

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΩΝ ΠΑΤΡΩΝ,
ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΗ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΤΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΟΔΩΝ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ, ΠΑΤΡΕΩΣ ΚΑΙ
ΕΡΜΟΥ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ.

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ
ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΦΟΙΤΗΤΕΣ
ΛΥΜΠΕΡΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ
ΣΦΑΛΑΓΚΟΥ ΑΡΤΕΜΙΣ

ΠΑΤΡΑ 2006



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Ι. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

α. Η παρούσα εργασία	I
β. Γενικά.....	II
γ. Το ελληνικό εμπόριο.....	V

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ

α. Ιστορική αναδρομή.....	VII
β. Νεότερη και σύγχρονη εξέλιξη της πόλης των Πατρών.....	IX

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

A. Οι καταγραφή των οδών.....	15
B. Η περιοχή της έρευνας.....	16

ΕΝΟΤΗΤΑ 1η

A. Καταγραφή οδού Παντανάσσης.....	17-24
B. Καταγραφή οδού Πατρέως.....	25-31
Γ. Καταγραφή οδού Ερμού.....	32-43
Συμπεράσματα από τις καταγραφές.....	44

ΕΝΟΤΗΤΑ 2η

Γενικά για το ερωτηματολόγιο.....	46
Ερωτηματολόγιο οδού Παντανάσσης.....	48
Ερωτηματολόγιο οδού Πατρέως.....	50
Ερωτηματολόγιο οδού Ερμού.....	52

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

2.α. Εμπορική δραστηριότητα καταστήματος.....	54
2.β. Επωνυμία καταστήματος.....	67
2.γ. Διακριτικός τίτλος.....	70
2.δ. Νομική μορφή.....	73
2.ε. Τρόπος δραστηριότητας επιχείρησης.....	80
2.στ. Λειτουργία πέραν του ενός καταστήματος.....	84
2.ζ. Έτος έναρξεως δραστηριότητας	87
2.η. Στοιχεία ιδιοκτήτη.....	88
2.θ. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για επιδοτούμενα προγράμματα και τραπεζικό δανεισμό.....	100

2.ι. Ο χώρος της επιχείρησης.....	108
2.κ. Λειτουργία βάσει τρόπου απασχόλησης.....	110
2.λ. Ο τρόπος διαφήμισης της επιχείρησης.....	112
2.μ Η ηλικία της πελατείας.....	114
2.ν Προηγούμενες χρήσης του χώρου.....	116
2.ξ Προβλέψεις σχετικά με την επιβίωση της επιχείρησης στο μέλλον.....	117

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

Επίλογος – Συμπεράσματα.....	119
Βιβλιογραφία.....	124

Κεφάλαιο 1ο



Φανταστική απεικόνιση της Πάτρας από τα «Χρονικά της Νυρεμβέργης» (τέλη 15ου αιώνα). Η ιδέα της γεωγραφίας δεν έχει επιβληθεί ακόμη.

Κεφάλαιο 1ο

■ *I. Εισαγωγή*

I. Εισαγωγή

α. Η παρούσα εργασία

Η παρούσα εργασία αποτελεί καρπό της προσπάθειας που κατέβαλαν οι σπουδαστές του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων Λυμπερόπουλος Αντώνιος και Σφάλαγκου Άρτεμις, προκειμένου να συλλεχθούν τα απαραίτητα, για τη σύνταξη της παρούσας εργασίας, στοιχεία και εν συνεχεία να δομηθεί η εργασία αυτή.

Για τη συλλογή των απαραίτητων στοιχείων, συντάχθηκε το ερωτηματολόγιο που θα συναντήσουμε στις σελίδες 48 – 53. Το ερωτηματολόγιο αυτό απαρτίζεται από ερωτήσεις που σκοπό έχουν, να αντληθούν πληροφορίες πάνω σε θέματα που σχετίζονται με:

1. Την υπόσταση (ταυτότητα) και τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων. (Δηλαδή: Εμπορική δραστηριότητα καταστήματος, Επωνυμία καταστήματος, Διακριτικός τίτλος, Νομική μορφή, Τρόπος δραστηριότητας καταστήματος ανάμεσα σε: Ιδιωτική επιχείρηση – τοπικό κατάστημα, Κεντρικό κατάστημα αλυσίδας καταστημάτων, Τοπικό υποκατάστημα αλυσίδας καταστημάτων και Υποκατάστημα με χρήση Franchise, Διατήρηση άλλου καταστήματος εντός Πατρών ή σε άλλη πόλη, έτος ενάρξεως δραστηριότητας, Ιδιόκτητος ή μισθωμένος χώρος της επιχείρησης και τρόπος λειτουργίας της επιχείρησης από πλευράς απασχόλησης).
2. Τα χαρακτηριστικά στοιχεία που συνθέτουν την προσωπικότητα του εκάστοτε ιδιοκτήτη των επιχειρήσεων αυτών. (Δηλαδή: Ονοματεπώνυμο, τόπος καταγωγής, μορφωτικό επίπεδο, επάγγελμα γονέων, ηλικία και γένος).

3. Το αίσθημα της επιχειρηματικότητας που παρουσιάζουν οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων αυτών, μέσα από την εκδήλωση ενδιαφέροντος για επιδοτήσεις, χρηματοδοτήσεις, του τρόπου λειτουργίας της επιχείρησης τους καθώς και της προβολής αυτής.
4. Το *target group* (ηλικιακά) των καταναλωτών στο οποίο απευθύνεται η εκάστοτε επιχείρηση, καθώς και ερωτήσεις που αφορούν τις προηγούμενες χρήσεις του χώρου στον οποίο δραστηριοποιείται σήμερα η εκάστοτε επιχείρηση που έλαβε μέρος στην έρευνα μας, όπως επίσης και τις προβλέψεις των επιχειρηματιών σχετικά με την πορεία της επιχείρησης τους στο μέλλον.

Η δομή και το ύφος της εργασίας αυτής έγινε με τρόπο όσο το δυνατόν πιο απλό και κατανοητό για τον αναγνώστη, τηρώντας τουλάχιστον τους βασικούς κανόνες σύνταξης μιας πτυχιακής εργασίας και πάντα με προσπάθεια να αποδοθεί όλο το περιεχόμενο της εργασίας αυτής με όσο το δυνατόν πιο επιστημονικό και ρεαλιστικό τρόπο.

Συγκεκριμένα η δομή της εργασίας αυτής είναι η ακόλουθη:

➤ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο.

I. Εισαγωγή (Μέρη *α*, *β* και *γ*)

II. Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη

Στο «*α*» μέρος της εισαγωγής παρουσιάζεται ο τρόπος με τον οποίο διενεργήθηκε η εργασία αυτή καθώς και η δομή της.

Στο «*β*» μέρος της εισαγωγής γίνεται μια πολύ γενική περιγραφή του ρόλου του εμπορίου και πως αυτό μπορεί να αποφέρει ορισμένα θετικά αλλά και ορισμένα αρνητικά αποτελέσματα στην ανθρωπότητα, με βάση την προσωπική μας αντίληψη

Στο «*γ*» μέρος της εισαγωγής γίνεται επίσης μια γενική αναφορά στο ελληνικό εμπόριο, αυτή τη φορά, σχετικά με τη σημαντικότητα του στην ελληνική οικονομία, ποια είναι τα διαθέσιμα δεδομένα – στοιχεία που αφορούν το ελληνικό εμπόριο, τα οποία είναι απαραίτητα για τη χάραξη μιας εμπορικής πολιτικής με συγκεκριμένους στόχους, καθώς και ποια εικόνα παρουσιάζει το περιβάλλον μέσα στο οποίο δρουν οι σημερινές ελληνικές εμπορικές επιχειρήσεις.

Στη συνέχεια ακολουθεί η 2^η θεματική ενότητα του πρώτου κεφαλαίου, η οποία είναι η: II. Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη.

Σε αυτή τη θεματική ενότητα ο αναγνώστης συναντά τα σημαντικότερα ιστορικά στοιχεία που αφορούν την πόλη της Πάτρας. Στοιχεία που έχουν να κάνουν με το πώς η πόλη αυτή «γεννήθηκε», με την εξέλιξη της μέσα στο χρόνο σε σχέση με τα σημαντικότερα γεγονότα που επέδρασαν θετικά και αρνητικά σε αυτήν, μέχρι τα νεότερα και σύγχρονα χρόνια όπου η Πάτρα έχει διαμορφωθεί όπως τη γνωρίζουμε σήμερα και κατέχει τον τίτλο της πολιτιστικής πρωτεύουσας της Ευρώπης.

➤ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο.

ΕΝΟΤΗΤΑ 1^η.

A. Καταγραφή οδού Παντανάσσης

B. Καταγραφή οδού Πατρέως

Γ. Καταγραφή οδού Ερμού

ΕΝΟΤΗΤΑ 2^η.

Ανάλυση αποτελεσμάτων ερωτηματολογίου

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας και συγκεκριμένα στην πρώτη ενότητα του κεφαλαίου αυτού, παραθέτουμε τις καταγραφές των τριών υπό εξέταση οδών. Οι καταγραφές αυτές, αποτελούν βασικό μέρος του θέματος της εργασίας αυτής και μέσα από τις οποίες διακρίνεται η ακριβής εικόνα που παρουσιάζουν σήμερα οι ισόγειοι χώροι των τριών δρόμων που εξετάζουμε. Οι ισόγειοι χώροι που αποτελούν αντικείμενο εξέτασης της παρούσας εργασίας εμφανίζονται με έντονα κεφαλαία γράμματα. Αυτό έγινε προκειμένου να διακρίνονται εύκολα από τους λοιπούς χώρους, που δεν αποτελούν αντικείμενο εξέτασης της εργασίας αυτής και να τυγχάνουν εύκολης εξεύρεσης και επεξεργασίας από τον αναγνώστη.

Ενώ, στη δεύτερη ενότητα του δευτέρου κεφαλαίου γίνεται πλέον η ανάλυση όλων των στοιχείων που συλλέξαμε μέσα από την έρευνα μας, καθώς και η έκθεση των αποτελεσμάτων που εξάγαμε.

➤ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο.**Συμπεράσματα – επίλογος**

Στο τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας γίνεται εξαγωγή γενικών συμπερασμάτων βάσει των στοιχείων που έχουμε αναλύσει κυρίως στη δεύτερη ενότητα του δευτέρου κεφαλαίου. Έτσι, παραθέτουμε μία γενική έκθεση που αφορά τόσο την διάρθρωση του εμπορίου στο κέντρο της Πάτρας όσο και διάφορα γενικότερα θέματα της εμπορικής δραστηριότητας στην εξεταζόμενη περιοχή.

Ο σκοπός της εργασίας αυτής είναι να αποδοθεί μια γενική εικόνα για την διάρθρωση του εμπορίου στην υπό εξέταση περιοχή και να παρουσιαστούν οι λόγοι που δημιουργείται η εικόνα αυτή. Επίσης, να αναλυθούν ως ένα βαθμό οι τάσεις και οι προοπτικές που παρουσιάζει το εμπόριο στην περιοχή αυτή αλλά και γενικότερα στην πόλη της Πάτρας, να εξαχθούν συμπεράσματα και για άλλα ζητήματα που αφορούν την εμπορική δραστηριότητα και τέλος να αποδοθεί η γενική παρούσα κατάσταση του εμπορίου στην εξεταζόμενη περιοχή.

Τέλος, στο μέτρο του δυνατού και αναλογιζόμενοι τις δυσκολίες που παρουσιάζονται για την πραγματοποίηση μιας επιστημονικής εργασίας, μέσω της παρούσας γίνεται προσπάθεια να εξαχθούν συμπεράσματα όσον το δυνατόν πιο ορθολογικά και επιστημονικώς τεκμηριωμένα.

β. Γενικά

Ο ρόλος του εμπορίου στην οικονομική πρόοδο μιας χώρας σε καμία περίπτωση δε θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μη σημαντικός. Αντίθετα το εμπόριο (το υγιές εμπόριο) είναι εκείνο που δίνει πνοή στο μηχανισμό της οικονομίας μίας χώρας. Είτε πρόκειται για εισαγωγικό, είτε για εξαγωγικό, είτε πάλι πρόκειται για εμπόριο που διεξάγεται μέσα στα σύνορα μίας χώρας, το εμπόριο θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως η διαδικασία μέσω της οποίας επιτυγχάνεται η κυκλοφορία του χρήματος και οι ανάπτυξη των συναλλαγών (ενδοσυνοριακά ή διασυνοριακά). Είναι το μέσο εκείνο που επιτυγχάνει τη σύσφιξη των σχέσεων μεταξύ

ανθρώπων, που μπορεί να ζουν και να δραστηριοποιούνται εμπορικά στην ίδια πόλη ή στην ίδια χώρα, αλλά και διεθνώς. Έτσι, επιτυγχάνεται η συνεργασία και η ευημερία στις σχέσεις των ανθρώπων αυτών.

Αυτή βέβαια είναι, πολύ γενικά, η μία πλευρά της έννοιας του εμπορίου, αυτή που θα χαρακτηρίζαμε ως θετική. Σαφέστατα, τόσο η ιστορία όσο και τα γεγονότα που διαδραματίζονται καθημερινά στην εποχή μας και θα διαδραματίζονται πιθανότατα στο μέλλον, μας καθιστούν γνωστό πως ο χώρος του εμπορίου έχει και σκοτεινές πλευρές. Συμφέροντα, μυστικές συμφωνίες “κάτω από το τραπέζι”, εμπορικές συμμαχίες, Καρτέλ, Τράστ, παράνομη διακίνηση και εμπορία όπλων, ναρκωτικών, λευκής σαρκός, ανθρωπίνων οργάνων ακόμη και νεογνών είναι κάποια παραδείγματα της πονηρίας και ζωηρής φαντασίας κάποιων «ανθρώπων» που επιδιώκουν ακατάπαυστα το ολοένα και μεγαλύτερο χρηματικό κέρδος.

γ. Το ελληνικό εμπόριο

Ο ρόλος του ελληνικού εμπορίου για την Ελληνική οικονομία και την κοινωνία της χώρας αυτής, έχει πολλές φορές επισημανθεί από πολλούς φορείς και ιδιαίτερα από το ανώτατο όργανο εκπροσώπησης των εμπόρων, την Εθνική Συνομοσπονδία Εμπορίου.

Παρόλα αυτά, τα διαθέσιμα δεδομένα σε όλα τα επίπεδα, ευρωπαϊκό και εθνικό, για το ελληνικό εμπόριο εξακολουθούν να παραμένουν περιορισμένα. Αναφέρονται κυρίως στο νομικό καθεστώς των επιχειρήσεων, στη συμμετοχή του εμπορίου στη διαμόρφωση του Α.Ε.Π, στον αριθμό και το είδος των εμπορικών επιχειρήσεων και όχι πάντα με μεγάλη ασφάλεια, όπως και η ίδια η Ε.Σ.Υ.Ε σημειώνει – στο μέγεθος της απασχόλησης ανά κλάδο. Τα δεδομένα αυτά είναι διαθέσιμα με βάση τη γεωγραφική κατανομή των επιχειρήσεων ανά περιφέρεια, νομό και πόλη.

Τα στατιστικά στοιχεία που υπάρχουν για το ελληνικό εμπόριο, που κατά κύριο λόγο προέρχονται από την Ε.Σ.Υ.Ε, είναι πενιχρά μπροστά στις απαιτήσεις των καιρών, για την χάραξη μιας εμπορικής πολιτικής και οπωσδήποτε υπολείπονται κατά πολύ από τα διαθέσιμα στοιχεία της Eurostat και όλων των άλλων ευρωπαϊκών χωρών. Στόχος της Eurostat είναι η εξασφάλιση συγκρισιμότητας μεταξύ των εθνικών και κοινοτικών στατιστικών και για αυτό έχει προωθήσει τον κανονισμό

της NACE, σχετικά με την κατάρτιση μιας κοινής στατιστικής ταξινόμησης των οικονομικών δραστηριοτήτων στην Ε.Ε. Έτσι, δημιουργήθηκε και εφαρμόζεται και στην Ελλάδα από το 1991, η στατιστική κωδικοποίηση ΣΤΑΚΟΔ – 91 της Ε.Σ.Υ.Ε. (Τελευταία φορά που έγινε στατιστική κωδικοποίηση στη χώρα μας ήταν το έτος 2003 και σήμερα αυτή είναι που εφαρμόζεται προς αντικατάσταση της ΣΤΑΚΟΔ – 91).

Η προηγούμενη αναφορά έχει ιδιαίτερη σημασία, γιατί μέχρι την τελευταία διαθέσιμη απογραφή του ελληνικού εμπορίου που έγινε το 1988, τόσο οι ταξινομήσεις οικονομικών δραστηριοτήτων, όσο και η μεθοδολογία ήταν διαφορετική.

Το περιβάλλον μέσα στο οποίο δρουν και ενεργοποιούνται οι εμπορικές επιχειρήσεις σήμερα γίνεται ολοένα και πιο πολύπλοκο, με πολλές καινούργιες ανάγκες να δημιουργούνται. Τόσο από την πλευρά των κρατικών φορέων όσο και των συνδικαλιστικών οργανώσεων καθίσταται απαραίτητη μια πλήρης εικόνα σχετικά με την ισχύουσα κατάσταση του εμπορίου, ώστε στη συνέχεια να ληφθούν τα απαραίτητα εκείνα μέτρα ενίσχυσης και βελτίωσης του περιβάλλοντος που λειτουργούν και δραστηριοποιούνται οι εμπορικές επιχειρήσεις.

Κεφάλαιο 1ο

- **II. Ιστορική αναδρομή
και εξέλιξη**
-

II. Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη

a. Ιστορική αναδρομή

Η πόλη της Πάτρας παρουσιάζει μια συνεχή ιστορική εξέλιξη επί 4.000 χρόνια. Οι αναφορές που πιστοποιούν το γεγονός αυτό είναι πολλές και ποικίλες. Ο κ. Τριανταφύλλου πρώην Δήμαρχος Πατρών στο βιβλίο του: *ΙΣΤΟΡΙΚΟΝ ΛΕΞΙΚΟΝ ΠΑΤΡΩΝ* αναφέρει: « *Ιδιαιτέρως ενδιαφέρουσαι διατυπώσεις είναι εκείναι εκ μικρών ανασκαφών, επί ευκαιρία αποχωματώσεων δι' ανέγερσιν οικοδομών κατά τα τελευταία έτη. Ευρέθησαν μυκηναϊκαί αρχαιότητες εις την οδό Γερμανού – άρα αυτή η Πόλις, όχι τα προάστεια μόνον, έχει αρχαιοτάτην ζωήν, κατοικείτο συνεχώς – ευρέθησαν παλαιοχριστιανικαί αρχαιότητες πολλαί, πρώϊμοι βυζανιναί, παλλαί Ελληνιστικάί, δηλ. των χρόνων της Αχαιϊκής Συμπολιτείας κ.α ...»*

Ο Πausανίας (2ος μ.χ αιώνας) θεωρεί πυρήνα της πόλης του παλιούς αγροτικούς συνοικισμούς Αρόη (στην περιοχή του σημερινού κάστρου), Ανθεια (στην περιοχή της σημερινής Εγλυκάδας) και Μεσάτις (στην περιοχή του Γηροκομείου). Βρήκε τόσο φτωχό και κοινό το μυθολογικό παρελθόν του τόπου, ώστε δεν έκρινε άξιο να το υποβάλλει σε έλεγχο, όπως συνηθίζει να κάνει προκειμένου για ενδιαφέρουσες τοπικές παραδόσεις.

Ο οικιστής της Αρόης (του συνοικισμού που χρησίμεψε ως ο πυρήνας της Πάτρας των ιστορικών χρόνων, με την ακρόπολη στο σημερινό κάστρο), ο Εύμηλος διδάχτηκε ο ίδιος από τον Ελευσίνιο Τριπτόλεμο την καλλιέργεια των δημητριακών και με την βοήθεια του την εισήγαγε στον τόπο, ο οποίος έτσι άρχισε να βγαίνει από την βαρβαρότητα (14ος π.χ αιώνας).

Τις τρεις αυτές αγροτικές κοινότητες βρήκαν οι Αχαιοί, όταν ήρθαν στη χώρα και ανάγκασαν τους Ίωνες, παλαιούς κατοίκους της, να εκπατριστούν. Στην Αρόη ήρθε από την Σπάρτη ο Πατρέας, Αχαιός από

εκείνους που προτίμησαν να εκπατριστούν και όχι να συνεργαστούν με τους κατακτητές Δωριείς. Ο Πατρέας έγινε ο επώνυμος οικιστής της Πάτρας συνενώνοντας πολιτικά επτά αγροτικούς συνοικισμούς της περιοχής με πυρήνα την κατόπιν ακρόπολη και την επί αυτή Αρόη. Η πολιτική αυτή ένωση, με την οποία ο Πausanίας τελειώνει τη διήγηση του για το απώτερο παρελθόν της Πάτρας πιστεύεται πως χρονολογικά δεν είναι παλαιότερη από την εποχή του Πεισιστράτου (550 π.χ).

Το 800 π.χ η Πάτρα μαζί με άλλες πόλεις της Αχαΐας ίδρυσαν την «Αχαϊκή Συμπολιτεία». Στη μεγάλη αυτή ομοσπονδιακή οργάνωση, η οποία γρήγορα απλώθηκε και έξω από τα όρια της Αχαΐας, ο ρόλος της Πάτρας παρέμεινε ηγεμονικός. Ο χαρακτήρας της Αχαϊκής Συμπολιτείας ήταν στην αρχή καθαρά θρησκευτικός και από το 280 π.χ και πολιτική και στρατιωτική οργάνωση με στόχο την άμυνα κατά των κοινών εχθρών. Από το 146 π.χ η Πάτρα, όπως και όλη η Ελλάδα, υποδουλώνεται στους Ρωμαίους. Από εδώ αρχίζει μια περίοδος ακμής για την Πάτρα, όπου έτυχε ιδιαίτερης εύνοιας των Ρωμαίων αυτοκρατόρων (Αύγουστος και Ανδριανός). Τα αυτοκρατορικά χρόνια είναι η πρώτη χρυσή εποχή της ιστορίας της πόλης, Ο Αύγουστος εξετίμησε ως πλεονεκτική τη θέση της για την επικοινωνία με την Ιταλία και εγκατέστησε τους Ρωμαίους παλαίμαχους ως αποίκους, ενώ παράλληλα διευκόλυνε την εγκατάσταση στην Πάτρα πολυάριθμων κατοίκων παρακμασμένων αχαϊκών πολιτειών. Ήδη η πόλη έχει αρχίσει να επεκτείνεται προς την νοτιοδυτική πλευρά και κατεύθυνση, όπου υπήρχε και το τότε λιμάνι (στη σημερινή θέση του ναού του Απόστολου Ανδρέα).

Ο Νέρωνας έκανε διάφορες δωρεές και έκτισε αρκετά οικοδομήματα στην πόλη, όπως η αγορά και το Ωδείο, ερείπια των οποίων σώζονται μέχρι σήμερα. Τον 2^ο μ.χ αιώνα αναφέρεται ως μια από τις πρώτες πόλεις πολυάνθρωπη και πλούσια. Μετά το 300 μ.χ η πόλη δεινοπάθησε, όχι μόνο από τους πειρατές αλλά και από ισχυρούς σεισμούς. Τον 9^ο αιώνα η Πάτρα είναι μια πλούσια εμπορική πόλη με αρκετό πληθυσμό.

Από το 1204 και έπειτα αλλεπάλληλα, πολλούς κατακτητές. Κατά τη 'Δ Σταυροφορία υποδουλώθηκε στους Φράγκους και ιδρύθηκε ανεξάρτητη φραγκική βαρωνία με ονομασία « Το Πριγκιπάτο της Αχαΐας» και πρωτεύουσα την Ανδραβίδα. Το 1360 υπάγεται στην κοσμική εξουσία του Πάπα, όπου παρατηρείται ανάπτυξη της υφαντουργίας με πάρα πολλά υφαντουργεία (κυρίως μεταξωτών) και ταπητουργεία, στα οποία εργάζονται χιλιάδες άνδρες και γυναίκες. Φημισμένα ήταν τα μεταξωτά και λινά υφάσματα, καθώς επίσης και τα πολύχρωμα χαλιά. Γενικά, η Πάτρα ήταν ένα από τα σπουδαιότερα βιοτεχνικά και εμπορικά κέντρα της Βυζαντινής και Φραγκικής εποχής. Κατόπιν υποδουλώνεται στους Τούρκους (1460), που κατέχουν την πόλη μέχρι την απελευθέρωση της το

1928, εκτός από ένα μικρό χρονικό διάστημα (1687 – 1715) που βρίσκεται υπό Ενετική κατοχή (Μοροζίνης).

Μέχρι την περίοδο της τουρκοκρατίας, η Πάτρα καταλάμβανε μόνο τη λεγόμενη « Άνω Πόλη» και μόλις κατά τους τελευταίους προεπαναστατικούς χρόνους σημειώθηκε μικρή επέκταση δυτικά μέχρι περίπου τη σημερινή οδό Καραϊσκάκη. Στην περίοδο της Τουρκοκρατίας εμφανίστηκαν σποραδικά κατοικίες μεταξύ της πόλης και του λιμανιού, που ανήκαν στους Τούρκους. Στην επανάσταση του 1769 (Ορλωφικά) η Πάτρα παραδίνεται στις φλόγες, γεγονός που γυρίζει την οικονομία της πολύ πίσω.

Στα 1835 το λιμάνι της Πάτρας μαζί με άλλα της περιοχής, συγκέντρωνε το μεγαλύτερο αριθμό ξένων πλοίων. Από εδώ και εμπρός και μέχρι πριν από τον 2^ο παγκόσμιο πόλεμο, η ανάπτυξη αυτή προσελκύει πολλούς από τους κατοίκους της ενδοχώρας για εργασία και εγκατάσταση. Δημιουργούνται βιοτεχνίες βαμβακοκλωστικής, οινοποιίας, χαρτοποιίας κλπ. Πλούσια πηγή στην οικονομία της πόλης γίνεται έντονα εμπορικός – μεταπρατικός. Αν και η γοργή ανάπτυξη της Αθήνας έχει αρχίσει, ο ρυθμός ανάπτυξης της πόλης δεν μειώνεται. Αντίθετα, λόγω της συγκέντρωσης εμπορικής δραστηριότητας αυξάνεται (με μέσο ετήσιο ρυθμό 2,25 %), και η πόλη αρχίζει να παίρνει ένα έντονο αστικό χαρακτήρα.

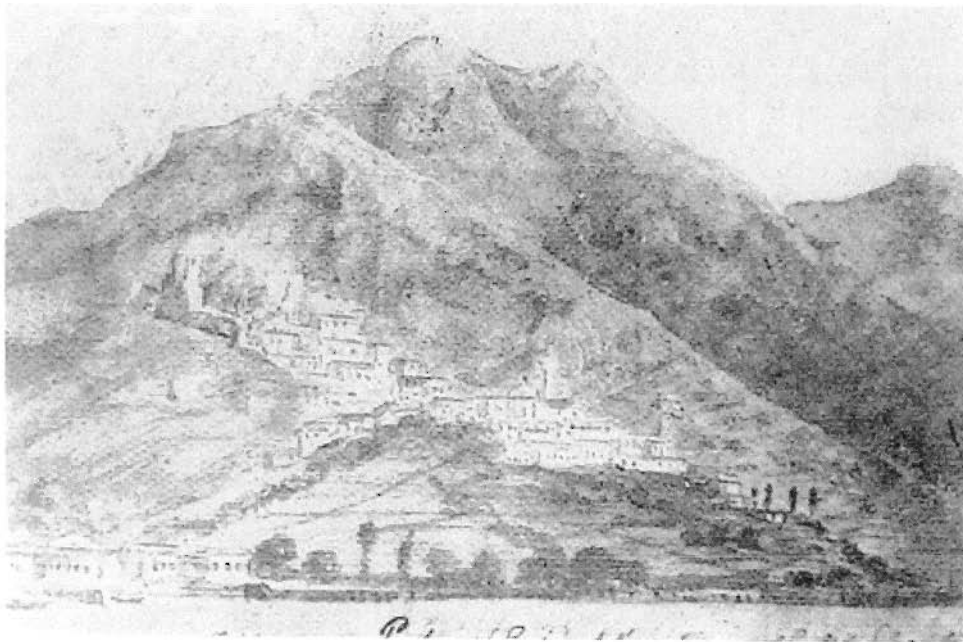
Μετά το τέλος του εμφυλίου και μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1970, η οικονομία της πόλης φθίνει κυρίως λόγω του υδροκεφαλισμού του δίδυμου Αθήνας – Πειραιά. Στη δεκαετία 1950 – 1960 το πολεοδομικό συγκρότημα της Πάτρας, μόλις φαίνεται να συγκρατεί τη φυσική του αύξηση (γύρω στο 0,8 % ετησίως). Η πόλη θα ξαναβρεί θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης κατά τα τέλη της δεκαετίας του '70, αρχές του '80, κυρίως λόγω της έντονης κίνησης του λιμανιού της, της γεωγραφικής της θέσης, της ίδρυσης του Πανεπιστημίου Πατρών και του Περιφερειακού Νοσοκομείου.

β. Νεότερη και σύγχρονη εξέλιξη της πόλης των Πατρών

Η Πάτρα έχει κτιστεί ουσιαστικά σε δύο επίπεδα, ανάμεσα σε Πατραϊκό κόλπο και Παναχαϊκό όρος. Είναι η πρώτη πόλη του σύγχρονου ελληνικού κράτους που απόκτησε πολεοδομικό σχέδιο. Στις 5 Δεκεμβρίου 1826, ο Σταμάτης Βούλγαρης, μηχανικός του γαλλικού στρατού, ανέλαβε να ετοιμάσει το σχέδιο της νέας πόλης της Πάτρας και στις 26 Ιανουαρίου 1829 το υπέβαλε στον κυβερνήτη Ι. Καποδίστρια, ο οποίος και το ενέκρινε.

Ο Βούλγαρης εφάρμοσε τον ορθογώνιο τύπο στο ρυμοτομικό πλέγμα της Πάτρας και χώρισε το σχέδιο σε δύο οικοδομικές ενότητες (δύο χώρους αγορών). Αυτή της Κάτω Πόλης και αυτή της Άνω Πόλης, με διαφορετική διάταξη των ορθογωνίων. Η οικοδομική ενότητα της Άνω Πόλης και κύρια το βορειοανατολικό άκρο αυτής, προοριζόταν για αγορά ζώων, ενώ η οικοδομική ενότητα της Κάτω Πόλης και ιδιαίτερα η βορειοδυτική πλευρά της για αγορά δημητριακών. Η Κάτω Πόλη αποτελεί ένα κανονικό ορθογώνιο με διαστάσεις περίπου 500 επί 1000 μέτρα. Πρόθεση του Βούλγαρη ήταν να δημιουργηθούν κέντρα οικονομικής δραστηριότητας και στα δύο τμήματα της πόλης, τα οποία θα λειτουργούν συμπληρωματικά και σε συνδυασμό με το τρίτο κέντρο οικονομικής δραστηριότητας της πόλης, που είναι το λιμάνι της. Άλλο χαρακτηριστικό του σχεδίου είναι ότι ο Βούλγαρης δεν αρκέστηκε να χαράξει τις εξωτερικές οικοδομικές γραμμές, αλλά συγχρόνως χάραξε και τις εσωτερικές οικοδομικές γραμμές κάθε τετραγώνου. Έτσι, καθορίζει τον εσωτερικό ακάλυπτο χώρο που θα αποτελείται από τις υποχρεωτικές αυλές των οικοδομών. Εδώ χρειάζεται να αναφέρουμε πως χρειάστηκε να περάσουν 126 χρόνια από τον καιρό του Βούλγαρη για να γίνει στην Ελλάδα νόμος που να θέτει ως υποχρεωτική την τήρηση του ακάλυπτου χώρου από το κάθε οικοδόμημα.

Το σχέδιο που ακολουθεί στην επόμενη σελίδα μας παρουσιάζει σε κλίμακα 1 / 3.000 το ρυμοτομικό σχέδιο του Σταματίου Βούλγαρη για την Πάτρα:



Ἡ Πάτρα στὴ 1806. Πίνακας τοῦ Ἀγγλοῦ ναυάρχου Weir.



- | | |
|--|----------------------------|
| I. Έσοδρα | XI. Δημόσια Κτήρια |
| II. Νοσοκομείο | XII. Έσοδρα |
| III. Άγορα ζωών | XIII. Χρηματιστήριο |
| IV. Πλατεία Όμορφιάς | XIV. Τελωνείο και Λαζαρέτο |
| V. Μητρόπολη | XV. Άγορα Δημητριακών |
| VI. Πλατεία Ακροπόλεως | XVI. Κυβερνείο |
| VII. Θέση του παλιού Γαλλικού Προξενείου | XVII. Έσοδρα |
| VIII. Κήπος | XVIII. Δημόσια Κτήρια |
| IX. Θέατρο | |

(Σχέδιο από το βιβλίο του Νίκου Μπακουνάκη « Πάτρα 1828 – 1860. Μια ελληνική πρωτεύουσα στον 19° αιώνα »)

Το σχέδιο δεν υλοποιήθηκε ποτέ με την αρχική του μορφή και ύστερα από τροποποίηση του το 1858 ήταν αυτό που εφαρμόστηκε τελικά. Τα δύο τμήματα της πόλης, από γεωφυσικής θέσης, ήταν σαφώς χωρισμένα. Η ανυπαρξία δρόμου που να ενώνει τα δύο τμήματα της πόλης έκανε περισσότερο αισθητή τη διάκριση, αφού αποτελούσε εμπόδιο για τις κάθε είδους μεταφορές από το ένα τμήμα της πόλης στο άλλο. Η Άνω Πόλη προϋπήρχε της Κάτω Πόλης και όταν οι κάτοικοι της Πάτρας « ξαναβρήκαν » την πόλη τους μετά τον εκπατρισμό τους εξαιτίας του πολέμου, ξαναγύρισαν και πάλι στο χώρο που παραδοσιακά

χρησιμοποιούσαν ως αγορά, (διότι οι συνήθειες δύσκολα αποβάλλονται) την οδό Τασσίου, η οποία τέμνει την *Ανω Πόλη* κατακόρυφα και οδηγεί προς την αγροτική ενδοχώρα. Η κατάσταση αυτή, λοιπόν, έμελλε να αποφέρει τη δημιουργία δύο αυτοτελών αγορών μια σε κάθε τμήμα της πόλης. Το βορειοδυτικό άκρο της *Κάτω Πόλης*, όπου ο Βούλγαρης τοποθετούσε την αγορά, ήταν αρκετά μακριά από το κέντρο των εμπορικών δραστηριοτήτων της πόλης, δηλαδή το λιμάνι, αλλά κυρίως ήταν έξω από το τμήμα της *Κάτω Πόλης* το οποίο κατοικείτο πρώτο. Η καινούρια πόλη αρχίζει να οικοδομείται κατά μήκος της ιδεατής γραμμής που ενώνει την *Ανω Πόλη* με τη θάλασσα και τέμνει το λιμάνι. Έτσι, από πολύ νωρίς η αγορά της *Κάτω Πόλης* δημιουργείται στο βορειο- κεντρικό σημείο της σε χώρο όπου ο Βούλγαρης με το σχέδιο του προέβλεπε δημιουργία πλατείας. (Στο διάγραμμα που παραθέτουμε πιο πάνω, τα σημεία - περιοχές των αγορών της Πάτρας διακρίνονται με μαύρο χρώμα. Η αγορά δημοτριακών με Α και η αγορά ζώων με Β). Ο χαρακτήρας των αγορών αυτών είναι διαρκής, ενώ στον ελεύθερο χώρο της πλατείας Καποδιστρίου και της οδού Τασσίου συγκροτούνται τα Σάββατα ή τις Κυριακές εβδομαδιαίες αγορές με πωλητές, παραγωγούς και κτηνοτρόφους που έρχονται από την ενδοχώρα.

Κατά την περίοδο του 19 ου αιώνα, από άποψη υλικής υποδομής, δεν υπάρχει στην Πάτρα κάποια αγορά και αυτό ήταν αποτέλεσμα του προβλήματος των αποζημιώσεων. Ένα πρόβλημα χρόνιο με τάσεις διόγκωσης. Το 1852 το Δημοτικό Συμβούλιο της πόλης αποφασίζει να ζητήσει να του παραχωρηθούν κρατικά οικόπεδα για ανέγερση αγορών σε τέσσερα σημεία της πόλης. Από τότε θα περάσουν περίπου δύο δεκαετίες μέχρι να υποβληθεί το πρώτο σχέδιο δημοτικής αγοράς για την *Ανω Πόλη*. (Το σχέδιο υπεβλήθη στις 14 Οκτωβρίου 1869 και τελικά τέσσερις αγορές οικοδομήθηκαν στην πόλη. Οι θέσεις τους σημειώνονται στο σχέδιο που παραθέτουμε πιο πάνω με μαύρες γραμμές).

Ένα άλλο πρόβλημα σχετιζόμενο με την αγορά, το οποίο όμως αντιμετωπίστηκε γρήγορα, ήταν αυτό της δημιουργίας αποθηκών για τα εισαγόμενα προϊόντα, πριν αυτά διοχετευτούν στις εσωτερικές αγορές της πόλης. Το διάταγμα για τη δημιουργία αποθήκης εκδίδεται το Μάιο του 1835. Ένα χρόνο μετά η αποθήκη τίθεται σε λειτουργία.

