ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

«Πρόβλεψη και προτάσεις αξιοποίησης του Αρχαιολογικού Πάρκου του Ορχομενού Βοιωτίας στην οικονομία και την κοινωνία της περιοχής»

Γιαλός Γιώργος (7140029)

Ισκάκη Βάγια (7140055)

Πλωμαρίτη Ζωή (2140210)

Τουμανίδου Ανδρομάχη (3040185)

Τσε Ελευθερία (5130157)

Μάθημα:

Πρακτική Άσκηση στη Διδασκαλία ΙΙ

Επιβλέπουσα καθηγήτρια:

Δρ. Βασιλική Μπρίνια

Αθήνα, 2018

Περιεχόμενα

1.0 ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ 3
2.0 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ-ΕΥΚΑΙΡΙΑ 4
3. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ 7
4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ-ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ 9
4.1 Έρευνα Αγοράς 9
4.2 Παράγοντες Μακροπεριβάλλοντος-Ανάλυση PESTEL 11
4.3 Χάρτης κλάδου-Ανάλυση αξίας 12
4.4 Κύκλος Ζωής του Κλάδου 13
4.5 Ανταγωνιστικές Πιέσεις - 5 Δυνάμεις Porter 13
4.6 Ανάλυση Ανταγωνισμού-Στρατηγικές Ομάδες 15
4.7 Ανάλυση Αγοράς 16
4.7.1 Ιστορική αναδρομή 16
4.7.2 Μέγεθος αγοράς και στάδιο ανάπτυξης 18
4.8 Κριτήρια Τμηματοποίησης 19
4.9. Τμηματοποίηση 19
4.10 Ανάλυση SWOT 21
5. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ MARKETING 22
5.1 Προϊόν-Υπηρεσία 22
5.2 Τιμή 22
5.3 Τοποθέτηση 23
5.4 Προώθηση 23
5.5 Φυσική Παρουσία 23
5.6 Άνθρωποι 24
5.7 Διαδικασίες 24
6.ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ 24
6.1.Οργανωτικός Σχεδιασμός 24
6.2.Σχεδιασμός λειτουργιών 25
7.ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ 27
7.1 Οικονομικά της Δραστηριότητας 27
7.2 Ανάλυση Εσόδων-Εξόδων 27
7.3 Προβλέψεις Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων 29
8.ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ 30
9. ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 30

10. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 31
10.1 Ερωτηματολόγια και ιστοσελίδα 31
10.1.1 Σχεδιασμός λογοτύπου 31
10.1.2 Δημιουργία ερωτηματολογίου 32
10.1.3 Συλλογή πληροφοριών – Συνεργατικά εργαλεία 36
10.1.4 Σχεδιασμός Ιστοσελίδας 37
10.1.5 Σελίδα στο Facebook 46
10.1.6 Δημιουργία βίντεο 47
10.2 Επιμέρους αναλύσεις SWOT 48
10.3 Λογισμικό "BUSINESS PLAN v.3.0." 50
10.4 Βιβλιογραφικές Αναφορές 50
10.5 Χρήσιμα links: 51

1.0 ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Η Ελλάδα είναι μια χώρα με πλούσια πολιτισμική κληρονομιά, η οποία την καθιστά πόλο έλξης για πολλούς επισκέπτες. Τα κατάλοιπα των μνημείων του παρελθόντος, τα οποία διασώζονται μέχρι σήμερα, παρέχουν μία πρόκληση επαφής του παρόντος με το παρελθόν και η ενσωμάτωση αυτών των μνημείων στη σύγχρονη πραγματικότητα οφείλει να πραγματοποιηθεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να αναβιώνουν τον σκοπό για τον οποίο από την αρχαιότητα δημιουργήθηκαν, την ψυχαγωγία. Ο όρος ψυχαγωγία εδώ χρησιμοποιείται με την κυριολεκτική του σύνθεση, την αγωγή δηλαδή της ψυχής, η οποία διαπλάθεται από τη διαχρονικότητα και το μεγαλείο αυτών των μνημείων.

Οι αρχαιολογικοί και ιστορικοί χώροι αποτελούν μέρη του ανθρωπογενούς και φυσικού περιβάλλοντος, τα οποία αξίζουν να προστατευτούν και να αναδειχθούν. Η Μελίνα Μερκούρη σε κείμενό της είχε δηλώσει ότι έχουμε το προνόμιο να ζούμε σε μία χώρα, όπου η κάθε σπιθαμή του εδάφους της μαρτυρεί πολιτισμό και ιστορία. Είναι ένα προνόμιο μοναδικό, το οποίο όμως δημιουργεί και τη σοβαρή υποχρέωση της προστασίας αυτής της κληρονομιάς. Επομένως, η συνειδητοποίηση της αξίας των μνημείων μπορεί να συμβάλλει στην αειφόρο ανάπτυξη και στη βελτίωση της ποιότητας της ζωής της κοινωνίας μας.

Στη βάση αυτής της φιλοσοφίας έρχονται να εδραιωθούν οι προτάσεις καινοτομικής αξιοποίησης και ανάδειξης του Αρχαιολογικού Πάρκου στον Ορχομενό Βοιωτίας μέσω του εκπαιδευτικού τουρισμού, με τέτοιο τρόπο, ώστε να δημιουργείται επιπρόσθετη κοινωνική και οικονομική αξία τόσο στον Ορχομενό, όσο και στην ευρύτερη περιοχή. Η ανάπτυξη του εκπαιδευτικού τουρισμού σε συνδυασμό με τη χρήση του φυσικού περιβάλλοντος για περιηγήσεις θα αποτελέσουν το έναυσμα για αειφορία. Μέσω του εκπαιδευτικού τουρισμού θα αναδειχθεί η τριλογία του Ορχομενού, δηλαδή το αρχαίο θέατρο του Ορχομενού, ο θολωτός τάφος του Μινύου: "Ο θησαυρός του Μινύα", καθώς και η βυζαντινή εκκλησία της Παναγιάς της Σκριπούς και θα καταστεί εφικτή η αξιοποίησή της με προσοδοφόρο τρόπο, αλλά με βασικό άξονα ανάπτυξης την διατήρηση των τριών αυτών μεγαλοπρεπών μνημείων.

Όραμα μας είναι η ανάδειξη της τριλογίας του Ορχομενού και η αξιοποίησή της στη δημιουργία μίας ολιστικής εμπειρίας για κάθε ενδιαφερόμενο. Το παρελθόν δεν είναι ένα στατικό σημείο στο χρόνο, αλλά αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της ενιαίας ροής του πλαισίου παρελθόν-παρόν-μέλλον. Ό,τι απέμεινε από το παρελθόν αποτελεί το κλειδί για τη βιωματική συσχέτισή του με το παρόν και θέτει τα θεμέλια για το μέλλον. Επομένως, η επίσκεψη στο Αρχαιολογικό Πάρκο πραγματοποιεί τη σύνδεση του ατόμου με την πολιτισμική κληρονομιά και το ρου των πραγμάτων.

Προκειμένου να επιτευχθεί αυτό η υπηρεσία θα διακριθεί σε δύο επιμέρους δραστηριότητες. Η πρώτη αφορά στον εκπαιδευτικό τουρισμό, δηλαδή τη χρησιμοποίηση πόρων από εκπαιδευτικά ιδρύματα για την αμοιβαία υποστήριξη και τη συνέργεια με Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, οι οποίες θα δρουν συμβουλευτικά και θα προωθούν ορισμένες δράσεις. Σε αυτό το πλαίσιο, η δημιουργία υποδομών, αλλά και η ψυχαγωγία των επισκεπτών αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι, ώστε η όλη διαδικασία να μετασχηματιστεί σε ολιστική βιωματική εμπειρία. Η δεύτερη δραστηριότητα, επομένως, αφορά στην αξιοποίηση του αρχαίου θεάτρου, ώστε να ανακτήσει το σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκε και να γίνει λειτουργικό μέσω των θεατρικών παραστάσεων ανοικτών προς το ευρύ κοινό.

Συγκεκριμένα, η πηγή του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έγκειται στον καινοτομικό τρόπο προσέγγισης της αξιοποίησης του χώρου μέσω συνεργειών και στη διαφοροποίηση. Η υπηρεσία, η οποία προσφέρεται είναι διαφοροποιημένη, γιατί δεν υπάρχει κάτι παρόμοιο στην ελληνική αγορά σήμερα. Επομένως, σε αυτήν την προσπάθεια εντοπισμού του κενού της αγοράς και κάλυψης αυτού θα δημιουργηθεί ένα νέο μερίδιο αγοράς, στο οποίο η επιχείρηση θα μονοπωλεί.

Αναφορικά με τον οικονομικό σχεδιασμό της επιχείρησης, το μεγαλύτερο μέρος του κόστους είναι σταθερό, με τα έξοδα λειτουργίας και προώθησης να καταλαμβάνουν σημαντικό ποσοστό του ετήσιου κόστους. Ωστόσο, στην μετέπειτα πορεία και εφόσον η υπηρεσία θα προσφέρεται σε μεγαλύτερο αριθμό πελατών και με μεγαλύτερη ένταση, η επίδραση του σταθερού κόστους στο συνολικό θα μειωθεί και θα υπάρχουν μεσοπρόθεσμα υψηλότερα περιθώρια κέρδους ανά αριθμό επισκεπτών.

Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι η Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ), σύμφωνα με τους υπολογισμούς του λογισμικού “Business Plan v.3.0”, τείνει στο άπειρο και άρα η επένδυση γίνεται αποδεκτή. Τα έσοδα της επιχείρησης προκύπτουν από το αντίτιμο των εισιτηρίων για την είσοδο των επισκεπτών στο Αρχαιολογικό Πάρκο και από την πραγματοποίηση θεατρικών παραστάσεων στο αρχαίο θέατρο.

2.0 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ-ΕΥΚΑΙΡΙΑ

Η επιχειρηματική ιδέα αφορά στην ανάδειξη και την αρμονική- με την κοινωνία και την ιδιοσυγκρασία της περιβάλλουσας περιοχής- αξιοποίηση του Αρχαιολογικού Πάρκου Ορχομενού Βοιωτίας. Η φιλοσοφία έχει ως βασικό άξονα την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής και τη μετατροπή του Αρχαιολογικού Πάρκου σε σημείο κοινού ενδιαφέροντος.

Όραμα μας είναι η ανάδειξη της τριλογίας του Ορχομενού και η αξιοποίησή της στη δημιουργία μίας ολιστικής εμπειρίας για κάθε ενδιαφερόμενο. Το παρελθόν δεν είναι ένα στατικό σημείο στο χρόνο, αλλά αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της ενιαίας ροής του πλαισίου παρελθόν-παρόν-μέλλον. Ό,τι απέμεινε από το παρελθόν αποτελεί το κλειδί για τη βιωματική συσχέτισή του με το παρόν και θέτει τα θεμέλια για το μέλλον. Επομένως, η επίσκεψη στο Αρχαιολογικό Πάρκο πραγματοποιεί τη σύνδεση του ατόμου με την πολιτισμική κληρονομιά και το ρου των πραγμάτων.

Η τριλογία των πολιτιστικών μνημείων δηλαδή το αρχαίο θέατρο του Ορχομενού, ο θολωτός τάφος του Μινύου: "Ο θησαυρός του Μινύα", καθώς και η βυζαντινή εκκλησία της Παναγιάς της Σκριπούς, εμπεριέχεται στο Αρχαιολογικό Πάρκο και αφορά τον κλάδο του τουρισμού. Η αξιοποίησή της με προσοδοφόρο για την περιοχή χαρακτήρα την κατατάσσει στον τομέα της παροχής υπηρεσιών.

Συγκεκριμένα, ο βασικός άξονας, γύρω από τον οποίο αναπτύσσεται η πρόταση της επιχείρησης, είναι η υιοθέτηση μίας αναπτυσσόμενης εναλλακτικής μορφής τουρισμού, η οποία ονομάζεται εκπαιδευτικός τουρισμός. Πρόκειται για την τουριστική δραστηριότητα, η οποία πραγματοποιείται από άτομα που κάνουν μία εκδρομή είτε μονοήμερη ή με διανυκτέρευση. Σε αυτήν την εκδρομή η εκπαίδευση και η μάθηση αποτελεί πρωταρχικό ή δευτερεύον μέρος του ταξιδιού. Στην ελληνική βιβλιογραφία συναντάται ο όρος «μαθησιακός τουρισμός» και ορίζεται ως ο

τουρισμός που αναφέρεται στη μάθηση. Είναι κάθε μορφή τουρισμού, η οποία παρέχει σαν τουριστική υπηρεσία τη μάθηση ή που η τουριστική πελατεία της έχει θεσμική σχέση με την μάθηση (Σφακιανάκης, 2000). Βασικός σκοπός είναι εκμάθηση -επαγγελματική κατάρτιση του ταξιδιώτη, απόκτηση ειδικών γνώσεων, απόκτηση νέων εμπειριών.

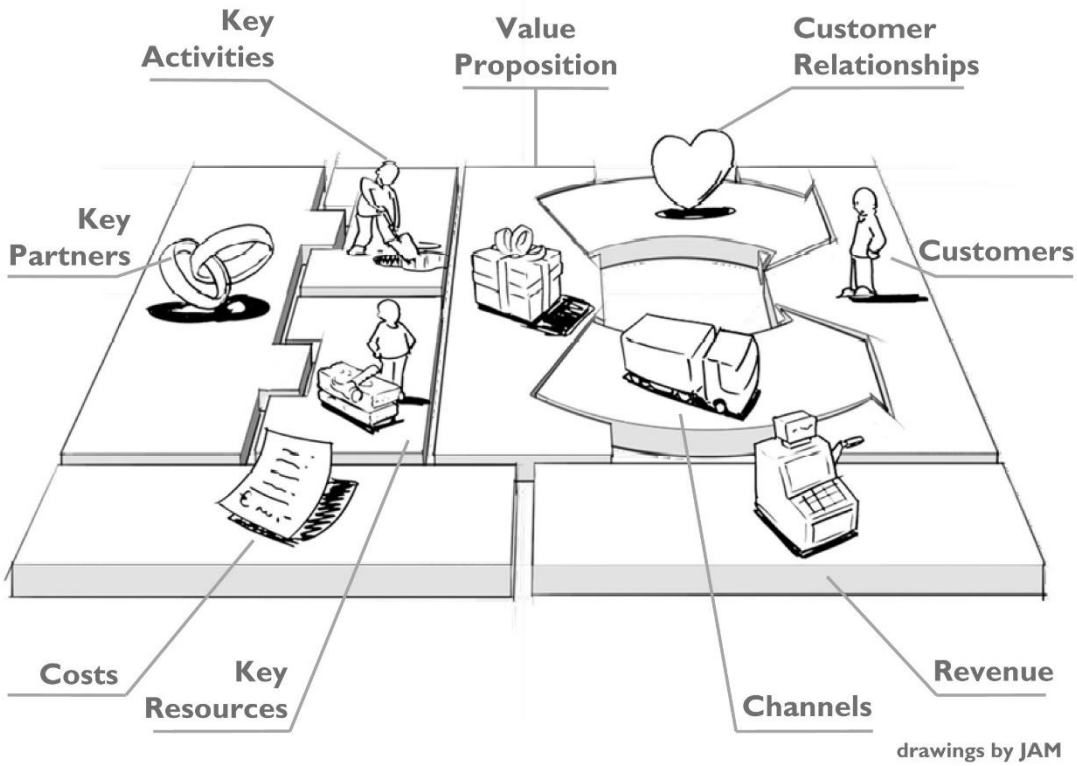
Η ανάπτυξη του εκπαιδευτικού τουρισμού δημιουργεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην ανάδειξη του Ορχομενού μέσω των συνεργειών. Επιφέρει θετικές επιπτώσεις και αυτές θα βοηθήσουν την τοπική κοινωνία και οικονομία με πολλούς τρόπους. Αρχικά, ο εκπαιδευτικός τουρισμός δεν χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα, όπως οι υπόλοιπες τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα. Επιπλέον, οι επισκέπτες σε αυτήν την περίπτωση είναι συνειδητοποιημένοι και έχουν βαθύτερα κίνητρα από την απλή επίσκεψη. Ενδιαφέρονται για τα χαρακτηριστικά του τόπου, γι' αυτό άλλωστε στηρίζουν και την τοπική οικονομία, σε σύγκριση με τους επισκέπτες από τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού. Σε αυτό το πλαίσιο, η ανάπτυξη νέων τοπικών προϊόντων και η αναβάθμιση των ήδη υπαρχόντων παίζει σημαντικό ρόλο. Με αυτόν τον τρόπο, δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και προωθείται η περιφερειακή ανάπτυξη.

Θέτοντας στο επίκεντρο τα φυσικά χαρακτηριστικά του χώρου και την πλούσια πολιτισμική του κληρονομιά, κρίνεται ως ένα σημείο ιδανικό για οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική αξιοποίηση. Η αγορά στην οποία απευθύνεται και στην οποία θα ενταχθεί η τριλογία του Αρχαιολογικού Πάρκου του Ορχομενού Βοιωτίας, αποτελείται από 81 αρχαία θέατρα και 120 θολωτούς τάφους ανά την επικράτεια. Ωστόσο, λίγα μόνο από τα αρχαία θέατρα έχουν αξιοποιηθεί, ώστε να είναι προσιτά στον επισκέπτη. Όσον αφορά στους θολωτούς τάφους, αν και θεωρούνται σπουδαία αρχιτεκτονικά επιτεύγματα, λίγοι διασώζονται ως τις μέρες μας, καθώς οι θολωτές κατασκευές αντιμετώπιζαν σοβαρά στατικά προβλήματα, όταν η διάμετρός τους ξεπερνούσε τα 6 μ. Συγκεκριμένα, το στόμιό τους κινδύνευε να καταρρεύσει από το υπερβολικό βάρος του υπέρθυρου. Αντίστοιχα, οι βυζαντινές εκκλησίες ανά την Ελλάδα ανέρχονται σε 25, περισσότερες εκ των οποίων βρίσκονται υπό αναστήλωση. Υπό αυτό το πλαίσιο και λόγω της ιδιαίτερης φύσης των τριών μνημείων, θεωρείται ανέφικτη η μεγέθυνση της αγοράς. Όσον αφορά στην αγορά του εκπαιδευτικού τουρισμού, αξίζει να αναφερθεί ότι δεν υπάρχει ανάπτυξή του στην Ελλάδα. Επομένως, η επιχείρηση θα δημιουργήσει ένα νέο μερίδιο αγοράς, στο οποίο θα μονοπωλεί.

Η σημαντική διαφοροποίηση της υπηρεσίας, η οποία προτείνεται και δημιουργεί αξία αποτελείται από δύο επιμέρους στοιχεία. Αρχικά, η γεωπολιτική θέση του Ορχομενού και κατά συνέπεια του Αρχαιολογικού Πάρκου είναι ένας σημαντικός παράγοντας που διαφοροποιεί την υπηρεσία από άλλες ανταγωνιστικές. Ο Ορχομενός βρίσκεται σε απόσταση μόλις 130χμ. από την Αθήνα και πολύ κοντά στους Δελφούς. Επομένως, υπάρχει εύκολη πρόσβαση για τους επισκέπτες και η ένταξη του Αρχαιολογικού Πάρκου σε κάποιο πολιτιστικό μονοπάτι διευκολύνεται. Επιπλέον, το γεγονός ότι ο επισκέπτης μπορεί με μία επίσκεψη να συνδυάσει τρία μνημεία είναι ένας παράγοντας που προσθέτει αξία σο εγχείρημα και είναι ένδειξη της διαφοροποιημένης υπηρεσίας, καθώς δεν υπάρχει στην Ελλάδα κάποιος αρχαιολογικός χώρος που να συνδυάζει τρία μνημεία διαφορετικών χρονικών περιόδων και τόσο διαφορετικά μεταξύ τους. Αναδεικνύεται με αυτόν τον τρόπο η διαφορετικότητα και ο επισκέπτης μαθαίνει να την αποδέχεται.

Επιπροσθέτως, εντοπίστηκαν ορισμένες εσφαλμένες εντυπώσεις για τον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα και ιδιαίτερα για την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους. Συγκεκριμένα, οι περισσότεροι επισκέπτες έχουν την εντύπωση ότι παρέχονται υπηρεσίας χαμηλής ποιότητας λόγω της έλλειψης οργάνωσης. Άρα, είναι κατάλληλη η στιγμή για το εγχείρημα, καθώς η επιχείρηση «…» έχει τη δυνατότητα να εκμεταλλευτεί τις παραπάνω ευκαιρίες ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να καλύψει τις αδυναμίες του κλάδου, συμβάλλοντας μελλοντικά στην ανάδειξη του Αρχαιολογικού Πάρκου και στη δημιουργία ενός νέου πολιτιστικού χάρτη σε ένα συγκεκριμένο βαθμό.

Προχωρώντας στην ανάλυση του καμβά του Osterwalder διακρίνονται δύο τομείς, τα έσοδα και τα κόστη. Όσον αφορά στα έσοδα, αυτά προκύπτουν από την πρόταση αξίας, δηλαδή την ποιότητα και την καινοτομία της παρεχόμενης υπηρεσίας, τα δίκτυα διανομής της υπηρεσίας, δηλαδή πώς θα προσελκυστούν πελάτες μέσω της διαδραστικής ιστοσελίδας και της βιωματικής εφαρμογής με παιχνίδια (gamification), ώστε να επισκεφτούν το Αρχαιολογικό Πάρκο, τις σχέσεις με τους πελάτες, δηλαδή τη δημιουργία μίας ολιστικής εμπειρίας και την ικανοποίηση των αναγκών του κάθε πελάτη. Στη συνέχεια, τα κόστη διακρίνονται σε βασικές δραστηριότητες, δηλαδή τα κόστη για τη διαμόρφωση του χώρου και για την ανάπτυξη των υπηρεσιών, τους



στρατηγικούς συνεργάτες, δηλαδή τη συνεργασία με Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (Μ.Κ.Ο.) και άλλους αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία στο πολιτιστικό μονοπάτι, καθώς και τους βασικούς πόρους, οι οποίοι προκύπτουν από το ΕΣΠΑ και crowdfunding[1].

[1] Η «χρηματοδότηση από το πλήθος» (“crowdfunding”, ή διαδικτυακή μικροχρηματοδότηση) είναι μια ιδέα, που βασίζεται σε συνδρομητικά επιχειρηματικά μοντέλα. Στη βάση της προσφέρει οφέλη και στις δύο εμπλεκόμενες πλευρές. Κάθε χρήστης μπορεί να συνεισφέρει δίνοντας από μόλις ένα ευρώ μέχρι αρκετές εκατοντάδες, ανάλογα με τα προσφερόμενα πακέτα χρηματοδότησης που ορίζει ο δημιουργός

3. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Βασικός σκοπός της επιχείρησης είναι η ανάδειξη και η καινοτομική αξιοποίηση του Αρχαιολογικού Πάρκου του Ορχομενού Βοιωτίας, με τρόπο ο οποίος θα προσθέτει αξία στην ευρύτερη περιοχή. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτό, η παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών, κρίνεται μείζονος σημασίας. Επομένως, το εγχείρημα αποσκοπεί στην ανάδειξη του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος του Αρχαιολογικού Πάρκου και την πρόταση νέων υπηρεσιών, οι οποίες θα διαφοροποιήσουν επιπλέον την παρεχόμενη υπηρεσία.

Η παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου χρειάζεται μεθοδευμένη και στρατηγική ανάπτυξη, ώστε να παρέχεται μία ολιστική εμπειρία για τον επισκέπτη, ένα σημείο που θα του κινεί το ενδιαφέρον. Σε αυτό το πλαίσιο, η δημιουργία ενός σχεδίου ανάπτυξης που έγκειται στη μορφή του εκπαιδευτικού τουρισμού αποτελεί τον κινητήριο μοχλό, ο οποίος θα δημιουργήσει μία ολιστική εμπειρία μάθησης για τον επισκέπτη και θα συνεισφέρει στην αειφόρο ανάπτυξη του τόπου. Προκειμένου να δομηθεί το σχέδιο ανάπτυξης, η συνεργασία με ποικίλα εκπαιδευτικά ιδρύματα τόσο της χώρας, όσο και του εξωτερικού, όπως και με Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, αποτελεί αδήριτη ανάγκη.

Από τη μία πλευρά, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, ιδιαίτερα του εξωτερικού, έχουν στη διάθεσή τους πόρους για έρευνα. Αυτή είναι εφικτό να πραγματοποιηθεί ως έρευνα πεδίου στο Αρχαιολογικό Πάρκο και στην ευρύτερη περιοχή λόγω των φυσικών χαρακτηριστικών της. Πολλές ειδικότητες, όπως αρχαιολόγοι, ιστορικοί, αρχιτέκτονες κτλ. θα μπορέσουν να επωφεληθούν από την πληθώρα των μνημείων και να συνδράμουν εθελοντικά, αφενός στην αναστήλωση του χώρου και αφετέρου στην συχνότερη συντήρηση των μνημείων. Με αυτόν τον τρόπο υπάρχει μία συνέργεια, με την έννοια ότι οι φοιτητές και το ερευνητικό προσωπικό ερευνά μνημεία, τα οποία υπό άλλες συνθήκες δε θα είχε την ευκαιρία και η κοινότητα έχει επισκέπτες, οι οποίοι εθελοντικά συνδράμουν στην ανάπτυξη της περιοχής. Συμβάλλουν σε βραχυπρόθεσμο επίπεδο, επειδή τονώνουν την οικονομία με τη διαμονή τους και σε μακροπρόθεσμο επίπεδο, γιατί η αειφόρος ανάπτυξη των μνημείων καθίσταται εφικτή. Εκτός από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, η τριλογία του Ορχομενού αποτελεί πόλο έλξης και για πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

Από την άλλη πλευρά, στη σύγχρονη πραγματικότητα οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (Μ.Κ.Ο) αποτελούν μία τάση που έχει εδραιωθεί σε μεγάλο βαθμό. Έχουν ιδρυθεί Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (Μ.Κ.Ο) με ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, των οποίων οι δράσεις ποικίλουν ανάλογα με τα ενδιαφέροντα των εθελοντών που συγκροτούν την οργάνωση. Επομένως, η συνέργεια με εθελοντικές οργανώσεις είναι σημαντική για την αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών από την επίσκεψη στον Ορχομενό. Επιπλέον, με τη βοήθεια των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (Μ.Κ.Ο). σχηματίζεται μία θετική εικόνα των δράσεων στην ευρύτερη περιοχή.

Προκειμένου να επιτευχθεί το σχέδιο ανάπτυξης της περιοχής του Ορχομενού μέσω του εκπαιδευτικού τουρισμού, είναι απαραίτητο να πραγματοποιηθούν

της καμπάνιας. Για να αυξήσει τις πιθανότητες στήριξης από τους ιδιώτες, η επιχείρηση προσφέρει κάποια αποκλειστικά προνόμια. Για παράδειγμα, οι πρώτοι υποστηρικτές μπορούν να αποκτήσουν το τελικό προϊόν με σημαντική έκπτωση ή να λάβουν μια συλλεκτική έκδοση και άλλα δώρα. Έτσι, όλοι έχουν κάποιο κίνητρο.

