

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΣΠΑΡΤΗΣ



Σ.Ι. ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ - Σ.Δ.Ο. - Τ.Δ.Μ.Τ.Α.

ΔΙΤΗΤΗΣ: ΓΚΙΩΝΗ ΒΕΡΓΟΥΛΑ

ΠΡΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΘΩΜΑΣ ΔΙΟΝΥΣΗΣ

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2006

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΕΛ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ - ΕΙΣΑΓΩΓΗ2

1 ΜΕΡΟΣ: ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

1. Κεφάλαιο: Ορισμοί – Έννοιες του Marketing6

2. Κεφάλαιο: Marketing Υπηρεσιών.....8

2.1. Ο ορισμός της υπηρεσίας είδη υπηρεσιών8

2.1.1. Χαρακτηριστικά των Υπηρεσιών 11

2.1.2. Ταξινόμηση των υπηρεσιών. 14

2.2. Τμηματοποίηση της αγοράς των υπηρεσιών..... 16

2.2.1. Έννοια της τμηματοποίησης και της αγοράς. 16

2.2.2. Τρόποι και κριτήρια τμηματοποίησης της αγοράς..... 17

2.3. Το μείγμα Μάρκετινγκ για τις υπηρεσίες. 19

2.3.1. Η τιμολόγηση των υπηρεσιών.....20

2.3.2. Προβολή των υπηρεσιών.....24

2.4. Η συμπεριφορά του καταναλωτή - πελάτη - πολίτη.25

3. Κεφάλαιο: Ο ρόλος του Μάρκετινγκ στους μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς – Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.).29

4. Κεφάλαιο: Συμπεράσματα.33

2 ΜΕΡΟΣ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΣΠΑΡΤΗΣ

1. Κεφάλαιο: Η Τοπική Αυτοδιοίκηση και οι υπηρεσίες της.36

2. Κεφάλαιο: Η υφιστάμενη κατάσταση των υπηρεσιών στο Δήμο Σπάρτης. ...47

2.1. Η διαδικασία παροχής υπηρεσιών.....48

2.1.1. Το προσωπικό του Δήμου Σπάρτης.....62

2.1.2. Προσωπικό Επαφής και Back – Office64

2.2. Τμηματοποίηση της αγοράς και η τιμολόγηση των υπηρεσιών ...65

2.3. Η Προβολή των υπηρεσιών και η σχέση του οργανισμού με τους καταναλωτές – πελάτες – πολίτες.67

3. Κεφάλαιο: Αξιολόγηση των υπηρεσιών του Δήμου Σπάρτης – Ανάλυση S.W.O.T.69

4. Κεφάλαιο: Προτεινόμενο Σχέδιο Marketing του Δήμου Σπάρτης.80

5. Κεφάλαιο: Συμπεράσματα.88

Παραρτήματα90

Πηγές98

ΠΡΟΛΟΓΟΣ - ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Λίγα λόγια για την πτυχιακή μου εργασία με τίτλο **“Μάρκετινγκ Υπηρεσιών στο Δήμο Σπάρτης”**.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον υπεύθυνο καθηγητή της εργασίας μου κ. Διονύση Θωμά για την συνεργασία μας και την υπομονή που έδειξε στην περίπτωση μου, η βοήθεια του ήταν πολύτιμη. **Ακόμα**, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους υπαλλήλους του δήμου που συνεργάστηκα μαζί τους και με βοήθησαν αρκετά για να έχω μία εμπλουτισμένη εικόνα για την υπάρχουσα κατάσταση στις υπηρεσίες του Δήμου μας. **Τέλος**, ένα μεγάλο ευχαριστώ και στους 100 δημότες που προσφέρθηκαν να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο που είχα διαμορφώσει για την ανάλυση και αξιολόγηση των υπηρεσιών του δήμου.

Το θέμα της εργασίας μου έχει αρκετό ενδιαφέρον πιστεύω για την οικονομία και την ανάπτυξη στις τοπικές κοινωνίες σήμερα. **Αρχικά** ξεκινήσαμε από την συγκέντρωση υλικού σχετικά με το μάρκετινγκ και τις υπηρεσίες από διάφορες πηγές. **Μετά** επικεντρωθήκαμε στις υπηρεσίες του Δήμου και στην παροχή τους. Από τις διάφορες ελλείψεις και δυνατότητες που διακρίναμε από την έρευνα προτείνουμε και κάποιο σχέδιο μάρκετινγκ για το Δήμο της Σπάρτης. **Όλα αυτά** με τη σωστή καθοδήγηση από τον καθηγητή μου κ. Θωμά. **Μαζί** ταξινομήσαμε και επεξεργαστήκαμε τα στοιχεία που είχαμε συγκεντρώσει και το αποτέλεσμα είναι αυτή η μελέτη.

Χωρίσαμε την εργασία αυτή σε **δύο βασικά μέρη**. **Το πρώτο μέρος** αναφέρεται γενικά στο **μάρκετινγκ και τις υπηρεσίες** και αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. **Στο πρώτο κεφάλαιο** αναφέρονται ορισμοί και έννοιες του μάρκετινγκ. **Το δεύτερο κεφάλαιο** κάνει λόγο για μάρκετινγκ υπηρεσιών και πιο αναλυτικά για τα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών, ταξινόμηση, τμηματοποίηση, το μείγμα μάρκετινγκ – υπηρεσιών και προώθησης, τιμολόγηση των υπηρεσιών και η προβολή τους. **Το τρίτο κεφάλαιο** εξετάζει το ρόλο του μάρκετινγκ στους μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς και Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και το τέταρτο κεφάλαιο είναι το συμπερασματικό κεφάλαιο του πρώτου μέρους.

Στο **δεύτερο μέρος** της μελέτης αναφέρουμε στοιχεία για το μάρκετινγκ των υπηρεσιών του Δήμου Σπάρτης και αποτελείται από **πέντε κεφάλαια**. **Το πρώτο** έχει τίτλο «Η Τοπική Αυτοδιοίκηση και οι υπηρεσίες της». **Το δεύτερο** κεφάλαιο

παρουσιάζει την υφιστάμενη κατάσταση των υπηρεσιών στο Δήμο. Χρησιμοποιώντας υποκεφάλαια, αναλύουμε τα εξής σημεία: την διαδικασία παροχής υπηρεσιών, το προσωπικό επαφής, τμηματοποίηση αγοράς, τιμολόγηση των υπηρεσιών, προβολή και τη σχέση του οργανισμού με τους πολίτες – πελάτες – καταναλωτές. **Στο τρίτο** κεφάλαιο κάνουμε την αξιολόγηση των υπηρεσιών του δήμου εντοπίζοντας τις αδυναμίες , τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες του οργανισμού ή διαφορετικά Ανάλυση S.W.O.T.. **Στο τέταρτο** κεφάλαιο προτείνουμε σχέδιο μάρκετινγκ για το δήμο Σπάρτης και **το πέμπτο** κεφάλαιο λαμβάνουν μέρος τα συμπεράσματα μας όσων αφορά το δεύτερο μέρος της εργασίας.

1 ΜΕΡΟΣ: ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΙΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Α. Κοσμάκης (Επιμέλεια) – Κωνσταντίνος Παπαδόπουλος (Επιμέλεια)

Η παρούσα έκδοση αποτελεί το πρώτο βήμα στην κατεύθυνση της ανάπτυξης των υπηρεσιών μάρκετινγκ. Η έκδοση αυτή είναι η πρώτη έκδοση της σειράς «Μάρκετινγκ Υπηρεσιών» και αποτελεί το πρώτο βήμα στην κατεύθυνση της ανάπτυξης των υπηρεσιών μάρκετινγκ. Η έκδοση αυτή είναι η πρώτη έκδοση της σειράς «Μάρκετινγκ Υπηρεσιών» και αποτελεί το πρώτο βήμα στην κατεύθυνση της ανάπτυξης των υπηρεσιών μάρκετινγκ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

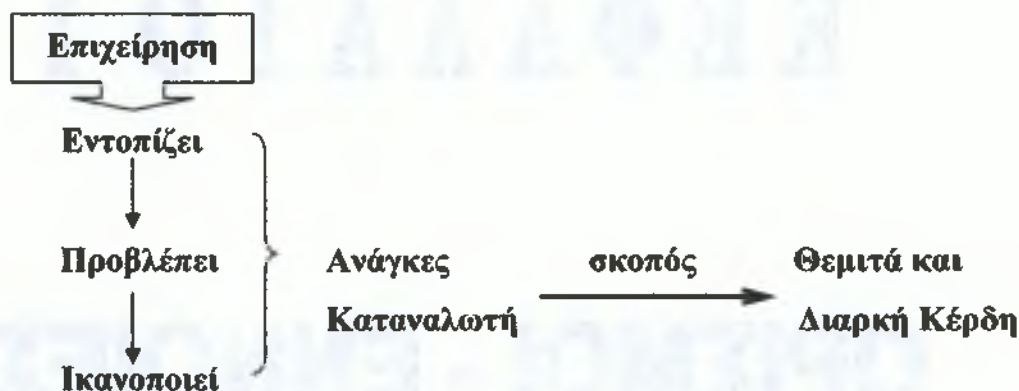
ΟΡΙΣΜΟΙ - ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

1. Κεφάλαιο: Ορισμοί – Έννοιες του Marketing.

Μάρκετινγκ για πολλούς είναι η διαδικασία της πώλησης, για άλλους είναι διαφήμιση και προώθηση και για άλλους η έρευνα της αγοράς για τον εντοπισμό των αναγκών των καταναλωτών.

Κατά το Βρετανικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ είναι η διαδικασία της διοίκησης, με την οποία εντοπίζονται, προβλέπονται και ικανοποιούνται οι ανάγκες του καταναλωτή με κάποιο κέρδος για την επιχείρηση.

Παραστατικά ο ορισμός του Μάρκετινγκ:



Η διαδικασία του Μάρκετινγκ αρχίζει πολύ πριν παραχθεί το προϊόν, ενώ η διαδικασία της πώλησης αρχίζει μετά την παραγωγή του προϊόντος.

Το Μάρκετινγκ ερευνά και εντοπίζει την ανάγκη που υπάρχει σε μια συγκεκριμένη αγορά και στη συνέχεια αναπτύσσει το κατάλληλο προϊόν ή υπηρεσία για την ικανοποίηση αυτής της ανάγκης.

Από την άλλη μεριά, η επιχείρηση με την πώληση προσπαθεί να πείσει τον καταναλωτή να αγοράσει το δικό της προϊόν ή υπηρεσία που προσφέρει, είτε το έχει ανάγκη είτε όχι.

Έτσι, το Μάρκετινγκ προηγείται των αποφάσεων της παραγωγής ενός προϊόντος ή παροχής υπηρεσίας.

Η διαφορά μεταξύ της φιλοσοφίας των πωλήσεων και της φιλοσοφίας του Μάρκετινγκ βρίσκεται στο ότι: η πώληση ασχολείται με την ανάγκη του πωλητή να μετατρέψει το προϊόν σε χρήμα, ενώ το Μάρκετινγκ ασχολείται με την ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή.

2.Κεφάλαιο: Μάρκετινγκ υπηρεσιών.

Το Μάρκετινγκ ως έννοια ξεκίνησε και αναπτύχθηκε αρχικά σε επιχειρήσεις παραγωγής και πώλησης υλικών αγαθών/ προϊόντων. Μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο ο τριτογενής τομέας παραγωγής της οικονομίας, άρχισε να αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς φτάνοντας να έχει σήμερα πρωταρχικό ρόλο στην παγκόσμια οικονομία. Σήμερα το 77% των εργαζομένων απασχολούνται σε οργανισμούς/ επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών και το 70% του ΑΕΠ. Τα ποσοστά αυτά είναι μόνο αυξανόμενα με το πέρασμα των χρόνων. Στην θετική εξέλιξη των υπηρεσιών η συμβολή του μάρκετινγκ είναι σπουδαία και σημαντική⁽¹⁾.

2.1. Ο ορισμός της υπηρεσίας - είδη υπηρεσιών

Ερευνώντας την οικονομία των απλών κοινωνιών παρατηρούμε πως, αυτή διαμορφώνεται σύμφωνα με τις βασικές ανάγκες της ζωής τους. Με το σκεπτικό αυτό παράγει αγαθά για την ικανοποίηση των αναγκών αυτών και μόνο, όπως παραγωγή τροφίμων, ειδών ένδυσης και στέγασης (κατοικίες). Όμως, με το πέρασμα των χρόνων και την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας οι ανάγκες πολλαπλασιάστηκαν και μαζί με αυτά τα προϊόντα και οι υπηρεσίες. Η ποικιλία των προϊόντων και των υπηρεσιών και η δημιουργία συνεχώς καινούργιων, ικανοποιεί καλύτερα τις ανάγκες του σημερινού καταναλωτή και πολλές φορές τις προλαμβάνει πριν καν περάσουν από το μυαλό του και δημιουργηθούν ως ανάγκες.

Όλοι γνωρίζουμε ότι η οικονομία οργανώνεται γύρω από τους τρεις (3) παραγωγικούς τομείς της:

- ✦ **Πρωτογενής τομέας παραγωγής** (γεωργία, κτηνοτροφία, δασοκομία, αλιεία).
- ✦ **Δευτερογενής τομέας παραγωγή** (βιομηχανία, μεταποίηση, κατασκευές).
- ✦ **Τριτογενής τομέας παραγωγής** ή ο τομέας των υπηρεσιών (υπηρεσίες, διανομές, μεταφορές).

(1) Πηγή: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΚΕΦ. 17, ΣΕΛ. 778 (PHILIP KOTLER)

Ο τριτογενής τομέας μεσολαβεί στα διάφορα στάδια των εργασιών των άλλων δύο τομέων και ο ρόλος του είναι σημαντικός και απαραίτητος. Ο τομέας αυτός είναι το πιο αναπτυσσόμενο κομμάτι της οικονομίας σήμερα. Η υπηρεσίες που προσφέρει ο τομέας αυτός χωρίζονται σε:

- Δημόσιες Υπηρεσίες
- Προσωπικές Υπηρεσίες
- Βιομηχανικές Υπηρεσίες

Οι Δημόσιες υπηρεσίες είναι αυτές που παρέχονται από δημόσιους οργανισμούς ή κοινωφελούς οργανισμούς, σε όλους τους πολίτες π.χ. υγεία, εκπαίδευση, ασφάλεια.

Οι Προσωπικές υπηρεσίες είναι αυτές που προσφέρονται, από ιδιωτικούς οργανισμούς με σκοπό το κέρδος σε όσους ενδιαφέρονται για την υπηρεσία, και εφόσον έχουν τη δυνατότητα να καταβάλουν χρηματικό ποσό για την χρήση της π.χ.: ιατρικές υπηρεσίες από ιδιωτικά ιατρείο, η ιδιωτική εκπαίδευση, οι διάφορες ασφαλιστικές υπηρεσίες που προσφέρουν ιδιωτικές εταιρίες κ.α.

Οι Βιομηχανικές υπηρεσίες είναι αυτές που παρέχονται από δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς στο βιομηχανικό κλάδο, όσον αφορά την μεταφορά πρώτων υλών, ημιτελικών προϊόντων και τη διανομή του τελικού προϊόντος. Οι εμπλεκόμενοι φορείς για όλα αυτά είναι τα τελωνεία για την εισαγωγή και εξαγωγή τους από και προς εξωτερικό, εταιρίες μεταφορών, σιδηροδρομικοί οργανισμοί, ναυτιλιακές και αεροπορικές εταιρίες.

Είναι δύσκολο να δοθεί ξεκάθαρος ορισμός για τις υπηρεσίες, επειδή οι υπηρεσίες δεν έχουν υλική υπόσταση.

Σύμφωνα με τον PHILIP KOTLER ορίζουμε σαν υπηρεσία “κάθε πράξη η απόδοση την οποία μπορεί να προσφέρει μια πλευρά σε μια άλλη που είναι άυλη και δεν καταλήγει σε εξασφάλιση ιδιοκτησίας πάνω σε κάτι”. Η παραγωγή της μπορεί να συνδεθεί η να μην συνδεθεί με ένα υλικό προϊόν.

Σύμφωνα με τους Κώστα και Αλεξία Τζωρτζάκη οι υπηρεσίες είναι δραστηριότητες που προσφέρονται για την ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή – πελάτη – πολίτη από επιχειρήσεις και οργανισμούς, χωρίς την παροχή ιδιοκτησίας φυσικών ή υλικών αγαθών, παρά μονάχα σε ελάχιστες περιπτώσεις.

Ο Stanton αναπτύσσει των παρακάτω ορισμό: « Υπηρεσίες είναι ιδιαίτερα αναγνωρισμένες, αναγκαίες, άυλες δραστηριότητες με την πώληση ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας. Για να παράγει μία υπηρεσία μπορεί να μην απαιτείται η χρήση απτών αγαθών. Παρόλα αυτά, όταν η χρήση αυτή είναι απαραίτητη, δεν υπάρχει μεταφορά τίτλου σε αυτά τα απτά αγαθά».

Συμπερασματικά όλοι οι ορισμοί των υπηρεσιών είναι πιθανοί γιατί δεν μπορούν να διαχωριστούν από την υπόλοιπη οικονομία. Οι πρωτογενής και δευτερογενής τομείς δεν μπορούν να λειτουργήσουν χωρίς την υποστήριξη των οικονομικών η μεταφορικών υπηρεσιών που προσφέρει ο τριτογενής τομέας.

Το Μάρκετινγκ των υπηρεσιών δεν έχει μεγάλη διαφορά από αυτό των προϊόντων. Οι διαδικασίες όπως ο προγραμματισμός, το μείγμα μάρκετινγκ και ο έλεγχος έχουν την ίδια εφαρμογή τόσο στις υπηρεσίες όσο και στα προϊόντα.

Ο καταναλωτής – πελάτης – πολίτης αγοράζει μια υπηρεσία για τον ίδιο λόγο που θα αγόραζε και ένα υλικό προϊόν δηλαδή, για την ικανοποίηση των αναγκών του. Μερικά υλικά αγαθά έχουν όψη υπηρεσίας. Αγοράζουμε π.χ. εφημερίδα, βιβλία, τηλεόραση, σπίτια, αυτοκίνητα κ.α. όχι για τα υλικά που τα αποτελούν αλλά για το όφελος τους, που είναι η μόρφωση, η ενημέρωση, η ψυχαγωγία, η στέγαση και η γρήγορη μετακίνηση κ.α..

Οι ανάγκες των καταναλωτών που ικανοποιούνται από υπηρεσίες είναι συνήθως οι εξής:

1. **Ανάγκες προστασίας φυσικών υπαρχόντων** που τις ικανοποιούν οι ασφάλειες, η αστυνομία, η πυροσβεστική κ.α.
2. **Ανάγκες για μόρφωση και επαγγελματική αποκατάσταση** που ικανοποιούνται από την κρατική και ιδιωτική εκπαίδευση.
3. **Ανάγκες για φυσική και συναισθηματική καλοζωία** που ικανοποιούνται από τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα νοσοκομεία, τα φιλανθρωπικά ιδρύματα, οι εκκλησίες, τα μουσεία, θέατρα κ.α.



Τελικά το βασικό στην ανάλυση μιας υπηρεσίας είναι το **όφελος** και τα **χαρακτηριστικά** της υπηρεσίας που παράγουν αυτό το όφελος.

2.1.1. Χαρακτηριστικά των Υπηρεσιών.

Όπως είναι γνωστό οι υπηρεσίες είναι **άυλες**, δεν έχουν φυσική υπόσταση με συνέπεια να είναι δύσκολο να ελέγξουμε την ποιότητα τους, και να γνωρίζουμε αν κάποιος καταναλωτής – πελάτης – πολίτης έχει ικανοποιηθεί πλήρως από την παροχή μιας υπηρεσίας ή όχι.

Οι υπηρεσίες **δεν αποθηκεύονται** και **δεν ανήκουν αποκλειστικά σε κάποιον**. Εξίσου **δύσκολο είναι να προβλέψουμε την ζήτηση** των υπηρεσιών ώστε να ανταποκριθούμε στους καταναλωτές, σε αντίθεση με τα υλικά αγαθά(εμπορεύματα) για τα οποία μπορούμε να προβλέψουμε και να έχουμε απόθεμα ώστε να ανταποκριθούμε στη ζήτηση. Οι υπηρεσίες μπορεί να μην αποθηκεύονται άρα δεν υπάρχει ο κίνδυνος ότι θα αλλοιωθούν η θα καταστραφούν όπως τα αγαθά, παρά μονάχα όταν οι υπηρεσίες προσφέρονται και δεν καταναλώνονται ή δεν υπάρχει ζήτηση π.χ. τα άδεια καθίσματα του κινηματογράφου την ώρα που προβάλλεται μια ταινία δεν προσφέρουν κανένα όφελος άρα ούτε κέρδος για την επιχείρηση.

Όταν αγοράζουμε – καταναλώνουμε μία υπηρεσία απλά **απολαμβάνουμε το όφελος** της, **δεν μας ανήκει** αφού δεν είναι κάτι υλικό. Πολλοί καταναλωτές υιοθετούν το χαρακτηριστικό αυτό από την αγορά υλικών αγαθών, τα οποία μας ανήκουν αφού τα αγοράσουμε και τα χρησιμοποιούμε όπως εμείς επιθυμούμε. Στις υπηρεσίες οι καταναλωτές βλέπουν στο πρόσωπο αυτού που προσφέρει τις υπηρεσίες την ίδια την

υπηρεσία και αυτό είναι λάθος. Εμείς πληρώνουμε για να μας παρέχουν κάποιες υπηρεσίες, ανεξαρτήτως αν αυτές θα παρέχονται από άνθρωπο ή μηχανήματα. Είναι λάθος λοιπόν να νομίζουμε πως την χρονική στιγμή που δεχόμαστε κάποιες υπηρεσίες και πληρώνουμε για αυτές, έχουμε στην ιδιοκτησία μας τους ανθρώπους, τα μηχανήματα και τις εγκαταστάσεις ενός οργανισμού παροχής υπηρεσιών.

Γενικά ο τομέας των υπηρεσιών δημιουργεί μια αβεβαιότητα στους καταναλωτές – πελάτες – πολίτες λόγω του ότι δεν υπάρχει κάποια πραγματική επαφή ή μέσω των αισθήσεων, πριν γίνει η αγορά και χρησιμοποιηθεί η υπηρεσία. Για να μειωθεί η αβεβαιότητα αυτή, ο καταναλωτής θα απαιτήσει αποδείξεις για την ποιότητα των υπηρεσιών, και οι επιχειρήσεις από την πλευρά τους θα πρέπει να είναι έτοιμες να τις προσφέρουν εάν επιδιώκουν την αύξηση πελατών και πωλήσεων. Ο καταναλωτής θα βγάλει τα συμπεράσματα του για τις προσφερόμενες υπηρεσίες από το χώρο παραγωγής και παροχής των υπηρεσιών, από την συμπεριφορά των υπαλλήλων και φυσικά από την τιμή που μπορεί να έχει η υπηρεσία. Οι καταναλωτές σήμερα σκέφτονται πως για να απολαύσουν μια υπηρεσία που να έχει καλή έως άριστη ποιότητα θα πρέπει να πληρώσουν αρκετά χρήματα, επειδή έτσι νιώθουν περισσότερη σιγουριά (εγγύηση) για αυτό που θα εκλάβουν. Οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών θα χρειαστεί να παρουσιάζουν τις υπηρεσίες ως υπαρκτά υλικά στα μάτια των καταναλωτών.

Οι υπηρεσίες παρέχονται από ανθρώπους και μηχανήματα ή από τον συνδυασμό αυτών των δύο π.χ.: οι υπηρεσίες που προσφέρει ένας καθηγητής ξένης γλώσσας εξαρτώνται από τον ίδιο και την μεταδοτικότητα του, ενώ οι υπηρεσίες ενός ιατρού εξαρτώνται από αυτόν αλλά και από τα μηχανήματα που χρησιμοποιεί είτε για να βγάλει τις διαγνώσεις είτε για θεραπευτικούς λόγους.

Όταν τις υπηρεσίες τις παρέχουν άνθρωποι η ποιότητα τους εξαρτάται από την ανθρώπινη συμπεριφορά, την οποία μπορούν να επηρεάσουν διάφοροι παράγοντες. Είναι δύσκολη λοιπόν η παραγωγή και παροχή υπηρεσιών της ίδιας ποιότητας από έναν οργανισμό ή ακόμα και από ένα επαγγελματία π.χ. από τους χειρουργούς ενός νοσοκομείου είναι αδύνατον να περιμένουμε υπηρεσίες της ίδιας ποιότητας, όπως και

από έναν μεμονωμένο χειρουργό του οποίου η διάθεση μπορεί να αλλάζει από κάποιο γεγονός με συνέπεια την αλλοίωση της ποιότητας. Το ίδιο ισχύει και με τους ασφαλιστές μίας ασφαλιστικής εταιρίας, τους καθηγητές κάποιου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος, τους υπαλλήλους ενός Ο.Τ.Α. κ.α. Έτσι μπορούμε να **χαρακτηρίσουμε τις υπηρεσίες ως μεταβλητές** αφού εξαρτώνται από αυτόν που τις προσφέρει.

Συμπεραίνοντας από όλα αυτά φτάνουμε σε ακόμα μία δυσκολία των υπηρεσιών, την τυποποίηση τους. Συγκεκριμένα, **η δυσκολία τυποποίησης** των υπηρεσιών είναι αποτέλεσμα της **άυλης υπόστασης** τους, και του **ανθρώπινου παράγοντα** που την επηρεάζει άμεσα από τη στιγμή που αυτός την προσφέρει. Υπάρχουν όμως τρόποι ή στρατηγικές ώστε να καταφέρουμε την τυποποίηση των υπηρεσιών:

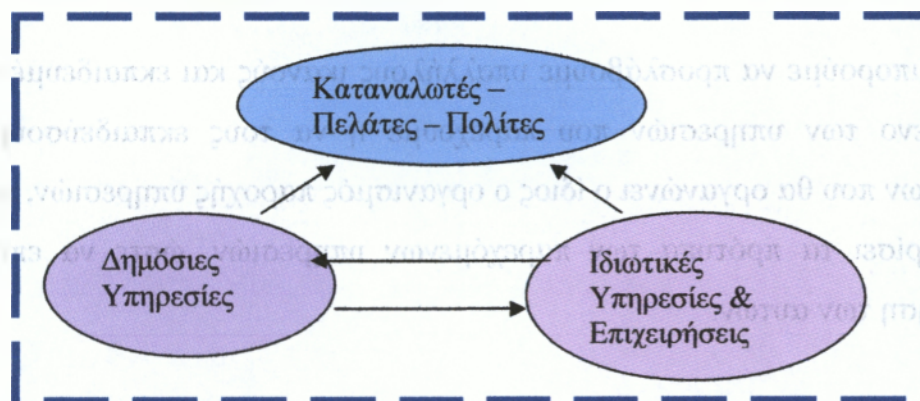
1. Τυποποίηση υπηρεσιών μπορούμε να έχουμε όταν τις παράγουμε μέσω μηχανημάτων και η ποιότητα τους εξαρτάται από αυτά, αλλά και με την χρήση υψηλής τεχνολογίας π.χ. για την εκτέλεση τραπεζικών εργασιών.
2. Ακόμα, μπορούμε να προσλάβουμε υπαλλήλους ικανούς και εκπαιδευμένους στο αντικείμενο των υπηρεσιών που παρέχουμε ή να τους εκπαιδεύσουμε μέσω σεμιναρίων που θα οργανώνει ο ίδιος ο οργανισμός παροχής υπηρεσιών, με σκοπό να καθορίσει τα πρότυπα των παρεχόμενων υπηρεσιών, ώστε να επιτύχουμε τυποποίηση των αυτών.
3. Τέλος, μπορούμε να ελέγξουμε την ποιότητα των υπηρεσιών με το να παρακολουθούμε τις αντιδράσεις των καταναλωτών – πελατών – πολιτών, δηλαδή κατά πόσο ικανοποιούνται από την υπηρεσία που προσφέρουμε. Εδώ θα χρειαστεί να δώσουμε στον καταναλωτή την δυνατότητα να μας εκφράσει τα παράπονα του ή να μας προτείνει κάτι διαφορετικό, που πιστεύει ότι θα είναι καλύτερο. Με τον τρόπο αυτό μπορούμε να αξιολογήσουμε την ποιότητα των υπηρεσιών μας, αλλά και να γίνουμε καλύτεροι, να εξελιχθούμε. Ακόμα μας βοηθάει στο να δημιουργούμε καινούργιες υπηρεσίες με γνώμονα τις ανάγκες των καταναλωτών – πελατών – πολιτών που μας έχουν εκφράσει.

2.1.2. Ταξινόμηση των υπηρεσιών

Οι υπηρεσίες ποικίλουν όπως και τα υλικά προϊόντα στην αγορά. Μία επιχείρηση ή ένας οργανισμός μπορεί να προσφέρει περισσότερο από ένα είδος υπηρεσίας π.χ. ένας Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης προσφέρει στους πολίτες του καθαριότητα στους δημόσιους χώρους, φροντίδα και εκπαίδευση των παιδιών (μέσα από τα νηπιαγωγεία, τα δημοτικά και τα σχολεία β' βαθμού), χώρους αναψυχής, φωτισμό στους δρόμους, ύδρευση κ.α.

Για την καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών, την σωστή λειτουργία των υπηρεσιών αλλά και την αξιολόγηση τους ταξινομούμε τις υπηρεσίες σε κατηγορίες:

1. Μπορούμε να ταξινομήσουμε τις υπηρεσίες ανάλογα με τον τύπο της αγοράς που απευθυνόμαστε δηλ. αν παρέχουμε υπηρεσίες μεμονωμένες σε καταναλωτές – πελάτες – πολίτες ή μαζικές σε άλλες επιχειρήσεις, **BtoC** και **BtoB** (Business to Costumer & Business to Business)



Άλλη θα είναι η στρατηγική του μάρκετινγκ που θα ακολουθήσουμε όταν θα παρέχουμε υπηρεσίες στους απλούς καταναλωτές και άλλη όταν πρόκειται να εξυπηρετήσουμε ανάγκες μιας επιχείρησης. Θα επηρεάζονται σημαντικά και οι τιμές των υπηρεσιών, πιο ακριβές στους μεμονωμένους καταναλωτές και φθηνότερα στις επιχειρήσεις π.χ. οι υπηρεσίες που παρέχει μία ξενοδοχειακή επιχείρηση στους πελάτες της ατομικά από αυτές που προσφέρει ομαδικά μέσω των τουριστικών γραφείων.

2. Άλλος τρόπος να ταξινομήσουμε τις υπηρεσίες είναι με βάση το είδος της επιχείρησης που τις παράγει, δηλαδή αν είναι εντάσεως εργασίας ή εντάσεως παγίων (κεφαλαίου). Αρκετές υπηρεσίες όπως η εκπαίδευση, οι κατασκευές, οι

ασφάλειες, στηρίζονται στον ανθρώπινο παράγοντα και στη εργασία που προσφέρει αυτός. Επομένως, οι επιχειρήσεις που ανήκουν στους τομείς αυτούς θα πρέπει να επιλέξουν τους κατάλληλους υπαλλήλους στην κατάλληλη θέση, να τους εκπαιδεύουν αν χρειαστεί, να τους δίνονται κίνητρα για την βελτίωση και την εξέλιξη τους στον τομέα των υπηρεσιών που απασχολούνται.

Οι επιχειρήσεις εντάσεως παγίων παρέχουν υπηρεσίες όπως: τηλεπικοινωνίες, ιατρική (οπού σήμερα βασίζονται κυρίως στην εξέλιξη της τεχνολογίας), μεταφορές κ.α. Οι στρατηγικές μάρκετινγκ που θα ακολουθούμε θα είναι προσαρμοσμένες και θα λαμβάνουν υπόψη το είδος της επιχείρησης. Το γεγονός ότι οι υπηρεσίες παράγονται από μηχανήματα σε συνεργασία με την ανθρώπινη εργασία κάνει πιο χειροπιαστή την υπηρεσία.

3. Ένας τρίτος τρόπος να ταξινομήσουμε τις υπηρεσίες είναι με βάση την υψηλή ή την χαμηλή επαφή που έχει ο πελάτης – καταναλωτής με τον οργανισμό ή των υπάλληλο – πωλητή.

Η παροχή υπηρεσιών υψηλής επαφής απευθύνονται σε υπαρκτά πρόσωπα – άτομα. Παραδείγματα τέτοια παρατηρούμε στον τομέα της εκπαίδευσης, της περίθαλψης, της ψυχαγωγίας κ.α. όπου ο καταναλωτής πρέπει να είναι παρών όταν παράγεται η υπηρεσία. Μερικές φορές είναι δυνατόν αυτός που παρέχει την υπηρεσία υψηλής επαφής να πηγαίνει στο χώρο του πελάτη. Το σωστότερο είναι ο πελάτης να βρίσκεται στον χώρο που έχει δημιουργήσει ο οργανισμός για την παραγωγή και παροχή υπηρεσιών ώστε η υπηρεσία να γίνει πιο χειροπιαστή και ο καταναλωτής να δημιουργήσει συνολική εικόνα και εκτίμηση για το προϊόν π.χ. το να δούμε μία ταινία σε DVD στο σπίτι μας δεν είναι το ίδιο με το να πάμε στο σινεμά. Το όφελος και στις δύο περιπτώσεις είναι η ψυχαγωγία όπου στη δεύτερη περίπτωση θα είναι αποτελεσματικότερο το όφελος λόγω του χώρου και τις ποιότητας των εγκαταστάσεων.

Η παροχή υπηρεσιών χαμηλής επαφής απευθύνεται συνήθως σε αντικείμενα συνεπώς δεν χρειάζεται να είναι παρών ο καταναλωτής κατά την παραγωγή και παροχή της υπηρεσίας, παράδειγμα όταν αναθέσουμε σε κάποιο συνεργείο το χτίσιμο του σπιτιού μας, ή το σχέδιο στο μηχανικό δεν είναι απαραίτητο να

είμαστε παρών σε όλες τις φάσεις του χτισίματος αλλά θα τους το αναθέσουμε και στο τέλος θα πάρουμε το σπίτι έτοιμο.

4. Τέλος, θα μπορούσαμε να ταξινομήσουμε τις υπηρεσίες με βάση τον χαρακτήρα των οργανισμών που της παρέχουν σε κερδοσκοπικές και μη.

Συνήθως από τους οργανισμούς κερδοσκοπικού χαρακτήρα έχουμε παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που για να τα αποκτήσει κάποιος πρέπει να καταβάλει κάποιο τίμημα, και δεν απευθύνονται σε όλους παρά μόνο σε εκείνους που μπορούν να τα αγοράσουν.

Οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί παράγουν συνήθως υπηρεσίες παρά αγαθά. Τις υπηρεσίες τους μπορούν να τις απολαύσουν όλοι οι καταναλωτές – πολίτες φτάνει να το γνωρίζουν χωρίς οικονομικό κόστος για αυτούς.

2.2. Τμηματοποίηση της αγοράς των υπηρεσιών.

Η τμηματοποίηση της αγοράς είναι το πρώτο βήμα των μάρκετερς πριν δημιουργήσουν το προϊόν – υπηρεσία. Είναι η κατηγοριοποίηση – ταξινόμηση των υποψήφιων καταναλωτών που θα απευθύνεται το προϊόν – υπηρεσία.

2.2.1. Έννοια της τμηματοποίησης και της αγοράς.

- Η τμηματοποίηση της αγοράς είναι η διαδικασία του διαχωρισμού της αγοράς, σε ξεχωριστά ομοιογενή μέρη ή τμήματα πελατών.
- Οι άνθρωποι που θα χρησιμοποιήσουν και θα αγοράσουν προϊόντα δεν είναι μία ομοιογενή μάζα, αλλά αποτελούν ξεχωριστές ομάδες με διαφορετικές ανάγκες και χαρακτηριστικά.
- Κάθε οργανισμός, πριν πάρει οποιαδήποτε απόφαση για το ποία στρατηγική μάρκετινγκ θα ακολουθήσει πρέπει να τμηματοποιήσει την αγορά.
- Υπάρχουν δύο βασικές κατηγορίες αγορών: η αγορά των καταναλωτών και η βιομηχανική αγορά.
- Η Στρατηγική του Μάρκετινγκ έχει δύο βασικούς στόχους
 1. η επιλογή της αγοράς στόχους που ενδιαφέρει τον οργανισμό.
 2. η επιλογή της κατάλληλης προσφοράς του οργανισμού προς την αγορά στόχους.

Μία σωστή τμηματοποίησης της αγοράς έχει τα εξής πλεονεκτήματα:

- προσφέρει τη δυνατότητα διαπίστωσης των ευκαιριών της αγοράς, για τον σχεδιασμό στρατηγικού μάρκετινγκ με τέτοιο τρόπο που να επιτυγχάνετε ο στόχος του οργανισμού στο μέγιστο.
- όσο πιο καλά γνωρίζουμε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της αγοράς στόχου μας μπορούμε να αναπτύξουμε το κατάλληλό προϊόν, να εντοπίσουμε την καλύτερη στρατηγική τιμολόγησης, να βρεθούν τα κατάλληλα δίκτυα διανομής και να γίνει η επιλογή του καταλληλότερου διαφημιστικού μηνύματος.
- ο οργανισμός έχει τη δυνατότητα να εντοπίσει το πιο επικερδές τμήμα της αγοράς και να επικεντρωθεί σε αυτό.

2.2.2. Τρόποι και κριτήρια τμηματοποίησης της αγοράς.

Υπάρχουν πολλοί τρόποι και συνδυασμοί τμηματοποίησης της αγοράς των καταναλωτών. Αν προσπαθήσουμε να διαχωρίσουμε μία αγορά καταναλωτών σε μικρότερα όμοια τμήματα, θα πρέπει να το κάνουμε με βάση κάποια κριτήρια όπως: - **κοινωνιολογικά ή δημογραφικά** κριτήρια (φύλλο, ηλικία, εκπαίδευση, επάγγελμα, οικογενειακή κατάσταση, εθνικότητα, εισόδημα, κ.α.), - **γεωγραφικά** κριτήρια (χώρα, αποστάσεις από αστικά κέντρα, πληθυσμός, κλιματολογικές συνθήκες και σύνθεση περιοχών αστικές – αγροτικές), - **ψυχογραφικά** κριτήρια εδώ αναλύουμε την προσωπικότητα των καταναλωτών που μπορεί να είναι κοινωνικές προσωπικότητες, φιλόδοξες, αυταρχικές, συντηρητικές, ανεξάρτητες κ.α., και τέλος το κριτήριο της αγοραστικής συμπεριφοράς του καταναλωτή.

1. Τμηματοποίηση με βάση τον Γεωγραφικό παράγοντα.

