



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

(ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΤΟΥ ΠΡΩΗΝ ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ)

**Πως μπορούν να αξιοποιηθούν επιχειρηματικά τα πολιτισμικά αποθέματα της
περιοχής**

ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΣΚΟΝΔΡΑΣ (Α.Μ 17237)

ROMEO IVANAJ (Α.Μ 17015)

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ: ΜΑΡΙΑ ΑΡΓΥΡΟΠΟΥΛΟΥ

ΠΑΤΡΑ 2021

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	2
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	7
1.1 Έννοια πολιτισμού	7
1.2 Διάκριση των όρων του πολιτισμού και της κουλτούρας	9
1.3 Πολιτιστική κληρονομιά	10
1.3.1 Είδη πολιτιστικής κληρονομιάς	11
1.4 Πολιτισμός και δημιουργία Εθνικής Ταυτότητας.	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	14
2.1 Έννοια της Επιχειρηματικότητας και Περιεχόμενο	14
2.2 Διακρίσεις της Επιχειρηματικότητας	16
2.3 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της Επιχειρηματικότητας	18
2.4 Επιχειρηματικότητα Ευκαιρίας και Ανάγκης	19
2.4.1 Επιχειρηματικότητα Ευκαιρίας	20
2.4.2 Επιχειρηματικότητα Ανάγκης	20
2.5 Επιχειρηματικότητα και Ανάλυση SWOT	22
2.5.1 Ανάλυση SWOT	22
2.5.2 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της Ανάλυσης SWOT	24
2.5.3 Κανόνες σχετικά με Αποτελεσματική Χρήση της Ανάλυσης SWOT	25
2.6 Ανάλυση PEST και επιχειρηματικότητα	26
2.7 Επιχειρηματικό Σχέδιο (Business Plan)	30
2.7.1 Επιχειρηματικό Σχέδιο και ο ρόλος του.	31
2.7.2 Στοιχεία ενός Επιχειρηματικού σχεδίου	32
2.7.3 Κέρδη ενός επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan)	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο Η ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ	35
3.1 Ιστορία της Πάτρας	35
3.2 Πολιτιστικά αξιοθέατα της πόλης των Πατρών	37

3.3 Πατρινό Καρναβάλι.	43
3.3.1 Η ιστορία του καρναβαλιού	43
3.3.2 Το καρναβάλι στη σύγχρονη εποχή	43
3.3.2.1 Βασικές εκδηλώσεις Πατρινού Καρναβαλιού.	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4° ΤΟ ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ	48
4.1 Καρναβάλι Πάτρας	48
4.2 Εσωτερικό Περιβάλλον(Οργάνωση και Διοίκηση)	48
4.2.1 Βασικές Δομές	49
4.2.2 Προγραμματισμός Εκδηλώσεων	49
4.3 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος	50
4.3.1 Ανάλυση PEST	50
4.3.2 Ανάλυση SWOT	51
4.4 Ανάλυση αγοράς για το Καρναβάλι.	53
4.5 Ανταγωνισμός και Καρναβάλι	54
4.6 Πλάνο Μάρκετινγκ για Πατρινό Καρναβάλι	56
4.6.1 Μείγμα Μάρκετινγκ	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5° ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	60
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	62

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στην παρούσα εργασία θα ασχοληθούμε με την έννοια του πολιτισμού και πως μπορεί να αξιοποιηθούν τα στοιχεία του σε σχέση με την επιχειρηματικότητα που μπορεί να αναπτυχθεί σε κάθε κοινωνία είτε αναφερόμαστε σε μια χώρα είτε μεμονωμένα σε μια πόλη ως μονάδα.

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα πολύ σημαντικό εργαλείο το οποίο μπορεί να συνδράμει σημαντικά στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων οι οποίες έχουν την δυνατότητα να αποφέρουν πολλαπλά οφέλη για την τοπική κοινωνία και την οικονομία της.

Ο βασικός λόγος που επελέγη η πόλη της Πάτρας και το καρναβάλι της είναι η ύπαρξη σημαντικών ευκαιριών για ανάπτυξη καθώς αποτελεί ένα προϊόν με πανελλήνια ακτινοβολία όντας το μεγαλύτερο Καρναβαλικό δρώμενο της Ελλάδος. Σίγουρα υπάρχουν σημαντικά προβλήματα τα οποία δεν δίνουν την δυνατότητα να αναπτυχθεί όσο δύναται αλλά με βάση στοιχεία που έχουν παρατεθεί στη παρούσα εργασία, υπάρχει σημαντική προοπτική. Βέβαια, πρέπει να αναφερθεί ότι την τελευταία τριετία το χτύπημα της πανδημίας του κορονοϊού, έχει επιφέρει σημαντικές ζημιές στην προσπάθεια αυτή. Μια προσπάθεια που δεν περιλαμβάνει μόνο τις παρελάσεις αλλά και τις παράπλευρες απώλειες που υπάρχουν όπως είναι η μειωμένη προσέλευση σε ξενοδοχειακές μονάδες της πόλης όπως επίσης και χαμένα έσοδα για το σύνολο των καταστημάτων της πόλης λόγω της σχεδόν μηδενικής επισκεψιμότητας.

Κλείνοντας το πρόλογο αυτό, γνώμη μου είναι ότι υπάρχουν πολύ θετικές προοπτικές για τον επιτυχή συνδυασμό του πολιτιστικού χαρακτήρα του Καρναβαλιού με την επιχειρηματικότητα των τοπικών φορέων το οποίο μπορεί να ενισχύσει σημαντικά την τοπική οικονομία τόσο για το τελευταίο τρίμηνο των εκδηλώσεων όσο και για την εν γένει τουριστική ανύψωση της πόλης για το σύνολο του έτους. Αυτό μπορεί να αναδειχθεί και μέσα από τις αναλύσεις SWOT και PEST οι οποίες αναδεικνύουν λύσεις οι οποίες με εύλογη χρήση μπορούν να συνδράμουν σημαντικά.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο πολιτισμός αποτελεί σημαντική περιουσία για κάθε έθνος καθώς είναι μια μικρογραφία της ιστορίας, των εθίμων και γενικά του τρόπου ζωής των λαών στο πέρασμα των αιώνων.

Στόχος της παρούσης εργασίας είναι να παρουσιαστούν οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και του πολιτισμού, οι οποίες πολλές φορές συνδέονται μεταξύ τους. Θα γίνει μια ανάλυση των σημαντικών πτυχών των δύο αυτών εννοιών, εξετάζοντας σε βάθος το περιεχόμενο τους αλλά και τι μπορεί να προσφέρει στις κοινωνίες τόσο σε μεμονωμένη εφαρμογή όσο και σε συνδυασμό τους.

Ως αντικείμενο αναφοράς θα χρησιμοποιηθεί η πόλη της Πάτρας του Νομού Αχαΐας, στο οποίο αφού θα γίνει μια αναφορά στην ιστορία της και στα πολιτιστικά αξιοθέατα που διαθέτει από την αρχαιότητα.

Σύμφωνα με τα δεδομένα αυτά, θα πραγματοποιηθεί μια ανάλυση ενός επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan), η οποία αξιοποιώντας τα σημαντικά στοιχεία του, θα γίνει μια προσπάθεια εύρεσης τρόπων και μεθόδων αξιοποίησης επιχειρηματικά των πολιτιστικών αξιοθεατών τόσο για την πόλη της Πάτρας όσο και για το σύνολο της Ελλάδος.

ΛΕΞΕΙΣ - ΚΛΕΙΔΙΑ: Επιχειρηματικότητα, Μάρκετινγκ, Πατρινό Καρναβάλι, Πολιτισμός

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με αφορμή την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε την κ. Μαρία Αργυροπούλου για την άριστη συνεργασία μας και την τεράστια βοήθειά της όσο και το σύνολο των καθηγητών για τις εμπειρίες που μου παρείχαν κατά την διάρκεια των σπουδών.

Παράλληλα ευχαριστούμε τους γονείς μου για την υπομονή τους αλλά και την ανιδιοτελή αγάπη τους όλα τα χρόνια των σπουδών μου.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Στο παρόν κεφάλαιο θα γνωρίσουμε τον ορισμό του πολιτισμού, την σημασία του αλλά και ποια είναι η έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς. Επίσης, θα γίνει αναφορά στην επιρροή που έχει η πολιτιστική κληρονομιά πάνω στους λαούς και πως μπορεί να διαμορφώσει εθνική ταυτότητα ή να αλλάξει σημαντικά στοιχεία αιώνων.

1.1 Έννοια Πολιτισμού

Ο πολιτισμός θεωρείται βασικός πυλώνας για την βιώσιμη ανάπτυξη της κοινωνίας καθώς παρέχει κίνητρα έτσι ώστε να κινητοποιεί όσο και να ευαισθητοποιεί τους πολίτες προς νέες κατευθύνσεις και να αναδημιουργεί την ταυτότητα μιας περιοχής, την οποία δύνανται να εκμεταλλευτεί προς όφελος του με πολλαπλά οφέλη.

Ήδη από την εποχή της Αναγέννησης έχουν διατυπωθεί αρκετοί ορισμοί σχετικά με την έννοια του πολιτισμού, προσπαθώντας να αποτυπωθεί μια σαφή εικόνα πάνω στο τι είναι και τι εξυπηρετεί.

Μερικοί από τους ορισμούς που έχουν δοθεί είναι οι εξής:

- Σύμφωνα με την Μπιτσάνη (2004), *ως πολιτισμός ορίζεται το σύνολο των αξιών ή επιτευγμάτων υλικών και πνευματικών τα οποία κληρονομούνται από γενιά σε γενιά δημιουργώντας μια κοινή συνισταμένη ιδεών και εικόνων στο πέρασμα των χρόνων το οποίο συνεπάγεται μια κοινή αρχή αναφορών και βιωμάτων προς μια σταθερή πορεία με πρόοδο τόσο σε κοινωνικό όσο και σε οικονομικό επίπεδο* (Μπιτσάνη, 2004).
- Στην περίοδο του Διαφωτισμού, ως πολιτισμός εκφραζόταν ο νέος τρόπος σύλληψης και κατανόησης της ανθρώπινης κοινωνίας. Προτάθηκε από ειδικούς της εποχής ως μια ιστορική διαδικασία σχετικά με την διαμόρφωση και αριστοποίηση των ηθών και θεσμών της κοινωνίας το οποίο ουσιαστικά υπάρχει από την αρχή της ανθρωπότητας.
- Ένας ορισμός που εμφανίστηκε τον 18^ο αιώνα, είναι ότι πολιτισμός αποτελεί το πρότυπο της συμπεριφοράς, την επιστημονική και τεχνολογική εξέλιξη, τη

διαδικασία της τελειοποίησης των κοινωνικών ηθών και δεσμών, όπως και το σύνολο της ανθρώπινης δημιουργίας σε μια κοινωνία. (Πασχαλίδης & Χαμπούρη - Ιωαννίδου, 2002)

- Σύμφωνα με τους Παυλογεωργάτο & Κωνσταντογλου (2005), ο πολιτισμός θεωρείται ως δεύτερη φύση του ανθρώπου που διαμορφώθηκε μέσω του συνδυασμού, τόσο της εργασίας όσο και της γνώσης του. Αφορά μία σημαντική άσκηση του ανθρώπου, μία έκφραση του μυαλού του με υλική ή άυλη μορφή. Η υλική μορφή απαρτίζεται κυρίως από τα μνημεία, ενώ η άυλη μορφή αποτελείται από την μουσική, την λογοτεχνία κ.ά..
- Ο Αδαμάντιος Κοραΐς (1748-1833) μετέφρασε τη αγγλική λέξη «civilisation» και την χρησιμοποίησε στην σύγχρονη Ελλάδα με τον όρο «πολιτισμός». Ο όρος πολιτισμός ταυτίστηκε με σημαντικά επιτεύγματα του τρόπου ζωής ενός πληθυσμού. Αυτά αναφέρονται στην τέχνη, τη φιλοσοφία και τις επιστήμες ως σύνολο. Η έννοια του πολιτισμού διερευνήθηκε περαιτέρω από διάφορους ιστορικούς όπως ο Lucien Febvre, (1878–1956) αναφέροντας την ως την αρετή της διακριτικότητας, της ειλικρίνειας και της ευγένειας.

Άρα κλείνοντας την ενότητα αυτή μπορούμε να συγκεντρώσουμε την έννοια του πολιτισμού σε μερικά βασικά της στοιχεία- δημιουργήματα τα οποία είναι:

- οι καθημερινές συνήθειες
- τα ρούχα και τα φαγητά
- οι εργασίες και τα επαγγέλματα
- οι γιορτές και τα πανηγύρια
- η κοινωνική και πολιτική οργάνωση
- η θρησκεία
- η γλώσσα και η γραφή
- τα τραγούδια, τα παραμύθια
- τα ήθη και τα έθιμα
- οι ιδέες και οι παραδόσεις
- τα κείμενα
- οι τέχνες και οι επιστήμες

1.2 Διάκριση των όρων του πολιτισμού και της κουλτούρας

Στην Ελλάδα υπάρχει συχνά σύγχυση του όρου πολιτισμού με την έννοια της κουλτούρας καθώς από τα αρχαία χρόνια, αυτοί οι δύο όροι απεικόνιζαν μέσα από τις σημασίες που τους προσδίδουν και τις αντίστοιχες χρήσεις στις οποίες αξιοποιούνται με καίριες ιδέες, συνθήκες και εμπειρίες.

Η έννοια του πολιτισμού καθώς και η σχετική λέξη πολιτισμός εμφανίστηκαν αργότερα στην ιστορία. Η αρχή έγινε κυρίως στη Δυτική Ευρώπη προς τα τέλη του 18ου αιώνα με την περαιτέρω εδραίωσή τους προς τον 19ο αιώνα, που συνήθως αναφέρονται ως νεότεροι χρόνοι. Οι δύο αυτές λέξεις μέσα από τη συστηματική τους χρήση απέκτησαν πολλές διαφορετικές σημασίες, αλλά και παρεξηγήσεις για το πώς ορίστηκαν. Έχουν γίνει ουσιαστικά σημαντικοί όροι σε όλες τις ανθρωπιστικές και κοινωνικές επιστήμες, από τη φιλοσοφία και την αρχαιολογία μέχρι την ιστορία, την κοινωνιολογία και την εθνολογία. Όμως, ακόμη και στο πλαίσιο της κύριας επιστημονικής χρήσης τους, αποδεικνύεται ότι δεν υπάρχει σύμπτωση απόψεων ως προς τη σημασία τους.

Η διάσταση απόψεων σχετικά με τις έννοιες πολιτισμός και κουλτούρα εντεινόταν κατά τον 19ο αιώνα. Ο πολιτισμός έχει καθαρή σύνδεση με την επιστημονική πρόοδο, τον ορθολογισμό και την τεχνική και βιομηχανική ανάπτυξη και επιφορτίζεται αρνητικά, με την ταύτιση του με την εκβιομηχάνιση και τις καταστροφικές της συνέπειες σε φύση και σε άνθρωπο.

Η κουλτούρα συμπορεύεται με την πνευματική και αισθητική καλλιέργεια της πολιτισμικής παράδοσης αλλά και ταυτότητας και αναπτύσσεται, καθώς συνεπάγεται την ανύψωση της πνευματικότητας του ανθρώπου και αντιπαρατίθεται στο σαρωτικό υλισμό και ωφελιμισμό του τεχνολογικού πολιτισμού.

Κατά τον 20^ο αιώνα η κουλτούρα ως πνευματικός πολιτισμός χαρακτηρίζεται από τον τεχνικό και τον υλικό πολιτισμό. Και οι δύο έννοιες ευρέως χρησιμοποιούνται στον καθημερινό λόγο όπως και στο λόγο της πλειοψηφίας των επιστημών. Η καθεμιά από τις επιστήμες αυτές, αλλά και η καθημερινή εμπειρία των ανθρώπων, προσδίδει έναν διαφορετικό ορισμό στις έννοιες του πολιτισμού και της κουλτούρας και έτσι δεν λείπουν οι διαμάχες και οι διαφωνίες που ενισχύουν την πολυσημία τους.

Η λέξη «κουλτούρα», αντιπροσωπεύει την παιδεία, την πνευματική καλλιέργεια, την εκπαίδευση και την ενασχόληση με τις καλές τέχνες. Επιπλέον, ορίζονται συγκεκριμένα ήθη και έθιμα, παραδόσεις, θρησκείες, τέχνες και τρόποι σκέψης των εθνών, των κοινοτήτων κατά τη διάρκεια ορισμένης χρονικής περιόδου, καθώς και για το σύνολο της ανθρώπινης δημιουργίας μιας κοινωνίας ή μιας εποχής. Και τέλος, γενικότερα, αναφέρεται σε ένα κοινωνικό πρότυπο συμπεριφοράς και σε ένα συγκεκριμένο τρόπο ζωής.¹

Με την έννοια του πολιτισμού, προσδιορίζεται ένα ευρύ σύνολο στοιχείων που ξεχωρίζει ομάδες ανθρώπων, πνευματικά υλικά, διανοητικά και συναισθηματικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν μία κοινωνία ή μία κοινωνική ομάδα. Ακόμα, συμπεριλαμβάνει, βασικά δικαιώματα του ανθρώπου, συστήματα αξιών, παραδόσεις και δόγματα. Η λιγότερο ευρεία έννοια συμπεριλαμβάνει το σύνολο των αξιών, τις γνωστικές και αισθητικές συνήθειες μίας κοινότητας και υπό αυτό το γενικό σύνολο αυτό, αγκαλιάζει τόσο την πολιτιστική κληρονομιά όσο και τις τέχνες, τη λογοτεχνία και τα κινήματα σκέψης.²

1.3 Πολιτιστική κληρονομιά

Η πολιτιστική κληρονομιά κάθε έθνους συμπεριλαμβάνει τον υλικό πολιτισμό ο οποίος εμπεριέχει κτίρια, μνημεία, τοπία, βιβλία, έργα τέχνης. Επίσης εμπεριέχεται ο άυλος πολιτισμός με στοιχεία όπως είναι τα εξής:

- Λαογραφία
- Παραδόσεις
- Γλώσσα και τη γνώση
- «Φυσική» κληρονομιά.

Κάθε χώρα έχει μοναδική και αναντικατάστατη κληρονομιά πολιτιστική, στοιχείο το οποίο πρέπει να κρατεί σε εγρήγορση τον σύγχρονο πολιτισμό με την μεγάλη υποχρέωση της

¹ <https://www.maxmag.gr/politismos/koyltoyras/>

²

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>

διατήρησης και διαφύλαξης της. Δημιουργεί υψηλή προστιθέμενη αξία και μετρήσιμες θετικές εξωτερικές οικονομίες λόγω της διασύνδεσής του με παραγωγικές βιομηχανίες. Από οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική άποψη, αποτελεί πολύτιμο αγαθό για τις σύγχρονες κοινωνίες, φορτωμένο με πλήθος συμβολικών αξιών. Στο πλαίσιο της προσπάθειας διαφύλαξης του πολιτιστικού αποθέματος, έχουν γίνει πολλές επιτυχημένες προσπάθειες για την ύπαρξη της «μελλοντικής κληρονομιάς» πολλών εθνών από οργανώσεις ή και πολιτικές ομάδες.

Η έννοια της Πολιτιστικής Κληρονομιάς ορίζεται από τις διατάξεις των δύο διεθνών Συμβάσεων της UNESCO. Η σύμβαση του 1954 για την προστασία της πολιτιστικής περιουσίας σε περίπτωση ένοπλης σύγκρουσης και η σύμβαση του 1972 για την προστασία της παγκόσμιας πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς. Σύμφωνα με τη Σύμβαση Παγκόσμιας Κληρονομιάς, η έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελείται από όλα τα μνημεία, αρχιτεκτονικά έργα, μνημειακή γλυπτική και ζωγραφική, αρχαιολογικές δημιουργίες, επιγραφές, σπήλαια κ.λπ., κτιριακά συγκροτήματα και χώρους.

