής, προκειμένου να συμβάλει στην ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό της αντίστοιχης παραγωγής, ταυτόχρονα με την κάλυψη των αναγκών των μελών του σε αγαθά και υπηρεσίες με όρους κοινωνικής δικαιοσύνης.

Το Διοικητικό Συμβούλιο του Συνεταιρισμού μετά από εξέταση των οικονομικών παραμέτρων και δυνατοτήτων του Συνεταιρισμού, αποφασίζει και συγκεκριμενοποιεί στο πλαίσιο των αποφάσεων της Γενικής Συνέλευσης για το Ετήσιο Επιχειρησιακό Σχέδιο, το είδος και την έκταση της κάθε φορά ασκούμενης δραστηριότητας, αντικείμενο της οποίας, ενδεικτικά και όχι περιοριστικά, μπορεί να είναι η προμήθεια αγαθών για την κάλυψη βιοτικών και άλλων αναγκών των μελών του, η παροχή στα μέλη καταναλωτικών πληροφοριών, η διάθεση προϊόντων των μελών του, η συνεταιριστική, επαγγελματική, πολιτιστική και περιβαλλοντική εκπαίδευση, καθώς και η παροχή υπηρεσιών προς ικανοποίηση κοινωνικών αναγκών των μελών του.

Ο Συνεταιρισμός έναντι του Δημοσίου, δημοσίων οργανισμών, οργανισμών της Δημοτικής και Περιφερειακής Αυτοδιοίκησης και των νομικών τους προσώπων τυγχάνει της ειδικής μεταχείρισης που ορίζει η κείμενη νομοθεσία.

<http://www.bioscoop.gr/p/blog-page.html>

5.3 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Σκοπός του Συνεταιρισμού είναι η άσκηση δραστηριοτήτων με βάση τις αρχές της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας και της άμεσης δημοκρατίας. Ειδικότερα είναι προσανατολισμένος στην προμήθεια τοπικών και εγχώριων, κατά προτίμηση, προϊόντων και υπηρεσιών εξαιρετικής ποιότητας και χαμηλής τιμής, προκειμένου να συμβάλλει στην ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό της αντίστοιχης παραγωγής, ταυτόχρονα με την κάλυψη των αναγκών των μελών του σε αγαθά και υπηρεσίες με όρους κοινωνικής δικαιοσύνης.

Η δομή και η λειτουργία του Συνεταιρισμού εφαρμόζουν την συνεργατική-συνεταιριστική δημοκρατική αρχή «ένα πρόσωπο-μια ψήφος». Το κάθε μέλος του Συνεταιρισμού έχει δικαίωμα συμμετοχής στις Γενικές Συνελεύσεις με δικαίωμα μίας ψήφου ανεξάρτητα από τις συνεταιριστικές μερίδες που κατέχει και να εκλέγει και εκλέγεται.

Η διοίκηση και ο έλεγχος του Συνεταιρισμού είναι υπόθεση των μελών του. Το Διοικητικό Συμβούλιο και το Εποπτικό Συμβούλιο εκλέγονται και ανακαλούνται από τη Γενική Συνέλευση.

Η Γενική Συνέλευση είναι το ανώτατο όργανο του Συνεταιρισμού και αποφασίζει για όλα τα θέματα που τον αφορούν.

Τα μέλη και οι εργαζόμενοι εκπαιδεύονται πάνω στις συνεταιριστικές αρχές και τις αξίες της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας.

<http://enoiko.blogspot.com/2012/03/blog-post.html>

5.4 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Η κύρια συνεργασία του συνεταιρισμού Βίος Coop είναι οι παραγωγοί για την εξασφάλιση τοπικών προϊόντων, χωρίς μεσάζοντες με την καλύτερη ποιότητα σε κοντινή εμβέλεια με τον συνεταιρισμό ώστε να μειώνουν και το οικολογικό αποτύπωμα των προϊόντων για την μεταφορά τους στον συνεταιρισμό. (πηγή:

<https://www.youtube.com/watch?v=yBqS2u57avI>)

Για την προώθηση όμως των στόχων του Βίος Coop συγκροτήθηκαν και λειτουργούν οι παρακάτω μόνιμες επιτροπές και ομάδες εργασίας. Η συμμετοχή στις επιτροπές και ομάδες εργασίας είναι εθελοντική.

- 1) **Επιτροπή ποιότητας και συμβατότητας προϊόντων** . Πραγματοποιεί ποιοτικό έλεγχο σε όλα τα προϊόντα πριν αυτά πάρουν την έγκριση για να μουν στα ράφια του καταστήματος.
- 2) **Επιτροπή εκπαίδευσης, ερευνών και μελετών**. Φροντίζει για τις εκπαιδευτικές διαδικασίες του συνεταιρισμού, καθώς και για την διεκπεραίωση εκπαιδευτικών εργασιών-μελετών σε συνεργασία με εκπαιδευτικούς φορείς και φοιτητές.
- 3) **Επιτροπή αξιολόγησης**. Αξιολογεί τους υποψήφιους εργαζομένους που δηλώνουν ενδιαφέρον να εργαστούν στον Βίος Coop και πραγματοποιεί εσωτερικές αξιολογήσεις ενός του συνεταιρισμού.
- 4) **Επιτροπή προβολής και επικοινωνίας** . Είναι υπεύθυνοι για το Site, Facebook, και email του συνεταιρισμού, καθώς και για την επικοινωνία με τα μέλη του.
- 5) **Επιτροπή εκδηλώσεων**. Διοργανώνει εκδηλώσεις με παραγωγούς – προμηθευτές, εντός και εκτός του καταστήματος.
- 6) **Επιτροπή οικονομικών και εμπορικών θεμάτων**. Ασχολείται με τα θέματα εμπορικής διαχείρισης, τα λογιστικά και το επιχειρηματικό σχέδιο, επεξεργάζεται οικονομικά στοιχεία, τιμές, εμπορεύματα, προμηθευτές και πελάτες.
- 7) **Επιτροπή Κανονισμού Λειτουργίας**. Διαμορφώνει και ενημερώνει, όποτε χρειάζεται, τον Κανονισμό Λειτουργίας του Βίος Coop.
- 8) **Επιτροπή υποστήριξης καταστήματος**. Βοηθάει όταν προκύπτει ανάγκη εργασίας, κυρίως χειρονακτικής, στο κατάστημα.
- 9) **Επιτροπή Διαχείρισης Συγκρούσεων**. Είναι η μοναδική επιτροπή που δεν είναι ανοιχτή, αλλά στελεχώνεται αποκλειστικά από άτομα που προκύπτουν από ομόφωνη απόφαση του ΔΣ. Κάθε μέλος του συνεταιρισμού έχει δικαίωμα για θέματα που νιώθει πως θίγουν την προσωπικότητά του, ή θεωρεί πως υπάρχουν αξιακές παρεκτροπές, να προσφεύγει σε αυτήν. Σκοπός της είναι να επιδιώκει με διάλογο να βρει συναινετική λύση και να την προτείνει στο ΔΣ ή την ΓΣ.

http://www.bioscoop.gr/p/coop_14.html

Επιπρόσθετα ο συνεταιρισμός συνεργάζεται και με το εξωτερικό για την παροχή προϊόντων τα οποία δεν παράγονται στην Ελλάδα. Τέτοιες συνεργασίες είναι για παράδειγμα ο συνεταιρισμός libero mondo και ο συνεταιρισμός Ζαπατίστας.

<https://www.youtube.com/watch?v=yBqS2u57avI>

5.5 ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΕΡΓΟ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Σημαντικό κομμάτι για το συνεταιρισμό είναι η προσφορά κοινωνικής αλληλεγγύης για αυτό προσφέρουν καλάθια αλληλεγγύης σε άτομα που τα χρειάζονται.

Σύμφωνα με τον κύριο Ο Άρης Χατζηνικολάου, μέλος του Δ.Σ. του ΒΙΟΣ COOP σε συνέντευξη που έδωσε στην δημοσιογράφο Χριστίνα Σιγανίδου επισημαίνει πως ο συνεταιρισμός έχει και πολιτική δράση και προσπαθούν να βοηθήσουν σε διάφορα προβλήματα των πολιτών προσφέροντας καλάθια αλληλεγγύης τα οποία προσφέρονται σε αντίστοιχο φορέα ώστε να είναι σίγουροι πως θα φτάσουν στα σωστά χέρια.

Μερικά παραδείγματα από τα καλάθια αλληλεγγύης που έχουν γίνει είναι για το εργοστάσιο της BIOME, στο ΟΙΚΟΠΟΛΙΣ ,σε στέκια μεταναστών και σε κουζίνες αστέγων, για τον ΚΟΜΠΑΝΗ, για την Σερβία μετά τις πλημμύρες και για τους πρόσφυγες από την Συρία.

Ένα πρόσφατο παράδειγμα για την προσφορά βοήθειας ήταν στους πυρόπληκτους της Αττικής στην περιοχή Μάτι με την συγκέντρωση τροφίμων, φαρμάκων και ειδών υγιεινής.

Επίσης και η συνεργασία τους με τον «Πελίτι» του Νομού Θεσσαλονίκης για την δωρεάν διανομή σπόρων στους παραγωγούς με σκοπό την προώθηση των παραδοσιακών ποικιλιών αποτελεί ένα σημαντικό έργο για τον συνεταιρισμό καθώς προσπαθούν να μονιμοποιήσουν αυτή την ενέργεια τοποθετώντας και ράφι με τους σπόρους ώστε ο κόσμος να έχει περισσότερη επαφή.

<https://www.youtube.com/watch?v=yBqS2u57avI>

5.6 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΙΜΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΒΙΟΣCOOP ΚΑΙ ΣΥΜΒΑΤΙΚΟΥ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ

Παρακάτω παρουσιάζεται σε πίνακα, μία έρευνα που αφορά την σύγκριση τιμών του συνεταιρισμού με τις τιμές ενός συμβατικού σούπερ μάρκετ σε διάφορα προϊόντα. Η έρευνα έγινε τον Οκτώβριο του 2018 σε επίσκεψη που πραγματοποιήθηκε στον συνεταιρισμό. Έπειτα την ίδια μέρα πραγματοποιήθηκε επίσκεψη και σε συμβατικό σούπερ μάρκετ ώστε να γίνει η σύγκριση των τιμών. Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας.

Πίνακας 5.1 Σύγκριση τιμών BiosCoop και συμβατικού σούπερ μάρκετ

ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΤΙΜΕΣ ΒΙΟΣ COOP	ΤΙΜΕΣ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ	ΔΙΑΦΟΡΑ ΤΙΜΩΝ	ΔΙΑΦΟΡΑ ΤΙΜΗΣ%
Οδοντόκρεμα colgate triple action	1.40 €	1.78 €	0.38 €	21.35%
Κρέμα χεριών Nivea 150 ml	2.70 €	3.06 €	0.36 €	11.76%
Σφουγγάρια μπάνιου	0.98 €	1.25 €	0.27 €	21.60%
Χαρτοπετσέτες endless	1.14 €	0.89 €	-0.25 €	-28.09%
Planet υγρό απορρυπαντικό ρούχων natural	8.90 €	10.99 €	2.09 €	19.02%
Planet σκόνη πλυντηρίου natural	8.97 €	12.08 €	3.11 €	25.75%
ION γάλακτος με στέβια	1.32 €	1.07 €	-0.25 €	-23.36%
ION αμυγδάλου με στέβια	1.32 €	1.07 €	-0.25 €	-23.36%
Γιώτης baking powder 2+1 δώρο	0.39 €	0.32 €	-0.07 €	-21.88%
Γιώτης ξηρή μαγιά 3 φακελ.*8γρ.	1.01 €	0.82 €	-0.19 €	-23.17%
Ομοσπονδία συμπυκνωμένος χυμός τομάτας	0.60 €	0.59 €	-0.01 €	-1.69%
Αρετή πυρηγέλαιο 1λιτ.	4.66 €	3.38 €	-1.28 €	-37.87%
Ρύζι agriponocháki 500 γρ	1.77 €	1.77 €	0.00 €	0.00%


Melissa μακαρόνια Νο6	0.87 €	0.86 €	-0.01 €	-1.16%
Αλατίνη αλεύρι για όλες τις χρήσεις 1 κιλό	1.53 €	1.33 €	-0.20 €	-15.04%
Παπαδοπούλου φρυγανιές 4 πακέτα	1.80 €	2.17 €	0.37 €	17.05%
Βίκος λεμονάδα 1,5 λιτ	0.59 €	0.96 €	0.37 €	38.54%
Μπρόκολα το κιλό	1.50 €	1.70 €	0.20 €	11.76%
Σύνολο	41.5€	46.09€	4.64€	10%

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται 18 προϊόντα και συγκρίνονται οι τιμές των προϊόντων Bios Coop με τις τιμές ενός συμβατικού σούπερ μάρκετ. Στα μισά προϊόντα από τον παραπάνω πίνακα οι τιμές του συνεταιρισμού είναι πιο χαμηλές από αυτές του σούπερ μάρκετ όμως στα υπόλοιπα μισά οι τιμές των προϊόντων είναι πιο πάνω από αυτές του σούπερ μάρκετ. Αν υποθέσουμε ότι αγοράζουμε όλα αυτά τα προϊόντα παρατηρούμε πως οι αγορές μας από τον συνεταιρισμό είναι πιο φθηνές από ότι από ένα συμβατικό σούπερ μάρκετ έχοντας μία διαφορά των 4,64€ δηλαδή κερδίζει ο πελάτης το 10% στις αγορές του.

Ο συνεταιρισμός υπόσχεται στους καταναλωτές του φθηνότερα και ποιοτικά προϊόντα, χωρίς μεσάζοντες. Για να διαπιστωθεί αν στο πέρασμα των χρόνων ισχύει αυτό κάνουμε μία σύγκριση των συνολικών αγορών παρατηρώντας τις διαφορές των τιμών αν συνεχίζουν να προσφέρουν ακόμα στους πελάτες κέρδος.

Πίνακας 5.2 Τιμολογιακή πολιτική του συνεταιρισμού το διάστημα 2014-2018

	2014		2016		2018	
	Bios Coop	Σούπερ Μάρκετ	Bios Coop	Σούπερ Μάρκετ	Bios Coop	Σούπερ Μάρκετ
Συνολικές αγορές	37.74€	48.36€	81.39€	92.61€	41.5€	46.09€
Διαφορά τιμών	10.62€		11.52€		4.64€	
Διαφορά τιμών%	21.96%		12.43%		10%	



Παρατηρώντας τις διαφορές των τιμών φαίνεται πως και τα προηγούμενα χρόνια αλλά ακόμα και σήμερα οι πελάτες έχουν οικονομικό όφελος και κερδίζουν χρήματα κάνοντας τις αγορές τους από τον συνεταιρισμό. Ο συνεταιρισμός ακόμα και σήμερα φαίνεται να συνεχίζει να έχει την ίδια τιμολογιακή πολιτική , δηλαδή την εξασφάλιση στους πελάτες του προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές από αυτές ενός σούπερ μάρκετ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ BIOS COOP

6.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την διερεύνηση των απόψεων των πελατών του καταναλωτικού συνεταιρισμού Bios Coop πραγματοποιήθηκε έρευνα μέσω ερωτηματολογίων. Δημιουργήθηκαν δύο ερωτηματολόγια, το ένα αφορούσε τα μέλη και το άλλο τους πελάτες-μη μέλη του συνεταιρισμού, τα οποία στάλθηκαν ηλεκτρονικά σε πρώτη φάση σε μία λίστα μελών και σε μία λίστα πελατών του συνεταιρισμού, τις οποίες κατέχει ο συνεταιρισμός. Η δημιουργία του ερωτηματολογίου έγινε μέσω της πλατφόρμας google όπου όλες οι απαντήσεις αναλύονταν αυτόματα σε αρχείο με τη δημιουργία γραφημάτων αλλά και υπολογιστικών φύλλων (excel).

Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε ερωτήσεις ανοιχτού και κλειστού τύπου. Ο σκοπός του ερωτηματολογίου ήταν να διερευνηθεί η ικανοποίηση των πελατών (μελών και μη μελών) από τα προϊόντα του συνεταιρισμού, την ποικιλία και τις τιμές των προϊόντων. Το δείγμα που συγκεντρώθηκε αποτελείται από 111 άτομα από τα οποία τα 63 είναι μέλη, δηλαδή το 56.75% του δείγματος και τα υπόλοιπα 48, δηλαδή το 43.25%, είναι πελάτες του συνεταιρισμού. Τα μέλη του συνεταιρισμού είναι συνολικά 450 άτομα πράγμα που σημαίνει ότι τα 63 μέλη που απάντησαν αντιπροσωπεύουν το 14% των συνολικών μελών του συνεταιρισμού.

Στην επίσκεψη που πραγματοποιήθηκε, μας έγινε και μία ενημέρωση με το τι αντιπροσωπεύει ο συνεταιρισμός και την ιδεολογία του από μέλος του συνεταιρισμού. Ενημερωθήκαμε για τον τρόπο επιλογής των παραγωγών και η διαδικασία ελέγχου που πραγματοποιούν στα τρόφιμα, ώστε ο καταναλωτής να αγοράζει ποιοτικά προϊόντα. Επίσης για το κοινωνικό έργο του συνεταιρισμού ο οποίος προσφέρει τρόφιμα και άλλα είδη πρώτης ανάγκης σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες. Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας.