Η πλατεία Γεωργίου έγινε διπλάσια απ' ότι προέβλεπε το σχέδιο και καταργήθηκαν δύο άλλες πλατείες, η μια στην οδό Γούναρη και η άλλη στην Κολοκοτρώνη, ενώ οι δύο που απόμειναν άλλαξαν λίγο θέση.

Κάτω από την πίεση ισχυρών οικονομικών συμφερόντων ανοίχτηκαν νέοι δρόμοι, δημιουργήθηκαν νέα οικοδομικά τετράγωνα, κάτω από την οδό Αγίου Ανδρέου, όπου προβλέπετο χώρος πρασίνου. Ακόμα και οι στοές, που προβλέπονταν για όλους τους δρόμους, καταργήθηκαν σε αρκετούς όπως στην Καραϊσκάκη, Γούναρη, Ρήγα

Φεραίου κ.α. Αρκετές αλλαγές έγιναν και στην πάνω πόλη που είχαν δημιουργηθεί τεράστια οικοδομικά τετράγωνα.

Όμως, ο κόσμος και κυρίως οι κάτοικοι της άνω πόλης, δεν αποφάσιζαν να κατοικήσουν την κάτω πόλη, που δεν ήταν τίποτε άλλο από ένας τεράστιος αμπελώνας διαρρεόμενος από πολλά ρυάκια. Χρειάστηκαν νομοθετικά μέτρα, για να εγκαταλείψουν οι κάτοικοι την άνω πόλη αλλά ακόμα και τότε έχτιζαν όχι σύμφωνα με το ρυμοτομικό σχέδιο. Μόλις επί δημαρχίας Γ. Ρούφου (1872) και αφού η αστυνομία γκρέμισε 1.000 περίπου αυθαίρετα καλύβια στην κάτω πόλη, άρχισε να εφαρμόζεται το σχέδιο.

Όμως η ανάπτυξη της πόλης στους νεώτερους χρόνους δεν υπήρξε προγραμματισμένη. Από έκτακτες συνθήκες εισροής πληθυσμού δημιουργήθηκαν νέες συνοικίες (Κρητικά, Προσφυγικά κλπ). Έτσι, η επέκταση της πόλης απλώς νομιμοποίησε αυθαίρετες κατασκευές χωρίς πρόβλεψη για τις δημιουργημένες νέες ανάγκες. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα το 40% των κατοικιών της να βρίσκονται εκτός σχεδίου, η δε πόλη να αναπτύσσεται και να επεκτείνεται χωρίς ουσιαστικό έλεγχο. Η σημερινή πόλη παρουσιάζει όλα τα χαρακτηριστικά και τις αντινομίες ενός αναπτυσσόμενου αστικού κέντρου.

Η θέση της Πάτρας ως πλησιέστερου σημαντικού ηπειρωτικού λιμανιού προς τη Δυτική Ευρώπη, ως αστικού κέντρου υπερτοπικής κλίμακας και συγκοινωνιακού κόμβου, ευνόησε τη χρησιμοποίηση της από τους τουρίστες, είτε ως σημείο εισόδου-εξόδου, είτε ως σημείο διέλευσης. Γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό για την πολεοδομική της διαμόρφωση, μιας και το λιμάνι, η σιδηροδρομική γραμμή και ο σταθμός, καταλαμβάνουν σημαντικό μέρος από την παραλία της πόλης, που σε συνδυασμό με την ύπαρξη των βιομηχανιών στα νοτιοδυτικά παράλια (Ακτή Δυμαίων) καθιστούν την Πάτρα μια «παραθαλάσσια πόλη χωρίς θάλασσα».

Έτσι, η πόλη όντας περιορισμένη από την μια πλευρά από τη θάλασσα και από την άλλη από το λόφο του Κάστρου αναπτύσσεται κατά μήκος δύο αξόνων: τον κυρίαρχο βορρά – νότου και τον βορειοδυτικό – νοτιοανατολικό, ενώ οι γύρω οικισμοί υφίστανται έντονη την επιρροή της αστικοποίησης της περιοχής.

Διαθέτει έναν αρκετά ισχυρό και πυκνοδομημένο κέντρο, σε αντίθεση με το γεγονός ότι η έκταση που καταλαμβάνει το σχέδιο της πόλης είναι, σε συνδυασμό με τον πληθυσμό της πόλης, δυσανάλογα μεγάλη. Το σύστημα δόμησης είναι το συνεχές με κύριο χαρακτηριστικό τους υψηλούς συντελεστές δόμησης (κυρίως στην περιοχή του κέντρου) και του μικρού πλάτους δρόμων. Τα παλιά σπίτια δίνουν τη θέση τους στις πολυκατοικίες, ενώ η τοπική αυτοδιοίκηση έχει δείξει μέχρι τώρα να μοιάζει αδύναμη για να επέμβει καθοριστικά και να διατηρήσει τον κτιριολογικό χαρακτήρα της πόλης, με αποτέλεσμα υπέροχα νεοκλασικά

κτίρια να καταστρέφονται λόγω ανυπαρξίας ουσιαστικών μέτρων διατήρησής τους. Το φαινόμενο αυτό επέτεινε και ο μεγάλος σεισμός του 1993. Σήμερα, με αφορμή και την ανακήρυξη της πόλης ως πολιτιστική πρωτεύουσα για το 2006 γίνεται προσπάθεια για αναπαλαίωση των διατηρητέων νεοκλασικών κτιρίων, ούτως ώστε να αναδειχθεί ο αρχιτεκτονικός χαρακτήρας της πόλης.

Τα προβλήματα βέβαια δεν παύουν να υπάρχουν και μέχρι τώρα έχουν παρατηρηθεί μεγάλες καθυστερήσεις στην περάτωση των έργων που αφορούν την πολιτιστική και ανάμεσα σε αυτά βρίσκεται και η περάτωση της αναπαλαίωσης των παλαιών κτιρίων της πόλης.



Φανταστική απεικόνιση της Πάτρας από τα «Χρονικά της Νυρεμβέργης» (τέλη 15ου αιώνα). Η ιδέα της γεωγραφίας δεν έχει επιβληθεί ακόμη.

Κεφάλαιο 2ο



*Ἡ πόλη πρὶν ἀπὸ τὸ 1821. Ὑδατογραφία
(Ἐμπορικός Σύλλογος Πατρῶν ΕΡΜΗΣ).*

A. Οι καταγραφές των οδών

Οι καταγραφές των οδών Παντανάσσης, Πατρέως και Ερμού, που θα ακολουθήσουν στις επόμενες σελίδες, είναι ένα από τα κύρια συστατικά μέρη της εργασίας αυτής. Μέσα από τις καταγραφές αυτές επιδιώκουμε να παρουσιάσουμε με όσον το δυνατό πιο λεπτομερή τρόπο την εικόνα που παρουσιάζουν σήμερα οι ισόγειοι χώροι των τριών οδών που προαναφέραμε. Έτσι, θα μπορέσουμε να δώσουμε στον αναγνώστη την εικόνα της διάρθρωσης του εμπορίου στην υπό εξέταση περιοχή και κάνοντας χρήση των καταγραφών αυτών, να προβούμε και σε ανάλογη εξαγωγή, σχετικών με το θέμα της εργασίας αυτής, συμπερασμάτων.


Στους πίνακες, όπου παρουσιάζονται οι καταγραφές των οδών ο αναγνώστης μπορεί εύκολα να διακρίνει τους χώρους που αποτελούν αντικείμενο εξέτασης της εργασίας αυτής από τους υπόλοιπους χώρους που δεν αποτελούν αντικείμενο της έρευνας μας. Συγκεκριμένα, οι χώροι που είναι καταγεγραμμένοι με έντονα κεφαλαία γράμματα είναι όλοι αυτοί που αποτελούν αντικείμενο εξέτασης της παρούσας εργασίας, αφού πρόκειται για εμπορικές επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.

Τέλος, οι καταγραφές των οδών που ακολουθούν παρατίθενται με την εξής σειρά: Καταγραφή οδού Παντανάσσης, καταγραφή οδού Πατρέως , καταγραφή οδού Ερμού. Μετά την παρουσίαση των καταγραφών ακολουθούν γενικά συμπεράσματα σχετικά με την εικόνα που παρουσιάζεται στις καταγραφές των οδών.

Κεφάλαιο 2ο

Ενότητα 1η

- **Α. Καταγραφή οδού
Παντανάσσης**
-

ΟΔΟΣ 25 ^{ης} ΜΑΡΤΙΟΥ		
<ul style="list-style-type: none"> «Το σπίτι του πολίτη» (Είσοδος από οδό 25^{ης} Μαρτίου) <p>Αριθμός 95.Α</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας 	<div style="text-align: center;">  <p>ΣΚΑΛΕΣ</p> </div>	
<p>Αριθμός 93</p> <ul style="list-style-type: none"> ΠΙΛΟΠΟΪΑ ΙΩΑΝ. ΠΕΤΡ. ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ 	<p>ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ</p>	<p>ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΑ</p>
<p>ΠΕΖΟΔΡΟΜΟΣ ΗΦΑΙΣΤΟΥ</p>		
<p>Αριθμός 89</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας 		
<p>ΟΔΟΣ ΑΛΕΞ.</p>		<p>ΥΨΗΛΑΝΤΟΥ</p>
<ul style="list-style-type: none"> Αρχαιολογικός χώρος 		<p>ΠΑΤΕΙΑ</p>

<p>Αριθμός 85</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος παλαιάς οικίας ΙΣΟΓΕΙΟ : ΕΥΛΟΥΡΓΕΙΟ 	ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	ΠΛΑΤΕΙΑ
<p>Αριθμός 83</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας ΕΥΛΟΓΑΥΠΤΙΚΗ - ΕΠΙΠΛΑ ΜΑΝΩΛΟΠΟΥΛΟΣ 		ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗ
ΟΔΟΣ		<p>Αριθμός 82</p> <ul style="list-style-type: none"> ΣΧΟΛΗ ΟΔΗΓΩΝ ΑΝΔΡΕΑ ΣΙΨΑ
<p>Αριθμός 81</p> <ul style="list-style-type: none"> ΘΕΡΜΑΝΣΗ - ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΣ, ΗΛΙΑΚΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ, ΥΔΡΑΥΛΙΚΑ ΤΣΙΛΙΓΙΑΝΝΗΣ ΣΠΥΡΟΣ 		<p>Αριθμός 78</p> <ul style="list-style-type: none"> ΠΡΑΤΗΡΙΟ ΠΛΕΚΤΩΝ
<p>Αριθμός 79</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος πολυκατοικίας Κενός χώρος προς ενοικίαση ΧΡΥΣΟΣ - ΑΣΗΜΙ ΣΠΕΤΣΕΡΗΣ 		<p>Αριθμός 76</p> <ul style="list-style-type: none"> ΛΙΓΚΑΣ ΣΧΟΛΙΚΑ
<p>Αριθμός 77</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας 		

<p>Αριθμός 75</p> <ul style="list-style-type: none"> FANTASY SHOP ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ / ΒΙΒΛΙΑ ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ 	<p>ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ</p>	<p>Αριθμός 76 (συνέχεια)</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας
<p>Αριθμός 73</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας 		<p>Αριθμός 74</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας
<p>Αριθμός 71</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας TELECO PATRAS ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ, ΜΕΛΕΤΕΣ – ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ, ΣΥΣΚΕΥΕΣ 		<p>Αριθμός 70 - 72</p> <ul style="list-style-type: none"> « Διακόσμηση » ΚΟΥΡΤΙΝΟΕΥΛΑ ΣΙΔΗΡΙΚΑ ΟΙΚΟΔΟΜΩΝ ΓΙΑΝ. ΚΩΝ. ΑΔΕΞΟΠΟΥΛΟΣ Είσοδος πολυκατοικίας
<p>Αριθμός 69</p> <ul style="list-style-type: none"> ΦΩΤΟΤΥΠΙΕΣ Mita – ΦΩΤΟΑΝΤΙΓΡΑΦΙΚΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑ ΜΕ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ 		<p>Αριθμός 66 - 68</p>
<p>Αριθμός 67</p> <ul style="list-style-type: none"> « Βαδίζειν » ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ 		<ul style="list-style-type: none"> ΒΛΑΣΤΟΣ ΚΟΥΡΤΙΝΕΣ – ΛΕΥΚΑ ΕΙΔΗ – ΧΑΛΙΑ – ΜΟΚΕΤΕΣ ΒΛΑΣΤΟΣ « ΑΝΑΤΟΛΙΑ » ΧΑΛΙΑ – ΜΟΚΕΤΕΣ Είσοδος πολυκατοικίας Κενός χώρος καταστήματος
<p>Αριθμός 65</p> <ul style="list-style-type: none"> ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΧΡΥΣΟΧΟΪΑΣ Γ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Είσοδος πολυκατοικίας 		<p>Είσοδος από Κανακάρη 177</p> <ul style="list-style-type: none"> ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟΝ ΚΑΘΑΡΙΣΤΗΡΙΟΝ
<p>Είσοδος από Κανακάρη 175</p> <ul style="list-style-type: none"> Γ. ΚΑΡΒΕΛΗΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜ. ΞΕΝΟΔΟΧ. – ΕΜΠ. ΚΟΥΡΤΙΝΩΝ – ΕΙΔΗ ΠΡΟΙΚΟΣ 		<p>ΚΑΝΑΚΑΡΗ</p>
<p>ΟΔΟΣ</p>		<ul style="list-style-type: none"> ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ
<p>Αριθμός 63 (Είσοδος από Κανακάρη)</p> <ul style="list-style-type: none"> NOVELLO ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ Είσοδος οικίας 		

<p>Αριθμός 61</p> <ul style="list-style-type: none"> ΕΚΔΟΣΕΙΣ « ΖΩΗ » <p>ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟ</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος πολυκατοικίας 	<p>ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ</p>	<p>Αριθμός 64</p> <ul style="list-style-type: none"> ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΣ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ ΛΑΧΕΙΩΝ « ΤΟ ΜΟΝΑΔΙΚΟ » Είσοδος πολυκατοικίας
<p>Αριθμός 59</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος πολυκατοικίας ΔΕΡΜΑΤΙΝΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ-ΑΞΕΣΟΥΑΡ ΖΑΗΙΟΤΙΣ. ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ 		<p>Αριθμός 62</p> <ul style="list-style-type: none"> ΧΩΡΟΣ – ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΕΚΘΕΣΗΣ ΠΙΝΑΚΩΝ ΖΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΩΝ PUB “ SOU MOU”
<p>Αριθμός 57</p> <ul style="list-style-type: none"> «ΩΡΟΛΟΓΙΟΝ» Α. ΜΑΝΩΝΑΣ 		<p>Αριθμός 60</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος πολυκατοικίας και γραφείων « ΦΙΝΟΣΤΡΩΜ » <p>Κ. ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε – 'Β. ΕΚΘΕΣΗ</p>
<p>Αριθμός 55</p> <ul style="list-style-type: none"> BEAUTY FACE (ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ) Είσοδος οικίας 		<p>Αριθμός 58</p> <ul style="list-style-type: none"> ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟ « ΡΑΝΙΑ »
<p>Αριθμός 53</p> <ul style="list-style-type: none"> «CARTRIDGE WORLD» (ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ - ΜΕΛΑΝΙΑ) Είσοδος οικίας 		<p>Αριθμός 56</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος πολυκατοικίας - γραφείων
<p>Αριθμός 53</p> <ul style="list-style-type: none"> Οικόπεδο 		<p>Αριθμός 54</p> <ul style="list-style-type: none"> ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ « ΑΧΙΛΛΕΙΟΝ »
<p>Αριθμός 51 (Είσοδος από οδό Κορίνθου)</p> <ul style="list-style-type: none"> ΑΛΕΚΑ ΜΑΚΡΙΟΠΟΥΛΟΥ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ, ΕΣΩΡΟΥΧΑ 		<p>Αριθμός 52</p> <ul style="list-style-type: none"> ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΑΘΗΡΙΟ ΣΙΓΑΡΕΤΤΩΝ – ΑΠΟΘΗΚΗ ΨΗΛΙΚΩΝ. <p>Θ. ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΣ 'Κ ΥΙΟΙ Ο.Ε</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος πολυκατοικίας
		<p>Αριθμός 50</p> <ul style="list-style-type: none"> ΜΑΝΤΗ. WOMAN'S FASHION Είσοδος γραφείων – πολυκατοικίας ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΗΣ ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ (Είσοδος από οδό Κορίνθου 305)

ΟΔΟΣ ΚΟΡΙΝΘΟΥ		
<p>Αριθμός 49</p> <ul style="list-style-type: none"> ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ. 1000 ΣΤΟΛΕΣ, ΤΙΜΕΣ ΣΟΚ 	ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	<p>Αριθμός 48</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος πολύ/κίας “ OCCHIALI” ΟΠΤΙΚΑ. (Είσοδος από οδό Κορίνθου)
<p>Αριθμός 47</p> <ul style="list-style-type: none"> “FASHION-STYLE” ΓΕΩΡΓΙΟΠΟΥΛΟΣ. ΤΣΑΝΤΕΣ ΠΑΝΤΟΣ ΤΥΠΟΥ – ΕΙΔΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ 		<p>Αριθμός 46</p> <ul style="list-style-type: none"> Κλειστός χώρος
<p>Αριθμός 45</p> <ul style="list-style-type: none"> ΑΡΩΜΑΤΟΠΩΛΕΙΟ Είσοδος οικίας 		<p>Αριθμός 44</p> <ul style="list-style-type: none"> THOMAS HAIRDRESSING ROOM
<p>Αριθμός 43</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας Κενός χώρος καταστήματος 		<p>Αριθμός 42</p> <ul style="list-style-type: none"> « Η ΣΤΑΝΗ » ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ,ΓΙΑΟΥΡΤΙ, ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ. Είσοδος οικίας
<p>Αριθμός 39 – 41</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος πολυκατοικίας ΣΩΤΗΡΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΚΥΡΙΑΚΟΣ. ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ 		<p>Αριθμός 40</p> <ul style="list-style-type: none"> PRINT @rt ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ, ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ
<p>Αριθμός 35 – 37</p> <ul style="list-style-type: none"> ΚΑΦΕ « Ο ΣΤΑΘΗΣ » Είσοδος πολυκατοικίας @NET.ON CAFE 		<p>Αριθμός 38</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας ΣΥΛΛΟΓΗ ΚΟΜΠΟΛΟΓΙΟΥ. (Δια χειρός) ΤΡΙΑΝΤΟΣ
<p>Αριθμός 33</p> <ul style="list-style-type: none"> KENTRO ΓΕΡΜΑΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ Κ. ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΤΟΥ Σ. ΚΑΓΓΕΛΑΡΗΣ 		<p>Αριθμός 36</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας
<p>Αριθμός 31</p> <ul style="list-style-type: none"> ΦΩΤΟΤΥΠΙΑΙ. ΜΠΑΓΟΥΡΔΗ 		<p>Αριθμός 34</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος πολύ/κίας ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟ
		<p>Αριθμός 32</p> <ul style="list-style-type: none"> «ΠΕΝΥ» ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ,ΧΑΡΤΙΚΑ.. <p>(Είσοδος από οδό Μαιζώνος) ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ</p>
ΟΔΟΣ ΜΑΙΖΩΝΟΣ		

ΟΔΟΣ ΜΑΙΖΩΝΟΣ		
<p>Αριθμός 29</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΚΑΦΕ «ΔΗΜΑΡΧΕΙΟ» • Είσοδος πολυκατοικίας 	ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	<p>Αριθμός 30</p> <ul style="list-style-type: none"> • Δημαρχείο • Νέο δημοτικό κτίριο • Ληξιαρχείο
<p>Αριθμός 27</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος οικίας • ΦΩΤΟΓΡΑΦΕΙΟ ΑΝΘΟΠΟΥΛΟΣ ΕΛΙΣΑΒΕΤ – ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ 		<p>Αριθμός 28</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος
<p>Αριθμός 25</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΠΡΑΤΗΡΙΟ ΒΙΟΤΕΧΝΙΑΣ “ΡΑΝ ΚΑΤ” • Είσοδος οικίας 		<p>Αριθμός 26</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος πολυκατοικίας και γραφείων • ΤΣΙΑΝΙΚΑΣ ΕΙΔΗ ΚΥΝΗΓΙΟΥ ΚΑΙ ΑΛΙΕΙΑΣ
<p>Αριθμός 23</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος 		<p>Αριθμός 24</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΚΛΩΣΤΙΚΑ, ΧΑΡΤΙΚΑ, ΣΧΟΛΙΚΑ, ΨΙΛΙΚΑ, ΑΠΟΡΡΥΠΑ/ΚΑ ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ ΑΘΑΝ. • Είσοδος οικίας
<p>Αριθμός 21</p> <ul style="list-style-type: none"> • RODEO CAFE – CLUB • Είσοδος πολυκατοικίας 		<p>Αριθμός 22</p> <ul style="list-style-type: none"> • LASER LINE CLINICS
<p>Αριθμός 19</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΠΑΡΚΙΝΓΚ ΟΧΗΜΑΤΩΝ 		<p>Αριθμός 20</p> <ul style="list-style-type: none"> • Β. ΚΟΥΦΗΣ ΕΝΔΥΜΑΤΑ (Είσοδος από οδό Ρήγα Φεραίου) • Είσοδος οικίας
<p>Αριθμός 17</p> <ul style="list-style-type: none"> • Γραφείο μητρώου αρρένων και στρατολογίας • Διεύθυνση περιβάλλοντος και πρασίνου • ΑΠΟΘΗΚΗ ΧΑΡΤΙΚΩΝ – ΤΡΟΦΙΜΩΝ – ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΩΝ. Μ. ΤΣΟΥΚΑΛΑ Θ. ΚΑΖΑΖΑΚΗΣ 		
ΟΔΟΣ ΡΗΓΑ ΦΕΡΑΙΟΥ		

ΟΔΟΣ ΡΗΓΑ ΦΕΡΑΙΟΥ		
<p>Αριθμός 15</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΚΑΦΕΝΕΙΟ • Είσοδος πολυκατοικίας και γραφείων 	ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	<p>Αριθμός 14</p> <ul style="list-style-type: none"> • “NUTRIMETICS” ΦΥΣΙΚΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ
<p>Αριθμός 13</p> <ul style="list-style-type: none"> • Οικοδομή υπό ανέγερση 		<p>Αριθμός 12 - 14</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ
<p>Αριθμός 11</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΓΙΑΝΝΗΣ ΚΟΥΝΑΒΗΣ <p>ΧΑΡΑΚΤΙΚΗ, ΣΦΡΑΓΙΔΕΣ ΕΠΙΓΡΑΦΕΣ ΚΤΛ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος οικίας 		<p>Αριθμός 8 - 10</p> <ul style="list-style-type: none"> • Οικόπεδο
<p>Αριθμός 9</p> <ul style="list-style-type: none"> • “NITRO” ΚΑΡΑΟΚΕ ΒΑΡ • Είσοδος οικίας και γραφείων 		<p>Αριθμός 6</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος
<p>Αριθμός 7</p> <ul style="list-style-type: none"> • “VIA VENETO” CAFE BAR • Είσοδος οικίας και γραφείων 		<p>Αριθμός 4</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΑΝΕΛΚΥΣΤΗΡΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ, ΣΥΝΤΗΡΗΣΕΙΣ ΤΙΜΟΛ. Γ ΚΑΡΑΧΑΛΙΟΣ • ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΗΛ. ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ, ΜΟΝΩΤΙΚΑ, ΠΕΡΙΕΛΙΞΕΙΣ, ΑΝΤΛΗΤΙΚΑ, ΠΙΕΣΤΙΚΑ ΚΤΛ • Είσοδος «Ωδείου Πατραϊκής Μαντολινάτας» • ΑΦΟΙ ΜΠΟΥΣΙΟΥ Ο.Ε <p>ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ, ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ. ΤΕΧΝΙΚΑΙ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΙΑΙ (Είσοδος από οδό Αγίου Ανδρέου)</p>
<p>Αριθμός 5</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος – παλαιά γραφεία συνεταιριστικής ασφαλιστικής 		
<p>Αριθμός 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος CYPRUS COLLEGE • “MUSSES” (Είσοδος από Αγίου Ανδρέου) 		
ΟΔΟΣ ΑΓΙΟΥ ΑΝΔΡΕΟΥ		

ΟΔΟΣ ΑΓΙΟΥ ΑΝΔΡΕΟΥ		
Αριθμός 1 (Είσοδος από οδό Αγίου Ανδρέου) <ul style="list-style-type: none">• Δήμος Πατρέων. Αποθήκη υπηρεσίας ηλεκτροφωτισμού	ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	Αριθμός 2 <ul style="list-style-type: none">• ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ Π. ΣΟΥΚΑ (Είσοδος από οδό Αγίου Ανδρέου)• Κενός χώρος καταστήματος προς ενοικίαση• Είσοδος πολυκατοικίας
ΟΔΟΣ ΟΘΩΝΟΣ ΑΜΑΛΙΑΣ		

Κεφάλαιο 2ο

Ενότητα 1η

- **Β. Καταγραφή οδού
Πατρέως**
-

ΟΔΟΣ 25 ^{ης} ΜΑΡΤΙΟΥ		
<p>Αριθμός 91</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας ΓΡΗΓΟΡΑΤΟΣ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΙ 	<p>ΣΚΑΛΕΣ</p>	<ul style="list-style-type: none"> Υπουργείο πολιτισμού (Στ' Εφορία προϊστορικών και κλασσικών αρχαιοτήτων)
ΟΔΟΣ	ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΕΩΣ	ΑΛ. ΥΨΗΛΑΝΤΟΥ
<p>Αριθμός 87 – 89</p> <ul style="list-style-type: none"> Κενός χώρος προς ενοικίαση Είσοδος 		<ul style="list-style-type: none"> Ανασκαφή (Αρχαιολογικά ευρήματα)
<p>Αριθμός 85</p> <ul style="list-style-type: none"> ΠΡΑΤΗΡΙΟ ΕΤΟΙΜΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ ΜΕΛΙ Κ. ΓΚΛΑΒΑ 		<p>Αριθμός 96</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟ «ΜΑΙΑΝΔΡΟΣ» Είσοδος
<p>Αριθμός 83</p> <ul style="list-style-type: none"> ΚΑΦΕΝΕΙΟ « Ο ΚΩΣΤΗΣ» (Κ.ΠΑΠΑΛΕΞΟΠΟΥΛΟΣ) Είσοδος πολυκατοικίας ΕΠΙΠΛΑ “VERONA” 		<p>Αριθμός 94</p> <ul style="list-style-type: none"> “LA BOHEME” CAFE - BAR
ΟΔΟΣ ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗ		

ΟΔΟΣ ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗ		
Αριθμός 81	ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΕΩΣ	Αριθμός 92
<ul style="list-style-type: none"> Παλαιά Νομαρχία Αχαΐας 		<ul style="list-style-type: none"> ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΕΛΕΝΗ ΚΙΤΡΟΥ
Αριθμός 79		Αριθμός 90
<ul style="list-style-type: none"> ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΠΛΥΝΤΗΡΙΩΝ – ΨΥΓΕΙΩΝ. Π. ΖΟΡΜΠΑΣ Είσοδος οικίας 		<ul style="list-style-type: none"> ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟ "LEXIS" Είσοδος πολύ/κίας
Αριθμός 77		Αριθμός 88
<ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΕΛΕΤΩΝ 		<ul style="list-style-type: none"> Κενός χώρος προς ενοικίαση Είσοδος οικίας
Αριθμός 75		Αριθμός 86
<ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας 		<ul style="list-style-type: none"> SENSE.CAFE - BAR
Αριθμός 73		Αριθμός 84
<ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας ΑΝΤΙΓΡΑΦΟΝ – ΦΩΤΟΤΥΠΙΚΗ. ΔΟΥΒΡΗ – ΣΚΟΥΒΑΚΗ Α. 		<ul style="list-style-type: none"> Είσοδος ΚΑΦΕΝΕΙΟ
Αριθμός 71		Αριθμός 82
<ul style="list-style-type: none"> PARKING ΟΧΗΜΑΤΩΝ 		<ul style="list-style-type: none"> ΕΠΙΔΙΟΡΘΩΣΕΙΣ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ. Ε.ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ - ΦΩΚΑ Είσοδος οικίας ΕΠΙΣΚΕΥΕΣ – ΤΑΠΕΤΣΑΡΙΕΣ
Αριθμός 69		Αριθμός 80
<ul style="list-style-type: none"> BAGHDAD – BAR Είσοδος οικίας 	<ul style="list-style-type: none"> Είσοδος "ΝΟΤΟΣ" BAR 	
Αριθμός 67	Αριθμός 78	
<ul style="list-style-type: none"> ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟ ΠΑΝΤΑΖΟΠΟΥΛΟΣ 	<ul style="list-style-type: none"> Είσοδος ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ ΤΥΧΕΡΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ 	
(Είσοδος από οδό Κανακάρη)	(Είσοδος από οδό Κανακάρη)	<ul style="list-style-type: none"> "ALLORA" ΕΝΔΥΜΑΤΑ
<ul style="list-style-type: none"> ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ 		
ΟΔΟΣ ΚΑΝΑΚΑΡΗ		

ΟΔΟΣ ΚΑΝΑΚΑΡΗ		
(Είσοδος από οδό Κανακάρη)	ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΕΩΣ	(Είσοδος από οδό Κανακάρη)
<ul style="list-style-type: none"> • ΚΑΦΕΝΕΙΟ – SNACK BAR « ΕΠΙ ΠΟΔΟΣ »		<ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος
Αριθμός 63 – 65		Αριθμός 70
<ul style="list-style-type: none"> • SINGER • ΗΛΕΚΤΡΑΓΟΡΑ • Είσοδος πολυκατοικίας 		<ul style="list-style-type: none"> • “CHESS” • ΝΙΚΟΛΕΤΑΤΟΣ • “MARISEL” • ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ
Αριθμός 61		Αριθμός 66 – 68
<ul style="list-style-type: none"> • ΕΙΔΗ • ΚΟΜΜΩΤΗΡΙΟΥ • « SUPER STAR ΠΑΝΤΕΛΟΓΛΟΥ » 		<ul style="list-style-type: none"> • “IGUANA” • PET – SHOP
Αριθμός 59		Αριθμός 64
<ul style="list-style-type: none"> • ΕΝΔΥΜΑΤΑ • « ΕΙΡΗΝΗ » 		<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • «APPEN» • ΑΝΔΡΙΚΑ • ΕΝΔΥΜΑΤΑ
Αριθμός 57		Αριθμός 62 – 62 β
<ul style="list-style-type: none"> • RADIO SHACK • ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ 		<ul style="list-style-type: none"> • ΑΓΟΡΑ ΣΑΓΚΑΗΣ • ΕΙΔΗ ΕΝΔΥΣΗΣ • “MERKATTO” • ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΑ ΙΤΑΛΙΚΩΝ ΕΞΩΡΟΥΧΩΝ
Αριθμός 55	Αριθμός 60	
<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • “SHINE” • ΕΜΠΟΡΙΟ ΡΟΥΧΩΝ • ΕΤΟΙΜΑ • ΕΝΔΥΜΑΤΑ • ΜΠΟΥΡΗΣ • “ LUCIA ” • ΕΝΔΥΜΑΤΑ 	<ul style="list-style-type: none"> • « Ο ΚΗΠΟΣ » • ΦΡΟΥΤΑ – ΛΑΧΑΝΙΚΑ • ΣΤΑΥΡ.ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΥ • Κενός χώρος προς ενοικίαση 	
Αριθμός 53	Αριθμός 58	
<ul style="list-style-type: none"> • ΚΟΣΜΗΜΑ • ΚΩΝ/ΝΟΣ • ΚΟΛΟΚΥΘΑΣ • Είσοδος 	<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ Β. ΤΣΙΑΓΙΔΗΣ 	
(Είσοδος από Κορίνθου)	Αριθμός 56	
<ul style="list-style-type: none"> • “SKIPPER” • ΕΝΔΥΜΑΤΑ – • ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΕΙΔΗ 	<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος 	
	(Είσοδος από οδό Κορίνθου)	
	<ul style="list-style-type: none"> • ΠΡΑΤΗΡΙΟ • ΒΙΟΤΕΧΝΙΑΣ • ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ 	
ΟΔΟΣ ΚΟΡΙΝΘΟΥ		

ΟΔΟΣ ΚΟΡΙΝΘΟΥ		
<p>(Είσοδος από οδό Κορίνθου)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΑΝΘΟΠΩΛΕΙΟ 	ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΕΩΣ	<p>(Είσοδος από οδό Κορίνθου)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΕΝΔΥΜΑΤΑ <p>« ΣΤΕΛΙΟΣ»</p>
<p>Αριθμός 51</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος 		<p>Αριθμός 54</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΕΝΔΥΜΑΤΑ <p>“APPALUZA”</p>
<p>Αριθμός 49</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΝΟΡΑ ΧΑΛΚΙΔΗ <p>ΕΣΩΡΟΥΧΑ – ΟΡΘΟΠΕΔΙΚΑ ΕΙΔΗ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος 		<p>Αριθμός 52</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΟΡΤΙC HOUSE <p>Α. ΜΠΑΡΑΚΟΣ</p>
<p>Αριθμός 47</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • Κενός χώρος προς ενοικίαση 		<p>Αριθμός 48 - 50</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΧΑΡΤΟΚΟΣΜΟΣ <p>ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος
<p>Αριθμός 45</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΜΙΚΡΟΕΠΙΠΛΑ <p>ΜΑΡΚΑΚΗΣ ΚΥΡΙΑΚΟΣ</p>		<p>Αριθμός 46</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΡΟΥΧΟΜΑΝΙΑ <p>ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ</p>
<p>Αριθμός 43</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΠΟΛΥΤΕΧΝΟ <p>ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ ΥΛΙΚΑ- Η/Υ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος 		<p>Αριθμός 44α – 44β</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • Κενός χώρος
<p>Αριθμός 41</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΚΟΣΜΗΜΑ <p>Χ. ΤΣΑΡΟΥΧΗΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> • CAMEL - ΕΝΔΥΜΑΤΑ 		<p>Αριθμός 42α – 42β</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • ΚΟΣΜΗΜΑ <p>ΜΙΧΑΛΗΣ ΞΕΝΟΣ</p>
<p>Αριθμός 41</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΕΙΔΗ ΟΙΚΙΑΚΗΣ <p>ΧΡΗΣΗΣ</p> <p>«ΤΟ ΚΙΟΣΚΙ»</p>		<p>Αριθμός 40α</p> <ul style="list-style-type: none"> • «ΟΡΑΣΗ» ΟΠΤΙΚΑ <p>ΚΥΠΡΑΙΟΥ Π.</p>
<p>Αριθμός 39</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • Κενός χώρος προς ενοικίαση 		<p>Αριθμός 38</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • «PEZEPBA» ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ • ΧΡΥΣΟΧΟΕΙΟ <p>ΠΑΝΤΕΛΗΣ</p>
<p>(Είσοδος από οδό Μαιζώνος)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΤΙΜ - ΚΙΝΗΤΗ <p>ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ</p>		
ΟΔΟΣ ΜΑΙΖΩΝΟΣ		

ΟΔΟΣ ΜΑΙΖΩΝΟΣ		
(Είσοδος από οδό Μαιζώνος)	ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΕΩΣ	(Είσοδος από οδό Μαιζώνος)
<ul style="list-style-type: none"> • "ELSAKI" ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ 		<ul style="list-style-type: none"> • Γενική Τράπεζα
Αριθμός 33		<ul style="list-style-type: none"> • Οικόπεδο
<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • "ΕΡΑΥΛΙΣ" Ν.ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ. ΕΜΠΟΡΙΟ ΛΕΥΚΩΝ ΕΙΔΩΝ 		<ul style="list-style-type: none"> • ΠΑΡΚΙΝΓΚ ΟΧΗΜΑΤΩΝ
Αριθμός 31		Αριθμός 30
<ul style="list-style-type: none"> • VEFA'S HOUSE ΕΙΔΗ ΚΟΥΖΙΝΑΣ – ΣΠΙΤΙΟΥ • Είσοδος • Κενός χώρος 		<ul style="list-style-type: none"> • «ΑΓΟΡΑ» ΣΥΛΛΟΓΗ ΟΙΝΩΝ
Αριθμός 29 – 29α		Αριθμός 26
<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • Κενός χώρος 		<ul style="list-style-type: none"> • ΓΟΥΛΑΝΔΡΗ. ΛΕΥΚΑ ΕΙΔΗ • Είσοδος • ΜΑΥΡΟΕΙΔΗΣ. ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΚΤΙΡΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ
Αριθμός 27		Αριθμός 24
<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • «ΚΛΕΙΩ» ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ 		<ul style="list-style-type: none"> • ΚΑΝΙΣΤΡΑΣ. ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΚΤΙΡΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ • Είσοδος
Αριθμός 25	Αριθμός 22	
<ul style="list-style-type: none"> • P.C.S COURIERS 	<ul style="list-style-type: none"> • «ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ» ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ – ΑΝΤΙΚΕΣ • ΧΑΣΑΠΟΠΟΥΛΟΣ-ΛΑΝΤΡΙΤΣΗΣ. " THE SMART DECO CONSERPT" – ΕΙΔΗ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ 	
Αριθμός 23		
<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • "CALDA"ΘΕΡΜΑΝΣΗ Θ.ΤΖΟΥΡΑΜΑΝΗΣ - Ε.ΧΑΝΤΖΗΣ 		
Αριθμός 21		
<ul style="list-style-type: none"> • ΚΟΥΤΙ INTERNATIONAL - ΚΟΥΡΤΙΝΕΣ 		
Αριθμός 19 – 19α		
<ul style="list-style-type: none"> • KMS – ΚΟΜΜΩΤΗΡΙΟ • Είσοδος • KOSTI INTERIORS 		
ΟΔΟΣ ΡΗΓΑ ΦΕΡΑΙΟΥ		