1.3.1 Είδη πολιτιστικής κληρονομιάς

Η πολιτιστική κληρονομιά ενός έθνους ή μιας κοινότητας ή ομάδας ανθρώπων διακρίνεται σε 3 κατηγορίες οι οποίες είναι οι εξής:

- Πολιτιστική υλική κληρονομιά: ορίζεται η φυσική ή απτή κληρονομιά όπως κτίρια και ιστορικοί χώροι, μνημεία, βιβλία, έγγραφα, έργα τέχνης, μηχανήματα, ρούχα καθώς και άλλα στοιχεία που θεωρούνται πολύτιμα για να διατηρηθούν στο χρόνο. Επίσης, αντικείμενα που κατέχουν σημαντικό ρόλο και σημασία για τις επιστήμες της αρχαιολογίας, της αρχιτεκτονικής ή γενικότερα τις τεχνολογίες ενός ατομικού πολιτισμού.³
- Αυλός Πολιτισμός: αναφέρεται σε παραδόσεις ή ζωντανές εκφράσεις που έχουν κληρονομηθεί από τους προπάτορες μέσω του προφορικού λόγου, όπως λαϊκές παραδόσεις, φεστιβάλ, τελετές, χοροί, παραστατικές τέχνες, κοινωνικές πρακτικές, γνώσεις και τεχνικές.⁴ Αποτελείται από άυλα χαρακτηριστικά συγκεκριμένων πολιτισμών,

³ https://europa.eu/learning-corner/sites/default/files/files/eych-2018-toolkit-teachers_el.pdf

⁴ <http://ayla.culture.gr/orismos-apk/>

τα οποία συχνά διατηρούνται μέσω κοινωνικών εθίμων σε συγκεκριμένες ιστορικές περιόδους. Τα ήθη και τα μέσα συμπεριφοράς μιας κοινωνίας και οι επίσημοι κανόνες λειτουργίας μέσα σε ένα συγκεκριμένο πολιτιστικό κλίμα, όπως κοινωνικές αξίες και παραδόσεις, ήθη ή πρακτικές, καλλιτεχνική έκφραση, γλώσσα και άλλες πτυχές της ανθρώπινης πολιτιστικής δραστηριότητας.⁵ Η διατήρηση της άυλης κληρονομιάς είναι πιο δύσκολη ως διαδικασία από τη διατήρηση φυσικών και απτών αντικειμένων. Εξάλλου, η σημασία των φυσικών αντικειμένων μπορεί να διερευνηθεί κυρίως με φόντο τις κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές, θρησκευτικές και φιλοσοφικές αξίες μιας ομάδας ανθρώπων (UNESCO).

- Φυσική κληρονομιά: η φυσική κληρονομιά αποτελεί μια διαφορετική κατηγορία καθώς αποτελείται από την ύπαιθρο, το φυσικό περιβάλλον όπως την χλωρίδα και την πανίδα, δηλαδή την «βιοποικιλότητα», όπως επίσης και στοιχείων της γεωπολιτικότητας όπως είναι η ορυκτολογία, η παλαιοντολογία κ.α.. Τα φυσικά κληροδοτήματα αποτελούν το βασικό παράγοντα που ανυψώνει την τουριστική βιομηχανία κάθε χώρας καθώς προσελκύει εκατομμύρια τουρίστες ετησίως τόσο από το εξωτερικό άλλα και σε τοπικό επίπεδο.

1.4 Πολιτισμός και δημιουργία Εθνικής Ταυτότητας.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο πολιτισμός απεικονίζει τον τρόπο αντίληψης του κόσμου ως περιβάλλον, την ερμηνεία του και τον τρόπο που οι άνθρωποι συναναστρέφονται μέσα σε αυτό. Αρα ουσιαστικά βοηθάει στην ομαλή τοποθέτηση στο οικείο περιβάλλον για καλύτερη επικοινωνία με το γενικό σύνολο.

Ο πολιτισμός ως λειτουργία έχει την δυνατότητα να δημιουργεί ατομική ή εθνική ταυτότητα καθώς παρέχει καθοδήγηση για να υπάρξει ο σωστός προσανατολισμός για την κοινωνία. Αυτό οφείλεται στην ισχυρή σύνδεση που υπάρχει αναμεσα στους ανθρώπους και την πολιτιστική κληρονομιά σε σχέση με τις ανθρώπινες σχέσεις ή την ανθρώπινη ταυτότητα του κάθε ατόμου. Τα φυσικά αντικείμενα με πολιτιστική αξία όπως κτίρια, μνημεία ή άλλα μικροαντικείμενα αξίας έχουν απεριόριστη διάρκεια ζωής και τα οποία μεταφερόμενα από γενιά

⁵ http://ayla.culture.gr/wp-content/uploads/2018/11/0_2018.pdf

σε γενιά ισχυροποιούν την σύνδεση αυτή με σημαντικά οφέλη τόσο σε ατομικό όσο και σε συλλογικό επίπεδο.

Επίσης, τα διάφορα αντικείμενα αυτά, αποτελούν όπως αναφέρθηκε ήδη κομμάτι της πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς αποτελούν μια σύγχρονη μορφή άγκυρας με το παρελθόν και τα επιτεύγματα των προγόνων. Επιτεύγματα τα οποία μπορεί να αφορούν συμμετοχή σε πολέμους με τίμημα την ελευθερία ή άλλα σημαντικά γεγονότα που αποτελούν σημαία του έθνους, τα οποία διαφοροποιούν τα έθνη μεταξύ τους ενισχύοντας την εθνική περηφάνεια και το φρόνημα του λαού.

Βέβαια, είναι δεδομένο -ειδικά σε πολεμικές περιόδους- ότι έχουν γίνει λεηλασίες ή σημαντικότερες καταστροφές σε μνημεία με τεράστια πολιτιστική σημασία. Η ζημία που έχει προκύψει σε αυτές τις περιπτώσεις είναι ανυπολόγιστη και δεν αναφερόμαστε στο οικονομικό κομμάτι. Η ζημία στο πολιτιστικό κομμάτι και στην ταυτότητα των εθνών που δέχονται το πλήγμα αυτό είναι αναντικατάστατη καθώς δεν υπάρχει κάποια δυνατότητα να ξαναφτιαχτούν ή έστω να ανακτηθεί ένα μέρος αυτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Στο κεφάλαιο αυτό, θα αναλυθεί η έννοια της επιχειρηματικότητας, παρουσιάζοντας ορισμούς που έχουν δοθεί στο πέρασμα των χρόνων, ερμηνείες της αλλά και λειτουργίες της. Επίσης θα εξερευνήσουμε σε βάθος διάφορα στοιχεία που αφορούν την έννοια αυτή όπως και τον επιχειρηματία και το πώς θα ασκήσει καλύτερα και αποτελεσματικότερα την επιχειρηματική του ιδέα για βέλτιστα αποτελέσματα. Αναφορά, θα γίνει στα στάδια της επιχειρηματικότητας αλλά και σε δυο κατηγορίες της και σε τι καθορίζει η επιλογή της από τον εκάστοτε επιχειρηματία.

Ακόμα, θα παρουσιάσουμε την ιδέα κατάρτισης ενός επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan) και τον σημαντικό ρόλο που κατέχει η δημιουργία του όσο και η εκτέλεση του, το οποίο συνδράμει στην βέλτιστη πρόβλεψη όλων των πιθανών δυσκολιών ή εμποδίων. Θα γίνει αναφορά στις μεθόδους της Ανάλυσης SWOT και της Ανάλυσης PEST οι οποίες παρέχουν τόσο κρίσιμες όσο και χρήσιμες πληροφορίες για το μικροπεριβάλλον και το μακροπεριβάλλον που δραστηριοποιείται ο εκάστοτε επιχειρηματίας, είτε αφορά πώληση εμπορευμάτων ή προϊόντων είτε παροχή υπηρεσιών.

2.1 Έννοια της Επιχειρηματικότητας και Περιεχόμενο

Έχουν υπάρξει πολλές αναφορές στις διεθνείς βιβλιογραφίες σχετικά με την έννοια της επιχειρηματικότητας και τον ρόλο που επιτελεί στην εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης στη παροχή υπηρεσίας ή πώλησης εμπορευμάτων.

Σύμφωνα με τον Dollinger (1999), επιχειρηματικότητα ορίζεται η προσπάθεια δημιουργίας ενός καινοτόμου δικτύου οργάνωσης με σκοπό το κέρδος επιτυγχάνοντας όσο το δυνατόν την ανάπτυξη σε ένα αβέβαιο περιβάλλον που ενέχει ρίσκο για ον επιχειρηματία.

Ο Hoselitz (1952), ανέφερε ότι η επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην ανάληψη της αβεβαιότητας που ενδέχεται να επικρατεί λόγω διαφόρων κοινωνικοοικονομικών παραγόντων και με τον κατάλληλο συντονισμό όλων των παραγωγικών συντελεστών ,την εισαγωγή καινοτομιών, την παροχή αναγκαίου κεφαλαίου να επιτυγχάνεται το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Μια άλλη εκδοχή είναι ότι η επιχειρηματικότητα είναι το αποτέλεσμα της σωστής εφαρμογής της δημιουργικότητας και της καινοτομίας μέσω μιας καλά οργανωμένης δομής για

την κάλυψη των αναγκών και των ευκαιριών είτε μιας μικρής κοινωνίας (μια πόλη) είτε της γενική εικόνας ως μια οντότητα.

Από την άλλη πλευρά, οι Lumpkin & Dess (1996) εξηγούν ότι το αντικείμενο της επιχειρηματικότητας είναι η καινοτομία ή η δημιουργία κάτι νέου, που οδηγεί στην είσοδο νέων ή υπάρχουσων αγορών με νέα ή υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες.

Ο Shane & Venkataraman (2000) έχουν δώσει έναν πιο πρόσφατος ορισμός σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Πιστεύουν ότι ο τομέας της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνει τη μελέτη των πηγών των ευκαιριών και του συνόλου των ανθρώπων που τις ανακαλύπτουν, τις αξιολογούν και τις εκμεταλλεύονται.

Σύμφωνα με έκθεση του ΟΟΣΑ η επιχειρηματικότητα αποτελεί «*νοοτροπία και τρόπο δημιουργία και ανάπτυξη οικονομικής δραστηριότητας, σε συνδυασμό με ανάληψη κινδύνων, δημιουργικότητας και καινοτομίας, αλλά και με σωστή διαχείριση σε υφιστάμενο ή νέο οργανισμό*», και που αφορά τον επιχειρηματία και την επιχειρηματική δραστηριότητα μέσα από την οποία επιθυμείτε να δημιουργήσετε αξία.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η επιχειρηματικότητα χρειάζεται την καινοτομία για να επιτύχει τον συνδυασμό ενεργειών που απαιτείται έτσι ώστε να ξεχωρίσει από το γενικό σύνολό και να πετύχει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Σύμφωνα με τον Drucker, η επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται, από την ανάπτυξη καινοτομικών δράσεων καθώς η επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία, εκμετάλλευση και αξιοποίηση νέων ευκαιριών προς ικανοποίηση ανθρώπινων αναγκών. Έτσι θα καταφέρει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό, να ανταποκριθεί στις μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς αλλά και να αποκτήσει το σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που θα της δώσει προβάδισμα στον στίβο της επιβίωσης της στο δύσκολο οικονομικό κλίμα τις εποχής.

Άρα ανακεφαλαιώνοντας, θα αναφέρουμε επιγραμματικά τι περιλαμβάνει η έννοια της επιχειρηματικότητας τα οποία είναι τα εξής:

- Διαδικασία εξεύρεσης και σωστής αξιοποίησης των επιχειρηματικών ευκαιριών που προκύπτουν
- Ανάπτυξη και διεύρυνση καινοτόμων ενεργειών

- Εξεύρεση μεθόδων μείωση της αβεβαιότητας και του κινδύνου για την επίτευξη του μεγαλύτερου κέρδους
- Την κοινωνία που δραστηριοποιείται
- Τα προσωπικά χαρακτηριστικά του εκάστοτε επιχειρηματία που καθορίζει το αποτέλεσμα
- Το Οικονομικό και Επιχειρηματικό περιβάλλον.
- Την διαμόρφωση στόχων και σχεδίων

2.2 Διακρίσεις της Επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα διακρίνεται στις παρακάτω βασικές κατηγορίες οι οποίες είναι:

- I. **Αμιγής επιχειρηματικότητα:** αφορά την επιχειρηματικότητα που εφαρμόζεται χωρίς να απαιτείται καταβολή κάποιου παραγωγικού συντελεστή από την πλευρά του επιχειρηματία αλλά μόνο με την ατομική του συμβολή. Περιλαμβάνει στοιχεία που στοιχειοθετούν ισχυρά χαρακτηριστικά του ιδίου και της προσωπικότητάς του, στοιχείων που δεν μπορούν να αποδοθούν από το υπόλοιπο προσωπικό.
- II. **Μικτή Επιχειρηματικότητα:** στην συγκεκριμένη περίπτωση ο επιχειρηματίας-κεφαλαιούχος αναλαμβάνει ευθύνη για δραστηριότητες που θα μπορούσε να εκπληρωθούν από τους μισθωτούς υπαλλήλους χωρίς να υπάρχει επιβάρυνση στην συνολική παραγωγικότητα της επιχειρηματικής οντότητας. Η μικτή επιχειρηματικότητα διακρίνεται στις εξής υποκατηγορίες: **στην επιχειρηματικότητα εργαζομένων** και σε **επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων**.
- III. **Εσωτερική Επιχειρηματικότητα ή ενδοεπιχειρηματικότητα (Intrapreneurship):** αποτελεί ένα φαινόμενο της ενίσχυσης της συμμετοχής των υπαλλήλων εντός του οργανισμού, εκτιμώντας τις ιδέες τους, μετατρέποντάς τους σε ένα μοντέλο που θα αποφέρει κέρδος για την επιχείρηση. Το 2014, ο Koch αναφέρει ότι τα άτομα που εξασκούν την εσωτερική επιχειρηματικότητα είναι το μυστικό όπλο του σύγχρονου επιχειρηματικού κόσμου. Γι' αυτό ισχυρίζεται ότι οι ηγετικές επιχειρήσεις υποστηρίζουν τους υπαλλήλους αυτούς με κάθε μέσο, χρηματοοικονομικό και διοικητικό, καθώς αυτοί δημιουργούν καινοτομία και δυναμισμό στην εταιρεία. Η κατάκτηση της είναι ένα μεγάλο στοίχημα, αφού η

επιχειρηματικότητα δεν είναι, όπως πολλοί θεωρούν, θέμα προσωπικότητας αλλά αποτελεί θέμα συμπεριφορών και δεξιοτήτων.

IV. **Κοινωνική επιχειρηματικότητα:** η συγκεκριμένη μορφή επιχειρηματικότητας αποτελεί μια νέα μορφή στο σύνθετο κόσμο του επιχειρείν. Σαν βασικό στόχο έχει την παράλληλη άσκηση ενός επιχειρησιακού μοντέλου για εμπορική δραστηριότητα σε συνδυασμό με κοινωνικό έργο στήριξης και ενίσχυσης ευπαθών κοινωνικών ομάδων στο δρόμο για την ομαλή ένταξη στην αγορά εργασίας. Στην περίπτωση αυτή παρατηρείται μια προαγωγή του τοπικού και συλλογικού συμφέροντος σε απασχόληση και ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής είτε με παροχή εργασίας σε Ευάλωτες ομάδες όπως Αμεα, πρόσφατα αποφυλακισμένοι κλπ., είτε με παροχή υπηρεσιών ή προϊόντων στις ίδιες ομάδες ατόμων για μια αξιοπρεπή ζωή σε δύσκολες εποχές όπως για παράδειγμα στην πανδημία που ζήσαμε το τελευταίο χρόνο.

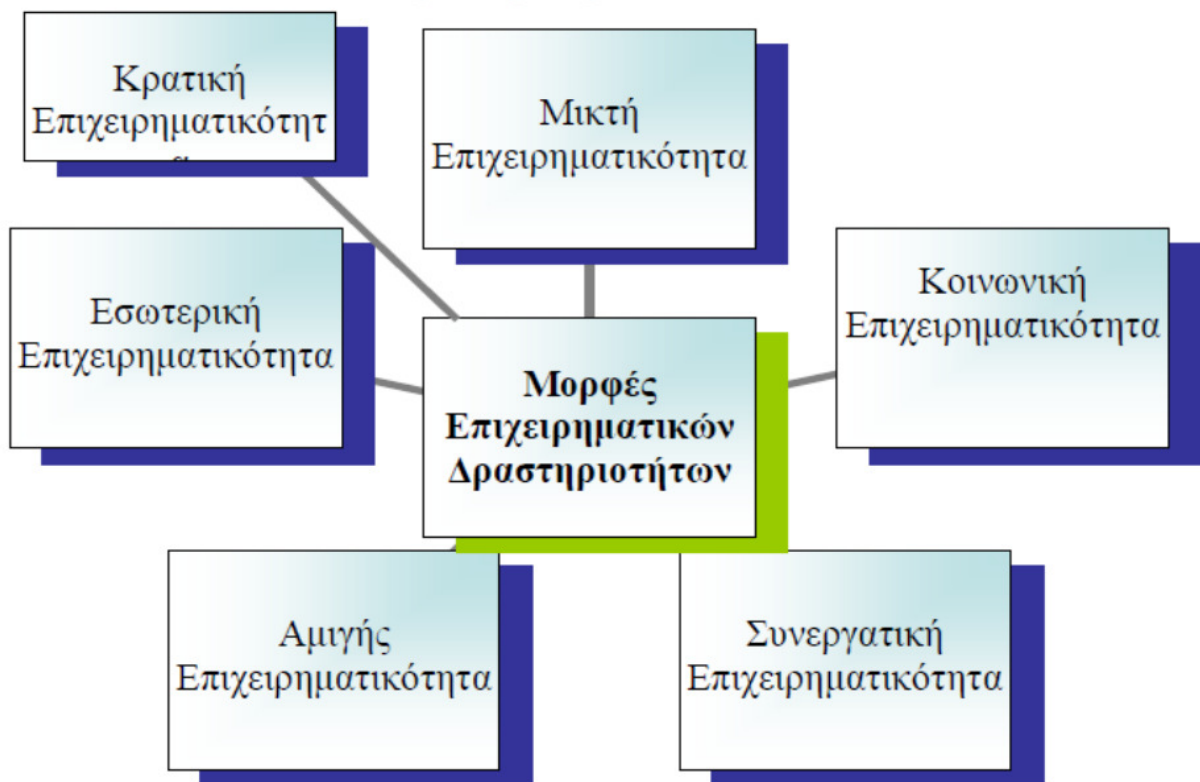
V. **Συνεργατική επιχειρηματικότητα:** αποτελεί μια διαφορετική μορφή επιχειρηματικότητας καθώς έχει σαν βασική αρχή την συνεργασία μεταξύ των ατόμων με σκοπό το κέρδος που θα διανέμεται μεταξύ των 'ιδιοκτητών' του συνεταιρισμού. Αυτό μπορεί να αφορά αγροτικούς, καταναλωτικούς, κοινωνικούς συνεταιρισμούς κ.α..

Η επιχειρηματικότητα αυτή διέπεται από συγκεκριμένες αρχές όπως:

- Εθελοντική και ανοικτή συμμετοχή
- Δημοκρατικός έλεγχος των μελών
- Οικονομική συμμετοχή των μελών
- Αυτονομία και ανεξαρτησία των μελών
- Ύπαρξη εκπαίδευσης για την σωστή κατάρτιση και ενημέρωση.
- Ανάπτυξη συνεργασίας μεταξύ συνεταιρισμών.
- Ύπαρξη κοινοτικού ενδιαφέροντος

VI. **Κρατική Επιχειρηματικότητα:** ουσιαστικά αναφέρεται σε υλοποίηση μεθόδων και ιδεών με στόχο την αναβάθμιση της οικονομίας και την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών από τις δημόσιες υπηρεσίες και φορείς

Ακολουθεί ένα σχεδιάγραμμα που παρουσιάζει συγκεντρωτικά όλες τις μορφές της επιχειρηματικότητας:⁶



2.3 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της Επιχειρηματικότητας

⁶ <https://docplayer.gr/124154020-Epiheirimatikotita-kai-kainotomia.html> σελ. 27

Η επιχειρηματικότητα όπως και κάθε μορφής δραστηριότητα ενέχει πάντα κινδύνους ή ευκαιρίες τα οποία αποτελούν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα όπως θα τα αναφέρουμε παρακάτω επιγραμματικά:

Πλεονεκτήματα:

- Ο ιδιοκτήτης της επιχειρηματικής οντότητας λειτουργεί αυτόνομα ως ο μοναδικός κύριος του εαυτού του, χωρίς να δέχεται εντολές από κάποιο άλλο πρόσωπο.
- Επιλέγει να επικεντρώνεται σε αντικείμενα και εργασιακά πεδία που τον ενδιαφέρουν άμεσα, και τα οποία συνδυαστικά έχουν τα καλύτερα αποτελέσματα.
- Οι βασικές αρχές για τον επιχειρηματία πρέπει να είναι κυρίως η δημιουργικότητα και η καινοτομία.
- Βασίζεται στην πρόβλεψη για υψηλή απόδοση της προσπάθειας του, πάρα την αβεβαιότητα και τον κίνδυνο που αναλαμβάνει.

Μειονεκτήματα:

- Υπάρχει πάντα ο κίνδυνος της αποτυχίας, στον οποίο οδηγείται κάποιος αν δεν λάβει υπόψιν τις συνθήκες και θεωρήσει εύκολη την επένδυση χωρίς να είναι.
- Ο ιδιοκτήτης θα αντιμετωπίζει συνεχώς προβλήματα ρευστότητας, καθώς το πρόβλημα της καθυστερημένης είσπραξης αποτελεί συχνό φαινόμενο στην παρούσα περίοδο δημιουργώντας αβεβαιότητα και δυσλειτουργία στην επιχείρηση
- Υπάρχει σημαντική θυσία του ελεύθερου προσωπικού χρόνου του επιχειρηματία καθώς απασχολείται περισσότερες ώρες από άλλον εργαζόμενο, εντός και εκτός του εργασιακού χώρου.
- Η λήψη αποφάσεων ανεξαρτήτως βαρύτητας, είναι καθαρή ευθύνη του ιδιοκτήτη με μοναδική εξαίρεση σε ύπαρξη μεγάλης επιχείρησης όπου αποφασίζει το διοικητικό συμβούλιο.