6.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

6.2.1 Αποτελέσματα των κοινών ερωτήσεων και των δύο ερωτηματολογίων

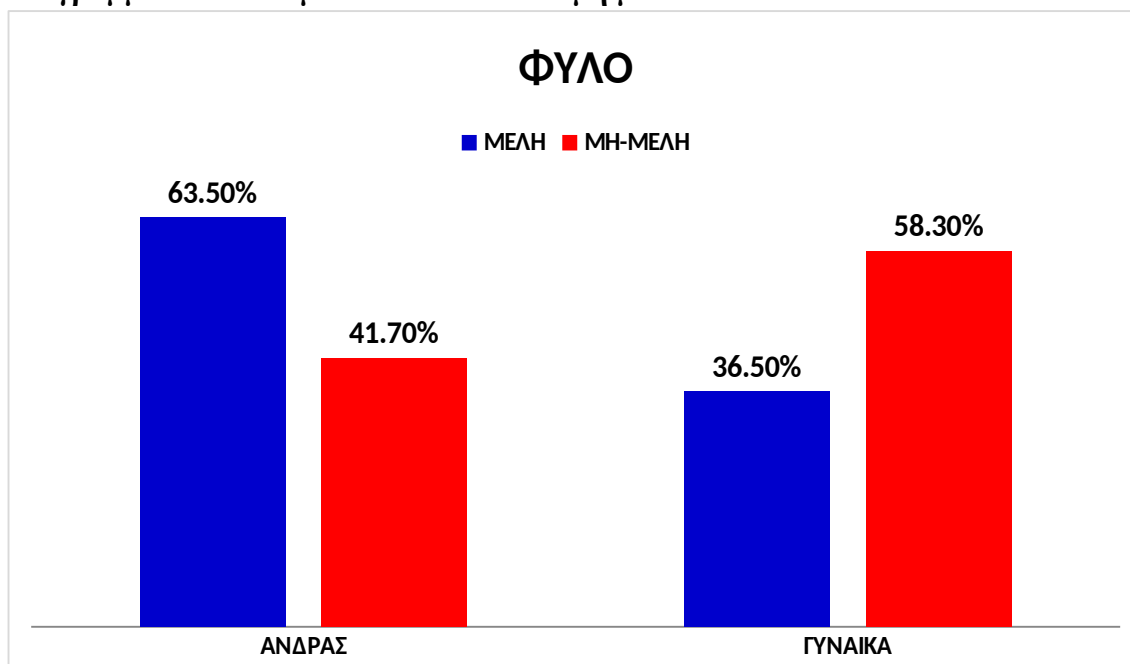
Πίνακας 6.1 μελών και πελατών/μη μελών

ΦΥΛΟ	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΑΝΔΡΑΣ	63.5%	41.7%	52.6%
ΓΥΝΑΙΚΑ	36.5%	58.3%	47.4%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Οι πελάτες του συνεταιρισμού είναι κατά μέσο όρο και από τα δύο φύλα με ένα μικρό προβάδισμα να το έχουν οι άντρες, με 63.5% να είναι μέλη και το 41.7% είναι μη-μέλη, ενώ λίγο πιο πίσω σε ποσοστό συμμετοχής έρχονται οι γυναίκες, με το 36.5% να είναι μέλη ενώ το 58.3% είναι μη-μέλη.

Διάγραμμα 6.1 Φύλο μελών και πελατών/μη μελών



Πίνακας 6.2 Ηλικία μελών και πελατών/μη μελών

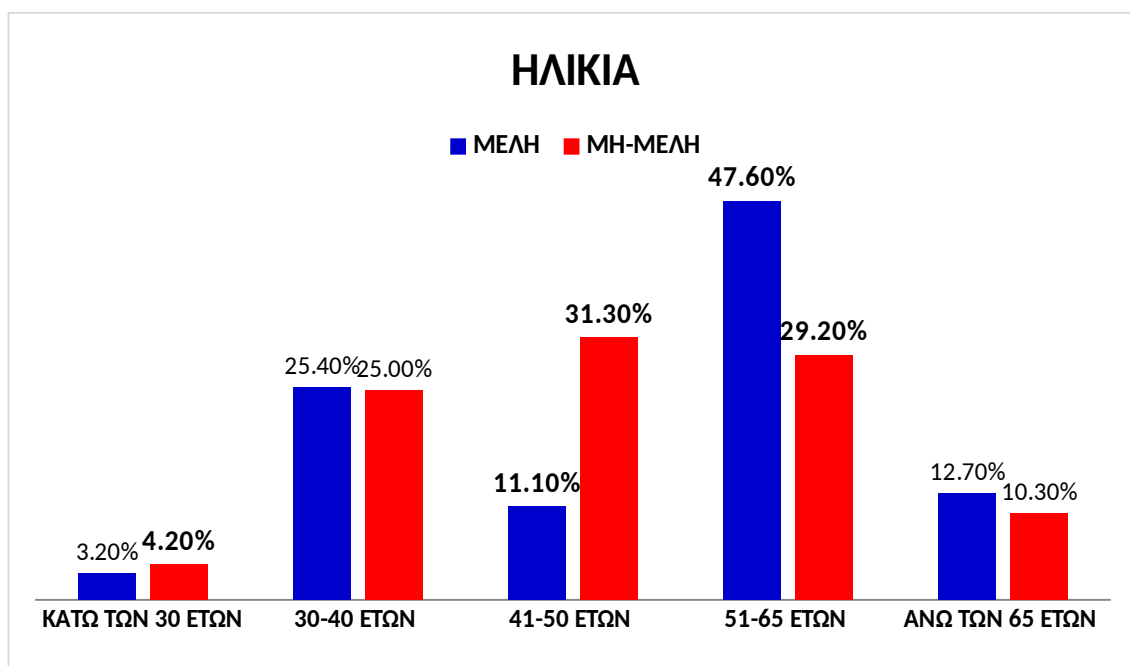
ΗΛΙΚΙΑ	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΚΑΤΩ ΤΩΝ 30 ΕΤΩΝ	3.2%	4.2%	3.7%
30-40 ΕΤΩΝ	25.4%	25.0%	25.2%
41-50 ΕΤΩΝ	11.1%	31.3%	21.2%
51-65 ΕΤΩΝ	47.6%	29.2%	38.4%
ΑΝΩ ΤΩΝ 65	12.7%	10.3%	11.5%

ΕΤΩΝ			
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται πως τα μη-μέλη του συνεταιρισμού είναι νεότεροι ηλικιακά από ότι τα μέλη. Και στις δύο περιπτώσεις η κατηγορία κάτω των 30 των έχει πολύ μικρό ποσοστό συμμετοχής, 3.2% στα μέλη και 4.2% στα μη-μέλη αντίστοιχα. Σημαντική διαφορά παρατηρείται στην ηλικιακή κλάση 41-50 ετών όπου τα μη-μέλη έχουν ποσοστό 31.3% ενώ τα μέλη 11.1% έχοντας μία διαφορά του 20%. Το ίδιο συμβαίνει αντίστροφα στην επόμενη ηλικιακή κλάση 51-65 ετών όπου εκεί τα μέλη έχουν ποσοστό 47.6% ενώ τα μη-μέλη 29.2% έχοντας πάλι μία διαφορά περίπου 20%

Διάγραμμα 6.2 Ηλικία μελών και πελατών/μη μελών



Πίνακας 6.3 Μορφωτικό επίπεδο μελών και πελατών/μη μελών

ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ	0.0%	2.0%	1.00%
ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ	0.0%	0.0%	0.00%
ΛΥΚΕΙΟ	8.0%	16.7%	12.35%
ΤΕΙ-ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ	50.8%	56.3%	53.55%

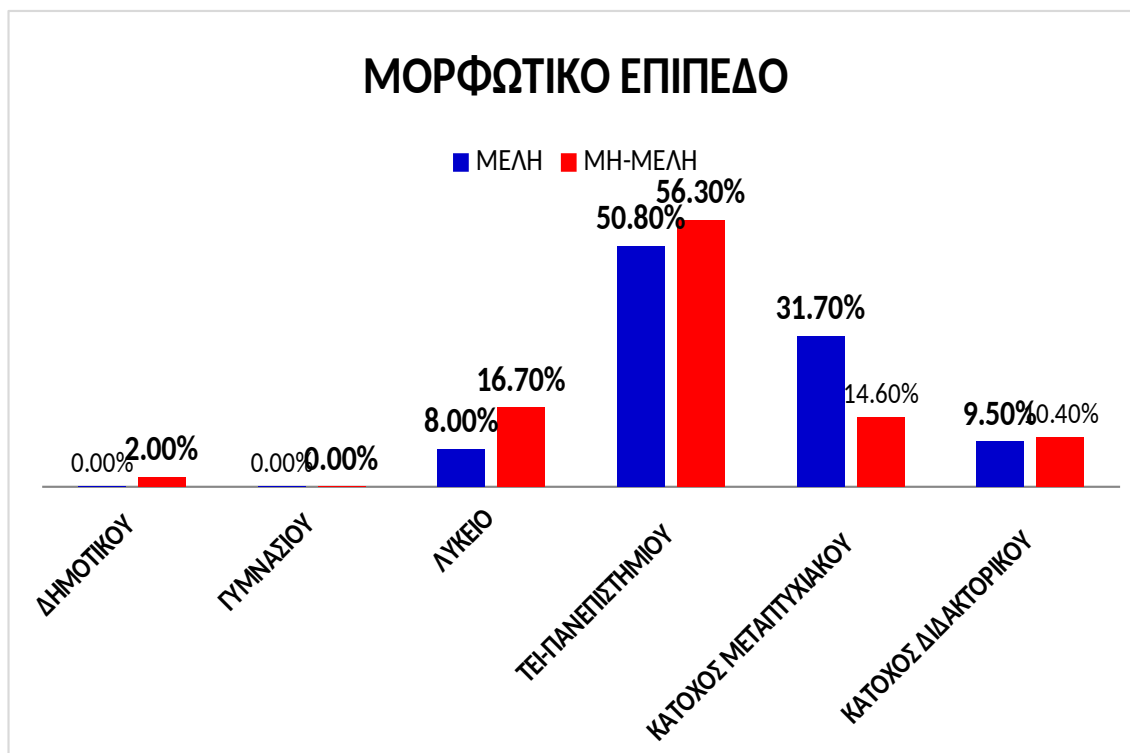
ΚΑΤΟΧΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ	31.7%	14.6%	23.15%
ΚΑΤΟΧΟΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟΥ	9.5%	10.4%	9.95%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Το μορφωτικό επίπεδο φαίνεται πως είναι αρκετά υψηλό καθώς οι περισσότεροι είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, με 50.8% των μελών και το 56.3% των μη-μελών να είναι απόφοιτοι ΤΕΙ-Πανεπιστημίου. Παρόλα αυτά τα μη-μέλη σε ποσοστό 16.7% είναι απόφοιτοι λυκείου ενώ τα μέλη έχουν ποσοστό 8%. Σε μεγαλύτερο ποσοστό, 31.75, τα μέλη είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού ενώ τα μη-μέλη είναι σε ποσοστό 14.6% περίπου οι μισοί από ότι τα μέλη. Τέλος τόσο τα μέλη, 9.5%, όσο και τα μη-μέλη, με ένα μικρό προβάδισμα 10.4%, είναι κάτοχοι διδακτορικού.

Αυτό σημαίνει πως πελάτες λόγω της μόρφωσης τους ψάχνουν τρόφιμα καλύτερης ποιότητας για αυτούς και για την οικογένεια τους για αυτό και προτιμούν να ψωνίζουν από τον συνεταιρισμό οποίος προσφέρει ποιοτικά και τοπικά προϊόντα.

Διάγραμμα 6.3 Μορφωτικό επίπεδο μελών και πελατών/μη μελών



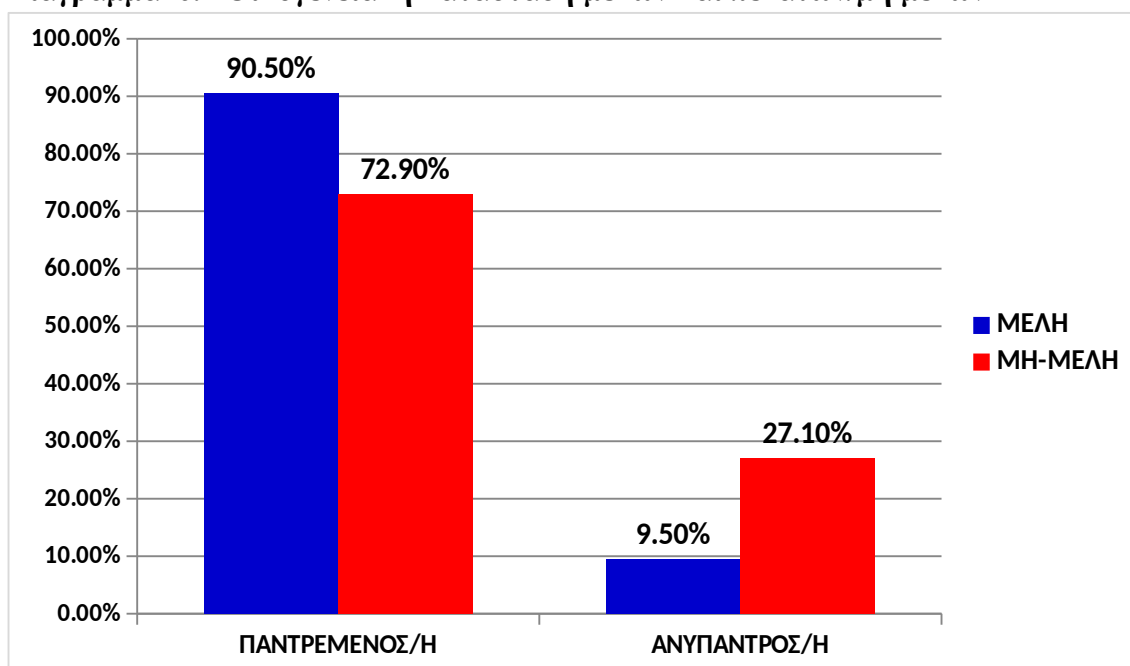
Πίνακας 6.4 Οικογενειακή κατάσταση μελών και πελατών/μη μελών

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΠΑΝΤΡΕΜΕΝΟΣ/Η	90.5%	72.9%	81.7%
ΑΝΥΠΑΝΤΡΟΣ/Η	9.5%	27.1%	18.3%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Η πλειοψηφία των μελών είναι παντρεμένοι με ποσοστό που φτάνει το 90.5% αφήνοντας ένα πολύ μικρό ποσοστό που είναι οι ανύπαντροι με ποσοστό 9.5% Αντίθετα τα μη- μέλη σε ποσοστό 72.9% είναι παντρεμένοι ενώ το 27.1% είναι ανύπαντροι έχοντας μία απόκλιση από τα μέλη περίπου 20%

Διάγραμμα 6.4 Οικογενειακή κατάσταση μελών και πελατών/μη μελών



Πίνακας 6.5 Ύπαρξη ανήλικων τέκνων

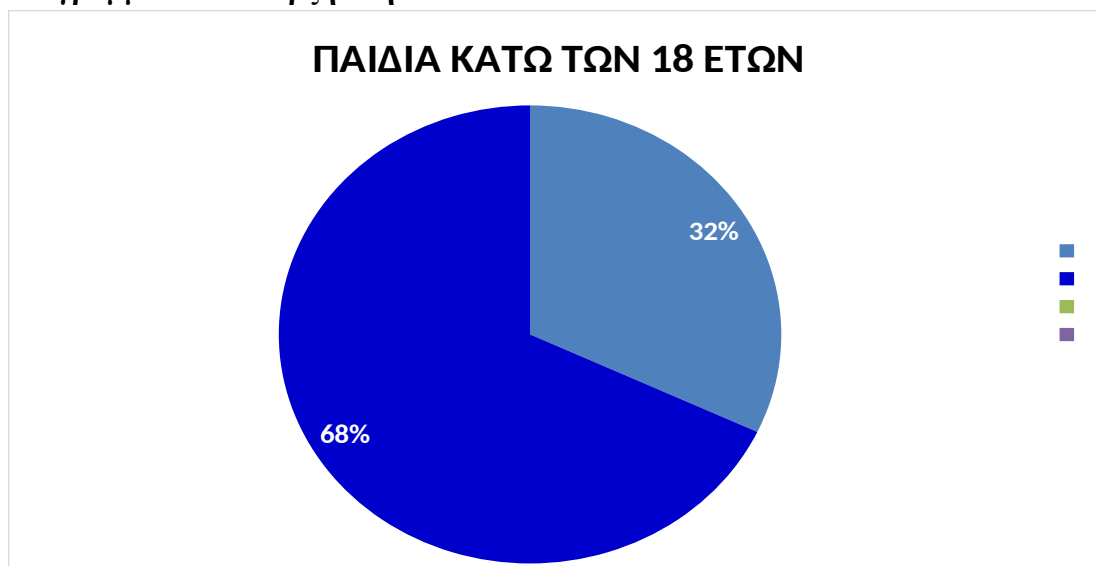
ΕΧΕΤΕ ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΤΩ ΤΩΝ 18	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
---------------------------------	-------------	----------------	------------

ΕΤΩΝ;			
ΝΑΙ	28.6%	35.4%	32.0%
ΟΧΙ	71.4%	64.6%	68.0%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Το 68% των πελατών δεν έχει ανήλικα παιδιά που σημαίνει πως οι περισσότεροι καταναλωτές δεν αναζητούν ποιοτικά προϊόντα για την καλύτερη διατροφή των μικρών παιδιών τους, αλλά γενικώς αναζητούν να πετύχουν μία καλύτερη διατροφή γενικώς μέσω ποιοτικών προϊόντων και σε συνδυασμό με το μορφωτικό τους επίπεδο γνωρίζουν καλύτερα τι θα ήταν ωφέλιμο για τους ίδιους.

