

**Μελέτη και ανάπτυξη επιχειρηματικού σχεδίου υλοποίησης ενός  
SkateboardPark**

**Θωμάς Κυρίτσης**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία που υποβάλλεται στο καθηγητικό σώμα  
για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων απόκτησης του μεταπτυχιακού  
τίτλου του Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών  
και Επιχειρήσεων» του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του  
Παν/μίου Πελοποννήσου στην κατεύθυνση « Μάρκετινγκ των Αθλητικών  
Οργανισμών και Επιχειρήσεων»**

**Σπάρτη  
2024**

Εγκεκριμένο από το καθηγητικό σώμα:

---

Επιβλέπων: Ιωάννης Δουβής, Καθηγητής

Μέλος 1<sup>ο</sup>: Ουρανία Βρόντου, Καθηγήτρια

Μέλος 2<sup>ο</sup>: Αθανάσιος Κριεμάδης Καθηγητής

### **Υπεύθυνη Δήλωση**

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 17 της παραγράφου 2 (Διαγραφές Μεταπτυχιακών Φοιτητών) του Κανονισμού Λειτουργίας Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, δηλώνω υπεύθυνα ότι για τη συγγραφή της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής μου Εργασίας(ΜΔΕ) δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από εφημερίδα ή περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

Ημερομηνία: 11/02/2024

Ο Δηλών

Θωμάς Κυρίτσης

(Υπογραφή)

**Copyright © Θωμάς Κυρίτσης, 2024**

**Με επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. Allrightsreserved.**

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Θωμάς Κυρίτσης : «Μελέτη και ανάπτυξη επιχειρηματικού σχεδίου υλοποίησης ενός SkateboardPark»

(Με την επίβλεψη του Ιωάννη Δουβή, Καθηγητής)

Στην Ελλάδα τα τελευταία 40 χρόνια τουλάχιστον, έχει κάνει την εμφάνιση του ένα ιδιαίτερο άθλημα, το Skateboard ή τροχοσανίδα όπως αποκαλείται ελληνιστί. Είναι από εκείνα τα αθλήματα που γνωρίσαμε όσοι μεγαλώσαμε κατά τη δεκαετία του 80' και αυτό που μας έκανε ιδιαίτερη εντύπωση ήταν οι φιγούρες και η επιδεξιότητα όσων το εκτελούσαν πάνω σε μία σανίδα με ρόδες. Οι συνθήκες στις πόλεις της Χώρας μας στις οποίες διαδραματιζόνταν το Skateboardθα έλεγε κάποιος ότι δεν ήταν και ιδιαίτερα ευνοϊκές, κακοτράχαλοι δρόμοι, στενά πεζοδρόμια και γενικά μεγάλη έλλειψη υποδομών που συνιστούσαν το άθλημα πολύ επικίνδυνο για τη σωματική ακεραιότητα. Σήμερα με μεγαλύτερη απήχηση του αθλήματος λόγω της ένταξης του στους Ολυμπιακούς Αγώνες, υπάρχει δυνατότερη οικονομική υποστήριξη και καλύτερες επιχειρηματικές ιδέες. Με την ανάπτυξη του διαδικτύου και κατ'επέκταση των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, το Skateboard έχει αποκτήσει μια δυναμική που μπορεί να εξελιχθεί ακόμα περισσότερο. Η εργασία αυτή έχει στόχο να αναλύσει τη δυναμική του αθλήματος καθώς και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας μέσω της δημιουργίας ενός προηγμένου και θεματικού SkatePark. Για να πραγματοποιηθεί η έρευνα αυτή χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της βιβλιογραφικής ανασκόπησης όπου έρευνες και αναλύσεις αναπτύχθηκαν μέσα από άρθρα στο διαδίκτυο και τη μέθοδο της αυτοψίας μέσω της επίσκεψης σε skateboard spots. Οι Πηγές και τα άρθρα που χρησιμοποιήθηκαν αναφέρονται σε ιστοσελίδες όπως Google Scholar και Google. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η ανάπτυξη του αθλήματος στηρίζεται ξεκάθαρα στην αναβάθμιση των υποδομών με τέτοιο τρόπο που να εξασφαλίζει στους Skateboarders τις καλύτερες το δυνατόν συνθήκες τόσο από θέμα ασφάλειας όσο και από πλευράς θεαματικότητας στην εξάσκηση του αθλήματος. Το όραμα είναι ξεκάθαρο, ένα θεματικό πάρκο που να είναι το σημείο συνάντησης και δράσης των Skateboarders.

Λέξεις Κλειδιά: *Τροχοσανίδα, Ανάπτυξη Αθλήματος, Επιχειρηματικό σχέδιο, Πάρκο τροχοσανίδας*

## **ABSTRACT**

Thomas Kyritsis: «Study and development of a business plan for the implementation of a Skateboard Park»

(Under the supervision of Ioannis Douvis, Professor)

In Greece, for at least the last 40 years, a unique sport has made its appearance, Skateboarding, or "trochosanida" as it is called in Greek. It is one of those sports that those of us who grew up in the 1980s became familiar with, and what impressed us most were the tricks and skills of those performing it on a board with wheels. The conditions in our country's cities where skateboarding took place were not particularly favorable, with rough roads, narrow sidewalks, and a general lack of infrastructure making the sport quite dangerous for physical integrity. Today, with the sport gaining more popularity due to its inclusion in the Olympic Games, there is stronger financial support and better business ideas. With the development of the internet and subsequently mass media, skateboarding has gained a dynamic that can evolve even further. This study aims to analyze the dynamics of the sport and the development of entrepreneurship through the creation of an advanced and thematic Skateboard Park. The research method included a review of literature and analyses developed through articles on the internet and site visits. Sources referred to include websites such as Google Scholar and Google. According to the research results, the development of the sport clearly relies on upgrading the infrastructure in a way that ensures the best possible conditions for skateboarders in terms of both safety and spectacle in practicing the sport. The vision is clear, a thematic park that will be the meeting and action point for skateboarders.

*Keywords: Skateboard, Sport Development, Business Plan, Skate Park*

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

*Μέσα από την διαδικασία της μεταπτυχιακής μου διατριβής καθώς επίσης και κατά τη διάρκεια των μαθημάτων του μεταπτυχιακού προγράμματος θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον Καθηγητή μου και επιβλέπων της μελέτης μου κ. Ιωάννη Δουβή, για την καθοδήγηση και έμπνευση που μου παρείχε σε όλους αυτούς τους μήνες της μεταπτυχιακής μου διαδρομής.*

*Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Καθηγητή Αντώνιο Τραυλό που πραγματικά κοσμεί με την παρουσία,τις γνώσεις του και το χαρακτήρα του το μεταπτυχιακό πρόγραμμα και βέβαια δε θα μπορούσα να παραλείψω στις ευχαριστίες μου τον Καθηγητή Αθανάσιο Κριεμάδη για την ώθηση που μου έδωσε μέσω των συμβουλών και τις γνώσεις του σε όλη τη διάρκεια του προγράμματος και τέλος όλους τους καθηγητές που μετέτρεψαν αυτό το ταξίδι της μάθησης στο πιο όμορφο της ζωής μου. Σας Ευχαριστώ.*

*Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τους καταπληκτικούς Γονείς μου Αντώνη και Γεωργία για την αμέριστη συμπαράσταση και αγάπη σε όλη τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας (σας οφείλω πολλά). Τέλος μια τεράστια ευγνωμοσύνη στη σύζυγο μου και στήριγμα μου Βάλια που επέδειξε τεράστια υπομονή και κατανόηση καθώς και στο κοριτσάκι μου τη Ναταλία που αποτελεί πάντα το κίνητρο μου για ένα καλύτερο μέλλον, Σας Αγαπώ Πολύ!!!!!!*

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ IV	
ABSTRACT.....	V
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ .....	VI
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	VII
ΠΙΝΑΚΕΣ –ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ .....	IX
ΚΕΦΑΛΑΙΟ I.....	1
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
Ιστορική Αναδρομή.....	1
Αναφορά του προβλήματος .....	2
Σκοπός .....	3
Η κουλτούρα του Skateboard.....	3
Η ανάπτυξη του Αθλήματος .....	4
Η Ανάδειξη του Αθλήματος.....	6
Το Skateboard στην Ελλάδα .....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ II.....	8
Βιβλιογραφική Ανασκόπηση .....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ III.....	13
Επιχειρηματικό Σχέδιο SkatePark.....	13
Περιγραφή της επιχείρησης .....	14
Οι βασικοί στόχοι της Επιχείρησης:.....	14
Ανάλυση του χώρου και των υπηρεσιών του «SkateHaven» .....	15
Χώρος.....	15
Υπηρεσίες .....	16
Στρατηγικοί μακροπρόθεσμοι στόχοι του «SkateHaven» .....	17
Στρατηγικοί μεσοπρόθεσμοι στόχοι του «SkateHaven» .....	18
Πρόγραμμα Μάρκετινγκ.....	19
Στόχος Αγοράς .....	19
Ανάλυση Κοινού .....	20
Ανάλυση των Skateboardparks στην Αθήνα .....	20
Ανάλυση Ανταγωνισμού .....	21
Εξωτερικό Περιβάλλον P.E.S.T Ανάλυση .....	22
SWOT Analysis .....	24
SWOT Analysis του «Skate Haven».....	25
Δυνατά σημεία .....	25

Αδύνατα σημεία .....	26
Ευκαιρίες.....	27
Απειλές .....	28
Σχεδιασμός Μάρκετινγκ του Πάρκου «Skate Haven» .....	31
Έρευνα Αγοράς .....	31
Διαφήμιση.....	31
Χορηγίες .....	33
Τιμολογιακή Πολιτική.....	34
Οργανόγραμμα και Ανθρώπινο Δυναμικό του «SkateHaven».....	35
Οργανόγραμμα .....	35
Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού .....	36
Ανθρώπινο Δυναμικό .....	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV .....	39
Μελέτη Κατασκευής του Πάρκου «SkateHaven» .....	39
Χώρος κατασκευής (Location) .....	39
Σχεδιασμός του Πάρκου .....	39
Μέγεθος Πάρκου.....	40
Αισθητική των SkateboardTracks(Πίστες).....	41
Εγκαταστάσεις Πάρκου .....	42
Υλικά κατασκευής Πάρκου .....	44
Οικονομική μελέτη / Προϋπολογισμός του Πάρκου.....	46
Τι περιλαμβάνει το Έργο .....	46
Χρηματοδότηση Πάρκου.....	47
Έσοδα Πάρκου .....	48
Έξοδα Πάρκου .....	50
Οικονομική ανάλυση του «Skate Haven» Park .....	51
Break -Even ανάλυση.....	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ V.....	55
Συζήτηση/Προτάσεις.....	55
Γιατί η κατασκευή ενός SkatePark στην Ελλάδα; .....	55
Προτάσεις .....	56
Ολυμπιακό και Πολιτιστικό Κέντρο .....	58
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	59



## ΠΙΝΑΚΕΣ –ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ

### Πίνακας

1	Μερίδιο Αγοράς Skateboard Παγκοσμίως	σελ 5
2	SWOT analysis Skate Park «Skate Haven»	σελ 30
3	Αποτελέσματα Χρήσεως	σελ 50

### Φωτογραφίες

1	Απεικόνιση ενός σχεδίου Skate Park με βασικό υλικό το σκυρόδεμα.	σελ 11
2	Ένα εναλλακτικό σχέδιο Skate Park από σκυρόδεμα	σελ 12
3	Skateboard Park με τρεις Διαφορετικές πίστες	σελ 42
4	Σχήματα και είδη Skateboard Tracks	σελ 45

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### Ιστορική Αναδρομή

Σύμφωνα με τη (wikipedia ) η ιστορία του skateboard ξεκινά τη δεκαετία του 1940 ως ένα εναλλακτικός τρόπος εκγύμνασης για τους surfers στη Νότια Καλιφόρνια. Οι surfers, όταν δεν υπήρχαν κύματα, ξεκίνησαν να κατασκευάζουν ξύλινες σανίδες με ρόδες, προκειμένου να αναπτύσσουν τις ικανότητές τους και να διασκεδάζουν. Αρχικά, τα skateboard ήταν απλές ξύλινες σανίδες με ρόδες, χωρίς τα πολλά σχήματα και τεχνολογικές καινοτομίες που χαρακτηρίζουν τα σημερινά.

Στη δεκαετία του 1960, το skateboard έγινε πιο δημοφιλές, εν μέρει λόγω της επιρροής της ποπ κουλτούρας. Τα πρώτα skateboard parks εμφανίστηκαν, παρέχοντας ειδικά σχεδιασμένα περιβάλλοντα για τους αναβάτες. Οι αγώνες skateboard άρχισαν να διοργανώνονται, ενώ οι πρώτες εταιρείες skateboard εμφανίστηκαν στην αγορά.

Στη δεκαετία του 1970 βίωσε μια πτώση στη δημοτικότητά του λόγω τραυματισμών και αρνητικής δημοσιότητας. Ωστόσο, η εμφάνιση των πρώτων πολυουρεθάνινων ρόδων και των kicktails (κυρίως καμπύλες στο τέλος της σανίδας) σηματοδότησε έναν καινοτόμο σχεδιασμό που ξαναφέρει το ενδιαφέρον στο skateboard.

Στα 1980s, γνώρισε μια πραγματική αναβίωση. Οι αγώνες skateboard έγιναν πιο δημοφιλείς, και νέες τεχνικές και κόλπα εμφανίστηκαν. Το street skateboarding έγινε ιδιαίτερα δημοφιλές, με αναβάτες να χρησιμοποιούν το αστικό περιβάλλον ως χώρο παιχνιδιού.

Στη σύγχρονη εποχή, το skateboard έχει κατακτήσει μια θέση στον παγκόσμιο σκηνικό του αθλητισμού, και αυτό φάνηκε από το γεγονός ότι το 2020 στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Τόκιο, καθιερώθηκε ως επίσημο ολυμπιακό άθλημα. Η εισαγωγή του skateboard στους Ολυμπιακούς Αγώνες αντιπροσωπεύει τη σημαντικότητα και τη αναγνώριση του αθλήματος σε παγκόσμιο επίπεδο. Το skateboard διακρίνεται σε δύο κύριες κατηγορίες στους Ολυμπιακούς Αγώνες: το Street Skateboarding και το Park Skateboarding. Στο Street Skateboarding, οι αθλητές ανταγωνίζονται σε αστικά περιβάλλοντα, χρησιμοποιώντας σκάλες, κιγκλιδώματα και άλλα αστικά στοιχεία.

Στο Park Skateboarding, ο αναβάτης εκτελεί κόλπα σε μια πίστα με κυματοειδή χαρακτηριστικά.

Η είσοδος του αθλήματος στους Ολυμπιακούς Αγώνες έχει προκαλέσει συζητήσεις σχετικά με την εξέλιξη και την αναγνώριση του. Οι υποστηρικτές του skateboard υπογραμμίζουν τη δυναμική και τη δημιουργικότητά του, καθώς και το γεγονός ότι προσελκύει ένα νεανικό κοινό που δεν είναι τόσο ενδιαφερόμενο σε παραδοσιακά ολυμπιακά αθλήματα. Ταυτόχρονα, υπάρχουν και οι φωνές που αντιτίθενται, πιστεύοντας ότι διακυβεύεται η αυθεντικότητά του ως αντισυμβατικό άθλημα.

Παρά τις διαφωνίες, η παρουσία του skateboard στους Ολυμπιακούς Αγώνες αναμένεται να δώσει στο άθλημα μια νέα διάσταση, ενθαρρύνοντας την εξέλιξη του και φέρνοντας το στο προσκήνιο της παγκόσμιας αθλητικής σκηνής.

### **Αναφορά του προβλήματος**

Όπως έχει αναφερθεί το skateboarding είναι ένα αντισυμβατικό άθλημα που πραγματοποιείται μέσα στον αστικό ιστό, μέσα στους δρόμους, επάνω στα πεζοδρόμια, σε σταθμούς μετρό και όπου αλλού ευφάνταστα οι skaters μπορούν να χρησιμοποιήσουν ως πίστα. Πόσο εύκολο όμως είναι να κάνει κάποιος Skateboard μέσα στην πόλη χωρίς να κινδυνέψει η σωματική του ακεραιότητα ή τουλάχιστον χωρίς να δημιουργήσει προβλήματα στη καθημερινότητα των πολιτών; Σε πόλεις οι οποίες έχουν καλή ρυμοτομία και είναι αραιοκατοικημένες τα προβλήματα ελαχιστοποιούνται, σε πόλεις όμως με πυκνή δόμηση διαμορφώνεται ένα επικίνδυνο σκηνικό και μια ανασφάλεια τόσο στους Skaters όσο και στους πολίτες. Αναπόφευκτα οδηγούνται τα πράγματα σε πρόχειρες λύσεις, όπου βέβαια για αυτούς που εξασκούν το άθλημα στην ουσία τους εξιτάρει, που είναι και ένα στοιχείο της κουλτούρας, να περνάνε μέσα από τον κόσμο ,κατεβαίνοντας μια σκάλα ενός σταθμού μετρό, να περνάνε μέσα από την κίνηση ή ακόμα και να μπαίνουν σε παιδικές χαρές πραγματοποιώντας επικίνδυνους ελιγμούς. Η ουσία είναι να βρεθεί μια λύση από την οποία να ωφελούνται όλοι και αυτή δεν είναι άλλη από την κατασκευή νέων και αναβάθμιση των ήδη υπαρχόντων αθλητικών εγκαταστάσεων και υποδομών.

## **Σκοπός**

Μελετώντας τα προβλήματα στις Αθλητικές εγκαταστάσεις και υποδομές καθώς και τη ζήτηση στην αγορά και εξετάζοντας τις τεχνολογικές εξελίξεις στον χώρο, σκοπός της έρευνας είναι να παρουσιάσουμε ένα πλήρες επιχειρηματικό σχέδιο που θα περιλαμβάνει τις αναγκαίες στρατηγικές για την επιτυχημένη λειτουργία και ανάπτυξη ενός Skate Park. Ταυτόχρονα, θα εξεταστεί η σημασία της κοινοτικής συμμετοχής και της βιώσιμης ανάπτυξης ως βασικών πυλώνων για τη δημιουργία ενός επιτυχημένου και κερδοφόρου SkatePark. Η μελέτη δεν γίνεται στα πλαίσια ενός ακόμα SkateboardSpot, αλλά η επιθυμία είναι να κατασκευαστεί ένα υπερσύγχρονο πάρκο το οποίο θα αποτελεί σημείο αναφοράς τόσο για τον Ελληνικό χώρο όσο και για τον Παγκόσμιο.

## **Η κουλτούρα του Skateboard**

Όπως κάθε άθλημα έτσι και το Skateboardδιέπεται από μια ιδιαίτερη κουλτούρα. Τι κάνει όμως το Skateboardνα ξεχωρίζει ως προς τον χαρακτήρα του; Σύμφωνα λοιπόν με τη (Becky Beal, 2003) οι Skatersέχουν μια διαφορετική κουλτούρα σε σχέση με τις κοινωνικές επιταγές της παγκόσμιας κοινωνίας. Υπάρχει διαφορετικό ντύσιμο ,διαφορετική γλώσσα και έχουν τους δικούς τους κανόνες. Επιπλέον στην κουλτούρα αυτή εντάσσεται η τέχνη του σχεδίου και της ζωγραφικής, της γλυπτικής της μουσικής ,του χορού, της μόδας, του θεάτρου και της σκηνοθεσίας (Colberg, 2012). Πολλές φορές έχουμε παρατηρήσει σχέδια στους τοίχους, να συγκεντρώνονται με τις τροχοσανίδες τους και να ακούν την αγαπημένη τους μουσική(Pop,Punk) εκτελώντας τις περίτεχνες φιγούρες τους και όλα αυτά να είναι μέρος της εκκεντρικής για ορισμένους κουλτούρα τους. Με την εισαγωγή του Skateboardστους Ολυμπιακούς Αγώνες του Τόκιο (2020) υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον από ερευνητές στη παγκόσμια κοινότητα και έχει δώσει τροφή για μελέτη πάνω στην κουλτούρα αυτού του αθλήματος Η μελέτη του αθλήματος γίνεται μέσα στα πλαίσια της κατανόησης της κουλτούρας και από πού πηγάζει αυτή η διαφορετικότητα. Το Skateboard λογίζεται ως άθλημα αλλά για αυτούς που το εκτελούν θεωρείται και ένας τρόπος ζωής, μια καλλιτεχνική έκφραση.

Σύμφωνα με τον (Lombard, 2015) το Skateboard παρέχει την απόλαυση σε αυτούς που το εκτελούν αλλά παράλληλα είναι και μια ιδεολογία, μια διαφορετική οπτική της κοινωνίας καθώς επίσης και μια διαφορετική προσέγγιση στο πως αντιλαμβάνονται το αστικό περιβάλλον.