2.4 Επιχειρηματικότητα Ευκαιρίας και Ανάγκης

Η επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε δύο κατηγορίες ανάλογα με την πρόθεση που διακατέχεται το άτομο που επιχειρεί μια νέα προσπάθεια επιχείρησης, σε αυτήν της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας και σε αυτή της επιχειρηματικότητας ανάγκης.

2.4.1 Επιχειρηματικότητα Ευκαιρίας

Στην περίπτωση αυτή έχουμε σημαντικές φιλοδοξίες σχετικά με κάτι νέο, με διάθεση για καινοτομικές παρεμβάσεις και σαφείς δυνατότητες κερδοφορίας. Υπάρχει πρόθεση για κοινωνική αναγνώριση, για αξιοποίηση των υπαρχόντων γνώσεων δεξιοτήτων, για εξέλιξη και γενικά για μια προσπάθεια εξασφάλισης κερδών και πλούτου. Συνήθως αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας παρουσιάζεται σε χώρες με βιομηχανία ή υψηλή τεχνολογία όπου υπάρχουν τα εχέγγυα για τέτοιες ενέργειες. Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, η ύπαρξη θετικών εξωτερικών παραγόντων οδηγούν στην ίδρυση τέτοιων επιχειρήσεων και συνδέονται συνήθως με μια μεγαλύτερη επιχειρηματική ιδέα και την ελκυστικότητα που αναδύει, υποσχόμενη σημαντικά μεγαλύτερες τόσο υλικές όσο και άυλες αποδοχές στον εκάστοτε επιχειρηματία.

Βέβαια, για να είναι εφικτή η αναγνώριση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας χρειάζεται ο υποψήφιος επιχειρηματίας να έχει κάποια χαρακτηριστικά που θα βοηθήσουν στην καλύτερη εξέλιξη του τα οποία είναι τα εξής:

- Η εν γένει επαγγελματική του εμπειρία και πορεία.
- Η ύπαρξη ικανών αντανακλαστικών έτσι ώστε να αναγνωρίζει άμεσα και να επεξεργάζεται αποτελεσματικά τα ερεθίσματα για να δημιουργεί νέες καινοτόμες ευκαιρίες από το μηδέν.
- Η κατοχή ενός ικανού δικτύου επαφών το οποίο θα τον βοηθήσει να εντοπίζει τις ευκαιρίες, φιλτράροντας τις προς αποφυγή λανθασμένων περιπτώσεων.

2.4.2 Επιχειρηματικότητα Ανάγκης

Στην περίπτωση αυτή διαπιστώνουμε σημαντικές διαφορές σε σχέση με την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας καθώς εμφανίζεται κυρίως σε χώρες που υπάρχει σημαντικό ποσοστό ανεργίας καθώς η πλειοψηφία τους παρακινούνται από τις χαμηλότερες κοινωνικές ανάγκες και κυρίως αρκούνται σε απόκτηση ενός βασικού στοιχειώδους εισοδήματος έτσι ώστε να υπάρχει μια στοιχειώδη κάλυψη αναγκών.

Ως “επιχειρηματικότητα ανάγκης”, ορίζουμε το μέρος του ενεργού εργατικού δυναμικού το οποίο στράφηκε σε επιχειρηματική δραστηριότητα λόγω αδυναμίας εύρεσης άλλης ικανοποιητικής απασχόλησης. Δηλαδή αντί να αναγκαστεί να μείνει άνεργος, διάλεξε να αναλάβει το ρίσκο και να ανοίξει την δική του επιχείρηση.

Σύμφωνα με έρευνες (Stavroulakis & Rekleitis) που έχουν γίνει στο παρελθόν, αποδείχθηκε ότι άτομά που προσπάθησαν ή εφάρμοσαν την μέθοδο αυτή, ήταν άτομα υψηλού εκπαιδευτικού επιπέδου τα οποία δεν καταφέραν να βρουν μια σωστή εργασία αντάξια των δυνατοτήτων τους και στράφηκαν σε αυτή την επιλογή για μια αξιοπρεπή ζωή. Επίσης, είναι άξιο αναφοράς ότι σε πολλές περιπτώσεις οι κωδικοί δραστηριότητας που επιλέγονται δεν είναι μεμονωμένοι αλλά επιλέγονται περισσότεροι για μεγαλύτερη επέκταση στην αγορά επιδιώκοντας να κερδίσουν μεγαλύτερο κομμάτι του καταναλωτικού κόσμου.

Το κλάσμα: «Επιχειρηματικότητα Ευκαιρίας προς Επιχειρηματικότητα Ανάγκης» αποτελεί ένα σημαντικό δείκτη οικονομικής ανάπτυξης για μια χώρα. Ωστόσο πρέπει να επισημανθεί ότι παρόλο που η επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι «δεύτερης ποιότητας», παίζει σημαντικό ρόλο καθώς αποτελεί τη μοναδική αναπτυξιακή διέξοδο των φτωχών χωρών

Συνοψίζοντας την ενότητα αυτή, θα δώσουμε κάποια ιστορικά στοιχεία με το ισχύει τα τελευταία χρόνια τόσο στην Ελλάδα όσο και πανευρωπαϊκά.

Στην Ελλάδα το 2016, το 41% των νέων επιχειρήσεων αφορούσε επιχειρηματίες έκτακτης ανάγκης (που αντιστοιχούν σε περίπου 160.000 άτομα) και μόνο το 36,1% (140.000 άτομα) ήταν επιχειρηματίες ευκαιριών. Σε σχέση με τα ποσοστά των αντίστοιχων ευρωπαϊκών χωρών, η επιχειρηματικότητα της ανάγκης κινείται σε υψηλότερα επίπεδα (22,8% ευρωπαϊκός μέσος όρος) ενώ η ελληνική επιχειρηματικότητα ευκαιριών κινείται πολύ χαμηλότερα (55,8% ευρωπαϊκός μέσος όρος). Η προφανής ερμηνεία των παραπάνω ποσοστών είναι ότι σε χώρες με υφιστάμενα χαρακτηριστικά και υψηλή ανεργία των νέων, η στροφή στην επιχειρηματικότητα είναι μονόδρομος βιοπορισμός και όχι επιλογή πραγματικών ευκαιριών. Η Ισπανία, για παράδειγμα, έχει ποσοστό αναγκών για επιχειρηματικότητα 31,3% και η Πορτογαλία 28,8%. Από την άλλη, η γερμανική νέα επιχειρηματικότητα εκμεταλλεύεται τις ευκαιρίες σε ποσοστό 58,1% και στην Εσθονία στο 59,1%. (Financial Factor Consulting).

2.5 Επιχειρηματικότητα και Ανάλυση SWOT

Στην συγκεκριμένη ενότητα θα ασχοληθούμε με την Ανάλυση SWOT και πως μπορεί να επιδράσει θετικά είτε βραχυπρόθεσμα είτε μακροπρόθεσμα στην εξέλιξη της επιχειρηματικότητας. Θα αναφερθούμε στο περιεχόμενο της, τα στοιχεία του περιβάλλοντος της επιχείρησης στο οποίο παρεμβαίνει και που μπορεί να βοηθήσει.

2.5.1 Ανάλυση SWOT

Η ανάλυση αυτή αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα αποτελεσματικό στρατηγικό πλάνο το οποίο θα δώσει την δυνατότητα στον επιχειρηματία να αναγνωρίσει τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία της επιχείρησης. Έτσι, με τον εντοπισμό αυτών, θα δοθεί η δυνατότητα να εναρμονίσει τους υπάρχοντες στόχους και την υπάρχουσα κατάσταση στα δεδομένα της εποχής. Τα πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες σχετίζονται με το εσωτερικό τρόπο λειτουργίας και τη δομή της επιχείρησης, ενώ αντίστοιχα οι ευκαιρίες και οι απειλές σχετίζονται με το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται. Ουσιαστικά αποτελεί ένα εργαλείο μέσα από το οποίο, εξάγονται βασικά συμπεράσματα αναλύοντας το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον, και παρέχεται έτσι η κατάλληλη ενημέρωση στην διοίκηση για ενέργειες που πρέπει να εκτελέσει για την βελτίωση της θέσης της επιχείρησης.

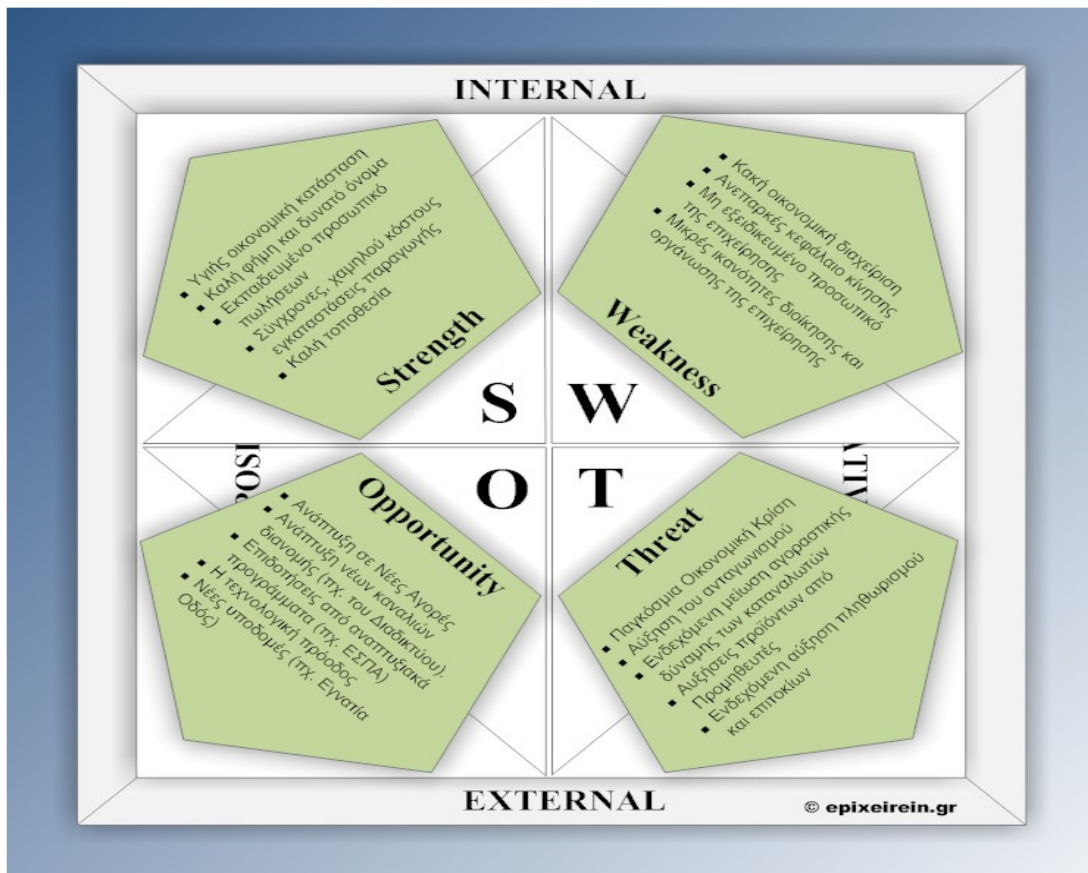
Η ανάλυση ουσιαστικά δείχνει 4 βασικά στοιχεία στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης σχετικά με το παρεχόμενο εμπόρευμα, προϊόν ή υπηρεσία. Τα στοιχεία της Ανάλυσης SWOT είναι τα εξής:

- **Strength(S):** οι δυνατότητες μέσα από τις οποίες μπορεί να αξιοποιήσει και να εκμεταλλευτεί το μακροπεριβάλλον. Στην περίπτωση αυτή γίνεται αναζήτηση σχετικά με τα πλεονέκτημα του παρεχόμενου προϊόντος/υπηρεσίας, αν είναι σε υψηλή θέση όσο αφορά τον ανταγωνισμό και πως μπορούν να διανεμηθούν οι διαθέσιμοι πόροι ώστε να υπάρξει η βέλτιστη δυνατή χρήση.
- **Weakness(W):** Αδυναμίες οι οποίες πηγάζουν από τη μη επαρκή αξιοποίηση του μακροπεριβάλλοντος. Εδώ μπορεί εύκολα να διακριθούν στοιχεία τα οποία θα μπορούσαν να βελτιωθούν ή περιπτώσεις που θα ήταν ιδανικό να αποφευχθούν ώστε να υπάρξει ομαλή λειτουργία στην επιχείρηση.

- **Opportunities(O):** οι κατάλληλες ευκαιρίες που θα προκύψουν ώστε να μπορέσει να εκμεταλλευτεί το μικροπεριβάλλον. Εδώ παρουσιάζονται οι ευκαιρίες που αν εκμεταλλευτούν σωστά μπορούν να έχουν θετικά αποτελέσματα εξισώνοντας τα ιδεώδη και τα οφέλη της με τα δεδομένα της εποχής.
- **Threats(T):** Απειλές που εμφανίζονται κυρίως από το μικροπεριβάλλον. Δηλαδή δίνει μια εικόνα των άμεσων κινδύνων όπως είναι οι ανταγωνιστές, πιθανές τεχνολογικές εξελίξεις που ακυρώνουν τα υπάρχοντα σχέδια ή και πιθανά προβλήματα ρευστότητας τα οποία χρειάζεται να βρεθεί λύση.

Η αναγνώριση και αποτύπωση των ευκαιριών και των απειλών προκύπτει από την ανάλυση του εξωτερικού μακροπεριβάλλοντος, που υφίσταται στις γενικότερες πολιτικές και κοινωνικοοικονομικές συνθήκες καθώς και το γενικό επίπεδο εξέλιξης της τεχνολογίας που επηρεάζει την εκάστοτε επιχείρηση όπως και του εξωτερικού Μακροπεριβάλλοντος.

Βέβαια ανάλογα την επιχείρηση και το τρόπο λειτουργίας η Ανάλυση SWOT διαμορφώνεται αντίστοιχα καθώς η κάθε περίπτωση είναι διαφορετική και χρειάζεται αντίστοιχη μεταχείριση. Ακολουθεί ένας ενδεικτικός πίνακας ο οποίος παρουσιάζει μια εικονική Ανάλυση SWOT και τι θα μπορούσε να περιέχει για να δίνει μια πιο σαφή εικόνα στον επιχειρηματία άλλα και στον κάθε ενδιαφερόμενο που θα έχει την κατάσταση αυτή στα χέρια του.



2.5.2 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της Ανάλυσης SWOT

Όπως όλες οι επιχειρηματικές μέθοδοι έτσι και η Ανάλυση SWOT έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τα οποία μπορεί να επηρεάσουν είτε περισσότερο είτε λιγότερο θετικά ή αρνητικά τα αποτελέσματα του εξεταζόμενου περιβάλλοντος. (Alan Sarsby, 2016)

➤ Πλεονεκτήματα:

- Η Ανάλυση αυτή είναι μια κατανοητή μέθοδος καθώς είναι ένα απλό διάγραμμα χωρίς περίπλοκους μαθηματικούς τύπους.
- Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε διαφορετικές βαθμίδες μιας επιχείρησης, από ένα μεμονωμένο άτομο, μια ομάδα, μια επιχειρηματική μονάδα ή κάποια υποδιαίρεσή της εξυπηρετώντας την εταιρική στρατηγική.
- Υπάρχει η δυνατότητα η ανάλυση αυτή να χρησιμοποιηθεί ανάλογά με το εύρος και την ανάγκη που υπάρχει. Δηλαδή, σε απλές περιπτώσεις θα εφαρμόζονται πιο

μέτριες αποφάσεις, ενώ σε σημαντικά προβλήματα θα χρησιμοποιούνται πιο ακραίες λύσεις για την αντιμετώπισή τους.

- Αποτελεί μια καθαρά οπτική εικόνα του περιβάλλοντος δίνοντας εύκολη και άμεση επικοινωνία με κάθε άμεσο ή έμμεσο ενδιαφερόμενο.
- Διευκολύνει τη σύγκριση των παραγόντων του εσωτερικού περιβάλλοντος, αναδεικνύοντας την σχέση του προγράμματος ή έργου που υλοποιείται με την περιοχή και το αντίστοιχο περιβάλλον υλοποίησης.

➤ **Μειονεκτήματα**

- Η ανάλυση δεν είναι σε θέση να ποσοτικοποιήσει την επίδραση σε στρατηγικούς παράγοντες για εναλλακτικές λύσεις.
- Δεν υπάρχει δυνατότητα συνολικής αξιολόγησης των στρατηγικών καταστάσεων λήψης αποφάσεων.
- Χρησιμοποιεί πολλές φορές χαμηλής ποιότητας στοιχεία τα οποία είναι γενικευμένα και δεν βοηθούν στην εξαγωγή των απαιτούμενων πληροφοριών.
- Αδυνατεί να διαχωρίσει τα στοιχεία ανάλυσης των δεδομένων που έχουν συλλεγεί, την αξιολόγησή τους αλλά και την λήψη των απαιτούμενων αποφάσεων.
- Υπάρχει ο κίνδυνος να παραλειφθούν διάφορες αρχές οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν την ανάλυση σε λανθασμένο σημείο άρα και σε λανθασμένη στρατηγική με τις αντίστοιχες συνέπειες (Πετρωφ Γ., Τζωρτζάκης Κ., Τζωρτζάκη Α. 2002).

2.5.3 Κανόνες σχετικά με Αποτελεσματική Χρήση της Ανάλυσης SWOT

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω η Ανάλυση SWOT αποτελεί μια αρκετά απλοποιημένη μέθοδο η οποία μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση τα στελέχη και σε εξαγωγή ανακριβών στοιχείων με άγνωστα αποτελέσματα για την ανάλυση και την εν γένει αποτελεσματικότητά της. Έτσι είναι σημαντικό να ακολουθούνται κάποιοι βασικοί κανόνες οι οποίοι θα συνδράμουν σε αύξηση της αποτελεσματικότητας των αναλυθέντων στοιχείων με όσο το δυνατόν μείωση πιθανών αρνητικών συνεπειών (Πετρωφ Γ., Τζωρτζάκης Κ., Τζωρτζάκη Α. 2002).

Αυτοί είναι κανόνες είναι οι εξής:

- **Εστίαση:** είναι αδύνατο να γίνεται μια ανάλυση και σαν εύρος να αναφέρεται όλη η επιχείρηση καθώς δεν μπορεί να είναι παραγωγική. Χρειάζεται να επικεντρώνεται σε σημεία στα οποία εξειδικεύεται το παρεχόμενο προϊόν ή υπηρεσία έτσι ώστε να υπάρχει ανάλυση ανά κομμάτι αγοράς με συγκεκριμένα αποτελέσματα τα οποία θα βοηθήσουν σε μεγαλύτερο βαθμό στην επίτευξη του αποτελέσματος
- **Συλλογικό όραμα:** Είναι ευρέως γνωστό πως η σωστή ομαδική εργασία έχει πάντα καλύτερα αποτελέσματα σε σχέση με την ατομική, για αυτό το λόγο η ανάλυση αυτή μπορεί να αποδειχθεί αρκετά αποτελεσματική σε ομάδες στελεχών της επιχείρησης. Ένα ακόμα πλεονέκτημα που αποφέρει το συλλογικό όραμα αποτελεί η επίτευξη ομοφωνίας μεταξύ των στελεχών καθώς αντιμετωπίζονται πιθανές διαφωνίες, ορίζοντας ένα πλάνο επιτυχίας για την επιχείρηση το οποίο μπορεί να αποδειχθεί και σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για το μέλλον είτε σε βραχυπρόθεσμο ή μακροπρόθεσμο ορίζοντα.
- **Προσανατολισμός στον υποψήφιο πελάτη:** ο συγκεκριμένος κανόνας αποτελεί ένα πολύ σημαντικό παράγοντα καθώς είναι το βασικό μέρος της εξέτασης των δυνάμεων και των αδυναμιών του περιβάλλοντος που εξετάζεται. Θα πρέπει το μήνυμα που δίδεται προς την πλευρά του λήπτη της υπηρεσίας ή του προϊόντος να είναι σαφής, ρεαλιστική έτσι ώστε να αποτελεί «κράχτη» για τον υποψήφιο λήπτη και να έχει την ανταπόκριση που περιμένει ο πάροχος ή παραγωγός του.
- **Αντικειμενική Ανάλυση του εξεταζόμενου περιβάλλοντος:** θα πρέπει να γίνει μια σωστή ανάλυση καθώς χρειάζεται να επιβεβαιωθεί ότι όλες οι αναφερόμενες απειλές και ευκαιρίες ισχύουν και δεν έχουν καμία εξάρτηση από την λειτουργία της επιχείρησης. Είναι κρίσιμο να σημειωθεί ότι δεν πρέπει τα στελέχη να πέσουν στην παγίδα της έτοιμης λύσης δηλαδή της χρήσης ήδη γνωστών μεθόδων ή στρατηγικών για να προσθέσουν αξία στις ευκαιρίες. Θα χρειαστεί να εντοπίσουν ανεκμετάλλευτους τομείς οι οποίοι θα δώσουν το έναυσμά για κάτι νέο και πρωτοποριακό στην προσπάθεια για μια νέα ευκαιρία.