Διάγραμμα 6.5 Ύπαρξη ανήλικων τέκνων



Πίνακας 6.6 Επάγγελμα μελών και πελατών/μη μελών

ΕΡΓΑΣΙΑ	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	22.2%	25.0%	23.6%
ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	19.0%	27.1%	23.1%
ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑΣ	23.8%	20.8%	22.3%
ΦΟΙΤΗΤΗΣ/ΤΡΙΑ	3.2%	4.2%	3.7%
ΟΙΚΙΑΚΑ	0.0%	4.2%	2.1%
ΑΝΕΡΓΟΣ/Η	4.8%	4.2%	4.5%
ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΣ/Α	2.0%	14.6%	20.8%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

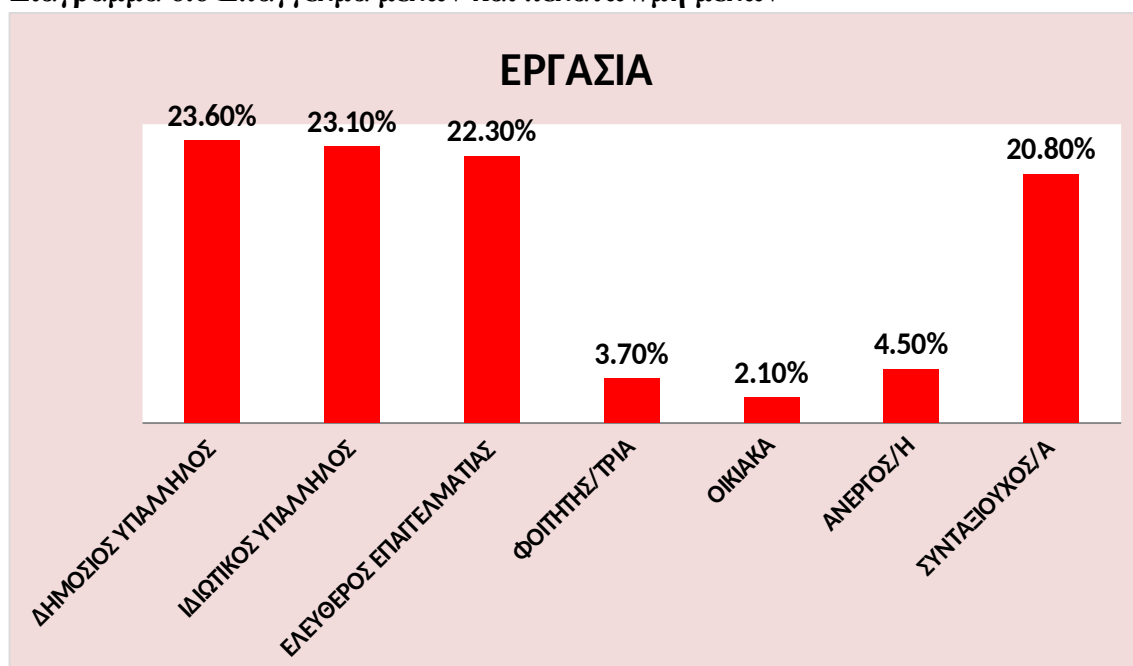
Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Το ίδιο ποσοστό περίπου κατέχουν τόσο οι δημόσιοι όσο και οι ιδιωτικοί υπάλληλοι οι οποίοι έχουν και τα υψηλότερα ποσοστά. Παρόλα αυτά υπάρχει μία ισοκατανομή μεταξύ των δημοσίων υπαλλήλων, ιδιωτικών υπαλλήλων, ελεύθερων επαγγελματιών και τους συνταξιούχους καθώς αυτές οι τέσσερις κατηγορίες είναι γύρω στο 20%.

Τα μη-μέλη έχουν περισσότερους συνταξιούχους, σε ποσοστό 14.6% ενώ τα μέλη φτάνουν μόλις το 2%. Τέλος ένα πολύ μικρό ποσοστό ασχολείται με τα οικιακά ενώ

πολύ λίγοι είναι φοιτητές και άνεργοι. Οι φοιτητές σύμφωνα και με την ηλικιακή κατανομή ήταν αναμενόμενο να ήταν σε χαμηλό ποσοστό καθώς όπως αναφέρθηκε παραπάνω το ποσοστό των νέων ηλικιακά πελατών ήταν μικρό.

Διάγραμμα 6.6 Επάγγελμα μελών και πελατών/μη μελών



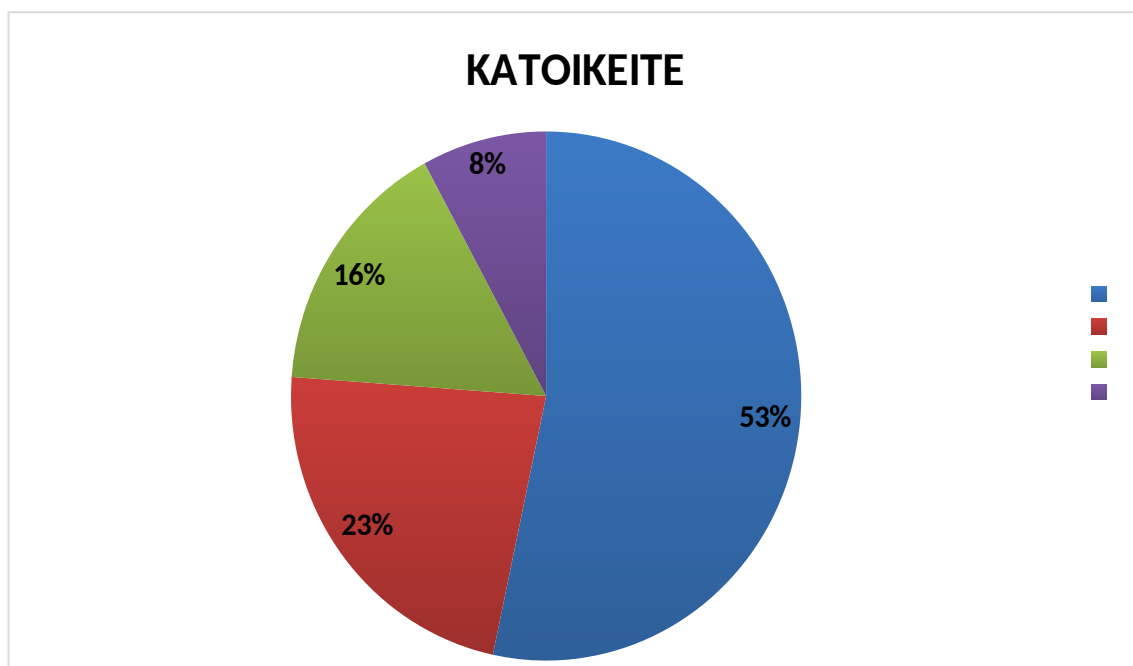
Πίνακας 6.7 Κατοικία μελών και πελατών/μη μελών

	ΕΠΙΛΟΓΕΣ	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΚΑΤΟΙΚΕΙΤΕ	ΔΗΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	58,8%	47,9%	53,35%
	ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	20,6%	25,0%	22,80%
	ΔΥΤΙΚΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	11,1%	20,8%	15,95%
	ΑΛΛΟΥ	9,5%	6,3%	7,90%
	ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%
ΕΑΝ ΚΑΤΟΙΚΕΙΤΕ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙ	ΠΟΛΥ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ(ΓΕΙΤΟΝΙΑ)	27,0%	26,1%	26,55%
	ΚΕΝΤΡΟ	21,6%	21,7%	21,65%
	ΤΟΥΜΠΙΑ	13,5%	8,7%	11,10%
	ΦΑΛΗΡΟ	5,5%	8,7%	7,10%
	ΧΑΡΙΛΑΟΥ	0,0%	17,4%	8,70%
	ΤΡΙΑΝΔΡΙΑ	10,8%	0,0%	5,40%

ΚΗΣ, ΣΕ ΠΟΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗ;	ΑΝΑΛΗΨΗ	21,6%	4,4%	13,00%
	ΑΛΛΟΥ	0,0%	13,0%	6,50%
ΣΥΝΟΛΟ		100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Διάγραμμα 6.7 Κατοικία μελών και πελατών/μη μελών



Η πλειοψηφία των πελατών κατοικεί στον Δήμο Θεσσαλονίκης και ένα ακόμα σημαντικό ποσοστό, το 22,80%, κατοικεί στην δυτική Θεσσαλονίκη. Γενικώς σε μεγάλο βαθμό οι πελάτες του συνεταιρισμού κατοικούν σε κοντινές περιοχές από αυτήν που βρίσκεται ο συνεταιρισμός, ενώ λίγοι είναι αυτοί που κατοικούν στην ανατολική Θεσσαλονίκη ή είναι και εκτός του Δήμου Θεσσαλονίκης.

Διάγραμμα 6.8 Κατοικία μελών και πελατών/μη μελών του Δήμου Θεσσαλονίκης



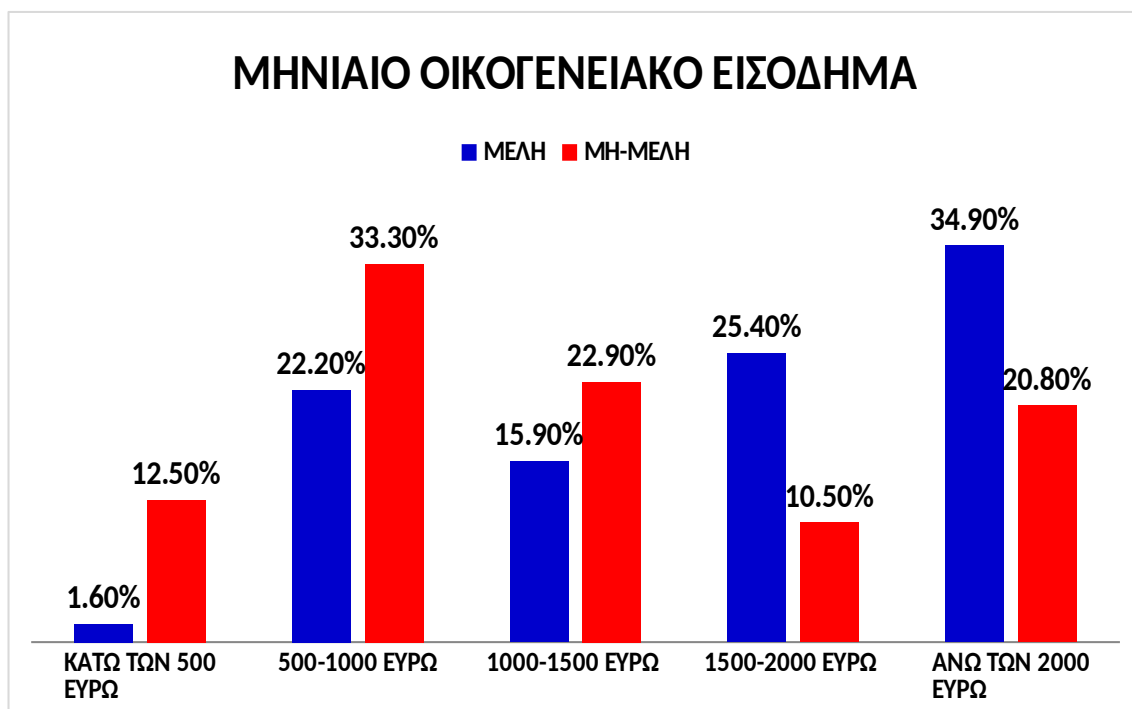
Από το διάγραμμα παραπάνω επιβεβαιώνεται πως το μεγαλύτερο ποσοστό(περίπου το ένα τέταρτο) των πελατών κατοικούν κοντά στον συνεταιρισμό, στην γειτονιά δηλαδή, όπως και στο κέντρο της πόλης. Στις υπόλοιπες περιοχές του Δήμου Θεσσαλονίκης υπάρχει περίπου η ίδια κατανομή πελατών.

Πίνακας 6.8 Μηναίο οικογενειακό εισόδημα μελών και πελατών/μη μελών

ΜΗΝΑΙΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΚΑΤΩ ΤΩΝ 500 ΕΥΡΩ	1.6%	12.5%	7.05%
500-1000 ΕΥΡΩ	22.2%	33.3%	27.75%
1000-1500 ΕΥΡΩ	15.9%	22.9%	19.40%
1500-2000 ΕΥΡΩ	25.4%	10.5%	17.95%
ΑΝΩ ΤΩΝ 2000 ΕΥΡΩ	34.9%	20.8%	27.85%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Διάγραμμα 6.9 Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα μελών και πελατών/μη μελών



Φαίνεται πως τα μέλη είναι πιο υψηλόμισθα από ότι τα μη-μέλη καθώς το 34.9% των μελών έχει μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα άνω των 2000€ ενώ στα μη-μέλη έχουμε ποσοστό 20.80% . Επίσης σημαντική διαφορά έχουν και στην κλάση των 1500€-2000€ όπου πάλι υπερಿಸχύουν τα μέλη με ποσοστό 25.40% έναντι των μη-μελών με ποσοστό 10.50% . Ωστόσο στις κλάσεις των 1000€-1500€ και των 500€-1000€ φαίνεται τα μη-μέλη να έχουν το προβάδισμα , με 22.90% και 33.30% αντίστοιχα, σε σύγκριση με τα μέλη όπου έχουν ποσοστό 15.90% και 22.20% αντίστοιχα. Τέλος σημαντική διαφορά υπάρχει και για όσους έχουν οικογενειακό εισόδημα κάτω των 500€ καθώς τα μέλη έχουν πολύ μικρό ποσοστό, μόλις το 1.6%, σε αντίθεση με τα μη-μέλη που έχουν 12.50%.

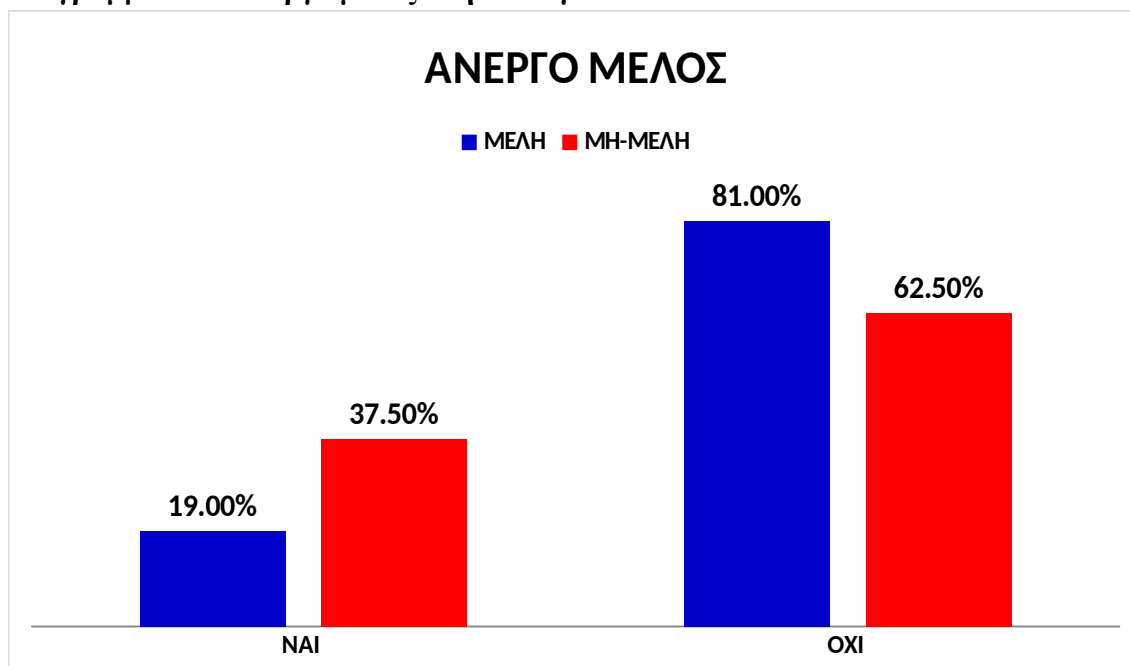
Πίνακας 6.9 Άνεργο μέλος στην οικογένεια

ΑΝΕΡΓΟ ΜΕΛΟΣ	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
--------------	------	---------	-----

ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ			
ΝΑΙ	19.0%	37.5%	28.25%
ΟΧΙ	81.0%	62.5%	71.75%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Διάγραμμα 6.10 Άνεργο μέλος στην οικογένεια



Τα μέλη σε μεγάλο ποσοστό, 81.0%, δεν έχουν άνεργο μέλος στην οικογένεια τους σε αντίθεση με τα μη-μέλη που το ποσοστό φτάνει στο 62.50%. Αντίθετα τα μη-μέλη έχουν σε μεγαλύτερο ποσοστό κάποιο μέλος της οικογένειάς τους που είναι άνεργο, 37.50%, ενώ τα μέλη έχουν ποσοστό 19.0%

Πίνακας 6.10 Ενημέρωση για τον συνεταιρισμό- εκπλήρωση προσδοκιών για τα προϊόντα

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΘΗΚΑΤ Ε ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;	ΑΠΟ ΕΝΤΥΠΑ	7.9%	4.2%	6.1%
	ΑΠΟ ΓΝΩΣΤΟΥΣ -ΦΙΛΟΥΣ	55.6%	50.0%	52.8%
	ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	6.3%	22.9%	14.6%

	ΑΠΟ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ	47.6%	33.3%	40.5%
	ΑΛΛΟ	3.2%	16.7%	10.0%
ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ, ΜΕΧΡΙ ΣΤΙΓΜΗΣ, ΕΚΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ;	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	3.2%	0.0%	1.6%
	ΠΟΛΥ	34.9%	33.3%	34.1%
	ΜΕΤΡΙΑ	47.6%	54.2%	50.9%
	ΛΙΓΟ	11.1%	8.3%	9.7%
	ΚΑΘΟΛΟΥ	3.2%	4.2%	3.7%
ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ, ΜΕΧΡΙ ΣΤΙΓΜΗΣ, ΕΚΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	16.0%	14.6%	15.3%
	ΠΟΛΥ	63.5%	64.6%	64.1%
	ΜΕΤΡΙΑ	15.9%	18.8%	17.4%
	ΛΙΓΟ	4.8%	2.0%	3.4%
	ΚΑΘΟΛΟΥ	0.0%	0.0%	0.0%
ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ, ΜΕΧΡΙ ΣΤΙΓΜΗΣ, ΕΚΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	12.7%	10.4%	11.6%
	ΠΟΛΥ	60.3%	64.6%	62.5%
	ΜΕΤΡΙΑ	23.8%	22.9%	23.4%
	ΛΙΓΟ	3.2%	2.1%	2.7%
	ΚΑΘΟΛΟΥ	0.0%	0.0%	0.0%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα οι περισσότεροι καταναλωτές ενημερώθηκαν για τον συνεταιρισμό κατά κύριο λόγο από γνωστούς- φίλους, 52,8% τους καθώς και από τα ίδια μέλη του συνεταιρισμού, 40,5%. Οι προσδοκίες για χαμηλές τιμές ήταν κατά κυρίως μέτριες, με κάποιους να έμειναν ευχαριστημένοι πολύ από τις τιμές. Πολύ μικρό ποσοστό, 13,4%, είναι αυτό το οποίο έμεινε ανικανοποίητο από τις τιμές του συνεταιρισμού. Ωστόσο σε πολύ μεγάλο βαθμό, αρκετοί έμειναν ευχαριστημένοι τόσο με τα τοπικά προϊόντα που υπάρχουν στον συνεταιρισμό, 79,4%, καθώς και με τα συνεταιριστικά προϊόντα, 71,4%. Υπάρχει μία θετική εικόνα για τα προϊόντα του συνεταιρισμού σε γενικές γραμμές καθώς ένα πολύ ελάχιστο ποσοστό των πελατών δεν είναι ικανοποιημένοι από τα προϊόντα, 3,4% για τα τοπικά και 2,7% για τα συνεταιριστικά προϊόντα.