Οι προτιμήσεις και οι ανάγκες των καταναλωτών διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή, έτσι ο κάθε οργανισμός επιλέγει να εξυπηρετεί συγκεκριμένη περιοχή. Θα πρέπει να λαμβάνετε υπόψη το είδος της περιοχής αν είναι μεγάλο αστικό κέντρο η μικρή κωμόπολη, το κλίμα, αν είναι πεδινή ή ορεινή περιοχή κ.α.. Παραδείγματος χάρη η ανάγκη για υπηρεσίες αστικής συγκοινωνίας στα μεγάλα αστικά κέντρα και μεγάλες πόλεις όπως Αθήνα , Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Καλαμάτα κ.α. είναι μεγαλύτερες σε σχέση με μικρότερες πόλεις της Ελλάδας. Οι ανάγκες για ηλεκτρική ενέργεια, για πετρέλαιο

θέρμανσης και κίνησης είναι μεγαλύτερη στα μεγάλα αστικά κέντρα από ότι στις αγροτικές περιοχές. Η εξέταση της γεωγραφικής θέσης της αγοράς στόχους είναι πολύ σημαντική ώστε να μπορούμε να διαφοροποιήσουμε τους καταναλωτές μας.

2. Τμηματοποίηση με βάση τον Δημογραφικό παράγοντα.

Οι αγορές θα πρέπει να διαχωρίζονται σε τμήματα, σύμφωνα με τις δημογραφικές μεταβολές του πληθυσμού μιας χώρας. Μερικές από αυτές είναι: η ηλικία, το φύλο, η επαγγελματική κατάσταση, η κοινωνική τάξη, η θρησκεία, εθνικότητα κ.α.. π.χ. ένα κέντρο εκμάθησης υπολογιστών θα διαχωρίσει την αγορά της σε ομοιογενείς ομάδες έχοντας σαν κριτήριο την ηλικία και την επαγγελματική κατάσταση π.χ. σε μικρά παιδιά, σε νέους και σε επαγγελματίες και θα απευθυνθεί με διαφορετικά εκπαιδευτικά προγράμματα στη κάθε ομάδα. Ο δημογραφικός διαχωρισμός χρησιμοποιείται συχνά, λόγω του ότι, είναι απλός και φτηνός ο τρόπος απόκτησης τέτοιων πληροφοριών.

3. Τμηματοποίηση με βάση τον τρόπο ζωής και η ψυχογραφική τμηματοποίηση.

Η τμηματοποίηση αυτή στηρίζεται στο τρόπο ζωής και στην προσωπικότητα των καταναλωτών που υπάρχει στις σύγχρονες κοινωνίες. Ο τρόπος ζωής έχει αλλάξει στις μοντέρνες κοινωνίες, παρατηρούμε μεγάλο αριθμό νέων επαγγελματιών ανερχόμενων, ζευγάρια καριέρας χωρίς παιδιά με μεγάλα εισοδήματα και γυναίκες που έχουν μπει δυναμικά στην αγορά εργασίας και στην επιχειρηματικότητα. Συνεπώς, υπάρχουν άνθρωποι που αναζητούν συνεχώς καινούρια προϊόντα και υπηρεσίες για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους για καλοζωία, ότι πιο σύγχρονό και μοντέρνο θέλουν να το απολαύσουν πρώτοι με οποιοδήποτε κόστος. Ακόμα, μπορούμε να αναλύσουμε τις προσωπικότητες των καταναλωτών – πολιτών ανάλογα με τον τρόπο ζωής που έχουν. Διαφορετικά θα απευθυνθούμε σε φιλόδοξα άτομα, δυναμικά, συντηρητικά, ανεξάρτητα, εξαρτώμενα, κοινωνικά και άλλες προσωπικότητες που μπορεί να υπάρχουν στην αγορά που απευθυνόμαστε.

4. Τμηματοποίηση με βάση την αγοραστική συμπεριφορά.

Δηλαδή την σχέση που έχει ο καταναλωτής με το προϊόν ή την υπηρεσία. Για μία υπηρεσία ή ένα προϊόν μπορούμε να πούμε ότι υπάρχουν χρήστες και μη χρήστες ή

υπάρχουν τακτικοί και περιστασιακοί χρήστες. Συνήθως το κέρδος για έναν οργανισμό έρχεται από τους σταθερούς πελάτες του και όχι από τους περιστασιακούς. Άρα η προσοχή των οργανισμών θα επικεντρώνεται στη διατήρηση των σταθερών πελατών και στη δημιουργία νέων. Ο κάθε καταναλωτής χρησιμοποιεί το προϊόν ή την υπηρεσία μας για τα οφέλη που τους προσφέρει. Το όφελος από χρήστη σε χρήστη διαφέρει. Επίσης υπάρχουν χρήστες που χρησιμοποιούν μεγάλες ποσότητες, μικρές ή ελάχιστες σε τακτά χρονικά διαστήματα ή πιο σπάνια. Όλα αυτά πρέπει να τα γνωρίζει ένας οργανισμός ώστε να ταξινομήσει τους πελάτες του σε κατηγορίες σπουδαιότητας για αυτήν.

2.3. Το μείγμα Μάρκετινγκ για τις υπηρεσίες.

Το μείγμα Μάρκετινγκ είναι ο συνδυασμός του ανθρώπινου δυναμικού και των άλλων υλικών μέσων που απαιτούνται για την εκπλήρωση των προγραμμάτων και στόχων της επιχείρησης σε μια αγορά. Το μείγμα Μάρκετινγκ παρουσιάζει μια μοναδικότητα και διαφέρει ανάλογα με το προϊόν ή την υπηρεσία, την επιχείρηση και την αγορά στόχο. Έτσι στις υπηρεσίες γενικά περιλαμβάνει έξι στοιχεία: την υπηρεσία-προϊόν, την τιμή, την διανομή, την προβολή, το προσωπικό και τη διαδικασία.

Τα τέσσερα πρώτα στοιχεία (προϊόν, τιμή, διανομή, προβολή) αποτελούν το παραδοσιακό μείγμα Μάρκετινγκ, το προσωπικό και η διαδικασία, αποτελούν την επέκταση των στοιχείων για τις υπηρεσίες.

Το πλαίσιο μείγματος Μάρκετινγκ Υπηρεσιών είναι αυτό που ακολουθεί:

Α)Η Υπηρεσία-προϊόν. Αυτή απαιτεί να λαμβάνονται υπόψη η κλίμακα των παρεχομένων υπηρεσιών, η ποιότητα τους, οι εγγυήσεις και οι υπηρεσίες μετά την πώληση.

Β)Η Τιμή. Ο καθορισμός της τιμής περιλαμβάνει το επίπεδο τιμών, τις εκπτώσεις, τις προμήθειες, τους όρους πληρωμής, τους όρους και τις πιστώσεις.

Γ)Η Διανομή. Ο τόπος εγκατάστασης και η ευκολία πρόσβασης είναι σημαντικοί παράγοντες. Επίσης πρέπει να υπάρχουν άμεσα δίκτυα διανομής. (αντιπρόσωποι, πρακτορεία, υποκαταστήματα κ.α.)

Δ) Η Προβολή. Αυτή περιλαμβάνει μεθόδους επικοινωνίας με τους καταναλωτές μέσω των δημοσίων σχέσεων, της διαφήμισης, της προσωπικής πώλησης και του άμεσου Μάρκετινγκ.

Ε) Το Προσωπικό. Είναι το πιο ουσιαστικό στοιχείο για την παραγωγή και την παράδοση των περισσότερων υπηρεσιών. Πρέπει να έχει καλή εκπαίδευση, ευθύνη, κίνητρα, εμφάνιση, συμπεριφορά και καλές σχέσεις με τους πελάτες.

ΣΤ) Η Διαδικασία. Εξίσου ζωτικής σημασίας είναι η διαδικασία- το πώς- της παράδοσης της υπηρεσίας. Ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί το συνολικό σύστημα, οι πολιτικές και οι μέθοδοι που υιοθετούνται, ο βαθμός χρησιμοποίησης της τεχνολογίας, η διακριτικότητα των υπαλλήλων, η συμμετοχή των πελατών στη διαδικασία της εκτέλεσης της υπηρεσίας, η ροή των πληροφοριών και το σύστημα αναμονής, είναι παράγοντες που επηρεάζουν τον τρόπο που ο πελάτης αντιλαμβάνεται την υπηρεσία.

Ο παραδοσιακός διαχωρισμός της επιχείρησης στις λειτουργίες παραγωγής, μάρκετινγκ, χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και προσωπικού, που είναι συνηθισμένος στις επιχειρήσεις μεταποίησης, είναι ακατάλληλος για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Αυτές απαιτούν διαφορετικές οργανωτικές δομές που θα είναι προσαρμοσμένες σύμφωνα με τις απαιτήσεις και τις ιδιομορφίες κάθε επιχείρησης υπηρεσιών.

Για να εφαρμοστούν οι σύγχρονες αντιλήψεις του Μάρκετινγκ από μια επιχείρηση, θα πρέπει να επεκταθεί πέρα από το στάδιο των ιδεών και της κατανόησης.

Οι ιδέες δεν έχουν την ικανότητα να εφαρμόζονται μόνες τους. Είναι ανάγκη επομένως να υπάρξει κατάλληλη οργανωτική διάρθρωση.

2.3.1. Η τιμολόγηση των υπηρεσιών.

Η Τιμολόγηση των υπηρεσιών αποτελεί μία από τις σπουδαιότερες ευθύνες των στελεχών της διεύθυνσης Μάρκετινγκ.

Τιμή είναι η νομισματική αξία που αποκτούν οι υπηρεσίες κατά την διαδικασία και στο χώρο της παροχής τους. Υπάρχουν πολλά και περίπλοκα στοιχεία που επηρεάζουν την τιμή κάθε υπηρεσίας. Μεταξύ αυτών συμπεριλαμβάνονται ο ανταγωνισμός, οι προτιμήσεις των αγοραστών, το κόστος παραγωγής οι οικονομικές διακυμάνσεις, η διεθνής κατάσταση και η φύση της επιχείρησης.

Βασικά στον τομέα των υπηρεσιών εφαρμόζονται οι ίδιες αρχές τιμολόγησης όπως και στον τομέα υλικών προϊόντων. Πριν αναφερθούμε σ' αυτές τις αρχές, να σημειώσουμε ορισμένα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών που παίζουν ρόλο στην τιμολόγηση του.

α. Η αϋλότητα των υπηρεσιών επηρεάζει την τιμολόγηση επειδή είναι δύσκολο για τον καταναλωτή να συσχετίσει το “περιεχόμενο” και τα οφέλη της υπηρεσίας με την τιμή που καταβάλλει γι' αυτήν. Επίσης η αϋλότητα της υπηρεσίας έχει σαν αποτέλεσμα την προσαρμογή της προσφερόμενης ποσότητας και ποιότητας ανάλογα με τις ανάγκες του καταναλωτή με συνακόλουθη διαφοροποίηση της τιμής.

Για τους καταναλωτές – πολίτες είναι πολύ δύσκολο να συγκρίνουν τις διάφορες υπηρεσίες. Εάν πάρουμε για παράδειγμα τις ασφάλειες ζωής, υπάρχει δυσκολία για τον καταναλωτή να συγκρίνει τις τιμές διαφόρων ασφαλιστικών εταιρειών, αφού κάθε εταιρεία προσφέρει διαφοροποιημένη υπηρεσία η μία από την άλλη σύμφωνα με την πολιτική τους η κάθε μία, αλλά και σε κάθε καταναλωτή – πελάτη ξεχωριστά σύμφωνα με τις ανάγκες του. Επίσης η σύγκριση των τιμών των υπηρεσιών είναι πιο δύσκολη γιατί δεν “εκτίθενται” και η κάθε επιχείρηση διαθέτει τη δική της υπηρεσία.

Λόγω των παραπάνω προβλημάτων ο καταναλωτής χρησιμοποιεί για τις υπηρεσίες τιμές αναφοράς, δηλαδή μία ενδεικτική τιμή για κάθε υπηρεσία ή προϊόν που έχει στη μνήμη του. Η τιμή αυτή συνίσταται από την τελευταία που αυτός πλήρωσε ή την τιμή που πληρώνει τις περισσότερες φορές ή την μέση τιμή που πληρώνουν οι καταναλωτές στο σύνολο τους για παρόμοιες υπηρεσίες.

β. Η φθαρτότητα των υπηρεσιών, που σημαίνει έλλειψη δυνατότητας αποθήκευσης υπηρεσιών με αποτέλεσμα την διάθεση σε χαμηλότερες τιμές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα οι τουριστικές επιχειρήσεις που πωλούν στο τέλος της καλοκαιρινής περιόδου τις υπηρεσίες τους σε πολύ χαμηλές τιμές.

Ο συγχρονισμός παραγωγής – κατανάλωσης υπηρεσιών επηρεάζει την τιμολογιακή πολιτική των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών.

Ακόμη, στις περισσότερες υπηρεσίες είναι αναγκαία η συμμετοχή του καταναλωτή – πολίτη. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ο καταναλωτής να καταβάλει για την υπηρεσία χρηματική τιμή και μη χρηματική τιμή / κόστος. Στο κόστος αυτό περιλαμβάνεται ο χρόνος συμμετοχής του αγοραστή στην παραγωγή της υπηρεσίας, ο

χρόνος αναμονής του στη σειρά π.χ. αναμονή σε τράπεζα, ο χρόνος που διέθεσε για την εύρεση της υπηρεσίας καθώς και τα ψυχικά κόστη, τα οποία προέρχονται από το φόβο – αβεβαιότητα που αισθανόμαστε λόγω της μη πλήρους κατανόησης μίας υπηρεσίας για την εκτέλεση της.

Τέλος, σε πολλές υπηρεσίες οι τιμές τους καθορίζονται από το κράτος (π.χ. τα εισιτήρια στα μέσα μαζικής μεταφοράς), σε άλλες από ενώσεις /συλλογικά όργανα που ανήκουν οι επιχειρήσεις ενώ στις περισσότερες περιπτώσεις, οι τιμές διαμορφώνονται με βάση παράγοντες όπως το κόστος, η ζήτηση, ο ανταγωνισμός κ.α..

Στην τιμολόγηση των υπηρεσιών λαμβάνονται υπόψη οι εξής παράγοντες:

1. η ελαστικότητα της ζήτησης σε σχέση με την τιμή
2. το στάδιο του κύκλου ζωής που βρίσκεται η υπηρεσία
3. η τιμολογιακή πολιτική των ανταγωνιστών
4. η θέση που θέλουμε να καταλάβει η υπηρεσία στην αγορά και
5. ο στρατηγικός ρόλος της τιμής στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

Οι μέθοδοι τιμολόγησης των υπηρεσιών βασίζονται στο κόστος, στην αγορά ή σε συνδυασμό αυτών.

Στη μέθοδο τιμολόγησης της υπηρεσίας με βάση το κόστος, συνήθως λαμβάνεται ο χρόνος που διέθεσε ο πωλητής για την παροχή τους (μηχανικοί, δικηγόροι, σύμβουλοι επιχειρήσεων, καθηγητές, ιατροί κ.α.)και όχι με βάση της μονάδες της υπηρεσίας.

Στη μέθοδο τιμολόγησης της υπηρεσίας με βάση την αγορά διακρίνουμε δύο περιπτώσεις. Στη πρώτη περίπτωση τιμολογούμε λαμβάνοντας υπ' όψη τον ανταγωνισμό ενώ στη δεύτερη την καταναλωτική συμπεριφορά. Η πρώτη μέθοδος χρησιμοποιείται σε τυποποιημένες υπηρεσίες και σε ολιγοπωλιακές αγορές, π.χ. μία μείωση στις τιμές από μία επιχείρηση του κλάδου των τηλεπικοινωνιών θα είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση των τιμών των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων όπως TIM, VODAFONE κ.α.. Η δεύτερη μεθοδός που στηρίζεται στην συμπεριφορά και αντίληψη του καταναλωτή σχετικά με την τιμή που είναι διατεθειμένος να πληρώσει. Η τιμή αυτή είναι συνάρτηση της αξίας της υπηρεσίας όπως αυτή γίνεται αντιληπτή από τον καταναλωτή. Οι καταναλωτές ορίζουν την αξία με διαφορετικούς τρόπους, ειδικότερα για ορισμένους σημαίνει χαμηλή τιμή, για άλλους υψηλή τιμή, για άλλους είναι η ποιότητα που λαμβάνουν για την τιμή που κατέβαλαν, ενώ για άλλους είναι αυτό που

λαμβάνουν για όσα αυτοί κατέλαβαν. Είναι προφανές ότι, ο καταναλωτής αξιολογεί την χρησιμότητα της υπηρεσίας με βάση τις αντιλήψεις του σχετικά με το τι έδωσε και τι πήρε στη συγκεκριμένη υπηρεσία.

Για τον τύπο του καταναλωτή που η αξία της υπηρεσίας σημαίνει χαμηλή τιμή οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προσφέρουν εκπτώσεις, μη στρογγυλοποιημένες τιμές (π.χ. 69,50€ αντί 70€) και τιμές που διαφοροποιούνται με βάση τη θέση, χρόνο και ποσότητα κατανάλωσης της υπηρεσίας. π.χ. **τιμολόγηση με βάση τη θέση**, θέατρο, γήπεδα, ξενοδοχεία – **τιμολόγηση με βάση το χρόνο** είναι η τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες, δίκτυα παροχής ενέργειας (νυχτερινό τιμολόγιο ή και κυριακάτικες μειωμένες τιμές) – ενώ για την ποσότητα είναι οι παρεχόμενες εκπτώσεις λόγω αγοράς μεγαλύτερης ποσότητας.

Για την κατηγορία των καταναλωτών που αντιλαμβάνονται την αξία ως υψηλή και προτιμούν να απολαμβάνουν παροχές υπηρεσιών υψηλής τιμολόγησης ιδιαίτερα για τις νέες υπηρεσίες καθώς και υψηλή τιμή για λόγους γοήτρου.

Στην Τρίτη περίπτωση των καταναλωτών που αντιλαμβάνονται την αξία σαν τη ποιότητα που λαμβάνουν για την τιμή που πληρώνουν, η επιχείρηση προσπαθεί να δώσει όσο το δυνατό περισσότερο, ή έχει διαφορετικές τιμές ανάλογα με την κατηγορία των πελατών (φοιτητικά εισιτήρια, εισιτήρια για την τρίτη ηλικία κ.α.) ή ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Η τελευταία κατηγορία καταναλωτών προσδιορίζει την αξία με βάση τα οφέλη που λαμβάνει από αυτή. Εδώ οι επιχειρήσεις μπορούν να ακολουθήσουν διάφορες πολιτικές τιμολόγησης:

- τιμή “πακέτου” όπου εδώ ο πελάτης έχει την δυνατότητα επιλογής μίας ή περισσότερων υπηρεσιών ή της αγοράς ενός πακέτου ή και περισσότερων με ειδική έκπτωση. Άλλες μορφές είναι όταν παρέχεται έκπτωση για την αγορά μίας υπηρεσίας εάν κάποια άλλη αγοραστή στην κανονική τιμή και όταν προσφέρεται μία τιμή για την αγορά δύο ή περισσότερων υπηρεσιών.

- τιμολόγηση βάση αποτελεσμάτων που θα φέρει ή υπηρεσία στον καταναλωτή της. Για παράδειγμα αναφέρουμε διαφημιστικές εταιρείες που δέχονται να πληρωθούν από τους πελάτες με βάση τα αποτελέσματα της διαφήμισης, και ορισμένοι δικηγόροι που λαμβάνουν ως αμοιβή ποσοστό από τα χρήματα που θα λάβει με δικαστική απόφαση ο πελάτης τους.

- εγγύηση για επιστροφή χρημάτων σε περίπτωση που ο καταναλωτής δεν επιτύχει τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα από την υπηρεσία που του προσφέρθηκε.
- τιμολόγηση με βάση προμήθεια, το οποίο χρησιμοποιούν αρκετές επιχειρήσεις όπως μεσιτικές διαφημιστικές κ.α..

2.3.2. Προβολή των υπηρεσιών.

Στα προηγούμενα κεφάλαια είδαμε ότι για να πωληθεί ένα προϊόν / υπηρεσία πρέπει να ικανοποιηθεί μία συγκεκριμένη ανάγκη του καταναλωτή και ότι πρέπει να επιλεγεί το κατάλληλο δίκτυο διανομής και η κατάλληλη τιμή πώλησης του. Παρ' όλα αυτά οι παραπάνω αποφάσεις και ενέργειες δεν επαρκούν προκειμένου να πωληθεί ένα προϊόν / υπηρεσία. Η επιχείρηση πρέπει να επικοινωνήσει με το τμήμα της αγοράς στόχου, στην οποία θα προσφέρει τη συγκεκριμένη υπηρεσία προβάλλοντας τα χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματά της. Η αιχμή του Μάρκετινγκ είναι το μήνυμα που μεταβιβάζεται στους πιθανούς καταναλωτές διαμέσου των διαφόρων στοιχείων του συστήματος επικοινωνίας της επιχείρησης. Μήνυμα είναι το περιεχόμενο της συγκεκριμένης αναγγελίας ή η υπόσχεση που δίνει η επιχείρηση στους καταναλωτές του επιλεγμένου τμήματος της αγοράς.

Τα στοιχεία του συστήματος επικοινωνίας που θα μπορούσαμε να τα ονομάσουμε και σαν στοιχεία μείγματος προβολής συνίσταται σε πέντε βασικές δραστηριότητες:

1. της δημόσιες σχέσης
2. τη διαφήμιση
3. την προσωπική πώληση
4. τις μεθόδους προώθησης πωλήσεων.
5. το άμεσο Μάρκετινγκ

Τα στελέχη του Μάρκετινγκ θα πρέπει να επιλέξουν εκείνα τα στοιχεία του μείγματος που θα επιδράσουν περισσότερο αποτελεσματικά στην προβολή ενός συγκεκριμένου προϊόντος – υπηρεσίας.

Τα παραπάνω στοιχεία του μείγματος προβολής αποτελούν την **ελεγχόμενη επικοινωνία** της επιχείρησης, γιατί μέσω αυτών των στοιχείων αποστέλλονται επιλεγμένα μηνύματα της επιχείρησης προς τους καταναλωτές προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της. Εκτός από την ελεγχόμενη υπάρχει και **ή μη ελεγχόμενη**

επικοινωνία την οποία απαρτίζουν μηνύματα που έχουν τη βάση τους στην **από στόμα σε στόμα επικοινωνία**. Τα μηνύματα αυτά είναι προσωπικές συστάσεις, καθώς και ή αντίληψη που έχει ο καταναλωτής για μία υπηρεσία ή την εικόνα της επιχείρησης.

2.4. Η συμπεριφορά του καταναλωτή - πελάτη - πολίτη.

Η συμπεριφορά του καταναλωτή περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι διεκπεραιώνουν της συναλλαγές τους. Η κατανάλωση αποτελεί μια συγκεκριμένη συμπεριφορά που προκύπτει από την αλληλεπίδραση νοητικών και συγκινησιακών διεργασιών καθώς και φυσικών ενεργειών. **Ο καταναλωτής ενεργεί μέσα σε ένα ευρύτερο οικονομικό, νομικό, τεχνολογικό και κοινωνικό περιβάλλον.**

Παράλληλα επηρεάζεται έμμεσα από **τέσσερις βασικές ομάδες παραγόντων:**

- α) **Πολιτιστικούς παράγοντες** (κουλτούρα, παιδεία)
- β) **Κοινωνικούς παράγοντες** (ομάδες αναφοράς, οικογένεια, κοινωνική θέση)
- γ) **Προσωπικούς παράγοντες** (ηλικία και κύκλος ζωής οικογένειας, απασχόληση, οικονομική κατάσταση, τρόπο ζωής, προσωπικότητα και αυτοεκτίμηση)
- δ) **Ψυχολογικούς παράγοντες** (υποκίνηση, αντίληψη, μάθηση, πεποιθήσεις, στάσεις)

Η διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς έχει στόχο την ακριβή περιγραφή για την σωστή πρόβλεψη της συμπεριφοράς και για να βοηθήσει τον καταναλωτή να λάβει σωστές αποφάσεις. Έχουν αναπτυχθεί πολλές μορφές προσεγγίσεις:

Η Κανονιστική – θεωρεί ότι αναλύοντας το πρόβλημα των επιλογών αγοράς του καταναλωτή και τη διαθέσιμη πληροφόρηση βοηθά των καταναλωτή να πάρει τις άριστες αποφάσεις.

Η Ρυθμιστική – ασχολείται με το πώς ο καταναλωτής θα πρέπει να αποφασίζει με δεδομένο τον προϋπολογισμό (έσοδα – έξοδα) και τους στόχους του για καλύτερη χρήση των εσόδων – αποταμιεύσεων του.

Η Προβλεπτική – αντικείμενο της η πρόβλεψη της συμπεριφοράς σε μια διαφημιστική εκστρατεία και ποιο θα είναι το μερίδιο αγοράς για το προϊόν – υπηρεσία.

Η Περιγραφική – ασχολείται με τη λείπει καταναλωτικών αποφάσεων και με τους παράγοντες που της επηρεάζουν. Η προσέγγιση αυτή είναι η βάση των τριών πρώτων καθώς περιγράφει τους κανόνες λήψης αποφάσεων και την επιρροή που ασκείται στον καταναλωτή από το περιβάλλον⁽²⁾.

(2) Πηγή: Antonides-Raaij,1998, σελ. 14

Η έρευνα της συμπεριφοράς του καταναλωτή – πελάτη εξετάζει ολόκληρο τον καταναλωτικό κύκλο έχοντας σημείο εκκίνησης τον αρχικό προσανατολισμό του καταναλωτή και κατάληξη την αγορά, την χρήση και τον έλεγχο της ικανοποίησης μετά την παροχή - αγορά της υπηρεσίας.

Μπορούμε να παρατηρήσουμε την συμπεριφορά του καταναλωτή – πελάτη μέσα από τις λειτουργίες του μάρκετινγκ.

Τμηματοποιήσεις: ποια κριτήρια θα χρησιμοποιηθούν για να τμηματοποιηθεί η αγορά. Ποιοι καταναλωτές αποτελούν την κύρια αγορά – στόχο.

Προϊόν: ποια προϊόντα χρησιμοποιούν οι καταναλωτές και ποια οφέλη αναμένουν από τα προϊόντα/ υπηρεσίες.

Τιμή: πόσο σημαντική είναι η τιμή για τους καταναλωτές διαφόρων αγορών – στόχων και τι επιπτώσεις θα είχε μια αλλαγή τιμής στην αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή.

Προβολή: ποιες πολιτικές προβολής και προώθησης επηρεάζουν περισσότερο τον καταναλωτή να αγοράσει και να χρησιμοποιήσει το προϊόν / υπηρεσία και ποιο είναι το αποτελεσματικότερο είδος και τρόπος διαφήμισης.

Διανομή: σε ποια σημεία πώλησης προτιμούν να αγοράσουν οι καταναλωτές και τι επιπτώσεις θα είχε ένα διαφορετικό σύστημα διανομής στην αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή⁽³⁾.

Πρωταρχικός στόχος στην εξέταση της συμπεριφοράς του πελάτη υπηρεσιών ως καταναλωτή είναι η επισήμανση των παραγόντων εκείνων που οδηγούν αυτόν στην αγορά / κατανάλωση της συγκεκριμένης υπηρεσίας.

Στον τομέα της συμπεριφοράς του καταναλωτή έχουν αναπτυχθεί αρκετά μοντέλα, που προσπαθούν να απεικονίσουν τη διαδικασία λήψης απόφασης από τον καταναλωτή, σε σχέση με την αγορά κάποιου από τα προσφερόμενα στην αγορά προϊόντα. Τα μοντέλα αυτά είναι προσανατολισμένα στα υλικά αγαθά και όχι στις υπηρεσίες. Ένα από τα λίγα μοντέλα που αναπτύχθηκαν ειδικά για της υπηρεσίες είναι αυτό στο οποίο ο καταναλωτής παρακινείται από ένα σύνολο αναγκών οι οποίες μεταφράζονται σε ένα σύνολο επιθυμητών χαρακτηριστικών, όπως ασφάλεια, τελειότητα, διαθεσιμότητα κ.α. Τα χαρακτηριστικά αυτά προσφέρονται στην αγορά

(3) Πηγή: Peter – Olson, Consumer Behavior, 1994, σελ. 1

και από άλλους ανταγωνιστές, και ο καταναλωτής ενημερώνεται μέσω της διαφήμισης. Έχοντας υπόψη τα παραπάνω χαρακτηριστικά ο καταναλωτής επιλέγει την υπηρεσία την οποία τελικά θα αγοράσει με ένα από τους παρακάτω τρόπους:

- Επιλέγει με βάση ένα πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό.
- Επιλέγει με βάση ένα ειδικό χαρακτηριστικό με την προϋπόθεση ότι και τα άλλα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας βρίσκονται σε κάποιο ανεκτό επίπεδο.
- Επιλέγει με βάση τα χαρακτηριστικά των ανταγωνιστικών υπηρεσιών, τα οποία βαθμολογούνται με τη χρήση συντελεστών στάθμισης και κατατάσσονται με αξιολογική σειρά.
- Επιλέγει με βάση των παράγοντα επηρεασμού από άλλους χρήστες της υπηρεσίας.

Στον τομέα των υπηρεσιών οι καταναλωτές επηρεάζονται και λαμβάνουν υπόψη τους, τους άλλους καταναλωτές κατά τη διάρκεια της διαδικασίας κατανάλωσης κι όχι μόνο πριν ή μετά όπως τα προϊόντα – υλικά αγαθά. Για παράδειγμα αναφέρουμε την απόλαυση ενός ταξιδιού / κρουαζιέρα που εξαρτάται και από τους άλλους συνεπιβάτες αυτής της υπηρεσίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟΥΣ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ - ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ (Ο.Τ.Α.)

3. Κεφάλαιο: Ο ρόλος του Μάρκετινγκ στους μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς – Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.).

Μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί ονομάζονται οι οργανισμοί που ο σκοπός τους δεν είναι το κέρδος. Τέτοιοι οργανισμοί είναι διάφορα Ιδρύματα που εξυπηρετούν τα συμφέροντα κάποιων κοινωνικών ομάδων όπως άτομα με ειδικές ανάγκες, παιδιά χωρίς γονείς, ναρκομανείς, άτομα που πάσχουν από τον καρκίνο, απροστάτευτα ζώα, ηλικιωμένους κ.α. χωρίς κανένα οικονομικό κόστος για τους πολίτες – καταναλωτές – χρήστες των υπηρεσιών αυτών. Τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (Τ.Ε.Ι.), τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (Α.Ε.Ι.), τα σχολεία, Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.), Ινστιτούτα διαφόρων ερευνών, ιδρύματα και Νοσοκομεία είναι οργανισμοί μη κερδοσκοπικοί. Για την συντήρηση και την λειτουργία τους αντλούν μέρος από το κρατικό προϋπολογισμό αλλά και από την ευρωπαϊκή κοινότητα. Κάποιοι υποστηρίζουν πως οι οργανισμοί αυτοί συμβάλουν στην οικονομία και την ποιότητα ζωής και άλλοι πως την υποβαθμίζουν. Οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί προσφέρουν στην οικονομία και την ποιότητα ζωής όταν λειτουργούν με σωστή και εκσυγχρονισμένη διοίκηση στα σημερινά δεδομένα και την κατάλληλη στρατηγική στόχου – μάρκετινγκ. Στην αντίθετη περίπτωση, δηλαδή της υπολειτουργίας των οργανισμών αυτών, της κακής διαχείρισης των πόρων, το χαμηλό επίπεδο παροχής υπηρεσιών από αυτά κ.α. η ποιότητα ζωής του πολίτη υποβαθμίζεται.

Για να κατανοήσουμε καλύτερα τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς πρέπει να τους συγκρίνουμε με τους κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Μία πρώτη διαφορά είναι ο σκοπός τους. Η κερδοσκοπικοί οργανισμοί μπορούν να αξιολογήσουν με ακρίβεια το ποσοστό της επιτυχίας τους με διάφορους ποσοτικούς μεθόδους, βάση των πωλήσεων, βάση της απόδοσης των επενδύσεων, το πλήθος των καταναλωτών και βέβαια βάση των κερδών. Οι εργαζόμενοι σε αυτούς δεν είναι σταθεροί και τις περισσότερες φορές προσφέρουν εθελοντική εργασία. Στους οργανισμούς όπου εργάζονται μισθωτοί υπάλληλοι υπάρχει καλύτερη διοικητική δομή και υπευθυνότητα.

Η λογιστική παρακολούθηση και τήρηση βιβλίων των οργανισμών αυτών παλαιότερα ήταν απλοποιημένη, σήμερα εφαρμόζονται προσαρμοσμένα στις ανάγκες τους κάθε φορά διπλογραφικά λογιστικά συστήματα. Τέτοια παραδείγματα έχουμε

στην τοπική αυτοδιοίκηση, στα νοσοκομεία κ.α. όπου επιβάλλετε πλέον να έχουν διπλογραφικό σύστημα.

Αν συγκρίνουμε έναν οργανισμό παροχής υπηρεσιών κερδοσκοπικό και έναν μη κερδοσκοπικό όσων αφορά το τμήμα μάρκετινγκ, θα πρέπει να χρησιμοποιούν μεθόδους μάρκετινγκ που είναι ίδιοι όσων αφορά τις υπηρεσίες. Αρχικά εντοπίζεται η ανάγκη μετά η αγορά στόχους στη συνέχεια οι στόχοι των οργανισμών και τέλος επεξεργασία και εφαρμογή της στρατηγικής. Το μάρκετινγκ και για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς είναι ένα πολύ καλό εργαλείο και απαραίτητο πλέον, για να κάνει τους στόχους τους πιο σαφείς και χειροπιαστούς. Επίσης, εντοπίζετε και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του κάθε οργανισμού από τις στρατηγικές μάρκετινγκ έτσι ώστε ο ανταγωνισμός να υιοθετηθεί και στους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Η συμπεριφορά του πολίτη – δημότη είναι αναπόσπαστο κομμάτι του προσανατολισμού των Ο.Τ.Α. και το μάρκετινγκ είναι απαραίτητο για την κατανόηση της συμπεριφοράς αυτής.

Ορισμένοι υποστηρίζουν την άποψη πως το μάρκετινγκ δεν είναι απαραίτητο στην Τ.Α.. Οι λόγοι που υποστηρίζουν την άποψη αυτή είναι :

1. Το είδος των υπηρεσιών

α. η παροχή δημοσίων αγαθών γίνεται χωρίς καμία διάκριση και καμία διαφορά με συγκεκριμένα αγαθά σε όλους του πολίτες.

β. η κάλυψη βασικών αναγκών που σκοπό δεν έχει το κέρδος αλλά την κοινωνική δικαιοσύνη.

γ. το αδιαφοροποίητο κοινό, ικανοποιούνται οι ανάγκες του μέσου πολίτη

2. Η Τ.Α. είναι πολιτικός θεσμός όχι ιδιωτική επιχείρηση εκλέγετε για να φροντίζει τοπικές υποθέσεις και όχι για να αποκομίσει κέρδη.

3. Περιορισμένοι οικονομικοί πόροι για την υλοποίηση των όσων προτείνουν οι μάρκετες.

4. Περιορισμός λόγω θεσμικού πλαισίου το οποίο περιορίζει την υλοποίηση των όσων προτείνουν οι μάρκετες.

5. Όχι καταναλωτές αλλά ψηφοφόροι ο πολίτης ασκεί πολιτικές πιέσεις στις οποίες η Τ.Α. κάποιες φορές υποκύπτει άρα ο όρος καταναλωτής είναι αδόκιμος.

Υπάρχει βέβαια και η αντίθετη άποψη, η οποία υποστηρίζει πως το μάρκετινγκ είναι απαραίτητο στην Τ.Α.. Οι λόγοι που υποστηρίζουν την άποψη αυτοί, είναι:

1. Μελετάει την συμπεριφορά του δημότη – καταναλωτή (προτιμήσεις, ανάγκες προβλήματα) προτείνοντας λύσεις (τρόπους αντιμετώπισης), βελτίωση παρεχόμενων υπηρεσιών και δημιουργία νέων. .
2. Ενεργός συμμετοχή του πολίτη, των κάνει να νιώθει αναπόσπαστο μέλος του συστήματος, καθώς του δίνει την ευκαιρία να ακουστεί η άποψη του πιο σύντομα από την κάλπη π.χ. μέσα από τα συστήματα διαχείρισης παραπόνων.
3. Καλύτερη διαχείριση πόρων, η Τ.Α. έχει περιορισμένους πόρους, τους οποίους δεν μπορεί να σπαταλά και με την βοήθεια του μάρκετινγκ μειώνεται το κόστος.
4. Ευελιξία, με την βοήθεια του μάρκετινγκ κατανοούμε τις ανάγκες των πολιτών – καταναλωτών και ανακαλύπτουμε καλύτερους και οικονομικότερους τρόπους διαχείρισης, δίνοντας έτσι την ικανότητα ευελιξίας του συστήματος οργάνωσης της Τ.Α. για να επιτύχει καλύτερα τους στόχους της.

Η αλλαγές στην Τ.Α. είναι εμφανές, η αντικατάσταση της από νέους αποκεντρωμένους και ευέλικτους οργανισμούς είναι γεγονός. Θα πρέπει να εκσυγχρονιστεί, να γίνει ευέλικτη, ευκίνητη και υπεύθυνη απέναντι στις ανάγκες των πολιτών – καταναλωτών της. Ο ρόλος της στην ανοικοδόμηση του σημερινού κόσμου είναι σημαντική, όμως οι εξελίξεις είναι ραγδαίες και πρέπει να τις ακολουθήσει. Η αλλαγή έχει αρχίσει και δε θα περάσει πολύς καιρός που θα δούμε μία νέα Τ.Α.

Το Μάρκετινγκ θα παίξει τον δικό του σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια αυτή για μία νέα, εκσυγχρονισμένη Τ.Α.

Υπάρχει βέβαια και η αντίθετη άποψη η οποία υποστηρίζει πως το μάρκετινγκ είναι απαραίτητο για όλους. Ο Ο.Τ.Α.Τ. στην ουσία είναι μια υπηρεσία που παρέχει υπηρεσίες και οι υπηρεσίες αυτές είναι οι υπηρεσίες που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ.

1. Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ.

2. Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

3. Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ.

4. Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ.

Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. Η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ. είναι η υπηρεσία που παρέχει ο Ο.Τ.Α.Τ.Τ.

4. Κεφάλαιο: Συμπεράσματα.

Οι πρωτογενής και δευτερογενής τομείς δεν μπορούν να λειτουργήσουν χωρίς την υποστήριξη των οικονομικών η μεταφορικών υπηρεσιών που προσφέρει ο τριτογενής τομέας. Οι οργανισμοί θα πρέπει να καθορίσουν τον πυρήνα της υπηρεσίας για να είναι σε θέση να την προστατεύουν, διαφορετικά μπορεί να βρεθούν στην πίεση και την αβεβαιότητα.. Βασικό στις υπηρεσίες είναι **το όφελος και τα χαρακτηριστικά** της υπηρεσίας που παράγουν το όφελος.

Το Μάρκετινγκ των υπηρεσιών δεν έχει μεγάλη διαφορά από αυτό των προϊόντων. Οι διαδικασίες όπως ο προγραμματισμός, το μείγμα μάρκετινγκ και ο έλεγχος έχουν την ίδια εφαρμογή τόσο στις υπηρεσίες όσο και στα προϊόντα.

Οι υπηρεσίες θα πρέπει να σχεδιάζονται από την άποψη του καταναλωτή – πολίτη και όχι του παραγωγού - οργανισμού. Οι χρήστες των υπηρεσιών δεν είναι μια ομοιογενές μάζα και για αυτό θα πρέπει πριν δημιουργήσουμε το προϊόν – υπηρεσία να τμηματοποιήσουμε την αγορά.

