



Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΈΡΓΩΝ ΣΤΗΝ ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ

**ΜΕΛΕΤΗ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΧΑΛΚΙΔΕΩΝ, ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ
ΣΤΙΣ ΕΘΝΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΡΓΩΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ**

από

ΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΦΩΤΙΟΣ ΛΑΓΟΣ

ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2021

ΔΗΛΩΣΗ

Η εργασία αυτή είναι πρωτότυπη και εκπονήθηκε αποκλειστικά και μόνο για την απόκτηση του συγκεκριμένου μεταπτυχιακού τίτλου.

Τα πνευματικά δικαιώματα χρησιμοποίησης του μη πρωτότυπου υλικού ΜΔΕ ανήκουν στο μεταπτυχιακό φοιτητή και το επιβλέπον μέλος ΔΕΠ εις ολόκληρο, δηλαδή εκάτερος μπορεί να κάνει χρήση αυτών χωρίς τη συναίνεση άλλου. Κατ' εξαίρεση, επιτρέπεται η δημοσίευση του πρωτότυπου μέρους της διπλωματικής εργασίας σε επιστημονικό περιοδικό ή πρακτικά συνεδρίου από τον ένα εκ των δύο, με την προϋπόθεση ότι αναφέρονται τα ονόματα και των δύο ως συν-συγγραφέων. Στην περίπτωση αυτή προηγείται γραπτή ενημέρωση του μη συμμετέχοντα στη συγγραφή του επιστημονικού άρθρου. Δεν επιτρέπεται η κατά οποιοδήποτε τρόπο δημοσιοποίηση υλικού το οποίο έχει δηλωθεί εγγράφως ως απόρρητο.

Περίληψη

Στην παρούσα εργασία, εξετάζεται ποια είναι η φύση της προεκλογικής εκστρατείας, γιατί θεωρείται έργο και αναλύονται οι διεργασίες και οι φάσεις που παρουσιάζει. Κατόπιν αυτές αντιστοιχούνται με τις περιοχές γνώσεις και τις ομάδες διεργασίας της διοίκησης έργων. Δεδομένης της τεράστιας ποικιλομορφίας που παρουσιάζουν οι προεκλογικές καμπάνιες, στην παρούσα μελετούνται από τη σκοπιά του Project Management, οι περιπτώσεις του Δήμου Χαλκιδέων, Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας και η Νέα Δημοκρατία κατά την προεκλογική περίοδο του 2019, μέσα από συνεντεύξεις που παρεχώρησαν είτε οι επικεφαλής των συνδυασμών είτε άμεσα εμπλεκόμενα πρόσωπα. Εν συνεχεία συγκρίνονται οι διαδικασίες που χρησιμοποιήθηκαν μεταξύ της αυτοδιοίκησης (σε επίπεδο Δήμου και Περιφέρειας) και σχολιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από αυτές, προσπαθώντας να εξηγηθεί γιατί θα ήταν χρήσιμη η εμπλοκή ενός Project Manager και υπό ποιες προϋποθέσεις.

Abstract

This thesis examines the nature of the election campaign, why it can be considered a project, and analyzes the procedures and phases it entails. These procedures and phases are mapped to the project management knowledge areas and process groups. Given the huge diversity of election campaigns, the cases of the Municipality of Chalkida, the Region of Central Greece and New Democracy during the pre-election period of 2019 are currently being studied from the point of view of Project Management, through interviews provided by the leaders of the political parties or persons directly involved with the management of the corresponding electoral campaigns. The procedures used between electoral campaigns for local government (at Municipality vs. Prefecture level) are then compared and the results are commented on, trying to explain why and under which conditions the involvement of a Project Manager would be useful.

Ευχαριστίες

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή κύριο Παύλο Ειρηνάκη για την ευκαιρία που μου έδωσε να μελετήσω το συγκεκριμένο θέμα. Η βοήθεια του σε όλη την διάρκεια της εργασίας ήταν πολύτιμη και η διάθεσή του και το ενδιαφέρον του για το θέμα έπαιξαν καταλυτικό ρόλο τόσο στο αποτέλεσμα όσο και την άψογη συνεργασία.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστώ την Δήμαρχο Χαλκιδέων κυρία Έλενα Βάκα, τον Περιφερειάρχη Στερεάς Ελλάδας κύριο Φάνη Σπανό και τον Διευθυντή του Γραφείου Τύπου της Νέας Δημοκρατίας κύριο Νίκο Ρωμανό, γιατί με την συμμετοχή τους και τις συνεντεύξεις που μου παρείχαν, έδωσαν ύπαρξη στην παρούσα εργασία.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου και τους φίλους μου για την στήριξη που μου παρείχαν τόσο κατά την εκπόνηση της παρούσας εργασίας όσο και σε κάθε στάδιο της ζωής μου

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ABSTRACT.....	3
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	4
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
2. Η ΠΡΟΕΚΚΛΟΓΙΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ	13
2.1. Η ΚΑΜΠΑΝΙΑ	13
2.2. Η ΠΡΟΕΚΚΛΟΓΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ.....	14
3. ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΓΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΟΜΑΔΕΣ ΔΙΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΡΓΩΝ	16
4. Α ΒΑΘΜΟΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ – Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΧΑΛΚΙΔΕΩΝ	19
4.1. ΕΚΚΙΝΗΣΗ	19
4.1.1. Διοίκηση Ενοποίησης	20
4.1.2. Διαχείριση Συμμετόχων.....	21
4.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ.....	22
4.2.1. Διοίκηση Ενοποίησης	22
4.2.2. Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου	23
4.2.3. Διαχείριση Χρόνου	24
4.2.4. Διαχείριση Κόστους.....	25
4.2.5. Διαχείριση Ποιότητας.....	25
4.2.6. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού	26
4.2.7. Διαχείριση Επικοινωνιών	26
4.2.8. Διαχείριση Κινδύνων.....	27
4.2.9. Διαχείριση Προμηθειών	28
4.2.10. Διαχείριση Συμμετόχων.....	29
4.3. ΕΚΤΕΛΕΣΗ	29
4.3.1. Διοίκηση Ενοποίησης	29
4.3.2. Διαχείριση Ποιότητας.....	30
4.3.3. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού	30
4.3.4. Διαχείριση Επικοινωνιών	31
4.3.5. Διαχείριση Προμηθειών	32
4.3.6. Διαχείριση Συμμετόχων.....	33
4.4. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ – ΈΛΕΓΧΟΣ	33
4.4.1. Διοίκηση Ενοποίησης	33
4.4.2. Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου	33
4.4.3. Διαχείριση Χρόνου	34
4.4.4. Διαχείριση Κόστους.....	34
4.4.5. Διαχείριση Ποιότητας.....	34
4.4.6. Διαχείριση Επικοινωνιών	34
4.4.7. Διαχείριση Κινδύνων.....	35
4.4.8. Διαχείριση Προμηθειών	35
4.4.9. Διαχείριση Συμμετόχων.....	36
4.5. ΚΛΕΙΣΙΜΟ	36

4.5.1.	Διοίκηση Ενοποίησης	36
4.5.2.	Διαχείριση Προμηθειών	37
5.	Β ΒΑΘΜΟΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ – Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	
	ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	38
5.1.	ΕΚΚΙΝΗΣΗ	38
5.1.1.	Διοίκηση Ενοποίησης	39
5.1.2.	Διαχείριση Συμμετόχων.....	40
5.2.	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ	41
5.2.1.	Διοίκηση Ενοποίησης	41
5.2.2.	Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου (Φ.Α.)	42
5.2.3.	Διαχείριση Χρόνου	43
5.2.4.	Διαχείριση Κόστους.....	44
5.2.5.	Διαχείριση Ποιότητας.....	45
5.2.6.	Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού	45
5.2.7.	Διαχείριση Επικοινωνιών	46
5.2.8.	Διαχείριση Κινδύνων.....	47
5.2.9.	Διαχείριση Προμηθειών.....	47
5.2.10.	Διαχείριση Συμμετόχων.....	48
5.3.	ΕΚΤΕΛΕΣΗ	49
5.3.1.	Διοίκηση Ενοποίησης	49
5.3.2.	Διαχείριση Ποιότητας.....	49
5.3.3.	Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού	50
5.3.4.	Διαχείριση Επικοινωνιών	51
5.3.5.	Διαχείριση Προμηθειών.....	52
5.3.6.	Διαχείριση Συμμετόχων.....	52
5.4.	ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ – ΈΛΕΓΧΟΣ	53
5.4.1.	Διοίκηση Ενοποίησης	53
5.4.2.	Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου (Φ.Α.)	53
5.4.3.	Διαχείριση Χρόνου	54
5.4.4.	Διαχείριση Κόστους.....	54
5.4.5.	Διαχείριση Ποιότητας.....	54
5.4.6.	Διαχείριση Επικοινωνιών	54
5.4.7.	Διαχείριση Κινδύνων.....	56
5.4.8.	Διαχείριση Προμηθειών.....	56
5.4.9.	Διαχείριση Συμμετόχων.....	56
5.5.	ΚΛΕΙΣΙΜΟ	57
5.5.1.	Διοίκηση Ενοποίησης	57
5.5.2.	Διαχείριση Προμηθειών.....	57
6.	ΕΘΝΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ	58
6.1.	ΕΚΚΙΝΗΣΗ	58
6.1.1.	Διοίκηση ενοποίησης.....	59
6.1.2.	Διαχείριση Συμμετόχων.....	59
6.2.	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ.....	60
6.2.1.	Διοίκηση Ενοποίησης	60
6.2.2.	Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου (Φ.Α.)	60
6.2.3.	Διαχείριση Χρόνου	61
6.2.4.	Διαχείριση Κόστους.....	61

6.2.5.	Διαχείριση Ποιότητας.....	62
6.2.6.	Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού	62
6.2.7.	Διαχείριση Επικοινωνιών	62
6.2.8.	Διαχείριση Κινδύνων.....	63
6.2.9.	Διαχείριση Προμηθειών	63
6.2.10.	Διαχείριση Συμμετόχων.....	63
6.3.	ΕΚΤΕΛΕΣΗ	64
6.3.1.	Διοίκηση Ενοποίησης	64
6.3.2.	Διαχείριση Ποιότητας.....	64
6.3.3.	Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού	64
6.3.4.	Διαχείριση Επικοινωνιών	65
6.3.5.	Διαχείριση Προμηθειών	65
6.3.6.	Διαχείριση Συμμετόχων.....	65
6.4.	ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ – ΈΛΕΓΧΟΣ	66
6.4.1.	Διοίκηση Ενοποίησης	66
6.4.2.	Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου	66
6.4.3.	Διαχείριση Χρόνου	66
6.4.4.	Διαχείριση κόστους	66
6.4.5.	Διαχείριση Ποιότητας.....	66
6.4.6.	Διαχείριση Επικοινωνιών	67
6.4.7.	Διαχείριση Κινδύνων.....	67
6.4.8.	Διαχείριση Προμηθειών	68
6.4.9.	Διαχείριση Συμμετόχων.....	68
6.5.	ΚΛΕΙΣΙΜΟ	68
6.5.1.	Διοίκηση Ενοποίησης	68
6.5.2.	Διαχείριση Προμηθειών.....	68
7.	ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΔΙΕΡΓΑΣΙΩΝ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ	69
7.1.	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΝΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	73
7.1.1.	Εκκίνηση	73
7.1.2.	Σχεδιασμός – Προγραμματισμός.....	73
7.1.3.	Εκτέλεση	74
7.1.4.	Παρακολούθηση – Έλεγχος.....	75
7.1.5.	Κλείσιμο.....	76
7.2.	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ (Φ.Α.)	76
7.2.1.	Σχεδιασμός – Προγραμματισμός.....	76
7.2.2.	Παρακολούθηση – Έλεγχος.....	77
7.3.	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ	77
7.3.1.	Σχεδιασμός – Προγραμματισμός.....	77
7.3.2.	Παρακολούθηση – Έλεγχος.....	78
7.4.	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ.....	79
7.4.1.	Σχεδιασμός - Προγραμματισμός.....	79
7.4.2.	Παρακολούθηση – Έλεγχος.....	79
7.5.	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	80
7.6.	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	80
7.6.1.	Σχεδιασμός – Προγραμματισμός.....	80
7.6.2.	Εκτέλεση	81
7.7.	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	82

7.7.1.	Σχεδιασμός – Προγραμματισμός.....	82
7.7.2.	Εκτέλεση.....	82
7.7.3.	Παρακολούθηση – Έλεγχος.....	83
7.8.	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ	84
7.8.1.	Σχεδιασμός – Προγραμματισμός.....	84
7.8.2.	Παρακολούθηση – Έλεγχος.....	84
7.9.	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ	85
7.9.1.	Σχεδιασμός – Προγραμματισμός.....	85
7.9.2.	Εκτέλεση.....	85
7.9.3.	Κλείσιμο.....	85
7.10.	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	86
7.10.1.	Εκκίνηση	86
7.10.2.	Σχεδιασμός – Προγραμματισμός.....	86
7.10.3.	Εκτέλεση.....	87
7.10.4.	Παρακολούθηση – Έλεγχος.....	87
8.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	89
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	92
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	93
8.1.	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΔΗΜΑΡΧΟΥ ΧΑΛΚΙΔΕΩΝ, ΚΥΡΙΑΣ ΈΛΕΝΑΣ ΒΑΚΑ.....	93
8.2.	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΡΧΗ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ, ΚΥΡΙΟΥ ΦΑΝΗ ΣΑΝΟΥ	106
8.3.	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ, ΚΥΡΙΟΥ ΝΙΚΟΥ ΡΩΜΑΝΟΥ	123

Λίστα Πινάκων

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.	Περιοχές Γνώσης κ' Ομάδες Διεργασιών της Διοίκησης Έργων	18
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.	Σύγκριση.....	72

1. Εισαγωγή

Στην παρούσα εργασία θα αναλυθεί πως οι ομάδες διεργασιών και οι περιοχές γνώσης ενός έργου, μπορούν να εφαρμοστούν στο χτίσιμο μιας προεκλογικής καμπάνιας, και τον λόγο που τα επιτελεία των πολιτικών θα έπρεπε να χρησιμοποιούν Project Managers για την οργάνωση και υλοποίηση των στόχων της καμπάνιας.

Αρχικά θα πρέπει να οριστεί τι είναι έργο και να διευκρινιστεί γιατί η προεκλογική καμπάνια αποτελεί έργο. Σύμφωνα με το PMBOK, *«έργο είναι μία προσωρινή προσπάθεια που αναλαμβάνεται προκειμένου να δημιουργήσει ένα μοναδικό προϊόν, υπηρεσία ή αποτέλεσμα»*. Επίσης σύμφωνα με τον Turner J.R., *«έργο είναι μία προσπάθεια κατά την οποία άνθρωποι, υλικοί και οικονομικοί πόροι οργανώνονται με καινοτόμο τρόπο, προκειμένου να εκπονήσουν ένα μοναδικό φυσικό αντικείμενο εργασίας με δεδομένες προδιαγραφές, εντός χρονικών και οικονομικών περιορισμών, ώστε να επιτευχθεί διακριτή, ωφέλιμη αλλαγή, με υλοποίηση ποσοτικών και ποιοτικών στόχων»*.

Συνδυαστικά με τους ορισμούς, ένα έργο πρέπει να πληροί συγκεκριμένα χαρακτηριστικά για να ονομάζεται έτσι. Σε αντίθετη περίπτωση θεωρείται απλά μια διαδικασία.

Πρέπει λοιπόν,

- Έχει ένα σαφή στόχο,
- Είναι προσωρινό, δηλαδή έχει προσδιορισμένη έναρξη και λήξη και εκτελείται από μία προσωρινή ομάδα,
- Είναι μοναδικό, δηλαδή, το προϊόν, η υπηρεσία ή το αποτέλεσμα διαφέρουν κατά ένα διακριτό τρόπο από άλλα προϊόντα, υπηρεσίες ή αποτελέσματα,
- Αναπτύσσεται προοδευτικά, δηλαδή το έργο αναλύεται και προοδεύει βαθμιαία,
- Υποδιαιρείται σε παραδοτέα, που αναλύονται περαιτέρω σε δραστηριότητες ή πακέτα εργασίας.
- Υπάρχει χρονοδιάγραμμα που αντιστοιχεί στην επίτευξη συγκεκριμένων στόχων,

- Χρησιμοποιεί πόρους όπως ανθρώπους, υλικά, εξοπλισμό, υποδομές, κεφάλαιο, κλπ.

Βλέποντας και τους δύο ορισμούς μπορεί κάποιος να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι μια προεκλογική καμπάνια ικανοποιεί και τους δύο. Είναι μια προσωρινή προσπάθεια κατά την οποία απασχολούνται πόροι προκειμένου να δημιουργήσουν ένα αποτέλεσμα. Το αποτέλεσμα αυτό έχει δεδομένες προδιαγραφές, έχει συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα και αποσκοπεί στην υλοποίηση συγκεκριμένων στόχων.

Ικανοποιεί επίσης όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά. Έχει σαφή στόχο ο οποίος είναι η υπεροχή έναντι των υπολοίπων, έχει προσδιορισμένη έναρξη (η οποία θα οριστεί παρακάτω), έχει σαφή λήξη, ήτοι την ημέρα των εκλογών, και εκτελείται από μια προσωρινή ομάδα η οποία δημιουργείται για να υποστηρίξει τον υποψήφιο. Το αποτέλεσμα διαφέρει από τα αποτελέσματα άλλων υποψηφίων, αναπτύσσεται προοδευτικά και ανάλογα το χρονικό διάστημα και υποδιαιρείται σε παραδοτέα τα οποία θα δούμε αναλυτικά παρακάτω. Επίσης ακολουθεί σαφές χρονοδιάγραμμα και για την επίτευξή του χρειάζεται ανθρώπους, εξοπλισμό, υποδομές, κεφάλαιο και πολλούς επιπλέον πόρους.

Η προεκλογική καμπάνια είναι μια αλληλουχία πράξεων που μοιάζουν πολύ με διαδικασία αφού μπορεί κανείς να πει ότι επαναλαμβάνεται για όλους του υποψηφίους, συνδυασμούς ή κόμματα σε τακτά χρονικά διαστήματα με τον ίδιο τρόπο. Παρόλα αυτά δεν είναι διαδικασία είναι έργο. Αυτό μπορεί να καταστεί εύκολα σαφές αναλύοντας, πλέον των ανωτέρω χαρακτηριστικών, και τον τρόπο με τον οποίο στήνονται οι καμπάνιες βάση της χρονικής στιγμής, του χαρακτήρα του υποψηφίου, τη γεωγραφική περιοχή που τρέχει μια καμπάνια, τα μέσα που διαθέτει, το μήνυμα που θέλει να επικοινωνήσει στην κάλπη και πολλά άλλα.

Όλα τα παραπάνω καθιστούν την προεκλογική καμπάνια ένα μεγάλο και απαιτητικό έργο, με πολλούς εμπλεκόμενους, με πολλούς μεταβλητούς πόρους, με αχανές και δυσπροσάρμοστο χρονοδιάγραμμα το οποίο μπορεί να διαρκέσει ακόμα και χρόνια και πάνω απ' όλα με έναν εξαιρετικά απαιτητικό στόχο ο οποίος δυσκολεύει συνεχώς την πορεία του έργου.

Δεδομένου ότι για την θεματολογία της συγκεκριμένης μελέτης υπάρχει ελάχιστη ως μηδαμινή επίσημη βιβλιογραφία με αποτέλεσμα η πληροφορία που λαμβάνει κανείς να είναι ισχνή και να μην μπορεί να μελετηθεί, για την παρούσα έγινε χρήση τριών

διαφορετικών μελετών περιπτώσεων που αφορούν την προεκλογική περίοδο του 2019 (μία για κάθε βαθμίδα κρατικής διοίκησης) με μαρτυρίες είτε των ίδιων των επικεφαλής των ψηφοδελτίων είτε ανθρώπων μέσα από τα στενά τους επιτελεία.

Οι περιπτώσεις που επιλέχθηκαν είναι:

1. Για τον πρώτο βαθμό αυτοδιοίκησης, η περίπτωση του Δήμου Χαλκιδέων με συνέντευξη στη Δήμαρχο Χαλκιδέων κα. Έλενα Βάκα.
2. Για το δεύτερο βαθμό αυτοδιοίκησης, η περίπτωση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας και με συνέντευξη στον Περιφερειάρχη Στερεάς Ελλάδας κ. Θεοφάνη Σπανό.
3. Για τις εθνικές εκλογές, η περίπτωση της Νέας Δημοκρατίας με συνέντευξη στο διευθυντή του γραφείου τύπου και υπεύθυνο επικοινωνίας και μέσω των κοινωνικής δικτύωσης, μέλος του επιτελείου της προεκλογικής εκστρατείας της Νέας Δημοκρατίας και υποψήφιο βουλευτή του βορείου τομέα Αθηνών στις εκλογές του 2019 κ. Νίκο Ρωμανό.

Οι παραπάνω περιπτώσεις αν και φαινομενικά μοιάζουν τελείως διαφορετικές και ασύνδετες, παρόλα αυτά παρουσιάζουν τα εξής κοινά χαρακτηριστικά:

- Οι τρεις επικεφαλής έχουν πολιτική και εκλογική εμπειρία ο καθένας στον βαθμό διοίκησης που εκπροσωπεί,
- Ηγήθηκαν για πρώτη φορά κόμμα ή εκλογικό συνδυασμό,
- Κέρδισαν την εκλογική μάχη,
- Προέρχονται από τον ίδιο πολιτικό χώρο,
- Προτίθενται να διεκδικήσουν εκ νέου το αξίωμα που κατέχουν.

Όσον αφορά τον Α' και Β' βαθμό αυτοδιοίκησης επιλέχθηκαν η Χαλκίδα και η Στερεά Ελλάδα, διότι βρίσκονται πάνω από το μέσο όρο τόσο σε πληθυσμό όσο και σε έκταση, με αποτέλεσμα να μπορούν να μας δώσουν μετρήσιμα στοιχεία.

Στην σύγκριση που θα ακολουθήσει συμμετέχουν μόνο οι 2 εκ των 3 περιπτώσεων (αυτές του Δήμου Χαλκιδέων και της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας) για τον λόγο του ότι ο κ. Ρωμανός μπορούσε να μας δώσει πληροφορίες μόνο για την περιοχή γνώσης της Διοίκησης επικοινωνίας, καθώς σε αυτόν τον τομέα απασχολήθηκε, στη θέση

υπευθύνου κατά την προεκλογική περίοδο του 2019. Παρόλα αυτά λόγω του μεγάλου όγκου διεργασιών που απαιτούνται στον προεκλογικό αγώνα ενός κόμματος, η επικοινωνία αντιμετωπίζεται ως ένα διαφορετικό και ανεξάρτητο έργο.

Η εργασία οργανώνεται ως εξής. Το κεφάλαιο 2 αναφέρεται στην προεκλογική εκστρατεία Δηλαδή τι είναι προεκλογική καμπάνια και τι θεωρείται προεκλογική περίοδος. Στο κεφάλαιο 3 αναλύονται οι περιοχές γνώσεις και οι ομάδες διεργασίας της διοίκησης έργων και αντιστοιχούνται με τις περιόδους μιας προεκλογικής εκστρατείας. Στο κεφάλαιο 4 εξετάζεται η περίπτωση της Δημάρχου Χαλκιδέων, κας. Έλενας Βάκα και πως οργάνωσε διοικητικά την προεκλογική περίοδο του συνδυασμού της κατά την εκλογική αναμέτρηση του 2019. Στο κεφάλαιο 5 αναλύεται η διοικητική οργάνωση του συνδυασμού του Περιφερειάρχη κ. Φάνη Σπανού, κατά την προεκλογική περίοδο του 2019. Στο κεφάλαιο 6 εξετάζεται η περίπτωση της Νέας Δημοκρατίας και πως οργανώθηκε διοικητικά το τμήμα επικοινωνίας της κατά την εκλογική αναμέτρηση του 2019. Στο κεφάλαιο 7 συγκρίνεται η διοικητική οργάνωση των προεκλογικών συνδυασμών στην αυτοδιοίκηση. Τέλος, στο κεφάλαιο 8 εξάγονται τα σχετικά συμπεράσματα. Στο παράρτημα της εργασίας παρουσιάζονται οι συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν με τη Δήμαρχο κα. Βάκα, τον Περιφερειάρχη κ. Σπανό και τον διευθυντή του γραφείου τύπου της Νέας Δημοκρατίας κ. Ρωμανό.