συντονισμένες ενέργειες και να δημιουργηθούν οι κατάλληλες υποδομές, ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες φιλοξενίας των επισκεπτών. Όσον αφορά στην αναδιαμόρφωση του Αρχαιολογικού Πάρκου, ο εκσυγχρονισμός του είναι απαραίτητος. Έτσι, προτείνεται η εγκατάσταση ηλεκτρονικών οθονών, οι οποίες θα παρέχουν οπτικοακουστικό υλικό για τους επισκέπτες. Επιπλέον, η δημιουργία ξεναγήσεων που εστιάζουν σε άτομα με προβλήματα ακοής και όρασης είναι πολύ σημαντική και θα διαφοροποιήσει επιπλέον την παρεχόμενη υπηρεσία, καθώς αυτή η δυνατότητα δεν παρέχεται από τους ανταγωνιστές. Ακόμα, η ικανοποίηση των μικρών επισκεπτών μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού, κάτι σαν τον κρυμμένο θησαυρό. Δηλαδή, η δημιουργία ηλεκτρονικής εφαρμογής για κινητά και τάμπλετ, η οποία μέσω παιχνιδιού ερωταπαντήσεων και με την συλλογή «στοιχείων» από τα διάφορα σημεία του αρχαιολογικού πάρκου θα επιτρέπει στους χρήστες της να εμβαθύνουν στην ιστορία του Ορχομενού.

Στα πλαίσια του εκπαιδευτικού τουρισμού, οι επισκέπτες από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα θα πρέπει να μπορούν να διανυκτερεύσουν στην πόλη του Ορχομενού. Προκειμένου να γίνει πραγματικότητα η δυνατότητα διαμονής ομάδων επισκεπτών, προτείνεται η δημιουργία οργανωμένων κατασκηνώσεων με ειδικά προσαρμοσμένα καταλύματα για τις ανάγκες των επισκεπτών. Η τοποθεσία της πόλης επιτρέπει τη δημιουργία τέτοιων υποδομών λόγω του πεδινού εδάφους. Η ψυχαγωγία των επισκεπτών κατά τη διαμονή τους είναι σημαντική τόσο για την καλύτερη διαμονή όσο και για τη «διαφήμιση» του Ορχομενού. Γι' αυτόν το λόγο, προτείνεται η διοργάνωση των εξής εκδηλώσεων. Αρχικά, η διοργάνωση πανηγυριού με πολιτιστικό χαρακτήρα κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, όπου θα προωθούνται παραδοσιακά τοπικά προϊόντα, όπως η χειροποίητη λεμονάδα. Επιπλέον, η δημιουργία του «δρόμου της πέστροφας», μιας πολιτιστικής διαδρομής εστιασμένη στη γαστρονομία, η οποία θα περιλαμβάνει το αρχαιολογικό πάρκο του Ορχομενού, τις αναβλύζουσες πηγές, και θα εμβαθύνει στις τοπικές επιχειρήσεις εκτροφής πέστροφας, παρέχοντας μία εμπειρία όλων των αισθήσεων μέσω την δοκιμής του ψαριού.

Επομένως, η επιχείρηση ακολουθεί τη στρατηγική της διαφοροποίησης, καθώς διαφοροποιείται από τους ανταγωνιστές λόγω της καινοτομικής προσέγγισης. Δηλαδή ακολουθεί «Διαφοροποίηση», όπως απεικονίζεται στο παρακάτω σχήμα των «Στρατηγικών επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος».

Ηγεσία Κόστους	Διαφοροποίηση
Εστίαση με ηγεσία κόστους	Εστίαση με διαφοροποίηση

4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ-ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

4.1 Έρευνα Αγοράς

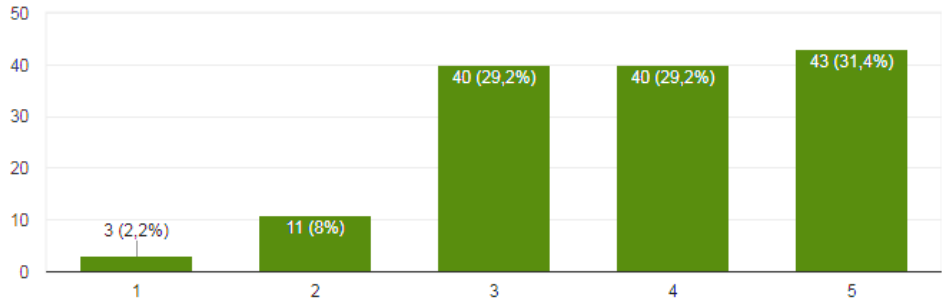
Πραγματοποιήθηκε συλλογή δεδομένων από πρωτογενείς πηγές. Συγκεκριμένα, στην προσπάθεια να ερευνηθεί το ενδιαφέρον κατασκευάστηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο διανεμήθηκε ηλεκτρονικά σε 137 άτομα. Μοιράστηκε σε πιθανούς τελικούς πελάτες της παρεχόμενης υπηρεσίας.

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται μερικά από τα σημαντικότερα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου, ενώ η αυτούσια μορφή του ερωτηματολογίου και ο υπερσύνδεσμός του (link) βρίσκονται στα «Παραρτήματα».

Αναλυτικότερα:

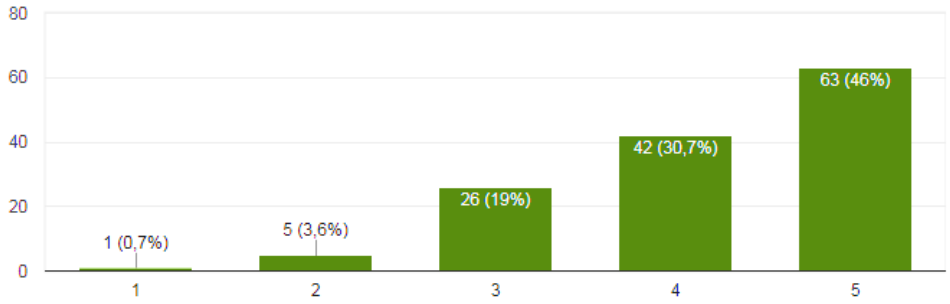
Θα ενδιαφερόσασταν να πραγματοποιήσετε μια επίσκεψη σε κάποιο πολιτισμικό χώρο προκειμένου να βοηθήσετε στην ανάπτυξη και προώθηση του;

137 απαντήσεις



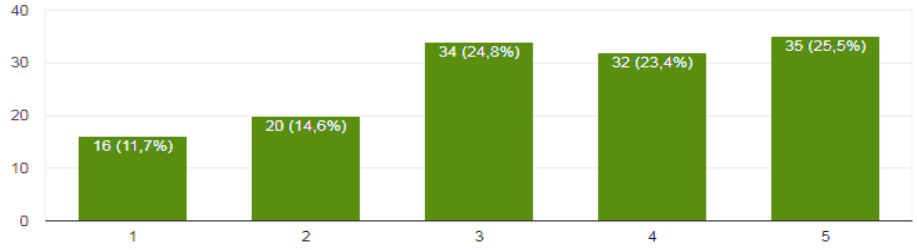
Θα συμμετείχατε σε ένα διαδραστικό παιχνίδι μέσα σε ένα αρχαιολογικό πάρκο, συλλέγοντας στοιχεία και μαθαίνοντας παράλληλα την ιστορία του τόπου;

137 απαντήσεις



Πόσο θα σας ενδιέφερε η εθελοντική εργασία σε ένα αρχαίο μνημείο με σκοπό την αναστήλωση και τη συντήρηση του

137 απαντήσεις



4.2 Παράγοντες Μακροπεριβάλλοντος-Ανάλυση PESTEL

Η ανάλυση PESTEL είναι ένα στρατηγικό εργαλείο του Μάρκετινγκ που χρησιμοποιείται για την ανάλυση του Μάκρο-Περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, δηλαδή των συστημάτων και των δομών που περιβάλλουν μια επιχείρηση.

Γενικά, η ανάλυση PESTEL διερευνά τα:

P	**Political** Πολιτικό περιβάλλον
E	**Economic** Οικονομικό περιβάλλον
S	**Social** Κοινωνικό περιβάλλον
T	**Technological** Τεχνολογικό περιβάλλον
E	**Environmental** Περιβαλλοντικά θέματα
L	**Legal** Νομικό-Νομοθετικό πλαίσιο

Αρχικά, παρατίθεται η ανάλυση του πολιτικού περιβάλλοντος. Οι πολιτικοί κίνδυνοι που αντιμετωπίζει η επιχείρηση είναι η πολιτική αστάθεια και η εμπλοκή συμφερόντων στην υλοποίηση του σχεδίου, λόγω της μη αξιοκρατικής επιλογής εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων. Επιπλέον, ο μηχανισμός λειτουργίας της τοπικής αυτοδιοίκησης μπορεί να αποτελέσει τροχοπέδη.

Ακολουθεί το οικονομικό περιβάλλον. Σε αυτό εμπίπτει η δεινή οικονομική κατάσταση της χώρας και η δυσκολία άντλησης χρηματοδότησης, ιδιαίτερα υπό τη μορφή των χορηγιών. Επιπλέον, στην Ελλάδα οι επενδύσεις δεν τυγχάνουν ευνοϊκής μεταχείρισης και δε δίνονται κίνητρα για επενδύσεις, με αποτέλεσμα την έλλειψη βασικών πόρων.

Στη συνέχεια, αναλύεται το κοινωνικό και το τεχνολογικό περιβάλλον. Το κοινωνικό περιβάλλον αποτελεί απειλή, γιατί οι Έλληνες ως λαός έχουμε επιφυλάξεις ως προς την καινοτομία και την αλλαγή. Όσον αφορά στο τεχνολογικό περιβάλλον, η επιχείρηση δεν αντιμετωπίζει κάποια εξωτερική απειλή από αυτό, γιατί δεν εξαρτάται άμεσα από την τεχνολογία.

Όσον αφορά στα περιβαλλοντικά θέματα, οι αρνητικές εξωτερικές επιπτώσεις που έχουν μπορούν να επηρεάσουν το εγχείρημα. Συγκεκριμένα, ο περιβάλλων χώρος θα πρέπει να είναι καθαρός και απαλλαγμένος από σκουπίδια.

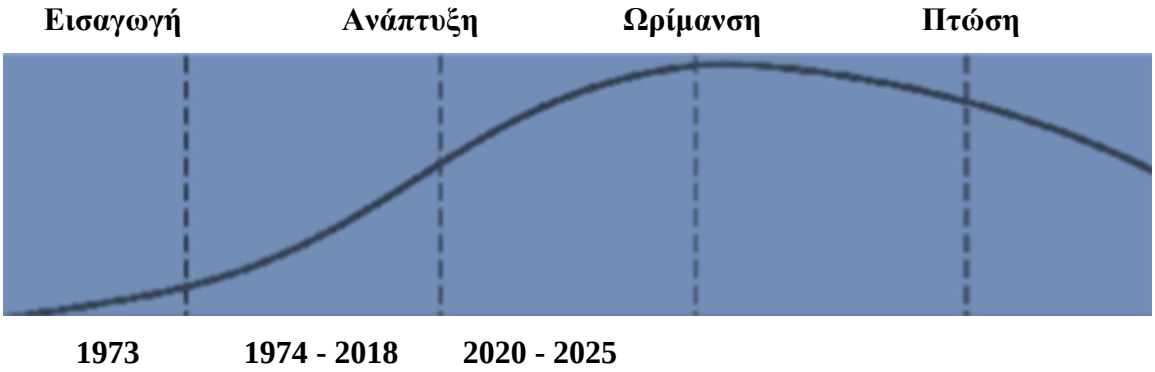
Τέλος, στο νομικό περιβάλλον περιλαμβάνονται η αυξημένη γραφειοκρατία και η απαγόρευση, για λόγους προστασίας των μνημείων, διεξαγωγής θεατρικών παραστάσεων στο αρχαίο θέατρο.

4.3 Χάρτης κλάδου-Ανάλυση αξίας

ΕΤΑΙΡΙΑ

Όλοι οι προμηθευτές θα επιλεχθούν μέσω διαγωνισμών.

4.4 Κύκλος Ζωής του Κλάδου



Σύντομη ιστορική αναδρομή

1972: Ανασκαφή, στην οποία εντοπίστηκε ότι από την πίσω πλευρά του λογίου ξεκινούσε το σκηνικό οικοδόμημα (scaenae frons), το οποίο είχε στην πρόσοψη θυρώματα.

1973: Αποκάλυψη του αρχαιολογικού χώρου κατά την οποία εντοπίστηκε το μεγαλύτερο τμήμα του κοίλου και της ορχήστρας.

1999: Πραγματοποίηση από τη Θ΄ Εφορεία Προϊστορικών και Κλασικών Αρχαιοτήτων ανασκαφικών εργασιών μικρής κλίμακας, οι οποίες έφεραν στο φως στα νοτιοδυτικά του θεάτρου τα αναλήμματα των παρόδων του μνημείου.

1974–2018: Μετά την ανακάλυψη του αρχαιολογικού χώρου μέχρι σήμερα το πάρκο έχει υποστεί βελτίωση και ανάπτυξη όπως για παράδειγμα η περίφραξη και η συντήρηση του χώρου.

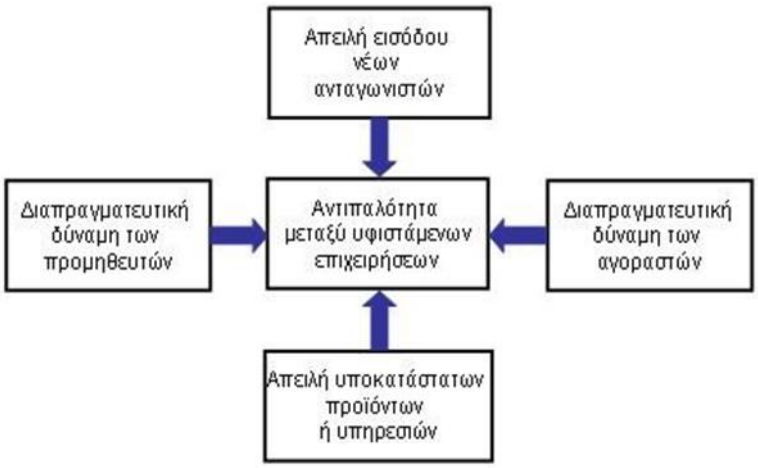
2020–2025: Η έναρξη της εφαρμογής των προτάσεων και των ιδεών για αξιοποίηση του πάρκου θα διαρκέσει περίπου δύο χρόνια μέχρι την έγκριση και την τελική απόφαση για τις προτάσεις υλοποίησης. Στην συνέχεια ο κύκλος ζωής φτάνει στο σημείο της ωρίμανσης με την εφαρμογή των ιδεών να λειτουργεί άριστα και ο χώρος να γίνεται ευρέως γνωστός στους επισκέπτες.

Τέλος, το στάδιο της πτώσης δεν υφίσταται στον αρχαιολογικό χώρο όπως και σε αντίστοιχους αρχαιολογικούς χώρους, γιατί ο πολιτισμός αποτελεί αέναο σημείο ενδιαφέροντος και κληροδοτείται από γενιά σε γενιά. Επομένως, πάντα θα υπάρχουν επισκέπτες εφόσον υπάρχει ο αρχαιολογικός χώρος και δεν υποστεί για παράδειγμα μία μερική ή ολική καταστροφή.

4.5 Ανταγωνιστικές Πιέσεις - 5 Δυνάμεις Porter

Η έρευνα του Michael E. Porter σχετικά με τις δυνάμεις που καθορίζουν την σχετική ελκυστικότητα/κερδοφορία μιας επιχείρησης είχε ως αποτέλεσμα να προκύψει το μοντέλο των Πέντε Δυνάμεων.

Οι πέντε αυτές δυνάμεις περιγράφονται αναλυτικά στο παρακάτω σχήμα.



1. **Ο υφιστάμενος ανταγωνισμός**: Στην παρούσα χρονική στιγμή δεν υφίσταται ανταγωνισμός. Στον ελλαδικό χώρο δεν έχουν αναπτυχθεί ακόμα οι υποδομές για την ανάπτυξη του εκπαιδευτικού τουρισμού και συγχρόνως δεν υπάρχει ένα διαφοροποιημένο πεδίο εφαρμογής, υπό την άποψη των τριών μνημείων, διαφορετικών χρονικών περιόδων, την οποία διαθέτει το αρχαιολογικό πάρκο του Ορχομενού (ποικιλομορφία μνημείων).

2. **Η απειλή των νέων ανταγωνιστών**: Η είσοδος νέων ανταγωνιστών στο χώρο, αν και είναι αρκετά δύσκολο να πραγματοποιηθεί, καθώς πρέπει να βρεθεί ένας χώρος που θα προσφέρει στο επισκέπτη πολλές επιλογές, είναι εφικτή. Ωστόσο, και να υπάρξει προθυμία να επιτευχθεί ένα παρόμοιο σχέδιο δράσης από κάποιον άλλο αρχαιολογικό χώρο, κάτι τέτοιο θα ήταν πολύ θετικό και δεν θα επηρέαζε την επιχείρηση «…», καθώς, όπως υποδηλώνει και η έρευνα αγοράς που παρατέθηκε νωρίτερα, η ζήτηση για εκπαιδευτικό τουρισμό είναι μεγάλη και τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και οι οργανώσεις που ενδιαφέρονται για αυτόν είναι ποικίλες. Σε περίπτωση που πραγματοποιηθεί η είσοδος νέων ενδιαφερόμενων, η εναλλακτική της ανταλλαγής τεχνογνωσίας και μετάδοσης της σε αυτούς μπορεί να αποτελέσει μια προσοδοφόρα διέξοδο.

3. **Η απειλή των υποκατάστατων υπηρεσιών:** Στην περιοχή υπάρχει μεγάλος αριθμός σημαντικών τόσο αρχαιολογικών, όσο και θρησκευτικών και πολιτισμικών χώρων. Ωστόσο, θεωρείται πως υπάρχει η δυνατότητα συνεργασίας με τους συγκεκριμένους χώρους για την καλύτερη αξιοποίηση της περιοχής. Παράδειγμα αποτελεί ο συνδυασμός του δρόμου της πέστροφας με την παροχή δωρεάν εισόδου και επίσκεψης των χώρων, όπως επίσης και η ένταξη του αρχαιολογικού πάρκου του Ορχομενού σε μία πολιτισμική διαδρομή, η οποία περιλαμβάνει μνημεία της Στερεάς Ελλάδας.

4. **Η απειλή από συμπληρωματικά προϊόντα**: Ένα σημαντικό στοιχείο που αποτελεί απειλή για τον χώρο είναι ο τρόπος πρόσβασης στο Αρχαιολογικό Πάρκο. Αρχικά, το γεγονός ότι ο Ορχομενός βρίσκεται μόνο 114 χιλιόμετρα από το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος (περίπου 1 ώρα και 30 λεπτά) και δεύτερον το καλά οργανωμένο σιδηροδρομικό και οδικό δίκτυο, τον καθιστούν έναν προσιτό προορισμό.

5. **Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών**: Η επιτυχία του σχεδίου ανάπτυξης βασίζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στους πόρους που θα ληφθούν από τις χορηγίες και το crowdfunding. Έτσι, προκείμενου να καταστεί το σχέδιο

πραγματοποιήσιμο, πρέπει οι προμηθευτές να πιστέψουν στην ιδέα και να «επενδύσουν» τα χρήματα τους.

6. **Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών**: Οι αγοραστές είναι τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, οι Μ.Κ.Ο και γενικότερα όποιος ενδιαφέρεται για τον εκπαιδευτικό τουρισμό. Έτσι, γίνεται φανερό πως η εξάρτηση μας από αυτούς είναι μεγάλη. Προκειμένου το εγχείρημα να πετύχει, πρέπει αυτοί αρχικά να γνωρίσουν το αρχαιολογικό πάρκο και έπειτα να ενστερνιστούν το σχέδιο δράσης.

4.6 Ανάλυση Ανταγωνισμού-Στρατηγικές Ομάδες

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	**ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ**		
	Παναγία η Εκατονταπυλιανή	Αρχαίο θέατρο Επιδαύρου	Θολωτός τάφος του Ατρέως
ΣΤΟΧΟΙ	Η προσέλκυση επισκεπτών με θρησκευτικό σκοπό.	Η προσέλκυση επισκεπτών με αρχαιολογικό σκοπό.	Η προσέλκυση επισκεπτών με αρχαιολογικό σκοπό.
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	Η οργάνωση εκδηλώσεων με θρησκευτικό και πολιτιστικό χαρακτήρα.	Η οργάνωση του φεστιβάλ της Επιδαύρου και επισκέψεις ενδιαφερόμενων	Η οργάνωση ξεναγήσεων στο τάφο
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	Δωρεάν υπό την αιγίδα της εκκλησία της Ελλάδος	Διεξαγωγή θεατρικών παραστάσεων και μεγάλη χωρητικότητα κοινού.	Διεξαγωγή ξεναγήσεων
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	Ενδεχόμενη συνεργασία	Ένταξη των καινοτομικών ιδεών ξενάγησης (οθόνες, ξεναγήσεις για κωφούς και τυφλούς, παιχνίδια)	Ενδεχόμενη συνεργασία με σκοπό την ανταλλαγή τεχνογνωσίας

Παναγία η Εκατονταπυλιανή

Με την ονομασία Παναγία η Εκατονταπυλιανή, ή Παναγία η Εκατονταπυλιανή φέρεται περισπούδαστος χριστιανικός ιστορικός ναός που βρίσκεται στη πρωτεύουσα της νήσου Πάρου, την Παροικία πολύ κοντά στον λιμένα της. Πρόκειται για ένα από τα σπουδαιότερα καλοδιατηρημένα παλαιοχριστιανικά μνημεία που βρίσκονται στην ελληνική επικράτεια και μάλιστα το μεγαλύτερο σε

μέγεθος. Σύμφωνα με την παράδοση, το αρχικό κτίσμα του ναού αυτού ήταν έργο του Αυτοκράτορα του Βυζαντίου Μέγα και Αγίου Κωνσταντίνου προς εκπλήρωση επιθυμίας της μητέρας του, της Αγίας Ελένης. Στο σημείο αυτό αναφέρεται ότι κατά το ταξίδι της Βασιλομήτορος Ελένης προς τους Αγίους Τόπους λόγω μεγάλης θαλασσοταραχής το πλοίο που επέβαινε αναγκάσθηκε να καταφύγει στη Πάρο. Εκεί, προσευχόμενη η Αγία Ελένη στην Παναγία, προστάτιδα της Κωνσταντινούπολης, έταξε με την ολοκλήρωση του ταξιδιού της να κτίσει μια μεγαλόπρεπη εκκλησία αφιερωμένη στη Κοίμηση της Θεοτόκου. Το τάμα αυτό ήταν που υλοποίησε ο γιος της Μέγας Κωνσταντίνος χτίζοντας μια τρίκλιτη βασιλική περί τον 4ο αιώνα.

Αρχαίο θέατρο Επιδαύρου

Το αρχαίο θέατρο της Επιδαύρου βρίσκεται στο νοτιοανατολικό άκρο του ιερού που ήταν αφιερωμένο στο θεραπευτή θεό της αρχαιότητας, τον Ασκληπιό, στο Ασκληπιείο Επιδαύρου. Είναι χτισμένο στη δυτική πλαγιά του Κυνόρτιου όρους. Βρίσκεται κοντά στο σημερινό Λυγουριό της Αργολίδας και ανήκει στο Δήμο Επιδαύρου. Θεωρείται το τελειότερο αρχαίο ελληνικό θέατρο από άποψη ακουστικής και αισθητικής. Το αρχαίο θέατρο κατασκευάστηκε από τον αρχιτέκτονα Πολύκλειτο τον Νεότερο όπως αναφέρει ο Παυσανίας. Ο Παυσανίας εξαίρει το θέατρο για τη συμμετρία και την ομορφιά του. Με μέγιστη χωρητικότητα 13.000 - 14.000 θεατών το θέατρο φιλοξενούσε τους μουσικούς, ωδικούς και δραματικούς αγώνες που συμπεριλαμβάνονταν στη λατρεία του Ασκληπιού. Επίσης, χρησιμοποιήθηκε και ως μέσο θεραπείας των ασθενών, καθώς υπήρχε η πεποίθηση πως η παρακολούθηση δραματικών παραστάσεων είχε ευεργετικά αποτελέσματα για την ψυχική και σωματική υγεία των ασθενών. Το μνημείο σήμερα διατηρεί τη χαρακτηριστική τριμερή διάρθρωση ενός ελληνιστικού θεάτρου, διαθέτει δηλαδή κοίλο, ορχήστρα και σκηνικό οικοδόμημα. Κατά τους ρωμαϊκούς χρόνους το θέατρο δεν υπέστη μετατροπές, όπως αρκετά ελληνικά θέατρα.

Θολωτός τάφος του Ατρέως

Ο θολωτός τάφος του Ατρέως δέσποζε στη δυτική πλαγιά της ράχης της Παναγίτσας, στα νοτιοδυτικά της ακρόπολης των Μυκηνών και επάνω στον οδικό άξονα, που συνέδεε τις Μυκήνες με το Ηραίο του Άργους. Πρόκειται για έναν από τους μεγαλύτερους και τελειότερους μυκηναϊκούς θολωτούς τάφους και τον πιο εντυπωσιακό από τους εννέα, που συνολικά έχουν βρεθεί στις Μυκήνες. Χρονολογείται μεταξύ του 1350 και του 1250 π.Χ. και θεωρείται ως ένα από τα ωριμότερα δείγματα του τύπου. Είναι βέβαιο ότι χρησιμοποιήθηκε για την ταφή κάποιου σημαντικού μέλους της βασιλικής οικογένειας των Μυκηνών. Ήδη από την εποχή του περιηγητή Παυσανία (2ος αι. μ.Χ.) οι κάτοικοι της περιοχής γνώριζαν το μνημείο ως «θησαυρό», δηλαδή ως θησαυροφυλάκιο του ιδρυτή της μυθικής μυκηναϊκής ακρόπολης, του Ατρέως. Μέχρι σήμερα ο τάφος είναι γνωστός και ως «θησαυρός του Ατρέως» ή «τάφος του Αγαμέμνονα».

4.7 Ανάλυση Αγοράς

4.7.1 Ιστορική αναδρομή

Η τριλογία του πάρκου του Ορχομενού, η οποία περιλαμβάνει το αρχαίο θέατρο του Ορχομενού, τον θολωτό τάφο του Μινύου «Ο θησαυρός του Μινύα», καθώς και την βυζαντινή εκκλησία της Παναγιάς της Σκριπούς, εδρεύει στον δήμου του Ορχομενού, στην περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας. Ο δήμος αποτελείται από 11.688 κατοίκους (πραγματικός πληθυσμός σύμφωνα με απογραφή του 2011), ενώ η

κωμόπολη του Ορχομενού μετρά 5.238 κατοίκους.

Ο πλούτος και η φήμη του Ορχομενού αποτυπώνονται στις αφηγήσεις του Ομήρου, του Στράβωνα, αλλά και του Παυσανία. Ο τελευταίος μάλιστα, στα μέσα του 2ου αι. μ. Χ., είδε το «Θησαυρό του Μινύου», τον μνημειώδη θολωτό τάφο του 13ου αι. π.Χ., και θαύμασε τον τρόπο κατασκευής του. Ο τάφος είναι υπέργειος με δρόμο μήκους περί τα 30 μ. Η είσοδός του είναι κατασκευασμένη από ασβεστόλιθο, ύψους 5,46 μ. και πλάτους από 2,43μ-2,70 μ., με το μονολιθικό υπέρθυρό της, μήκους περίπου 6 μ. και βάρους πολλών τόνων, να διατηρείται ακόμα σήμερα στη θέση του. Ο κυκλικός θάλαμος έχει διάμετρο 14 μ., όσο περίπου υπολογίζεται το ύψος της θολωτής οροφής, η οποία ήταν κτισμένη κατά τον εκφορικό τρόπο.