Η έρευνα της συμπεριφοράς του καταναλωτή – πελάτη εξετάζει ολόκληρο τον καταναλωτικό κύκλο έχοντας σημείο εκκίνησης τον αρχικό προσανατολισμό του καταναλωτή και κατάληξη την **αγορά, την χρήση και τον έλεγχο της ικανοποίησης μετά την παροχή - αγορά της υπηρεσίας.**

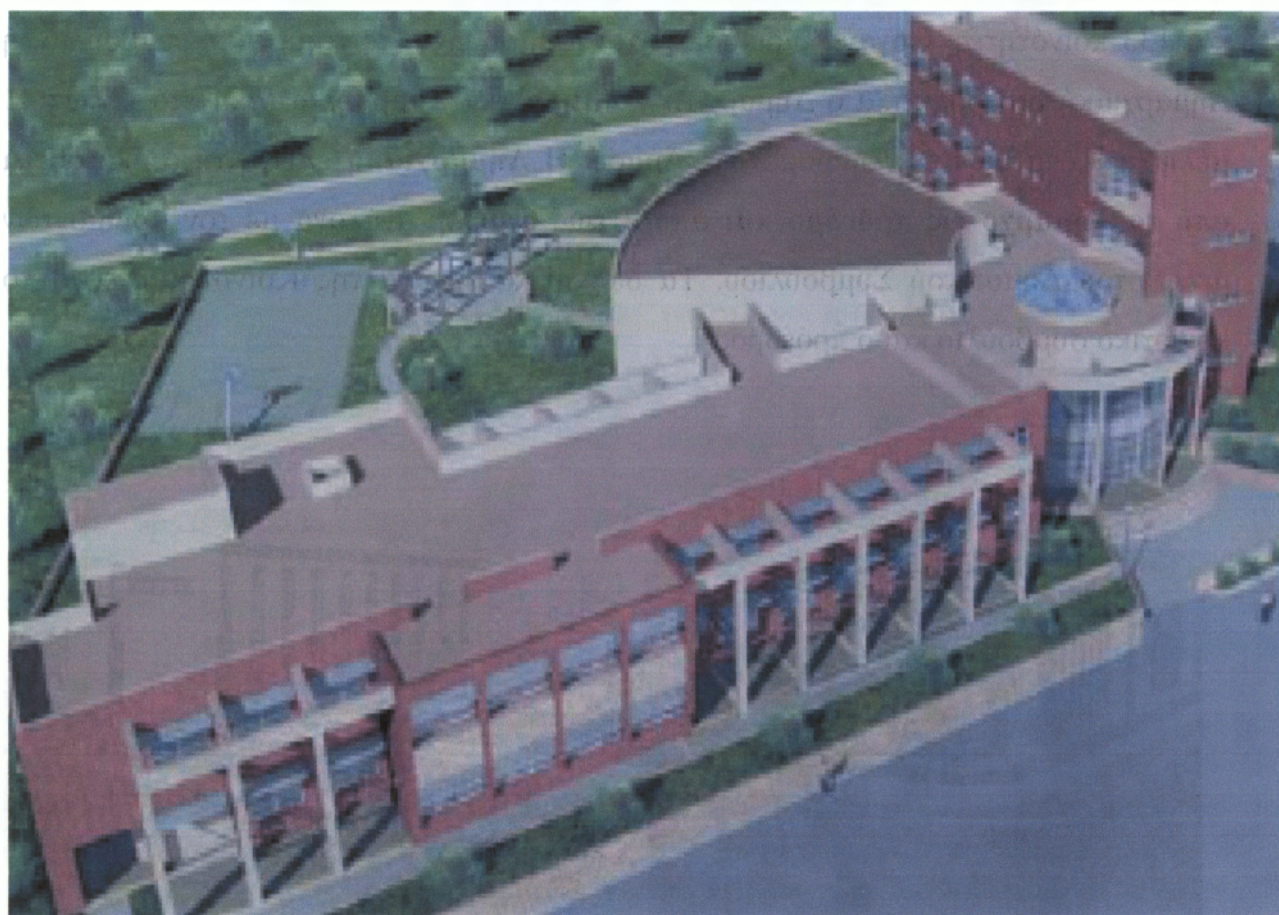
Σε πολλές υπηρεσίες οι τιμές τους καθορίζονται από το κράτος, σε άλλες από ενώσεις /συλλογικά όργανα που ανήκουν οι επιχειρήσεις ενώ στις περισσότερες περιπτώσεις, οι τιμές διαμορφώνονται με βάση παράγοντες όπως το κόστος, η ζήτηση, ο ανταγωνισμός κ.α..

Στον τομέα των υπηρεσιών οι καταναλωτές επηρεάζονται και λαμβάνουν υπόψη τους, τους άλλους καταναλωτές κατά τη διάρκεια της διαδικασίας κατανάλωσης κι όχι μόνο πριν ή μετά όπως τα προϊόντα – υλικά αγαθά.

Το μάρκετινγκ είναι ένα πολύ καλό εργαλείο και απαραίτητο στους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, για να κάνει εφικτούς τους στόχους τους. Επίσης, εντοπίζετε και **το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα** του κάθε οργανισμού από τις στρατηγικές μάρκετινγκ έτσι ώστε ο ανταγωνισμός να υιοθετηθεί και στους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ – ΣΠΑΡΤΗΣ (μακέτα)

1. Κεφάλαιο: Η Τοπική Αυτοδιοίκηση και οι υπηρεσίες της.

Την τοπική αυτοδιοίκηση Α΄ βαθμού αποτελούν οι δήμοι και οι κοινότητες. Δήμοι είναι οι πρωτεύουσες των νομών και οι πόλεις που έχουν πάνω από 10.000 κατοίκους. Κοινότητα μπορεί να αποτελέσει κάθε συνοικισμός που έχει απογραφή ως αυτοτελής, με πληθυσμό τουλάχιστον 1.000 κατοίκων και με οικονομική δυνατότητα, εφόσον το ζητήσουν τα $\frac{3}{4}$ των εκλογέων κατοίκων και με την προϋπόθεση ότι ο δήμος ή η κοινότητα από την οποία αποσπάται ο συνοικισμός παραμένει με 1.000 τουλάχιστον κατοίκους και με οικονομική δυνατότητα .

Οικονομική δυνατότητα, σημαίνει την ικανότητα του συνοικισμού να δημιουργεί έσοδα, που επαρκούν για την αντιμετώπιση των εξόδων διοικήσεως, των υποχρεωτικών δαπανών και την εκτέλεση των απαραίτητων έργων για την τοπική κοινωνία. Σήμερα στους δήμους και στις κοινότητες εφαρμόζεται το πρόγραμμα «**Ι. Καποδίστριας**» και υλοποιείτε σύμφωνα με το Ν. 2539/1997. Υπάρχουν 900 Δήμοι και 133 κοινότητες. Όργανα διοικήσεως του Δήμου είναι το Δημοτικό Συμβούλιο, ή Δημαρχιακή Επιτροπή και ο Δήμαρχος. Το **Δημοτικό Συμβούλιο έχει από 11 έως 41 μέλη** ανάλογα με τον πληθυσμό του Δήμου. Η **Δημαρχιακή επιτροπή αποτελείται από το Δήμαρχο ως πρόεδρο και από 2 έως 6 μέλη**, ανάλογα με τον αριθμό των μελών του Δημοτικού Συμβουλίου. Τα διοικητικά όργανα της Κοινότητας είναι το κοινοτικό συμβούλιο και ο πρόεδρος.



ΔΙΟΙΚΗΤΗΡΙΟ – ΣΠΑΡΤΗΣ (μακέτα)

Σύμφωνα με το άρθρο 102 παρ. 1 του Συντάγματός, η διοίκηση των τοπικών υποθέσεων ανήκει στους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης, των οποίων πρώτη

βαθμίδα αποτελούν οι δήμοι και οι κοινότητες. Ο νόμος εξειδικεύει ορισμένες αρμοδιότητες ως αποκλειστικές αρμοδιότητες των δήμων και κοινοτήτων.

Οι αρμοδιότητες της τοπικής αυτοδιοίκησης είναι οι εξής:

Οι δημοτικές και κοινοτικές αρχές διευθύνουν και ρυθμίζουν όλες τις τοπικές υποθέσεις, σύμφωνα με τις αρχές της επικουρικότητας και της εγγύτητας, με στόχο την προστασία, την ανάπτυξη και τη συνεχή βελτίωση των συμφερόντων και της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινωνίας. Οι αρμοδιότητες των Δήμων και κοινοτήτων αφορούν κυρίως τους τομείς:

➤ **Ανάπτυξης**

- η προστασία, η αξιοποίηση και η εκμετάλλευση των τοπικών φυσικών πόρων και περιοχών, ότι έχει σχέση με την Αϊφόρο Ανάπτυξη, την συντήρηση και διαχείριση των σχετικών έργων και εγκαταστάσεων που απαιτούνται σε κάθε εκμετάλλευση πρώτων υλών – πυγών ενέργεια.
- η μελέτη, κατασκευή, συντήρηση και διαχείριση των δικτύων φυσικού αερίου
- ο εξηλεκτρισμός, η επέκταση λειτουργικών δικτύων και γενικότερα δικτύων ενέργειας, εντός των διοικητικών τους ορίων, για κοινωφελείς σκοπούς, καθώς και την τόνωση της ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας
- η μελέτη, κατασκευή και εκμετάλλευση βιοτεχνικών κέντρων και κτιρίων στις ειδικές βιοτεχνικές και βιομηχανικές ζώνες που καθορίζονται στο πλαίσιο του πολεοδομικού και χωροταξικού σχεδιασμού
- η εκπόνηση και εφαρμογή προγραμμάτων ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού της περιοχής τους
- η εκπόνηση και εφαρμογή προγραμμάτων έρευνας και τεχνολογίας για την ανάπτυξη της περιοχής τους
- ο σχεδιασμός, η κατασκευή, συντήρηση και διαχείριση υποδομών για τη στήριξη της τοπικής οικονομίας, όπως έργων οδοποιίας, συστημάτων άρδευσης, αντιπλημμυρικών και εγγειοβελτιωτικών έργων
- η εκπόνηση, υλοποίηση και η συμμετοχή σε προγράμματα για την τουριστική ανάπτυξη των περιοχών τους και την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς και η δημιουργία θέρετρων και άλλων εγκαταστάσεων αναψυχής και διακοπών

- η διοίκηση και εκμετάλλευση των χώρων της ζώνης λιμένα δικαιοδοσίας τους, καθώς και η κατασκευή και συντήρηση των αναγκαίων λιμενικών έργων
- η ίδρυση, κατασκευή, συντήρηση και διαχείριση δημοτικών και κοινοτικών αγορών
- η κατασκευή, συντήρηση και διαχείριση αποθηκευτικών χώρων υγρών καυσίμων
- η διαχείριση, η αξιοποίηση και η εκμετάλλευση της δημοτικής και κοινοτικής περιουσίας – κτιρίων
- η εκμετάλλευση δημοτικών και κοινοτικών δασών
- η διαχείριση και εκμετάλλευση δημοτικών και κοινοτικών καλλιεργητικών εκτάσεων και βοσκοτόπων, καθώς και αποκαλυπτόμενων καλλιεργητικών εκτάσεων που τους παραχωρούνται από το Δημόσιο

➤ **Περιβάλλοντος**

- η εκπόνηση τοπικών προγραμμάτων για την προστασία και αναβάθμιση του φυσικού, αρχιτεκτονικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, στο πλαίσιο των εθνικών και ευρωπαϊκών πολιτικών
- η προστασία και διαχείριση των υδάτινων πόρων, η προστασία του εδάφους και των εσωτερικών υδάτων από την αλιεία και η καταπολέμηση της ρύπανσης στην περιφέρεια τους
- η ίδρυση και λειτουργία δημοτικών και κοινοτικών εργαστηρίων, σφαγείων
- η καθαριότητα όλων των κοινόχρηστων χώρων της εδαφικής τους περιφέρειας, η αποκομιδή και διαχείριση των αποβλήτων, καθώς και η κατασκευή, συντήρηση και διαχείριση συστημάτων αποχέτευσης και βιολογικού καθαρισμού και η λήψη προληπτικών και κατασταλτικών μέτρων για την προστασία των κοινόχρηστων χώρων και ιδιαίτερα των χώρων διάθεσης απορριμμάτων από εκδήλωση πυρκαγιάς σύμφωνα με τη σχετική νομοθεσία
- η παροχή συνδρομής στην αρμόδια πυροσβεστική υπηρεσία, με κάθε πρόσφορο μέσο που διαθέτουν, για την αντιμετώπιση πυρκαγιών, ιδίως σε περιοχές που έχουν δασικό χαρακτήρα
- η λήψη μέτρων για την αποκατάσταση και ανάπλαση των περιοχών της περιφέρειας τους, κυρίως σε περιοχές όπου αναπτύσσεται εκμετάλλευση ορυκτού πλούτου και εγκαθίστανται μονάδες επεξεργασίας αποβλήτων

- η συμμετοχή τους σε θέματα πολεοδομίας, χωροταξίας και χρήσεων γης, όπως αυτή προβλέπεται από την νομοθεσία
- ο καθορισμός των χώρων για τη δημιουργία κοιμητηρίων και η παροχή γνώμης για τον καθορισμό χώρων αποτέφρωσης νεκρών

► **Ποιότητας Ζωής και Εύρυθμης Λειτουργίας των Πόλεων και των Οικισμών**

- η εξασφάλιση και διαρκή βελτίωση των τεχνικών και κοινωνικών υποδομών στις πόλεις και τα χωριά όπως η κατασκευή, συντήρηση και διαχείριση συστημάτων ύδρευσης, αφαλάτωσης, τηλεθέρμανσης, έργων ηλεκτροφωτισμού των κοινόχρηστων χώρων, η δημιουργία χώρων πρασίνου, χώρων αναψυχής, πλατειών και λουτών υπαίθριων κοινόχρηστων χώρων
- η συμμετοχή στο έργο της αστικής συγκοινωνίας και η διενέργεια μεταφοράς για τη μετακίνηση κατοίκων της περιοχής τους, καθώς και η μεταφορά για την εξυπηρέτηση και την αναψυχή αυτών, όπως ορίζεται από το άρθρο 83 και στη σχετική νομοθεσία
- ο καθορισμός, κατασκευή συντήρηση και εκμετάλλευση υπογείων και υπέργειων χώρων στάθμευσης, καθώς και έλεγχος της στάθμευσης των αυτοκινήτων, σύμφωνα με τη νομοθεσία
- η ρύθμιση της κυκλοφορίας, ο καθορισμός πεζοδρόμων, μονοδρομήσεων και κατευθύνσεων της κυκλοφορίας, η απομάκρυνση εγκαταλελειμμένων οχημάτων και γενικότερα η λήψη μέτρων για την αποφυγή δυσμενών επιδράσεων στην ασφάλεια της κυκλοφορίας, σύμφωνα με τη νομοθεσία
- ο καθορισμός των χώρων και των όρων λειτουργίας των λαϊκών αγορών και των εμποροπανηγύρεων, για άσκηση υπαίθριων εμπορικών δραστηριοτήτων, που διενεργούνται στην περιφέρεια τους, κατά τη σχετική νομοθεσία, καθώς και των χώρων για την προσωρινή διαμονή μετακινούμενων πληθυσμιακών ομάδων
- ο καθορισμός χώρων για την τοποθέτηση πλαισίων προβολής υπαίθριας διαφήμισης, καθώς και ο προσανατολισμός ειδικότερων προδιαγραφών κατασκευής και προϋποθέσεων τοποθέτησης διαφημιστικών πλαισίων, σύμφωνα με τις τοπικές ιδιαιτερότητες στο πλαίσιο της νομοθεσίας
- η προστασία του καταναλωτή με τη δημιουργία Γραφείου Ενημέρωσης του καταναλωτή σχετικά με θέματα που αφορούν τα δικαιώματά του, την ποιότητα των

προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών και της επιπτώσεις τους στην υγεία και το περιβάλλον, σε συνεργασία με τις αρμόδιες αρχές

- ο προσδιορισμός ειδικότερων όρων και προϋποθέσεων της ίδρυσης και εγκατάστασης καταστημάτων, επιχειρήσεων και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων της δικαιοδοσίας τους που επηρεάζουν το φυσικό, πολιτιστικό και αρχιτεκτονικό περιβάλλον, καθώς και την αισθητική, φυσιογνωμία και τις εν γένει λειτουργίες της πόλης

- ο προσδιορισμός των όρων και των ωρών λειτουργίας μουσικής σε καταστήματα, τα οποία λειτουργούν στην πόλη, στο πλαίσιο των υγειονομικών και κανονιστικών διατάξεων της διοίκησης

- η μέριμνα και η λήψη μέτρων για την προστασία της δημόσιας υγείας, όπως ο υγειονομικός έλεγχος των δημοτικών και κοινοτικών δεξαμενών νερού, των καταστημάτων και των επιχειρήσεων, ο έλεγχος της ηχορύπανσης, κοινής ησυχίας και της εκπομπής ρύπων, θορύβων και άλλων επιβαρύνσεων του περιβάλλοντος από τροχοφόρα, η περισυλλογή και εν γένει η μέριμνα για τα αδέσποτα και η δημιουργία καταφυγίων, όπως ορίζεται από την νομοθεσία

- η μέριμνα και η λήψη μέτρων για την προστασία της ζωής και της περιουσίας των κατοίκων, όπως ο έλεγχος σήμανσης των εργασιών που εκτελούνται στις οδούς και της τήρησης των υποχρεώσεων αυτών που εκτελούν έργα και εναποθέτουν υλικά και εργαλεία στις οδούς, η λήψη μέτρων και ο έλεγχος για την προστασία από επικίνδυνες οικοδομές, από έλλειψη μέτρων ασφαλείας και υγιεινής σε εργασίες που εκτελούνται και γενικότερα από δραστηριότητες που εγκυμονούν κινδύνους, για τη ζωή και την περιουσία των κατοίκων

- η μέριμνα και η λήψη μέτρων για την προστασία και αναβάθμιση της αισθητικής των πόλεων και των οικισμών

- η μέριμνα και η λήψη μέτρων για την απρόσκοπτη πρόσβαση στους κοινόχρηστους χώρους

- η ονομασία των οδών, πλατειών, η τοποθέτηση πινακίδων πληροφορίας και η αρίθμηση κτισμάτων

► **Απασχόλησης**

- η υλοποίηση ή η συμμετοχή σε ολοκληρωμένα τοπικά σχέδια και προγράμματα δράσης και πρωτοβουλίες για την εφαρμογή και ανάπτυξη πολιτικών προώθηση της απασχόλησης και της κοινωνικής ενσωμάτωσης διαφόρων κατηγοριών ανέργων, στο πλαίσιο των εθνικών και ευρωπαϊκών πολιτικών
- προώθηση και ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και υπηρεσιών επαγγελματικής κατάρτισης, με την ίδρυση και λειτουργία Κέντρων Επαγγελματικού Προσανατολισμού και Κέντρων Επαγγελματικής Κατάρτισης προσαρμοσμένα στις τοπικές ανάγκες και ιδιαιτερότητες και κυρίως των πληθυσμών των ορεινών, αγροτικών και νησιωτικών περιοχών, στο πλαίσιο του εθνικών και ευρωπαϊκών πολιτικών
- συμβολή στην απορρόφηση του εργατικού δυναμικού της περιοχής τους με την ανάπτυξη συμβουλευτικών δράσεων που παρέχονται δωρεάν προς τους ανέργους, με στόχο την υποστήριξη και την ενθάρρυνση τους για την εξεύρεση απασχόλησης, καθώς και στην προώθηση ίσων ευκαιριών πρόσβασης στην αγορά εργασίας, με την δημιουργία Δημοτικών και Κοινοτικών Γραφείων Ενημέρωσης για την Απασχόληση, σε συνεργασία με τους αρμόδιους δημοσίους φορείς και τις επιχειρήσεις της περιοχής τους

► **Κοινωνικής Προστασίας και Αλληλεγγύης**

- η εφαρμογή ή η συμμετοχή σε δράσεις που αποσκοπούν στην υποστήριξη και κοινωνική φροντίδα της βρεφικής και παιδικές ηλικίες και της τρίτης ηλικίας, με την ίδρυση και λειτουργία νομικών προσώπων και ιδρυμάτων όπως παιδικές και βρεφονηπιακών σταθμών, βρεφοκομείων, ορφανοτροφείων, κέντρων ανοικτής περίθαλψης και ημερήσιας φροντίδας, ψυχαγωγίας και αναψυχής ηλικιωμένων, γηροκομείων κ.λπ. και τη μελέτη και εφαρμογή σχετικών κοινωνικών προγραμμάτων
- η εφαρμογή ή η συμμετοχή σε δράσεις και προγράμματα, που στοχεύουν στην μέριμνα, υποστήριξη και φροντίδα ευπαθών κοινωνικών ομάδων με την παροχή υπηρεσιών υγείας και την προαγωγή ψυχικής υγείας, όπως δημιουργία δημοτικών και κοινοτικών ιατρείων, κέντρων αγωγής υγείας, υποστήριξη και αποκατάστασης ατόμων με αναπηρία, κέντρων ψυχικής υγείας, συμβουλευτικής στήριξης των θυμάτων

ενδοοικογενειακής βίας και βίας κατά συνοικούντων προσώπων και κέντρων πρόληψης κατά εξαρτημένων ουσιών

- η μέριμνα για τη στήριξη αστεγών και οικονομικά αδύνατων δημοτών, με την παραχώρηση δημοτικών και κοινοτικών οικοπέδων σε αυτούς ή σε με την παροχή χρηματικών βοηθημάτων, ειδών διαβίωσης και περίθαλψης σε κατοίκους που αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα διαβίωσης κατά τις προβλέψεις αυτού του Κώδικα
- η σχεδίαση, η οργάνωση, ο συντονισμός και η εφαρμογή προγραμμάτων και πρωτοβουλιών για την πρόληψη της παραβατικότητας στην περιφέρεια τους, με τη δημιουργία Τοπικών Συμβουλίων Παραβατικότητας
- ο σχεδιασμός και εφαρμογή προγραμμάτων ή συμμετοχή σε προγράμματα και δράσεις για την ένταξη αθίγγανων, παλιννοστούντων ομογενών, μεταναστών και προσφύγων στην κοινωνική, οικονομική και πολιτιστική ζωή της τοπικής κοινωνίας
- η προώθηση και ανάπτυξη του εθελοντισμού και της κοινωνικής αλληλεγγύης με τη δημιουργία τοπικών δικτύων κοινωνικής αλληλεγγύης, εθελοντικών οργανώσεων και ομάδων εθελοντών που θα δραστηριοποιούνται για την επίτευξη των στόχων και την υποβοήθηση του έργου της κοινωνικής προστασίας και αλληλεγγύης του Δήμου και της Κοινότητας

➤ **Παιδείας, Πολιτισμού και Αθλητισμού**

- η κατασκευή, διαχείριση και βελτίωση των υλικοτεχνικών υποδομών του εθνικού συστήματος της πρωτοβάθμιας Παιδείας και ιδιαίτερα η συντήρηση, η καθαριότητα και η φύλαξη των σχολικών κτιρίων
- η ίδρυση και λειτουργία βιβλιοθηκών
- η ίδρυση και λειτουργία κέντρων δημιουργικής απασχόλησης παιδιών
- η ίδρυση και λειτουργία πάρκων κυκλοφοριακής αγωγής
- η εφαρμογή πολιτικών για την ανάδειξη και προστασία του τοπικού πολιτισμού, η προβολή των πολιτιστικών αγαθών και των σύγχρονων πολιτιστικών έργων που παράγονται σε τοπικό επίπεδο, με τη δημιουργία πολιτιστικών και πνευματικών κέντρων, μουσείων, πινακοθηκών, κινηματογράφων και θεάτρων, φιλαρμονικών και σχολών διδασκαλίας μουσικής, σχολών χορού, ζωγραφικής, γλυπτικής κ.λπ., καθώς και η μελέτη και εφαρμογή πολιτιστικών προγραμμάτων.

- η προστασία μουσείων, μνημείων, σπηλαίων, καθώς και αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων της περιοχής και των εγκαταστάσεων αυτών
- η επισκευή, συντήρηση και αξιοποίηση παραδοσιακών και ιστορικών σχολικών κτιρίων και κτιρίων που παραχωρούνται από δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς
- η διοργάνωση συναυλιών, θεατρικών παρατάσεων και άλλων πολιτιστικών εκδηλώσεων ή η συμμετοχή τους σε αυτά
- η προώθηση πολιτιστικών ανταλλαγών, σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία
- η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού
- η κατασκευή, συντήρηση και διαχείριση αθλητικών εγκαταστάσεων, όπως δημοτικών και κοινοτικών γυμναστηρίων, αθλητικών κέντρων και δημοτικών και κοινοτικών χώρων άθλησης
- η προώθηση και εφαρμογή προγραμμάτων ενίσχυσης μαζικού αθλητισμού και διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων

➤ Πολιτικής Προστασίας

- ο συντονισμός και η επίβλεψη του έργου της πολιτικής προστασίας για την πρόληψη, ετοιμότητα, αντιμετώπιση και αποκατάσταση των καταστροφών που συμβαίνουν στα διοικητικά του όρια
- η διατύπωση εισήγησης για το σχεδιασμό πολιτικής προστασίας της περιοχής τους, στο πλαίσιο του ετήσιου εθνικού σχεδιασμού και η εφαρμογή των προγραμμάτων, μέτρων και δράσεων που αφορούν την περιοχή τους στο πλαίσιο του εθνικού και περιφερειακού σχεδιασμού
- η διάθεση και ο συντονισμός δράσης του απαραίτητου δυναμικού και μέσων για την πρόληψη, ετοιμότητας, αντιμετώπιση και αποκατάσταση των καταστροφών της περιφέρειας τους

Ακόμα, οι Δήμοι και οι Κοινότητες ασκούν σε τοπικό επίπεδο, κρατικού χαρακτήρα αρμοδιότητες. Οι αρμοδιότητες αυτές έχουν ανατεθεί στους Ο.Τ.Α. για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πολιτών, δηλαδή την αποκέντρωση αρμοδιοτήτων. Οι αρμοδιότητες αυτές είναι:

- Η τήρηση του δημοτολογίου και του μητρώου αρρένων, η έκδοση των σχετικών πιστοποιητικών που απορρέουν από αυτό, καθώς και η τήρηση των υποχρεώσεων

που απορρέουν από την κείμενη νομοθεσία για τη δημιουργία και τήρηση του Εθνικού Δημοτολογίου .

➤ Η τήρηση των ληξιαρχικών βιβλίων, στα οποία καταχωρούνται τα ληξιαρχικά γεγονότα που συμβαίνουν στην περιφέρεια τους και η έκδοση αποσπασμάτων των ληξιαρχικών πράξεων.

➤ Η τήρηση αρχείων επίσημων εγγράφων και η έκδοση αντιγράφων

➤ Η περιοδική ενημέρωση των δημοσίων υπηρεσιών για τις μεταβολές προσωπικής κατάστασης, που προκύπτουν από τα τηρούμενα στοιχεία.

➤ Η τήρηση των υποχρεώσεων που προκύπτουν από την ισχύουσα εκλογική νομοθεσία.

➤ Η τήρηση των υποχρεώσεων που προκύπτουν από την ισχύουσα νομοθεσία περί ιθαγένειας – αλλοδαπών – μετανάστευσης.

➤ Η χορήγηση άδειας πολιτικού γάμου και η τέλεση των γάμων αυτών.

➤ Η δημιουργία, συντήρηση και λειτουργία κοιμητηρίων και κέντρων αποτέφρωσης νεκρών, καθώς και η χορήγηση άδειας ταφής και αποτέφρωσης νεκρών.

➤ Η χορήγηση βεβαίωσης μόνιμης κατοικίας.

➤ Ο έλεγχος της τήρησης των διατάξεων που αφορούν τους χώρους προσωρινής εγκατάστασης μετακινούμενων πληθυσμιακών ομάδων. Ο έλεγχος της τήρησης των διατάξεων που αφορούν τα κατοικίδια ζώα.

➤ Ο έλεγχος τήρησης των διατάξεων που αφορούν το Γενικό Οικοδομικό Κανονισμό και τις οικοδομές που χαρακτηρίζονται επικίνδυνες .

➤ Η χορήγηση, ανάκλησης και αφαίρεσης των αδειών ίδρυσης, λειτουργίας και εγκατάστασης των καταστημάτων και επιχειρήσεων, οι όροι λειτουργίας και εγκατάστασης των οποίων καθορίζονται από την κείμενη νομοθεσίας και τους αντίστοιχους υγειονομικούς κανονισμούς και διατάξεις, καθώς και ο έλεγχος της τήρησης αυτών.

➤ Η τήρηση των διατάξεων που αφορούν το ωράριο λειτουργίας των καταστημάτων.

➤ Η χορήγηση, ανάκληση και αφαίρεση αδειών εγκατάστασης και λειτουργίας κινηματογράφων, θεάτρων και παρεμφερών επιχειρήσεων και η διενέργεια των προβλεπόμενων επιθεωρήσεων.

- Η χορήγηση, ανάκληση και αφαίρεση αδειών ίδρυσης και λειτουργίας παιδότοπων και διάφορων ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων, όπως λούνα παρκ, τσίρκο, πίστες αυτοκινητιδίων, μουσικών συναυλιών και άλλων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, που προβλέπονται από την νομοθεσία, καθώς και ο έλεγχος τήρησης των σχετικών διατάξεων της.
- Η χορήγηση, ανάκληση και αφαίρεση αδειών τεχνικών ψυχαγωγικών παιγνίων και παροχής υπηρεσιών διαδικτύου, καθώς και ο έλεγχος τήρησης των σχετικών διατάξεων.
- Η χορήγηση και ανάκληση αδείας λειτουργίας μουσικών οργάνων, καθώς και ο έλεγχος τήρησης των σχετικών διατάξεων.
- Η χορήγηση και ανάκληση άδειας λειτουργίας μουσικών οργάνων, καθώς και ο έλεγχος τήρησης των σχετικών διατάξεων.
- Η χορήγηση και ανάκληση αδειών για την άσκηση στάσιμου εμπορείου, η χορήγηση αδειών εμποροπανηγύρεων και υπαίθριων χριστουγεννιάτικων αγορών, καθώς και ο έλεγχος τήρησης των διατάξεων που αφορούν το υπαίθριο εμπόριο και τις λαϊκές αγορές.
- Η χορήγηση αδείας κυκλοφορίας ζώηλατου οχήματος στην περιφέρεια τους.
- Η αφαίρεση της άδειας από τις οικοδομές για μη εξόφληση ασφαλιστικών εισφορών Ι.Κ.Α..
- Η χορήγηση και ανάκληση άδειας εγκατάστασης και χρήσης του οικήματος για την άσκηση δραστηριότητας από εκδιδόμενα πρόσωπα, καθώς και ο έλεγχος τήρησης των σχετικών διατάξεων.
- Ο έλεγχος τήρησης της τουριστικής νομοθεσίας από τις επιχειρήσεις τουριστικού ενδιαφέροντος, κατά τις ειδικότερες προβλέψεις του νόμου.
- Η χορήγηση αδειών διενέργειας διαφήμισης, τοποθέτησης πλαισίων υπαίθριας διαφήμισης, επιγραφών προσδιορισμού επαγγελματικής δραστηριότητας σε φυσικά και νομικά πρόσωπα, καθώς και η παραχώρηση χώρων για την προβολή δραστηριοτήτων σε νομικά πρόσωπα, που επιδιώκουν κοινωφελείς σκοπούς, όπως επίσης ο έλεγχος εφαρμογής των διατάξεων περί υπαίθριας διαφήμισης των προδιαγραφών των διαφημιστικών πλαισίων και επιγραφών, η αφαίρεση τους και η επιβολή προστίμων σε περιπτώσεις παρανομίας σύμφωνα με τις προϋποθέσεις και τους όρους που προβλέπει η νομοθεσία.

Η τοπική αυτοδιοίκηση, σαν μια συλλογή από υπηρεσίες, παρέχει έναν αριθμό από υπηρεσίες “προϊόντα” στους πολίτες – καταναλωτές του διαφορετικών τμημάτων κάθε φορά. Κάποιες υπηρεσίες απευθύνονται σε όλους τους πολίτες και άλλες σε συγκεκριμένες ομάδες που έχουν ανάγκη για ειδικές υπηρεσίες π.χ. παιδιά, ηλικιωμένοι, εθνικές μειονότητες - αλλοδαποί, γυναίκες, άνεργοι, νεολαία, μονογονικές οικογένειες, μητέρες με μικρά παιδιά, άνθρωποι με αναπηρίες, άτομα εξαρτημένα από διάφορες ουσίες, άστεγους κ.α.. Για να εξυπηρετηθούν σωστά οι διάφορες κοινωνικές ομάδες που μπορεί να υπάρχουν σε μία τοπική κοινωνία θα χρειαστεί η εφαρμογή διαφορετικών στρατηγικών μάρκετινγκ:

- Το Ομαδικό Μάρκετινγκ – σημαίνει ότι θα δημιουργηθεί μία υπηρεσία για όλα τα τμήματα π.χ. ηλεκτροφωτίζει δρόμων, διαχείριση απορριμμάτων.
- Το Διαφοροποιημένο Μάρκετινγκ – σημαίνει ότι θα δημιουργούνται διαφορετικές υπηρεσίες για διαφορετικές ομάδες καταναλωτών – πολιτών. Για παράδειγμα οι κοινωνικές υπηρεσίες προσπαθούν να βρουν διαφορετικές υπηρεσίες για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των διάφορων ευαίσθητων ομάδων όπως παιδιά ή άτομα με σωματικά ή διανοητικά προβλήματα κ. α.
- Το Επικεντρωμένο Μάρκετινγκ – σημαίνει ότι σε κάποιο τμήμα μετά από επικεντρωμένη προσέγγιση θα δημιουργηθεί μία υπηρεσία μόνο για αυτό το τμήμα. Δια παράδειγμα η υπηρεσίες στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση.



Ε.Ο. ΣΠΑΡΤΗΣ- ΓΥΘΕΙΟΥ ΕΩΣ ΤΗΝ ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΚΑΜΨΗΣ ΔΑΦΝΙΟΥ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΣΠΑΡΤΗΣ



Ο ΑΓΑΛΜΑ ΤΟΥ ΛΕΩΝΙΔΑ ΣΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΤΟΥ ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ ΣΤΑΔΙΟΥ

2.1. Η διαδικασία παροχής υπηρεσιών.

Διάρθρωση Υπηρεσιών του Δήμου Σπάρτης.

Οι δραστηριότητες των υπηρεσιών του Δήμου κατανέμονται στις εξής διοικητικές ενότητες:

1. Γενικός Γραμματέας.

Ο Γ.Γ. προΐσταται αμέσως μετά τον Δήμαρχο και τους Αντιδημάρχους, όλων των υπηρεσιών του Δήμου και προσυπογράφει τα υπό του Δημάρχου ή των Αντιδημάρχων υπογραφόμενα έγγραφα.

2. Γραφείο Νομικής Υποστήριξης

Οι αρμοδιότητες του γραφείου αυτού είναι:

- Παροχή υπηρεσιών στα αιρετά όργανα του Δήμου για την προώθηση των στόχων του Ο.Τ.Α. επίσης παρίσταται σε συνεδριάσεις του Δ.Σ. και Δ.Ε. μετά από πρόσκληση.
- Παροχή υπηρεσιών νομικής υποστήριξης προς τις υπηρεσίες στα νομικά πρόσωπα και στα άλλα ιδρύματα του δήμου για οποιοδήποτε θέμα.
- Νομική επεξεργασία και γνωμοδότηση για πράξεις της Δημόσιας Διοίκησης που αφορούν το Δήμο.
- Νομική επεξεργασία προγραμματικών συμβάσεων του Δήμου, συμβολαίων, συμβάσεων εργασίας και έργου, διακηρύξεων, δημοπρασιών κλπ.
- Παραστάσεις σε όλα τα Δικαστήρια για υποθέσεις του Δήμου.
- Παραστάσεις στις Διοικητικές Αρχές για την προάσπιση των συμφερόντων του Δήμου.
- Συντήρηση της αναγκαίας υποδομής του Γραφείου για να ανταποκριθεί στις προηγούμενες δραστηριότητες

3. Γραφείο Ειδικών Συμβούλων, ή Ειδικών Συνεργατών, ή Επιστημονικών Συνεργατών.

Ο κάθε σύμβουλος, επιστημονικός συνεργάτης ή ειδικός συνεργάτης ασκεί καθήκοντα επιτελικά και δεν έχει αποφασιστική αρμοδιότητα οποιαδήποτε μορφής. Παρέχει συμβουλές και διατυπώνει εξειδικευμένες γνώμες γραπτά ή προφορικά, για το συγκεκριμένο τομέα δραστηριοτήτων τον οποίο έχει οριστεί να εξυπηρετήσει. Οι

εξωτερική συνεργάτες είναι συνήθως Οικονομολόγοι – Λογιστές, Μάρκετερς, Αρχιτέκτονες – Μηχανικοί κ.α..

4. Αυτοτελές Γραφείο Υποστήριξης Αιρετών Οργάνων.

α. Γραμματειακή Υποστήριξη Δημάρχου: συνεπάγεται, δακτυλογράφηση, αναπαραγωγή, διεκπεραίωση και αρχειοθέτηση προσωπικής αλληλογραφίας και αποφάσεων του Δημάρχου. Ρυθμίσεις συναντήσεων και επικοινωνιών του Δημάρχου και τήρηση ημερολογίου των προσωπικών επαφών του, εντός και εκτός του Δήμου. Τήρηση ειδικού πρωτοκόλλου Δημάρχου και προσωπικού αρχείου εγγράφων του. Τήρηση πρακτικών συναντήσεων ή συμβουλίων στα οποία μετέχει ο Δήμαρχος. Συγκέντρωση στοιχείων ή εγγραφών που πρέπει να υπογραφούν από τα όργανα και μεριμνά για την υπογραφή και διεκπεραίωση τους. Επίσης, τήρηση αρχείου αποφάσεων Δημάρχου και λοιπών αποφάσεων πολιτικών οργάνων και διεξαγωγή κάθε υπηρεσίας που ανατίθεται από τον Δήμαρχο και η οποία δεν ανήκει στην αρμοδιότητα των υπολοίπων υπηρεσιών.