2.6 Ανάλυση PEST και επιχειρηματικότητα

Η ανάλυση PEST αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο στο κομμάτι του Μάρκετινγκ, όπως είναι και η Ανάλυση SWOT που αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, η οποία μπορεί να συνδράμει σημαντικά επίσης στην συλλογή όλων των απαραίτητων δεδομένων τα οποία

χρειάζονται για την πλήρη ανάλυση της κατάστασης που επικρατεί στο σύνολο του περιβάλλοντος της επιχείρησης. Η ανάλυση PEST αφορά 4 κατηγορίες του περιβάλλοντος της επιχείρησης τα οποία παίζουν τον αντίστοιχο ρόλο στην συνολική λειτουργία της και συμπεριφορά της. Βέβαια αναφερόμενοι στο περιβάλλον, δεν δίνεται ο ορισμός του φυσικού περιβάλλον αλλά όλα τα συστήματα και τις δομές που περιβάλλουν μία επιχείρηση.

Οι κατηγορίες αυτές είναι οι εξής:

- **Πολιτικό περιβάλλον (Political Environment):** το πολιτικό περιβάλλον συμπεριλαμβανομένου και του νομικού, αποτελεί έναν εύθραυστο πυλώνα καθώς μπορεί να αλλάξει τις ισορροπίες στην αγορά από την μια μέρα στην άλλη. Στη περίπτωση αυτή, υπόκεινται παράγοντες που ενδέχεται να επηρεάσουν την λειτουργία και την εν γένει στρατηγική της επιχείρησης οι οποίοι είναι :
 - Σταθεροποίηση πολιτικού συστήματος
 - Πλαίσιο επιχειρηματικού πεδίου, ελευθερίες, περιορισμοί ή απαγορεύσεις, μηχανισμοί ελέγχου
 - Εργατική νομοθεσία και ρύθμιση εργασιακών σχέσεων
 - Δίκαιο φορολογικό σύστημα
 - Κυβερνητικές πολιτικές για σωστή προώθηση του εμπορίου και θεμιτό εμπορικό ανταγωνισμό
 - Συμμετοχή της χώρας σε διακρατικές εμπορικές συμφωνίες
 - Κυβερνητικές επιλογές σε θέματα υγείας, εκπαίδευσης, άμυνας, κρατικές δομές που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με την επιχειρηματικότητα

Βέβαια υπάρχουν παρεμβάσεις οι οποίες έχουν διαφορετικούς στόχους όπως είναι:

- Να επηρεάσει την κατανάλωση
- Την προστασία των καταναλωτών
- Την απαγόρευση παροχής συγκεκριμένων προϊόντων από ιδιωτικές εταιρείες(π.χ. Ρεύμα, τηλέφωνο, Νερό)
- Στοχευμένη κατεύθυνση επενδύσεων σε ορισμένες περιοχές.

- **Οικονομικό Περιβάλλον (Economical Environment):** Όλες οι επιχειρήσεις επηρεάζονται από εθνικούς και παγκόσμιους οικονομικούς παράγοντες. Τα εθνικά (και παγκόσμια) επιτόκια και η δημοσιονομική πολιτική καθορίζονται γύρω από τις οικονομικές συνθήκες. Το κλίμα της οικονομίας υπαγορεύει τον τρόπο συμπεριφοράς των καταναλωτών, των προμηθευτών και άλλων οργανωτικών φορέων, όπως οι προμηθευτές και οι πιστωτές. Μια οικονομία που βρίσκεται σε ύφεση θα έχει υψηλή ανεργία, χαμηλή δαπάνη και χαμηλή εμπιστοσύνη των ενδιαφερομένων. Αντίθετα, μια αναπτυσσόμενη οικονομία θα έχει χαμηλή ανεργία, υψηλή αγοραστική δύναμη και υψηλή εμπιστοσύνη των ενδιαφερομένων. Ένας επιτυχημένος οργανισμός θα ανταποκριθεί στις οικονομικές συνθήκες και τη συμπεριφορά των ενδιαφερομένων.

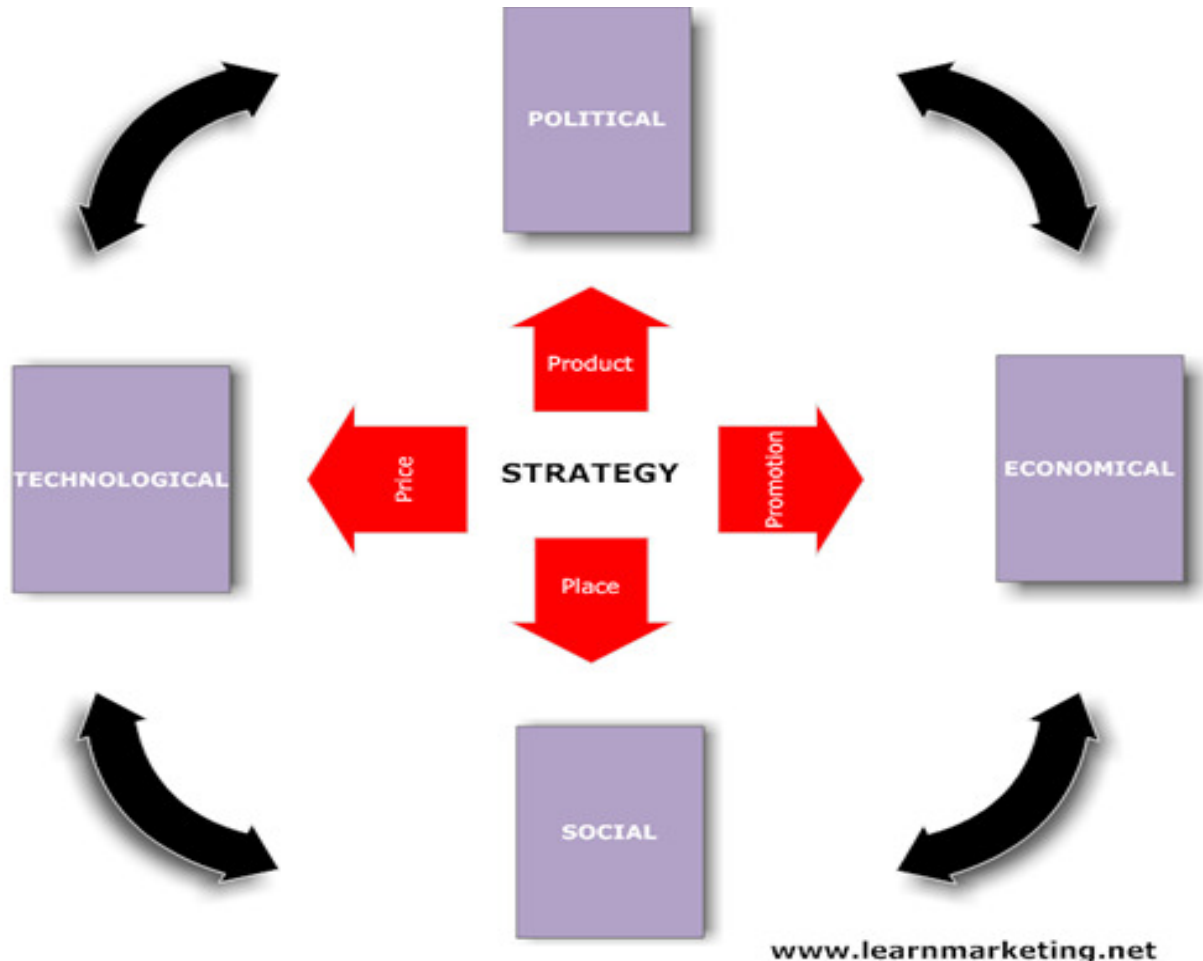
Επιπλέον, οι οργανισμοί θα πρέπει να επανεξετάσουν τον αντίκτυπο που έχουν οι οικονομικές συνθήκες στους ανταγωνιστές τους και να ανταποκριθούν ανάλογα. Στον τρέχοντα επιχειρηματικό κόσμο, οι οργανισμοί επηρεάζονται από οικονομίες παγκοσμίως και όχι μόνο από τις χώρες στις οποίες βασίζονται ή λειτουργούν. Επίσης όταν εξετάζεται το οικονομικό περιβάλλον, χρειάζεται να λαμβάνεται υπόψη και ο κύκλος των οικονομικών συγκυριών καθώς όταν βρίσκεται σε φάση ευημερίας, υπάρχει αύξηση για ζήτηση προϊόντων ή παροχή υπηρεσιών ενώ όταν υπάρχει ύφεση έχουμε μείωση της ζήτησης.

- **Κοινωνικό περιβάλλον (Social Environment):** αποτελεί μια σημαντική πτυχή της ανάλυσης καθώς στοιχεία που αναδεικνύουν την δομή μιας κοινωνίας, δημογραφικά ή ψυχογραφικά στοιχεία όπως και αντιλήψεις των κατοίκων της αναφερόμενης περιοχής μπορεί να επηρεάσει τον τρόπο λειτουργίας μιας επιχείρησης . Επίσης κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες όπως πχ είναι η θρησκεία και η οικογένεια μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα επηρεασμού της αναφερόμενης επιχείρησης.

Μια ακόμα παράμετρος που είναι σημαντική να παρακολουθείται στην περίπτωση αυτή είναι οι ιδιαιτερότητες που μπορεί να τηρούνται σε κάποιες χώρες κυρίως σε εθιμοτυπικού χαρακτήρα περιπτώσεις. Τέτοια παραδείγματα μπορεί να είναι σε Μουσουλμανικές χώρες που ισχύει απαγόρευση πώλησης Αλκοόλ όπως και σε χώρες της Ασίας όπου υπάρχουν ιδιαιτερότητες στο χρώμα των συσκευασιών των προϊόντων λόγω παραδόσεων της Χώρας. Άλλες εξεταζόμενες περιπτώσεις είναι οι εξής:

- Κυρίαρχες θρησκείες και γλώσσες
 - Πολιτισμικές επιρροές στον τρόπο ζωής και κατανάλωσης
 - Ευαισθησίες σε θέματα υγείας, ασφάλειας, κοινωνικής πρόνοιας
 - Αντιλήψεις για τα εντόπια και εισαγόμενα προϊόντα
 - Διαφοροποίηση κοινωνικού ρόλου ανδρών και γυναικών
 - Μέσος όρος ελεύθερου χρόνου
 - Προσδόκιμος χρόνος ζωής
 - Ηλικιακή κατανομή της αγοραστικής δύναμης
 - Ενδιαφέρον κοινής γνώμης για περιβαλλοντικά θέματα
- **Τεχνολογικό Περιβάλλον (Technological Environment):** η ραγδαία αύξηση της τεχνολογίας τα τελευταία χρόνια έχει αλλάξει σημαντικά τόσο τον τρόπο συλλογής δεδομένων όσο και λειτουργίας καθώς πολλές διαδικασίες έχουν αυτοματοποιηθεί με πολλαπλά οφέλη για άμεσα και έμμεσα ενδιαφερόμενους. Βέβαια, η βελτίωση της τεχνολογίας έχει ως άμεσο αντίκτυπο την αύξηση του ανταγωνισμού για την απόκτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της επιχείρησης σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Νέες τεχνολογίες και τεχνογνωσίες μπορούν να ορίσουν νέες συνήθειες στο τρόπο προώθησης των νέων προϊόντων αλλά και να επαναπροσδιορίσουν την αποτελεσματικότητα της παραγωγής με αντίστοιχη παρέμβαση στο συνολικό κόστος. Στην περίπτωση αυτή εξετάζονται κυρίως:
- Επενδύσεις σε νέες υποδομές με επικέντρωση σε έρευνα και ανάπτυξη, τεχνολογικές μεταβολές και αυτοματοποίηση δραστηριοτήτων.
 - Νέες τεχνολογίες που θα βελτιώνουν το συνδυασμό μικρότερου κόστους με καλύτερη ποιότητα
 - Δημιουργία περισσότερων καινοτόμων υπηρεσιών και προϊόντων μέσω των νέων τεχνολογιών.
 - Εκσυγχρονισμός του τρόπου προβολής και επικοινωνίας με τον πελάτη με χρήση νέων τεχνολογιών

Ακολουθεί ένα διάγραμμα που δείχνει τον τρόπο λειτουργίας της Ανάλυσης PEST όσο αφορά την στρατηγική και την λειτουργία της επιχείρησης.



2.7 Επιχειρηματικό Σχέδιο (Business Plan)

Στην ενότητα αυτή θα γίνει μια παρουσίαση του Επιχειρησιακού Σχεδίου, των στοιχείων που περιλαμβάνει, σε ποιο σημείο του περιβάλλοντος αναφέρεται και γενικά τα συστατικά από τα οποία αποτελείται η επιχείρηση ή θα χρειαστεί για να κάνει ένα δυναμικό ξεκίνημα στο ευμετάβλητο στίβο των επιχειρήσεων

2.7.1 Επιχειρηματικό Σχέδιο και ο ρόλος του.

Το επιχειρηματικό σχέδιο όπως εύκολα γίνεται αντιληπτό, αποτελεί ένα σημαντικό εγχειρίδιο το οποίο ορίζει τους στόχους της επιχειρηματικής οντότητας, μακροπρόθεσμους ή βραχυπρόθεσμους, σχεδιάζοντας την πιθανότερη κατάλληλη στρατηγική για την επίτευξή τους. Αποτελεί αναμφισβήτητα ένα βασικό εργαλείο το οποίο συνδράμει τόσο κατά την κρίσιμη περίοδο της ίδρυσης της, όσο και στην προσπάθεια βιωσιμότητας και ανάπτυξής.

Είναι σημαντικό θεωρώ να αναφερθεί ότι ένα σωστά δομημένο επιχειρηματικό σχέδιο αποτελεί ένα "εισιτήριο" για την εύρεση των απαραίτητων κεφαλαίων για την χρηματοδότηση της, καθώς αποτελεί την πρώτη εικόνα προς τους υποψήφιους επενδυτές (Faltin/Ripsas/Zimmer, 1998).

Κατά την δημιουργία ενός επενδυτικού σχεδίου, είναι βασικό να έχουν γίνει αντιληπτά από τον επιχειρηματία τρία βασικά ζητήματα τα οποία μπορούν να αποδειχθούν χρήσιμα και κρίσιμα στην περαιτέρω λειτουργία της. Είναι σημαντικό να υπάρχει η αντίληψη για το πού βρίσκεται η επιχείρηση ως οντότητα την στιγμή που σκεφτόμαστε να επενδύσουμε, ποιοι είναι οι μελλοντικοί στόχοι αλλά και τι θυσίες ή ενέργειες πρέπει να γίνουν για να επιτευχθούν οι στόχοι της επιχείρησης.

Χρειάζεται να υπάρχει μια πλήρη εικόνα του περιβάλλοντος καθώς μόνο έτσι θα υπάρξει η κατάλληλη διαμόρφωση της στρατηγικής εκείνης η οποία ακολουθημένη, θα εκπληρώσει το όραμα, τις προσδοκίες αλλά και τους στόχους με τις πολιτικές που θα εφαρμοστούν για την επιτυχία της.

Τι πρέπει να κάνει ένα επιχειρηματικό σχέδιο για να χαρακτηριστεί ως επιτυχημένο αλλά και ως αποτελεσματικό για μια επιχείρηση; Μερικοί παράγοντες είναι οι εξής:

- Να ταιριάζει σύμφωνα με τις ανάγκες της συγκεκριμένης επιχείρησης.
- Να θέτει ρεαλιστικούς στόχους οι οποίοι είναι εφικτοί
- Να είναι κατάλληλα διαμορφωμένο και μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ομαλή εξέταση των αποτελεσμάτων..
- Να καθορίζει με σαφήνεια τις αρμοδιότητες για την εφαρμογή του.
- Να καθορίζει τις περιπτώσεις που λαμβάνονται στο πλαίσιο της εκπόνησής του.

- Να δημιουργεί δέσμευση.
- Τα άτομα που θα το εφαρμόσουν έχουν «κυριότητα» των ευθυνών τους.
- Να καθορίζει συγκεκριμένο τακτικό πρόγραμμα ανασκόπησης/ αξιολόγησης και καθιερώνει συγκεκριμένη τακτική διαδικασία προγραμματισμού.

2.7.2 Στοιχεία ενός Επιχειρηματικού σχεδίου

Το περιεχόμενο ενός Business Plan όπως και το μέγεθος διαφέρει σημαντικά από επιχείρηση σε επιχείρηση. Το συνηθέστερο μέγεθος για ένα σχέδιο είναι 15-20 σελίδες, στις οποίες είναι σημαντικό να αναφερθούν όλα τα κρίσιμα στοιχεία που πρέπει να γνωρίζει ο κάθε άμεσος ή έμμεσος ενδιαφερόμενος σχετικά με την αναφερόμενη επιχείρηση.

Τα βασικά στοιχεία ενός Business Plan είναι τα εξής:

- **Περίληψη** : στην ενότητα αυτή έχουμε μια λεπτομερή περιγραφή της επιχείρησης αναφέροντας την αποστολή της μαζί με οποιαδήποτε άλλη πληροφορία σχετικά με λειτουργίες, ηγεσία, εργαζομένους και τοποθεσία.
- **Προϊόντα και υπηρεσίες**: εδώ υπάρχει μια ενδελεχή παρουσίαση των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχει η επιχείρηση. Ενδέχεται να περιλαμβάνει στοιχεία σχετικά με τιμολόγηση, τον κύκλο ζωής του προϊόντος αλλά και οφέλη για τους υποψήφιους πελάτες. Επίσης μπορεί να γίνει αναφορά σε παραγωγικές διαδικασίες, αν υπάρχει κάποιά ευρεσιτεχνία που είναι άξια αναφοράς όπως και ύπαρξη ιδιόκτητης τεχνολογίας που μπορεί να βοηθήσει στην έρευνα και στην ανάπτυξη.
- **Ανάλυση της αγοράς**: στην περίπτωση αυτή εξετάζεται το μέγεθος της αγορά και σε ποιο στάδιο ανάπτυξης βρίσκεται. Ορίζεται ο ανταγωνισμός και σε ποιο βαθμό επηρεάζει την αγορά ανάλογα με πιθανές δυνάμεις και αδυναμίες που ήδη υπάρχουν. Επίσης, θα γίνει μια περιγραφή σχετικά με την αναμενόμενη ζήτηση που θα υπάρξει από την πλευρά των καταναλωτών σχετικά με το πωλούμενο προϊόν και σε τι βαθμό είναι εφικτή η απόκτηση μεγαλύτερου μεριδίου της αγοράς που δραστηριοποιείται.
- **Στρατηγική Μάρκετινγκ**: εδώ γίνεται αναφορά στην στρατηγική που πρέπει να υιοθετηθεί για να υπάρξει μεγαλύτερη προσέλκυση πελατών αλλά και να εξακριβωθεί ο βέλτιστος τρόπος προσέγγισής τους. Αυτό μπορεί να κυμαίνεται από το κανάλι διανομής

το οποίο θα επιλεγθεί μέχρι και την διαδικασία διαφήμισης και σε ποιο target group θα απευθυνθεί η επιχείρηση.

- **Οικονομικός Σχεδιασμός:** Ένα σωστά δομημένο σχέδιο έχει τα φόντα να προσελκύσει σημαντικά κεφάλαια ειδικά για νεοφυείς επιχειρήσεις που το χρειάζονται για τα πρώτα βήματα τους στον επαγγελματικό στίβο. Στοιχεία όπως χρηματοοικονομικές καταστάσεις και άλλα παρόμοια έγγραφα μπορούν να δώσουν τις απαραίτητες πληροφορίες για τις κάλυψη των αναγκών των επιχειρήσεων.
- **Προϋπολογισμός:** είναι από τα αξιόλογα στοιχεία, καθώς μια σωστή διαχείριση των πόρων σε όλα τα επίπεδα της επιχείρησης, έχει ως αποτέλεσμα την δημιουργία μιας καλύτερης εξωτερική εικόνας με αντίστοιχα θετικά αποτελέσματα.

2.7.3 Κέρδη ενός επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan)

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω ο σωστός σχεδιασμός και υλοποίηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου μπορεί να αυξήσει σημαντικά τις πιθανότητες επιτυχίας μιας επιχείρησης καθώς η επιχείρηση είναι αναγκασμένη να εκμεταλλεύεται τις ευκαιρίες που τις παρουσιάζονται και να αντιμετωπίζει αποτελεσματικά τους διάφορους επιχειρηματικούς κινδύνους. Η σωστή στρατηγική αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιτυχίας στο συνεχές μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον, για να παρέχει τα αντίστοιχα πολλαπλά οφέλη.