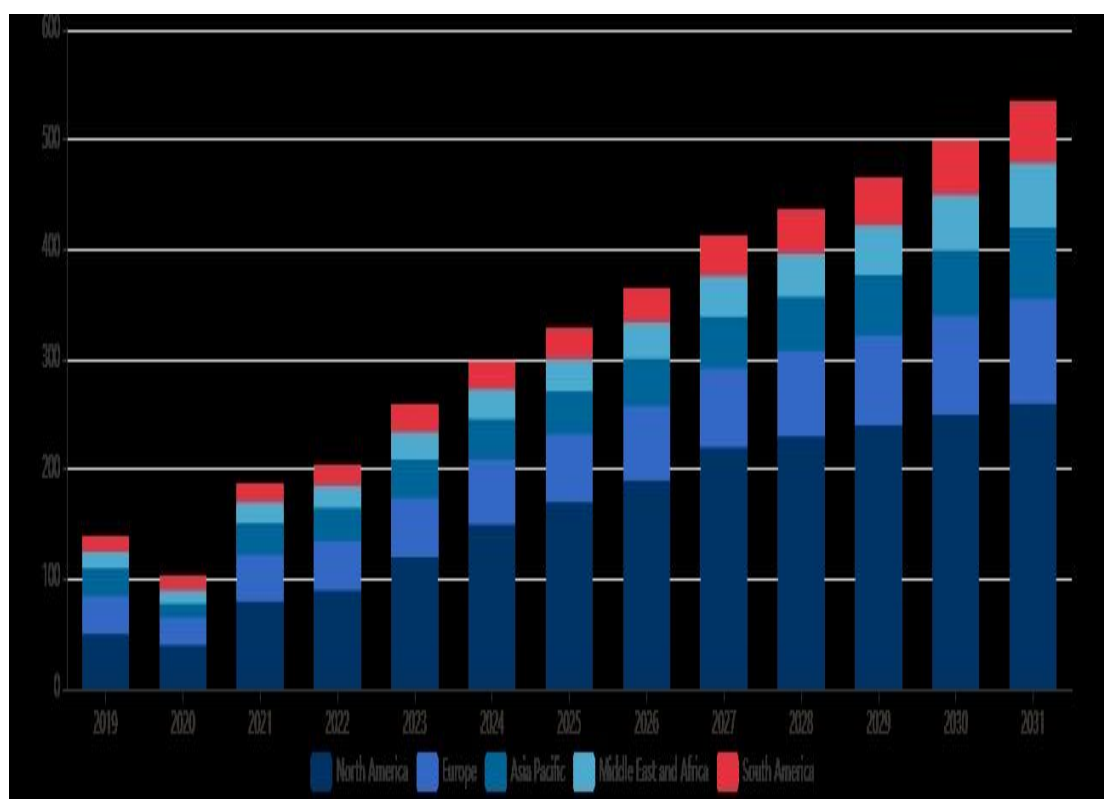
Μια άλλη προσέγγιση για την υποκουλτούρα του skateboard δίνεται από τον (Slee, 2011) ο οποίος τονίζει ότι παρόλο που σε αθλητικές ικανότητες μπορεί να συγκρίνεται και με άλλα αθλήματα, οι αθλητές του Skateboard επιλέγουν να μην φοράνε τον προστατευτικό εξοπλισμό και αυτό γιατί είναι θέμα στυλ. Δεν είναι μόνο η προσπάθεια εκτέλεσης δύσκολων και περίτεχνων κόλπων πάνω στην τροχοσανίδα αλλά είναι εξίσου σημαντικό να εκτελούνται με ωραίο τρόπο.

### **Η ανάπτυξη του Αθλήματος**

Με την εισαγωγή του αθλήματος στους Ολυμπιακούς αγώνες η δημοσιότητα του Skateboard έχει αυξηθεί και άνοιξε παράλληλα ο δρόμος για περισσότερες ευκαιρίες χρηματοδότησης και αναγνώρισης έχοντας στο επίκεντρο κυρίως τους νεότερους αθλητές. Σύμφωνα με την (Goldman, 2004) πλέον το skateboard αποδίδει σημαντικά κέρδη της τάξεως των 5,7 δισεκατομμυρίων από πωλήσεις εξοπλισμού, ρουχισμού και Skateboard. Η εισαγωγή ως Ολυμπιακό άθλημα είναι γεγονός, όμως πίσω από αυτή την σημαντική διάκριση κρύβεται ίσως ένα σημαντικό δίλλημα. Σύμφωνα με τη (Malcom, 2022), κάποιοι ερευνητές πιστεύουν ότι ενδεχομένως να αναπτυχθούν δύο διαφορετικές κατευθύνσεις στο Skateboard, η μία ως εναλλακτική και αντί εξουσιαστική κουλτούρα και η άλλη ως ένα ελίτ άθλημα, που θα εξελιχτούν παράλληλα αλλά ακολουθώντας διαφορετικές πορείες. Επίσης ορισμένοι αναγνωρίζουν ότι η μετατροπή του Skateboard σε αθλητική δραστηριότητα είναι αναπόφευκτη, εκφράζουν επίσης τη λύπη τους για την απώλεια της αυθεντικότητάς του λόγω της εμπορευματοποίησης. Από την άλλη πλευρά, κάποιοι υποδέχονται με ενθουσιασμό την αυξημένη προβολή που προσφέρει η συμμετοχή του skateboard στους Ολυμπιακούς Αγώνες. Μέσα από αυτή τη σύγκρουση απόψεων το συμπέρασμα που βγαίνει είναι ότι είτε με τον έναν τρόπο ή τον άλλον το Skateboard έχει αυξήσει την δημοτικότητα του παγκοσμίως και έχει διαμορφώσει μια δυναμική στον αθλητικό κόσμο. Σύμφωνα με το (cognitivemarketresearch, 2023), το Skateboard έχει αυξήσει το μέγεθος της αγοράς του παγκοσμίως σημειώνοντας

πωλήσεις της τάξεως των 3,6 δις δολαρίων με προοπτική να φτάσει σε ρυθμό ανάπτυξης το 4% μέχρι το 2030. Μία άλλη έκθεση αναφέρει (Reports and Data, 2023) το μέγεθος της παγκόσμιας αγοράς εκτιμάται στα 3,7 δισεκατομμύρια μέχρι το 2030 και μόνο στις Η.Π.Α η αγορά ξεπέρασε τα 1,7 δις από πωλήσεις εξοπλισμού και σανίδων. Αυτό αυτόματα σημαίνει ότι δεν είναι άθλημα που πουλάει μόνο με το θέαμα του αλλά ταυτόχρονα στηρίζεται στη παραγωγή του εξοπλισμού του και την εν γένει φύση της κουλτούρας του με ότι συνεπάγεται αυτό (μόδα, μουσική, τέχνες).

#### Μερίδιο Αγοράς Παγκοσμίως του Skateboard από 2019-2030



Πίνακας 1. (πηγή: Cognitive Market Research)

Τα στοιχεία αυτά μας δείχνουν την εξέλιξη του αθλήματος στη παγκόσμια αγορά και τις επιχειρηματικές δυνατότητες και ευκαιρίες για μελλοντικά σχέδια.

## **Η Ανάδειξη του Αθλήματος**

Το άθλημα του Skateboard άρχισε να ανθίζει στα μέσα της δεκαετίας του 90' μέσω της προβολής που είχε από την οργάνωση του ESPN X-Games ένα από τα μεγαλύτερα τουρνουά Extreme αθλημάτων και παράλληλα με την εμφάνιση του Tony Hawk, ίσως από τους πιο διάσημους εκείνη την εποχή Skateboarder, το άθλημα απέκτησε μεγαλύτερο ανταγωνιστικό ενδιαφέρον και έδωσε το κίνητρο σε πολλούς αθλητές να αναζητήσουν μια καριέρα μέσω του αθλήματος (Robinson, 2017). Σε μια άλλη μελέτη ο (Beal, 2013) αναφέρει, ότι με την εμφάνιση των X-Games, το Skateboard έχει προωθηθεί, όχι μόνο από τα παραδοσιακά του μέσα όπως περιοδικά και ταινίες, αλλά και από τα μαζικά μέσα ενημέρωσης, τα οποία έπαιξαν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία ευρείας απήχησης του αθλήματος και ήταν θεμελιώδεις στην περαιτέρω εμπορευματοποίηση και θεσμοθέτησή του. Αυτές οι εξελίξεις οφείλονταν κυρίως στην παγκόσμια τηλεοπτική μετάδοση των X-Games και στη διάδοση του διαδικτύου και των υπηρεσιών βίντεο και μετάδοσης, όπως το YouTube, που συνέβησαν στη δεκαετία του 2000.

Σήμερα και σύμφωνα με τον (Dupont, 2019) τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παίζουν σημαντικό ρόλο στην κοινότητα των Skaters, όπου τα χρησιμοποιούν σε πραγματικό χρόνο για να επιδείξουν τις περίτεχνες φιγούρες του αλλά και να επικοινωνούν μεταξύ τους δημιουργώντας νέες προκλήσεις στα πλαίσια της υποκοουλτούρας τους, χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο Jah, η Ryssa Leal, η Leticia Bufoni και πολλοί άλλοι με πάνω από 5 εκατομμύρια ακόλουθους στο Instagram σύμφωνα με το (Feedspot).

## **Το Skateboard στην Ελλάδα**

Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει αρκετά βήματα ως προς την ανάδειξη του αθλήματος, πέραν της ίδρυσης της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Τροχοσανίδας έχουν δημιουργηθεί και μερικά Skateboard πάρκα στα οποία εξασκείται το άθλημα. Συγκεκριμένα υπάρχουν πάρκα κυρίως στην Αθήνα όπως : το Latraac Bowl στη περιοχή του κεραμικού, το Skate park Βεΐκου, το Skate park στο Γουδή και αρκετά ακόμα. Επίσης τον Νοέμβριο του 2023 πραγματοποιήθηκε το πρώτο Πανελλήνιο πρωτάθλημα Skateboard στο πάρκο του άλσους Βεΐκου με τη συμμετοχή 81 αθλητών από όλη την Ελλάδα σε τρεις ηλικιακές κατηγορίες, κάτω των 14, κάτω των 18 και άνω των 19 ετών (Offside 24, 2023).

Σύμφωνα με τον Πρόεδρο της Ελληνικής Ομοσπονδίας Τροχοσανίδας Κω Γρηγοριάδη Δημήτρη και με βάση τη συνέντευξη που παραχώρησε στην ( Κα Καρυστινού, Athens Voice, 2022) το πρώτο μέλημα της Ομοσπονδίας είναι η ασφάλεια, γι αυτό και έχει συζητηθεί με αρμόδιους φορείς της πολιτείας η κατασκευή Skateboard parks σε όλη την Ελλάδα. Επιπροσθέτως έχουν δημιουργηθεί σωματεία σε πολλές περιοχές της Ελλάδας όπως: Αττική, Θεσσαλία ,Πελοπόννησος, Κρήτη και Θεσσαλονίκη (Χαβέλας, 2022). Σύμφωνα με τα παραπάνω επιβεβαιώνεται η ανοδική πορεία του Skateboard ως άθλημα όμως χρειάζονται ακόμα αρκετά πράγματα για την καταξίωση του αθλήματος. Παρακάτω θα μελετηθούν όλες εκείνες οι απαραίτητες κινήσεις για την ανάπτυξη του Skateboard.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ II

### Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

#### Σχεδιασμός Πάρκου

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μεγάλη ανάπτυξη στη κατασκευή των skate parks και υπάρχει πλέον μεγάλος όγκος πληροφοριών σχετικά με τον σχεδιασμό, την κατασκευή και τη λειτουργία τους. Καταρχάς πρέπει να απαντηθεί το ερώτημα τι είναι Skate Park; Σύμφωνα με τον(Beck, 2022) το Skate park είναι :1) Για όλο τον κόσμο, 2) Κατασκευασμένο από σκυρόδεμα, 3) Μόνιμη κατασκευή, 4) Μοναδικό για την περιοχή, 5) Κεντρικοποιημένο, 6) Ήσυχο, 7) Προσβάσιμο, 8) Περιεκτικό, 9) Ελκυστικό, 10) Αυτοδιοικούμενο, 11) Ασφαλής χώρος και 12) Περιουσιακό στοιχείο. Το δεύτερο ερώτημα που προκύπτει είναι γιατί να φτιαχτεί ένα Skate Park στην περιοχή; Ο (Beck, 2022)συμπληρώνει, γιατί απλούστατα βελτιώνει την ψυχική υγεία, προωθεί τη φυσική δραστηριότητα, αναπτύσσει τις κοινωνικές δεξιότητες και είναι για όλο τον κόσμο. Αφού έχουν απαντηθεί αυτά τα ερωτήματα και έχει αναπτυχθεί η κεντρική ιδέα, το επόμενο βήμα πριν τον σχεδιασμό ενός Πάρκου είναι η συνεργασία με ανθρώπους που ασχολούνται με το άθλημα, για να αξιολογηθούν οι ανάγκες και οι προτιμήσεις τους και αυτό πραγματοποιείται μέσω εργαστηρίων σχεδιασμού μεταξύ των υπευθύνων σχεδιασμού και των ντόπιων αναβατών για τα στοιχεία και το στυλ του πάρκου (TonyHawkFoundation, 2023). Σύμφωνα με τον (Baldwin, 2020) το Skateboard θεωρείται ως μια μοναδική εμπειρία και ο σχεδιασμός των νέων Πάρκων έχει υιοθετήσει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που διαμορφώνουν τον τρόπο που σκέφτεται η κοινότητα των Skateboarders. Έξω από τα όρια των Πάρκων, οι αναβάτες εξετάζουν και την αρχιτεκτονική του περιβάλλοντος και με την σειρά τους αναθεωρούν τον τρόπο με τον οποίο συγκεντρώνονται, κινούνται και φαντάζονται το μέλλον της αστικής ζωής. Η φθορά που προκαλεί το skateboarding στο περιβάλλον μπορεί να θεωρηθεί αρνητική, αλλά αυτό είναι μόνο η μία πλευρά του skateboarding, ίσως η τάση κάποιων για καταστροφή να οφείλεται στην έλλειψη ενός χώρου στη κοινωνία (Poirier, 2008). Επίσης σύμφωνα με τον (Borden, 2006) η εστίαση στην υφή, την επιφάνεια και την αφή είναι αυτό που δίνει στους αναβάτες μια διαφορετικού είδους οπτική άποψη στην αστική και αρχιτεκτονική γνώση. Σε μια άλλη μελέτη ο (Wixon, 2009) αναφέρει ότι ο σχεδιασμός και η κατασκευή ενός Skateboard park μπορεί να αποδειχτεί ως πολύπλοκη και χρονοβόρα αν δεν ληφθούν υπόψη κάποιες

βασικές λεπτομέρειες όπως: Καταρχάς ο διαθέσιμος χώρος, η περιοχή, το μέγεθος και ο τύπος του πάρκου και κατά δεύτερον με ποιους θα συνεργαστείς και το χρονοδιάγραμμα κατασκευής. Το στίλ του Πάρκου πρέπει να έχει χαρακτήρα και να έχει συγκεκριμένο προσανατολισμό (Jan, 2019), συγκεκριμένα ο γνωστός αρχιτέκτονας και σχεδιαστής Skateboard parks Daniel Yabar αναφέρει ότι πρέπει να ξεκαθαριστεί από την αρχή τι είδους Πάρκο θα χτιστεί, για το λόγο, ότι άλλες αρχές μάνατζμεντ έχει ένα δημόσιο Πάρκο και άλλες ένα ιδιωτικό. Η σημασία που δίνεται από τους σχεδιαστές στη συμμετοχή της κοινότητας των skateboarder στον σχεδιασμό των Πάρκων δεν είναι τυχαία επιλογή. Με αυτό τον τρόπο υπάρχει μεγαλύτερη σύγκλιση στις απόψεις των ενδιαφερομένων πλευρών και δεν αποκλείεται η γνώμη του κοινού, πράγμα το οποίο δηλώνει ότι η επιχείρηση που σχεδιάζει το έργο έχει ως πρώτο μέλημα να ικανοποιήσει τη κοινότητα και μετά να κοιτάξει το οικονομικό της συμφέρον. Σε μια άλλη έρευνα του (Johnston, 2019) αναφέρεται ότι όταν ένας skater που προσθέτει ή αφαιρεί φυσικά χαρακτηριστικά από το Πάρκο μπορεί να σημαίνει ότι έχει προσαρμόσει το περιβάλλον για να ταιριάζει στις ανάγκες του όπως απαιτείται. Επίσης η σχεδίαση ενός Πάρκου εξαρτάται από το μέγεθος της έκτασης που θα καλυφθεί καθώς και από τον τύπο του Πάρκου που θα κατασκευαστεί. Ο (Borden, Design and Development Guidance , 2020) αναφέρει ότι το μέγεθος ενός Skate Park μπορεί να είναι από 300 τμ το μικρότερο μέχρι και 3000 τμ ίσως και μεγαλύτερο. Επιπλέον τονίζει ότι ο τύπος ενός τέτοιου Πάρκου μπορεί ποικίλλει ανάλογα με το πλάνο μιας επιχείρησης ή μιας Δημοτικής αρχής και μπορεί να έχει χαρακτήρα τοπικό, περιφερειακό, εθνικό.

### **Συμπεριφοριστικές Τάσεις**

Ο σχεδιασμός είναι πράγματι από τα πιο βασικά βήματα για την κατασκευή ενός Πάρκου, ωστόσο υπάρχουν στοιχεία από έρευνες που πρέπει να λάβει υπόψη η εκάστοτε επιχείρηση πριν αρχίσει την υλοποίηση ενός Πάρκου και αυτό πραγματοποιώντας μελέτες πιθανών συμπεριφορών του μελλοντικού πελάτη και μελέτη πάνω στη ποικιλία παροχής υπηρεσιών των Πάρκων. Σύμφωνα με τους (O.L'Aoustet & Jean Griffet, 2001), ένας μεγάλος αριθμός θεατών επισκέπτεται τα Πάρκα για να παρακολουθήσει τα κατορθώματα των αναβατών έχοντας δώσει μεγάλο κίνητρο στους αναβάτες για αυτοπροβολή και έτσι με τη παρουσία των θεατών το Skateboard αποκτά μεγαλύτερη σημασία. Επίσης ο (Hugo, 2002) αναφέρει

οι καλά σχεδιασμένοι και λειτουργικοί χώροι μπορούν γίνουν κέντρα ανάπτυξης της κοινωνικής ζωής δίνοντας την δυνατότητα για κοινωνικοποίηση και διασκέδαση, αναπτύσσοντας τις δεξιότητες και κάνοντας νέους φίλους. Επιπλέον υπάρχουν έρευνες πάνω στον σεβασμό και την ομαδικότητα που αναπτύσσει η κοινότητα των skateboarders, όπως αυτή της (Lia Karsten, 2000) στην οποία αναφέρει, ότι το Skate Park έχει μια σχεδόν «ειρηνική» και συνάμα φιλική και μη ανταγωνιστική ατμόσφαιρα σε σημείο που όταν εκτελείται ένα δύσκολο τρικ τα skateboarders χτυπιούνται κάτω ως εναλλακτικό χειροκρότημα. Από τη πλευρά του μάνατζμεντ ο (Edwards, 2020) τονίζει ότι οι μάνατζερ των Πάρκων πρέπει να βλέπουν τα Πάρκα ως μέσο ανταμοιβής και ενθάρρυνσης συγκεκριμένων χαρακτηριστικών στους νέους όπως της προσωπική ευθύνη, την αυτάρκεια και την επιχειρηματικότητα.

### **Υλικά Κατασκευής**

Καταλυτικός παράγοντας για την κατασκευή ενός Πάρκου είναι και η σωστή επιλογή και χρησιμοποίηση των υλικών, μιας και υπάρχουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά για το καθένα όπως διαφορετική τιμολόγηση και το πιο σημαντικό, διαφορετική συντήρηση. Σε μια μελέτη που δημοσίευε ο (Borden, DesignandDevelopmentGuidance , 2020) αναφέρει μεταξύ των άλλων, ότι η καλύτερη επένδυση σε υλικό για την κατασκευή των skateboard tracks είναι το σκυρόδεμα διότι παρέχει μια ομαλή επιφάνεια κύλισης χωρίς στερεώσεις και εξαρτήματα σε αντίθεση με τις προκατασκευασμένες ράμπες και το τεκμηριώνει ως εξής :

- Επιτρέπει στους αναβάτες να παράγουν μεγαλύτερη ταχύτητα κύλισης
- Απαιτεί πολύ λίγη συντήρηση σε σχέση με τις προκατασκευασμένες ράμπες
- Ελαχιστοποίηση θορύβου
- Καλύτερη σχεδιαστική δυνατότητα σύμφωνα με τις απαιτήσεις της κοινότητας
- Καλύτερο αισθητικό αποτέλεσμα
- Προσφέρει μεγαλύτερη ασφάλεια στους αναβάτες σύμφωνα με τη RoSPA (Royal Society For the Prevention of Accidents)

Το σκυρόδεμα δίνει τη δυνατότητα για καλύτερη πρόσφυση και αίσθηση της σανίδας στους αναβάτες σε σχέση με άλλα υλικά καθώς είναι λιγότερο ολισθηρό και στεγνώνει γρήγορα (Teodor, 2015) (Φωτογραφία 1 και 2).