2. Η προεκλογική Εκστρατεία

2.1. Η Καμπάνια

Οι προεκλογικές εκστρατείες είναι οι ανταγωνιστικές προσπάθειες των υποψηφίων και των πολιτικών κομμάτων να κερδίσουν την υποστήριξη των ψηφοφόρων κατά την περίοδο που προηγείται των εκλογών. Οι υποψήφιοι χρησιμοποιούν μια ποικιλία τεχνικών για να προσεγγίσουν τους ψηφοφόρους, από δημόσιες εμφανίσεις και συγκεντρώσεις έως τη χρήση της διαφήμισης διαμέσου των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Η εκστρατεία για τη δημόσια διοίκηση γίνεται συνήθως για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα από την «επίσημη» περίοδο εκστρατείας που ορίζεται στο εκλογικό ημερολόγιο, κατά την οποία οι υποψήφιοι έχουν το δικαίωμα να λάβουν ειδική μεταχείριση, συνήθως με τη μορφή πρόσβασης σε δημόσια μέσα ενημέρωσης ή σε δημόσια κεφάλαια και επιχορηγήσεις για την εξυπηρέτηση της εκστρατείας.

Το εκλογικό ημερολόγιο ορίζει τις ημερομηνίες για την «επίσημη» εκστρατεία. Αυτές συνήθως καταλαμβάνουν το μήνα πριν από την ημέρα ψηφοφορίας. Η πραγματική εκστρατεία για το εκάστοτε γραφείο μπορεί να ξεκινήσει πολύ νωρίτερα δεδομένου ότι η διάρκεια της καμπάνιας επηρεάζει τη δυνατότητα των κομμάτων και των υποψηφίων να μεταφέρουν τα μηνύματά τους.

Οι σύντομες περίοδοι εκστρατείας τείνουν να ωφελούν τα κόμματα και τους πολιτικούς που είτε είναι ήδη δημοφιλείς στους πολίτες είτε έχουν εκλεγεί κατά την προηγούμενη προεκλογική αναμέτρηση. Οι μεγαλύτερες περίοδοι εκστρατείας παρέχουν στα λιγότερο γνωστά κόμματα και στους υποψηφίους περισσότερο χρόνο για να προετοιμαστούν και να ενημερώσουν το εκλογικό σώμα για τις θέσεις τους, αλλά απαιτούνται υψηλότεροι πόροι για να διατηρηθεί η εκστρατεία για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Οι μεγαλύτερες εκστρατείες μπορούν επίσης να επηρεάσουν αρνητικά την προσέλευση των ψηφοφόρων, καθώς οι ψηφοφόροι μπορεί να κουραστούν από την ατελείωτη εκλογική εκστρατεία. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα στις ΗΠΑ, όπου η ενεργή εκστρατεία για την εκλογή ενός προσώπου ως υποψήφιου προέδρου για κάθε κόμμα άρχεται τουλάχιστον δύο χρόνια πριν από τις πραγματικές προεδρικές εκλογές.

2.2. Η προεκλογική Περίοδος

Για να επιτευχθεί αναλυτική προσέγγιση του θέματος χωρίς να παραλειφθούν τομείς που μπορεί να αλλάξουν τελείως την φύση του έργου, η προεκλογική καμπάνια θα κατακερματιστεί σε περιόδους και θα μελετηθεί η εφαρμογή της διοίκησης έργων σε κάθε περίοδο ξεχωριστά.

Αρχικά και για τις ανάγκες της εργασίας θα πρέπει να οριστεί μια σαφής έναρξη της προεκλογικής περιόδου. Αξιωματικά λοιπόν δεχτούμε ότι η προεκλογική περίοδος ξεκινάει από την επομένη ημέρα των εκλογών και διαρκεί μέχρι την ημέρα των επόμενων εκλογών.

Το χρονικό διάστημα το οποίο θεωρείται ότι διαρκεί μία προεκλογική περίοδος δύναται να διαφέρει (κυρίως στην περίπτωση των εθνικών εκλογών) από το σαφές όριο των τεσσάρων ετών. Επίσης η προεκλογική περίοδος που συμπίπτει χρονικά με την οργάνωση και την εκπόνηση της προεκλογικής καμπάνιας, αποτελεί μόνο ένα σχετικά μικρό διάστημα. Στην παρούσα εργασία εξετάζεται υπό το πρίσμα της διοίκησης έργου μόνο το διάστημα της προεκλογικής περιόδου κατά το οποίο διαρκεί η προεκλογική καμπάνια και μόνο σε επίπεδο συνδυασμών και κομμάτων.

Η προεκλογική περίοδος θα χωριστεί σε τρεις μικρότερες χρονικές περιόδους, ώστε να καταστεί η μελέτη πιο σαφής.

1. Από την στιγμή έκδοσης των αποτελεσμάτων των εκλογών έως την ανακοίνωση της ημερομηνίας των επόμενων,
2. Από την ανακοίνωση της ημερομηνίας των εκλογών έως την ανακοίνωση της υποψηφιότητας του υποψηφίου,
3. Από την ανακοίνωση της υποψηφιότητάς έως την ημέρα των εκλογών.

Οι παραπάνω περίοδοι μπορεί σε ορισμένες περιπτώσεις να παρουσιάζουν διαφορές μεταξύ των διαφορετικών βαθμίδων διοίκησης και κυρίως μεταξύ της προεκλογικής εκστρατείας στην αυτοδιοίκηση (Α & Β βαθμού) και των εθνικών εκλογών αλλά σε ένα γενικευμένο πλαίσιο παραμένουν κοινές. Αυτό συμβαίνει, διότι στην αυτοδιοίκηση η ημερομηνία των επόμενων εκλογών είναι συγκεκριμένη. Αντίθετα, στην περίπτωση των εθνικών εκλογών μπορεί να μεταβάλλεται σύμφωνα με τις αποφάσεις της κυβέρνησης ή λόγω πολιτικής αναταραχής στη χώρα. Πολύ σημαντικό θεωρείται

επίσης ότι κατά την τρίτη περίοδο τοποθετείται ένα πολύ σημαντικό ορόσημο το οποίο είναι η ανακοίνωση του ψηφοδελτίου, το οποίο παίζει καίριο ρόλο στην επικοινωνιακή πολιτική του συνδυασμού ή του κόμματος. Επίσης ορίζεται συγκεκριμένη ημερομηνία κατάθεσης του ψηφοδελτίου στο Πρωτοδικείο, σύμφωνα με τον εκάστοτε ισχύοντα εκλογικό νόμο.

Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στις περιόδους 2 και 3, αφού στις εκλογές του 2019, κανένας από τους εμπλεκόμενους στη μελέτη δεν κατείχε ήδη το αξίωμα και ως εκ τούτου μόνο αυτές συμπίπτουν με την οργάνωση ομάδας για την εκπόνηση της προεκλογικής καμπάνιας.

3. Περιοχές γνώσης και Ομάδες Διεργασίας της Διοίκησης έργων

Όπως παρουσιάζεται στον Πίνακα 1, οι βασικές γνώσεις στη διοίκηση έργων είναι οργανωμένες σε δέκα περιοχές γνώσης και κάθε περιοχή γνώσης έχει τις δικές της διεργασίες. Σύμφωνα με το τελευταίο πρότυπο του PMI υπάρχουν συνολικά 47 διεργασίες οι οποίες έχουν ομαδοποιηθεί σε πέντε ομάδες διεργασιών. Οι δέκα περιοχές γνώσεις, όπως αυτές αναφέρονται στο PMBOK είναι:

- Η διοίκηση ενοποίησης,
- Η διαχείριση του φυσικού αντικειμένου,
- Η διαχείριση χρόνου,
- Η διαχείριση κόστους,
- Η διαχείριση ποιότητας,
- Η διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού,
- Η διαχείριση επικοινωνιών,
- Η διαχείριση κινδύνων,
- Η διαχείριση προμηθειών και
- Η διαχείριση συμμετόχων.

Αντίστοιχα οι πέντε ομάδες διεργασιών που αντιστοιχούν σε κάθε μια από τις περιοχές γνώσης είναι:

- Η Εκκίνηση,
- Ο Σχεδιασμός και προγραμματισμός,
- Η Εκτέλεση,
- Η παρακολούθηση και ο έλεγχος και
- Το κλείσιμο.

Στη συγκριτική μελέτη που θα ακολουθήσει συνδυάζονται οι περιοχές γνώσης και οι διεργασίες της διοίκησης έργων με τις διεργασίες που ακολουθούν οι υποψήφιοι και τα επιτελεία τους κατά την προεκλογική εκστρατεία σύμφωνα με τις πληροφορίες που έδωσαν οι ίδιοι οι υποψήφιοι ή μέλη των επιτελείων τους. Πιο συγκεκριμένα αντιστοιχούνται οι φάσεις του πίνακα 1 με τις φάσεις που αντιστοιχούν στην διεξαγωγή ενός προεκλογικού αγώνα. Κατόπιν των συνεντεύξεων με τους εμπλεκόμενους γίνεται δεκτό ότι η φάση της εκκίνησης συμπίπτει με την χρονική στιγμή όπου ο υποψήφιος

επικεφαλής έχει αποφασίσει ότι θα διεκδικήσει κάποιο αξίωμα και είναι λίγο πριν την ανακοίνωση της υποψηφιότητάς του. Τη δεδομένη χρονική στιγμή προσπαθεί να θέσει τους στόχους του, να κάνει την αυτοκριτική του και να συλλέξει τους πολύ στενούς του συνεργάτες. Η φάση του σχεδιασμού και προγραμματισμού συμπίπτει με την χρονική στιγμή της ανακοίνωσης της υποψηφιότητάς του και διαρκεί για μερικές εβδομάδες. Τη δεδομένη στιγμή ο υποψήφιος προσπαθεί να σχεδιάσει όσο το δυνατόν καλύτερα την εκστρατεία του. Η εκτέλεση είναι η φάση που διαρκεί περισσότερο και αφορά όλη την περίοδο από την ανακοίνωση της υποψηφιότητας μέχρι και τη στιγμή της καταμέτρησης των ψήφων τη δεύτερη Κυριακή. Ο έλεγχος και η παρακολούθηση περικλείονται στη φάση της εκτέλεσης και οι διεργασίες τους ανατροφοδοτούν τον συνδυασμό με πληροφορία, πολλές φορές ικανή να ανασκευάσει τη διοικητική στρατηγική αρκετών περιοχών γνώσης ακόμα και κατά την διάρκεια της εκτέλεσης. Τέλος, το κλείσιμο αφορά τη δεύτερη Κυριακή των εκλογών και ίσως και μερικές ημέρες ή εβδομάδες μετά.

Η διαδικασία αυτή θα επαναληφθεί και για τις τρεις βαθμίδες διοίκησης της χώρας, ώστε να γίνει οριζόντια σύγκριση των περιπτώσεων και να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με την ανάγκη των υποψηφίων να χρησιμοποιούν Project Managers στις εκστρατείες τους.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας

ΠΕΡΙΟΧΗ ΓΝΩΣΗΣ	ΟΜΑΔΕΣ ΔΙΕΡΓΑΣΙΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΡΓΩΝ				
	Εκκίνηση	Σχεδιασμός - Προγραμματισμός	Εκτέλεση	Παρακολούθηση - Έλεγχος	Κλείσιμο
Διοίκηση Ενοποίησης	Ανάπτυξη Καταστατικού	Ανάπτυξη Σχεδίου Διοίκησης Έργου	Διοίκηση και Διαχείριση της Εκτέλεσης	Παρακολούθηση και Έλεγχος Έργων Εκπόνηση Ολοκληρωμένου Ελέγχου Αλλαγών	Κλείσιμο Έργου ή Φάσης
Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου (Φ.Α.)		Σχεδιασμός Διαχείρισης ΦΑ Συλλογή Απαιτήσεων Προσδιορισμός ΦΑ Ανάπτυξη WBS		Αξιολόγηση ΦΑ Έλεγχος ΦΑ	
Διαχείριση Χρόνου		Σχεδιασμός Διαχείρισης Χρόνου Προσδιορισμός Δραστηριοτήτων Ακολουθία Δραστηριοτήτων Εκτίμηση Παραγωγικού Δυναμικού Εκτίμηση Διαρκειών Ανάπτυξη Χρονοδιαγράμματος		Έλεγχος Χρονοδιαγράμματος	
Διαχείριση Κόστους		Σχεδιασμός Διαχείρισης Κόστους Εκτίμηση Κόστους Ανάπτυξη Προϋπολογισμού		Έλεγχος Κόστους	
Διαχείριση Ποιότητας		Σχεδιασμός Ποιότητας	Διασφάλιση Ποιότητας	Έλεγχος Ποιότητας	
Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού		Ανάπτυξη Σχεδίου Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού	Απόκτηση Ομάδας Έργου Ανάπτυξη Ομάδας Έργου Διοίκηση Ομάδας Έργου		
Διαχείριση Επικοινωνιών		Σχεδιασμός Επικοινωνιών	Διαχείριση Πληροφοριών	Έλεγχος Επικοινωνιών	
Διαχείριση Κινδύνων		Σχεδιασμός Διαχείρισης Κινδύνων Προσδιορισμός Κινδύνων Ποιοτική Ανάλυση Κινδύνων Ποσοτική Ανάλυση Κινδύνων Σχεδιασμός Αντιμετώπισης Κινδύνων		Παρακολούθηση και Έλεγχος Κινδύνων	
Διαχείριση Προμηθειών		Σχεδιασμός Διαχείρισης Προμηθειών	Διενέργεια Προμηθειών	Διαχείριση Προμηθειών	Κλείσιμο Προμηθειών
Διαχείριση Συμμετόχων	Προσδιορισμός Συμμετόχων	Σχεδιασμός Διαχείρισης Συμμετόχων	Διαχείριση Εμπλοκής Συμμετόχων	Έλεγχος Εμπλοκής Συμμετόχων	

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. Περιοχές Γνώσης & Ομάδες Διεργασιών της Διοίκησης Έργων

4. Α Βαθμός Αυτοδιοίκησης – Η Περίπτωση του Δήμου Χαλκιδέων

Για τον Α βαθμό αυτοδιοίκησης επιλέχθηκε ο Δήμος Χαλκιδέων. Ο συγκεκριμένος Δήμος τόσο πληθυσμιακά όσο και χωροταξικά βρίσκεται πάνω από το μέσο όρο του συνόλου των δήμων της Ελλάδας. Πιο συγκεκριμένα ο πληθυσμός του Δήμου Χαλκιδέων, ανέρχεται στις 102.223 κατοίκους σύμφωνα με την απογραφή του 2011, ενώ πανελληνίως ο μέσος όρος ανέρχεται στις 33.338 κατοίκους. Χωροταξικά η έκταση του δήμου μετράται στα 424,8 τετραγωνικά χιλιόμετρα με το μέσο όρο να βρίσκεται στα 403,33 τετραγωνικά χιλιόμετρα.

Τόσο η έκταση του δήμου, όσο και το πληθυσμιακό του μέγεθος διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην οργάνωση της προεκλογικής εκστρατείας ενός υποψηφίου δημάρχου. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δήμος, τόσες περισσότερες παράμετροι προστίθενται, με αποτέλεσμα η περιπλοκότητα του έργου να αυξάνεται. Με αυτό το δεδομένο ένας δήμος, όπως αυτός της Χαλκίδας με το πληθυσμιακά και χωροταξικά χαρακτηριστικά που παρουσιάζει, μπορεί να παρέχει αξιόπιστα δεδομένα για την παρούσα μελέτη.

Η ανάλυση των περιοχών γνώσης και των διεργασιών που ακολουθεί, βασίζεται στην συνέντευξη της εν ενεργεία Δημάρχου Χαλκιδέων κα. Βάκα και αφορά την προεκλογική της εκστρατεία στις δημοτικές εκλογές του 2019, όπου διεκδίκησε και κέρδισε τον δημαρχιακό θώκο.

4.1. Εκκίνηση

Σύμφωνα με την κα. Βάκα στις εκλογές του Α βαθμού τοπικής αυτοδιοίκησης υπάρχει μια διαφοροποίηση στις προεκλογικές περιόδους, όπως αυτές έχουν οριστεί σε προηγούμενο κεφάλαιο. Συγκεκριμένα η πρώτη και η δεύτερη περίοδος συμπίπτουν σε μια, διότι η ημερομηνία των επόμενων εκλογών είναι συγκεκριμένη και δεν διαφοροποιείται όπως συμβαίνει στις εθνικές εκλογές.

Η κα. Βάκα συμφωνεί με την υπόθεση ότι η προεκλογική περίοδος ξεκινάει την επομένη των εκλογών αλλά επισημαίνει ότι αυτό ισχύει μόνο για τους υποψήφιους που

είτε θέλουν να επαναδιεκδικήσουν την θέση για την οποία ήταν ήδη υποψήφιοι (είτε την κατέκτησαν είτε όχι) και όχι γι' αυτούς που την διεκδικούν για πρώτη φορά. Συνεπώς, για την ίδια, η υπόθεση αυτή θα ισχύει για τις εκλογές του 2023, όπου θα διεκδικήσει εκ νέου τη θέση της δημάρχου αλλά όχι για την προεκλογική περίοδο του 2019, η οποία μελετάται με την παρούσα εργασία.

Δεδομένου αυτού, θα εξεταστούν οι περίοδοι 2 και 3, από την στιγμή δηλαδή που ανακοίνωσε την υποψηφιότητά της μέχρι και την ημέρα των εκλογών. Ως εκκίνηση του έργου θεωρείται η στιγμή (πριν την ανακοίνωση της υποψηφιότητας) κατά την οποία αποφάσισε να διεκδικήσει της θέση του δημάρχου.

4.1.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Σε μια προεκλογική εκστρατεία δεν υπάρχει η σύνταξη του καταστατικού, όπως αυτό νοείται σε άλλα έργα (ένα κατασκευαστικό project ή σε ένα project Πληροφορικής για παράδειγμα). Παρόλα αυτά υπάρχει μια διαδικασία που μπορεί να συνυφαστεί με αυτή του καταστατικού. Η διαδικασία αυτή είναι ο προσδιορισμός των ενδιάμεσων και τελικών στόχων του project.

Οι τελικοί στόχοι ενός τέτοιου project μπορεί να διαφέρουν ανάλογα την δυναμική του συνδυασμού. Όταν ένας συνδυασμός γνωρίζει ότι δεν έχει την δυναμική να κερδίσει τις εκλογές, τότε θα θέσει ως στόχο τη διεκδίκηση του μεγαλύτερου δυνατού ποσοστού (ειδικά στις εκλογές του 2019 όπου ίσχυε ο εκλογικός νόμος της απλής αναλογικής).

Σύμφωνα με την κα. Βάκα πέρα από τον τελικό στόχο που είναι η νίκη στις εκλογές, σε αυτό το σημείο, ο υποψήφιος θέτει τους προσωπικούς του στόχους και προσπαθεί να εκτιμήσει κατά πόσο αυτοί είναι εφικτοί.

Κατά την εκκίνηση του project, ο υποψήφιος σχεδιάζει το που θα στηριχτεί όλος ο προεκλογικός αγώνας κάνοντας μια ιδεολογική στόχευση που, κατά την ίδια, έχει να κάνει αφ' ενός με το τι θέλει να πετύχει αφού εκλεγεί και αφ' ετέρου με το ποιος είναι ο ίδιος, ποια είναι τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του και τι από αυτά θέλει να προβάλλει.

Το σημαντικότερο σε αυτό το στάδιο είναι ο υποψήφιος να θέσει ρεαλιστικές στοχεύσεις τόσο για το αποτέλεσμα που προσδοκά να φέρει, όσο και για το τι θέλει να πετύχει μετά την εκλογή του. Και βέβαια για το ποιος είναι, χωρίς να παρουσιάσει

ψευδές πρόσωπο (κάτι το οποίο, στον Ά βαθμό αυτοδιοίκησης όπου υπάρχει άμεση επαφή με τους πολίτες, μπορεί να αποκαλυφθεί εύκολα).

Καταλήγοντας λοιπόν στο στάδιο της διοικητικής ενοποίησης κατά την εκκίνηση ενός προεκλογικού αγώνα θέτει το πλαίσιο, εν είδη καταστατικού, κατά το οποίο ο υποψήφιος βάζει τους βασικούς στόχους και κατευθύνσεις πάνω στις οποίες θα στηρίξει όλον το προεκλογικό αγώνα, οι οποίες συνοψίζονται στα:

- Ποιο είναι το πολιτικό τοπίο την δεδομένη στιγμή;
- Ποιος είναι ο ίδιος;
- Ποια είναι τα δυνατά του στοιχεία σε σχέση με τους άλλους υποψηφίους;
- Τι είναι αυτό που θα τον κάνει να ξεχωρίσει από τον ανταγωνισμό;

4.1.2. Διαχείριση Συμμετόχων

Κατά την εκκίνηση ενός έργου, πάντα προσδιορίζονται οι συμμετέχοντες οι οποίοι ενδεχομένως να επηρεάσουν το έργο. Περιγράφοντας ένα project τόσο ιδιαίτερο όσο είναι μια προεκλογική εκστρατεία, τότε εύκολα συμπεραίνει κανείς ότι συμμετέχοντες μπορεί να χαρακτηριστούν όλα εκείνα τα άτομα που ζουν και δραστηριοποιούνται μέσα στα πλαίσια του δήμου, πολλώ δε μάλλον ως συμμετέχοντες μπορεί να χαρακτηριστεί το σύνολο του εκλογικού σώματος.

Παρόλα αυτά οι υποψήφιοι είναι αδύνατο να προσδιορίσουν, να καταγράψουν και να προϋπολογίσουν τις συμπεριφορές, την ανάμειξη και την επιρροή που μπορεί να ασκήσουν όλοι αυτοί οι εμπλεκόμενοι. Για τον λόγο αυτό δίνουν σημασία κυρίως σε ομάδες ατόμων που θα φανούν αρωγοί στον προεκλογικό αγώνα, και λιγότερο σε αυτούς που θα τεθούν απέναντι.

Σύμφωνα με την κα. Βάκα ο υποψήφιος κατά την φάση του προσδιορισμού των συμμετεχόντων προσπαθεί να φέρει κοντά του και να πείσει να στηρίζουν τον προεκλογικό αγώνα άνθρωποι-κλειδιά οι οποίοι φαίνεται να έχουν επιρροή σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες.

Τέτοιοι άνθρωποι μπορεί να είναι πολιτικά πρόσωπα που δραστηριοποιούνται στον δήμο, ανεξαρτήτως του επιπέδου πολιτικής εμπλοκής που μπορεί να έχουν, πρώην πολιτικούς που μπορεί μεν να έχουν αποσυρθεί από την ενεργό δράση αλλά συνεχίζουν να επηρεάζουν κομμάτι των πολιτών, συνδικαλιστές ή επαγγελματίες που ξεχωρίζουν στον επαγγελματικό τους χώρο και χαίρουν εκτίμησης των εργαζομένων, εκπροσώπους οργανώσεων νέων, εκπροσώπους συλλόγων και γενικά ανθρώπους οι οποίοι μπορούν ο καθένας από τον δικό του χώρο να αντλήσει υποστηρικτές προς το πρόσωπο του υποψηφίου.