Πίνακας 6.11 Προτίμηση αγοράς προϊόντων

ΕΑΝ ΒΡΙΣΚΕΤΕ ΤΑ ΙΔΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ ΡΑΦΙ ΑΛΛΟΥ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΣΕ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ, ΤΑ ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ:	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΑΠΟ ΤΟ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ	9.5%	20.8%	15.15%
ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ	38.1%	10.4%	24.25%
ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΑ ΔΥΟ	52.4%	68.8%	60.60%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Διάγραμμα 6.11 Προτίμηση αγοράς προϊόντων



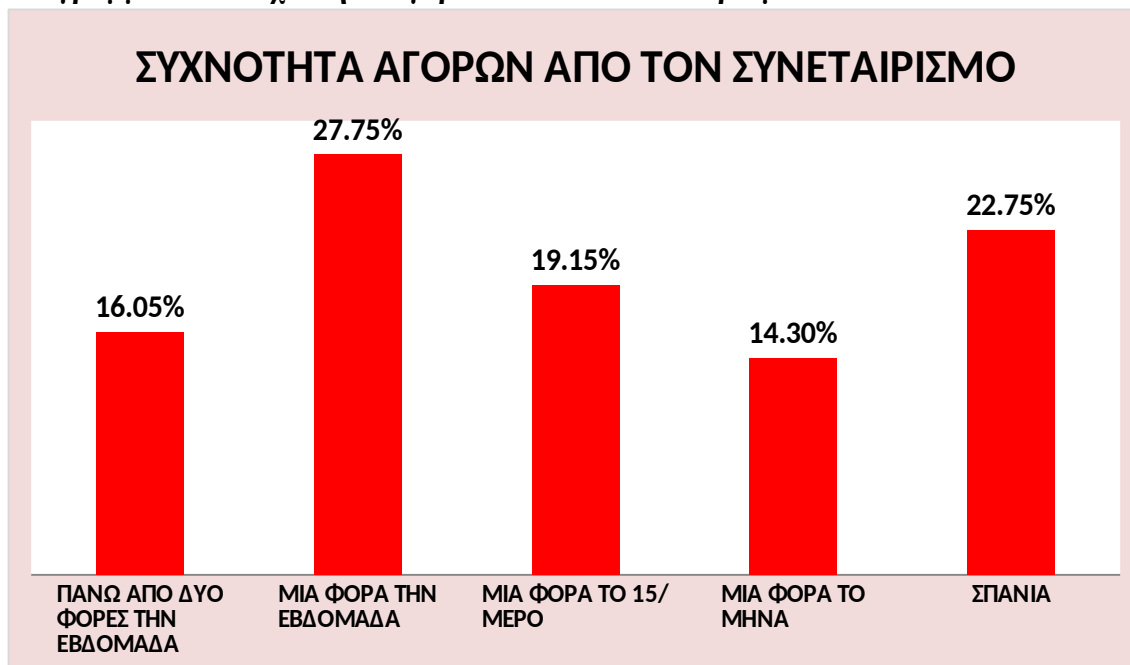
Ένα μεγάλο ποσοστό των πελατών αγοράζει το ίδιο προϊόν και από τα δύο σούπερ μάρκετ. Αυτό σημαίνει κυρίως για τα μέλη πως το ένα τρίτο είναι πιστά στον συνεταιρισμό και κάνουν αποκλειστικά τις αγορές τους μόνο από τον συνεταιρισμό, παρόλο ότι μπορούν να βρουν φθηνότερα προϊόντα σε συμβατικά σούπερ μάρκετ

Πίνακας 6.12 Συχνότητα αγορών από τον συνεταιρισμό

ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ, ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ, ΚΑΝΕΤΕ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	17.5%	14.6%	16.05%
ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	28.5%	27.0%	27.75%
ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ 15/ΜΕΡΟ	17.5%	20.8%	19.15%
ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	16.0%	12.6%	14.30%
ΣΠΑΝΙΑ	20.5%	25.0%	22.75%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Διάγραμμα 6.12 Συχνότητα αγορών από τον συνεταιρισμό



Μόλις το 16,05% των πελατών κάνει τις αγορές του από τον συνεταιρισμό πράγμα που δεν είναι πολύ ικανοποιητικό καθώς το ζήτημα του συνεταιρισμού είναι να ψωνίζουν συχνά και αποκλειστικά από τον συνεταιρισμό οι πελάτες. Ένα ικανοποιητικό

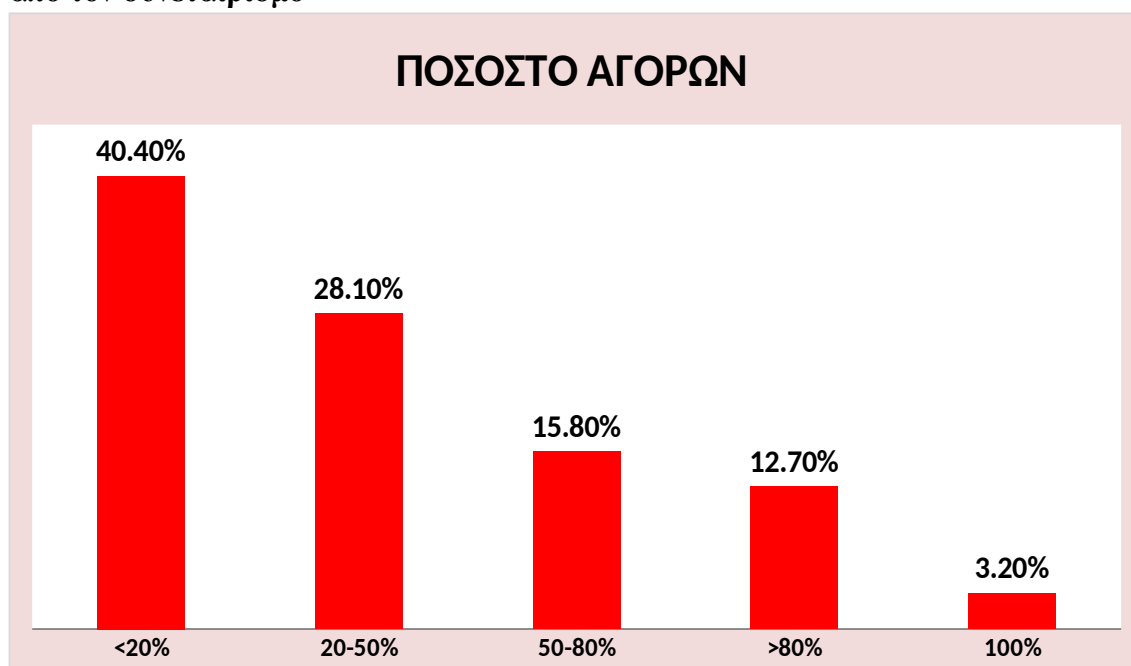
ποσοστό, 27,75%, ψωνίζει μία φορά την εβδομάδα από τον συνεταιρισμό ενώ το 22, 75% ψωνίζει σπάνια. Κατά κύριο λόγο οι περισσότεροι πελάτες κάνουν αραιές αγορές από τον συνεταιρισμό. Αυτό οφείλεται σε διάφορους λόγους οι οποίοι παρουσιάζονται παρακάτω.

Πίνακας 6.13 Ποσοστό συνολικών αγορών των μελών και πελατών/μη μελών από τον συνεταιρισμό

ΤΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΣΑΣ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΝΕΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
<20%	35.0%	45.8%	40.4%
20-50%	27.0%	29.1%	28.1%
50-80%	12.7%	18.8%	15.8%
>80%	19.0%	6.3%	12.7%
100%	6.3%	0.0%	3.2%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Διάγραμμα 6.13 Ποσοστό συνολικών αγορών των μελών και πελατών/μη μελών από τον συνεταιρισμό



Όπως διαπιστώσαμε και παραπάνω το μεγαλύτερο ποσοστό των πελατών, 40,40%, ψωνίζει κάτω από το 20% των συνολικών του αγορών από τον συνεταιρισμό και αυτό ήταν αναμενόμενο καθώς οι περισσότεροι δεν πραγματοποιούν τις αγορές τους συχνά από τον συνεταιρισμό. Μόνο το 3,2% είναι αυτό που κάνει αποκλειστικά τις αγορές από τον συνεταιρισμό. Αυτό αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του συνεταιρισμού και έχει επισημανθεί στις γενικές συνελεύσεις, όπως μας ενημέρωσε ο Πρόεδρος.

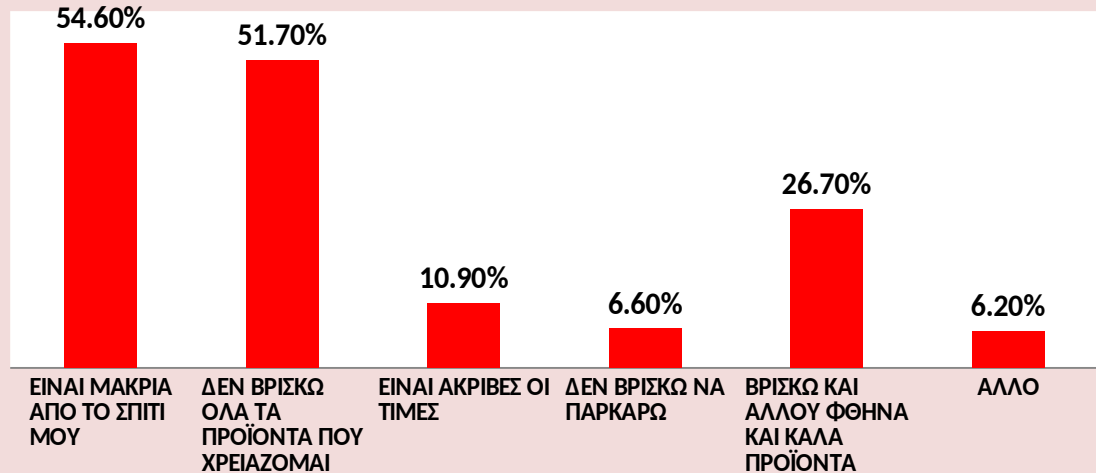
Πίνακας 6.14 Λόγοι που τα μέλη και οι πελάτες/μη μέλη δεν κάνουν 100% τις αγορές τους από τον συνεταιρισμό

ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΚΑΝΕΤΕ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΑΣ 100% ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΕΙΝΑΙ ΜΑΚΡΙΑ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ	50.8%	58.3%	54.6%
ΔΕΝ ΒΡΙΣΚΩ ΌΛΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΟΜΑΙ	49.2%	54.2%	51.7%
ΕΙΝΑΙ ΑΚΡΙΒΕΣ ΟΙ ΤΙΜΕΣ	5.1%	16.7%	10.9%
ΔΕΝ ΒΡΙΣΚΩ ΝΑ ΠΑΡΚΑΡΩ	6.8%	6.3%	6.6%
ΒΡΙΣΚΩ ΚΑΙ ΆΛΛΟΥ ΦΘΗΝΑ ΚΑΙ ΚΑΛΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	22.0%	31.3%	26.7%
ΆΛΛΟ	10.2%	2.1%	6.2%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Διάγραμμα 6.14 Λόγοι που τα μέλη και οι πελάτες/μη μέλη δεν κάνουν 100% τις αγορές τους από τον συνεταιρισμό

ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΔΕΝ ΚΑΝΟΥΝ ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ 100% ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ



Οι λόγοι που οι πελάτες δεν κάνουν συχνά τις αγορές τους αλλά και το ποσοστό των συνολικών τους αγορών δεν είναι κατά κύριο λόγο από τον συνεταιρισμό είναι γιατί οι περισσότεροι βρίσκονται μακριά από τον συνεταιρισμό, (54,6%), ή δεν βρίσκουν όλα τα προϊόντα που χρειάζονται,(51,7%). Άλλοι βρίσκουν πιο φθηνά προϊόντα αλλού,26,7%, ή ένα μικρό ποσοστό,10,9% θεωρεί τις τιμές ακριβές. Ένα μικρό θέμα επίσης αποτελεί και το ότι δεν βρίσκουν να παρκάρουν.

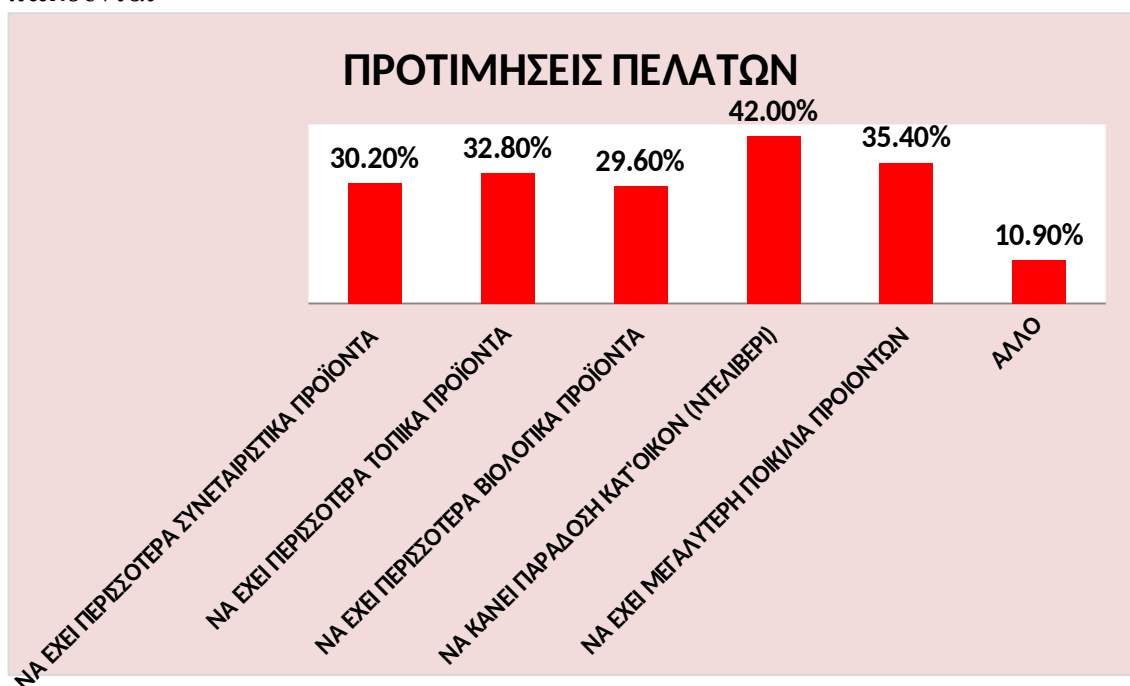
Πίνακας 6.15 Προτιμήσεις μελών και πελατών/μη μελών για τα προϊόντα που πωλούνται

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΤΕΙΝΑΤΕ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ, ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΠΩΛΟΥΝΤΑΙ;	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΝΑ ΕΧΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	33.3%	27.1%	30.2%
ΝΑ ΕΧΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	30.2%	35.4%	32.8%
ΝΑ ΕΧΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ	23.8%	35.4%	29.6%

ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ			
ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΚΑΤ'ΟΙΚΟΝ (ΝΤΕΛΙΒΕΡΙ)	38.1%	45.8%	42.0%
ΝΑ ΕΧΕΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	33.3%	37.5%	35.4%
ΆΛΛΟ	11.2%	10.5%	10.9%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Διάγραμμα 6.15 Προτιμήσεις μελών και πελατών/μη μελών για τα προϊόντα που πωλούνται



Η πρώτη προτίμηση των πελατών είναι η παράδοση των προϊόντων κατ' οίκον, πρόβλημα που συνδέεται άμεσα με τις απαντήσεις που δόθηκαν στο προηγούμενο ερώτημα. Οι περισσότεροι ζητούν να υπάρχει μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων καθώς και περισσότερα συνεταιριστικά., τοπικά και βιολογικά προϊόντα στα ράφια του συνεταιρισμού.