Φωτογραφία 1. Απεικόνιση ενός σχεδίου SkatePark με βασικό υλικό το σκυρόδεμα.  
(πηγή:SKATEPARKS.COM)



Φωτογραφία 2. Ένα εναλλακτικό σχέδιο SkatePark από σκυρόδεμα .(Πηγή: rideukbmx.com)

### **Συνοδοιπόροι και Υποστηρικτές**

Παραπάνω αναφέρθηκε η σημαντικότητα των στοιχείων που πρέπει να συμπεριλάβει στο πλάνο της μια επιχείρηση που έχει στόχο τον σχεδιασμό και τη κατασκευή ενός SkatePark. Στη προσπάθεια αυτή η επιχείρηση πρέπει να έχει συνοδοιπόρους, ανθρώπους οι οποίοι συμπλέουν και κατανοούν το όραμα και την αποστολή. Η αναζήτηση αυτών των ανθρώπων γίνεται μέσα από την κοινότητα των Skaters, όπου πιθανόν να υπάρχουν αρκετοί υπέρμαχοι της ιδέας κατασκευής ενός SkatePark. Σε μια μελέτη του ο (Borden, DesignandDevelopmentGuidance , 2020) επισημαίνει ότι το πρώτο βήμα είναι η εστίαση σε αυτούς τους ανθρώπους που θα γίνουν υποστηρικτές και συνεργάτες. Με την δημιουργία μιας ομάδας υποστηρικτών υπάρχει ιδιαίτερη βοήθεια στην διαμόρφωση ουσιαστικών μηνυμάτων που θα μεταφέρονται στην ευρύτερη κοινότητα με κάθε ευκαιρία. Η επιστράτευση της υποστήριξης από όλους τους μελλοντικούς χρήστες του Πάρκου, παιδιά, γονείς, δασκάλους και από κάθε είδους κοινού, Θα αντιπροσωπεύει τις ποικίλες ανάγκες και επιθυμίες της κοινότητας καθώς επίσης θα βοηθήσει του κατοίκους της πόλης να κατανοήσει τις ανάγκες για τη κατασκευή του συγκεκριμένου χώρου (Beck, 2022).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

### Επιχειρηματικό Σχέδιο SkatePark

Σήμερα, σε μια αγορά αυξημένων απαιτήσεων η ανάγκη για καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες είναι επιβεβλημένη. Είναι οι ιδέες αυτές που ξεχωρίζουν σε αυτόν τον δύσκολο επιχειρηματικό δρόμο και παράλληλα προσελκύουν επενδυτές και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα για την υλοποίηση τους. Ωστόσο από την σύλληψη της ιδέας έως την πραγματοποίηση της μεσολαβούν κάποια βασικά στάδια στα οποία πρέπει να δοθούν ιδιαίτερη προσοχή. Τα στάδια αυτά συνίστανται στη δημιουργία ενός πλήρους επιχειρηματικού σχεδίου το οποίο βοηθάει στην έκφραση της επιχειρηματικής ιδέας από την αρχή έως την υλοποίηση. Το επιχειρηματικό σχέδιο θα μπορούσε να οριστεί ως ένα έγγραφο που περιγράφει την αρχική ή σημερινή κατάσταση μιας επιχείρησης και την υποτιθέμενη εξέλιξη της (Karlsson, 2004). Συνάματο επιχειρηματικό σχέδιο θα μπορούσε να ερμηνευτεί και ως η λειτουργία μιας επιχείρησης σε ένα χαρτί (AmirM. Hormozietla, 2002). Σύμφωνα με την (McKeever, 2018), ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο βοηθά τους ανθρώπους που θέλουν να ξεκινήσουν μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα και είναι απαραίτητο να πείσει κάθε μελλοντικό επενδυτή που θέλει να στηρίξει την προσπάθεια. Επίσης σε άρθρο του ο (Blackwell, 2011), τονίζει ότι για τον υποψήφιο επιχειρηματία το πλάνο του είναι μοναδικό, για τη τράπεζα και για τον οποιοδήποτε άλλον επενδυτή είναι ακόμα ένα σχέδιο και αυτό δημιουργεί την ανάγκη για ένα καλό ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο και προσθέτει, ότι ένα επιχειρηματικό πλάνο πρέπει να διέπεται από :1)Καθαρό λόγο, 2)Συνοπτικότητα, 3)Λογική, 4)Αλήθεια ,5)Επεξήγηση με την συνοδεία αριθμών. Σχεδιάζοντας τα βήματα της δημιουργίας μιας νεοσύστατης επιχείρησης παίζει σημαντικό ρόλο στον βαθμό της επιτυχίας της και είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος να τεθούν οι στόχοι και οι σκοποί του νέου εγχειρήματος.

Με γνώμονα τις παραπάνω μελέτες και την ερμηνεία του όρου «επιχειρηματικό σχέδιο», μπαίνει σε εφαρμογή το πλάνο της ιδέας της κατασκευής ενός Skateboard Park.

## Περιγραφή της επιχείρησης

Το πρώτο και ένα από τα πιο σημαντικά σημεία ενός επιχειρηματικού σχεδίου, είναι η περιγραφή μιας επιχείρησης, είναι η πρώτη γνωριμία που κάνει κάποιος με την επιχείρηση είτε είναι πελάτης είτε είναι επενδυτής. Επίσης πρέπει να παρουσιάζει μια σαφή εικόνα της επιχείρησης καθώς και τους στόχους της, την αξία της στην αγορά και ο τρόπος λειτουργίας της. Στη προκειμένη περίπτωση πρόκειται για μια νεοσύστατη ( Startup) επιχείρηση με όραμα και σκοπό την ανάπτυξη του αθλήματος Skateboardμέσω της δημιουργίας ενός θεματικού Πάρκου με ονομασία «Skate Haven» το οποίο θα δώσει την δυνατότητα σε εκατοντάδες φίλους του αθλήματος να έχουν ένα κοινό σημείο αναφοράς. Η σύσταση της εταιρείας Θα έχει τη νομική μορφή της Α.Ε λόγω του ύψους της χρηματοδότησης που θα χρειαστεί. Στόχος της επιχείρησης μέσω της κατασκευής του Πάρκου είναι να δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες αυτοχρηματοδότησης και κερδοφορίας με την αύξηση των εσόδων από τη πώληση εισιτηρίων, δημιουργία σταθερής πελατειακής βάσης και εκμετάλλευση όλων των ευκαιριών οικονομικής ανάπτυξης.

### Οι βασικοί στόχοι της Επιχείρησης:

- **Προώθηση της φυσικής δραστηριότητας και της υγείας:** Τα Skate Parks παρέχουν έναν χώρο όπου οι νέοι και οι ενήλικες μπορούν να ασκούνται και να βελτιώνουν τη φυσική τους κατάσταση.
- **Κοινωνική Συνοχή:** το Skate park μπορεί να λειτουργήσει ως ένα σημείο συνάντησης που ενθαρρύνει την κοινωνική αλληλεπίδραση και τη δημιουργία φιλιών.
- **Ανάπτυξη Δεξιοτήτων και αυτοπεποίθησης:** Η πρακτική του skateboarding μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη της συγκέντρωσης, της ισορροπίας, της σωματικής δύναμης και της αυτοπεποίθησης.
- **Ασφαλές Περιβάλλον:** Ένα καλά σχεδιασμένο Skate Park προσφέρει έναν ασφαλή χώρο για την πρακτική του skateboarding, μειώνοντας τον κίνδυνο ατυχημάτων σε δημόσιους δρόμους ή πεζοδρόμια.
- **Ενθάρρυνση της τέχνης και του πολιτισμού:** Συχνά, τα Skate Parks γίνονται επίκεντρα τοπικής τέχνης και πολιτισμού, με γκράφιτι και άλλες μορφές δημιουργικής έκφρασης δίνοντας μια πλατφόρμα για νέους καλλιτέχνες.

- **Μείωση της παραβατικότητας:** Η παροχή ενός επίσημου χώρου μπορεί να μειώσει την παραβατικότητα και τις ανεπιθύμητες συμπεριφορές, καθώς οι νέοι έχουν έναν ασφαλή και εγκεκριμένο χώρο για να ασχοληθούν με το αγαπημένο τους σπορ.
- **Εκπαίδευση και προγράμματα κοινωνικής ενσωμάτωσης:** Τα skateboard parks μπορούν να φιλοξενήσουν εκπαιδευτικά προγράμματα και εργαστήρια που προωθούν την κοινωνική ενσωμάτωση και την ισότητα μέσω του αθλητισμού
- **Προώθηση του Skateboard ως αναγνωρισμένο άθλημα:** Η κατασκευή των SkateParks βοηθά στην προώθηση του skateboarding.

### **Ανάλυση του χώρου και των υπηρεσιών του «Skate Haven»**

Η ανάλυση του χώρου και των υπηρεσιών που παρέχονται σε ένα skateboard park είναι σημαντική για την κατανόηση του τι προσφέρει η επιχείρηση και πως εξυπηρετεί τους πελάτες της. Με ένα συνδυασμό φωτογραφιών, Βίντεο , αναρτήσεις μέσω διαδικτύου ή ακόμα και έντυπων και με λεπτομερείς περιγραφές, παρέχεται μια ολοκληρωμένη εικόνα για την επιχείρηση, προκαλώντας έτσι το ενδιαφέρον του κοινού.

### **Χώρος**

Ο χώρος του «Skate Haven» βρίσκεται στη περιοχή της Λυκόβρυσης ( Σύμφωνα με μια έρευνα που έγινε, έχει άπλετο χώρο για κατασκευή) με μεγάλη προσβασιμότητα απ'όλες τις περιοχές της Αθήνας διότι το συγκεκριμένο σημείο βρίσκεται παραπλεύρως της Εθνικής Οδού. Πρόκειται για ένα χώρο ο οποίος θα είναι τουλάχιστον 6000 τμ το οποίο θα διαθέτει 3 πίστες skateπεριλαμβανομένων Ramps , bowlsκαι Street Obstacles, θα διαθέτει χώρο παρκινγκ για τουλάχιστον 50 αυτοκίνητα, 2 καταστήματα εστίασης, 1 κατάστημα αθλητικών ειδών και ρουχισμού, 2 δημόσιες τουαλέτες και αποδυτήρια καθώς επίσης Ξενώνα 15 δωματίων και γραφεία στέγασης της επιχείρησης.



## Υπηρεσίες

- **Ενοικίαση Εξοπλισμού:** Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να νοικιάσουν εξοπλισμό skateboard και προστατευτικά είδη εάν δε διαθέτουν οι ίδιοι
- **Μαθήματα και εκπαίδευση :** Προσφορά μαθημάτων για αναβάτες όλων των επιπέδων από έμπειρους Skateboarders για όλες τις ηλικίες.
- **Ακαδημίες παιδιών :** Η ακαδημία θα προσφέρει μαθήματα σε παιδιά με ηλικίες από 6 ως 18 ετών
- **Αγορά εξοπλισμού και ρουχισμού :** Το πάρκο διαθέτει κατάστημα για την αγορά Αθλητικού εξοπλισμού και ρουχισμού.
- **Εκδηλώσεις και Διαγωνισμοί :** Διοργάνωση εβδομαδιαίων εκδηλώσεων, διαγωνισμών και Events που μπορεί να προσελκύσουν τοπικό και διεθνές κοινό
- **Καταστήματα εστίασης:** Το πάρκο θα διαθέτει δύο καταστήματα για φαγητό και καφέ
- **Κοινότητα Skateboard:** Η επιχείρηση προωθεί τη δημιουργία μιας ενωμένης κοινότητας, που προωθεί τον αθλητισμό, τη δημιουργικότητα και το σεβασμό προς το περιβάλλον.
- **Ξενώνας:** Το πάρκο θα διαθέτει Ξενώνα που μπορεί να φιλοξενήσει έως και 40 άτομα
- **Μέσα μεταφοράς:** Το Πάρκο θα συνεργαστεί με εταιρία η οποία θα προσφέρει τις υπηρεσίες μετακίνησης του κοινού σε επιλεγμένα σημεία στη περιοχή της Αττικής, εξασφαλίζοντας τη πρόσβαση προς και από το Πάρκο.

Η ανάλυση αυτή αποκαλύπτει το εύρος των υπηρεσιών που παρέχονται από το Skate Park και τον ποικιλόμορφο χώρο που διαθέτει για την εκπλήρωση των αναγκών των αναβατών και των θεατών του. Αυτή η ποικιλία υπηρεσιών και η δημιουργία μιας κοινότητας skateboard συμβάλλουν στην ανάδειξη του Skateboard Park ως κύριου προορισμού για τους λάτρεις του skateboard και των action sports στην περιοχή.

### **Στρατηγικοί μακροπρόθεσμοι στόχοι του «Skate Haven»**

Οι μακροπρόθεσμοι στόχοι της επιχείρησης, καθορίζουν την κατεύθυνση και το όραμα της. Δείχνει τις προθέσεις της και τη σοβαρότητα που τη διέπει, δεν αναφέρεται σε μια ευκαιριακή προοπτική αύξησης του κέρδους αλλά σε μια μακροχρόνια προσπάθεια για καθιέρωση στη συνείδηση του ενδιαφερόμενου κοινού και στην καταξίωση ως μιας υγιούς και οικονομικά βιώσιμης επιχείρησης. Για το λόγο αυτό φροντίζει τα βήματα της να είναι σταθερά και μελετημένα σε βάθος χρόνου. Επίσης αναδεικνύονται οι προθέσεις της επιχείρησης μέσω αυτών των στρατηγικών στόχων τη πορεία ανάπτυξης της. Οι μακροπρόθεσμοι στρατηγικοί στόχοι της επιχείρησης του «Skate Haven» είναι:

- **Διαρκής βελτίωση των υποδομών:** Η συντήρηση και αναβάθμιση των ήδη υπάρχουσών υποδομών αλλά συνάμα και η δημιουργία νέων διασφαλίζει την ικανοποίηση του κοινού και συμβάλλει στην καλύτερη εμπειρία. Αυτό αυτόματα σημαίνει ότι θα πρέπει να γίνονται συνεχείς έλεγχοι στις υποδομές σε εβδομαδιαία ή ακόμα και καθημερινή βάση με εκθέσεις και προτάσεις για την καλύτερη λειτουργία του πάρκου.
- **Αύξηση της επίσκεψης:** Βασικός στόχος της επιχείρησης είναι αύξηση των επισκεπτών σε καθημερινή ,εβδομαδιαία και ετήσια βάση. Έχοντας εξασφαλίσει το καλύτερο επίπεδο των υποδομών οι επόμενες κινήσεις συνίστανται στην αναβάθμιση του ενδιαφέροντος στους ήδη υπάρχοντες πελάτες και στη προσέλκυση νέων. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω προωθητικών εκστρατειών, διαγωνισμών και εκδηλώσεων.
- **Εκπαίδευση και κατάρτιση :** Ανάπτυξη των προγραμμάτων μάθησης και εκπαίδευσης για την βελτίωση των δεξιοτήτων των αναβατών και την προσέλκυση νέων. Αναβάθμιση των ακαδημιών με συνεχής εκπαίδευση των προπονητών και καθιέρωση αγώνων και eventsεπίδειξης.
- **Βιωσιμότητα και προστασία Περιβάλλοντος:** Ανάπτυξη προγραμμάτων και πρακτικών που σέβονται το περιβάλλον και συμβάλλουν στη βιώσιμη διαχείριση του Πάρκου όπως είναι η ανακύκλωση, πράσινη ενέργεια, προστασία περιβάλλοντος κ.ά.

- **Αύξηση των εσόδων:** Βασικός στόχος της επιχείρησης είναι η αναζήτηση νέων πηγών εσόδων μέσω συνεργασιών με άλλες επιχειρήσεις και εταιρείες. Επίσης πολύ σημαντικό για την επιχείρηση είναι και η προσέλκυση χορηγιών μέσω των οποίων μπορούν να εξασφαλιστούν οικονομικοί πόροι και να βοηθήσει στην περαιτέρω ανάπτυξη του Πάρκου.
- **Προώθηση της κοινότητας του Skateboard:** Δημιουργία κοινωνικού περιβάλλοντος που προωθεί την αλληλεπίδραση και τον διάλογο μεταξύ των αναβατών και βοηθάει στην ανάπτυξη των κοινωνικών δεξιοτήτων.

### **Στρατηγικοί μεσοπρόθεσμοι στόχοι του «Skate Haven»**

Οι μεσοπρόθεσμοι στόχοι αποτελούν τα ενδιάμεσα βήματα προς την επίτευξη των μακροπρόθεσμων στόχων μιας επιχείρησης. Οι κινήσεις αυτές συνεισφέρουν στην πραγμάτωση των μακροπρόθεσμων στόχων και βάζουν τα θεμέλια στην μετέπειτα ανάπτυξη της επιχείρησης. Οι μεσοπρόθεσμοι στόχοι της επιχείρησης «Skate Haven» είναι:

- **Αύξηση της Επισκεψιμότητας κάθε χρόνο:** Με την αύξηση του πελατολογίου κάθε χρόνο εξασφαλίζουμε τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Με απλά λόγια για να υπάρχει μέλλον πρέπει να αυξάνονται οι οικονομικοί πόροι της επιχείρησης. Στη πραγματικότητα αυτό εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις στρατηγικές κινήσεις της επιχείρησης. Για το λόγο αυτό δεν πρέπει να υπάρχει εφησυχασμός αλλά να βρίσκονται τα στελέχη της επιχείρησης σε συνεχή επαγρύπνηση. Τρόποι για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος είναι η διαφήμιση, οι οικονομικές προσφορές στις υπηρεσίες και η δημιουργία νέων εκδηλώσεων.
- **Βελτίωση και συντήρηση των υποδομών κάθε 1 με 2 χρόνια:** Ο σεβασμός απέναντι στον πελάτη αποδεικνύεται μέσω της αναβάθμισης των υπηρεσιών του Πάρκου. Όταν η επιχείρηση φροντίζει το «Σπίτι» της, κερδίζει και την αναγνώριση της κοινότητας των πελατών της. Σε αυτή τη περίπτωση αν δεν εξασφαλιστεί η ομαλή λειτουργία των εγκαταστάσεων δεν εξασφαλίζεται το μέλλον της επιχείρησης.

- **Αύξηση των προγραμμάτων εκπαίδευσης κάθε χρόνο:** Η εξοικονόμηση πόρων για την εκπαίδευση των στελεχών και εκπαιδευτών θεωρείται πολύ σημαντική για την αναβάθμιση των υπηρεσιών καθώς επίσης είναι εκείνη η διαδικασία που ενδεχομένως θα κάνει την διαφορά σε σχέση με οποιοδήποτε ανταγωνιστή. Έτσι θα είναι αποτελεσματικότερη η λειτουργία της επιχείρησης και θα παρέχεται καλύτερη εκπαίδευση στους αναβάτες κάθε ηλικίας για την ανάπτυξη των δεξιοτήτων τους. Επίσης με αυτόν τον τρόπο αναβαθμίζεται η λειτουργία των ακαδημιών.
- **Προώθηση της Οργανωσιακής Κουλτούρας του «SkateHaven»:** Η οργανωσιακή κουλτούρα καθορίζει σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης. Είναι η ταυτότητα μιας επιχείρησης, οι θεμελιώδεις πεποιθήσεις της, καθώς και ο τρόπος που σκέφτεται (Schein, 1983). Με αυτόν τον τρόπο γνωστοποιούνται οι Αξίες, οι Συμπεριφοριστικές επιταγές, τα Συμπεριφοριστικά μοντέλα καθώς επίσης και τα σύμβολα που αντιπροσωπεύουν την επιχείρηση. Σύμφωνα με τα παραπάνω η οργανωσιακή κουλτούρα του «Skate Haven» θα πρέπει να συμβαδίζει με τις προσδοκίες της Skateboardκοινότητας, αυτό σημαίνει αυτόματα ότι η επιχείρηση υιοθετεί κάποια στοιχεία της κουλτούρας του Skateboard. Είναι πολύ σημαντικόνά καθορίζεται ο τρόπος λειτουργίας της επιχείρησης τόσο στα στελέχη, όσο και στους υποψήφιους πελάτες του Πάρκου. Χαρακτηριστικά της οργανωσιακής κουλτούρας για παράδειγμα, ενός Skateboard parkθα μπορούσαν να είναι: 1)Στα πλαίσια της καινοτομίας, 2) στα πλαίσια της συνεργασίας, 3)στα πλαίσια της πελατειακής επικέντρωσης και 4) στα πλαίσια της κοινωνικής ευθύνης.

## **Πρόγραμμα Μάρκετινγκ**

### **Στόχος Αγοράς**

Ο καθορισμός του στόχου αγοράς για μία επιχείρηση είναι ο λόγος ύπαρξης της. Είναι η θεμελιώδης αρχή πάνω στην οποία χτίζεται η οικονομική της ανάπτυξη. Έτσι ο στόχος αγοράς για το «Skate Haven» είναι οι Skateboarders από όλα τα σημεία της

Αττικής αλλά και όλης της Ελλάδας. Ξεκινώντας με τους έμπειρους αναβάτες οι οποίοι μπορούν να αξιολογήσουν τις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες που παρέχει το Πάρκο δίνοντας τους ένα επιπλέον κίνητρο για τη διαφήμιση του χώρου. Στη συνέχεια ο στόχος είναι όλοι όσοι θέλουν να ασχοληθούν με το άθλημα ή το παρακολουθούν ήδη. Επίσης στόχος είναι προσελκύσουμε τις παιδικές ηλικίες και οικογένειες προωθώντας τον αθλητισμό και τη φυσική δραστηριότητα. Συνάμα υπάρχει η δυνατότητα φιλοξενίας τουριστών Αθλητικής Αναψυχής από την Ελλάδα και το εξωτερικό καθώς και διεθνών αθλητών που θα πραγματοποιούν αγώνες επίδειξης.