β. Γραμματεία Δημοτικού Συμβουλίου, Προέδρου Δ.Σ., Δ.Ε., Αντιδημάρχων, Επιτροπών Δ.Σ., Τοπικών Συμβουλίων: κατάρτιση σε συνεργασία με τον Πρόεδρο του Δ.Σ., της ημερήσιας διάταξης των συνεδριάσεων του Δ.Σ. και ενημέρωση των μελών του Δ.Σ. για τα θέματα και το χρόνο/ τόπο κάθε συνεδρίασης. Συγκέντρωση, αναπαραγωγή και αποστολή στα μέλη του Δ.Σ. των διαφόρων εισηγήσεων και γενικά του ενημερωτικού υλικού που αντιστοιχεί στα θέματα των συνεδριάσεων. Μέριμνα για το χώρο των συνεδριάσεων, την καλή λειτουργία των εγκαταστάσεων, την ύπαρξη των κατάλληλων μέσων. Τήρηση αρχείου πρακτικών και αποφάσεων του Δ.Σ. και στη συνέχεια δακτυλογράφηση / αναπαραγωγή αποφάσεων του Δ.Σ. και αποστολή τους στην υπηρεσία Τοπικής Αυτοδιοίκησης της Περιφέρειας ενημέρωση των υπηρεσιών του Δήμου αλλά και των αρμοδίων επιτροπών του Δ.Σ. για τα θέματα που παραπέμπονται σε αυτές από το Δ.Σ. προς μελέτη. Παροχή κάθε είδους γραμματειακής υποστήριξης προς τη Δημορχιακή Επιτροπή, τις μόνιμες και έκτακτες επιτροπές που συνιστά το Δ.Σ. και τα Τοπικά Συμβούλια αλλά και προς τους Αντιδημάρχους και τον Πρόεδρο του Δ.Σ.. Τήρηση αρχείου εκπροσώπων του Δήμου σε διάφορους φορείς και όργανα. Φροντίδα για την αποστολή στοιχείων προς τους προηγούμενους

εκπροσώπους, επικοινωνία παραλαβή και εσωτερική διεκπεραίωση των εκθέσεων των εκπροσώπων προς το Δήμο.

γ. Διαχείριση θεμάτων Δ.Ε. παιδείας και σχολικών επιτροπών: μέριμνα για την συγκέντρωση και την λειτουργία των σχολικών επιτροπών όλων των σχολείων Α/θμιας και Β/θμιας Εκπαίδευσης και της Δημοτικής Επιτροπής Παιδείας, διοικητική υποστήριξη της Δ.Ε. Παιδείας, συνεργασία με την Τεχνική υπηρεσία για την καταγραφή των στεγαστικών αναγκών των σχολείων, για απαλλοτριώσεις χωρών για ανέγερση νέων διδακτηρίων και τη διεκπεραίωση κτιριακών θεμάτων που έχουν σχέση με συντηρήσεις, ανεγέρσεις, προσθήκες αιθουσών, επεκτάσεις χωρών στα υπάρχοντα σχολεία, αγορές οικοπέδων νέων σχολικών μονάδων και τέλος καταγραφή καταστάσεων κατανομής λειτουργικών δαπανών και ενημέρωση των σχολείων για την παραλαβή των χρημάτων.

δ. Δημοσιότητα – Δημόσιες Σχέσεις – Διεθνές Σχέσεις: οργανωτική προετοιμασία και υποστήριξη ενημερωτικών συνεδρίων, συνελεύσεων, εορτών, δεξιώσεων και γενικά εκδηλώσεων του Δήμου. Παρακολούθηση δημοσιεύσεων του τύπου ή εκπομπών στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και μέριμνα για την προετοιμασία ανάλογων δημοσιεύσεων με στόχο την προάσπιση των συμφερόντων του Δήμου. Συνεργασία με δημοσιογράφους και τον τοπικό τύπο για τοπικά θέματα και συνεντεύξεις. Δημοσίευση διακηρύξεων και ανακοινώσεων των υπηρεσιών του Δήμου. Σχεδιασμός, εισήγηση και εφαρμογή προγραμμάτων προβολής του έργου και των υπηρεσιών που παρέχει ο Δήμος και στη συνέχεια ενημέρωσης των πολιτών για τις επιδιώξεις, στόχους και υπηρεσίες του Δήμου με γενικό στόχο τη δραστηριοποίηση των πολιτών για την προώθηση των τοπικών συμφερόντων αλλά και ενημέρωση των διερχομένων, επισκεπτών από το Δήμο μας. Επιμέλεια ενημερωτικών εκδόσεων από το χώρο του Δήμου, επεξεργασία υλικού, σχεδιασμός, εισήγηση και εφαρμογή προγραμμάτων διανομής τους. Συνεργασία με την Υπηρεσία Πληροφορικής για την τήρηση αρχείου τοπικών, εθνικών, διεθνών φορέων (Αρχές, Δημ. Υπηρεσίες, Σωματεία, Προξενεία, Ιδρύματα Δήμοι άλλων χωρών κλπ). Επιμέλεια της διοργάνωσης, της υποδοχής, φιλοξενίας και ξενάγησης ξένων αντιπροσωπειών. Υποστήριξη των αιρετών οργάνων και των υπηρεσιών για τη διοργάνωση των

συναντήσεων με προσκεκλημένους από το εξωτερικό και αντιστοίχως επισκέψεων της δημοτικής αρχής. Επιμέλεια της διαδικασίας μετάβασης στο εξωτερικό δημοτικής αντιπροσωπείας και επικοινωνία με φορείς του εξωτερικού που ενδιαφέρουν το Δήμο.

ε. Ενημέρωση δημοτών – Τηλεφωνικό Κέντρο: Υποδοχή και πληροφόρηση των Δημοτών για κάθε δραστηριότητα του Δήμου. Ενημέρωση των δημοτών για τα δικαιώματά τους και τις ενέργειες που απαιτούνται για τη διεκπεραίωση των υποθέσεών τους καθώς και εφοδιασμό τους με τα απαραίτητα πληροφοριακά στοιχεία και έντυπα. Παραλαβή υποδείξεων, προτάσεων και παραπόνων των δημοτών. Λειτουργία τηλεφωνικού κέντρου, παροχής γενικών πληροφοριών προς τους δημότες. Διάθεση ενημερωτικών φυλλαδίων, οδηγιών, εντύπων σχετικών με την εξυπηρέτηση των δημοτών από τις δημοτικές υπηρεσίες. Στη Διοικητική υποστήριξη Νομικών Προσώπων Δ.Δ. του Δήμου (όταν απαιτείται λόγω έλλειψης υπηρεσίας αντίστοιχης υπηρεσίας στο Νομικό Πρόσωπο). Εκτέλεση των λειτουργιών διοικητικής υποστήριξης (τήρηση αρχείων, γραμματειακή υποστήριξη, πρακτικά). Ενημέρωση Δημάρχου και Δημοτικού Συμβουλίου για όλα τα θέματα λειτουργίας των ΝΠΔΔ του Δήμου. Συνεργασία με το τμήμα Οικονομικής Υπηρεσίας για θέματα οικονομικής διαχείρισης αλλά και με τις υπηρεσίες των ΝΠΔΔ για θέματα λειτουργίας τους.

5. Αυτοτελές γραφείο Προγραμματισμού, Οργάνωσης και Πληροφορικής - Κοινωνικών και Πολιτιστικών θεμάτων.

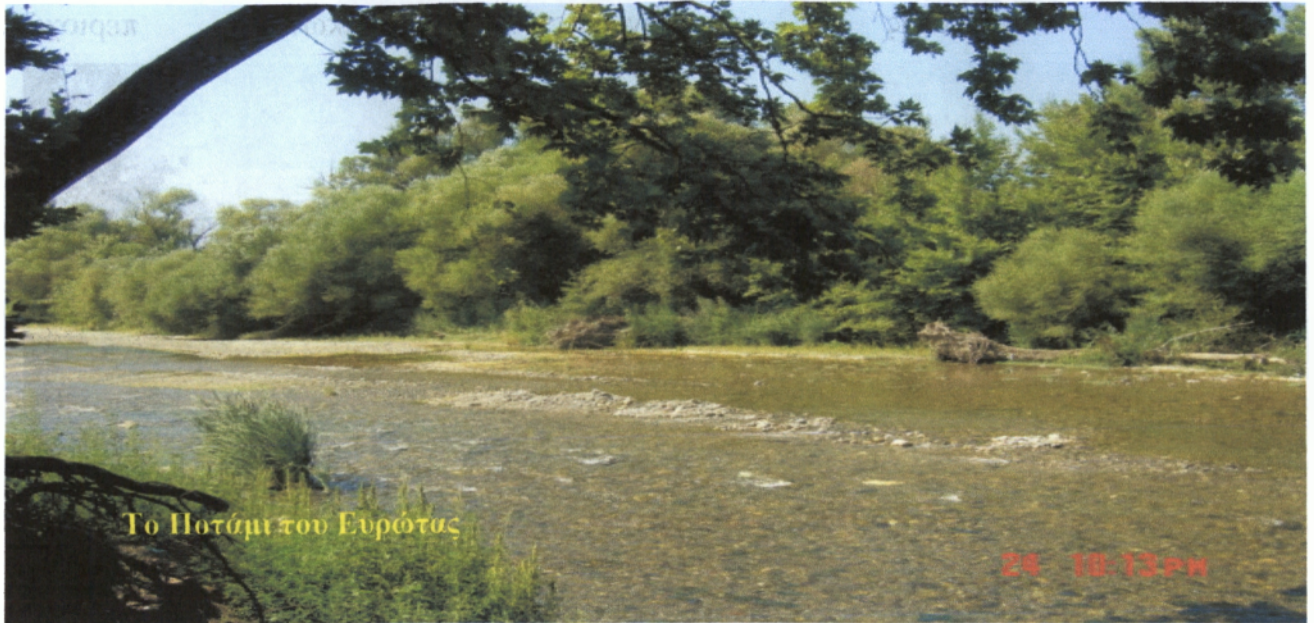
α. Προγραμματισμός της τοπικής ανάπτυξης και της δράσης του Δήμου: συνεχής έρευνα και παρακολούθηση των εξελίξεων στη περιοχή του Δήμου και τεκμηρίωση τους μέσω της συγκέντρωσης στατιστικών στοιχείων και δεικτών, που περιγράφουν την οικονομική, περιβαλλοντική, κοινωνική, πολιτιστική κλπ. Κατάσταση της. Συγκέντρωση πληροφοριών από το εξωτερικό περιβάλλον του Δήμου που επηρεάζουν τις δραστηριότητες του (π.χ. πλαίσια του εθνικού, περιφερειακού και νομαρχιακού προγραμματισμού, χρηματοδοτήσεις, δημόσιες πολιτικές, κατευθύνσεις των συλλογικών οργάνων της Τ.Α., πρόγραμμα φορέων υποστήριξης της Τ.Α., προγράμματα Ε.Ε). Φροντίδα για τη συγκέντρωση μελετών και τεχνογνωσίας που είναι δυνατόν να βοηθήσουν τις επιδιώξεις του Δήμου (π.χ. κλαδικές και αναπτυξιακές

μελέτες, έρευνες, ειδικές μελέτες διαμόρφωσης και τυποποίηση τεχνογνωσίας στο χώρο της Τ.Α. κλπ). Εισήγηση προς τα αιρετά όργανα για την οργάνωση των διαδικασιών στρατηγικού/ επιχειρησιακού προγραμματισμού του Δήμου συνολικά και στους επιμέρους τομείς (Τεχνικά, Πολεοδομικά, Περιβαλλοντικά, Οικονομικά, Κοινωνικά και Πολιτιστικά ζητήματα). Υποστήριξη των Διαδικασιών σύνταξης των μεσοπρόθεσμων και ετήσιων Προγραμμάτων του Δήμου και υποστήριξη της λειτουργίας του δήμου ως φορέα προγραμματισμού στο πλαίσιο της διαδικασίας του Αναπτυξιακού προγραμματισμού της Χώρας (π.χ. Ν. 1622/86 για τον Δημοκρατικό προγραμματισμό – διαδικασία σχεδιασμού Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης). Υποστήριξη των διαδικασιών προώθησης της υλοποίησης, παρακολούθησης της εφαρμογής, αξιολόγησης και αναθεώρησης των μεσοπρόθεσμων και ετησίων Προγραμμάτων του Δήμου. Διερεύνηση των πηγών χρηματοδότησης και διατύπωση προτάσεων για την εξεύρεση πόρων για την υλοποίηση του προγράμματος δράσης του Δήμου. Συνεργασία με τους ειδικούς συνεργάτες, τους προϊσταμένους, και τα επιστημονικά στελέχη του Δήμου και από κοινού διατύπωση εισηγήσεων προς τα αιρετά όργανα. Συγκέντρωση του σχετικού υλικού που απαιτείται για την τεκμηριωμένη λήψη αποφάσεων από το Δ.Σ., τη Δ.Ε., τις επιτροπές του Δημοτικού Συμβουλίου και τα Τοπικά Συμβούλια. Συνεργασία με τις υπηρεσίες της Ν.Α., της ΤΕΔΚ, της Περιφέρειας, των Κεντρικών Φορέων καθώς και με τους φορείς διαδημοτικής συνεργασίας στην ευρύτερη περιοχή του Δήμου.

β. Προγράμματα Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Σχετικά με τα προγράμματα της Ε.Ε. οι αρμοδιότητες του γραφείου είναι: ενημέρωση της Δημοτικής Αρχής για τα προγράμματα της Ε.Ε. που ενδιαφέρουν το Δήμο και υποστήριξη των αρμοδίων υπηρεσιών στο σχεδιασμό, στην υλοποίηση και στην αξιολόγηση σχετικών ενεργειών. Κατάρτιση αιτήσεων (σε συνεργασία με τις αρμόδιες υπηρεσίες) συμμετοχής του δήμου σε συγκεκριμένα προγράμματα και η παρακολούθηση και αξιολόγηση της υλοποίησής τους. Αναζήτηση συνεργασιών στο εσωτερικό και εξωτερικό για την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρουν τα προγράμματα. Διακίνηση μέσα στο Δήμο εντύπων και άλλων μέσων πληροφόρησης για τις ευρωπαϊκές εξελίξεις που αφορούν την Τοπική Αυτοδιοίκηση αλλά και

ενημέρωση των υπαλλήλων και των αιρετών στα Κοινοτικά ζητήματα.



γ. Τουριστική Ανάπτυξη: συγκέντρωση και επεξεργασία στοιχείων που αφορούν την υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού στον Δήμο. **Εισήγηση και σχεδιασμός** των προγραμμάτων παρέμβασης του Δήμου στον χώρο της **παροχής τουριστικών υπηρεσιών**. Παρακολούθηση της υλοποίησης προγραμμάτων τουριστικής προβολής της περιοχής του Δήμου (π.χ. παραγωγή τουριστικού υλικού και εκδόσεις πρακτικών οδηγών για τους ταξιδιώτες, συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού, δημιουργία δικτύων επικοινωνίας και συνεργασίας με άλλες περιοχές εντός και εκτός της χώρας κλπ.). Συνεργασία και συντονισμός με τους αρμοδίους φορείς τουρισμού, ενώσεις ξενοδόχων κ.α. επαγγελματικών φορέων καθώς και με κάθε φορέα ή άτομο που δραστηριοποιείται στον τουρισμό για την καταγραφή των προβλημάτων του τομέα και για την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

δ. Προστασία/ Διαχείριση Δασών: επεξεργασίας προτάσεων προς της αρμόδιες υπηρεσίες για την προστασία και διαχείριση δασικών περιοχών του δήμου, σε συνεργασία με την τεχνική υπηρεσία διατύπωση προτάσεων μελέτης και εκτέλεσης έργων υποδομής (π.χ. δασικής οδοποιίας, κτιρίων, διευθέτησης δασικών χειμάρρων, κατασκευής υδατοδεξαμενών, κατασκευής σημείων υδροληψίας για πυροσβεστικά οχήματα, υποδομών βοσκοτόπων, χώρων αναψυχής, αντιτυρικών ζωνών κ.λ.π). Διατύπωση προτάσεων στο Δασαρχείο ή στο Τμήμα Αναδάσωσης του Υπουργείου Γεωργίας για την αναδάσωση περιοχών. Συμμετοχή του Δήμου στην οργάνωση της πυροπροστασίας των δασών και τέλος υποβολή προτάσεων στην Ε.Ε. και στο Ο.Τ.Α. ΣΠΑΡΤΗΣ

Υπουργείο Γεωργίας για χρηματοδότηση ενεργειών προστασίας/ αξιοποίησης δασών και ανάπτυξης ορεινών/ μειονεκτικών περιοχών.



ε. Αγροτική Ανάπτυξη: επεξεργασία προτάσεων προς τις αρμόδιες για την εκπόνηση μελετών, τη σύνταξη σχεδίων και την υλοποίηση προγραμμάτων για την αγροτική ανάπτυξη της περιοχής του Δήμου. Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών και ενημέρωση/ πληροφόρηση των αγροτών σε θέματα γεωπονίας. Υποστήριξη της συμμετοχής του Δήμου στην κατάρτιση των Νομαρχιακών Προγραμμάτων αγροτικής ανάπτυξης και παρακολούθηση των εφαρμοζομένων μέτρων. Συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα της Ν.Α. και συμμετοχή σε προγράμματα ενημέρωσης για την ανάπτυξη νέων βιολογικών καλλιεργειών, την εφαρμογή προγραμμάτων αναδιάρθρωσης, την προστασία των περιοχών γης υψηλής παραγωγικότητας, την ορθολογική αξιοποίηση των βοσκοτόπων. Συμμετοχή στα προγράμματα της Ν.Α. της Περιφέρειας και του κράτους για την ισόρροπη ανάπτυξη της γεωργικής βιομηχανίας, την ενημέρωση για την τήρηση των περιβαλλοντικών όρων λειτουργίας και τέλος εντοπισμός ελλείψεων αγροτικής οδοποιίας και άλλων έργων υποδομής (υδραυλικών – εγγειοβελτιωτικών έργων) και υποβολή σχετικών προτάσεων στις αρμόδιες υπηρεσίες του Νομού και της Περιφέρειας.

στ. Οργάνωση και ανάπτυξη: οργάνωση και ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού: υποστήριξη του Δήμου και των θυγατρικών φορέων (Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου και Δημοτικών Επιχειρήσεων) του σε θέματα βελτίωσης της οργάνωσης, στελέχωσης και των διαδικασιών διοίκησης και λειτουργίας. Σχεδιασμός,

οργάνωση και υλοποίηση προγραμμάτων επιμόρφωσης του προσωπικού του Δήμου καθώς και οργάνωση προγραμμάτων ενημέρωσης των αιρετών οργάνων. Μέριμνα για την διεύρυνση των γνώσεων και την εξειδίκευση των υπαλλήλων στο αντικείμενο της εργασίας τους.

ζ. Μηχανοργάνωση / Τεκμηρίωση

1.Μηχανοργάνωση: επεξεργασία προτάσεων για τη σκοπιμότητα αυτοματοποίησης διαδικασιών μέσω της πληροφορικής, την ανάλυση συστημάτων, την εκτίμηση των εναγών για την εγκατάσταση και λειτουργία των μηχανογραφικών εφαρμογών, την παραγωγή προγραμμάτων σε συνδυασμό με την επιλογή λειτουργικού συστήματος και υλικού. Υποστήριξη των διαδικασιών προμήθειας του απαραίτητου εξοπλισμού σε λογισμικό ή / και υλικό. Φροντίδα για την εκπαίδευση των χρηστών των μηχανογραφικών εφαρμογών που υποστηρίζονται από το σύστημα καθώς και για την ενημέρωση όλου του προσωπικού σε θέματα πληροφορικής. Εξασφάλιση των αποθηκευμένων πληροφοριών και προστασία τους από τυχόν δυνατότητες μη εξουσιοδοτημένης πρόσβασης. Φροντίδα για την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία του όλου μηχανογραφικού συστήματος και την επίτευξη του μέγιστου βαθμού διαθεσιμότητας του. Συνεχής ενημέρωση για τις δυνατότητες που προσφέρουν οι τεχνολογίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών και τη διατύπωση εισηγήσεων για την χρήση τέτοιων τεχνολογιών από το Δήμο. Ανάπτυξη μικρών εφαρμογών που ενδέχεται να προκύψουν ανάλογα με τις ανάγκες του δήμου. Παρακολούθηση της εξέλιξης της νομοθεσίας σε ότι αφορά θέματα ασφαλείας των πληροφοριών και προστασία των ατομικών δικαιωμάτων και τη φροντίδα για την τήρηση των διατάξεων που εκάστοτε ισχύουν.

2. Τεκμηρίωση: συνεργασία με τις άλλες υπηρεσίες για τη συλλογή / επεξεργασία στοιχείων σχετικά με το εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον του Δήμου. Ανάπτυξη και συντήρηση ηλεκτρονικών αρχείων με τα παραπάνω στοιχεία προς χρήση και αξιοποίηση από τη δημοτική αρχή και τις υπηρεσίες μέσω εσωτερικού ηλεκτρονικού δικτύου πληροφόρησης. Αξιοποίηση του INTERNET και των Τραπεζών Πληροφοριών, σε συνεργασία με διαδημοτικούς και άλλους φορείς της Τοπ. Αυτοδιοίκησης.



ΥΨΗΛΩΤΑ ΤΟΠΟΘΕΤΗΜΕΝΑ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΠΛΑΤΕΙΑ ΤΗΣ ΣΠΑΡΤΗΣ



ΤΟ ΜΝΗΜΕΙΟ ΤΟΥ ΛΥΚΟΥΡΓΟΥ

η. Υποστήριξη σε θέματα κοινωνικής / πολιτιστικής πολιτικής: συγκέντρωση και επεξεργασία στοιχείων που αφορούν στην υφιστάμενη κατάσταση των υποδομών της περιοχής του Δήμου σε ζητήματα κοινωνικής πολιτικής, πρόνοιας, υγείας, παιδείας, επιμόρφωσης, πολιτισμού. Προβλήματα και θέματα που αφορούν άτομα που ανήκουν σε διάφορες κοινωνικές ομάδες (νέοι, ηλικιωμένοι, γυναίκες κ.λ.π.) και κυρίως σε ομάδες με κίνδυνο αποκλεισμού από την αγορά εργασίας. Παρακολούθηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών πρόνοιας, υγείας, παιδείας, πολιτισμού προς τους δημότες είτε μέσω των Ν.Π. του δήμου είτε μέσω άλλων τοπικών φορέων. Συνεργασία με τα Ν.Π. του

θ. Αθλητισμός: Η διοίκηση και λειτουργία των αθλητικών εγκαταστάσεων και η διοργάνωση των κάθε μορφής αθλητικών εκδηλώσεων έχει περιέλθει στο Ν.Π.Δ.Δ. που συνέστησε ο Δήμος υπό την επωνυμία “ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΝΕΟΛΑΙΑΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΣΗΣ”. Στην αρμοδιότητα του γραφείου αυτού, παραμένει ο επιτελικός ρόλος του σχεδιασμού της αθλητικής πολιτικής και της ανάπτυξης των αθλητικών εγκαταστάσεων (επεκτάσεις – βελτιώσεις των υπαρχουσών – δημιουργία νέων).



ΔΗΜΟΤΙΚΟ
ΣΤΑΔΙΟ
ΣΠΑΡΤΗΣ



6. Διεύθυνση Διοικητικών και Οικονομικών Υπηρεσιών.

Η Διεύθυνση αποτελείται από τα εξής τμήματα:

1. Τμήμα Οικονομικών Υπηρεσιών

Το Τμήμα αυτό είναι υπεύθυνο για τον ετήσιο Προϋπολογισμό και Απολογισμό και γενικά την παρακολούθηση από οικονομικής πλευράς της πορείας του οργανισμού. Η διαχείριση δαπανών και εξόδων γίνεται από την οικονομική υπηρεσία αλλά και η μισθοδοσία είναι μια από τις λειτουργίες της. Διαχειρίζεται επίσης και θέματα Δημοτικής Περιουσίας – Κληροδοτημάτων. Τέλος, η Ταμειακή Υπηρεσία αφορά τις οικονομικές δοσοληψίες με το κοινό.

2. Τμήμα Διοικητικών Υπηρεσιών

Το Διοικητικό Τμήμα ασχολείται με **θέματα Προσωπικού**, θέματα που αφορούν πρόσληψη, απόλυση, προαγωγή, παραίτηση, τοποθέτηση, μετακίνηση, απόσπαση του προσωπικού του Δήμου με οποιαδήποτε σχέση εργασίας, σύμφωνα με της ισχύουσες διατάξεις της νομοθεσίας. Θέματα που αφορούν την άσκηση ελέγχου και πειθαρχικού δικαίου στις παρουσίες, παροχές αδειών και αξιολογήσεις του προσωπικού. Τήρηση μητρώων και φακέλων του προσωπικού του Δήμου ανεξαρτήτως εργασιακής σχέσης, καταγράφοντας δηλαδή κάθε είδους μεταβολής στην οικογενειακή, υπηρεσιακή και ατομική κατάσταση.

Το διοικητικό τμήμα ασχολείται και με θέματα **Δημοτικής Κατάστασης** όπως: Δημοτολόγια, Ιθαγένεια, Ληξιαρχείο – Μητρώα Αρρένων, Εκλογικοί Κατάλογοι και Βιβλιάρια, τέλεση πολιτικών γάμων, διαχείριση αγροτικών θεμάτων που σχετίζονται με τον ΟΓΑ και αποζημιώσεις του ΕΛΓΑ και τέλος Πρωτόκολλο, Αρχείο και βοηθητικές εργασίες.

3. Γραφείο Δημοτικής Αστυνομίας

Χειρίζεται θέματα που αφορούν την εφαρμογή των κανονιστικών αποφάσεων που εκδίδει το Δημοτικό Συμβούλιο. Ασκεί έλεγχο στην τήρηση των διατάξεων που αφορούν στην καθαριότητα, την κυκλοφορία και στάθμευση των οχημάτων, την οικοδόμηση, την ύδρευση, την αποχέτευση, την ηχορύπανση και την προστασία του περιβάλλοντος. Επίσης κάνει έλεγχο στην τήρηση των διατάξεων που αφορούν στην λειτουργία των πάσης φύσεως επιτηδευμάτων και επαγγελμάτων, εμποροπανηγύρεων, των λαϊκών και δημοτικών αγορών. Ελέγχει την τήρηση των διατάξεων σχετικά με την χορήγηση αδειών ίδρυσης και λειτουργίας καταστημάτων. Μια καινούρια υπηρεσία είναι η εφαρμογή του συστήματος ελεγχόμενης στάθμευσης με σκοπό την βελτίωση του κυκλοφοριακού και της ποιότητας ζωής των δημοτών.

7. Διεύθυνση Τεχνικών Υπηρεσιών και Περιβάλλοντος

Η Διεύθυνση αποτελείται από τα παρακάτω τμήματα:

1. Τμήμα Τεχνικών Έργων και Πολεοδομικών Εφαρμογών

Το τμήμα έχει την ευθύνη της μελέτης και εκτέλεσης έργων με αυτεπιστασία ή της επίβλεψης μελέτης / εκτέλεσης έργων που ανατίθενται σε τρίτους και που περιλαμβάνουν:

α) την κατασκευή, επισκευή, συντήρηση, διακόσμηση και εξοπλισμό των δημοτικών κτιρίων και εγκαταστάσεων του δήμου καθώς και γενικά των κτιρίων και εγκαταστάσεων που αναλαμβάνει ο Δήμος να κατασκευάσει, επισκευάσει ή συντηρήσει.

β) έργα οδοποιίας και λοιπά έργα υποδομής (κατασκευές κόμβων και διαβάσεων, γεφυρών, αντιπλημμυρικών έργων, διευθετήσεις και καλύψεις ρευμάτων κλπ.).

γ) έργα διαμόρφωσης υπαίθρων χώρων (π.χ. πεζόδρομοί, πλατείες, παιδικές χαρές, αθλητικοί χώροι κλπ.).

δ) εκτέλεση εργασιών σήμανσης και διαγράμμισης Οδών (εγκατάσταση και συντήρηση κάθε είδους πληροφοριακών πινακίδων στην περιοχή του Δήμου).

ε) ηλεκτρομηχανολογικά έργα και συντήρηση Η/Μ εξοπλισμού.

Το Τμήμα έχει την ευθύνη σε ζητήματα πολεοδομικού σχεδιασμού και πολεοδομικών εφαρμογών, οι αρμοδιότητες του συνοψίζονται ως εξής:

- Προγραμματισμός Τεχνικών Έργων
- Εκπόνηση μελετών Και Επίβλεψη εκτέλεσης έργων
- Θέματα Χωροταξικού / Πολεοδομικού Σχεδιασμού
- Πολεοδομικές Εφαρμογές, Κτηματολόγιο
- Συγκρότηση – Προγραμματισμός – παρακολούθηση των Συνεργείων του Τμήματος



ΟΔΟΣ ΚΩΝ/ΝΟΥ ΠΑΛΑΙΟΛΟΓΟΥ(Κεντρική Οδός της Πόλης)

ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΠΛΑΤΕΙΑ ΣΠΑΡΤΗΣ



- Συνεργεία Κατασκευής -Επισκευής - Συντήρησης τεχνικών έργων
- Συνεργείο Ηλεκτροφωτισμού, σήμανσης οδών
- Συνεργείο Συντήρησης / Επισκευής Ηλεκτρομηχανολογικού Εξοπλισμού
- Συνεργείο τοπογραφικών εργασιών



2. Τμήμα Περιβάλλοντος

Το τμήμα αυτό ασχολείται με θέματα **Προστασίας Περιβάλλοντος**. Συγκεντρώνει στοιχεία, διερευνώντας επί τόπου και καταγράφοντας τις αδυναμίες της περιοχής του Δήμου σε θέματα περιβάλλοντος όπως, διαχείριση στερεών και υγρών αποβλήτων, αποκατάσταση χώρων, απομάκρυνση οχλουσών δραστηριοτήτων, πηγές ρύπανσης, προστασία διαχείριση βιοτόπων κ.α.. Στις περισσότερες περιπτώσεις κρίνεται απαραίτητη η συνεργασία με αντίστοιχου αντικειμένου Νομαρχιακές ή Κεντρικές Υπηρεσίες και φορείς για την από κοινού ρύθμιση περιβαλλοντικών θεμάτων.

Ένα άλλο αντικείμενο του τμήματος αυτού είναι η **Δημόσια Υγεία**. Μεριμνά για την εφαρμογή – τήρηση των προβλεπόμενων υγειονομικών διατάξεων που αφορούν ύδρευση, αποχέτευση, κοιμητήρια, δημοτικούς χώρους άθλησης, δημοτικές και λαϊκές αγορές, την καθαριότητα και διαχείριση απορριμμάτων, λουτρών και αποχωρητηρίων, παιδικούς σταθμούς και νηπιαγωγείων, κέντρων ψυχαγωγίας και αναψυχής ηλικιωμένων, την λειτουργία περιπτέρων και κυλικίων εντός κοινοχρήστων χώρων την ηχορύπανση και την προστασία του περιβάλλοντος γενικότερα.

Το τμήμα περιβάλλοντος είναι αρμόδια για την χορήγηση Αδειών Καταστημάτων Υγειονομικού Ενδιαφέροντος (άδειες ίδρυσης και λειτουργίας σε καταστήματα και επιχειρήσεις που οι όροι λειτουργίας ορίζονται από υγειονομικές διατάξεις). Επίσης είναι αρμόδια για την διαχείριση απορριμμάτων, την ύδρευση και αποχέτευση όπου η αρμοδιότητα αυτή έχει περιέλθει στην Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης & Αποχέτευσης (Δ.Ε.Υ.Α.) Σπάρτης, την λειτουργία ανάπτυξη και συντήρηση χώρων πρασίνου, της παιδικές χαρές, τα δημοτικά κοιμητήρια και την λειτουργία λαϊκών αγορών.



ΤΟ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΟ ΣΠΑΡΤΗΣ

3. Γραφείο Διοικητικής και Λογιστικής Υποστήριξη

Αρχικά, παρέχεται γραμματειακή υποστήριξη στη Διεύθυνση Τεχνικής Υπηρεσίας & Περιβάλλοντος όπως: διακίνηση εισερχομένων / εξερχόμενων εγγράφων, δακτυλογράφηση και αναπαραγωγή κειμένων, αναπαραγωγή σχεδίων, παροχή γενικών πληροφοριών προς τους πολίτες κ.α. **Δεύτερων**, κάνει Τεκμηρίωση Τεχνικών και Οικονομικών στοιχείων των έργων. Απαιτείτε τήρηση τεχνικού φυσικού αρχείου των έργων της Διεύθυνσης σε επίπεδο Προγραμματισμού, Εκτέλεσης και Αποπεράτωσης των έργων που αναλαμβάνονται από την Διεύθυνση. Τήρηση κοστολογικού αρχείου έργων, αρχείο προγραμμάτων έργων και αρχείο των διατιθεμένων τεχνικών μέσων και

ανθρώπινου δυναμικού της Διεύθυνσης και της χρήσης τους στις επί μέρους δραστηριότητες και έργα. Η διεύθυνση παρέχει πληροφορίες σχετικές με τα έργα που εκτελεί προς τα αιρετά όργανα διοίκησης και υπηρεσίες του Δήμου αλλά και γενική πληροφόρηση προς τους δημότες. **Εσωτερικά του Δήμο η πληροφόρηση για την πορεία εξέλιξης των έργων από χρονικής, οικονομικής και κοστολογικής άποψης, γίνεται μέσω περιοδικών στατιστικών και απολογιστικών καταστάσεων.**

Τρίτων, εκτελεί σχεδιαστικές εργασίες για τις ανάγκες της Διεύθυνσης και τηρεί αρχείο σχεδίων. Τέλος, διαχείριση προμηθειών – αποθήκης κάθε φύσης υλικού που απαιτείται για την εκτέλεση τεχνικών έργων σε κάθε στάδιο της εκτέλεσης τους.

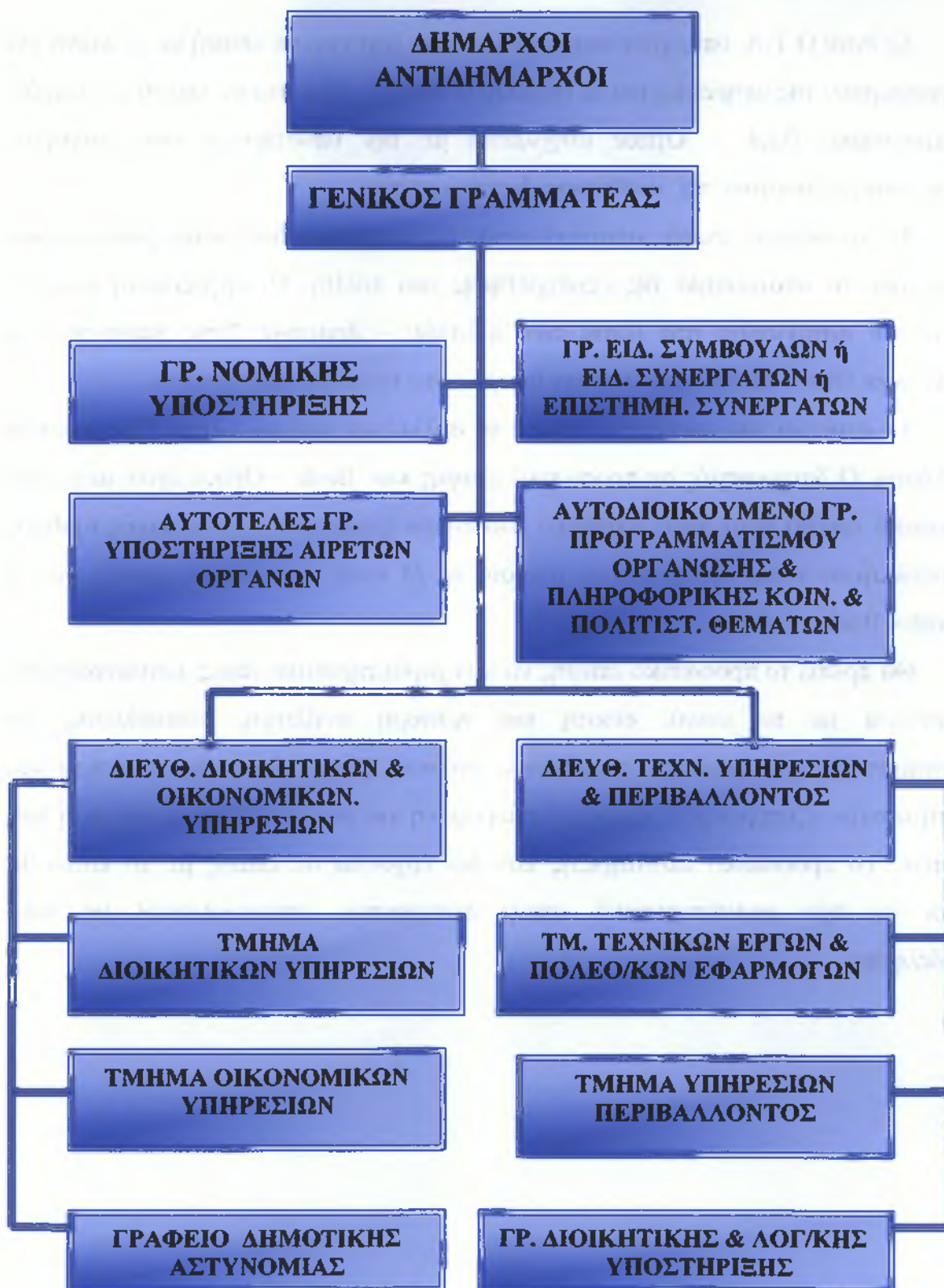
2.1.1 Το προσωπικό του Δήμου Σπάρτης

Όπως αναφέραμε και στο κεφάλαιο 2.1. αυτού του μέρους το Διοικητικό Τμήμα ασχολείται με **θέματα Προσωπικού** όπως πρόσληψη, απόλυση, προαγωγή, παραίτηση, τοποθέτηση, μετακίνηση, απόσπαση του προσωπικού του Δήμου με οποιαδήποτε σχέση εργασίας, σύμφωνα με της ισχύουσες διατάξεις της νομοθεσίας. Θέματα που αφορούν την άσκηση ελέγχου και πειθαρχικού δικαίου στις παρουσίες, παροχές αδειών, και αξιολογήσεις του προσωπικού.

Για να διοριστεί κάποιος σε Ο. Τ. Α. Πρέπει να έχει τα προσόντα που καθορίζονται από τους νόμους του κράτους. Μερικά άρθρα του Συντάγματος που έχουν σχέση με θέματα προσωπικού αναφέρονται στο παράρτημα 1. σελ 90.

Ο ρόλος του τμήματος προσωπικού σε κάθε οργανισμό είναι να προσλάβει τον κατάλληλο εργαζόμενο στην κατάλληλη θέση και αν κάπου υστερεί να του παρέχει την απαραίτητη εκπαίδευση. Από την εξειδίκευση των στελεχών των Ο.Τ.Α. και τις ικανότητες τους εξαρτάτε σε μεγάλο βαθμό η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

**ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΔΗΜΟΥ ΣΠΑΡΤΗΣ**



2.1.2. Προσωπικό Επαφής και Back – Office.

Σε έναν Ο.Τ.Α. υπάρχουν οι υπάλληλοι που έρχονται σε επαφή με το κοινό για να προσφέρουν της υπηρεσίες και οι υπάλληλοι που δεν έρχονται σε επαφή με αυτούς. Το προσωπικό Back – Office ασχολείται με την υποστηρίζει των διαφόρων διοικητικών λειτουργιών π.χ. καθήκοντα διεκπεραίωσης.

Το προσωπικό επαφής αποτελεί μέρος της υπηρεσίας διότι διαμορφώνουν και επηρεάζουν το αποτέλεσμα της εξυπηρέτησης του πολίτη. Οι εργαζόμενη είναι οι εικόνα του οργανισμού στα μάτια των πελατών – δημοτών. Στις υπηρεσίες το Μάρκετινγκ είναι δουλειά όλων και δεν αφορά μόνο το τμήμα Μάρκετινγκ.