Στη βορειοανατολική πλευρά του θόλου ανοίγεται μικρός πλευρικός θάλαμος, ορθογώνιας κάτοψης και διαστάσεων 3,79μ.x,75μ.x2,40μ.(ύψος), η οροφή του οποίου αποτελείται από τέσσερις ασβεστολιθικές πλάκες με ανάγλυφη διακόσμηση από σπείρες, ρόδακες και άνθη παπύρου. Τα τοιχώματα του τάφου, η είσοδός του εσωτερικά, αλλά και η είσοδος του πλευρικού θαλάμου ήταν διακοσμημένα με ένθετους χάλκινους ρόδακες, όπως μαρτυρούν τα υπολείμματα χάλκινων καρφιών μέσα σε οπές στους τοίχους. Ο τάφος συνέχισε να χρησιμοποιείται και μετά τη μυκηναϊκή εποχή, πρακτική που δεν είναι γνωστή για κανέναν άλλο τάφο της ίδιας περιόδου. Στο κέντρο του θαλάμου σώζεται μαρμάρινο βάθρο των ελληνιστικών χρόνων σε σχήμα Π, πάνω στο οποίο ήταν στημένα λατρευτικά αγάλματα θεοτήτων, ενώ στα ρωμαϊκά χρόνια χρησιμοποιήθηκε για τα αγάλματα Ρωμαίων αυτοκρατόρων.

Ο χώρος του Ορχομενού κατοικήθηκε ήδη από τους νεολιθικούς χρόνους και στη συνέχεια καθόλη τη διάρκεια της Εποχής του Χαλκού, όπως αποδεικνύεται από τα αρχιτεκτονικά κατάλοιπα και την πλούσια κεραμική που προήλθε από τις ανασκαφές στην περιοχή περιμετρικά του θολωτού τάφου.

Στον ίδιο χώρο με τον θολωτό τάφο εντοπίζεται το θέατρο της πόλης του Ορχομενού των ιστορικών χρόνων, το οποίο κατασκευάστηκε αρχικά τον 4ο αι. π.Χ., ενώ στον χώρο που καταλαμβάνει σήμερα ο βυζαντινός ναός της Παναγίας Σκριπούς (874μ.Χ.), πιστεύεται ότι βρισκόταν το ιερό των Χαρίτων, προς τιμήν των οποίων τελούνταν στο θέατρο τα Χαριτήσια, μουσικοί, θεατρικοί και ποιητικοί αγώνες.

Πιο συγκεκριμένα, το θέατρο, είναι κτισμένο μέσα στην τειχισμένη ακρόπολη του 4ου αι. π.Χ. Η πρώτη κατασκευή του τοποθετείται χρονολογικά στην ελληνιστική περίοδο, συγκεκριμένα στον 4ο αι. π.Χ., και ενδεχομένως συνδέεται με την εποχή επέκτασης των τειχών της πόλης από τους Μακεδόνες, μετά την επικράτηση του Φιλίππου Β΄ Μακεδονίας στη μάχη της Χαιρώνειας το 338 π.Χ. ή μετά την καταστροφή των Θηβών το 335 π.Χ., οπότε ο Ορχομενός ανταμείφτηκε από τους Μακεδόνες για τις υπηρεσίες του στην εκπόρθηση της αντίζηλης πόλης. Το θέατρο αποτελείται από ενιαίο κοίλο, χωρίς διαζώματα, και οι βαθμίδες για τα ειδώλια των θεατών είναι εν μέρει λαξευμένες στο φυσικό βραχώδες πρανές του Ακοντίου και εν μέρει έχουν κατασκευαστεί από τεχνητές επιχωματώσεις. Στο θέατρο εκτός από τους μουσικούς αγώνες προς τιμήν των Χαρίτων, του Διός Ομολωίου και του Διονύσου, όπως προκύπτει από τις επιγραφές που έχουν βρεθεί στην περιοχή του θεάτρου, πραγματοποιούνταν και οι συγκεντρώσεις των συμμαχικών πόλεων του Κοινού των Βοιωτών μετά την προσωρινή μεταφορά της έδρας του στον Ορχομενό, το 335 π.Χ., όταν η πόλη της Θήβας ισοπεδώθηκε από το 9 στρατό του Αλεξάνδρου ως τιμωρία για την αποστασία της κατά της μακεδονικής φρουράς.

Η σημερινή μορφή του μνημείου είναι το αποτέλεσμα συνεχών ανακατασκευών

και προσθηκών που έλαβαν χώρα σε όλη τη διάρκεια της περιόδου χρήσης του. Το κοίλο έχει εσωτερική διάμετρο 39 μέτρα περίπου και αποτελείται από δώδεκα σειρές εδωλίων από πωρόλιθο. Μεταξύ των εδωλίων παρεμβάλλονται εννέα κλίμακες από σκληρό ασβεστόλιθο, οι οποίες χώριζαν το κοίλο σε οκτώ κερκίδες. Ενδιαφέρον παρουσιάζει ο εντοπισμός κατά χώραν αρχιτεκτονικών στοιχείων, που προέρχονται από το σκηνικό οικοδόμημα (scaenae frons) και του προσκηνίου και μπορούν να βοηθήσουν στην αποκατάσταση της εικόνας της ανωδομής της σκηνής, αν και πολλά δομικά στοιχεία της χρησιμοποιήθηκαν στην κατασκευή του βυζαντινού ναού της Σκριπούς. Το προσκήνιο έφερε κιονοστοιχία δωρικών ημικιόνων στην πρόσοψη και στο επιστύλιο πάνω από αυτό υπήρχε επιγραφή με αφιέρωση στις Χάριτες. Πάνω από το προσκήνιο βρισκόταν το λόγιον, ο χώρος όπου κινούνταν οι ηθοποιοί. Από τη πίσω πλευρά του λύγκειου, όπως φαίνεται από τους τοίχους της σκηνής που εντοπίστηκαν κατά την ανασκαφή του 1972, ξεκινούσε το σκηνικό οικοδόμημα (scaenae frons), το οποίο είχε στην πρόσοψη θυρώματα. Στη ρωμαϊκή περίοδο κατασκευάστηκε με αρχαιότερο οικοδομικό υλικό υπερυψωμένο λόγιο. Στην παρυφή της ορχήστρας διατηρούνται τα έδρανα της προεδρίας προς τιμήν των Χαρίτων.

Σήμερα, το θέατρο διατηρείται σε σχετικά καλή κατάσταση, ωστόσο για λόγους προστασίας του, καθώς υπάρχει κίνδυνος υποχώρησης των καθισμάτων και των λοιπών αρχιτεκτονικών στοιχείων, το μνημείο δεν παραχωρείται για την πραγματοποίηση πολιτιστικών εκδηλώσεων, παρά μόνο σε συγκεκριμένες και υπό συνθήκες περιπτώσεις. Επιπλέον, το μνημείο δεν έχει ανασκαφεί συστηματικά και συνολικά. Μετά την αποκάλυψή του το 1973, κατά την οποία εντοπίστηκε το μεγαλύτερο τμήμα του κοίλου και της ορχήστρας, εν συνεχεία το 1999 πραγματοποιήθηκαν από τη Θ΄ Εφορεία Προϊστορικών και Κλασικών Αρχαιοτήτων ανασκαφικές εργασίες μικρής κλίμακας, οι οποίες έφεραν στο φως στα νοτιοδυτικά του θεάτρου τα αναλήμματα των παρόδων του μνημείου.

4.7.2 Μέγεθος αγοράς και στάδιο ανάπτυξης

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός θεωρείται από την UNESCO μια από τις μία πιο αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού και έχει ήδη αξιοποιηθεί από πολλές χώρες. Μάλιστα, σε ένα γενικότερο οικονομικό επίπεδο, μία σχετική μελέτη του Ο.Ο.Σ.Α. [2] έδειξε ότι σε αρκετές μεγάλες οικονομίες η αξία, την οποία παράγουν οι πολιτιστικές τους βιομηχανίες ισοδυναμεί με ένα ποσοστό της τάξης του 3% έως 6% του ΑΕΠ τους. Με δεδομένο ότι η συγκεκριμένη μελέτη αναφέρεται σε χώρες όπως οι ΗΠΑ, η Μεγάλη Βρετανία και η Γαλλία, καθίσταται προφανές ότι ο εκπαιδευτικός τουρισμός αφορά σε μία τεράστια βιομηχανία, στην οποία διακινούνται τεράστια χρηματικά ποσά. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη των Richards και Bonink, υπολογίζεται ότι η τρέχουσα αγορά στην ΕΕ μεταφράζεται σε 25 εκατομμύρια ειδικού ενδιαφέροντος επισκεπτών.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (U.N.W.T.O.)[3] , ο

[2] Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης: Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.) (αγγλικά: Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD είναι διεθνής οργανισμός εκείνων των αναπτυγμένων χωρών που υποστηρίζουν τις αρχές της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας και της οικονομίας της ελεύθερης αγοράς. Δημιουργήθηκε το 1948 ως Οργανισμός Ευρωπαϊκής Οικονομικής Συνεργασίας (Organisation for European Economic Co-operation - OEEC), με πρώτο γενικό γραμματέα τον Γάλλο Robert Marjolin, με σκοπό να διαχειριστεί το σχέδιο Μάρσαλ (Marshall) για την ανοικοδόμηση της Ευρώπης μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. (wikipedia.org)

[3] Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) είναι ο οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών υπεύθυνος για την προώθηση υπεύθυνου, βιώσιμου τουρισμού. Είναι ο κορυφαίος διεθνής οργανισμός

εκπαιδευτικός τουρισμός αναπτύσσεται με ετήσιο ρυθμό 15%, ενώ ο μαζικός τουρισμός αναπτύσσεται με πιο αργούς ρυθμούς της τάξης του 8%. Το σημαντικότερο εύρημα της έρευνας είναι ότι οι τουρίστες αυτού του είδους καταναλώνουν στατιστικά αρκετά περισσότερα χρήματα κατά τη διαμόνή τους με ποσοστά που κυμαίνονται από 10-15%. Επομένως, η ανάπτυξη του εκπαιδευτικού τουρισμού είναι, εκτός από ανερχόμενη, και προσοδοφόρα, χωρίς ωστόσο να δεσμεύει πόρους και να έχει ιδιαίτερα σημαντικό κόστος.

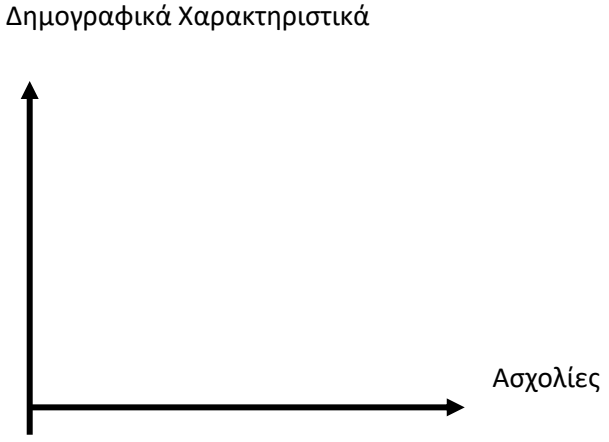
4.8 Κριτήρια Τμηματοποίησης

Προκειμένου η τριλογία του Ορχομενού να διαφοροποιηθεί από τα υπόλοιπα αρχαιολογικά μνημεία στον ελλαδικό χώρο πρέπει, πρωτίστως, να προσδιορίστούν για αυτήν με ακρίβεια τα τμήματα της αγοράς στα οποία απευθύνεται. Αυτή η διαδικασία προσδιορισμού θα επιτευθχεί μέσω της τμηματοποίησης της αγοράς, τα κριτήρια της οποίας είναι:

- Γεωγραφικά κριτήρια: Το Αρχαιολογικό Πάρκο του Ορχομενού βρίσκεται στο νομό Βοιωτίας, ο οποίος συνορεύει με το νομό Φθιώτιδας, Φωκίδας, Αττικής και Εύβοιας. Κύριος στόχος του πάρκου είναι η προσέλκυση των κατοίκων του νομού έδρευσής του και των τριγύρω νομών, καθώς επίσης και ατόμων από το εξωτερικό λόγω της γεωπολιτικής του θέσης.
- Δημογραφικά: Το πάρκο απευθύνεται σε σχολεία, παιδιά ηλικίας 6-18, σε φοιτητές, ηλικίας 18-24, σε νέους, ηλικίας 24-30, καθώς και σε οικογένειες.
- Ασχολίες: Σκοπός του πάρκου είναι να προσελκύσει άτομα που ενδιαφέρονται για την αρχαία ιστορία της Ελλάδας, αλλά και για την ενσωμάτωσή της στη σύγχρονη ζωή, μέσω της αξιοποίησης των χώρων για εκδηλώσεις και της παρουσίασής της ιστορίας του με τη χρήση μέσων νέας τεχνολογίας. Επίσης, απευθύνεται σε άτομα που θέλουν να πάρουν μέρος στην αναβίωση της ιστορίας του τόπου, αλλά και στις διαδικασίες συντήρησης και αναστήλωσής του.

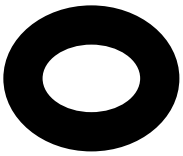
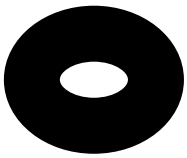
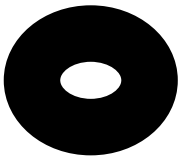
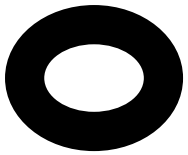
4.9. Τμηματοποίηση

Επιλογή κριτηρίων τμηματοποίησης

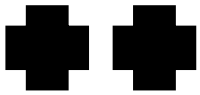


στον τομέα του τουρισμού, ο οποίος προωθεί τον τουρισμό ως κινητήριο μοχλό οικονομικής ανάπτυξης, χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξης και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και προσφέρει ηγετική θέση και στήριξη στον τομέα της προώθησης των πολιτικών στον τομέα της γνώσης και του τουρισμού παγκοσμίως.

Ένταση τμήματος

	6-18	18-24	24-30	Οικογένειες
Ηλικίες				

Ανάλυση αξίας για τον καταναλωτή

	6-18	18-24	24-30	Οικογένειες
Ηλικίες				

Ταυτοποίηση ανταγωνισμού

	6-18	18-24	24-30	Οικογένειες
Ηλικίες				

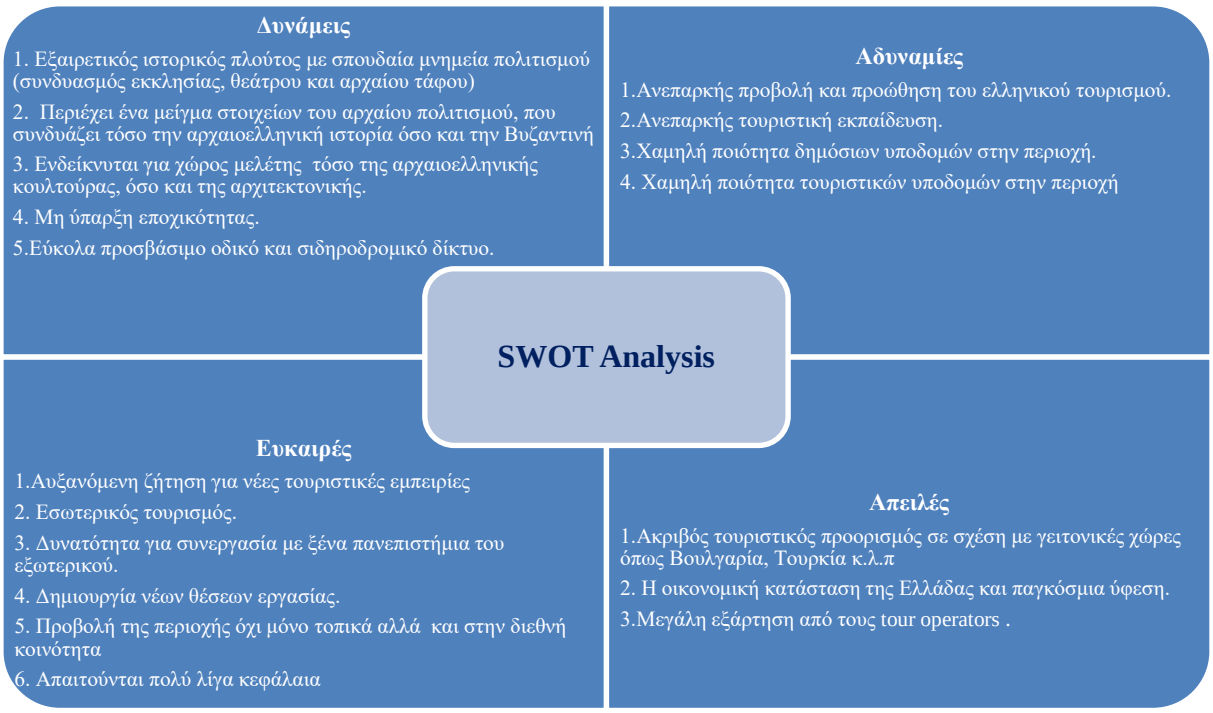
Ορισμός αγοράς στόχου

	6-18	18-24	24-30	Οικογένειες
Ηλικίες	⊘	⟷		⊘

Ως κύρια αγορά-στόχος του Αρχαιολογικού Πάρκου ορίζονται οι φοιτητές (18-24) και οι νέοι (24-30). Λόγω της υψηλής έντασης του ανταγωνισμού από άλλα αρχαιολογικά μνημεία μεγαλύτερης φήμης, κρίνεται πως για αγορές-στόχους όπως τα παιδιά (6-18), μέσω των σχολικών εκδρομών, και τις οικογένειες, το πάρκο δεν παρουσιάζει άμεσα κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Αντιθέτως, μέσω των συνεργειών με Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις και πανεπιστήμια, και λόγω των προσφερόμενων υπηρεσιών που αναλύονται παραπάνω, το πάρκο παρουσιάζει ιδιαίτερες ευκαιρίες για τους φοιτητές και τους νέους που θέλουν να προσεγγίσουν την αρχαία ιστορία μέσω μίας σύγχρονης σκοπιάς, αλλά και να συνδράμουν στην διατήρησή της.

4.10 Ανάλυση SWOT

Στη συνέχεια παρατίθεται η ανάλυση SWOT για τον εκπαιδευτικό τουρισμό:



5. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ MARKETING

5.1 Προϊόν-Υπηρεσία

Η επιχείρηση έχει ως βασικό σκοπό την ενοικίαση ειδικά διαμορφωμένου χώρου καταλυμάτων κοντά στον Ορχομενό, ώστε να φιλοξενούνται οι επισκέπτες που προέρχονται από τον εκπαιδευτικό τουρισμό μέσω των διάφορων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων. Συγκεκριμένα, οι επισκέπτες που θα έρχονται εθελοντικά μέσω του εκπαιδευτικού τουρισμού θα διαμένουν σε εγκαταστάσεις χωρητικότητας τεσσάρων ατόμων η καθεμία και συνολικής χωρητικότητας 100 ατόμων.

Στη συνέχεια, θα χρησιμοποιείται η τριλογία του Ορχομενού ως έρευνα πεδίου για τους επισκέπτες με στόχο την ανάδειξη των αρχαίων μνημείων και την επίτευξη της αειφόρου ανάπτυξης εν καιρώ. Έπειτα, θα υπάρχει η δυνατότητα περιήγησης στη γύρω περιοχή με ποδήλατα, τα οποία θα διατίθενται από την επιχείρηση για τις μετακινήσεις τους. Επιπλέον, οι επισκέπτες θα συμμετέχουν σε εκδηλώσεις οι οποίες διοργανώνονται για την ψυχαγωγία τους και για την ενσωμάτωσή τους στην ελληνική πραγματικότητα, όπως στις πολιτιστικές εκδηλώσεις. Δίνεται με αυτόν τον τρόπο η ευκαιρία να στηρίξουν επιπλέον την τοπική κοινότητα δοκιμάζοντας τοπικά προϊόντα.

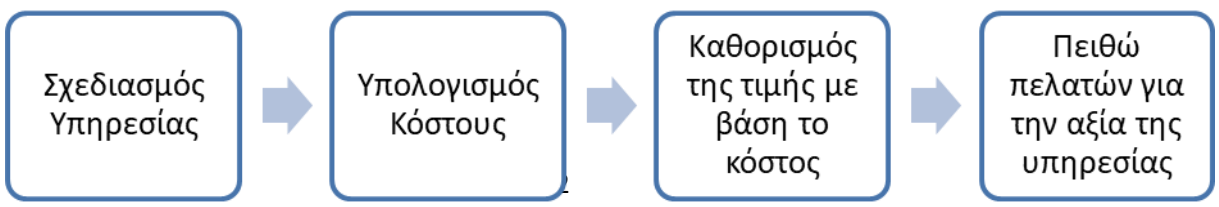
Η δεύτερη υπηρεσία, η οποία προσφέρεται είναι η ξενάγηση στο Αρχαιολογικό Πάρκο, η οποία θα υποστεί περεταίρω διαφοροποίηση μέσω των ηλεκτρονικών οθονών και της βιωματικής εφαρμογής, το παιχνίδι κρυμμένου θησαυρού. Περιστασιακά, θα διοργανώνονται παραστάσεις στο αρχαίο θέατρο, ώστε να προάγεται η ψυχαγωγία και η λειτουργικότητά του.

5.2 Τιμή

Κύρια πηγή εσόδων του αρχαιολογικού πάρκου αποτελούν τα εισιτήρια για την είσοδο σε αυτό, καθώς και τα κόμιστρα των θεατών για τις θεατρικές παραστάσεις που θα πραγματοποιούνται στο χώρο του αρχαίου θεάτρου. Οι τιμές και των δύο θα καθορίζονται σύμφωνα με τιμολόγηση βάση κόστους. Κύριο έξοδο είναι η συντήρηση της τριλογίας, το οποίο όμως καλύπτεται από επιχορηγήσεις του ΕΣΠΑ, αλλά και από τις δωρεές των ατόμων της τοπικής κοινότητας. Δεύτερο έξοδο μεγάλου μεγέθους είναι οι μισθοί των ατόμων που στελεχώνουν τις λειτουργίες του οργανισμού, οι οποίοι όμως καλύπτονται από το Δήμο Ορχομενού και ενίοτε την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Η βασική δραστηριότητα του οργανισμού, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, δεν θα απαιτεί κάποιο αντίτιμο από τους συμμετέχοντες σε αυτόν, μιας και αποσκοπεί στην κοινωνική και οικονομική αναβάθμιση του Αρχαιολογικού Πάρκου. Αντιθέτως, το κόστος μεταφοράς των εθελοντών από και προς τον κοντινότερο αερολιμένα, καθώς και τα έξοδα διαμονής και διατροφής τους κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στον Ορχομενό, θα καλύπτονται από την επιχείρηση. Τα συγκεκριμένα έξοδα αναμένεται να καλυφθούν από χορηγίες πολιτών, καθώς και από τα έσοδα, όπως αυτά αναφέρονται πιο πάνω.

Τιμολόγηση με βάση το κόστος



5.3 Τοποθέτηση

Δεν υπάρχει κάποιο κανάλι διανομής, αφού οι υπηρεσίες παρέχονται στον χώρο του αρχαιολογικού πάρκου.

5.4 Προώθηση

Η προώθηση του αρχαιολογικού πάρκου θα γίνει μέσω πολλών καναλιών. Αρχικά, κρίνεται απαραίτητη η παρουσία του πάρκου στο διαδικτυακό χώρο μέσω της δημιουργίας μίας ιστοσελίδας, όπου οι επισκέπτες της θα ενημερώνονται για τα νέα και τις εκδηλώσεις, οι οποίες πραγματοποιούνται στο Αρχαιολογικό Πάρκο και στην περιοχή του Ορχομενού. Συνάμα, λόγω της αλλαγής των τάσεων της αγοράς και της στροφής μεγάλου μέλους του πληθυσμού στο διαδίκτυο, προτείνεται η διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn.

Πριν τη διεξαγωγή μεγάλων εκδηλώσεων στο πάρκο ή στην ευρύτερη περιοχή του Ορχομενού, η τοποθέτηση διαφημιστικών banner σε κεντρικά σημεία της πόλης, αλλά και άλλων κεντρικών πόλεων της Ελλάδας, κρίνεται αναγκαία για την ενίσχυση των δράσεων. Ταυτόχρονα, η χρήση "influencers", δηλαδή ατόμων με κοινωνική επιρροή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίοι θα επισκεφτούν το χώρο και θα τον προωθήσουν αναλόγως, προσελκύει άτομα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά της αγοράς-στόχου (18-24, 24-30). Η τριλογία των μνημείων θα μπορούσε να ενσωματωθεί, επίσης, σε μεγαλύτερα projects που αφορούν στη συντήρηση των έργων της αρχαιότητας όπως το "Υιοθέτησε ένα αρχαίο θέατρο".

Ακόμα, ένας τρόπος προώθησης του Αρχαιολογικού Πάρκου στον Ορχομενό, αλλά και του νομού Βοιωτίας στο σύνολο, είναι ο δειγματισμός τοπικών προϊόντων μέσα στα ΚΤΕΛ με προορισμό τον Ορχομενό, κατά τη διάρκεια της διαδρομής, συνδυαστικά με την παροχή εκπτωτικών κουπονιών για την επίσκεψη εστιατορίων και καταστημάτων της περιοχής. Τα τελευταία χρόνια αυτή η πρακτική είναι ιδιαίτερα προσφιλής και εντάσσεται στα πλαίσια της γαστρονομικής διαδρομής. Απαραίτητη είναι και η προώθηση του χώρου στα σχολεία, μέσω ομιλιών και παρουσιάσεων στους μαθητές και η δημιουργία μασκότ του Φρίξου και της Έλλης, με σκοπό την διάδοση του μύθου της αρχαιότητας και της συνύφανσης του με το αρχαιολογικό πάρκο του Ορχομενού.

Επιπλέον, οι συνέργειες που αναπτύσσονται αποτελούν βασικό μοχλό προώθησης. Συγκεκριμένα, οι συνέργειες με τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις επιδρούν θετικά στην περεταίρω γνωστοποίηση του Ορχομενού και των εκδηλώσεων στο ευρύ κοινό. Ακόμα, η έμμεση διαφήμιση μέσω της συμμετοχής σε ένα πολιτισμικό μονοπάτι με άλλα μνημεία της Στερεάς Ελλάδας, όπως για παράδειγμα οι Δελφοί, με φορέα υλοποίησης την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας θεωρείται ως μία σημαντική πηγή προώθησης.