ΟΔΟΣ ΡΗΓΑ ΦΕΡΑΙΟΥ		
(Είσοδος από οδό Ρήγα Φεραίου)	ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΕΩΣ	(Είσοδος από Ρήγα Φεραίου)
<ul style="list-style-type: none"> • "CHANGE"-ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ Τ. ΠΑΠΑΘΕΟΔΩΡΟΥ 		<ul style="list-style-type: none"> • ΜΙΧΑΛΑΚΟΥ. ΝΥΦΙΚΑ - ΒΑΠΤΙΣΤΙΚΑ
<ul style="list-style-type: none"> • "STUDIO THEMA" Γ. ΤΑΤΣΙΩΝΗΣ – Α. ΠΑΪΖΗ 		<ul style="list-style-type: none"> • Κενό κτίριο - Αναπαλαίωση
Αριθμός 17		Αριθμός 14
<ul style="list-style-type: none"> • «ΓΡΑΦΟΤΕΧΝΗΣ» ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ 		<ul style="list-style-type: none"> • ΓΕΩΡΓΙΚΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ. Π. ΜΑΓΙΩΝΟΣ • Είσοδος
Αριθμός 13 - 15		Αριθμός 12
<ul style="list-style-type: none"> • "SI DOUX" CAFE • Είσοδος 		<ul style="list-style-type: none"> • ΝΙΚΟΛΕΣ. ΑΠΟΘΗΚΗ ΧΑΡΤΙΚΩΝ • Είσοδος • Κενός χώρος προς ενοικίαση
Αριθμός 11		Αριθμός 10
<ul style="list-style-type: none"> • ΑΡΒΑΝΙΤΗΣ. DIGITAL STUDIO VIDEO & PHOTO 		<ul style="list-style-type: none"> • ΑΠΟΘΗΚΗ ΛΕΥΚΩΝ ΕΙΔΩΝ. ΤΣΑΚΑΛΟΣ ΣΠΗΛΙΟΣ
<ul style="list-style-type: none"> • Οικόπεδο 		Αριθμός 8
Αριθμός 9		<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ. ΒΛΑΧΟΥ
Αριθμός 7		Αριθμός 6
<ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος 	<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος Ο.Α.Τ.Υ.Ε 	
Αριθμός 5 – 5α	(Είσοδος από οδό Αγίου Ανδρέου)	
<ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος • Είσοδος • "COGO" ΕΙΔΗ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ 	<ul style="list-style-type: none"> • Αγροτική Τράπεζα 	
Αριθμός 3		
<ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος προς ενοικίαση • Είσοδος • A.C.S COURIER (ΕΙΣΟΔΟΣ ΑΠΟ ΑΓ. ΑΝΔΡΕΟΥ) 		
ΟΔΟΣ ΑΓΙΟΥ ΑΝΔΡΕΟΥ		

ΟΔΟΣ ΑΓΙΟΥ ΑΝΔΡΕΟΥ		
<i>Αριθμός 1</i> <ul style="list-style-type: none">• Eurobank	ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΕΩΣ	<i>Αριθμός 2</i> <ul style="list-style-type: none">• MARKATO ANGOLO ITALIANO
		<ul style="list-style-type: none">• «ΑΡΟΔΟ» ΟΥΖΕΡΙ <p>(ΕΙΣΟΔΟΣ ΑΠΟ ΟΔΟ ΟΘΩΝΟΣ ΑΜΑΛΙΑΣ)</p>
ΟΔΟΣ ΟΘΩΝΟΣ ΑΜΑΛΙΑΣ		

Κεφάλαιο 2ο

Ενότητα 1η

- **Γ. Καταγραφή οδού
Ερμού**
-

ΟΔΟΣ ΟΘΩΝΟΣ ΑΜΑΛΙΑΣ		
Αριθμός 2 <ul style="list-style-type: none"> • ΤΣΙΤΣΑΡΑΣ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ ΠΡΟΠΟ <ul style="list-style-type: none"> • BARBER SHOP ΚΟΥΡΕΙΟΝ ΣΧΟΛΗ ΧΩΡΟΥ KELLY'S	ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ	Αριθμός 1 – 3 <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος- αναπαλαίωση
Αριθμός 4 <ul style="list-style-type: none"> • COSMOTE - ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ 		Αριθμός 5 <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος
ΟΔΟΣ		ΑΓΙΟΥ ΑΝΔΡΕΟΥ
Αριθμός 6 <ul style="list-style-type: none"> • ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟ ALLEGRO • Είσοδος οικίας 		Αριθμός 7 <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος
Αριθμός 8 <ul style="list-style-type: none"> • ΣΙΔΗΡΙΚΑ ΟΙΚΟΔΟΜΩΝ – ΠΟΜΟΛΑ. ΣΚΑΡΠΙΑΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ • ΔΙΑΚΟΣΜΟΣ – ΕΙΔΗ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ 		Αριθμός 9 <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος
Αριθμός 10 <ul style="list-style-type: none"> • ΔΕΡΜΑΤΙΝΑ ΕΙΔΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ. ΘΕΟΔΟΣΙΟΥ 		Αριθμός 11 <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος
		Αριθμός 13 <ul style="list-style-type: none"> • ΜΠΑΚΑΣ - ΧΡΩΜΑΤΑ

<p>Αριθμός 12</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος πολυκ/κίας • «ΡΟΚΟ ΡΟΚΟ» <p>ΠΑΙΔΙΚΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ</p>	<p>ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ</p>	<p>Αριθμός 15</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΣ – ΛΕΒΙΘΟΠΟΥΛΟΣ. ΧΡΩΜΑΤΑ
<p>Αριθμός 14</p> <ul style="list-style-type: none"> • “ΜΑΥΑΒΑ” <p>ΑΞΕΣΟΥΑΡ - ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ</p>		<p>ΑΑριθμός 17</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΚΙΑΦΑΣ – ΧΡΩΜΑΤΑ, ΑΛΥΣΙΔΕΣ, ΣΧΟΙΝΙΑ
<p>Αριθμός 16</p> <ul style="list-style-type: none"> • “STORE COLLECTION”. <p>ΡΑΓΚΟΣ</p>		<p>Αριθμός 19</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος
<p>Αριθμός 18 Α και 18</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΠΑΝΟΥΤΣΟΣ. ΠΥΡΟΣΒΕΣΤΙΚΑ – ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΑ • “BENETTON UNDERCOLORS” - ΕΞΩΡΟΥΧΑ 		<p>Αριθμός 21</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΡΑΓΚΟΣ. ΕΙΔΗ ΣΠΙΤΙΟΥ - ΠΟΜΟΛΑ
<p>Αριθμός 20</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΛΙΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΟΙΚΙΑΚΟΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ 		<p>Αριθμός 23</p> <ul style="list-style-type: none"> • “OLICON” ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ, Η/Υ ΕΚΤΥΠΩΤΕΣ
<p>Αριθμός 22</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΛΟΝΤΟΣ – ΧΡΩΜΑΤΑ – ΕΙΔΗ ΖΩΓΡΑΦΙΚΗΣ 		<p>Αριθμός 25</p> <ul style="list-style-type: none"> • “BENETTON – SISLEY” ΕΝΔΥΜΑΤΑ
<p>Αριθμός 24</p> <ul style="list-style-type: none"> • “LAPIN HOUSE” <p>ΠΑΙΔΙΚΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ</p>		<p>Αριθμός 27</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΡΑΓΚΟΣ. ΚΟΥΡΤΙΝΕΣ - ΚΟΥΡΤΙΝΟΕΥΛΑ
<p>Αριθμός 26</p> <ul style="list-style-type: none"> • “OPTICAL GALLERY” <p>ΟΠΤΙΚΑ ΕΙΔΗ</p>		<p>Αριθμός 29</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΚΕΝΤΡΟ ΛΑΜΠΑΣ
<p>Αριθμός 28</p> <ul style="list-style-type: none"> • “VIAGGIO” – ΔΕΡΜΑΤΙΝΑ & ΕΙΔΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ 		<p>Αριθμός 31</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος πολυκ/κίας • “FRESHLINE” - ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ
<p>ΟΔΟΣ ΡΗΓΑ ΦΕΡΑΙΟΥ</p>		

ΟΔΟΣ ΡΗΓΑ ΦΕΡΑΙΟΥ		
<p>Αριθμός 30</p> <ul style="list-style-type: none"> Κενός χώρος 	<p>ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ</p>	<p>Αριθμός 33</p> <ul style="list-style-type: none"> “CHANGE” – ΠΑΠΑΘΕΟΔΩΡΟΥ ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ ΚΩΤΣΑΚΗΣ – ΧΡΥΣΟΧΟΕΙΟ
<p>Αριθμός 32</p> <ul style="list-style-type: none"> ΖΗΝΑΣ. ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ - ΕΠΟΧΙΑΚΑ 		<p>Αριθμός 35</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΣ ΕΙΔΗ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ
<p>Αριθμός 34</p> <ul style="list-style-type: none"> «BENIAMINO». ΠΑΙΔΙΚΑ ΡΟΥΧΑ 		<p>Αριθμός 37</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος “EVELYN”- ΕΣΩΡΟΥΧΑ – ΛΕΥΚΑ ΕΙΔΗ
<p>Αριθμός 36</p> <ul style="list-style-type: none"> «FINE JEWELS». ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ 		<p>Αριθμός 39 – 43</p> <ul style="list-style-type: none"> “SHOE LAND” – ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ
<p>Αριθμός 38</p> <ul style="list-style-type: none"> Θ.ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ. <p>ΥΑΛΙΚΑ-ΕΙΔΗ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> ΝΤΟΚΟΣ – ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Κ ΕΠΟΧ.ΕΙΔΗ 		<p>Αριθμός 45</p> <ul style="list-style-type: none"> Κενός χώρος – Οικόπεδο
		<p>Αριθμός 47</p> <ul style="list-style-type: none"> “ΚΟΥΚΟΥ”- ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ

<p>Αριθμός 40</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος - εμπορικό κέντρο ΚΟΛΛΑ • "REVEKA EVELIN" - ΕΣΩΡΟΥΧΑ 	<p>ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ</p>	
<p>Αριθμός 42</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος 		
<p>Αριθμός 44</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος 		
<p>Αριθμός 46</p> <ul style="list-style-type: none"> • "MUSICAL"-ΦΩΚΑΣ CD's - ΔΙΣΚΟΠΩΛΕΙΟ 		
<p>Αριθμός 48</p> <ul style="list-style-type: none"> • "BENETTON"- ΕΝΔΥΜΑΤΑ 		
<p>Αριθμός 48 (Είσοδος από οδό Μαιζώνος)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΑΛΙΟΠΟΥΛΟΣ. ΚΑΛΣΟΝ - ΕΣΩΡΟΥΧΑ 		
<p>ΟΔΟΣ ΜΑΙΖΩΝΟΣ</p>		

ΟΔΟΣ ΜΑΙΖΩΝΟΣ		
<p>Αριθμός 52</p> <ul style="list-style-type: none"> • "EXTREME" - ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ 	<p>ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ</p>	<p>Αριθμός 51</p> <ul style="list-style-type: none"> • "RANNIA" ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ
<p>Αριθμός 54</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΤΡΙΓΩΣ. ΦΟΥΡΝΟΣ • "CON NOI" - ΕΝΔΥΜΑΤΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ • Κενός χώρος • MINI RAXEVSKY - ΠΑΙΔΙΚΑ ΡΟΥΧΑ 		<p>Αριθμός 53</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος πολυκ/κίας • "LEATHER HOUSE"- ΔΕΡΜΑΤΙΝΑ ΕΙΔΗ
<p>Αριθμός 56</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΧΡΟΝΗΣ. ΑΝΔΡΙΚΑ ΡΟΥΧΑ 		<p>Αριθμός 55</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΣΕΡΕΤΗΣ ΣΕΗΟΣ. ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ
<p>Αριθμός 58</p> <ul style="list-style-type: none"> • "SIMBOLO" - ΤΣΑΝΤΕΣ • Είσοδος πολύ/κίας • "VALENTINO" - ΕΝΔΥΜΑΤΑ 		<p>Αριθμός 57</p> <ul style="list-style-type: none"> • "CASA DI CALZE" ΕΣΩΡΟΥΧΑ - ΚΑΛΤΣΕΣ
<p>Αριθμός 60</p> <ul style="list-style-type: none"> • SPANOS - ΕΝΔΥΜΑΤΑ 		<p>Αριθμός 59</p> <ul style="list-style-type: none"> • "ONE MORE" - ΑΝΔΡΙΚΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ
		<p>Αριθμός 61</p> <ul style="list-style-type: none"> • "RANNIA" - ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ
		<p>Αριθμός 63</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΠΕΓΙΑΖΗΣ, ΕΤΟΙΜΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ • "Si's " ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ
ΟΔΟΣ ΚΟΡΙΝΘΟΥ		

ΟΔΟΣ ΚΟΡΙΝΘΟΥ		
Αριθμός 60	ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ	Αριθμός 65
<ul style="list-style-type: none"> • “ΦΙΚΟΣ” – ΑΝΔΡΙΚΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ 		<ul style="list-style-type: none"> • ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ ΕΝΔΥΜΑΤΑ
Αριθμός 62 Α και 62 Β		Αριθμός 67
<ul style="list-style-type: none"> • ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ. ΤΥΡΟΠΙΤΕΣ • U – MATIC. ENDYΜΑΤΑ 		<ul style="list-style-type: none"> • ΣΠΑΝΟΓΙΑΝΝΗΣ. ΕΙΔΗ ΣΠΙΤΙΟΥ
Αριθμός 64		Αριθμός 69
<ul style="list-style-type: none"> • “ΙΟΝΙΑΝ” ΟΙΚΙΑΚΑ ΕΙΔΗ, ΚΡΥΣΤΑΛΛΑ, ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ 		<ul style="list-style-type: none"> • ΤΣΙΚΛΗΣ. ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ ΜΙΓΑΤΟ
Αριθμός 66		Αριθμός 71
<ul style="list-style-type: none"> • J.B ΜΠΟΥΡΝΑΖΟΣ ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ 		<ul style="list-style-type: none"> • ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ ELITE
Αριθμός 68		Αριθμός 73 και 73 Β
<ul style="list-style-type: none"> • ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ ΛΑΜΠΗΣ. ΑΝΔΡΙΚΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ • “COFFE BREAKΕ” - CAFE 	<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος πολυ/κίας • ΛΥΡΙΝΤΖΗΣ ΤΑΚΗΣ. ΕΠΟΧΙΑΚΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ 	
Αριθμός 70	Αριθμός 75	
<ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος πολυ/κίας 	<ul style="list-style-type: none"> • HOME STORES. ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ 	
Αριθμός 70	Αριθμός 77	
<ul style="list-style-type: none"> • ΠΑΝΑΠΩΤΟΚΑΤΟΣ ΑΝΔΡΙΚΟ ΕΝΔΥΜΑ 	<ul style="list-style-type: none"> • ΓΙΩΤΑ ΑΛΕΞΟΠΟΥΛΟΥ. ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ 	

<p>Αριθμός 72</p> <ul style="list-style-type: none">• ΦΑΡΟΣ – ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ• ΣΟΥΣΑΜΙ-ΦΟΥΡΝΟΣ• ΛΕΥΚΑ ΕΙΔΗ. ΒΑΣΩ ΚΑΛΟΓΕΡΑΤΟΥ		<p>Αριθμός 79</p> <ul style="list-style-type: none">• Κενός χώρος• ΠΑΙΔΙΚΑ "NICK" ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ• ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ
<p>ΟΔΟΣ ΚΑΝΑΚΑΡΗ</p>		

ΟΔΟΣ ΚΑΝΑΚΑΡΗ	
<p>Αριθμός 74 Α</p> <ul style="list-style-type: none"> • « Ο ΑΛΦΕΙΟΣ» ΠΑΤΡΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ • ΤΣΙΛΙΜΙΓΚΡΑΣ Χ. ΕΤΟΙΜΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ • ΡΟΥΜΕΛΙΩΤΗ ΙΩΑΝ. ΕΤΟΙΜΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ 	<p>Αριθμός 83</p> <ul style="list-style-type: none"> • Εμπορική τράπεζα • Metrolife – Ασφαλιστική • ΠΡΑΤΗΡΙΟ ΒΙΟΤΕΧΝΙΑΣ. "JOANNE"
	<p>Αριθμός 85 – 87</p> <ul style="list-style-type: none"> • GRAMMY'S. ΠΑΙΔΙΚΑ ΡΟΥΧΑ • Είσοδος
	<p>Αριθμός 87</p> <ul style="list-style-type: none"> • « ΤΟ ΦΙΛΙΚΟΝ» ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ
<p>Αριθμός 76</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΡΟΥΓΚΑΛΑΣ. ΕΙΔΗ ΠΡΟΙΚΟΣ 	<p>Αριθμός 89</p> <ul style="list-style-type: none"> • «ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΕΣ» ΕΙΔΗ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ
<p>Αριθμός 78</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΣΠΥΡ. ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΣ. ΕΝΔΥΜΑΤΑ • Είσοδος 	<p>Αριθμός 89 - 91</p> <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος πολυκατοικίας
<p>Αριθμός 80</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΑΝΤΩΝΑΚΟΠΟΥΛΟΣ .ΑΠΟΘΗΚΗ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ • ΚΥΝΗΓΕΤΙΚΑ ΕΙΔΗ. ΡΟΥΜΕΛΙΩΤΗΣ – ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ • Είσοδος 	<p>Αριθμός 91</p> <ul style="list-style-type: none"> • ΑΔΑΜΟΠΟΥΛΟΣ. ΚΟΥΡΤΙΝΕΣ – ΥΦΑΣΜΑΤΑ ΕΠΙΠΛΩΣΕΩΝ
<p>Αριθμός 82</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κενός χώρος προς ενοικίαση 	<p>Αριθμός 93</p> <ul style="list-style-type: none"> • "ΟΓΓΙ" ΕΝΔΥΜΑΤΑ • "ΦΟΤΟΙCΟΝΑ" ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ

<p>Αριθμός 84</p> <ul style="list-style-type: none">• ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΠΟΥ ΛΟΣ <p>ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ</p>	<p>ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ</p>	<p>Αριθμός 95</p> <ul style="list-style-type: none">• ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ. ΛΕΩΝ ΣΩΡΡΑΣ • ΠΑΝΟΥΡΓΙΑΣ. " FIRMATO "
<p>Αριθμός 84 – 86</p> <ul style="list-style-type: none">• ΖΑΓΤΟΣ. ΦΩΤΙΣΤΙΚΑ		
<p>Αριθμός 88</p> <ul style="list-style-type: none">• ΑΡΙΣΤΕΙΔΟΥ. ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟ		
<p>ΟΔΟΣ ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗ</p>		

ΟΔΟΣ ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗ		
Αριθμός 88 <ul style="list-style-type: none"> • ΣΓΟΥΡΔΟΣ . ΧΡΩΜΑΤΟΠΩΛΕΙΟ - ΣΙΔΗΡΟΠΩΛΕΙΟ 	ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ	<ul style="list-style-type: none"> • Αστυνομική διεύθυνση
Αριθμός 90 <ul style="list-style-type: none"> • ΚΟΥΡΕΙΟ. ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΣ 		
Αριθμός 92 <ul style="list-style-type: none"> • Είσοδος • ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ Φ. ΕΠΙΔΙΩΡΘΩΣΕΙΣ Τ.Υ • Κενός χώρος 		
Αριθμός 94 <ul style="list-style-type: none"> • ΠΑΡΠΑΡΟΥΣΗΣ. ΟΙΝΟΛΟΓΙΚΟ ΧΗΜΕΙΟ 		
Αριθμός 96 <ul style="list-style-type: none"> • ΓΩΤΟΠΟΥΛΟΣ ΦΩΤΗΣ. ΕΝΔΥΜΑΤΑ 		
Αριθμός 100 <ul style="list-style-type: none"> • ΜΠΑΚΟΓΙΑΝΝΗΣ. ΟΠΩΡΟΠΩΛΕΙΟ 		
Αριθμός 102 <ul style="list-style-type: none"> • ΟΥΖΕΡΙ – ΚΑΦΕ «ΜΑΡΚΑΤΟ» 		
ΟΔΟΣ ΑΛ. ΥΨΗΛΑΝΤΟΥ		

ΟΔΟΣ ΑΛ. ΥΨΗΛΑΝΤΟΥ		
ΠΛΑΤΕΙΑ	ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ	ΠΛΑΤΕΙΑ
Αριθμός 104 • ΠΑΡΚΙΝΓΚ		Αριθμός 115 • ΚΑΦΕΝΕΙΟ • ΧΡΥΣΑΝΘΑΚΟΠΟΥΛΟΣ. ΟΙΝΟΛΟΓΙΚΟ ΧΗΜΕΙΟ • ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ ΑΝΤΙΚΕΣ ΛΑΣΠΙΑΣ ΦΩΤΗΣ
Αριθμός 106 • ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ ΝΤΕΝΤΟΠΟΥΛΟΣ • ΠΑΝΟΠΟΥΛΟΣ ΘΕΟΔ. ΜΙΝΙ ΜΑΡΚΕΤ ΤΡΟΦΙΜΩΝ		Αριθμός 117 • ΚΑΦΕΝΕΙΟ • Είσοδος • «CAPTAIN MORGAN» CAFE – BAR
ΟΔΟΣ		ΗΦΑΙΣΤΟΥ
Αριθμός 110 • “GLEYMORE” BAR		Αριθμός 121 • “BLUE NIGHT”- BAR
Αριθμός 112 • Είσοδος πολυ/κίας		Αριθμός 123 • ΑΚΡΟΡΑΜΑ – BAR

<p>Αριθμός 104</p> <ul style="list-style-type: none"> ΧΑΛΚΟΥΡΓΕΙΟ. ΣΤΟΛΛΑΚΗΣ 	<p>ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ</p>	<p>Αριθμός 125</p> <ul style="list-style-type: none"> PARKING
<p>Αριθμός 116</p> <ul style="list-style-type: none"> Κενός χώρος 		<p>Αριθμός 127.A</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος "INDIANS" CLUB
<p>Αριθμός 118</p> <ul style="list-style-type: none"> "STONE" - BAR 		<p>Αριθμός 131</p> <ul style="list-style-type: none"> ΓΑΛΑΝΟΠΟΥΛΟΥ ΟΛΓΑ. ΕΚΚΛΗΣΙΑΣΤΙΚΑ ΕΙΔΗ
<p>Αριθμός 120</p> <ul style="list-style-type: none"> ΑΦΟΙ ΜΠΕΛΛΑ Είσοδος οικίας ΑΦΟΙ ΜΠΕΛΛΑ ΕΚΚΛΗΣΙΑΚΤΙΚΑ ΕΙΔΗ 		<p>Αριθμός 131</p> <ul style="list-style-type: none"> CAFE BAR "ONE CORNER"
<p>Αριθμος 122</p> <ul style="list-style-type: none"> Είσοδος οικίας 		
<p>Αριθμός 124</p> <ul style="list-style-type: none"> Κενός χώρος 		
<p>ΟΔΟΣ 25^{ης} ΜΑΡΤΙΟΥ</p>		

B. Συμπεράσματα από τις καταγραφές των οδών

Μέσα από τις καταγραφές των οδών που παρουσιάσαμε στις προηγούμενες σελίδες μπορούμε να πούμε πως η οδός που παρουσιάζει το μεγαλύτερο αριθμό εμπορικών καταστημάτων και συνεπώς και τη μεγαλύτερη εμπορική κίνηση, σε σχέση με τις άλλες δύο οδούς, είναι η οδός Ερμού.

Στην οδό Παντανάσσης καταγράψαμε συνολικά 71 επιχειρήσεις, 46 εισόδους μονοκατοικιών και πολυκατοικιών και 16 κενούς – κλειστούς χώρους. Με μικρή διαφορά ακολουθεί η οδός Πατρέως με 6 επιχειρήσεις περισσότερες, 77 στον αριθμό, με 42 εισόδους και 12 κενούς και κλειστούς χώρους. Τέλος, η οδός Ερμού με 135 επιχειρήσεις δικαιολογημένα φέρει τον τίτλο ενός από τους πιο εμπορικούς δρόμους της Πάτρας και σαφέστατα υπερτερεί σε εμπορική κίνηση από τις άλλες δύο οδούς, αφού διαθέτει τα διπλάσια περίπου, σε αριθμό, καταστήματα σε σχέση με τις άλλες δύο.

Επίσης, θα μπορούσαμε κάλλιστα να θεωρήσουμε τα αποτελέσματα των καταγραφών ως αναμενόμενα, αν λάβουμε υπόψη μας ότι όπως συμβαίνει συνήθως όσο πιο κεντρικός είναι ένας δρόμος τόσο περισσότερη εμπορική κίνηση παρατηρείται. Πράγμα που επιβεβαιώνεται στην πράξη με τους τρεις δρόμους που εξετάσαμε.

Μελετώντας τα αποτελέσματα των οδών βλέπουμε πως όσο πλησιάζουμε το κέντρο της πόλης τόσο ο αριθμός των επιχειρήσεων αυξάνεται. Ακόμη, παρατηρούμε πως και η δραστηριότητα των επιχειρήσεων αλλάζει. Επί παραδείγματι, στην οδό Παντανάσσης συναντάμε δραστηριότητες που θα χαρακτηρίζαμε λιγότερο εμπορικές (π.χ Θέρμανση – κλιματισμός, Ξυλουργικές εργασίες, Ανταλλακτικά μηχανημάτων και εργαλείων) σε σχέση με αυτές που συναντάμε στην οδό Πατρέως και ακόμα περισσότερο στην οδό Ερμού. Επίσης, στην οδό Πατρέως συναντάμε για παράδειγμα δραστηριότητες όπως η εργολαβία κηδειών, δραστηριότητα που φαντάζει αδύνατον να συναντήσει κανείς σε έναν τελείως εμπορικό δρόμο οποιασδήποτε πόλης, ανάμεσα σε καταστήματα με φίρμες επωνύμων ενδυμάτων, υποδημάτων και ειδών δώρων. Δηλαδή, η διάρθρωση των δραστηριοτήτων από δρόμο σε δρόμο αλλάζει και συγκεκριμένα καθώς κινούμαστε από την οδό Παντανάσσης προς την οδό Ερμού συναντάμε ολοένα και μεγαλύτερα σε μέγεθος και αριθμό εμπορικά καταστήματα (καταστήματα με καταναλωτικά αγαθά).

Τα συμπεράσματα αυτά που αναπτύξαμε σε συντομία ανωτέρω, θα παρουσιάσουμε εκτενέστερα, μαζί με όλα τα υπόλοιπα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας, στη δεύτερη ενότητα του παρόντος κεφαλαίου, η

οποία αναφέρεται στην ανάλυση των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου.

Κεφάλαιο 2ο

Ενότητα 2η

- **Ερωτηματολόγια**

Γενικά για το ερωτηματολόγιο

Για τη συλλογή των δεδομένων σχετικά με την καταγραφή των οδών που εξετάζουμε, έγινε χρήση του ερωτηματολογίου που παρατίθεται στις σελίδες 48 - 53. Μέσα από αυτό το ερωτηματολόγιο εξετάζονται θέματα που σχετίζονται με την ταυτότητα και υπόσταση της επιχείρησης, όπως αυτή διαμορφώνεται με βάση την εμπορική νομοθεσία (π.χ εμπορική δραστηριότητα, επωνυμία, διακριτικός τίτλος κλπ) καθώς και με κοινωνικό - οικονομικά ζητήματα που σχετίζονται με την επιχειρηματική δραστηριότητα (π.χ μορφωτικό επίπεδο, τόπος καταγωγής, διαφήμιση, target group πελατών, προβλέψεις επιβίωσης των επιχειρήσεων κλπ).

Όσον αφορά το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήσαμε στην έρευνα μας, θα δούμε την ακριβή μορφή του στις αμέσως επόμενες σελίδες. Προκαταβολικά, επισημαίνουμε ότι οι ερωτήσεις για την εμπορική δραστηριότητα της επιχείρησης, την εμπορική επωνυμία, το διακριτικό τίτλο, τη νομική μορφή, τον τρόπο δραστηριότητας της επιχείρησης και τη διατήρηση άλλων καταστημάτων στην πόλη της Πάτρας ή σε άλλη πόλη είναι ερωτήσεις που σχετίζονται με την εμπορική νομοθεσία που διέπει τις εμπορικές επιχειρήσεις.

Σκοπός, των ερωτημάτων αυτών είναι να διαπιστώσουμε τις εμπορικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων αυτών και έτσι να προβούμε στην ταξινόμηση τους βάσει της προβλεπόμενης στατιστικής κωδικοποίησης των εμπορικών δραστηριοτήτων. Να εξάγουμε συμπεράσματα σχετικά με την τήρηση ή όχι της προβλεπόμενης νομοθεσίας, να διαπιστώσουμε το μέγεθος και τον τρόπο δραστηριότητας των επιχειρήσεων.

Τα θέματα που εξετάζονται ακολούθως, στο ερωτηματολόγιο, σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά που συνθέτουν την προσωπικότητα και το προφίλ του ιδιοκτήτη της εκάστοτε επιχείρησης. (Ονοματεπώνυμο ιδιοκτήτη, τόπος καταγωγής, μορφωτικό επίπεδο, επάγγελμα γονέων ιδιοκτήτη, ηλικία και γένος).

Αυτές οι ερωτήσεις έχουν σαν σκοπό να διαπιστώσουμε κατά πόσον οι σημερινοί επιχειρηματίες - έμποροι ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των καιρών, έχοντας πραγματοποιήσει κάποιες πανεπιστημιακές σπουδές, σχετικές ή άσχετες με την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, αφού πλέον σήμερα το περιβάλλον των επιχειρήσεων είναι τέτοιο που απαιτεί ανθρώπους με γνώσεις και καλά πληροφορημένους. Αυτό τους παρέχει ένα σημαντικό πλεονέκτημα για

την επιβίωση τους μακροπρόθεσμα, διότι η γνώση και η πληροφόρηση συνήθως οδηγεί σε καλύτερη οργάνωση της σκέψης, άρα σε καλύτερη λήψη αποφάσεων και συνεπώς σε πιο επιτυχημένη επιχειρηματική πορεία μακροπρόθεσμα.

Επίσης, το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει και ερωτήσεις σχετικά με την εκμετάλλευση πηγών χρηματοδοτήσεων, μέσω επιδοτούμενων προγραμμάτων για μικρές επιχειρήσεις, προκειμένου αυτές να αναπτυχθούν περαιτέρω καθώς και ερώτημα για τη χρήση ή μη τραπεζικού δανεισμού.

Σκοπός, των ερωτημάτων αυτών είναι να διαπιστωθεί, αρχικά, κατά πόσον οι επιχειρηματίες εκμεταλλεύονται ευκαιρίες που τους παρουσιάζονται στο επιχειρηματικό περιβάλλον, πως τις αξιολογούν τελικά και τι αποφάσεις παίρνουν σχετικά με αυτές. Επίσης, σκοπός είναι να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με ζητήματα της επιχειρηματικής δραστηριότητας και γενικότερα του τομέα της οικονομίας, που απασχολούν τόσο τους επιχειρηματίες όσο και τους ιδιώτες. (Π.χ Τραπεζικός δανεισμός).

Ακόμη, στο ερωτηματολόγιο υπάρχουν ερωτήματα σχετικά με το χώρο δραστηριότητας της επιχείρησης, σχετικά με τη διαφημιστική καμπάνια που κάνουν οι επιχειρήσεις προκειμένου να προβληθούν στο καταναλωτικό κοινό, ερωτήματα για το ηλικιακό γκρούπ - στόχο των καταναλωτών και τέλος ένα ερώτημα που αφορά τις απόψεις των επιχειρηματιών για την επιβίωση της επιχείρησης τους στο μέλλον.

Ερωτηματολόγιο στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας που διεξάγεται από τους σπουδαστές, του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Α.Τ.Ε.Ι Πάτρας, Σφάλαγκου Άρτεμις και Λυμπερόπουλο Αντώνιο.

Ημερομηνία

Οδός Παντανάσσης

Αριθμός

Εμπορική δραστηριότητα καταστήματος:

Επωνυμία καταστήματος:

Διακριτικός τίτλος:

Νομική μορφή: Ατομική Ο.Ε Ε.Ε Ε.Π.Ε Α.Ε Άλλη

Το κατάστημα / επιχείρηση δραστηριοποιείται ως :

Ιδιωτική επιχείρηση - τοπικό κατάστημα

Κεντρικό κατάστημα αλυσίδας καταστημάτων

Τοπικό υποκατάστημα αλυσίδας καταστημάτων

Υποκατάστημα με χρήση Franchise

Πέραν του συγκεκριμένου καταστήματος, διατηρείτε και άλλο/-α κατάστημα/-τα στην πόλη της Πάτρας ; ΝΑΙ ΟΧΙ

Σε άλλη πόλη; ΝΑΙ ΟΧΙ Αν ΝΑΙ που

Έτος ενάρξεως δραστηριότητας:

Στοιχεία ιδιοκτήτη καταστήματος:

Όνοματεπώνυμο Τόπος καταγωγής.....

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ					
		1ο βήμα	2ο βήμα	3ο βήμα	Μεταπτυχιακό
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΓΟΝΕΩΝ ΙΔΙΟΚΤΗΤΗ	ΠΑΤΕΡΑ		ΜΗΤΕΡΑΣ		

Ηλικία

Γένος

18 – 35

Θηλυκό

Αρσενικό

36 – 50

51 – 65

Έχετε μέχρι τώρα εκδηλώσει ενδιαφέρον για επιδοτούμενα προγράμματα, όπως αυτά της νεανικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας του ΕΟΜΜΕΧ

[Γ' Κ. Π. Σ (2000 – 2006) Επιχειρησιακό Πρόγραμμα “ Ανταγωνιστικότητα ” Πρόγραμμα “Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας των Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων του Εμπορίου”] ή για κάποιο άλλο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

- Αν ΝΑΙ γιατί και πόσο τελικά επωφεληθήκατε από αυτή σας την κίνηση;

.....

- Αν ΟΧΙ λόγω: Ελλείψεως πληροφόρησης

Ελλείψεως προϋποθέσεων

Άλλοι λόγοι.....

Εκτός της επιδοτήσεως χρειάστηκε να προβείτε και σε κάποιο δανεισμό, ως επιπλέον πηγή άντλησης κεφαλαίων, ώστε να ενισχύσετε (ή να ξεκινήσετε) την δραστηριότητα σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Γενικότερα, είτε με την επιχειρηματική σας ιδιότητα είτε ως ιδιώτης, κάνετε χρήση τραπεζικών δανείων;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Ο χώρος της επιχείρησης είναι:

Ιδιόκτητος

Μισθωμένος

Το κατάστημα λειτουργεί με απασχόληση:

Μόνο ίδια (ιδιοκτήτης)

Ίδια και με προσωπικό

Οικογενειακή

Οικογενειακή και με προσωπικό

Μόνο με προσωπικό

Κάνετε διαφήμιση του καταστήματος;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν ΝΑΙ με ποιο μέσο;

Εφημερίδα / περιοδικά

Ραδιόφωνο / T.V

Διαφημιστικά φυλλάδια

Διαδίκτυο

Άλλο

Η πελατεία σας είναι κυρίως ηλικίας:

18 – 35

36 – 50

51 και άνω

Όλων των ηλικιών

Προηγούμενες χρήσεις του χώρου ήταν:

Ποιες οι προβλέψεις σας σχετικά με την επιβίωση της επιχείρησης τα επόμενα χρόνια:

Ερωτηματολόγιο στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας που διεξάγεται από τους σπουδαστές, του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Α.Τ.Ε.Ι Πάτρας, Σφάλαγκου Άρτεμις και Λυμπερόπουλο Αντώνιο.

Ημερομηνία

Οδός Πατρέως

Αριθμός

Εμπορική δραστηριότητα καταστήματος:

Επωνυμία καταστήματος:

Διακριτικός τίτλος:

Νομική μορφή: Ατομική Ο.Ε Ε.Ε Ε.Π.Ε Α.Ε Άλλη

Το κατάστημα / επιχείρηση δραστηριοποιείται ως :

Ιδιωτική επιχείρηση - τοπικό κατάστημα

Κεντρικό κατάστημα αλυσίδας καταστημάτων

Τοπικό υποκατάστημα αλυσίδας καταστημάτων

Υποκατάστημα με χρήση Franchise

Πέραν του συγκεκριμένου καταστήματος, διατηρείτε και άλλο/-α κατάστημα/-τα στην πόλη της Πάτρας ; ΝΑΙ ΟΧΙ

Σε άλλη πόλη; ΝΑΙ ΟΧΙ Αν ΝΑΙ που

Έτος ενάρξεως δραστηριότητας:

Στοιχεία ιδιοκτήτη καταστήματος:

Όνοματεπώνυμο Τόπος καταγωγής.....