Μερικά από τα πλεονεκτήματα είναι τα εξής:

- Σωστή λήψη αποφάσεων και καθορισμός επιχειρηματικών στόχων.
- Προσδιορισμός και ορισμός προγραμμάτων και στρατηγικών για την επίτευξη των στόχων.
- Καθορισμός της επιχειρηματικής στρατηγικής και της πολιτικής δομής.
- Εύρεση επενδυτών και άλλων πηγών χρηματοδότησης.
- Πρόσληψη κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού
- Η σωστή κατανομή των πόρων της επιχείρησης
- Ο σχεδιασμός του τελικού προϊόντος
- Η ανάπτυξη του σχεδίου μάρκετινγκ και προώθησης πωλήσεων.
- Αποτίμηση της εταιρείας σε πραγματικά δεδομένα.

- Μακροπρόθεσμες Προβλέψεις

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Η ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ

Στο κεφάλαιο θα αναφερθούμε στην πόλη της Πάτρας, μιας και πάνω σε αυτή θα γίνει η ανάλυση στο επόμενο κεφάλαιο σχετικά με το πως θα μπορούσε να αξιοποιηθεί επιχειρηματικά η πολιτιστική της περιουσία. Πράγμα το οποίο θα μπορούσε να αποφέρει σημαντικά οφέλη τόσο οικονομικά όσο και κοινωνικά για το σύνολο της τοπικής κοινωνίας.

3.1 Ιστορία της Πάτρας

Η Πάτρα έχει μια συνεχής πορεία 4.000 ετών. Κατοικήθηκε από τα προϊστορικούς χρόνους και ήταν βασικό κέντρο της Μυκηναϊκής εποχής. Στην αρχαιότητα αποτελούσε πρωταγωνιστικό κομμάτι της Αχαϊκής Συμπολιτείας ενώ το αποκορύφωμα της ακμής της, την γνώρισε στη Ρωμαϊκή εποχή, όπου υπήρξε αυτοκρατορική αποικία.

Σύμφωνα με την ιστορία, η ίδρυσή της πραγματοποιήθηκε από τους Αχαιούς της Σπάρτης, οι οποίοι είχαν βασικό επικεφαλής τον Πρευγένη αλλά και το γιο του Πατρέα ήλθαν στην πόλη, όταν απομακρυνθήκαν από τους Δωριείς, κατά την κάθοδο των τελευταίων στην Πελοπόννησο τον 11ο αι. π.Χ., δηλαδή προς το τέλος της μυκηναϊκής εποχής. Επίσης, οι Αχαιοί του Αργούς, που αργότερα εκδιώχθηκαν και αυτοί από τους Δωριείς, με επικεφαλής τον Τισαμενό κατέλαβαν την Ανατολική Αχαΐα, αφού είχε προηγηθεί η πολιορκία της Ελίκης. Λόγω της ύπαρξης των Ιώνων, ολόκληρη η Αχαΐα ονομάστηκε Ιωνία, αλλά και Αιγιαλός είτε από το βασιλέα της Σικυώνος Αιγιαλό είτε επειδή βρισκόταν κατά μήκος του αιγιαλού. Αρχικά οι Ίωνες πήγαν στην Αθήνα και μετά εγκαστάθηκαν Μικρά Ασία, και προχώρησαν στην ίδρυση δώδεκα πόλεων, την Ιωνική Δωδεκάπολη, σ' ανάμνηση των πόλεων που εγκατάλειψαν πίσω τους.⁷

Όσο για το όνομα, η πιο συνηθισμένη εξήγηση που αποδίδεται είναι ό,τι σύμφωνα με την μυθολογία προέρχεται από τον Πατρέα, το μυθικό κάτοικο της πόλης, έναν Αχαιό από τη Σπάρτη. Σύμφωνα με την μυθολογία, όταν ο Πατρέας υπήρξε αρχηγός αποίκων στην περιοχή της Αρόης, κατόρθωσε να διώξει τους Ίωνες κατοίκους της και προώθησε την ανάπτυξη της πόλης με την

7

<https://www.gtp.gr/LocInfo.asp?infoId=28&IncludeWide=1&code=EGRGAH30PATPAT&PrimeCode=EGRGAH30PATPAT&Level=8&PrimeLevel=8&LocId=3602&lng=1>

ενοποίηση των οικισμών της Αρόης, Άνθειας και Μεσσάτιδος και ονόμασε τον οικισμό ως Πάτραι ⁸.

Στη Βυζαντινή εποχή υπήρξε εμπορική πόλη. Γνώρισε διαδοχικές κατακτήσεις από Λατίνους, Ενετούς, Φράγκους, Βυζαντινούς και Τούρκους. Ηγήθηκε επίσης της Ελληνικής Επανάστασης του 1821, όπου η αρχή της Επανάστασης, ξεκίνησε στην Πάτρα. Στο 19ο αιώνα ήταν η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη σε πληθυσμό στην χώρα, το αδιαμφισβήτητο κέντρο της Πελοποννήσου, σημαντικό λιμάνι με πολλές εξαγωγές και πεδίο ανάπτυξης της πρώτης ελληνικής αστικής τάξης. Στον 20ό αιώνα είχε ως ανάπτυξη στο εμπορικό και βιομηχανικό τομέα αν και σε οικονομικό μέγεθος η Αθήνα ήταν πρώτη, παραμένει τρίτη πόλη της Ελλάδας και σημαντικότερος οικονομικός πόλος της Πελοποννήσου και της Δυτικής Ελλάδας.

Είχε καίριο ρόλο στην Ελληνική Επανάσταση του 1821 κατά των Οθωμανών (1821-29). Ήταν το πρώτο επαναστατικό κέντρο μαζί με την υπόλοιπη Αχαΐα και τη Μάνη. Την περίοδο αυτή, η Πάτρα ήταν η μεγαλύτερη και πιο ακμάζουσα πόλη της Πελοποννήσου. Το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της πόλης ήταν Έλληνες και μερικοί από αυτούς ασχολούνται με το εμπόριο. Επιπλέον, λόγω της οικονομικής σημασίας της πόλης, ορισμένοι εύποροι έμποροι από την Πάτρα, διορίστηκαν πρόξενοι των μεγαλύτερων ευρωπαϊκών κρατών⁹.

Η Πάτρα απελευθερώθηκε στις 7 Οκτωβρίου 1828 από το γαλλικό εκστρατευτικό σώμα στην Πελοπόννησο υπό τη διοίκηση του στρατηγού Maizon. Το 1829 ο τότε κυβερνήτης της Ελλάδας, Ιωάννης Καποδίστριας, κατόρθωσε να φτιάξει πολεοδομικό σχέδιο -για την ερειπωμένη πόλη- το οποίο ολοκληρώθηκε με την συμβολή του μηχανικού του γαλλικού στρατού Σταμάτης Βούλγαρης. Το σχέδιο δεν εφαρμόστηκε μέχρι τα μέσα του 19ου αιώνα και στη συνέχεια ολοκληρώθηκε για την κάλυψη των συμφερόντων των μεγάλων γαιοκτημόνων. Η Πάτρα υπήρξε ως το δεύτερο μεγαλύτερο αστικό κέντρο στην Ελλάδα μετά την Αθήνα στα τέλη του 19ου αιώνα.

Η πόλη ωφελήθηκε από τον ρόλο της ως το κύριο εξαγωγικό λιμάνι για την αγροτική παραγωγή της Πελοποννήσου. Διετέλεσε το κύριο σημείο οργάνωσης της σταφιδικής παραγωγής,

⁸

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%AC%CF%84%CF%81%CE%B1#%CE%9F%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1>

⁹

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%AC%CF%84%CF%81%CE%B1#%CE%9F%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1>

παρέχοντας αποθηκευτικές, τραπεζικές όπως και ασφαλιστικές υπηρεσίες. Η περίοδος ακμής ήταν σύντομη, καθώς η ολοκλήρωση της Διώρυγας της Κορίνθου το 1893 αμφισβήτησε την πρωτοκαθεδρία του λιμανιού. Επιπλέον, το 1894 σημειώθηκε σημαντική πτώση στην τιμή εξαγωγής της σταφίδας στις διεθνείς αγορές, εξαιτίας της υπερπαραγωγής αλλά και των διεθνών συνθηκών, που προκάλεσαν μια μακροχρόνια κρίση με σημαντικές κοινωνικοοικονομικές και πολιτικές συνέπειες, η οποία έγινε γνωστή ως Μεγάλη Σταφιδική Κρίση. Οι συναλλαγές με τη Δυτική Ευρώπη, κυρίως τη Βρετανία, τη Γαλλία και την Ιταλία, συνέβαλε σημαντικά στη διαμόρφωση της ταυτότητας της πόλης ως σημαντικό λιμάνι και κοσμοπολίτικο αστικό κέντρο στην Ελλάδα στις αρχές του 20ου αιώνα.

Στις αρχές του 20ου αιώνα η Πάτρα αναπτύχθηκε ραγδαία και έγινε η πρώτη ελληνική πόλη που εισήγαγε δημόσιο ηλεκτρικό φωτισμό και ηλεκτρικό τραμ (Θωμόπουλος 1952). Η έναρξη του Α' Παγκοσμίου Πολέμου αποτέλεσε εμπόδιο στην ανάπτυξη της πόλης και παράλληλα έπλασε μια άναρχη εξάπλωση με την εισροή προσφύγων από τη Μικρά Ασία. Στο Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, η Πάτρα ήταν ο σοβαρός στόχος των ιταλικών αεροπορικών επιδρομών. Κατά τη διάρκεια της κατοχής από τις δυνάμεις του Άξονα, η Πάτρα βρισκόταν υπό γερμανική στρατιωτική διοίκηση με την παρουσία ιταλικών στρατευμάτων. Στις 13 Δεκεμβρίου 1943, στα γειτονικά Καλάβρυτα, τα γερμανικά στρατεύματα εκτέλεσαν ολόκληρο τον ανδρικό πληθυσμό και έκαψαν την πόλη (Ιστορία των Εβραίων στην Πάτρα). Μετά την απελευθέρωση, η πόλη είχε ραγδαία ανάπτυξη αλλά τις τελευταίες δεκαετίες η σημασία της επισκιάστηκε από το πολεοδομικό συγκρότημα της Αθήνας¹⁰.

3.2 Πολιτιστικά αξιοθέατα της πόλης των Πατρών

Όπως κάθε πόλη που βρίσκονταν υπό την κυριαρχία άλλων λαών, έτσι και η Πάτρα διαθέτει σημαντικά πολιτιστικά αξιοθέατα με επιρροές τόσο από τους Ρωμαίους όσο και από άλλους λαούς. Βέβαια, υπάρχουν και πιο σύγχρονες μονάδες οι οποίες έχουν την δική τους

¹⁰ <https://kidmama.gr/%CE%B7-%CF%80%CF%8C%CE%BB%CE%B7-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%80%CE%AC%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%82-%CE%AD%CF%87%CE%B5%CE%B9-%CE%BC%CE%B1%CE%BA%CF%81%CE%B1%CE%AF%CF%89%CE%BD%CE%B7-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81/>

σημασία στην ευρύτερη ιστορία της πόλης και μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην προβολή της.

Τα αξιοθέατα αυτά για διευκόλυνση της παρουσίασης θα τα χωρίσουμε σε δύο κατηγορίες οι οποίες είναι:

1. Αρχαιολογικοί Χώροι-Μνημεία¹¹

- **Μυκηναϊκοί Τάφοι Βούντενης:** Ο αρχαιολογικός χώρος της Βουντένης βρίσκεται στο Μπότζι στην ομώνυμη περιοχή της Βουντένης μόλις 8 χλμ. από το κέντρο της Πάτρας. Είναι ένας από τους σημαντικότερους χώρους του μυκηναϊκού κόσμου, διάρκειας σχεδόν πεντακοσίων ετών (1500-1000 π.Χ.) και περιλαμβάνει 78 λαξευτούς θαλαμωτούς τάφους καθώς και ερείπια προϊστορικού οικισμού που λέγεται ότι ταυτίζεται με την Αρχαία Μεσσήτιδα..
- **Νεκροταφείο Πάτρας:** Αυτό το ρωμαϊκό μνημείο χρονολογείται στα τέλη του 1ου αι. μ.Χ. και τα τέλη του 2ου αι. μ.Χ. Είναι ένα σημαντικό και μοναδικό μνημείο για την περιοχή καθώς είναι το μοναδικό σε αυτή τη μορφή που έχει σχήμα σταυρού, όπως ο ναός της Ίσιδας στην Πομπηία.
- **Πηγή Δήμητρας:** ο σημερινό πηγάδι του Αγ. Ανδρέα δίπλα στον παλιό Ι. Ναό που κάποτε ήταν η πηγή της θεάς Δήμητρας που λειτουργούσε και ως μαντείο.
- **Ρωμαϊκό Ωδείο¹²:** τα δυτικά της Ακρόπολης στην Άνω Πόλη βρίσκεται το αρχαίο Ωδείο της Πάτρας (160 π.Χ.), παλαιότερο από το Ωδείο Ηρώδου του Αττικού (Ηρώδειο) που βρίσκεται στην Αθήνα..
- **Ρωμαϊκό Αμφιθέατρο (Στάδιο):** ο αρχαίο ρωμαϊκό στάδιο είναι ένα μεγάλο αμφιθεατρικό κτίριο στο κέντρο της πόλης. Βρίσκεται στο σημερινό κέντρο της Πάτρας δίπλα στο ρωμαϊκό ωδείο που επίσης σώζεται, και καταλαμβάνει μεγάλη έκταση κάτω από πολυκατοικίες και άλλα κτίρια, ενώ τμήμα του, η ανατολική πλευρά, έχει αποκαλυφθεί. Το στάδιο επέζησε μέχρι το 1870 όταν χτίστηκαν σπίτια

¹¹

<https://www.gtp.gr/LocInfo.asp?Infold=9&Code=EGRGAH30KNZKNZ00031&PrimeCode=EGRGAH30KNZKNZ00031&Level=10&PrimeLevel=10&lng=1>

¹²

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%AF%CE%BF_%CE%A9%CE%B4%CE%B5%CE%AF%CE%BF_%CE%A0%CE%AC%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%82

πάνω του για να ανακαλυφθούν ξανά τη δεκαετία του '90. Το στάδιο από τις αρχαιολογικές ανασκαφές φαίνεται ότι ιδρύθηκε επί Δομιτιανού γύρω στο 80 - 90 π.Χ. λέγεται ότι ήταν δώρο του αυτοκράτορα στην πόλη για τον εορτασμό της 100ης επετείου από τη δημιουργία μιας ρωμαϊκής αποικίας σε αυτήν

- **Ρωμαϊκό Υδραγωγείο:** Είναι ένα από τα σπουδαία έργα των ρωμαϊκών χρόνων και ήταν ένα από τα σημαντικά έργα για την ύδρευση της περιοχής. Η χρήση του υδραγωγείου χρησιμοποιούταν μέχρι τα τέλη του 18ου αιώνα και επισκευάστηκε πολλές φορές, με πιο πρόσφατη το 1838 ο δήμαρχος Ι. Μπουκαούρης. Το 1874 η χρησιμοποίησή του σταμάτησε μετά την ύδρευση της πόλης με σωλήνες. Σήμερα σώζονται κάποια τμήματα του Υδραγωγείου κοντά στη Μικρή Περιμετρική.
- **Το Κάστρο της Πάτρας:** το κάστρο της πόλης είναι χτισμένο σε χαμηλό λόφο του Παναχαϊκού όρους σε απόσταση περίπου 800 μ. από την ακτή. Χτίστηκε από τον Ιουστινιανό γύρω στο 551 μ.Χ. για την άμυνα της περιοχής και των κατοίκων της.
- **Χαμάμ Πάτρας:** Τα Λουτρά - Χαμάμ Πάτρας χτίστηκαν τον 16ο αιώνα επί Ενετοκρατίας και αργότερα διατηρήθηκαν από τους Τούρκους για τους οποίους το έθιμο των ζεστών λουτρών είχε ιδιαίτερη σημασία. Τα τουρκικά λουτρά λειτουργούν από τότε και είναι από τα παλαιότερα σωζόμενα πολιτιστικά μνημεία της πόλης.
- **Θέατρο «Απόλλων»:** Η κατασκευή έγινε το 1872 σύμφωνα με τα σχέδια του μεγάλου Γερμανού αρχιτέκτονα και φιλέλληνα Ερνέστου Τσίλλερ. Είναι ένα από τα αρχαιότερα σωζόμενα κλειστά θέατρα της σύγχρονης εποχής στην Ελλάδα και ίσως το πιο εντυπωσιακό αρχιτεκτονικό κόσμημα της Πάτρας.
- **Παλιό Δημοτικό Νοσοκομείο:** Νεοκλασικό κτίριο του Δανό αρχιτέκτονα Hans Christian Hansen που λειτούργησε ως νοσοκομείο από το 1872 έως το 1973..
- **Δημοτικά Σφαγεία:** Μνημείο ιδιαίτερου αρχιτεκτονικού ενδιαφέροντος, τα πέτρινα κτίσματα των Δημοτικών Σφαγείων ήταν σε λειτουργία μέχρι το 1998,. Σήμερα, μετά από αναστηλώσεις που έχουν γίνει, ο χώρος έχει μετατραπεί σε μεγάλο εκθεσιακό κέντρο τοπικών προϊόντων και πολιτιστικών εκδηλώσεων.
- **Αχαΐα Κλάους:** Ο πύργος του Achaia Clauss είναι το πρώτο ελληνικό οινοποιείο που κατασκευάστηκε το 1861 και μέχρι σήμερα παράγει μερικά από τα πιο διάσημα ελληνικά κρασιά. Στις εγκαταστάσεις του, οι επισκέπτες θαυμάζουν το

καταπράσινο περιβάλλον, τα ιστορικά κτίρια, τα ξυλόγλυπτα βαρέλια παλαίωσης του 1873 της περίφημης Μαυροδάφνης, καθώς και στην Κάβα Δανηλίδος, για να γευτούν μερικά από τα εκλεκτά κρασιά του οινοποιείου. Στην περιοχή αυτή φυλάσσεται το αρχαιότερο κρασί της Ελλάδας, η παλιά Μαυροδάφνη του 1873. Ο Αχαΐας Κλάους στο πέρασμα των χρόνων έχει τιμηθεί με 15 μεγάλα βραβεία, 51 χρυσά μετάλλια, 38 ασημένια και 32 διπλώματα.

- **Υδροηλεκτρικός Σταθμός Γλαύκου (ΥΗΣ Γλαύκου):** το πρώτο υδροηλεκτρικό εργοστάσιο στην Ελλάδα, άρχισε να λειτουργεί από το 1927 ως δημοτική επιχείρηση. Σήμερα το εκμεταλλεύεται η ΔΕΗ όπου το έχει δημιουργήσει ένα μουσείο της ιστορίας της στην περιοχή του σταθμού. Χωροταξικά είναι στην ομώνυμη περιοχή, Γλαύκος, 8 χλμ. νοτιοανατολικά του κέντρου της Πάτρας.
- **Το Σπίτι του Κωστή Παλαμά:** Διατηρητέο νεοκλασικό κτίριο στην οδό Κορίνθου 241 στο κέντρο της πόλης, όπου γεννήθηκαν ο Κωστής Παλαμάς και η Ιταλίδα μυθιστοριογράφος Mathilde Serao. Είναι ένα κτίριο εκπληκτικής αισθητικής και η δημιουργία του μουσείου εκεί πραγματοποίησε το μεγάλο όραμα του Έλληνα επιχειρηματία Αθανάσιου Στεφανόπουλου, αγοράζοντας το κτίριο της οδού Κορίνθου που κατέρρευσε, να δημιουργήσει τη «Στέγη Γραμμάτων Κωστή Παλαμά».
- **Δημοτική Βιβλιοθήκη:** Στο κέντρο της Πάτρας, δίπλα στο Δημαρχείο, βρίσκεται το νεοκλασικό κτίριο που στεγάζει τη Δημοτική Βιβλιοθήκη της πόλης. Στην κατοχή της βιβλιοθήκης βρίσκονται σήμερα 120.000 τόμους βιβλίων, καθώς και μεγάλο αριθμό περιοδικών, ιστορικά ντοκουμέντα, φωτογραφικά αρχεία κ.λπ. Επίσης, σε ειδικό τμήμα της Βιβλιοθήκης φυλάσσονται πολύτιμα έγγραφα και βιβλία με υπογραφές μεγάλων ιστορικών προσωπικοτήτων (π.χ. Κωστής Παλαμάς, Γιάννης Ρίτσου, Μουσολίνι κ.α.). Η Βιβλιοθήκη διαθέτει δανειστικό τμήμα λογοτεχνικών βιβλίων και δανειστικό για παιδικά βιβλία στο ισόγειο του κτιρίου..
- **Φάρος της Πάτρας:** Στην περιοχή Αγ. Ανδρέα, ο σύγχρονος φάρος ανακατασκευάστηκε το 1999, που είναι πιστό αντίγραφο της παλιάς κατασκευής του 1892, που κατεδαφίστηκε το 1972. Ο φάρος είναι στα όρια της λιμενικής ζώνης, δίπλα στην ιχθυόσκαλα της περιοχής και απέναντι από το εκκλησία του Αγ.

Αντρέα. Στον χώρο αυτό λειτουργεί καφετέρια και ουζερί και χρησιμοποιείται και ως χώρος εκδηλώσεων και συναυλιών, ενώ στην περιοχή έχει δημιουργηθεί πάρκο που μπορεί ένα από τα σημαντικότερα πάρκα αναψυχής της περιοχής μας.