Όλοι αυτοί οι άνθρωποι είναι αυτοί που ουσιαστικά θα βοηθήσουν, με την έννοια της εξωστρέφειας, τον προεκλογικό αγώνα. Είναι άνθρωποι που δεν θα είναι οι ίδιοι υποψήφιοι αλλά είναι αυτοί που μπορούν να επηρεάσουν τις διάφορες κοινωνικές ομάδες ούτως ώστε να βοηθήσουν στην επίτευξη του τελικού στόχου.

Μια ομάδα συμμετεχόντων που παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην επίτευξη των στόχων του υποψηφίου είναι οι υποψήφιοι σύμβουλοι που απαρτίζουν το ψηφοδέλτιο. Η συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων έχει διττό ρόλο, αφού ανήκουν και στους συμμετέχοντες αλλά και στην ομάδα εκτέλεσης του έργου. Σε αυτή τη φάση του έργου, ενώ υπάρχει ίσως μια πρώτη σκέψη και προσδιορισμός των ανθρώπων που θέλει ο υποψήφιος να πλαισιώσουν το ψηφοδέλτιο, δεν θα αναλύσουμε τους υποψήφιους συμβούλους και θα ασχοληθούμε με το θέμα αυτό στη φάση του σχεδιασμού και τις εκτέλεσης.

Τέλος μια άλλη ομάδα ανθρώπων που δεν ανήκει εξ ολοκλήρου στους συμμετέχοντες αλλά περισσότερο στην ομάδα του έργου, που παρόλα αυτά όμως δημιουργείται κατά την εκκίνηση, είναι η ομάδα των στενών συνεργατών του υποψηφίου. Αυτοί δηλαδή που σε επόμενες φάσεις θα παίζουν τον ρόλο των συντονιστών και διευθυντών των τμημάτων που θα δημιουργηθούν κατά τον σχεδιασμό.

4.2. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

4.2.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Όπως αναφέρθηκε στη φάση της εκκίνησης του έργου, υπάρχει ήδη μια πολύ στενή ομάδα ανθρώπων που παίζουν τον ρόλο των άμεσων συνεργατών του υποψηφίου. Στη

φάση του σχεδιασμού και προγραμματισμού λοιπόν, ο υποψήφιος δήμαρχος σε συνεργασία με την στενή ομάδα του αναπτύσσουν τον τρόπο που θα γίνει η διαχείριση του προεκλογικού αγώνα, και βάζουν τις βάσεις της λειτουργίας του συνδυασμού.

Σε αυτή τη φάση γίνεται κατ' αρχάς ένας σαφής διαχωρισμός των τομέων διαχείρισης που θα απαιτηθούν, ώστε να εκτελεστεί σωστά ο προεκλογικός αγώνας. Αργότερα στο στάδιο της εκτέλεσης θα επανδρωθούν οι παρακάτω τομείς:

- Τομέας διαχείρισης οικονομικών,
- Τομέας διαχείρισης επικοινωνίας,
- Τομέας διαχείρισης υποψηφίων,
- Τομέας διαχείρισης διαδικασιών και οργανωτικού (εκδηλώσεις, εκλογικό κέντρο κτλ),
- Τομέας νομικών.

Σύμφωνα με την κα. Βάκα ο όγκος των ανθρώπων που θα κληθούν να αλληλοεπιδράσουν είτε μεταξύ τους, είτε με τους ψηφοφόρους, είτε με τον ίδιο τον επικεφαλής, είναι τόσο μεγάλος που η έλλειψη κανονιστικού πλαισίου μπορεί να επιφέρει πολύ μεγάλα προβλήματα που μπορεί να επηρεάσουν τον τελικό στόχο του project. Για αυτό το λόγο τίθεται ένα κανονιστικό πλαίσιο το οποίο θα ακολουθεί ο συνδυασμός σε όλη την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα. Ουσιαστικά στον σχεδιασμό θέτονται τα πλαίσια και οι κατευθύνσεις που θα πρέπει να κινηθούν ως επί το πλείστον οι υποψήφιοι αλλά και το υπόλοιπο επιτελείο. Τα πλαίσια αυτά αφορούν το σύνολο της προεκλογικής καμπάνιας. Αναφέρονται δηλαδή στις αρχές, στο πρόγραμμα, στον τρόπο παρουσίασης, στο τι πρεσβεύει ο συνδυασμός αλλά και στο πως θα κινηθεί κατά την διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας. Πολύ σημαντικό επίσης είναι το ότι σε αυτό το σημείο θέτονται και οι κόκκινες γραμμές του συνδυασμού.

4.2.2. Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου

Όλες οι ενέργειες που θα γίνουν κατά την διάρκεια της προεκλογικής περιόδου, κάθε πλαίσιο που θα τεθεί, όλες οι διοικητικές δομές που θα δημιουργηθούν, συνηγορούν στο να επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί σε προηγούμενη φάση. Παρόλα αυτά,

όταν το εκλογικό σώμα δώσει ψήφο εμπιστοσύνης σε έναν υποψήφιο, ουσιαστικά θα του δώσει εντολή να εκτελέσει όλα αυτά που θα έχει παρουσιάσει κατά την προεκλογική περίοδο.

Υπό αυτό το πρίσμα το φυσικό αντικείμενο του έργου εκφράζεται μέσω του προγράμματος που κοινοποιεί ο συνδυασμός εφόσον αυτό θα δώσει την βάση πάνω στην οποία θα στηθεί όλο το έργο. Προσδιορίζονται λοιπόν σε αυτό το σημείο όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά τα οποία θα αποτελέσουν τον πυρήνα της προεκλογικής εκστρατείας.

Σύμφωνα με τη Δήμαρχο Χαλκιδέων, οι δήμοι όπως έχουν διαμορφωθεί από το καλλικρατικό μοντέλο διοίκησης δήμων και περιφερειών, εμπεριέχουν και προσπαθούν να ενοποιήσουν πολλά διαφορετικά κοινωνικά και γεωγραφικά χαρακτηριστικά. Για τον λόγο αυτό το πρόγραμμα διαμορφώνεται από την ομάδα του υποψηφίου με βάση τα τοπικά χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής που απαρτίζει τον καλλικρατικό δήμο. Παρόλα αυτά οι βασικοί πυλώνες του προγράμματος διαμορφώνονται από τον ίδιο τον υποψήφιο.

4.2.3. Διαχείριση Χρόνου

Μια προεκλογική εκστρατεία, μπορεί να μην έχει σαφή χρονική έναρξη ή η έναρξή της να διαφέρει αναλόγως τον σχεδιασμό του υποψηφίου, αλλά σίγουρα έχει πολύ σαφή λήξη, η οποία δεν επιδέχεται καμία παράταση.

Για τον λόγο αυτό ο υποψήφιος και η στενή του ομάδα να σχεδιάσουν τις απαιτούμενες κινήσεις που πρέπει να γίνουν κατά τη διάρκεια του προεκλογικού αγώνα και τις καταναίμουν στην γραμμή του χρόνου.

Αρχικά συνυπολογίζεται ο σχεδιασμός που έχει γίνει ήδη σε προηγούμενο στάδιο και ύστερα βάση της εμπειρίας του υποψηφίου και της ομάδας του προσδιορίζονται όλα εκείνα που θα πρέπει να γίνουν κατά τη διάρκεια της εκστρατείας.

Κατόπιν προτεραιοποιούνται βάση της σπουδαιότητας που έχουν στο αποτέλεσμα του project και τοποθετούνται σε ένα χρονοδιάγραμμα.

Βάση των διεργασιών που έχουν προσδιοριστεί, σε επόμενη φάση θα εξεταστεί και το ανθρώπινο δυναμικό που θα πρέπει να προσληφθεί στην εκστρατεία.

Η καταγραφή και ο καταμερισμός των ενεργειών σε αρχικό στάδιο είναι ζωτικής σημασίας για την πορεία και την επιτυχία του έργου διότι πέρα από τον σχεδιασμό της ομάδας και τα deadlines που η ίδια έχει θέσει, υπάρχουν και καταληκτικές ημερομηνίες για διαδικασίες που ορίζονται από τον νόμο (φορολογικές υποχρεώσεις, κατάθεση ψηφοδελτίου στο πρωτοδικείο κ.α.), οι οποίες αν δεν τηρηθούν ο συνδυασμός και ο υποψήφιος θα έχουν σοβαρά νομικά ζητήματα.

4.2.4. Διαχείριση Κόστους

Ο προσδιορισμός του κόστους είναι ένα ζωτικό κομμάτι κάθε project, πολλώ δε μάλλον ενός προεκλογικού αγώνα. Στη συζήτηση μας, η κα. Βάκα, έδωσε μεγάλη έμφαση στη σωστή οικονομική διαχείριση, διότι όπως επισήμανε εάν ένας υποψήφιος δεν μπορεί να ανταπεξέλθει στις οικονομικές του υποχρεώσεις και μάλιστα έγκαιρα, τότε υπάρχει κίνδυνος να δημιουργηθεί ένα κλίμα αναξιοπιστίας στο πρόσωπό του με αποτέλεσμα να πληγεί πολιτικά σε μεγάλο βαθμό.

Για τον λόγο αυτό με την απόφαση ενός υποψηφίου να εισέλθει στον εκλογικό στίβο γίνεται και η εκτίμηση τόσο του κόστους, όσο και του οικονομικού αποθέματος που μπορεί ο υποψήφιος να διαθέσει.

Ο συνδυασμός αυτών των 2 αριθμών που θα προκύψουν, διαμορφώνει και τον προϋπολογισμό της προεκλογικής εκστρατείας. Αυτή είναι μια άσκηση που συνήθως γίνεται από τον ίδιο τον υποψήφιο σε συνεργασία με κάποια άτομα απολύτου εμπιστοσύνης με εμπειρία τόσο εκλογική όσο και οικονομικής διαχείρισης.

Τέλος σε αυτή τη φάση εκπονείται ένα σχέδιο που αφορά τον τρόπο με τον οποίο θα διανεμηθούν τα χρήματα αυτά και σε ποιες δραστηριότητες κατά την διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας.

4.2.5. Διαχείριση Ποιότητας

Δεν έγινε κάποια αναφορά σε διαχείριση ποιότητας κατά την συνέντευξή με την κα. Βάκα.

4.2.6. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Ο σχεδιασμός των ομάδων διαχείρισης του προεκλογικού αγώνα, καθώς και το κανονιστικό πλαίσιο του συνδυασμού έχουν ήδη προηγηθεί κατά την ανάπτυξη του σχεδίου διοίκησης. Σε αυτό το στάδιο δημιουργούνται και θέτονται οι βάσεις πάνω στις οποίες θα λειτουργήσουν όλα τα άτομα που θα απαρτίσουν αυτές τις ομάδες.

Πέρα όμως από το κανονιστικό πλαίσιο που θα ακολουθηθεί, υπάρχει και ένας σχεδιασμός που αφορά αμιγώς την διοίκηση. Στην ουσία σχεδιάζεται το οργανόγραμμα του προεκλογικού επιτελείου. Εδώ ορίζονται οι υπεύθυνοι του κάθε τομέα (οι οποίοι αποτελούν την στενή ομάδα του υποψήφιου) και τους αναθέτονται καθήκοντα. Πλην του τομέα των οικονομικών που βαρύνει αποκλειστικά τον επικεφαλής και κάποιον επαγγελματία οικονομολόγο και τον τομέα των νομικών που αναλαμβάνει επαγγελματίας δικηγόρος με εμπειρία στην σχετική νομοθεσία, όλοι οι υπόλοιποι τομείς καλούνται να διαχειριστούν όλη την καθημερινότητα (εκδηλώσεις, εβδομαδιαίος προγραμματισμός, επικοινωνιακό σχέδιο, διαχείριση υποψηφίων). Αυτοί θα παίξουν τον ρόλο των διευθυντών στους οποίους θα αναφέρονται οι αντίστοιχες ομάδες, όταν θα στελεχωθούν.

Στα πλαίσια του σχεδίου διαχείρισης των ανθρωπίνων πόρων, ο επικεφαλής καλείται να επιλέξει τον Project Manager που θα είναι υπεύθυνος για την πορεία όλης της προεκλογικής εκστρατείας αλλά και για την διαχείριση των ομάδων σε υψηλό επίπεδο. Σύμφωνα με την κα. Βάκα, στον Α' βαθμό αυτοδιοίκησης, τον ρόλο του Project Manager (τις περισσότερες φορές) τον έχει ο ίδιος ο επικεφαλής. Αυτό συμβαίνει, διότι ο πληθυσμιακός και γεωγραφικός όγκος των Δήμων δεν είναι τόσο μεγάλος ώστε να μην μπορεί ο επικεφαλής να έχει την πλήρη εποπτεία. Επίσης πάντα οι τελικές αποφάσεις λαμβάνονται από τον ίδιο.

4.2.7. Διαχείριση Επικοινωνιών

Ο τρόπος που θα επικοινωνηθούν όλα όσα έχει σχεδιάσει ο υποψήφιος, έχει πραγματικά ζωτική σημασία. Έχει παρατηρηθεί ότι πολύ καλές ιδέες και προτάσεις μπορεί να καταποντιστούν υπό το βάρος μιας κακής επικοινωνιακής στρατηγικής. Για τον λόγο αυτό οι επικεφαλής και τα επιτελεία τους δίνουν ιδιαίτερη σημασία στον σχεδιασμό μιας εστιασμένης επικοινωνιακής καμπάνιας η οποία να ανταποκρίνεται

στα χαρακτηριστικά που θέλει ο συνδυασμός να προβάλει, στα θετικά στοιχεία του ίδιου του επικεφαλής και στο τεχνικό πρόγραμμα που έχει οριστεί, με στόχευση πάντα την τοπική κοινωνία και τα χαρακτηριστικά της.

Οι εκλογές του Α βαθμού αυτοδιοίκησης είναι εκλογές με αμεσότητα και καθημερινή προσωπική επικοινωνία του υποψηφίου δημάρχου με το εκλογικό σώμα. Επίσης περιλαμβάνουν πολλές περιοχές που συνδυάζουν τοπικές ιδιαιτερότητες.

Για τους δύο αυτούς λόγους οι άνθρωποι που είτε θα σχεδιάσουν την επικοινωνιακή στρατηγική είτε θα λειτουργήσουν συμβουλευτικά ως προς τον σχεδιασμό, θα πρέπει να περικλείουν πολλά χαρακτηριστικά εντοπιότητας και να έχουν γνώση της τοπικής κοινωνίας.

Για να μπορεί να έχει επιτυχία στην πράξη μια επικοινωνιακή στρατηγική θα πρέπει να σχεδιαστεί αλλά και να εκτελεστεί από ανθρώπους που συνδυάζουν την γνώση των βασικών αρχών επικοινωνίας με την εμπειρία στην τοπική κοινωνία.

4.2.8. Διαχείριση Κινδύνων

Ο προσδιορισμός των κινδύνων που μπορεί να προκύψουν κατά την διάρκεια ενός προεκλογικού αγώνα είναι ένα πολύ σημαντικό τμήμα του σχεδιασμού ενός τέτοιου project υπό το πρίσμα ότι ο κάθε υποψήφιος, στην προσπάθεια του να επικρατήσει, μπορεί να χρησιμοποιήσει οποιοδήποτε τρόπο.

Τα ρίσκα αυτά, κατά έναν πολύ μεγάλο βαθμό, είναι αναφορικά με την εικόνα του υποψηφίου ή του συνδυασμού και οι τρόποι αντιμετώπισής τους συγκλίνουν κυρίως στην διαχείριση τους επικοινωνιακά. Χωρίς βέβαια να μπορούν να αποκλειστούν κίνδυνοι σχετικά με τον τομέα των οικονομικών ή των διαδικασιών.

Επιπροσθέτως, με δεδομένο ότι κάθε υποψήφιος διαθέτει μια πολύ μεγάλη ομάδα ανθρώπων που τον πλαισιώνουν (ομάδες εργασίας, επικεφαλής ομάδων, υποψήφιοι σύμβουλοι κτλ), και ο κάθε ένας από αυτούς έχει το δικό του εκτόπισμα και την δικιά του εικόνα προς την κοινωνία, η κάθε του κίνηση αποτελεί δυνητικό κίνδυνο για τον επικεφαλής.

Η κα. Βάκα ήταν σαφής ότι κατά τον σχεδιασμό γίνεται μια πρώτη καταγραφή των ενδεχόμενων κινδύνων και του τρόπου που αυτοί μπορούν να ελαχιστοποιηθούν.

Για να γίνει αυτός ο υπολογισμός ρίσκων, πρέπει να μελετηθούν οι αντίπαλοι συνδυασμοί, διότι συνήθως από εκεί προέρχονται οι κίνδυνοι. Ουσιαστικά το επιτελείο του υποψηφίου προσπαθεί να υπολογίσει πως οι υπόλοιποι συνδυασμοί, μπορούν να εκμεταλλευτούν κάποιο ενδεχόμενο λάθος, και πως θα αποφευχθεί αυτό.

Όσον αφορά τους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν από την ίδια την ομάδα του υποψηφίου δημάρχου, γίνεται ένας σχεδιασμός πρόληψης, με τον σχεδιασμό αυτό να συγκλίνει στο κανονιστικό πλαίσιο που αναφέρθηκε σε προηγούμενη παράγραφο. Αυτοί οι κανόνες επικοινωνούνται τόσο στο σύνολο της ομάδας όσο και μεμονωμένα σε κατ' ιδίαν συναντήσεις και ο επικεφαλής μαζί με τους διευθυντές των τομέων φροντίζουν να τηρούνται σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο ποσοστό.

Στον τομέα των οικονομικών, ο σωστός και ρεαλιστικός προϋπολογισμός μπορεί να αποτρέψει μετέπειτα εκπλήξεις και γι' αυτό είναι πολύ σημαντικό να γίνει από ανθρώπους έμπειρους τόσο στα οικονομικά όσο και στα εκλογικά θέματα.

Τέλος, δεδομένου του πλαισίου που διέπει την προεκλογική περίοδο του Α βαθμού αυτοδιοίκησης και της αμεσότητας όλων των υποψηφίων με το εκλογικό σώμα, μέχρι και την στιγμή που θα ολοκληρωθεί η εκλογική διαδικασία υπάρχει περίπτωση να προκύψουν δυσάρεστες καταστάσεις οι οποίες δεν μπορούν να προβλεφθούν όσο καλός σχεδιασμός και να έχει γίνει.

Για τον λόγο αυτό όλη η ομάδα θα πρέπει να είναι σε ετοιμότητα να αντιμετωπίσει άμεσα και ψύχραιμα οτιδήποτε προκύψει.

4.2.9. Διαχείριση Προμηθειών

Ένα project όπως είναι η προεκλογική εκστρατεία απαιτεί προμήθειες υλικών που να μην αποτελούν παραδοτέο του έργου, επηρεάζουν όμως την εξέλιξη του.

Τέτοιες προμήθειες μπορεί να είναι τα καθημερινά αναλώσιμα που θα χρησιμοποιηθούν για την εύρυθμη λειτουργία του προεκλογικού κέντρου του συνδυασμού, γραφική ύλη, έπιπλα και διακοσμητικά που θα κοσμήσουν το προεκλογικό κέντρο. Υπάρχουν βέβαια και προμήθειες πιο σημαντικών υλικών όπως είναι το διαφημιστικό υλικό, τα ψηφοδέλτια και ο εξοπλισμός για τις προεκλογικές συγκεντρώσεις.

Όλα αυτά τα υλικά συνθέτουν τόσο την εικόνα όσο και την σωστή λειτουργία του συνδυασμού και πρέπει να σχεδιαστεί σωστά η προμήθειά του, διότι σε περίπτωση έλλειψης κάποιων εξ αυτών μπορεί να δημιουργηθεί πρόβλημα στη λειτουργία. Αντίστροφα η προμήθεια επιπλέον υλικών να βγάλλει τον οικονομικό σχεδιασμό εκτός προϋπολογισμού.

4.2.10. Διαχείριση Συμμετόχων

Στην φάση της εκκίνησης του έργου, αναφέρθηκε ότι ο υποψήφιος δημιουργεί αφενός την στενή ομάδα συνεργατών του και αφετέρου προσπαθεί να προσδιορίσει ποιοι θα είναι οι συμμετέχοντες που θα παίξουν ρόλο στην πορεία του προεκλογικού αγώνα.

Στη φάση του σχεδιασμού λοιπόν, ο προσδιορισμός αυτός αρχίζει να παίρνει σάρκα και οστά. Ο υποψήφιος προσωποποιεί ποιοι θα είναι οι άνθρωποι εκείνοι που θα πλησιάσει, ώστε να βοηθήσουν στον σκοπό του project και πιο συγκεκριμένα ποια θα είναι τα άτομα επιρροής που θέλει να τον πλαισιώσουν, όχι όμως ως υποψήφιοι.

Επίσης στη φάση του σχεδιασμού οριστικοποιεί τη δομή του ψηφοδέλιου ανάλογα με τις κοινωνικές ομάδες που θέλει να στοχεύσει και ξεκινάει τις επαφές με τους ανθρώπους εκείνους και θέλει να έχει κοντά του ως υποψήφιους συμβούλους. Έτσι αρχίζει να δομείται τόσο η ευρύτερη ομάδα του υποψηφίου όσο και το ίδιο το ψηφοδέλτιο.

Όπως προείπαμε, οι υποψήφιοι σύμβουλοι έχουν διπλό ρόλο, τόσο ως συμμετέχοντες του έργου, αφού επηρεάζουν την εξέλιξη του και έχουν αντίκτυπο και εκτόπισμα στο εκλογικό σώμα, όσο και ως ομάδα έργου αφού βοηθούν στην εξέλιξη και στην πορεία του έργου. Σε αυτή τη φάση αντιμετωπίζονται μόνο ως συμμετέχοντες και επιλέγονται τα «δυνατά χαρτιά» του ψηφοδέλιου. Παράλληλα γίνεται ένας σχεδιασμός για τον ρόλο του καθενός (υποψηφίων και ευρύτερης ομάδας) στην εκτέλεση του project.

4.3. Εκτέλεση

4.3.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Η διοίκηση και διαχείριση της εκτέλεσης του έργου έχει να κάνει κατά ένα πολύ μεγάλο ποσοστό με την σωστή διοίκηση των ανθρώπων που πλαισιώνουν τον συνδυασμό και

εργάζονται για την επίτευξη των στόχων και με την άμεση αντίδραση και επίλυση των προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν.

Στον Α βαθμό αυτοδιοίκησης, αυτό είναι ένα βάρος που επωμίζεται η στενή ομάδα διοίκησης αλλά κυρίως ο επικεφαλής ο οποίος λαμβάνει πάντα την τελική απόφαση. Εξ αρχής υπάρχουν κατευθύνσεις προς τους υπευθύνους των ομάδων έργου για τον τρόπο αντιμετώπισης των καταστάσεων που μπορεί να προκύψουν, αλλά στο τέλος της ημέρας την απόφαση την παίρνει πάντα ο επικεφαλής

Η άμεση αντιμετώπιση προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν κατά την διάρκεια της εκτέλεσης, η ψύχραιμη αντίδραση στις προκλήσεις της καθημερινότητας του έργου και η τήρηση των κανόνων που έχουν τεθεί, συνθέτουν την εικόνα τις σωστής διοίκησης του προεκλογικού αγώνα

4.3.2. Διαχείριση Ποιότητας

Δεν έγινε κάποια αναφορά σε διαχείριση ποιότητας κατά την συνέντευξη με την κα. Βάκα.