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ				
	1ο βήμα	2ο βήμα	3ο βήμα	Μεταπτυχιακό
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΓΟΝΕΩΝ ΙΔΙΟΚΤΗΤΗ	ΠΑΤΕΡΑ		ΜΗΤΕΡΑΣ	

Ηλικία

Γένος

18 – 35

Θηλυκό

Αρσενικό

36 – 50

51 – 65

Έχετε μέχρι τώρα εκδηλώσει ενδιαφέρον για επιδοτούμενα προγράμματα, όπως αυτά της νεανικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας του ΕΟΜΜΕΧ

[Γ' Κ. Π. Σ (2000 – 2006) Επιχειρησιακό Πρόγραμμα “ Ανταγωνιστικότητα ” Πρόγραμμα “Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας των Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων του Εμπορίου”] ή για κάποιο άλλο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

- Αν ΝΑΙ γιατί και πόσο τελικά επωφεληθήκατε από αυτή σας την κίνηση;

.....

- Αν ΟΧΙ λόγω: Ελλείψεως πληροφόρησης

Ελλείψεως προϋποθέσεων

Άλλοι λόγοι.....

Εκτός της επιδοτήσεως χρειάστηκε να προβείτε και σε κάποιο δανεισμό, ως επιπλέον πηγή άντλησης κεφαλαίων, ώστε να ενισχύσετε (ή να ξεκινήσετε) την δραστηριότητα σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Γενικότερα, είτε με την επιχειρηματική σας ιδιότητα είτε ως ιδιώτης, κάνετε χρήση τραπεζικών δανείων;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Ο χώρος της επιχείρησης είναι:

Ιδιόκτητος

Μισθωμένος

Το κατάστημα λειτουργεί με απασχόληση:

Μόνο ίδια (ιδιοκτήτης)

Ίδια και με προσωπικό

Οικογενειακή

Οικογενειακή και με προσωπικό

Μόνο με προσωπικό

Κάνετε διαφήμιση του καταστήματος;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν ΝΑΙ με ποιο μέσο;

Εφημερίδα / περιοδικά

Ραδιόφωνο / T.V

Διαφημιστικά φυλλάδια

Διαδίκτυο

Άλλο

Η πελατεία σας είναι κυρίως ηλικίας:

18 – 35

36 – 50

51 και άνω

Όλων των ηλικιών

Προηγούμενες χρήσεις του χώρου ήταν:

Ποιες οι προβλέψεις σας σχετικά με την επιβίωση της επιχείρησης τα επόμενα χρόνια:

Ερωτηματολόγιο στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας που διεξάγεται από τους σπουδαστές, του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Α.Τ.Ε.Ι Πάτρας, Σφάλαγκου Άρτεμις και Λυμπερόπουλο Αντώνιο.

Ημερομηνία

Οδός *Ερμού*

Αριθμός

Εμπορική δραστηριότητα καταστήματος:

Επωνυμία καταστήματος:

Διακριτικός τίτλος:

Νομική μορφή: Ατομική Ο.Ε Ε.Ε Ε.Π.Ε Α.Ε Άλλη

Το κατάστημα / επιχείρηση δραστηριοποιείται ως :

Ιδιωτική επιχείρηση - τοπικό κατάστημα

Κεντρικό κατάστημα αλυσίδας καταστημάτων

Τοπικό υποκατάστημα αλυσίδας καταστημάτων

Υποκατάστημα με χρήση Franchise

Πέραν του συγκεκριμένου καταστήματος, διατηρείτε και άλλο/-α κατάστημα/-τα στην πόλη της Πάτρας ; ΝΑΙ ΟΧΙ

Σε άλλη πόλη; ΝΑΙ ΟΧΙ Αν ΝΑΙ που

Έτος ενάρξεως δραστηριότητας:

Στοιχεία ιδιοκτήτη καταστήματος:

Όνοματεπώνυμο Τόπος καταγωγής.....

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ				
	1ο βήθμια	2ο βήθμια	3ο βήθμια	Μεταπτυχιακό
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΓΟΝΕΩΝ ΙΔΙΟΚΤΗΤΗ	ΠΑΤΕΡΑ		ΜΗΤΕΡΑΣ	

Ηλικία

Γένος

18 – 35

Θηλυκό

Αρσενικό

36 – 50

51 – 65

Έχετε μέχρι τώρα εκδηλώσει ενδιαφέρον για επιδοτούμενα προγράμματα, όπως αυτά της νεανικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας του ΕΟΜΜΕΧ

[Γ' Κ. Π. Σ (2000 – 2006) Επιχειρησιακό Πρόγραμμα “ Ανταγωνιστικότητα ” Πρόγραμμα “Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας των Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων του Εμπορίου”] ή για κάποιο άλλο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

- Αν ΝΑΙ γιατί και πόσο τελικά επωφεληθήκατε από αυτή σας την κίνηση;

.....

- Αν ΟΧΙ λόγω: Ελλείψεως πληροφόρησης

Ελλείψεως προϋποθέσεων

Άλλοι λόγοι.....

Εκτός της επιδοτήσεως χρειάστηκε να προβείτε και σε κάποιο δανεισμό, ως επιπλέον πηγή άντλησης κεφαλαίων, ώστε να ενισχύσετε (ή να ξεκινήσετε) την δραστηριότητα σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Γενικότερα, είτε με την επιχειρηματική σας ιδιότητα είτε ως ιδιώτης, κάνετε χρήση τραπεζικών δανείων;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Ο χώρος της επιχείρησής είναι:

Ιδιόκτητος

Μισθωμένος

Το κατάστημα λειτουργεί με απασχόληση:

Μόνο ίδια (ιδιοκτήτης)

Ιδία και με προσωπικό

Οικογενειακή

Οικογενειακή και με προσωπικό

Μόνο με προσωπικό

Κάνετε διαφήμιση του καταστήματος;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν ΝΑΙ με ποιο μέσο;

Εφημερίδα / περιοδικά

Ραδιόφωνο / T.V

Διαφημιστικά φυλλάδια

Διαδίκτυο

Άλλο

Η πελατεία σας είναι κυρίως ηλικίας:

18 – 35

36 – 50

51 και άνω

Όλων των ηλικιών

Προηγούμενες χρήσεις του χώρου ήταν:

Ποιες οι προβλέψεις σας σχετικά με την επιβίωση της επιχείρησής τα επόμενα χρόνια:

Κεφάλαιο 2ο

Ενότητα 2η

- **Ανάλυση αποτελεσμάτων
ερωτηματολογίου**
-

Ενότητα 2η

2.α. Εμπορική δραστηριότητα καταστήματος

Αυτό που καλούμε ως εμπορική δραστηριότητα είναι με άλλο τρόπο έκφρασης το αντικείμενο του εμπορίου. Είναι δηλαδή κάθε κινητό πράγμα που γίνεται αντικείμενο εμπορικής δραστηριότητας, ακόμα και αν αυτή είναι παράνομη για τον οποιοδήποτε λόγο. Για να γίνει αυτό περισσότερο κατανοητό στον αναγνώστη θυμίζουμε την περίπτωση της πώλησης αρχαιολογικών ευρημάτων, η οποία ως γνωστόν απαγορεύεται. Παρόλο όμως που συμβαίνει αυτό, τα αρχαιολογικά ευρήματα επειδή έγιναν αντικείμενα εμπορίου, έστω και παράνομου, θεωρούνται εμπορεύματα.

Βέβαια, ως εμπόρευμα δεν μπορεί να θεωρηθεί μόνο κάθε υλικό αντικείμενο, έτσι όπως μπορεί ο καθένας μας να το αντιληφθεί βάσει της καθημερινής του εμπειρίας από τη ζωή, αλλά και ορισμένα δικαιώματα ή απαιτήσεις με περιουσιακό χαρακτήρα, διάφορα άυλα αγαθά (όπως η εμπορική φήμη, η πελατεία, ο κίνδυνος και η πίστη) καθώς και η επωνυμία την οποία θα εξετάσουμε αμέσως μετά.

Η ταξινόμηση της εμπορικής δραστηριότητας θα γίνει βάσει του **ΣΤΑΚΟΔ ' 03**, δηλαδή βάσει της *Ελληνικής Στατιστικής Ταξινόμησης των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας*, όπως αυτή συντάχθηκε το έτος 2003. Έτσι λοιπόν σύμφωνα με την καταγραφή που έγινε στις τρεις οδούς που εξετάζουμε, θα κατατάξουμε τις κατηγορίες των επιχειρήσεων που συναντήσαμε όχι με μία ανεπίσημη και με τη δική μας κρίση ταξινόμηση, αλλά με βάση την επίσημη ταξινόμηση που προβλέπεται από την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία σε συνεργασία με την Eurostat.

Πριν όμως προχωρήσουμε στην παρουσίαση και ανάλυση της ταξινόμησης των δραστηριοτήτων, θα αναφέρουμε κάποια στοιχεία που αφορούν την ταξινόμηση με ΣΤΑΚΟΔ, για να μπορέσει ο αναγνώστης να πληροφορηθεί ακριβέστερα περί τίνος πρόκειται και για ποιους λόγους ακολουθείται αυτό το σύστημα ταξινόμησης.

Η Ελληνική στατιστική ταξινόμηση των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ) παρέχει το πλαίσιο, σε διεθνές επίπεδο, για

τη συλλογή, κατάταξη, παρουσίαση και ανάλυση των στατιστικών δεδομένων ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Συνεισφέρει στην ομοιόμορφη παρουσίαση και σύγκριση των δεδομένων που έχουν συλλεχθεί από ποικίλες πηγές, τόσο δημοσίου όσο και ιδιωτικού χαρακτήρα.

Η τελευταία φορά, πριν το έτος 2003, που συντάχθηκε ΣΤΑΚΟΔ ήταν το έτος 1991 (ΣΤΑΚΟΔ – 91 ή GRIC – 91*) βασισμένος στην έκδοση του NACE 1970 (NACE Rev.1 **) και ο οποίος δημιουργήθηκε το 1990 από μία ομάδα εργασίας σε συνεργασία με τη Eurostat. Η παρούσα έκδοση ΣΤΑΚΟΔ '03 που εφαρμόζεται σε εθνικό επίπεδο από την 1^η Ιανουαρίου του 2003 είναι βασισμένη πάνω σε αντίστοιχες ονοματολογίες δραστηριοτήτων της NACE Rev 1.1 της Ευρωπαϊκής Ένωσης (η οποία είναι μερικώς ανανεωμένη και χωρίς σημαντική αναδιάρθρωση της προηγούμενης έκδοσης NACE Rev.1 και ολοκληρώθηκε από την Eurostat το 2001) και της ISIS Rev 3.1 του γραφείου Στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών.

Η δημιουργία του ΣΤΑΚΟΔ '03 θεωρήθηκε αναγκαία για να:

- Συμπεριλάβει νέες δραστηριότητες, οι οποίες δεν υπήρχαν όταν δημιουργήθηκε ο ΣΤΑΚΟΔ '91.
- Συμπεριλάβει αλλαγές στη δομή κάποιων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας από την τελευταία φορά που συντάχθηκε το 1991.
- Να εξάγει (καταργήσει) παλαιές οικονομικές δραστηριότητες, οι οποίες δεν υφίστανται πλέον και για να
- Διορθώσει αδυναμίες και ελλείψεις των δεδομένων του ΣΤΑΚΟΔ '91.

Το σύστημα ταξινόμησης του ΣΤΑΚΟΔ '03 δεν διαφέρει από αυτό του 1991. Διάφοροι λόγοι έχουν ληφθεί υπόψη για την ταξινόμηση των στατιστικών μονάδων σε κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, όπως είναι:

- Ο τύπος της παραγωγικής δραστηριότητας
- Οι βασικές εισροές στη διαδικασία παραγωγής
- Ο προορισμός των τελικών προϊόντων κλπ

** NACE : Το ακρονύμιο που χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει τις ποικίλες στατιστικές ταξινομήσεις των οικονομικών δραστηριοτήτων που έχουν αναπτυχθεί από το 1970 και προβλέπονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

*GRIC: *Greek Industrial Classification*

**Στατιστική ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας
(ΣΤΑΚΟΔ 2003)**

Κωδικοί ΣΤΑΚΟΔ

A	A	ΓΕΩΡΓΙΑ, ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ, ΘΗΡΑ ΚΑΙ ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ
B	B	ΑΛΙΕΙΑ
Γ	Γ	ΟΡΥΧΕΙΑ ΚΑΙ ΛΑΤΟΜΕΙΑ
Δ	Δ	ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ
E	E	ΠΑΡΟΧΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΥ ΡΕΥΜΑΤΟΣ, ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΕΡΙΟΥ ΚΑΙ ΝΕΡΟΥ
Z	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ, ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ
H	H	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ
Θ	Θ	ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ, ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ
I	I	ΕΝΔΙΑΜΕΣΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ
K	K	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΚΙΝΗΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ, ΕΚΜΙΣΘΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
Λ	Λ	ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΑΜΥΝΑ, ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ
M	M	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
N	N	ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ
Ξ	Ξ	ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΠΕΡ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ Η ΑΤΟΜΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ
Ο	Ο	ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ ΠΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΝ ΟΙΚΙΑΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ
Π	Π	ΕΤΕΡΟΔΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΑ
ΣΤ	ΣΤ	ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ

(Πίνακας # 1)

Ο παραπάνω πίνακας παρουσιάζει τις γενικές κατηγορίες ταξινόμησης των οικονομικών δραστηριοτήτων. Στην πορεία θα επικεντρωθούμε στις υποκατηγορίες ορισμένων από τις παραπάνω κατηγορίες, μέσα από τις οποίες θα λάβουμε μια πιο συγκεκριμένη εικόνα της ταξινόμησης και μάλιστα ειδικά για τις δραστηριότητες που

συναντήσαμε κατά την καταγραφή των τριών οδών της Πάτρας που εξετάζουμε.

Λόγω του θέματος της παρούσας εργασίας ο αναγνώστης εύκολα αντιλαμβάνεται, πως από τις κατηγορίες δραστηριοτήτων περισσότερο θα μας απασχολήσει η **Z.Z.** κατηγορία και πιο συγκεκριμένα μια υποκατηγορία αυτής η **Z.Z.52. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ. ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΕΙΔΩΝ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ.**

Συγκεκριμένα, η κατηγορία **Z.Z.** περιλαμβάνει τις εξής υποκατηγορίες:

Z. Z. ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ, ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

Z	Z.50	ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ. ΛΙΑΝΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΥΣΙΜΩΝ ΓΙΑ ΟΧΗΜΑΤΑ
Z	Z.51	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΟ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ, ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ
Z	Z.52	ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ, ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΕΙΔΩΝ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ.
Z	Z.52	Z.521 Λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα
		Z.522 Λιανικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού σε ειδικευμένα καταστήματα
		Z.523 Λιανικό εμπόριο ιατροφαρμακευτικών ειδών, καλλυντικών και ειδών τουαλέτας
		Z.524 Λιανικό εμπόριο καινούργιων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα
		Z.525 Άλλο λιανικό εμπόριο καινούργιων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα
		Z.526 Λιανικό εμπόριο μεταχειρισμένων ειδών σε καταστήματα
		Z.527 Λιανικό εμπόριο που δε διενεργείται σε καταστήματα
(Πίνακας # 2)		Z.528 Επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης

Επίσης, η υποκατηγορία **Z.521**, η οποία αναφέρεται στο λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα διακρίνεται σε:

Z.521. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΕ ΜΗ ΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

- Z.521.1 Μεγάλα καταστήματα πωλήσεως κυρίως ειδών διατροφής
 - Z.521.2 Παντοπωλεία
 - Z.521.3 Περίπτερα
 - Z.521.4 Άλλο λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα
- (Πίνακας # 3)

Τα αποτελέσματα της έρευνας μας όσον αφορά την υποκατηγορία Z.521 και τις διακρίσεις της, για τις τρεις οδούς που εξετάζουμε, φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα:

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΑΤΡΕΩΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΡΜΟΥ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
Z.521.4	0	0	3
Z.521.2	4	0	0
Z.521.1	1	0	0

(Πίνακας # 4)

* Η κατηγορία Z.521.3 Περίπτερα δεν αποτελεί αντικείμενο της έρευνας μας.

Η επόμενη υποκατηγορία της **Z.Z** κατηγορίας, η οποία περιγράφει κατηγορίες δραστηριοτήτων που συναντήσαμε κατά την καταγραφή των οδών είναι η ακόλουθη:

Z.522. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ, ΠΟΤΩΝ, ΚΑΙ ΚΑΠΝΟΥ ΣΕ ΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Z.522.1	Λιανικό εμπόριο φρούτων και λαχανικών
Z.522.2	Λιανικό εμπόριο κρέατος και προϊόντων κρέατος
Z.522.3	Λιανικό εμπόριο ψαριών και θαλασσινών (καρκινοειδή, μαλάκια)
Z.522.4	Λιανικό εμπόριο ψωμιού, λοιπών ειδών αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής
Z.522.5	Λιανικό εμπόριο αλκοολούχων και λοιπών ποτών
Z.522.6	Λιανικό εμπόριο προϊόντων καπνού
Z.522.7	Λιανικό εμπόριο γαλακτοκομικών προϊόντων
Z.522.9	Άλλο λιανικό εμπόριο, τροφίμων, ποτών και καπνού σε ειδικευμένα καταστήματα.

(Πίνακας # 5)

Συγκεκριμένα έχουμε:

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΑΤΡΕΩΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΡΜΟΥ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
Z.522.1	0	1	1
Z.522.2	0	1	0
Z.522.4	0	0	4
Z.522.5	0	1	0
Z.522.7	1	0	0
Z.522.9	1	0	1

(Πίνακας # 6)

Επίσης, συναντήσαμε δραστηριότητες που περιγράφονται από την υποκατηγορία **Z.523** που ακολουθεί:

**Z.523. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΙΑΤΡΟΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ,
ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΑΛΕΤΑΣ**

Z.523.1	Φαρμακεία
Z.523.2	Λιανικό εμπόριο ιατρικών ορθοπεδικών ειδών
Z.523.3	Λιανικό εμπόριο καλλυντικών και ειδών τουαλέτας

(Πίνακας # 7)

Ο πίνακας που ακολουθεί μας περιγράφει τα αποτελέσματα της έρευνας μας για την υποκατηγορία Z.523 και τις επιμέρους διακρίσεις της:

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΑΤΡΕΩΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΡΜΟΥ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
Z.523.1	1	2	1
Z.523.3	3	1	1

(Πίνακας # 8)

Στις υπό εξέταση οδούς έχουν καταγραφεί επιχειρήσεις που εμπίπτουν και στην παρακάτω υποκατηγορία της **Z.Z** κατηγορίας και συγκεκριμένα πρόκειται για την **Z.524. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΩΝ ΕΙΔΩΝ ΣΕ ΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ**. Αυτή με τις υποκατηγορίες της περιγράφονται στον πίνακα που ακολουθεί:

Z.524. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΩΝ ΕΙΔΩΝ ΣΕ ΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Z.524.1	Λιανικό εμπόριο υφαντουργικών προϊόντων
Z.524.2	Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων
Z.524.3	Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτινων ειδών
Z.524.4	Λιανικό εμπόριο επίπλων, φωτιστικών και ειδών νοικοκυριού (εμπόριο κουρτινών και ταπήτων)
Z.524.5	Λιανικό εμπόριο ηλεκτρικών οικιακών συσκευών, ραδιοφώνων και τηλεοπτικών συσκευών
Z.524.6	Λιανικό εμπόριο σιδηρικών, χρωμάτων και τζαμιών (και ειδών υγιεινής)
Z.524.7	Λιανικό εμπόριο βιβλίων, εφημερίδων και χαρτικών

(Πίνακας # 9)

Επομένως, τα αποτελέσματα για την υποκατηγορία Z.524 είναι αυτά που φαίνονται στον επόμενο πίνακα:

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΑΤΡΕΩΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΡΜΟΥ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
Z.524.1	1	0	0
Z.524.2	6	16	38
Z.524.3	4	2	15
Z.524.4	6	8	16
Z.524.5	1	1	1
Z.524.6	1	0	5
Z.524.7	4	2	1

(Πίνακας #10)

Την επόμενη υποκατηγορία την οποία θα εξετάσουμε, είναι η **Z.525. ΑΛΛΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΩΝ ΕΙΔΩΝ ΣΕ ΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ**. Αυτή με τις υποκατηγορίες της φαίνονται στον πίνακα που ακολουθεί ευθύς ακολούθως:

Z.525. ΑΛΛΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΩΝ ΕΙΔΩΝ ΣΕ ΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

- Z.525.1 Λιανικό εμπόριο ηλεκτρονικών υπολογιστών και λοιπών συσκευών μηχανών γραφείου
- Z.525.2 Λιανικό εμπόριο κοσμημάτων και ρολογιών
- Z.525.3 Λιανικό εμπόριο λουλουδιών και φυτών
- Z.525.4 Λιανικό εμπόριο φωτογραφικών και οπτικών ειδών και οργάνων
- Z.525.5 Λιανικό εμπόριο αναμνηστικών και ειδών λαϊκής τέχνης
- Z.525.9 Άλλο λιανικό εμπόριο καινούργιων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα
(Πίνακας #11)

Έτσι, τα αποτελέσματα που έχουμε από την καταγραφή των οδών και αφορούν τη συγκεκριμένη κατηγορία φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΑΤΡΕΩΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΡΜΟΥ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
Z.525.1	1	0	1
Z.525.2	2	5	4
Z.525.3	0	1	0
Z.525.4	2	1	1
Z.525.5	0	1	0
Z.525.9	6	1	1

(Πίνακας #12)

Στο σημείο αυτό θα προχωρήσουμε σε μία κατηγορία δραστηριότητας που συναντήσαμε σε κάποια καταστήματα της οδού Ερμού (στο πάνω τμήμα της). Πρόκειται, λοιπόν, για καταστήματα με αντικείμενο δραστηριότητας διάφορα είδη ένδυσης και υπόδησης, ορισμένα εκ των οποίων προορίζονται για κάποιες ειδικές χρήσεις και απευθύνονται σε μερίδα καταναλωτών που επιθυμούν να τα χρησιμοποιήσουν σε αγροτικές, οικοδομικές και λοιπές συναφείς εργασίες. Εκεί, λοιπόν συναντά κανείς είδη στρατιωτικής ένδυσης και υπόδησης και λοιπό ειδικό ρουχισμό (που παρέχουν επιπλέον προστασία

από τα αντίστοιχα κοινής χρήσης αντικείμενα ή είναι ειδικά σχεδιασμένα για ειδικές εργασίες), για εργασία σε οικοδομές ,για αγροτικές εργασίες και τα λοιπά. Σε αυτά τα καταστήματα μπορεί κάποιος να συναντήσει και κάποια μεταχειρισμένα είδη ένδυσης και υπόδησης. Υπάρχει, λοιπόν μια μερίδα καταναλωτών που προτιμά να αγοράσει αυτά τα είδη, για να τα χρησιμοποιήσει σε εργασίες όπως αυτές που προαναφέραμε χωρίς να προβεί σε δαπάνη υψηλή, αφού έτσι και αλλιώς η χρήση για την οποία προορίζονται είναι τέτοια που θα τα οδηγήσει σε σύντομη φθορά. Βέβαια, υπάρχει και εκείνο το μέρος των συνανθρώπων μας (χαμηλού εισοδήματος) που απευθύνονται εκεί για λόγους οικονομικούς.

Επομένως, η κατηγορία βάσει ΣΤΑΚΟΔ ' 03 που περιγράφει τη δραστηριότητα των καταστημάτων αυτών είναι η **Z.Z** και πιο συγκεκριμένα η υποκατηγορία της **Z.526** που ακολουθεί στον επόμενο πίνακα:

Z.526. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΩΝ ΕΙΔΩΝ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Z.526.0 Λιανικό εμπόριο μεταχειρισμένων ειδών σε καταστήματα
(Πίνακας # 13)

Τελειώνοντας με την ταξινόμηση των δραστηριοτήτων του λιανικού εμπορίου θα αναφερθούμε στην υποκατηγορία **Z.528**, της κατηγορίας **Z.Z**, η οποία είναι η εξής:

Z.528. ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΕΙΔΩΝ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

- Z.528.1 Επισκευή υποδημάτων κάθε είδους και άλλων δερμάτινων ειδών
 - Z.528.2 Επισκευή ηλεκτρικών οικιακών συσκευών και μικροσυσκευών
 - Z.528.3 Επισκευή ρολογιών και κοσμημάτων
 - Z.528.9 Επισκευή λοιπών ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης μ.α.κ
- (Πίνακας # 14)

Τα αποτελέσματα της καταγραφής για την υποκατηγορία Z.528 και τις επιμέρους διακρίσεις της έχουν ως εξής:

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΑΤΡΕΩΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΡΜΟΥ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
Z.528.1	0	0	0
Z.528.2	0	0	2
Z.528.3	1	0	0
Z.528.9	0	2	0

(Πίνακας # 15)

Η επόμενη κατηγορία στην οποία θα αναφερθούμε είναι η **Η.Η ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ** και οι διακρίσεις της είναι:

Η.Η.55. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ			
Η.Η.551	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ		
Η.Η.552	ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΗΣ (ΚΑΜΠΙΝΓΚ) ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΜΙΚΡΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ		
Η.Η.553	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ	Η.Η.553.1	Εστιατόρια
		Η.Η.553.2	Ζαχαροπλαστεία
Η.Η.554	ΜΠΑΡ	Η.Η.554.1	Μπαρ
		Η.Η.554.2	Καφενεία
Η.Η.555	ΚΑΝΤΙΝΕΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑ ΜΕ ΤΡΟΦΙΜΑ (ΚΕΤΕΡΙΝΓΚ)		

(Πίνακας # 16)

Παραθέσαμε λοιπόν, στον προηγούμενο πίνακα, τις διακρίσεις της κατηγορίας **Η.Η. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ** και αναλύσαμε ιδιαίτερα τις υποκατηγορίες **Η.Η.553. ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΚΑΙ Η.Η.554. ΜΠΑΡ** στις επιμέρους διακρίσεις τους, όπως αυτές φαίνονται στον παραπάνω πίνακα.

Βάσει λοιπόν της έρευνας μας και όσον αφορά τη συγκεκριμένη κατηγορία παίρνουμε τα αποτελέσματα που ακολουθούν στο επόμενο πίνακα:

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΑΤΡΕΩΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΡΜΟΥ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
H.553.1	1	0	0
H.553.2	1	0	0
H.554.1	3	4	7
H.554.2	5	4	6

(Πίνακας # 17)

Κατά την εξέταση των οδών, πέρα από τις κατηγορίες (και υποκατηγορίες) δραστηριοτήτων που αναπτύξαμε παραπάνω, συναντήσαμε και καταστήματα που δραστηριοποιούνται στο χώρο των τηλεπικοινωνιών και των ταχυδρομικών υπηρεσιών (π.χ υποκαταστήματα εταιρειών κινητής τηλεφωνίας και εταιρειών ταχυμεταφοράς – Courier). Έτσι, ακολουθώντας τη στατιστική ταξινόμηση ΣΤΑΚΟΔ '03 εντοπίζουμε πως αυτά τα καταστήματα κατατάσσονται στην κατηγορία **Θ.Θ. ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ, ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ**, όπως αυτή αναφέρεται και στον **πίνακα #1** παραπάνω. Συγκεκριμένα, για την κατηγορία αυτή έχουμε:

Θ. Θ. ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ

Θ	Θ.60	ΧΕΡΣΑΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ,ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΜΕΣΩ ΑΓΩΓΩΝ			
Θ	Θ.61	ΥΔΑΤΙΝΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ			
Θ	Θ.62	ΕΝΑΕΡΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ			
Θ	Θ.63	ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ			
Θ	Θ.64	ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ			
Θ	Θ.64	Θ.641	Ταχυδρομικές δραστηριότητες	Θ.641.1	Δραστηριότητες εθνικών ταχυδρομείων
				Θ.641.2	Ταχυδρομικές δραστηριότητες εκτός από τις δραστηριότητες των ταχυδρομείων (ιδιωτικά ταχυδρομικά γραφεία).
Θ	Θ.64	Θ.642	Τηλεπικοινωνίες	Θ.642.0	Τηλεπικοινωνίες

(Πίνακας # 18)

Τα αποτελέσματα της καταγραφής παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί:

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΑΤΡΕΩΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΡΜΟΥ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
Θ.Θ.641.2	0	1	0
Θ.Θ.642.0	1	1	1

(Πίνακας # 19)

Η επόμενη κατηγορία δραστηριότητας, την οποία συναντήσαμε κατά την καταγραφή μας και στην οποία θα αναφερθούμε ευθύς αμέσως είναι η **Ξ.Ξ. ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΠΕΡ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ Ή ΑΤΟΜΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ**. Ο αντίστοιχος πίνακας αυτής της κατηγορίας ακολουθεί στην επόμενη σελίδα.

**Ε. Ε. ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΠΕΡ ΤΟΥ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ Ή
ΑΤΟΜΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ**

Ε	Ε.90	ΔΙΑΘΕΣΗ ΛΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ. ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΜΟΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	
Ε	Ε.91	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ Μ.Α.Κ	
Ε	Ε.92	ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΕΣ, ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	
Ε	Ε.92	Ε.921	Κινηματογραφικές και βιντεοσκοπικές δραστηριότητες
		Ε.922	Ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές δραστηριότητες
		Ε.923	Άλλες δραστηριότητες θεάματος
		Ε.924	Δραστηριότητες πρακτορείων ειδήσεων
		Ε.925	Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και λοιπές πολιτιστικές δραστηριότητες
		Ε.926	Αθλητικές δραστηριότητες
		Ε.927	Ε.927.1 Άλλες ψυχαγωγικές δραστηριότητες
			Ε.927.2 Άλλες ψυχαγωγικές δραστηριότητες μ.α.κ
Ε	Ε.93	ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	
Ε	Ε.93	Ε.930	Ε.930.1 Πλύσιμο και στεγνό καθαρισμό
			Ε.930.2 Δραστηριότητες κομμωτηρίων, κουρείων και ινστιτούτων καλλονής
			Ε.930.3 Δραστηριότητες εργολάβων κηδειών και συναφείς δραστηριότητες
			Ε.930.4 Δραστηριότητες σχετικές με τη φυσική ευεξία
			Ε.930.9 Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών μ.α.κ

(Πίνακας # 20)

Τα αποτελέσματα της έρευνας μας για την κατηγορία **Ξ.Ξ** και τις επιμέρους υποκατηγορίες της, είναι αυτές που ακολουθούν στον επόμενο πίνακα:

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΑΤΡΕΩΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΡΜΟΥ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
Ξ.921	0	2	0
Ξ.926	0	1	2
Ξ.927.1	1	1	1
Ξ.930.1	1	0	0
Ξ.930.2	2	1	2
Ξ.930.3	0	1	0
Ξ.930.9	0	0	5

(Πίνακας # 21)

2.β. Επωνυμία καταστήματος

Η επωνυμία κάθε καταστήματος (επιχείρησης) είναι ένα από τα διακριτικά του γνωρίσματα που το καθιστούν μοναδικό και διαφορετικό από τα ομοειδή ανταγωνιστικά του.

Γενικά, μέσα από τα διακριτικά γνωρίσματα επιδιώκεται η εξατομίκευση της εκάστοτε επιχείρησης στις συναλλαγές, σε συνδυασμό με την επιδίωξη της απόκτησης του ευδιάκριτου, του πρωτότυπου και του μοναδικού χαρακτήρα.

Η εμπορική επωνυμία είναι το όνομα με το οποίο ο κάθε έμπορος, είτε είναι φυσικό είτε νομικό πρόσωπο, υπογράφει και συναλλάσσεται, ενάγει και ενάγεται. Είναι όπως προαναφέραμε ένα από τα διακριτικά γνωρίσματα που εξατομικεύουν κάθε έμπορο στις συναλλαγές του. Η επωνυμία είναι υποχρεωτική για κάθε έμπορο και μπορεί να γραφεί και σε ξένη γλώσσα αρκεί αυτή να διαβάζεται με ευκολία από το ελληνικό καταναλωτικό κοινό. Παραδείγματα επωνυμιών που συναντήσαμε στις καταγραφές μας είναι: « ΣΤΑΜΠΕΛΟΣ – ΤΡΙΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Ο.Ε INTERNET CAFE » στην οδό Παντανάσσης, μια άλλη είναι:

« ΣΥΝΟΔΙΝΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ - ΠΑΙΔΙΚΑ ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ » στη συμβολή των οδών Πατρέως και Μαιζώνος καθώς και « ΠΕΓΙΑΖΗΣ – ΑΝΔΡΙΚΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ» στην οδό Ερμού.

Ειδικότερα, θα πρέπει να αναφέρουμε πως ανάλογα με τη νομική μορφή της εκάστοτε επιχείρησης, ο σχηματισμός της επωνυμίας της γίνεται βάσει των προβλεπόμενων, για κάθε νομική μορφή, από την εμπορική νομοθεσία.

Επομένως, για την **Ομόρρυθμη Εταιρεία (Ο.Ε)**, βάσει του άρθρου 21 Ε.Ν “Μόνο τα ονόματα των συνεταίρων ημπορούν να συστήσωσι την εταιρικήν επωνυμίαν”. Πιο συγκεκριμένα, η επωνυμία της Ο.Ε σχηματίζεται είτε από τα ονόματα όλων των συνεταίρων, είτε από το όνομα ενός με την προσθήκη “Και συντροφία” ή όπως το συναντάμε συνήθως “ Και Σία”. Όσο για τα ονόματα των υπολοίπων, στις τελευταίες περιπτώσεις οι ενδιαφερόμενοι τρίτοι μπορούν να τα πληροφορηθούν από το καταστατικό της εταιρείας που δημοσιεύεται στο πρωτοδικείο της έδρας της εταιρείας. Εάν κατά τύχη η επωνυμία, δεν αναγράφεται στο καταστατικό, αυτό δε συνεπάγεται την ακυρότητα της εταιρείας, διότι θα θεωρηθεί ότι σχηματίζεται σύμφωνα με το νόμο, από τα ονόματα όλων των εταίρων.

Ο Ε.Ν δηλαδή επιβάλλει την αρχή της αληθείας για την επωνυμία της Ο.Ε. Η αρχή αυτή παρακάμπτεται σε μια περίπτωση. Συγκεκριμένα, είναι δυνατό να συνεχίζει να υπάρχει στην επωνυμία μιας Ο.Ε το όνομα συνεταίρου που απεβίωσε με τις εξής δύο προϋποθέσεις: Ότι η εταιρεία δε λύεται λόγω του θανάτου του και ότι συναινούν ρητά οι κληρονόμοι του. Είναι ευνόητο ότι και η Ο.Ε δεν επιτρέπεται να έχει περισσότερες από μια επωνυμίες.

Για την **Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε)** ο σχηματισμός της εταιρικής επωνυμίας γίνεται όπως ακριβώς και της Ομόρρυθμης από τα ονόματα όλων των ομόρρυθμων εταίρων. Στην περίπτωση που υπάρχει ένας μόνο συνεταίρος, τότε η επωνυμία σχηματίζεται από το όνομα του μόνο με την προσθήκη “ Και Σία”. Το όνομα του ετερόρρυθμου τινός συνεταίρου δεν δύναται να εισέλθει εις την εταιρικήν επωνυμίαν (άρθρο 25 Ε.Κ).

Ο νόμος λοιπόν είναι σαφής στο σημείο αυτό. Το μόνο που δεν καθορίζει είναι οι συνέπειες και αυτής της παραβάσεως. Γίνεται όμως δεκτό ότι εάν στην επωνυμία συμπεριληφθεί το όνομα ετερόρρυθμου συνεταίρου, τότε έχει και εδώ εφαρμογή το άρθρο 28 και ο ετερόρρυθμος εταίρος υπόκειται σε όλα τα χρέη και όλες τις υποχρεώσεις της εταιρείας στον ίδιο βαθμό με τους ομόρρυθμους εταίρους.

Για την **Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε)** ο σχηματισμός της επωνυμίας της σχηματίζεται από το είδος της επιχείρησης την οποία ασκεί. Είναι δυνατόν να συμπεριλαμβάνονται σε αυτήν και το όνομα του φυσικού

προσώπου ή η επωνυμία άλλης επιχείρησης. Πάντως, πρέπει οπωσδήποτε να περιέχονται οι λέξεις “ Ανώνυμη Εταιρεία “.

Για την **Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε)** ο σχηματισμός της εταιρικής επωνυμίας γίνεται είτε από το όνομα ενός ή περισσότερων εταίρων, είτε προσδιορίζεται από το αντικείμενο της επιχείρησης που ασκείται από αυτή. Πάντως, θα πρέπει στην επωνυμία να περιέχονται οπωσδήποτε οι λέξεις “ Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης”.

Στον πίνακα που ακολουθεί παίρνουμε μια εικόνα από τις εταιρικές επωνυμίες που συναντήσαμε, σε συνδυασμό με τις νομικές μορφές των αντίστοιχων επιχειρήσεων που τις φέρουν.