Τα στοιχεία του παρακάτω πίνακα τα συλλέξαμε από το Τμήμα Προσωπικού του Δήμου. Ο διαχωρισμός σε προσωπικό επαφής και Back – Office έγινε μετά από προσωπική έρευνα στην κάθε υπηρεσία του δήμου ξεχωριστά. Ο συνολικός αριθμός των υπαλλήλων είναι 73, από τους οποίους οι 28 είναι προσωπικό επαφής και οι υπόλοιποι Back – Office.

Θα πρέπει το προσωπικό επαφής να έχει χαρακτηριστικά όπως: κοινωνικότητα-επικοινωνία με το κοινό, σωστή και γρήγορη αντίληψη, ετοιμόλογος και επεξηγηματικός στο χειρισμό παραπόνων, γνώσεις ξένων γλωσσών, ποιότητα και ταχύτητα στην εξυπηρέτηση, πλήρης ενημερωμένη για την σωστή πληροφόρηση των δημοτών. Το προσωπικό υποστήριξης που δεν έρχονται σε επαφή με το κοινό θα πρέπει να έχει χαρακτηριστικά όπως: συνεργασία, επικοινωνιακοί με τους συνάδελφους.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΜΟΝΙΜΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ

ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΣΠΑΡΤΗΣ

	(1)	(2)	(3)	
Α/Α	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΩΝ	ΘΕΣΕΙΣ	Επαφής ή Back Office	
1	Δ.Ε.	14	Επαφής	
2	Δ.Ε. Ελεγκτών	2	Επαφής	
3	Δημοτικός Αστυνομικός	4	Επαφής	
4	Επιστάτης	1		Back – Office
5	Εργάτης Καθαριότητας	18		Back – Office
6	Εργάτης Αφοδευτηρίων	1		Back – Office
7	Εργάτης Νεκροταφείου	2		Back – Office
8	Εργάτης γενικών καθηκόντων	1		Back – Office
9	Ηλεκτρολόγος	2		Back – Office
10	Καθαρίστρια	1		Back – Office
11	Καθαρίστρια ΚΑΠΗ	2		Back – Office
12	Κλητήρας	1	Επαφής	
13	Μηχανικός Αυτοκινήτων	1		Back – Office
14	Οδηγός	5		Back – Office
15	Οδηγός Έργου	1		Back – Office
16	Π.Ε. Αρχιτέκτων Μηχανικός	1		Back – Office
17	Π.Ε. Γεωπόνος	1		Back – Office
18	Π.Ε. Οικονομολόγος	2		Back – Office
19	Π.Ε. Πληροφορική	1		Back – Office
20	Π.Ε. Πολ. Μηχανικός	2		Back – Office
21	Τ.Ε. Ηλεκ. Μηχανικός	2	Επαφής	
22	Τ.Ε. Λογιστής	4	Επαφής	
23	Τ.Ε. Πολιτικός Μηχανικός	1	Επαφής	
24	Φύλακας Χ.Υ.Τ.Α.	2		Back – Office
25	Χείριστης	1		Back – Office
	Σύνολα	73	28	45

Τα στοιχεία του πίνακα στην (1) &(2) στήλη προέρχονται από το Τμήμα Προσωπικού του Δ. Σπάρτης

2.2. Τμηματοποίηση της αγοράς και η τιμολόγηση των υπηρεσιών.

Η τμηματοποίηση της αγοράς στο Δήμο μας για την παροχή κάποιων υπηρεσιών γίνεται με βάση τη γεωγραφική θέση όπου κατοικεί ο πολίτης –καταναλωτής και για κάποιες άλλες υπηρεσίες με βάση την οικογενειακή του κατάσταση. Σε κάποιες υπηρεσίες οι οικιακή χρήση τους τιμολογείται φθηνότερη από την επιχειρηματική. Αυτά απορρέουν από την έρευνα μου στην Οικονομικής Υπηρεσίας του Δήμου και στην Δ.Ε.Υ.Α. Σπάρτης.

Από την ομαδοποίηση και τιμολόγηση των δημοτικών τελών που έχει εκδοθεί από την οικονομική υπηρεσία του δήμου μπορούμε να αντιληφθούμε την τμηματοποίηση της αγοράς.

Υπάρχουν δημοτικά τέλη για την χρήση των κοιμητηρίων, ένα από τα κριτήρια είναι η ηλικία στην διαμόρφωση της τιμής (βρέφη έως ενός έτους – από ενός και άνω), τέλη οστεοφυλακίου, τέλη οικογενειακών ταφών, παραμονή πέραν 3ετίας έχει επιβάρυνση κ.α..

Τα τέλη πεζοδρομίων είναι για όλους το ίδιο σε συγκεκριμένη περιοχή κάθε φορά. Δηλαδή ταξινομούν τους δρόμους και πλατείες σε κεντρικά σημεία και λιγότερο κεντρικά και με βάση αυτό τιμολογούν.

Οι διαφημίσεις των διαφόρων επιχειρήσεων χωρίζονται σε κατηγορίες για την τιμολόγηση τους :

- διάφορες διαφημιστικές επιγραφές σε μόνιμα και σταθερά πλαίσια τοποθετημένα σε Πλατείες, οδούς, κοινόχρηστους χώρους
- φωτεινές σε στέγες ή ταράτσες και διαφημίσεις ηλεκτρονικών εφημερίδων
- φωτεινές σε οιοδήποτε άλλο χώρο
- μη φωτεινές σε στέγες ή ταράτσες
- διαφημίσεις σε οχήματα κάθε τύπου Δ.Χ. ή στην εξωτερική επιφάνεια αυτών

Υπάρχει ο δημοτικός φόρος που είναι για όλους το ίδιο, το τέλος ακίνητης περιουσίας (Τ.Α.Π.), το ενιαίο ανταποδοτικό τέλος που χρεώνετε διαφορετικά στις κατοικίες, στα καταστήματα – επιχειρήσεις και διαφορετικά στα Δημοτικά Διαμερίσματα.

Η Δ.Ε.Υ.Α. Σπάρτης είναι μονοπωλιακή επιχείρηση και τιμολογεί με βάση το κόστος των προσφερόμενων υπηρεσιών. Παρατηρήσαμε πώς προσφέρει διαφοροποιημένο

προϊόν στην πόλη της Σπάρτης από ότι στα Δ.Δ. του δήμου. Και αυτό γιατί το δίκτυο παροχής ύδρευσης και αποχέτευσης (Βιολογικό Καθαρισμό) έχει αναβαθμισμένο στη Σπάρτη και σε κάποια από τα Δ.Δ. που σημαίνει κόστος για την δημιουργία του νέου δικτύου αλλά και κόστος για την λειτουργία και συντήρηση του με τελικό αποδέκτη τον δημότη – καταναλωτή. Η παροχή πόσιμου νερού στη Σπάρτη κοστίζει περισσότερο από ότι στο Δ.Δ. Καλυβίων Σοχάς λόγω του ότι στην πρώτη δεν υπάρχουν οι φυσικές πηγές πόσιμου νερού όπως στη δεύτερη. Επιπλέον οικονομικά στοιχεία στο παράρτημα 4.

2.3. Η Προβολή των υπηρεσιών και η σχέση του οργανισμού με τους καταναλωτές – πελάτες – πολίτες.

Όπως αναφέραμε στο πρώτο μέρος της εργασίας κεφάλαιο 2.3.2. το **Μείγμα της Προβολής των Υπηρεσιών** το μείγμα αποτελείται από:

1. της δημόσιες σχέσης
2. τη διαφήμιση
3. την προσωπική πώληση
4. τις μεθόδους προώθησης πωλήσεων.
5. το άμεσο Μάρκετινγκ

Αρκετές φορές οι καταναλωτές – πολίτες δεν γνωρίζουν την ύπαρξη κάποιων υπηρεσιών είτε από μη σωστή ενημέρωση είτε από άγνοια του καταναλωτή. Οι Τ.Α. οφείλουν να ενημερώνουν τους πολίτες τους για τις διάφορες υπηρεσίες που παρέχουν σε συγκεκριμένα μέσα και συστηματικά. Τα μέσα μπορεί να είναι η τοπικές εφημερίδες, τοπικοί τηλεοπτικοί και ραδιοφωνικοί σταθμοί, το διαδίκτυο – μία πλήρης ενημερωμένη ηλεκτρονική σελίδα με νέα του Τοπικού Οργανισμού. Επίσης, μέσο τον ενημερωτικών φυλλαδίων για τα έργα και της υπηρεσίες του δήμου που εκδίδονται από αυτό αρκετά συχνά..

Ένα παράδειγμα προβολής είναι η προσπάθεια που έγινε από το Δήμο μας μέσω των Μ.Μ.Ε. για την υπηρεσία της ελεγχόμενης στάθμευσης. Ακόμα, υπάρχουν άρθρα στον τοπικό τύπο αρκετά συχνά που μας υπενθυμίζουν την ύπαρξη της υπηρεσίας και τα οφέλη της, αλλά και ευχαριστίες από τον Κ. Δήμαρχο για την άψογη συνεργασία των δημοτών. Το ίδιο γίνεται και με την καθαριότητα της πόλης μας, η Σπάρτη φημίζεται για τους καθαρούς δρόμους και κοινόχρηστους χώρους της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΣΠΑΡΤΗΣ - ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T.

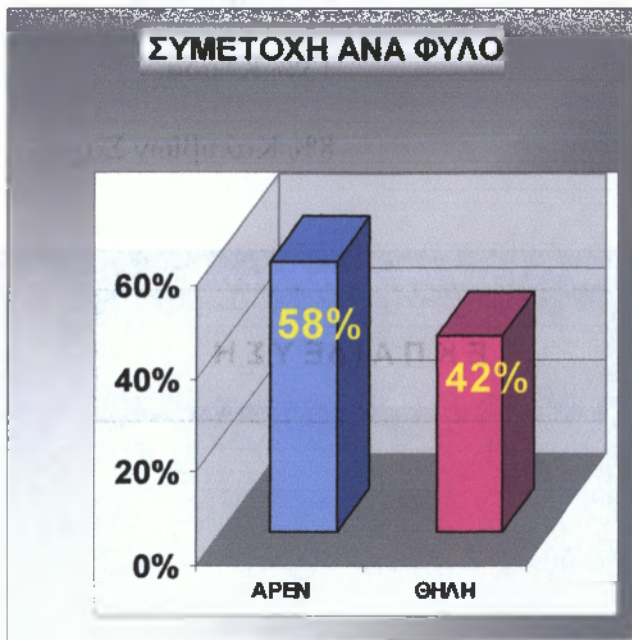


ΤΟ ΚΕΝΟΤΑΦΙΟ ΤΟΥ ΛΕΩΝΙΔΑ στη Οδό Θερμοπυλών

3.Κεφάλαιο: Αξιολόγηση των υπηρεσιών του Δήμου Σπάρτης – Ανάλυση S.W.O.T. .

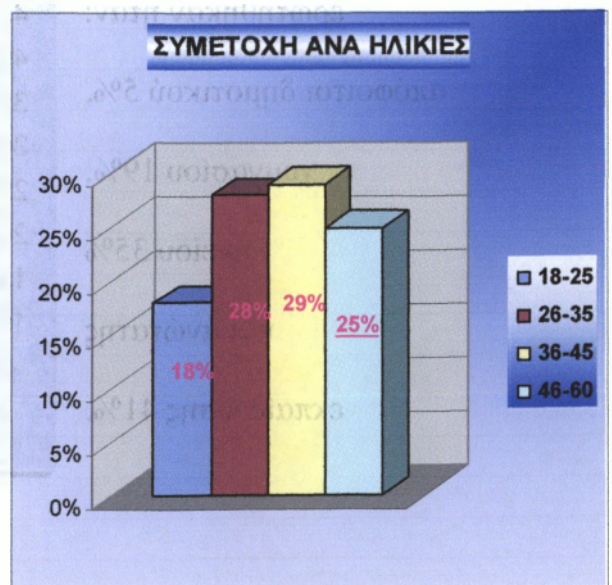
Ο Στόχος του κάθε Ο.Τ.Α. είναι, η παροχή υπηρεσιών στους πολίτες σύμφωνα με τις απαιτούμενες προδιαγραφές, στο χαμηλότερο δυνατό κόστος, στο συντομότερο δυνατό χρόνο, με τρόπο αξιόπιστο, απαλλαγμένο από λάθη και φυσικά, με μετρήσιμα ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά.

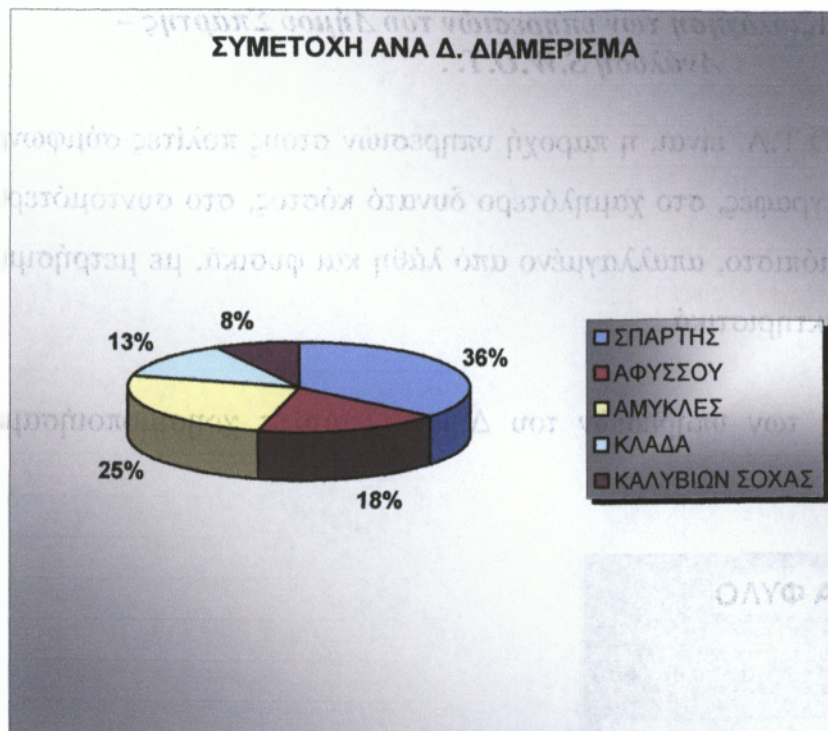
Για την αξιολόγηση των υπηρεσιών του Δήμου Σπάρτης χρησιμοποιήσαμε ερωτηματολόγιο.



Ερωτήθηκαν 100 πολίτες από τους οποίους οι 58 ήταν άντρες και 42 γυναίκες.

Σύμφωνα με την ηλικία ερωτήθηκαν
 18 δημότες από 18 έως 25 χρονών
 28 δημότες από 26 έως 35 χρονών
 29 δημότες από 36 έως 45 χρονών
 και 25 δημότες από 46 έως 60 χρονών.

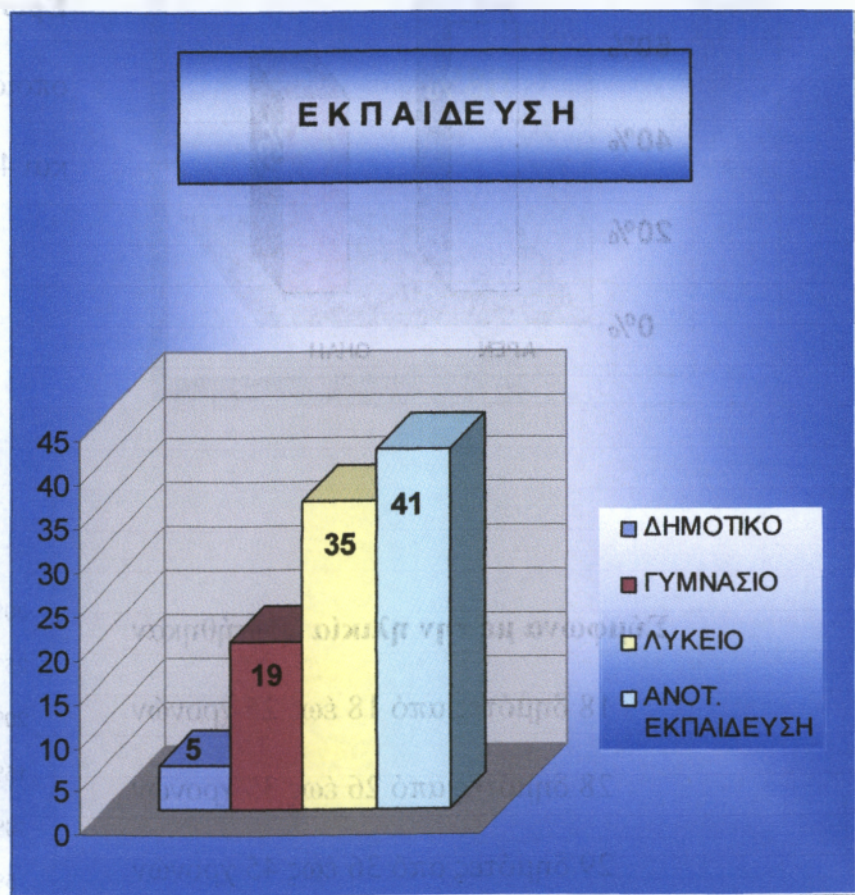


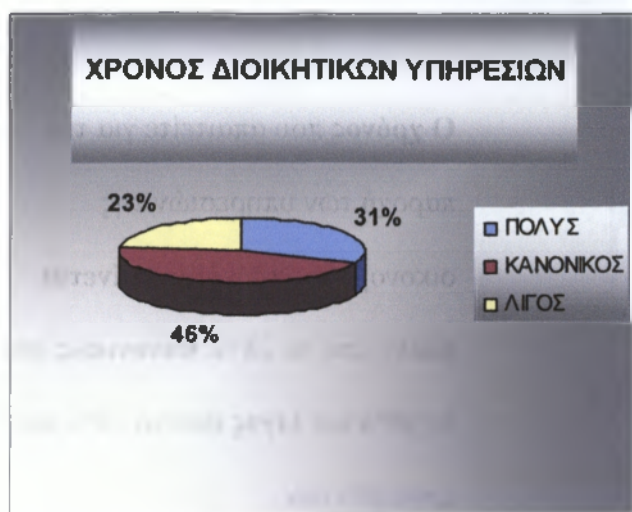


Το δείγμα περιέχει δημότες από όλα τα δημοτικά διαμερίσματα του Δήμου:

36% από Σπάρτη,
18% από Αφυσσού,
25% Αμύκλες,
13% Κλαδά,
8% Καλυβίων Σοχάς.

Το μορφωτικό επίπεδο των δημοτών που ερωτήθηκαν ήταν:
απόφοιτοι δημοτικού 5%,
γυμνασίου 19%,
λυκείου 35%
και ανώτατης εκπαίδευσης 41%.





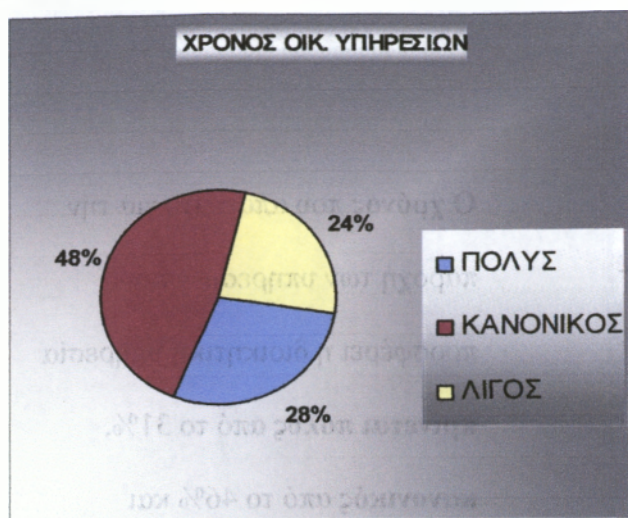
Ο χρόνος που απαιτείτε για την παροχή των υπηρεσιών που προσφέρει η διοικητική υπηρεσία κρίνεται **πολύς** από το 31%, **κανονικός** από το 46% και **λίγος** από το 23% των ερωτηθέντων



Η **ποιότητα** των διοικητικών υπηρεσιών κρίνεται **μέτρια** από το 17%, **καλή** από το 57%, και **πολύ καλή** από το 26% των ερωτηθέντων



Τις διοικητικές υπηρεσίες χρησιμοποιούν **σπάνια** το 69%, **συχνά** το 20% και **πολύ συχνά** μόνο το 11% των ερωτηθέντων



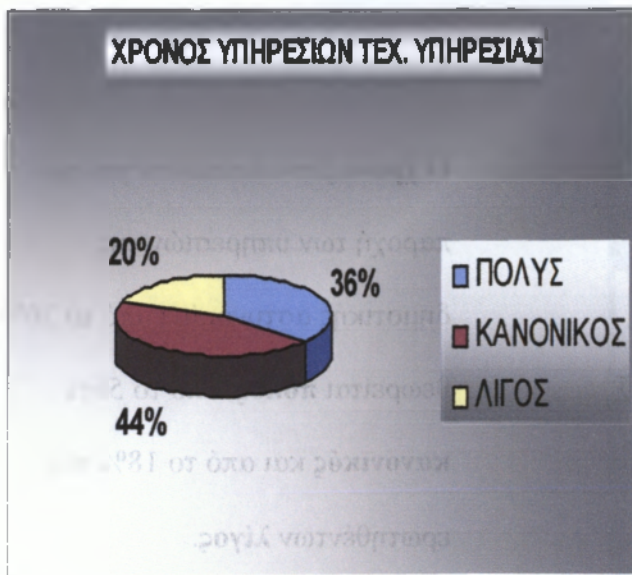
Ο χρόνος που απαιτείτε για την παροχή των υπηρεσιών της οικονομικής υπηρεσίας κρίνεται **πολύς** από το 28%, **κανονικός** από το 48% και **λίγος** από το 24% των ερωτηθέντων



Η ποιότητα των οικονομικών υπηρεσιών κρίνεται **μέτρια** από το 75%, **καλή** από το 16% και **πολύ καλή** μόνο από το 9% των ερωτηθέντων



Οι οικονομικές υπηρεσίες **χρησιμοποιούνται σπάνια** από το 59%, **συχνά** από το 16% και **πολύ συχνά** από το 25% των ερωτηθέντων



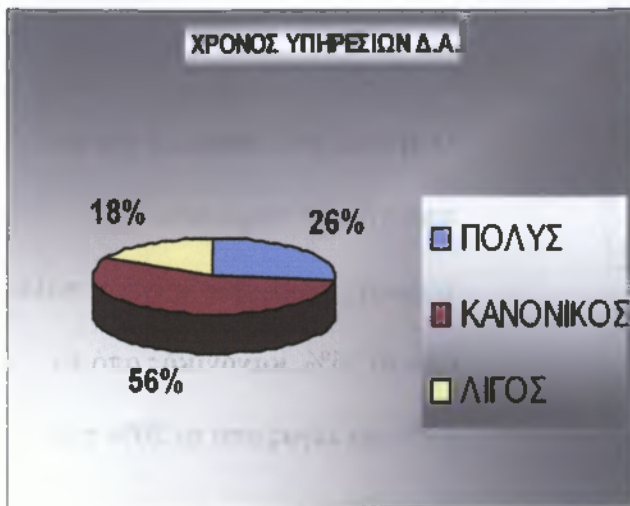
Ο χρόνος που απαιτείτε για την παροχή των υπηρεσιών της τεχνικής υπηρεσίας κρίνεται **πολύς** από το 36%, **κανονικός** από το 44% και **λίγος** από το 20% των ερωτηθέντων



Η **ποιότητα** της τεχνικής υπηρεσίας στην παροχή υπηρεσιών κρίνεται **μέτρια** από το 37%, **καλή** από το 51% και **πολύ καλή** από το 12% των ερωτηθέντων



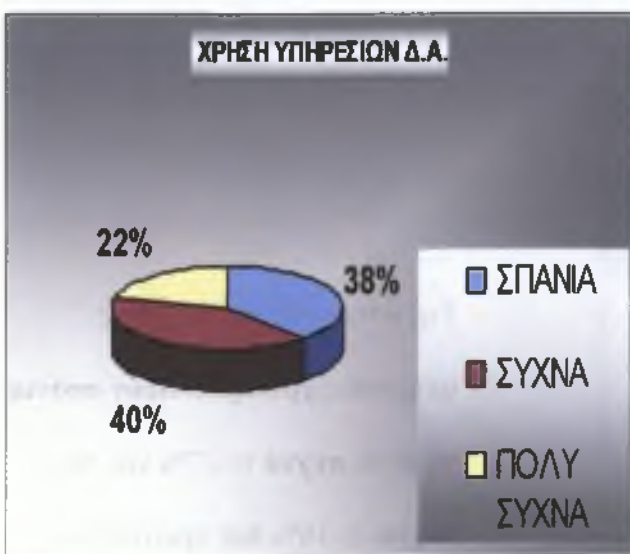
Της υπηρεσίας της τεχνικής υπηρεσίας **χρησιμοποιούν σπάνια** το 45%, **συχνά** το 37% και **πολύ συχνά** το 18% των ερωτηθέντων



Ο χρόνος που απαιτείτε για την παροχή των υπηρεσιών της δημοτικής αστυνομίας από το 26% θεωρείται **πολύς**, από το 56% **κανονικός** και από το 18% των ερωτηθέντων **λίγος**.



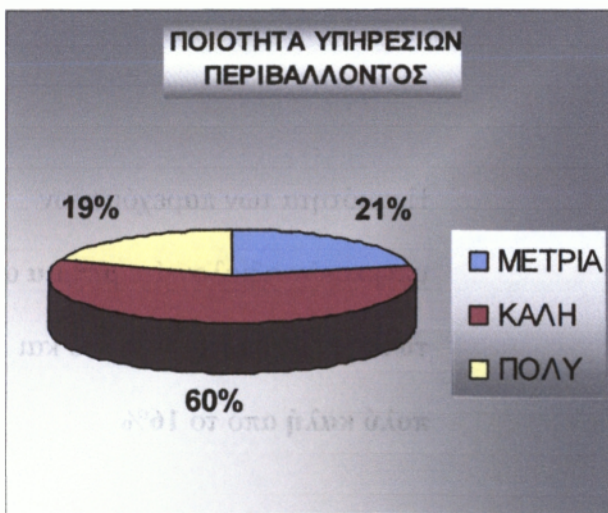
Η δημοτική αστυνομία ποιοτικά στις παρεχόμενες υπηρεσίες αξιολογείται **μέτρια** από το 30%, **καλή** από το 55% και **πολύ καλή** από το 15% των ερωτηθέντων



Τις υπηρεσίες της δημοτικής αστυνομίας **χρησιμοποιούν σπάνια** το 38%, **συχνά** το 40% και **πολύ συχνά** το 22% των ερωτηθέντων



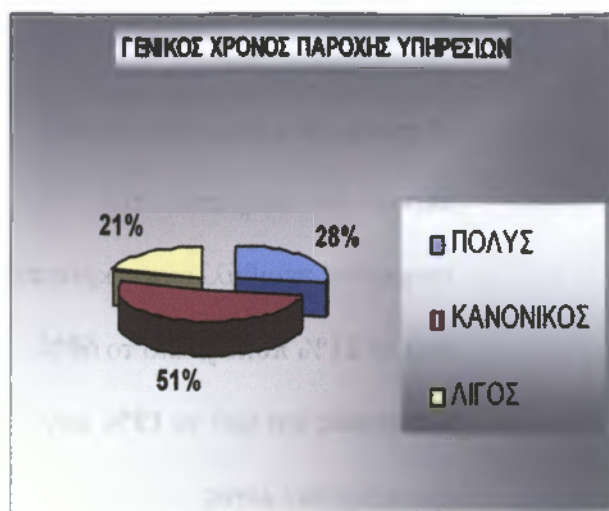
Ο χρόνος που απαιτείτε για την παροχή των υπηρεσιών της υπηρεσίας περιβάλλοντος κρίνεται από το 21% πολύς, από το 60% κανονικός και από το 19% των ερωτηθέντων λίγος



Ποιοτικά στις παρεχόμενες υπηρεσίες η υπηρεσία περιβάλλοντος αξιολογείται μέτρια από το 21%, καλή από το 60% και πολύ καλή από το 19% των ερωτηθέντων



Τις υπηρεσίες της υπηρεσίας περιβάλλοντος χρησιμοποιούν σπάνια το 54%, συχνά το 33% και πολύ συχνά το 13% των ερωτηθέντων



Γενικά ο χρόνος για τις υπηρεσίες του δήμου κρίνεται από το 28% **πολύς**, από το 51% **κανονικός** και από το 21% **λίγος**



Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αξιολογείτε **μέτρια** από το 36%, **καλή** από το 48% και **πολύ καλή** από το 16%



Οι δημότες του δήμου Σπαρτής χρησιμοποιούν της προσφερόμενες υπηρεσίες **σπάνια** το 53%, **συχνά** το 29% και **πολύ συχνά** το 18%

Η παραπάνω ανάλυση έγινε μετά από επεξεργασία των πληροφοριών που συγκεντρώθηκαν μέσω ερωτηματολογίου. **Παράρτημα 2. σελ.94.**

Πρότυπο για το χειρισμό παραπόνων

Η τεχνική επιτροπή του ISO, TC176 δημοσίευσε για πρώτη φορά ένα Διεθνές Πρότυπο για τη μέθοδο χειρισμού παραπόνων. Το πρότυπο παρέχει κατευθύνσεις για το σχεδιασμό και την εφαρμογή μιας αποτελεσματικής διεργασίας χειρισμού παραπόνων για κάθε είδος εμπορική και μη εμπορική επιχείρηση, περιλαμβάνοντας και τις επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου.

Ο αποτελεσματικός χειρισμός παραπόνων μπορεί να οδηγήσει σε βελτιώσεις τόσο του προϊόντος / υπηρεσίας όσο και της λειτουργίας ενός οργανισμού, συμβάλλοντας στην εδραίωση της φήμης του. Στη διεθνή αγορά γίνεται περισσότερο εμφανές, καθώς η εφαρμογή του προτύπου παρέχει εμπιστοσύνη για τον συνεχή και αδιάλειπτο χειρισμό παραπόνων ανεξαρτήτως του τύπου που έλαβε χώρα ή συναλλαγή.

Το ISO 10018:2000 δεν είναι πιστοποιήσιμο πρότυπο, αλλά μπορεί να ενσωματωθεί σε ένα Σύστημα Διασφάλισης Ποιότητας κατά ISO 9001:2000, ενώ μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ανεξάρτητα από αυτό.

Εννιά Κατευθυντήριες Αρχές Χειρισμού Παραπόνων :

1. Οπτική Ανάγνωση

Πληροφορίες για το πώς και που μπορούν να παραπονεθούν πρέπει να είναι άμεσα διαθέσιμες στον καταναλωτή, στους υπαλλήλους και όλους τους ενδιαφερόμενους.

2. Προσβασιμότητα

Η διεργασία χειρισμού παραπόνων πρέπει να είναι προσβάσιμη και εύκολα κατανοητή από όλους τους ενδιαφερομένους, σε ξεκάθαρη γλώσσα και σε όλες τις γλώσσες που διατίθεται το προϊόν.

3. Ανταπόκριση

Θα πρέπει να επιβεβαιώνεται άμεσα η λήψη του παράπονου από τον αποδέκτη

4. Αντικειμενικότητα

Κάθε παράπονο θα πρέπει να υπόκειται ισότιμο και αντικειμενικό χειρισμό.

5. Χρέωση

Η πρόσβαση στην διεργασία χειρισμού παραπόνων θα πρέπει να είναι δωρεάν (παράδειγμα αποτελούν οι τηλεφωνικοί αριθμοί 800-)

6. Εμπιστευτικότητα

Ατομικές πληροφορίες του παραπονούμενου δεν θα πρέπει να είναι διαθέσιμες παρά μόνο για σκοπούς χειρισμού του παραπόνου εντός της επιχείρησης και θα πρέπει να

προστατεύονται εκτός εάν ο παραπονούμενος δώσει την άδεια για την αποκάλυψη τους.

7. Πελατοκεντρική Προσέγγιση

Ο οργανισμός θα πρέπει να είναι ανοιχτός στην ανατροφοδότηση από πελάτες και θα πρέπει να επιδεικνύει τη δέσμευση του για την επίλυση των παραπόνων.

8. Υπευθυνότητα

Ο οργανισμός πρέπει να διασφαλίζει την υπευθυνότητα για λήψη, αποφάσεις και δράσεις που άπτονται του χειρισμού των παραπόνων.

9. Συνεχής Βελτίωση

Βασικός στόχος ενός οργανισμού θα πρέπει να είναι η συνεχής βελτίωση της διεργασίας του χειρισμού παραπόνων και ή προκύπτουσα βελτίωση του προϊόντος⁽⁴⁾.

Γενικά συμπεράσματα από ερωτηματολόγιο

Από την έρευνα που κάναμε σε δείγμα εκατό δημοτών συμπερασματικά προκύπτουν τα εξής: 1.) ο χρόνος παροχής υπηρεσιών αξιολογείτε από το 50% ως κανονικός, από το 30% ο χρόνος είναι πολύς και μόνο το 20% είναι ικανοποιημένο από την ταχύτητα παροχής υπηρεσιών, 2.) η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών από το 86% αξιολογείτε από μέτρια έως καλή και από το 14% μόνο ως πολύ καλή 3.) της υπηρεσίες του Δήμου χρησιμοποιούν σπάνια ο μισός πληθυσμός του, συχνά το 30% και πολύ συχνά το 20% . Αν μειωθεί ο χρόνος παροχής υπηρεσιών και βελτιωθεί και η ποιότητα τους, αυτόματος θα αυξηθεί και το ποσοστό χρήσης των υπηρεσιών του Δήμου. Η βελτίωση του χρόνου και της ποιότητας γίνεται με τη χρήση της τεχνολογίας και σωστή εκπαίδευση των υπαλλήλων, με την εφαρμογή **Πληροφοριακών Συστημάτων Διοίκησης** από το οποίο θα υπάρχει και δυνατότητα ελέγχου ανά πάσα στιγμή.

Ο στόχος του δήμου είναι η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των δημοτών, οι οποίοι έχουν δικαίωμα στην **Εξυπηρέτηση**, στην **Υγεία**, την **Μόρφωση**, στις **Νέες Τεχνολογίες**, στην **Καθαριότητα**, στη **Συγκοινωνία** και την **Ομαλή Κυκλοφορία των οχημάτων**, στον **Αθλητισμό**, στον **Πολιτισμό**, στην **Ψυχαγωγία**, στην **Κοινωνική Φροντίδα** και στην εργασία.

(4) Πηγή: ISO Νέα – EUROCERT news – τα Νέα της Πιστοποίησης, σελ. 3

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

MARKETING ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΣΠΑΡΤΗΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

4.Κεφάλαιο: Προτεινόμενο Σχέδιο Marketing του Δήμου Σπάρτης.

Για να είναι πετυχημένο το σχέδιο Μάρκετινγκ για το Δήμο Σπάρτης θα πρέπει να μελετήσουμε την καθημερινότητα του δημότη – καταναλωτή. Τα θέματα που καθημερινά απασχολούν τους δημότες, είναι εκείνα που ταυτόχρονα είναι και τα δικαιώματά τους, όλα εκείνα που η Κεντρική και Τοπική Αυτοδιοίκηση οφείλει να παρέχει στους πολίτες – δημότες – καταναλωτές. Ο στόχος του δήμου είναι η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των δημοτών, οι οποίοι έχουν δικαίωμα στην **Εξυπηρέτηση**, στην **Υγεία**, την **Μόρφωση**, στις **Νέες Τεχνολογίες**, στην **Καθαριότητα**, στη **Συγκοινωνία** και την **Ομαλή Κυκλοφορία των οχημάτων**, στον **Αθλητισμό**, στον **Πολιτισμό**, στην **Ψυχαγωγία**, στην **Κοινωνική Φροντίδα** και στην εργασία.

Υγεία – Κοινωνική Πρόνοια

Από την υγεία εξαρτάται η ζωή του ανθρώπου και η ποιότητα της. Η υγεία είναι πρώτιστο κοινωνικό αγαθό και η Τοπική Αυτοδιοίκηση οφείλει να ανταποκριθεί στην αξίωση των πολιτών της, για την ύπαρξη του απαραίτητου κοινωνικού εξοπλισμού, όσον αφορά την υγεία και την περίθαλψη, εξασφαλίζοντας στους πολίτες την προστασία και την διατήρηση της σωματικής και ψυχικής υγείας τους. Αυτό γίνεται με την εκπόνηση, προώθηση και εφαρμογή προγραμμάτων πρόληψης και αγωγής της υγείας με προτεραιότητα στα σχολεία, στις τοπικές κοινωνίες κ.α.. Θα βοηθούσε αρκετά η ύπαρξη Δημοτικής Ψυχοκοινωνικής υποστήριξης που να απευθύνετε σε όλους τους δημότες. Η υπηρεσία αυτή θα έχει συμβουλευτικό και ενημερωτικό χαρακτήρα που θα την παρέχουν ειδικοί της Ψυχικής υγείας.

Εκπαίδευση – Μόρφωση

Ο Δήμος θα μπορούσε παράλληλα με την υποστήριξη που προσφέρει στην πολιτεία για την λειτουργία και συντήρηση των σχολικών κτιρίων του Δήμου, να προσφέρει πρόσθετες πρωτοβουλίες και δράσεις για την εκπαίδευση και μόρφωση των παιδιών. Να παρέχει στους πολίτες το δικαίωμα να αξιοποιήσουν τις υπηρεσίες του, στους παρακάτω τομείς:

- Υλοποίηση Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων στους Νηπιακούς Σταθμούς μέσα σε κλίμα ασφάλειας, παραδοχής και σεβασμού της ατομικής προσπάθειας π.χ. προγράμματα αγωγής Περιβαλλοντικού χαρακτήρα η Υγιεινής Διατροφής και

Καθαριότητας. Τα νήπια στους Νηπιακούς σταθμούς του Δήμου αποκτούν όλα τα απαραίτητα εφόδια για την ζωή τους.

- Η δημιουργία τμήματος βρεφών με τη χρήση όλων των σύγχρονων παιδαγωγικών μέσων και την εφαρμογή ειδικών προγραμμάτων θα βοηθούσε πολύ την τοπική κοινωνία και τις εργαζόμενες μητέρες που πολλές φορές χάνουν της δουλειές τους ή δυσκολεύονται να βρουν δουλειά μετά την απόκτηση ενός παιδιού. Έμπειροι παιδαγωγοί θα φροντίζουν για την ολόπλευρή και ισόρροπη ψυχοπνευματική ανάπτυξη των παιδιών.

- **Δημιουργική απασχόληση** στα σχολεία με εκπαίδευσή στις Νέες τεχνολογίες. Ο δήμος θα μπορούσε να παρέχει την δυνατότητα στους μαθητές της Β΄ Λυκείου αλλά και στους γονείς τους να παρακολουθούν δωρεάν ειδικό πρόγραμμα Επαγγελματικού Προσανατολισμού. Το πρόγραμμα θα υλοποιούν επαγγελματίες ψυχολόγοι, παιδαγωγοί και καθηγητές ώστε τα παιδιά να αποφασίζουν σωστά για το μέλλον τους. Δημιουργία Δικτύου Internet στο Δημοτικό κατάστημα καθώς και στα σχολεία όλων των βαθμίδων και τα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα της Πόλης. Στα πλαίσια του διαλόγου θα υπάρχει συνεργασία με τα Δεκαπενταμελή των σχολών, τους Συλλόγους των Καθηγητών αλλά και με τον Σύλλογο των φοιτητών της Σπάρτης. Το Διαδίκτυο αποτελεί ένα κανάλι επικοινωνίας του δήμου με τους δημότες – χρήστες.