4.3.3. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Εφόσον έχει γίνει ο σχεδιασμός των ομάδων που θα δουλέψουν πάνω στον προεκλογικό αγώνα και έχουν επιλεγεί και οι κατάλληλοι συνεργάτες που θα αναλάβουν να ηγηθούν των ομάδων, ξεκινάει η διαδικασία στελέχωσης.

Ο επικεφαλής του συνδυασμού σε συνεργασία με τους επικεφαλής των ομάδων, ξεκινούν τη διαδικασία επιλογής όλων εκείνων των ανθρώπων που θα αποτελέσουν την ομάδα έργου.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειώσουμε ότι η διαφορά με οποιοδήποτε άλλο έργο, η ομάδα αποτελείται στην πλειονότητα της από εθελοντές. Λόγω αυτού προκύπτει μεγαλύτερη δυσκολία στη διαχείριση αυτών εφόσον είναι δύσκολο να επιβάλεις κανόνες και να δώσεις εντολές σε ανθρώπους οι οποίοι δεν είναι εργαζόμενοι και άρα δεν δεσμεύονται με συμβάσεις εργασίας.

Για να αποφευχθούν δυσάρεστες καταστάσεις επιλέγονται άτομα τα οποία πολλές φορές μπορεί να μην έχουν μεγάλη εμπειρία, είναι όμως αφοσιωμένα στο σκοπό και

στον στόχο του συνδυασμού. Η έλλειψη εμπειρίας δύναται να καλύπτεται από την εμπειρία του υπευθύνου της ομάδας.

Οι ομάδες αυτές σε καμία περίπτωση δεν δρουν ανεξάρτητα αλλά αλληλοκαλύπτονται με αποτέλεσμα στην τοπική αυτοδιοίκηση κάποια μέλη των ομάδων να μην ανήκουν αυστηρά μόνο σε μία. Η εμπιστοσύνη του επικεφαλής αλλά και της στενής ομάδας στα άτομα αυτά είναι το σημαντικότερο που πρέπει να εξασφαλιστεί. Τα άτομα αυτά έχουν σαφείς οδηγίες για το τι πρέπει να κάνουν και με ποιο τρόπο, οι οποίες δύναται να αναπροσαρμοστούν κατά την πορεία εκτέλεσης. Όλα αυτά τα άτομα έχουν άμεση επικοινωνία με τους υπευθύνους των ομάδων, ενημερώνουν για την εξέλιξη των εργασιών που έχουν αναλάβει, ενημερώνουν για τυχόν προβλήματα που χρήζουν επίλυσης και εκφράζουν προβληματισμούς. Στη φάση αυτή επίσης, συνεχίζεται και η εύρεση υποψηφίων, οι οποίοι αποτελούν μια ξεχωριστή ομάδα.

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι η καλή συνεργασία όλων αυτών των ανθρώπων που αποτελούν τις ομάδες έργου είναι τεράστιας σημασίας και κατά την κα. Βάκα, πολλές φορές είναι το κλειδί της επιτυχίας. Για να επιτευχθεί αυτό πρέπει οι υπεύθυνοι των ομάδων να φροντίζουν να τηρούνται οι κανόνες που έχουν τεθεί σε προηγούμενη φάση και να αντιμετωπίζονται εσωτερικά προβλήματα που μπορεί να προκύψουν άμεσα και αποτελεσματικά.

4.3.4. Διαχείριση Επικοινωνιών

Κατά τη διάρκεια εκτέλεσης του project η διαχείριση των επικοινωνιών και τις πληροφορίες που προκύπτει από αυτή παίζει πάρα πολύ σημαντικό ρόλο. Το κομμάτι των επικοινωνιών είναι βασικός πυλώνας μια προεκλογικής εκστρατείας και όπως είπαμε και στη φάση του σχεδιασμού πρέπει να γίνεται από ανθρώπους που έχουν εμπειρία και γνώση της τοπικής κοινωνίας. Κατά την εκτέλεση λοιπόν παίζει σημαντικό ρόλο ο σωστός σχεδιασμός, ώστε να υπάρχουν κατευθύνσεις και βάσεις, πάνω στις οποίες θα κινηθεί η καμπάνια, αλλά είναι πολύ σημαντική και η διαχείριση της καθημερινής προβολής.

Την καθημερινότητα του προεκλογικού αγώνα συνθέτει ένα ψηφιδωτό που αποτελείται από μέσα μαζικής ενημέρωσης, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προσωπικές εμφανίσεις του υποψηφίου αλλά και των ανθρώπων που συνθέτουν τον συνδυασμό

γενικότερα. Όλα αυτά πρέπει να συντονιστούν, ώστε να υπάρξει μια αρμονία, η διατάραξη της οποίας μπορεί να προκαλέσει προβλήματα στην πορεία της εκστρατείας.

Είναι σημαντικό να προβληθούν τα σωστά στοιχεία, την σωστή στιγμή, να ανακοινωθούν οι υποψήφιοι με σωστή στρατηγική, οι ανακοινώσεις του συνδυασμού να έχουν την μεγαλύτερη δυνατή διείσδυση στο εκλογικό σώμα και γενικά να αποφευχθούν επικοινωνιακά λάθη.

Η επικοινωνιακή πολιτική, προσαρμόζεται συνεχώς κατά την πορεία της εκτέλεσης του έργου αλλά κάποιες βασικές στρατηγικές παραμένουν σταθερές. Η ανακοίνωση των υποψηφίων συμβούλων για παράδειγμα, πρέπει να γίνει συγκεκριμένη χρονική στιγμή διότι, λόγω του πολύ μεγάλου όγκου τους, εάν ανακοινωθούν όλοι μαζί, υπάρχει κίνδυνος το εκλογικό σώμα να τους ξεχάσει ή να μην δώσει σημασία σε αυτούς που θα ήθελε.

Το όνομα του συνδυασμού ή του λογότυπο του πρέπει να αφήνουν σαφές υπονοούμενο για τους στόχους που έχουν τεθεί.

Το πρόγραμμα πρέπει να ανακοινωθεί με τέτοιο τρόπο και σε τέτοια χρονική στιγμή όπου θα αποτυπωθεί στους ψηφοφόρους.

Ακόμα και η εμφάνιση του επικεφαλής παίζει ρόλο στην προβολή τόσο του ίδιου, όσο και του συνόλου.

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι η καθημερινή διαχείριση της επικοινωνίας είναι ένας νευραλγικός τομέας της διοίκησης του προεκλογικού αγώνα, όπου οι άνθρωποι που τον απαρτίζουν πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί και αφοσιωμένοι σε αυτό.

4.3.5. Διαχείριση Προμηθειών

Οι προμήθειες που απαιτούνται για την εύρυθμη λειτουργία του προεκλογικού αγώνα γίνονται σε καθημερινή βάση από τον υπεύθυνο και την ομάδα του οργανωτικού σε συνεννόηση με τον επικεφαλής, πάντα σε αρμονία με τον σχεδιασμό, ώστε να μην υπάρχουν αποκλίσεις που μπορεί να επιφέρουν επιπλέον βάρος στον προϋπολογισμό.

4.3.6. Διαχείριση Συμμετόχων

Η διαχείριση των συμμετόχων που επιφέρουν θετικό αποτέλεσμα στο project γίνεται κυρίως βάση των κανόνων που έχουν τεθεί στη φάση του σχεδιασμού, ενώ δεν υπάρχουν σαφείς κανόνες για την διαχείριση αυτών που μπορεί να βλάψουν το έργο. Εδώ παίζει πολύ μεγάλο ρόλο η παρακολούθηση των κινήσεων αυτών, η σωστή πληροφόρηση και η άμεση αντίδραση, αλλά αυτό είναι κάτι που θα εξεταστεί παρακάτω στη φάση της παρακολούθησης και ελέγχου του έργου.

4.4. Παρακολούθηση – Έλεγχος

4.4.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Είναι σαφές ότι σε οποιοδήποτε έργο, αντίστοιχα και σε έναν προεκλογικό αγώνα, γίνονται συνεχείς έλεγχοι με σκοπό την ορθή εκτέλεση, σύμφωνα με τον σχεδιασμό που έχει γίνει. Σε περίπτωση που διαγνωστεί κάποια απόκλιση πρέπει άμεσα να γίνουν διορθωτικές κινήσεις, ώστε να ξαναμπεί το έργο στη σωστή κατεύθυνση.

Στην περίπτωση του προεκλογικού αγώνα Α βαθμού αυτοδιοίκησης, αυτό επιτυγχάνεται με τις τακτές συναντήσεις της κλειστής ομάδας του υποψηφίου (οι οποίοι αποτελούν και τους υπεύθυνους των επιμέρους ομάδων), ώστε να συζητούνται με ηρεμία τα θέματα που προκύπτουν και να οργανώνονται όσο πιο σύντομα γίνεται οι επόμενες κινήσεις.

Υπάρχουν περιπτώσεις που προκύπτουν προβλήματα μεσούσης της προεκλογικής εκστρατείας. Οι συναντήσεις αυτές θα καθορίσουν τις αλλαγές που πρέπει να γίνουν σε επίπεδο επικοινωνίας, πολιτικού λόγου ή γενικής διαχείρισης, εκτιμώντας πάντα τόσο τις κινήσεις των αντιπάλων όσο και τις προσαγές της κοινωνίας.

4.4.2. Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου

Το φυσικό αντικείμενο του έργου, όπως αυτό ορίστηκε σε προηγούμενη φάση, δεν επιφέρει κάποια παρακολούθηση, όταν αναφερόμαστε σε προεκλογικό αγώνα.

4.4.3. Διαχείριση Χρόνου

Η παρακολούθηση των χρονοδιαγραμμάτων που έχουν οριστεί είναι μια ενέργεια η οποία απαιτεί βαθιά γνώση του προεκλογικού αγώνα, αλλά και των κυρώσεων που μπορεί να επιφέρει η μη τήρησή τους.

Στην περίπτωση του Α βαθμού αυτοδιοίκησης δεν υπάρχει κάποιο συγκεκριμένο άτομο που είναι επιφορτισμένο με την εργασία αυτή αλλά η παρακολούθηση γίνεται συνολικά από την κλειστή ομάδα και από τον ίδιο τον υποψήφιο ατομικά.

4.4.4. Διαχείριση Κόστους

Ο έλεγχος του κόστους είναι σημαντικό να γίνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα, ώστε να μην υπάρχουν αποκλίσεις. Στην περίπτωση του Α βαθμού αυτοδιοίκησης και με την μεγάλη εμπλοκή του υποψηφίου σε διοικητικά θέματα, ο έλεγχος αυτός γίνεται είτε από τον υπεύθυνο οικονομικών του υποψηφίου, είτε αποκλειστικά από τον ίδιο.

4.4.5. Διαχείριση Ποιότητας

Δεν έγινε κάποια αναφορά σε διαχείριση ποιότητας κατά την συνέντευξή με την κα. Βάκα

4.4.6. Διαχείριση Επικοινωνιών

Ο τομέας της επικοινωνίας, όπως έχει ήδη αναφερθεί, είναι ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της εκστρατείας. Αυτός είναι και ο λόγος που οι υποψήφιοι έχουν συγκεκριμένο άτομο που παρακολουθεί τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την επικοινωνιακή πολιτική και προσπαθεί να τα μετασχηματίσει σε μετρήσιμα μεγέθη.

Στην φάση της παρακολούθησης της επικοινωνίας βγαίνουν στο τραπέζι και άλλα εργαλεία πέρα τις ατομικής κρίσης του ατόμου που κάνει αυτή τη δουλειά. Τέτοια εργαλεία είναι τα στατιστικά δεδομένα που εξάγουν οι αλγόριθμοι των διαφόρων πλατφορμών των μέσων μαζικής δικτύωσης που χρησιμοποιεί ο συνδυασμός, αλλά κυρίως το εργαλείο των δημοσκοπήσεων.

Σύμφωνα με την κα. Βάκα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν παίζουν πολύ μεγάλο ρόλο στην εξαγωγή δεδομένων για την πορεία ενός συνδυασμού αλλά μόνο στην ανίχνευση των ζητούμενων της κοινωνίας. Αντίθετα, τα δημοσκοπικά εργαλεία είναι ένα πολύ βασικό όπλο στην φαρέτρα των υποψηφίων. Η σωστή μετάφραση των αποτελεσμάτων των δημοσκοπήσεων, μπορούν να αποφέρει χρήσιμα δεδομένα για τη διείσδυση του υποψηφίου στην κοινωνία. Βάση αυτών των δεδομένων μπορεί να μελετηθεί ένας πιθανός μετασχηματισμός στον σχεδιασμό του έργου.

Υπό την παραδοχή βέβαια ότι τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων είναι αληθή, ότι το δείγμα αντιπροσωπεύει την κοινωνία και ο δημοσκόπος δεν μεροληπτεί υπέρ κάποιου υποψηφίου.

4.4.7. Διαχείριση Κινδύνων

Κατά την φάση του σχεδιασμού γίνεται ένας πρώτος προσδιορισμός των κινδύνων που μπορεί να προκύψουν σε όλα τα μέτωπα ενός προεκλογικού αγώνα και οι τρόποι αντιμετώπισής τους.

Στην φάση της παρακολούθησης λοιπόν προσπαθεί η ομάδα να εντοπίσει εάν κάποιος από αυτούς τους κινδύνους υπάρχει περίπτωση να συμβεί, ώστε να ενεργοποιήσει τον μηχανισμό αντιμετώπισης που έχει σχεδιαστεί. Παράλληλα όμως προσπαθεί να διαγνώσει και κινδύνους που δεν είχαν προβλεφθεί. Πολλές φορές ωστόσο παρουσιάζονται προβλήματα μέχρι και την τελευταία στιγμή τα οποία ήταν αδύνατο να προβλεφθούν. Σε αυτή την περίπτωση η ομάδα πρέπει να τα ανιχνεύσει άμεσα και να τα επιλύσει είτε βάσει των γενικών κατευθύνσεων που έχουν δοθεί, είτε να τα επικοινωνήσει στον επικεφαλής και να λάβει εντολές αντιμετώπισης

4.4.8. Διαχείριση Προμηθειών

Κατά την παρακολούθηση του έργου η επικεφαλής σε συνεργασία με τον υπεύθυνο οργανωτικού είναι υπεύθυνοι και φροντίζουν ώστε οι προμήθειες να γίνονται στο σωστό χρόνο, και να μην υπάρχουν ελλείψεις που μπορεί να δημιουργήσουν πρόβλημα στον συνδυασμό (έλλειψη ψηφοδελτίων, εξοπλισμού κτλ).

4.4.9. Διαχείριση Συμμετόχων

Η παρακολούθηση και ο έλεγχος των συμμετεχόντων δεδομένου του τεράστιου όγκου που χαρακτηρίζει αυτή την κατηγορία, πολλές φορές είναι σχεδόν αδύνατο να γίνει.

Σε πολύ μεγάλο μέρος είναι πολύ δύσκολο να παρακολουθήσεις και να ελέγξεις τις δράσεις ακόμα και των ανθρώπων που είναι προσκείμενοι στον συνδυασμό, όπως για παράδειγμα οι υποψήφιοι σύμβουλοι. Παρόλα αυτά εάν η ομάδα έργου ή ο υποψήφιος διαγνώσει κάποιες αστοχίες, επεμβαίνουν και τις διορθώνουν. Επίσης και οι ομάδες αυτές βρίσκονται σε τακτά χρονικά διαστήματα, ώστε να μπορεί να γίνεται και μια αξιολόγηση των κινήσεων ή μια υπενθύμιση των κανόνων που θα πρέπει όλοι να τηρούν.

Συμπερασματικά λοιπόν, μπορούμε να κατανοήσουμε ότι η παρακολούθηση και ο έλεγχος των αντίπαλων συνδυασμών ή των ανθρώπων που αντιτίθεται σε ένα συγκεκριμένο συνδυασμό είναι πρακτικά αδύνατο σε μια εκλογική διαδικασία στον Ά βαθμό αυτοδιοίκησης. Για τον λόγο αυτό δεν υπάρχει νόημα στο να δημιουργηθεί μια ομάδα με αυτό τον σκοπό. Αντίθετα, πληροφορίες μπορεί να φτάσουν από οποιοδήποτε άτομο εντός ή εκτός του συνδυασμού σε οποιοδήποτε άτομο στην κλειστή ή ευρεία ομάδα. Αυτές οι πληροφορίες είναι σημαντικό να μεταφέρονται στον επικεφαλής, να αξιολογούνται και εφόσον κριθούν ασφαλείς, μπορεί να επιφέρουν αλλαγές σε αντίστοιχους τομείς (όπως αναφέρθηκε στο κομμάτι της διοίκησης ενοποίησης).

4.5. Κλείσιμο

4.5.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Το έργο της προεκλογικής εκστρατείας τόσο φυσικά όσο και διοικητικά, κλείνει την στιγμή που θα ανοίξουν και θα καταμετρηθούν οι κάλπες της δεύτερης Κυριακής (δεν είναι απαραίτητο να υπάρχει δεύτερη Κυριακή, αν και είναι πολύ σύνηθες στον Ά βαθμό αυτοδιοίκησης).

Τις επόμενες μέρες ενδέχεται να γίνει μια αξιολόγηση της πορείας του συνόλου του έργου και της υλοποίησης των στόχων από τον υποψήφιο και την κλειστή του ομάδα, αλλά η διοικητική δομή που είχε δημιουργηθεί όλον αυτό τον καιρό λύεται την στιγμή που ξεκινάει η καταμέτρηση.

4.5.2. Διαχείριση Προμηθειών

Τις επόμενες ημέρες μετά την λήξη των εκλογών, ο υποψήφιος κλείνει πιθανές υποχρεώσεις κυρίως οικονομικές, που μπορεί να είχε σε προμηθευτές.

5. Β Βαθμός Αυτοδιοίκησης – Η Περίπτωση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας

Αντίστοιχα με τα δεδομένα που εξετάσαμε στην περίπτωση του Α βαθμού αυτοδιοίκησης, ως περίπτωση για τον Β βαθμό επιλέχθηκε αυτή της περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Ο πληθυσμός της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας ανέρχεται στις 546.870 κατοίκους με το μέσο όρο όλων των περιφερειών (πλην της περιφέρειας Αττικής και της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας), να ανέρχεται στις 463.540 κατοίκους. Στη συγκεκριμένη περίπτωση μένουν εκτός σύγκρισης οι περιφέρειες Αττικής και Δυτικής Μακεδονίας, διότι ο πληθυσμός τους είναι τόσο μεγάλος που αν συνυπολογιστούν ο μέσος πληθυσμιακός όρος αυξάνεται τόσο πολύ που καμία άλλη περιφέρεια δεν τον ξεπερνάει και μάλιστα ακόμα και οι πιο μεγάλες απέχουν αρκετές χιλιάδες κατοίκους.

Η έκταση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας ανέρχεται στα 15.549 τετραγωνικά χιλιόμετρα με το μέσο όρο των περιφερειών (συμπεριλαμβανομένων και της Αττικής και Δυτικής Μακεδονίας), να κυμαίνεται στα 10.125 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Εάν αφαιρέσουμε αυτές τις δύο περιφέρειες, τότε ο μέσος όρος της έκτασης όλων ανέρχεται στα 9.909 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Σε αυτή την περίπτωση η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας έχει ακόμα μεγαλύτερη διαφορά από το μέσο όρο.

Λαμβάνοντας υπόψιν όλα τα παραπάνω, συμπεραίνεται ότι εξετάζοντας την περίπτωση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας εξάγονται ασφαλή και συγκρίσιμα που βοηθούν την παρούσα μελέτη.

Η παρακάτω ανάλυση των περιοχών γνώσης, βασίζονται στην συνέντευξη με τον Περιφερειάρχη Στερεάς Ελλάδας κ. Φάνη Σπανό και αφορά την προεκλογική περίοδο του 2019, κατά την οποία διεκδίκησε για πρώτη φορά την θέση του περιφερειάρχη.

5.1. Εκκίνηση

Ο κ. Σπανός συμφωνεί με τη γενική θεώρηση που έχει γίνει σχετικά την έναρξη του project της προεκλογικής εκστρατείας, αλλά και με τις υποπεριόδους που έχουμε χωρίσει την προεκλογική περίοδο. Παρόλα αυτά, κινείται σε κοινή γραμμή με την κ. Βάκα και επισημαίνει ότι στην τοπική αυτοδιοίκηση, η ημερομηνία των εκλογών είναι

δεδομένη και άρα προτείνει και αυτός την σύμπτυξη της πρώτης και δεύτερης περιόδου.

Επισημαίνει επίσης και αυτός ότι η προεκλογική περίοδος ξεκινάει την επόμενη μέρα της δεύτερης Κυριακής των εκλογών, αλλά μόνο για εκείνους που ξέρουν εκ των προτέρων ότι θα διεκδικήσουν κάποιο αξίωμα στις επόμενες εκλογές. Για τον ίδιο η προεκλογική περίοδος των εκλογών του 2019 ξεκίνησε την στιγμή που πήρε την απόφαση να διεκδικήσει το αξίωμα του περιφερειάρχη, λίγο πριν δηλαδή, ανακοινώσει την υποψηφιότητά του. Ενώ για τις εκλογές του 2023, όπου θα διεκδικήσει εκ νέου το αξίωμα αυτό έχει ήδη ξεκινήσει. Αναφέρει μάλιστα ότι είναι πολύ κρίσιμη και σημαντική για έναν προεκλογικό αγώνα η στιγμή ανακοίνωσης της υποψηφιότητας.

Τέλος ο κ. Σπανός, αναφέρει ότι κατά την γνώμη του, η προεκλογική περίοδος είναι ένα υποέργο του χαώδους project που λέγεται πολιτική καριέρα.

Όπως και με την κα. Βάκα στην προηγούμενη ενότητα, έτσι και με τον κ. Σπανό θα εξεταστεί η περίοδος 2 και 3, από την στιγμή δηλαδή που ανακοίνωσε την υποψηφιότητά του.

5.1.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Όπως αναφέραμε και στην προηγούμενη ενότητα σε μια προεκλογική εκστρατεία δεν υπάρχει καταστατικό στο οποίο να περιγράφονται αναλυτικά όλες οι διαδικασίες και η εξέλιξη του έργου μέχρι την λήξη του. Παρόλα αυτά κατά την εκκίνηση όλοι οι υποψήφιοι προσπαθούν να θέσουν τους βασικούς στόχους οι οποίοι θα είναι η βάση της προεκλογικής τους καμπάνιας και θα είναι αυτοί που φέρουν και το τελικό αποτέλεσμα το οποίο στην περίπτωση που μελετάμε είναι η νίκη του συνδυασμού.

Ο κ. Σπανός ανέφερε πολλές φορές κατά την διάρκεια της συνέντευξής μας ότι οι εκλογές γενικά αλλά και πιο συγκεκριμένα οι εκλογές της τοπικής αυτοδιοίκησης είναι μια διαδικασία σύγκρισης – αξιολόγησης – επιλογής, αναφερόμενος τόσο στους υποψηφίους τους ίδιους όσο και σε αυτά που δεσμεύονται να πραγματοποιήσουν.

Για τον λόγο αυτό, σε αυτό το στάδιο ο υποψήφιος πρέπει να λάβει πολύ σοβαρά υπόψη του το ποιος είναι και γιατί διεκδικεί το συγκεκριμένο αξίωμα και βάση της αυτοκριτικής του να οριοθετήσει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του, τα οποία αναλόγως θα προβάλλει. Επίσης πρέπει να θέσει στόχους σε όλα τα επίπεδα της

κοινωνίας, τους οποίους να μπορεί να υλοποιήσει ώστε τόσο ο ίδιος όσο και ο συνδυασμός να κερδίσει κατά την αξιολόγηση που θα κληθούν να κάνουν οι ψηφοφόροι ώστε να τον επιλέξουν για Περιφερειάρχη.