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
ΚΛ. ΜΟΥΚΑΝΙΔΗΣ – Α. ΚΑΡΑΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ Ε.Π.Ε	Ε.Π.Ε	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΕΠΙΠΛΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΛΑΪΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ
ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΣΩΤΗΡΑΚΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε	Ο.Ε	ΕΜΠΟΡΙΟ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΩΝ – ΥΑΛΙΚΑ
CASA DI CALZE	Ε.Π.Ε	ΕΣΩΡΟΥΧΑ – ΚΑΛΣΟΝ – ΚΑΛΤΣΕΣ
M & M ΜΑΝΤΑΣ Ο.Ε	Ο.Ε	ΕΜΠΟΡΙΟ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ
ΣΤΑΜΠΕΛΟΣ & ΤΡΙΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Ο.Ε	Ο.Ε	ΙΝΤΕΡΝΕΤ ΚΑΦΕ
ΣΠΑΘΗ Ζ. – ΣΠΑΘΗΣ Α. Ο.Ε	Ο.Ε	ΚΑΡΤΕΣ - ΠΡΟΣΚΛΗΣΕΙΣ
Α. ΑΛΕΞΙΑΔΟΥ – Ι. ΝΤΟΝΤΟΡΟΣ Ε.Π.Ε	Ε.Π.Ε	ΠΩΛΗΣΗ ΕΙΔΩΝ ΚΟΥΖΙΝΑΣ
ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΥ – ΛΑΝΔΡΙΤΣΗΣ – ΑΝΔΡΙΤΣΗΣ Ο.Ε	Ο.Ε	ΓΚΑΛΕΡΙ ΕΡΓΩΝ ΤΕΧΝΗΣ
ΣΟΦΙΑ & ΧΡΥΣΑΝΘΗ ΚΟΥΤΡΟΠΟΥΛΟΥ Ο.Ε	Ο.Ε	ΚΑΦΕ - ΣΝΑΚ ΜΠΑΡ

Στο σημείο αυτό να επισημάνουμε πως από τα ερωτηματολόγια που συλλέξαμε, διαπιστώσαμε ότι οι πλειοψηφία των επιχειρηματιών γνώριζε ορθώς να αναφέρει την επωνυμία της επιχείρησής του, όπως προβλέπεται, σε κάθε περίπτωση, από την εμπορική νομοθεσία. Αυτό που παρατηρήθηκε και λανθασμένα αναφέρεται από αρκετούς επαγγελματίες, είναι η χρήση του διακριτικού τίτλου και μόνο ως επωνυμία ή σε άλλες περιπτώσεις η μη ορθή και εις ολόκληρο απόδοση της επωνυμίας σε σχέση με τη νομική μορφή. Παράδειγμα αποτελούν οι παρακάτω «χαρακτηρισμοί» που αναφέρονται με λανθασμένο τρόπο στα ερωτηματολόγια: “ TONI AND GUY “ ο χαρακτηρισμός αυτός αναφέρεται ως επωνυμία της επιχείρησης (κομμωτήριο στη

συγκεκριμένη περίπτωση), " THOMAS HAIRDRESSING ROOM" όμοια περίπτωση με την προηγούμενη (κομμωτήριο), άλλη περίπτωση αποτελεί αυτή επιχείρησης με δραστηριότητα: «Χαρτικά – παιχνίδια – βιβλία – είδη δώρων – φωτοαντίγραφα», όπου σαν επωνυμία μας αναφέρθηκε ο χαρακτηρισμός «Πένυ» (Συγκεκριμένα πρόκειται για ατομική επιχείρηση) ή στην περίπτωση καταστήματος εμπορίας και επεξεργασίας μελανιών, ο χαρακτηρισμός που μας αποδόθηκε ως επωνυμία ήταν ο ακόλουθος: " Cartrige World" γίνεται λοιπόν χρήση πάλι διακριτικού τίτλου αντί της επωνυμίας και στη συγκεκριμένη περίπτωση πρόκειται για ομόρρυθμη εταιρεία.

Τα παραπάνω αποτελούν ορισμένα χαρακτηριστικά παραδείγματα λανθασμένης χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου. Αυτά μπορεί να προέκυψαν είτε από λανθασμένη αντίληψη των ιδιοκτητών επί των θεμάτων αυτών, είτε σκοπίμως για απόκρυψη της επωνυμίας τους.

2.γ. Διακριτικός τίτλος

Ο διακριτικός τίτλος είναι, όπως και η επωνυμία που αναφέραμε προηγουμένως, ένα από τα διακριτικά γνωρίσματα της εκάστοτε επιχείρησης και με αυτόν επιδιώκεται η εξατομίκευση της. Είναι, συγκεκριμένα, κάθε πραγματική ή φανταστική λέξη η οποία αναφέρεται είτε στην επωνυμία, είτε σε ορισμένο κύκλο πελατών, είτε στην τοποθεσία που εδρεύει το κατάστημα κλπ. Χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα καφενείων με διακριτικό τίτλο τον τόπο όπου εδρεύουν, ενδεχομένως τη γειτονική πλατεία, το δρόμο, τον κόσμο που συχνάζει σ' αυτά ή κάποιο παρατσούκλι του ιδιοκτήτη (π.χ «Το καφενείο των κυνηγών», καφενείο «Ο μερακλής» κλπ). Ενδεικτικά αναφέρουμε τους εξής διακριτικούς τίτλους καταστημάτων που συναντήσαμε κατά την καταγραφή μας: «ELSAKI» στη συμβολή των οδών Πατρέως και Μαιζώνος, «@NET.ON» στην οδό Παντανάσσης και «ΦΙΛΙΚΟΝ» στην οδό Ερμού.

Αναλυτικότερα, οι διακριτικοί τίτλοι που συναντήσαμε κατά την καταγραφή των τριών οδών που εξετάσαμε, είναι αυτοί που ακολουθούν στον παρακάτω πίνακα σε συνδυασμό με τις δραστηριότητες που ασκούν οι αντίστοιχες επιχειρήσεις που τους φέρουν.

Έτσι, έχουμε:

A/A	ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ
1	<i>INK PANTHER</i>	ΕΜΠΟΡΙΟ ΜΕΛΑΝΙΩΝ
2	<i>@NETON</i>	ΙΝΤΕΡΝΕΤ ΚΑΦΕ
3	<i>ΤΟ ΜΟΝΑΔΙΚΟ</i>	ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ ΛΑΧΕΙΩΝ
4	<i>FANTASY SHOP</i>	ΕΜΠΟΡΙΟ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΩΝ
5	<i>ΣΤΑΘΗΣ</i>	ΚΑΦΕΝΕΙΟ
6	<i>BAVARIA</i>	ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ ΗΛΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ
7	<i>SI DOUX</i>	ΚΑΦΕ - ΣΝΑΚ ΜΠΑΡ
8	<i>ΤΟ ΚΙΟΣΚΙ</i>	ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ
9	<i>ELSAKI</i>	ΠΑΙΔΙΚΑ ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ
10	<i>PAN - KAT</i>	ΕΣΩΡΟΥΧΑ
11	<i>THOMAS HAIRDRESSING ROOM</i>	ΚΟΜΜΩΤΗΡΙΟ
12	<i>TONI AND GUY</i>	ΚΟΜΜΩΤΗΡΙΟ
13	<i>BIZ ART</i>	ΓΚΑΛΕΡΙ ΕΡΓΩΝ ΤΕΧΝΗΣ
14	<i>ΚΟΥΤΙ</i>	ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ
15	<i>ARREN</i>	ΕΜΠΟΡΙΑ ΕΤΟΙΜΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ
16	<i>ΕΠΙ ΠΟΔΟΣ</i>	ΑΝΑΨΥΚΤΗΡΙΟ
17	<i>BERONA</i>	ΕΠΙΠΛΑ
18	<i>APPALUZA</i>	ΕΤΟΙΜΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ
19	<i>ΑΡΟΔΟ</i>	ΚΑΦΕΝΕΙΟ
20	<i>Κ.Α INTERNATIONAL</i>	ΠΩΛΗΣΗ ΥΦΑΣΜΑΤΩΝ
21	<i>VEFA'S HOUSE</i>	ΠΩΛΗΣΗ ΕΙΔΩΝ ΚΟΥΖΙΝΑΣ
22	<i>ΓΡΑΦΟΤΕΧΝΗΣ</i>	ΚΑΡΤΕΣ - ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ
23	<i>CHESS</i>	ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ. ΧΟΝΔΡΙΚΟ - ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΙΔΩΝ ΣΦΑΙΡΙΣΤΗΡΙΟΥ
24	<i>ALLEGRO</i>	ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟ
25	<i>ΣΟΥΛΑ</i>	ΕΝΔΥΜΑΤΑ
26	<i>VIAGGIO</i>	ΔΕΡΜΑΤΙΝΑ - ΕΙΔΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ
27	<i>FRESHLINE</i>	ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ
28	<i>SHOELAND</i>	ΕΜΠΟΡΙΟ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ, ΕΙΔΩΝ ΕΝΔΥΣΗΣ
29	<i>CASA DI CALZE</i>	ΕΣΩΡΟΥΧΑ - ΚΑΛΣΟΝ - ΚΑΛΤΣΕΣ

30	<i>SIMBOLO</i>	ΕΙΔΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ
31	<i>ΣΟΥΣΑΜΙ</i>	ΠΡΑΤΗΡΙΟ ΑΡΤΟΥ
32	<i>GRAMMY</i>	ΠΑΙΔΙΚΑ ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ
33	<i>OPTICAL GALLERY</i>	ΟΠΤΙΚΑ
34	<i>ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΕΣ</i>	ΕΙΔΗ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ
35	<i>ELITE</i>	ΠΩΛΗΣΗ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ
36	<i>ΙΩΝΙΑ</i>	ΥΑΛΙΚΑ - ΦΩΤΙΣΤΙΚΑ - ΔΩΡΑ
37	<i>MINI RAXEVSKY</i>	ΕΤΟΙΜΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ
38	<i>MAYABA</i>	ΕΙΣΑΓΩΓΗ & ΕΜΠΟΡΙΑ ΕΠΙΠΛΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΛΑΪΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ
39	<i>REVEKA EVELYN</i>	ΕΣΩΡΟΥΧΑ - ΜΑΓΙΩ

Μέσα από τον παραπάνω πίνακα, διαπιστώνουμε πως 39 στους 65 επαγγελματίες που έλαβαν μέρος στην εργασία αυτή, κάνουν χρήση κάποιου διακριτικού τίτλου, δηλαδή ποσοστό αρκετά μεγάλο. Παρατηρώντας τους διακριτικούς τίτλους και τις εμπορικές δραστηριότητες, διαπιστώνουμε πως σίγουρα η επιλογή του διακριτικού τίτλου είναι αποτέλεσμα επηρεασμένο και από το είδος της δραστηριότητας της επιχείρησης. Διακριτικοί τίτλοι όπως « ΣΟΥΣΑΜΙ» που αντιστοιχεί σε πρατήριο άρτου, “CASA DI CALZE” που αντιστοιχεί σε κατάστημα με εσώρουχα, κάλτσες και καλσόν, “SHOELAND” που αναφέρεται σε κατάστημα υποδημάτων, είναι παραδείγματα που επιβεβαιώνουν το γεγονός αυτό.

Βέβαια, όπως έχουμε αναφέρει και προηγούμενα ο διακριτικός τίτλος μπορεί να σχετίζεται με το όνομα του ιδιοκτήτη όπως για παράδειγμα « Καφέ ο Στάθης», ή ενδύματα « Σούλα».

Ακόμη συναντήσαμε διακριτικούς τίτλους που είναι προϊόν καθαρά της φαντασίας των ιδιοκτητών όπως για παράδειγμα “ALLEGRO” – ζαχαροπλαστείο ή επίσης «ΤΟ ΚΙΟΣΚΙ» , «ΤΟ ΚΟΥΤΙ» είναι φανταστικοί διακριτικοί τίτλοι που αναφέρονται σε καταστήματα ειδών δώρων και ειδών οικιακού εξοπλισμού αντίστοιχα.

Τέλος, υπάρχουν και διακριτικοί τίτλοι που αποτελούν προϊόν όχι μόνο της φαντασίας, αλλά και εξυπνάδας των ιδιοκτητών, αφού είναι εμπνευσμένοι με τέτοιο τρόπο που περιγράφουν με τρόπο πρωτότυπο και ξεχωριστό τη δραστηριότητα της επιχείρησης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι διακριτικοί τίτλοι: “ @NETON “ που αναφέρεται σε Ίντερνετ Καφέ και έτσι παρουσιάζει με τρόπο ξεχωριστό και σύγχρονο τη δραστηριότητα της επιχείρησης και τις παροχές της. Επίσης, ο διακριτικός τίτλος «Επί ποδός» που αναφέρεται σε μικρό αναψυκτήριο και

κυριολεκτικά οι διερχόμενοι πελάτες μπορούν να γευματίσουν ή να πάρουν ένα ποτό κυριολεκτικά «επί ποδός» και σε σύντομο χρόνο.

2.δ. Νομική μορφή

Με τον όρο νομική μορφή μιας επιχείρησης εννοούμε σε ποία κατηγορία συγκαταλέγεται μεταξύ των: Ατομική επιχείρηση, Ομόρρυθμη Εταιρεία, Ετερόρρυθμη Εταιρεία, Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης, Ανώνυμη Εταιρεία και Συνεταιρισμού. Οι μορφές αυτές, είναι οι συνηθέστερα εμφανιζόμενες στην αγορά και οι οποίες προβλέπονται από τον εμπορικό κώδικα.

➤ Α. Οδός Παντανάσσης

Η οδός Παντανάσσης είναι μια στενή πάροδος με εμπορική κίνηση και η οποία εκτείνεται από την οδό 25ής Μαρτίου μέχρι την παραλιακή οδό Όθωνος Αμαλίας.

Μέσα από την καταγραφή των ισογείων χώρων της οδού αυτής μπορούμε να προχωρήσουμε στη δημιουργία του παρακάτω πίνακα, ο οποίος παρουσιάζει αριθμητικά το κάθε είδος ισογείου χώρου που καταγράψαμε.

ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	
ΕΙΔΟΣ ΧΩΡΟΥ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ
Εμπορικά καταστήματα – Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών*	71
Είσοδοι - Οικίες	46
Κενοί – κλειστοί χώροι	16

(Πίνακας # 22)

* (Στην κατηγορία αυτή δεν περιλαμβάνονται τράπεζες).

Τα στοιχεία που συλλέξαμε ύστερα από την εξέταση της οδού Παντανάσσης και αφορούν τη νομική μορφή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην οδό αυτή, εμφανίζονται συγκεντρωτικά στον

πίνακα που ακολουθεί στην επόμενη σελίδα. Ο αριθμός των ερωτηματολογίων που καταφέραμε να συλλέξουμε από τους επαγγελματίες της οδού αυτής ανέρχεται στα 19 από τις συνολικά 71 επιχειρήσεις (ισογείων χώρων) της οδού αυτής. Επομένως, το δείγμα πάνω στο οποίο στηρίζουμε την ανάλυση μας είναι το 26,8 % των 71 καταγεγραμμένων ισογείων χώρων στους οποίους δραστηριοποιούνται επιχειρήσεις στην οδό Παντανάσσης.

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΡΦΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΟΔΟΥ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ**

ΜΟΡΦΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Ο.Ε	Ε.Ε	Ε.Π.Ε	Α.Ε	ΑΛΛΗ	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	12	4	1	1	0	1	19
ΠΟΣΟΣΤΟ	63,15 %	21,05 %	5,26 %	5,26 %	0 %	5,26 %	100 %

(Πίνακας # 23)

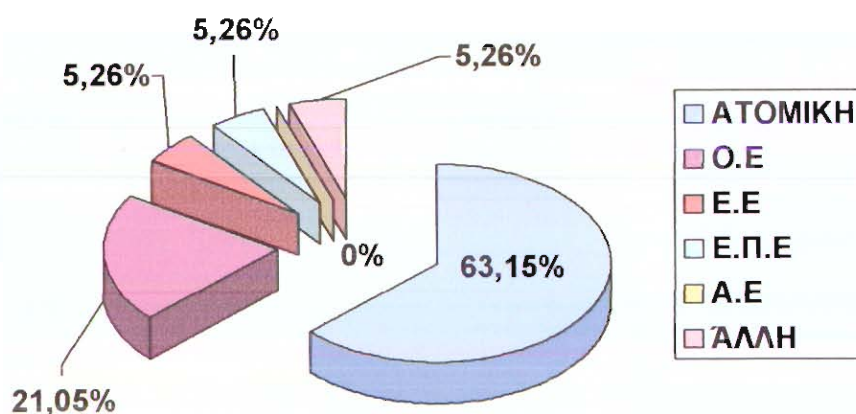
Από τον παραπάνω πίνακα, λοιπόν, διαπιστώνουμε πως η πλειοψηφία των επιχειρήσεων της οδού αυτής είναι ατομικές και συγκεκριμένα, σύμφωνα με το δείγμα που συγκεντρώσαμε, υπερβαίνουν το 63% του συνόλου των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο δρόμο αυτό. Ακολουθεί, εν συνεχεία, η νομική μορφή της Ομόρρυθμης Εταιρείας (Ο.Ε) με ποσοστό ανερχόμενο λίγο πάνω από το 21% του συνόλου. Οι νομικές μορφές της Ετερόρρυθμης Εταιρείας (Ε.Ε) και της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης (Ε. Π. Ε) ακολουθούν με την ίδια συχνότητα και το αντίστοιχο ποσοστό τους είναι αυτό του 5,26%. Το ίδιο ποσοστό 5,26% διαπιστώνουμε και για τις περιπτώσεις επιχειρήσεων που λειτουργούν υπό το καθεστώς άλλων νομικών μορφών. Τέλος, δε βρέθηκε καμία επιχείρηση με νομική μορφή Ανώνυμης Εταιρείας.

Όπως ήταν αναμενόμενο η νομική μορφή με τη μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης είναι αυτή της ατομικής - πολύ μικρής επιχείρησης, που όπως θα διαπιστώσουμε και στη συνέχεια λειτουργεί με απασχόληση κατά κύριο λόγο του ιδιοκτήτη σε συνδυασμό και με τη βοήθεια των υπολοίπων μελών της οικογένειας του, ενώ λιγότερο συχνά έχει τη δυνατότητα απασχόλησης υπαλλήλων-ων.

Αναμενόμενο ήταν και το αποτέλεσμα που αφορά τις Ομόρρυθμες Εταιρείες, που και αυτές με τη σειρά τους είναι κατά κύριο λόγο μικρού και πολύ μικρού μεγέθους και λειτουργούν με απασχόληση συνηθέστερα

των ιδιοκτητών, που πολλές φορές είναι άτομα μέσα από την ίδια οικογένεια (π.χ Αδέφια) και αυτο – απασχολούνται. Λιγότερες είναι οι περιπτώσεις όπου υπάρχει απασχόληση υπαλλήλων, αλλά και σε αυτή την περίπτωση ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων είναι συνήθως όχι περισσότερα από ένα ή δύο άτομα. Τέλος, αναμενόμενο θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε και το αποτέλεσμα, για τις μορφές επιχειρήσεων όπως είναι η Ετερόρρυθμη, η Εταιρεία Περιορισμένη Ευθύνης και η Ανώνυμη Εταιρεία. Αυτό ισχύει διότι, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι το μέγεθος των επιχειρήσεων και η συχνότητα εμφάνισης τους είναι μεγέθη αντιστρόφως ανάλογα και άρα όσο το μέγεθος της επιχείρησης μεγαλώνει τόσο μικραίνει η συχνότητα εμφάνισης. Αυτός είναι ένας γενικότερος κανόνας που επαληθεύεται στη συγκεκριμένη περίπτωση και εάν μάλιστα τον συνδυάσουμε και με το γεγονός ότι η οδός Παντανάσσης είναι μία στενή πάροδος, (κεντρική μεν που δικαιολογεί το μεγάλο αριθμό καταστημάτων) θα δούμε πως ήταν αναμενόμενο να υπάρχει πολύ μικρή πιθανότητα εμφάνισης κάποιας μεγάλης επιχείρησης στο συγκεκριμένο δρόμο.

Τα αποτελέσματα του πίνακα διαγραμματικά έχουν ως εξής:



➤ Β. Οδός Πατρέως

Όπως και προηγούμενα έτσι και σε αυτό το σημείο, θα ασχοληθούμε με μία από τις τρεις οδούς τις οποίες εξετάζουμε. Συγκεκριμένα θα μελετήσουμε την περίπτωση της οδού Πατρέως. Η οδός Πατρέως είναι και αυτή μια πάροδος με αρκετή εμπορική κίνηση. Συνδέει την Κάτω πόλη με την Ανω με κλίμακα που κατασκευάστηκε το 1881.

Κατά μήκος της οδού ανακαλύφθηκαν, μετά από ανασκαφή, αξιόλογα αρχαιολογικά ευρήματα.

Η καταγραφή των χώρων που έγινε στο δρόμο αυτό αποφέρει τα αποτελέσματα που παρατίθενται στον πίνακα που ακολουθεί:

ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΕΩΣ

ΕΙΔΟΣ ΧΩΡΟΥ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ
Εμπορικά καταστήματα – Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών*	77
Είσοδοι - Οικίες	42
Κενοί – κλειστοί χώροι	12

(Πίνακας # 24)

* (Στην κατηγορία αυτή δεν περιλαμβάνονται τράπεζες).

Στην περίπτωση της οδού αυτής, όπως προέκυψε από την καταγραφή, υπάρχουν 77 ισόγειοι χώροι που δραστηριοποιούνται ως επιχειρήσεις. Τελικώς, ανταποκρίθηκαν 23 επαγγελματίες (δηλαδή το 30% περίπου) συμπληρώνοντας τα ερωτηματολόγια που τους διαθέσαμε και τα στοιχεία που συλλέξαμε εμφανίζονται στον πίνακα που παραθέτουμε παρακάτω:

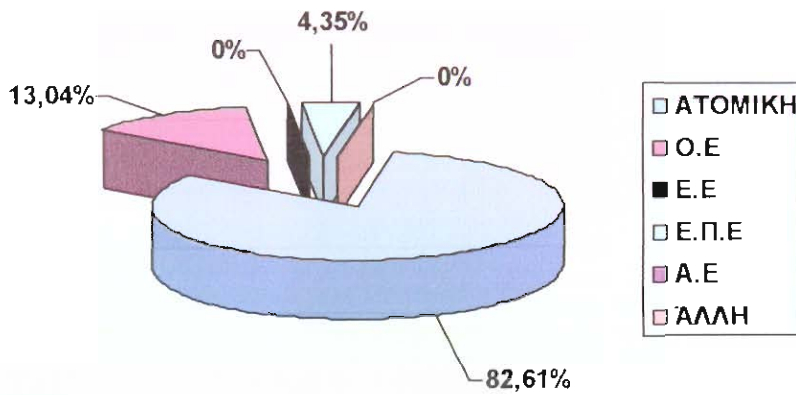
ΠΙΝΑΚΑΣ ΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΡΦΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΟΔΟΥ ΠΑΤΡΕΩΣ

ΜΟΡΦΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Ο.Ε	Ε.Ε	Ε.Π.Ε	Α.Ε	ΑΛΛΗ	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	19	3	0	1	0	0	23
ΠΟΣΟΣΤΟ	82,61 %	13,04 %	0 %	4,35 %	0 %	0 %	100 %

(Πίνακας # 25)

Υστερα από την εξαγωγή των παραπάνω αποτελεσμάτων, που αφορούν τη νομική μορφή των επιχειρήσεων της οδού Πατρέως, παρατηρούμε ότι και για την οδό αυτή τα αποτελέσματα είναι αναμενόμενα. Διαπιστώνουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι Ατομικές με τις Ομόρρυθμες να ακολουθούν με το αμέσως μικρότερο ποσοστό και τέλος οι μεγαλύτερου μεγέθους επιχειρήσεις όπως π.χ Ε.Π.Ε με ακόμα μικρότερη συχνότητα εμφάνισης.

Εάν παραστήσουμε διαγραμματικά τον παραπάνω πίνακα θα πάρουμε το διάγραμμα που ακολουθεί στην επόμενη σελίδα.



➤ Γ. Οδός Ερμού (και Μαρκάτο)

Η λέξη *Μαρκάτο* έχει λατινική ρίζα και προέρχεται από τις λέξεις *Mercurius* = *Ερμής* και *mercator* = *εμπορεύομαι*. Σε όλες τις πόλεις από την αρχαιότητα, υπήρχε οδός Ερμού, συνήθως στο κέντρο, όπου λειτουργούσε ως κέντρο εμπορίου. Το *Μαρκάτο* ως τοπωνύμιο δηλώνει την περιοχή γύρω από την πλατεία Καποδιστρίου προς το τέarma της οδού Ερμού κάτω από τα Εισόδια, όπου και η αρχαία αγορά. Η ονομασία αυτή καθιερώθηκε μετά την απελευθέρωση πιθανών από τους Κεφαλλονίτες και Ζακυνθινούς. (Σήμερα στα δύο αυτά νησιά απαντά κανείς το επώνυμο *Μαρκάτος*). Η οδός Ερμού παλαιότερα ονομαζόταν και «οδός της Αγοράς προς τη θάλασσα» και από το 1845 οδός *Μαρκάτου*. Τέλος, στις ανασκαφές του 1976 βρέθηκαν ρωμαϊκά και νεότερα κτίσματα.

Καταγράφοντας έναν από τους πιο εμπορικούς δρόμους της Πάτρας σίγουρα αυτό που αναμένεις, είναι πολλά σε αριθμό εμπορικά καταστήματα. Πράγματι, αυτό ισχύει στην οδό Ερμού και σήμερα (άνοιξη του 2006) λειτουργούν περίπου **135** επιχειρήσεις, στη συντριπτική τους πλειοψηφία εμπορικές.

Η ανταπόκριση, στην έρευνα μας, των επαγγελματιών του δρόμου αυτού, δε θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ιδιαίτερος ικανοποιητική. Αυτή η όχι και τόσο ικανοποιητική ανταπόκριση δεν οφείλεται όπως

διαπιστώσαμε στην αδιαφορία τους, όσον αφορά την έρευνά μας, αλλά όπως μας ανέφεραν οι περισσότεροι από αυτούς, στο ότι η φύση της εργασίας τους είναι τέτοια που ο χρόνος για να ασχοληθούν με κάτι πέραν των υποχρεώσεων της δουλειάς και της οικογενείας τους, είναι ανύπαρκτος. Συνεπώς, το δείγμα που καταφέραμε να συγκεντρώσουμε, μέσα από την έρευνα μας για την οδό Ερμού, δε θα τολμούσαμε να το χαρακτηρίσουμε ως πλήρως αντιπροσωπευτικό. Ωστόσο, όμως, μπορούμε και εξαγωγή συμπεράσματα πάνω στους τομείς που εξετάζουμε και σχετίζονται με το θέμα της παρούσας εργασίας.

Συγκεκριμένα, η εξαγωγή των συμπερασμάτων μας για την οδό Ερμού στηρίζεται στις απαντήσεις 23 επαγγελματιών. Μέσα από τον πίνακα που ακολουθεί ευθύς αμέσως παίρνουμε αριθμητικά τα αποτελέσματα της έρευνας μας.

ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ	
ΕΙΔΟΣ ΧΩΡΟΥ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ
Εμπορικά καταστήματα – Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών*	135
Είσοδοι - Οικίες	20
Κενοί – κλειστοί χώροι	5

(Πίνακας # 26)

Τα αριθμητικά αποτελέσματα του παραπάνω πίνακα επιβεβαιώνουν τον εμπορικό χαρακτήρα της οδού Ερμού. Η συντριπτική πλειοψηφία των ισόγειων χώρων είναι εν ενεργεία και στεγάζονται σε αυτούς κυρίως εμπορικά καταστήματα λιανικού εμπορίου (μόνο 5 ισόγειοι χώροι κενοί – κλειστοί). Εδώ δε συναντάμε μονοκατοικίες μόνο εισόδους πολυκατοικιών, οι οποίες στεγάζουν γραφεία εταιρειών, υπηρεσιών καθώς και επαγγελματικά γραφεία παροχής υπηρεσιών (π.χ ιατρεία, δικηγορικά γραφεία, γραφεία πολιτικών μηχανικών και αρχιτεκτόνων, ιδιωτικά εκπαιδευτήρια κλπ).

Αναφερόμενοι συγκεκριμένα στη θεματική ενότητα που αναλύουμε, κατασκευάζουμε τον πίνακα που ακολουθεί και ο οποίος περιέχει σε μορφή ποσοστιαίων μονάδων τη συχνότητα εμφάνισης, ανά κατηγορία νομικής μορφής, των εμπορικών επιχειρήσεων που καταγράψαμε.

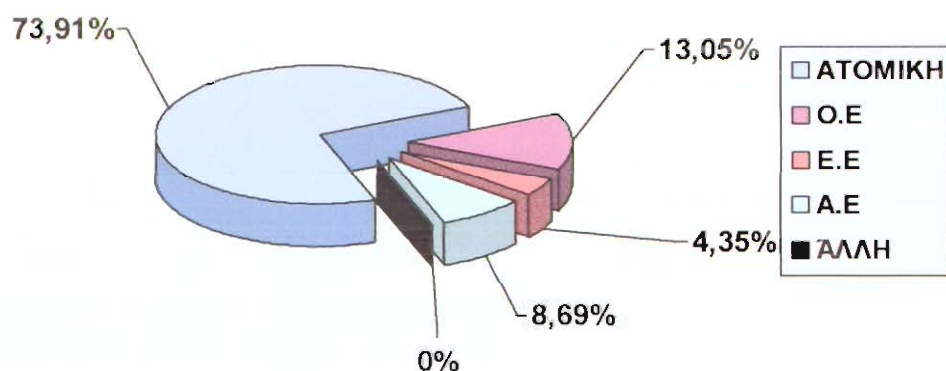
**ΠΙΝΑΚΑΣ ΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΡΦΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΟΔΟΥ ΕΡΜΟΥ**

ΜΟΡΦΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Ο.Ε	Ε.Ε	Ε.Π.Ε	Α.Ε	ΑΛΛΗ	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	17	3	1	2	0	0	23
ΠΟΣΟΣΤΟ	73,91%	13,05%	4,35%	8,69%	0%	0%	100%

(Πίνακας # 27)

Παρατηρούμε λοιπόν πως και στην οδό Ερμού το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων είναι ατομικής μορφής, με ποσοστό 74 % περίπου. Αυτό όμως που επίσης παρατηρούμε και το οποίο διαφοροποιεί τη συγκεκριμένη οδό από τις άλλες δύο εξεταζόμενες, είναι ότι η συχνότητα εμφάνισης νομικών μορφών, που παραπέμπουν σε μεγαλύτερου μεγέθους επιχειρήσεις είναι μεγαλύτερη. Αυτό υποδηλώνει τον έντονο εμπορικό χαρακτήρα του δρόμου αυτού, πράγμα που έχει οδηγήσει πολλούς επιχειρηματίες μεγαλύτερων επιχειρήσεων, να επενδύσουν ανοίγοντας επιχειρήσεις στο δρόμο αυτό. Πιθανών, η εικόνα αυτή να επιβεβαιωνόταν σε μεγαλύτερο βαθμό, εάν το δείγμα μας ήταν μεγαλύτερο, διότι οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις που δεν ανταποκρίθηκαν στην έρευνα μας ήταν νομικής μορφής που υποδηλώνει επιχείρηση μεγάλου μεγέθους.

Διαγραμματικά, οι συχνότητες των τύπων νομικής μορφής του πίνακα εμφανίζονται στο ακόλουθο διάγραμμα:



2.ε. Τρόπος δραστηριότητας επιχείρησης

Συνεχίζοντας την ανάλυση του ερωτηματολογίου θα κάνουμε αναφορά στον τρόπο με τον οποίο δραστηριοποιείται η εκάστοτε επιχείρηση. Για λόγους όμως καλύτερης απόδοσης του νοήματος της παρούσας θεματικής ενότητας, επισημαίνουμε στον αναγνώστη πως σε αυτό το σημείο θα παραθέσουμε τα αποτελέσματα που συλλέξαμε, για τη συχνότητα εμφάνισης των επιχειρήσεων με βάση τις παρακάτω τέσσερις κατηγορίες:

1. *Ιδιωτική επιχείρηση – τοπικό κατάστημα*
2. *Κεντρικό κατάστημα αλυσίδας καταστημάτων*
3. *Τοπικό υποκατάστημα αλυσίδας καταστημάτων*
4. *Υποκατάστημα με χρήση Franchise (Δικαιόχρησης)*

➤ *A. Οδός Παντανάσσης*

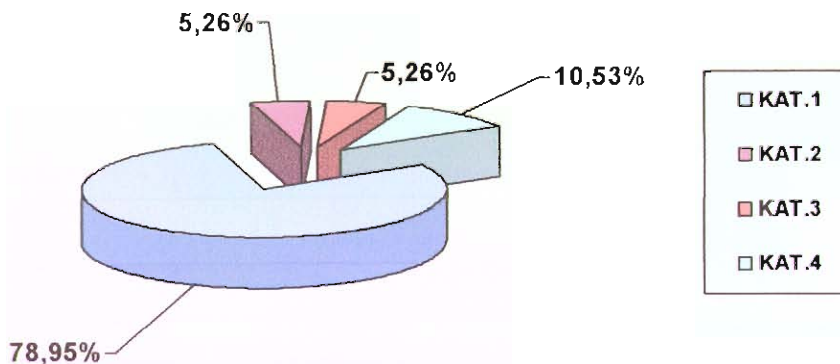
Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα μετά τη συλλογή των δεδομένων από τα ερωτηματολόγια, όσον αφορά την οδό Παντανάσσης.

ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ			
Α.Α	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΩΣ:	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
1	Ιδιωτική επιχείρηση – τοπικό κατάστημα	15	78,95%
2	Κεντρικό κατάστημα αλυσίδας καταστημάτων	1	5,26%
3	Τοπικό υποκατάστημα αλυσίδας καταστημάτων	1	5,26%
4	Υποκατάστημα με χρήση Franchise	2	10,53%
	ΣΥΝΟΛΟ	19	100%

(Πίνακας # 28)

Από το δείγμα μας (19 ερωτηματολόγια), δεκαπέντε (15) επαγγελματίες μας απάντησαν πως η επιχείρησή τους δραστηριοποιείται ως ιδιωτική επιχείρηση – τοπικό κατάστημα. Ένας (1) από αυτούς διατηρεί κεντρικό κατάστημα αλυσίδας καταστημάτων, όπως ένας (1) επίσης διατηρεί τοπικό υποκατάστημα αλυσίδας καταστημάτων. Τέλος, βρέθηκαν δύο (2) επιχειρηματίες που η επιχείρησή τους λειτουργεί με *Franchise*.

Μέσα από την παραπάνω εικόνα του πίνακα, μπορούμε να θεωρήσουμε τα αποτελέσματα αυτά αναμενόμενα με την κατηγορία που κατέχει την πλειοψηφία, να είναι η πρώτη. Δηλαδή, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων της οδού Παντανάσσης λειτουργούν ως ιδιωτικές επιχειρήσεις - τοπικά καταστήματα. Ο πίνακας αναπαριστάται διαγραμματικά ως ακολούθως:



➤ Β. Οδός Πατρέως

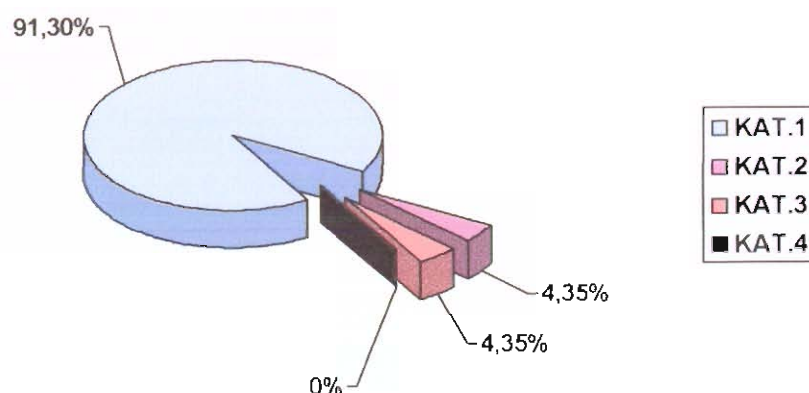
Αναμενόμενα χαρακτηρίζονται και τα αποτελέσματα που έχουμε για την οδό Πατρέως, όσον αφορά τον τρόπο δραστηριότητας των καταστημάτων του δρόμου αυτού. Τα αποτελέσματα που πήραμε είναι τα ακόλουθα:

ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΕΩΣ			
Α.Α	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΩΣ:	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
1	Ιδιωτική επιχείρηση – τοπικό κατάστημα	21	91,30%
2	Κεντρικό κατάστημα αλυσίδας καταστημάτων	1	4,35%
3	Τοπικό υποκατάστημα αλυσίδας καταστημάτων	1	4,35%
4	Υποκατάστημα με χρήση Franchise	0	0%
ΣΥΝΟΛΟ		23	100%

(Πίνακας # 29)

Δε θα μπορούσαμε να αναμένουμε κάποια διαφορετική εικόνα από αυτή που μας εμφανίζει ο προηγούμενος πίνακας. Η οδός Πατρέως είναι μια κεντρική πάροδος της Πάτρας, με αρκετή εμπορική κίνηση και αυτό αποδεικνύεται από τον αριθμό των καταστημάτων της. Τα καταστήματα αυτά όμως, είναι αναμενόμενο να είναι στη πλειοψηφία τους μικρού μεγέθους ιδιωτικές επιχειρήσεις και λιγότερο καταστήματα που ανήκουν σε αλυσίδες καταστημάτων ή λειτουργούν με Franchise. Αυτό το φαινόμενο, βέβαια παρατηρείται παντού. Δηλαδή, όσο πλησιάζουμε προς το κέντρο μιας πόλεως τα εμπορικά καταστήματα πληθαίνουν, το μέγεθος τους μεγαλώνει και επίσης οι πολύ γνωστές επωνυμίες επιχειρήσεων κάνουν συχνότερη την εμφάνιση τους. Αυτό επιβεβαιώνεται στην πόλη της Πάτρας εύκολα. Αν σκεφτούμε τις φίρμες που συναντάμε στην οδό Ερμού, στην οδό Ρήγα Φεραίου και στην οδό Αγ. Νικολάου και κάνουμε σύγκριση με την οδό Πατρέως ή την οδό Παντανάσσης, απλά θα κάνουμε επιβεβαίωση του φαινομένου.