- Ο επιτυχημένος θεσμός των σχολικών φυλάκων θα πρέπει να επεκταθεί και στα πρωτοβάθμια σχολεία.

Η Καθαριότητα της πόλης – Υγιεινή Διαβίωση

Ο Δήμος της Σπάρτης φημίζεται για την καθαριότητα του η οποία καθημερινά βελτιώνετε. Εκεί που πρέπει να δοθεί παραπάνω σημασία στην καθαριότητα είναι η απομακρυσμένες από το κέντρο, περιοχές της Πόλης και τα Δ.Δ. του Δήμου. Οι υπηρεσίες Καθαριότητας, Ηλεκτροφωτισμού, Συντήρησης Σχολικών Κτιρίων και Πράσινου πρέπει να παρέχονται σε όλη την γεωγραφική περιοχή του δήμου στον ίδιο βαθμό. Θα πρέπει να δοθεί η πρέπουσα σημασία στον ιστορικό ποταμό Ευρώτα, όσων αφορά την καθαριότητα του και την αξιοποίησει του φυσικού κάλους. Η **προώθηση Εθελοντικών Συμφωνιών και προγραμμάτων ανακύκλωσης** σε συνεργασία με ιδιώτες από τον Δήμο είναι σπουδαία για την τοπική κοινωνία.

Κυκλοφοριακό πρόβλημα

Με την εφαρμογή της ελεγχόμενης στάθμευσης στην πόλη μας κατά της πρωινές ώρες, λύθηκε μερικός το κυκλοφοριακό πρόβλημα. Για την πόλη της Σπάρτης είναι αναγκαίο ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για την κυκλοφορία με στόχο την διαμόρφωση συνθηκών ανεμπόδιστης κυκλοφορίας και μεταφοράς μέσα στην πόλη, καθώς και στη ρύθμιση της χρήσης των δρόμων, με τρόπο ώστε να κινούνται αρμονικά τα οχήματα, τα δημόσια μέσα μεταφοράς και οι πεζοί. Ακόμα, θα μπορούσε να συσταθεί **Γραφείο Κυκλοφορίας** με αντικείμενο την **κυκλοφοριακή οργάνωση** της πόλης, την εκπόνηση και την υλοποίηση σχεδίου για την στάση και στάθμευση των οχημάτων στο κέντρο της, τις σηματοδοτήσεις και διαμόρφωση κόμβων, καθώς και για άλλα σχετικά θέματα.

Αθλητισμός – Ψυχαγωγία

Από την αρχαιότητα, μέχρι σήμερα ο αθλητισμός δεν αποτέλεσε μόνο ένα από τα κυρίαρχα στοιχεία του κλασικού πολιτισμού της πόλης μας, ήταν η ίδια του η βάση. Με γνώμονα την αρχαία Σπάρτη και τον πολιτισμό της, που σήμερα αντικατοπτρίζει μια πραγματικότητα στην εξέλιξη του ανθρώπινου πνεύματος: την πρόοδο του κοινωνικού νου και την ανάδειξή της ατομικής καταξίωσης. Ο Δήμος θα πρέπει να δημιουργήσει τις κατάλληλες αθλητικές υποδομές για την οργανωμένη άθληση των πολιτών του, αναγνωρίζοντας την απαίτηση τους για τη δημιουργία συνθηκών πρόσβασης σε αθλητικές εγκαταστάσεις χωρίς διακρίσεις. Μέσα από αυτά τα προγράμματα ο κάθε δημότης θα έχει τη δυνατότητα να αθλείται, να ψυχαγωγείται, να αποκτήσει νέα ενδιαφέροντα και νέους φίλους, ενώ τα παιδιά μαθαίνουν να εντάσσουν τον αθλητισμό στην καθημερινότητα τους κάνοντας τα πιο πειθαρχημένα και κοινωνικά όντα.

Αρχικά, ο δήμος θα έπρεπε να ξεκινήσει από τις υπάρχουσες αθλητικές εγκαταστάσεις εξασφαλίζοντας την εύρυθμη λειτουργία τους, π.χ. την άμεση υλοποίηση των σχεδιασμών για τους προαύλιους χώρους των σχολικών συγκροτημάτων 1^{ου} και 2^{ου} Γυμνασίου για να υποστηριχθεί ο σχολικός αθλητισμός το πρωί και ο μαζικός το απόγευμα. Ενίσχυση του αγωνιστικού αθλητισμού μέσα από την δημιουργία ενός μοντέλου αξιολόγησης και ενίσχυσης με διαφανείς διαδικασίες των αθλητικών σωματείων. Ενίσχυση του μαζικού αθλητισμού με εκδηλώσεις για όλες τις ηλικίες σε συνδυασμό με την προβολή κοινωνικών μηνυμάτων (ναρκωτικά,

αλκοολισμός κ.λ.π.) σε συνέχει συνεργασία και επαφή με τα σχολεία για την ενημέρωση των μαθητών.

Ποιοτική αναβάθμιση των αθλητικών εκδηλώσεων και διοργανώσεων ώστε να στηρίξουμε την ανάπτυξη του αθλητισμού στην πόλη μας. Καλύτερη προβολή του αγώνα – θεσμού «Σπάρταθλον», στον οποίο λαμβάνουν μέρος υπερμαραθωνοδρόμοι απ' όλο τον κόσμο, διανύοντας τη διαδρομή «Αθήνα – Σπάρτη» στα βήματα του αρχαίου ημεροδρόμου Φειδιππίδη. Ο αγώνας διοργανώνεται από τον Διεθνή Σύνδεσμο «ΣΠΑΡΤΑΘΛΟΝ» και τον Οργανισμό Νεολαίας και Άθλησης του Δήμου Σπάρτης (σε ότι αφορά το νομό μας), και διεξάγεται κάθε τελευταίο σαββατοκύριακο του Σεπτεμβρίου. Θα έπρεπε οι τοπικοί άρχοντες να προσκαλέσουν έλληνες ολυμπιονίκες αθλητές είτε για να αγωνιστούν είτε για να συμμετέχουν στην εκδήλωση για την απονομή επάθλων. Αυτό πιστεύω πως θα κεντρίσει το ενδιαφέρον των Μ.Μ.Ε. κυρίως των μεγάλων τηλεοπτικών σταθμών και εφημερίδων της Ελλάδας αλλά και του εξωτερικού. Ακόμα, η προσέλευση από γειτονικούς δήμους αλλά και νομούς, θα είναι μεγαλύτερη. Αυτές τις δύο σπουδαιές μέρες για τον αθλητισμό, τον πολιτισμό και την ιστορία της πόλη μας, οι επισκέπτες θα δώσουν χρώμα και νόημα στο θεσμό, αλλά και δύναμη και ιδέες για τις επόμενες διοργανώσεις.

Απαραίτητη είναι και η συνεργασία με τις Ομοσπονδίες, το Γραφείο Φυσικής Αγωγής της Νομαρχίας και άλλους φορείς για την συνδιοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων. Κυρίως όμως με το Πανεπιστήμιο Σπάρτης, Τμήμα Ανθρώπινης Κίνησης.

Η πολιτιστική πολιτική του Δήμου

Στο σημερινό κοινωνικό – οικονομικό περιβάλλον παγκοσμιοποίησης, της ισοπέδωσης, του κυνισμού και του ατομικισμού, πολλές φορές ο πολιτισμός μας μπορεί να αποτελέσει τη βάση του νέου ανθρωπισμού, που είναι ανάγκη όλων μας. Ο πολιτισμός μπορεί να κρατήσει τις ισορροπίες και να δώσει ηθικό και πνευματικό περιεχόμενο στην καθημερινότητά μας.

Η υπάρχουσα πολιτιστική υποδομή της πόλης επιτρέπει την συνεργασία σε πολλά επίπεδα με ανάλογους φορείς όπως είναι το Πνευματικό κέντρο του Δήμου, το Σαϊνοπούλειο Ίδρυμα, τα Μουσεία και αρχαιολογικοί χώροι, η Πινακοθήκη, Η Βιβλιοθήκη, τα Γενικά Αρχεία του Κράτους, το Μουσείο Ελιάς και Λαδιού και η

Πνευματική Εστία, ο Ορειβατικός Σύλλογος και άλλοι πολιτιστική φορείς. Όλες οι ομάδες ατόμων θα πρέπει να αγκαλιάζονται από την πολιτιστική πολιτική του Δήμου, π.χ. να προγραμματίζονται ετήσιες εκδηλώσεις, στην αρχή κάθε σχολικού έτους **Υποδοχής των φοιτητών**, γνωριμία τους με την πόλη και τους φορείς της και παροχή ηθικής στήριξης. Οι φοιτητές στο Δήμο μας αποτελούν το νέο ζωντανό και ενεργό στοιχείο που πλέον προστίθεται στο δυναμικό του Δήμου. Η εκδήλωση Υποδοχής των φοιτητών μπορεί να συμπεριλαμβάνει και τον **Αποχαιρετισμός των παιδιών** που φεύγουν από τη Σπάρτη για να σπουδάσουν σε άλλες πόλεις. Η κοινή **εκδήλωση Αποχαιρετισμός - Υποδοχής** μπορεί να συμβάλλει στην δημιουργία ισχυρών σχέσεων ανάμεσα στις δύο ομάδες.

Η απομόνωση σε κάθε ομάδα και ηλικία θα πρέπει να αποφεύγεται μέσα από την ανάπτυξη κατάλληλων δραστηριοτήτων. Παραδείγματα τέτοια είναι: **η τρίτη ηλικία** που θα μπορούσαμε να αξιοποιήσουμε την εμπειρία τους ώστε να ενταχθεί στην σημερινή ζωή, **τα άτομα με ειδικές** θα πρέπει να έχουν τη δυνατότητα ένταξης τους στην κοινωνία και την παραγωγική διαδικασία αξιοποιώντας της ικανότητες τους, **οι αλλοδαποί** ως μαθητές στα σχολεία και ως εργαζόμενοι στην πόλη μας πρέπει να παρακολουθούν προγράμματα για την εκμάθηση της γλώσσας και ιστορίας για την σωστή ένταξη τους στην κοινωνία, όσων αφορά τους εργαζόμενους.

Όσων αφορά την **προκατάληψη** και των **ρατσισμό** για αυτήν την ομάδα ανθρώπων, που ζουν και εργάζονται δίπλα - μαζί μας, θα ήταν καλό να εξαλειφθούν τα φαινόμενα αυτά από γενιά σε γενιά μέσα από προγράμματα για παιδιά. Ξεκινώντας από την προσχολική ηλικία μέχρι και το δημοτικό σε γιορτές όπως Χριστούγεννα – Πρωτοχρονιά και Πάσχα οι δάσκαλοι σε συνεργασία με τους γονείς και τα παιδιά να οργανώνουν γιορτές - εκθέσεις σχετικά με τα ήθη και έθιμα, τραγούδια και ποιήματα παραδοσιακά, παιχνίδια, γιορτινά φαγητά και γλυκά από διάφορες χώρες (π.χ. Αλβανία, Ρουμανία, Ρωσία κ.α.). τα παιδιά θα ανακαλύψουν ομοιότητες και διαφορές, παράξενες και αστείες συνήθειες, θα χαίρονται για την διαφορετικότητα αυτή της καταγωγής τους γιατί κάνει πιο ενδιαφέρον τα σχολικά τους χρόνια και την ζωή τους. Την ιδέα αυτή την έχω μοιραστεί με τον Πρόεδρο του Πνευματικού Κέντρου Σπάρτης και την είδε πολύ θετικά. Εύχομαι πολύ σύντομα να μπορεί να υλοποιηθεί.

Υπηρεσίες κοινωνικού χαρακτήρα

Βασικό στοιχείο της τοπικής Δημοκρατίας είναι η παροχή σε όλα τα μέλη της κοινότητας ίσων δυνατοτήτων για πρόοδο και ανάπτυξη. Στο πλαίσιο αυτό, ιδιαίτερη σημασία αποκτά η δυνατότητα εξασφάλισης ενός ελάχιστου επιπέδου διαβίωσης, στις ασθενέστερες ομάδες. Ο Δήμος πιστεύοντας στο δικαίωμα των **ίσων ευκαιριών και τις ίσης μεταχείρισης όλων των πολιτών του**, θα έπρεπε να αναπτύξει ολοκληρωμένο πρόγραμμα παροχής υπηρεσιών κοινωνικού χαρακτήρα δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην φροντίδα εκείνων που έχουν ανάγκη βοήθειας. **Η περιθωριοποίηση, η αδράνεια και η μοναξιά** επιδρούν αρνητικά στην ψυχοσωματική υγεία των ηλικιωμένων. Στο **Κέντρο Ανοικτής Προστασίας Ηλικιωμένων (Κ.Α.Π.Η.)** θα έπρεπε να προσφέρονται υπηρεσίες πρωτοβάθμιας φροντίδας και υγείας αλλά και προγράμματα που θα δραστηριοποιούν τα μέλη τους, τα οποία θα προσφέρουν ένα πλούσιο κοινωνικό πολιτιστικό έργο. Μερικές από τις δραστηριότητες και υπηρεσίες που θα μπορούσαν να απολαμβάνουν τα μέλη είναι: φροντίδα και οδηγίες προληπτικής ιατρικής, επιμόρφωση, επισκέψεις σε μοναστήρια, αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων- οργανωμένη ψυχαγωγία, εκδρομές – περίπατοι, συμμετοχή των μελών στις ομάδες εθελοντών. Ο δήμος θα μπορούσε να ιδρύσει **Οργανισμό Πρόνοιας** ο οποίος θα απευθύνεται μόνο στις ασθενέστερες οικονομικά και κοινωνικά ομάδες, στις οποίες θα προσφέρει αγαθά και υπηρεσίες με κινητήρια δύναμη τον εθελοντισμό.

Απασχόληση

Η Τ.Α. έχει υποχρέωση να αναλαμβάνει πρωτοβουλίες και δράσεις για την καταπολέμηση της ανεργίας, την αντιμετώπιση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού. Για την αντιμετώπιση της ανεργίας θα μπορούσε να λειτουργεί **Γραφείο Εύρεσης & Δημιουργίας Θέσεων Εργασίας** σε συνεργασία με το Υπ. Εργασίας, τον ΟΑΕΔ και τους ιδιώτες που εκτελούν κρατικά, δημοτικά και ιδιωτικά έργα. Αυτό θα βοηθήσει στην μείωση της ανεργίας σήμερα αλλά και σε μελλοντικά επίπεδα.

Σημαντική είναι και η σωστή διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού μέσα στον Ο.Τ.Α., διότι είναι αλληλένδετη με τον σχεδιασμό και την παροχή προϊόντων – υπηρεσιών που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των δημοτών-καταναλωτών. Αυτό

οδηγεί στην ανάπτυξη **Εσωτερικό Μάρκετινγκ**, δηλαδή μίας στρατηγικής διαδικασίας η οποία αποβλέπει στο να προσανατολίσει τους υπαλλήλους και τα διοικητικά στελέχη του δήμου προς την παροχή υπηρεσιών και την ποιοτική εξυπηρέτηση των δημοτών – καταναλωτών. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού θα χρειαστεί να εφαρμοστούν κάποιες λειτουργίες σχετικές με την διοίκηση ανθρώπινων πόρων π.χ. επιλογή προσωπικού, εκπαίδευση και υποκίνηση των εργαζομένων. **Το εσωτερικό μάρκετινγκ είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο και μπορούμε να το χρησιμοποιήσουμε:**

1. στην διαμόρφωση κοινής κουλτούρας εξυπηρέτησης του καταναλωτή
2. στην διατήρηση της κουλτούρας εξυπηρέτησης του καταναλωτή
3. όταν ο δήμος θελήσει να εισάγει νέες υπηρεσίες στους δημότες ή όταν αναπτύσσει νέες πρακτικές μάρκετινγκ για της υφιστάμενες υπηρεσίες του.

Δέκα σημαντικές και απαραίτητες επεμβάσεις στο δήμο Σπάρτης

1. Ολοκληρωμένη κυκλοφοριακή μελέτη
2. Ανάπλαση πεζοδρομίων από το κέντρο προς τα έξω
3. Ηλεκτροφωτισμός των οδών
4. Διανοίξεις δρόμων σύμφωνα με το ρυμοτομικό σχέδιο
5. Νέα επέκταση του σχεδίου πόλεως, διότι η ανάπτυξη της το επιβάλει
6. Αντικατάσταση δικτύων ύδρευσης λόγω παλαιότητας στα Δ.Δ. (Υπήρχε πρόγραμμα της Ε.Ε. με χρηματοδότηση 100% για τα Δ.Δ. και δεν υποβλήθηκε πρόταση στην περιφέρεια).
7. Απομάκρυνση των φορτηγών από την πόλη, με το να συντομεύσουν οι εργασίες του περιφερειακού δρόμου, για το καλό της πόλης μας.
8. Η Δημοτική Επιχείρηση Ανάπτυξης να αποτελέσει σοβαρό εργαλείο Ανάπτυξης και να προσφέρει έργο
9. Αναβαθμίσει της Δημοτικής Αγοράς και λειτουργία της σύμφωνα με το σκοπό της ιδρύσεως της.
10. Οι παρεμβάσεις θα πρέπει να γίνονται κατόπιν μελέτης από τις εσωτερικές υπηρεσίες του Δήμου ή από εξωτερικούς επιστημονικούς συνεργάτες

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

5.Κεφάλαιο: Συμπεράσματα.

Οι αρμοδιότητες της Τ.Α. χωρίζονται σε δύο ομάδες:

- σε αυτές που αφορούν τους τομείς όπως, Προστασία, Ανάπτυξη, Περιβάλλον, Απασχόληση, Κοινωνική Προστασία, Παιδιά, Πολιτισμός, Αθλητισμός για τη συνέχει βελτίωση της ποιότητας ζωής των δημοτών.
- Και αρμοδιότητες κρατικού χαρακτήρα όπως, το Ληξιαρχείο, Δημοτολόγιο, Εκλογικούς Καταλόγους, θέματα Ιθαγένειας, Αλλοδαπών και Μεταναστών κ.α..

Για την ποιοτική και ποσοτική παροχή υπηρεσιών στο δήμο είναι απαραίτητο το Εσωτερικό Μάρκετινγκ και στα τρία επίπεδα της πυράδας: στις δοσοληψίες, στην υποστήριξη και στην διοίκηση.

Σε έναν οργανισμό Τ.Α. το Μάρκετινγκ είναι υπόθεση όλων όσων εκπροσωπούν τον οργανισμό. Όλοι μαζί θα πετύχουν τους στόχους με κοινή πολιτική και συνεργασία. Η ανάπτυξη του Δήμου εξαρτάται πρώτα από όλα από το εσωτερικό του περιβάλλον και έπειτα από εξωτερικούς παράγοντες.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα 1

Άρθρο 4 – Ιθαγένεια: Ως υπάλληλοι διορίζονται μόνο Έλληνες και Ελληνίδες πολίτες (συμπεριλαμβανόμενοι και οι ομογενής Έλληνες). Οι πολίτες των κρατών – μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης επιτρέπεται να διορίζονται σε θέσεις οι οποίες δεν εμπίπτουν στην εξαίρεση της παρ. 4 του άρθρου 48 Συνθ. Ε. Κ. σύμφωνα με τα προβλεπόμενα γι' αυτούς σε ειδικό νόμο.

Άρθρο 5 - Μη εκπλήρωση στρατιωτικών υποχρεώσεων: δεν διορίζονται υπάλληλοι όσοι δεν έχουν εκπληρώσει τις στρατιωτικές τους υποχρεώσεις ή δεν έχουν απαλλαγεί νόμιμα από αυτές και όσοι έχουν αναγνωρισθεί ως αντιρρησίες συνείδησης και δεν έχουν εκπληρώσει, σύμφωνα με τις ειδικές διατάξεις της στρατολογικής νομοθεσίας, άοπλη θητεία ή εναλλακτική πολιτική κοινωνική υπηρεσία.

Άρθρο 6 - Ηλικία διορισμού: τα κατώτατα και ανώτατα όρια ηλικίας διορισμού κατά κατηγορία, ορίζονται ως ακολούθως: για την κατηγορία ΠΕ και ΤΕ από 21ο έως 35ο.

Άρθρο 7 – Υγεία: υπάλληλοι διορίζονται όσοι έχουν την υγεία και την αρτιμέλεια που τους επιτρέπουν την εκτέλεση των καθηκόντων της αντίστοιχης θέσης, με επιφύλαξη των διατάξεων για άτομα με ειδικές ανάγκες. Η υγεία και η αρτιμέλεια των υποψήφιων υπαλλήλων πιστοποιούνται από ομάδες υγειονομικής επιτροπής.

Άρθρο 8 - Ποινική καταδίκη, στερητική ή επικουρική δικαστική συμπαράσταση: δεν διορίζονται υπάλληλοι: όσοι καταδικάστηκαν για κακούργημα σε οποιαδήποτε ποινή (κλοπή, υπεξαίρεση, απάτη, εκβίαση, πλαστογραφία, απιστία δικηγόρου, καταπίεση, παράβαση καθήκοντος, καθώς και για οποιοδήποτε έγκλημα κατά της γενετήσιας ή οικονομικής εκμετάλλευσης της γενετήσιας ζωής, οι υπόδικοι που δεν έχουν παραπεμφθεί με τελεσίδικο βούλευμα για κακούργημα ή πλημμέλημα, όσοι λόγω καταδίκης έχουν στερηθεί τα πολιτικά τους δικαιώματα και για όσο χρόνο διαρκεί η στέρηση αυτή, η απονομή χάριτος δεν αίρει την ανικανότητα για διορισμό, εφόσον δεν εκδοθεί κατά το άρθρο 47 παρ. του Συντάγματος διάταγμα που αίρει το σχετικό κώλυμα.

Άρθρο 12 - Τρόπος πλήρωσης θέσεων: η πλήρωση των θέσεων διέπεται από τις αρχές της ίσης ευκαιρίας συμμετοχής, της αξιοκρατίας, της αντικειμενικότητας, της κοινωνικής αλληλεγγύης, της διαφάνειας και της δημοσιότητας, η πλήρωση των θέσεων γίνεται με δημόσιο διαγωνισμό, γραπτό και κατ' εξαίρεση προφορικό, ειδικές διατάξεις που ρυθμίζουν κατ' εξαίρεση διαχωρισμό χωρείς την τήρηση των διατάξεων της παρ. 2 ισχύουν.

Άρθρο 14 - Προκήρυξη πλήρωσης θέσεων: κάθε διαδικασία πρόσληψης προϋποθέτει προηγούμενη προκήρυξη, η οποία δημοσιεύεται υποχρεωτικά σε ειδικό τεύχος της Εφημερίδος της Κυβερνήσεως.

Άρθρο 18 - Κατάρτιση υπαλληλικής σχέσης: η υπαλληλική σχέση καταρτίζεται με τον διορισμό και την αποδοχή του. Η αποδοχή δηλώνεται με την ορκωμοσία.

Άρθρο 23 - Προσωπικό μητρώο του υπαλλήλου: το προσωπικό μητρώο συγκροτείται μετά το διορισμό του υπαλλήλου και περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία τα οποία προσδιορίζουν την ατομική, οικογενειακή, περιουσιακή και υπηρεσιακή του κατάσταση σύμφωνα με την επόμενη παράγραφο.

Άρθρο 24 - Πίστη στο Σύνταγμα: ο υπάλληλος είναι εκτελεστής της θέλησης του κράτους, υπηρετεί μόνο το Λαό και οφείλει πίστη στο Σύνταγμα και αφοσίωση στην Πατρίδα και τη Δημοκρατία

Άρθρο 26 – Εχεμύθεια: ο υπάλληλος πρέπει να είναι εχέμυθος για θέματα που χαρακτηρίζονται ως απόρρητα από τις κείμενες διατάξεις.

Άρθρο 30 - Καθήκοντα υπαλλήλου: ο υπάλληλος εκτελεί τα καθήκοντα του κλάδου ή της ειδικότητας του.

Άρθρο 35 - Κατοχή δεύτερης θέσης: Απαγορεύεται ο διορισμός υπαλλήλου με οποιαδήποτε σχέση, σε δεύτερη θέση (1. Δημοσίων υπηρεσιών, 2. Νομικών προσώπων δημοσίου δικαίου).

Άρθρο 45 - Ελευθερία της έκφρασης: ελευθερία της έκφρασης των υπαλλήλων (φιλοσοφικών και θρησκευτικών πεποιθήσεων), καθώς και επιστημονικών απόψεων, αποτελεί δικαίωμα των υπαλλήλων και τελεί υπό την εγγύηση του κράτους.

Άρθρο 48 - Δικαίωμα κανονικής άδειας: οι δημόσιοι υπάλληλοι που συμπλήρωσαν πραγματική υπηρεσία ενός (1) έτους δικαιούνται κανονική άδεια απουσίας με αποδοχές, είκοσι (20) εργάσιμες ημέρες. Ο χρόνος της κανονικής άδειας αυξάνεται κατά μια εργάσιμη ημέρα για κάθε έτους απασχόλησης, ανώτατο όριο εικοσιπέντε (25) εργάσιμων ημερών.

Άρθρο 82 - Σύστημα προαγωγών: οι υπάλληλοι προάγονται στον αμέσως επόμενο ενιαίο βαθμό, εφόσον έχουν συμπληρώσει τον απαιτούμενο χρόνο στον βαθμό που κατέχουν και έχουν τα απαιτούμενα προσόντα

Άρθρο 101 - Διαθεσιμότητα λόγω κατάργησης θέσης: ο υπάλληλος τίθεται σε διαθεσιμότητα με απόφαση του υπηρεσιακού συμβουλίου λόγω κατάργησης θέσης. Αυτή διαρκεί ανά έτος, και μετά ο υπάλληλος απολύεται.

Άρθρο 106 - Ορισμός πειθαρχικού παραπτώματος: πειθαρχικό παράπτωμα αποτελεί κάθε παράβαση υπαλληλικού καθήκοντος που συντελείται με υπαίτια πράξη ή παράληψη και που μπορεί να καταλογιστεί στον υπάλληλο.

Άρθρο 109 - Πειθαρχικές ποινές: η έγγραφη επίπληξη, πρόστιμο ως τις αποδοχές τριών μηνών, στέρηση προαγωγής από ένα ως πέντε έτη, υποβιβασμός κατά ένα βαθμό, προσωρινή παύση από τρεις έως έξι μήνες με πλήρη στέρηση των αποδοχών, οριστική παύση.

Άρθρο 110 - Δίωξη πειθαρχικών παραπτώματων: η δίωξη ασκείται από τα πειθαρχικά όργανα. Δεν επιτρέπεται δεύτερη δίωξη για το ίδιο πειθαρχικό παράπτωμα.

Άρθρο 123 - Άσκηση πειθαρχικής δίωξης: η πειθαρχική δίωξη αρχίζει με την κλίση του υπαλλήλου σε απολογία ή και με την παραπομπή του στο υπηρεσιακό συμβούλιο.

Άρθρο 135 - Κλήση σε απολογία: πειθαρχική ποινή δεν επιβάλλεται, εάν ο υπάλληλος δεν κληθεί προηγούμενος σε απολογία.

Άρθρο 142 - Ένσταση: οι αποφάσεις των υπηρεσιακών συμβουλίων υπόκεινται σε ένσταση εντός ενός μηνός από την ημέρα εκδόσεως τους.

Άρθρο 146 - Διαγραφή πειθαρχικών ποινών: διαγράφεται αυτοδικαίως η ποινή της επίπληξης μετά τρία έτη, του προστίμου μετά πέντε έτη.

Παράρτημα 2

ΠΑΡΟΧΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΣΠΑΡΤΗΣ

Το ερωτηματολόγιο θα συμπληρωθεί χρησιμοποιώντας το ✓ ή το Χ.

Στοιχεία ερωτούμενου:

Φύλο: Α Θ Ηλικία: 18-25 26-35 36-45 46-60

Εκπαίδευση: Δημοτικό Γυμνάσιο Λύκειο Ανώτατη Εκπαίδευση

Κάτοικος Δημοτικού Διαμερίσματος : Σπάρτης Αισισού Αμύκλες Καλυβίων Σογός Κλαδά

ΟΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Ο ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ

Α/Α	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			Ο ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		
		ΠΑΝΙΑ	ΕΥΧΝΑ	ΠΟΛΥ ΕΥΧΝΑ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ	ΩΣΤΟΣ	ΛΙΓΟΣ
1.	<u>Δημοτολόγια, Μ. Αρρένων</u> (πιστοποιητικά, θέματα πολιτογράφησης, Ιθαγένειας)									
2.	<u>Ληξιαρχείο</u> (ληξιαρχικές πράξεις: Γενν., Βαπτ., γάμων, θανάτου κ.α.)									
3.	<u>Εκλογικοί Κατάλογοι</u> (καταγραφή των πολιτών και ενημέρωτους)									
4.	<u>Πρωτόκολλο</u> (καταθέσεις αιτήσεων, Ενημέρωση μέσω ανακοινώσεων, καταγραφή εισερχ.-εξερχ. εγγράφων. κ.α.)									
5.	<u>Διαχείριση Αγροτικών Θεμάτων</u> (θέματα Ο.Γ.Α., αποζημιώσεις Ε.Α.Γ. επιδοτήσεις, ενημέρωση αγροτών, συγκέντρωση									

ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Ο ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ

Α/Α	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			Ο ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		
		ΠΑΝΙΑ	ΕΥΧΝΑ	ΠΟΛΥ ΕΥΧΝΑ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ	ΩΣΤΟΣ	ΛΙΓΟΣ
1.	<u>Εξακρίβωση των υπόχρεων</u> και του ύψους των χρηματικών υποχρεώσεων προς το Δ. των δημοτών και των επιχειρήσεων της περιοχής για φόρους, τέλη, εισφορές.									



ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Α/Α	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			Ο ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		
		ΕΠΑΝΑ	ΣΥΧΝ Α	ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥΣ	ΣΩΣΤΟΣ	ΛΙΓΟΣ
1.	Χορήγηση αδειών καταστημάτων Υγειονομικού Ενδιαφέροντος									
2.	Θέματα Δημόσιας Υγείας και Προστασίας του Περιβάλλοντος									
3.	Διαχείριση απορριμμάτων – ανακύκλωση απορριμμάτων									
4.	Υδρευση – Αποχέτευση (Δ.Ε.Υ.Α. Σπάρτης)									
5.	Δημοτικά Κοιμητήρια									



ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ

Α/Α	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			Ο ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		
		ΕΠΑΝΑ	ΣΥΧΝΑ	ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥΣ	ΣΩΣΤΟΣ	ΛΙΓΟΣ
1.	Η κατασκευή, επισκευή, συντήρηση και εξοπλισμός των δημοτικών κτιρίων και εγκαταστάσεων του Δήμου.									
2.	Τα έργα οδοποιίας και λοιπά έργα υποδομής (γέφυρες, αντιπλημμυρικά έργα κ.α.)									
3.	Έργα αναμόρφωσης υπαίθρου Χώρου (πεζοδρόμια, πλατείες, πάρκα, αθλητική χώροι).									
4.	Παροχή πληροφοριών σε κάθε ενδιαφερόμενο πολίτη σχετικά με το σχέδιο πόλης και πολεοδομική ανάπτυξη της περιοχής.									
5.	Ηλεκτροφωτισμός των οδών και των εγκαταστάσεων του Δήμου, όπως Δημοτικά Κτίρια, Μνημεία κ.α.									

ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΑΣΤΥΝΟΜΙΑ

Α/Α	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			Ο ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	
		ΣΠΑΝΙΑ	ΣΥΧΝΑ	ΠΟΛΥ Σ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥΣΕΩΣΤΟΣ	ΛΙΓΟΣ
1.	<u>Έλεγχος</u> όσον αφορά στην λειτουργία όλων των Επιχ/κών. δραστηριοτήτων και επαγγελμάτων της τοπικής κοινότητας								
2.	<u>Έλεγχος</u> όσον αφορά την καθαριότητα του Δήμου.								
3.	<u>Έλεγχος</u> στην κυκλοφορία και στάθμευση οχημάτων.								
4.	<u>Έλεγχος</u> στην Οικοδόμηση. Εντόπιση αυθαίρετης δόμησης.								
5.	<u>Έλεγχος</u> στην Δ.Ε.Υ.Α.Σ.								
6.	<u>Ηγορόπηση και Προστασία</u> του Περιβάλλοντος								
7.	<u>Έλεγχος</u> στις άδειες λειτουργίας και ίδρυσης καταστημάτων								
8.	<u>Έλεγχος</u> της Λαϊκής Αγοράς.								

1. Ποιες πρόσθετες υπηρεσίες θα θέλατε να παρέχει ο Δήμος;

.....

2. Πώς πληροφορείστε για τυχόν νέες υπηρεσίες του Δήμου;

.....

3. Οι παρεχόμενες από το Δήμο υπηρεσίες, καλύπτουν τις ανάγκες των δημοτών;

.....

4. Οι δημότες – κάτοικοι των Δημοτικών Διαμερισμάτων εξυπηρετούνται το ίδιο καλά με τους κατοίκους του Δ.Δ. Σπάρτης;

.....

Παράρτημα 3

Επτά Βήματα για πετυχημένο μάρκετινγκ

Πρώτο βήμα, πρέπει να ανακαλύψουμε ποιος είναι ο εσωτερικός λόγος που κάνει τους καταναλωτές – δημότες να θέλουν τη υπηρεσία που προσφέρουμε.

Δεύτερο βήμα, μετατρέπουμε τον εσωτερικό λόγο σε πλεονέκτημα. Οι καταναλωτές τον υπηρεσιών αγοράζουν τα πλεονεκτήματα – οφέλη και όχι τα χαρακτηριστικά τους.

Τρίτο βήμα, να εκφράσουμε τα οφέλη της υπηρεσίας μας όσο γίνεται περισσότερο πιστευτά. **Προσοχή**, στην διαφορά μεταξύ της ειλικρινείας και της πειστικότητας.

Τέταρτο βήμα, τραβήξτε την προσοχή των υποψήφιων καταναλωτών – πελατών σας. Συνήθως, οι άνθρωποι δεν δίνουν προσοχή στις διαφημίσεις παρά μόνο σε πράγματα που τους ενδιαφέρουν. Απλά πολλές φορές βρίσκουν τα όσα τους ενδιαφέρουν στις διαφημίσεις, εμείς θα πρέπει να τους τραβήξουμε το ενδιαφέρον για την υπηρεσία μας.

Πέμπτο βήμα, πρέπει να σκεφτούμε κάτι που να παρακινήσει τους υποψήφιους πελάτες μας. Οι διαφημίσεις θα πρέπει να είναι ενεργητικές και όχι παθητικές, να τους λέμε ακριβώς αυτό που θέλουμε να κάνουν (π.χ. να μας τηλεφωνήσουν, να περάσουν από την επιχείρησή μας, να ενημερωθούν μέσω της σελίδας μας στο διαδίκτυο κ.α.).

Έκτο βήμα, πρέπει να γίνουμε κατανοητή στους καταναλωτές, να σιγουρευτούμε πως όσοι διαβάζουν, ακούν ή βλέπουν τη διαφήμιση καταλαβαίνουν πλήρως το κύριο μήνυμα που θέλουμε να περάσουμε.

Έβδομο βήμα, πρέπει να μετρήσουμε την αποτελεσματικότητα των διαφημιστικών δράσεων μας μετά από κάποια περίοδο π.χ. ενός μήνα. Να δούμε εάν ανταποκρίνεται στην στρατηγική της επιχείρησής μας και αν όχι τότε θα χρειαστεί να αναθεωρήσουμε ορισμένες δράσεις. Από τα χρήματα που θα σκοπεύετε να καταναλώσετε για το μάρκετινγκ , το 80% είναι καλό να πάει για της δοκιμασμένες επιτυχημένες δράσεις και το υπόλοιπο 20% σε νέες ιδέες. Εάν κάποιο από τις νέες ιδέες πετύχει την

διαχειριζόμαστε με το 80% και αναπληρώνουμε με νέα ιδέα το 20%. Έτσι θα δίνουμε φρεσκάδα και ανανέωση στο προφίλ της επιχείρησής μας.

ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ

Η επιχείρηση μας θα πρέπει να είναι πάντα ανοιχτή σε νέες ιδέες και να μην φοβάται να δοκιμάσει. Η φρεσκάδα και η ανανέωση είναι απαραίτητα για την επιτυχία της επιχείρησής μας. Η διαχείριση των πόρων μας με τον 80% και η αναπλήρωση με νέες ιδέες με τον 20% είναι η καλύτερη λύση. Έτσι θα διατηρήσουμε το προφίλ της επιχείρησής μας φρέσκο και ανανεωμένο. Η φρεσκάδα και η ανανέωση είναι απαραίτητα για την επιτυχία της επιχείρησής μας. Η διαχείριση των πόρων μας με τον 80% και η αναπλήρωση με νέες ιδέες με τον 20% είναι η καλύτερη λύση. Έτσι θα διατηρήσουμε το προφίλ της επιχείρησής μας φρέσκο και ανανεωμένο.

ΠΗΓΕΣ

- Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ – κεφ. 12 «ΤΟ Μάρκετινγκ Υπηρεσιών» του ΚΩΣΤΑ & ΑΛΕΞΙΑ ΤΖΩΡΤΖΑΚΗ 1996.
- Μάρκετινγκ Υπηρεσιών του ΣΠΥΡΟΥ ΓΟΥΝΑΡΗ.
- Μάρκετινγκ Υπηρεσιών Τόμος Α΄, ΧΡ. Κ. ΑΘΑΝΑΣΟΥΛΗΣ Εκδόσεις Σταμούλη.
- Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ του PHILIP KOTLER – Κεφ. 17 “Μάνατζμεντ Επιχειρήσεων Παροχής Βασικών και Επικουρικών Υπηρεσιών” - Έκδοση 7^η
- Εύρεση υλικού μέσω Internet – από την σελίδα της Κ.Ε.Δ.Κ.Ε.(Κεντρική Ένωση Δήμων & Κοινοτήτων Ελλάδας), Ε.Ε.Τ.Α.Α. (Ελληνική Εταιρεία Τ.Α. & Αποκεντρώσεις)
- Διάφορα ενημερωτικά έντυπα του Δήμου Σπάρτης για τα έργα που έχουν γίνει, γίνονται και θα γίνουν.