### **Ανάλυση Κοινού**

Όσον αφορά την ανάλυση του κοινού, η επιχείρηση προσπαθεί στην ουσία να αναλύσει το προφίλ ενός τυπικού αναβάτη skateboard. Με βάση τις προηγούμενες έρευνες σχετικά με την κουλτούρα ενός skateboarder η επιχείρηση προσπαθεί να προσδώσει έναν χαρακτήρα στο πάρκο ώστε να συμβαδίζει με τις ανάγκες των αναβατών. Ένα τυπικό προφίλ ενός skateboarder θα μπορούσε να διέπεται από:

- **Πάθος για το Skateboarding**
- **Δημιουργικότητα**
- **Ανεξαρτησία**
- **Αίσθηση τη κοινότητας**
- **Επένδυση σε εξοπλισμό**
- **Αγάπη για τη τέχνη και τη μουσική**
- **Σεβασμός στη κουλτούρα του Skateboard**

Λαμβάνοντας υπόψη όλα αυτά τα χαρακτηριστικά, υπάρχει η δυνατότητα να εμπεριέχονται στις υπηρεσίες του πάρκου. Η έξυπνη επιχείρηση προσαρμόζεται εύκολα και ελίσσεται στα πλαίσια των αναγκών των πελατών.

### **Ανάλυση των Skateboard parks στην Αθήνα**

Αναλύοντας τις υποδομές του skateboard στην Αθήνα και με τη αυτοψία που πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια της μελέτης, διαπιστώθηκε ότι αρκετά από τα πάρκα δεν είναι οργανωμένα και δεν παρέχουν σημαντικές υπηρεσίες. Το μέγεθος

των πάρκων είναι μικρό και δεν υπάρχουν οι στοιχειώδεις υποδομές να καλύψουν όλες τις ανάγκες του κοινού. Η συντήρηση σε αρκετά πάρκα είναι πλημμελής και παρατηρήθηκαν κάποιες πρόχειρες κατασκευές. Τα Πάρκα έχουν καλή πρόσβαση και είναι ανοιχτά για όλους αλλά δεν μπορούν να εξυπηρετήσουν αγωνιστικά πολλούς αναβάτες, ελάχιστα από αυτά διαθέτουν χώρο αναψυχής για το κοινό. Αξίζει να σημειωθεί ότι αρκετά πάρκα είναι δημοτικά. Η πρωτοβουλία να κατασκευαστούν τα συγκεκριμένα πάρκα είναι αξιόλογη, με σημαντική συνεισφορά στη διάδοση του Skateboard αλλά και στη γενικότερη προώθηση της φυσικής δραστηριότητας και κατ' επέκταση του αθλητισμού, όμως το κοινό χρειάζεται κάτι παραπάνω από αυτό και δεν είναι άλλο από την κατασκευή ενός σύγχρονου Πάρκου που θα του προσφέρει τη καλύτερη εμπειρία και τις καλύτερες υπηρεσίες.

### **Ανάλυση Ανταγωνισμού**

Έχοντας αναλύσει τον στόχο αγοράς και το κοινό στο οποίο θέλει να απευθυνθεί η επιχείρηση, το επόμενο στάδιο είναι να αναλυθεί ο ανταγωνισμός. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, έχουν πράγματι κατασκευαστεί αρκετά Skateboard parks στην Αθήνα τα οποία συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον των αναβατών ανά περιοχή, έχουν τοπικό χαρακτήρα και εξυπηρετούν με συμβατικό τρόπο τις ανάγκες του κοινού. Η περιοχή που εξετάζεται για την κατασκευή του «Skate Haven» ( περιοχή Λυκόβρυσης), απέχει μερικά χιλιόμετρα από το πιο κοντινό (Αμαρουσίου) το οποίο έχει Δημοτικό χαρακτήρα και δεν είναι επιχείρηση. Αυτό σημαίνει αυτόματα ότι ανταγωνισμός είναι ελάχιστος. Παρόλα αυτά το μόνο που θα μπορούσε να προβληματίσει την επιχείρηση είναι η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσει δεδομένου ότι στα περισσότερα πάρκα το κοινό δεν χρειάζεται να πληρώσει κάποιο αντίτιμο γιατί πολύ απλά δεν παρέχονται υπηρεσίες. Στη συγκεκριμένη περίπτωση δεν πρέπει η επιχείρηση να επαναπαυτεί σε αυτό το δεδομένο αλλά να προσπαθήσει να διαφοροποιηθεί σε σχέση με τους ανταγωνιστές. Έγκειται λοιπόν καθαρά στην επιχείρηση να παρέχει αναβαθμισμένες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες σε σχέση με τους υπόλοιπους ανταγωνιστές, δίνοντας έμφαση στην επένδυση σε εξοπλισμό και στις υποδομές και παράλληλα υιοθετώντας στοιχεία από την κουλτούρα των αναβατών μπορεί να δημιουργήσει τις καλύτερες συνθήκες για την επιτυχία αυτού του εγχειρήματος. Συνάμα θα πρέπει να παρακολουθεί τις εξελίξεις στην αγορά και

να αξιολογεί τις στρατηγικές της, αξιοποιώντας τους οικονομικούς της πόρους για τη συνεχή βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Συμπερασματικά, υπάρχει πρόσφορο έδαφος για την κατασκευή ενός υπερσύγχρονου Skateboard Park δεδομένου ότι δεν υπάρχει προς το παρόν άλλο τέτοιου μεγέθους Πάρκο στην Ελλάδα.

### **Εξωτερικό Περιβάλλον P.E.S.T Ανάλυση**

Η P.E.S.T. ανάλυση αποτελεί ένα πολύ σημαντικό εργαλείο που χρησιμοποιεί μια επιχείρηση για να εξετάσει όλους εκείνους τους παράγοντες που ενδεχομένως να επηρεάσουν την λειτουργία της. Η ανάλυση του εξωτερικού μακροοικονομικού περιβάλλοντος εμφανίστηκε για πρώτη φορά από τον Francis J, Aguilar (1967) περιγράφοντας τους έμμεσους παράγοντες όπως τους πολιτικούς, οικονομικούς, κοινωνικό πολιτιστικούς και τεχνολογικούς, αναλύοντας τους με σκοπό τη μελέτη των τάσεων και τη δημιουργία μιας εικόνας του εξωτερικού περιβάλλοντος. Με βάση τα παραπάνω η P.E.S.T ανάλυση για το SkateboardPark διαμορφώνεται ως εξής:

- ❖ **Πολιτικό Περιβάλλον:** Το πολιτικό περιβάλλον τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα κρίνεται σταθερό και με την επανεκλογή της σημερινής κυβέρνησης η σταθερότητα δε δείχνει να απειλείται για τα επόμενα 4 χρόνια. Η συγκεκριμένη κυβέρνηση εμφανίζεται θετική σε επενδυτικές κινήσεις δημιουργώντας πρόσφορο έδαφος για ιδιωτικές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες και η φορολογία των εταιρειών είναι στο 22% ανεξαρτήτου κέρδους σύμφωνα με το γενικό λογιστήριο του Κράτους. Επίσης οι περιβαλλοντολογικοί νόμοι έχουν εναρμονιστεί με τις νέες συνθήκες και έχουν γίνει πιο αυστηροί σύμφωνα με τα πρότυπα της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- ❖ **Οικονομικό περιβάλλον:** Μετά την περίοδο της οικονομικής κρίσης που διήρκεσε πάνω από μια δεκαετία η Ελλάδα παρουσιάζει με τα τωρινά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για το 3<sup>ο</sup> τρίμηνο του 2023 μία ανάπτυξη της τάξεως του 2,1%. Επίσης σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ ο πληθωρισμός παρουσιάζει τον Οκτώβριο του 2023 ύφεση και βρίσκεται στο 3,4% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2022. Το επενδυτικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από ανάπτυξη με τις κύριες Τράπεζες να παρουσιάζουν κέρδη και κεφαλαιακή επάρκεια (Α.Π.Ε, 2023). Όσον αφορά το επίπεδο απασχόλησης

στη Ελλάδα έχει αυξητικές τάσεις και καταγράφονται 116.649 νέες θέσεις για το 2023. Παρά τις θετικές τάσεις της αγοράς η ακρίβεια είναι δεδομένη και με προβλέψεις διατήρησης της έως το 2025.

- ❖ **Κοινωνικό πολιτιστικό Περιβάλλον:** Η κατασκευή του πάρκου θα πραγματοποιηθεί σε περιοχή (Λυκόβρυση) η οποία δεν είναι τόσο πυκνοκατοικημένη από πλευράς υποψηφίων πελατών αλλά έχει σκοπό την καλύτερη πρόσβαση από όλες τις περιοχές της Αττικής. Είναι δεδομένο ότι το συγκεκριμένο πάρκο λόγω της θεματολογίας του, αποσκοπεί στην προσέλκυση αναβατών ανάμεσα στον πληθυσμό της μεγαλύτερης πόλης της Ελλάδας. Το πάρκο απευθύνεται κυρίως σε κοινό που ασχολείται με το άθλημα του skateboard αλλά ενισχύει τη φυσική δραστηριότητα και τον αθλητισμό χωρίς περιορισμούς. Επιπλέον λόγω της ιδιαίτερης φύσης της κοινότητας των αναβατών καθώς και της ιδιαίτερης κουλτούρας που έχουν, η λειτουργία του Πάρκου καθορίζεται από αυτούς τους παράγοντες και θα αποτελέσει μια ελκυστική πρόταση για τους ενδιαφερόμενους. Η επιχείρηση αναλύοντας το προφίλ του κοινού του Skateboard θα προσπαθήσει να συμβαδίσει με τις αντιλήψεις και τις συμπεριφορές στο βαθμό που θα επιτρέπει την εύρυθμη λειτουργία της και παράλληλα θα προσπαθήσει να διαμορφώσει ανάλογα το περιβάλλον αλληλεπίδρασης.
- ❖ **Τεχνολογικό περιβάλλον:** Η επιχείρηση οφείλει να παρακολουθεί τον ρυθμό της τεχνολογικής εξέλιξης και να συμβαδίζει με τις νέες τάσεις που επικρατούν. Συνάμα θα πρέπει να εισαγάγει νέες και καινοτόμες διαδικασίες που θα της επιτρέψουν να βρίσκεται πάντα εντός των τεχνολογικών εξελίξεων. Το τεχνολογικό περιβάλλον δεν αφορά μόνο την διάδοση του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας αλλά και τα υλικά κατασκευής, μέθοδοι ασφάλειας και γενικής λειτουργίας μιας επιχείρησης. Η τεχνολογία είναι το μέσο για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης και τη διατήρηση της σε βάθος χρόνου.



## SWOTAnalysis

Η μέθοδος SWOT analysis είναι ένα πολύ σημαντικό εργαλείο στο management για τον στρατηγικό σχεδιασμό μιας επιχείρησης, το οποίο είναι ικανό να εξετάσει και να αναλύσει το εσωτερικό και το εξωτερικό της περιβάλλον. Η διοίκηση των επιχειρήσεων λαμβάνει υπόψη την SWOT analysis για να λάβει αποφάσεις ανάλογα με τους στόχους που έχει θέσει και θέλει να πετύχει η επιχείρηση. Επίσης, η SWOT analysis είναι ένα εργαλείο αξιολόγησης το οποίο βοηθά στην βελτίωση, την ανάπτυξη και του σχεδιασμού του στρατηγικού πλάνου μιας επιχείρησης. Η SWOT analysis στοχεύει στην εξέταση των πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών μιας επιχείρησης και των μελλοντικών ευκαιριών και απειλών, που περιλαμβάνουν το εξωτερικό της περιβάλλον. Η SWOT analysis μπορεί να εφαρμοστεί σε διάφορα είδη οργανισμών, σε σχολεία, σε αθλητικά σωματεία κ.α. Η εισαγωγή της συγκεκριμένης μεθόδου βλέπουμε ότι επήλθε τις δεκαετίες του 1950 και 1960 στο Harvard Business School και χρησιμοποιήθηκε ως εργαλείο για την ανάλυση κάποιων μελετών. Επομένως, η λειτουργία της είναι ικανή να αξιοποιήσει στο έπακρο τις δυνατότητες της επιχείρησης επικεντρώνοντας στα σημεία που θεωρούνται δυνατά και διορθώνοντας τα σημεία που θεωρούνται αδύναμα. (Merajuddin & Ahmad, 2020).

SWOT είναι τα αρχικά των:

- ❖ *Strengths* (Δυνατά σημεία)
- ❖ *Weaknesses* (Αδύναμα σημεία)
- ❖ *Opportunities* (Ευκαιρίες)
- ❖ *Threats* (Απειλές)

Στο εσωτερικό περιβάλλον βρίσκονται τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία μιας επιχείρησης, ενώ οι ευκαιρίες και οι απειλές γίνονται αντιληπτές στο εξωτερικό της περιβάλλον.

## SWOT Analysis του «Skate Haven»

### Δυνατά σημεία

- ❖ **Ποικιλία και ποιότητα υπηρεσιών:** Το Skateboard Park μπορεί να περιλαμβάνει εκπαιδευτές ειδικευμένους στο άθλημα, προγράμματα για όλες τις ηλικίες και σύγχρονο εξοπλισμό.
- ❖ **Άνετο και καλά εξοπλισμένο περιβάλλον:** Ένας μεγάλος και καλαίσθητος χώρος με εικαστική άποψη πάνω στο Skateboard και με τον κατάλληλο φωτισμό μπορεί να προσελκύσει πελάτες και να τους ενθαρρύνει να παραμείνουν. Επίσης η ύπαρξη ποικιλίας στις πίστες αλλά και η παροχή υπηρεσιών εστίασης θα δώσει ένα επιπλέον κίνητρο για να επισκεφτεί κάποιος το συγκεκριμένο Πάρκο. Συνάμα η ανάπλαση του χώρου με δέντρο φύτευση και υλικά που είναι φιλικά προς το περιβάλλον καθώς και με χρήση πράσινης ενέργειας καθιστούν το Πάρκο μοναδικό και ελκυστικό.
- ❖ **Εξατομικευμένη προσέγγιση και υποστήριξη:** Οι εκπαιδευτές και το προσωπικό του Πάρκου μπορούν να παρέχουν ατομικές συνεδρίες, να συμβουλεύουν για τη φυσική δραστηριότητα και τον τρόπο ζωής, και να δημιουργούν εξατομικευμένα προγράμματα εκγύμνασης που ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τους στόχους του κάθε πελάτη.
- ❖ **Κοινωνική αλληλεπίδραση και αίσθηση κοινότητας:** Η δυνατότητα για επαφή και αλληλεπίδραση με άλλους πελάτες μπορεί να προσφέρει μια εμπειρία κοινωνικής δικτύωσης και να ενθαρρύνει τη συνεργασία και την κίνητρο. Στη συγκεκριμένη περίπτωση η ενδυνάμωση της κοινότητας των Skateboarder θα αποτελέσει σημαντικό παράγοντα στην επιτυχή λειτουργία του Πάρκου.
- ❖ **Εκδηλώσεις και προγράμματα εμπνευσμένα από την κοινότητα:** Ένα δυνατό σημείο είναι η διοργάνωση εκδηλώσεων και προγραμμάτων που είναι εμπνευσμένα από την κοινότητα. Το Πάρκο θα δώσει τη δυνατότητα στη κοινότητα των Skateboarder να σχεδιάσει events σε άμεση συνεργασία με τα στελέχη του πάρκου. Έτσι θα δημιουργηθούν οι κατάλληλες συνθήκες για την αμοιβαία εμπιστοσύνη και σεβασμό.

- ❖ **Κατάλληλος προστατευτικός εξοπλισμός:** Με γνώμονα την ασφάλεια το Πάρκο θα διαθέτει ενοικίαση και πώληση προστατευτικού εξοπλισμού.
- ❖ **Κεντρική τοποθεσία:** Η τοποθεσία του Πάρκου παρέχει την καλύτερη πρόσβαση για όσους χρησιμοποιούν το αυτοκίνητο, παράλληλα μπορεί να διαθέσει δικά του οχήματα σε κεντρικά σημεία της πόλης για την καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού.
- ❖ **Ευέλικτο ωράριο λειτουργίας:** Το Πάρκο μπορεί να λειτουργήσει σε ευρείες χρονικές περιόδους δίνοντας τη δυνατότητα για επίσκεψη όλη τη διάρκεια της ημέρας με προγράμματα για όλους.
- ❖ **Συνεργασίες και εταιρικές προσφορές:** Ένα δυνατό σημείο είναι η δυνατότητα συνεργασιών και εταιρικών προσφορών του Πάρκου. Εάν το Πάρκο συνεργάζεται με άλλες επιχειρήσεις ή παρέχει ειδικές προσφορές σε συγκεκριμένες ομάδες (π.χ. εταιρείες, φοιτητές, συνδρομητές), μπορεί να προσελκύσει νέους πελάτες και να διατηρήσει την υπάρχουσα πελατεία. Επίσης μπορεί να παρέχει προγράμματα για Σχολεία, Πανεπιστήμια και άλλα εκπαιδευτικά Ιδρύματα.

### **Αδύνατα σημεία**

- ❖ **Έλλειψη εξειδίκευση και εκπαίδευσης:** Εάν η επιχείρηση του Πάρκου δεν προσφέρει συνεχή εκπαίδευση και εξειδίκευση στο προσωπικό του, μπορεί να υπάρξει πρόβλημα στη παροχή ποιοτικών υπηρεσιών στους πελάτες.
- ❖ **Ανεπαρκής συντήρηση του χώρου και του εξοπλισμού:** Το υψηλό κόστος συντήρησης του χώρου και του εξοπλισμού μπορεί να προβληματίσει την επιχείρηση, αλλά για να μπορέσει να διατηρήσει το ενδιαφέρον του κοινού θα πρέπει να εξασφαλίζει σημαντικούς πόρους για τη συντήρηση και ανανέωση του χώρου και του εξοπλισμού. Αν η συντήρηση είναι πλημμελής μπορεί να προκύψουν βλάβες και δυσλειτουργίες που θα επηρεάσουν την εμπειρία και την ασφάλεια των πελατών.
- ❖ **Έλλειψη ποικιλίας υπηρεσιών:** Αν η επιχείρηση του Πάρκου παραβλέψει την αναβάθμιση της ποικιλίας των υπηρεσιών μπορεί να δυσκολέψει την ικανοποίηση των αναγκών και των προτιμήσεων των πελατών.

- ❖ **Έλλειψη επικοινωνίας και ενημέρωσης:** Αν η επιχείρηση δεν διατηρεί επαρκή επικοινωνία με τους πελάτες του και δεν τους ενημερώνει για τα νέα προγράμματα, εκδηλώσεις ή αλλαγές, μπορεί να προκύψει έλλειψη ενθουσιασμού και απογοήτευσης.
- ❖ **Υψηλή τιμολογιακή πολιτική :** Αν η επιχείρηση του Πάρκου εφαρμόζει υψηλή τιμολογιακή πολιτική και δεν λάβει υπόψη το προφίλ του κοινού του το πιο πιθανό σενάριο είναι η αποθάρρυνση του να το επισκεφτεί για δεύτερη φορά και χάνει την ευκαιρία για διατήρηση του πελατολογίου.
- ❖ **Ανεπαρκής προώθηση και Μάρκετινγκ:** Αν η επιχείρηση δεν εφαρμόσει τις διαδικασίες προώθησης και μάρκετινγκ θα δυσκολέψει την αναγνώριση και τη προσέλκυση νέων πελατών.
- ❖ **Έλλειψη προσωποποίησης:** Αν η επιχείρηση δεν επιδεικνύει προσωπικό ενδιαφέρον και φροντίδα για τους πελάτες του, μπορεί να μειώσει το επίπεδο ικανοποίησης και να προκαλέσει αποχώρηση των πελατών.