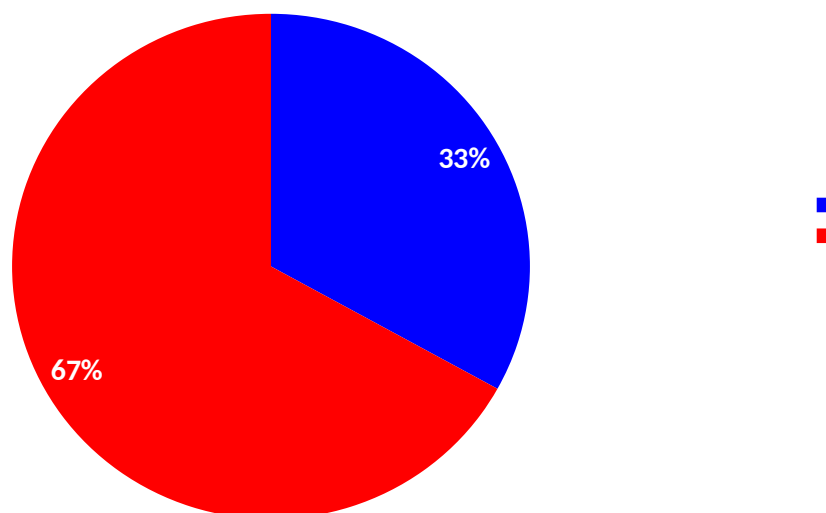
Πίνακας 6.16 Άποψη μελών και πελατών/μη μελών για άλλες κατηγορίες προϊόντων

ΘΑ ΘΕΛΑΤΕ Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΝΑ ΕΧΕΙ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΝΑΙ	28.6%	37.5%	33.05%
ΟΧΙ	71.4%	62.5%	66.95%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Διάγραμμα 6.16 Άποψη μελών και πελατών/μη μελών για άλλες κατηγορίες προϊόντων

ΑΛΛΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ



Σε μεγάλο βαθμό οι πελάτες δεν θέλουν άλλες κατηγορίες προϊόντων πράγμα που μας δείχνει πως είναι ικανοποιημένοι με όσα προϊόντα έχει ο συνεταιρισμός. Παρόλα αυτά το 33,05% θέλει και άλλες κατηγορίες προϊόντων οι οποίες παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 6.17 Κατηγορίες προϊόντων που θα ήθελαν τα μέλη και τα μη-μέλη

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Προϊόντα ψυγείου	12	22.64%
Κρέατα επι τόπου	8	15.10%
Είδη καθαρισμού	6	11.32%
Μαναβική	5	9.42%
Τρόφιμα	5	9.43%
Βιολογικά προϊόντα	3	5.66%
Είδη ατομικής υγιεινής	3	5.66%
vegan προϊόντα	2	3.77%
Είδη δώρων παραγόμενα από συνεταιρισμούς	1	1.89%
Είδη μάνιου	1	1.89%
Είδη οικιακής χρήσης	1	1.89%
όλα	1	1.89%
Προϊόντα deli ελλήνων παραγωγών	1	1.89%
Ρούχα	1	1.89%
Συμπληρώματα διατροφής	1	1.89%
Τροφές για ζώα	1	1.89%
fairtrade	1	1.89%
Σύνολο	53	100%

Στον παραπάνω πίνακα μας δίνονται οι απαντήσεις, τόσο από τα μέλη όσο και από τα μη μέλη του συνεταιρισμού, οι οποίοι θέλουν και άλλες κατηγορίες προϊόντων μέσα

στον συνεταιρισμό. Τα περισσότερα άτομα ζήτησαν περισσότερα προϊόντα ψυγείου, κρέατα επί τόπου από το κατάστημα καθώς και επίσης να υπάρχουν περισσότερα είδη καθαρισμού, τροφίμων και περισσότερη μαναβική.

Μετά από τη διερεύνηση των απόψεων για τον Bios-coop θελήσαμε να διερευνήσουμε τις απόψεις τους για τους συνεταιρισμούς γενικότερα, αλλά και τη συμμετοχή τους σε άλλα συλλογικά εγχειρήματα, προκειμένου να καταγράψουμε το επίπεδο του κοινωνικού κεφαλαίου.

Πίνακας 6.18 Απόψεις μελών και πελατών/μη μελών για τους συνεταιρισμούς

ΠΟΣΟ ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΣΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ ΓΕΝΙΚΑ;	ΕΠΙΛΟΓΕΣ	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	30.1%	22.9%	26.50%
	ΠΟΛΥ	52.4%	58.3%	55.35%
	ΜΕΤΡΙΑ	17.5%	14.6%	16.05%
	ΛΙΓΟ	0.0%	4.2%	2.10%
	ΚΑΘΟΛΟΥ	0.0%	0.0%	0.00%
ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ;	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ	1.6%	4.2%	2.9%
	ΚΑΛΗ	25.4%	31.3%	28.4%
	ΜΕΤΡΙΑ	54.0%	47.8%	50.9%
	ΚΑΚΗ	19.0%	16.7%	17.9%
	ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ	0.0%	0.0%	0.0%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Από τις απαντήσεις των πελατών υπάρχει μία καλή εικόνα για την πίστη στην συνεργασία και στους συνεταιρισμούς καθώς και η γενική άποψη για τους συνεταιρισμούς στην Ελλάδα είναι κατά κύριο λόγο θετική εκτός από ένα ποσοστό, το 17,9%, έχει κακή γνώμη για τους συνεταιρισμούς στην Ελλάδα.

Πίνακας 6.19 Συμμετοχή σε άλλο κοινωνικό εγχείρημα

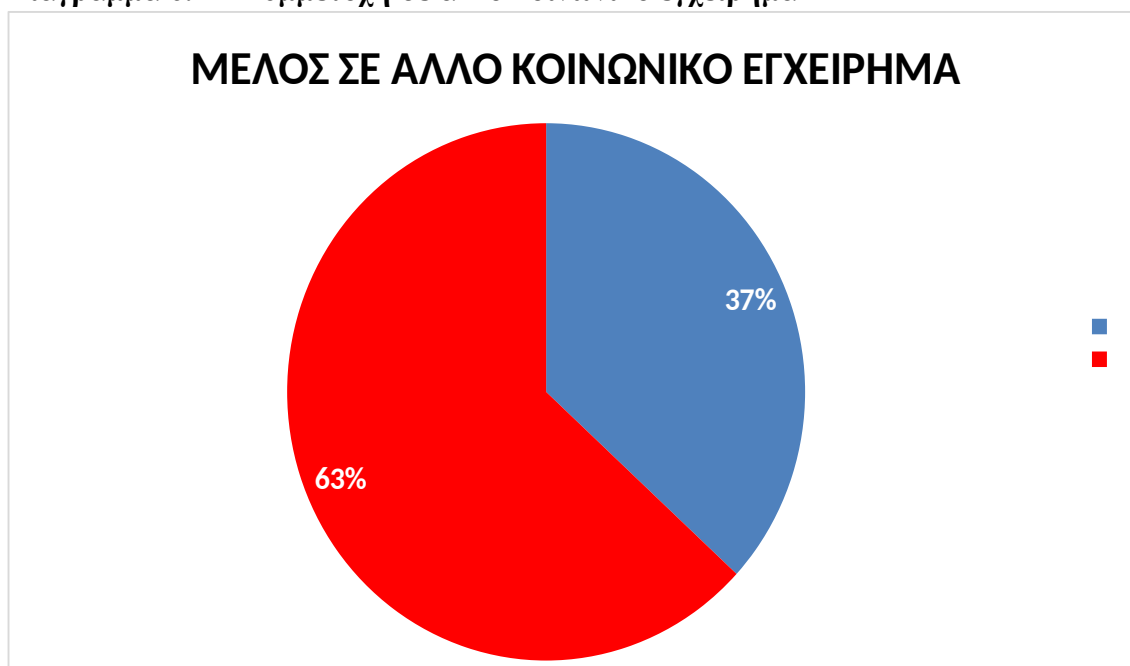
ΕΙΣΤΕ ΜΕΛΟΣ ΚΑΠΟΙΟΥ ΑΛΛΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ Η ΣΥΛΛΟΓΟΥ (Π.Χ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΥ,ΚΛΠ)	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο

Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ;			
ΝΑΙ	50.8%	22.9%	36.85%
ΟΧΙ	49.2%	77.1%	63.15%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Το 50.8% των μελών είναι μέλος σε κάποιο άλλο κοινωνικό εγχείρημα σε αντίθεση με τα μη –μέλη που είναι μόνο το 22.9% . Αντίθετα τα περισσότερα μη-μέλη δεν συμμετέχουν σε κάποια άλλη δράση με ποσοστό 77.1% ενώ τα μέλη, που επίσης που δεν είναι ενταγμένα σε κοινωνικό εγχείρημα, φτάνουν το 49.2%, πράγμα που δείχνει πως τα μέλη συμμετέχουν περισσότερο σε συλλογικές δράσεις.

Διάγραμμα 6.17 Συμμετοχή σε άλλο κοινωνικό εγχείρημα



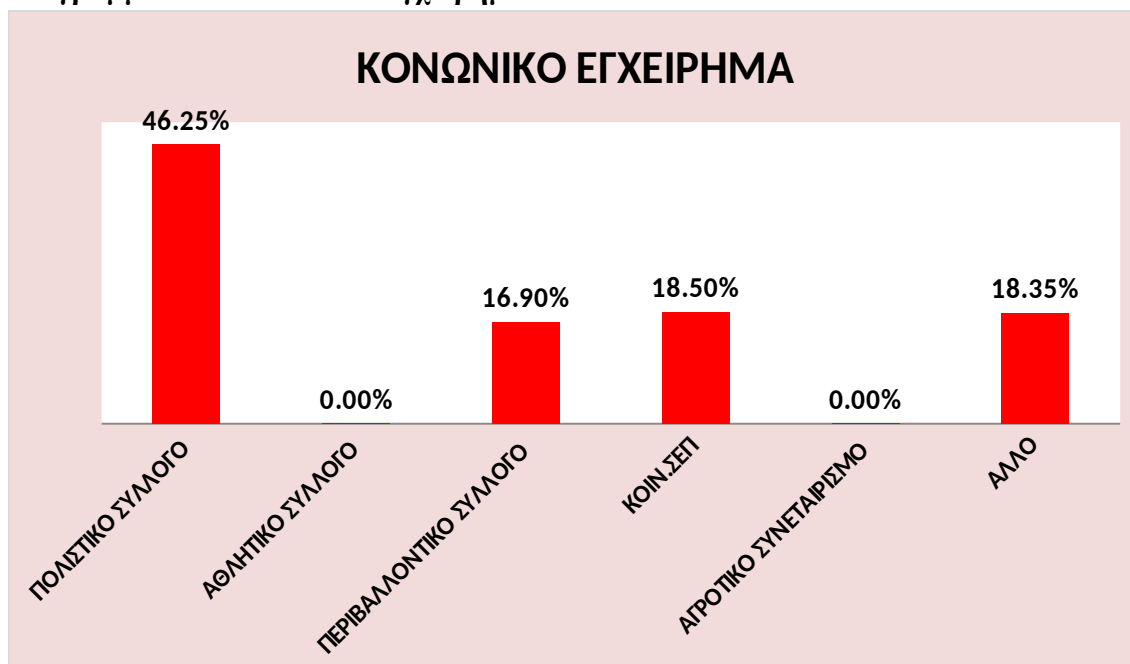
Πίνακας 6.20 Κοινωνικό εγχείρημα

ΕΑΝ ΝΑΙ, ΣΕ:	ΜΕΛΗ	ΜΗ-ΜΕΛΗ	Μ.Ο
ΠΟΛΙΣΤΙΚΟ ΣΥΛΛΟΓΟ	47.0%	45.5%	46.25%
ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΣΥΛΛΟΓΟ	0.0%	0.0%	0.00%
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ	15.6%	18.2%	16.90%

ΣΥΛΛΟΓΟ			
ΚΟΙΝ.ΣΕΠ	18.8%	18.2%	18.50%
ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ	0.0%	0.0%	0.00%
ΑΛΛΟ	18.6%	18.1%	18.35%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%

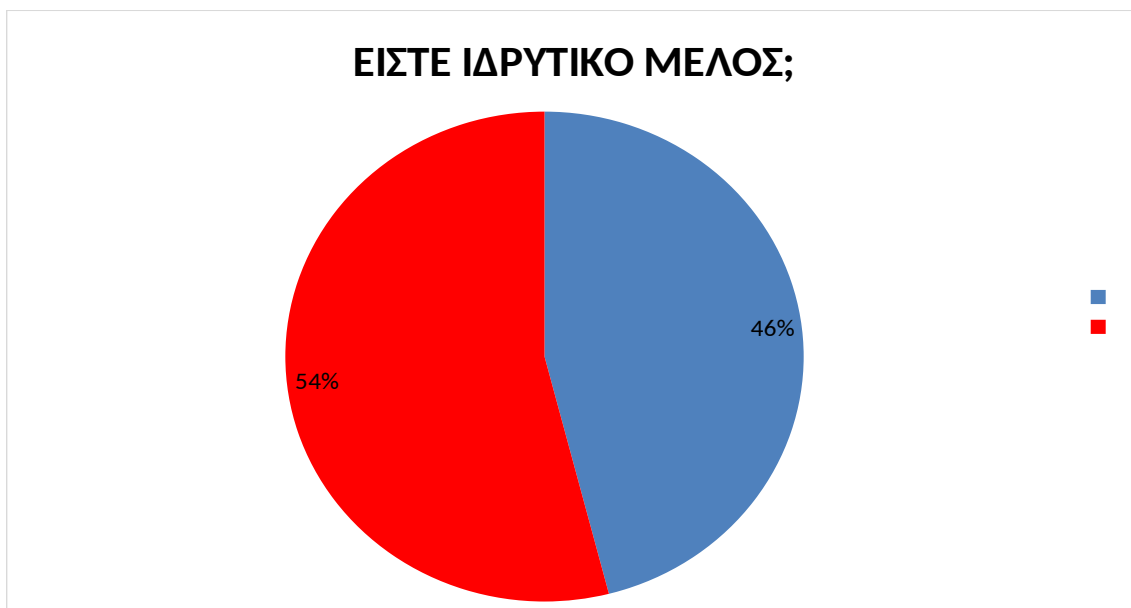
Από αυτούς που είναι ενταγμένοι σε μια άλλη συλλογική δράση οι περισσότεροι είναι μέλη σε πολιτιστικό σύλλογο. Επίσης μερικά άτομα είναι ενταγμένα σε περιβαλλοντικό σύλλογο, το 16,90%, ή στην Κοιν.Σ.επ (Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση), το 18,50%. Τέλος το 18,35% των πελατών είναι μέλη σε κάποια άλλη συλλογική δράση. Αυτό σημαίνει πως τα μέλη και τα μη-μέλη του συνεταιρισμού μέσω της συμμετοχής τους σε συλλογικές δράσεις αναπτύσσουν την ικανότητα της συνεργασίας και της αλληλεγγύης καθώς και τις αξίες της συλλογικότητας.

Διάγραμμα 6.18 Κοινωνικό εγχείρημα



6.2.2 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου των μελών

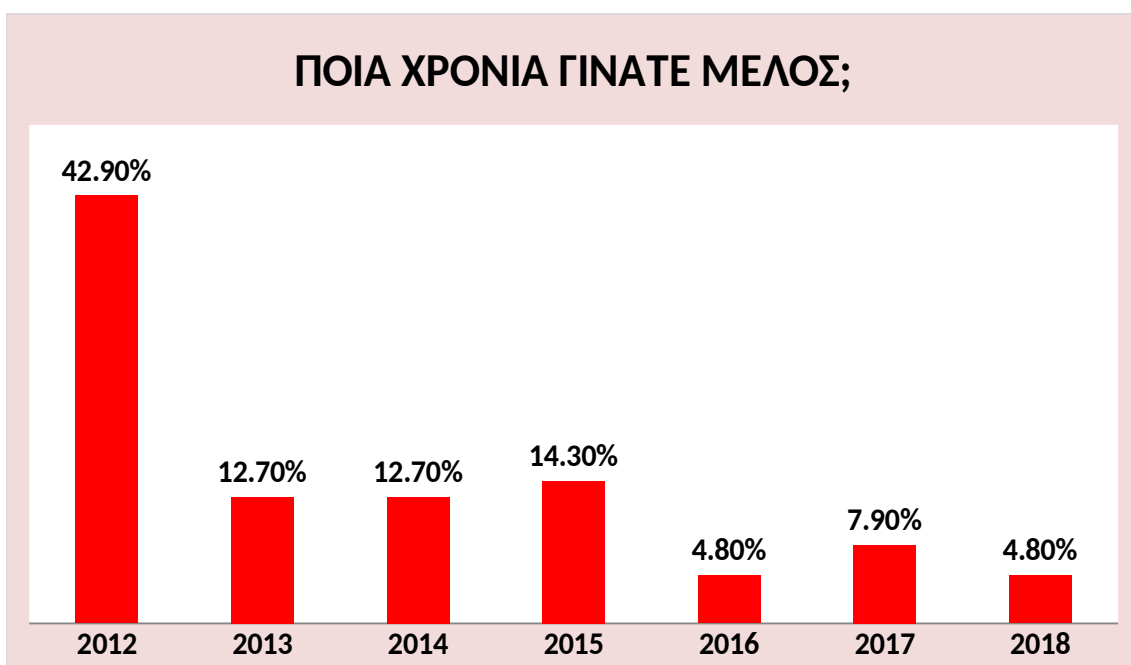
Διάγραμμα 6.19 Ιδρυτικός μέλος του συνεταιρισμού



Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Περίπου το ίδιο ποσοστό ιδρυτικών μελών αλλά και των μελών του συνεταιρισμού απάντησαν στο ερωτηματολόγιο που τους στάλθηκε καθώς τα ποσοστά είναι αρκετά κοντά με ένα μικρό προβάδισμα 8% να το έχουν τα μέλη και όχι τα ιδρυτικά μέλη του συνεταιρισμού.