5.5 Φυσική Παρουσία

Η παρουσία του πάρκου το Ορχομενού θα αποτελείται από δύο συνιστώσες, την φυσική και την διαδικτυακή. Η διαδικτυακή παρουσία της τριλογίας θα αποτελείται από μία ιστοσελίδα φιλική προς το χρήστη, με πληθώρα οπτικοακουστικού υλικού που θα επιτρέπει την εμβάθυνση στην ιστορία και τη λειτουργία του πάρκου. Επίσης, συνοδεύεται από μία διαδραστική εφαρμογή για κινητά, η οποία μέσω ενός

παιχνιδιού ερωτήσεων-απαντήσεων και συγκέντρωσης στοιχείων, ενημερώνει τον χρήστη για την ιστορία του τόπου και των μνημείων που έχει επισκεφτεί.

Η φυσική παρουσία του πάρκου θα αποτελείται από χώρο υποδοχής και έκδοσης εισιτηρίων, με τη δυνατότητα αναμονής μέχρι την πραγματοποίηση της προκαθορισμένης ξενάγησης των επισκεπτών. Επίσης, θα διαμορφωθούν ειδικά μονοπάτια που θα επιτρέπουν τη σύνδεση των τριών μνημείων και θα εγκατασταθούν οθόνες με επεξηγήσεις και πληροφορίες σε διάφορα σημεία του Αρχαιολογικού Πάρκου. Τέλος, τα τρία μνημεία αποτελούν το κύριο κομμάτι της φυσικής παρουσίας.

5.6 Άνθρωποι

Οι υπηρεσίες που προσφέρονται εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τον ανθρώπινο παράγοντα. Όσοι, λοιπόν, συμμετέχουν στην παραγωγή και στην εκτέλεση μιας υπηρεσίας έχουν καθοριστικό ρόλο στην ικανοποίηση των αναγκών των επισκεπτών. Η ικανοποίηση των αναγκών του επισκέπτη από τις υπηρεσίες που αγοράζει εξαρτάται από την ποιότητα, αλλά και τη φύση της αλληλεπίδρασης μεταξύ του επισκέπτη και των ατόμων που παρέχουν κάθε φορά την υπηρεσία. Αν ο καταναλωτής νιώθει άνεση και ασφάλεια κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασης, τότε θα δημιουργηθεί αμοιβαία εμπιστοσύνη μεταξύ του καταναλωτή και του παρόχου της υπηρεσίας.

Συγκεκριμένα, αυτό που απαιτείται είναι κατάλληλο προσωπικό για την υλοποίηση των προτάσεων, όπως την εγκατάσταση ηλεκτρονικών οθονών, την δημιουργία και συντήρηση κατάλληλου χώρου για την υποδοχή των επισκεπτών και γενικότερα προσωπικό και τεχνική υποστήριξη. Επιπλέον, αφού υλοποιηθούν οι ιδέες, απαιτείται προσωπικό για την ξενάγηση στο χώρο, προσωπικό για την ασφάλεια του χώρου και γενικότερα για την τεχνική υποστήριξη.

5.7 Διαδικασίες

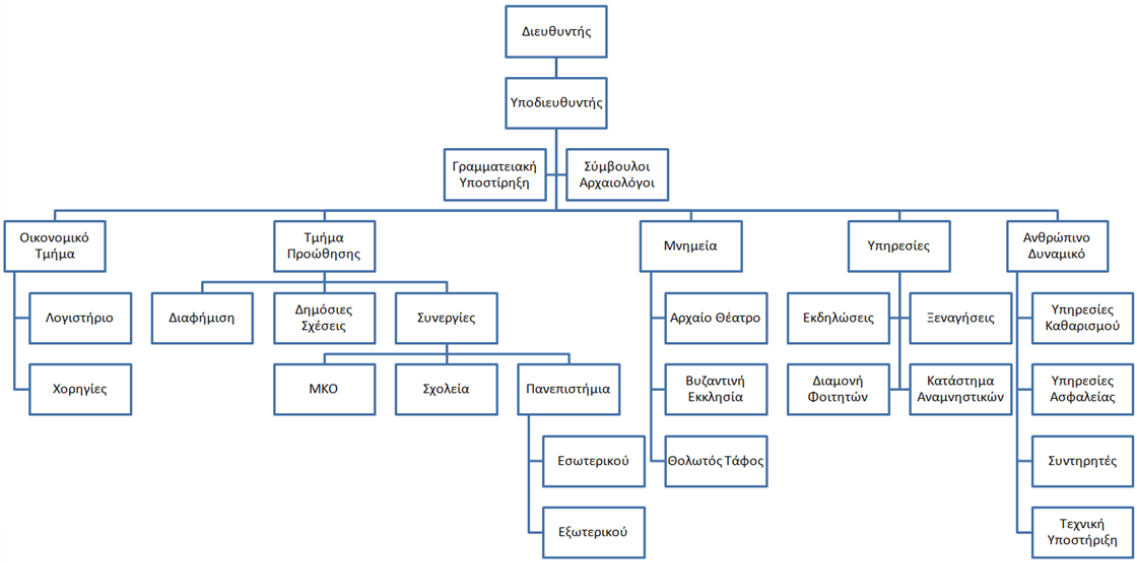
Στην συνέχεια του μείγματος μάρκετινγκ πολύ σημαντικό και απαραίτητο είναι το στάδιο της διαδικασίας για την εφαρμογή και υλοποίηση των υπηρεσιών. Οι διαδικασίες αφορούν το τμήμα τεχνικής υποστήριξης, που θα συντηρεί τις οθόνες, την ιστοσελίδα και την εφαρμογή του πάρκου, τον τρόπο διαχείρισης των προβλημάτων και των παραπόνων από την γραμματειακή υποστήριξη. Ακόμα, ο τρόπος διεκπεραίωσης όλων των λειτουργιών του οργανισμού από τα άτομα αυτού πρέπει να είναι προσανατολισμένος στον σκοπό του, την ανάδειξη του Αρχαιολογικού Πάρκου του Ορχομενού Βοιωτίας και μακροπρόθεσμα στην αειφορία.

6.ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

6.1.Οργανωτικός Σχεδιασμός

Στη συνέχεια παρατίθεται το οργανόγραμμα του αρχαιολογικού πάρκου του Ορχομενού. Στόχος της προτεινόμενης οργανωτικής δομής είναι η επάνδρωση του αρχαιολογικού πάρκου με άτομα, τα οποία διαθέτουν τα κατάλληλα προσόντα και τις

γνώσεις για την επιτυχή λειτουργία του, αλλά και η δημιουργία θέσεων εργασίας για τοπική κοινότητα και η τόνωση της τοπικής οικονομίας.



6.2.Σχεδιασμός λειτουργιών

Οι λειτουργίες του managment ανέρχονται σε τέσσερις, τον προγραμματισμό, την οργάνωση, την διεύθυνση και τον έλεγχο. Αναλυτικότερα:

Προγραμματασμός

Ο λειτουργικός σχεδιασμός του πάρκου του Ορχομενού αφορά στη θέσπιση των βραχυπρόθεσμων στόχων του. Αυτοί είναι οι εξής:

- Δημιουργία διαδικτιακού χώρου, απαραίτητη είναι η παρουσία του Αρχαιλογικού Πάρκου στο διαδίκτιο, μέσω μίας διαδραστικής ιστοσελίδας, για την ενημέρωση και την εισαγωγή του επισκέπτη στην ιστορία του χώρου.
- Αναστήλωση και συντήρηση του Αρχαιολογικού Πάρκου, δημιουργία υποδομών κατάλληλων και ικανών για την υποδοχή των διαφόρων εκδηλώσεων και διοργανώσεων.
- Αναζήτηση χορηγών και κεφαλαίων για την διεκπαιρέωση των προβλεπόμενων έργων και την πιλοτική λειτουργία του Αρχαιολογικού Πάρκου.
- Επανδρίωση των λειτουργιών του πάρκου του Ορχομενού με άτομα με κατάλληλες ικανότητες, με σκοπό την ορθή και επιτυχή οργάνωση και λειτουργία του.

Ο στρατηγικός σχεδιασμός του πάρκου του Ορχομενού αφορά στη θέσπιση των μακροχρόνιων στόχων του. Πιο συγκεκριμένα:

- Ανάπτυξη της τριλογίας του Ορχομενού με σκοπό αυτή να αποτελεί ένα σημείο πολιτσμού και διατήρησης της αρχαίας ιστορίας.
- Αποκατάσταση των τριών μνημείων του Αρχαιολογικού Πάρκου με στόχο την αναβίωση της πλήρους λειτουργικότητας τους, σύμφωνα με τις ιστορικές τους προδιαγραφές.

- Δίαδοση της φήμης του πάρκου και φιλοξενία του μέγιστου αριθμού επισκεπτών ανά ημέρα.

Οργάνωση

Κατά την οργάνωση του Αρχαιολογικού Πάρκου, το έργο του κατανέμεται σε άτομα και ομάδες και εκχωρείται σε αυτά η κατάλληλη εξουσία προκειμένου να το υλοποιήσουν. Ταυτόχρονα, καθορίζονται οι σχέσεις εξουσίας και ορίζονται οι ευθύνες κάθε ατόμου ή ομάδας μέσα σε αυτό.

Σύμφωνα με το οργανόγραμμα, την γενική εποπτεία όλων των λειτουργιών και των διαδικασιών έχει ο διευθυντής, ο οποίος ακουλουθείται από τον υποδιευθυντή. Στη συνέχεια, σε επικουρικές θέσεις βρίσκεται η γραμματιακή υποστίρηξη, μέλημα της οποίας είναι η συμβολή στην διεκπεραίωση υποθέσεων των άλλων τμήματων για την ομαλή λειτουργία τους, καθώς και σύμβουλοι αρχαιολόγοι, οι οποίοι θα καλούνται στο χώρο κάθε φορά που τα μνημεία χρίζουν προσοχής, πέραν της καθορισμένης τους συντήρησης. Στο αμέσως επόμενο ιεραρχικό επίπεδο του υποδιευθυντή συναντώται πέντε τμήματα των οποίων οι λειτουργίες χωρίζονται σε υποτμήματα.

Αρχίκα, το οικονομικό τμήμα διακρίνεται σε λογιστήριο, το οποίο διαχειρίζεται όλες τις συνήθεις οικονομικές διαδικασίες ενός οργανισμού και σε χορηγίες, υποτμήμα υπεύθυνο για την εξεύρεση χορηγιών και επιχοριγήσεων για να επιτυγχάνεται η λετουργία του Αρχαιολογικού Πάρκου, πέρα τον εσόδων που θα αποφέρονται από τις διάφορες δραστηριότητες σε αυτό. Στη συνέχεια, το τμήμα προώθησης αποτελείται από τρίμα υποτμήματα, διαφήμισης, δημοσίων σχέσεων και συνεργιών. Το υποτμήμα διαφήμισης έχει σκοπό την προβολή και τη γνωστοποίηση του πάρκου πέραν των ορίων της τοπικής κοινότητας, το υποτμήμα των δημοσίων σχέσεων θα είναι υπέυθυνο για τη δημιουργία και διατήρηση σχέσεων κατά τη διάρκεια διαφόρων συνεργασιών και εκδηλώσεων.

Τέλος, το υποτμήμα των συνεργιών διαχωρίζεται σε Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, σχολεία και πανεπιστήμια. Σκοπός κάθε υποτμήματος είναι η δημιουργία σχέσης και επαφής των ομάδων στις οποίες απευθύνεται το καθένα με το πάρκο του Ορχομενού, νέοι, μαθητές, φοιτητές εσωτερικού και εξωτερικού. Στο οργανόγραμμα, ύστερα, παρατηρείται το τμήμα μνημείων, το ποίο διασπάται στα υποτμήματα: Αρχαίο Θέατρο, Βυζαντινή Εκκλησία, Θολωτός Τάφος. Στόχος του συγκεκριμένου τμήματος και των υποτμημάτων του είναι η σωστή λειτουργία των τριών μνημείων του πάρκου. Επόμενο τμήμα είναι οι παρεχόμενες υπηρεσίες του πάρκου, το οποίο χωρίζεται σε τέσσερα υποτμήματα. Πιο συγκεκριμένα, διατηρείται υποτμήμα εκδηλώσεων, υπεύθυνο για την οργάνωση και την διεξαγωγή εκδηλώσεων στα πλάισια του αρχαιολογικού πάρκου, υποτμήμα ξεναγήσεων, στελεχωμένο από ξεναγούς, οι οποίοι θα εποπτεύουν και θα πραγματοποιούν τις ξεναγήσεις στο πάρκο, υποτμήμα διαμονής φοιτητών, που θα αναλαμβάνει τη φιλοξενία των φοιτητών που θα επισκέπτονταν το χώρο στα πλαίσια συνεργασιών του πάρκου με πανεπηστήμια και το υποτμήμα του καταστήματος αναμνηστικών, το οποίο θα προάγει τα τοπικά προϊόντα και θα επικοινωνέι και θεσπίζει συνεργασίες με παραγωγούς από την τοπική κοινότητα.

Τελευταίο τμήμα του οργανογράμματος είναι το ανθρώπινο δυναμικό. Αυτό αποτελείται από τα υποτμήμα των υπηρεσιών καθαρισμού, με σκοπό τη διατήρηση του χώρου καθαρό καθόλη τη διάρκεια της ημέρας, των υπηρεσιών ασφαλείας, με στόχο τ τη φύλαξη του Αρχαιολογικού Πάρκου και των επισκεπτών του, των

συντηρητών, οι οποίοι θα πραγματοποιούν προκαθορισμένες και συνεχείς διαδικασίες συντήρης των μνημείων, και τέλος το υποτμήμα της τεχνικής υποστήριξης, το οποίο θα μερημνεί για την ορθή λειτουργία του συνοδευτικού οπτικοακουστικού υλικού του πάρκου.

Διεύθυνση

Τη γενική διεύθυνση του πάρκου την έχει ο διευθυντής, ακολουθώμενος άμεσα από τον υποδιευθυντή. Στη συνέχεια, ιεραρχείται εξουσία στα επόμενα ιεραρχικά επίπεδα, τα τμήματα του οργανισμόυ, και από αυτά στα υποτμήματα του οργανισμού. Το σύστημα ηγεσίας που προτείνεται είναι εκχωρητικό, αλλά με έντονο έλεγχο. Κατά αυτό το σύστημα διεύθυνσης τα μέλη θα έχουν ελευθερία στη λήψη αποφάσεων, έτσι ώστε να καθορίζουν τις κινήσεις που θεωρούν ότι θα αποδόσουν τα μέγιστα για την επίτευξη των στόχων του πάρκου, αλλά θα ελέγχονται έντονα από τη διεύθυνση προκειμένου να ευθυγραμμίζονται με τον τρόπο λειτουργίας του και με την ιδιαίτερη μορφή του οργανισμού, μιας και διαχειρίζεται μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς.

Έλεγχος

Σκοπός της λειτουργίας του ελέγχου είναι η μέτρηση των αποτελεσμάτων και του βαθμού επίτευξης των στόχων που τέθηκαν κατά το στάδιο του προγραμματισμού. Αφού τεθεί ένα χρονοδιάγραμμα για την ολοκλήρωση των βραχυχρόνιων στόχων του Αρχαιολογικού Πάρκου, τα αποτελέσματά τους θα είναι εύκολα μετρήσημα λόγω της υλικής υπόστασης που έχουν. Σε περίπτωση που διαπιστωθούν προβλήματα μετά την ολοκλήρωση οποιουδήποτε βραχυχρόνιου στόχου, μέσω της λειτυοργίας των τμημάτων του οργανισμού και του απασχολούμενου προσωπικού, η ευθυγράμμισή του με τους στόχους που είχαν τεθεί θα είναι απλή.

Ο μακροχρόνιος προσανατολισμός του πάρκου, αφού ορισθεί ένα επιθυμητό χρονοδιάγραμμα, θα μπορεί εν αντιστοίχως να μετρηθεί ποσοτητά μέσω του αριθμού ημερησίων εισητηρίων που θα προσκομεί στους επισκέπτες του το πάρκο. Επίσης, η πλήρης αναστήλωση των τριών μηνείων θα μπορεί να ελεγχθεί από τους συμβούλους αρχαιολόγους που δρουν επικουρικά στα πλαίσια του οργανισμού.

7.ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

7.1 Οικονομικά της Δραστηριότητας

ΚΠΑ της δραστηριότητας

Η Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) της δραστηριότητας σύμφωνα με τους υπολογισμούς του λογισμικού «Business Plan v.3.0» τείνει στο άπειρο, καθώς δεν υπάρχει χρηματοοικονομικός κίνδυνος για την επιχείρηση. Επομένως, σε κάθε περίπτωση η επένδυση στον Ορχομενό και το σχέδιο ανάπτυξής του καθίσταται αποδεκτό. Στην ίδια αξιολόγηση καταλήγει και ο Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης της επένδυσης.

7.2 Ανάλυση Εσόδων-Εξόδων

Έσοδα

Τα έσοδα της επιχείρησης θα προκύψουν από δύο επιμέρους υπηρεσίες. Η πρώτη αφορά στην είσοδο των επισκεπτών στο Αρχαιολογικό Πάρκο. Η δεύτερη υπηρεσία, η οποία παράγει έσοδα, είναι η παραχώρηση του θεάτρου για παραστάσεις.

	Αρχικές εκτιμήσεις		Έτος έναρξης πωλήσεων
	Τιμή	Ποσότητα	
Υπηρεσία 1 (εισπήριο εισόδου)	5	500	0
Υπηρεσία 2 (παραστάσεις στο θέατρο)	1.000	1	2
Υπηρεσία 3		0	
Υπηρεσία 4		0	
Υπηρεσία 5			
Υπηρεσία 6			
Υπηρεσία 7			
Υπηρεσία 8			
Υπηρεσία 9			
Υπηρεσία 10			

Έτος 2	Έτος 3	Έτος 4	Έτος 5
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής εσόδων %			
30,00%	50,00%	100,00%	120,00%
0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

	Έτος				
	1	2	3	4	5
Υπηρεσία 1 (εισπήριο εισόδου)	2.500	3.250	4.875	9.750	21.450
Υπηρεσία 2 (παραστάσεις στο θέατρο)		1.000	1.000	1.000	1.000
Υπηρεσία 3	0	0	0	0	0
Υπηρεσία 4	0	0	0	0	0
Υπηρεσία 5	0	0	0	0	0
Υπηρεσία 6	0	0	0	0	0
Υπηρεσία 7	0	0	0	0	0
Υπηρεσία 8	0	0	0	0	0
Υπηρεσία 9	0	0	0	0	0
Υπηρεσία 10	0	0	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ	**2.500**	**4.250**	**5.875**	**10.750**	**22.450**

Έξοδα

Έξοδα εγκατάστασης και εξοπλισμού	Κόστος (σε €)	Διάρκεια απόσβεσης (σε έτη)
Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές και Περιφερειακά (ηλεκτρονικές οθόνες)	3.000	7

Ετήσια Έξοδα	Κόστος (σε €)				
	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3	Έτος 4	Έτος 5
Έξοδα προσωπικού	0	0	0	0	0
Κόστος προσωπικού (αμοιβή γραμματέα,παιδαγωγών,web-developer)					
Μπόνους					
Επιμόρφωση προσωπικού (σεμινάρια από συμβούλους επαγγελματικού προσανατολισμού)					
Αμοιβές τρίτων (αμοιβή λογιστή,αμοιβή ψυχολόγου)					
Λοιπά έξοδα (πιστοποίηση ISO και επιθεωρήσεις)					
Έξοδα λειτουργίας	7.100	7.100	7.100	7.100	7.100
Ενοίκια κατασκήνωσης	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Συντήρηση εφαρμογής	100	100	100	100	100
Φαγητό (φιλοξενούμενοι εκπαιδευτικου τουρισμού)	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Έξοδα μεταφοράς	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Ασφάλιση					
Τέλη κυκλοφορίας					
Εισιτήρια					
Καύσιμα					
Συντήρηση και επισκευές					
Λοιπά έξοδα	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Έξοδα πωλήσεων και προώθησης	2.100	1.500	1.500	1.500	1.500
Διαφήμιση σε social media	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις					
Ιστοσελίδα	500				
Λοιπά έξοδα (μασκότ)	100				
Σύνολο	13.200	12.600	12.600	12.600	12.600

7.3 Προβλέψεις Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων

Τα έξοδα εγκατάστασης και εξοπλισμού, δηλαδή τα 3000€ που απαιτούνται για τις ηλεκτρονικές οθόνες, θα καλυφθούν από χορηγίες. Ωστόσο, σε αυτό το σημείο αξίζει να γίνει αναφορά στη χρηματοδότηση από το ΕΣΠΑ. Το τελευταίο διάστημα έχει αναπτυχθεί γόνιμη συνεργασία και συντονισμός μεταξύ του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού και της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας για την εξασφάλιση χρηματοδότησης έργων πολιτισμού, προκειμένου να προστατευθεί και να αναδειχθεί ο μνημειακός πλούτος της περιοχής. Στην όλη προσπάθεια πολύτιμη είναι η συνδρομή και του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης, που έχει το γενικό συντονισμό του ΕΣΠΑ 2014-2020. Στο Πλαίσιο της Πρόσκλησης της Υπηρεσίας Διαχείρισης του Επιχειρησιακού Προγράμματος (Ε.Π.) Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας με τίτλο «ΕΡΓΑ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΜΝΗΜΕΙΩΝ, ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ ΠΟΛΕΩΝ», οι Υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού, τον Μάρτιο του 2016, πρότειναν και εντάχθηκαν στο επιχειρησιακό πρόγραμμα στις 15.11.2016 η «Αναβάθμιση αρχαιολογικού χώρου

Ορχομενού Βοιωτίας και αποκατάσταση αρχαίου θεάτρου στο πλαίσιο δημιουργίας του Αρχαιολογικού Πάρκου Ορχομενού» με προϋπολογισμό 2.001.690,61€ και φορέα υλοποίησης την Εφορεία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας. Επειδή το ΕΣΠΑ έχει χορηγηθεί για την επίτευξη συγκεκριμένων έργων αναβάθμισης και συντήρησης των μνημείων, δεν μπορεί να ενταχθεί στις πηγές χρηματοδότησης της επιχείρησης μας.

8.ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Η εκτίμηση του επαγγελματικού κινδύνου αποτελεί νομοθετική υποχρέωση για όλες τις επιχειρήσεις δημόσιου ή ιδιωτικού τομέα, ανεξάρτητα από τον αριθμό των εργαζομένων που απασχολούν και τον κλάδο της οικονομικής δραστηριότητας που ανήκουν. Οι κίνδυνοι που μπορούν να αναγνωριστούν, διακρίνονται σε πολιτικούς, νομικούς, παραγωγικούς παράγοντες, αλλά και παράγοντες της αγοράς.

Αρχικά, στο πολιτικό περιβάλλον, μπορεί η πολιτική σταθερότητα μιας χώρας ή η πολιτική αστάθειά της να μην επιδρά άμεσα στην λειτουργία μιας επιχείρησης, ωστόσο οι κυβερνητικές αποφάσεις σε θέματα έγκρισης χρημάτων από διάφορα προγράμματα, αλλά και οι νόμοι σχετικά με την φορολόγηση και την λειτουργία των επιχειρήσεων μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό εμπόδιο για την διοίκηση της επιχείρησης. Στη συγκεκριμένη περίπτωση πηγή κινδύνου αποτελεί ο τρόπος λειτουργίας της τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς επίσης και η γραφειοκρατία που απαιτείται για τη διεξαγωγή θεατρικών παραστάσεων σε αρχαία θέατρα. Ακόμα, η αναξιοκρατία που επικρατεί στην Ελλάδα αποτελεί άμεσο κίνδυνο για την παρεχόμενη υπηρεσία.

Μία επιπλέον πηγή κινδύνου προέρχεται από τις χορηγίες. Σε περίοδο οικονομικής κρίσης, οι επενδύσεις σε τέτοιου είδους δραστηριότητες μέσω χορηγιών είναι δύσκολο να επιτευχθούν. Σημαντικοί θεωρούνται και οι κίνδυνοι της αγοράς, επεξηγηματικά το ανταγωνιστικό περιβάλλον. Όπως έχει μελετηθεί, το ανταγωνιστικό περιβάλλον, περιλαμβάνει κυρίως θρησκευτικούς, ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους, οι οποίοι έχουν χαμηλά εμπόδια εισόδου στο μερίδιο αγοράς, το οποία θα δημιουργήσει καινοτομικά η επιχείρηση.

9. ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Ακολουθεί ένα χρονοδιάγραμμα, μέσω του οποίου καθίσταται σαφής η περίοδος ολοκλήρωσης της κάθε φάσης της επιχειρηματικής ιδέας. Αρχικά, είναι απαραίτητη η οργάνωση των ιδεών που θα εφαρμοστούν στον αρχαιολογικό χώρο. Έπειτα, θα προσληφθεί το εκπαιδευτικό προσωπικό, ώστε σε συνεργασία να γίνει δυνατή η υλοποίηση της επόμενης φάσης. Συγχρόνως, θα παρθούν προσφορές από τους προμηθευτές για τις πρώτες ύλες, τον εξοπλισμό και την ενοικίαση παγίων. Αυτή η διαδικασία θα διαρκέσει περίπου δύο τρίμηνα. Εφόσον ολοκληρωθεί η φάση σχεδιασμού των προτάσεων, θα αρχίσει η παραγγελία των πρώτων υλών και του εξοπλισμού. Στη συνέχεια, θα πραγματοποιηθεί και η εφαρμογή των προτάσεων. Επομένως, αναμένεται ότι σε τέσσερεις τρίμηνα θα έχουμε τα πρώτα έσοδα.