2. Μουσεία

- **Αρχαιολογικό Μουσείο Πάτρας¹³**: Το Αρχαιολογικό Μουσείο Πατρών είναι ένα μουσείο στην Πάτρα που εστιάζεται στην έκθεση διαφόρων αρχαιολογικών ευρημάτων, από τη Μυκηναϊκή έως την Ύστερη Ρωμαϊκή εποχή, που ανακαλύφθηκαν στην ευρύτερη περιοχή της Αχαΐας. Το μουσείο έχει τέσσερις θεματικές ενότητες εκ των οποίων οι τρεις είναι μόνιμες και η άλλη περιοδική. Η περιοδική έκθεση φιλοξενεί διάφορες εκθέσεις όλο το χρόνο. Σύμφωνα με τους αρχαιολόγους της 6ης Εφορείας Αρχαιοτήτων, το 70% των εκθεμάτων βλέπει το φως της δημοσιότητας για πρώτη φορά τα τελευταία τριάντα χρόνια. Επιπλέον, το μουσείο διαθέτει εκθεσιακό χώρο και κατάστημα του ΤΑΡ, αίθουσα εκπαιδευτικών προγραμμάτων, αίθουσα πολυμέσων και εικονικής περιήγησης, χώρο δημόσιας υπηρεσίας και ένα μικρό θέατρο χωρητικότητας 140 θέσεων..
- **Μουσείο Επιστημών και Τεχνολογίας¹⁴**: Το μουσείο ιδρύθηκε το 2001 και υπηρετεί ως Εργαστήριο της Σχολής Θετικών Επιστημών του Πανεπιστημίου. Στεγάζεται σε ένα νέο κτίριο το οποίο βρίσκεται στις εγκαταστάσεις του Πανεπιστημίου, κάτω από το εστιατόριο Πάρκο της Ειρήνης και δίπλα στο εκκρεμές του Foucault. Κύριος σκοπός του ΜΕΤ είναι να σώσει την επιστήμη σε όσο το δυνατόν περισσότερα επίπεδα, το κοινό να έρθει σε επαφή με την πρόοδο της επιστήμης και τα επιτεύγματά της, να προωθήσει την κατανόηση των θεμάτων επιστήμης και τεχνολογίας με τα οποία το κοινό βρίσκεται σε καθημερινή επαφή και αγνοεί ή θα ήθελε να μάθει περισσότερα και να καλύψει την έλλειψη Τεχνικών

¹³ <http://www.ampatron.gr/>

¹⁴

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF_%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC%CF%8E%CE%BD_%CE%BA%CE%B1%CE%B9_%CE%A4%CE%B5%CF%87%CE%BD%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1%CF%82_%CE%A0%CE%B1%CE%BD%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC%CE%AF%CE%BF%CF%85_%CE%A0%CE%B1%CF%84%CF%81%CF%8E%CE%BD

Μουσείων κυρίως στη Δυτική Ελλάδα. Το Μουσείο διατηρεί, ερμηνεύει και προωθεί την τεχνολογική κληρονομιά

- **Μουσείο Λαϊκής Τέχνης¹⁵**: Το Πνευματικό Κέντρο Πατρών το ίδρυσε το 1977 με σκοπό να φιλοξενήσει αντικείμενα και δραστηριότητες από τη νεοελληνική λαϊκή κουλτούρα και στεγάζεται σε κτήριο της κληρονομιάς Σκαγιοπούλειου. Το υλικό που συγκεντρώθηκε αφορά τις αγροτικές δραστηριότητες της υπαίθρου αλλά και της πόλης που έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην κοινωνικοοικονομική ζωή και ανάπτυξη της περιοχής. Το υλικό χωρίζεται σε ενότητες (όπως μεταφορικά μέσα, ψωμί και οινοποιία, υφάσματα κ.λπ.) για να έχει εκπαιδευτικό χαρακτήρα για μαθητές, φοιτητές, ακόμη και ερευνητές.
- **Ζωολογικό Μουσείο Τμήματος Βιολογίας Παν/μιου Πατρών¹⁶**: ιδρύθηκε το έτος 1968, ύστερα από προσπάθειες του τότε Καθηγητή κ. Ι. Όντρια. Σήμερα λειτουργεί υπό την εποπτεία του Τμήματος Βιολογίας, και ειδικότερα του Τομέα Βιολογίας Ζώων. Στεγάζεται στο κτήριο Βιολογίας – Μαθηματικών της Πανεπιστημιούπολης, στο Ρίο Πατρών. Το Μουσείο περιλαμβάνει χώρο εκθετηρίου, χώρο επιστημονικών ζωολογικών συλλογών, ταριχευτήριο, εργαστήριο και βοηθητικούς χώρους. Οι στόχοι της λειτουργίας του Ζωολογικού Μουσείου είναι συνοπτικά οι εξής:
 - i. **Εκπαίδευση**: εκπαιδευτικές επισκέψεις μαθητών της στοιχειώδους και μέσης εκπαίδευσης, για γνωριμία με τον πλούτο των ειδών της ελληνικής πανίδας, τους τόπους και τους τρόπους ζωής τους, αλλά και τους κινδύνους που αντιμετωπίζουν και αξιοποίηση του υλικού του Μουσείου από τους φοιτητές του Τμήματος Βιολογίας για εμπέδωση και συμπλήρωση των γνώσεων τους
 - ii. **Έρευνα**: χρησιμοποίηση των επιστημονικών συλλογών του Μουσείου ως κύριου ή συμπληρωματικού/συγκριτικού υλικού στη διεξαγωγή έρευνας από Έλληνες και ξένους επιστήμονες επί θεμάτων της ελληνικής πανίδας

¹⁵ <http://i-m-patron.gr/i-m-patron-old.gr/M.L.T/>

¹⁶ <http://www.biology.upatras.gr/zoo-biology/>

- iii. **Ενημέρωση και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση:** οι επισκέπτες του Μουσείου, μαθητές, φοιτητές, εκπαιδευτικοί κ.ά. έχουν την ευκαιρία όχι μόνο ν' αποκτήσουν γνώσεις, αλλά και να προβληματιστούν ως προς τη γενικότερη στάση που πρέπει να έχουμε όλοι απέναντι στην ελληνική και την παγκόσμια φυσική κληρονομιά μας.

3.3 Πατρινό Καρναβάλι

Μια ακόμη όψη της πολιτιστικής κληρονομιάς της Πάτρας είναι το καρναβάλι της. Με ιστορία που ξεπερνά τα 100 χρόνια αποτελεί μια παράδοση τόσο για την πόλη αλλά και για την Ελληνική επικράτεια, καθώς γενικά είναι το μεγαλύτερο καρναβάλι ως εκδήλωση πανελληνίως.

3.3.1 Η ιστορία του καρναβαλιού

Σύμφωνα με αναφορές του ιστορικού Ν. Πολίτη, οι πρώτες αποκριάτικες εκδηλώσεις εμφανίστηκαν στα μέσα του 19^{ου} αιώνα που αφορούσε κυρίως χορούς σε σπίτια αλλά και σε δημόσιους χώρους.

Ο πρώτος αποκριάτικος χορός που είχε καταγραφεί, ήταν αυτός που έγινε το 1829 στο σπίτι του Πατρινού εμπόρου Μωρέτη. Στις λαϊκές γειτονιές όμως της πόλης τα πράγματα ήταν πιο απλά και πιο αυθόρμητα και πολύ αργότερα εμφανίστηκαν οι πρώτες μπουλές, το γαϊτανάκι, τα πειράγματα και η σκωπτική θεώρηση καταστάσεων και γεγονότων.

Η ένωση των Επτανήσων με την Ελλάδα το 1864 είχε ως αποτέλεσμα την εγκατάσταση στην Πάτρα πολλών Επτανήσιων, οι οποίοι με το προοδευτικό πνεύμα και τα τραγούδια τους στις λιγοστές ταβέρνες του λιμανιού και της παλιάς πόλης, επηρέασαν την εξέλιξη του καρναβαλιού. Ιδιαίτερη συμβολή στη διαμόρφωση του χαρακτήρα του Πατρινού Καρναβαλιού, είχε το λιμάνι της πόλης και οι επαφές που ανέπτυξαν οι Πατρινοί με τη Δύση, κυρίως με την γειτονική Ιταλία και τα περίφημα καρναβάλια της.

3.3.2 Το καρναβάλι στη σύγχρονη εποχή

Το Πατρινό Καρναβάλι είναι ταυτόχρονα το μεγαλύτερο και παλαιότερο καρναβαλικό γεγονός στην Ελλάδα και ένα από τα μεγαλύτερα στον κόσμο με βάση τη συμμετοχή του καρναβαλιού και την ιστορία του. Έχει 190 χρόνια ιστορίας. Το Καρναβάλι είναι ένα σύνολο εκδηλώσεων που περιλαμβάνει χορούς, παρελάσεις, κυνήγι κρυμμένου θησαυρού, καρναβάλι των μικρών κ.λπ. Οι

εκδηλώσεις ξεκινούν στις 17 Ιανουαρίου και διαρκούν μέχρι την Καθαρά Δευτέρα. Κορυφώνεται το τελευταίο Σαββατοκύριακο της Αποκριάς με τη νυχτερινή παρέλαση των πληρωμάτων του Σαββάτου, τη φαντασμαγορική μεγάλη παρέλαση αρμάτων και πληρωμάτων την Κυριακή και τέλος το τελετουργικό κάψιμο του βασιλιά καρναβαλιού στην προβλήτα του Αγίου Νικολάου στο βόρειο λιμάνι. Χαρακτηριστικές αρχές του είναι ο αυθορμητισμός, ο αυτοσχεδιασμός, η πηγή έμπνευσης και ο εθελοντισμός.

Ψυχή του καρναβαλιού είναι οι δεκάδες χιλιάδες Πατρινοί καρναβαλιστές, επισκέπτες και φίλοι του Πατρινού Καρναβαλιού, άνθρωποι όλων των ηλικιών που συμμετέχουν αυθόρμητα στις αποκριάτικες εκδηλώσεις τόσο σε επίσημες όσο και σε εκατοντάδες άλλες άτυπες εκδηλώσεις όπως αποκριάτικους χορούς, μπαλέτο, μάσκες, μάσκες μπαλέτου και καφετέριες, εστιατόρια κ.λπ. Αποκριάτικες ομάδες, γνωστές ως ομάδες ή «συνεργεία», παίζουν καθοριστικό ρόλο στην προετοιμασία και την πραγματοποίηση των εορτασμών λόγω του ότι αρχικά ήταν πλήρωμα αυτοκινήτου.

3.3.2.1 Βασικές εκδηλώσεις Πατρινού Καρναβαλιού.

Κατά την διάρκεια της περιόδου του καρναβαλιού εξελίσσονται αρκετές εκδηλώσεις και δράματα τα οποία δίνουν το δικό τους ξεχωριστό χρώμα στην διασκέδαση και στην πόλη.

Μερικά από αυτά είναι :

- **Τελετή Έναρξης:** Αποτελεί ένα από τα πιο αναμενόμενα γεγονότα για τους κατοίκους της πόλης. Ξεκινάει λίγες μέρες πριν την προγραμματισμένη ημερομηνία, με τον τελάλη που βγαίνει στους δρόμους για να ενημερώσει το κόσμο για το γεγονός αυτό και την διασκέδαση που ακολουθεί. Η τελετή πραγματοποιείται πάντα Σάββατο στην εορτή του Αγίου Αθανασίου όπου η αρχή γίνεται τις πρώτες προ μεσημβρινές ώρες σε διάσπαρτα σημεία της πόλης με κορύφωση το βραδύ στην κεντρική πλατεία της Πόλης.
- **Τσικνοπέμπτη:** αποτελεί μια αρκετά σημαντική μέρα για την πόλη καθώς σε συνδυασμό με το ψήσιμό κρέατος, διοργανώνονται σημαντικές πολιτιστικές δραστηριότητες σχετικά με το καρναβάλι στην περιοχή της Άνω Πόλης..

- **Καρναβάλι των μικρών¹⁷**: Μια εκδήλωση η οποία δεν υπάρχει σε κάποια άλλη Ευρωπαϊκή Χώρα και δίνει μια ευχάριστη νότα στους δρόμους της πόλης. Μια βδομάδα πριν την μεγάλη παρέλαση, εκατοντάδες μικρά παιδιά παρελαύνουν στους δρόμους σε ομάδες ανά σχολεία ή άλλες κατηγορίες.

Το Καρναβάλι των Μικρών είναι μια ιδιαίτερη και σημαντική ενότητα του Πατρινού Καρναβαλιού ως συνέχεια και εξέλιξη του baby rally που πρωτοεμφανίστηκε το 1968. Είναι ένα από τα πιο ζωντανά και πολλά υποσχόμενα τμήματα του Πατρινού Καρναβαλιού καθώς είναι το μέλλον για το Πατραϊκό Καρναβάλι. Έχει διανύσει τη δική του επιτυχημένη πορεία με διαφορετική νότα από τους μεγάλους αλλά την ανταγωνίζεται ανάλογα. Έχει αφήσει ανεξίτηλα το στίγμα του στις αποκριάτικες εκδηλώσεις, δίνοντας τη δυνατότητα στους νέους καρναβαλιστές να αναπτύξουν τη φαντασία τους και την ελευθερία της έκφρασης μέσω εναλλακτικών μορφών τέχνης, ψυχαγωγίας και παιχνιδιού. Οι κύριες δραστηριότητές του είναι οι αποκριάτικες πόλεις, θεατρικές παραστάσεις και μουσικές εκδηλώσεις, εκθέσεις και φυσικά η Μεγάλη Παιδική Παρέλαση

- **Νυχτερινή παρέλαση Αρμάτων¹⁸**: Τα καρναβαλικά άρματα, δημιουργίες του Καρναβαλικού Εργαστηρίου του Δήμου Πατρέων εκτός από την Μεγάλη Παρέλαση της Κυριακής των Απόκριων, παρελαύνουν και την παρασκευή πριν το τελευταίο σαββατοκύριακο των παρελάσεων. Αράζουν περιμετρικά της πλατείας Γεωργίου και ο κόσμος έχει τον χρόνο να τα φωτογραφίσει .

- **Παιχνίδι κρυμμένου Θησαυρού¹⁹**: αποτελεί ίσως ένα από τα πιο συναρπαστικά δρώμενα του Πατρινού καρναβαλιού. Έδωσε την δυνατότητα στους συμμετέχοντες να εμπλουτίσουν την ιδέα αυτή, ανοίγοντας νέους δρόμους έκφρασης, συλλογικής δράσης, υγιούς συναγωνισμού και συνεργασίας. Η μεγαλύτερη δύναμη του Κρυμμένου Θησαυρού, εκτός της διαγωνιστικής του φυσιογνωμίας και των βραβεύσεων, είναι η συμμετοχή των καρναβαλικών ομάδων σε μια μεγάλη συλλογική δράση με κοινές επιδιώξεις στην περιπέτεια, το κέφι, τη φαντασία, την ευρηματικότητα.

Υπάρχουν δρώμενα που στηρίζονται σε επίλυση γρίφων, σε αξιοποίηση υπαρχόντων γνώσεων πάνω σε ιστορία, γεωγραφία κ.α., δίδοντας την δυνατότητα τόσο να

¹⁷ <https://www.carnivalpatras.gr/apokria/carnival-of-children/>

¹⁸ <https://www.carnivalpatras.gr/apokria/floats-parade/>

¹⁹ <https://www.carnivalpatras.gr/apokria/treasure-hunt-game/>

διασκεδάσουν όσο και να αποκτήσουν νέες γνώσεις σχετικά με την πόλη και τις δραστηριότητές της. Ο αριθμός των μελών μιας ομάδας κυμαίνεται από 50 άτομα έως 300, συχνά και περισσότερα. Στο καρναβάλι του 2006 πήραν μέρος 239 ομάδες. Τα τελευταία χρόνια στα μέλη τους περιλαμβάνονται και άτομα από άλλες πόλεις που θέλουν όχι απλά να παρακολουθήσουν το πατρινό καρναβάλι αλλά και να συμμετάσχουν στις εκδηλώσεις του.

- **Μπουρμπούλια**²⁰: Πρόκειται για μια μοναδική εκδήλωση σε όλη την Ελλάδα που πραγματοποιείται αποκλειστικά στην Πάτρα. Επισήμως, δεν υπάρχει ακριβής ημερομηνία εμφάνισης αυτού του συμβάντος. Αναφορές ιστορικών την τοποθετούν γύρω στο 1872, περίοδο κατά την οποία ολοκληρώθηκαν τα Δημοτικά Θέατρα «Απόλλων». Στα μεσοπολεμικά χρόνια, ο θεατρολόγος Ανδρέας Λοβέρδος βάφτιζε τους απογευματινούς χορούς με το όνομα «μπουρμπούλι» (μεζές από βραστό κρέας), γιατί δεν απαιτούσαν ιδιαίτερη προετοιμασία. Συγκεκριμένα, η λέξη «φουσαλίδες» είναι φωνητική και προέρχεται ετυμολογικά από τον ήχο του νερού που βράζει. Έτσι, η αποκριάτικη εκδήλωση ονομάστηκε έτσι λόγω έλλειψης ιδιαίτερης μέριμνας για τη διοργάνωσή της καθώς ήταν πολύ εύκολη η διεξαγωγή της, όσο εύκολη και η προετοιμασία ενός μεζέ που βράζει.
- **Νυχτερινή Ποδαράτη παρέλαση**²¹: αποτελεί ουσιαστικά την προθέρμανση για το έναυσμα για την μεγάλη παρέλαση της τελευταίας Κυριακής των Αποκριών όπου ο συνδυασμός της μουσικής με το ξέφρενο γλέντι δίνουν μια άλλη νότα στην πόλη όπου κάνει ένα διάλλειμα από την καθημερινότητα με ένα πολύχρωμο χορό στους κεντρικούς δρόμους της Πάτρας.
- **Μεγάλη Παρέλαση**²²: αποτελεί το αποκορύφωμα των εκδηλώσεων πριν την τελετή λήξης καθώς από τις πρώτες μεσημβρινές ώρες χιλιάδες καρναβαλιστές όλων των ηλικιών, ξεχνώντας τους δρόμους με περίσσιο κέφι, ξεχνώντας όποια προβλήματα με μόνο σκοπό την διασκέδαση. Ένας χείμαρρος χαράς συγκλονίζει το κέντρο της πόλης, ο συναγωνισμός, η άμιλλα, η ευρηματικότητα, συντονίζονται στους ρυθμούς της μουσικής.

²⁰ <https://www.carnivalpatras.gr/apokria/bourboulia/>
²¹ <https://www.carnivalpatras.gr/apokria/night-parade/>
²² <https://www.carnivalpatras.gr/apokria/big-parade/>

- **Τελετή λήξης²³**: ίσως η στιγμή που κάτι τελειώνει αλλά συνάμα αρχίζει η προετοιμασία για την επόμενη χρονιά. Ο Βασιλιάς Καρνάβαλος παραδίδεται στην φωτιά εν μέσω πυροτεχνημάτων με το Δήμαρχο της Πόλης να ανακοινώνει την λήξη του Καρναβαλιού αλλά επίσης και την έναρξή προετοιμασιών για την επόμενη χρονιά με ελπίδες πάντα το επόμενο να είναι καλύτερο από το φετινό. Η τηλεοπτική της μετάδοση μεταφέρει σε κάθε άκρη της χώρας το πνεύμα της εκρηκτικής και μεγαλειώδους γιορτής.

Κλείνοντας την ενότητα του Πατρινού καρναβαλιού θα ήταν σημαντικό να αναφερθεί η απήχηση του έξω από τα όρια του Δήμου καθώς χιλιάδες επισκέπτες έρχονται κάθε χρόνο το τριήμερο αυτό στην Πόλη. Έτσι εκτός από τους δεκάδες χιλιάδες καρναβαλιστές που υπάρχουν, η πόλη δέχεται χιλιάδες επισκέπτες το οποίο αποτελεί και σημαντική οικονομική ανάσα για την τοπική οικονομία και για το σύνολο της Πόλης.

Βέβαια, δεν έλειψαν και οι πρόσφατες ακυρώσεις λόγω πανδημίας που δεν επέτρεψαν δυο χρονιές να γίνουν οι παρελάσεις όπως τις γνωρίζαμε ελπίζοντας αυτή η δύσκολη κατάσταση να περάσει γρήγορά και να επιστρέψουμε στις ξένοιαστες στιγμές που προσφέρει το Πατρινό Καρναβάλι τόσο στην πόλη όσο και στους επισκέπτες.

²³ <https://www.carnivalpatras.gr/apokria/closing-ceremony/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ

Στο παρόν κεφάλαιο θα εξετάσουμε την εκδήλωση του Πατρινού καρναβαλιού ως άυλη πολιτιστική κληρονομιά του παρελθόντος. Θα καταρτίσουμε ένα επιχειρηματικό σχέδιο μέσα από το οποίο αναλύοντας το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον, θα ανακαλύψουμε οτιδήποτε μπορεί να βοηθήσει στην βελτιστοποίηση του παρεχόμενου προϊόντος όσο αφορά την οικονομία της πόλης.