Ας δούμε στη συνέχεια διαγραμματικά τα αποτελέσματα του παραπάνω πίνακα:



➤ Γ. Οδός Ερμού

Αντίστοιχα για την οδό Ερμού η έρευνα αποφέρει τα παρακάτω αποτελέσματα:

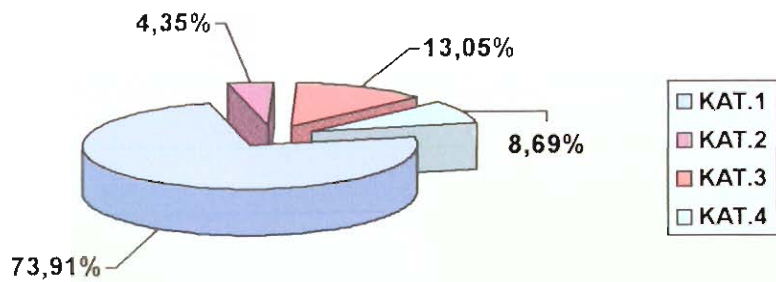
ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ			
Α.Α	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΩΣ:	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
1	Ιδιωτική επιχείρηση – τοπικό κατάστημα	17	73,91%
2	Κεντρικό κατάστημα αλυσίδας καταστημάτων	1	4,35%
3	Τοπικό υποκατάστημα αλυσίδας καταστημάτων	3	13,05%
4	Υποκατάστημα με χρήση Franchise	2	8,69%
ΣΥΝΟΛΟ		23	100%

(Πίνακας # 30)

Όπως αναφέρουμε και προηγουμένα, στο σημείο που γίνεται αναφορά για τη νομική μορφή των επιχειρήσεων, η οδός Ερμού διαφοροποιείται από τις άλλες δύο εξεταζόμενες οδούς, στο ότι η συχνότητα εμφάνισης μεγαλύτερου μεγέθους επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερη. Έτσι, λοιπόν και μέσα από τον τελευταίο πίνακα διακρίνουμε πως και στη περίπτωση της συγκεκριμένης οδού το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων της, ανήκουν στην κατηγορία *ιδιωτική επιχείρηση – τοπικό κατάστημα*. Παράλληλα, όμως παρατηρούμε ότι η συχνότητα εμφάνισης επιχειρήσεων, που ο τρόπος δραστηριότητας τους παραπέμπει σε μεγαλύτερου μεγέθους επιχειρήσεις (κατηγορίες 2,

3, και 4) είναι μεγαλύτερη στην οδό Ερμού, συγκριτικά με τις οδούς Πατρέως και Παντανάσσης. Έτσι, για ακόμα μια φορά επιβεβαιώνεται η μεγάλη εμπορική κίνηση της οδού Ερμού (μεγαλύτερη από την αντίστοιχη των δύο άλλων εξεταζόμενων οδών).

Με το διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζεται καλύτερα η εικόνα της οδού Ερμού, όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις της.



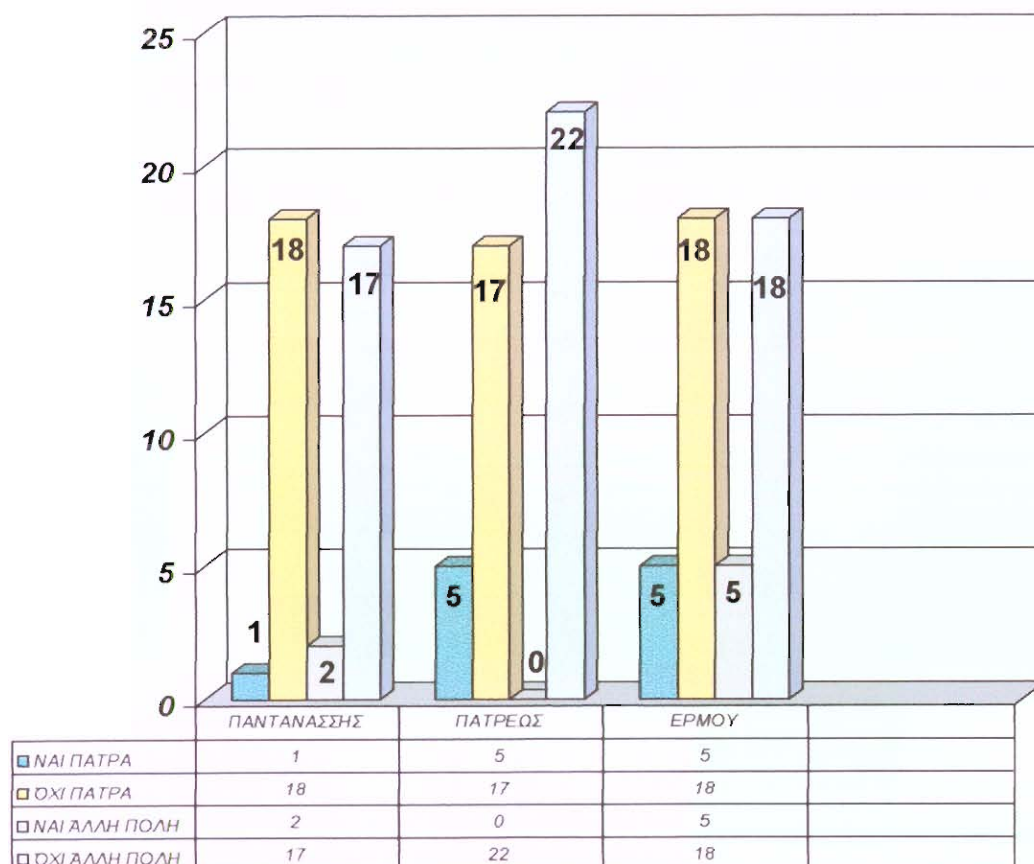
2.στ. Λειτουργία πέραν του ενός καταστήματος

Το επόμενο θέμα που εξετάσαμε μέσα από την έρευνα μας, είναι εάν και κατά πόσο ο επιχειρηματίας διατηρεί και κάποιο άλλο κατάστημα είτε μέσα στην Πάτρα είτε σε κάποια άλλη πόλη. Τα αποτελέσματα που έχουμε στη διάθεση μας εμφανίζονται στον επόμενο πίνακα:

ΟΔΟΣ ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ			
ΠΑΤΡΑ		ΑΛΛΗ ΠΟΛΗ	
ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
1	18	2	17
ΟΔΟΣ ΠΑΤΡΕΩΣ			
ΠΑΤΡΑ		ΑΛΛΗ ΠΟΛΗ	
ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
5	17	0	22
ΟΔΟΣ ΕΡΜΟΥ			
ΠΑΤΡΑ		ΑΛΛΗ ΠΟΛΗ	
ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
5	18	5	18

(Πίνακας #31)

Ο πίνακας που κατασκευάσαμε προηγουμένως, μπορεί να απεικονιστεί διαγραμματικά ως ακολούθως:



Μέσα από μια μικρή παρατήρηση στο παραπάνω γράφημα και τον πίνακα που το συνοδεύει εξάγουμε για ακόμα μία φορά το συμπέρασμα που έχουμε εξάγει ήδη και στις 2 προηγούμενες θεματικές ενότητες. Στην οδό Ερμού, λόγω της μεγαλύτερης εμπορικής κίνησης που παρατηρείται, δραστηριοποιούνται επιχειρήσεις μεγαλύτερου μεγέθους. Το γεγονός αυτό συνεπάγεται και την αύξηση της πιθανότητας εμφάνισης επιχειρήσεων, που διατηρούν κατάστημα ή καταστήματα σε άλλα σημεία της Πάτρας ή σε άλλες πόλεις, πέραν του συγκεκριμένου καταστήματος της οδού Ερμού, που επισκεφτήκαμε κατά τη διεξαγωγή της έρευνας μας.

2.ζ. Έτος ενάρξεως δραστηριότητας

Αυτή η θεματική ενότητα σκοπό έχει να παρουσιάσει τη διάρκεια ζωής των επιχειρήσεων στους τρεις δρόμους που εξετάζουμε. Έτσι, μέσα από τη μελέτη του δείγματος μας, θα μπορέσουμε να λάβουμε μια γενική εικόνα για το μέσο όρο ζωής των επιχειρήσεων των υπό εξέταση οδών. Για να μπορέσουμε να παρουσιάσουμε τα αποτελέσματα της έρευνας μας δημιουργήσαμε οκτώ κατηγορίες χρονικών ορίων, προκειμένου να κατατάξουμε τις επιχειρήσεις του δείγματος μας. Ο πίνακας που ακολουθεί στη συνέχεια παρουσιάζει αναλυτικά τα δεδομένα μας:

ΕΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΤΗ ΣΕ ΚΛΑΣΕΙΣ	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ		ΠΑΤΡΕΩΣ		ΕΡΜΟΥ	
ΑΝΟΙΞΑΝ ΜΕΣΑ ΣΤΟ 2006	1	5,26%	1	4,35%	0	0%
1 – 2	3	15,80%	7	30,43%	4	17,40%
3 – 5	3	15,80%	1	4,35%	5	21,74%
6 – 10	1	5,26%	6	26,01%	3	13,04%
11 – 15	1	5,26%	1	4,35%	5	21,74%
16 – 20	3	15,80%	3	13,04%	1	4,35%
21 – 30	2	10,52%	2	8,70%	2	8,70%
30 – 60	5	26,30%	2	8,70%	3	13,04%

(Πίνακας # 32)

Έτσι, βάση μεθόδου που μας διδάσκει η επιστήμη της στατιστικής υπολογίζουμε το μέσο όρο ζωής των επιχειρήσεων για την κάθε οδό. Επομένως, έχουμε:

ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	$0,5*1+1,5*3+4*3+8*1+13*1+18*3+25,5*2+45*5 / 19$ = 368/19	=19,37 έτη
ΠΑΤΡΕΩΣ	$0,5*1+1,5*7+4*1+8*6+13*1+18*3+25,5*2+45*2 / 23$ = 241/23	=10,48 έτη
ΕΡΜΟΥ	$0,5*0+1,5*4+4*5+8*3+13*5+18*1+25,5*2+45*3 / 23$ = 314/23	=13,65 έτη

(Πίνακας # 33)

Ο μέσος όρος ζωής των επιχειρήσεων, που υπολογίσαμε στον πίνακα #33, επιβεβαιώνεται και από τα ποσοστά του πίνακα #32. Εάν παρατηρήσουμε τα ποσοστά και νοητά χαράξουμε στο μυαλό μας μια κατανομή συχνοτήτων, θα δούμε ότι ο μέσος σε κάθε περίπτωση είναι κοντά στα έτη που υπολογίσαμε σαν μέσους όρους ζωής.

Συγκεκριμένα, η μέθοδος που ακολουθήθηκε είναι η εξής: Εξάγουμε από κάθε κλάση τον κεντρικό όρο και αυτόν τον πολλαπλασιάζουμε με την αντίστοιχη συχνότητα κάθε κλάσης. Το άθροισμα των επιμέρους γινομένων (κεντρικός όρος * συχνότητα) το διαιρούμε με το άθροισμα των συχνοτήτων που παρατηρούνται σε όλες τις κλάσεις.

2.η. Στοιχεία ιδιοκτήτη

Στην παρούσα θεματική ενότητα θα εξετάσουμε στοιχεία που σχετίζονται με τους ιδιοκτήτες των καταστημάτων, όπως ο τόπος καταγωγής τους, το μορφωτικό τους επίπεδο, το επάγγελμα των γονέων τους, η ηλικία και το φύλο τους. Δηλαδή μέσα από την ανάλυση αυτών των στοιχείων, επιδιώκουμε να παρουσιάσουμε μια εικόνα για θέματα που έχουν να κάνουν με το επίπεδο μόρφωσης των επαγγελματιών, με το εάν έχουν ακολουθήσει το επάγγελμα των γονέων τους, με το εάν εγκατέλειψαν τα χωριά τους για μια καλύτερη τύχη στην πόλη, για το ποιο φύλο και ποιες ηλικίες είναι εκείνες που ασχολούνται περισσότερο με τον επιχειρηματικό τομέα κλπ.

➤ Τόπος καταγωγής ιδιοκτήτη

Ο τόπος καταγωγής του επιχειρηματία θα μας οδηγήσει, όπως προείπαμε, στη διαμόρφωση μιας εικόνας για το ποσοστό των επιχειρηματιών που έχουν εγκαταλείψει τα χωριά ή τα μικρότερα αστικά κέντρα από όπου κατάγονται, προκειμένου να μετακομίσουν στην πρωτεύουσα του νομού και να δραστηριοποιηθούν ως ελεύθεροι επαγγελματίες. Η εξέταση του συγκεκριμένου ζητήματος γίνεται, κυρίως για να μας παρουσιάσει μια γενική εικόνα του μεγέθους του φαινομένου της αστικοποίησης στην περιοχή της Πάτρας, αλλά και για το πόσο έχουν

αναπτύξει επιχειρηματική δραστηριότητα οι αλλοδαποί που ζουν στην πόλη αυτή.

Τα αποτελέσματα της έρευνας είναι τα ακόλουθα:

ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΑΓΩΓΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΤΗ

ΠΕΡΙΟΧΗ →	ΠΑΤΡΑ		ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΧΑΪΑΣ		ΑΛΛΗ ΠΟΛΗ		ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ		Δ.Α	
	ΟΔΟΣ ↓									
ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	10	52,6%	2	10,5%	4	21,1%	1	5,25%	2	10,5%
ΠΑΤΡΕΩΣ	13	56,5%	3	13%	5	21,7%	0	0%	2	10,5%
ΕΡΜΟΥ	10	43,5%	7	30,4%	2	8,7%	1	4,4%	3	13%

(Πίνακας # 34)

Παρατηρούμε πως και στις τρεις οδούς που εξετάζουμε το μεγαλύτερο ποσοστό των επαγγελματιών κατάγονται από την Πάτρα (περίπου ένας στους δύο). Αυτό σημαίνει πως οι συγκεκριμένοι επαγγελματίες επέλεξαν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά στην ιδιαίτερη πατρίδα τους κάτι που θα συμβάλλει στην ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας της πόλεως αυτής από τους ίδιους τους Πατρινούς. Έτσι, η αγορά «κλείνει» για επιχειρηματίες από άλλες πόλεις (κυρίως Αθήνα) που επεκτείνουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες για μεγαλύτερα κέρδη, επενδύοντας σε δημιουργία νέων επιχειρήσεων στην επαρχία. Ενισχύεται, λοιπόν ο θεσμός της εντόπιας ιδιωτικής επιχείρησης και τα χρήματα αλλάζουν χέρια πλέον περισσότερο μεταξύ Πατρινών, χωρίς να «φεύγουν» από τον τόπο αυτό, συμβάλλοντας στην επιχειρηματική και γενικότερα την οικονομική ανάπτυξη του τόπου.

Από τα ποσοστά που εμφανίζονται στον παραπάνω πίνακα, συμπεραίνουμε ότι, όπως ήταν αναμενόμενο, ένα σημαντικό ποσοστό των επιχειρηματιών κατάγονται από την ευρύτερη περιοχή του νομού Αχαΐας (χωριά και κωμοπόλεις), οι οποίοι ακολουθώντας το ρεύμα της αστικοποίησης εγκατέλειψαν τα χωριά τους και πλέον ζουν και δραστηριοποιούνται ως ελεύθεροι επαγγελματίες στην πόλη της Πάτρας.

Είναι σημαντικό στο σημείο αυτό να κάνουμε μία σύντομη αναφορά στο φαινόμενο της αστικοποίησης που προαναφέραμε και να μπορέσουμε έτσι να κάνουμε μια μικρή ανάλυση των αιτιών του φαινομένου αυτού καθώς και των επιπτώσεων του.

Θα μπορούσαμε λοιπόν να δώσουμε τον εξής ορισμό για την αστικοποίηση. *Αστικοποίηση είναι η μετατόπιση της κοινωνικής ζωής, του πληθυσμού και των δραστηριοτήτων από την ύπαιθρο στην πόλη και η οργάνωση μιας νέας μορφής κοινωνικής, οικονομικής και χωρικής οργάνωσης στην πόλη.*

Πολλές είναι οι θεωρίες που αναφέρονται στην αστικοποίηση όπως οι Βεμπεριανές, οι Μαρξιστικές, οι Νέο – Μαρξιστικές, οι Νεοκλασικές, αυτές τις Πόλωσης και τέλος αυτές των Σταδίων Ανάπτυξης.

Επίσης, μεγάλοι σταθμοί της αστικοποίησης στην Ευρώπη είναι:

- Μεσαιωνική πόλη
- Πόλεις του παγκόσμιου εμπορίου
- Πόλεις της βιομηχανικής επανάστασης
- Βικτωριανή πόλη
- Πόλη της μαζικής παραγωγής
- Πόλεις γνώσεων, τεχνολογίας και ευφυΐας

Όσον αφορά τον Ελλαδικό χώρο οι εξέλιξη των Ελληνικών (Νέο – ελληνικών) πόλεων είναι η ακόλουθη:



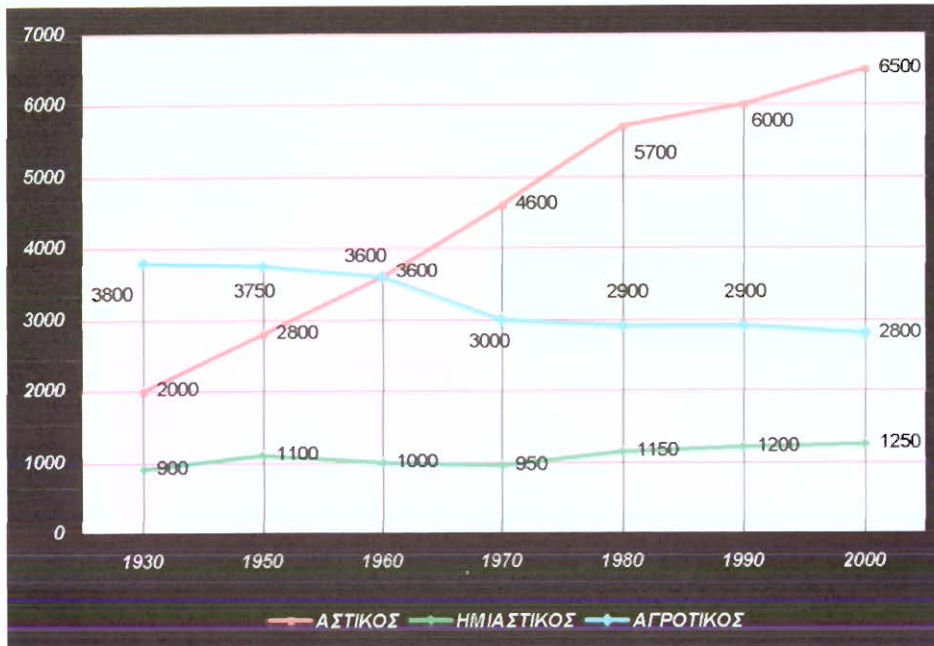
Νέο-ελληνικές πόλεις

- **1900-1920:** Ολοκλήρωση του εθνικού χώρου
- **1922:** Μικρασιατική καταστροφή, προσφυγική εγκατάσταση στην Αθήνα και Θεσσαλονίκη, νέες τεχνολογίες εμπορίου και αγροτικού τομέα, εμπορευματοποίηση, μεσοπολεμική εκβιομηχάνιση
- **1950-1970:** Ταχύρυθμη οικονομική ανάπτυξη, εκβιομηχάνιση, ξένες επενδύσεις, οι επενδύσεις ακολουθούν την αγορά (Αθήνα και Θεσσαλονίκη), εμπόριο, βιομηχανία, υπηρεσίες πολώνονται γεωγραφικά, η διπλή αγορά κατοικίας (αντιπαροχή και αυτοστέγαση), αυθαίρετη δόμηση και εργατικά προάστια
- **1980-1990:** Οικονομική και περιβαλλοντική κρίση, ανεργία, υπερχρέωση, παραοικονομία, αυθαίρετη δόμηση και δεύτερη κατοικία, δυϊσμός, αποβιομηχάνιση και νεοεκβιομηχάνιση, ανάπτυξη αλλά και διαστρωμάτωση, νέες πληθυσμιακές ομάδες, ενδιάμεσες πόλεις, διεθνοποίηση.
- **1990 - :** Βήματα παγκοσμιοποίησης. Η υπερσυγκέντρωση στο ΠΣ Αθηνών. Η διεθνοποίηση των Αθηνών (πληθυσμιακή σύνθεση, μεγάλα έργα, ολυμπιακοί αγώνες 2004). Η Βαλκανική Θεσσαλονίκη.

Ενώ η εξέλιξη της αστικοποίησης του πληθυσμού στη χώρα μας από το 1930 μέχρι τις μέρες μας φαίνεται στο γράφημα που ακολουθεί στην επόμενη σελίδα:



ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΑΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ



(Πίνακας # 35)

Σημ: Τα μεγέθη στον κατακόρυφο άξονα είναι σε χιλιάδες για χάρη ευκολίας αλλά υπονοούν εκατομμύρια άτομα (πληθυσμό). Το παραπάνω γράφημα στηρίζεται σε αντίστοιχο που αντλήσαμε από το βιβλίο του Θ. Κατσανέβα « Εργασιακές Σχέσεις» και έχει μερικώς τροποποιηθεί προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες τις παρούσας εργασίας.

Τα ποσοστά όμως έδειξαν πως ένα επίσης σημαντικό ποσοστό των επαγγελματιών κατάγονται από άλλη πόλη κυρίως από Αθήνα, Αργίνο καθώς και από Ζάκυνθο και Λευκάδα. Παρατηρούμε λοιπόν πως από την ευρύτερη περιοχή της Δυτικής Ελλάδος, η Πάτρα ως Μητρόπολη της περιοχής έχει προσελκύσει ανθρώπους, οι οποίοι μπορεί στην αρχή να ήρθαν στην Πάτρα ως εργάτες ή ως φοιτητές, εν συνεχεία να παρέμειναν στην πόλη και σήμερα να έχουν αποκτήσει τη δική τους επιχείρηση.

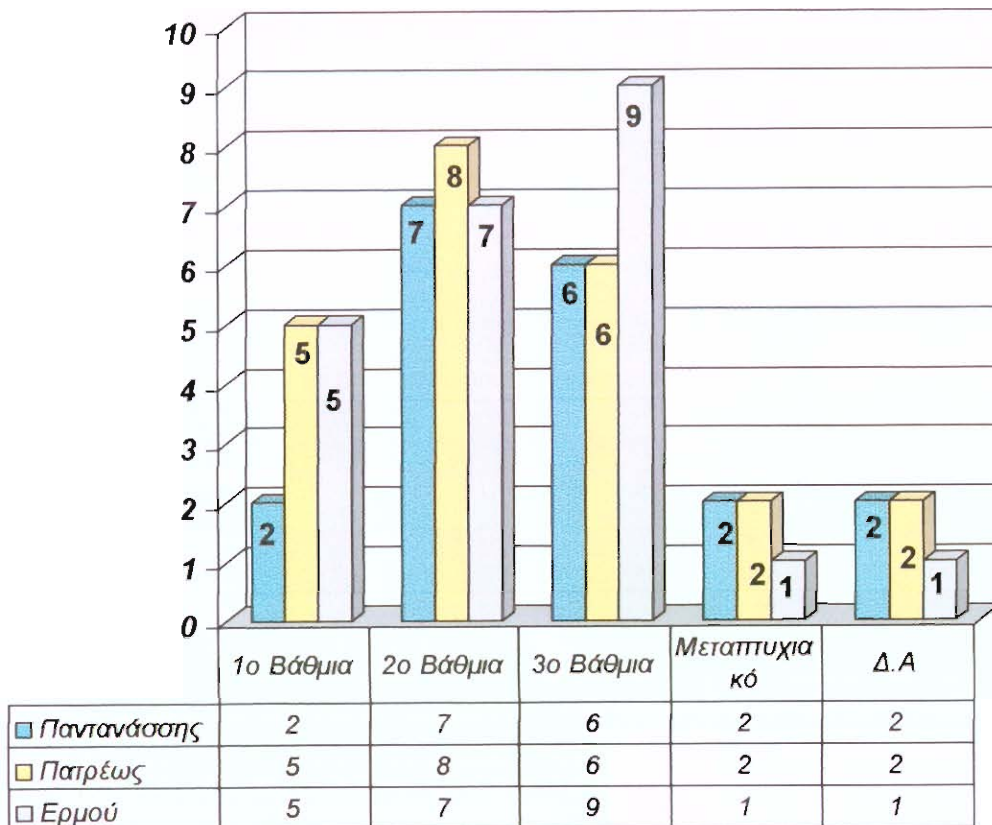
Πάντως, με μία καλύτερη παρατήρηση του πίνακα στα ποσοστά και των τριών οδών στη στήλη « ΑΛΛΗ ΠΟΛΗ» θα μπορούσαμε να συμπεράνουμε πως στην οδό Ερμού η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρηματιών είναι μέσα από την Πάτρα και την περιοχή του νομού Αχαΐας. Αυτό σημαίνει ότι οι ντόπιοι (ισχυροί) επαγγελματίες έχουν καταλάβει οι ίδιοι το μεγαλύτερο μέρος αυτού του εμπορικού δρόμου δυσχεραίνοντας έτσι την είσοδο επιχειρηματιών από άλλες περιοχές και οδηγώντας τους έτσι στο να επιλέξουν άλλους δρόμους για να αναπτύξουν τη δραστηριότητα τους. Αυτό συνεπώς μπορεί να έχει ως επακόλουθο τη μη επιτυχημένη πορεία τους στην εντόπια αγορά. Αυτό μπορούμε να το επιβεβαιώσουμε και από τα ποσοστά των πινάκων που αναφέρονται στους κλειστούς και κενούς χώρους (Παντανάσσης 16, Πατρέως 12, Ερμού 5 χώροι). Αυτό αποδεικνύει πως ακόμα και από πλευράς χώρων δεν υπάρχει περιθώριο εισαγωγής νέων επιχειρηματιών στην οδό Ερμού κάτι που είναι περισσότερο εφικτό στις άλλες δύο οδούς, που είναι μικρότερες και λιγότερο εμπορικές.

Τέλος, να αναφέρουμε πως συναντήσαμε ένα μικρό ποσοστό επαγγελματιών που κατάγονται από το εξωτερικό (Αλβανία και Πολωνία) κάτι που σημαίνει πως πέρα από τους Κινέζους που έχουν εισβάλλει σημαντικά στην Ελληνική αγορά, με το εμπόριο των ενδυμάτων, υπάρχουν και άλλοι αλλοδαποί, κυρίως εθνικοτήτων που συναντάμε αρκετά χρόνια στην Ελλάδα, όπως Αλβανοί και Πολωνοί που έχουν καταφέρει σήμερα να μην απασχολούνται ως εργάτες αλλά να έχουν δημιουργήσει τη δική τους επιχείρηση.

➤ Μορφωτικό επίπεδο και ηλικία ιδιοκτήτη

Όπως έχουμε αναλύσει τα μέχρι τώρα επιμέρους θέματα του ερωτηματολογίου μας, έτσι θα προχωρήσουμε στην ανάλυση του επόμενου θέματος που είναι αυτό του μορφωτικού επιπέδου των επιχειρηματιών. Μέσα από την ανάλυση του συγκεκριμένου θέματος, επιδίωξη μας είναι η διαμόρφωση μιας γενικής εικόνας για το επίπεδο ακαδημαϊκής εκπαίδευσης των επαγγελματιών. Έτσι, θα μπορέσουμε να εξαγάγουμε κάποια συμπεράσματα, για το εάν και κατά πόσο η επιλογή του συγκεκριμένου επαγγέλματος έγινε επειδή υπάρχει εξειδικευμένη εκπαίδευση πάνω στον τομέα οικονομίας και διοίκησης ή είναι μία επιλογή που προέκυψε αναγκαστικά λόγω, πιθανόν, μη δυνατότητας σπουδών ή ενδεχόμενα λόγω συνέχισης του επαγγέλματος του γονέα κλπ. Στο σημείο αυτό, είναι σημαντικό να αναφέρουμε πως πολλοί επαγγελματίες, κυρίως μεγαλύτερων ηλικιών, ασχολούνται με το εμπόριο έχοντας λάβει μόνο τη βασική εκπαίδευση του δημοτικού και ασκούν όλα αυτά τα χρόνια το επάγγελμα βάσει της εμπειρίας τους και του εμπορικού δαιμόνιου που τους διακρίνει. Βέβαια, ως γνωστόν, το περιβάλλον των επιχειρήσεων είναι πολύ δυναμικό. Συνεχώς εξελίσσεται και διαμορφώνεται ανάλογα με τα καταναλωτικά πρότυπα, τις συνήθειες των καταναλωτών, τον ανταγωνισμό, τις εγχώριες και διεθνείς εξελίξεις, την τεχνολογία κλπ. Έτσι, επειδή στη σημερινή εποχή οι επιχειρήσεις καλούνται να δραστηριοποιηθούν σε ένα περιβάλλον με τα χαρακτηριστικά που προαναφέραμε, θα πρέπει να στελεχώνονται και να διοικούνται από άτομα που θα φέρουν τουλάχιστον μια βασική κατάρτιση επί των θεμάτων της διοίκησης και της οικονομίας, για να μπορέσουν να επιβιώσουν.

Τα αποτελέσματα που πήραμε από την έρευνα μας και για τις τρεις οδούς που εξετάζουμε αναφέρονται στο διάγραμμα που ακολουθεί στην επόμενη σελίδα:



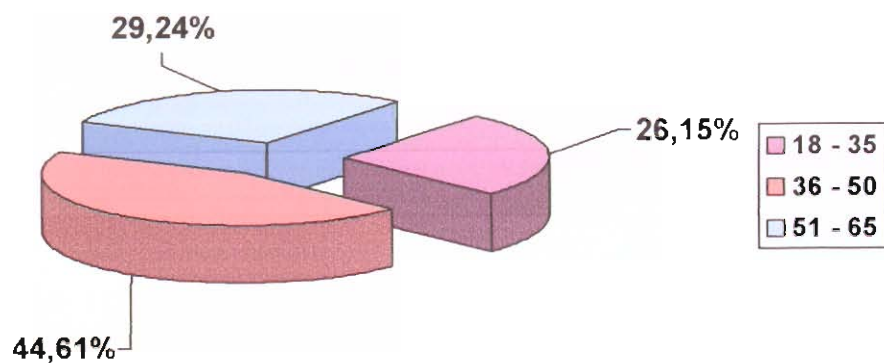
Παρατηρώντας λοιπόν το γράφημα συμπεραίνουμε ότι η πλειοψηφία των επιχειρηματιών έχουν λάβει εκπαίδευση 2^ο βάθμια και αμέσως μετά η κατηγορία που ακολουθεί με τις μεγαλύτερες συχνότητες είναι αυτή της 3^ο βάθμιας εκπαίδευσης με ελάχιστη διαφορά από την πρώτη. Μικρότερα είναι τα ποσοστά που αντιστοιχούν σε επιχειρηματίες που έχουν λάβει 1^ο βάθμια εκπαίδευση, κάτι που φανερώνει σαφώς την άνοδο του μορφωτικού επιπέδου των Ελλήνων τα τελευταία χρόνια.

Το μορφωτικό επίπεδο θα μπορούσαμε να το δούμε σαφώς και σε συνδυασμό με την ηλικία των ατόμων που πήραν μέρος στην έρευνα. Επομένως, τα αποτελέσματα που πήραμε μέσα από την έρευνα μας είναι αυτά που παραθέτουμε στον πίνακα της επόμενης σελίδας:

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ		→	1 ^ο ΒΑΘΜΙΑ	2 ^ο ΒΑΘΜΙΑ	3 ^ο ΒΑΘΜΙΑ	ΜΕΤΑ ΠΤΥΧΙΑΚΟ	Δ.Α
ΟΔΟΣ	ΗΛΙΚΙΑ						
↓	↓						
ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	18 – 35	1	3	4	1	0	
	36 – 50	0	2	1	1	1	
	51 – 65	1	2	1	0	1	
ΠΑΤΡΕΩΣ	18 – 35	0	2	2	1	0	
	36 – 50	2	6	2	1	1	
	51 – 65	3	0	2	0	1	
ΕΡΜΟΥ	18 – 35	1	0	2	0	0	
	36 – 50	1	5	5	1	0	
	51 – 65	3	2	2	0	1	

(Πίνακας # 36)

Από τους συνολικά 65 επαγγελματίες και των τριών οδών που εξετάσαμε οι 17 ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία των 18 – 35 δηλαδή το 26,15%, οι 29 στην ηλικιακή κατηγορία 36 – 50 δηλαδή το 44,61% και οι υπόλοιποι 19, δηλαδή το 29,24%, στην κατηγορία 51 – 65. Το διάγραμμα που ακολουθεί μας παρουσιάζει τις αναλογίες των τριών ηλικιακών κατηγοριών, συνολικά και για τις τρεις οδούς που εξετάζουμε:



Για να δούμε, όμως το μορφωτικό επίπεδο ανά ηλικιακή κατηγορία και να εξάγουμε συμπεράσματα, θα έπρεπε κανονικά να έχουμε τον ίδιο αριθμό ατόμων σε κάθε ηλικιακή κατηγορία, ούτως ώστε η σύγκριση να γίνει σε ισόποσα δείγματα. Κάτι τέτοιο όμως δε συμβαίνει όπως διαπιστώνουμε και από το παραπάνω διάγραμμα.

Γενικά, θα μπορούσαμε κρίνοντας από τα αριθμητικά αποτελέσματα του πίνακα, να πούμε πως σαφέστατα οι ηλικίες από 18 - 35 παρουσιάζουν το υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο, με τις ηλικίες που ακολουθούν να είναι αυτές μεταξύ 36 - 50 και τις ηλικίες από 51 - 65 να υστερούν αρκετά σε σχέση με τις δύο άλλες.

➤ Το γένος του ιδιοκτήτη

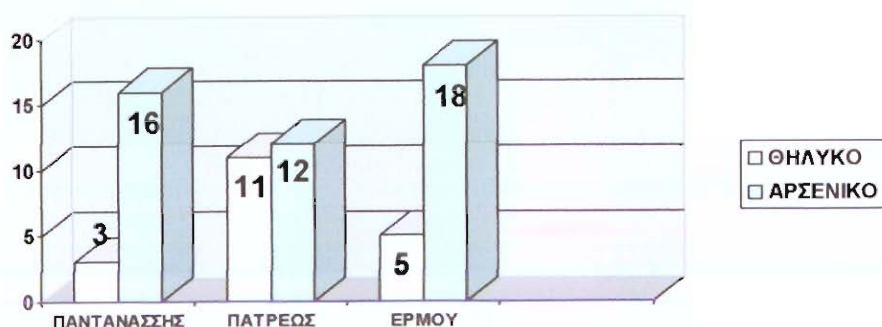
Η ερώτηση αυτή είναι απλή, πλην όμως η σημασία της είναι σημαντική. Η σημαντικότητα της έγκειται στο ότι μέσα από την ερώτηση αυτή επιχειρούμε να εξάγουμε συμπεράσματα για το ποίο από τα δύο φύλα δραστηριοποιείται περισσότερο στον χώρο του εμπορίου και των επιχειρήσεων γενικότερα.

Τα αποτελέσματα είναι τα ακόλουθα:

ΟΔΟΣ	ΦΥΛΟ	
	ΘΗΛΥΚΟ	ΑΡΣΕΝΙΚΟ
ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	3	16
ΠΑΤΡΕΩΣ	11	12
ΕΡΜΟΥ	5	18

(Πίνακας # 36)

Τα αποτελέσματα του πίνακα φαίνονται και διαγραμματικά παρακάτω:



Παραδοσιακά το εμπόριο συνεχίζει να είναι ανδροκρατούμενο. Αυτό φαίνεται και μέσα από την έρευνα που διενεργήσαμε και τα αποτελέσματα το αποδεικνύουν. Ωστόσο, φανερά αισθητή είναι πλέον η παρουσία των γυναικών στο χώρο των επιχειρήσεων και αυτό σαφέστατα είναι αποτέλεσμα της σύγχρονης κοινωνικής πραγματικότητας. Εντύπωση μάλιστα προκαλεί το αποτέλεσμα της οδού Πατρέως, όπου η εμπορική δραστηριότητα εμφανίζεται μοιρασμένη, σχεδόν στη μέση 12 και 11, τόσο σε άντρες όσο και σε γυναίκες αντίστοιχα.

Στο σημείο αυτό, θα παραμείνουμε λίγο ακόμα στην παρούσα θεματική ενότητα που εξετάζουμε και θα αναφερθούμε στις βαθύτερες επιπτώσεις που έχει στη δομή και λειτουργία της σύγχρονης κοινωνίας, η επιχειρηματικότητα της γυναίκας αλλά και η εργασιακή της απασχόληση.