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ

ΕΘΝΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΘΝΙΚΩΝ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΕΡΕΥΝΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΤΟΜΕΑ

Ταχ.Δ/ση: Πειραιώς 46 και Εποντών
18510 Πειραιάς

Τηλέφωνα: 210 4852571, 210 4852557

Φαξ: 210 4852575, 210 4852552

e-mail: NikFrag@Statistics.gr

NikolaouD@Statistics.gr

Παράρτημα 4

Το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου είναι
ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟ και η παροχή στοιχείων στη
Γ.Γ. ΕΣΥΕ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ
(Ν.Δ.3627/1956, Ν.2392/1996)

Γεωγραφικός κωδικός:

ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟ ΔΕΛΤΙΟ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ

ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ

ΧΡΗΣΗ : 2005

Α. ΕΣΟΔΑ

ΕΣΟΔΑ - ΤΙΤΛΟΣ	Κωδικός αριθμός	Ποσά σε ευρώ		
		Τελ. Βεβαιωθέντα	Εισπραχθέντα	Εισπρακτ.Υπόλ.
ΤΑΚΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ				
ΠΡΟΣΟΔΟΙ ΑΠΟ ΑΚΙΝΗΤΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ				
Μισθώματα				
Μισθώματα από αστικά ακίνητα (άρθρο 253 ΔΚΚ)	0111.	41.647	29.582	12.065
Μισθώματα βοσκήσιμων εκτάσεων (άρθρο ΒΔ24/9-20/195	0112.	462	229	233
Μισθώματα καλλιεργήσιμης γης (άρθρο 255 ΔΚΚ)	0113.	0	0	0
Μισθώματα δημοτικής αγοράς (άρθρο 2 ΒΔ 24/9-20/10/	0114.	32.834	21.562	11.272
Μισθώματα από την παραχώρηση κοινόχρηστων χώρων γι	0115.	0	0	0
Μισθώματα δημοτικών και κοινοτικών λατομείων (άρθρ	0116.	0	0	0
Μισθώματα δασών και δασικών εκτάσεων (άρθρο 257 ΔΚ	0117.	0	0	0
Μισθώματα ιχθυοτροφείων (άρθρο 14 Ν 127/75, άρθρο	0118.	0	0	0
Εσοδα από εκμετάλλευση εδάφους ακίνητης περιουσίας	012.	35.601	35.601	0
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΚΙΝΗΤΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ				
Τόκοι κεφαλαίων	021.	40.627	40.627	0
Εσοδα από επιχειρήσεις	022.	0	0	0
Εσοδα από λοιπή κινητή περιουσία	023.	0	0	0
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΑ ΤΕΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ				
Ύπηρεσίες καθαριότητας και ηλεκτροφωτισμού	031.	1.344.674	1.344.674	0
Ύπηρεσία υδρεύσεως (άρθρο 19 ΒΔ 24/9-20/10/1958)	032.	0	0	0
Ύπηρεσία αρδεύσεως (άρθρο 19 ΒΔ 24/9-20/10/1958)	033.	0	0	0
Ύπηρεσία αποχέτευσης (άρθρο 19 ΒΔ 24/9-20/10/1958)	034.	0	0	0
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΛΟΙΠΑ ΤΕΛΗ - ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ, ΠΑΡΟΧ.ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ				
Εσοδα νεκροταφείων (άρθρο 4 ΑΝ 582/1968, άρθρο 3 Ν	041.	17.079	17.079	0
Εσοδα από σφαγεία	042.	0	0	0
Εσοδα από την εκμετάλλευση έργων και την παροχή υπ	043.	0	0	0
Εσοδα από τέλος Ακίνητης περιουσίας	044.	86.928	86.928	0
Εσος επί των ακαθαρίστων εσόδων επιτηδευματιών				
Εσος διαμονής παρεπιδημούντων (άρθρο 6 Ν 1080/80,	0451.	39.122	39.122	0
Εσος επί των ακαθαρίστων εσόδων των κέντρων διασκ	0452.	62.419	62.419	0
οιπά τέλη και δικαιώματα				
Εσος χρήσης κοινόχρηστων χώρων (άρθρο 3 Ν 1080/80	0461.	74.528	74.528	0

Τέλος διαφήμισης (άρθρο 5 Ν 1900/90)	0462.	56.955	56.955	0
Δικαίωμα εμπορίας ποσίων υδάτων (άρθρο 2 Ν 1080/8	0463.	0	0	0
Τέλη ελεγχόμενης στάθμευσης σε κοινόχρηστους χώρου	0464.	193.158	193.158	0
Ειδικό τέλος λατομικών προϊόντων (άρθρο 15 Ν 2115/	0465.	0	0	0
Τέλος παροπλιζόμενων πλοίων (άρθρο 3 Ν 995/79)	0466.	0	0	0
Τέλος οχημάτων επιβιβαζομένων σε οχηματαγωγά πλοία	0467.	0	0	0
Τέλος αδειών οικοδομών (άρθρο 23 ΒΔ 24/9-20/10/195	0468.	23.410	23.410	0
Τέλος ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (άρθρο 38 Ν 2773	0469.	0	0	0
Δυνητικά ανταποδοτικά τέλη (άρθρο 25 Ν 1828/89)	047 .	0	0	0
ΦΟΡΟΙ ΚΑΙ ΕΙΣΦΟΡΕΣ				
Φόροι				
Φόρος ηλεκτροδοτούμενων χώρων (άρθρο 10 Ν 1080/80)	0511.	188.667	188.667	0
Φόρος ζύθου (άρθρο 9 ΝΔ 703/70, άρθρο 12 Ν 1080/80	0512.	19.634	19.634	0
Δημοτικός φόρος Δωδεκανήσου (άρθρο 60 Ν 2214/94)	0513.	0	0	0
Λοιποί φόροι	0514.	0	0	0
Εισφορές				
Εισφορά σε χρήμα λόγω ένταξης ή επέκτασης πολεοδομ	0521.	0	0	0
Μετατροπή σε χρήμα της εισφοράς σε γη (άρθρο 8 Ν 1	0522.	0	0	0
Εισφορά 40% ή 75% του ΚΗ/1947 Ψηφίσματος (άρθρο 34	0523.	0	0	0
Λοιπές εισφορές	0524.	0	0	0
Δυνητικές εισφορές (άρθρο 25 Ν 1828/89)	053 .	40.023	40.023	0
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ				
Από θεσμοθετημένους Πόρους για κάλυψη λειτουργικών				
ΣΑΠ για την κάλυψη γενικών αναγκών (άρθρο 25 Ν 182	0611.	1.904.618	1.904.618	0
ΣΑΠ για τη λειτουργία παιδικών και βρεφονηπιακών σ	0612.	377.255	377.255	0
ΣΑΠ για τη λειτουργία δημοτικών και κοινοτικών χώρ	0613.	336.798	336.798	0
ΣΑΠ για την κάλυψη των λειτουργικών αναγκών των σχ	0614.	385.032	385.032	0
ΣΑΠ για την καταβολή αποζημίωσης σε σχολικούς τροχ	0615.	5.376	5.376	0
ΣΑΠ για λοιπούς σκοπούς (δεν περιλαμβάνονται πιστώ	0619.	0	0	0
ΛΟΙΠΑ ΤΑΚΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ				
Λοιπά τακτικά έσοδα				
Έσοδα από μισθώματα δημοσίων λατομείων (άρθρο 21 Ν	0711.	0	0	0
Μισθώματα θαλασσιών εκτάσεων (άρθρο 15 Ν 2130/93)	0712.	0	0	0
Ιαράβολα για την έκδοση των αδειών ίδρυσης και λει	0713.	9.466	9.466	0

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΑΕ

Εσοδα από την διάθεση δασικών προϊόντων του δημοσίου	0714.	0	0	0
Τέλος διαφήμισης της κατηγορίας Δ' του άρθρου 15 τ	0715.	0	0	0
Εσοδα από παράβολα αδειών παραμονής αλλοδαπών (άρθ	0716.	19.009	19.009	0
Εσοδα από τουριστικούς λιμένες και ζώνες αγκυροβολ	0717.	0	0	0
Λοιπά τακτικά έσοδα που δεν εντάσσονται στις ανωτέ	0718.	0	0	0
ΕΚΤΑΚΤΑ ΕΣΟΔΑ				
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΕΚΠΟΙΗΣΗ ΚΙΝΗΤΗΣ ΚΑΙ ΑΚΙΝΗΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ				
Εσοδα από εκποίηση ακινήτων	111 .	5.654	3.948	1.706
Εσοδα από εκποίηση κινητών	112 .	0	0	0
ΕΚΤΑΚΤΕΣ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΚΑΛΥΨΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓ. ΔΑΠΑΝΩΝ				
Επιχορηγήσεις για κάλυψη λειτουργικών δαπανών				
Από εθνικούς πόρους	1211.	0	0	0
Από συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα	1212.	0	0	0
Εσοδα από προγραμματικές συμβάσεις για υλοποίηση τ	1213.	0	0	0
Λοιπές επιχορηγήσεις	1214.	118.767	118.767	0
ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ				
Επιχορηγήσεις από θεσμοθετημένους πόρους για επενδ				
Κεντρικοί αυτοτελείς πόροι από το Πρόγραμμα Δημοσίου	1311.	790.350	790.350	0
Επισκευή και συντήρηση σχολικών κτιρίων (άρθρο 13	1312.	63.904	63.904	0
Επιχορηγήσεις του Ειδικού προγράμματος Τοπικής Αυτ	1313.	699.771	699.771	0
Λοιπά ειδικά προγράμματα	1314.	0	0	0
Λοιπές Επιχορηγήσεις για επενδύσεις και έργα				
Χρηματοδοτήσεις από Περιφερειακά επιχειρησιακά προ	1321.	0	0	0
Χρηματοδοτήσεις από Κεντρικούς Φορείς	1322.	0	0	0
Χρηματοδοτήσεις έργων από Ε.Ε.	1323.	0	0	0
Χρηματοδοτήσεις έργων από Διεθνείς οργανισμούς	1324.	0	0	0
Επιχορηγήσεις από εθνικούς πόρους για κάλυψη έκτακ	1325.	0	0	0
Εσοδα από προγραμματικές συμβάσεις για κάλυψη επεν	1326.	0	0	0
Λοιπές Επιχορηγήσεις για επενδύσεις και έργα	1327.	210.630	210.630	0
ΩΡΕΕΣ - ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΕΣ - ΚΛΗΡΟΔΟΣΙΕΣ (Κ.Α. 141, 142)	14 .	85.006	85.006	0
ΠΡΟΣΑΥΞΗΣΕΙΣ - ΠΡΟΣΤΙΜΑ - ΠΑΡΑΒΟΛΑ (Κ.Α. 151, 152)	15 .	316.741	301.571	15.170
ΛΟΙΠΑ ΕΚΤΑΚΤΑ ΕΣΟΔΑ				
Εσοδα από δαπάνες πραγματοποιηθείσες για λογαριασμ				
δαπάνες αφαίρεσης παράνομων διαφημιστικών μέσων (ά	1611.	0	0	0

Εξοδα ακινητοποίησης και μεταφοράς παρανόμως σταθμ	1612.	0	0	0
Δαπάνες απομάκρυνσης και φύλαξης εγκαταλελειμμένων	1613.	0	0	0
Εσοδα από την κατασκευή, επισκευή και συντήρηση οδ	1614.	0	0	0
Αποζημίωση καταβληθείσα για λογαριασμό των υπόχρεω	1615.	0	0	0
Εσοδα από συμβάσεις διαδημοτικής συνεργασίας (άρθρ	1616.	0	0	0
Εισφορές άλλων ΟΤΑ για την καταβολή αποζημίωσης στ	1617.	0	0	0
Εισφορές άλλων ΟΤΑ για τη μισθοδοσία ελεγκτών εσόδ	1618.	0	0	0
Λοιπά έσοδα από δαπάνες πραγματοποιηθείσες για λογ	1619.	0	0	0
Λοιπά έκτακτα έσοδα	162 .	945	945	0
ΕΣΟΔΑ Π.Ο.Ε. ΠΟΥ ΒΕΒΑΙΩΝΟΝΤΑΙ ΓΙΑ 1η ΦΟΡΑ	.			
ΤΑΚΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ Π.Ο.Ε.	.			
Τακτικά έσοδα παρελθόντων οικονομικών ετών που βεβ	.			
Τακτικά έσοδα από τέλη καθαριότητας και ηλεκτροφωτ	2111.	0	0	0
Τακτικά έσοδα από τέλη και δικαιώματα ύδρευσης	2112.	0	0	0
Τακτικά έσοδα από τέλη και δικαιώματα άρδευσης	2113.	16.920	12.812	4.108
Τακτικά έσοδα από τέλη και δικαιώματα αποχέτευσης	2114.	0	0	0
Τακτικά έσοδα από τέλος ακίνητης περιουσίας	2115.	0	0	0
Τακτικά έσοδα από δυνητικά ανταποδοτικά τέλη και ε	2116.	27.600	27.600	0
Τακτικά έσοδα από εισφορά λόγω ένταξης ή επέκτασης	2117.	0	0	0
Τακτικά έσοδα από των ακαθαρίστων εσόδων επιτηδευμ	2118.	0	0	0
Τακτικά έσοδα από λοιπά έσοδα	2119.	28.803	0	28.803
ΕΚΤΑΚΤΑ ΕΣΟΔΑ Π.Ο.Ε.	.			
Έκτακτα έσοδα παρελθόντων οικονομικών ετών που βεβ	221 .	50.426	4.579	45.847
ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΠΟ ΔΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ Π.Ο.Ε.	.			
ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΠΟ ΔΑΝΕΙΑ	.			
Δάνεια για κάλυψη λειτουργικών δαπανών	.			
Δάνεια του Ταμείου Παρακαταθηκών και Δανείων	3111.	0	0	0
Δάνεια από άλλους πιστωτικούς οργανισμούς της ημεδ	3112.	0	0	0
Δάνεια για κάλυψη επενδυτικών δαπανών	.			
Δάνεια του Ταμείου Παρακαταθηκών και Δανείων	3121.	0	0	0
Δάνεια από άλλους πιστωτικούς οργανισμούς της ημεδ	3122.	0	0	0
ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΑΠΟ ΒΕΒ.ΕΣΟΔΑ ΚΑΤΑ ΤΑ Π.Ο.Ε.	.			
Εισπρακτέα υπόλοιπα από βεβαιωθέντα κατά τα παρελθ	.			
έλη καθαριότητας και ηλεκτροφωτισμού	3211.	0	0	0

Τέλη και δικαιώματα ύδρευσης	3212.	5.236	0	5.236
Τέλη και δικαιώματα άρδευσης	3213.	5.116	759	4.356
Τέλη και δικαιώματα αποχέτευσης	3214.	0	0	0
Τέλος ακίνητης περιουσίας	3215.	464	0	464
Δυνητικά ανταποδοτικά τέλη και εισφορές	3216.	0	0	0
Εισφορά λόγω ένταξης ή επέκτασης πολεοδομικών σχεδ	3217.	0	0	0
Τακτικά έσοδα επί των ακαθαρίστων εσόδων επιτηδευμ	3218.	38.843	1.629	37.214
Λοιπά έσοδα	3219.	315.629	4.414	311.215
Εισπρακτέα υπόλοιπα από βεβαιωθέντα κατά τα προηγο	322 .	13.807	206	13.602
Συνταξιοδοτικές εισφορές	411 .	61.511	61.511	0
Φόροι και λοιπές επιβαρύνσεις	412 .	136.399	136.399	0
Ασφαλιστικές εισφορές	413 .	317.515	317.515	0
Λοιπές εισπράξεις υπέρ τρίτων	414 .	20.943	20.943	0
ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΩΝ	42 .	5.636	5.636	0
Χρηματικό υπόλοιπο προερχόμενο από τακτικά έσοδα	511 .	348.382	348.382	0
Χρηματικό υπόλοιπο προερχόμενο από έκτακτα έσοδα	512 .	2.674.534	2.674.534	0

Β. ΔΑΠΑΝΕΣ

ΔΑΠΑΝΕΣ - ΤΙΤΛΟΣ	Κωδικός αριθμός	Πληρωθέντα σε ευρώ										
		Γενικές	Οικονομικές Διοικητικές	Πολιτισμού, Αθλητ. Κοινων. πολιτικής	Καθαρι/τας Ηλεκτρο- φωτισμού	Υδρευσης Αρδευσης Αποχ/σης	Τεχνικών Έργων	Πρασίνου	Πολεοδομίας	Νεκροταφείων	Δημοτική Αστυνομία	Λοιπές Υπηρεσίες
		00	10	15	20	25	30	35	40	45	50	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α : ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΧΡΗΣΗΣ (ανάλυση ανα υπηρεσία)	.											
Αμοιβές και έξοδα προσωπικού	.											
Αποδοχές μονίμων υπαλλήλων	601 .		400.102	0	470.121	0	170.482	76.499	0	17.240	77.714	19.856
Αποδοχές τακτικών υπαλλήλων με σύμβαση οριστού χρόνου	602 .		0	0	33.219	0	0	0	0	18.480	0	0
Αποδοχές υπαλλήλων ειδικών θέσεων	603 .	61.312										
Αποδοχές εκτάκτων υπαλλήλων (επί σύμβαση κτάκτων υπαλλήλων, ημερομισθίων ωρομισθίων λ.π.)	604 .		0	0	97.859	0	0	0	0	0	0	74.231
Έργοδοτικές εισφορές Δήμων και κοινοτήτων οινωνικής ασφάλισης	605 .	92.314	43.377	0	78.830	0	19.928	7.959	0	6.232	7.997	18.754
Παρεπόμενες παροχές και έξοδα προσωπικού	606 .		0	0	9.481	0	3.178	1.059	0	353	1.413	353
Δαπάνες πρόσληψης, εκπαίδευσης και επιμόρφωσης προσωπικού	607 .	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Αμοιβές αιρετών και τρίτων	.											
Αμοιβές και έξοδα ελευθέρων επαγγελματιών	.											
Αμοιβές νομικών και συμβολαιογράφων	6111.	11.552	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Αμοιβές τεχνικών	6112.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Αμοιβές μεταφραστών	6113.	0										
Αμοιβές καλλιτεχνών	6114.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Αμοιβές λογιστών	6115.		10.388	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Αμοιβές δικαστικών επιμελητών	6116.	0										
Λοιπές αμοιβές λοιπών εκτελούντων ειδικές υπηρεσίες με την ιδιότητα του ελεύθερου επαγγελματία	6117.	11.469										
Δαπάνες αιρετών	612 .	152.918										
Αμοιβές τρίτων μη Ελεύθερων Επαγγελματιών	613 .	43.817										
Αμοιβές τρίτων με την ιδιότητα νομικού τrossώπου	614 .	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Έξοδα βεβαίωσης και εισπραξης	.											
Δικαιώματα τρίτων (ΔΕΗ κλπ) από την εισπραξη ελών και φόρων	6151.	35.277										
Έξοδα κίνησης Δημοτικών Εισπρακτόρων	6152.	0										
Έξοδα διοικητικής εκτέλεσης (άρθρα 76 & 77 ΕΔΕ)	6153.	0										
λοιπά έξοδα βεβαίωσης και εισπραξης	6154.	0										
λοιπές αμοιβές και έξοδα τρίτων	.											
λοποίωση συμβάσεων διαδημοτικής συνεργασίας	6161.	0										
λοιπά έξοδα τρίτων	6162.	0	4.720	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Παροχές τρίτων	.												
Παροχές παραγωγικής διαδικασίας	.												
Αντίτιμο ηλεκτρικού ρεύματος για φωτισμό οδών, πλατειών και κοινόχρηστων χώρων και παραγωγικής διαδικασίας	6211.		0	0	235.078	0	0	0	0	0	0	0	0
Φωταέριο και φυσικό αέριο παραγωγικής διαδικασίας	6212.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Υδρευση και παραγωγική διαδικασία	6213.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Επικοινωνίες	.												
Ταχυδρομικά τέλη	6221.	4.511											
Τηλεφωνικά, τηλεγραφικά και τηλετυπία τέλη εσωτερικού	6222.	23.096											
Κινητή Τηλεφωνία	6223.	0											
Λοιπές Επικοινωνίες	6224.	0											
Ενοίκια - Μισθώματα	.												
Μισθώματα εδαφικών εκτάσεων γαιών	6231.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Μισθώματα κτιρίων - Τεχνικών έργων ακινήτων	6232.		58.206	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.168
Μισθώματα μηχανημάτων - Τεχνικών εγκαταστάσεων	6233.		0	0	0	0	10.988	0	0	0	0	0	0
Μισθώματα μεταφορικών μέσων	6234.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Μισθώματα επίπλων και σκευών και λοιπού εξοπλισμού	6235.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Λοιπά μισθώματα	6236.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	761
Ενοίκια χρηματοδοτικής μίσθωσης leasing	.											
Leasing εδαφικών εκτάσεων	6241.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing κτιρίων	6242.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing μηχανημάτων	6243.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing μεταφορικών μέσων	6244.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing Επίπλων και λοιπού εξοπλισμού	6245.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ασφάλιστρα	625 .		0	0	7.113	0	0	0	0	0	0	0
Έντηρηση και επισκευή αγαθών διαρκούς χρήσης από τρίτους	.											
Έντηρηση και επισκευή κτιρίων ακινήτων του Δήμου	6261.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Έντηρηση και επισκευή λοιπών μονίμων εγκαταστάσεων	6262.		3.999	0	0	0	0	0	0	0	0	10.000
Έντηρηση και επισκευή μεταφορικών μέσων	6263.		0	0	25.602	0	0	0	0	0	0	0
Έντηρηση και επισκευή λοιπών μηχανημάτων	6264.		408	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Έντηρηση και επισκευή επίπλων και λοιπού εξοπλισμού σκευών και λοιπού εξοπλισμού	6265.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Έντηρηση Εφαρμογών λογισμικού	6266.		8.117	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Θρέυση, Φωτισμός, Καθαριότητα (λοιπές αροχές τρίτων)	.											

Υδρευση δημοτικών κτιρίων κ.λ.π.	6271.		5.246	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Άρδευση	6272.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Φωτισμός και κίνηση (με ηλεκτρισμό η φωταέριο) για δικές του υπηρεσίες	6273.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δαπάνες καθαρισμού γραφείων	6274.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δαπάνες καθαρισμού φρεατίων, δεξαμενών κ.λ.π.	6275.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δαπάνες εκκένωσης βόθρων	6276.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπές δαπάνες για ύδρευση, άρδευση, φωτισμό, καθαριότητα	6277.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Φόροι - Τέλη	.											
Φόροι	.											
Φόροι τόκων	6311.	0										
Λοιποί φόροι	6312.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Έλη κυκλοφορίας μεταφορικών μέσων	632 .		372	0	772	0	468	0	0	0	168	0
Μάφοροι φόροι και τέλη	633 .	0										
Λοιπά γενικά έξοδα	.											
Έξοδα μεταφορών	641 .		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ιδιοπορικά έξοδα και έξοδα ταξιδιών	642 .	2.167	140	0	542	0	691	39	0	0	68	0

Δημόσιες σχέσεις (έξοδα εκθέσεων προβολής και διαφήμισης)	643 .	9.332											
Συνέδρια και εορτές	644 .	17.874											
Συνδρομές	645 .	4.036											
Εξοδα δημοσιεύσεων	646 .	1.712	384	0	0	0	804	0	0	0	0	0	0
Εξοδα καλλιτεχνικών, αθλητικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων	.												
Εξοδα πολιτιστικών δραστηριοτήτων	6471.		0	66.929	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Εξοδα αθλητικών δραστηριοτήτων	6472.		0	103.860	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Εξοδα οργάνωσης κοινωνικών δραστηριοτήτων	6473.		0	1.469	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Εξοδα λοιπών παρεμφερών δραστηριοτήτων	6474.		0	946	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Εξοδα κατασκηνώσεων εξοχών και συσσιτίων	.												
Εξοδα λειτουργίας συσσιτίων	6481.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Εξοδα λειτουργίας κατασκηνώσεων εξοχών	6482.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Εξοδα οργάνωσης και εκτέλεσης αθλητικών, πολιτιστικών κ.λ.π.	6483.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπά έξοδα κατασκηνώσεων εξοχών	6484.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λόγια έξοδα γενικής φύσεως	.												
Εξοδα εκμετάλλευσης κινητής και ακίνητης περιουσίας του Δήμου	6491.	0											

Δικαστικά έξοδα και έξοδα εκτέλεσης δικαστικών αποφάσεων ή συμβιβαστικών πράξεων	6492.	3.951											
Δαπάνες οργάνωσης παθητικής αεράμυνας (άρθρο 16 παρ. 2 Ν 2372/1940)	6493.	0											
Έξοδα συμβολαιογράφων και δικαστικών επιμελητών	6494.	0											
Λοιπές δαπάνες γενικής φύσεως	6495.	8.341											
Πληρωμές για την εξυπηρέτηση της δημόσιας πίστης	.												
Πληρωμές για την εξυπηρέτηση της δημόσιας πίστης (Δάνεια για κάλυψη λειτουργικών δαπανών)	.												
Τόκοι δανείων εσωτερικού	6511.	0											
Τόκοι δανείων εξωτερικού	6512.	0											
Τόκοι εκ λοιπών χρεών	6513.	0											
Εμβολαιογραφικά έξοδα και δαπάνες σύναψης δανείων	6514.	0											
Λιμοβές και προμήθειες τραπεζών	6515.	0											
Χρεολύσια δανείων εσωτερικού	6516.	0											
Χρεολύσια δανείων εξωτερικού	6517.	0											
Χρεολύσια λοιπών χρεών	6518.	0											
Πληρωμές για την εξυπηρέτηση της δημόσιας πίστης (Δάνεια για κάλυψη επενδυτικών απανών)	.												
Τόκοι δανείων εσωτερικού	6521.	0											

Τόκοι δανείων εξωτερικού	6522.	0										
Τόκοι εκ λοιπών χρεών	6523.	0										
Συμβολαιογραφικά έξοδα και δαπάνες σύναψης δανείων	6524.	0										
Αμοιβές και προμήθειες τραπεζών	6525.	0										
Κρεολύσια δανείων εσωτερικού	6526.	1.918										
Κρεολύσια δανείων εξωτερικού	6527.	0										
Δαπάνες προμήθειας αναλωσίμων	.											
Έντυπα, βιβλία, γραφική ύλη, εκδόσεις	661 .		28.377	0	0	0	4.740	0	0	0	392	15.000
Κλινοστρωμένες είδη κατασκηνώσεως και τρόφιμα	662 .		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Είδη υγιεινής και καθαριότητας	663 .		2.488	0	8.892	0	0	0	0	0	0	0
Ψάσιμα και λιπαντικά	664 .		0	0	41.409	0	0	0	0	0	0	0
Λικό εκτυπώσεων, τυπογραφικών, βιβλιοδετικών αι λοιπών εργασιών	665 .		10.044	0	0	0	0	0	0	0	0	5.806
Λικά συντήρησης κτιρίων και έργων	666 .		0	0	15.141	0	0	0	0	0	0	0
Μεταλλακτικά μηχανικού και λοιπού εξοπλισμού	667 .		2.045	0	37.368	0	0	2.495	0	0	0	0
Λικά φαρμακείου	668 .		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπές προμήθειες	669 .		11.520	0	0	0	649	12.792	0	1.769	0	0

Πληρωμές για μεταβιβάσεις εισοδημάτων σε τρίτους Παραχωρήσεις - Παροχές - Επιχορηγήσεις - Επιδότησεις - Δωρεές	.												
Υποχρεωτικές μεταβιβάσεις σε νομικά πρόσωπα	.												
Υπόδοση σε Σχολικές Επιτροπές	6711.	451.774											
Υπόδοση σε Παιδικούς και βρεφονηπιακούς σταθμούς	6712.	377.821											
Υπόδοση σε Αθλητικά Κέντρα-Γυμναστήρια	6713.	337.304											
Επιχορήγηση δημοτικών ή κοινοτικών ΝΠΔΔ	6715.	0											
Συμμετοχή στη δαπάνη αποζημίωσης μελών πηρεσιακού συμβουλίου	6716.	0											
Δωρεές υποχρεωτικές πληρωμές για μεταβιβάσεις εισοδημάτων σε τρίτους	6718.	6.286											
Υποχρεωτικές εισφορές	.												
Εισφορά υπέρ συνδέσμων	6721.	0											
Εισφορά για την εξασφάλιση μέσων προστασίας μαχου πληθυσμού	6722.	0											
Επίρρηση 0,50% υπέρ λογαριασμού του άρθρου 3 ΝΔ 3033/54	6723.	0											
Εισφορά για την καταπολέμηση αρουραίων και κριδών	6724.	0											
Εισφορά υπέρ ΤΠΟΕΚΕ	6725.	0											
Δωρεές υποχρεωτικές εισφορές	6726.	373.293											
Διακριτικές εισφορές, παροχές και επιχορηγήσεις	.												

Προαιρετικές εισφορές ΝΠΔΔ	6731.	204.800											
Προαιρετική εισφορά υπέρ του δημοσίου για την καταπολέμηση δάκου, καταστροφή αρουραίων και ακριδών	6732.	0											
Καταβολή χρηματικών βοηθημάτων σε άπορους δημότες	6733.	12.300											
Επιχορηγήσεις σε αθλητικούς συλλόγους και γωματεία	6734.	0											
Επιχορηγήσεις σε πολιτιστικούς συλλόγους και γωματεία	6735.	43.900											
Άλποηση προγραμματικών συμβάσεων	6736.	165.000											
λοιπές προαιρετικές πληρωμές για μεταβιβάσεις ισοδημάτων σε τρίτους	6737.	0											
λοιπά έξοδα	.												
εγγυήσεις και λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις	.												
εγγυήσεις ενοικίου	6811.	0											
εγγυήσεις Δημοσίων οργανισμών	6812.	0											
λοιπές εγγυήσεις	6813.	180.000											
κτακτα έξοδα	.												
ορολογικά πρόστιμα και προσαυξήσεις χρήσης	6821.	0											
προσαυξήσεις Ασφαλιστικών ταμείων χρήσης	6822.	0											
όκοι υπερημερίας χρήσης	6823.	0											

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β : ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ (ανάλυση ανα υπηρεσία)	.												
Αγορές κτιρίων τεχνικών έργων και προμήθειες παγίων	.												
Προμήθειες παγίων	.												
Μηχάνηματα και λοιπός εξοπλισμός	7131.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Μεταφορικά μέσα	7132.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Έπιπλα σκεύη	7133.		2.842	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ηλεκτρονικοί υπολογιστές και ηλεκτρονικά συγκροτήματα και λογισμικά	7134.		14.307	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπός εξοπλισμός	7135.		10.136	0	53.951	0	0	71.017	0	1.340	0	33.732	
Έργα	.												
Δαπάνες κατασκευής κτιρίων, έργων ιδιοκτησίας Δήμου	.												
Δαπάνες κατασκευής επέκτασης και συμπλήρωσης κτιρίων ΟΤΑ	7311.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δαπάνες κατασκευής τεχνικών έργων ύδρευσης, ρύθμισης και αποχέτευσης	7312.		0	0	0	10.054	0	0	0	0	0	0	0
Δαπάνες κατασκευής παγίων (μόνιμων) εγκαταστάσεων κοινής χρήσεως	.												
Παρατεταμένες εγκαταστάσεις κοινής χρήσης	7321.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Παρατεταμένες πάρκα παιδότοποι	7322.		0	0	0	0	0	316.916	0	0	0	0	0
Παράδρομοι - οδοστρώματα	7323.		0	0	0	0	137.662	0	0	0	0	0	0

Τεζοδόρμια	7324.		0	0	0	0	351.653	0	0	0	0	0
Εγκαταστάσεις η/λσμού κοινής χρήσης	7325.		0	0	2.795	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπές εγκαταστάσεις κοινής χρήσης	7326.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	179.720
Επισκευές και συντηρήσεις παγίων εγκαταστάσεων κοινής χρήσεως	.											
Γηριακές εγκαταστάσεις κοινής χρήσης	7331.		12.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Πλατείες πάρκα παιδότοποι	7332.		0	0	0	0	0	14.024	0	0	0	0
Δομοί - οδοστρώματα	7333.		0	0	2.017	0	36.094	0	0	0	0	0
Τεζοδόρμια	7334.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Εγκαταστάσεις η/λσμού κοινής χρήσης	7335.		0	0	36.921	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπές μόνιμες εγκαταστάσεις κοινής χρήσεως	7336.		0	0	55.041	0	0	0	0	10.115	0	0
Πελάτες, έρευνες, πειραματικές εργασίες και ιδικές δαπάνες	.											
Πελάτες - έρευνες και πειραματικές εργασίες	741 .		0	0	0	0	0	0	0	0	0	160.629
Ιδικές Δαπάνες	.											
Δαπάνες εφαρμογής Σχεδίου πόλεως	7421.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δαπάνες κατεδάφισης αυθαιρέτων ή και επικίνδυνων κτισμάτων	7422.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δαπάνες κατεδάφισης ρυμοτομούμενων κτισμάτων	7423.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

υποζημιώσεις σε θιγόμενους από ρυμοτομία	7424.		0	0	0	0	44.454	0	0	0	0	0
λοιπές ειδικές δαπάνες	7425.		0	0	0	0	0	1.180	0	0	0	1.572
Ίτλοι πάγιας επένδυσης (συμμετοχές σε επιχειρήσεις)	.											
συμμετοχές σε Δημοτικές Επιχειρήσεις	.											
συμμετοχή σε αμιγείς επιχειρήσεις του Δήμου	7511.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
συμμετοχή σε αμιγείς Διαδημοτικές επιχειρήσεις άρθρου 285 ΔΚΚ)	7512.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
συμμετοχή σε λοιπές επιχειρήσεις των ΟΤΑ άρθρων 288-291 ΔΚΚ)	7513.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
συμμετοχή σε λοιπές επιχειρήσεις και λοιπά ομικά πρόσωπα	.											
συμμετοχή σε λοιπές επιχειρήσεις και λοιπά ομικά πρόσωπα	7521.		2.993	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ΕΦΑΛΛΙΟ Γ : ΠΛΗΡΩΜΕΣ Π.Ο.Ε. ΚΑΙ ΛΟΙΠΕΣ ΠΟΔΟΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	.											
ληρωμές υποχρεώσεων Π.Ο.Ε.	.											
ληρωμές υποχρεώσεων λειτουργικών δαπανών (ΟΕ)	.											
μοιβές και έξοδα προσωπικού	8111.	12.720										
μοιβές αιρετών αρχόντων και τρίτων	8112.	7.649										
μοιβές και έξοδα τρίτων Παροχές τρίτων	8113.	6.295										
όροι - Τέλη	8114.	0										

ιάφορα έξοδα	8115.	79.120										
απάνες προμήθειας αναλωσίμων	8116.	4.055										
οιπά έξοδα	8117.	73.229										
ληρωμές επενδυτικών δαπανών (ΠΟΕ)	.											
γορές κτιρίων τεχνικών έργων και προμήθειες αγίων	8121.	0										
ργα	8122.	18.599										
ελέτες Έρευνες πειραματικές εργασίες και δικές δαπάνες	8123.	0										
κτακτα έξοδα (ΠΟΕ)	813 .	0										
οιπές Αποδόσεις	.											
πόδοση συνταξιοδοτικών εισφορών	821 .	56.630										
πόδοση φόρων και λοιπών επιβαρύνσεως	822 .	97.861										
πόδοση Ασφαλιστικών εισφορών	823 .	286.592										
οιπές εισπράξεις υπέρ τρίτων	.											
ρατήσεις στις αποδοχές για την εξόφληση ανείων του ΤΠ & Δ	8241.	20.755										
οιπές κρατήσεις υπέρ τρίτων	8242.	106										
άγιες προκαταβολές	825 .	4.000										

Λοιπές επιστροφές	826 .	749										
Προβλέψεις μη εισπραχθείσας εισπρακτέων υπολοίπων βεβαιωμένων κατά τα ΠΟΕ εντός του οικονομικού έτους	85 .	0										
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	9 .	0										

ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ ΕΣΟΔΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΠΗΓΗ (I) ΚΑΙ ΤΟΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ ΤΟΥΣ (II)

ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ ΕΣΟΔΩΝ (I) ΚΑΤΑ ΠΗΓΗ

Κωδ. Αριθμός	ΕΣΟΔΑ - ΤΙΤΛΟΣ	Τελ. Βεβαιωθέντα	Εισπραχθέντα	Εισπρ.Υπόλοιπο
Ποσά σε ευρώ				
0	ΤΑΚΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	5.335.320	5.311.750	23.570
01	ΠΡΟΣΟΔΟΙ ΑΠΟ ΑΚΙΝΗΤΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ	110.544	86.974	23.570
02	ΠΡΟΣΟΔΟΙ ΑΠΟ ΚΙΝΗΤΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ	40.627	40.627	0
03	ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΑ ΤΕΛΗ ΔΙΚ. - ΠΑΡ. ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	1.344.674	1.344.674	0
04	ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΛΟΙΠΑ ΤΕΛΗ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ - ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	553.599	553.599	0
05	ΦΟΡΟΙ - ΕΙΣΦΟΡΕΣ	248.323	248.323	0
06	ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΛΕΙΤ. ΔΑΠΑΝΩΝ	3.009.078	3.009.078	0
07	ΛΟΙΠΑ ΤΑΚΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	28.475	28.475	0
1	ΕΚΤΑΚΤΑ ΕΣΟΔΑ	2.291.769	2.274.893	16.876
11	ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΕΚΠΟΙΗΣΗ ΚΙΝΗΤΗΣ ΚΑΙ ΑΚΙΝΗΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ	5.654	3.948	1.706
12	Εκτακτες επιχορηγήσεις λειτουργικών δαπανών	118.767	118.767	0
13	ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ - ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ	1.764.656	1.764.656	0
14	ΔΩΡΕΕΣ - ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΕΣ - ΚΛΗΡΟΔΟΣΙΕΣ	85.006	85.006	0
15	ΠΡΟΣΑΥΞΗΣΕΙΣ - ΠΡΟΣΤΙΜΑ - ΠΑΡΑΒΟΛΑ	316.741	301.571	15.170
16	ΛΟΙΠΑ ΕΚΤΑΚΤΑ ΕΣΟΔΑ	945	945	0
2	ΕΣΟΔΑ ΠΑΡΕΛΘΟΝΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΤΩΝ (Π.Ο.Ε.)	123.749	44.991	78.758
21	ΤΑΚΤΙΚΑ	73.323	40.412	32.911
22	ΕΚΤΑΚΤΑ	50.426	4.579	45.847
3	ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΠΟ ΔΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΑΠΟ Π.Ο.Ε.	379.094	7.008	372.087
31	Εισπράξεις από δάνεια	0	0	0
32	Εισπρακτέα υπόλοιπα	379.094	7.008	372.087
4	ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΥΠΕΡ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΚΑΙ ΤΡΙΤΩΝ και ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ	542.004	542.004	0
41	Εισπράξεις υπέρ του δημοσίου και τρίτων	536.368	536.368	0
42	Επιστροφές χρημάτων	5.636	5.636	0
5	ΧΡΗΜΑΤΙΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ	3.022.916	3.022.916	0
51	Χρηματικό υπόλοιπο	3.022.916	3.022.916	0
Σ Υ Ν Ο Λ Α :		11.694.853	11.203.562	491.291

ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ ΕΣΟΔΩΝ (II) ΚΑΤΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ
ΕΣΟΔΑ ΠΡΟΟΡΙΖΟΜΕΝΑ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

	Ποσά σε ευρώ
A. ΤΑΚΤΙΚΑ	
1 Καθαρά κέρδη Δημοτικών ή Κοινοτικών Επιχειρήσεων	
2 Τέλος Ακίνητης Περιουσίας (ποσοστό 50%)	
3 Τέλη Στάθμευσης	
4 Ειδικό Τέλος λατομικών προϊόντων	
5 Τέλος Αδειών Οικοδομών	
6 Τέλος Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας	
7 Τοπικά (Δυνητικά) Τέλη και εισφορές για την εκτέλεση έργων	
8 Εισφορά λόγω ένταξης ή επέκτασης πολεοδομικών σχεδίων	
9 Εισφορά ΚΗ / 1947 ψηφίσματος	
10 Λοιπά τακτικά έσοδα διατιθέμενα για επενδύσεις	
B. ΕΚΤΑΚΤΑ	
1 Προϊόν εκποίησης ακινήτων	
2 Επιχορηγήσεις για επενδυτικούς σκοπούς	
3 Δάνεια για επενδυτικούς σκοπούς	
4 Πρόστιμα για παράνομη εκμετάλλευση λατομείων	
5 Έσοδα από επενδυτικές δαπάνες πραγματοποιηθείσες για λογαριασμό τρίτων	
6 Τέλη ρύπανσης	
7 Εφάπαξ ειδική εισφορά για τη δημιουργία κοινόχρηστων χώρων	
8 Λοιπά έκτακτα έσοδα διατιθέμενα ή προοριζόμενα για επενδύσεις	
ΣΥΝΟΛΑ	

ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ ΕΞΟΔΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ-ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
ΠΙΝΑΚΑΣ 1 : ΣΥΝΟΛΑ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ-ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

κωδ. αριθμ.	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ - ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΑΠΑΝΩΝ	Πληρωθέντα Ποσά σε ευρώ
6	ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α : ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΧΡΗΣΗΣ (ανάλυση ανα υπηρεσία)	5.055.164
60	Αμοιβές και έξοδα προσωπικού	1.808.343
61	Αμοιβές αιρετών και τρίτων	270.140
62	Παροχές τρίτων	396.294
63	Φόροι - Τέλη	1.780
64	Λοιπά γενικά έξοδα	223.284
65	Πληρωμές για την εξυπηρέτηση της δημόσιας πίστης	1.918
66	Δαπάνες προμήθειας αναλωσίμων	200.927
67	Πληρωμές για μεταβιβάσεις εισοδημάτων σε τρίτους Παραχωρήσεις - Παροχές - Επιχορηγήσεις - Επιδοτήσεις - Δωρεές	1.972.478
68	Λοιπά έξοδα	180.000
7	ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β : ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ (ανάλυση ανα υπηρεσία)	1.651.206
71	Αγορές κτιρίων τεχνικών έργων και προμήθειες παγίων	275.367
73	Εργα	1.165.012
74	Μελέτες, έρευνες, πειραματικές εργασίες και ειδικές δαπάνες	207.834
75	Τίτλοι πάγιας επένδυσης (συμμετοχές σε επιχειρήσεις)	2.993
8	ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ : ΠΛΗΡΩΜΕΣ Π.Ο.Ε. ΚΑΙ ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	668.361
81	Πληρωμές υποχρεώσεων Π.Ο.Ε.	201.666
82	Λοιπές Αποδόσεις	466.694
85	Προβλέψεις μη είσπραξης εισπρακτέων υπολοίπων βεβαιωμένων κατά τα ΠΟΕ εντός του οικονομικού έτους	0
9	ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	0
	ΣΥΝΟΛΟ	7.374.731

ΧΡΗΜΑΤΙΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΠΟΥ ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΣΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ :

3.828.831

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 : ΣΥΝΟΛΑ ΑΝΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑ

Κωδ. Αριθμ.	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	Πληρωθέντα Ποσά σε ευρώ
00	Γενικές Υπηρεσίες	3.306.434
10	Διοικητικές - Οικονομικές Υπηρεσίες	632.212
15	Υπηρεσίες Πολιτισμού Αθλητισμού-Κοινωνικής Πολιτικής	173.204
20	Υπηρεσία Καθαριότητας και Ηλεκτροφωτισμού	1.212.152
25	Υπηρεσία Υδρεύσεως, Αρδευσης, Αποχετεύσεως	10.054
30	Υπηρεσία Τεχνικών Έργων	781.790
35	Υπηρεσία Πρασίνου	503.981
40	Υπηρεσίες Πολεοδομίας	0
45	Υπηρεσία Νεκροταφείων	55.529
50	Δημοτική Αστυνομία	87.752
70	Λοιπές Υπηρεσίες	611.623
	ΣΥΝΟΛΟ	7.374.731

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΕΩΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Σχέση Εργασίας	Αριθμός απασχολούμενων κατά το μέσο όρο των μηνών			
	Φεβρουάριος	Μάιος	Αύγουστος	Νοέμβριος
Μόνιμοι	0	0	0	0
Με σύμβαση (ορισμένου και αορίστου χρόνου)	0	0	0	0
Ημερομίσθιοι και Ωρομίσθιοι	0	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ	0	0	0	0

ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ/...../.....