Διάγραμμα 6.20 Χρονιά εισόδου στον συνεταιρισμό



Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Το 2012 ήταν η χρονιά οπού ιδρύθηκε ο συνεταιρισμός και όπως φαίνεται και από το διάγραμμα είναι και η χρονιά με την μεγαλύτερο εισοδο μελών. Την επόμενη χρονιά παρατηρείται μια τεράστια πτώση 30% περίπου καθώς από το 42,90% που ήταν το 2012, το 2013 το ποσοστό εισόδου νέων μελών πέφτει στο 12,70%. Μία σταθερή πορεία για την εισοδο νέων μελών παρατηρείται από το 2013 έως το 2015 καθώς τα ποσοστά είναι πολύ κοντά το ένα με το άλλο. Το 2016 παρατηρείται ξανά μία πτώση 10% και πλέον το ποσοστό εισόδου νέων μελών είναι πολύ μικρό καθώς φτάνει μόλις το 5%. Μία μικρή αύξηση παρατηρείται το 2017 αλλά το 2018 πάλι πέφτει το ποσοστό. Δηλαδή την τελευταία τριετία πολύ λίγα άτομα έγιναν μέλη του συνεταιρισμού.

Διάγραμμα 6.21 Λόγοι που έγιναν μέλη του συνεταιρισμού



Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Ο κύριος λόγος, δηλαδή το 88,90%, που οι περισσότεροι έγιναν μέλη ήταν για να υποστηρίξουν το εγχείρημα και επειδή το 47,60% πιστεύουν στους συνεταιρισμούς δηλαδή σε μεγάλο βαθμό λόγο της ιδεολογίας του συνεταιρισμού και ότι είναι συνεταιρισμός τους οδήγησε να είναι μέλη. Σε δεύτερη μοίρα έρχονται οι ωφελιμιστικοί λόγοι όπως να αγοράζουν προϊόντα χωρίς μεσάζοντες, 41,30%, να

βρίσκουν συνεταιριστικά προϊόντα, 38,10%, και τοπικά προϊόντα. Σε λιγότερο βαθμό επηρεάστηκαν από τις χαμηλές τιμές, 9,50% ή ότι είναι κοντά στο σπίτι τους, 3,40%.

Στη συνέχεια θέλαμε να διερευνήσουμε κατά πόσο τα μέλη συμμετέχουν στη διαδικασία λήψης αποφάσεων στον Συνεταιρισμό.

Διάγραμμα 6.22 Παρακολούθηση συνελεύσεων συνεταιρισμού



Σχεδόν το 50% των μελών πάει αρκετές φορές, 25.40%, ή σε όλες τις συνελεύσεις του συνεταιρισμού, 23.80%. Το υπόλοιπο 50% πάει πολύ λίγες φορές, 36.50%, ενώ το 14.30% δεν πάει ποτέ σε συνελεύσεις του συνεταιρισμού. Φαίνεται πως τα μέλη δεν παρακολουθούν συχνά τις συνελεύσεις του συνεταιρισμού.

Σε ερώτηση που έγινε στα μέλη για ποια οφέλη είχαν μέχρι σήμερα (υλικά και άυλα) ως μέλη του συνεταιρισμού δόθηκαν οι εξής απαντήσεις:

Παρακάτω παρουσιάζονται σε οι απαντήσεις των μελών για τα οφέλη τους από τον συνεταιρισμό. Τα δεδομένα χωρίζονται σε δύο κατηγορίες, σε ιδεολογικά οφέλη και σε ωφελιμιστικά οφέλη. Οι κατηγορίες παρουσιάζονται ιεραρχικά, δηλαδή αυτή με τις περισσότερες απαντήσεις προς αυτήν με τις λιγότερες. Η κατηγορία με τα ιδεολογικά οφέλη είχε 43 απαντήσεις οι οποίες παρουσιάζονται παρακάτω.

Ιδεολογικά οφέλη:

- Αίσθημα Αλληλεγγύης
- Γνωριμία με ενδιαφέροντες και τίμιους ανθρώπους
- Γνώση του εθελοντισμού
- Δεν αναγκάζομαι να δίνω τα λεφτά μου σε σούπερ μάρκετ
- Διεύρυνση της ιδέας του συνεταιρισμού

- Δίνω τα χρήματα μου κάπου που αξίζουν
- Εκπαίδευση σε σχετικά θέματα και σε λειτουργία ομάδων
- Εμπειρία στο πολιτικό κομμάτι
- Εμπιστοσύνη για τα προϊόντα του συνεταιρισμού
- Ενδυνάμωση συλλογικών εγχειρημάτων
- Ενισχύω τις μικρές τοπικές επιχειρήσεις
- Η αίσθηση του κοινού στόχου
- Ηθική ικανοποίηση από την εξέλιξη του συνεταιρισμού
- Ικανοποίηση από τη συμμετοχή μου στο εγχείρημα.
- Κοινωνικοποίηση
- Μείωση περιβαλλοντικού αποτυπώματος
- Προωθείται η άμεση δημοκρατία
- Προωθείται η ιδέα του συνεταιρισμού
- Προώθηση συνεργασίας
- Στήριξη ελληνικών Προϊόντων
- Υποστήριξη του εγχειρήματος

Οι περισσότεροι απάντησαν πως το όφελος τους είναι η υποστήριξη του εγχειρήματος και η ικανοποίηση τους από την συμμετοχή τους στον συνεταιρισμό. Τέλος η γνωριμία με σημαντικούς και τίμιους ανθρώπους και το αίσθημα της αλληλεγγύης είναι εξίσου σημαντικά οφέλη.

Η κατηγορία με τα ωφελιμιστικά οφέλη είχε 23 απαντήσεις από τις οποίες βγαίνουν τα εξής συμπεράσματα:

Ωφελιμιστική κατηγορία

- Μισθό
- Ποιοτικά προϊόντα
- Ποιοτικά προϊόντα σε καλή τιμή
- Συνεταιριστικά προϊόντα
- Σωστή Διατροφή
- Το καλάθι της νοικοκυράς
- Τοπικά προϊόντα
- Υγιεινά προϊόντα

Οι περισσότερες απαντήσεις ήταν για τα ποιοτικά προϊόντα και για τις καλές τιμές τους. Επίσης η ύπαρξη τοπικών προϊόντων και ότι τρέφονται σωστά αποτελούν επιπλέον οφέλη στα μέλη.

Τέλος υπήρξαν τρία άτομα τα οποία υποστήριξαν πως είχαν πολλά οφέλη ενώ έξι άτομα απάντησαν πως δεν είχαν κανένα όφελος από τον συνεταιρισμό.

Διάγραμμα 6.23 Παραμονή στον συνεταιρισμό



Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Τα περισσότερη μέλη θα παραμείνουν στον συνεταιρισμό ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό, 7.90%, σκέφτεται να μην συνεχίσει να είναι μέλος του συνεταιρισμού πλέον.

6.2.3 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου των πελατών-μη μελών

Η επόμενη ερώτηση αφορά τα μη μέλη και διερευνώνται οι λόγοι για τους οποίους δεν έχουν γίνει μέλη.

Ο πιο σημαντικός λόγος που οι πελάτες δεν είναι μέλη του συνεταιρισμού είναι επειδή το κατάστημα βρίσκεται μακριά από το σπίτι τους, 33.3%, ενώ εξίσου σημαντικοί λόγοι είναι ότι η συνεταιριστική μερίδα είναι υψηλή, 22.09% και ότι δεν θα έχουν επιπλέον

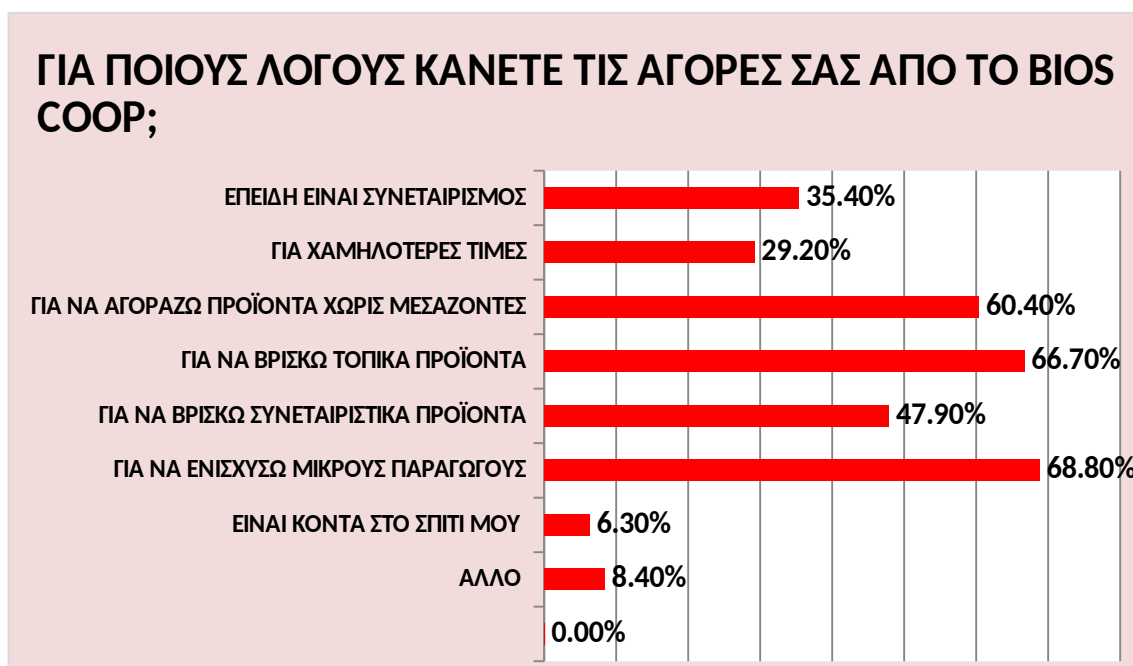
οφέλη, 25%. Τέλος σε λιγότερο βαθμό επηρεάζει και το ζήτημα ότι δεν βρίσκουν όλα τα προϊόντα που χρειάζονται, 14.6%

Διάγραμμα 6.24 Λόγοι που δεν είναι μέλη



Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Διάγραμμα 6.25 Λόγοι που κάνουν τα μη-μέλη τις αγορές τους από τον συνεταιρισμό.



Πηγή: Ερωτηματολόγιο

Σε μεγάλο ποσοστό οι πελάτες ψωνίζουν από τον συνεταιρισμό για να ενισχύσουν τους μικρούς παραγωγούς , 68.8%, για να τα τοπικά προϊόντα, 66.7%, και γιατί υπάρχουν προϊόντα χωρίς μεσάζοντες, 60.4% Ωστόσο εξίσου σημαντικό είναι πως υπάρχουν συνεταιριστικά προϊόντα στο κατάστημα, 47.9%, οι χαμηλές τιμές , 29.2%, αλλά και ότι είναι συνεταιρισμός, 35.4% που κάνουν τους πελάτες να θέλουν να ψωνίζουν από κατάστημα.

Διάγραμμα 6.26 Μέλος συνεταιρισμού μελλοντικά



Το 45.8% ακόμα δεν γνωρίζει αν θέλει να γίνει μέλος ή όχι μελλοντικά ενώ το 20.8 % δηλώνει πως δεν θα γίνει μέλος. Ωστόσο υπάρχει και ένα ικανοποιητικό ποσοστό 33.40% που θέλει να γίνει μελλοντικά μέλος. Παρόλα αυτά από το παραπάνω διάγραμμα δεν φαίνεται οι πελάτες του συνεταιρισμού να έχουν την θέληση να γίνουν μέλη στον συνεταιρισμό.

6.3 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΜΕ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

Στην συνέχεια της έρευνας μας θα γίνει η σύγκριση των κοινών ερωτήσεων που έγιναν σε δύο έρευνες τα προηγούμενα έτη ώστε να δούμε αν υπάρχουν αλλαγές στις απόψεις και στις στάσεις των μελών και των πελατών για τον συνεταιρισμό.

Η πρώτη έρευνα έγινε το 2014 από την φοιτήτρια Ζλατάνου Ανδρονίκη με θέμα την οργάνωση και λειτουργία του καταναλωτικού συνεταιρισμού BIOSCOOP. Το δείγμα στην συγκεκριμένη έρευνα ήταν 100 άτομα από τα οποία τα 49 ήταν μέλη του συνεταιρισμού και τα υπόλοιπα 51 ήταν πελάτες.

Η δεύτερη έρευνα έγινε το 2016 από την φοιτήτρια Βουλγαρίδου Αναστασία με θέμα τις στάσεις και απόψεις των μελών και μη μελών του κοινωνικού καταναλωτικού συνεταιρισμού BIOS COOP. Το δείγμα σ' αυτή την περίπτωση αποτελούταν από 212 άτομα από τα οποία τα 104 ήταν μέλη του συνεταιρισμού ενώ τα υπόλοιπα 108 ήταν πελάτες.

Τα παρακάτω δεδομένα αποτελούν μέσο όρο των ποσοστών των μελών και των πελατών ώστε να δημιουργηθεί μία γενική εικόνα.

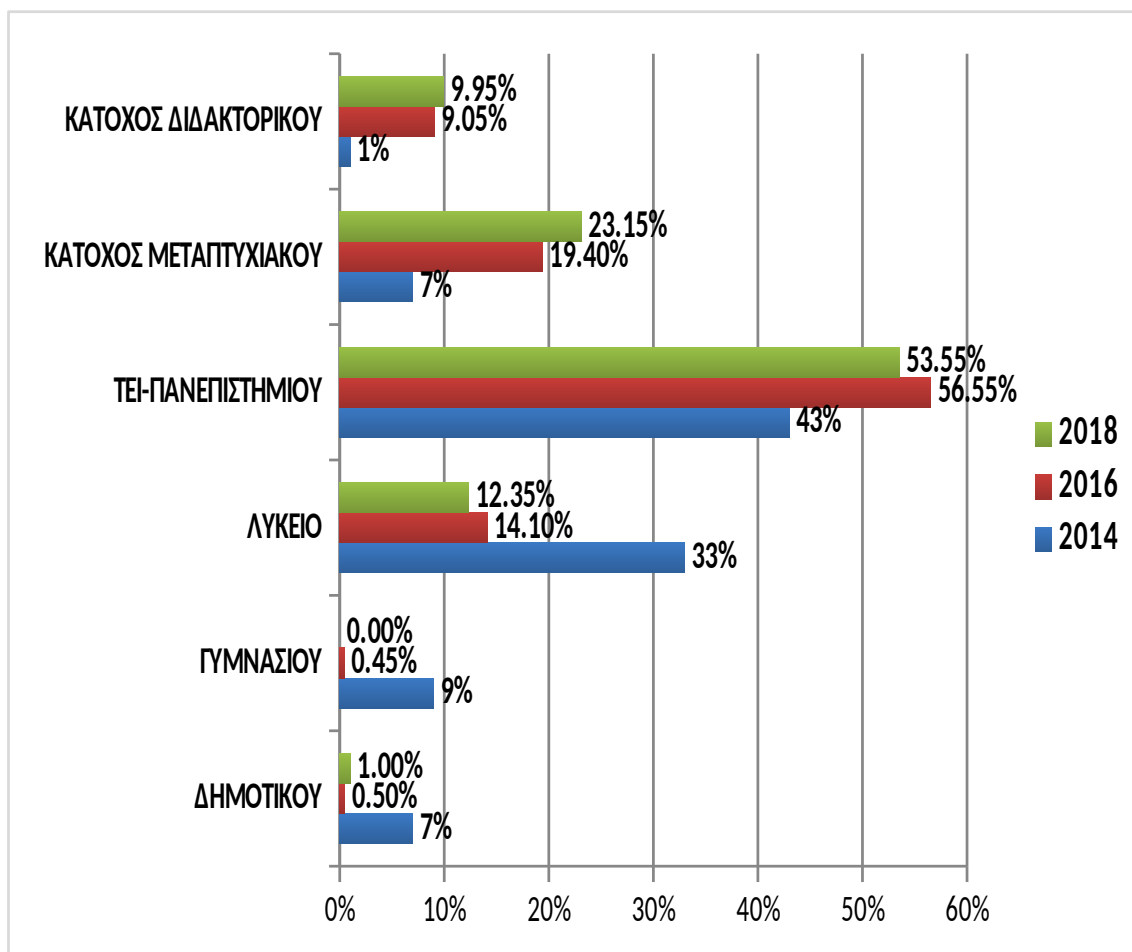
Πίνακας 6.21 Γενικά στοιχεία των ερωτηθέντων 2014-2018