Είναι αντιληπτό από όλους πως τα τελευταία 20 με 25 χρόνια απελευθερώνεται αποφασιστικά η γυναικεία εργασία. Ήδη η συμμετοχή των γυναικών ηλικίας κάτω των 15 ετών στην παραγωγική διαδικασία εκτιμάται ότι ξεπερνά το 20%, έναντι 19,1% στην Ολλανδία, 19,4% στην Ιταλία και 22% στη Νορβηγία, που πρόκειται για χώρες αρκετά αναπτυγμένες. Να λοιπόν ένας ευαίσθητος τομέας στον οποίο η χώρα μας θεωρείται από τις πρωτοπόρες.

Βέβαια, η εξέλιξη αυτή συνεπάγεται πολλά για τον σύγχρονο τρόπο ζωής. Δεν έχει οδηγήσει μόνο σε αύξηση της συνολικής προσφοράς εργασίας, αλλά και σε νέα στάθμιση της οικογένειας στο σύνολο της ευρύτερης κοινωνικής λειτουργίας. Βαθμιαία, η οικογένεια τείνει να χάσει τη θεσμική της σημασία. Η εμπορευματοποίηση της εργασίας της γυναίκας υπονομεύει τους κοινωνικούς της τίτλους. Σήμερα απασχολείται σχεδόν το ένα τέταρτο του συνολικού γυναικείου πληθυσμού. Σίγουρα δε χωρά αμφιβολία και στο ότι η εργασία των γυναικών έχει για την οικονομία υψηλότερο κόστος από την εργασία των ανδρών. Με την ευρύτερη συμμετοχή της γυναίκας στο δημόσιο κοινωνικό βίο έχει συντελεστεί μια χαλάρωση στην ιεραρχική σχέση γονέων και παιδιών. Τόσο περισσότερο όσο και ο αριθμός των εργαζομένων ανήλικων αυξάνεται. Καμία όμως δύναμη δεν είναι σε θέση να εμποδίσει την εξέλιξη του φαινομένου αυτού στη χώρα μας.

Ιδιαίτερη σημασία έχει αυτή η εξέλιξη και στον αγροτικό τομέα, όπου έχει σχεδόν εκλείψει η οικογενειακή αγροτική εκμετάλλευση. Τα παιδιά των αγροτών ολοένα και περισσότερο στρέφονται σε επαγγέλματα λιγότερο «σκληρά» από αυτό του αγρότη και μεταφέρονται για να ζήσουν στις πόλεις ή επιλέγουν να ασχοληθούν με τα γράμματα. Το φαινόμενο άλλωστε της αστικοποίησης το εξετάσαμε εκτενέστερα προηγούμενα στην ενότητα 2.η. Αυτός επομένως είναι ένας από τους λόγους για τους οποίους το κόστος της αγροτικής παραγωγής γίνεται ολοένα και μεγαλύτερο.

Τελειώνοντας, να προσθέσουμε ότι η ριζική αλλαγή που έχει επέλθει στον τρόπο ζωής μας, οφείλεται και στο γεγονός ότι όλο και περισσότερα μέλη από μια οικογένεια εργάζονται. Μάλιστα όπως αναφέραμε και πριν ο αριθμός των παιδιών που ξεκινούν εργασία πριν ακόμη ενηλικιωθούν, είναι συνεχώς αυξανόμενος. Αυτό κι όταν ακόμη οι επιμέρους αμοιβές του εκάστοτε εργαζόμενου μέλους της οικογένειας δεν κρίνονται ικανοποιητικές, επιτρέπει την αύξηση του επιπέδου διαβίωσης, κάτι που έρχεται σε αντίθεση με το παραδοσιακό κοινό οικογενειακό ταμείο. Αυτό φυσικά το φαινόμενο είναι ένας από τους λόγους που οδηγεί σε υψηλότερες καταναλωτικές δαπάνες.

2.θ. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για επιδοτούμενα προγράμματα και τραπεζικό δανεισμό

Στην προσπάθεια για άντληση περισσότερων πληροφοριών που σχετίζονται με το εμπόριο και γενικότερα την επιχειρηματικότητα, διαμορφώσαμε και συμπεριλάβαμε στο ερωτηματολόγιο μας ένα ερώτημα που αφορά τα επιδοτούμενα προγράμματα του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (2000 – 2006).

Έτσι, μέσα από το ερώτημα μας αυτό, προς τους εμπόρους, μπορέσαμε να εξαγάγουμε κάποια γενικά συμπεράσματα για τον αντίκτυπο των προγραμμάτων αυτών στους επαγγελματίες και το βαθμό που τελικά τους εξυπηρέτησε (αυτοί που έκαναν χρήση κάποιου προγράμματος). Τέλος, επιχειρήσαμε μέσω αυτού του ερωτήματος να συμπεράνουμε πόσο τελικά η προσπάθεια αυτή του κράτους και της Ε.Ε γενικότερα, για ανάπτυξη των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων του εμπορίου, απέδωσε καρπούς ή ήταν τελικά κάτι που θα το χαρακτηρίζαμε ως προνόμιο λίγων.

Τα αποτελέσματα, λοιπόν της έρευνας μας για το συγκεκριμένο ζήτημα είναι τα ακόλουθα:

ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ				
ΕΚΑΝΑΘΩΣΑΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΝΑΙ			2
	ΟΧΙ			17
ΕΠΩΦΕΛΗΘΗΚΑΝ	ΝΑΙ			2
	ΟΧΙ	ΕΛΛΕΙΨΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	7	Δ.Α
		ΕΛΛΕΙΨΗ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΩΝ	8	1
		ΑΛΛΟΙ ΛΟΓΟΙ	1	

(Πίνακας # 37)

Αντίστοιχα για την οδό Πατρέως τα αποτελέσματα έχουν ως ακολούθως:

		ΠΑΤΡΕΩΣ		
ΕΚΔΗΛΩΣΑΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΝΑΙ		3	
	ΟΧΙ		20	
ΕΠΩΦΕΛΗΘΗΚΑΝ	ΝΑΙ		2	
	ΟΧΙ	ΕΛΛΕΙΨΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	5	Δ.Α
		ΕΛΛΕΙΨΗ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΩΝ	12	1
		ΑΛΛΟΙ ΛΟΓΟΙ	3	

(Πίνακας # 38)

Και τέλος ο αντίστοιχος πίνακας για την οδό Ερμού είναι ο ακόλουθος:

		ΕΡΜΟΥ		
ΕΚΔΗΛΩΣΑΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΝΑΙ		7	
	ΟΧΙ		16	
ΕΠΩΦΕΛΗΘΗΚΑΝ	ΝΑΙ		3	
	ΟΧΙ	ΕΛΛΕΙΨΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	7	Δ.Α
		ΕΛΛΕΙΨΗ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΩΝ	9	0
		ΑΛΛΟΙ ΛΟΓΟΙ	4	

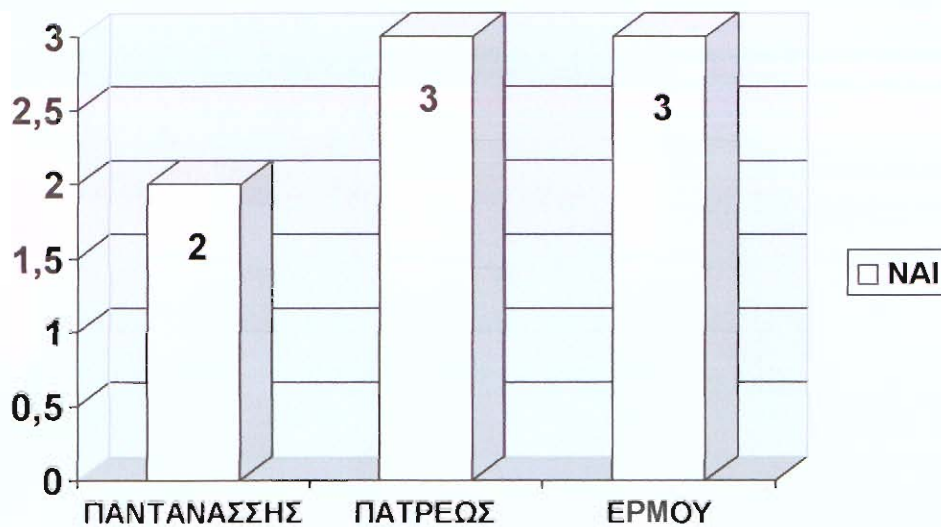
(Πίνακας # 39)

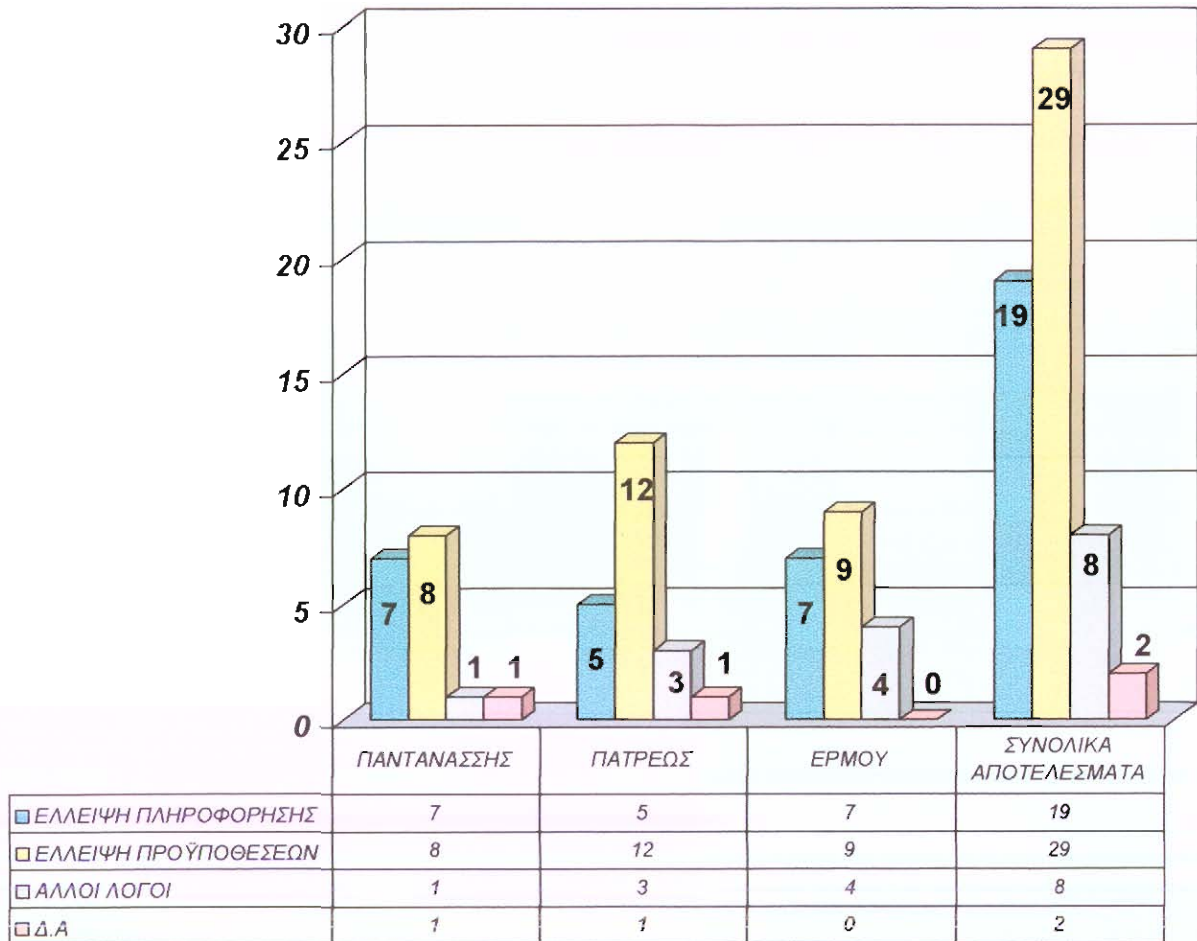
Κρίνοντας από τα αποτελέσματα που αναφέρονται στους προηγούμενους πίνακες και από τα ακόλουθα διαγράμματα:

ΕΚΔΗΛΩΣΑΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ



ΕΠΩΦΕΛΗΘΗΚΑΝ





μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το μεγαλύτερο μέρος των εμπόρων δεν επωφελήθηκε από κάποιο επιδοτούμενο πρόγραμμα λόγω ελλείψεως προϋποθέσεων. Εν συνεχεία ο επόμενος λόγος για τον οποίο οι έμποροι, των οδών που εξετάζουμε, δεν επωφελήθηκαν από κάποιο επιδοτούμενο πρόγραμμα, είναι αυτός της ελλείψεως πληροφόρησης σχετικά με τα προγράμματα αυτά. Τέλος, ορισμένοι από τους εμπόρους που συμμετείχαν στην έρευνα, μας ανέφεραν και κάποιους άλλους λόγους για τους οποίους δεν εκδήλωσαν ενδιαφέρον για κάποιο από τα επιδοτούμενα προγράμματα που υπάρχουν.

Συγκεκριμένα, αρκετοί επαγγελματίες μας ανέφεραν πως πρόκειται για διαδικασίες φοβερά χρονοβόρες, λόγω των γραφειοκρατικών διαδικασιών που πρέπει να ακολουθηθούν, προκειμένου κάποιος να συμμετάσχει σε ένα τέτοιο πρόγραμμα. Βέβαια, υπήρξαν και κάποιοι που μας απάντησαν ότι δεν εκδήλωσαν ενδιαφέρον για λόγους συνταξιοδότησης όπως επίσης κάποιοι άλλοι μας απάντησαν πως δεν τους ενδιαφέρει να αναπτύξουν την ήδη υπάρχουσα επιχείρησή τους.

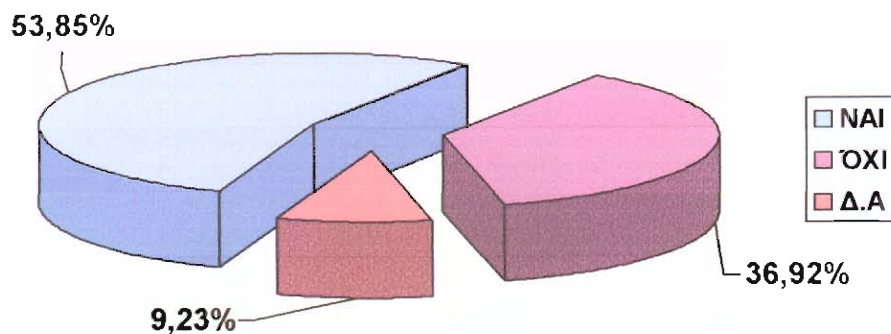
Στο επόμενο ερώτημα που τους θέσαμε, σχετικά με το αν χρειάστηκε να προβούν σε κάποιο δανεισμό ως επιπρόσθετη πηγή άντλησης κεφαλαίων, πέρα από τη χρηματική ενίσχυση της επιδότησης, μας απάντησαν πως τα ίδια τα προγράμματα αυτό το προβλέπουν. Ωστόσο, υπήρξαν ορισμένοι από αυτούς που έκαναν επιπρόσθετη χρήση δανείου, πέρα από αυτή που προβλέπει το πρόγραμμα.

Τέλος, τους θέσαμε και το ερώτημα για το εάν, γενικότερα, είτε ως ιδιώτες είτε ως επιχειρηματίες κάνουν χρήση τραπεζικών δανείων και μας απάντησαν ως εξής:

	ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΗΣ	ΠΑΤΡΕΩΣ	ΕΡΜΟΥ	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΝΑΙ	10	11	14	35	53,85%
ΟΧΙ	8	7	9	24	36,92%
Δ.Α	1	5	0	6	9,23%
ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ				65	100%

(Πίνακας # 40)

Διαγραμματικά ο πίνακας αναπαριστάται ως ακολούθως:

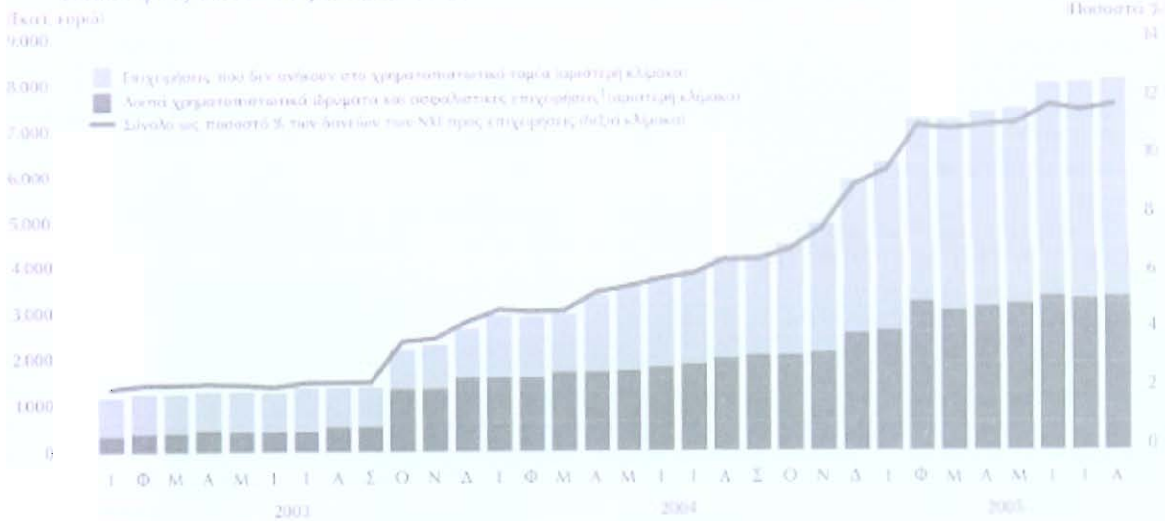


Προφανώς, το μεγαλύτερο ποσοστό των επαγγελματιών κάνει χρήση τραπεζικών δανείων είτε με την επιχειρηματική ιδιότητα είτε με αυτή του ιδιώτη. Αυτό το αποτέλεσμα θα το χαρακτηρίσαμε ως αναμενόμενο, κρίνοντας από την εικόνα που παρουσιάζει η αγορά των δανείων στην Ελλάδα, κυρίως από το 2000 και μετά, εικόνα με ανοδικές τάσεις.

Ωστόσο, μία επιβράδυνση αρχίζει να παρουσιάζεται στην τραπεζική χρηματοδότηση επιχειρήσεων και νοικοκυριών. Πιο συγκεκριμένα, περαιτέρω επιβράδυνση παρουσίασε τους πρώτους οκτώ μήνες του 2005 ο ετήσιος ρυθμός αύξησης των τραπεζικών δανείων προς τις επιχειρήσεις, ο οποίος τον Αύγουστο διαμορφώθηκε σε 6,6% (δ' τρίμηνο του 2004: 8,6%). Στο σημείο αυτό να τονίσουμε πως η εξέλιξη αυτή του ρυθμού της τραπεζικής χρηματοδότησης των επιχειρήσεων, επηρεάζεται από την έκδοση ομολογιακών δανείων από τις επιχειρήσεις, οι οποίες με τον τρόπο αυτό υποκαθιστούν ή συμπληρώνουν τον τραπεζικό δανεισμό τους. Η πορεία των ομολογιακών δανείων στην Ελλάδα από τον Ιανουάριο του 2003 – Αύγουστο του 2005 φαίνεται από το γράφημα που ακολουθεί:

Διάγραμμα IV.3

Ομολογιακά δάνεια επιχειρήσεων στα χαρτοφυλάκια των ΝΧΙ στην Ελλάδα
(Ιανουάριος 2003 - Αύγουστος 2005)



1. Η συμμετοχή των ασφαλιστικών επιχειρήσεων στο μέγεθος αυτό δεν ξεπερνά το 2%.

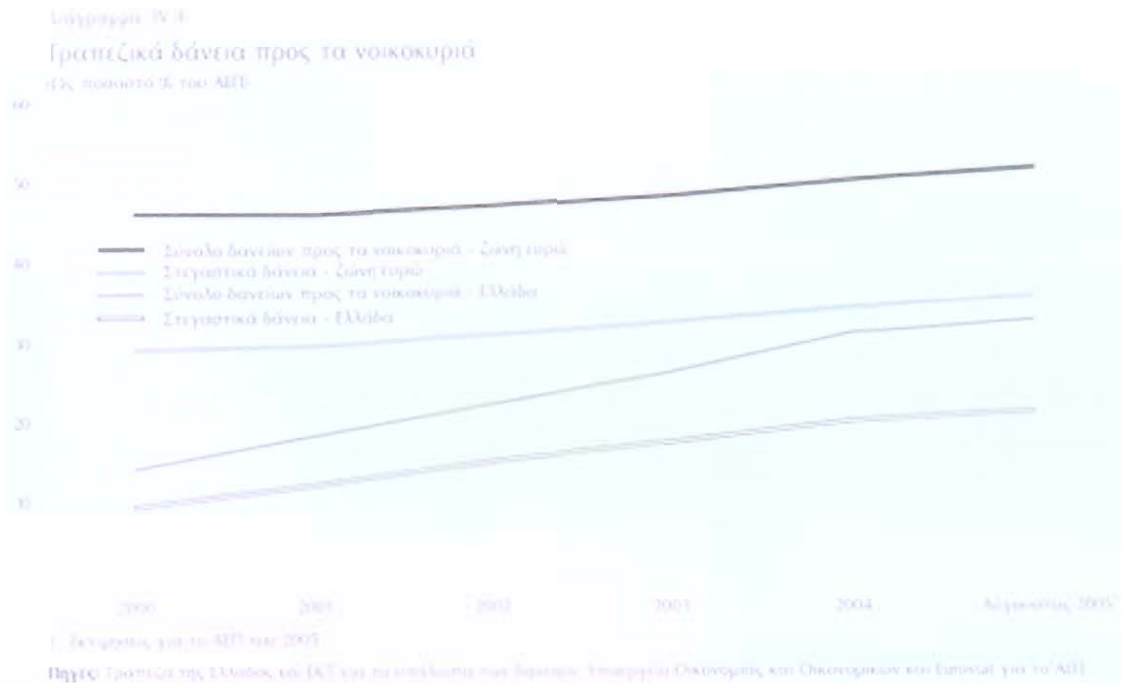
Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

(Πηγή: Νομισματική πολιτική. Ενδιάμεση έκθεση 2005. Οκτώβριος 2005. Τράπεζα της Ελλάδος)

Ωστόσο, στα πλαίσια της παρούσας εργασίας εξετάζουμε περιπτώσεις κυρίως πολύ μικρών επιχειρήσεων κάτι που αυτομάτως δηλώνει πως αυτές οι επιχειρήσεις δεν σχετίζονται με την έκδοση ομολογιακών δανείων λόγω του πολύ μικρού τους μεγέθους.

Επίσης, η πορεία της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων και των νοικοκυριών στην Ελλάδα φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί στην επόμενη σελίδα και αφορά τα έτη από το 2001 έως και τον Αύγουστο του 2005.

Τέλος, το επόμενο γράφημα που ακολουθεί παρουσιάζει τα τραπεζικά δάνεια προς τα νοικοκυριά από το έτος 2000 έως και τον Αύγουστο του 2005:



(Πηγή: Νομισματική πολιτική. Ενδιάμεση έκθεση 2005. Οκτώβριος 2005. Τράπεζα της Ελλάδος)

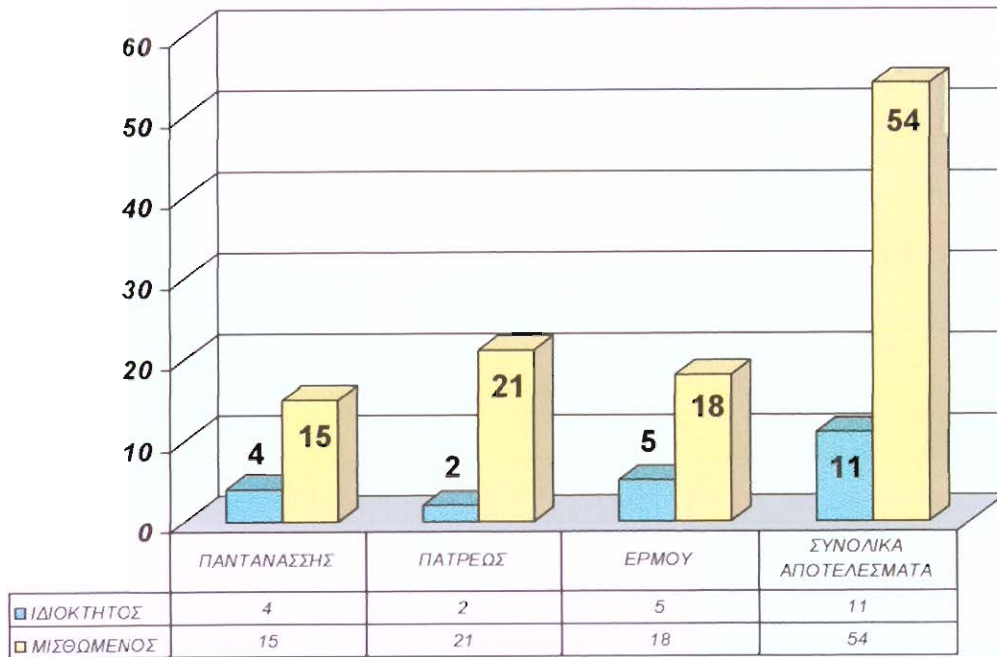
Η παραπάνω αναφορά σε αυτά τα μακροοικονομικά θέματα δε σχετίζεται άμεσα με το θέμα της παρούσας εργασίας. Σκοπό έχει να παρουσιάσει τη γενικότερη εικόνα στην αγορά δανείων στον Ελλαδικό χώρο για να επιβεβαιωθεί το μεγάλο ποσοστό των δανειοληπτών – εμπόρων (ή ως ιδιώτες) που πήραν μέρος στην έρευνα μας.

2.1. Ο χώρος της επιχείρησης

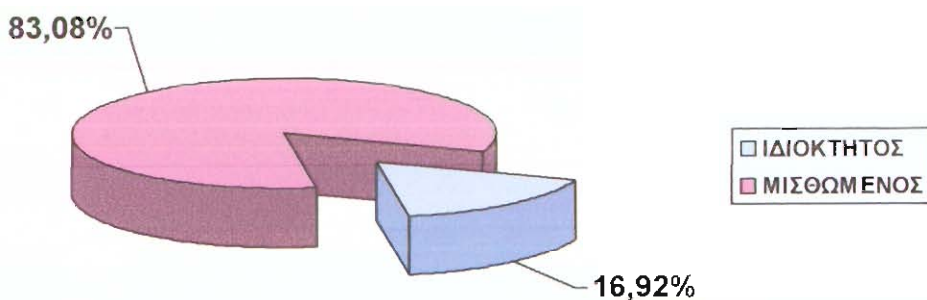
Στην παρούσα θεματική ενότητα εξετάζουμε το ζήτημα της ιδιοκτησίας και της μίσθωσης του χώρου. Σκοπός μας είναι να εξετάσουμε ποιο ποσοστό των επαγγελματιών λειτουργεί την επιχείρησή του σε

ιδιόκτητο χώρο και ποιο ποσοστό των επαγγελματιών έχει στήσει την επιχείρησή του σε χώρο μισθωμένο.

Ευθύς αμέσως παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που έδωσε η έρευνα για την παρούσα θεματική ενότητα:



Δηλαδή ποσοστιαία τα παραπάνω αποτελέσματα φαίνονται στο γράφημα που ακολουθεί:



Η εικόνα που μας παρουσιάζουν τα παραπάνω αποτελέσματα δηλώνει τη μεγάλη ποσοστιαία διαφορά ανάμεσα σε επαγγελματίες που

δραστηριοποιούνται σε χώρο ιδιόκτητο και σε αυτούς που δραστηριοποιούνται σε χώρο μισθωμένο.

Θα χαρακτηρίζαμε αναμενόμενο το αποτέλεσμα αυτό, εάν λάβουμε υπόψη, αρχικά, πως η περιοχή ερευνάς μας είναι το κέντρο της Πάτρας, κάτι που σημαίνει, αρχικά, πως οι διαθέσιμοι – μη κατειλημμένοι χώροι είναι ελάχιστοι. Εν συνεχεία, εάν σκεφτούμε πως εξετάζουμε περιπτώσεις πολύ μικρών επιχειρήσεων, καταλαβαίνουμε πως στις περισσότερες των περιπτώσεων είναι αδύνατο για τους επαγγελματίες να αγοράσουν το χώρο στον οποίο δραστηριοποιούνται, λόγω ελλείψεως κεφαλαίων. Εάν βέβαια, εξετάσουμε το γεγονός αυτό και από την πλευρά των ιδιοκτητών των ακινήτων, θα διαπιστώσουμε πως η πλειοψηφία των περιπτώσεων δεν ενδιαφέρεται να πωλήσει έναν χώρο που κατέχει στο κέντρο της πόλεως, αφού με την ενοικίαση μπορεί να τον εκμεταλλεύεται εφόρου ζωής, έχοντας ένα πάγιο μηνιαίο εισόδημα και αργότερα να τον κληροδοτήσει στη νεότερη γενεά της οικογένειας.

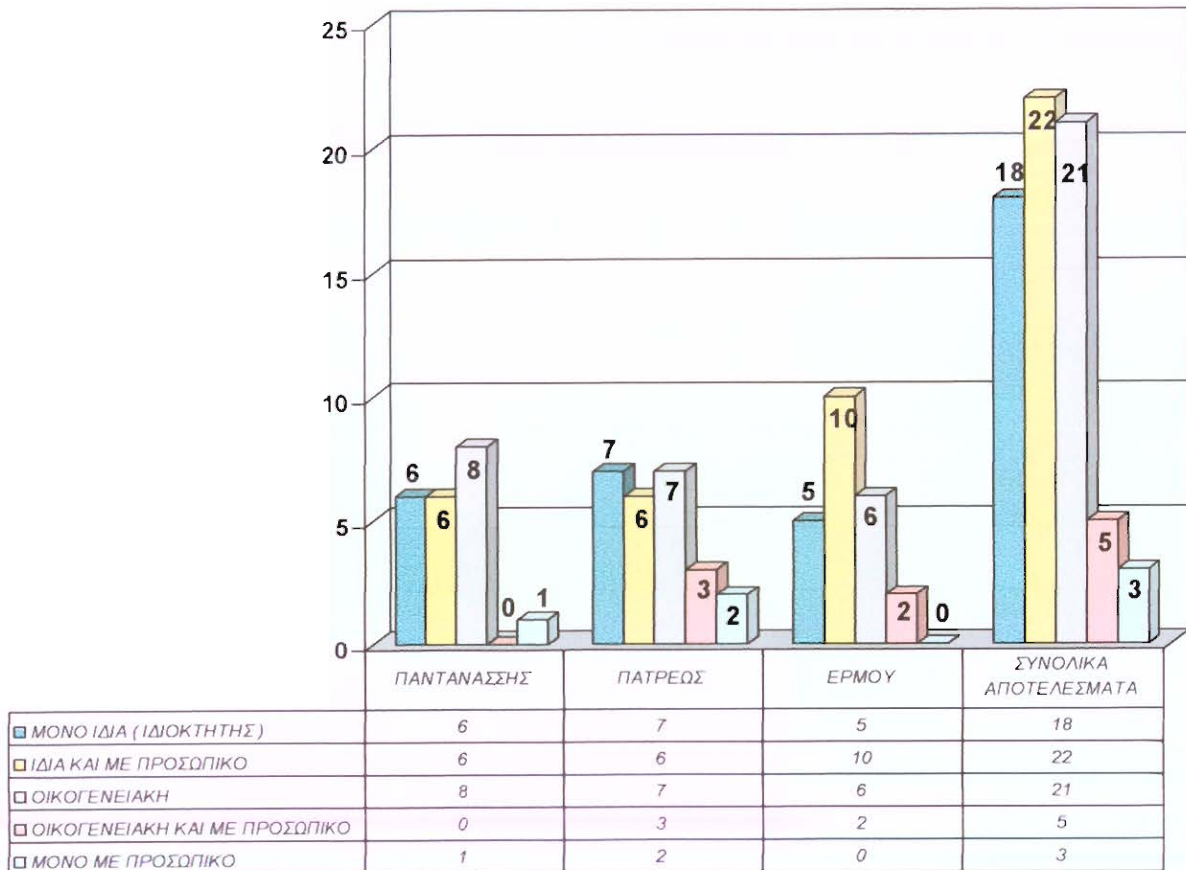
2.κ. Λειτουργία βάσει τρόπου απασχόλησης

Προκειμένου να εξετάσουμε τον τρόπο λειτουργίας της εκάστοτε επιχείρησης, από πλευράς τρόπου απασχόλησης, διακρίναμε πέντε κατηγορίες τρόπου απασχόλησης τις οποίες παρουσιάζουμε παρακάτω:

➤ Απασχόληση:

1. Μόνο ιδία (ιδιοκτήτης)
2. Ιδία και με προσωπικό
3. Οικογενειακή
4. Οικογενειακή και με προσωπικό
5. Μόνο με προσωπικό

Τα αποτελέσματα που συλλέξαμε παρουσιάζονται στο διάγραμμα της επόμενης σελίδας:



Από το παραπάνω σχήμα λοιπόν συμπεραίνουμε πως ο μεγαλύτερος αριθμός των επαγγελματιών λειτουργεί με απασχόληση «Ιδία και με προσωπικό», ακολουθεί η απασχόληση «Οικογενειακή» και αμέσως μετά ακολουθεί η απασχόληση «Μόνο ίδια (ιδιοκτήτης)». Τέλος, με μεγάλη διαφορά ακολουθούν οι τρόποι απασχόλησης «Οικογενειακή και με προσωπικό και Μόνο με προσωπικό».

Αναμενόμενα και σε αυτή τη θεματική ενότητα τα αποτελέσματα, με τις επιχειρήσεις να λειτουργούν με απασχόληση βάσει των δυνατοτήτων τους. Πρόκειται για επιχειρήσεις, όπως επανειλημμένως έχουμε αναφέρει πολύ μικρού μεγέθους. Επομένως, αναμενόμενο είναι αυτές να λειτουργούν με απασχόληση του ιδιοκτήτη σε συνδυασμό με βοήθεια από άλλα μέλη της οικογένειάς του ή σε συνδυασμό με την απασχόληση κυρίως ενός, το πολύ δύο, προσώπων ως υπαλλήλων.

2.λ. Ο τρόπος διαφήμισης της επιχείρησης

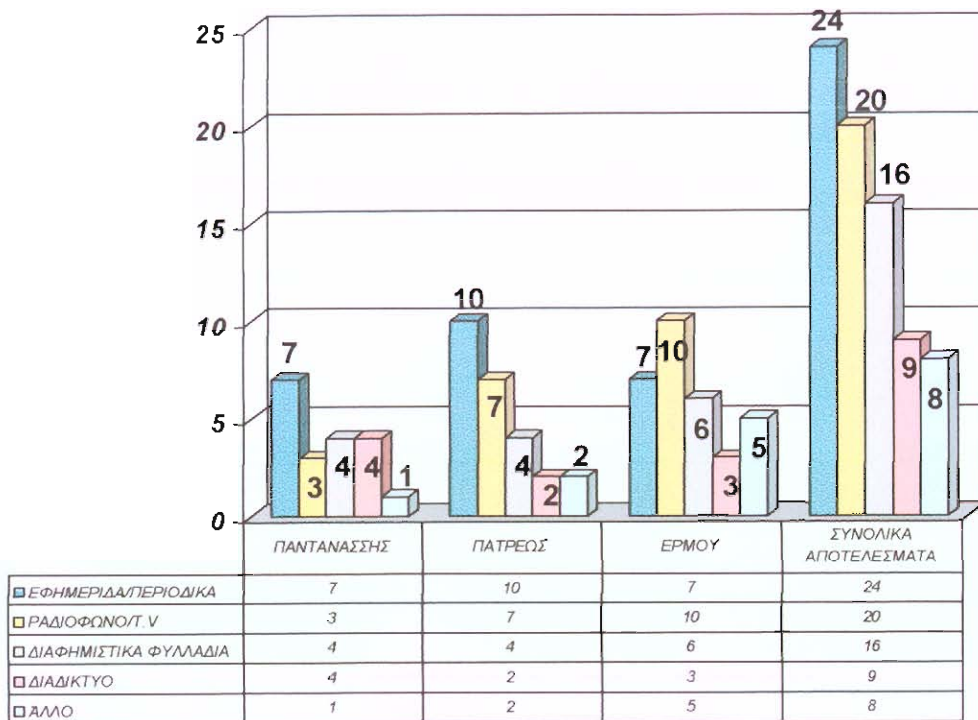
Στο σημείο αυτό θα αναφερθούμε στο θέμα της διαφήμισης. Θα εξετάσουμε τους τρόπους που επιλέγουν οι επιχειρήσεις να διαφημιστούν, την άποψη των επιχειρηματιών για το ποιοι είναι οι καλύτεροι τρόποι διαφήμισης και αν τελικά η διαφημιστική καμπάνια που κάνουν τους αποφέρει θετικά αποτελέσματα στις πωλήσεις τους.

Συγκεκριμένα και για τις τρεις οδούς έχουμε:



Συμπεραίνουμε λοιπόν πως οι περισσότεροι από τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα μας, χρησιμοποιούν τη διαφήμιση ως τρόπο προώθησης των προϊόντων τους και προβολής της επιχείρησής τους. Βέβαια, επειδή οι επιχειρήσεις που εξετάζουμε είναι μικρού μεγέθους οι διαφημιστικές τους καμπάνιες είναι μικρού οικονομικού ύψους, διότι δεν περισσεύουν μεγάλα κεφάλαια για διάθεση σε αυτό τον τομέα. Έτσι, οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν διαφήμιση, προσπαθούν να βρουν τρόπους όσο το δυνατόν μικρότερου οικονομικού κόστους.