Υπογραφή Υπολόγου :

Όνοματεπώνυμο και Ιδιότητα :

Τηλέφωνο Υπολόγου :

Φαξ Υπολόγου :

e-mail Υπολόγου :



ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2004

3η ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1η ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31η ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2004)

(Ποσά σε ευρώ)

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειόμενης χρήσεως 2004			Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2003			ΠΛΗΘΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειόμενης Χρήσεως 2004	Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2003
	Αξία κτήσεως	Αποσβέσεις	Αναπόσβ. αξία	Αξία κτήσεως	Αποσβέσεις	Αναπόσβ. αξία			
Β. ΞΕΣΤΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ							A. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΙΑ		
4 Λοιπά έξοδα εγκαταστάσεως	212.887,13	164.058,18	48.828,95	200.583,85	128.557,19	72.026,66	I. Κεφάλαια	10.299.283,02	10.299.283,02
	212.887,13	164.058,18	48.828,95	200.583,85	128.557,19	72.026,66	II. Διαφορές αναπροσαρμογής και επικερπήσεις επενδύσεων - Δωρεές παγίων		
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							1. Διαφορές από αναπροσαρμογή αξίας τίτλων	13,98	13,98
II. Ενσωματωτες ακινητοποιήσεις							3. Δωρεές παγίων	3.475.910,83	3.475.910,83
1. Γήπεδα - Οικόπεδα	5.134.090,89	-	5.134.090,89	5.081.290,69	-	5.081.290,69	4. Επικερπήσεις επενδύσεων	2.827.084,94	2.071.187,32
1α Πλατείες Πάρκα - Παιδότοποι κοινής χρήσεως	1.013.255,84	388.361,34	624.894,50	825.381,30	309.937,78	515.443,52		6.303.069,75	3.681.800,13
1β Οδοί-Οδοστρώματα κοινής χρήσεως	2.877.193,97	1.158.165,62	1.721.028,35	2.655.284,82	941.941,23	1.713.343,59	III. Αποθεματικά κεφάλαια		
1γ Πεζοδρόμια κοινής χρήσεως	254.925,98	142.856,40	112.069,58	254.925,98	122.462,32	132.463,66	3. Ειδικά αποθεματικά (διαφορά αποτίμησης μετοχών)	528.143,38	-460.082,86
2. Κτίρια και τεχνικά έργα	3.071.334,55	799.481,67	2.271.852,88	2.845.087,29	562.358,39	2.282.728,90	IV. Αποτελέσματα εις νέο		
3α Εγκαταστάσεις Ηλεκτριστισμού κοινής χρήσεως	322.075,81	99.768,78	222.306,03	252.376,70	78.633,57	173.743,13	Υπόλοιπα πλεονασμάτων εις νέο	1.373.011,38	1.001.883,83
3β Λοιπές μόνιμες εγκαταστάσεις κοινής χρήσεως	16.659,42	1.334,89	15.324,53	7.694,42	719,44	6.974,98			
5. Μεταφορικά μέσα	571.264,31	435.337,98	135.926,33	525.717,71	373.250,85	152.467,06			
6. Έπιπλα και λοιπές εξοπλισμός	576.088,20	348.090,64	227.997,56	475.836,50	277.448,40	198.385,10			
7. Ακινήτοποιητες υπό εκτέλεση και προκαταβολές	1.015.456,41	-	1.015.456,41	674.135,44	-	674.135,44			
Σύνολο ακινητοποιήσεων (ΓII)	14.852.342,88	3.387.378,40	11.464.964,48	13.587.740,85	2.888.751,78	10.699.089,07	Σύνολο ιδίων κεφαλαίων (ΑI+ΑII+ΑIII+ΑIV)	18.503.447,83	18.388.166,12
III. Τίτλοι πάσης επένδυσης και άλλες μακροπρόθεσμες χρηματοοικονομικές απαιτήσεις							Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
1. Τίτλοι πάσης επένδυσης		368.095,44			366.195,62		I. Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Μείον - Οφειλόμενες δόσεις		3.227,40	384.888,04		4.169,75	382.028,07	2. Δάνεια τραπεζών		
Σύνολο πάσης ενεργητικού (ΓII + ΓIII)			11.849.838,02			11.292.867,04	II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							1. Προμηθειές	197.115,58	357.866,21
II. Απαιτήσεις							6 Ασφαλιστικοί οργανισμοί	1.814,27	
1. Απαιτήσεις από πώληση αγαθών και υπηρεσιών			219.207,96			175.132,76	7 Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις πληρωτέες στην επόμενη χρήση		5.399,91
5. Χρεώστες διάφοροι			900.727,65			900.727,65	8. Πιστωτικές διαφορές	17.969,85	11.282,83
			1.119.935,61			1.075.860,41		216.899,84	374.548,05
III. Χρεώγραφα							Σύνολο υποχρεώσεων (ΓI+ΓII)	218.899,84	374.548,05
1. Μετοχές			2.679.031,16			1.690.795,10	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Β+Γ+Δ)	18.720.347,37	18.762.715,07
3. Λοιπά χρεώγραφα			1.009.885,91			989.655,24	ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ		
			3.688.917,07			2.680.450,34	1. Δεκασύμμοι άλλων περιουσιακών στοιχείων	0,21	0,21
IV. Διαθέσιμα							2. Πιστωτικοί λογαριασμοί προϋπολογισμού	30.420.190,00	25.145.838,00
3. Καταθέσεις банκιών και προθεσμίες			2.013.030,12			1.641.389,70	3. Πιστωτικοί λογαριασμοί εγγυητών, εμπρησμάτων ασφαλείων και ασφαλιστικών συμβάσεων	2.003.914,25	-
			2.013.030,12			1.641.389,70		32.424.104,48	25.145.838,21
Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού (ΔII+ΔIII+ΔIV)			8.821.882,80			6.367.700,45	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΗΣΜΑΤΩΝ	18.720.347,37	18.762.715,07
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Β+Γ+Δ)			18.720.347,37			18.762.715,05			
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΙ							ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ		
1. Αλλότρια περιουσιακά στοιχεία			0,21			0,21	1. Δεκασύμμοι άλλων περιουσιακών στοιχείων	0,21	0,21
2. Χρεωστικοί λογαριασμοί προϋπολογισμού			30.420.190,00			25.145.838,00	2. Πιστωτικοί λογαριασμοί προϋπολογισμού	30.420.190,00	25.145.838,00
3. Χρεωστικοί λογαριασμοί εγγυητών, εμπρησμάτων ασφαλείων και ασφαλιστικών συμβάσεων			2.003.914,25			-	3. Πιστωτικοί λογαριασμοί εγγυητών, εμπρησμάτων ασφαλείων και ασφαλιστικών συμβάσεων	2.003.914,25	-
			32.424.104,48			25.145.838,21		32.424.104,48	25.145.838,21

Σημειώσεις:

- Η αξία των κονδυλίων του ενεργητικού (Γ-II-1) Γήπεδα-Οικόπεδα και (Γ-II-3) Κτίρια και τεχνικά έργα της απογραφής (ναρξής 01/01/2002) προσδιορίστηκαν με βάση το σύστημα προσδιορισμού της αξίας των ακινήτων που προβλέπεται από τις ισχύουσες φορολογικές διατάξεις Οι αξίες των παγίων κοινής χρήσεως που εμφανίζονται στους λογαριασμούς του ενεργητικού (Γ-II-1α), (Γ-II-1β), (Γ-II-1γ), (Γ-II-3γ) προσδιορίστηκαν με βάση το υλοποιηθέν Τεχνικό Πρόγραμμα του Δήμου των προηγούμενων χρήσεων 1992 έως 2001.
- Για μέρος των ακινήτων του Δήμου, που περιλαμβάνονται στον ανωτέρω ισολογισμό, δεν υπάρχουν τίτλοι κιοκτησίας και δεν έχουν ολοκληρωθεί οι διαδικασίες μεταγραφής στο αρμόδιο Υποθηκοφυλάκιο.
- Στα έξοδα της χρήσεως κατά παράγραφον περιλαμβάνονται τα βιβλιωθέντα στην κλειόμενη χρήση.
- Στην παρούσα διαχειριστική χρήση 2004, κατά τα οριζόμενα στην παράγραφο 1.1.108 του Π.Δ. 315/1999, έγινε τροποποίηση της απογραφής (ναρξής 1/1/2002) του Δήμου, με βάση την οποία συζητήθηκε ο λογαριασμός του παθητικού "Α. II. 4. Επικερπήσεις επενδύσεων" κατά € 1.565.312,00 και μειώθηκε ισόποσα το κεφάλαιο του Δήμου. Για λόγους συγκρισιμότητας τροποποιήθηκαν ισόποσα τα αντίστοιχα κονδύλια της προηγούμενης χρήσεως 2003.
- Οι δαπάνες του Δήμου υπέστησαν στην διαδικασία καταστατικού ελέγχου από το ελεγκτικό συνέδριο.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ

31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2004 (1η ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2004)

I. Αποτελέσματα εκμεταλλεύσεως	Ποσά κλειόμενης χρήσεως 2004		Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2003		Καθάρ. αποτελέσματα (πλεονασμα) χρήσεως	Ποσά κλειόμενης χρήσεως 2004	Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2003
1. Έσοδα από πώληση αγαθών και υπηρεσιών	1.787.445,48		1.512.314,93			371.147,75	535.237,72
2. Έσοδα από φόρους εισοδήματος, κτήσεως, κτηνολογικών	521.148,03		386.418,18				
3. Τοκιστικές επικερπήσεις από Κρατικό Προϋπολογισμό	2.533.625,55	4.822.210,04	2.134.495,89	4.033.227,00			
Μείον: Κόστος αγαθών και υπηρεσιών		4.557.543,41		3.929.937,99			
Μικτά αποτελέσματα (πλεονασμα) εκμεταλλεύσεως		264.675,63		103.289,91		1.001.883,83	466.625,91
Πλέον: Άλλα έσοδα		784.781,36		1.316.228,53			
Σύνολο		1.049.457,99		1.419.518,44		1.373.011,38	1.001.883,83
ΜΕΙΟΝ: 1. Έξοδα διοικητικής λειτουργίας	695.631,82		610.893,42				
3. Έξοδα λειτουργίας δημοσίων σχέσεων	198.910,22	894.542,04	150.235,36	761.128,78			
Μικτά αποτελέσματα (πλεονασμα) εκμεταλλεύσεως		154.894,95		658.389,66			
ΠΛΕΟΝ:							
2. Έσοδα τίτλων πάσης επένδυσης και χρεωγράφων	58.855,50		35.783,55				
4. Παρωπαικά τόκοι και συναφή έσοδα	53.193,16		46.768,11				
			82.551,66				
Μείον:							
3. Χρεωστικοί τόκοι και συναφή έξοδα	1.457,51	798.891,16	3.081,92	79.469,74			
Οικνά αποτελέσματα (πλεονασμα) εκμεταλλεύσεως		263.486,10		737.859,40			
II. ΠΛΕΟΝΗ ΜΕΙΟΝ Έξοδα αποπληρωμάτων							
1. Έξοδα Α Ανόργανα έσοδα	285.387,38		1.993,54				
3. Έσοδα προηγούμενων χρήσεων	53.041,46		5.482,72				
	318.428,84		7.476,26				
Μείον:							
1. Έξοδα Α Ανόργανα έσοδα	0,00		21,02				
3. Έξοδα προηγούμενων χρήσεων	210.747,17		210.076,92				
	210.747,17	107.661,65	210.097,94	-202.621,68			
Οργανικά και έκτακτα αποτελέσματα (πλεονασμα)		371.147,75		535.237,72			
Σύνολο αποπληρωμάτων παγίων στοιχείων	738.124,61		717.497,66				
Μείον - Οι από αυτές ενσωματωμένες στο λειτουργικό κόστος	738.124,61		717.497,66				
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (πλεονασμα) ΧΡΗΣΕΩΣ		371.147,75		535.237,72			

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Σπάρτη, 03 Αυγούστου 2005

Ο ΣΥΝΤΑΞΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

Η ΟΜΑΔΑ ΔΙΔΑΓΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ
ΜΠΕΝΕΚΟΥ ΖΗΝΟΒΙΑ
ΒΑΖΕΝΙΟΥ ΜΑΡΘΑ
ΓΣΑΜΟΥΡΑΝΗ ΔΗΜΗΤΡΑ
ΤΡΑΓΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Ο ΠΡΟΣΤΑΜΕΝΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΔΟΥΓΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ

Ο ΔΗΜΑΡΧΟΣ
ΑΝΤΩΝΑΚΟΣ ΣΑΒΑΝΤΟΣ

Ποσά σε Ευρώ

Ελέγχθη με ανωτέρω Οικονομικές Καταστάσεις καθώς και το σχετικό Προσάρτημα του Δήμου Σπάρτης της χρήσεως που ήλθε την 31η Δεκεμβρίου 2004. Ο έλεγχος μας, στο πλαίσιο του οποίου λάβαμε υπόψη μας και τις σχετικές διατάξεις του Δημοτικού και Κοινοτικού Κώδικα (Π.Δ. 410/1995) όπως ισχύει, έγινε σύμφωνα με τις ελεγκτικές διαδικασίες που κρήμασε κατάλληλες, με βάση τις αρχές και τους κανόνες ελεγκτικής που ακολουθεί το Σύστημα Ορκωτών Ελεγκτικών Λειτουργιών οι οποίοι είναι σύμφωνα με τις βασικές αρχές των Διεθνών Ελεγκτικών Προτύπων. Τέθηκαν στη διάθεσή μας τα στοιχεία που ήλθαν από τον Δήμο και μας δόθηκαν οι αναγκαίες για τον έλεγχο πληροφορίες και εξηγήσεις που ζητήσαμε. Ο Δήμος εφάρμοσε ορθά το Κλασικό Λογιστικό Σύστημα Δήμων και Κοινοτήτων (Π.Δ. 315/1999). Δεν τροποποιήθηκε η μέθοδος απογραφής σε σχέση με την προηγούμενη χρήση, εκτός από τα αναφερόμενα στη σημείωση Νο 4 της ετήσιας κατάστασης από τον ισολογισμό και το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών, προσδιορίστηκαν εξολογιστικά σύμφωνα με τις παραρτημένες αρχές λογαριασμού κόστους, που προβλέπονται από το Κλασικό Λογιστικό Σύστημα Δήμων και Κοινοτήτων. Από τον παραπάνω έλεγχο μας προέκυψαν τα εξής:

- Ο λογαριασμός του ενεργητικού Τ. III. 1-Τίτλοι πάσης επένδυσης - αναπροσαρμογές: α) κατά € 332.479,35 συμπληρώθηκε η ετήσια κατάσταση του Δήμου σε δύο δημοτικές επιχειρήσεις, οι οποίες απομειώθηκαν στην αξία κτήσεως (0) κατά € 35.818,09 συμμετέχοντες σε τρεις ανώνυμες εταιρείες, μη καταγγίλλει στο Χρηματοκήρυκο, οι μετοχές των οποίων απομειώθηκαν στην αξία κτήσεως σύμφωνα με τους τελευταίους ισολογισμούς, η εσωτερική λογιστική αξία των μετοχών των εταιρειών αυτών υπολείπεται της αξίας κτήσεως τους κατά € 29.818,51.
- Ο λογαριασμός του ενεργητικού "Δ. I-Μετοχές" αναπροσαρτήθηκε την αξία μετοχών της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΕΛΛΑΔΟΣ, οι οποίες απομειώθηκαν στην τρέχουσα αξία της 31/12/2004 (μέσα χρηματοοικονομική 1η Δεκεμβρίου 2004). Από την απομείωση αυτή προέκυψε κέρδος ποσού € 888.238,00, το οποίο, όπως και την προηγούμενη χρήση εμφανίστηκε απ' ευθείας στον λογαριασμό των ιδίων κεφαλαίων "Α. III. 3 - Έξοδα Αποπληρωμάτων". 3. Στον λογαριασμό επί κυκλοφορούντος ενεργητικού "Δ. II. 1-Απαιτήσεις από πώληση αγαθών και υπηρεσιών" περιλαμβάνεται επίθεση απαίτησης ποσού € 106.119,37, κατ'επίσημη ποσού € 49.490,36, των οποίων καθυστέρη η είσπραξη από προηγούμενες χρήσεις. 4. Ο λογαριασμός του κυκλοφορούντος ενεργητικού "Δ. II. 5- Χρεώστες διάφοροι" χρεωστικοί υπολοίποι € 900.727,65, αφορά στο σύνολο των απαιτήσεων κατά συνεργούς Δημοτικές επιχειρήσεις, η οποία κατά την εκτέλεσή μας θεωρήθηκε επισφαλής. Για την απαίτηση αυτή, όπως και για τις απαιτήσεις της προηγούμενης σημείωσης μας Νο 3, συνολικού ποσού € 155.606,73, δεν έχει σχηματιστεί σχετική πρόβλεψη στα παθητικά του ισολογισμού, για έτη που ενδεχομένως θα προκύψουν από την μη είσπραξη τους, με συνέπεια τα ίδια κεφάλαια της 31/12/2004 να εμφανίζονται ισόποσα αυξημένα. 5. Η τροποποίηση της απογραφής (ναρξής της 1/1/2002) του Δήμου, όπως αναφέρεται στην σημείωση Νο 4 του Δήμου κατά από τον ισολογισμό, ήλθε υπό την έγκριση του Δημοτικού Συμβουλίου. Κατά τη γνώμη μας, οι ανωτέρω Οικονομικές Καταστάσεις οι οποίες περιλαμβάνονται από τα βιβλία και στοιχεία του Δήμου αντικειμενικές, μαζί με το Προσάρτημα, αφού ληφθούν υπόψη οι παραπάνω παρατηρήσεις μας καθώς και οι σημειώσεις του Δήμου κατά από τον ισολογισμό, την περιστασιακή διάβρωση και την οικονομική θέση του Δήμου κατά την 31η Δεκεμβρίου 2004, καθώς και τα αποτελέσματα της χρήσεως που ήλθε αυτή την ημερομηνία, βάσει των σχετικών διατάξεων που ισχύουν και λογιστικών αρχών, οι οποίες έχουν γίνει γενικά παραδεκτές και δεν διαφέρουν από εκείνες που ο Δήμος εφάρμοσε στην προηγούμενη χρήση, εκτός από τα αναφερόμενα στην σημείωση Νο 4 της ετήσιας κατάστασης από τον ισολογισμό.

Αθήνα, 10 Αυγούστου 2005

Ο ΟΡΚΩΤΟΣ ΕΛΕΓΚΤΗΣ ΛΟΓΙΣΤΗΣ

ΓΕΩΡΓΙΟΣ Ι. ΚΟΥΤΡΟΥΜΑΝΗΣ
Α.Μ. ΣΟΕΛ 13611

Β.Κ.Ρ. ΠΡΟΪΟΥΔΟΣ ΦΑΕΡΙΚΗ Α.Ε.
ΟΡΚΩΤΟΙ ΕΛΕΓΚΤΕΣ ΛΟΓΙΣΤΕΣ-ΤΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΙΩΑΝΝ ΚΟΥΤΡΟΥΜΑΝΗΣ
ΟΡΚΩΤΟΣ ΕΛΕΓΚΤΗΣ ΛΟΓΙΣΤΗΣ
Α.Μ. ΣΟ.Ε. 13611

ΕΔΕΥ



ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005

4η ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1η ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31η ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005)

(ποσά σε ευρώ)

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειόμενης χρήσεως 2005			Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2004			ΠΑΘΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειόμενης χρήσεως 2005	Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2004
	Δεία κτήσεως	Αποσβέσεις	Αναπόβροχα	Δεία κτήσεως	Αποσβέσεις	Αναπόβροχα			
Β. ΕΣΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ							Α. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
4. Λοιπά έσοδα εγκαταστάσεων	212.887,13	191.118,85	21.568,48	212.887,13	184.058,18	48.628,85	I. Κεφάλαια	10.299.283,02	10.299.283,02
	<u>212.887,13</u>	<u>191.118,85</u>	<u>21.568,48</u>	<u>212.887,13</u>	<u>184.058,18</u>	<u>48.628,85</u>		<u>10.299.283,02</u>	<u>10.299.283,02</u>
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							II. Διαφορές αναπροσαρμογής και επιχορηγήσεις επενδύσεων - Διαρκές παγίων		
II. Ενσώμιτες επενδύσεις							1. Διαφορές από αναπροσαρμογή αξίας τίτλων	13,98	13,98
1. Γήπεδα - Οικόπεδα	5.134.090,60	-	5.134.090,60	5.134.090,60	-	5.134.090,60	3. Διαρκές παγίων	3.783.758,28	3.475.910,83
1α. Πλατείες - Πάρκα - Παιδικόπαις κοινής χρήσεως	1.329.818,75	472.389,30	857.228,45	1.013.255,84	388.381,34	628.894,50	4. Επιχορηγήσεις επενδύσεων	4.047.888,45	2.827.084,84
1β. Οδοί-Οδοστρώματα κοινής χρήσεως	3.250.802,67	1.400.498,25	1.850.308,42	2.877.193,97	1.156.105,82	1.721.028,35		<u>7.810.858,71</u>	<u>6.303.909,75</u>
1γ. Πεζοδρόμια κοινής χρήσεως	295.416,72	184.252,20	131.187,52	254.925,98	142.856,40	112.069,58	III. Αποθεματικά κεφάλαια		
3. Κτίρια και τεχνικά έργα	3.804.821,88	1.070.835,01	2.533.988,87	3.071.334,55	799.461,87	2.271.872,68	3. Ειδικά αποθεματικά (διαφορά αποτίμησης μετοχών)	1.877.882,85	528.143,38
3β. Εγκαταστάσεις Ηλεκτρισμού κοινής χρήσεως	343.844,21	125.953,55	217.890,66	322.075,81	99.788,78	222.288,03			
3γ. Λοιπά μόνιμα εγκαταστάσεις κοινής χρήσεως	49.972,28	3.111,92	46.860,36	18.859,42	1.334,99	15.324,43	IV. Αποτίμησης εις νέο		
5. Μεταφορικά μέσα	571.264,31	488.862,93	84.401,38	571.264,31	435.337,86	135.926,35	Υπόλοιπα πλεονασμάτων εις νέο	1.885.503,82	1.373.011,38
8. Έπιπλα και λοιπά εξοπλισμός	700.621,43	430.831,71	269.789,72	578.088,20	348.090,64	229.985,58			
7. Ακίνητοποίησης υπό εκτέλεση και προεκτιμώμενα	1.814.735,32	-	1.814.735,32	1.015.458,41	-	1.015.458,41	Σύνολο ιδίων κεφαλαίων (ΑI+ΑII+ΑIII+ΑIV)	<u>21.873.538,30</u>	<u>18.503.447,53</u>
Σύνολο ακίνητοποιήσεων (ΓII)	<u>16.885.191,36</u>	<u>4.154.532,87</u>	<u>12.740.658,49</u>	<u>14.852.342,98</u>	<u>3.387.375,40</u>	<u>11.484.967,58</u>			
III. Τίτλοι πάγια επένδυσης και άλλες μακροπρόθεσμες χρηματοοικονομικές απαιτήσεις							Γ. ΥΠΟΧΡΩΣΕΙΣ		
1. Τίτλοι πάγια επένδυσης	387.880,72	-	387.880,72	388.095,44	-	388.095,44	II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Μίκρα - Οφειλόμενες δόσεις							1. Προμηθειές	402.688,82	187.115,88
							5. Υποχρεώσεις από φόρους και τέλη	40.758,48	-
Σύνολο πάγια ενεργητικού (ΓII + ΓIII)	<u>13.108.519,21</u>	<u>-</u>	<u>13.108.519,21</u>	<u>11.282.947,84</u>	<u>-</u>	<u>11.282.947,84</u>	6. Ασφαλιστικοί οργανισμοί	34.985,25	1.814,27
							8. Πιστωτικές διαφορές	48.301,11	17.889,80
							Σύνολο υποχρεώσεων (ΓII)	<u>528.733,67</u>	<u>216.899,84</u>
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΕΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ									
II. Απαιτήσεις							ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (Α+Γ)	<u>22.400.281,74</u>	<u>18.720.347,37</u>
1. Απαιτήσεις από πώληση αγαθών και υπηρεσιών	328.948,23	-	328.948,23	219.207,96	-	219.207,96			
5. Χρεώστικες διαφορές	1.082.845,86	-	1.082.845,86	900.727,65	-	900.727,65	ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ		
	<u>1.411.794,09</u>	<u>-</u>	<u>1.411.794,09</u>	<u>1.119.935,61</u>	<u>-</u>	<u>1.119.935,61</u>	1. Δικαιώματα αλλότριων περιουσιακών στοιχείων	0,21	0,21
III. Χρεώγραφα							2. Πιστωτικοί λογαριασμοί προϋπολογισμού	34.452.683,80	30.420.190,00
1 Μεταγές	4.028.780,73	-	4.028.780,73	2.879.031,18	-	2.879.031,18	3. Πιστωτικοί λογαριασμοί εγγυήσεων, εμπραγματικών ασφαλιών και αμφοτεροβαρών συμβάσεων	2.003.914,25	2.003.914,25
3. Λοιπά χρεώγραφα	1.022.868,88	-	1.022.868,88	1.009.885,91	-	1.009.885,91		<u>38.458.598,28</u>	<u>32.424.104,48</u>
	<u>5.051.649,61</u>	<u>-</u>	<u>5.051.649,61</u>	<u>3.888.917,07</u>	<u>-</u>	<u>3.888.917,07</u>			
IV. Διαθέσιμα							Σύνολο ενεργητικού (Α+Β+Γ+Δ)	<u>36.981.857,51</u>	<u>30.223.794,91</u>
3 Καταθέσεις όψεως και προθεσμίας	2.805.982,25	-	2.805.982,25	2.013.030,12	-	2.013.030,12			
	<u>2.805.982,25</u>	<u>-</u>	<u>2.805.982,25</u>	<u>2.013.030,12</u>	<u>-</u>	<u>2.013.030,12</u>			
Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού (ΔII+ΔIII+ΔIV)	<u>9.270.204,05</u>	<u>-</u>	<u>9.270.204,05</u>	<u>6.821.882,80</u>	<u>-</u>	<u>6.821.882,80</u>			
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Β+Γ+Δ)	<u>22.400.281,74</u>	<u>-</u>	<u>22.400.281,74</u>	<u>18.720.347,37</u>	<u>-</u>	<u>18.720.347,37</u>			
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΧΡΕΩΤΙΚΟΙ									
1 Αλλάτρια περιουσιακά στοιχεία	0,21	-	0,21	0,21	-	0,21			
2. Χρεωστικοί λογαριασμοί προϋπολογισμού	34.452.683,80	-	34.452.683,80	30.420.190,00	-	30.420.190,00			
3. Χρεωστικοί λογαριασμοί εγγυήσεων, εμπραγματικών ασφαλιών και αμφοτεροβαρών συμβάσεων	2.003.914,25	-	2.003.914,25	2.003.914,25	-	2.003.914,25			
	<u>38.458.598,28</u>	<u>-</u>	<u>38.458.598,28</u>	<u>32.424.104,48</u>	<u>-</u>	<u>32.424.104,48</u>			

Σημειώσεις:

- Η αξία των κονδυλίων του ενεργητικού (Γ-II-1) Γήπεδα-Οικόπεδα και (Γ-II-3) Κτίρια και τεχνικά έργα της απαρχής έτους 01/01/2002 προσδιορίστηκαν με βάση το σύστημα προσδιορισμού της αξίας των ακινήτων που προβλέπεται από τις ισχύουσες φορολογικές διατάξεις. Οι αξίες των παγίων κοινής χρήσεως που εμφανίζονται στους λογαριασμούς του ενεργητικού (Γ-II-1α), (Γ-II-1β), (Γ-II-1γ), (Γ-II-3β) και (Γ-II-3γ) προσδιορίστηκαν με βάση το υλοποιηθέν Τεχνικό Πρόγραμμα του Δήμου των προηγούμενων χρήσεων 1992 έως 2001.
- Για μέρος των ακινήτων του Δήμου, που περιλαμβάνονται στον ανωτέρω ισολογισμό, δεν υπάρχουν τίτλοι ιδιοκτησίας και δεν έχουν ολοκληρωθεί οι διαδικασίες με ταρσοφύλαξη στο αρμόδιο Υποθηκοφυλάκιο.
- Στα έσοδα της χρήσεως κατά πάγια ακίνητα, περιλαμβάνονται τα βεβαιωθέντα στην κλειόμενη χρήση.
- Οι δαπάνες του Δήμου υπόκεινται στην διαδικασία καταστατικού ελέγχου από το Ελεγκτικό Συνέδριο. Από 1/7/2005 εφαρμόζεται διαδικασία προληπτικού ελέγχου από το Ελεγκτικό Συνέδριο για το σύνολο των πληρωμών.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ

31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005 (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005)

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ	Ποσά κλειόμενης χρήσεως 2005		Ποσά κλειόμενης χρήσεως 2004		ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Ποσά κλειόμενης χρήσεως 2005	Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2004
	2005	2004	2005	2004			
I. Αποτελέσματα εκμεταλλεύσεως					Καθαρά αποτελέσματα (πλεόνασμα) χρήσεως	512.492,24	371.147,75
1. Έσοδα από πώληση αγαθών και υπηρεσιών	2.014.470,87	-	2.014.470,87	1.787.445,48	(+) Υπόλοιπα αποτελεσμάτων (πλεονασμάτων) προηγούμενων χρήσεων	1.373.011,38	1.001.683,83
2. Έσοδα από φόρους εισφορές πρόστιμο προσυζητήσεις	593.530,33	-	593.530,33	521.148,03	Υπόλοιπα πλεονασμάτων εις νέο	1.885.503,82	1.373.011,38
3. Τακτικές επιχορηγήσεις από Κρατικό Προϋπολογισμό	3.072.982,18	5.888.992,18	2.533.625,55	4.822.219,04			
Μείον: Κόστος αγαθών και υπηρεσιών	5.086.097,41	-	4.557.543,41	-			
Μικτά αποτελέσματα (πλεόνασμα) εκμεταλλεύσεως	594.894,75	-	264.875,83	-			
Γάμων: Άλλα έσοδα	308.405,00	-	784.781,38	-			
Σύνολο	901.299,75	-	1.049.657,21	-			
ΜΕΙΩΣΗ: 1. Έξοδα διοικητικής λειτουργίας	739.175,91	-	895.631,82	-	Σπάρτη, 28 Ιουνίου 2008		
3. Έξοδα λειτουργίας δημοσίων σχέσεων	180.555,43	829.731,34	188.910,22	894.542,04			
Μικτά αποτελέσματα (άλλαγμα) εκμεταλλεύσεως	-28.431,59	-	154.894,95	-	Ο ΣΥΝΤΑΞΑΣ		
ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ					ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ	Η ΟΜΑΔΑ	
2. Έσοδα τίτλων πάγια επένδυσης και χρεωγράφων	88.228,60	-	58.855,50	-		ΔΙΔΟΥΜΕΝΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ	
4. Πιστωτικοί τόκοι και συναφή έσοδα	57.407,00	-	53.193,18	-			
Μείον:							
3. Χρεωστικοί τόκοι και συναφή έξοδα	125.833,60	-	110.048,68	-	ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	ΜΠΕΝΕΚΟΥ ΧΡΗΝΙΑ	
Όλην αποτέλεσμα (πλεόνασμα) εκμεταλλεύσεως	125.833,60	-	1.457,51	108.591,15	ΑΡ.ΔΑΔΙΑΣ Ο.Ε.Ε. 24002 Α' ΤΑΞΗΣ	ΒΑΖΕΙΟΥ ΜΑΡΘΑ	
II. ΠΛΕΟΝΗ (μείον): Έκτακτα αποτελέσματα					283.486,10	ΤΖΑΜΟΥΡΑΝΗ ΔΗΜΗΤΡΑ	
1. Έκτακτα & Ανόργανα έσοδα	294.057,15	-	285.387,38	-		ΤΡΑΓΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	
3 Έσοδα προηγούμενων χρήσεων	125.388,82	-	53.041,48	-			
Μείον:							
1. Έκτακτα & Ανόργανα έξοδα	0,00	-	0,00	-	Ο ΠΡΟΪΤΑΜΕΝΟΣ	Ο ΔΗΜΑΡΧΟΣ	
2. Έκτακτες ζημιές	1.457,92	-	210.747,17	-	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		
3. Έξοδα προηγούμενων χρήσεων	2.893,82	-	210.747,17	-		ΔΟΓΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ	ΑΝΤΩΝΙΑΚΟΣ ΣΑΡΑΝΤΟΣ
	<u>4.151,74</u>	<u>415.290,23</u>	<u>210.747,17</u>	<u>107.881,85</u>			
Οργανικά και έκτακτα αποτελέσματα (πλεόνασμα)	512.492,24	-	371.147,75	-			
Σύνολο αποσβέσεων παγίων στοιχείων	814.217,94	-	738.124,81	-			
Μείον: Οι από αξίες ενσωματωμένες στο λειτουργικό κόστος	814.217,94	0,00	738.124,81	0,00			
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (πλεόνασμα) ΧΡΗΣΕΩΣ	<u>512.492,24</u>	<u>-</u>	<u>371.147,75</u>	<u>-</u>			

ΕΚΘΕΣΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΟΡΚΩΤΟΥ ΕΛΕΓΚΤΗ ΛΟΓΙΣΤΗ

Προς το Δημοτικό Συμβούλιο του Δήμου Σπάρτης

Ελέγχω τις ανωτέρω οικονομικές καταστάσεις καθώς και το σχετικό προάρθρο του Δήμου Σπάρτης της εταιρικής χρήσεως που έληξε την 31 Δεκεμβρίου 2005. Η ευθύνη της σύνταξης των οικονομικών καταστάσεων βαρύνει τη διοίκηση του Δήμου. Η δική μου ευθύνη περιορίζεται στη διαμόρφωση και τη διατύπωση γνώμης επί των οικονομικών καταστάσεων, εδρασημένης στο διενεργηθέντα έλεγχό. Ο έλεγχός μου στα πλαίσια του οποίου λάβαμ υπόψη και τις σχετικές διατάξεις του Δημοτικού & Κοινοτικού κώδικα (Π.Δ. 410/1995 όπως ισχύει), διενεργήθηκε σύμφωνα με το Ελληνικό Ελεγκτικό Πρότυπο που είναι αναγνωρισμένο τα διεθνή Ελεγκτικά Πρότυπα. Τα πρότυπα αυτά απαιτούν το σχετισμό και την επίτευξη του ελεγκτικού έργου κατά τρόπο που διασφαλίζει με εύλογη βεβαιότητα ότι οι οικονομικές καταστάσεις είναι απαλλαγμένες από ουσιώδεις ανακρίβειες και παραλείψεις. Ο έλεγχος περιλαμβάνει την εξέταση, σε δεξιολογητική βάση, αποδεικτικών στοιχείων που να υποστηρίζουν τα ποσά