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ		2014	2016	2018
ΦΥΛΟ	ΑΝΔΡΑΣ	56%	61%	52.6%
	ΓΥΝΑΙΚΑ	44%	39%	47.4%
ΗΛΙΚΙΑ	ΚΑΤΩ ΤΩΝ 30 ΕΤΩΝ	10%	10,30%	3.7%
	30-40 ΕΤΩΝ	30%	23,90%	25.2%
	41-50 ΕΤΩΝ	21%	28,75%	21.2%
	51-65 ΕΤΩΝ	24%	30,85%	38.4%
	ΑΝΩ ΤΩΝ 65 ΕΤΩΝ	14%	6,20%	11.5%

Από τον παραπάνω πίνακα βγαίνουν τα εξής συμπεράσματα:

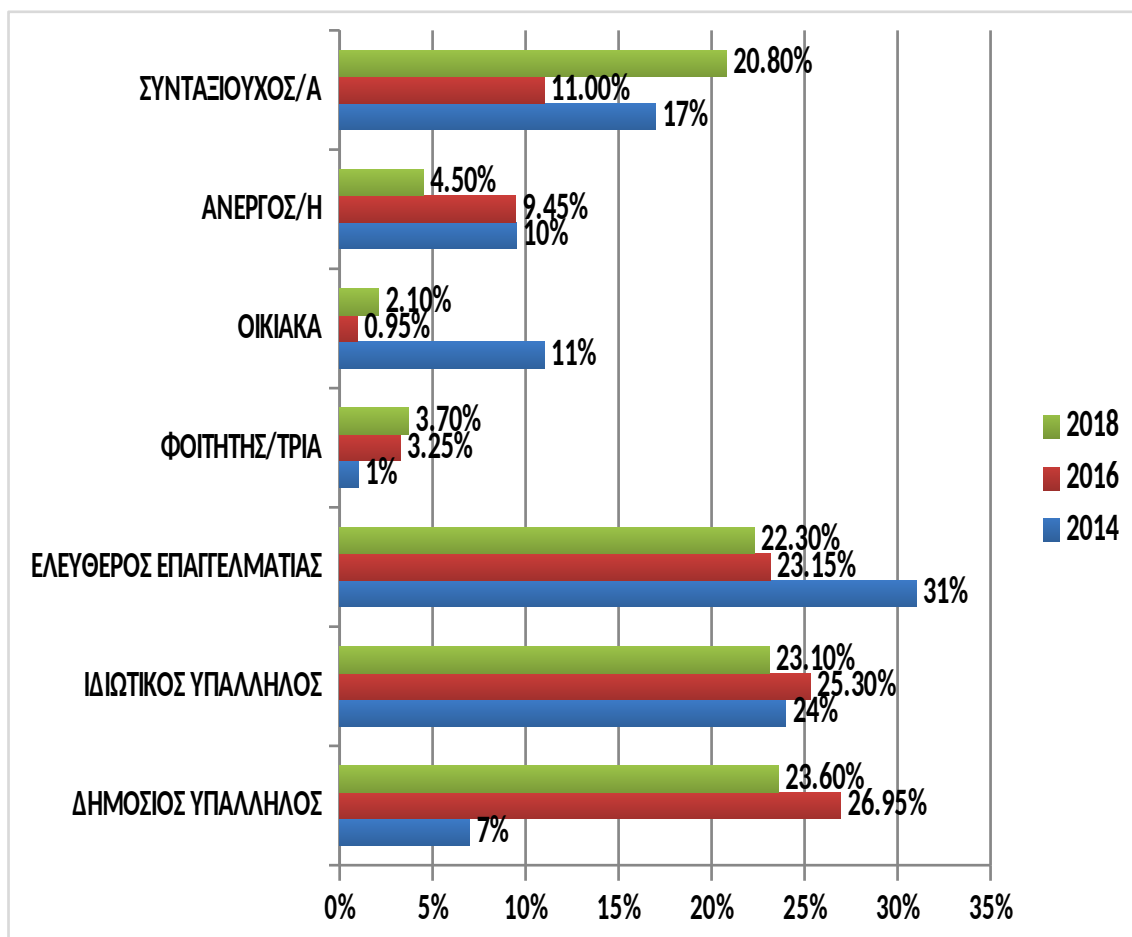
- Όσο αφορά το φύλο του δείγματος και στις τρεις έρευνες υπάρχουν τα ίδια περίπου ποσοστά με μικρές αυξομειώσεις χωρίς να υπάρχει μεγάλη απόκλιση μεταξύ τους. Μόνο το 2016 παρατηρείται να έχει διαφορετική κατανομή των ποσοστών ανάμεσα στα δύο φύλα καθώς οι άντρες είναι πολύ περισσότεροι από τις γυναίκες ενώ το 2014 και το 2018 είναι περίπου ίσα και τα δύο φύλα σε ποσοστά.
- Όσο αφορά την ηλικία των δειγμάτων είναι σημαντικό να τονιστεί η μείωση του ποσοστού των νέων κάτω των 30 ετών που το 2018 φτάνουν μόλις το 3,7% ενώ τις προηγούμενες χρονιές ήταν γύρω στο 10%. Αντίθετα παρατηρείται η αύξηση του ποσοστού που βρίσκονται μεταξύ 51 έως 65 αλλά και το ποσοστό για όσους είναι άνω των 65 ετών δείχνοντας πως οι νέοι όλο και λιγότερο συμμετέχουν και ψωνίζουν από το κατάστημα.

Διάγραμμα 6.27 Μορφωτικό επίπεδο 2014-2018



Το 2014 ένα 7% ήταν απόφοιτοι δημοτικού ενώ το 2016 και το 2018 οι απόφοιτοι δημοτικού ήταν ελάχιστοι καθώς έφταναν το 0,50% και 1% αντίστοιχα. Το ίδιο ισχύει και για τους απόφοιτους του γυμνασίου. Το ποσοστό των απόφοιτων του λυκείου μειώνεται από το 33% το 2014 στο 12,35% το 2018. Ενώ παρατηρείται αύξηση στο ποσοστό των αποφοίτων ΤΕΙ-Πανεπιστημίου, στους κατόχους μεταπτυχιακών και στους κατόχους των διδακτορικών δείχνοντας την αναβάθμιση του μορφωτικού επιπέδου των πελατών από το 2014 έως και σήμερα.

Διάγραμμα 6.28 Εργασία 2014-2018



Ένα ακόμα στοιχείο που επιβεβαιώνει ότι η συμμετοχή των νέων στον συνεταιρισμό είναι πολύ μικρή είναι και η εργασία καθώς ένα πολύ μικρό ποσοστό είναι φοιτητές. Παρόλα αυτά έχει αυξηθεί λίγο από το 2014 . Σε σταθερές τιμές παραμένουν οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι ιδιωτικοί υπάλληλοι ενώ το ποσοστό των δημόσιων υπαλλήλων μπορούμε να πούμε πως τριπλασιάστηκε από το 2014 έως και σήμερα. Επίσης το ποσοστό με άτομα που ασχολούνταν με τα οικιακά μειώθηκε σημαντικά αλλά και το ποσοστό των ανέργων έπεσε στο μισό συγκριτικά με τις δύο προηγούμενες έρευνες. Τέλος το ποσοστό των συνταξιούχων αυξάνεται και αυτό είναι λογικό ως συνέπεια ότι αυξάνεται και το ποσοστό άνω των 65 ετών

Πίνακας 6.22 Απόψεις μελών και πελατών για τον συνεταιρισμό BiosCoop 2014-2018

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ		2014	2016	2018
ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ, ΜΕΧΡΙ ΣΤΙΓΜΗΣ, ΕΚΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ;	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	7,32%	19,36%	1,6%
	ΠΟΛΥ	63,41%	59,50%	34,1%
	ΜΕΤΡΙΑ	29,27%	17,45%	50,9%
	ΛΙΓΟ	0%	2,35%	9,7%
	ΚΑΘΟΛΟΥ	0%	0,94%	3,7%
ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ, ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ, ΚΑΝΕΤΕ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;	ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	10%	16,45%	16,05%
	ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	57%	34,85%	27,75%
	ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ 15/ΜΕΡΟ	30%	23,60%	19,15%
	ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	3%	15,55%	14,30%
	ΣΠΑΝΙΑ	0%	9,55%	22,75%
ΕΑΝ ΒΡΙΣΚΕΤΕ ΤΑ ΙΔΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ ΡΑΦΙ ΑΛΛΟΥ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΣΕ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ ΤΑ ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ:	ΑΠΟ ΤΟ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ	14%	22%	15.15%
	ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ	59%	31%	24.25%
	ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΑ ΔΥΟ	27%	47%	60.60%

Από τον παραπάνω πίνακα βγαίνουν τα εξής συμπεράσματα:

1) Το 2014 και το 2016 οι προσδοκίες των πελατών για χαμηλές τιμές κατά κύριο λόγο εκπληρώθηκαν πολύ ικανοποιητικά καθώς οι περισσότεροι ικανοποιήθηκαν πάρα πολύ και λίγο λιγότερο. Λίγοι ήταν αυτοί που ήταν μέτρια ικανοποιημένοι ενώ αυτοί που ήταν δυσαρεστημένοι ήταν σε πολύ μικρό ποσοστό. Όμως το 2018 τα δεδομένα αλλάζουν και σε μεγαλύτερη πλειοψηφία οι πελάτες είναι μέτρια ικανοποιημένοι ή και

λίγο παραπάνω για τις χαμηλές τιμές των προϊόντων, ενώ τα ποσοστά δυσαρέστησης αυξάνονται.

2) Όσο αφορά την συχνότητα των αγορών τους, παρατηρείται ότι το 2016 και το 2018 αρχίζουν να αυξάνονται τα ποσοστά στα οποία οι πελάτες δεν κάνουν και τόσο συχνά τις αγορές τους από τον συνεταιρισμό ενώ το 2014 αυτά τα ποσοστά ήταν σχεδόν μηδαμινά το 2014.

3) Τέλος υπάρχει μία μείωση για την αγορά προϊόντων αποκλειστικά από τον συνεταιρισμό καθώς αρκετοί προτιμούν να αγοράζουν το ίδιο προϊόν είτε από τον συνεταιρισμό είτε από το σούπερ μάρκετ.

Συμπεράσματα

Σύμφωνα με την βιβλιογραφική έρευνα που έγινε, η κοινωνική οικονομία είναι ένας άλλος χώρος οικονομικής δραστηριότητας που μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά για την αντιμετώπιση της ανεργίας εξασφαλίζοντας το εισόδημα και απασχόληση μέσα σε διαστήματα οικονομικών κρίσεων, όπως βρίσκεται η χώρα μας σήμερα, προσπαθώντας να λύσει το θέμα της δυσπραγίας και της φτώχειας.

Ένα σημαντικό παράδειγμα κοινωνικής οικονομίας, το οποίο από αρχαιοτάτων χρόνων υπήρχε για την εξάλειψη της πείνας και την ενίσχυση των οικονομικά ασθενέστερων, είναι ο συνεταιρισμός. Ο συνεταιρισμός σε βάθος χρόνου έχει αποδείξει πως με την συλλογικότητα και την συνεργασία μπόρεσαν και έλυσαν τέτοιου είδους ζητήματα. Πλέον οι συνεταιρισμοί είναι πολύπλευροι και συνεχίζουν να καλύπτουν οποιοδήποτε κοινωνικό πρόβλημα και να εξασφαλίζουν εισόδημα και απασχόληση σε όσους ήταν άνεργοι αλλά και προσφέροντας και βοήθεια σε άτομα με προβλήματα και δυσκολίες με το λεγόμενο κοινωνικό έργο.

Οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί έχουν στόχο τη παροχή ποιοτικών αγαθών και υπηρεσιών με το χαμηλότερο κόστος στους καταναλωτές. Παρόλα αυτά η πορεία των καταναλωτικών συνεταιρισμών στην Ελλάδα είναι πολύ μικρή.

Παράδειγμα καταναλωτικού συνεταιρισμού στην Ελλάδα αποτελεί ο καταναλωτικός συνεταιρισμός Bios Coop στην Θεσσαλονίκη ο οποίος έχει ως στόχο να προσφέρει ποιοτικά προϊόντα, ελεγμένα, χωρίς μεσάζοντες στους καταναλωτές φέρνοντας τους σε επαφή με προϊόντα από μικρούς παραγωγούς αλλά και με προϊόντα άλλων συνεταιρισμών.

Η πορεία του συνεταιρισμού φαίνεται να είναι σταθερή καθώς συνεχίζει να προσφέρει ποιοτικά, συνεταιριστικά και τοπικά προϊόντα στους πελάτες του σε φθηνές τιμές, χωρίς μεσάζοντες, πράγμα που ικανοποιεί αρκετά τους πελάτες, μέλη ή μη-μέλη. Με την πάροδο των χρόνων, ο συνεταιρισμός Bios Coop, συνεχίζει να προσφέρει πιο φθηνά προϊόντα σε σχέση με τα συμβατικά σούπερ μάρκετ αποδεικνύοντας πως δεν είναι μία κερδοσκοπική επιχείρηση.

Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε στους πελάτες τους συνεταιρισμού μέσω των ερωτηματολογίων, διαπιστώθηκε πως οι πελάτες, είτε τα μέλη είτε τα μη- μέλη, έμειναν από μέτρια έως και πολύ ευχαριστημένοι για τις χαμηλές τιμές των προϊόντων, σε πολύ μεγάλο βαθμό, αρκετοί έμειναν ευχαριστημένοι τόσο με τα τοπικά προϊόντα που

υπάρχουν στον συνεταιρισμό καθώς και με τα συνεταιριστικά προϊόντα. Είναι σημαντικό να ειπωθεί πως μόνο το 25% μένει κοντά στον συνεταιρισμό για αυτό και τα μέλη και τα μη-μέλη έχουν σαν κύρια επιθυμία την διανομή των προϊόντων κατ' οίκον (delivery)

Μέσω της έρευνας διαμορφώνεται η εικόνα των μελών του συνεταιρισμού, δηλαδή τι άτομα απευθύνονται στον συνεταιρισμό. Μπορούμε να επισημάνουμε τα χαρακτηριστικά των μελών που προκύπτουν από την έρευνα, όπως ότι είναι κυρίως άνδρες, ιδιαίτερα μορφωμένοι, με υψηλά εισοδήματα και είναι πιο ηλικιωμένοι σε σχέση με τους πελάτες μη-μέλη. Αναφέρουν πολλά ιδεολογικά οφέλη από τη συμμετοχή τους στον συνεταιρισμό, είναι πιστοί σε αυτόν και τέλος συμμετέχουν και σε άλλες συλλογικές δράσεις.

Τέλος υπάρχει μία θετική εικόνα για τα προϊόντα του συνεταιρισμού αλλά οι πελάτες του συνεταιρισμού θα ήθελαν να βρίσκουν περισσότερες κατηγορίες προϊόντων στα ράφια του καταστήματος. Παρόλα αυτά ο συνεταιρισμός φαίνεται να έχει μία σταθερή πορεία με συνεχή αύξηση των μελών αλλά και την συνεχή εξέλιξη του συνεταιρισμού για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

Βιβλιογραφία

Βιβλία:

- Κοντογεωργός Α. και Σεργάκη Π. (2015), «*Αρχές Διοίκησης Αγροτικών Συνεταιρισμών*», Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών
- Καμενίδης Χ. (2001), «*Συνεταιρισμοί*», Αφοί Κυριακίδη 1^η έκδοση
- Καμενίδης Χ. (2010), «*Συνεταιρισμοί*», Αφοί Κυριακίδη 2^η έκδοση
- Παπαγεωργίου Κ. (2015), «*Βιώσιμη Συνεταιριστική Οικονομία*», Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, γ' έκδοση

Πτυχιακές Διατριβές:

- Πάντα Γ. (1998), «*Οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα από το 1920 έως ο 1940*», Πτυχιακή εργασία, ΤΕΙ Μεσολογγίου, Μεσολόγγι

Διαλέξεις μαθημάτων:

- Κουτσού Σταυριανή, Αγροτικοί Συνεταιρισμοί, Διάλεξη 2^η Συνεταιριστικές οργανώσεις- Συνεταιριστικές αρχές, ΤΕΙ Θεσσαλονίκης
- Κοντογεωργός Αχιλλέας, Συνεταιριστική Οικονομία, Διάλεξη 6^η Η δομή της αγροτικής συνεταιριστικής κίνησης, Πανεπιστήμιο Πατρών

Ελληνικές ιστοσελίδες

- <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%85%CE%BD%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>
- <https://www.hellenicparliament.gr/Vouli-ton-Ellinon/To-Politevma/Syntagma/article-12/>
- https://openclass.teiwm.gr/modules/document/file.php/AF102/Κοινωνική%20Οικονομία_5.pdf
- <https://www.tovima.gr/2012/08/14/world/o-baskikos-synetairismos-montragkon-antexei-stin-krisi/>
- <https://slpress.gr/oikonomia/montela-enallaktikis-epicheirimatikotitas/>
- <http://socialactivism.gr/index.php/orismos/982-orismos-koinonikis-oikonomias>
- http://www.bioscoop.gr/p/blog-page_30.html
- <http://enoiko.blogspot.com/2012/03/blog-post.html>
- <http://www.enet.gr/?i=news.el.ellada&id=407855>