## Ευκαιρίες

- ❖ **Αυξανόμενη ευαισθησία για την υγεία και τη φυσική δραστηριότητα:** Όπως όλα τα αθλήματα έτσι και το Skateboard προάγει τη φυσική δραστηριότητα και την υγεία, πέραν τις συγκινήσεις και την αδρεναλίνη, προσφέρει τη δυνατότητα για ανάπτυξη της φυσικής κατάστασης και των δεξιοτήτων των αναβατών. Αυτά τα χαρακτηριστικά του μπορεί να δώσουν το κίνητρο για νέες και νέους που θέλουν να δοκιμάσουν τις δυνατότητες τους στο Skateboard. Η επιχείρηση με την προώθηση των παραπάνω ως από τους κύριους στόχους της μπορεί να προσελκύσει νέους πελάτες που επιθυμούν να αναλάβουν δράση για την υγεία τους.
- ❖ **Αύξηση της συνείδησης για την αναψυχή:** Το Πάρκο έχοντας άριστες εγκαταστάσεις, φιλικό περιβάλλον και ζωντάνια και φιλοξενώντας πολλές εκδηλώσεις μπορεί να γίνει ένας χώρος τον οποίο μπορεί να επισκεφτεί ο οποιοσδήποτε που θέλει να περάσει κάποιες ώρες ξεγνοιασιάς.
- ❖ **Ανάπτυξη του τομέα της ειδικής εκπαίδευσης:** Υπάρχει αυξανόμενη ζήτηση για ειδικευμένες προπονητικές μεθόδους και προγράμματα που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες ανάγκες, όπως αθλητές, άτομα με

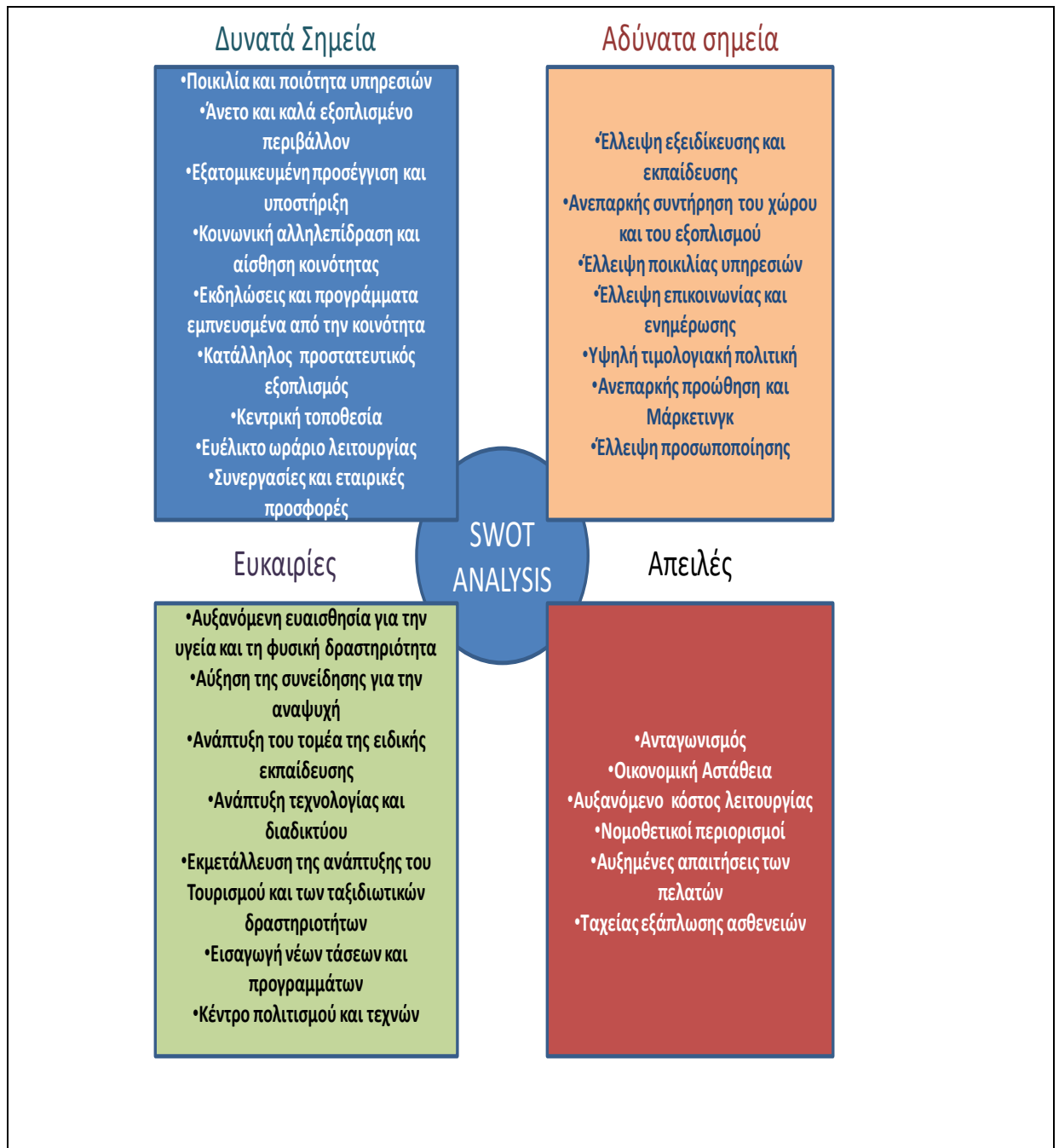
ιδιαίτερες ανάγκες ή ευπαθείς ομάδες. Το Πάρκο μπορεί να ανταποκριθεί σε αυτήν την ευκαιρία προσφέροντας εξειδικευμένα προγράμματα εκγύμνασης και συνεργαζόμενο με επαγγελματίες υγείας.

- ❖ **Ανάπτυξη τεχνολογίας και διαδικτύου:** Η εισαγωγή της τεχνολογίας και του διαδικτύου στο Πάρκο θα δώσει τη δυνατότητα για νέες καινοτόμες εφαρμογές οι οποίες θα εξυπηρετούν το κοινό τόσο σε θέματα ενημέρωσης όσο και σε θέματα εκγύμνασης.
- ❖ **Εκμετάλλευση της ανάπτυξης του Τουρισμού και των ταξιδιωτικών δραστηριοτήτων:** Το Πάρκο θα διαθέτει ξενώνα με τουλάχιστον 10-15 κλίνες που θα εξυπηρετεί τις ανάγκες όλων όσων επιθυμούν να το επισκεφτούν από άλλες πόλεις της Ελλάδας ή από το εξωτερικό. Με τα κατάλληλα τουριστικά προγράμματα μπαίνουν οι βάσεις για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού.
- ❖ **Εισαγωγή νέων τάσεων και προγραμμάτων:** Το Πάρκο μπορεί να επωφεληθεί από την εισαγωγή νέων τάσεων και προγραμμάτων εκγύμνασης. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει προγράμματα όπως σύγχρονος χορός, αεροβική με χορευτικά στοιχεία, αναρρίχηση, που θα πραγματοποιούνται σε ειδικούς διαμορφωμένους χώρους. Με την προσφορά των τελευταίων τάσεων και προγραμμάτων, το Πάρκο μπορεί να προσελκύσει νέους πελάτες και να διατηρήσει την ενδιαφέρουσα του προσφορά.
- ❖ **Κέντρο πολιτισμού και τεχνών:** Με ειδικά προγράμματα επιμόρφωσης για όλες τις ηλικίες που έχουν θέμα το περιβάλλον και την κοινωνία καθώς επίσης και με την διοργάνωση εκδηλώσεων που αφορούν τις εικαστικές τέχνες ,τη μουσική ,το θέατρο και το κινηματογράφο, το Πάρκο δημιουργεί τις προϋποθέσεις εκείνες να γίνει ένα σύγχρονο κέντρο Πολιτισμού και Τεχνών. Άλλωστε όλα τα παραπάνω εμπεριέχονται στην κουλτούρα του Skateboard.

### Απειλές

- ❖ **Ανταγωνισμός:** Η κατασκευή παρόμοιων Πάρκων μπορεί να αποτελέσει μια απειλή για την επιχείρηση, η οποία πρέπει να διατηρήσει τα κεκτημένα με την αναβάθμιση των υπηρεσιών της.

- ❖ **Οικονομική Αστάθεια:** Οι οικονομικές αστάθειες, όπως οι ύφεση ή οι αυξημένες τιμές, μπορεί να επηρεάσουν την διαθεσιμότητα των ανθρώπων που θα επισκεφτούν το Πάρκο. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μείωση των εσόδων και της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης. Για το λόγο αυτό η επιχείρηση είναι σε συνεχή εγρήγορση για να προλάβει τις οικονομικές εξελίξεις.
- ❖ **Αυξανόμενο κόστος λειτουργίας:** Η αύξηση των λειτουργικών εξόδων, όπως οι μισθοί του προσωπικού, οι ενοικιάσεις και η συντήρηση των χώρων μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική απειλή για την επιχείρηση.
- ❖ **Νομοθετικοί περιορισμοί:** Οι νομοθετικές απαιτήσεις και περιορισμοί που αφορούν τη λειτουργία θεματικών Πάρκων μπορούν να αποτελέσουν απειλή. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την υποχρέωση να τηρούνται αυστηρά πρότυπα ασφάλειας και υγιεινής, περιορισμούς στον αριθμό των πελατών λόγω περιορισμένου χώρου ή την απαγόρευση λειτουργίας σε περιοχές με καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Σε αυτή τη περίπτωση η επιχείρηση έχει ήδη προνοήσει από τις προϋποθέσεις κατασκευής και τη περιβαλλοντική μελέτη.
- ❖ **Αυξημένες απαιτήσεις των πελατών:** Οι πελάτες μπορεί να έχουν υψηλότερες απαιτήσεις όσον αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών, την ποικιλία των προγραμμάτων και την ανανέωση των εγκαταστάσεων. Εάν το Πάρκο δεν προσφέρει τα αναμενόμενα προγράμματα και υπηρεσίες, μπορεί να χάσει πελάτες και να μειωθεί η ανταγωνιστικότητά του.
- ❖ **Ταχείας εξάπλωσης ασθενειών:** Η εξάπλωση ασθενειών, όπως η γρίπη ή ο COVID-19, μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στην επιχείρηση. Οι περιορισμοί και τα προληπτικά μέτρα που επιβάλλονται για την αντιμετώπιση τέτοιων ασθενειών μπορεί να οδηγήσουν στην περιορισμένη λειτουργία του γυμναστηρίου, στη μείωση του αριθμού των πελατών ή ακόμα και στην αναγκαστική παύση της λειτουργίας για ορισμένο χρονικό διάστημα. Το Πάρκο οφείλει να υιοθετήσει όλα τα προβλεπόμενα πρωτόκολλα υγείας.



Πίνακας 2. SWOT analysis Skate Park «Skate Haven»

## **Σχεδιασμός Μάρκετινγκ του Πάρκου «Skate Haven»**

### **Έρευνα Αγοράς**

Πριν από την κατασκευή αλλά και κατά τη διάρκεια λειτουργίας του Πάρκου είναι σημαντικό η επιχείρηση να έχει πραγματοποιήσει έρευνα αγοράς. Μέσα από αυτή την έρευνα συλλέγει στοιχεία για τις ανάγκες της αγοράς και των υποψηφίων πελατών. Η συλλογή αυτών των στοιχείων μπορεί να πραγματοποιηθεί με επισκέψεις στα ήδη υπάρχοντα Πάρκα και να έχει τη μορφή είτε μιας ποιοτικής έρευνας μέσω συνεντεύξεων με τους άμεσα ενδιαφερόμενους είτε με τη μορφή μιας ποσοτικής έρευνας μέσω ειδικών ερωτηματολογίων. Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση αντιλαμβάνεται το σφυγμό της αγοράς και προσαρμόζει τις υπηρεσίες και τα προϊόντα στις ανάγκες του κοινού. Επίσης μπορεί να πραγματοποιηθεί μια συνάντηση με τους ιθύνοντες του αθλήματος για να αποκομίσει η επιχείρηση χρήσιμες συμβουλές πάνω στον τομέα των ειδικών tracks (πίστες) και τις ανάγκες των αναβατών.

### **Διαφήμιση**

Η επιχείρηση που σχεδιάζει την κατασκευή του Πάρκου και είναι υπεύθυνη για τη λειτουργία του χρησιμοποιεί τις εξής μεθόδους:

- ❖ **Δελτίο Τύπου** για την απόφαση κατασκευής, το χρονοδιάγραμμα αποπεράτωσης και τη λειτουργία του Πάρκου το οποίο θα δημοσιευτεί από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Έντυπο Τύπο, Μέσα κοινωνικής δικτύωσης) με σκοπό τη προσέλκυση του ενδιαφέροντος τόσο της κοινότητας των Skateboarder όσο και του υπόλοιπου κοινού. Η παρουσίαση της μακέτας, των σχεδίων αλλά και η προβολή του οράματος, της αποστολής και στόχων της επιχείρησης στο ευρύ κοινό είναι πρωταρχικής σημασίας για την περεταίρω εξέλιξη του έργου αλλά και τη μετέπειτα λειτουργία του Πάρκου. Η διαδικασία αυτή γεμίζει τον κόσμο με προσδοκίες και δημιουργεί το αίσθημα της προσμονής. Επίσης θα πρέπει να πραγματοποιούνται σε τακτά



χρονικά διαστήματα δελτία τύπου για την εξέλιξη του έργου και να υπάρχει συνεχής ενημέρωση για να μη ατονήσει το ενδιαφέρον.

- ❖ **Δημιουργία Ιστοσελίδας και Social Media** για την διαρκή ενημέρωση και εξέλιξη του έργου και την αλληλεπίδραση του κοινού στη διαδικασία αυτή μέσω των Social Media. Στην ιστοσελίδα θα παρουσιάζεται το Πάρκο με μακέτες στην τελική του μορφή, δίνοντας την εικόνα του οράματος της επιχείρησης και θα αναρτούνται φωτογραφίες από την εξέλιξη του έργου. Επιπροσθέτως θα υπάρχει αναλυτική ενημέρωση για τις προσφερόμενες υπηρεσίες και τα προϊόντα. Επίσης, δεδομένου της κουλτούρας της κοινότητας του Skateboard τα SocialMediaθα φιλοξενούν φωτογραφικό υλικό του Πάρκου και διαφημιστικά Τρέιλερ των προσεχώς παρεχόμενων υπηρεσιών.
- ❖ **Εθελοντική συμμετοχή** από τη κοινότητα των Skateboarderγια τη στιλιστική διαμόρφωση του χώρου του Πάρκου και των Skateboard Tracks (πίστες) δίνοντας ένα επιπλέον κίνητρο για την επίσκεψη των αναβατών και τη γνωριμία με τον χώρο.
- ❖ **Τοποθέτηση διαφημίσεων** σε κεντρικά σημεία της πόλης ( στάσεις μετρό ,στάσεις λεωφορείων).
- ❖ **Διαφημίσεις** μέσω της Τηλεόρασης και του ραδιοφώνου καθώς επίσης και σε έντυπα μέσα αθλητικά και μη .
- ❖ **Δημοσιότητα** της επιχείρησης μέσω εκδηλώσεων για θέματα φυσικής δραστηριότητας και επίδειξης του αθλήματος, άρθρα σε περιοδικά και τοπικές εφημερίδες και διοργάνωση ημερίδων πάνω στο άθλημα του Skateboard.
- ❖ **Δημόσιες σχέσεις** μέσω εκδηλώσεων περιβαλλοντικής και κοινωνικής ευαισθησίας, φιλανθρωπικές πρωτοβουλίες και συμμετοχή σε εκπαιδευτικά προγράμματα. Πρόσκληση σε πολιτικούς, δημοσιογράφους και επωνύμων αθλητών όπως επίσης σε Δημοτικές αρχές και ομοσπονδίες, βοηθούν στην ανάδειξη της επιχείρησης του Πάρκου.

- ❖ **Προώθηση υπηρεσιών και πωλήσεων** μέσω της διανομής φυλλαδίων σε κεντρικούς και εμπορικούς δρόμους της πόλης
- ❖ **Απευθείας Πωλήσεις** μέσω του τμήματος Μάρκετινγκ της επιχείρησης στέλνοντας επιστολές σε πιθανούς πελάτες (Δημόσιες υπηρεσίες, Σχολεία , Τουριστικά γραφεία, Οργανισμούς και Επιχειρήσεις) περιγράφοντας τις υποδομές και τις υπηρεσίες καθώς και τα οφέλη που θα προκύψουν για όλους τους ενδιαφερόμενους. Επίσης στο Πάρκο θα υπάρχει και χώρος υποδοχής πλαισιωμένος από πωλητές οι οποίοι θα είναι υπεύθυνοι για την περιήγηση στο χώρο και την ενημέρωση των επισκεπτών για τις παρεχόμενες υπηρεσίες κάνοντας παράλληλα και προτεινόμενη πώληση.

### **Χορηγίες**

Η παρουσίαση του Πάρκου καθώς επίσης και οι υπηρεσίες που παρέχει μπορεί να προσελκύσει και το ενδιαφέρον διαφόρων χορηγών. Η συμμετοχή χορηγών στην επιχείρηση θεωρείται πολύ σημαντική για την οικονομική ανάπτυξη της και αυτό διότι θα υπάρχει πρόσβαση και στην αγορά στόχο της εταιρείας που χορηγεί. Χορηγίες μπορεί να προκύψουν είτε σε τοπικό επίπεδο ( τοπικές επιχειρήσεις ) είτε σε επίπεδο μεγάλου Brandto οποίο θα συμφωνεί με την εικόνα της επιχείρησης του Πάρκου. Δεδομένου του χαρακτήρα του Πάρκου η αναζήτηση των χορηγιών θα γίνει στα πλαίσια του αθλήματος και στα πλαίσια των παρεχομένων υπηρεσιών. Για παράδειγμα το Πάρκο θα διαθέτει τουλάχιστον 2 καταστήματα εστίασης τα οποία θα έχουν την επιλογή της μίσθωσης ή την επιλογή της χορηγίας για ένα εύλογο χρονικό διάστημα. Επίσης το Πάρκο θα διαθέτει και ένα κατάστημα πώλησης αθλητικού εξοπλισμού και ένδυσης, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον χώρο του skateboard (προστατευτικός εξοπλισμός, Πώληση Σανίδων, υποδημάτων και ρούχων) ενδεχομένως να εκδηλώσουν το ενδιαφέρον για να εξασφαλίσουν το μονοπώλιο στην αγορά του Πάρκου. Έτσι κατά τον ίδιο τρόπο όπως παραπάνω θα διαπραγματευτεί η επιχείρηση τη χορηγία ή τη μίσθωση. Επιπροσθέτως, διεθνή Brandsta οποία συμμετέχουν σε αθλητικές διοργανώσεις όπως Extreme Games θα μπορούσαν να εκδηλώσουν ενδιαφέρον για χορηγία στο Πάρκο.

## Τιμολογιακή Πολιτική

Η τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης θα ακολουθήσει τις εξής στρατηγικές τιμολόγησης:

1. **Βάσει ζήτησης και προσφοράς:** Η επιχείρηση ευελπιστεί ότι με τις απαραίτητες ενέργειες και διαδικασίες θα προσελκύσει μεγάλο αριθμό επισκεπτών και με βάση τα στοιχεία που έχει συλλέξει για το προφίλ των πελατών αλλά και την οικονομική κατάσταση που επικρατεί οι τιμές των παρεχομένων υπηρεσιών θα κυμανθούν σε λογικά επίπεδα.
2. **Ποιότητα της υπηρεσίας:** Η επιχείρηση του Πάρκου έχει ως πρώτο στόχο την διατήρηση και αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών. Με γνώμονα τη καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού και σεβασμό απέναντι σε αυτό που αντιπροσωπεύει θα μεριμνήσει ώστε οι τιμές να ανταποκρίνονται στη πραγματικότητα και στις ανάγκες του κοινού.
3. **Διαφορική Τιμολόγηση:** Το Πάρκο θα παρέχει τουλάχιστον 3 μεγάλες πίστες για το κοινό του, όμως στα πλαίσια της σωστής εξυπηρέτησης η συμμετοχή των αναβατών θα είναι για συγκεκριμένο χρόνο, έτσι ανάλογα με το χρόνο που θέλει ο πελάτης θα υπάρχει ανάλογο αντίτιμο. Πάνω σε αυτό μπορεί να χτιστεί ένα σύστημα τιμολόγησης και προσφορών δίνοντας την επιλογή στους πελάτες.
4. **Εξατομικευμένα προγράμματα:** Για κάποιους οι οποίοι θέλουν να περάσουν όλη την ημέρα στο πάρκο (Daily Pass) η για κάποιους που θέλουν να επισκεφτούν δεύτερη συνεχόμενη μέρα (Back to Back) θα υπάρχουν ειδικά pass. Επίσης θα υπάρχουν προγράμματα για οικογένειες, μαθητές ,φοιτητές, άτομα με ειδικές ανάγκες.
5. **Ειδικά προγράμματα για τις Ακαδημίες:** Οι ακαδημίες που θα αναπτυχθούν και θα παρέχουν εκπαιδευτή θα τιμολογούνται διαφορετικά. Αυτό θα εξαρτηθεί από την ηλικία ,το επίπεδο και τη συχνότητα που θα πραγματοποιούνται οι προπονήσεις

## Οργανόγραμμα και Ανθρώπινο Δυναμικό του «SkateHaven»

### Οργανόγραμμα

Για τη δημιουργία του οργανογράμματος της επιχείρησης του Πάρκου «SkateHaven» πρέπει να ληφθούν υπόψη οι βασικές λειτουργίες και οι ρόλοι που είναι απαραίτητοι για την επιτυχή λειτουργία του Πάρκου. Με βάση τους στόχους που έχει θέσει η επιχείρηση αλλά και τις παρεχόμενες υπηρεσίες γίνεται ο σχεδιασμός των τμημάτων διοίκησης αλλά και του ανθρώπινου δυναμικού με τέτοιο τρόπο ώστε να δημιουργηθούν οι καλύτερες συνθήκες για την ανάπτυξη του Πάρκου. Το οργανόγραμμα του Πάρκου έχει την εξής σύνθεση:

- **Διευθύνων Σύμβουλος/Γενικός διευθυντής:** Είναι ο γενικός υπεύθυνος για τη λειτουργία του Πάρκου.
- **Τμήμα Επιχειρήσεων :** Υπεύθυνο για τη λειτουργία, τη συντήρηση και την ασφάλεια των εγκαταστάσεων. Διαθέτει έναν Υπεύθυνο Συντήρησης και έναν Υπεύθυνο Ασφαλείας.
- **Τμήμα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων:** Υπεύθυνο για τη προώθηση του Πάρκου και την αύξηση των εσόδων μέσω εισιτηρίων ,εκδηλώσεων και πωλήσεων. Διαθέτει έναν Υπεύθυνο Εκδηλώσεων και έναν Υπεύθυνο Πωλήσεων.
- **Οικονομικό Τμήμα :** Υπεύθυνο για τα οικονομικά ζητήματα της επιχείρησης, τους προϋπολογισμούς και το λογιστήριο. Διαθέτει έναν Οικονομικό Διευθυντή και έναν Υπεύθυνο Λογιστηρίου
- **Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού:** Υπεύθυνο για την πρόσληψη και εκπαίδευση του προσωπικού. Διαθέτει έναν Γενικό Διευθυντή ,έναν Υπεύθυνο Υποδοχής πελατών και έναν Υπεύθυνο Προπονητών
- **Τμήμα ανάπτυξης συναισθηματικής νοημοσύνης:** Υπεύθυνο για την ανάπτυξη της συναισθηματικής νοημοσύνης με εκπαιδευτικά προγράμματα και εκδηλώσεις.
- **Ιατρείο:** Υπεύθυνο για τις πρώτες βοήθειες.