Όσον αφορά τον τρόπο διαφήμισης που χρησιμοποιούν οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων τα αποτελέσματα φαίνονται στην επόμενη σελίδα:



Τα αποτελέσματα του παραπάνω γραφήματος, αριθμητικά ξεπερνούν το σύνολο του δείγματος μας. Αυτό συμβαίνει λόγω του ότι αρκετοί από τους επαγγελματίες μας έδωσαν απαντήσεις που περιελάμβαναν συνδυασμό από τις παραπάνω κατηγορίες τρόπων διαφήμισης.

Το συμπέρασμα πάντως που μπορούμε να εξαγάγουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα, είναι ότι ο πρώτος σε προτίμηση τρόπος διαφήμισης από τους επιχειρηματίες είναι οι εφημερίδες και τα περιοδικά. Ακολουθεί ο τρόπος του ραδιοφώνου / T.V , στη συνέχεια ακολουθούν τα διαφημιστικά φυλλάδια και τέλος ακολουθεί η διαφήμιση μέσω διαδικτύου ή άλλου τρόπου.

Οι λόγοι για τους οποίους επιλέγονται, με αυτή τη συχνότητα επιλογής, οι παραπάνω τρόποι διαφήμισης είναι πρωτίστως οικονομικοί. Γι' αυτό οι πλειονότητα των επιχειρηματιών επιλέγει τη διαφήμιση σε εφημερίδες και περιοδικά βασιζόμενος στο πλεονέκτημα που αυτός ο τρόπος προσφέρει και είναι φυσικά η εικόνα.

Η αμέσως επόμενη κατηγορία είναι αυτή του ραδιοφώνου/ T.V (κυρίως του ραδιοφώνου, διότι το κόστος διαφήμισης στην τηλεόραση είναι

ιδιαίτερα υψηλό και μάλιστα όσο η εμβέλεια του τηλεοπτικού σταθμού μεγαλώνει το κόστος διαφήμισης γίνεται ακόμη μεγαλύτερο).

Επίσης, ο τρόπος διαφήμισης μέσω διαφημιστικών φυλλαδίων επιλέγεται συχνά τα τελευταία χρόνια από τους επιχειρηματίες. Είναι ένας τρόπος που μπορείς να προβάλλεις μέσω εικόνας το προϊόν σου και να αναγράφεις δίπλα σε κάθε είδος τα χαρακτηριστικά του καθώς και την τιμή. Παρουσιάζει όμως το μειονέκτημα της δυσκολίας στον τρόπο διάθεσης προς το καταναλωτικό κοινό, απαιτώντας άτομα για να τα διαθέσουν (κάτι που σημαίνει κόστος πληρωμής των ατόμων αυτών) και βέβαια είναι ένας τρόπος που σε πολλές περιπτώσεις αντιμετωπίζεται με δυσαρέσκεια από το κοινό και τελικώς τα φυλλάδια αυτά καταλήγουν στον πιο κοντινό κάδο απορριμμάτων. Τέλος, ιδίως στα μεγάλα αστικά κέντρα η διανομή των φυλλαδίων αυτών γίνεται σε κάποια ακτίνα – εμβέλεια και όχι σε ολόκληρη την πόλη ή ακόμη και στην περιφέρεια της.

Αυτό βέβαια δε συμβαίνει με το ραδιόφωνο, μέσω του οποίου το μήνυμά σου μπορεί να ξεπεράσει τα όρια της πόλης ή του νομού. Είναι ένας προσιτός από οικονομικής απόψεως τρόπος, αλλά υστερεί στο γεγονός ότι δεν παρέχει την πολυπόθητη, από τον καταναλωτή, εικόνα του προϊόντος.

Το διαδίκτυο είναι ένας από τους πιο σύγχρονους τρόπους διαφήμισης. Παρέχει τη δυνατότητα εικόνας και ήχου, παρέχει τη δυνατότητα άμεσης παραγγελίας από τον καταναλωτή, μεταφέρει το μήνυμά μας παγκοσμίως και πολλά πολλά άλλα. Προϋποθέτει όμως, από πλευράς καταναλωτικού κοινού, τη χρήση ανάλογης τεχνολογίας (Η/Υ και σύνδεση Internet) κάτι που δεν είναι εφικτό σε όλους είτε από οικονομικής πλευράς είτε από πλευράς γνώσεων ως προς τη χρήση και εκμετάλλευση αυτών.

Τέλος, αρκετοί από τους επαγγελματίες κάνουν χρήση και άλλων τρόπων διαφήμισης, πέρα από αυτούς που εξετάσαμε μέσα από το ερωτηματολόγιό μας. Τέτοιοι τρόποι είναι τα διαφημιστικά stands στους δρόμους έξω από το κατάστημα, καθώς και διαφημιστικές πινακίδες στα αστικά λεωφορεία και σε διάφορα σημεία της πόλης.

2.μ. Η ηλικία της πελατείας

Ως γνωστόν μια επιχείρηση απευθύνεται σε ένα ή περισσότερα συγκεκριμένα *target groups* καταναλωτών, ανάλογα με το είδος στο οποίο

δραστηριοποιείται, την ποιότητα των προϊόντων της, τις τιμές των προϊόντων της, τη φήμη της κλπ.

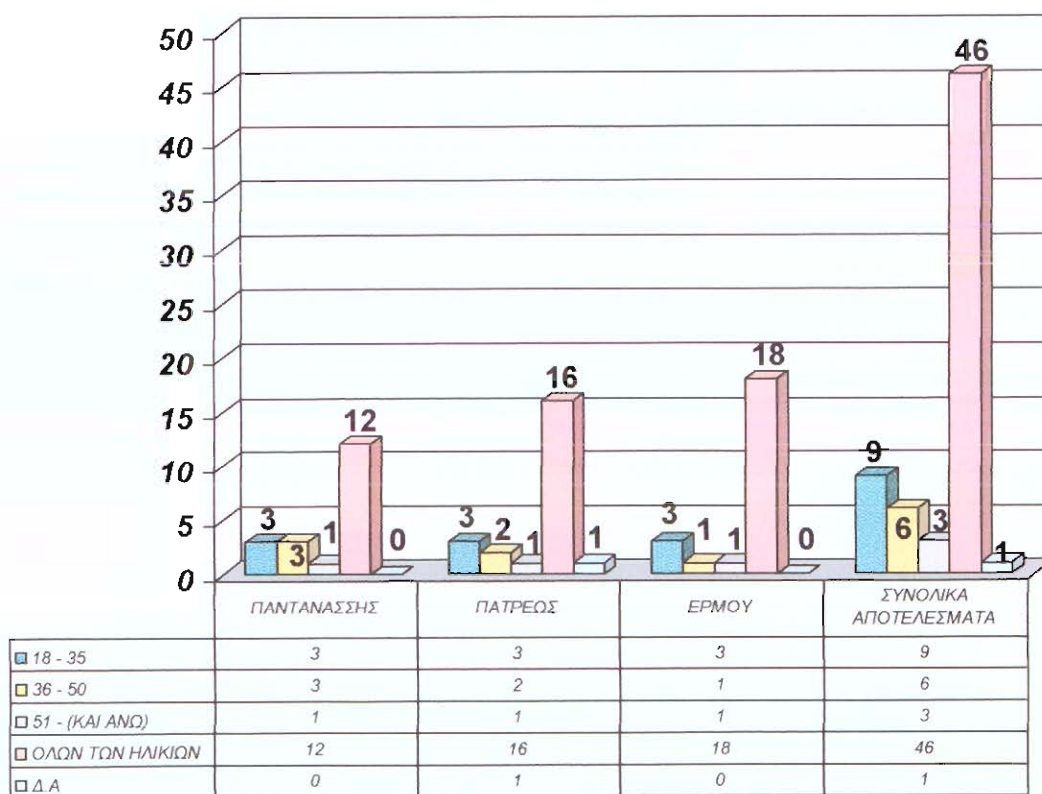
Έτσι, μία επιχείρηση μπορεί να απευθύνεται μόνο σε άτομα νέας ηλικίας, μία άλλη μόνο σε άτομα ηλικιωμένα, κάποια άλλη σε άτομα κάποιας σημαντικής οικονομικής επιφάνειας ή αντιθέτως να απευθύνεται σε χαμηλής εισοδηματικής κατάστασης καταναλωτές.

Εμείς θέσαμε το ερώτημα που αφορά το *target group* των καταναλωτών μόνο βάσει ηλικίας.

Διακρίναμε λοιπόν τις παρακάτω ηλικιακές κατηγορίες:

1. 18 - 35
2. 36 - 50
3. 51 και άνω
4. Όλων των ηλικιών

Τα αποτελέσματα που πήραμε είναι τα ακόλουθα:



Με βάση τα παραπάνω αποτελέσματα συμπεραίνουμε ότι το μεγαλύτερο μέρος των καταστημάτων, που δραστηριοποιούνται και στις τρεις οδούς που εξετάζουμε απευθύνεται σε πελάτες όλων των ηλικιών. Η επόμενη κατηγορία καταστημάτων είναι αυτή που απευθύνεται σε άτομα νέας ηλικίας (από 18 έως 35) και ακολουθεί η κατηγορία καταστημάτων για άτομα από 36 – 50 με τελευταία αυτή την κατηγορία που αναφέρεται σε μεγαλύτερης ηλικίας άτομα (άνω των 51 ετών).

2.ν. Προηγούμενες χρήσεις του χώρου

Το συγκεκριμένο ερώτημα τέθηκε στους εμπόρους, προκειμένου να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με την διάρθρωση του εμπορίου στους υπό εξέταση δρόμους. Επιχειρήσαμε λοιπόν μέσω αυτού του ερωτήματος, να αντλήσουμε πληροφορίες όσον αφορά παλαιότερα καταστήματα που δραστηριοποιούνταν στο χώρο όπου σήμερα λειτουργεί το εκάστοτε κατάστημα που επισκεφτήκαμε κατά τη διεξαγωγή της έρευνας μας.

Επίσης, μέσω του ερωτήματος αυτού, επιχειρήσαμε να διαπιστώσουμε ποια ήταν η φύση του εμπορίου, στους δρόμους που εξετάζουμε, τα παλαιότερα χρόνια και εάν σήμερα ή τα τελευταία χρόνια έχει επέλθει κάποια αλλαγή. Τέλος, επιχειρήσαμε να εντοπίσουμε χώρους στους οποίους λειτουργούσαν επαγγέλματα, είτε εμπορικά είτε παροχής υπηρεσιών, τα οποία στις μέρες μας έχουν εκλείψει ή συναντούμε σπάνια.

Ωστόσο, τα αποτελέσματα της έρευνας μας δεν είναι τέτοια που μας καθιστούν δυνατό να παρουσιάσουμε μια συνολική εικόνα για τις αλλαγές, όσον αφορά τη φύση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, που έχουν επέλθει στις υπό εξέταση οδούς.

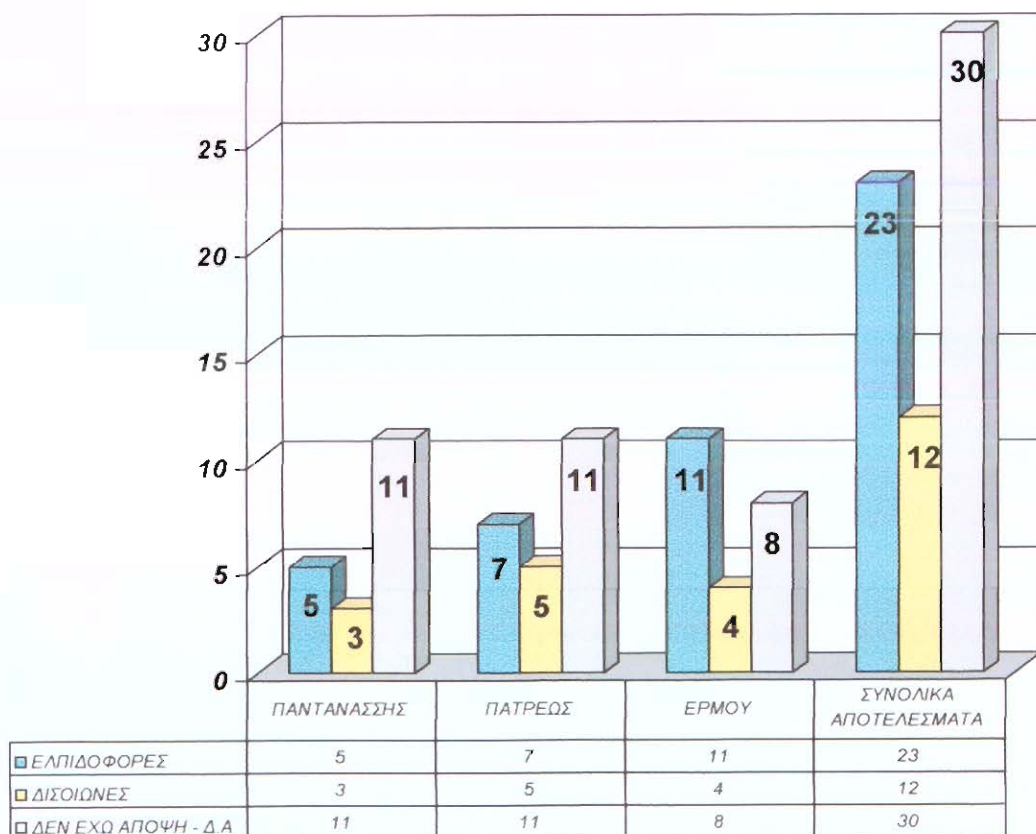
Αυτό συμβαίνει διότι η πλειοψηφία των επαγγελματιών γνωρίζουν για την μία το πολύ δύο προηγούμενες χρήσεις του χώρου, στον οποίο δραστηριοποιούνται αυτοί σήμερα. Αυτό σε συνδυασμό με το μικρό μέσο όρο ζωής – επιβίωσης μιας επιχείρησης στους υπό εξέταση δρόμους, το νεαρό της ηλικίας των περισσότερων επαγγελματιών, τον άλλο τόπο καταγωγής και την έλλειψη σχετικής βιβλιογραφίας, δεν καθιστά δυνατή την εξαγωγή συγκεκριμένων συμπερασμάτων, όσον αφορά το σκοπό της ερώτησης αυτής.

2.ξ. Προβλέψεις σχετικά με την επιβίωση της επιχείρησης στο μέλλον

Για να μπορέσουμε να αποδώσουμε τα αποτελέσματα της παρούσας θεματικής ενότητας, θα διακρίνουμε τις απαντήσεις επί του θέματος σε τρεις κατηγορίες. Αυτές είναι οι ακόλουθες:

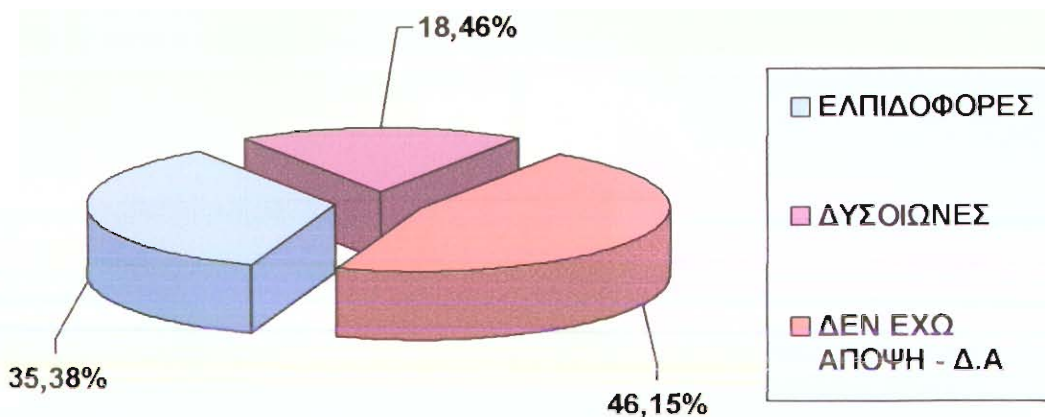
1. Ελπιδοφόρες
2. Δυσοίωνες
3. Δεν έχω άποψη – Δ.Α

Επομένως, τα αποτελέσματα που πήραμε είναι τα ακόλουθα:

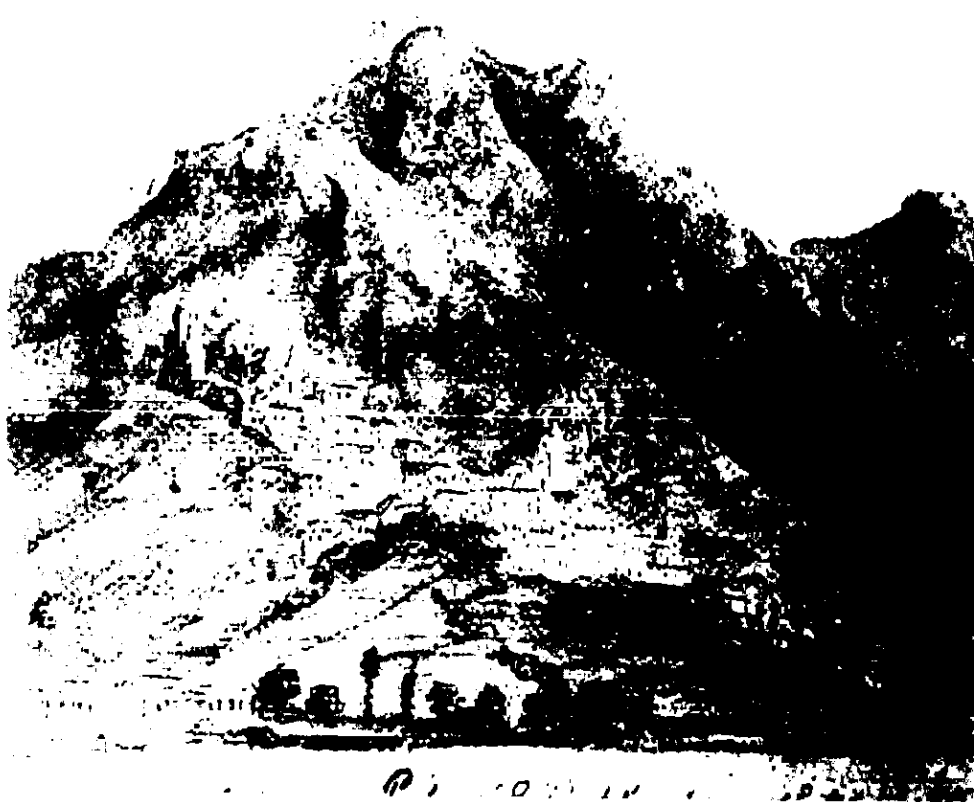


Από τους 65 επαγγελματίες που έλαβαν μέρος στην έρευνα μας οι 23 (35,39%) μας δήλωσαν πως οι προβλέψεις τους είναι ελπιδοφόρες, για την επιβίωση της επιχείρησής τους στο μέλλον. Οι 12 (18,46%) μας έδωσαν απαντήσεις όχι ελπιδοφόρες για την επιβίωση της επιχείρησής τους και τέλος οι 30 από αυτούς (46,15%) δεν μπορούσαν να εκφράσουν συγκεκριμένη άποψη επί του θέματος ή δεν μας απάντησαν καθόλου στο συγκεκριμένο ερώτημα.

Επομένως, διαγραμματικά έχουμε:



Κεφάλαιο 3ο



Ἡ Πάτρα πρὸ 1800. Πίνακας τοῦ Ἀγγλοῦ ναυάρχου Whit.

Επίλογος - Συμπεράσματα

Επίλογος - Συμπεράσματα

Υστερα από την ανάλυση και παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας που κάναμε, για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας, κρίνεται αναγκαίο να προχωρήσουμε στην έκθεση κάποιων γενικών συμπερασμάτων σχετικά με το θέμα της εργασίας αυτής.

Όπως επανειλημμένος έχουμε αναφέρει η συλλογή των δεδομένων που έχουμε στη διάθεση μας έγινε με χρήση του ερωτηματολογίου που παραθέτουμε στις σελίδες 48 - 53. Στο ερωτηματολόγιο αυτό έγινε προσπάθεια να ενταχθούν ερωτήσεις, οι οποίες να έχουν συνταχθεί με τρόπο τέτοιο που να γίνονται όσο το δυνατόν πιο κατανοητές από τον αναγνώστη, χωρίς ταυτόχρονα να χάνουν τον επιστημονικό τους χαρακτήρα. Να μην έχουν χαρακτήρα αδιάκριτο, να μην θίγουν τα πρόσωπα στα οποία απευθύνονται και να σέβονται το δικαίωμα περί ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων του κάθε προσώπου.

Η χρήση του ερωτηματολογίου και τα διαθέσιμα δεδομένα που προήλθαν από αυτά, έγινε καθαρά και μόνον για της ανάγκες της παρούσας πτυχιακής εργασίας, η οποία συντάχθηκε από τους φοιτητές, του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Α.Τ.Ε.Ι Πατρών, Λυμπερόπουλο Αντώνιο και Σφάλαγκου Άρτεμη υπό την επίβλεψη του κου. Παναγόπουλου Ιωάννη δικηγόρου και καθηγητή του τμήματος μας.

Ξεκινώντας την εργασία τούτη και συγκεκριμένα στο πρώτο κεφάλαιο - εισαγωγή κάνουμε γνωστό στον αναγνώστη τι πραγματεύεται η εργασία αυτή και με ποιόν τρόπο έχει συνταχθεί.

Στη συνέχεια του πρώτου κεφαλαίου και στην επόμενη ενότητα του, γίνεται αναφορά σε διάφορα γενικά ιστορικά στοιχεία της πόλεως των Πατρών. Μέσα από την αναφορά αυτή διακρίνεται γενικώς η εξέλιξη της πόλεως των Πατρών μέσα στο χρόνο.

Περνώντας στο δεύτερο κεφάλαιο και στην πρώτη του ενότητα, παραθέτουμε τις καταγραφές των εξεταζόμενων οδών Παντανάσσης,

Πατρέως και Ερμού στις οποίες διακρίνουμε όλους τους ισόγειους χώρους αυτών σε: Εμπορικά καταστήματα ή επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, σε κλειστούς – κενούς χώρους και σε εισόδους οικιών. Η εικόνα που παρουσιάζεται στις καταγραφές αυτές αποδίδει την πραγματική εικόνα των οδών αυτών σήμερα (Απρίλιος 2006).

Συνεχίζοντας, στην επόμενη ενότητα του δευτέρου κεφαλαίου αναλύουμε ένα προς ένα το κάθε ερώτημα που τέθηκε, μέσα από το ερωτηματολόγιο, στους καταστηματάρχες των τριών υπό εξέταση οδών.

Συγκεκριμένα, διαπιστώσαμε ότι από πλευράς εμπορικής δραστηριότητας τα καταστήματα που συγκεντρώνουν τη μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης είναι αυτά που ανήκουν στην κατηγορία Ζ.524. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΩΝ ΕΙΔΩΝ ΣΕ ΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ. Αυτό το αποτέλεσμα είναι κάτι αναμενόμενο, αφού σε αυτή την κατηγορία στατιστικής ταξινόμησης συναντάμε τα καταστήματα ένδυσης και υπόδησης, τα καταστήματα που σχετίζονται με τα είδη του σπιτιού (έπιπλα, είδη διακόσμησης, οικιακές συσκευές κλπ) καθώς και τα καταστήματα με είδη σχολικά, βιβλιοπωλεία και τα λοιπά σχετικά. Δηλαδή, καταστήματα τα οποία ο καταναλωτής επισκέπτεται συχνά για την κάλυψη των ατομικών και οικογενειακών του αναγκών.

Όσον αφορά τη διάρθρωση των εμπορικών δραστηριοτήτων, διαπιστώσαμε αυτό που ήταν εξ αρχής αναμενόμενο και στο οποίο έχουμε κάνει αναφορά και στο κεφάλαιο 2. Επιβεβαιώσαμε τον κανόνα, που συνήθως, θέλει τα καταστήματα ένδυσης, υπόδησης, ειδών δώρων, κοσμημάτων (καταστήματα που συνήθως αντιπροσωπεύουν κάποια πολύ δημοφιλή φίρμα) να δραστηριοποιούνται στους περισσότερους εμπορικούς δρόμους του κέντρου μιας πόλης. Παράδειγμα για την πόλη της Πάτρας η οδός Ερμού, μία εκ των τριών εμπορικών οδών που εξετάσαμε.

Βέβαια, λόγω του ότι και οι άλλες δύο οδοί είναι κεντρικές, παρουσιάζουν αρκετή εμπορική κίνηση και μεγάλο αριθμό καταστημάτων. Σε αυτούς τους δρόμους όμως συναντάμε και καταστήματα με αντικείμενο δραστηριότητας διαφορετικό, όχι με τον εμπορικό «καταναλωτικό» χαρακτήρα των καταστημάτων της οδού Ερμού. Αυτό το διαπιστώνουμε αν ρίξουμε μία ματιά στα είδη των καταστημάτων που δραστηριοποιούνται στην κάθε οδό.

Αναμενόμενα ήταν και τα αποτελέσματα σχετικά με τη νομική μορφή των επιχειρήσεων με τη συντριπτική πλειοψηφία αυτών, να πρόκειται για μικρές ατομικές επιχειρήσεις, οικογενειακού χαρακτήρα. Επιβεβαιώσαμε δηλαδή τον κανόνα που συνήθως θέλει τον αριθμό των επιχειρήσεων να μειώνεται όσο το μέγεθος μεγαλώνει. Άλλωστε δεν είναι τυχαία η έκφραση πολλών ανθρώπων που σχετίζονται με το χώρο της οικονομίας, αλλά και άλλων συνανθρώπων μας ότι οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούν την «ραχοκοκαλιά» της οικονομίας μας. Μέσω αυτών, καθημερινά, ο απλός Έλληνας πολίτης (μισθωτός, συνταξιούχος,

φοιτητής, μικρός επαγγελματίας έμπορος και τεχνίτης)εξυπηρετεί τις βασικές του κυρίως ανάγκες, προκαλώντας έτσι την καθημερινή κυκλοφορία του χρήματος, από χέρι σε χέρι, μέσα στην αγορά κάθε χωριού και πόλης της χώρας αυτής.

Ακόμη, όσον αφορά το μέσο όρο επιβίωσης των επιχειρήσεων των τριών οδών που εξετάζουμε, διαπιστώσαμε πως ο μέσος όρος ζωής και για τους τρεις εξεταζόμενους δρόμους ανέρχεται γύρω στα 14,5 έτη.

Έτσι, σύμφωνα με μια σχετική έρευνα που διεξήχθη τον Ιούνιο του 2000 από την Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου σχετικά με τη διάρθρωση του εμπορίου και της προοπτικές της, έδειξε πως ο μέσος όρος ζωής των επιχειρήσεων στην πόλη της Πάτρας είναι γενικά 16,5 έτη. Βέβαια, προφανώς το δείγμα της έρευνας αυτής προέρχεται από επιχειρήσεις διαφόρων περιοχών της Πάτρας και όχι μόνο από το κέντρο της πόλης. Ωστόσο, διαπιστώνουμε ότι τα έτη που δηλώνουν τον μέσο όρο ζωής των επιχειρήσεων που υπολογίσαμε δεν απέχουν πολύ από τα έτη που παρουσιάζονται στη σχετική έρευνα της Ε.Σ.Ε.Ε.

Διαπιστώσαμε ακόμη, ότι οι περισσότεροι από τους επαγγελματίες κατάγονται από την Πάτρα και την ευρύτερη περιοχή της Αχαΐας, κάτι που ήταν λογικά αναμενόμενο. Παρατηρήσαμε μια αρκετά αξιόλογη μετακίνηση ατόμων από άλλη πόλη, κυρίως γειτονική (νησιά Ιονίου), καθώς και ένα μικρό αριθμό αλλοδαπών εμπόρων, οι οποίοι ζουν αρκετά χρόνια στην Ελλάδα και έχουν καταφέρει να μη δουλεύουν ως εργάτες και να έχουν αποκτήσει τη δική τους μικρή επιχείρηση.

Αρκετά ικανοποιητικά είναι και τα στοιχεία που συλλέξαμε για το μορφωτικό επίπεδο των εμπόρων που συμμετείχαν στην έρευνα μας. Διαπιστώνουμε πως οι περισσότεροι από αυτούς έχουν τουλάχιστον τελειώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση και περίπου άλλοι τόσοι έχουν συνεχίσει σπουδές σε 3^ο – βάθμιο επίπεδο. Το αποτέλεσμα αυτό, είναι χαρακτηριστικό σαφέστατα της ανόδου του μορφωτικού επιπέδου των Ελλήνων τα τελευταία χρόνια. Αυτό οφείλεται στο γεγονός, ότι σήμερα πολλοί έχουν την οικονομική δυνατότητα να σπουδάσουν και αυτό σε συνδυασμό με το σύγχρονο εκπαιδευτικό σύστημα, που άνοιξε τις πόρτες τις τριτοβάθμιας εκπαίδευσης σε πολλούς, έχει σαν αποτέλεσμα την αθρόα εισροή μαθητών στα πανεπιστήμια.

Όμως, τα υψηλά ποσοστά πανεπιστημιακής εκπαίδευσης των εμπόρων πιθανότατα να υποδηλώνουν πρόβλημα απορρόφησης στον τομέα που έχουν σπουδάσει. Γι' αυτό το λόγο συναντήσαμε καταστηματάρχες να έχουν ακόμη και μεταπτυχιακές σπουδές πάνω στη Φυσική, τη Χημεία, τα Μαθηματικά και λόγω της υπερπροσφοράς εργασίας των ειδικοτήτων αυτών δεν κατάφεραν να ασχοληθούν με αυτό που έχουν σπουδάσει, αλλά με το εμπόριο.

Άλλωστε, σήμερα με την ευελιξία που παρουσιάζει το τραπεζικό σύστημα στις διαδικασίες δανειοδότησης, κάποιος μπορεί να λάβει

σχετικά εύκολα ένα επαγγελματικό δάνειο και να στήσει τη δική του επιχείρηση.

Σίγουρα οι σπουδές κάποιου εμπόρου στον τομέα οικονομίας και Διοίκησης (σε συνδυασμό με το εμπορικό δαιμόνιο) του προσφέρουν σημαντικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων. Σαφώς, η μόρφωση γενικότερα είναι ένα σημαντικότερο εφόδιο στο σύγχρονο επαγγελματία έμπορο, διότι αυτός καλείται να λειτουργήσει σε ένα περιβάλλον άκρως ανταγωνιστικό και προκλητικό, με ευκαιρίες που πρέπει να γνωρίζει πώς να εκμεταλλεύεται και παγίδες που πρέπει να αποφεύγει.

Επίσης, διαπιστώσαμε πως σε έναν παραδοσιακά ανδροκρατούμενο κλάδο, στις μέρες μας οι γυναίκες συμμετέχουν με δυναμική παρουσία καταφέροντας να συνδυάζουν επιτυχώς τις επαγγελματικές, οικογενειακές και συζυγικές υποχρεώσεις.

Είναι σαφέστατα ένα δείγμα της σύγχρονης Ελληνικής πραγματικότητας, η οποία έχει οδηγήσει στην αλλαγή της στάθμησης και της ιεραρχίας πολλών πραγμάτων στην σύγχρονη Ελληνική οικογένεια και κοινωνία.

Όσον αφορά το θέμα των επιδοτούμενων προγραμμάτων του ΕΟΜΜΕΧ, διαπιστώσαμε γενικά μία δυσαρέσκεια από πλευράς εμπόρων, αφού οι συντριπτική πλειοψηφία δεν εκδήλωσε ενδιαφέρον για τη λήψη κάποιας επιδοτήσεως. Αυτό συμβαίνει κυρίως λόγω ελλείψεως προϋποθέσεων, αλλά και πληροφόρησης.

Έτσι λοιπόν, οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων που επιθυμούν να αναπτύξουν την επιχείρησή τους, αφού δεν μπορούν να επωφεληθούν από επιδοτούμενα προγράμματα, στρέφονται στον τραπεζικό δανεισμό. Επίσης, η λήψη δανείων όχι μόνο για ανάπτυξη αλλά και για την κεφαλαιακή στήριξη της επιχείρησης, σε συνδυασμό πολλές φορές και με τον δανεισμό υπό μορφή καταναλωτικής πίστης, έχει οδηγήσει σε δεινή οικονομική θέση πολλούς μικρούς επαγγελματίες εμπόρους με υπέρογκες οφειλές προς τα τραπεζικά ιδρύματα.

Επίσης, κατά την έρευνα μας ασχοληθήκαμε με το χώρο λειτουργίας της επιχείρησης και διαπιστώσαμε ότι, όπως αναμέναμε, η πλειοψηφία των χώρων όπου δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα μας είναι μισθωμένοι και όχι ιδιόκτητοι. Ενώ ο τρόπος λειτουργίας της επιχείρησης, από πλευράς απασχολούμενου προσωπικού, γίνεται κυρίως από τον ιδιοκτήτη με τη βοήθεια μελών της οικογένειας του ή ενός με δύο απασχολούμενων προσώπων υπαλληλικής σχέσης.

Διαπιστώσαμε επίσης, πως οι περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα μας, πιστεύουν στη λειτουργία της διαφήμισης και διαφημίζονται με κάποιον τρόπο (κυρίως εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο και διαφημιστικά φυλλάδια λόγω

οικονομικού κόστους και ευκολότερης αποδοχής των μέσων αυτών από το κοινό).

Κάτι ακόμη που διαπιστώσαμε, είναι πως οι συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων και στους τρεις δρόμους που εξετάσαμε απευθύνεται σε άτομα όλων των ηλικιών με την κατηγορία που ακολουθεί να είναι αυτή των καταστημάτων που απευθύνεται σε νεαρής ηλικίας άτομα (18 – 35).

Τέλος, όσον αφορά τις προβλέψεις των καταστηματαρχών για τη μελλοντική επιβίωση των επιχειρήσεων τους, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι περισσότεροι από αυτούς (σχεδόν οι μισοί) δεν μπορούσαν να εκφράσουν άποψη για μελλοντική πρόβλεψη ή δεν μας απάντησαν καθόλου στο ερώτημα μας αυτό. Σε εκείνο όμως που θα σταθούμε, είναι ότι μία μεγάλη μερίδα επαγγελματιών τρέφουν ελπιδοφόρες απόψεις για την επιβίωση της επιχείρησής τους στο μέλλον και αυτοί είναι αρκετά περισσότεροι από εκείνους που έχουν την ακριβώς αντίθετη άποψη και χαρακτηρίζουν την κατάσταση στον κλάδο του εμπορίου ασθενική και την επιβίωση τους δύσκολη. Μήπως τελικά ισχύει αυτό που, με περηφάνια και διδακτικό ύφος, μας μετέδωσε ένας παλαιός έμπορος της οδού Ερμού ότι: **" Το εμπόριο μπορεί να αρρωσταίνει αλλά δεν πεθαίνει ;"**



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΝΙΚΟΣ ΜΠΑΚΟΥΝΑΚΗΣ. ΠΑΤΡΑ 1828 – 1860. ΜΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΣΤΟΝ 19^ο ΑΙΩΝΑ. ΔΕΥΤΕΡΗ ΕΚΔΟΣΗ. ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ
2. ΔΙΟΝΥΣΗΣ ΚΑΡΑΤΖΑΣ – ΧΑΡΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΥΣ – ΔΗΜΗΤΡΑ ΓΚΟΤΣΗ – ΓΙΑΝΝΗΣ ΛΥΡΑΣ. ΠΑΤΡΑ ΟΝΟΜΑΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΨΙΣ. ΕΚΔΟΣΗ ΕΘΝΙΚΟΣ ΚΗΡΥΞ ΠΑΤΡΩΝ – ΗΜΕΡΗΣΙΟΣ ΚΗΡΥΞ ΠΑΤΡΩΝ.
3. ΑΝΤΩΝΙΑ ΠΟΥΛΑΚΟΥ – ΕΥΘΥΜΙΑΤΟΥ. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ. 'Γ' - ΕΚΔΟΣΗ. ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΝΤ. Ν. ΣΑΚΚΟΥΛΑ.
4. ΧΡΥΣΟΣ ΟΔΗΓΟΣ & ΟΝΟΜΑΣΤΙΚΟΣ ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ, ΖΑΚΥΝΘΟΥ – ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ ΤΟΥ Ο.Τ.Ε

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. www.anhima.gr/info/stakod91.htm?o=50 (- 930)
(Αναπτυξιακή Ημαθίας – ΑΝ.ΗΜΑ. Α.Ε)
2. www.inforopolomissos.gr/ημοχ/α/ι/η/index1_1.htm
(Ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα περιφερειακής ανάπτυξης)
3. Portals: Google. (Λέξεις κλειδιά: Διάρθρωση εμπορίου).

Αποτέλεσμα: [file:///C:/Documents and Settings/user_1/αγαπητα/εργασια/Ερευνα_3_7_00.htm](file:///C:/Documents%20and%20Settings/user_1/αγαπητα/εργασια/Ερευνα_3_7_00.htm)

Και επίσης χρήση του Portal Google με λέξεις κλειδιά για την αναζήτηση: ΣΤΑΚΟΔ 2003. Αποτέλεσμα: STAKOD 2003. STATISTICAL CLASSIFICATION OF THE BRANCHES OF ECONOMIC ACTIVITY. Από την Ε.Σ.Υ.Ε