5.1.2. Διαχείριση Συμμετόχων

Όπως έχει προαναφερθεί, κατά την εκκίνηση του προεκλογικού αγώνα δηλαδή στο στάδιο που οι υποψήφιοι μόλις έχουν αποφασίσει ότι θα διεκδικήσουν μια θέση, ή σε κάποιες περιπτώσεις ακόμα το σκέφτονται χωρίς να το έχουν αποφασίσει και απλά ζυγίζουν τις καταστάσεις, προσπαθούν να προσδιορίσουν όλα εκείνα τα πρόσωπα που είτε θα σταθούν αρωγοί στον προεκλογικό αγώνα, είτε θα σταθούν απέναντι.

Κατά την φάση αυτή ο υποψήφιος πραγματοποιεί μια χαρτογράφηση των ανθρώπων εκείνων που θα βοηθήσουν τον προεκλογικό αγώνα από διαφορετικό μετερίζι ο καθένας. Είτε ως άμεσοι συνεργάτες, είτε ως υποστηρικτές. Σε αυτή την ομάδα ανήκει οποιοσδήποτε μπορεί να ανοίξει μια διαφορετική δίοδο για τον υποψήφιο στις κοινωνικές ομάδες που δραστηριοποιούνται στην περιφέρεια.

Επίσης, σύμφωνα με τον κ. Σπανό, πολλές φορές η τελική απόφαση της υποψηφιότητας για ένα αξίωμα, είναι προϊόν της ώθησης που μπορεί να λάβει κάποιος από τους συμμετόχους. Προφανώς θα πρέπει να προϋπάρχει η θέληση κάποιου να μπει στην διαδικασία της εκλογικής μάχης, αλλά δεν είναι σπάνιο η τελική απόφαση να έρχεται κατόπιν ώθησης ανθρώπων που περιβάλλουν τον υποψήφιο, πιστεύουν σε αυτόν και δεσμεύονται εξ αρχής να τον στηρίζουν.

Μια ομάδα συμμετεχόντων που παίζει σημαντικό ρόλο στις εκλογές του Β' βαθμού αυτοδιοίκησης και αρκετές φορές ανήκει και σε αυτούς που δίνουν την τελική ώθηση σε έναν υποψήφιο είναι τα πολιτικά κόμματα. Στις περιφερειακές εκλογές παρατηρείται το φαινόμενο του κομματικού χρίσματος. Η επίσημη δηλαδή στήριξη ενός κόμματος στο πρόσωπο ενός υποψηφίου. Με αυτόν τον τρόπο ο υποψήφιος περιφερειάρχης προσπαθεί να δεσμεύσει όσο το δυνατόν μεγαλύτερο τμήμα των ψηφοφόρων (που όπως έχουμε πει είναι κομμάτι των συμμετεχόντων) κάνοντας επίκληση στην κομματική τους ταυτότητα. Επίσης προσπαθεί να δεσμεύσει ότι το κόμμα θα κάνει επίσημα προεκλογικές κινήσεις προς όφελος του υποψηφίου. Αντίστοιχα το κόμμα με αυτόν τον τρόπο θα έχει στα χέρια του μια προμέτρηση (μια

άτυπη δημοσκόπηση) που θα χρησιμοποιήσει για τις κοινοβουλευτικές εκλογές που θα δούμε σε επόμενη ενότητα.

Στις περιφερειακές εκλογές λοιπόν, όπου η έκταση είναι πολύ μεγαλύτερη από έναν δήμο, οι υποψήφιοι δίνουν ιδιαίτερη σημασία στον προσδιορισμό των συμμετεχόντων. Υπάρχουν πολλές επαφές με όλους εκείνους (πλην των ψηφοφόρων) που θα παίξουν σημαντικό ρόλο πριν ακόμα ανακοινωθεί η υποψηφιότητα.

Τέλος, όπως και στις δημοτικές εκλογές έτσι και στις περιφερειακές, η στενή ομάδα του υποψηφίου δημιουργείται ή αρχίζει να δημιουργείται κατά το στάδιο του προσδιορισμού των συμμετεχόντων

5.2. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

5.2.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Μετά την ανακοίνωση της υποψηφιότητας ο επικεφαλής πολλές φορές και με την πολύ στενή του ομάδα, ξεκινάει να δημιουργήσει τη βασική «ραχοκοκαλιά» του έργου, και εδώ είναι που ξεκινάει η ανάπτυξη του σχεδίου διοίκησης. Κατά τη διαδικασία αυτή ο υποψήφιος προσπαθεί να ορίσει τα τμήματα λειτουργίας του συνδυασμού τα οποία θα στελεχωθούν στην φάση της εκτέλεσης.

Κατά την φάση του σχεδιασμού λοιπόν, ο κ. Σπανός στοχοθετεί τους τομείς που θα πρέπει να δώσει βαρύτητα και αυτοί είναι:

- Η επικοινωνία. Η επικοινωνία χωρίζεται σε μικροεπικοινωνία και μακροεπικοινωνία, με την μικροεπικοινωνία να αναφέρεται στην καθημερινή επαφή του επικεφαλής και της ομάδας του με την κοινωνία, ενώ η μακροεπικοινωνία αναφέρεται στην διαχείριση των μέσων μαζικής ενημέρωσης, στο δημόσιο λόγο και γενικά σε ότι έχει να κάνει με την μαζική προβολή του υποψηφίου.
- Το πρόγραμμα του συνδυασμού. Η αρχική δηλαδή οριοθέτηση των πολιτικών θέσεων που θα προβάλλει ο συνδυασμός.
- Το οργανωτικό, το οποίο είναι το τμήμα που είναι υπεύθυνο για τα εκλογικά κέντρα στους κατά τόπους δήμους της περιφέρειας, για το υλικό που χρειαστεί και γενικά για την υλική κυρίως οργάνωση του συνδυασμού.

- Οι περιοδείες, η οργάνωση δηλαδή των περιοδειών που θα πραγματοποιηθούν σε όλη την περιφέρεια.
- Το οικονομικό. Οι άνθρωποι που θα ασχολούνται αποκλειστικά με το κόστος και την οικονομική διαχείριση του προεκλογικού αγώνα.
- Η νομική υποστήριξη. Ο τομέας αυτός απαρτίζεται από νομικούς με εμπειρία σε εκλογικές διαδικασίες και στον εκλογικό νόμο και είναι υπεύθυνοι να συμβουλεύουν νομικά τον υποψήφιο.
- Τα Politics. Τον τομέα αυτό αποτελούν τα άτομα εκείνα που είναι υπεύθυνα για τις συμμαχίες με διάφορους φορείς ή ανθρώπους που θα βοηθήσουν σε στρατηγικό επίπεδο.
- Η Συγκρότηση της ομάδας. Ο τομέας που ουσιαστικά θα παίζει τον ρόλο της διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού που απαιτείται για την προεκλογική εκστρατεία.
- Η διαχείριση της υπάρχουσας ιδιότητας που ενδεχομένως κατέχει ο υποψήφιος (στην περίπτωση μας ο κ. Σπανός κατείχε ήδη την θέση του αντιπεριφερειάρχη Εύβοιας όταν αποφάσισε να διεκδικήσει το αξίωμα του Περιφερειάρχη στη θέση του κ. Μπακογιάννη)
- Η συγκρότηση του συνδυασμού. Ο τομέας αυτός αναφέρεται αποκλειστικά στη στελέχωση του ψηφοδελτίου.

Κατά την ανάπτυξη του σχεδίου διοίκησης του έργου δημιουργείται ουσιαστικά όλο το πλαίσιο του προεκλογικού αγώνα και η δομή λειτουργίας του συνδυασμού.

5.2.2. Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου (Φ.Α.)

Κατά την μελέτη του Α' βαθμού αυτοδιοίκησης ορίσαμε ποιο είναι το φυσικό αντικείμενο ενός προεκλογικού αγώνα πέρα από την νίκη στις εκλογές. Στην ουσία είπαμε ότι είναι το πρόγραμμα του συνδυασμού. Όλες εκείνες οι ενέργειες που ο υποψήφιος δεσμεύεται να κάνει εάν λάβει την ψήφο εμπιστοσύνης της κοινωνίας.

Ο προσδιορισμός και η εκπόνηση ενός προγράμματος στον Β' βαθμό αυτοδιοίκησης είναι σαφώς μια δυσκολότερη διαδικασία από το αντίστοιχο πρόγραμμα ενός υποψηφίου δημάρχου. Η περιοχή δράσης είναι πολύ μεγάλη και για αυτό θα πρέπει να κατακερματιστεί και να εξεταστεί ανά νομό ή δήμο. Έτσι η διαμόρφωση του

προεκλογικού προγράμματος γίνεται ανάλογα με τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής.

Αφού συγκεντρωθούν αυτά τα δεδομένα συνδυάζονται με τους βασικούς πυλώνες που θέτει ο επικεφαλής. Οι πυλώνες αυτοί διαφέρουν από περιφέρεια σε περιφέρεια ανάλογα τόσο με τις ανάγκες και τα χαρακτηριστικά των περιοχών που περικλείονται, όσο και στην γεωγραφική θέση της περιφέρειας. Στην περίπτωση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, οι πυλώνες αυτοί αφορούσαν:

- Έργα υποδομής,
- Τουρισμό,
- Βιομηχανία,
- Αγροτική Παραγωγή,
- Παιδεία,
- Πολιτισμό,

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής της περιφέρειας, σε συνδυασμό με τους πυλώνες που ορίζει ο επικεφαλής με το στενό του επιτελείο, συνθέτουν το πρόγραμμα του συνδυασμού και το αφήγημα του υποψηφίου περιφερειάρχη.

5.2.3. Διαχείριση Χρόνου

Σε ένα τόσο πολύπλοκο έργο όπως είναι μια προεκλογική εκστρατεία, ο χρονικός σχεδιασμός και ο προσδιορισμός οροσήμων είναι ζωτικής σημασίας, ώστε να μπορεί η ομάδα να έχει ένα σαφές πλάνο εκτέλεσης.

Παρόλα αυτά όμως, ο προγραμματισμός αυτός δεν αποτελεί δόγμα για τον συνδυασμό και δύναται να αλλάξει ανά πάσα στιγμή στην πορεία της προεκλογικής εκστρατείας ανάλογα με τις ανάγκες που μπορεί να δημιουργηθούν. Τα σημαντικά βέβαια ορόσημα, τα οποία πολλές φορές ορίζονται και από τον εκλογικό νόμο (π.χ. η κατάθεση του συνδυασμού), δεν μπορούν να μεταβληθούν και δεν επιδέχονται παράταση.

Πέρα όμως από τον προσδιορισμό των ενεργειών πάνω στην γραμμή του χρόνου, ο σχεδιασμός πολλές φορές εμπεριέχει και τρόπους χρήσης του ίδιου του παράγοντα χρόνου στην προεκλογική εκστρατεία. Αυτό σημαίνει για παράδειγμα ότι ο κάθε υποψήφιος και το επιτελείο του, μπορεί να χρησιμοποιήσουν συγκεκριμένες χρονικές

στιγμές για να αυξήσουν την ένταση μεταξύ των συνδυασμών για όφελος του ίδιου του υποψηφίου και του συνδυασμού. Αντίστοιχα μπορεί να χρησιμοποιηθούν διάφορα «κόλπα» όπου θα εργαλειοποιήσουν τον χρόνο προσπαθώντας να εκμαιεύσουν θετικά αποτελέσματα για τον συνδυασμό.

Επίσης είναι πολύ σημαντικό να υπολογιστεί κατά τον σχεδιασμό, ο προσωπικός χρόνος του υποψηφίου. Πρέπει ο κάθε υποψήφιος να έχει συγκεκριμένο χρόνο όπου θα διαθέτει για προσωπικό του όφελος, όπως για παράδειγμα στην οικογένειά του ή στην ανάπαυσή του. Η έλλειψη ανάπαυσης ή μια δυσάρεστη κατάσταση που μπορεί να συμβεί στην προσωπική ζωή του υποψηφίου, μπορεί να έχει άμεσο αντίκτυπο στην επικοινωνία ή την εικόνα του. Προς αποφυγή τέτοιων κινδύνων, πρέπει κατά τον σχεδιασμό να υπάρχει σχετική πρόβλεψη χρόνου.

Επειδή ο χρόνος είναι ο μοναδικός περιορισμένος πόρος που έχει να διαχειριστεί η ομάδα του υποψηφίου, πρέπει ο σχεδιασμός να είναι όσο το δυνατόν πιο σωστός και βασισμένος στις ανάγκες του προεκλογικού αγώνα. Δεδομένου λοιπόν ότι δεν χρησιμοποιούνται επαγγελματίες γι' αυτή την δουλειά, πρέπει η ομάδα που θα κάνει αυτόν τον σχεδιασμό να είναι πολύ έμπειρη.

5.2.4. Διαχείριση Κόστους

Η ποσοτική ανάλυση του κόστους του προεκλογικού αγώνα είναι ένα ζωτικό θέμα για την εξέλιξή του. Ο υποψήφιος να τους στενούς του συνεργάτες προσπαθεί να προσδιορίσει τις ανάγκες τις οποίες θα προκύψουν ώστε να μπορέσει να προσδιορίσει ένα προϋπολογισμό της εκστρατείας.

Ουσιαστικά προσπαθεί να κατηγοριοποιήσει τις ανάγκες ανά τομέα και να κοστολογήσει αντίστοιχα την κάθε μια. Από την διαδικασία αυτή, στο τέλος θα προκύψει το ύψος του κόστους του προεκλογικού αγώνα.

Ο κ. Σπανός επισημαίνει ότι ο προϋπολογισμός είναι ένα δυναμικό μέγεθος που δύναται να αναπροσαρμοστεί κατά την διάρκεια της εκστρατείας ανάλογα με τις ανάγκες που μπορεί να προκύψουν είτε ανά τομέα, είτε στο σύνολο.

5.2.5. Διαχείριση Ποιότητας

Δεν έγινε κάποια αναφορά σε διαχείριση ποιότητας κατά την συνέντευξη με τον κ. Σπανό

5.2.6. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού κατά τον κ. Σπανό χωρίζεται σε δύο κατηγορίες. Η μία είναι οι υποψήφιοι περιφερειακοί σύμβουλοι που αποτελούν το ψηφοδέλτιο και η άλλη είναι οι ομάδες έργου που θα δουλέψουν για την υλοποίηση των στόχων που έχουν τεθεί για την εκλογή του συνδυασμού.

Στη φάση του σχεδιασμού της διοίκησης του ανθρώπινου δυναμικού που αφορά τους υποψηφίους, τίθεται το πλαίσιο βάσει του οποίου στο στάδιο της εκτέλεσης θα επιλεγούν οι υποψήφιοι περιφερειακοί σύμβουλοι. Αρχικά αποφασίζεται ο όγκος των υποψηφίων που ο επικεφαλής θα επιλέξει να ρίξει στην εκλογική μάχη. Σύμφωνα με τον κ. Σπανό, συνήθως ο αριθμός αυτός συμπίπτει με τον μέγιστο αριθμό που δικαιούται ο κάθε συνδυασμός από τον εκλογικό νόμο. Αυτό γίνεται αφ' ενός γιατί έτσι διασφαλίζεται η εικόνα του συνδυασμού και το κύρος του (ότι δηλαδή ο συνδυασμός έχει δυναμική και διείδυση στην κοινωνία) και αφετέρου γιατί με τον τρόπο αυτό ο υποψήφιος προσπαθεί να δεσμεύσει με θεσμικό τρόπο, την στήριξη όσο το δυνατόν περισσότερων ανθρώπων.

Επίσης μπαίνει το πλαίσιο της κοινωνικής διαστρωμάτωσης που θα ακολουθηθεί κατά την φάση της επιλογής. Το μείγμα δηλαδή ηλικιακών ομάδων, επαγγελματικών ομάδων, πολιτικών πιστεύω, περιοχών καταγωγής ανά νομών, μορφωτικό επίπεδο, που θα έχουν οι υποψήφιοι που θα αποτελέσουν το σύνολο του ψηφοδελτίου.

Με τον τρόπο αυτό κατά το στάδιο του σχεδιασμού γίνεται μια πρώτη προσπάθεια ποσοτικοποίησης του ψηφοδελτίου χωρίς βέβαια αυτό να είναι δογματικό. Κατά την φάση της εκτέλεσης όπου και αρχίζει η επιλογή των υποψηφίων, μπορεί να διαφοροποιηθεί δεδομένου ότι η προσωποποίηση του μείγματος αυτού δύναται να αλλάξει τις ισορροπίες.

Στον αντίποδα, γίνεται και ένας σχεδιασμός που αφορά τις ομάδες που θα στελεχώσουν τους τομείς που αναφέραμε κατά την ανάπτυξη του σχεδίου διοίκησης. Καταρχάς

υπάρχει και σε αυτή την περίπτωση η παραδοχή ότι ο επικεφαλής, παίζει και τον ρόλο και του Project Manager. Παρόλα αυτά κατά τον σχεδιασμό, ορίστηκε και θέση για αναπληρωτή Project Manager, λόγω του μεγάλου όγκου διοικητικών αναγκών που καλείται να ανταπεξέλθει ο επικεφαλής.

Αντίστοιχα σε αυτό το στάδιο ορίζονται οι επικεφαλής / συντονιστές των τομέων που έχουν οριστεί και συνήθως αυτές οι θέσεις καταλαμβάνονται από τους ανθρώπους που αποτελούν την στενή ομάδα του υποψηφίου ή από άλλους που μπορεί να μην ήταν από πολύ αρχικό στάδιο κοντά στον υποψήφιο αλλά χαίρουν μεγάλης εμπιστοσύνης.

Η δομή της διοικητικής οργάνωσης δεν είναι αυστηρά πυραμιδωτή αλλά οι συντονιστές αλληλεπιδρούν σε οριζόντιο επίπεδο ανταλλάζοντας απόψεις και λύσεις σε ότι προκύψει. Επίσης ο αναπληρωτής Project Manager δεν παίζει τον ρόλο του αυστηρού συντονιστή με την έννοια ότι δεν αναφέρονται όλοι σε αυτόν ούτε είναι ο μοναδικός που μιλάει με τον επικεφαλής. Ο PM παίζει κυρίως τον ρόλο του αναπληρωτή επικεφαλής όταν ο υποψήφιος δεν μπορεί να παρευρεθεί ή πρέπει να παρθεί κάποια απόφαση άμεσα και ο επικεφαλής δεν είναι διαθέσιμος εκείνη την στιγμή. Αποφασίζει δηλαδή αντί του υποψηφίου αλλά σε λιγότερο σημαντικά ζητήματα και σε καμία περίπτωση δεν αποφασίζει εν αγνοία του επικεφαλής για βασικά στρατηγικά θέματα.

Ενώ όλοι οι συντονιστές μπορούν να πάρουν αποφάσεις για θέματα που αφορούν τον τομέα τους, οι αποφάσεις υψηλού επιπέδου, πάντα ανήκουν στον επικεφαλής.

5.2.7. Διαχείριση Επικοινωνιών

Το στοιχείο της επικοινωνίας σε έναν προεκλογικό αγώνα αποτελεί και την εικόνα που θα λάβει ο ψηφοφόρος ώστε να επιλέξει τον καταλληλότερο υποψήφιο για να στηρίξει. Ο σχεδιασμός της επικοινωνίας σε επίπεδο περιφέρειας έχει πάρα πολλές παραμέτρους που πρέπει να ληφθούν υπόψιν, ώστε να επιτευχθεί ο σκοπός, που δεν είναι άλλος από την σωστή προβολή των θέσεων και του προγράμματος του συνδυασμού.

Αρχικά θα πρέπει να σχεδιαστούν οι εμφανίσεις και οι περιοδείες του επικεφαλής αλλά και των υποψηφίων, είτε σε ελεύθερο πλαίσιο (κάτι που γίνεται σε αρχικό στάδιο) είτε πιο οργανωμένα όσο περνάει ο καιρός και πλησιάζει ο χρόνος των εκλογών. Επίσης πρέπει να δημιουργηθεί ένα πλάνο εμφανίσεων στα μέσα μαζικής ενημέρωσης είτε τοπικά, είτε εθνικά, μέσω των οποίων θα προβληθεί το πρόγραμμα, αλλά και τα είδη

μέσων ενημέρωσης όπου θα γίνει η προβολή όπως τηλεόραση, ραδιόφωνο, διαδίκτυο, έντυπα. Φυσικά η εκτέλεση του σχεδίου επικοινωνίας θα πρέπει να γίνει είτε από έμπειρα άτομα που θα αποτελούν την ομάδα του αντίστοιχου τομέα, είτε από κάποιον υπεργολάβο με μεγάλη εμπειρία στην πολιτική επικοινωνία.

5.2.8. Διαχείριση Κινδύνων

Είναι απολύτως σαφές ότι όσο περισσότερο προετοιμασμένος είναι ένας υποψήφιος στο τι μπορεί να πάει στραβά στο μέλλον, τόσο πιο εύκολα θα μπορέσει να ελιχθεί σε μία δύσκολη κατάσταση που θα εμφανιστεί. Είναι σημαντικό λοιπόν στο στάδιο του σχεδιασμού ο ίδιος ο υποψήφιος σε συνεργασία με την κλειστή του ομάδα, να προσπαθήσουν να καταγράψουν πιθανούς κινδύνους που θα προκύψουν στο μέλλον.

Όσο μεγαλύτερη είναι η διαδικασία του προεκλογικού αγώνα, τόσο περισσότεροι κίνδυνοι μπορεί να προκύψουν. Σε μια διαδικασία όπως οι περιφερειακές εκλογές, όπου ο υποψήφιος και το επιτελείο του έχουν να καλύψουν τόσο μεγάλη γεωγραφική και πληθυσμιακή έκταση είναι απολύτως λογικό να εμφανιστούν δυσμενείς καταστάσεις σε διαφορετικά στάδια της οργάνωσης. Σε θέματα δηλαδή διαχείρισης, επικοινωνίας, προβλήματα με τους υποψηφίους ή τις ομάδες έργου, και πολλά ακόμα.

Παρόλα αυτά, σύμφωνα με τον κ. Σπανό, ακόμα και μία εκλογική διαδικασία όπως αυτή των περιφερειακών εκλογών, παραμένει μια μικρή συγκριτικά διαδικασία ώστε να απαιτεί να απασχοληθούν ανθρώπινοι πόροι αποκλειστικά στην καταγραφή και ποσοτικοποίηση των κινδύνων. Για τον λόγο αυτό δεν υπήρχε στην ομάδα του τομέας που να ασχολείτο οργανωμένα με την διαχείριση των κινδύνων.

Δεδομένου όμως ότι τους κινδύνους και τα προβλήματα δεν μπορεί να τα αποφύγει οποιοσδήποτε υποψήφιος, η εμπειρία και η διορατικότητα της ομάδας, μπορεί να προβλέψει κάποιους από αυτούς. Κατά βάση λοιπόν, δίνεται μεγαλύτερη βαρύτητα στην παρακολούθηση και τον έλεγχο των κινδύνων.

5.2.9. Διαχείριση Προμηθειών

Αναλύοντας την προεκλογική εκστρατεία μια περιφέρειας, γίνεται απολύτως σαφές ότι η έκταση που πρέπει να καλύψει ένας υποψήφιος είναι πολύ μεγάλη. Σε κάθε νομό πρέπει να υπάρχουν προεκλογικά κέντρα σε περισσότερες από μία πόλεις ή περιοχές,

επίσης οι επίσημες ομιλίες ή εμφανίσεις είναι αρκετές και συχνές, όπως επίσης υπάρχουν και πολλά διαφορετικά ψηφοδέλτια.