- http://www.enallaktikos.gr/ar4325el_vios-coop-pairontas-tin-trofi-mas-staxeria-mas-toy-ari-xatzinikolaoy-vinteo.html
- <http://www.enet.gr/?i=news.el.ellada&id=407855>
- <http://www.bioscoop.gr/p/blog-page.html>
- <http://enoiko.blogspot.com/2012/03/blog-post.html>
- http://www.bioscoop.gr/p/coop_14.html
- <http://eranistis.net/wordpress/2014/08/22/ο-άνταμ-σμιθ-ο-καταμερισμός-της-εργασί/>

Ξένες ιστοσελίδες:

- <http://www.soemco.coop/history-of-world-cooperative-movement.html>
- <https://www.rochdalepioneersmuseum.coop/about-us/about-toad-lane/>
- <https://www.rochdalepioneersmuseum.coop/about-us/the-rochdale-principles/>
- <https://www.investopedia.com/terms/s/social-economics.asp>
- <https://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/social-economy>
- <http://www.shareyouressays.com/knowledge/8-main-features-of-socialist-economy-explained/95712>
- [https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-23-why-co-ops-what-are-they-how-do-they-work-\(1944\)/what-are-the-strengths-and-weaknesses-of-cooperative-business](https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-23-why-co-ops-what-are-they-how-do-they-work-(1944)/what-are-the-strengths-and-weaknesses-of-cooperative-business)
- <http://www.yourarticlelibrary.com/business/cooperative/advantages-and-disadvantages-of-cooperative-society-discussed/40799>
- <http://www.yourarticlelibrary.com/business/cooperative/advantages-and-disadvantages-of-cooperative-society-discussed/40799>
- http://cultivate.coop/wiki/Consumer_cooperative
- <https://www.ica.coop/sites/default/files/publication-files/eurocoopclimatechangeandconsumercooperatives2012-08-22-1724602862.pdf>
- <http://www.yourarticlelibrary.com/stores/advantages-and-disadvantages-of-consumers-co-operative-stores/25911>
- <http://www.yourarticlelibrary.com/stores/advantages-and-disadvantages-of-consumers-co-operative-stores/25911>
- <https://www.monitor.coop/en>

- <https://www.ica.coop/sites/default/files/publication-files/wcm2018-printx50-227290600.pdf>
- <https://www.youtube.com/watch?v=yBqS2u57avI>
- <https://www.youtube.com/watch?v=yBqS2u57avI>
- <https://www.youtube.com/watch?v=yBqS2u57avI>

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο μελών

ΕΙΣΤΕ:

- ΑΝΔΡΑΣ
- ΓΥΝΑΙΚΑ

ΕΙΣΤΕ:

- ΚΑΤΩ ΤΩΝ 30 ΕΤΩΝ
- 31-40 ΕΤΩΝ
- 41-50 ΕΤΩΝ
- 51-65 ΕΤΩΝ
- ΑΝΩ ΤΩΝ 65 ΕΤΩΝ

ΕΙΣΤΕ ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ:

- ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ
- ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ
- ΛΥΚΕΙΟΥ
- ΤΕΙ-ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ
- ΚΑΤΟΧΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ
- ΚΑΤΟΧΟΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟΥ

ΕΙΣΤΕ:

- ΠΑΝΤΡΕΜΕΝΟΣ/Η
- ΑΝΥΠΑΝΤΡΟΣ/Η

ΕΧΕΤΕ ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΤΩΝ ΤΩΝ 18 ΕΤΩΝ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΙΣΤΕ:

- ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
- ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
- ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑΣ
- ΦΟΙΤΗΤΗΣ/ΤΡΙΑ
- ΟΙΚΙΑΚΑ
- ΑΝΕΡΓΟΣ/Η
- ΣΥΝΤΑΞΟΥΧΟΣ/Α

ΚΑΤΟΙΚΕΙΤΕ:

- ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
- ΣΤΗΝ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
- ΣΤΗΝ ΔΥΤΙΚΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
- ΑΛΟΥ

ΕΑΝ ΚΑΤΟΙΚΕΙΤΕ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ, ΣΕ ΠΠΟΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗ;

- ΠΟΛΥ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ (ΓΕΙΤΟΝΙΑ)
- ΚΕΝΤΡΟ
- ΤΟΥΜΠΙΑ
- ΦΑΛΗΡΟ
- ΧΑΡΙΛΑΟΥ
- ΤΡΙΑΝΔΡΙΑ
- ΑΝΑΛΗΨΗ
- ΑΛΛΟ

ΤΟ ΜΗΝΑΙΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΣΑΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΑΝΗΚΕΙ ΣΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ:

- ΚΑΤΩΝ ΤΩΝ 500 ΕΥΡΩ
- 500-1000 ΕΥΡΩ
- 1000-15000 ΕΥΡΩ
- 1500-2000
- ΑΝΩ ΤΩΝ 2000

ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΝΕΡΓΟ ΜΕΛΟΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΙΣΤΕ ΙΔΡΥΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΠΟΙΑ ΧΡΟΝΙΑ ΓΙΝΑΤΕ ΜΕΛΟΣ;

- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018

ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΘΗΚΑΤΕ ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;
(ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΕΝΑ Ή ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ)

- ΑΠΟ ΕΝΤΥΠΑ
- ΑΠΟ ΓΝΩΣΤΟΥΣ-ΦΙΛΟΥΣ
- ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
- ΑΠΟ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ
- ΑΛΛΟ

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΣΑΣ ΩΘΗΣΑΝ ΝΑ ΓΙΝΕΤΕ ΜΕΛΟΣ;(ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ
ΕΝΑ Ή ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ)

- ΓΙΑ ΝΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΩ ΤΟ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑ
- ΕΠΕΙΔΗ ΠΙΣΤΕΥΩ ΣΤΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ
- ΓΙΑ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ
- ΓΙΑ ΝΑ ΑΓΟΡΑΖΩ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΧΩΡΙΣ ΜΕΣΑΖΟΝΤΕΣ
- ΓΙΑ ΝΑ ΒΡΙΣΚΩ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΓΙΑ ΝΑ ΒΡΙΣΚΩ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΕΙΝΑΙ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ
- ΑΛΛΟ

ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ, ΜΕΧΡΙ ΣΤΙΓΜΗΣ, ΕΚΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ
ΓΙΑ ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ;

- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
- ΠΟΛΥ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΛΙΓΟ
- ΚΑΘΟΛΟΥ

ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ, ΜΕΧΡΙ ΣΤΙΓΜΗΣ, ΕΚΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ
ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;

- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
- ΠΟΛΥ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΛΙΓΟ
- ΚΑΘΟΛΟΥ

ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ, ΜΕΧΡΙ ΣΤΙΓΜΗΣ, ΕΚΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ
ΓΙΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;

- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
- ΠΟΛΥ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΛΙΓΟ

- ΚΑΘΟΛΟΥ

ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ, ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ, ΚΑΝΕΤΕ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;

- ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ 15/ΜΕΡΟ
- ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ
- ΣΠΑΝΙΑ

ΕΑΝ ΒΡΙΣΚΕΤΕ ΤΑ ΙΔΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ ΑΛΛΟ ΡΑΦΙ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΣΕ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ, ΤΑ ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ:

- ΑΠΟ ΤΟ ΑΛΛΟ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ
- ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ
- ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΑ ΔΥΟ

ΤΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΣΑΣ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΝΕΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;

- <20%
- 20%-50%
- 50%-80%
- >80%
- 100%

ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΚΑΝΕΤΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΑΣ 100% ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ; (ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΕΝΑ Ή ΠΑΡΑΠΑΝΩ)

- ΕΙΝΑΙ ΜΑΚΡΙΑ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ
- ΔΕΝ ΒΡΙΣΚΩ ΟΛΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΟΜΑΙ
- ΕΙΝΑΙ ΑΚΡΙΒΕΣ ΟΙ ΤΙΜΕΣ
- ΔΕΝ ΒΡΙΣΚΩ ΝΑ ΠΑΡΚΑΡΩ
- ΒΡΙΣΚΩ ΦΘΗΝΑ ΚΑΙ ΚΑΛΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΑΛΛΟΥ
- ΑΛΛΟ

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΤΕΙΝΑΤΕ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ, ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΠΩΛΟΥΝΤΑΙ; (ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΕΝΑ Ή ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ)

- ΝΑ ΕΧΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΝΑ ΕΧΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΝΑ ΕΧΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΚΑΤ' ΟΙΚΟΝ (ΝΤΕΛΙΒΕΡΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ)
- ΝΑ ΕΧΕΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
- ΑΛΛΟ

ΘΑ ΘΕΛΑΤΕ Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΝΑ ΕΧΕΙ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΘΑ ΗΤΑΝ ΑΥΤΕΣ;

.....

ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΕ ΤΙΣ ΓΕΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΛΕΥΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ;

- ΠΑΝΤΑ
- ΑΡΚΕΤΕΣ ΦΟΡΕΣ
- ΛΙΓΕΣ ΦΟΡΕΣ
- ΠΟΤΕ

ΠΟΣΟ ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΣΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ ΓΕΝΙΚΑ;

- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
- ΠΟΛΥ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΛΙΓΟ
- ΚΑΘΟΛΟΥ

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ;

- ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
- ΚΑΛΗ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΚΑΚΗ
- ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ

ΕΙΣΤΕ ΜΕΛΟΣ ΚΑΠΟΙΟΥ ΑΛΛΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ Η ΣΥΛΛΟΓΟΥ; (Π.Χ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΥ,ΚΛΠ)Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΑΝ ΝΑΙ, ΣΕ;

- ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΣΥΛΛΟΓΟ
- ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΣΥΛΛΟΓΟ
- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΣΥΛΛΟΓΟ

- ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ
- ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ
- ΑΛΛΟ

ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΣΑΣ (ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΑΥΛΑ) ΑΠΟ ΤΟ ΓΕΓΟΝΟΣ ΟΤΙ ΕΙΣΤΕ ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ;

.....

ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΣΕΤΕ ΝΑ ΕΙΣΤΕ ΜΕΛΟΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Ερωτηματολόγιο πελατών

ΕΙΣΤΕ:

- ΑΝΔΡΑΣ
- ΓΥΝΑΙΚΑ

ΕΙΣΤΕ:

- ΚΑΤΩ ΤΩΝ 30 ΕΤΩΝ
- 31-40 ΕΤΩΝ
- 41-50 ΕΤΩΝ
- 51-65 ΕΤΩΝ
- ΑΝΩ ΤΩΝ 65 ΕΤΩΝ

ΕΙΣΤΕ ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ:

- ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ
- ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ
- ΛΥΚΕΙΟΥ
- ΤΕΙ-ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ
- ΚΑΤΟΧΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ
- ΚΑΤΟΧΟΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟΥ

ΕΙΣΤΕ:

- ΠΑΝΤΡΕΜΕΝΟΣ/Η
- ΑΝΥΠΑΝΤΡΟΣ/Η

ΕΧΕΤΕ ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΤΩΝ ΤΩΝ 18 ΕΤΩΝ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΙΣΤΕ:

- ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
- ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
- ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑΣ
- ΦΟΙΤΗΤΗΣ/ΤΡΙΑ
- ΟΙΚΙΑΚΑ
- ΑΝΕΡΓΟΣ/Η
- ΣΥΝΤΑΞΟΥΧΟΣ/Α

ΚΑΤΟΙΚΕΙΤΕ:

- ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
- ΣΤΗΝ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
- ΣΤΗΝ ΔΥΤΙΚΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
- ΑΛΟΥ

ΕΑΝ ΚΑΤΟΙΚΕΙΤΕ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ, ΣΕ ΠΠΟΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗ;

- ΠΟΛΥ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ (ΓΕΙΤΟΝΙΑ)
- ΚΕΝΤΡΟ
- ΤΟΥΜΠΙΑ
- ΦΑΛΗΡΟ
- ΧΑΡΙΛΑΟΥ
- ΤΡΙΑΝΔΡΙΑ
- ΑΝΑΛΗΨΗ
- ΑΛΛΟ

ΤΟ ΜΗΝΑΙΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΣΑΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΑΝΗΚΕΙ ΣΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ:

- ΚΑΤΩΝ ΤΩΝ 500 ΕΥΡΩ
- 500-1000 ΕΥΡΩ
- 1000-15000 ΕΥΡΩ
- 1500-2000
- ΑΝΩ ΤΩΝ 2000

ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΝΕΡΓΟ ΜΕΛΟΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΓΙΑ ΠΟΙΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΚΑΝΕΤΕ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΟ BIOSCOOP
(ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΕΝΑ Ή ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ)

- ΕΠΕΙΔΗ ΕΙΝΑΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ
- ΓΙΑ ΧΑΗΜΟΛΕΤΡΕΣ ΤΙΜΕΣ

- ΓΙΑ ΝΑ ΑΓΟΡΑΖΩ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΧΩΡΙΣ ΜΕΣΑΖΟΝΤΕΣ
- ΓΙΑ ΝΑ ΒΡΙΣΚΩ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΓΙΑ ΝΑ ΒΡΙΣΚΩ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΓΙΑ ΝΑ ΕΝΙΣΧΥΣΩ ΤΟΥΣ ΜΙΚΡΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ
- ΕΙΝΑΙ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ
- ΑΛΛΟ

ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ, ΜΕΧΡΙ ΣΤΙΓΜΗΣ, ΕΚΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ;

- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
- ΠΟΛΥ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΛΙΓΟ
- ΚΑΘΟΛΟΥ

ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ, ΜΕΧΡΙ ΣΤΙΓΜΗΣ, ΕΚΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;

- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
- ΠΟΛΥ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΛΙΓΟ
- ΚΑΘΟΛΟΥ

ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ, ΜΕΧΡΙ ΣΤΙΓΜΗΣ, ΕΚΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;

- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
- ΠΟΛΥ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΛΙΓΟ
- ΚΑΘΟΛΟΥ

ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΘΗΚΑΤΕ ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;
(ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΕΝΑ Ή ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ)

- ΑΠΟ ΕΝΤΥΠΑ
- ΑΠΟ ΓΝΩΣΤΟΥΣ-ΦΙΛΟΥΣ
- ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
- ΑΠΟ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ
- ΜΕΝΩ ΣΤΗΝ ΓΕΙΤΟΝΙΑ
- ΑΛΛΟ

ΓΙΑ ΠΟΙΟΝ ΛΟΓΟ ΔΕΝ ΕΙΣΤΕ ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ; (ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΕΝΑ Η ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ)

- ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ ΔΕΝ ΘΑ ΕΧΩ ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΟΦΕΛΗ
- ΕΙΝΑΙ ΥΨΗΛΗ Η ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΜΕΡΙΔΑ
- ΔΕΝ ΒΡΙΣΚΩ ΟΛΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΘΕΛΩ
- ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΕΙΝΑΙ ΜΑΚΡΙΑ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ
- ΑΛΛΟ

ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ, ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ, ΚΑΝΕΤΕ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;

- ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
- ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ 15/ΜΕΡΟ
- ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ
- ΣΠΑΝΙΑ

ΕΑΝ ΒΡΙΣΚΕΤΕ ΤΑ ΙΔΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ ΑΛΛΟ ΡΑΦΙ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΣΕ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ, ΤΑ ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ:

- ΑΠΟ ΤΟ ΑΛΛΟ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ
- ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ
- ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΑ ΔΥΟ

ΤΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΣΑΣ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΝΕΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ;

- <20%
- 20%-50%
- 50%-80%
- >80%
- 100%

ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΚΑΝΕΤΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΑΣ 100% ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ; (ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΕΝΑ Ή ΠΑΡΑΠΑΝΩ)

- ΕΙΝΑΙ ΜΑΚΡΙΑ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ
- ΔΕΝ ΒΡΙΣΚΩ ΟΛΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΟΜΑΙ
- ΕΙΝΑΙ ΑΚΡΙΒΕΣ ΟΙ ΤΙΜΕΣ
- ΔΕΝ ΒΡΙΣΚΩ ΝΑ ΠΑΡΚΑΡΩ
- ΒΡΙΣΚΩ ΦΘΗΝΑ ΚΑΙ ΚΑΛΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΑΛΛΟΥ
- ΑΛΛΟ

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΤΕΙΝΑΤΕ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ, ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΠΩΛΟΥΝΤΑΙ; (ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΕΝΑ Ή ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ)

- ΝΑ ΕΧΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΝΑ ΕΧΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΝΑ ΕΧΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

- ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΚΑΤ' ΟΙΚΟΝ (ΝΤΕΛΙΒΕΡΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ)
- ΝΑ ΕΧΕΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
- ΑΛΛΟ

ΘΑ ΘΕΛΑΤΕ Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΝΑ ΕΧΕΙ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΘΑ ΗΤΑΝ ΑΥΤΕΣ;

.....

ΠΟΣΟ ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΣΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ ΓΕΝΙΚΑ;

- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
- ΠΟΛΥ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΛΙΓΟ
- ΚΑΘΟΛΟΥ

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ;

- ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
- ΚΑΛΗ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΚΑΚΗ
- ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ

ΕΙΣΤΕ ΜΕΛΟΣ ΚΑΠΟΙΟΥ ΑΛΛΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ Η ΣΥΛΛΟΓΟΥ; (Π.Χ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΥ,ΚΛΠ)Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΑΝ ΝΑΙ, ΣΕ;

- ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΣΥΛΛΟΓΟ
- ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΣΥΛΛΟΓΟ
- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΣΥΛΛΟΓΟ
- ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ
- ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ
- ΑΛΛΟ

ΣΚΟΠΕΥΕΤΕ ΝΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΜΕΛΟΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- ΔΕΝ ΞΕΡΩ