Αυτή η πορεία της επιχείρησης διαγραμματικά παριστάνεται στο ακόλουθο σχήμα:

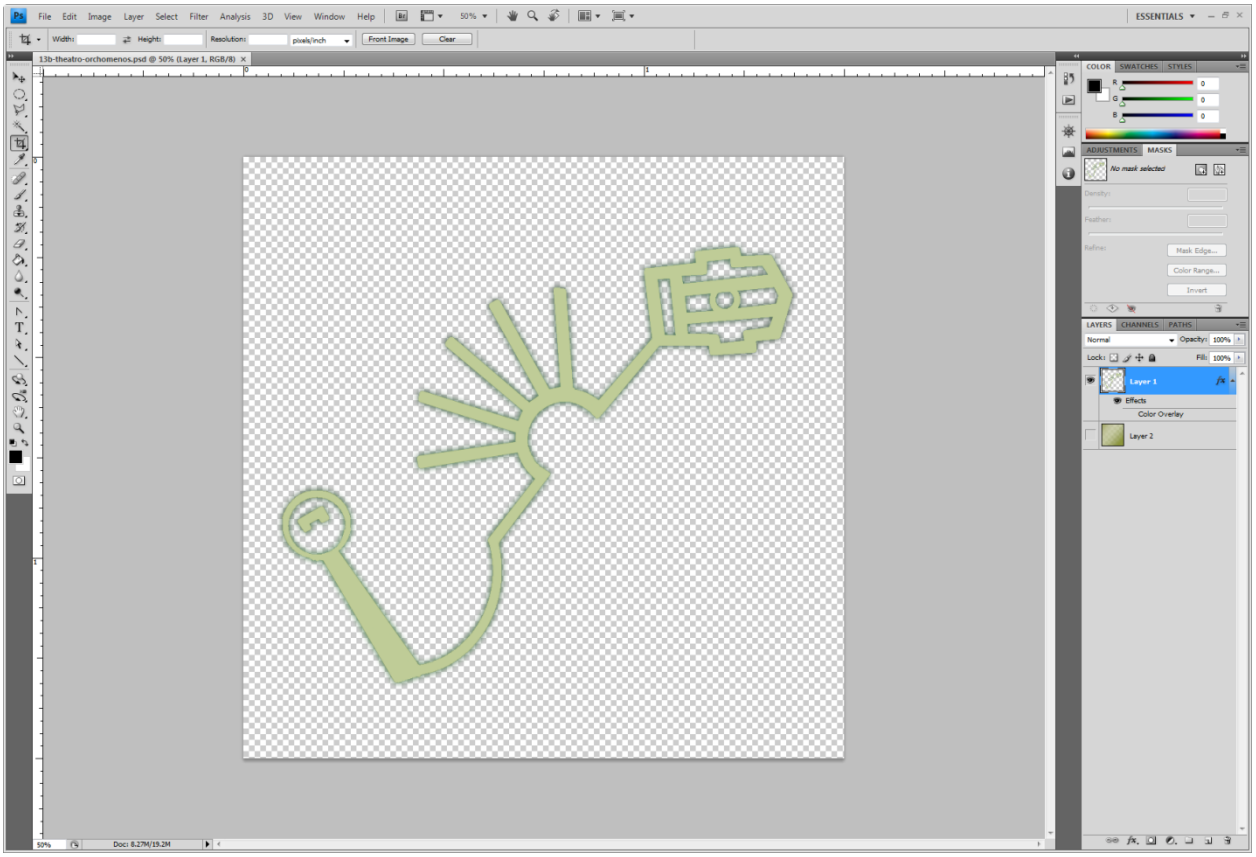
	GANT CHART			
	1° 3μηνο	2° 3μηνο	3° 3μηνο	4° 4μηνο
1. Οργάνωση ιδεών				
2. Πρόσληψη Προσωπικού				
3. Ολοκλήρωση προτάσεων				
4. Παραγγελία πρώτων υλών και εξοπλισμού				
5. Εφαρμογή ιδεών				
6. Πρώτες εισπράξεις από επισκέψεις				

10. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

10.1 Ερωτηματολόγια και ιστοσελίδα

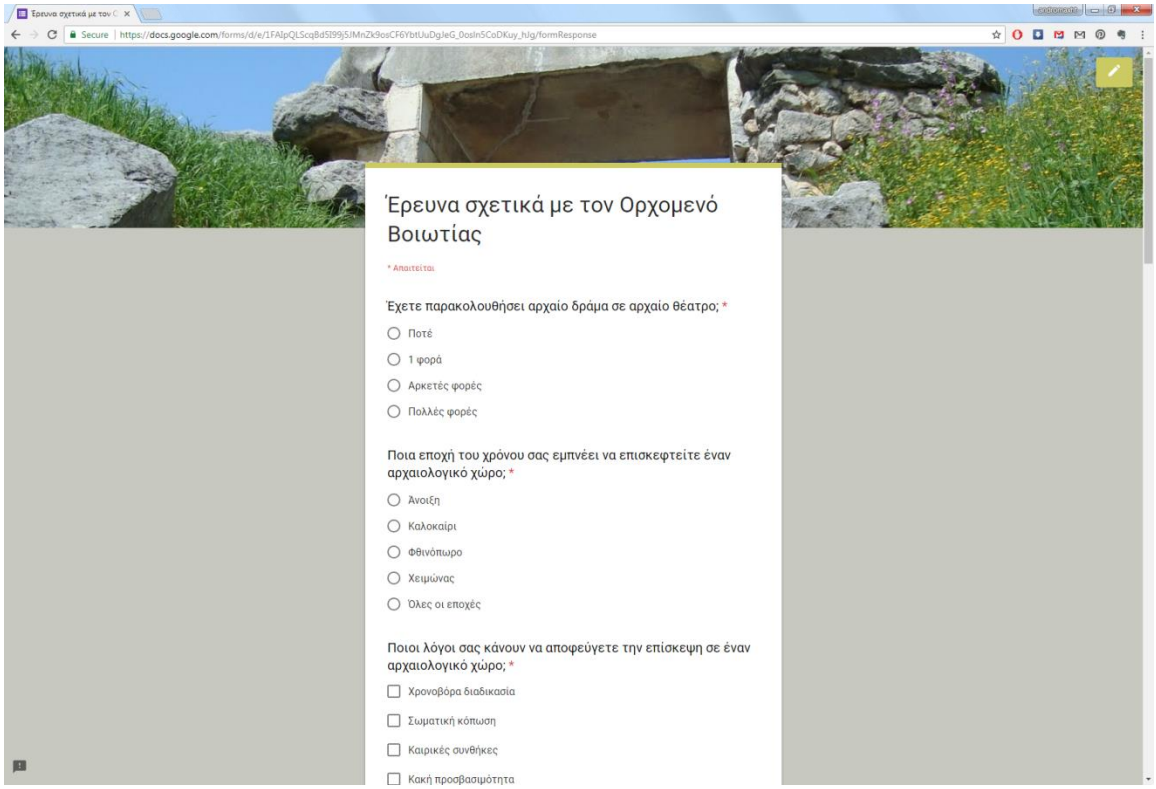
10.1.1 Σχεδιασμός λογοτύπου

Χρησιμοποιήθηκε το Adobe Photoshop για το σχεδιασμό του λογοτύπου. Δόθηκε έμφαση στην τριλογία του Αρχαιολογικού Πάρκου του Ορχομενού, καθώς αποτελεί την ταυτότητα του τόπου. Ως βάση χρησιμοποιήθηκε ο χάρτης του αρχαιολογικού πάρκου του Ορχομενού και σιγά σιγά έγινε αφαιρετική προσέγγιση του χάρτη με γήινα χρώματα, ενοποιώντας τα τρία μνημεία ώστε να γίνεται πιο σαφές το τρίπτυχο του Ορχομενού.



10.1.2 Δημιουργία ερωτηματολογίου

Χρησιμοποιήθηκαν οι φόρμες της Google για τη σύνταξη του ερωτηματολογίου. 11 ερωτήσεις απαντήθηκαν από 137 άτομα. Οι απαντήσεις συλλέχθηκαν ανώνυμα και προέκυψαν τα στατιστικά αποτελέσματα που έχουν αναφερθεί. Ακολουθούν screenshots του ερωτηματολογίου:



Έρευνα σχετικά με τον Ορχομενό Βοιωτίας

* Απαιτείται

Έχετε παρακολουθήσει αρχαίο δράμα σε αρχαίο θέατρο; *

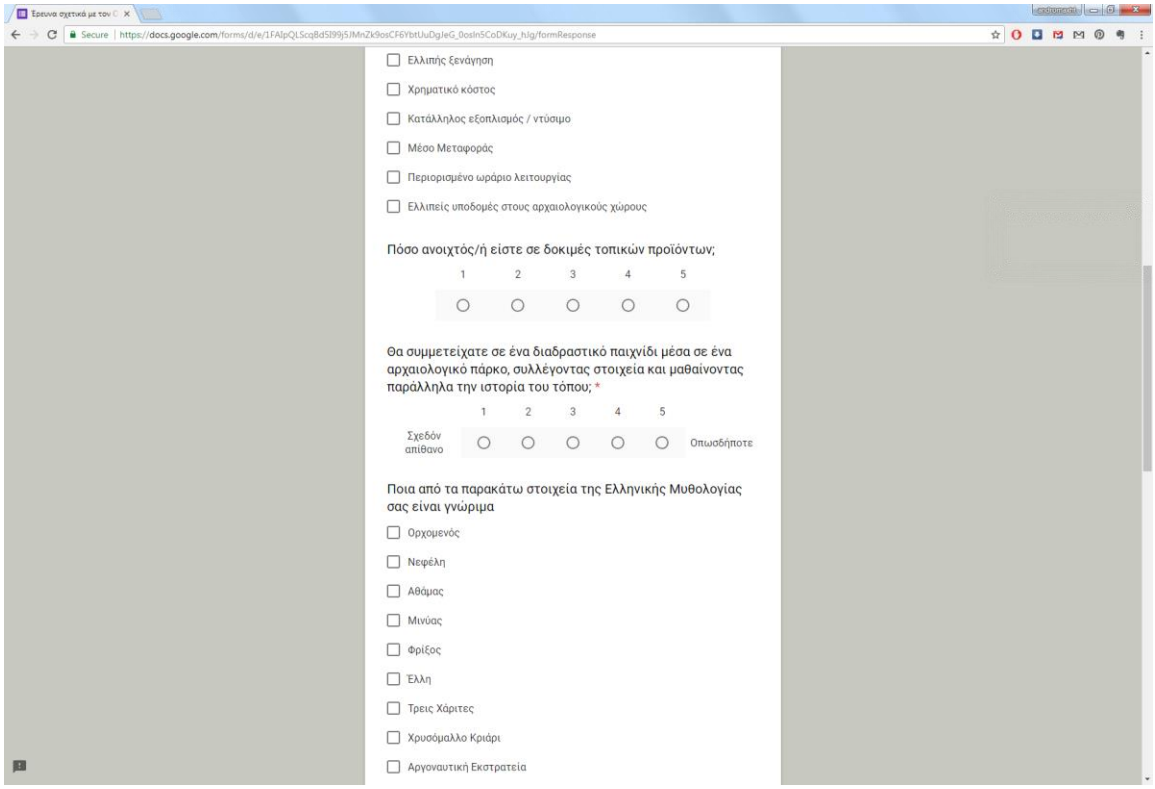
- Ποτέ
- 1 φορά
- Αρκετές φορές
- Πολλές φορές

Ποια εποχή του χρόνου σας εμπνέει να επισκεφτείτε έναν αρχαιολογικό χώρο; *

- Άνοιξη
- Καλοκαίρι
- Φθινόπωρο
- Χειμώνας
- Όλες οι εποχές

Ποιοι λόγοι σας κάνουν να αποφεύγετε την επίσκεψη σε έναν αρχαιολογικό χώρο; *

- Χρονοβόρα διαδικασία
- Σωματική κόπωση
- Καιρικές συνθήκες
- Κακή προσβασιμότητα



- Ελλιπής ξενάγηση
- Χρηματικό κόστος
- Κατάλληλος εξοπλισμός / ντύσιμο
- Μέσο Μεταφοράς
- Περιορισμένο ωράριο λειτουργίας
- Ελλιπείς υποδομές στους αρχαιολογικούς χώρους

Πόσο ανοιχτός/ή είστε σε δοκιμές τοπικών προϊόντων;

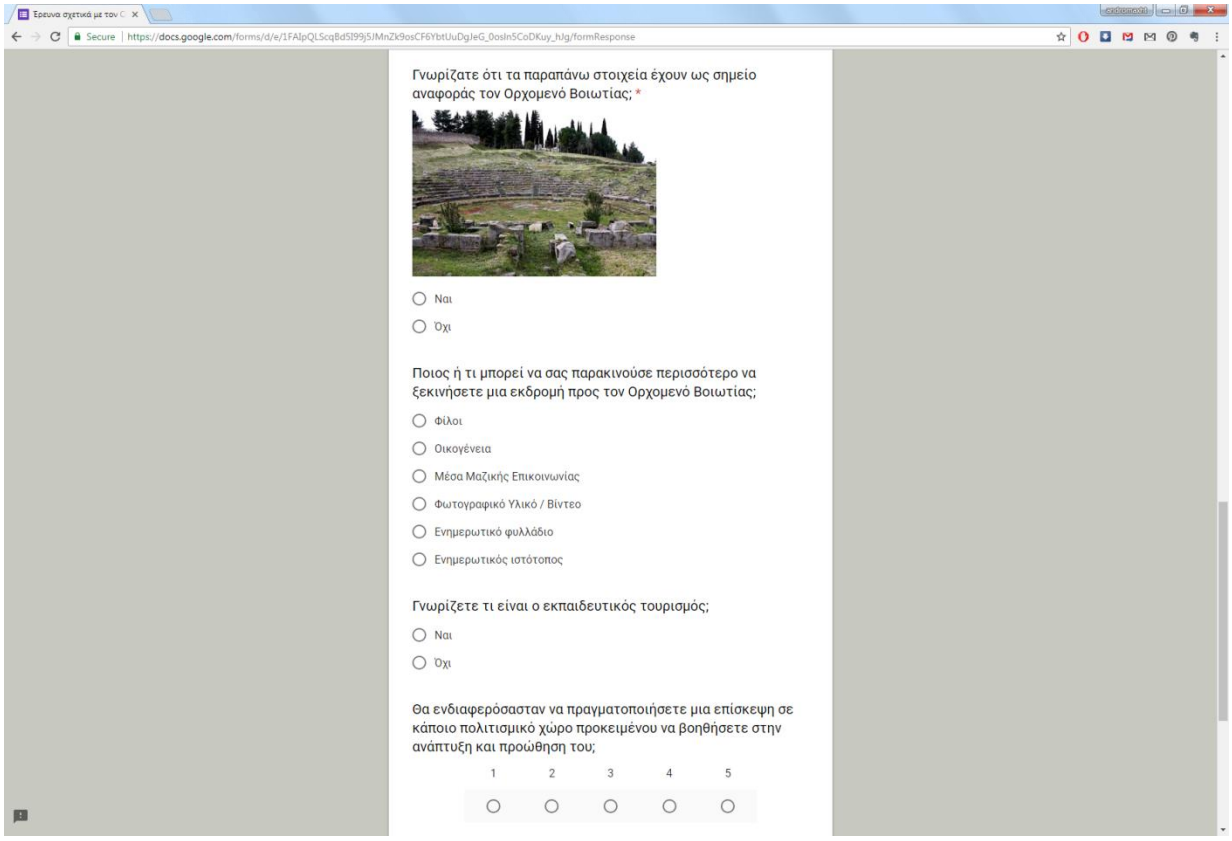
1	2	3	4	5
○	○	○	○	○

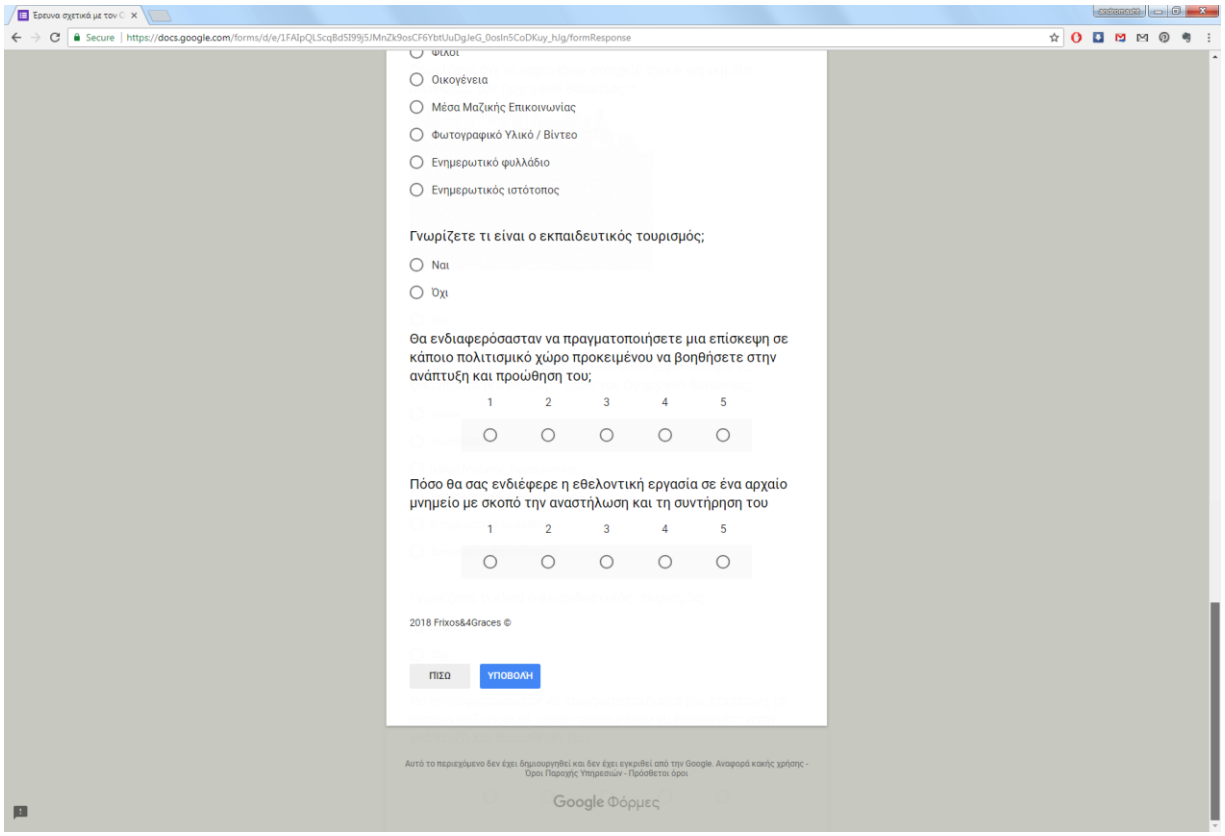
Θα συμμετείχατε σε ένα διαδραστικό παιχνίδι μέσα σε ένα αρχαιολογικό πάρκο, συλλέγοντας στοιχεία και μαθαίνοντας παράλληλα την ιστορία του τόπου; *

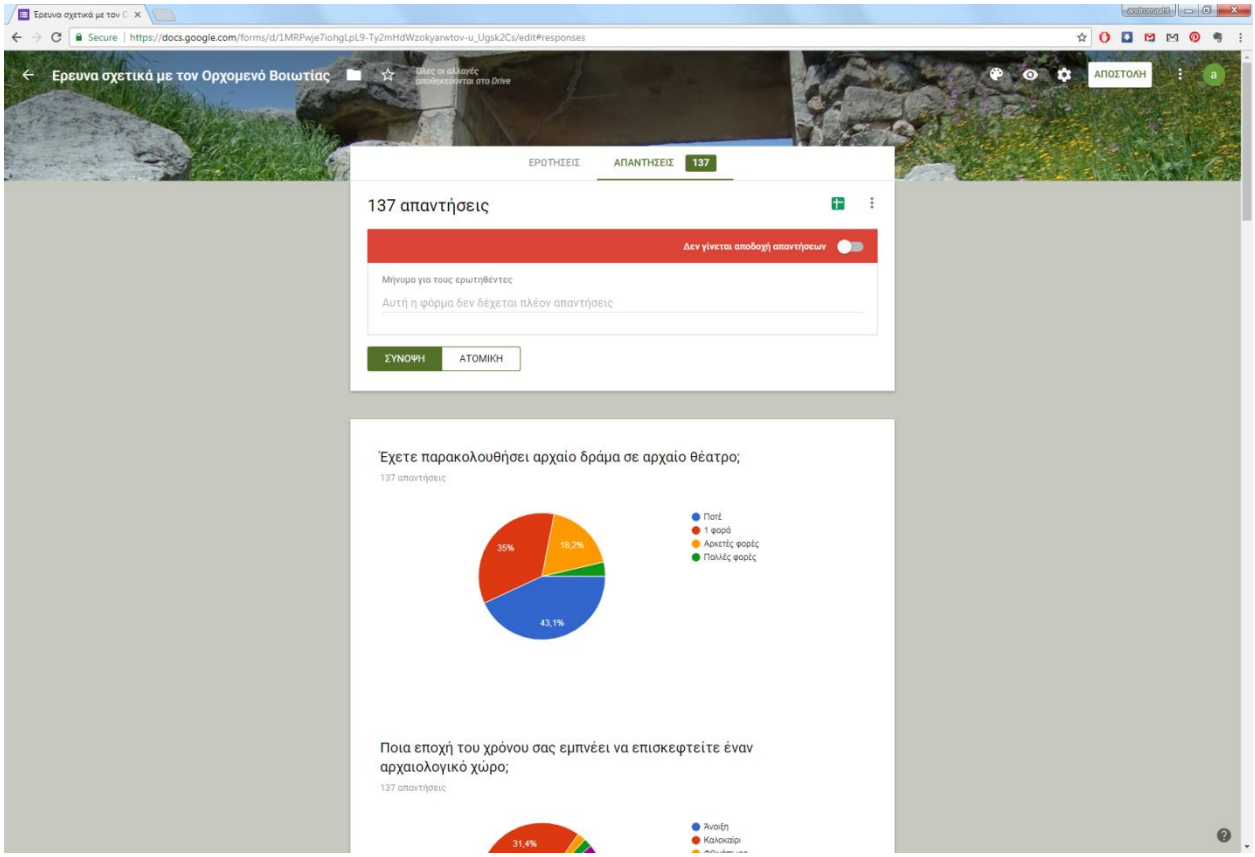
	1	2	3	4	5	
Σχεδόν απίθανο	○	○	○	○	○	Οπωσδήποτε

Ποια από τα παρακάτω στοιχεία της Ελληνικής Μυθολογίας σας είναι γνώριμα

- Ορχομενός
- Νεφέλη
- Αθάμας
- Μινύας
- Φρίξος
- Έλλη
- Τρεις Χάριτες
- Χρυσόμαλλο Κριάρι
- Αργοναυτική Εκστρατεία


Γνωρίζατε ότι τα παραπάνω στοιχεία έχουν ως σημείο αναφοράς τον Ορχομενό Βοιωτίας; *
Ναι
Όχι
Ποιος ή τι μπορεί να σας παρακινούσε περισσότερο να ξεκινήσετε μια εκδρομή προς τον Ορχομενό Βοιωτίας;
Φίλοι
Οικογένεια
Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας
Φωτογραφικό Υλικό / Βίντεο
Ενημερωτικό φυλλάδιο
Ενημερωτικός ιστότοπος
Γνωρίζετε τι είναι ο εκπαιδευτικός τουρισμός;
Ναι
Όχι
Θα ενδιαφερόσασταν να πραγματοποιήσετε μια επίσκεψη σε κάποιο πολιτισμικό χώρο προκειμένου να βοηθήσετε στην ανάπτυξη και προώθηση του;
1 2 3 4 5

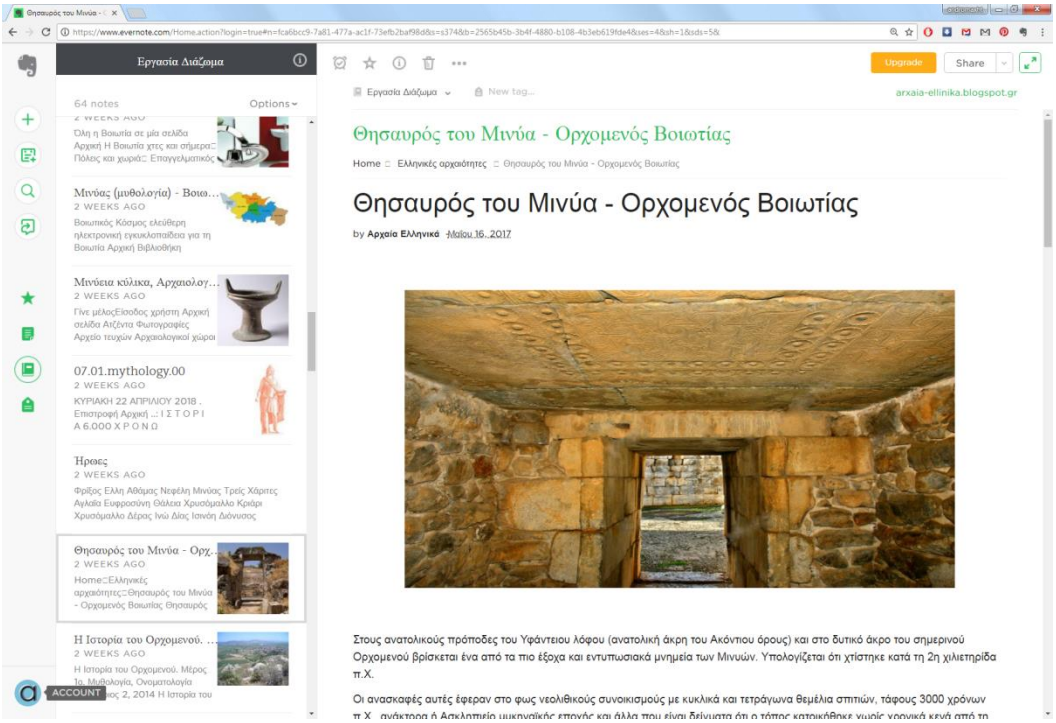

Οικογένεια
Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας
Φωτογραφικό Υλικό / Βίντεο
Ενημερωτικό φυλλάδιο
Ενημερωτικός ιστότοπος
Γνωρίζετε τι είναι ο εκπαιδευτικός τουρισμός;
Ναι
Όχι
Θα ενδιαφερόσασταν να πραγματοποιήσετε μια επίσκεψη σε κάποιο πολιτισμικό χώρο προκειμένου να βοηθήσετε στην ανάπτυξη και προώθηση του;
1 2 3 4 5
Πόσο θα σας ενδιέφερε η εθελοντική εργασία σε ένα αρχαίο μνημείο με σκοπό την αναστήλωση και τη συντήρηση του
1 2 3 4 5
2018 Frixos&4Graces ©
ΠΙΣΩ
ΥΠΟΒΟΛΗ
Google Φόρμες