Η σύνθεση των τμημάτων διαμορφώνεται ανάλογα με τις ανάγκες του Πάρκου και τις ανάγκες του κάθε τμήματος.

## **Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού**

Σήμερα οι ανταγωνιστικές συνθήκες στο επιχειρηματικό περιβάλλον επιβάλλουν στη Διοίκηση Ανθρώπινου δυναμικού τον εκσυγχρονισμό των στρατηγικών σχεδιασμών και την εφαρμογή νέων πολιτικών και πρακτικών ανθρώπινου δυναμικού. Με την εισαγωγή της τεχνολογίας σε όλο το φάσμα των επιχειρήσεων παγκοσμίως συνίσταται η διαρκής εκπαίδευση και εξειδίκευση του προσωπικού, τόσο στην παραγωγή ικανοτήτων όσο και στη παραγωγή συμπεριφορών. Η Διοίκηση του Ανθρώπινου Δυναμικού διαμορφώνει το εργασιακό περιβάλλον και την οργανωσιακή κουλτούρα με βάση τους σκοπούς και πόρους της επιχείρησης και τις ανάγκες των πελατών της. Επίσης, χαράζει την πολιτική διοίκησης που θα ακολουθηθεί με κύριο στόχο τη καλύτερη και αποτελεσματικότερη απόδοση του προσωπικού. Συγκεκριμένα, όσον αφορά τη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού του Πάρκου «SkateHaven» θα εφαρμόσει την Διοίκηση Υψηλής Συμμετοχής ως καταλληλότερη ως προς τον σκοπό και την αποστολή της επιχείρησης. Αυτό που αντιπροσωπεύει ως κουλτούρα το Πάρκο υπαγορεύει τη συγκεκριμένη μορφή διοίκησης και θεωρείται ότι προσεγγίζει καλύτερα τα πρότυπα της κοινότητας του Skateboard. Τα χαρακτηριστικά που διέπουν αυτή τη μορφή διοίκησης είναι τα εξής:

- 1. Ομαδική Εργασία**
- 2. Λειτουργική ευελιξία**
- 3. Παραγωγή Ιδεών**
- 4. Συνεχής Εκπαίδευση**
- 5. Ίσες Ευκαιρίες**
- 6. Ισορροπία επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής**
- 7. Αμοιβή σχετικά με την απόδοση**
- 8. Αξιολόγηση**

Με βάση τα παραπάνω χαρακτηριστικά η διοίκηση του Ανθρώπινου Δυναμικού προγραμματίζει τη πρόσληψη του κατάλληλου προσωπικού στις κατάλληλες θέσεις.

## **Ανθρώπινο Δυναμικό**

Έχοντας μελετήσει το οργανόγραμμα της επιχείρησης η επόμενη διαδικασία είναι να στελεχωθούν τα τμήματα ανάλογα με τις ανάγκες τους. Αναλυτικότερα θα χρειαστούν οι παρακάτω ειδικότητες:

### **Τμήμα επιχειρήσεων**

- **Υπεύθυνος Συντήρησης:** τεχνικές γνώσεις στη συντήρηση εγκαταστάσεων, εμπειρία στη διαχείριση φυσικών χώρων και έναν ισχυρό προσανατολισμό προς την ασφάλεια.
- **Ομάδα συντήρησης :**Θα αποτελείται από υδραυλικό, ηλεκτρολόγο
- **Τεχνικός ασφαλείας:** Επιθεώρηση χώρων και παροχή συμβουλών πάνω σε θέματα ασφαλείας των εγκαταστάσεων
- **Υπεύθυνος Ασφάλειας:** εμπειρία σε συστήματα ασφαλείας στη διαχείριση κινδύνων, εφαρμογή πρωτοκόλλων ασφαλείας και ανταπόκριση σε έκτακτες ανάγκες, υπεύθυνος για τη φύλαξη του χώρου
- **Ομάδα περιφρούρησης:** Προσωπικό ασφαλείας και διατήρησης της τάξης στο χώρο του Πάρκου

### **Τμήμα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων**

- **Υπεύθυνος Εκδηλώσεων :** Εμπειρία στην οργάνωση Εκδηλώσεων και διαχείριση, ισχυρές οργανωτικές δεξιότητες και δημιουργικότητα.
- **Υπεύθυνος Πωλήσεων:** Εμπειρία στις πωλήσεις , επικοινωνιακές δεξιότητες, ικανότητα ανάπτυξης στρατηγικών πωλήσεων.
- **Ομάδα Μάρκετινγκ και πωλήσεων :** Εμπειρία σε θέματα γραμματειακής υποστήριξης και customer service.

### **Οικονομικό Τμήμα**

- **Οικονομικός Διευθυντής:** Εμπειρία στα οικονομικά και λογιστικά, αναλυτικές δεξιότητες και εμπειρία στην διαχείριση προϋπολογισμών.
- **Υπεύθυνος Λογιστηρίου:** Εμπειρία σε λογιστικά θέματα , αναλυτικές δεξιότητες.
- **Ομάδα Υποστήριξης :** Εμπειρία σε θέματα γραμματειακής υποστήριξης και λογιστική , καλή γνώση Υπολογιστών .

### **Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού**

- **Διευθυντής Τμήματος:** Εμπειρία σε θέματα Ανθρώπινου Δυναμικού, ηγετικές ικανότητες, αναπτυγμένη Συναισθηματική Νοημοσύνη, κατάρτιση σε θέματα εκπαιδευτικών προγραμμάτων.
- **Υπεύθυνος Υποδοχής :** Εμπειρία σε θέματα εξυπηρέτησης πελατών, επικοινωνιακές και οργανωτικές δεξιότητες.
- **Ομάδα υποδοχής και ταμίες:** Επικοινωνιακές δεξιότητες
- **Υπεύθυνος Ακαδημιών και Προπονητών:** Εμπειρία σε ανάλογη θέση , γνώστης του αθλήματος, επικοινωνιακές δεξιότητες, κατάρτιση σε εκπαιδευτικά προγράμματα και ηγετικές ικανότητες.
- **Προπονητές και εκπαιδευτές:** Γνώση του αθλήματος, επικοινωνιακές δεξιότητες

### **Τμήμα Ανάπτυξης Συναισθηματικής Νοημοσύνης**

- **Υπεύθυνος Προγράμματος:** Εμπειρία σε θέματα συναισθηματικής νοημοσύνης, ψυχολογικής υποστήριξης, κατάρτιση σε εκπαιδευτικά προγράμματα ανάπτυξης Συναισθηματικής Νοημοσύνης.

### **Ιατρείο και πρώτες Βοήθειες**

- **Γιατρός:** Με ειδικότητα την ορθοπαιδική , εμπειρία σε ανάλογη θέση
- **Νοσηλεύτριες-Νοσηλευτές :** Εμπειρία στη παροχή πρώτων βοηθειών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟΙV

### Μελέτη Κατασκευής του Πάρκου «Skate Haven»

#### Χώρος κατασκευής(Location)

Μία από τις πιο βασικές προϋποθέσεις υποστήριξης μιας επιχειρηματικής ιδέας και πλάνου είναι ο χώρος και η περιοχή που προτείνεται για την υλοποίηση της κατασκευής. Λαμβάνοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά ενός θεματικού Πάρκου Skateboard καθώς και τις προδιαγραφές κατασκευής του, οδηγούν τις εξελίξεις στο συμπέρασμα, ότι πρέπει να χτιστεί σε μια περιοχή που δεν έχει πυκνή δόμηση αλλά είναι παρέχει ικανοποιητική πρόσβαση για τη μελλοντική του χρήση. Καταρχάς, πραγματοποιήθηκε μια έρευνα μέσω της μεθόδου της αυτοψίας σε διάφορες περιοχές της Αθήνας για να μελετηθούν η καταλληλότητα των χώρων και η πρόσβαση σε αυτούς. Εξετάστηκαν οι εξής περιοχές :Λυκόβρυση, Θρακομακεδόνες , Βοτανικός και Κεραμικός καθώς επίσης και σημεία όπως κάτω από γέφυρες κατά μήκος του Κηφισού και παλιά εργοστάσια. Η περιοχή που συγκεντρώνει τις περισσότερες πιθανότητες για κατασκευή θεωρείται η περιοχή της Λυκόβρυσης για τους παρακάτω λόγους:1) Αρκετός χώρος παραπλεύρως της Εθνικής Οδού για τα δεδομένα του Πάρκου (6000τμ), 2) Εύκολη Πρόσβαση, 3) Αραιός Οικιστικός ιστός,4)Ευκαιρία περιβαλλοντικής Ανάπλασης. Αυτό που πρέπει να εξεταστεί είναι οι περιβαλλοντικοί νόμοι και το καθεστώς των ακινήτων, εντός ή εκτός σχεδίου, ενοίκιο ή αγορά. Έχοντας θέση ως στόχο τη κατασκευή του Πάρκου στη συγκεκριμένη περιοχή πρέπει να πραγματοποιηθεί περιβαλλοντική μελέτη για την οποία δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω της συγκεκριμένης εργασίας.

#### Σχεδιασμός του Πάρκου

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η επιχείρηση προσδοκά στην κατασκευή και λειτουργία ενός υπερσύγχρονου Πάρκου που όμοιο του δεν υπάρχει, τουλάχιστον στην Ελλάδα. Για το λόγο αυτό σκοπός της είναι να χρησιμοποιήσει κάθε νέα τεχνολογία για το επιθυμητό αποτέλεσμα τόσο υλικοτεχνικά όσο και σχεδιαστικά υιοθετώντας παράλληλα οικολογική συνείδηση και περιβαλλοντική ευαισθησία. Για τον σχεδιασμό ενός πάρκου σύμφωνα με το (TonyHawkFoundation,2014) χρειάζεται



να λάβουμε υπόψη δύο παράγοντες, τη χρηστικότητα και τη λειτουργικότητα του Πάρκου. Καταρχάς η χρηστικότητα αναφέρεται στο πως χρησιμοποιούν οι skateboarders στο Πάρκο, πως εκδηλώνεται η φυσική τους δραστηριότητα και κατά δεύτερον η λειτουργικότητα αναφέρεται στο πως χρησιμοποιείται το Πάρκο από το ευρύτερο κοινό και τους skaters όταν δεν ασκούνται στις πίστες. Ειδικότερα αυτό σημαίνει ότι πρέπει να ληφθούν υπόψη οι εξής παράγοντες για κάθε περίπτωση:

✓ **Χρηστικότητα:**

1. Ροή
2. Κίνηση
3. Ταχύτητα
4. Δυσκολία
5. Ορατότητα (μέσα στις πίστες)
6. Στιλιστική πειθαρχία
7. Ανησυχίες Λειτουργικότητας

✓ **Λειτουργικότητα**

1. Χωρητικότητα
2. Καθίσματα ξεκούραση
3. Πρόσβαση
4. Ορατότητα (μέσα και γύρω από το Πάρκο)
5. Ασφάλεια
6. Αισθητική ,περιβάλλοντας χώρος
7. Χωροταξικοί περιορισμοί
8. Προϋπολογισμός
9. Ευκαιρίες επέκτασης των εγκαταστάσεων

## **Μέγεθος Πάρκου**

Το μέγεθος του Πάρκου εξαρτάται από τους στόχους που έχει θέσει η επιχείρηση όσον αφορά τη χρηστικότητα και λειτουργικότητα του. Πιο συγκεκριμένα η διαθεσιμότητα του Πάρκου πρέπει να είναι συνεχής και να είναι σε θέση να υποδέχεται επισκέπτες καθ'όλη τη διάρκεια της ημέρας. Επίσης θα πρέπει να είναι λειτουργικό για την εξυπηρέτηση πολλών πελατών ταυτόχρονα και να μπορεί να διαθέτει όλους τους περιβάλλοντες χώρους και πίστες για την ομαλή μετακίνηση του

κοινού. Επομένως θα είναι χρήσιμο να μελετηθεί πόσο χώρος χρειάζεται για όλες τις δραστηριότητες που θα λάβουν μέρος εντός του Πάρκου. Σύμφωνα πάλι με το(TonyHawkFoundation) για δύο μικρές πίστες χρειάζονται περίπου 200 τμ που θα μπορούν να εξυπηρετήσουν 30 αναβάτες το καθένα με τη διαφορά ότι θα μπορούν να εξασκούνται 2 άτομα ταυτόχρονα και στις δύο πίστες ενώ οι υπόλοιποι θα πρέπει να περιμένουν τη σειρά τους σε ένα χώρο αναμονής ή ξεκούρασης. Επομένως, θα χρειαστούν 3 μεγάλες πίστες τουλάχιστον για να εξυπηρετηθούν περισσότεροι αναβάτες ταυτόχρονα και μεγαλύτερος χώρος αναμονής. Αυτό εκφράζεται πως θα χρειαστούν 3000 τμ για τις πίστες και τους λοιπούς χώρους, επιπλέον κάνοντας έναν πρόχειρο υπολογισμό οι υπόλοιπες εγκαταστάσεις θα πρέπει να χωρέσουν στα υπόλοιπα 3000 τμ με βάση τον αρχικό σχεδιασμό της επιχείρησης.

### **Αισθητική των Skateboard Tracks(Πίστες)**

Μέσα σε όλα αυτά πρέπει η επιχείρηση να αναλογιστεί και το κομμάτι της αισθητικής που πρέπει να συνοδεύει τη κάθε πίστα (tracks). Το (TonyHawkFoundation,2014) αναφέρει ότι τα πιο διαδεδομένα αισθητικά στιλ σε πίστες είναι τα εξής:

- **Street Plaza:** Περιλαμβάνει τη γεωμετρική αρχιτεκτονική που βρίσκεται σε μια πόλη. Οι περισσότεροι σύγχρονοι αναβάτες προτιμούν αυτό το στιλ επειδή προσομοιάζεται με τον τύπο του εδάφους στο οποίο έχουν συνηθίσει να κάνουν Skate.
- **Transition terrain:** Περιλαμβάνει καμπύλες μορφές που προσομοιάζουν με άδειες πισίνες bowls και σωλήνες. Το transitionστιλ πίστας είναι για όλα τα επίπεδα δεξιοτήτων από αρχάριους μέχρι και επαγγελματίες.

Ενώ κάποτε ήταν δημοφιλές για τους νεότερους αναβάτες να δηλώνουν υπερήφανα τη προσήλωση τους σε μία από τα είδη πίστας, σήμερα θεωρείται καλύτερος αυτός που ασκείται σε όλες τις επιφάνειες. Επιπλέον είναι πολύ σημαντικό αυτές οι πίστες να συνδέονται μεταξύ τους με τέτοιο τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται η ροή των ασκούμενων από τη μία στην άλλη χωρίς να διακόπτεται η προσπάθεια τους μεγαλώνοντας σε διάρκεια αλλά και ποιοτικά την εμπειρία τους. Επομένως το Πάρκο πρέπει να διαθέτει και των δύο τύπων πίστας αλλά και να παρέχει τη καλύτερη μετάβαση και σύνδεση μεταξύ τους.



**Φωτογραφία 3.** Skateboard Park με τρεις Διαφορετικές πίστες και με τα δύο αισθητικά στίλ. (Πηγή, [www10.aeccafe.com](http://www10.aeccafe.com))

### **Εγκαταστάσεις Πάρκου**

Ένα υπερσύγχρονο πάρκο εκτός του ότι πρέπει να είναι λειτουργικό όσον αφορά τους διαδρόμους ανάμεσα στις πίστες και τη πρόσβαση των αναβατών σε αυτές, πρέπει να διαθέτει και τις υποδομές για την εξυπηρέτηση όλου του κοινού (ασκούμενων και μη). Για το λόγο αυτό, έχει προβλέπεται η κατασκευή των εξής υποδομών:

1. **Δημόσιες Τουαλέτες και Αποδυτήρια:** Είναι σημαντικό για θέματα υγιεινής να υπάρχουν Τουαλέτες για την εξυπηρέτηση του κοινού συμπεριλαμβανομένου και των ατόμων με ειδικές ανάγκες. Επίσης η ύπαρξη

αποδυτηρίων θεωρείται απαραίτητη προσθήκη στις αθλητικές εγκαταστάσεις και είναι σημαντικό να συγκαταλέγεται στις παρεχόμενες υπηρεσίες.

2. **Καταστήματα εστίασης:** Ένα σύγχρονο πάρκο πρέπει να διαθέτει και χώρους αναψυχής, σημεία στα οποία μπορούν να ξεκουραστούν οι αναβάτες αλλά και να έχει πρόσβαση το ευρύτερο κοινό όλες τις εποχές του χρόνου. Αυτό σημαίνει αυτόματα ότι παρέχεται προστασία από άσχημες καιρικές συνθήκες που μπορεί να επικρατήσουν και να κάνουν την παραμονή στο Πάρκο πιο ευχάριστη ειδικά όταν πρόκειται για οικογένειες με παιδιά που εξασκούνται στο skateboard. Επίσης αποτελεί και πόλο έλξης και για το κοινό που θέλει να επισκεφτεί το πάρκο για να περάσει κάποιες ώρες και δεν σχέση με το skateboard.
3. **Κατάστημα Αθλητικού εξοπλισμού και ένδυσης:** Μέσω αυτών των καταστημάτων παρέχεται η δυνατότητα της ενοικίασης και αγοράς εξοπλισμού (τροχοσανίδες ,προστατευτικός εξοπλισμός, υποδήματα κ.ά.), όπως επίσης και αγοράς ρουχισμού που είναι συνδεδεμένα με τη κουλτούρα και τη μόδα του Skateboard. Επιπροσθέτως αποτελεί κίνητρο για την αύξηση της επισκεψιμότητας και δίνεται η ευκαιρία για τον συνδυασμό φυσικής δραστηριότητας και αγοράς εξοπλισμού.
4. **Ξενώνας:** Η ύπαρξη Ξενώνα μπορεί να δημιουργήσει τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του εγχώριου και διεθνή τουρισμού. Επιπλέον μπορεί να παίξει καταλυτικό ρόλο στην εμπορική ανάπτυξη του Πάρκου διότι θα μπορεί να φιλοξενήσει αθλητές απ'όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό, με αυτό τρόπο το Πάρκο θα μπορεί να διοργανώσει πανελλήνιους και διεθνείς Αγώνες καθώς επίσης και εκδηλώσεις παρέχοντας κατάλυμα σε όσους θέλουν να το επισκεφτούν. Επίσης αναπτύσσονται ευκαιρίες για προβολή του Πάρκου με ειδικές οικονομικές προσφορές και πακέτα μέσω ταξιδιωτικών γραφείων και διαφήμιση.
5. **Γραφεία Επιχείρησης:** Η στέγαση των γραφείων της επιχείρησης εντός του Πάρκου είναι πολύ σημαντική και αυτό διότι προσδίδει ένα χαρακτήρα αμεσότητας της επιχείρησης με το Πάρκο. Έξαλλου η επιχείρηση πρέπει να ενεργεί και να αντιδρά άμεσα σε όλα τα επίπεδα.
6. **Ιατρείο:** Η ύπαρξη Ιατρείου στις εγκαταστάσεις του Πάρκου δίνει έμφαση στην ασφάλεια και μπορεί να παρέχει υπηρεσίες πάνω στις πρώτες βοήθειες.

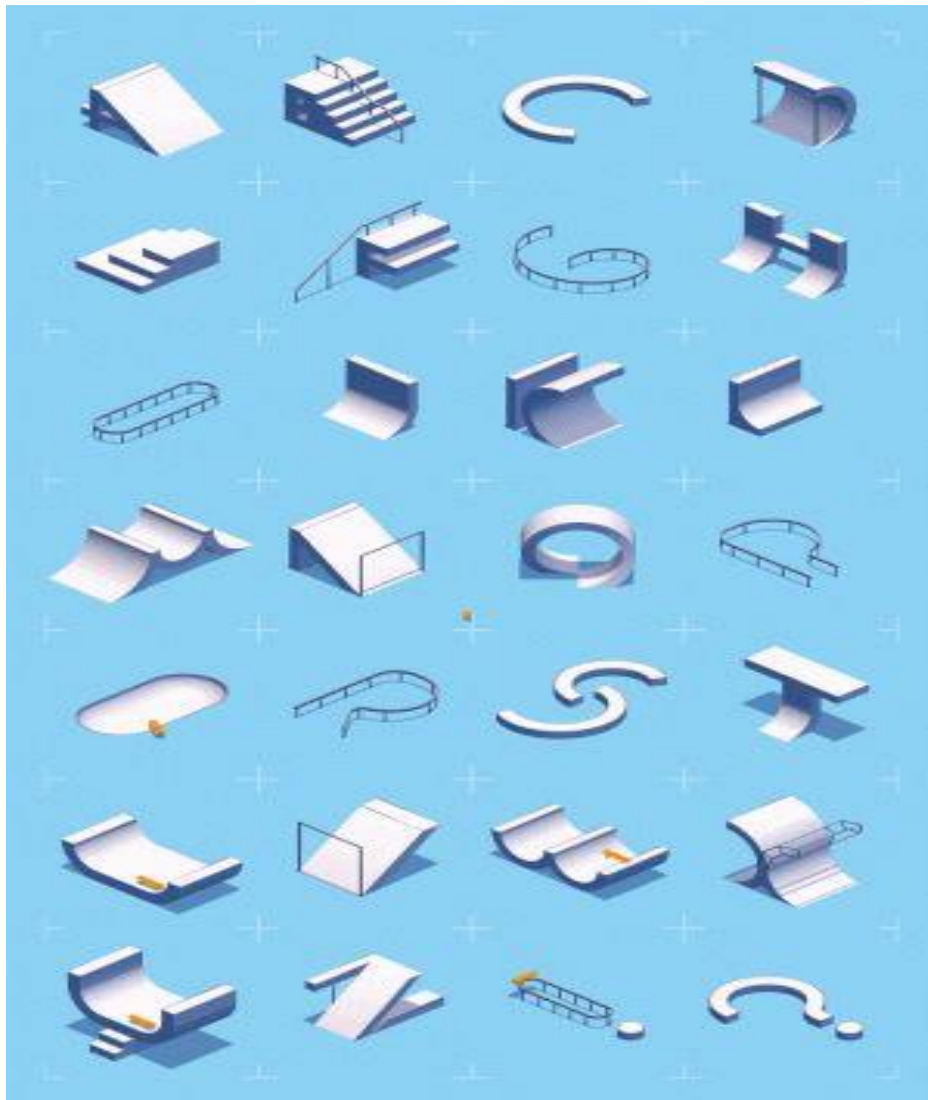
7. **Φωτισμός:** Ένας υπερσύγχρονος φωτισμός των γηπέδων καθώς και του περιβάλλοντα χώρου δίνουν την ευκαιρία στο αθλούμενος και το κοινό να επισκεφτούν με ασφάλεια το Πάρκο όλη τη διάρκεια της ημέρας. Επιπροσθέτως ένας εντυπωσιακός φωτισμός δημιουργεί μια εντυπωσιακή ατμόσφαιρα.
8. **Περίφραξη:** Η προστασία του κοινού και των εγκαταστάσεων είναι το κύριο μέλημα της επιχείρησης και η περίφραξη προσφέρει αυτή την ασφάλεια. Επίσης με αυτόν τον τρόπο υπάρχει καλύτερος έλεγχος του χώρου και του κοινού και δεν επιτρέπει την πρόσβαση σε άτομα αμφιβόλου προθέσεως. Όλα αυτά βέβαια με την εγκατάσταση καμερών σε καίρια σημεία του Πάρκου και της περιφράξης.