Κατ' αντιστοιχία λοιπόν, μπορούμε να καταλάβουμε ότι και οι προμήθειες που πρέπει να πραγματοποιηθούν ώστε όλα να λειτουργούν όπως πρέπει είναι πολύ μεγάλες. Ο σωστός σχεδιασμός των προμηθειών και σε επόμενο στάδιο, η σωστή διαχείρισή τους από το οργανωτικό, είναι πολύ μεγάλης σημασίας. Πιθανές ελλείψεις, πέρα από το ότι μπορεί να δημιουργήσουν πρακτικά προβλήματα στην καθημερινότητα, μπορεί να δώσουν και μια λάθος εικόνα στους ψηφοφόρους (π.χ. αν υπάρχει έλλειψη ψηφοδελτίων, εάν δεν υπάρχει σωστός ήχος σε μια προεκλογική ομιλία κτλ).

Αντίθετα, η υπέρμετρη προμήθεια υλικών, αφενός μπορεί να προκαλέσει σημαντικές επιβαρύνσεις στον προϋπολογισμό ή να δώσει στον κόσμο εντύπωση σπατάλης, η οποία επίσης δεν προδιαθέτει θετικά την άποψη των ψηφοφόρων.

5.2.10. Διαχείριση Συμμετόχων

Κατά την εκκίνηση του έργου, όπως αναφέρθηκε στο αντίστοιχο κεφάλαιο, ο υποψήφιος έχει ήδη πραγματοποιήσει μια πρώτη χαρτογράφηση όλων εκείνων των κοινωνικών ομάδων που είναι πρόθυμοι να στηρίξουν την υποψηφιότητα του, καθώς επίσης έχει εξασφαλίσει την στήριξη κάποιου κόμματος.

Στο στάδιο του σχεδιασμού, ο επικεφαλής με την στενή του ομάδα, προσπαθούν να προσωποποιήσουν και να οριστικοποιήσουν τις στηρίξεις και τις επαφές που έχουν σχεδιάσει. Ξεκινάει λοιπόν ένας κύκλος επαφών με ανθρώπους «κλειδιά» που μπορούν να επηρεάσουν συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες που δραστηριοποιούνται σε όλο το εύρος της περιφέρειας. Ο στόχος είναι οι συγκεκριμένοι άνθρωποι να παραμείνουν υποστηρικτές και να συνεισφέρουν στον προεκλογικό αγώνα είτε προτείνοντας κάποιον υποψήφιο, είτε απλά μεταφέροντας το μήνυμα του επικεφαλής στους ανθρώπους που επηρεάζουν, είτε και τα δύο. Παρόλα αυτά δεν είναι καθόλου απίθανο, οι ίδιοι να ενσωματωθούν στην ομάδα του υποψηφίου ως υποψήφιοι περιφερειακοί σύμβουλοι.

Σε αυτό το στάδιο επίσης γίνεται μια προσπάθεια μέτρησης των εμπλεκόμενων που δεν θα στηρίξουν την υποψηφιότητα ή ακόμα πιο σημαντικό αυτών που θα σταθούν

απέναντι. Ο υποψήφιος λοιπόν προσπαθεί να προσδιορίσει τις δυνάμεις των αντιπάλων (ή τον πιθανών αντιπάλων) και να τις εισάγει στην εξίσωση της υποψηφιότητάς του.

Για να επιτύχει ο σχεδιασμός και να δει η ομάδα εάν οι επαφές που έχει κάνει είναι επαρκείς ή σωστές, και για να μπορέσει να σχεδιάσει και την πολιτική της έναντι των αντιπάλων, πολλές φορές υπάρχει η πιθανότητα κάποιας πρόωμης δημοσκόπησης όπου θα δείξει στον υποψήφιο την προδιάθεση του εκλογικού σώματος για το πρόσωπό του έναντι των αντιπάλων του.

5.3. Εκτέλεση

5.3.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Όσο λεπτομερής και αν είναι ένας σχεδιασμός και όσο καλές προβλέψεις και αν έχουν γίνει σε όλα τα επίπεδα, εάν η διοίκηση και διαχείριση της εκτέλεσης του έργου δεν είναι σωστή, τότε είναι σίγουρο ότι θα προκύψουν ζητήματα που δεν έχει υπολογίσει η ομάδα.

Η σωστή διοίκηση των ανθρώπων που στελεχώνουν τις ομάδες έργου και η τήρηση της διοικητικής δομής που έχει σχεδιαστεί είναι ευθύνη τόσο της στενής ομάδας του υποψηφίου, η οποία θα αναλάβει τις θέσεις ευθύνης των τομέων, όσο και του ίδιου του επικεφαλής ο οποίος θα λαμβάνει πάντα τις τελικές στρατηγικές αποφάσεις.

Ο ιδανικός τρόπος διοίκησης κατά την εκτέλεση του έργου είναι ένα μείγμα άμεσων και ψύχραιμων αποφάσεων στα καθημερινά ζητήματα από τους συντονιστές, στοχευμένες αποφάσεις από τον αναπληρωτή Project Manager, σε θέματα που ξεπερνούν τους συντονιστές και υλοποιήσιμες και στιβαρές αποφάσεις από τον επικεφαλής. Η σωστή συνεργασία όλων αυτών των ανθρώπων σε υψηλό επίπεδο, θα φέρει ισορροπία και σε όλους όσους εργάζονται στις ομάδες έργου, με αποτέλεσμα την ομαλή διεξαγωγή του προεκλογικού αγώνα, σύμφωνα με τον σχεδιασμό.

5.3.2. Διαχείριση Ποιότητας

Δεν έγινε κάποια αναφορά σε διαχείριση ποιότητας κατά την συνέντευξη με τον κ. Σπανό

5.3.3. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Όπως και στο στάδιο του σχεδιασμού, έτσι και στο στάδιο της εκτέλεσης, θα εξεταστεί η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού από δύο διαφορετικές σκοπιές. Αυτή των ομάδων έργου που αναλαμβάνουν να φέρουν εις πέρας όλες τις διοικητικές και καθημερινές εργασίες που απαιτεί ο προεκλογικός αγώνας, και αυτή της επιλογής των υποψηφίων περιφερειακών συμβούλων για την στελέχωση του ψηφοδελτίου.

Έχοντας ολοκληρωθεί λοιπόν ο βασικός σχεδιασμός της διοικητικής μορφής που θα έχουν οι ομάδες έργου, πρέπει να στελεχωθούν κατάλληλα ώστε να είναι αποδοτικές στο μέγιστο δυνατό βαθμό. Το βάρος της στελέχωσης το αναλαμβάνουν οι συντονιστές των διαφόρων τομέων σε συνεργασία πάντα με τον αναπληρωτή PM ή τον ίδιο τον επικεφαλής.

Ο κύριος όγκος των ανθρώπων που θα στελεχώσουν τις ομάδες αποτελείται από εθελοντές όλων των ηλικιών που πιστεύουν στο όραμα του επικεφαλής και προσφέρουν την βοήθειά τους. Αυτό βέβαια (όπως και στην περίπτωση του Α βαθμού αυτοδιοίκησης) μπορεί να προκαλέσει διάφορες καθημερινές δυσκολίες, δεδομένου ότι δεν υπάρχουν συμβάσεις εργασίας και άρα δεν μπορούν να επιβληθούν κανόνες. στις περιπτώσεις αυτές ο ρόλος των συντονιστών είναι πολύ σημαντικός διότι πρέπει να αντιμετωπίζουν την καθημερινότητα ψύχραιμα και να βρίσκουν λύσεις.

Ένα μικρότερο τμήμα των ανθρώπων που στελεχώνουν τις ομάδες είναι υπάλληλοι με σύμβαση εργασίας. Αυτοί είναι λίγοι, συνήθων απασχολούνται σε θέσεις οδηγών, εργατών ή τεχνικών και αποτελούν κομμάτι του οργανωτικού.

Τέλος το μείγμα των ομάδων συμπληρώνουν οι υπεργολάβοι. Εταιρίες δηλαδή που αναλαμβάνουν εξ' ολοκλήρου να τρέξουν έναν τομέα σε συνεργασία πάντα με τον αντίστοιχο συντονιστή που ανήκει στην στενή ομάδα του υποψηφίου. Τέτοιοι υπεργολάβοι μπορεί να αναλάβουν τομείς όπως η επικοινωνία και η προβολή.

Η εύρεση των υποψηφίων για την στελέχωση του ψηφοδελτίου των περιφερειακών εκλογών είναι μια αρκετά δύσκολη και χρονοβόρα διαδικασία η οποία γίνεται ως επί το πλείστον από τον ίδιο τον επικεφαλής. Πρέπει τα τηρηθούν συγκεκριμένες ισορροπίες, να εκπροσωπηθούν όσο το δυνατόν περισσότερες περιοχές, κοινωνικές και επαγγελματικές ομάδες αλλά να μην δυσαρεστηθεί και μια ενδεχόμενη προϋπάρχουσα

ομάδα που μπορεί να έχει ήδη δώσει την νίκη σε περασμένη εκλογική μάχη (εάν ο υποψήφιος επαναδιεκδικεί το αξίωμα).

Ο κ. Σπανός για την σωστή στελέχωση του ψηφοδελτίου χρησιμοποίησε την βοήθεια λογισμικών ώστε να γίνει η διαδικασία όσο το δυνατόν πιο σωστά. Χρησιμοποιήθηκε λογισμικό ERP το οποίο παρείχε όλη την πληροφορία που έπρεπε να διαθέτει για την επιλογή τους (καταγωγή, επάγγελμα, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, πολιτικά πιστεύω) στα πλαίσια βέβαια, όπως τονίζει, ότι όλες οι πληροφορίες που συλλέγονται και όλα τα ηλεκτρονικά μέσα που χρησιμοποιούνται είναι πλήρως συμμορφωμένα με την νομοθεσία περί προστασίας προσωπικών δεδομένων.

Παράλληλα χρησιμοποιείται λογισμικό που παράγει τις ποσοτώσεις συμμετοχής ανά δήμο μέσα σε έναν νομό. Το συγκεκριμένο λογισμικό κάνει έναν ποσοτικό διαχωρισμό υποψηφίων ανά περιοχή καταγωγής, πόσοι δηλαδή υποψήφιοι (ποσοστιαία από το σύνολο του ψηφοδελτίου) θα πρέπει να είναι από κάθε περιοχή. Κατόπιν τούτου, το λογισμικό επεξεργάζεται τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά του κάθε πιθανού υποψηφίου ώστε να υπάρχει η μεγαλύτερη δυνατή ποικιλία χαρακτηριστικών (διαφορετικά επαγγέλματα, ηλικιακές ομάδες κτλ.).

Με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται η ιδανική σύνθεση πιθανών υποψηφίων. Παρόλα αυτά, το μείγμα αυτό δεν ακολουθείται πιστά αφού τις περισσότερες φορές ο επικεφαλής εμπιστεύεται το πολιτικό του ένστικτο και την εμπειρία (την δικιά του ή της ομάδας του).

5.3.4. Διαχείριση Επικοινωνιών

Η προεκλογική καμπάνια στηρίζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στην διαχείριση της επικοινωνίας και της πληροφορίας που μπορούμε να αντλήσουμε από αυτή. Κατά την διάρκεια προεκλογικής εκστρατείας (εκτέλεση του έργου) η επικοινωνία πρέπει να είναι καθημερινή και τα άτομα που απαρτίζουν τον συγκεκριμένο τομέα συνεχώς σε εγρήγορση.

Στην περίπτωση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, συμπληρωματικά στην ομάδα που είχε αναλάβει την επικοινωνία, προστέθηκε και μια ομάδα έμπειρων επικοινωνιολόγων, ως εξωτερικοί συνεργάτες.

Με τον όρο διαχείριση επικοινωνίας σε έναν προεκλογικό αγώνα εννοούμε όλα εκείνα τα μέσα που χρησιμοποιούνται ταυτόχρονα και σε συνεργασία μεταξύ τους ώστε να προβάλλουν τις θέσεις του συνδυασμού. Τέτοια μέσα είναι η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τα έντυπα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι διαδικτυακοί ειδησεογραφικοί χώροι, καθώς επίσης και οι προσωπικές εμφανίσεις του επικεφαλής και των υποψηφίων και οι περιοδείες. Η διαχείριση και ο συντονισμός όλων αυτών των μέσων, ειδικά εάν τα αναγάγουμε σε επίπεδο περιφέρειας, δημιουργούν ένα εξαιρετικά σύνθετο και χαώδες δίκτυο παραγωγής και μετάδοσης πληροφορίας.

Όταν λοιπόν στην συνάρτηση προστεθούν και παράμετροι όπως, η σωστή χρονική στιγμή ανακοίνωσης υποψηφίων, η ανακοίνωση του προγράμματος, η σταδιακή και στοχευμένα προβολή των θέσεων αλλά και του ίδιου του υποψηφίου, τότε καταλαβαίνουμε ότι μόνο έμπειροι επαγγελματίες μπορούν να διαχειριστούν σωστά την κατάσταση. Επιπροσθέτως στη σύνθεση αυτή προστίθενται και χαρακτηριστικά όπως η εικόνα του επικεφαλής, το ντύσιμο του, η συμπεριφορά του, ο πολιτικός του λόγος.

Η καλή συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων στην επικοινωνία είναι κλειδί τόσο στην εκτέλεση ενός άρτιου προγράμματος επικοινωνίας, όσο και στην ανάγνωση των αποτελεσμάτων που μπορεί να φέρει.

5.3.5. Διαχείριση Προμηθειών

Η διαχείριση των προμηθειών κατά την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα γίνεται από το οργανωτικό σε συνεννόηση με τον συντονιστή και τον αναπληρωτή PM. Επειδή η έκταση της περιφέρειας είναι πολύ μεγάλη και ο επικεφαλής έχει πολλά μέτωπα ανοιχτά (εκλογικά κέντρα σε αρκετές πόλεις, περιοδείες που απαιτούν αναλώσιμα, ομιλίες κτλ), οι προμήθειες πρέπει να γίνονται στοχευμένα και περιορισμένα ώστε να μην υπάρχει περαιτέρω επιβάρυνση του προϋπολογισμού.

5.3.6. Διαχείριση Συμμετόχων

Κατά την διάρκεια της εκτέλεσης του έργου ουσιαστικά οι εμπλεκόμενοι που έχουν άμεσο ενδιαφέρον για τον επικεφαλής είναι οι άνθρωποι που στο στάδιο του σχεδιασμού είχε δεσμεύσει για να τον στηρίξουν. Εδώ υπάρχει μια προσπάθεια

διαχείρισης του επιπέδου εμπλοκής αυτών στον προεκλογικό αγώνα. Μια μέτρηση δηλαδή του πόσο έχουν διεισδύσει στο εκλογικό σώμα, μεταφέροντας το όραμα του υποψηφίου.

5.4. Παρακολούθηση – Έλεγχος

5.4.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Κατά την εκτέλεση του έργου, πρακτικά δηλαδή κατά την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα, η καθημερινότητα είναι τόσο έντονη και οι καταστάσεις που καλείται να αντιμετωπίσει η ομάδα μπορεί να γίνουν τόσο έντονες που υπάρχει η πιθανότητα να παρεκκλίνουν από τον αρχικό σχεδιασμό. Προς αποφυγή αυτού πρέπει να παρακολουθείται η πορεία του προεκλογικού αγώνα από τους συντονιστές και να ελέγχεται σε τι επίπεδο τηρείται ο σχεδιασμός.

Εάν παρατηρηθεί κάποια παρέκκλιση από τον σχεδιασμό οι συντονιστές και ο αναπληρωτής project Manager οφείλουν να πραγματοποιήσουν όλες τις διορθωτικές ενέργειες που απαιτούνται. Πάντα βέβαια σε επικοινωνία και συνεννόηση με τον επικεφαλής.

Πρέπει να αποφεύγονται το κατά δύναμιν (όπως άλλωστε αναφέρθηκε στον προεκλογικό αγώνα τίποτα δεν είναι δογματικό και πολλά μπορεί να αλλάξουν κατά την διάρκεια), παρεκκλίσεις από τον σχεδιασμό διότι αυτό μπορεί να έχει μεγάλο αντίκτυπο σε διάφορους τομείς του έργου, όπως για παράδειγμα η επικοινωνία.

Η παρακολούθηση λοιπόν και ο έλεγχος των εργασιών είναι μια πολύ σημαντική διαδικασία η οποία πρέπει να γίνεται συνεχώς από τους συντονιστές αλλά και τον επικεφαλής.

5.4.2. Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου (Φ.Α.)

Στην περίπτωση του προεκλογικού αγώνα δεν υπάρχει κάποια σαφής διαδικασία για την παρακολούθηση του φυσικού αντικειμένου, παρόλα αυτά παρακολουθώντας τις ανάγκες της κοινωνίας υπάρχει η πιθανότητα να γίνει πιο συγκεκριμένο ή να εμπλουτιστεί.

5.4.3. Διαχείριση Χρόνου

Όπως αναφέρθηκε και στη φάση του σχεδιασμού, η δόμηση ενός σαφούς χρονοδιαγράμματος και η διαχείρισή του είναι ένα πολύ σημαντικό στάδιο το οποίο έχει επίπτωση σε όλη την διάρκεια της εκτέλεσης του έργου.

Η παρακολούθηση και έλεγχος του λοιπόν είναι εξίσου σημαντικά ώστε να μείνει το έργο σε μια σωστή πορεία. Σύμφωνα με τον κ. Σπανό, δεν υπάρχει κάποιο λογισμικό για την παρακολούθηση των χρονοδιαγραμμάτων. Η διαδικασία αυτή γίνεται εμπειρικά και ο κάθε συντονιστής είναι υπεύθυνος για την παρακολούθηση του χρονοδιαγράμματος που αφορά τον δικό του τομέα. Ο αναπληρωτής παρακολουθεί τα χρονοδιαγράμματα όλων των τομέων συγκεντρωτικά σε ανώτερο επίπεδο και ενημερώνει τον επικεφαλής εάν κάτι δεν πάει σύμφωνα με τον προγραμματισμό.

Σε αυτή την περίπτωση και με εντολή του επικεφαλής, πραγματοποιούνται διορθωτικές κινήσεις.

5.4.4. Διαχείριση Κόστους

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω ο προϋπολογισμός του προεκλογικού αγώνα, γίνεται σε αρχικό στάδιο αλλά προσαρμόζεται κατά την διάρκεια σύμφωνα με τις ανάγκες. Ο επικεφαλής και ο αναπληρωτής είναι επιφορτισμένοι να παρακολουθούν δυναμικά τις ανάγκες που προκύπτουν και να ανιχνεύουν εάν χρειάζεται κάποια αλλαγή στον προϋπολογισμό.

5.4.5. Διαχείριση Ποιότητας

Δεν έγινε κάποια αναφορά σε διαχείριση ποιότητας κατά την συνέντευξη με τον κ. Σπανό

5.4.6. Διαχείριση Επικοινωνιών

Ο τομέας της επικοινωνίας είναι ένα ζωτικό τμήμα του προεκλογικού αγώνα καθώς ουσιαστικά παρουσιάζει το πρόσωπο τόσο του υποψηφίου, όσο και του συνδυασμού στην κοινωνία. Όπως αναφέρθηκε στον προεκλογικό αγώνα του κ. Σπανού τον τομέα

της επικοινωνίας είχε αναλάβει (πέρα από εθελοντές) εταιρία που επαγγελματικά ασχολείται με την πολιτική επικοινωνία.

Για τον έλεγχο και την παρακολούθηση της πορείας της επικοινωνίας, χρησιμοποιήθηκαν εργαλεία των οποίων ο ρόλος ήταν η ποσοτικοποίηση της πληροφορίας που λάμβαναν, ώστε με την επεξεργασία των δεδομένων αυτών να δημιουργούταν μια εικόνα για την πορεία του συνδυασμού.

Αναλυτικότερα χρησιμοποιήθηκαν ειδικά λογισμικά τα οποία κατέγραφαν τις αυθόρμητες αναφορές των μέσων μαζικής ενημέρωσης στο πρόσωπο του υποψηφίου. Αυτά τα λογισμικά μελετούσαν αναφορές σε δημοσιογραφικές ιστοσελίδες και όχι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με αυτή τη διαδικασία ο επικεφαλής μπορούσε να αντλήσει δεδομένα για τον αντίκτυπο που είχε στην κοινωνία από μη χορηγούμενα δημοσιεύματα.

Παράλληλα οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μέσω των εφαρμογών συλλογής δεδομένων για τον αντίκτυπο μια δημοσίευσης που διαθέτουν, έδιναν μετρήσιμα αποτελέσματα κυρίως για το κοινό το οποίο αντιδρούσε σε μια χορηγούμενη ή μια δημοσίευση. Επίσης μέσω των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης ο συνδυασμός μπορούσε να αποκτήσει και μια άποψη για το τι ζήταγε η κοινωνία από τον υποψήφιο.

Τέλος το μεγαλύτερο όπλο που υπήρχε στην φαρέτρα του συνδυασμού ήταν οι δημοσκοπήσεις. Σε πολλές περιπτώσεις χρησιμοποιούνται κυλιόμενες δημοσκοπήσεις ώστε ο επικεφαλής να έχει μια συνεχή ενημέρωση για την πορεία του κατά την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα. Στην περίπτωση που μελετάμε, οι κυλιόμενες δημοσκοπήσεις δεν ήταν απαραίτητες, καθώς για το μέγεθος της περιφέρειας και για την διάρκεια της εκστρατείας δύο με τρεις δημοσκοπήσεις μπορούσαν να δώσουν σαφή εικόνα.

Με τα μέσα αυτά και με την σωστή επεξεργασία των δεδομένων που έδιναν, μπορούσε ο συνδυασμός να παρακολουθεί την πορεία της εκστρατείας και να κάνει διορθωτικές κινήσεις όπου ήταν απαραίτητο.

5.4.7. Διαχείριση Κινδύνων

Δεδομένου ότι δεν υπήρξε κάποια σαφής καταγραφή των κινδύνων στη φάση του σχεδιασμού, το βάρος της αποφυγής δυσμενών καταστάσεων πέφτει στην παρακολούθηση και τον έλεγχο των κινδύνων.

Στην περίπτωση αυτή, οι συντονιστές, ο αναπληρωτής και ο επικεφαλής πρέπει να παρακολουθούν συνεχώς την καθημερινότητα και βάσει της εμπειρίας τους να προσπαθούν να προβλέψουν πιθανές καταστάσεις που θα εμφανιστούν στο επόμενο, άμεσο χρονικό διάστημα.

Υπάρχουν μηχανισμοί που θα ενεργοποιηθούν σε ενδεχόμενη περίπτωση που συμβεί κάτι, όπως για παράδειγμα για τη διαχείριση μίας κακής είδησης, αλλά και την ευθύνη της πρόβλεψης την έχει αποκλειστικά η στενή ομάδα του υποψηφίου βάσει της εμπειρίας της.

Τις πιθανότητες αυτές τις αναλύουν στις συναντήσεις που έχουν σε τακτά χρονικά διαστήματα ή σε έκτακτα εάν συμβεί κάτι που χρήζει άμεσης αντιμετώπισης και αναλόγως αποφασίζουν τον τρόπο επίλυσης ενός προβλήματος.

5.4.8. Διαχείριση Προμηθειών

Κατά την παρακολούθηση του έργου ο αναπληρωτής σε συνεργασία με τον υπεύθυνο οργανωτικού είναι υπεύθυνοι και φροντίζουν ώστε οι προμήθειες να γίνονται στο σωστό χρόνο και να μην υπάρχουν ελλείψεις που μπορεί να δημιουργήσουν πρόβλημα στον συνδυασμό (έλλειψη ψηφοδελτίων, εξοπλισμού κτλ).