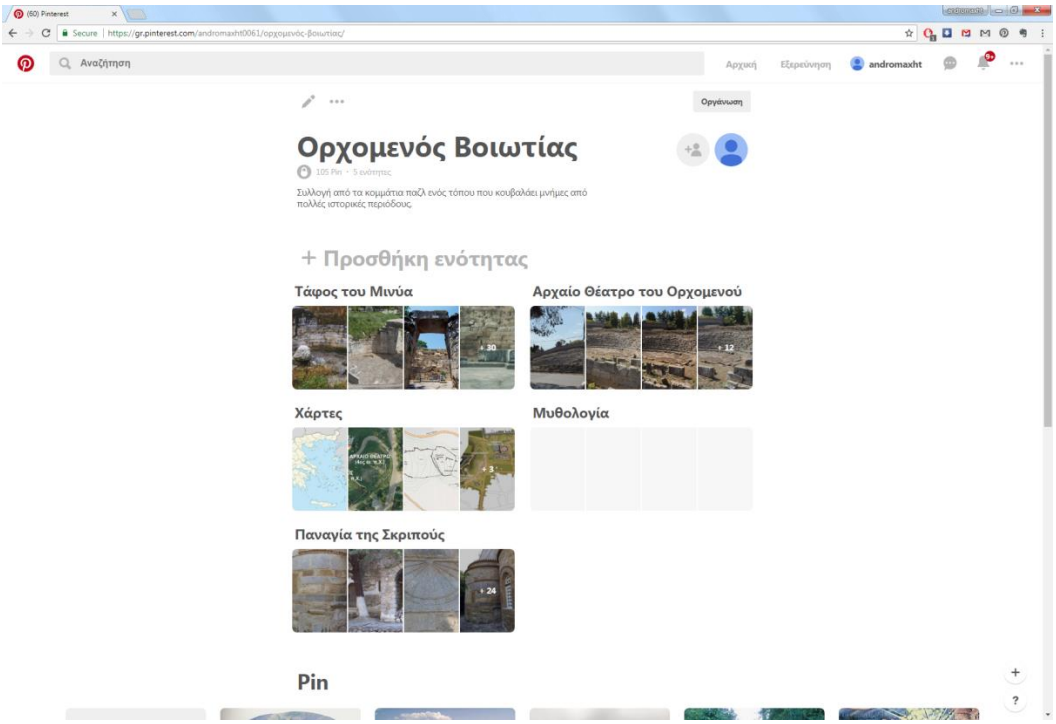


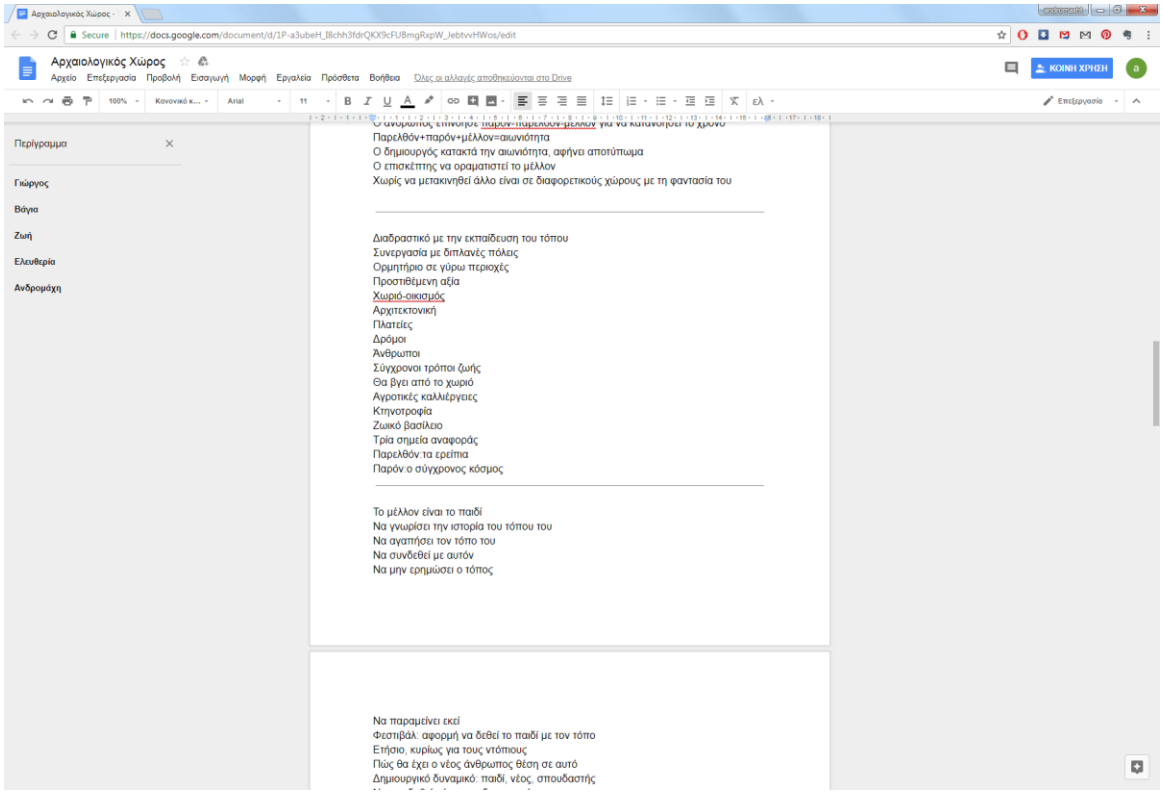
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScqBd5I99j5JMnZk9osCF6YbtUuDgJeG_0osln5CoDKuy_hJg/viewform?usp=sf_link

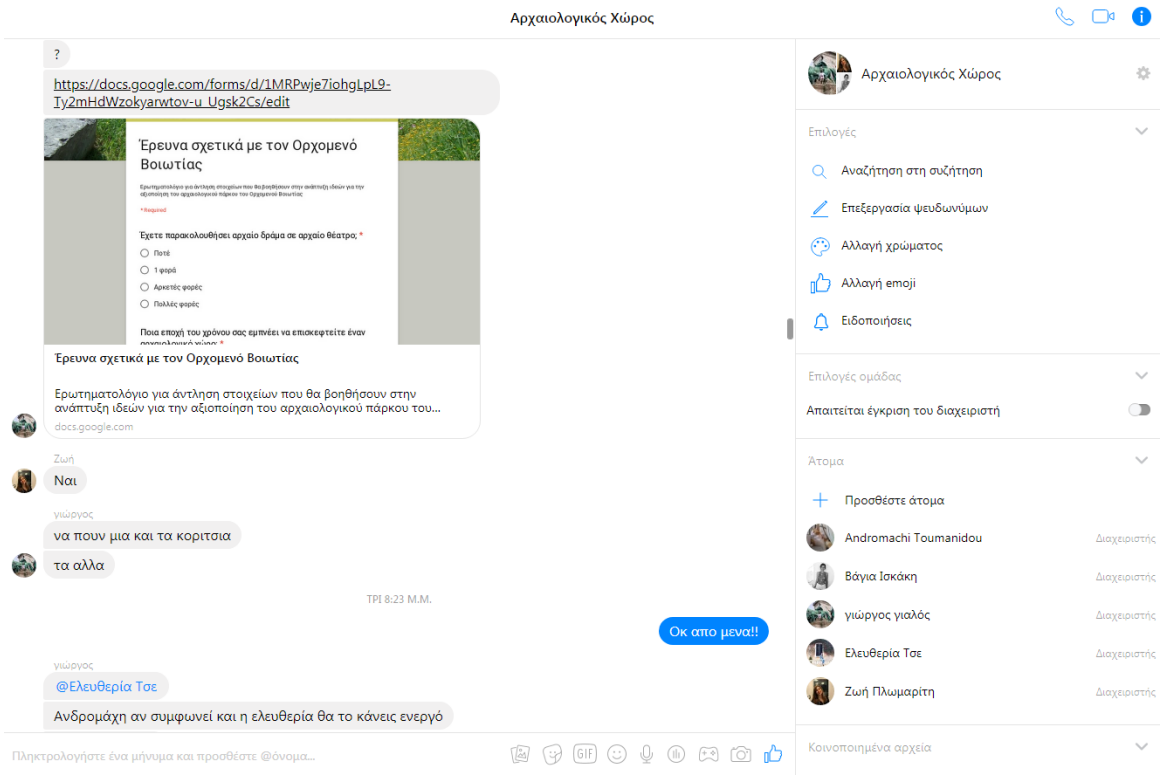
10.1.3 Συλλογή πληροφοριών – Συνεργατικά εργαλεία

Χρησιμοποιήθηκαν πολλά web εργαλεία για τη συλλογή πληροφοριών, για την κοινή τους χρήση και για τη συνεργασία μας εξ αποστάσεως, όπως Evernote, Google Docs, Pinterest, Messenger, Hangouts, κλπ. Ακολουθούν ενδεικτικά screenshots.



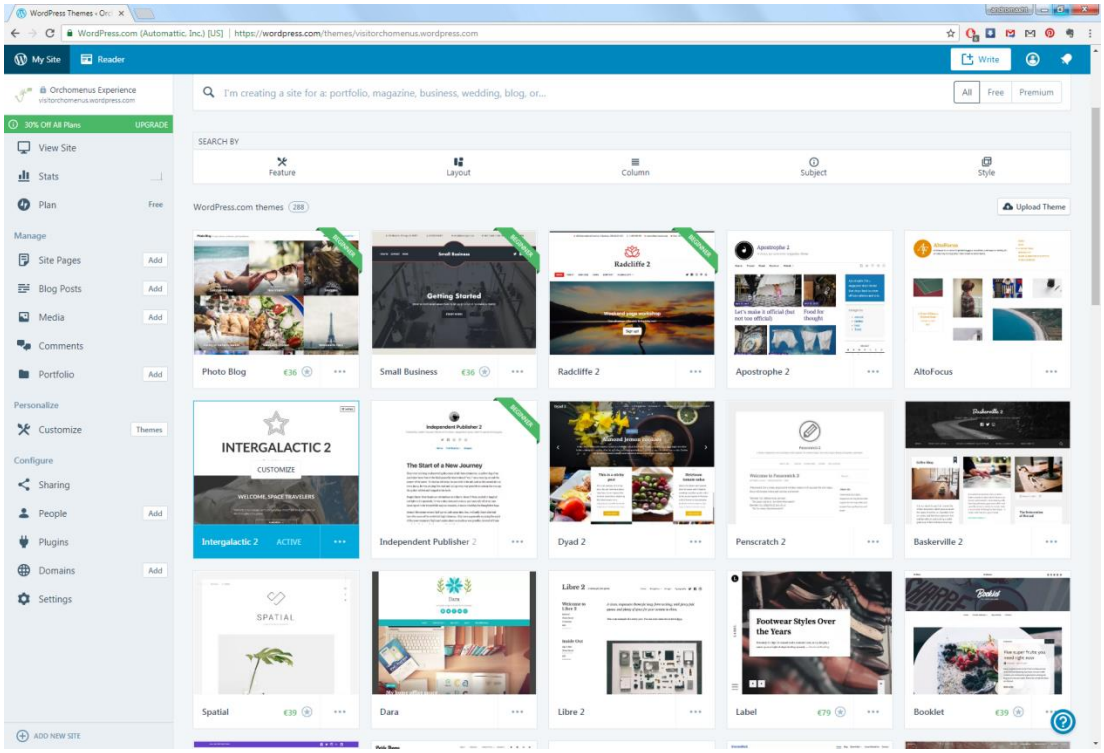


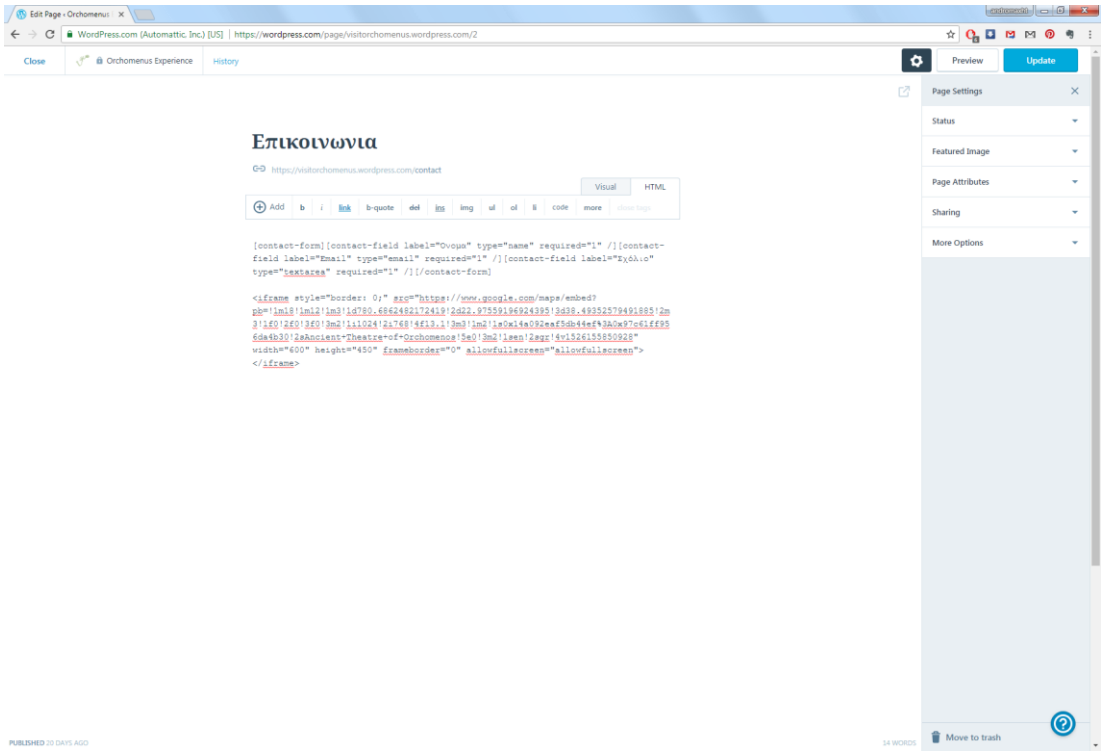


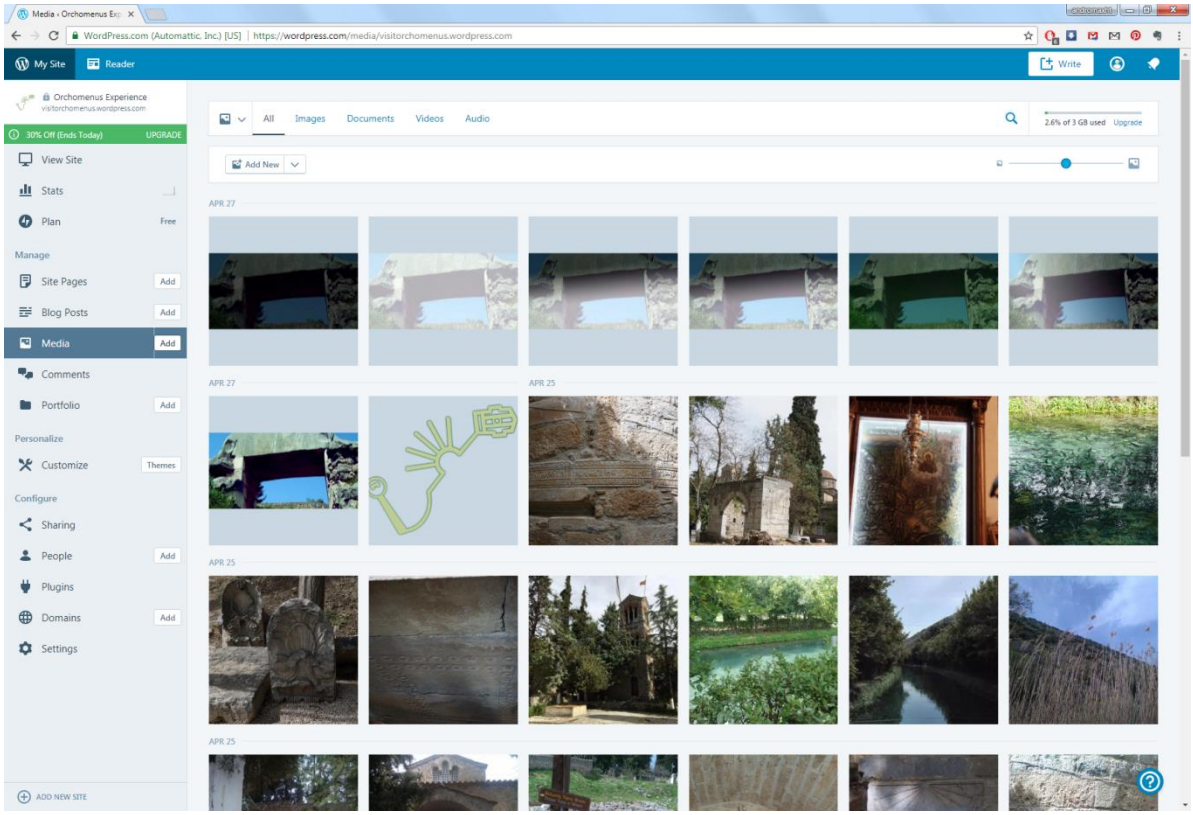


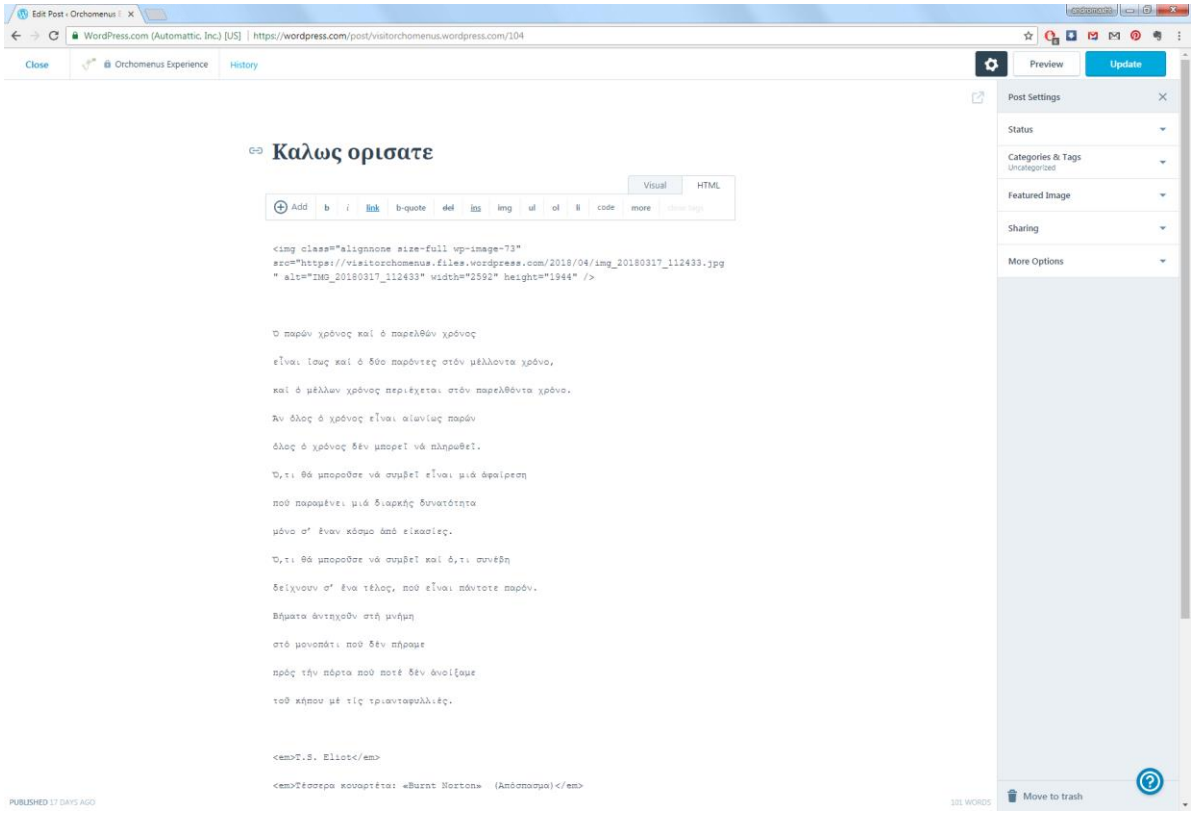
10.1.4 Σχεδιασμός Ιστοσελίδας

Χρησιμοποιήθηκε η δωρεάν έκδοση του WordPress και έγινε παραμετροποίηση του δωρεάν θέματος Intergalactic 2 με παρέμβαση στον κώδικα HTML της σελίδας.

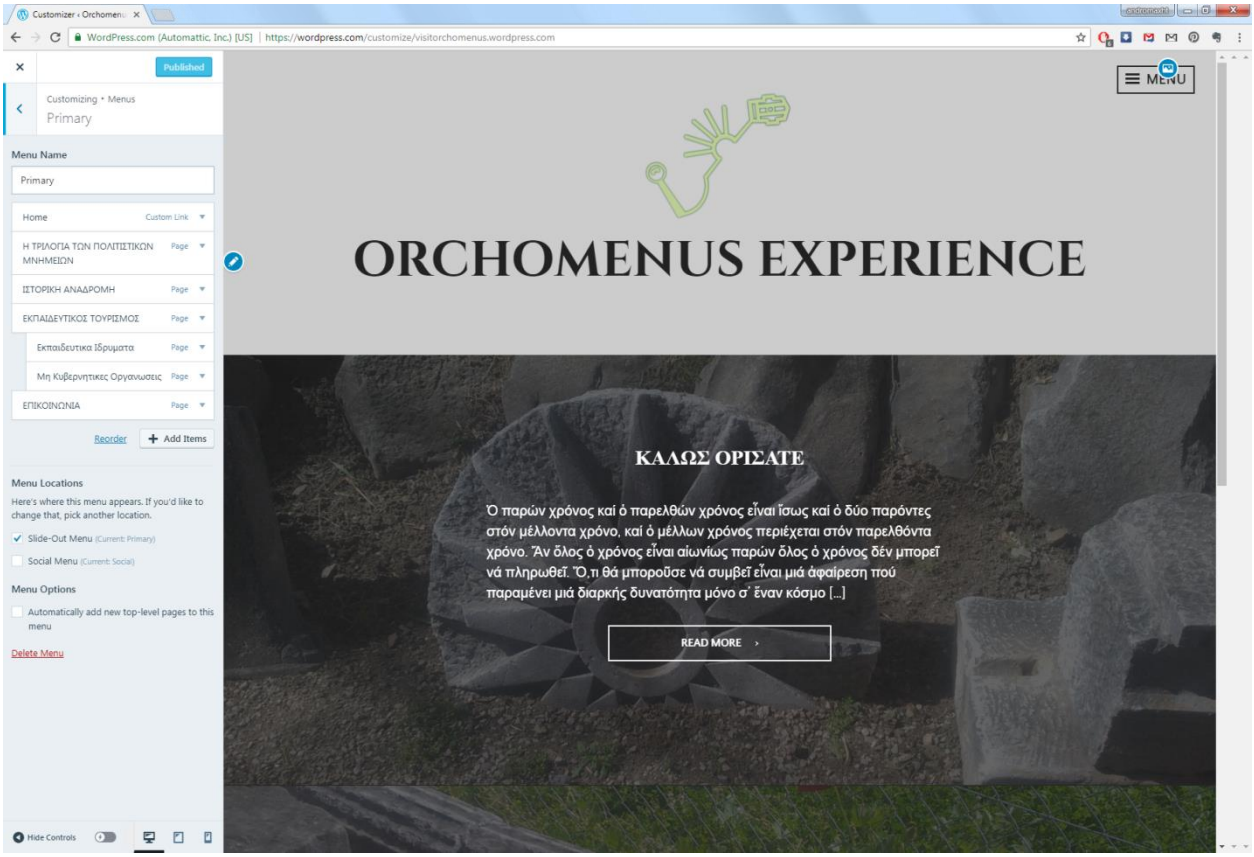

WordPress Themes
My Site
Reader
Write
I'm creating a site for a: portfolio, magazine, business, wedding, blog, or...
All
Free
Premium
SEARCH BY
Feature
Layout
Column
Subject
Style
WordPress.com themes
Upload Theme
Photo Blog
Small Business
Radcliffe 2
Apostrophe 2
AltoFocus
INTERGALACTIC 2
Intergalactic 2
ACTIVE
Independent Publisher 2
Dyad 2
Penscratch 2
Baskerville 2
Spatial
Dara
Libre 2
Label
Booklet
View Site
Stats
Plan
Site Pages
Blog Posts
Media
Comments
Portfolio
Customize
Sharing
People
Plugins
Domains
Settings

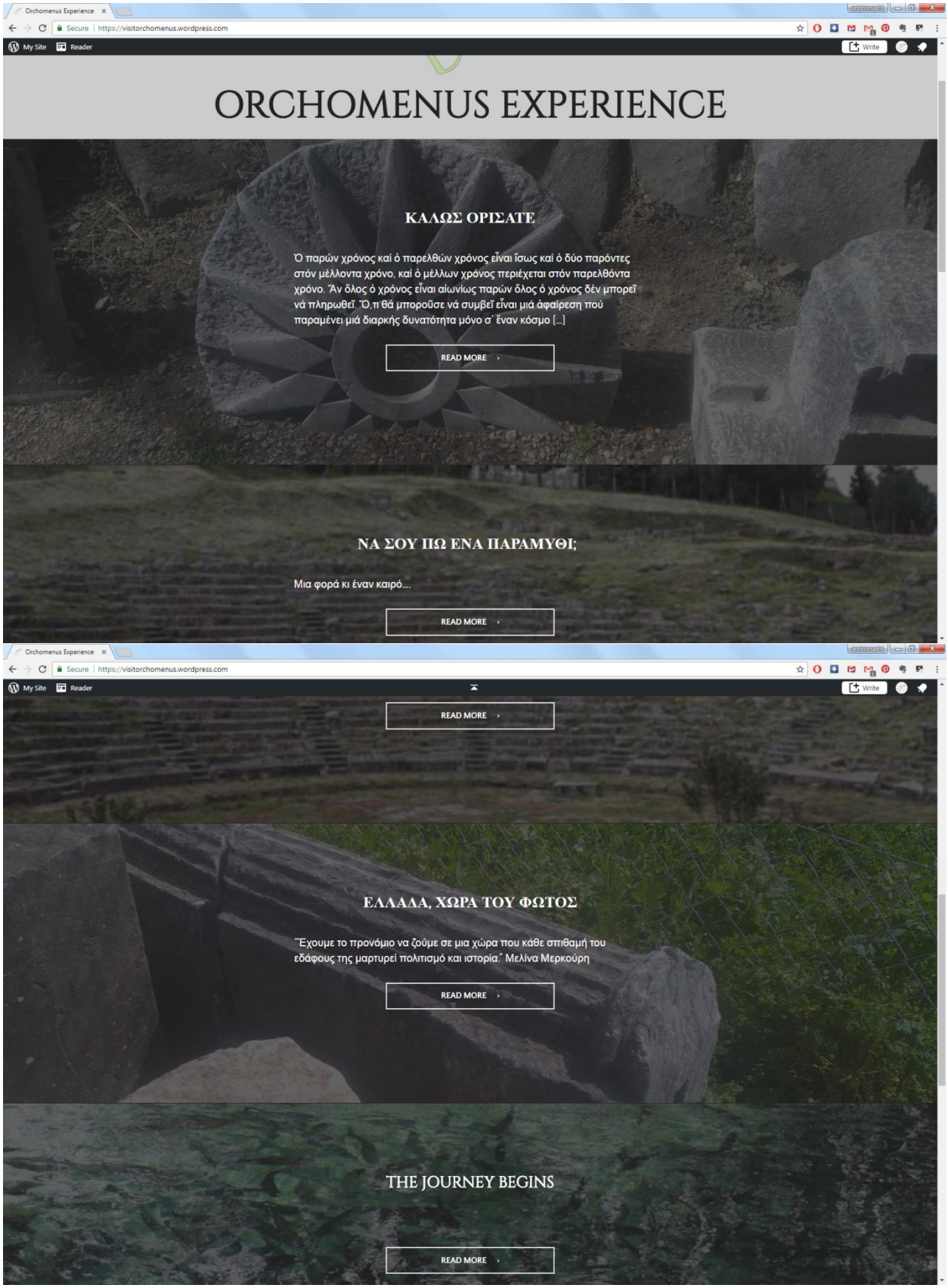

Close
Orchomenus Experience
History
Preview
Update
Page Settings
Status
Featured Image
Page Attributes
Sharing
More Options
Επικοινωνια
Visual
HTML
Move to trash