### **Υλικά κατασκευής Πάρκου**

Για την κατασκευή ενός Skateboard park χρησιμοποιούνται συγκεκριμένα υλικά και ποικίλλουν ανάλογα τη θέση, τον σχεδιασμό και τον προϋπολογισμό του Πάρκου. Επίσης λαμβάνονται υπόψη και οι κλιματικές συνθήκες που επικρατούν στην περιοχή που θα χτιστεί το Πάρκο. Ωστόσο σύμφωνα με την εταιρεία (<https://www.techramps.com/>, 2023) πιο διαδεδομένα χρησιμοποιούνται τα εξής υλικά:

- **Σκυρόδεμα(μπετόν)** : Είναι το πιο δημοφιλές υλικό στην κατασκευή Skateboard Parks και προσφέρει τη δυνατότητα για διάφορα σχήματα και επιφάνειες, είναι ιδιαίτερα ανθεκτικό στις καιρικές συνθήκες και απαιτείται χαμηλό κόστος συντήρησης.
- **Ξύλο:** Χρησιμοποιείται κυρίως για την κατασκευή ξύλινης ράμπας ,συνήθως είναι προκατασκευασμένο ανάλογα τις ανάγκες και προσφέρει τη δυνατότητα της αντικατάστασης.
- **Μέταλλο** : Χρησιμοποιείται συνήθως για τη κατασκευήπροστατευτικών φραγμάτων και προσφέρει ανθεκτικότητα στη συχνή χρήση.
- **Άσφαλτος:** Χρησιμοποιείται κυρίως στη δημιουργία διαδρόμων ανάμεσα στις πίστες.
- **Skatelite:** Υλικό που χρησιμεύει στη λείανση της επιφάνειας κυρίως της ξύλινης ράμπας και είναι ανθεκτικό στο νερό.

Μέσα από τα παραπάνω υλικά διαφαίνεται ως επικρατέστερο αυτό του σκυροδέματος.



Φωτογραφία 4. Σχήματα και είδη Skateboard Tracks, (Πηγή,ignant.com)

## **Οικονομική μελέτη / Προϋπολογισμός του Πάρκου**

Κατασκευάζοντας ένα Skateboard Park περιλαμβάνονται διαφορετικά κόστη και πρέπει να συνυπολογιστούν διάφοροι παράγοντες για να προκύψει η τελική τιμή του κόστους κατασκευής. Παράγοντες όπως η αγορά ή ενοικίαση χώρου, περιοχή κατασκευής, σχεδιασμός του Πάρκου καθώς επίσης τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν παίζουν σημαντικό ρόλο για ένα προϋπολογισμό. Για αυτό τον λόγο συστήνεται μια οικονομική μελέτη παρουσιάζοντας στοιχεία της αγοράς, στη συγκεκριμένη περίπτωση του Πάρκου κατά προσέγγιση και με βάση τη βιβλιογραφική ανασκόπηση, δεδομένου ότι δεν υπάρχει επίσημη προσφορά κατασκευής για να εκτιμηθεί η αξία μιας τέτοιας επένδυση από τους υποψηφίους χρηματοδότες. Είναι γεγονός ότι η ιδέα ενός υπερσύγχρονου πάρκου με τον σχεδιασμό του από την επιχείρηση δείχνει να είναι οικονομικά ακριβό, όμως με τη δημιουργία των σωστών υποδομών, τη σωστή διαχείριση των πόρων και τη καλύτερη παροχή υπηρεσιών όλα μοιάζουν εφικτά. Παρακάτω παραθέτονται οι οικονομικοί παράγοντες και τα ποσά.

### **Τι περιλαμβάνει το Έργο**

Συνοψίζοντας από τα παραπάνω το Πάρκο «Skate Haven» περιλαμβάνει τη κατασκευή των εξής:

- 1. Πίστες συνολικού εμβαδόν 3000 τμ από σκυρόδεμα.**
- 2. 2 Καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος.**
- 3. 1 κατάστημα αθλητικού εξοπλισμού και ένδυσης**
- 4. 2 δημόσιες τουαλέτες και Αποδυτήρια**
- 5. Ξενώνας**
- 6. Γραφεία της επιχείρησης**
- 7. Δεντροφύτευση**
- 8. Περίφραξη**
- 9. Κάδοι ανακύκλωσης**
- 10. Φωτοβολταϊκά Πάνελ/Φωτισμός**

## **Κόστος Αγοράς ή ενοικίου**

Από τους πιο σημαντικούς παράγοντες στον προϋπολογισμό ενός έργου είναι η αγορά ή ενοικίαση ενός χώρου. Με έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια αυτής της μελέτης διαπιστώθηκε ότι με βάση τη τιμή ζώνης στη Λυκόβρυση (<https://maps.gsis.gr/>, 2024) το κόστος για αγορά οικοπέδου εκτιμάται σε 1500-1600€/το τμ, επομένως για μια έκταση 6000 τμ το κόστος είναι αρκετά μεγάλο. Με άλλα λόγια η επόμενη λύση είναι η ενοικίαση και το χρησιδάνειο. Στη περίπτωση αυτή η διαπραγμάτευση εκτιμάται σε αριθμούς που κυμαίνονται άνω των 10.000 € το μήνα για τη χρήση της γης. Επίσης δύναται η λύση διαπραγμάτευσης με τις τοπικές δημοτικές αρχές για παραχώρηση γης με τη μορφή χρησιδανείου, αυτά βέβαια στα πλαίσια της υπόθεσης.

## **Κόστος Σχεδιασμού και κατασκευής**

Η ανάθεση του έργου θα γίνει σε εταιρεία που ειδικεύεται στη κατασκευή πάρκων για την εξασφάλιση της ποιότητας, της ασφάλειας και της μέγιστης λειτουργικότητας. Σύμφωνα με μια έρευνα αγοράς που πραγματοποιήθηκε μέσω ιντερνέτ, το κόστος σχεδίασης μπορεί να φτάσει μέχρι και το μισό της τιμής ενός Skate Park. Επειδή το Πάρκο θεωρείται με βάση το μέγεθος του ως περιφερειακό (3000τμ και πάνω) το κόστος εκτιμάται στα 850.000€ κατά προσέγγιση(Beck, 2022). Αν υπολογίσουμε και τη κατασκευή των υπολοίπων υποδομών στις 600.000€ τότε θα χρειαστεί ένας προϋπολογισμός χρηματοδότησης κοντά στο 1.500.000€. Σύμφωνα με τον (Whitley, 2008) το κόστος ανά τετραγωνικό μέτρο για τα Skate Parks είναι στα 280€, οπότε κάνοντας ένα πρόχειρο υπολογισμό  $3000\tau\mu \times 280\text{€} = 840.000\text{€}$ .

## **Χρηματοδότηση Πάρκου**

Η χρηματοδότηση του Πάρκου μπορεί να προκύψει από τις εξής πηγές:

- 1. Χρηματοπιστωτικά Ιδρύματα (Τράπεζες)**
- 2. Κοινοφελή Ιδρύματα**
- 3. Τοπικές Δημοτικές αρχές**
- 4. Ιδιωτικοί Επενδυτές**



## 5. Έρανοι

## 6. ΕΣΠΑ

Σε κάθε περίπτωση πρέπει να υπολογιστεί η χρηματοδότηση ως υποχρέωση της επιχείρησης απέναντι στους πιστωτές.

### Έσοδα Πάρκου

Τα έσοδα του Πάρκου μπορούν να προέλθουν μέσα από τις εξής διαδικασίες:

- 1. Εισιτήριο Εισόδου:** Αν και τα περισσότερα Πάρκα Παγκοσμίως δεν επιβάλλουν κάποιο αντίτιμο εισόδου, στην προκειμένη περίπτωση η επιχείρηση θα εφαρμόσει τιμολογιακή πολιτική με σκοπό να εξασφαλίσει έσοδα για την Λειτουργία του Πάρκου. Το εισιτήριο θα έχει τον χαρακτήρα του pass (Πρόσβαση) και η χρησιμοποίηση του εντός του Πάρκου θα γίνεται με χρονικό περιορισμό για την άσκηση στις πίστες και χωρίς περιορισμό για τον κόσμο που είναι απλά επισκέπτης. Διαφορετικά θα τιμολογούνται τα ωριαία pass (πρόσβαση) και διαφορετικά τα οικογενειακά pass (πρόσβαση), τα ημερήσια pass, το pass με διαμονή και ούτω καθεξής. Με βάση την οικονομική κατάσταση που επικρατεί και το προφίλ των skaternη επιχείρηση προσαρμόζει την τιμολογιακή της πολιτική ως εξής: Α) Η ελάχιστη παραμονή στις πίστες θα είναι οι δύο ώρες, με τη τιμή να ανέρχεται στα 10€ και για κάθε ώρα παραπάνω ο αναβάτης θα πληρώνει 3€. Επίσης θα υπάρχει Daily Pass (ημερήσια πρόσβαση) με το κόστος να ανέρχεται στα 50€, weekend pass με κόστος στα 80€ και θα εξεταστεί η δημιουργία member club με κόστος ανά μήνα ή χρόνο. Οι τιμές αυτές είναι υποθετικές και θα εκτιμηθούν σε πραγματικό χρόνο όταν και περατωθεί το έργο.
- 2. Ενοικίαση των καταστημάτων εστίασης:** Τα καταστήματα αυτά μπορούν να λειτουργήσουν είτε υπό το καθεστώς ενοικίου είτε υπό το καθεστώς των royalties (ποσοστό των πωλήσεων). Το πάρκο δίνει την δυνατότητα σε μεγάλα brands (Εμπορική Μάρκα) της εστίασης για εκμετάλλευση των συγκεκριμένων χώρων, δημιουργώντας ευκαιρίες για επένδυση. Το κόστος

ενοικίου θα ανέρχεται στα 4000€ και τα Royalties από 8% των καθαρών εσόδων ετησίως ανάλογα με τα δεδομένα του πάρκου.

- 3. Ενοικίαση καταστήματος Αθλητικού Εξοπλισμού και ένδυσης:** Στη περίπτωση του καταστήματος αθλητικού εξοπλισμού και ένδυσης μπορεί να ισχύσει όπως παραπάνω ή η συνεργασία να λάβει τη μορφή μιας ετήσιας χορηγίας, χρηματικής ή εξοπλισμού. Οπότε η σχέση της επιχείρησης με εταιρείες που διαπραγματεύονται στην κατασκευή και εμπορεία εξοπλισμού μπορεί να έχει καλή προοπτική για κάθε συνεργασία. Στη συγκεκριμένη περίπτωση θα μπορούσε να υπάρχει ένα ενοίκιο της τάξεως των 4000€ ή 8% επί των καθαρών πωλήσεων
- 4. Τουριστικά Πακέτα/Διαμονή:** Η σωστή εμπορική εκμετάλλευση του Ξενώνα μπορεί να βοηθήσει καταλυτικά στην παραγωγή εσόδων. Το Πάρκο με προγράμματα Αθλητικού Τουρισμού και Αναψυχής μπορεί να προσελκύσει περισσότερο κόσμο από περιοχές της Ελλάδας ή από το εξωτερικό. Για παράδειγμα θα μπορούσαν να δημιουργηθούν ειδικά πακέτα διαμονής και άθλησης για groups, ατομικά και οικογένειες
- 5. Εκδηλώσεις:** Ένας άλλος τρόπος δημιουργίας εσόδων είναι και οι εκδηλώσεις (events) καθώς και η φιλοξενία Πανελλήνιων και διεθνών αγώνων όπως και αγώνες επίδειξης Extreme games. Επίσης μπορούν φιλοξενηθούν ημερίδες πάνω σε θέματα Αθλητισμού, περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, κοινωνικής ευαισθησίας, φιλανθρωπικές εκδηλώσεις ,έρανοι κ.ά. Επιπλέον μουσικές συναυλίες, παρουσιάσεις εικαστικών τεχνών, Bazaarεξοπλισμού και ένδυσης.
- 6. Χορηγίες:** Η επιχείρηση πρέπει να έχει στόχο την διατήρηση και αύξηση των εσόδων και την ενδυνάμωση της εικόνας της. Για το λόγο αυτό πρέπει να επιλέξει τη σωστή χορηγία ανάμεσα σε υποψηφίους επενδυτές. Μια καλή περίπτωση παραδοσιακής χορηγίας θα ήταν η Venue Name Rights, η ονομασία του Πάρκου από μια εταιρεία που ασχολείται με την κατασκευή και εμπορεία εξοπλισμού Skateboard. Επίσης θα μπορούσαν να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις για διεθνείς συνεργασίες με ιδρύματα, όπως για παράδειγμα με το (TonyHawkFoundation)σε θέματα χορηγίας. Επιπλέον η επιχείρηση θα μπορούσε να διαπραγματευτεί μικρότερες χορηγίες με τοπικές επιχειρήσεις.

7. **Ενοικίαση Εξοπλισμού:** Πολύ σημαντική πηγή εσόδων μέσω της ενοικίασης εξοπλισμού, Skateboards, κράνη ,επωμίδες και άλλο προστατευτικό εξοπλισμό στη διάθεση του κοινού, προσφέροντας τη δυνατότητα μιας φθηνής και ποιοτικής λύσης. Ανάλογα με τη περίπτωση η τιμή των 15€ ανά αναβάτη ακούγεται ελκυστική.
8. **Ακαδημίες:** Τα προγράμματα για αρχάριους και οι ακαδημίες μπορούν να ενδυναμώσουν τα έσοδα του Πάρκου, μία ελκυστική μηνιαία συνδρομή ανάλογα με τα μαθήματα και τις ώρες θα μπορούσε να κοστολογηθεί ανά περίπτωση στα 50€. Βέβαια θα παρέχεται έκπτωση στα μέλη των ακαδημιών όταν πρόκειται να επισκεφτούν το Πάρκο ως απλοί πελάτες. Ουσιαστικά πρόκειται για κάρτα μέλους.

### **Έξοδα Πάρκου**

Ο μεγαλύτερος «πονοκέφαλος» μιας επιχείρησης είναι ο υπολογισμός και η διαχείριση των εξόδων αλλά είναι και η διαδικασία εκείνη που κρίνει κατά πολύ την βιωσιμότητα της. Τα έξοδα του «Skate Haven» αναλύονται ως εξής:

1. **Ενοίκιο ή χηρσιδάνειο:** Το ενοίκιο πρέπει να αναλογεί το πολύ στο 20% του μεικτού τζίρου μηνιαίως, για παράδειγμα αν η επιχείρηση κάνει 100.000€ μεικτό τζίρο, το ενοίκιο πρέπει να είναι μέχρι 20.000€. Επίσης για να θεωρείται βιώσιμη μια επιχείρηση, το ενοίκιο πρέπει να βγαίνει στις πρώτες 3 ημέρες του μηνιαίου τζίρου ήτοι 6.800€ ημερησίως.
2. **Ηλεκτρικό Ρεύμα, Νερό, Τηλέφωνο και Ιντερνέτ:** Όσον αφορά τη κατανάλωση ηλεκτρικού ρεύματος με τη χρήση φωτοβολταϊκών θα περιοριστεί στο ελάχιστο, ενώ στη κατανάλωση του νερού πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή για περιβαλλοντολογικούς λόγους και προσοχή στην αλόγιστη χρήση από πλευράς εξόδων. Επίσης τηλέφωνο και ιντερνέτ για τη παροχή της τεχνολογίας στο κοινό εκτιμάται ως επιπλέον έξοδο. Με μία πρώτη εκτίμηση το κόστος θα κυμαίνεται στα 800 με 1000€ μηνιαίως.
3. **Συντήρηση Πάρκου:** Η συντήρηση αποτελεί τη σημαντικότερη διαδικασία για τη λειτουργικότητα του Πάρκου, για το λόγο αυτό η επιχείρηση πρέπει να διαθέσει αρκετούς οικονομικούς πόρους. Η κατασκευή των Tracks (πίστες) από σκυρόδεμα απαιτεί λιγότερη συντήρηση σε βάθος χρόνου, όμως πρέπει

να υπάρχουν άμεσα κεφάλαια για τυχόν ζημιές. Επίσης συντήρηση του περιβάλλοντα χώρου, συντήρηση ηλεκτρολογικού εξοπλισμού και ότι άλλο έχει να κάνει με την λειτουργικότητα του Πάρκου. Στη προκειμένη περίπτωση υπολογίζεται κατά προσέγγιση ότι θα χρειαστούν 1000€ μηνιαίως.

- 4. Μισθοδοσία:** Το Πάρκο πρέπει είναι πολυδύναμο και να υπάρχει διαθεσιμότητα σε όλες τις θέσεις. Το κόστος της μισθοδοσίας εκτιμάται κατά προσέγγιση στις 45.000€.

### **Οικονομική ανάλυση του «Skate Haven» Park**

Έχοντας ως γνώμονα τα παραπάνω στοιχεία, υπάρχει η δυνατότητα να δημιουργηθεί ένα οικονομικό πλάνο πάνω στο οποίο μπορεί να στηριχτεί η μέλλουσα επιχείρηση και να αναπτύξει τις διάφορες στρατηγικές για την ανάπτυξη της. Επιπλέον δίνεται μια εικόνα στον υποψήφιο επενδυτή ή χρηματοδότη να αξιολογήσει μια ενδεχόμενη συνεργασία για την επίτευξη και υλοποίηση του έργου. Στον παρακάτω πίνακα αναλύονται τα αποτελέσματα χρήσης τα οποία στηρίζονται στις εξής προβλέψεις :

#### **Έσοδα**

- **Έσοδα από εισιτήρια:** Με ελάχιστη τιμή στα 15€ η τιμή εισιτηρίου και καθημερινή επίσκεψη 150 πελατών και πρόβλεψη για 50 πελάτες αύξηση για κάθε μήνα στα επόμενα 4 χρόνια.
- **Έσοδα από κάρτες μελών:** Με ελάχιστη τιμή στα 1000€ το χρόνο και 100 μέλη και πρόβλεψη για 50 μέλη αύξηση για κάθε χρόνο στα επόμενα 4 χρόνια.
- **Ακαδημίες:** Με τιμή στα 50€ και 50 παιδιά τον μήνα και πρόβλεψη για 30 παιδιά επιπλέον τον χρόνο για κάθε μήνα για τα επόμενα 4 χρόνια
- **Ενοικίαση εξοπλισμού :** Με ελάχιστη τιμή στα 5€ για τις δύο ώρες χρησιμοποίησης των διαδρομών και ειδική συμφωνία με το κατάστημα αθλητικού εξοπλισμού για την παροχή του.
- **Τουριστικά πακέτα και διαμονή:** Με μέσο όρο στα 50€ και 2.000 επισκέπτες για τον πρώτο χρόνο και πρόβλεψη για 500 επισκέπτες αύξηση κάθε χρόνο.

- **Εκδηλώσεις/Ημερίδες:** Με τιμή εισιτηρίου στα 15€ και με μία εκδήλωση την εβδομάδα με μέσο όρο επισκεπτών στα 600 άτομα και πρόβλεψη για 100 επισκέπτες αύξηση την εβδομάδα για κάθε χρόνο στα επόμενα 4 χρόνια
- **Ενοίκια καταστημάτων:** Υπολογίζεται για την χρήση των καταστημάτων 4000€ μηνιαίως για τα επόμενα 5 χρόνια

Στα έσοδα δεν υπολογίζονται πιθανόν χορηγίες οι οποίες θα συντελέσουν σε περαιτέρω αύξηση των εσόδων.