5.4.9. Διαχείριση Συμμετόχων

Ο έλεγχος και η παρακολούθηση των συμμετεχόντων ειδικά στην έκταση που έχει να καλύψει ένας συνδυασμός που διεκδικεί μια περιφέρεια είναι πάρα πολύ δύσκολος. Παρόλα αυτά γίνεται μια προσπάθεια παρακολούθησης σε πραγματικό όμως χρόνο. Αυτό σημαίνει ότι οι συντονιστές προσπαθούν να έχουν εικόνα των συμμετεχόντων που αφορούν τον κάθε τομέα ξεχωριστά ενώ ο επικεφαλής προσπαθεί να ελέγχει την εμπλοκή των ανθρώπων που αναφέραμε σε προηγούμενο στάδιο.

Όσον αφορά την παρακολούθηση των αντιπάλων συνδυασμών, γίνεται κυρίως μέσω των δημοσκοπήσεων, αφού έτσι παρέχεται μια εικόνα της πορείας τους ή της απόδοσης των ενεργειών τους, καθώς επίσης και από πληροφορίες που μπορεί να φτάσουν στην ομάδα μέσω ανεξάρτητων ή εξαρτημένων μέσων.

Σε κάθε περίπτωση η πληροφορίες αυτές εξετάζονται στις συναντήσεις της ομάδας, αξιολογούνται και αναλόγως αποφασίζονται οι επόμενες κινήσεις που αφορούν τους συμμετέχοντες.

5.5. Κλείσιμο

5.5.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Όπως έχουμε αναφέρει πολλές φορές, το έργο του προεκλογικού αγώνα έχει σαφή λήξη και αυτή είναι η τελευταία Κυριακή των εκλογών. Υπάρχει πιθανότητα να μην υπάρξει δεύτερη Κυριακή και ο συνδυασμός να εκλεγεί από την πρώτη, αλλά όπως και στον Α΄ βαθμό αυτοδιοίκησης αυτό δεν είναι πολύ συχνό φαινόμενο.

Τις ημέρες που ακολουθούν της δεύτερης Κυριακής γίνονται ενδεχομένως κάποιες συναντήσεις της ομάδας κυρίως για αξιολόγηση αλλά ουσιαστικά το έργο κλείνει με την ανακοίνωση των αποτελεσμάτων.

5.5.2. Διαχείριση Προμηθειών

Μετά την οριστική ανακοίνωση των αποτελεσμάτων ο υποψήφιος μαζί με κάποια μέλη της κλειστής ομάδας κλείνουν κυρίως οικονομικές υποχρεώσεις προς κάποιους προμηθευτές, που ενδεχομένως δεν έχουν προλάβει να ολοκληρώσουν κατά την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα.

6. Εθνικές Εκλογές

Για την μελέτη της περίπτωσης των Εθνικών εκλογών επιλέχθηκε το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας. Η συγκεκριμένη επιλογή έχει να κάνει με τα κοινά χαρακτηριστικά που παρουσιάζει ο πρόεδρος του κόμματος με τους επικεφαλής των συνδυασμών που μελετήθηκαν παραπάνω. Αυτά είναι ότι έχει προηγούμενη εμπειρία σε εκλογικές διαδικασίες, ηγείται για πρώτη φορά ενός κόμματος διεκδικώντας το αξίωμα του πρωθυπουργού και παίρνει την νίκη στις εκλογές. Επίσης οι εθνικές εκλογές του 2019 έγιναν σε ένα πολύ σύντομο χρονικό διάστημα μετά την ολοκλήρωση των εκλογών της τοπικής αυτοδιοίκησης. Αυτό σημαίνει ότι το πολιτικό τοπίο της χώρας μέσα στο οποίο πραγματοποιήθηκαν και οι τρεις διαδικασίες ήταν πρακτικά όμοιο.

Η ανάλυση της διοικητικής οργάνωσης ενός πολιτικού κόμματος που διεκδικεί την κυβέρνηση του κράτους είναι εξαιρετικά σύνθετη και εμπεριέχει πάρα πολλές διαδικασίες και μεταβλητές. Για τον λόγο αυτό ακόμα και τα ίδια τα κόμματα στην διοίκηση τους αντιμετωπίζουν πολλές ενέργειες ως αυτοτελή έργα. Ένα τέτοιο αυτοτελές έργο το οποίο θα αναλύσουμε στην παρούσα μελέτη είναι η επικοινωνιακή πολιτική της Νέας Δημοκρατίας.

Η ανάλυση που ακολουθεί, βασίζεται στην συνέντευξη που μας παρείχε ο διευθυντής του γραφείου τύπου και υπεύθυνος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης της Νέας Δημοκρατίας, κ. Νίκος Ρωμανός.

6.1. Εκκίνηση

Παρά την ανάλυση του κεφαλαίου 4 σχετικά με την χρονική στιγμή κατά την οποία ξεκινάει και τελειώνει μία φάση, σε ένα έργο όπως αυτό των εθνικών εκλογών η εκκίνηση του προεκλογικού αγώνα έχει κάπως θολά όρια υπό την έννοια ότι ένα κόμμα του διεκδικεί την κυβέρνηση της χώρα βρίσκεται σε μόνιμη εγρήγορση, διότι δεν είναι ποτέ σαφές το πότε θα γίνουν οι επόμενες εκλογές. Ο κ. Ρωμανός συμφωνεί με την γενική θεώρηση που έχει γίνει στο κεφάλαιο 2.2, για τις υποπεριόδους της προεκλογικής εκστρατείας αλλά επισημαίνει ότι η επίσημη έναρξη της προεκλογικής περιόδου (ακόμα και πριν προκηρυχθούν επίσημα οι εκλογές) είναι κάποια χρονική στιγμή που τα επιτελεία απλά το νιώθουν ότι ξεκινάνε και επισημαίνει ότι εάν ένα

κόμμα είναι αντιπολίτευση είναι πολύ πιθανό να επιζητά τις εκλογές με αποτέλεσμα να έχει ορίσει ήδη την έναρξη της προεκλογικής περιόδου.

6.1.1. Διοίκηση ενοποίησης

Όπως έχουμε αναφερθεί και παραπάνω κατά την εκκίνηση του έργου γίνεται η σύνταξη του καταστατικού. Με την εκκίνηση μια προεκλογικής καμπάνιας, δεν υπογράφεται φυσικά κάποιο καταστατικό αλλά ουσιαστικά μπαίνουν οι βασικοί στόχοι του έργου.

Φυσικά για κάθε κόμμα οι στόχοι διαφέρουν αρκετά υπό την έννοια της δυναμικής που μπορεί να έχει. Διαφορετικούς στόχους για παράδειγμα θα θέσει ένα κόμμα που διεκδικεί την κυβέρνηση, διαφορετικούς κάποιο που θέλει να αυξήσει τα ποσοστά του και διαφορετικούς κάποιο που προσπαθεί να μπει για πρώτη φορά στη Βουλή. Στην περίπτωση της Νέας Δημοκρατίας, σύμφωνα με τον κ. Ρωμανό οι στόχοι αυτοί μπήκαν το 2018 όπου και χαράχθηκε η βασική προεκλογική στρατηγική του κόμματος.

6.1.2. Διαχείριση Συμμετόχων

Φυσικά οι συμμετοχοί σε ένα έργο όπως αυτό που αφορά την προεκλογική εκστρατεία των εθνικών εκλογών μπορεί να είναι κυριολεκτικά χιλιάδες χωρίς αυτός ο αριθμός να περιορίζεται όταν αναφερόμαστε στο έργο της επικοινωνιακής πολιτικής. Στην προσπάθεια της ομάδας να προσδιορίσει ποιοι είναι οι συμμετέχοντες κάνει ένα κατακερματισμό κυρίως στις κοινωνικές ομάδες που θέλει να εστιάσει όπως για παράδειγμα στις γυναίκες, στους νέους στη μεσαία τάξη κτλ. Προσδιορίζει ουσιαστικά τα focus groups τα οποία σε επόμενη φάση θα εστιάσει είτε γιατί σε μεγάλο μέρος είναι υποστηρικτές οπότε και θα γίνει μια προσπάθεια αξιοποίησης αυτών με σκοπό να πείσουν και τους υπόλοιπους, είτε γιατί θέλει να τους αλλάξει γνώμη. Βέβαια οι συγκεκριμένες ομάδες σε πολλές περιπτώσεις είναι υπερκαλυπτόμενες, παρόλα αυτά γίνεται μια προσπάθεια προσδιορισμού.

6.2. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

6.2.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Στη φάση του σχεδιασμού δημιουργείται ένα σχέδιο δράσης της προεκλογικής εκστρατεία, ένα οργανόγραμμα που ορίζει ποια ομάδα θα εκτελέσει κάθε εργασία και το οργανόγραμμα αυτό βασίζεται στους στόχους που έχουν τεθεί κατά την εκκίνηση του έργου. Ο σχεδιασμός που γίνεται σε αυτό το στάδιο ακολουθεί το έργο σε όλη την διάρκεια του με διάφορες αναπροσαρμογές σύμφωνα με την τρέχουσα κάθε φορά κατάσταση. Είναι σημαντικό να αναφερθεί το γεγονός ότι ο κ. Ρωμανός κάνει λόγο για οργανόγραμμα και δομή πλησία με αυτή μίας εταιρίας. Η οργάνωση είναι πυραμιδωτή. Υπάρχουν τμήματα με διαφορετικό αντικείμενο το καθένα και το κάθε τμήμα έχει το δικό του προϊστάμενο και προσωπικό. Την δομή του συγκεκριμένου έργου την αποτελούσαν δύο τμήματα, το τμήμα των Digital και το τμήμα του γραφείου τύπου. Οι δύο προϊστάμενοι είχαν άμεση συνεργασία και συμμετείχαν και στον «πρωινό καφέ»¹ ο οποίος είναι το όργανο κατά τη διάρκεια του οποίου λαμβάνονται όλες οι συντονιστικές αποφάσεις για τρέχοντα θέματα.

Επίσης μαζί με το οργανόγραμμα δημιουργείται και η κλειστή ομάδα η οποία θα τρέξει το έργο. Στην περίπτωση της Νέας δημοκρατίας η κλειστή αυτή ομάδα, ο πυρήνας, δημιουργήθηκε το 2016 όταν και εκλέχθηκε πρόεδρος της Νέας Δημοκρατίας ο κ. Μητσοτάκης. Η συγκεκριμένη ομάδα με μικρές προσθήκες τελειοποιήθηκε το 2018 και ανέλαβε όλο το έργο των επικοινωνιών του προεκλογικού αγώνα.

6.2.2. Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου (Φ.Α.)

Το φυσικό αντικείμενο ενός προεκλογικού αγώνα, όπως αναφέρθηκε και στην μελέτη των περιπτώσεων της αυτοδιοίκησης, ουσιαστικά είναι το πρόγραμμα που θέλει ο υποψήφιος να επικοινωνήσει στο εκλογικό σώμα. Από τον σχεδιασμό της καμπάνιας είναι σαφές ότι προκύπτει και το πρόγραμμα του συνδυασμού. Στην περίπτωση ενός

¹ Ο Πρωινός καφές είναι μια καθημερινή συνάντηση των προϊσταμένων των τμημάτων του κόμματος (που αποτελούν την πολύ στενή ομάδα του προέδρου του κόμματος) την οποία συντονίζει ο ίδιος ο πρόεδρος και εκεί συζητούνται όλα τα θέματα της ημέρας και λαμβάνονται συλλογικές αποφάσεις, όπου απαιτείται.

έργου προεκλογικής επικοινωνίας, το φυσικό αντικείμενο συνδέεται με το πρόγραμμα του κόμματος αφού αυτό είναι αυτό που προσπαθεί η ομάδα να επικοινωνήσει. Όλη στρατηγική, τα μοτο, οι μακέτες, η επικοινωνία, ό,τι προβάλλεται στον Τύπο κτλ, θα πρέπει να συνδέονται με την βασική λογική του προγράμματος και των στόχων που έχουν τεθεί.

6.2.3. Διαχείριση Χρόνου

Η σωστή διαχείριση του χρόνου είναι κάτι το ζωτικό για μια προεκλογική καμπάνια. Όπως πολύ σαφώς αναφέρει στην συνέντευξή του ο κ. Ρωμανός, όσο καλά και να έχει οργανωθεί η καμπάνια, πάντα φτάνοντας προς το τέλος, η ομάδα νιώθει ότι ο χρόνος δεν είναι αρκετός και θα χρειαζόταν λίγο ακόμα. Βέβαια όπως έχει αναφερθεί επανειλημμένως ο χρόνος σε ένα τέτοιο έργο δεν επιδέχεται καμία παράταση. Για αυτό το λόγο γίνεται ένας σχεδιασμός των ενεργειών που θα πρέπει να ολοκληρωθούν σε τακτικές βάσεις, όπως για παράδειγμα τι αναφορές θα πρέπει να συνταχθούν και πότε, τι ορόσημα έχει το έργο, τι properties πρέπει να χτιστούν στα digital κτλ. Μπαίνουν δηλαδή στην γραμμή του χρόνου οι στόχοι της προεκλογικής εκστρατείας με τέτοιο τρόπο που θα πρέπει να είναι σαφείς και μετρήσιμοι.

Πολλοί από τους στόχους αυτούς βέβαια μπορεί να μην εκτείνονται σε όλη την εκστρατεία αλλά να έχουν μικρότερη χρονική διάρκεια, και ουσιαστικά αυτοί παίζουν τον ρόλο των παραδοτέων. Όμως επειδή το έργο είναι ευμετάβλητο και ο κατάλογος των θεμάτων αλλάζει συνεχώς, απαιτείται ένας σχεδιασμός με τέτοιο τρόπο ώστε το χρονοδιάγραμμα να είναι ευέλικτο και να μπορεί να προσαρμόζεται στην καθημερινότητα. Παρόλα αυτά για κάθε δεδομένη στιγμή υπάρχει σαφές και καταγεγραμμένο χρονοδιάγραμμα.

6.2.4. Διαχείριση Κόστους

Ο προσδιορισμός του κόστους του έργου, είναι επίσης ένα πολύ σημαντικό κομμάτι. Ο προϋπολογισμός σε ένα τόσο μεγάλο έργο είναι σαφές ότι δεν μπορεί να είναι σταθερός ούτε να δημιουργηθεί εξ αρχής χωρίς να δεχθεί κάποια αλλαγή. Σύμφωνα με τον κ. Ρωμανό προβλέπεται ένας αρχικός σχεδιασμός βάσει των ενεργειών που πρέπει να γίνουν σε συνδυασμό με τα ορόσημα που έχουν τεθεί στο χρονοδιάγραμμα και από

προκύπτει ο βασικός προϋπολογισμός. Βέβαια αυτό είναι ένα μέγεθος που αναθεωρείται σύμφωνα με τις ανάγκες που παρουσιάζονται.

6.2.5. Διαχείριση Ποιότητας

Ο σχεδιασμός της ποιότητας όσον αφορά την επικοινωνία έχει να κάνει με τον στόχο που θέτεις και τους τρόπους που θέλεις να τους πετύχεις. Ουσιαστικά η ποιότητα στο αντικείμενο που μελετάται, αφορά την ίδια την επικοινωνία. Να υπάρχει Δηλαδή αποτελεσματική στόχευση στα focus group που πρέπει και να διαθέτει τα απαιτούμενα χαρακτηριστικά για να εισχωρήσεις στο κοινό που στοχεύει. Προφανώς η έννοια της ποιότητας στην επικοινωνία είναι σχετική και με την ηθική στον τρόπο που προσεγγίζεις το εκλογικό σώμα. Να μην ακολουθούνται για παράδειγμα τακτικές «δολοφονίας χαρακτήρων», διασποράς ψευδών ειδήσεων κτλ.

6.2.6. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Δεν έγινε κάποια αναφορά στη διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού κατά την περίοδο του σχεδιασμού του έργου

6.2.7. Διαχείριση Επικοινωνιών

Ο σχεδιασμός μια επικοινωνιακής πολιτικής βασίζεται κυρίως στις ποιοτικές και ποσοτικές έρευνες. Δηλαδή μέσω δημοσκοπήσεων, ερωτηματολογίων και διαφόρων εργαλείων που εφαρμόζονται στα απαιτούμενα focus groups, η ομάδα προσπαθεί να πάρει απαντήσεις από το εκλογικό σώμα ώστε να μπορέσει να σχεδιάσει την κατεύθυνση και τους στόχους της επικοινωνιακής πολιτικής. Η διαδικασία αυτή είναι διαρκής κατά την φάση του σχεδιασμού και γίνονται συνεχείς προσαρμογές ανάλογα τις κοινωνικές ομάδες και τα focus groups. Ουσιαστικά ο σχεδιασμός προκύπτει μέσα από μια διαρκή διαδικασία επαναλαμβανόμενων ερευνών και παρακολούθησης της κοινής γνώμης.

6.2.8. Διαχείριση Κινδύνων

Ο βασικός προσδιορισμός των κινδύνων έχει να κάνει με τις κινήσεις των εκλογικών αντιπάλων. Η ομάδα πρέπει να προβλέψει όσο το δυνατόν καλύτερα τι μπορεί να προκύψει και να σκεφτεί τι όπλα μπορεί να διαθέτει ο εκλογικός αντίπαλος στη φαρέτρα του. Πολλές φορές για να γίνει αυτό όσο το δυνατόν πιο σωστά η ομάδα πρέπει να μπει στη θέση αυτό που πιστεύει ότι θα προκαλέσουν πρόβλημα και να σκεφτεί τι έχει στη διάθεσή του απέναντί της. Με βάση όλα αυτά και την στρατηγική που έχει χαραχθεί, δημιουργείται ένα ψηφιδωτό των κινδύνων που μπορεί να προκύψουν.

Ουσιαστικά ο προσδιορισμός των ρίσκων έχει να κάνει με την ικανότητα της ομάδας να μπορεί να προβλέπει επερχόμενες καταστάσεις. Η ικανότητα αυτή μπορεί να έχει ζωτικό ρόλο στην χάραξη επικοινωνιακής στρατηγικής διότι μπορεί να διαφοροποιήσει τις κινήσεις. Αν για παράδειγμα μπορεί να γίνει μια πρόβλεψη για αύξηση τιμών κατά την διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας ή κάποια κοινωνική αναταραχή, τότε η επικοινωνιακή πολιτική θα προσαρμοστεί ανάλογα.

6.2.9. Διαχείριση Προμηθειών

Κατά την διάρκεια της συνέντευξης δεν έγινε κάποια αναφορά στο σχεδιασμό των προμηθειών, κυρίως διότι αυτό είναι τμήμα του οργανωτικού του κόμματος και δεν αποτελεί κομμάτι του έργου της επικοινωνίας.

6.2.10. Διαχείριση Συμμετόχων

Ο σχεδιασμός της διαχείρισης των συμμετόχων είναι ένα κομμάτι που δεν μπορεί να προσδιοριστεί ακριβώς δεδομένου του όγκου τους. Όπως σαφώς ανέφερε ο κ. Ρωμανός, σε οποιοδήποτε άλλο έργο υπάρχει η δυνατότητα να γίνει ένας σαφής σχεδιασμός αντιμετώπισης των ατόμων εκείνων που μπορεί να επηρεάσουν τη πορεία του. Στην προκειμένη περίπτωση όμως ο όγκος αυτών των ατόμων είναι τόσο μεγάλος που κάθε πιθανός σχεδιασμός μπορεί να ακυρωθεί μέσα σε μερικές ημέρες. Σαφώς και υπάρχει αλλά η διαχείριση των συμμετόχων γίνεται κυρίως κατά την διάρκεια του έργου. Άλλωστε η ίδια η επικοινωνία είναι το μέσο διαχείρισης των συμμετόχων.

6.3. Εκτέλεση

6.3.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Κατά την εκτέλεση η τήρηση του σχεδίου διοίκησης σύμφωνα με ότι έχει καταγραφεί και οργανωθεί στην φάση του σχεδιασμού βαραίνει αποκλειστικά τους προϊσταμένους των δύο τμημάτων του έργου. Ο σκοπός είναι να τηρηθεί όσο γίνεται στο ακέραιο και πιθανές αλλαγές σε αυτό συζητούνται και αποφασίζονται στον «πρωινό καφέ».

6.3.2. Διαχείριση Ποιότητας

Όπως αναφέραμε και στη φάση του σχεδιασμού η ποιότητα έχει να κάνει κυρίως με τον τρόπο που θα επιλεγεί από την ομάδα για να προσεγγίσει τους πιθανούς ψηφοφόρους, οι προϊστάμενοι είναι υπεύθυνοι να διασφαλίσουν ότι ο τρόπος αυτός θα είναι σύμφωνα με την ηθική που προάγει το κόμμα.

6.3.3. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Στη φάση αυτή οι προϊστάμενοι προσπαθούν να επανδρώσουν τις ομάδες τους όσο γίνεται πιο σωστά ώστε να επιτύχουν τους στόχους που έχουν τεθεί. Είναι σαφές ότι ένα μεγάλο ποσοστό αυτών των ομάδων προϋπάρχουν στο κόμμα από πολύ παλιότερα αφού το κόμμα συνεχίζει μια πορεία για πολλά χρόνια και δεν δημιουργείται μόνο για τις εκλογές όπως ένας συνδυασμός στην αυτοδιοίκηση. Παρόλα αυτά κατά την εκτέλεση του έργου θα χρειαστεί να αυξηθεί το προσωπικό που θα δουλεύει στις ομάδες, ώστε να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στην απαιτητική καθημερινότητα ενός προεκλογικού αγώνα.

Οι ομάδες που δημιουργούνται αποτελούνται από μια ποικιλομορφία ανθρώπων τόσο ως προς την γνώση και τις ικανότητες του (κειμενογράφοι, σχεδιαστές, διαχειριστές μέσω κοινωνικής δικτύωσης, marketers κτλ) αλλά και ως προς το επαγγελματικό καθεστώς απέναντι στο κόμμα. Υπάρχουν εθελοντές, υπάλληλοι, εξωτερικοί συνεργάτες και εταιρίες. Δημιουργείται δηλαδή ένα μείγμα ανθρώπων που αποτελούν ομάδες που μπορούν να διαχειρίζονται διαφορετικά πράγματα ταυτόχρονα έχοντας ένα κοινό παρονομαστή που είναι ο στόχος του έργου.

Αυτή η διαφορετικότητα των ομάδων βέβαια μπορεί να προκαλέσει και αρκετά εσωτερικά προβλήματα και γι' αυτό το λόγο απαιτείται διαφορετικός τρόπος αντιμετώπισης και διαχείρισης του κάθε ένα.

6.3.4. Διαχείριση Επικοινωνιών

Με την έννοια της διαχείρισης της επικοινωνίας κατά την διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας ουσιαστικά εννοούμε την σωστή διαχείριση όλων των μέσων επικοινωνίας που μπορεί να διαθέτει η ομάδα ώστε να επικοινωνήσει το πρόγραμμα και τους στόχους του κόμματος. Στην περίπτωση που εξετάζουμε η συγκεκριμένη διεργασία αποτελεί το ίδιο το έργο το οποίο εξετάζουμε. Τον τρόπο δηλαδή που θα συνεργαστούν οι ομάδες ώστε να επικοινωνήσουν το πρόγραμμα βασισμένοι στον διοικητικό, ποιοτικό, ποσοτικό σχεδιασμό που έχουμε κάνει σε όλα τα προηγούμενα στάδια. Πολύ μεγάλο ρόλο στην διαχείριση των πληροφοριών παίζουν οι σταθερές μετρήσεις ώστε να μπορεί η ομάδα ανά πάσα στιγμή να βλέπει εάν παραμένει στο στόχο της ή έχει λοξοδρομήσει.