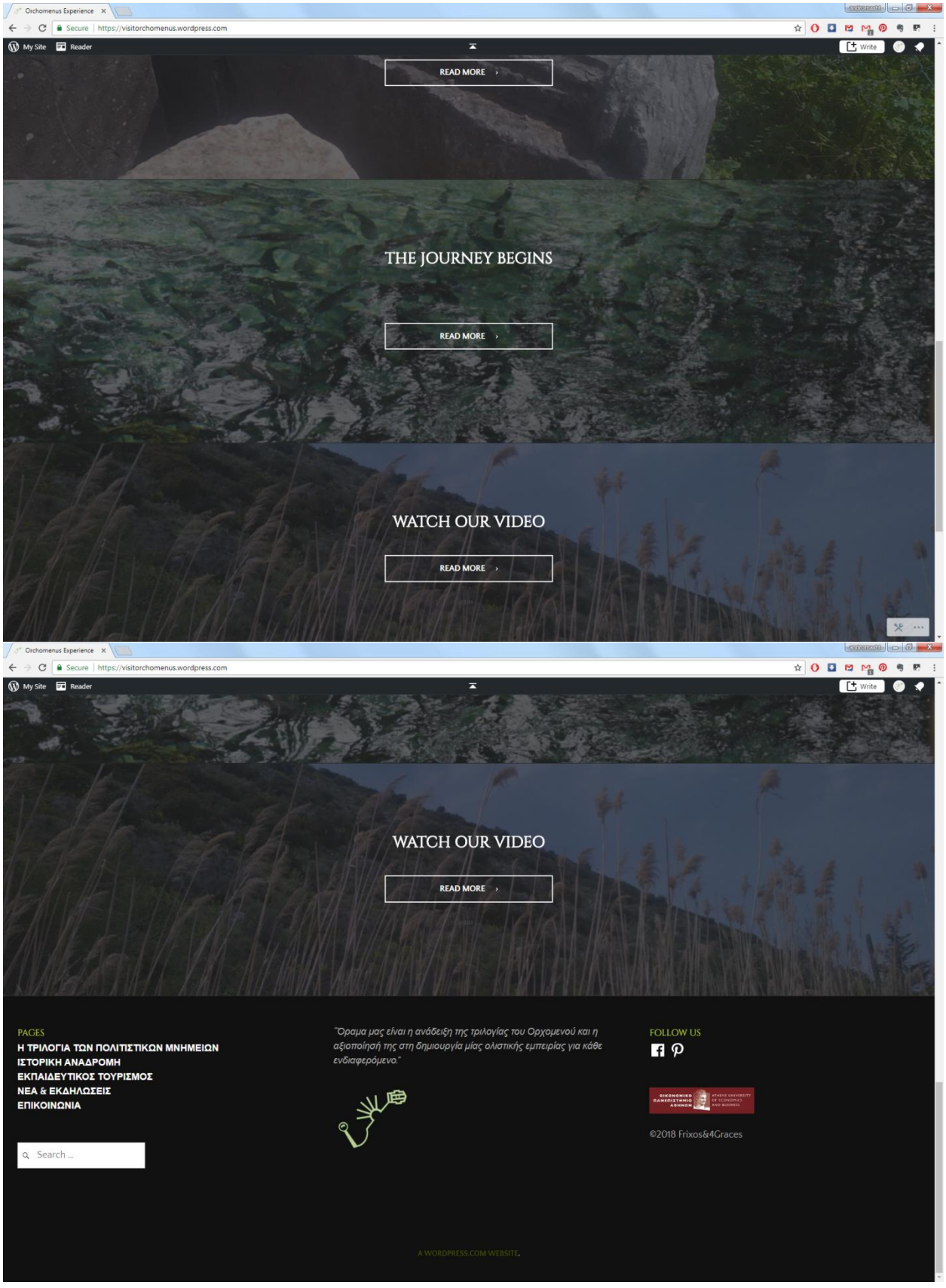

Media ‹ Orchomenus Ex
WordPress.com (Automattic Inc.) [US] | https://wordpress.com/media/visitorchomenus.wordpress.com
My Site
Reader
Write
Orchomenus Experience
visitorchomenus.wordpress.com
30% Off (Ends Today)
UPGRADE
View Site
Stats
Plan
Free
Manage
Site Pages
Add
Blog Posts
Add
Media
Add
Comments
Portfolio
Add
Personalize
Customize
Themes
Configure
Sharing
People
Add
Plugins
Domains
Add
Settings
ADD NEW SITE
All
Images
Documents
Videos
Audio
2.6% of 3 GB used
Upgrade
Add New
APR 27
APR 27
APR 25
APR 25
APR 25

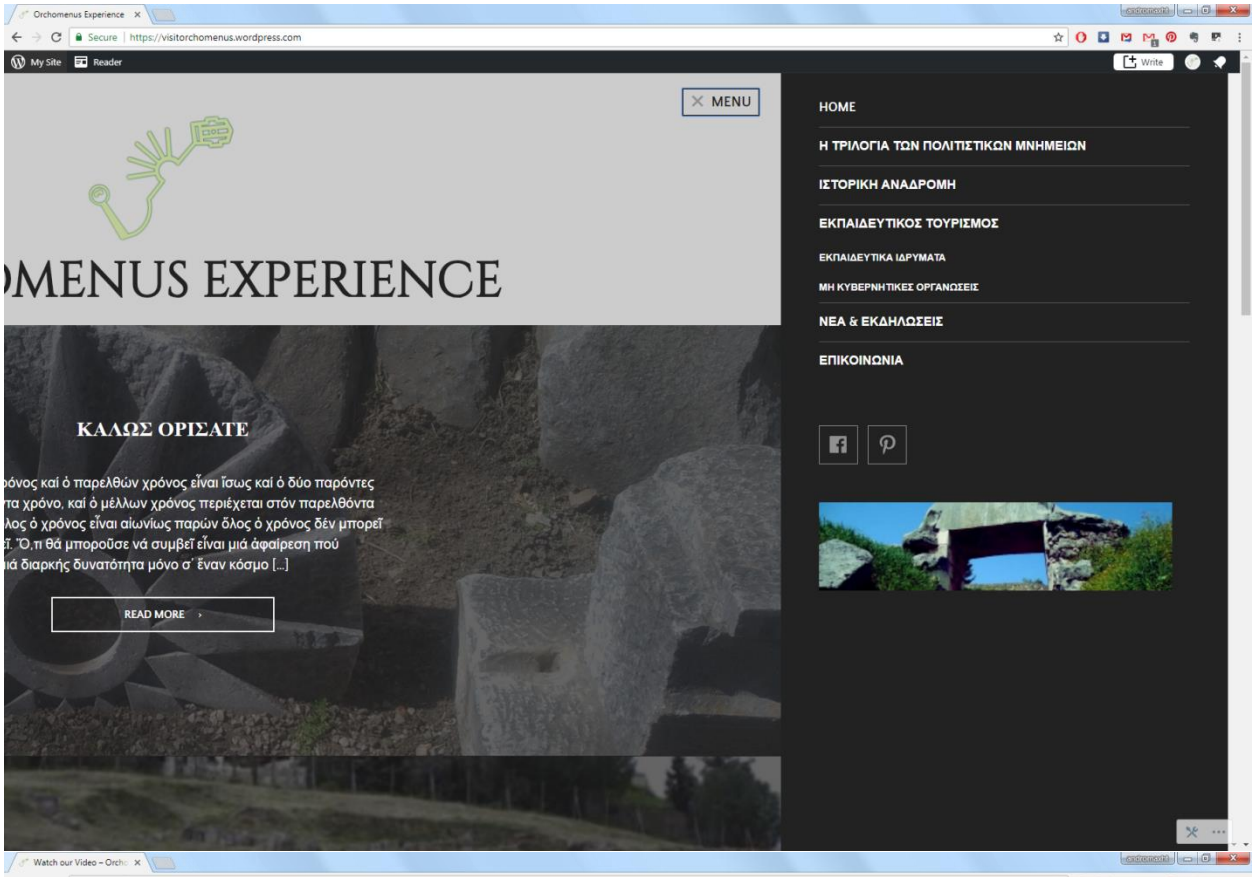

Edit Post ‹ Orchomenus
WordPress.com (Automattic, Inc.) [US] | https://wordpress.com/post/visitorchomenus.wordpress.com/104
Close
Orchomenus Experience
History
Preview
Update
Post Settings
Status
Categories & Tags
Uncategorized
Featured Image
Sharing
More Options
Move to trash
Καλως ορισατε
Visual
HTML
Add
b
i
link
b-quote
del
ins
img
ul
ol
li
code
more

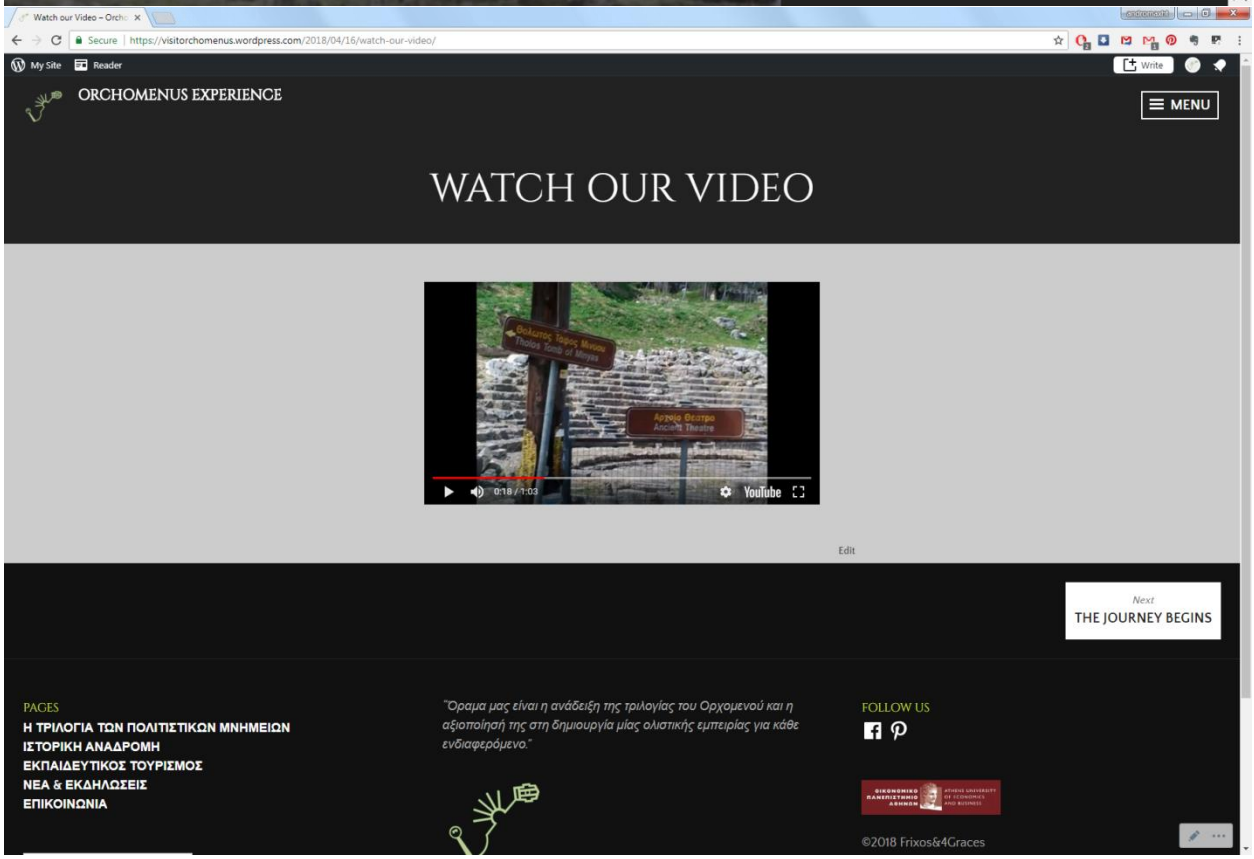
Ὁ παρὼν χρόνος καὶ ὁ παρελθὼν χρόνος
εἶναι ἴσως καὶ ὁ δύο παρόντες στὸν μέλλοντα χρόνο,
καὶ ὁ μέλλων χρόνος περιέχεται στὸν παρελθόντα χρόνο.
Ἂν ὅλος ὁ χρόνος εἶναι αἰωνίως παρών
ὅλος ὁ χρόνος δὲν μπορεῖ νὰ πληρωθεῖ.
Ὅ,τι θὰ μποροῦσε νὰ συμβεῖ εἶναι μιὰ ἀφαίρεση
ποὺ παραμένει μιὰ διαρκὴς δυνατότητα
μόνο σ' ἕναν κόσμο ἁπό εἰκασίες.
Ὅ,τι θὰ μποροῦσε νὰ συμβεῖ καὶ ὅ,τι συνέβη
δείχνουν σ' ἕνα τέλος, ποὺ εἶναι πάντοτε παρόν.
Βήματα ἀντηχοῦν στή μνήμη
στὸ μονοπάτι ποὺ δὲν πήραμε
πρὸς τὴν πόρτα ποὺ ποτέ δὲν ἀνοίξαμε
τοῦ κήπου μὲ τὶς τριανταφυλλιές.
T.S. Eliot
Τέσσερα κουαρτέτα: «Burnt Norton» (Απόσπασμα)
PUBLISHED 17 DAYS AGO
101 WORDS

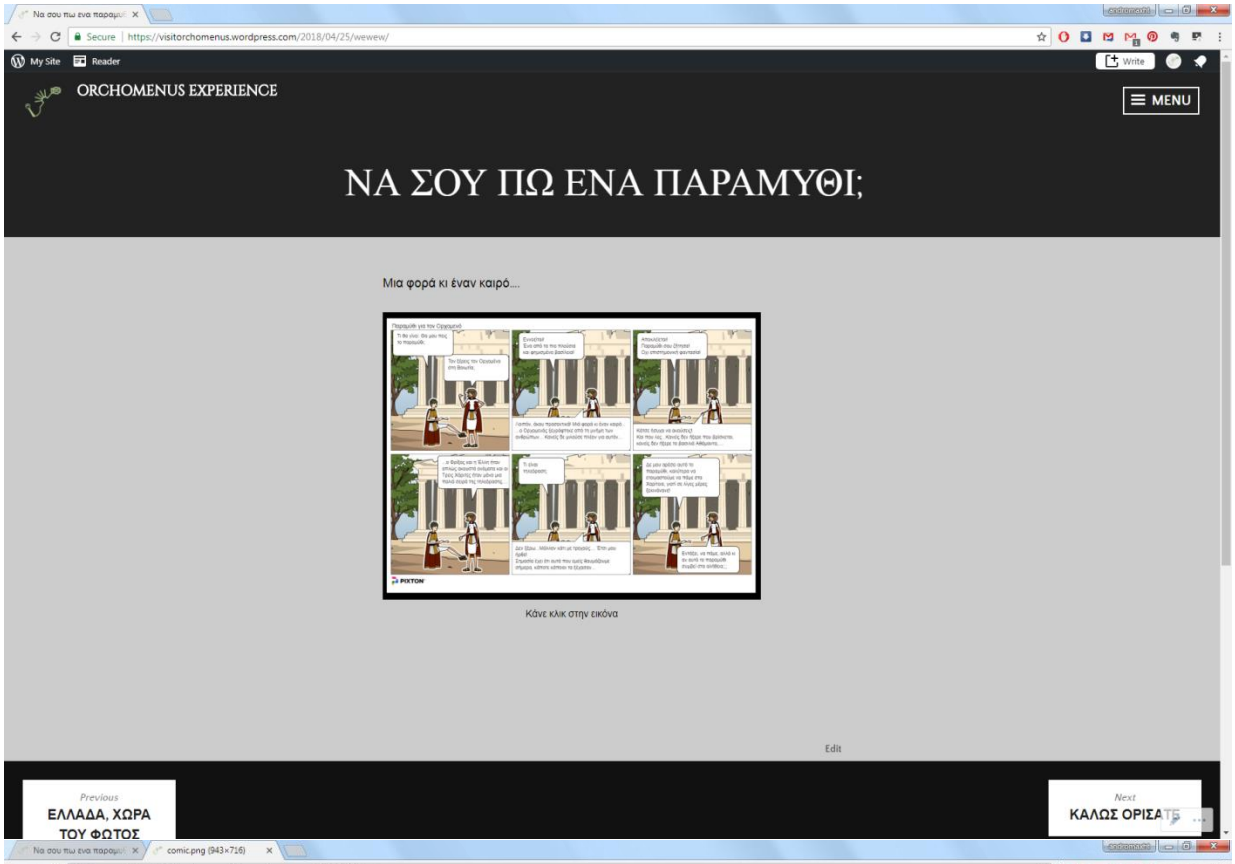

Customizer ‹ Orchomen
WordPress.com (Automattic, Inc.) [US] | https://wordpress.com/customize/visitorchomenus.wordpress.com
Published
Customizing • Menus
Primary
Menu Name
Primary
Home
Custom Link
Η ΤΡΙΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ
Page
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ
Page
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Page
Εκπαιδευτικα Ιδρυματα
Page
Μη Κυβερνητικες Οργανωσεις
Page
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
Page
Reorder
Add Items
Menu Locations
Here's where this menu appears. If you'd like to change that, pick another location.
Slide-Out Menu (Current: Primary)
Social Menu (Current: Social)
Menu Options
Automatically add new top-level pages to this menu
Delete Menu
Hide Controls
MENU
ORCHOMENUS EXPERIENCE
ΚΑΛΩΣ ΟΡΙΣΑΤΕ
Ὁ παρών χρόνος καί ὁ παρελθών χρόνος εἶναι ἴσως καί ὁ δύο παρόντες στόν μέλλοντα χρόνο, καί ὁ μέλλων χρόνος περιέχεται στόν παρελθόντα χρόνο. Ἄν ὅλος ὁ χρόνος εἶναι αἰωνίως παρών ὅλος ὁ χρόνος δέν μπορεῖ νά πληρωθεῖ. Ὅ,τι θά μποροῦσε νά συμβεῖ εἶναι μιά ἀφαίρεση πού παραμένει μιά διαρκής δυνατότητα μόνο σ᾽ ἕναν κόσμο [...]
READ MORE

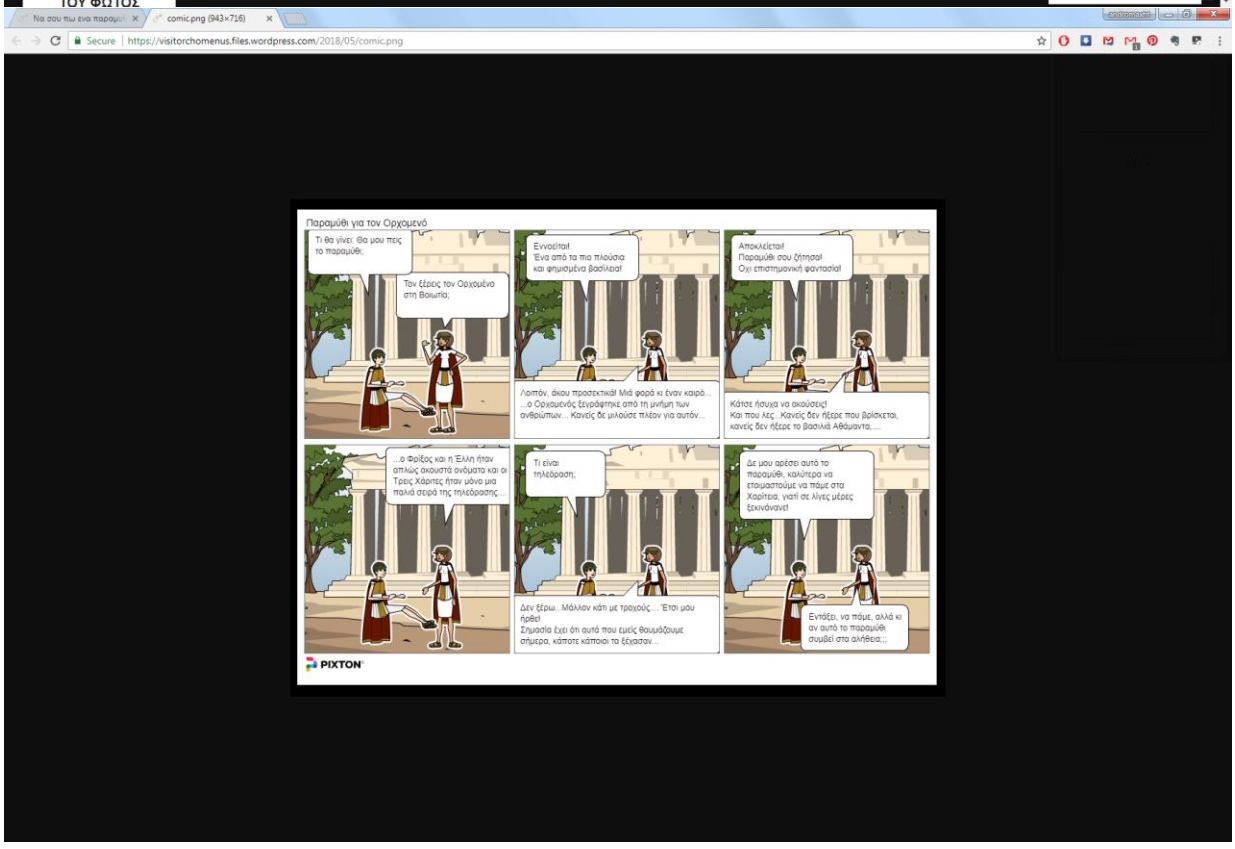

Orchomenus Experience
Secure | https://visitorchomenus.wordpress.com
My Site
Reader
Write
ORCHOMENUS EXPERIENCE
ΚΑΛΩΣ ΟΡΙΣΑΤΕ
Ὁ παρών χρόνος καί ὁ παρελθών χρόνος εἶναι ἴσως καί ὁ δύο παρόντες στόν μέλλοντα χρόνο, καί ὁ μέλλων χρόνος περιέχεται στόν παρελθόντα χρόνο. Ἄν ὅλος ὁ χρόνος εἶναι αἰωνίως παρών ὅλος ὁ χρόνος δέν μπορεῖ νά πληρωθεῖ. Ὅ,τι θά μποροῦσε νά συμβεῖ εἶναι μιά ἀφαίρεση πού παραμένει μιά διαρκής δυνατότητα μόνο σ᾽ ἕναν κόσμο [...]
READ MORE
ΝΑ ΣΟΥ ΠΩ ΕΝΑ ΠΑΡΑΜΥΘΙ;
Μια φορά κι έναν καιρό....
READ MORE
Orchomenus Experience
Secure | https://visitorchomenus.wordpress.com
My Site
Reader
Write
READ MORE
ΕΛΛΑΔΑ, ΧΩΡΑ ΤΟΥ ΦΩΤΟΣ
"Έχουμε το προνόμιο να ζούμε σε μια χώρα που κάθε σπιθαμή του εδάφους της μαρτυρεί πολιτισμό και ιστορία." Μελίνα Μερκούρη
READ MORE
THE JOURNEY BEGINS
READ MORE

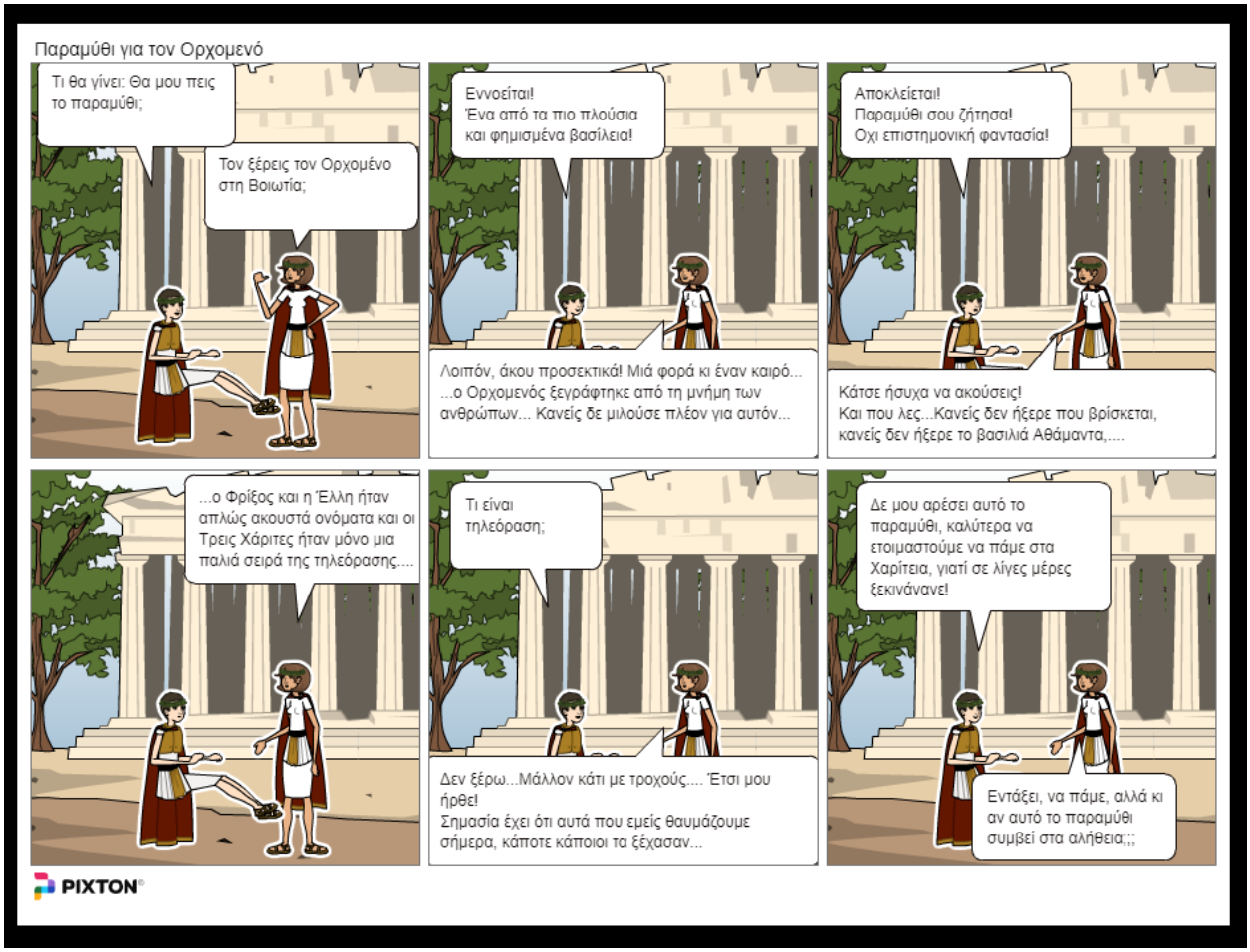

Orchomenus Experience
Secure | https://visitorchomenus.wordpress.com
My Site
Reader
Write
READ MORE
THE JOURNEY BEGINS
READ MORE
WATCH OUR VIDEO
READ MORE
Orchomenus Experience
Secure | https://visitorchomenus.wordpress.com
My Site
Reader
Write
WATCH OUR VIDEO
READ MORE
PAGES
Η ΤΡΙΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΝΕΑ & ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
Search ...
"Όραμα μας είναι η ανάδειξη της τριλογίας του Ορχομενού και η αξιοποίησή της στη δημιουργία μίας ολιστικής εμπειρίας για κάθε ενδιαφερόμενο."
FOLLOW US
©2018 Frixos&4Graces
A WORDPRESS.COM WEBSITE.