#### **Έξοδα**

- **Πάγια έξοδα:** Νερό , Ρεύμα, Τηλέφωνο, Ιντερνέτ
- **Συντήρηση:** Με την διοργάνωση εκδηλώσεων και την αύξηση της επίσκεψης κάθε χρόνο υπάρχει πρόβλεψη για 2000€ επιπλέον για κάθε χρόνο.
- **Μισθοδοσία :** Οι αυξημένες ανάγκες για καλύτερη παροχή υπηρεσιών υπολογίζονται με αύξηση του ανθρώπινου Δυναμικού στα επόμενα χρόνια.
- **Εργοδοτικές εισφορές :** Υπολογίζεται και 22% των εργοδοτικών εισφορών
- **Μάρκετινγκ:** Εκστρατείες του μάρκετινγκ διαφοροποιούνται κάθε χρόνο ανάλογα με τα αποτελέσματα και οι οικονομικοί πόροι παρέχονται αναλόγως.
- **Φόροι:** Επιπλέον υπολογίζεται ο φόρος επιτηδεύματος που είναι 22% για τις επιχειρήσεις.

Στα έξοδα δεν έχουν συμπεριληφθεί το ύψος της χρηματοδότησης και το κόστος του δανεισμού.

**Πίνακας 3. Πρόβλεψη Αποτελεσμάτων Χρήσεως**

<b>ΈΣΟΔΑ</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>
Πώληση Εισιτηρίων	810.000€	1.080.000€	1.215.000€	1.350.000	1.350.000
Κάρτες Μελών/Ακαδημίες	130.000€	173.000€	216.000€	284.000€	352.000€
Ενοικίαση εξοπλισμού	90.000€	108.000€	117.000€	144.000€	153.000€
Ενοικίαση Καταστημάτων	144.000€	144.000€	144.000€	144.000€	144.000€
Τουριστικά Πακέτα-Διαμονή	100.000€	125.000€	150.000€	175.000€	200.000€
Εκδηλώσεις/ Ημερίδες	432.000€	504.000€	540.000€	576.000€	612.000€
<b>ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>1.676.000€</b>	<b>2.082.000</b>	<b>2.316.000€</b>	<b>2.589.000€</b>	<b>2.709.000€</b>
<b>ΈΞΟΔΑ</b>					
Νερό, Ρεύμα, Τηλεφωνία, Ιντερνέτ	30.000€	32.000€	34.000€	36.000€	38.000€
Συντήρηση	12.000€	14.000€	16.000€	18.000€	20.000€
Μισθοδοσία	540.000€	560.000€	580.000€	600.000€	620.000€
Εργοδοτικές εισφορές	118.000€	123.000€	127.600€	132.000€	136.000€
<b>ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΈΞΟΔΑ</b>	<b>700.000€</b>	<b>729.000€</b>	<b>757.000€</b>	<b>786.000€</b>	<b>814.000€</b>
<b>ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΑ ΈΣΟΔΑ</b>	<b>976.000€</b>	<b>1.353.000€</b>	<b>1.559.000€</b>	<b>1.803.000€</b>	<b>1.895.000€</b>
<b>ΦΟΡΟΣ</b>	<b>214.000€</b>	<b>297.660€</b>	<b>342.980€</b>	<b>396.660€</b>	<b>416.900€</b>
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>762.000€</b>	<b>1.055.400€</b>	<b>1.216.020€</b>	<b>1.406.340</b>	<b>1.478.100€</b>

## Break-Even ανάλυση

Η ανάλυση του Break –Even χρησιμοποιείται ως εργαλείο για την επιχείρηση που θέλει να υπολογίσει το σημείο όπου τα έσοδα καλύπτουν τα έξοδα χωρίς να υπάρχει κέρδος ή ζημιά. Με αυτό τον τρόπο μπορεί εφαρμόσει στρατηγικές αναβάθμισης των πηγών εσόδων είτε ως υπηρεσίες είτε ως προϊόντα. Το Break- Even point προκύπτει από τον τύπο:  $BEP = \frac{\text{Πάγια έξοδα}}{\text{Έσοδα Μονάδος}}$ .

Break –Even Point «Skate Haven» Park

---

Πάγια Έξοδα Πάρκου 700.000€

Τιμή κατά μέσο όρο εισιτηρίου 15€

$$B.E.P = \frac{\text{Πάγια έξοδα}}{\text{τιμή μονάδος}} = \frac{700.000}{15} = 46.666$$

Θα χρειαστούν 46.666 πελάτες να επισκεφτούν το Πάρκο μέσα σε ένα έτος για να καλυφτούν τα έξοδα του. Αυτό σημαίνει ότι όσο αυξάνεται η τιμή της παρεχόμενης υπηρεσίας τόσο μειώνεται το Break –Even point. Στη συγκεκριμένη περίπτωση κάθε νέος πελάτης πέραν των 46.666 θεωρείται ως κέρδος για την επιχείρηση και κάθε πελάτης που χάνεται θεωρείται ως ζημιά αντίστοιχα.

## Συμπέρασμα οικονομικής μελέτης

Για την κατασκευή και λειτουργία του Πάρκου θα χρειαστεί μεγάλη χρηματοδότηση, στα πλαίσια όμως που σχεδιάζονται οι δραστηριότητες θεωρείται εφικτή η βιωσιμότητα της επιχείρησης με προοπτικές κερδοφορίας. Η οικονομική μελέτη στηρίζεται σε υποθετικές οικονομικές καταστάσεις και οι υπολογισμοί τουλάχιστον των εσόδων είναι με βάση το χαμηλότερο μέσο όρο όσον αφορά τιμές των εισιτηρίων (pass), από την άλλη τα έξοδα υπολογίστηκαν με τιμές πιο πάνω, ειδικά για τις πάγιες υποχρεώσεις δεδομένου της έλλειψης στοιχείων της λειτουργίας του Πάρκου σε αληθινό χρόνο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

### Συζήτηση/Προτάσεις

#### **Γιατί η κατασκευή ενός Skate Park στην Ελλάδα;**

Χωρίς καμία διάθεση μηδενισμού και απαισιοδοξίας, αυτό που έχει παρατηρηθεί τα τελευταία 20 χρόνια και πλέον στην Ελλάδα, είναι η απαξίωση των αθλητικών υποδομών και ειδικότερα μετά τους Ολυμπιακούς αγώνες του 2004. Αυτό βέβαια καταδεικνύει την έλλειψη σχεδιασμού και τη διάθεση της πολιτείας να συντηρήσει τις ήδη υπάρχουσες και να κατασκευάσει νέες. Στη περίπτωση του Skateboard, ένα άθλημα που είναι πολύ διαδεδομένο σε όλο τον κόσμο και πλέον Ολυμπιακό, εξυπηρετείται από ελάχιστες υποδομές για τα δεδομένα του και στις περισσότερες των περιπτώσεων μέσω κάποιων πρωτοβουλιών των Δημοτικών Αρχών. Θεωρείται αξιέπαινη προσπάθεια, όμως η εμπειρία, μας έχει διδάξει ότι λόγω έλλειψης πόρων αλλά και ίσως η αδιαφορία των ιθυνόντων θα καταστήσουν τις υφιστάμενες υποδομές κάποια στιγμή ακατάλληλες για φυσική δραστηριότητα. Η κοινότητα του Skateboard κάνει ότι μπορεί για να συντηρήσει τα πάρκα αλλά χωρίς πόρους τα πράγματα δυσκολεύουν αρκετά. Η αυτοψία σε αυτούς τους χώρους μας έδειξε ότι εκτός των tracks (πίστες) δεν υπάρχουν άλλες υποδομές να υποστηρίξουν την αναβάθμιση του αθλήματος. Κατά κύριο λόγο τα Skate Parks είναι μικρά και κατά δεύτερον δεν υπάρχουν οι σωστές προδιαγραφές να υποδεχτούν μεγαλύτερο όγκο αναβατών. Σύμφωνα με τον (Whitley, 2008) υπάρχει ένα μοντέλο υιοθέτησης (SkateboardAdaptationModule) για τη κατασκευή ενός Πάρκου και μετρά το ποσοστό των αναβατών μέσα σε κάθε περιοχή, αξιολογώντας το πόσο μεγάλο πρέπει να είναι το Πάρκο για να εξυπηρετήσει τη συγκεκριμένη κοινότητα. Τα περισσότερα από αυτά θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως skate spots παρά ως Skate Parks. Επίσης έχει παρατηρηθεί η έλλειψη στοιχειώδους σκίασης, χώροι δηλαδή που θα μπορούσαν να ξεκουραστούν οι αναβάτες αλλά και να παρακολουθήσει το κοινό τις προσπάθειες τους. Οι ακαδημίες που υπάρχουν είναι ελάχιστες, γίνεται καλή προσπάθεια στη διάδοση του αθλήματος από συγκεκριμένους συλλόγους αλλά πρέπει να συνειδητοποιήσουμε όλοι, ότι οι σύγχρονες εγκαταστάσεις θα αναπτύξουν το



άθλημα. Συνοψίζοντας τα παραπάνω και με βάση τη μελέτη που πραγματοποιήθηκε, η ιδέα της κατασκευής ενός υπερσύγχρονου Skate Park με ιδιωτική πρωτοβουλία φαντάζει η επικρατέστερη και είναι αυτή που θα δώσει το έναυσμα για την σωστή ανάπτυξη του αθλήματος. Κάποιος μπορεί να αναφέρει ότι επιχειρηματική ιδέα ενός Skate Park δε συνάδει με το προφίλ και τη κουλτούρα της κοινότητας. Η απάντηση βρίσκεται στο προφίλ της επιχείρησης και στις αρχές που πρεσβεύει. Αναμφισβήτητα σκοπός μιας επιχείρησης είναι το κέρδος και η βιωσιμότητα της, ωστόσο όταν οι παροχή των υπηρεσιών που προσφέρει είναι ποιοτική, όταν υπάρχει σεβασμός στις ανάγκες και τις απαιτήσεις της κοινότητας των skater αλλά και του υπόλοιπου κοινού το κέρδος περνάει σε δεύτερη μοίρα και η ευχαρίστηση της καταξίωσης παίρνει τον πρωταγωνιστικό ρόλο με στόχο την αναβάθμιση του αθλήματος.

## **Προτάσεις**

Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε μέσω αυτής μελέτης, διαπιστώθηκε ότι υπάρχουν πολλές πληροφορίες για τη σχεδίαση και κατασκευή ενός Skate Park με υψηλές προδιαγραφές. Η ιδέα της κατασκευής του Πάρκου γεννήθηκε με την προοπτική της ανάπτυξης του αθλήματος και είναι το επιστέγασμα της γνώσης που αποκομίστηκε μέσα από τη διαδικασία του Μεταπτυχιακού Προγράμματος. Ως αυριανοί sports managers καλούμαστε να προάγουμε τον αθλητισμό και να χρησιμοποιήσουμε τις κατάλληλες στρατηγικές για την ανάπτυξη του. Παραπάνω αναλύθηκε το καθεστώς των αθλητικών υποδομών του αθλήματος στην Ελλάδα και είναι πάρα πολλά πράγματα τα οποία εμείς ως νεοσύστατη επιχείρηση σκοπεύουμε να αλλάξουμε. Ο στόχος μας είναι η δημιουργία ενός Skate Park που θα εξυπηρετεί όλες τις περιοχές της Αθήνας αλλά με προοπτική να γίνει σημείο αναφοράς της Skateboard κοινότητας τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Για την επίτευξη αυτού του στόχου έχει καταρτιστεί πρόγραμμα με τα ακόλουθα βήματα:

1. **Επαφές με τη Skateboard κοινότητα** για τη γνωστοποίηση της πρόθεσης μας για την σχεδίαση και κατασκευή του Πάρκου
2. **Επαφές με την πολιτεία** τόσο με τις Τοπικές Δημοτικές Αρχές όσο και με τις Αρχές του Αρμόδιου Υπουργείου για την εξασφάλιση κάποιας οικονομικής βοήθειας.

3. **Επαφές με κοινωφελή ιδρύματα** που μπορούν να υποστηρίξουν τη χρηματοδότηση τέτοιων προσπαθειών.
4. **Επαφές με επενδυτικούς ομίλους και τράπεζες.**

Με την αυτόματη Εξασφάλιση της χρηματοδότηση και της επιλογής του χώρου που θα πραγματοποιηθεί η κατασκευή μπαίνει σε εφαρμογή ο σχεδιασμός του Πάρκου με βάση τα ακόλουθα βήματα:

1. **Επιλογή κατασκευαστικής εταιρείας** με μεγάλη εμπειρία στην υλοποίηση τέτοιων έργων.
2. **Σχεδιασμός Πάρκου** με τη συμμετοχή της skateboardκοινότητας. Στο σημείο αυτό πρέπει να εισακουστούν οι ανάγκες και οι απαιτήσεις τους.
3. **Επιλογή υλικών κατασκευής** με επικρατέστερη εκείνη του σκυροδέματος για τους λόγους που αναφέρθηκαν στην έρευνα.

Αξιολογώντας τις προτάσεις της κατασκευαστικής και της κοινότητας του skateboardπερνάμε στη φάση της απόφασης υλοποίησης του έργου με την εφαρμογή χρονοδιαγράμματος. Με βάση αυτό ενημερώνονται όλοι οι ενδιαφερόμενοι για την εξέλιξη και την αποπεράτωση του. Όπως προαναφέρθηκε το SkateParkθα πλαισιώνεται και με άλλες υποδομές όπως δημόσιες τουαλέτες, αποδυτήρια, καταστήματα εστίασης, κατάστημα αθλητικών ειδών και εξοπλισμού, ξενώνας, γραφεία και παρκινγκ. Με την ολοκλήρωση της κατασκευής του Πάρκου πρέπει να διαμορφωθεί το εικαστικό κομμάτι, στο οποίο θα έχει το πρώτο λόγο η κοινότητα του skateboard. Με άλλα λόγια το βάψιμο των τοίχων , τα γκράφιτι και όποιες άλλες πινελιές χρειαστούν θα αποτυπωθούν από άτομα της κοινότητας. Επιπλέον η μουσική που θα παίζει στο χώρο του Πάρκου θα είναι αποκλειστικά επιλογή τους. Όσον αφορά το κομμάτι του εργατικού δυναμικού, προτεραιότητα θα δοθεί στην κοινότητα, ειδικά σε θέματα εκπαιδευτών και θέματα περιφρούρησης. Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση αποδεικνύει τις προθέσεις της για μια συλλογική προσπάθεια αλλά και την ευαισθησία της σε θέματα επαγγελματικών ευκαιριών .Με τις παραπάνω κινήσεις η επιθυμία μας να διαμορφωθεί ένα περιβάλλον εμπιστοσύνης μεταξύ της κοινότητας και της επιχείρησης θα έχει ισχυρές βάσεις για τη μετέπειτα ανάπτυξη του αθλήματος και κατ'επέκταση τη βιωσιμότητα της επιχείρησης.

## **Ολυμπιακό και Πολιτιστικό Κέντρο**

Οι δυνατότητες του Πάρκου να γίνει Ολυμπιακό και πολιτιστικό κέντρο είναι μεγάλες, από τη μία μπορεί να ιδρυθεί σωματείο που θα εκπροσωπεί το Πάρκο σε αγώνες μέσω των αναγνωρισμένων ακαδημιών και υποδομών και από την άλλη οι προδιαγραφές και η κουλτούρα του συγκεκριμένου αθλήματος μπορεί να προωθήσει τον πολιτισμό μέσα από τις διάφορες εκδηλώσεις και events και να μετατρέψει το Πάρκο σε σημείο αναφοράς για όλη την Αθήνα και κατ'επέκταση ολόκληρης της Ελλάδας. Οι εγκαταστάσεις και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών μπορούν να εγγυηθούν τη δυνατότητα διεξαγωγής Πανελλήνιων και διεθνών αγώνων και θα μπορεί να θεωρηθεί ως πρώτη τάξεως Ολυμπιακό Κέντρο άθλησης και αναψυχής. Η κατασκευή του ξενώνα θα αναβαθμίσει την έννοια του Αθλητικού Τουρισμού και ίσως θεωρείται καινοτομία μιας επιχείρησης που επιθυμεί να αναπτύξει τον τουρισμό μέσω της Αθλητικής δραστηριότητας. Η συμφωνία με τουριστικά γραφεία καθώς και με διεθνείς ομοσπονδίες θα δώσουν τη δυνατότητα για μεγαλύτερη απήχηση του Πάρκου με αποτέλεσμα την αύξηση της επίσκεψης και κατά συνέπεια αύξηση των εσόδων. Επίσης η διαφημιστική προώθηση του Πάρκου στην ευρύτερο πλαίσιο της φυσικής δραστηριότητας στα σχολεία και σε άλλους εκπαιδευτικούς οργανισμούς μπορεί να συντελέσει στην διάδοση του αθλήματος και στη προσέλκυση μεγαλύτερου ενδιαφέροντος για την επίσκεψη στο Πάρκο. Ως κέντρο πολιτισμού, οι μουσικές, κοινωνικές και άλλου είδους εκδηλώσεις θα δημιουργήσουν τις καλύτερες προϋποθέσεις για την διάδοση του πολιτισμού και των τεχνών. Τέλος θα δοθεί μεγάλη σημασία στην πρόσβαση του κοινού στο Πάρκο αναλαμβάνοντας την μεταφορά προς και από το Πάρκο για όσους δεν έχουν τη δυνατότητα κάποιου μεταφορικού μέσου. Η επιχείρηση μπορεί σε μελλοντικό χρόνο να μισθώνει μεταφορικά μέσα για την καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού.

Οι συντονισμένες προσπάθειες φέρνουν και τα επιθυμητά αποτελέσματα και πάνω σε αυτό θα στηριχτεί η μελλοντική επιχείρηση του Πάρκου «Skate Haven».

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 24, O. (2023). Πρώτο Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Skateboard στην Ελλάδα. *Offside 24* .
- Amir M. Hormozi, G. S. (2002). Business plans for new or small businesses: paving the path to success. *Emerald Insight* .
- Baldwin, E. (2020). Kickflips & Curb Cuts: New Skate Parks Shaping Urban Design. *ArchDaily* .
- Beal, B. (2013). *Skateboarding: the ultimate guide*.
- Beck, A. (2022). *Skatepark.org*. Ανάκτηση από Google: <https://skatepark.org/>
- Becky Beal, L. W. (2003). *Authenticity in the Skateboarding World* .
- Blackwell, E. (2011). How to Prepare a Business plan. *The Sunday Times* .
- Borden, I. (2020). *Design and Development Guidance* .
- Borden, I. (2006). *Skateboarding, Space and the City: Architecture and the Body*.
- cognitivemarketresearch. (2023). <https://www.cognitivemarketresearch.com/>.
- Colberg, T. (2012). *The Skateboarding Art* .
- Data, R. a. (2023). Global Skateboard Market Size to Reach USD 3.53 Billion in 2030.
- Dupont, T. (2019). Authentic Subcultural Identities and Social Media: American Skateboarders and Instagram. *Deviant Behaviour* , σσ. 649-664 .
- Edwards, J. (2020). *One more push, to clear the last step*.
- Foundation, T. H. (2014). <https://publicskateparkguide.org/>.
- Goldman, L. (2004). From Ramp to Riches. *Forbes* .
- Griffet, O. L. (2001). The Experience of Teenagers at Marseilles' Skate Park: Emergence and Evaluation of an Urban Sports Site. *Elsevier* , σ. 421.
- <https://maps.gsis.gr/>. (2024).
- <https://www.techramps.com/>. (2023).
- Hugo, F. (2002). *A guide to developing and managing skate facilities in Queensland*.

- Jan. (2019). Skate Science - Skatepark Design with Daniel Yabar. *Surf Skate Science* .
- Johnston, D. (2019). *Skateparks: Trace and Culture*.
- Karlsson, B. H. (2004). Institutional forces and the written business plan. *Journal Of Management* .
- Lia Karsten, E. P. (2000). Skateboarders exploring urban public space: Ollies, obstacles and conflicts. *Journal of Housing and the Built Environment* , σσ. 327-340.
- Lombard, K. (2015). *Skateboarding: Subcultures, sites and shifts*.
- Malcom, N. L. (2022). Skateboarding between Subculture and the Olympics: A Youth Culture under Pressure from Commercialization and Sportification. *Sage Journals* .
- McKeever, M. P. (2018). *How to write a buisiness plan* . Nolo.com .
- Merajuddin, F., & Ahmad, W. (2020, Μάρτιος). Formulation of Sport Management Strategic Planning using SWOT Analysis. *Parishodh Journal* , σσ. 5480-5481.
- Poirier, d. (2008). *SKATE PARKS: A GUIDE FOR LANDSCAPE ARCHITECTS AND PLANNERS* .
- Robinson, M. B. (2017). How skateboarding made it to the Olympics: an institutional perspective. *International Journal of Sports Management and Marketing* .
- Schein, E. H. (1983). Organizational Dynamics. *Elsevier* , σσ. 13-28.
- Slee, T. (2011). *Skate For Life: An Analysis of the Skateboarding Subculture* .
- Teodor, D. (2015). *CONCRETE SKATEPARKS*.
- Whitley, P. (2008). *Public Skate Park Development Guide*.
- wikipedia . (n.d.). Ανάκτηση από <https://en.wikipedia.org/>.
- Wixon, B. (2009). *Skateboarding: instruction, programming, and park design*.
- A.Π.Ε. (2023).
- Καρυστινού, Ν. (2022). Πώς μπορεί να αναπτυχθεί το skate στην Ελλάδα τα επόμενα χρόνια;. *Athens Voice* .
- Χαβέλας, Κ. (2022). Ανά Περιφέρεια τα Σωματεία. *Apex Sports* .