4.1 Καρναβάλι Πάτρας

Όπως ήδη αναφέραμε στο προηγούμενο κεφάλαιο το Πατρινό καρναβάλι αποτελεί τόσο τη μεγαλύτερη και παλιότερη αποκριάτικη εκδήλωση στην Ελλάδα και μία από τις μεγαλύτερες στο κόσμο όσον αφορά τη συμμετοχή των καρναβαλιστών και την ιστορία του. Μετρά πάνω από 190 χρόνια ιστορία ενώ δεν αποτελεί ένα μεμονωμένο γεγονός αλλά ένα σύνολο εκδηλώσεων που περιλαμβάνουν χορούς, παρελάσεις, κυνήγι κρυμμένου θησαυρού, καρναβάλι των μικρών

4.2 Εσωτερικό Περιβάλλον (Οργάνωση και Διοίκηση)

Όπως αναφέραμε, το καρναβάλι αποτελεί μια σημαντική ετήσια δραστηριότητα για την πόλη στην οποία σημαντικό ρόλο εκτός από τους χιλιάδες καρναβαλιστές που διασκεδάζουν νυχθημερόν, παίζουν και οι λεγόμενοι αφανείς ήρωες. Είναι όλοι οι εργαζόμενοι του Δήμου που με το δικό τους μεράκι, δίνουν το δικό τους τόνο σε αυτή την εκδήλωση με διάφορους τρόπους. Επίσης είναι οι εθελοντές, που ήταν ανέκαθεν η κινητήρια δύναμη της εκδήλωσης συμμετέχοντας στην Αποκριάτικη Επιτροπή και Ομάδες Εργασίας των εκδηλώσεων, αλλά και όντας πάντα ο πρώτος παρών στους δρόμους. Δραστηριοποιούνται κυρίως σε εκδηλώσεις και μεγάλες παρελάσεις ενώ ορισμένα από τα μέλη συμμετέχουν σε ομάδες εργασίας για την προετοιμασία εκδηλώσεων. Επίσης όσοι επιθυμούν μπορούν να εργαστούν στον τομέα της ενημέρωσης και εξυπηρέτησης πολιτών, θεατών και επισκεπτών στα οργανωμένα περίπτερα του Δήμου.

4.2.1 Βασικές Δομές

Μια βασική δομή που έχει σημαντικό ρόλο στα δρώμενα και στο τι βλέπουν τόσο οι ντόπιοι όσο και οι χιλιάδες επισκέπτες είναι η κοινωφελής επιχείρηση του Δήμου με την ονομασία “Καρναβάλι Πάτρας”, όπου έχει υπό την εποπτεία της το Καρναβαλικό Εργαστήριο.

Το καρναβαλικό εργαστήριο αποτελεί τη ψυχή του καρναβαλιού καθώς εκεί κατασκευάζονται τα άρματα που εκτίθενται στους δρόμους όπως και άλλες ευφάνταστες κατασκευές που στολίζουν την πόλη κατά την διάρκεια των εκδηλώσεων. Έχει τη δυνατότητα να παράγει είδη προς πώληση ή ενοικίαση και για το σκοπό αυτό συνεργάζεται με άλλους Δήμους, φορείς και ιδιώτες τα οποία προμηθεύει ανάλογα με τις ανάγκες τους είτε με ειδική παραγγελία είτε από τον κατάλογο των αποκριάτικων ειδών που διαθέτει.

Μια άλλη βασική δομή που υπάρχει είναι το Καρναβαλικό Κομιτάτο, το οποίο αποτελεί μια ιδέα ιδιωτών πολιτών με αγάπη για το θεσμό αυτό και με διάθεση για αυτοκριτική και βελτίωση. Τους καθοδηγεί η κοινή επιθυμία για παρεμβάσεις οι οποίες θα αναδείξουν και θα υπερασπιστούν το μοναδικό χαρακτήρα του Πατρινού Καρναβαλιού. Το σωματείο επίσης συστήθηκε με στόχο την ανάπτυξη μελέτης και γόνιμου προβληματισμού ως προς τις καταβολές και τις κατευθύνσεις του Καρναβαλιού.

Η προσέγγιση του Κομιτάτου δεν έχει φιλολογικό χαρακτήρα όσο αφορά το Καρναβάλι. Καταθέτει έμπρακτη πρόταση, η οποία έχει σημασία, είναι πολύ-συλλεκτική και δεν είναι μια ιδέα ενιαία, στείρα ή μονότονη. Μέσα στις τάξεις του Κομιτάτου υπάρχουν διάφορες Οι τάσεις, αντιλήψεις, οι ποικίλοι χαρακτήρες και προσωπικότητες που βρίσκονται μέσα στο Κομιτάτο αποπνέει ένα διαφορετικό κλίμα σιγουριάς για το τελικό αποτέλεσμα για τους κατοίκους της πόλης και για τους επισκέπτες.

4.2.2 Προγραμματισμός Εκδηλώσεων

Η αρχή των ετοιμασιών για το καρναβάλι του αντίστοιχου έτους ξεκινάει συνηθώς με την τελετή λήξης του υπάρχοντος έτους όπου ο Δήμαρχος ανακοινώνει την έναρξη προετοιμασίας για το επόμενο έτος.

Ήδη από την επόμενη μέρα το Καρναβαλικό Εργαστήριο πιάνει δουλειά με σκοπό να είναι όλα έτοιμα σε ένα χρόνο και τα άρματα να μπορούν να παρελάσουν στους κεντρικούς δρόμους. Η βασική φιλοσοφία τους, αφορά συνήθως την επικαιρότητα της εποχής με σάτιρά σε πολιτικά ή

κοινωνικά γεγονότα να είναι έντονη αλλά σε σημείο που να μην είναι προσβλητική αλλά να χαρίζει χιούμορ και γέλιο που είναι απαραίτητα στην εποχή που ζούμε.

4.3 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος

Η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος θα πραγματοποιηθεί με τις δύο αναλύσεις που αναφέραμε στη παρούσα εργασία οι οποίες είναι η Ανάλυση SWOT και η Ανάλυση PEST.

4.3.1 Ανάλυση PEST

Όπως γνωρίζουμε η παρούσα ανάλυση αποτελείται από 4 πεδία εξέτασης παραγόντων τα οποία είναι τα εξής:

- **Πολιτικοί παράγοντες:**
 - Πιθανές πολιτικές αποφάσεις μπορούν να περιορίσουν ή να αναστείλουν το εύρος των δραστηριοτήτων για κάποια αιτία που κριθεί σημαντική.

- **Οικονομικοί παράγοντες**
 - Η κρατική ετήσια επιχορήγηση του υπουργείου να έχει συρρικνωθεί λόγω έκτακτων καταστάσεων.
 - Η διατήρηση ενός κλίματος οικονομικής αστάθειας το οποίο θα εμποδίζει πολλούς επισκέπτες να επισκεφτούν την πόλη με αντίστοιχες επιπτώσεις στην οικονομία
 - Διατήρηση της πανδημίας και του φόβου που υπάρχει, με αντίστοιχη επίπτωση στη διάθεση για επένδυση κεφαλαίου σε διαμονή και διασκέδαση.
 - Μείωση των χορηγιών για διαφήμιση με αποτέλεσμα μειωμένη προβολή προς ενδιαφερόμενους πελάτες- επισκέπτες

- **Κοινωνικό-πολιτιστικοί παράγοντες**
 - Επίδραση της τηλεόρασης με καλύτερη προβολή σε όλη την επικράτεια.
 - Εξωστρέφεια σε νέες ηλικιακές ομάδες ακόμα και άλλων πόλεων για συμμετοχή σε δρώμενα ή σε υποβολή ιδεών.
 - Διεύρυνση της έννοιας του εθελοντισμού στο Καρναβάλι.

- **Τεχνολογικοί Παράγοντες**

- Χρήση Διαδικτύου για εξάπλωση της ιδέας του Καρναβαλιού
- Δημιουργία Δρώμενων μέσα από το διαδίκτυο με απονομή αναμνηστικών δώρων στους συμμετέχοντες και διαμονή στην πόλη για τους νικητές διαγωνισμών.
- Αξιοποίηση των ραγδαία αναπτυσσόμενων κοινωνικών μέσων δικτύωσης έτσι ώστε να υπάρχει μεγαλύτερη προβολή σε μεγαλύτερο εύρος πληθυσμού ακόμα και στο εξωτερικό.

4.3.2 Ανάλυση SWOT

Η Ανάλυση SWOT που θα πραγματοποιήσουμε, θα προσπαθήσει να δώσει όσο το δυνατόν μια καλύτερη εικόνα της κατάστασης στο εξωτερικό περιβάλλον και πως μπορεί να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα για την αναφερομένη περίπτωση.

Τα στοιχεία που περιλαμβάνει η Ανάλυση SWOT είναι

- **Δυνατά σημεία (Strength):**

- Ενεργή δράση εθελοντών στα δρώμενα του καρναβαλιού
- Είναι από τη φύση του πολυπολιτισμικό και εξωστρεφές
- Ενδυνάμωση του brand name που έχει αποκτήσει κατά το πέρασμα των ετών για καλύτερες αναμενόμενες διοργανώσεις
- Αξιοποίηση νέων χώρων όπου θα γίνεται παρουσίαση της Ιστορίας(πχ ο πρόσφατα ανακαινισμένος χώρος των Παλαιών Σφαγείων)
- Διαχωρισμός αρμοδιοτήτων των στελεχών με σκοπό την καλύτερη κατανομή αρμοδιοτήτων με αντίστοιχα βέλτιστα αποτελέσματα
- Η συνεχής ανάπτυξη και διαρκής εξέλιξη του καρναβαλιού των Μικρών μπορεί να λειτουργήσει ως αυτόνομος πόλος έλξης επισκεπτών

- **Αδύνατα Σημεία (Weakness):**

- Μειωμένο εισόδημα των επισκεπτών
- Δυσκολία εύρεσης χορηγιών και διαφημίσεων
- Έλλειψη κρατικής επιχορήγησης.

- Η έλλειψη παράλληλων δράσεων αλλά και η διεξαγωγή τους σε περιορισμένη ακτίνα γύρω από το κέντρο της πόλης, επιτείνουν τον συνωστισμό
 - Η φιλοσοφία που διακατέχει την πλειοψηφία των επισκεπτών, που τους ενδιαφέρει κυρίως η διασκέδαση και λιγότερο η ιστορία του καρναβαλιού
 - Έλλειψη Χώρων που θα λειτουργήσουν ως ζωντανά μουσεία του καρναβαλιού για την πόλη.
- **Απειλές (Threats)**
 - Η συνεχόμενη οικονομική αβεβαιότητα που προκαλούν ανησυχία τόσο σε τοπικό επίπεδο όσο και σε εθνικό επίπεδο
 - Όσο αφορά την τωρινή περίοδο, η πανδημία του κορωνοϊού, αποτελεί μια σημαντική απειλή καθώς ήδη 2 χρονιές έχει ακυρωθεί το καρναβάλι και ακόμη τα πράγματα είναι πολύ ρευστά για το 2022.
 - Αδυναμία αξιοποίησης της διοργάνωσης της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης για το 2006 για επίτευξη καλύτερης προβολής της σε μεγαλύτερο εύρος επισκεπτών.
- **Ευκαιρίες (Opportunities)**
 - Εκμετάλλευση του διαδικτύου για προώθηση του θεσμού και ανάπτυξή του.
 - Συνεργασία με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα της πόλης με σκοπό την ενεργότερη συμμετοχή των νέων ανθρώπων που έχουν να προσφέρουν δημιουργική διάθεση και ιδέες.
 - Η δημιουργία το 2021 στο χώρο των Παλαιών Σφαγείων ενός χώρου ο οποίος θα αποτελεί ένα μουσείο για την ιστορία του καρναβαλιού.
 - Αξιοποίηση του Λιμανιού της πόλης ως παράγοντα εξωστρέφειας προς την Δυτική Ευρώπη και προσέλκυση νέων επισκεπτών από άλλες χώρες.

4.4 Ανάλυση αγοράς για το Καρναβάλι

Το καρναβάλι της Πάτρας ως εκδήλωση μπορούμε να πούμε ότι αναφέρεται σε δύο βασικές κατηγορίες οι οποίες είναι:

- Επιχειρήσεις της Πόλης: η εκδήλωση του καρναβαλιού αποτελεί σημαντικό κομμάτι για τις τοπικές επιχειρήσεις καθώς αυξάνεται σημαντικά έστω και για λίγες μέρες το αγοραστικό κοινό. Σύμφωνα με μελέτες που έχουν γίνει κατά το πέρασμα των ετών, κατά μέσο όρο 70.000 επισκέπτες έρχονται στην πόλη για το τελευταίο τριήμερο των εκδηλώσεων. Αυτό αποτελεί σημαντική οικονομική ένεση για επιχειρήσεις διαφόρων κατηγοριών όπως του εμπορίου της εστίασης ή παροχής υπηρεσιών όπως είναι τα ξενοδοχεία ανεξαρτήτου μεγέθους. Σίγουρα το μεγαλύτερο μερίδιο πέφτει στην εστίαση όπου ο όγκος της δουλειάς πολλαπλασιάζεται γεωμετρικά σε σχέση με τις άλλες μέρες δημιουργώντας επίσης την ευκαιρία για ανάπτυξη νέων ευκαιριακών θέσεων εργασίας για την πόλη. Βέβαια είναι αξιοσημείωτη η οικονομική βοήθεια και στους δυο άλλους κλάδους (εμπόριο και Παροχή υπηρεσιών) καθώς η αύξηση των επισκεπτών αποτελεί και σημαντική αύξηση του τζίρου τους.
- Κατοίκους και επισκέπτες: όσο αφορά την συγκεκριμένη ομάδα, η εκδήλωση αυτή αποτελεί σημαντικό κομμάτι ειδικά για τους επισκέπτες. Αφορά όλες τις ηλικίες αλλά έχει παρατηρηθεί ότι η πλειοψηφία των επισκεπτών ανήκει σε νέους μέχρι 30 ετών οι οποίοι διαμένουν στην πόλη μέχρι την καθαρή Δευτέρα ή το Βράδυ της Κυριακής. Ακόμα, παρατηρούνται και οικογένειες οι οποίες προτιμούν τις μονοήμερες εκδρομές στην πόλη με σκοπό να γνωρίσουν την παράδοση αυτή και να ξεφύγουν από την καθημερινότητα. Δίδεται η δυνατότητα μέσω καλά οργανωμένων δράσεων να μάθουν την ιστορία όχι μόνο του καρναβαλιού αλλά και των άλλων παράπλευρών δρώμενων που εξελίσσονται όπως τον Γάμο της Γιαννούλας της Κουλουρού όπου γίνεται αναπαράσταση το βράδυ της Τσικνοπέμπτης, το κυνήγι του κρυμμένου θησαυρού κ.α.. Επίσης θεωρώ θα είναι μια καλή ευκαιρία για τους ντόπιους κατοίκους με κατάλληλες ενέργειες να δείξουν την φιλοξενία τους, να αναδείξουν ομορφιές της πόλης με στόχο να προσελκυσθούν οι επισκέπτες στην Πόλη όχι μόνο για το καρναβάλι αλλά και σε άλλες περιόδους του έτους.

4.5 Ανταγωνισμός και Καρναβάλι²⁴

Όσο αφορά τον ανταγωνισμό που φυσιολογικά υπάρχει στο εξωτερικό περιβάλλον που δραστηριοποιείται, μπορούμε να πούμε ότι είναι αντίστοιχες εκδηλώσεις που εξελίσσονται σε άλλες περιοχές της επικράτειας. Σαν φήμη το Καρναβάλι της Πάτρας υπερέχει αλλά παρόμοιες εκδηλώσεις σε συνδυασμό με άλλου παράγοντες μπορεί να επηρεάσουν την εξέλιξη του.

Εκδηλώσεις παρόμοιες με το Πατρινό καρναβάλι οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν την επισκεψιμότητα του είναι οι εξής:

- **Ρεθυμνιώτικο Καρναβάλι** (Περιοχή: Κρήτη, Δήμος Ρεθύμνου): διοργανώνεται σε ετήσια βάση με πολύ φαντασία. Άρματα, άμαξες, χιουμοριστικές μασκαράδες και κάθε λογής πρωτότυπες ιδέες παρελαύνουν μπροστά σε χιλιάδες επισκέπτες..
- **Καρναβάλι και Κούλουμα στο Διαβολίτσι** (Περιοχή: Μεσσηνία, Δήμος Ανδανιάς): Διοργανώνεται παρέλαση αρμάτων σατιρίζοντας την καθημερινότητα, την πολιτική, τα κοινωνικά θέματα. Η παρέλαση θα συνεχιστεί με μασκοφόρους κλόουν, ξυλοπόδαρους κ.λπ., δίνοντας άλλη διάσταση σε θέματα της επικαιρότητας που θα σας διασκεδάσουν με τον τρόπο τους..
- **Το καρναβάλι της Ξάνθης** (Περιοχή: Θράκη, Δήμος Ξάνθης): Εξαιρετικά φαντασμαγορικό το καρναβάλι της Ξάνθης, όπου γίνεται σε λάτιν ρυθμούς. Ξανθιώτικο έθιμο είναι το κάψιμο του «Τζάρου» την περασμένη Κυριακή, στη γέφυρα του ποταμού Κόσυνθου. σε μια εντυπωσιακή ατμόσφαιρα πυροτεχνημάτων.
- **Το καρναβάλι της Ζακύνθου** (Περιοχή: Επτάνησα, Ζάκυνθος): Εξίσου διασκεδαστικό με αυτό της Κεφαλονιάς όπου κυριαρχούν αυτοσχέδιοι χοροί και θεατρικές παραστάσεις στις πλατείες από μασκοφόρους. Την Κυριακή γίνεται η αποκριάτικη πομπή και η πολύ χιουμοριστική «κηδεία της Μάσκας», με τους θλιμμένους συγγενείς να την οδηγούν σε απρόσμενες εξελίξεις
- **Το καρναβάλι της Κεφαλονιάς** (Περιοχή: Επτάνησα, Κεφαλονιά): Χαρακτηριστικό γνώρισμα για τα Επτάνησα είναι η παρέλαση της Φιλαρμονικής, τα άρματα και οι χοροί. Βασίζεται στη λατρεία του θεού Διόνυσου. Στην αρχαιότητα ήταν η μοναδική ευκαιρία για τις

²⁴ http://www.hotelsline.gr/root/newhotel/mx/m_Ellas_karnavali.asp

γυναίκες να βγαίνουν μεταμφιεσμένες και να γλεντούν. Το καρναβάλι της Κεφαλονιάς έχει επηρεαστεί από τα έθιμα εκείνων που πάτησαν το νησί π.χ. Αγγλικά, Γαλλικά, Βενετσιάνικα. Για παράδειγμα, κάποιοι από τους χορούς που είναι συνηθισμένοι, όπως ο «πολυέλαιος». Την τελευταία Κυριακή της Αποκριάς πραγματοποιείται η μεγάλη παρέλαση αρμάτων σε Αργοστόλι και Ληξούρι, που συναγωνίζονται μεταξύ τους ποια από τις δύο διοργανώσεις είναι η καλύτερη. Η γιορτή ολοκληρώνεται με το κάψιμο του Βασιλιά Καρναβαλιού.