Orchomenus Experience
Secure | https://visitorchomenus.wordpress.com
My Site
Reader
Write
MENU
HOME
Η ΤΡΙΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ
ΜΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΝΕΑ & ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΟΜΕΝUS EXPERIENCE
ΚΑΛΩΣ ΟΡΙΣΑΤΕ
READ MORE


Watch our Video – Orch
Secure | https://visitorchomenus.wordpress.com/2018/04/16/watch-our-video/
My Site
Reader
Write
ORCHOMENUS EXPERIENCE
MENU
WATCH OUR VIDEO
0:18 / 1:03
YouTube
Edit
Next
THE JOURNEY BEGINS
PAGES
Η ΤΡΙΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΝΕΑ & ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
"Όραμα μας είναι η ανάδειξη της τριλογίας του Ορχομενού και η αξιοποίησή της στη δημιουργία μίας ολιστικής εμπειρίας για κάθε ενδιαφερόμενο."
FOLLOW US
©2018 Frixos&4Graces


Secure | https://visitorchomenus.wordpress.com/2018/04/25/wewew/
My Site
Reader
Write
ORCHOMENUS EXPERIENCE
MENU
ΝΑ ΣΟΥ ΠΩ ΕΝΑ ΠΑΡΑΜΥΘΙ;
Μια φορά κι έναν καιρό....
Κάνε κλικ στην εικόνα
Edit
Previous
ΕΛΛΑΔΑ, ΧΩΡΑ ΤΟΥ ΦΩΤΟΣ
Next
ΚΑΛΩΣ ΟΡΙΣΑΤΕ


comic.png (943×716)
Secure | https://visitorchomenus.files.wordpress.com/2018/05/comic.png
Παραμύθι για τον Ορχομενό
Τι θα γίνει. Θα μου πεις το παραμύθι.
Τον ξέρεις τον Ορχομενό στη Βοιωτία;
Εννοείται! Ένα από τα πιο πλούσια και ηγεμονεύα βασίλεια!
Λοιπόν, άκου προσεκτικά! Μιά φορά κι έναν καιρό... ...ο Ορχομενός ξεγράφτηκε από τη μνήμη των ανθρώπων... Κανείς δε μιλούσε πλέον για αυτόν...
Αποκλείεται! Παραμύθι σου ζήτησα! Όχι επιστημονική φαντασία!
Κάτσε ήσυχα να ακούσεις! Και που λες. Κανείς δεν ήξερε που βρίσκεται, κανείς δεν ήξερε το βασιλιά Αθάμαντα,....
...ο Φρίξος και η Έλλη ήταν απλώς ακουστά ονόματα και οι Τρεις Χάριτες ήταν μόνο μια παλιά σειρά της τηλεόρασης...
Τι είναι τηλεόραση;
Δεν έξερω... Μάλλον κάτι με τροχούς... Έτσι μου ήρθε! Σημασία έχει ότι αυτά που εμείς θαυμάζουμε σήμερα, κάποτε κάποιοι τα ξέχασαν...
Δε μου αρέσει αυτό το παραμύθι, καλύτερα να ετοιμαστούμε να πάμε στα Χαρίτεια, γιατί σε λίγες μέρες ξεκινάνε!
Εντάξει, να πάμε, αλλά κι αν αυτό το παραμύθι συμβεί στα αλήθεια;;;
PIXTON



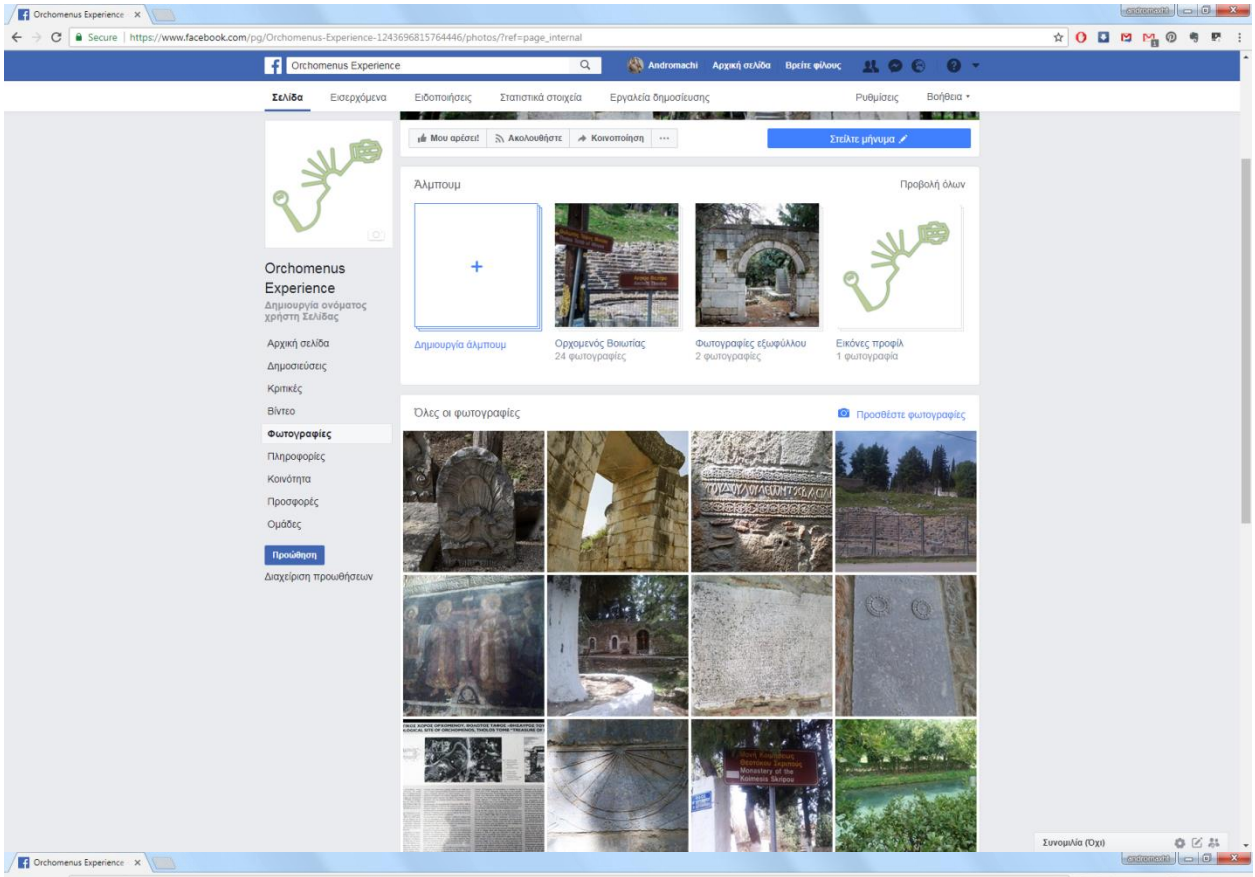
Η ιστοσελίδα μας βρίσκεται αναρτημένη στο url:

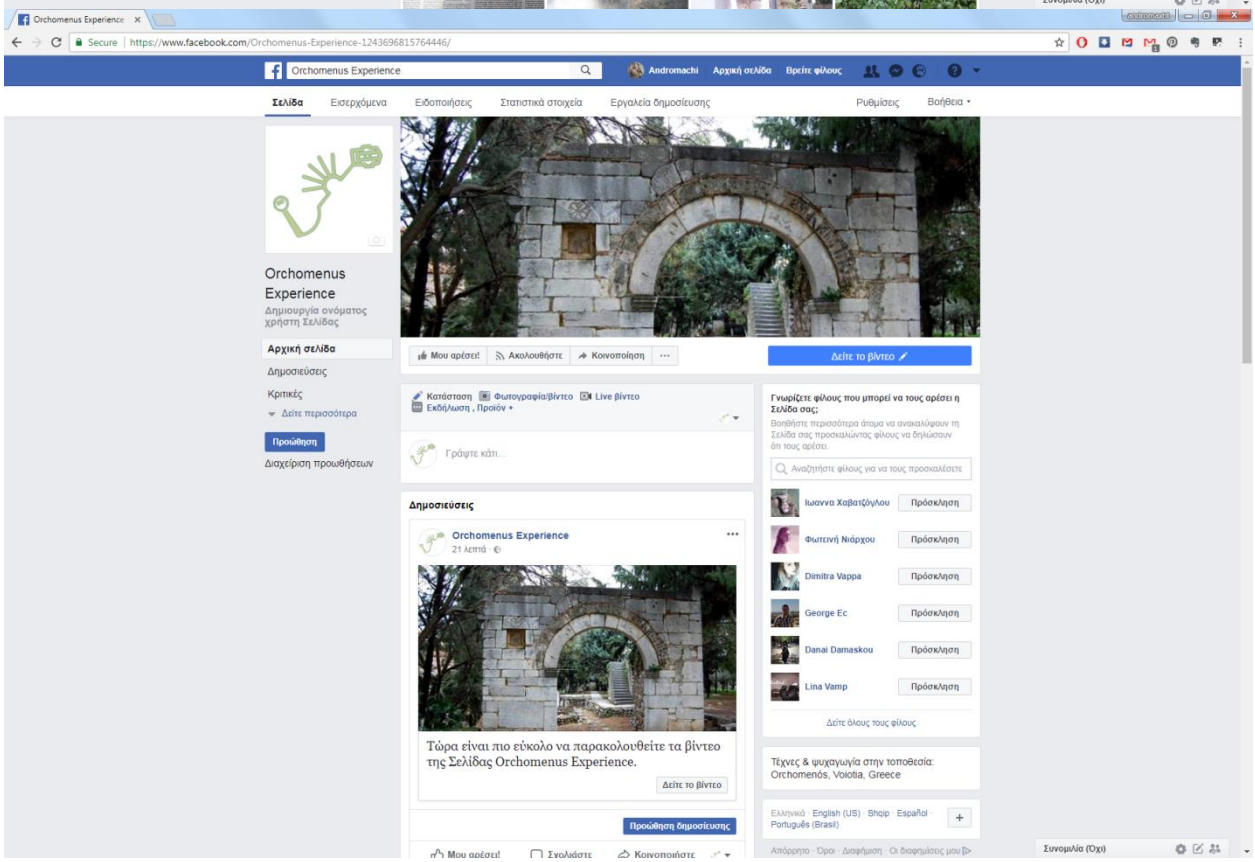
https://visitorchomenus.wordpress.com

Για το σχεδιασμό του comic χρησιμοποιήθηκε η δωρεάν έκδοση του Pixton.

10.1.5 Σελίδα στο Facebook

https://www.facebook.com/Orchomenus-Experience-1243696815764446/



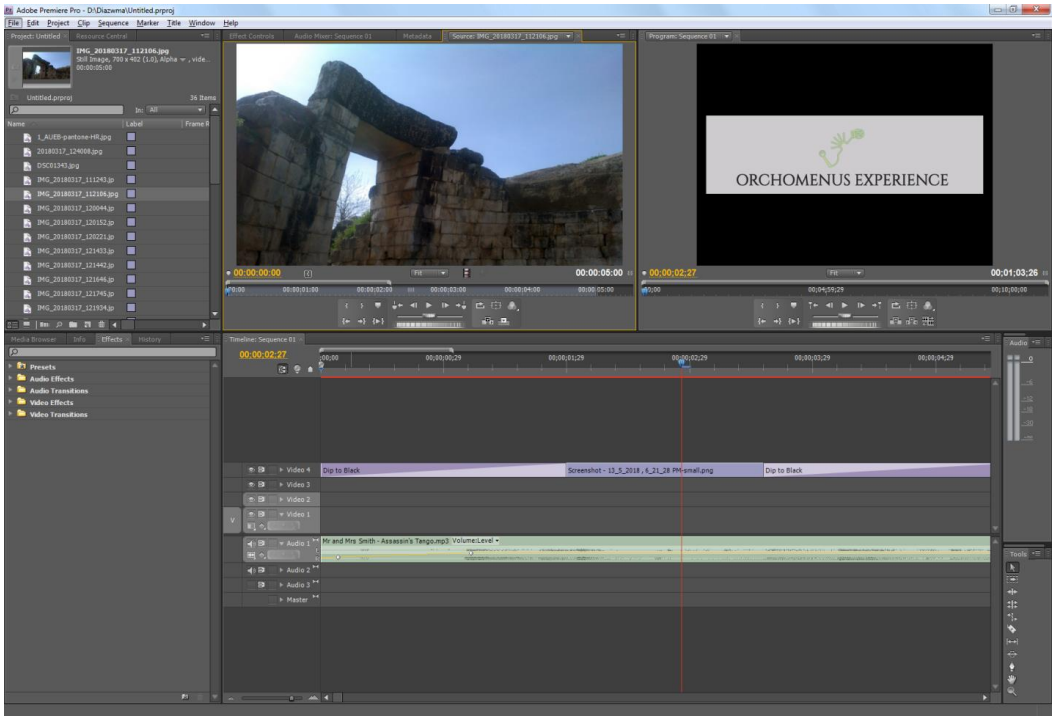


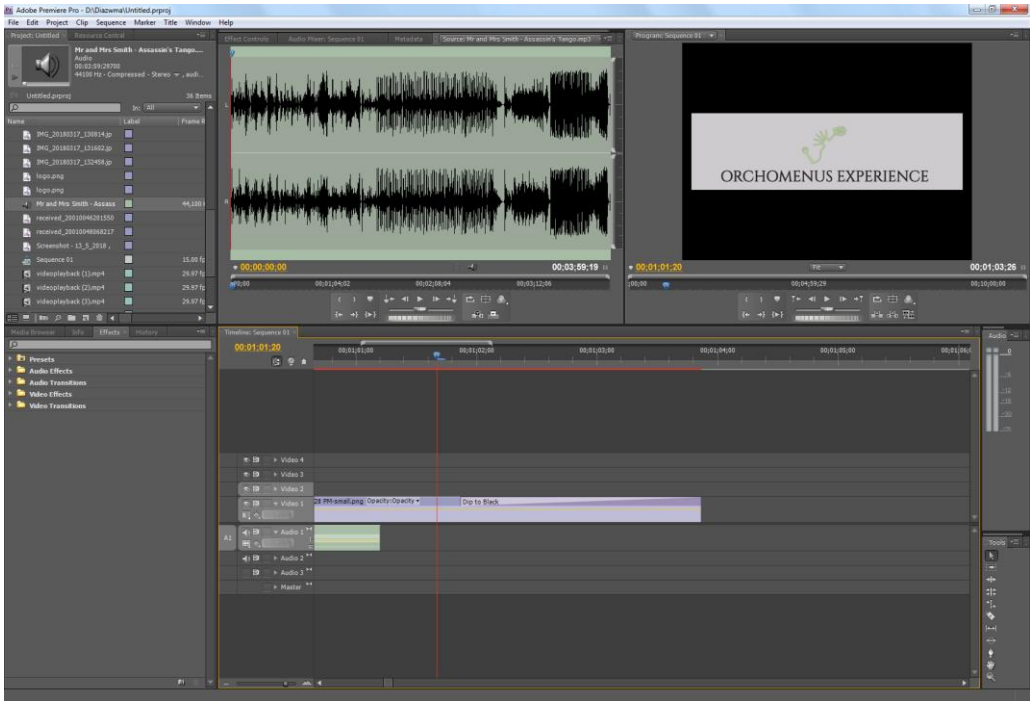
10.1.6 Δημιουργία βίντεο

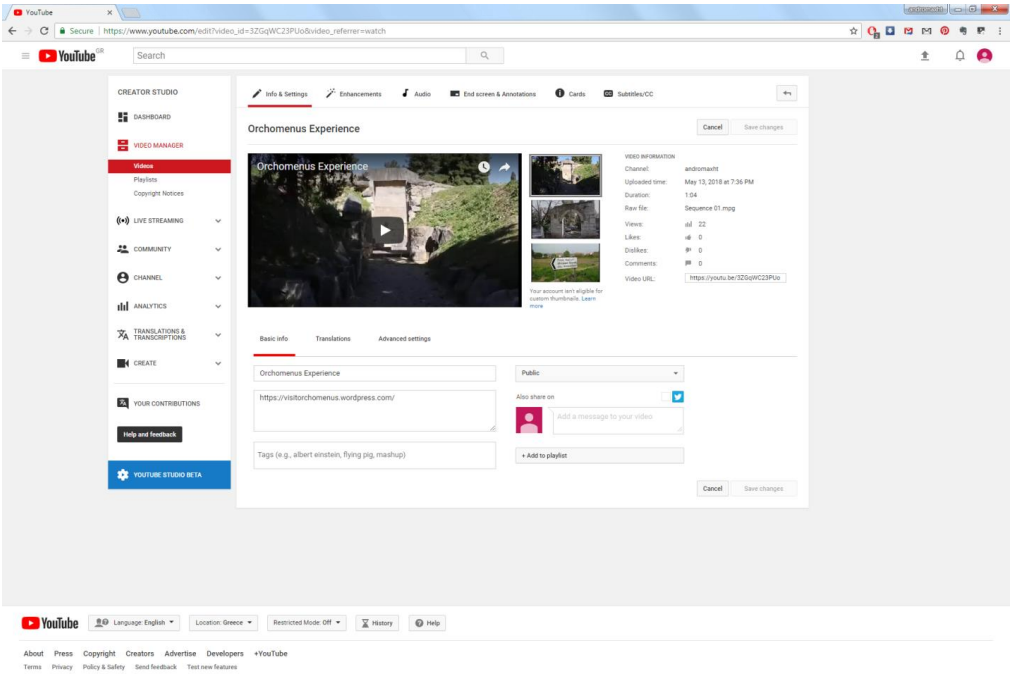
Το συγκεκριμένο βίντεο αποτελεί προωθητικό σποτ για τον Ορχομενό και μπορεί να δοθεί για διαφημιστικούς λόγους τόσο στις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις όσο και στον ίδιο το χώρο μέσω των ηλεκτρονικών οθονών, αλλά και σε ποικίλα μέσα διαφήμισης.

Το βίντεο έγινε με χρήση του εργαλείου Adobe Premiere και συγχρονίστηκε η μουσική με την εναλλαγή εικόνων, με αρκετή λεπτομέρεια. Διαρκεί περίπου 1 λεπτό, αναρτήθηκε στο YouTube ως public και είναι διαθέσιμο στο παρακάτω url:

https://www.youtube.com/watch?v=3ZGqWC23PUo







10.2 Επιμέρους αναλύσεις SWOT

Η ανάλυση των δυνατών και αδύνατων σημείων, καθώς και των ευκαιριών και των απειλών κρίνεται χρήσιμο να πραγματοποιηθεί σε δύο επίπεδα. Πρωτίστως σε τοπικό επίπεδο, αναλύοντας τον δήμο του Ορχομενού και την ευρύτερη περιοχή στην οποία βρίσκεται η τριλογία. Σε δεύτερο χρόνο, γίνεται ανάλυση SWOT για τις ιδέες αξιοποίησης του αρχαιολογικού πάρκου, δηλαδή την πρόταση αξίας του εγχειρήματος.

Στόχος των δύο αυτών αναλύσεων είναι ο εντοπισμός των στοιχείων που μπορούν να διαφοροποιήσουν το πάρκο από τα άλλα μνημεία της αρχαιότητας και να δημιουργήσουν για αυτό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Συνάμα, θα προσδιοριστούν οι παράγοντες που μπορεί να αποτελέσουν τροχοπέδη τόσο στην ανάδειξη αυτού, όσο και στην πραγματοποίηση των ίδιων των ιδεών.

Ανάλυση SWOT γεωγραφικής περιοχής Ορχομενού

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
✓ Η θέση του Δήμου στον Άξονα Αθήνα-Κάστρο-Παρνασσός ✓ Το καλό δίκτυο συγκοινωνιών μέσω Οδικών Αξόνων και Σιδηροδρόμου ✓ Η γη εξαιρετικών δυνατοτήτων, για γεωργική και κτηνοτροφική παραγωγή την οποία μπορεί να διαθέσει άμεσα σε μια αγορά 5.000.000 ανθρώπων. ✓ Οι πλούσιοι πόροι για δραστηριότητες Βιολογικής Γεωργίας και Αγροτουρισμού ✓ Οι σημαντικές Δημοτικές Εκτάσεις	• Η μικρή επωνυμία και αναγνωρισιμότητα του Δήμου σε σχέση με την Βοιωτία, την Στερεά Ελλάδα και την Χώρα • Έλλειψη εγκαταστάσεων • Η έλλειψη υποδομών και μονάδων παροχής υπηρεσιών τριτογενούς τομέα, για τον διερχόμενο τουρισμό σε οργανωμένη βάση • Ο χαρακτηρισμός ως γης υψηλής παραγωγικότητας ζωνών περί τον άξονα Κάστρο-Ορχομενός-Λιβαδειά, με αποτέλεσμα την αδυναμία δημιουργίας εγκαταστάσεων παροχής

✓ Οι πλούσιοι πολιτιστικοί πόροι ✓ Η λειτουργία Κέντρου Δια βίου Μάθησης και Σχολείου Δεύτερης Ευκαιρίας ✓ Το σημαντικό αιολικό και ενεργειακό δυναμικό της περιοχής	υπηρεσιών • Η έλλειψη Υποδομών για τους Πολιτιστικούς Πόρους και Αθλητικών Εγκαταστάσεων • Η ελλιπής στελέχωση του Δήμου
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ✓ Η αξιοποίηση της γεωγραφικής θέσης και της έκτασης του Δήμου. ✓ Ο μεγάλος όγκος διερχόμενου τουρισμού για τον Παρνασσό με 12μηνη διάρκεια ✓ Η διαμορφούμενη αυξητική τάση για αγροτουριστικές δραστηριότητες. ✓ Η εγγύτητα του Δήμου στην ευρύτερη Αττική (πληθυσμιακά το 50% της χώρας) όσον αφορά την διάθεση της ✓ Η μικρή απόσταση της πόλης από την Λιβαδειά	**ΑΠΕΙΛΕΣ** • Η μικρή απόσταση της πόλης από την Λιβαδειά. • Η αναπτυξιακή τάση που είναι μικρότερη, όσον αφορά τα Δημογραφικά στοιχεία • Η ανταγωνιστική δράση κοντινών Δήμων όπως Αλίαρτος, Χαιρώνεια αλλά και Αμφίκλεια σε σχέση με τις δραστηριότητες του Παρνασσού και τον Αγροτουρισμό • Η σταδιακή μέχρι σήμερα μείωση και μεγάλη γήρανση του πληθυσμού • Η περιορισμένη εκταμίευση των ΚΑΠ στους Δήμους • Η τρέχουσα οικονομική κρίση

Ανάλυση SWOT των προτεινόμενων ιδεών ανάπτυξης

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ✓ Αύξηση του αριθμού επισκεπτών που έχουν ως στόχο την τόνωση και ενίσχυση των εκπαιδευτικών τους γνώσεων ✓ Συνδυασμός της επίσκεψης αρχαιολογικού χαρακτήρα με την δυνατότητα ψυχαγωγίας ✓ Ενημέρωση, μέσω ειδικών οθονών, των επισκεπτών ακόμη και στην περίπτωση που δεν υπάρχει ξεναγός ✓ Δυνατότητα δοκιμής και αγοράς τοπικών προϊόντων που οι επισκέπτες δεν έχουν την ευκαιρία να εντοπίσουν σε άλλα σημεία της χώρας	**ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ** • Η μικρή επωνυμία και αναγνωρισιμότητα του Δήμου σε σχέση με την Βοιωτία, την Στερεά Ελλάδα και την Χώρα • Έλλειψη σήματος στην συγκεκριμένη περιοχή που δεν επιτρέπει την επικοινωνία των επισκεπτών • Κόστος διαφήμισης • Έλλειψη τεχνογνωσίας για την δημιουργία και λειτουργία εφαρμογών • Δυσκολία συνεργασίας και επικοινωνίας με τα σχολεία

✓ Ενασχόληση των παιδιών με παιχνίδια μέσω εφαρμογής και ταυτόχρονης απόκτησης νέων γνώσεων ✓ Δημιουργία ενός νέου σχολικού προορισμού τόσο για τα σχολεία της περιοχής όσο και ολόκληρης της χώρας	
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ✓ Ανάδειξη τόσο του αρχαιολογικού χώρου όσο και ολόκληρης της τοπικής περιοχής ✓ Η διαμορφούμενη αυξητική τάση για εκπαιδευτικό τουρισμό.	**ΑΠΕΙΛΕΣ** • Η τρέχουσα οικονομική κρίση

10.3 Λογισμικό "BUSINESS PLAN v.3.0."

Το λογισμικό “Business Plan v.3.0” αποτελεί αναβάθμιση του λογισμικού “Business Plan v.1” που είχε αναπτυχθεί στο πλαίσιο του προγράμματος «Επιχειρηματικότητα», σε συνεργασία του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου και του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Το λογισμικό έχει σκοπό να διευκολύνει την χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση μιας επιχειρηματικής ιδέας. Πιο συγκεκριμένα, δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να: (α) αποκτήσει μια σφαιρική εικόνα των οικονομικών της επιχειρηματικής του ιδέας, (β) να υπολογίσει τις χρηματοοικονομικές ανάγκες, (γ) να υπολογίσει τις ανάγκες για δανεισμό, (δ) να αξιολογήσει την οικονομική της βιωσιμότητα και (ε) να εξετάσει διάφορα πιθανά μελλοντικά σενάρια.

Το φύλλο υπολογισμού του Excel θα αποσταλεί σε ξεχωριστό αρχείο.

10.4 Βιβλιογραφικές Αναφορές

1. Έ. Κουντούρη, Ορχομενός, ΑΔ 53 (2004), σ. 336-339

2. Ε. Κουντούρη, «Ορχομενός-Κωπαΐδα», Αρχαιολογία. Εύβοια και Στερεά Ελλάδα (επιμ. Α. Βλαχόπουλος), εκδ. Μέλισσα, Αθήνα 2008, 248-254

3. Vagionis N. «Enhancing alternative tourism development». Fostering SME and entrepreneurship development in the tourism sector in Bulgaria. Sofia, 22 June 2007, Centre of Planning and Economic Research (CPER), Greece.

4. Paul, K. Ankomah & R. Trent Larson. (1999). Educational Tourism: A Strategy to Sustainable Tourism Development in Sub-Saharan Africa (available in online). Earthwatch http:// www. Earthwatch.org/

5. Lipe, William. "Value and Meaning in Cultural Resources." In Henry Cleere, éd., Approaches to the Archaeological Heritage, 1-11. Cambridge: Cambridge University Press, 1984

6. European cultural tourism:myth and reality,Richards G. and Bonink C.,1992

7. Chen C.C., Petrick J., Shahvali M., "Tourism Experiences as a Stress Reliever - Examining the Effects of Tourism Recovery Experiences on Life Satisfaction", Journal of Travel Research August 12, 2014

8. Bosnakis D., Gagtzis D., Ancient Theatres, Αθήνα 1996

9. "Optimizing Strategies for Evaluation of Archaeological Significance." In Advances in Archaeological Method and Theory, vol. 1, 1-30. New York: Academic Press, 1978.

10.5 Χρήσιμα links

1. http://repository.library.teimes.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3527/%CE%95%CE%9D%CE%91%CE%9B%CE%9B%CE%91%CE%9A%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%95%CE%A3%20%CE%9C%CE%9F%CE%A1%CE%A6%CE%95%CE%A3%20%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A5..pdf?sequence=1&isAllowed=y
2. http://www.ekdd.gr/ekdda/files/ergasies_esdd/15/5/682.pdf
3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 2015 – 2019 (Στρατηγικός Σχεδιασμός) (http://www.orchomenos.gr/12epixeirisiako/A-EPIXEIRISIAKO_2015-2019.pdf)
4. Διάζωμα (http://www.diazoma.gr/theaters/archaio-theatro-orchomenou-voiotias/)