- **Το καρναβάλι της Νάουσας** (Περιοχή: Περιοχή: Μακεδονία, Νάουσα): Το καρναβάλι της Νάουσας γιορτάζεται με τις Μπούλες και τους Γενίτσαρους, ένα έθιμο βαθιά ριζωμένο στην ιστορία και την παράδοση. Αυτή είναι η προετοιμασία των χειροποίητων κοστουμιών και η διαδρομή που θα ακολουθήσουν οι καρναβαλιστές. Την τελευταία Κυριακή ακολουθεί μεγάλο γεύμα, καθώς οι δρόμοι γεμίζουν με γλυκά και παραδοσιακά εδέσματα. Το ποτό συνεχίζεται μέχρι την επόμενη μέρα.
- **Το καρναβάλι της Σκύρου** (Περιοχή: Σποράδες, Σκύρος): Το Σκυριανό Halloween ξεχωρίζει γιατί αποτελείται από τρεις διαφορετικές μεταμφιέσεις, τον «γερο», τον «κορέλα» και το «φράγκο». Αυτό είναι ένα πολύ παλιό έθιμο όπου τα ρούχα είναι χειροποίητα. Οι τρεις αυτές ομάδες συμμετέχουν σε έναν ξέφρενο χορό υπό τους ήχους των κουδουνιών που κρέμονται από τους «γέρους» και το σφύριγμα των οβίδων που κρατούσαν τα «φράγκα». Η γιορτή διαρκεί όλη τη νύχτα και ολοκληρώνεται την Καθαρά Δευτέρα..
- **Το καρναβάλι της Άμφισσας** (Περιοχή: Στερεά Ελλάδα, Άμφισσα): Η «νύχτα των φαντασμάτων» πρωταγωνιστεί το τελευταίο Σάββατο της Αποκριάς. Ένα φαντασμαγορικό θέαμα όπου οι «καμπάνες» προσπαθούν να ξορκίσουν τα πνεύματα που βασάνιζαν τους βυρσοδέψες της περιοχής κατά την παράδοσή τους. Το επόμενο πρωί διοργανώνεται γλέντι στην πλατεία της Ιτέας και στη συνέχεια ακολουθεί η καθιερωμένη παρέλαση αρμάτων στους κεντρικούς δρόμους της πόλης.
- **Το καρναβάλι στα Ιωάννινα** (Περιοχή: Ήπειρος, Ιωάννινα): Κάθε μέρα της Αποκριάς είναι διασκεδαστική αλλά αυτή που ξεχωρίζει είναι η τελευταία Κυριακή όπου όλες οι γειτονιές ανάβουν τις «Τζιάμαλες». Είναι τεράστιες φωτιές όπου γύρω τους στήνεται μεγάλο γλέντι με χορό, φαγητό και τσίπουρο. Μεγάλες φωτιές ανάβουν σε κάθε γειτονιά οι κάτοικοι και όσοι θέλουν να περιφέρονται από γειτονιά σε γειτονιά και το γλέντι με το πέραςμα του χρόνου ακόμα φουντώνει

- **Το καρναβάλι της Κοζάνης** (Περιοχή: Μακεδονία, Κοζάνη) Αμέσως μετά τις γιορτές των Χριστουγέννων, οι κάτοικοι της Κοζάνης ξεκινούν την παρασκευή του «Φανού», ένα έθιμο που έχει τις ρίζες του στην Τουρκοκρατία. Οι Φανοί ήταν τόπος συγκέντρωσης των υπόδουλων Ελλήνων όπου επικοινωνούσαν και έπαιρναν αποφάσεις κατά την επανάσταση του 1821. Έτσι μέχρι σήμερα η εκδήλωση αυτή έχει καθιερωθεί και γίνεται με μεράκι και αγάπη από τους κατοίκους. Γύρω στις 6 το απόγευμα στην κεντρική πλατεία της πόλης ανάβει το πρώτο Φανάρι από τον Δήμαρχο. Γύρω του στήνεται μεγάλος χορός και ξέφρενο γλέντι. Στη συνέχεια ακολουθούν τα φώτα άλλων περιοχών και όλοι οι παρευρισκόμενοι μπαίνουν στην ατμόσφαιρα του Καρναβαλιού.
- **Το καρναβάλι του Μοσχάτου** (Περιοχή: Αττική, Δήμος Μοσχάτου): Χρονολογείται μόλις το 1987 αλλά παρόλα αυτά έχει καταφέρει να γίνει αρκετά δημοφιλές και έχει τη μεγαλύτερη προσέλευση επισκεπτών από άλλα καρναβάλια στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας. Κάθε χρόνο φιλοξενεί καλλιτέχνες για όλα τα γούστα και Βραζιλιάνους χορευτές που μετατρέπουν το καρναβάλι σε Latin Party. Πολλές φορές συμμετέχουν αντιπροσωπείες καρναβαλιστών από άλλα μέρη της Ελλάδας και από τον υπόλοιπο κόσμο.

4.6 Πλάνο Μάρκετινγκ για Πατρινό Καρναβάλι

Στη παρούσα ενότητα θα αναλυθεί το κομμάτι του μάρκετινγκ το οποίο μπορεί να βοηθήσει σημαντικά την προώθηση του αλλά και την καλύτερη επιχειρηματική του ανάπτυξη το οποίο αποτελεί και θέμα της παρούσης εργασίας. Είναι σίγουρό ότι σε ένα περιβάλλον ταχέως αναπτυσσόμενο και με την τεχνολογία να έχει μπει για τα καλά στη ζωή μας, θα πρέπει ο τρόπος παροχής και προβολής του προϊόντος αυτού να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα.

Είναι υποχρέωση όσων ασχολούνται με το αντικείμενο αυτό, να το εξελίσσουν, να βρουν νέους τρόπους επικοινωνίας τόσο με φορείς προβολής όσο και με τους υποψήφιους πελάτες-επισκέπτες. Με την σωστή εφαρμογή στοιχείων και τεχνικών του Μάρκετινγκ μπορεί να βελτιώσει στοιχεία του υπάρχοντος περιβάλλοντος οδηγώντας σε καλύτερα αποτελέσματα στο μέλλον με πολλαπλά οφέλη.

Θα επιχειρηθεί να γίνει μια ανάλυση του μείγματος Μάρκετινγκ έτσι ώστε να εξεταστούν και να δούμε τι χρειάζεται παρέμβαση για βελτίωση ή εκσυγχρονισμό.


4.6.1 Μείγμα Μάρκετινγκ

Καθώς η περίπτωση μας αφορά μια υπηρεσία όπως είναι το Καρναβάλι θα αναλύσουμε το Μείγμα μάρκετινγκ Υπηρεσιών (7 P) το οποίο περιλαμβάνει τα εξής:

- ✚ **Προϊόν (Product):** στην προκειμένη περίπτωση αναφερόμαστε στην υπηρεσία που συνολικά προσφέρεται την περίοδο αυτή μέσα από τις εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται. Αφορά κυρίως τις παρελάσεις δηλαδή το καρναβάλι των μικρών και τις δυο μεγάλες παρελάσεις όπως επίσης και τα παράπλευρα δρώμενα που εξιστορούν διάφορες ιστορίες και παραδόσεις όπως έχουμε αναφέρει σε προηγούμενο κεφάλαιο. Ακόμα είναι άξιο να αναφερθεί η χρήση χώρων μεγάλης ιστορικής αξίας για την πόλη όπως είναι το Θέατρο Απόλλων στο οποίο για πολλά χρόνια διοργανώνονται καρναβαλικοί χοροί όπως και τα διάσημα Μπουρμπούλια. Ένας ευχαριστημένος επισκέπτης θα μεταφέρει την εμπειρία του (mouth to mouth) σε φίλους και συγγενείς παροτρύνοντάς τους να επισκεφτούν και αυτοί την πόλη στο μέλλον για να βιώσουν την εμπειρία αυτή, το οποίο φυσικά αποτελεί μια από τις πιο δυνατές μορφές επικοινωνίας και διαφήμισης.
- ✚ **Τιμή (Price):** σε οποιαδήποτε μορφής επιχείρηση, εμπόριου ή παροχής υπηρεσιών το κομμάτι της τιμολόγησης αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην εξέλιξη της επιχειρηματικής του πορείας. Όταν αναφερόμαστε στο κομμάτι της τιμής όσο αφορά το καρναβάλι, το εύρος που καλύπτει είναι αρκετά μεγάλο. Καταρχάς, θα μπορούσε να υπάρχει μια κοινωνική τιμολογιακή πολιτική για τις εκδηλώσεις που διοργανώνουν οι φορείς του Δήμου για να είναι δυνατή η συμμετοχή από περισσότερο κόσμο που μπορεί να μην έχουν την οικονομική δυνατότητα να το πραγματοποιήσουν τώρα. Επίσης, θεωρώ ότι μια προσπάθεια ελέγχου των τιμών που εφαρμόζονται κυρίως από τις επιχειρήσεις εστίασης θα ήταν χρήσιμο, καθώς πολλές φορές έχουν ακουστεί παράπονα αισχροκέρδειας από την πλευρά τους, που το μόνο που προσφέρει είναι δυσφήμιση για την πόλη και το καρναβάλι.
- ✚ **Διανομή (Place):** η διανομή ενός προϊόντος ή μιας σύνθετης υπηρεσίας όπως είναι το καρναβάλι αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία του Μείγματος Μάρκετινγκ καθώς αποτελεί το τρόπο με τον οποίο θα έρθει σε επαφή με τον υποψήφιο πελάτη ή ακόμα και επενδυτή. Ο τρόπος με τον οποίο μπορεί να γίνει η πρώτη επαφή αποτελεί το κλειδί για

την επιτυχία του εγχειρήματος. Στην περίπτωση μας, η επιλογή του καναλιού διανομής μπορεί να δώσει την σωστή ώθηση καθώς μπορεί να διαδώσει την ιδέα και την ξενοιασιά των εκδηλώσεων παντού. Δυο πολύ σημαντικά κανάλια διανομής είναι τα εξής:

- **Ηλεκτρονικό κανάλι διανομής:** σε αυτή τη περίπτωση θα μπορούσε να βοηθήσει η τηλεόραση πανελλαδικής εμβέλειας ή οποια με την μετάδοση των εκδηλώσεων αλλά και εκπομπών οι οποίες θα παρουσιάζουν όλα τα δρώμενα που εξελίσσονται στην πόλη, θα έδινε μια άλλη πνοή στη προσπάθεια αυτή. Επίσης, η χρήση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης(Facebook, Instagram,κλπ.), θα μπορούσαν να βοηθήσουν σημαντικά καθώς όλοι μοιραζόμαστε τις ωραίες στιγμές ξενοιασιάς οι οποίες μέσα από τις πλατφόρμες ταξιδεύουν παντού και γίνονται γνωστές. Ακόμα, η χρήση των πλατφορμών αυτών μπορεί να γίνει ένα σημαντικό εργαλείο των αρμόδιων φορέων μέσω των οποίων να γίνεται ζωντανή αναμετάδοση των εκδηλώσεων ώστε να είναι προσβάσιμες σε άτομα τα οποία δεν μπορούν να συμμετάσχουν είτε λόγω απόστασης ή για άλλη αιτία.
- **Έντυπο κανάλι διανομής:** ένας άλλος τρόπος που μπορούν οι πληροφορίες για το καρναβάλι να φτάσει στον τελικό αποδέκτη είναι μέσω εντύπων εκδόσεων. Αυτό γίνεται μέσω της διανομής εντύπων τα οποία θα περιλαμβάνουν όλες τις λεπτομέρειες σχετικά με τις εκδηλώσεις, την ιστορία και τους πρωταγωνιστές των δρώμενων. Έτσι η ιστορία και η παράδοση θα ταξιδέψει παντού το οποίο είναι κάτι που μένει καθώς έχει υλική μορφή.

 **Προώθηση (Promotion):** η προώθηση του καρναβαλιού ως ιδέα και υπηρεσία μπορεί να είναι κάτι δύσκολο αλλά υπάρχουν τρόποι με τους οποίους επιτυγχάνεται μια καλύτερη διασπορά της πληροφορίας. Μέσα από προσεκτικές ενέργειες θα μπορούσε να οργανωθεί μια σειρά εκπομπών από κανάλια πανελλαδικής εμβέλειας τα οποία θα παρουσιάζανε αναλυτικά το καρναβάλι και τις ιδιαιτερότητες του. Έτσι θα ήταν εφικτή μια διείσδυση των νέων και όχι μόνο ανθρώπων στην ιδέα αυτή. Επίσης, η δημιουργία διαγωνισμών σε ζωντανές εκπομπές με δώρα είτε αναμνηστικά του καρναβαλιού είτε πακέτα διαμονής στη

πόλη θα μπορούσε να δώσει κίνητρο για πιο ενεργή συμμετοχή με απώτερο στόχο την προσέλκυση τους στο Καρναβάλι.

🚩 **Ανθρωποι (People):** Στην περίπτωση αναφερόμαστε σε όλους τους ανθρώπους που εργάζονται για να έχουμε το αποτέλεσμα που παρακολουθούν όλοι οι επισκέπτες κάθε χρόνο. Στην τεράστια αυτή ομάδα είναι οι εργαζόμενοι του Δήμου διαφόρων ειδικοτήτων, εργαζόμενοι στο Καρναβαλικό Εργαστήρι που δουλεύουν αδιάκοπα όλο το χρόνο για να είναι έτοιμα όλα τα άρματα όπως και ο Βασιλιάς Καρνάβαλος. Βέβαια, δεν πρέπει να ξεχνάμε και τους εκατοντάδες εθελοντές που με την ψυχή τους, δίνουν τη δική τους νότα στο καρναβάλι, βοηθώντας όπου χρειαστεί χωρίς κάποιο όφελος, με μόνη σκέψη την βέλτιστη παρουσίαση όλων των δρώμενων.

🚩 **Διαδικασίες (Procedures):** στο κόμματι αυτό θα μπορούσαμε να τοποθετήσουμε κάποιες κομβικές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται από τις 17 Ιανουάριου ως την λήξη των εκδηλώσεων. Αυτές είναι οι εξής:

- Τελετή Έναρξης
- Κυνήγι Κρυμμένου Θησαυρού
- Τσικνοπέμπτη
- Τελετή Λήξης και Κάψιμό του Βασιλιά Καρνάβαλου.

🚩 **Φυσικά Στοιχεία (Physical Evidence):** Σαν φυσικά στοιχεία θα μπορούσαμε να αναφέρουμε διαφορά δημιουργήματα που ενισχύουν το καρναβαλικό κλίμα στην πόλη. Τέτοια είναι οι “**καρναβαλικοί μπάστακés**” οι οποίοι τοποθετούνται σε διάφορα σημεία της πόλης όπως και στις εισόδους για να θυμίζει ότι έρχεται το καρναβάλι. Επίσης ο καρναβαλικός φωτισμός ο οποίος παραμένει αναμμένος κάθε βραδύ για όλη την περίοδο των εκδηλώσεων δίνει μια άλλη αίσθηση στην πόλη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Για κάθε είδος εμπορικής δραστηριότητας είτε αφορά παροχή υπηρεσιών είτε πώληση προϊόντων, η χρήση του μάρκετινγκ στην επιχειρηματικότητα μπορεί να δώσει σημαντικές λύσεις.

Υπάρχουν σημαντικά εργαλεία τα οποία μπορούν να δώσουν σημαντικές πληροφορίες προς κάθε ενδιαφερόμενο σχετικά με το αναφερόμενο έργο που θέλει να πραγματοποιηθεί.

Μελετήθηκε το Πατρινό Καρναβάλι που αποτελεί μια πολύ σημαντική άυλη κληρονομιά της πόλης το οποίο μετά από χρόνια μεγάλης ανάπτυξης, βίωσε μια μικρή κάμψη ενώ πριν την έναρξη της πανδημίας τα σημάδια που υπήρχαν ήταν αρκετά ενθαρρυντικά για τον μέλλον του. Υπάρχουν προοπτικές εξέλιξης με προσεκτικά βήματα καθώς κάνεις δεν μπορεί να γνωρίζει πως θα είναι η επάνοδος του έπειτα από δύο ακυρώσεις λόγω κορονοϊού.

Αυτό που μπορεί ευκολά να σημειωθεί είναι ότι σαν εκδήλωση αποτελεί μια παράδοση η οποία έχει πολύ γερές βάσεις και θεωρείται σίγουρο ότι θα υπάρχει ανάκαμψη. Πράγμα το οποίο αναμένεται με μεγάλη ανυπομονησία και από την τοπική επιχειρηματική κοινωνία της πόλης καθώς αποτελεί κάθε χρόνο παράγοντας σημαντικής οικονομικής βελτίωσης ειδικά την τελευταία δεκαετία με την οικονομική κρίση σε έξαρση.

Μια βασική απειλή που μπορεί να αντιμετωπίσει το καρναβάλι είναι ο φόβος που θα υπάρχει λόγω της πανδημίας και του συνωστισμού που αναμενόμενα υπάρχει σε κάθε γωνιά του κέντρου της πόλης. Αυτό μπορεί να αποβεί καθοριστικό για πολλές επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων καθώς υπάρχει ενδεχόμενο μείωσης των επισκεπτών το οποίο επηρεάζει σημαντικά τόσο την εστίαση, το εμπόριο αλλά και τα ξενοδοχεία της περιοχής.

Το σημαντικό είναι να μπορέσει ο Δήμος όσο και οι φορείς που ασχολούνται με την οργάνωση του να προσαρμόσουν το καρναβάλι στις μεταβαλλόμενες συνθήκες για όσο καιρό χρειαστεί με σκοπό να μην υπάρχει σημαντική απώλεια φίλων της εκδήλωσης και όσο μπορεί να μειωθεί η ζημιά.

Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με εντονότερη χρήση όλων των ηλεκτρονικών μέσων προβολής αλλά και με συνεργασία με τοπικά και πανελλήνια μέσα ενημέρωσης. Δηλαδή, μέσω συμφωνιών που θα συναφθούν να υπάρχει προβολή ως ειδήσεις των εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται αλλά και με την μέθοδο του live streaming να γίνεται ζωντανή αναπαραγωγή έτσι ώστε να

διατηρείται το ενδιαφέρον ζωντανό κατά την διάρκεια της περιόδου που ζούμε με τον κορονοϊό αλλά και όταν επιστρέψουμε στην καθημερινότητα.

Γενικά, κάθε φορέας οφείλει να προσαρμόζεται στις ταχέως αναπτυσσόμενες καταστάσεις ειδικά στο τεχνολογικό τομέα και να τις χρησιμοποιεί προς όφελος του καθώς έτσι μπορεί να υπάρχει μεγαλύτερη προβολή αλλά ίσως και διάσωση πολιτιστικής κληρονομιάς που μέχρι τότε ήταν σχετικά άγνωστη στο ευρύ κοινό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ:

1. Πετράκης Παναγιώτης Η επιχειρηματικότητα 2008 Εκδότης ΙΔΙΩΤΙΚΗ
2. Καραγιάννης, Η. Γ. και Μπακούρος, Ι. Λ. (2010), “Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα, Θεωρία - πράξη”, Εκδόσεις Σοφία, Θεσσαλονίκη
3. Κορρές, Γ. (2011), “Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα”, Πανεπιστήμιο Αιγαίου
4. Σταμπουλής, Γ. (2014), “Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα”, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
5. Κακούρης, Α. (2014), “Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα – Διοίκηση Επιχειρήσεων” Εκπαιδευτικό υλικό για τα κέντρα δια βίου μάθησης, Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων
6. Πετρόφ Γ. Τζωρτζάκης Κ. Τζωρτζάκη Α. (2002), Μαρκετινγκ Μάνατζμεντ Η Ελληνική Προσέγγιση-Αρχες Στρατηγικές Εφαρμογές, Εκδόσεις ROSILI Αθήνα
7. Μπιτσάνη Ε. (2004) Πολιτισμική διαχείριση και περιφερειακή ανάπτυξη. Σχεδιασμός πολιτιστικής πολιτικής και πολιτιστικού προϊόντος. Εκδόσεις Διόνικος, Αθήνα
8. Πασχαλίδης, Γρ. & Χαμπούρη – Ιωαννίδου, Αικ. (2002), Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων: Εισαγωγή στον Πολιτισμό, τ. Α΄. Πάτρα
9. Παυλογεωργάτος, Γ. & Κωνσταντογλου, Μ. (2005) Πολιτισμικός Τουρισμός: Η Περίπτωση της Ελλάδας. Οι Πολιτισμικές Βιομηχανίες: Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά (59-84).
10. Cuche Denys, (2001) Η έννοια της κουλτούρας στις Κοινωνικές Επιστήμες Εκδότης Τυπωθητώ/ Δαρδανός Αθήνα
11. Πασχαλίδης Γ. & Χαμπούρη-Ιωαννίδου Α., (2002) Οι διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων , Τόμος Α΄, Εισαγωγή στον Πολιτισμό, Πάτρα, Ελληνικό Ανοιχτό Πανεπιστήμιο
12. Θωμόπουλος, Στ.Ν, (1952) Ιστορία της πόλεως των Πατρών από αρχαιοτάτων χρόνων ως το 1821, Πάτραι 1952

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

1. William D. Bygrave (Author), Andrew Zacharakis (2014) Entrepreneurship 3rd edition
Publisher Wiley
2. Alan Sarsby (2016) SWOT Analysis: A guide to SWOT for business studies students
Publisher Spectaris Ltd
3. Dimitrios Nikolaou Koumparoulis (2013) PEST Analysis: The case of E-shop International
Journal of Economy, Management and Social Sciences pp.31-36
4. Christine K. Volkmann Kim Oliver Tokarski Marc Grünhagen (2010) Entrepreneurship in
a European Perspective pp 115-183

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ

1. <https://cff.gr/arthra-mas-apo-tin-efimerida-xrimatistirio/181-i-epixeirimatikotita-stin-ellada-efkairia-i-anagki>
2. <https://ich.unesco.org/doc/src/01851-EN.pdf>
3. <https://www.carnivalpatras.gr/>, (ανακτήθηκε 20/09/2021)
4. www.wikipedia.gr (ανακτήθηκε 20/09/2021)
5. https://amitos.library.uop.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/856/361_000012.pdf?sequence=1&isAllowed=y (ανακτήθηκε 20/09/2021)
6. <https://www.didaktorika.gr/eadd/bitstream/10442/40122/1/40122.pdf> ((ανακτήθηκε 20/09/2021)
7. <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/21165/1/PanolisKonstantinosMSc2017.pdf>
(ανακτήθηκε 20/09/2021)
8. https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/11875/Vergadi_mdo1606.pdf?sequence=1&isAllowed=y ((ανακτήθηκε 20/09/2021)
9. http://dide.chan.sch.gr/kesyp/wpcontent/uploads/2020/11/epixeirimatikotita_theoria.pdf ((ανακτήθηκε 20/09/2021)
10. https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%A0%CE%AC%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%82 (ανακτήθηκε 20/09/2021)