6.3.5. Διαχείριση Προμηθειών

Κατά την διάρκεια της συνέντευξης δεν έγινε κάποια αναφορά στο σχεδιασμό των προμηθειών, κυρίως διότι αυτό είναι τμήμα του οργανωτικού του κόμματος και δεν αποτελεί κομμάτι του έργου της επικοινωνίας.

6.3.6. Διαχείριση Συμμετόχων

Όπως αναφέρθηκε και στο στάδιο του σχεδιασμού το μεγαλύτερο τμήμα των συμμετόχων αποτελεί και τα focus groups στα οποία στοχεύει η ομάδα. Αντίστοιχα, για τους πολιτικούς αντιπάλους και την επιρροή που έχουν στο εκλογικό σώμα η παρακολούθηση γίνεται μέσω δημοσκοπήσεων.

6.4. Παρακολούθηση – Έλεγχος

6.4.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Είναι σαφές πως σε ένα τόσο περίπλοκο έργο όπως είναι αυτό των επικοινωνιών ενδέχεται να προκύψουν διάφορα προβλήματα με αποτέλεσμα να χρειαστεί να πραγματοποιηθούν αλλαγές στον αρχικό σχεδιασμό. Την παρακολούθηση αυτή την κάνουν οι προϊστάμενοι και μεταφέρουν τις παρατηρήσεις τους στον «πρωινό καφέ» όπου και αποφασίζονται πιθανές αλλαγές.

6.4.2. Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου

Το φυσικό αντικείμενο του έργου, όπως αυτό ορίστηκε σε προηγούμενη φάση, δεν απαιτεί κάποια παρακολούθηση, όταν αναφερόμαστε σε προεκλογικό αγώνα.

6.4.3. Διαχείριση Χρόνου

Τα χρονοδιαγράμματα που δημιουργούνται, όπως αναφέρθηκε είναι δυναμικά και προσαρμόζονται ανάλογα με το τι προκύπτει στην καθημερινότητα. Οι προϊστάμενοι είναι υπεύθυνοι να παρακολουθούν την πορεία τους και να κάνουν τις αναπροσαρμογές σύμφωνα με την τρέχουσα επικαιρότητα.

6.4.4. Διαχείριση Κόστους

Στην συνέντευξη δεν έγινε κάποια ιδιαίτερη αναφορά στην παρακολούθηση του προϋπολογισμού, αλλά δεδομένου ότι ο προϋπολογισμός αποτελεί ένα μέγεθος ευμετάβλητο, τότε μπορούμε να υποθέσουμε ότι οι προϊστάμενοι είναι υπεύθυνοι να προσδιορίσουν το αν θα χρειαστεί κάποια μεταβολή, και κατόπιν να το επικοινωνήσουν στο τμήμα οικονομικών του κόμματος

6.4.5. Διαχείριση Ποιότητας

Στην συνέντευξη δεν έγινε σχετική αναφορά στην παρακολούθηση και τον έλεγχο της ποιότητας

6.4.6. Διαχείριση Επικοινωνιών

Η παρακολούθηση της διαχείρισης των επικοινωνιών είναι ένα πλήθος ενεργειών τεράστιας σημασίας εφόσον η επικοινωνία είναι το ίδιο το έργο. Για τον έλεγχο της επικοινωνίας χρησιμοποιούνται εργαλεία τα οποία ποσοτικοποιούν στην ουσία τις πληροφορίες που δέχεται η ομάδα από την επικοινωνιακή πολιτική που ακολουθεί. Επίσης στο τμήμα του digital, το οποίο αφορά κυρίως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, χρησιμοποιούνται και τα εργαλεία που προσφέρουν οι ίδιες οι πλατφόρμες για εξαγωγή μετρήσιμων αποτελεσμάτων. Ο συνδυασμός της πληροφορίας που λαμβάνεται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι έρευνες και οι δημοσκοπήσεις και τα focus groups, μπορούν να δώσουν στην ομάδα ένα πολύ σαφές αποτέλεσμα για την διεύθυνση που έχει η επικοινωνιακή πολιτική στο εκλογικό σώμα.

Τα αποτελέσματα αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως μέσα πρόβλεψης του εκλογικού αποτελέσματος, ακόμα και να αναπροσαρμόσουν την επικοινωνιακή πολιτική.

6.4.7. Διαχείριση Κινδύνων

Η παρακολούθηση των κινδύνων που έχουν καταγραφεί κατά τον σχεδιασμό αλλά και η πρόβλεψη πιθανών κινδύνων κατά την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα, μπορεί να βγάλει την ομάδα από πολύ δύσκολη θέση. Παρόλα αυτά πολλές φορές συμβαίνουν γεγονότα τα οποία επηρεάζουν το έργο και είτε δεν έχουν καταγραφεί ως πιθανοί κίνδυνοι, είτε ήταν αδύνατο να προβλεφθούν. Για τους κινδύνους που έχουν καταγραφεί οι προϊστάμενοι έχουν σχεδιάσει ένα πλάνο αντιμετώπισης. Βέβαια το μεγαλύτερο ποσοστό των προβλημάτων δεν μπορούν να καταγραφούν, με αποτέλεσμα να πρέπει τα μέλη της ομάδας να διαθέτουν ευελιξία ώστε να μπορούν να αντιμετωπίσουν οτιδήποτε συμβεί αναλαμβάνοντας πρωτοβουλίες.

Επίσης υπάρχουν και ομάδες οι οποίες είναι επιφορτισμένες με την παρακολούθηση των κινδύνων και την αντιμετώπιση πιθανών κρίσεων. Τέτοιοι κίνδυνοι που χρήζουν άμεσης διαχείρισης να είναι προβλήματα στον τύπο, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πιθανή διαχείριση σε κεντρικό επίπεδο σχετικά με εκπροσώπους του κόμματος και πάρα πολλά ακόμα.

6.4.8. Διαχείριση Προμηθειών

Κατά την διάρκεια της συνέντευξης δεν έγινε κάποια αναφορά στο σχεδιασμό των προμηθειών, κυρίως διότι αυτό είναι τμήμα του οργανωτικού του κόμματος και δεν αποτελεί κομμάτι του έργου της επικοινωνίας.

6.4.9. Διαχείριση Συμμετόχων

Στο έργο το οποίο εξετάζεται, η παρακολούθηση των συμμετεχόντων αφορά κυρίως το κατά πόσο το εκλογικό σώμα λαμβάνει την πληροφορία που προσπαθεί να του μεταδώσει η ομάδα. Επίσης μπορεί να παρακολουθεί τα διάφορα focus groups και πως ανταποκρίνονται ή κατά πόσο κοινωνικές ομάδες που αρχικά ήταν απέναντι τώρα έχουν αλλάξει γνώμη.

6.5. Κλείσιμο

6.5.1. Διοίκηση Ενοποίησης

Όπως αναφέρθηκε και στη μελέτη της αυτοδιοίκησης, το έργο τελειώνει με την καταμέτρηση των ψηφοδελτίων. Βέβαια όσον αφορά της εθνικές εκλογές, το τμήμα της επικοινωνίας συνεχίζει να υπάρχει στο κόμμα, αλλά οι διεργασίες που αφορούσαν τις εκλογές ουσιαστικά ολοκληρώνονται.

6.5.2. Διαχείριση Προμηθειών

Κατά την διάρκεια της συνέντευξης δεν έγινε κάποια αναφορά στο σχεδιασμό των προμηθειών, κυρίως διότι αυτό είναι τμήμα του οργανωτικού του κόμματος και δεν αποτελεί κομμάτι του έργου της επικοινωνίας

7. Σύγκριση Διεργασιών Αυτοδιοίκησης

Όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή, ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η ανάλυση των διεργασιών του Project Management και το κατά πόσο αυτές εφαρμόζονται σε έναν προεκλογικό αγώνα. Η προεκλογική εκστρατεία παρουσιάζει τόσες πολλές ιδιαιτερότητες ως έργο που πολλές φορές η τήρηση της σειράς των διαδικασιών είναι πολύ δύσκολη με αποτέλεσμα τα όρια αυτών να γίνονται δυσδιάκριτα.

Αναλύοντας τις διαδικασίες του Α' και Β' βαθμού αυτοδιοίκησης μέσα από τα λεγόμενα της Δημάρχου Χαλκιδέων, Έλενας Βάκα και του Περιφερειάρχη Στερεάς Ελλάδας, Φάνη Σπανού, και προσπαθώντας κανείς να τις διαχωρίσει, αντιστοιχώντας τις στον πίνακα των περιοχών γνώσης του Project Management (Πίνακας 1), παρατηρούνται πολλές ομοιότητες αλλά και ουσιαστικές διαφορές οι οποίες επιγραμματικά αποτυπώνονται στον πίνακα 2.

Αρχικά πρέπει να τονιστεί η βασική ομοιότητα ανάμεσα στις δύο διαδικασίες, που δεν είναι άλλη από την μεγάλη επιρροή που μπορεί να έχει το ίδιο το πρόσωπο του επικεφαλής στην όλη διαδικασία. Ενώ ο ίδιος ο υποψήφιος και η εικόνα διαδραματίζουν καίριο ρόλο σε όλες τις εκλογικές διαδικασίες, στην περίπτωση της αυτοδιοίκησης διαθέτουν αυξημένη επιρροή. Αυτό αποδίδεται στη μικρή, συγκριτικά, γεωγραφική έκταση που έχει μια αυτοδιοικητική διαδικασία. Οι ψηφοφόροι πολλές φορές γνωρίζουν τους υποψηφίους προσωπικά με αποτέλεσμα αυτό να επηρεάζει κατά πολύ την ψήφο τους. Η προσωπική επαφή των επικεφαλής με το εκλογικό σώμα φαίνεται πολύ έντονα και στον τρόπο λήψης αποφάσεων κατά την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα αλλά ενσωματώνεται σε μεγάλο βαθμό και στα διοικητικά μοντέλα που επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν.

Ακολούθως θα αναλυθούν οι ομοιότητες και οι διαφορές μεταξύ των δύο διαδικασιών ανά περιοχή γνώσης, όπως φαίνονται και συγκεντρωτικά στον πίνακα 2.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας

Περιοχή Γνώσης	ΟΜΑΔΕΣ ΔΙΕΡΓΑΣΙΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΡΓΩΝ									
	Εκκίνηση		Σχεδιασμός - Προγραμματισμός		Εκτέλεση		Παρακολούθηση - Έλεγχος		Κλείσιμο	
	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης
Διοίκηση Ενοποίησης	<ul style="list-style-type: none"> • Τίθεται ο τελικός στόχος του έργου • Τίθενται οι προσωπικοί στόχοι του επικεφαλής • Ιδεολογική στόχευση • Πλεονεκτήματα - Μειονεκτήματα Υποψηφίου 	<ul style="list-style-type: none"> • Τίθεται ο τελικός στόχος του έργου • Προσωπική στόχευση • Προσωπική αξιολόγηση • Πλεονεκτήματα - μειονεκτήματα υποψηφίου 	<ul style="list-style-type: none"> • Καταγραφή τομέων δράσης • Δημιουργία κανονιστικού πλαισίου 	<ul style="list-style-type: none"> • Καταγραφή τομέων δράσης • Δημιουργία της λειτουργικής δομής του προεκλογικού αγώνα 	<ul style="list-style-type: none"> • Ορισμός κατευθύνσεων προς τους υπευθύνους για την διοίκηση των τομέων • Την τελική απόφαση την έχει ο επικεφαλής 	<ul style="list-style-type: none"> • Η τήρηση της διοικητικής δομής που έχει σχεδιαστεί βαραίνει του συντονιστές και σε υψηλό επίπεδο τον επικεφαλής • Οι αποφάσεις παίρνονται σε καθημερινό επίπεδο από τους συντονιστές και τον αναπληρωτή PM • Τις τελικές αποφάσεις της παίρνει ο επικεφαλής 	<ul style="list-style-type: none"> • Τακτικές συναντήσεις του επικεφαλής με την κλειστή ομάδα • Σύζησηση προβλημάτων 	<ul style="list-style-type: none"> • Παρακολούθηση του διοικητικού σχεδιασμού από τους συντονιστές • Γίνονται διορθωτικές κινήσεις από τους συντονιστές είτε σε συνεργασία με τον αναπληρωτή PM είτε με τον επικεφαλής 	<ul style="list-style-type: none"> • Το έργο κλείνει με την καταμέτρηση των αποτελεσμάτων • ενδέχεται να γίνουν συναντήσεις αξιολόγησης μετά αλλά δεν αποτελούν κομμάτι του έργου 	<ul style="list-style-type: none"> • Το έργο κλείνει με την καταμέτρηση των αποτελεσμάτων • ενδέχεται να γίνουν συναντήσεις αξιολόγησης μετά αλλά δεν αποτελούν κομμάτι του έργου
Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου (Φ.Α.)			<ul style="list-style-type: none"> • Συλλογή των αναγκών της κάθε περιφέρειας • Καταγραφή των δεσμεύσεων του υποψηφίου προς τους πολίτες • Δημιουργία προεκλογικού προγράμματος 	<ul style="list-style-type: none"> • Καταγραφή αναγκών κάθε δήμου • Θέτονται οι βασικοί πυλώνες του προγράμματος • Δημιουργία προεκλογικού προγράμματος 			<ul style="list-style-type: none"> • Δεν γίνεται κάποια ενέργεια παρακολούθησης 	<ul style="list-style-type: none"> • Δεν γίνεται κάποια ενέργεια παρακολούθησης 		
Διαχείριση Χρόνου			<ul style="list-style-type: none"> • Σχεδιασμός των απαιτούμενων ενεργειών με βάση το χρονικό πλαίσιο • Προτεραιοποίηση των ενεργειών • Καταγραφή των deadline • Καταγραφή των milestones • Δημιουργία Χρονοδιαγράμματος 	<ul style="list-style-type: none"> • Προσδιορισμός αναγκών ανά τομέα • Κοστολόγηση των αναγκών • Δημιουργία προϋπολογισμού • Είναι δυναμικό μέγεθος και δύναται να μεταβάλλεται 			<ul style="list-style-type: none"> • Γίνεται αποκλειστικά από τον υποψήφιο 	<ul style="list-style-type: none"> • ο προϋπολογισμός είναι δυναμικός και προσαρμόζεται κατά την διάρκεια • Ο επικεφαλής και ο αναπληρωτής παρακολουθούν τον προϋπολογισμό 		
Διαχείριση Κόστους			<ul style="list-style-type: none"> • Εκτίμηση κόστους προεκλογικού αγώνα • Καταγραφή οικονομικών αποθεμάτων • Κατανομή Προϋπολογισμού στις δραστηριότητες • Δημιουργία προϋπολογισμού 	<ul style="list-style-type: none"> • Προσδιορισμός αναγκών ανά τομέα • Κοστολόγηση των αναγκών • Δημιουργία προϋπολογισμού • Είναι δυναμικό μέγεθος και δύναται να μεταβάλλεται 			<ul style="list-style-type: none"> • Γίνεται αποκλειστικά από τον υποψήφιο 	<ul style="list-style-type: none"> • ο προϋπολογισμός είναι δυναμικός και προσαρμόζεται κατά την διάρκεια • Ο επικεφαλής και ο αναπληρωτής παρακολουθούν τον προϋπολογισμό 		

Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας

			<ul style="list-style-type: none"> Είναι δυναμικό μέγεθος και δύναται να μεταβάλλεται 						
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Περιοχή Γνώσης	ΟΜΑΔΕΣ ΔΙΕΡΓΑΣΙΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΡΓΩΝ									
	Εκκίνηση		Σχεδιασμός - Προγραμματισμός		Εκτέλεση		Παρακολούθηση - Έλεγχος		Κλείσιμο	
	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης
Διαχείριση Ποιότητας										
Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού			<ul style="list-style-type: none"> Οργανόγραμμα Ορισμός υπευθύνων τομέων Ανάθεση καθηκόντων Δεν υπάρχει Project Manager Το βάρος της κάθε απόφασης το έχει ο επικεφαλής 	<ul style="list-style-type: none"> Μπαίνει το πλαίσιο επιλογής υποψηφίων περιφερειακών συμβούλων Γίνεται ποσοτικοποίηση του ψηφοδελτίου Οργανόγραμμα Ορίζεται αναπληρωτής Project Manager Ορισμός των συντονιστών/επικεφαλής των ομάδων Δεν υπάρχει δομή πυραμίδας - όλοι οι συντονιστές αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους Οι συντονιστές λαμβάνουν τις μικρές καθημερινές αποφάσεις Ο επικεφαλής έχει το βάρος κάθε High level απόφασης 	<ul style="list-style-type: none"> Επιλογή συνεργατών για στελέχωση των ομάδων Οι ομάδες αποτελούνται από εθελοντές Επιλογή ατόμων με μικρότερη εμπειρία αλλά αφοσίωση στο στόχο Οι ομάδες αλληλοκαλύπτονται Άτομα μπορεί να ανήκουν σε παραπάνο ομάδες Σαφείς εντολές στα άτομα που απαρτίζουν τις ομάδες Εύρεση υποψηφίων 	<ul style="list-style-type: none"> Στελέχωση των ομάδων Οι ομάδες αποτελούνται από εθελοντές, υπαλλήλους και υπεργολάβους Στελέχωση ψηφοδελτίων Χρήση λογισμικών για την επιλογή των υποψηφίων 				
Διαχείριση Επικοινωνιών			<ul style="list-style-type: none"> Σχεδιασμός πλάνου επικοινωνίας Ο σχεδιασμός γίνεται από τον επικεφαλής Ο τομέας των επικοινωνιών έχει συμβουλευτικό χαρακτήρα Απαιτείται γνώση της τοπικής κοινωνίας 	<ul style="list-style-type: none"> Σχεδιασμός εμφανίσεων και περιοδείων Δημιουργία πλάνου εμφανίσεων σε MME Δημιουργία πλάνου των MME που θα εμφανιστεί ο επικεφαλής Επιλογή υπεργολάβου που θα αναλάβει την επικοινωνία 	<ul style="list-style-type: none"> Διαχείριση MME, Social Media, Προσωπική επικοινωνία Καθημερινή διαχείριση προβλλόμενων στοιχείων Συνεχής αναπροσαρμογή επικοινωνιακής στρατηγικής σύμφωνα με την πληροφορία που υπάρχει Σωστή εμφάνιση του επικεφαλής 	<ul style="list-style-type: none"> Χρήση εμπειρου υπεργολάβου για την εκτέλεση της προβολής και της επικοινωνίας Διαχείριση MME, Social Media, Προσωπική επικοινωνία Καθημερινή διαχείριση προβλλόμενων στοιχείων Συνεχής αναπροσαρμογή επικοινωνιακής στρατηγικής σύμφωνα με την πληροφορία που υπάρχει Σωστή εμφάνιση του επικεφαλής 	<ul style="list-style-type: none"> Υπάρχει άτομο που παρακολουθεί τα αποτελέσματα της επικοινωνιακής πολιτικής και τα ποσοτικοποιεί Δημοσκοπήσεις Στατιστικά δεδομένα από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης 	<ul style="list-style-type: none"> Χρήση λογισμικών για την παρακολούθηση και ποσοτικοποίηση της επικοινωνίας Στατιστικά δεδομένα από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης Κυλιόμενες δημοσκοπήσεις 		

Περιοχή Γνώσης	ΟΜΑΔΕΣ ΔΙΕΡΓΑΣΙΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΡΓΩΝ									
	Εκκίνηση		Σχεδιασμός - Προγραμματισμός		Εκτέλεση		Παρακολούθηση - Έλεγχος		Κλείσιμο	
	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Α' Βαθμός Αυτοδιοίκησης	Β' Βαθμός Αυτοδιοίκησης
Διαχείριση Κινδύνων			<ul style="list-style-type: none"> Καταγραφή πιθανών κινδύνων που αφορούν την εικόνα του συνδυασμού Υπολογισμός κινδύνων που προκύπτουν από αντίπαλους συνδυασμούς Σχέδιο αντιμετώπισης κινδύνων που προέρχονται από εσωτερικούς ή εξωτερικούς παράγοντες 	<ul style="list-style-type: none"> Δεν υπάρχει ομάδα που να ασχολείται με την καταγραφή των κινδύνων Ο προσδιορισμός των κινδύνων βασίζεται στην εμπειρία και την διορατικότητα της ομάδας 			<ul style="list-style-type: none"> Προσπάθεια εντοπισμού κινδύνων που έχουν καταγραφεί σε προηγούμενη φάση Διάγνωση κινδύνων που δεν είχαν προβλεφθεί 	<ul style="list-style-type: none"> Πρόβλεψη κινδύνων με την συνεχή παρακολούθηση της καθημερινότητας Συναντήσεις για την πιθανότητα παρουσίας κινδύνων 		
Διαχείριση Προμηθειών			<ul style="list-style-type: none"> Σχεδιασμός προμηθειών που θα απαιτηθούν 	<ul style="list-style-type: none"> Σχεδιασμός προμηθειών που θα απαιτηθούν σε όσο το δυνατόν πιο ρεαλιστικό πλαίσιο 	<ul style="list-style-type: none"> Επικοινωνία του υπεύθυνου οργανωτικού και του επικεφαλής για σωστή διαχείριση των προμηθειών 	<ul style="list-style-type: none"> Η διαχείριση των προμηθειών γίνεται από το οργανωτικό σε συνεννόηση με τον αναπληρωτή PM 			<ul style="list-style-type: none"> Πιθανή οικονομική κυρίως ολοκλήρωση των προμηθειών 	<ul style="list-style-type: none"> Πιθανή οικονομική κυρίως ολοκλήρωση των προμηθειών
Διαχείριση Συμμετόχων	<ul style="list-style-type: none"> Προσδιορισμός Συνεργατών Προσδιορισμός ατόμων με επιρροή στο κοινωνικό τους περίγυρο Δεν γίνεται προσδιορισμός των υποψηφίων Προσδιορισμός και δημιουργία ομάδας στενών συνεργατών 	<ul style="list-style-type: none"> Χαρτογράφηση ανθρώπων που θα βοηθήσουν στην εκστρατεία Προσδιορισμός ατόμων με επιρροή στο κοινωνικό τους περίγυρο Κομματική στήριξη Προσδιορισμός και δημιουργία ομάδας στενών συνεργατών 	<ul style="list-style-type: none"> Οι υποψήφιοι αντιμετωπίζονται ως συμμετέχοντες σχεδιασμός ψηφοδελτίου Σχεδιασμός δεσμευσης συμμετεχόντων κλειδιά 	<ul style="list-style-type: none"> Προσωποποίηση και οριστικοποίηση των επαφών Μέτρηση των εμπλεκόμενων που θα σταθούν απέναντι Προσδιορισμός των δυνάμεων των αντιπάλων συνδυασμών Χρήση πρόιμης δημοσκοπήσης που θα δείξει τον συσχετισμό δυνάμεων των εμπλεκόμενων 	<ul style="list-style-type: none"> παρακολούθηση συμμετόχων που μπορεί να βλάψουν το έργο Σωστή πληροφόρηση Εφαρμογή κανονιστικού πλαισίου που ορίστηκε στον σχεδιασμό 	<ul style="list-style-type: none"> Διαχείριση του επιπέδου εμπλοκής των συμμετεχόντων Μέτρηση της διεσόδωσης των συμμετόχων στο εκλογικό σώμα 	<ul style="list-style-type: none"> Προσπάθεια διάγνωσης αστοχιών στο σχέδιασμό και την διαχείριση των συμμετόχων Προσπάθεια λήψης πληροφοριών από διάφορες πηγές εντός ή εκτός συνδυασμού 	<ul style="list-style-type: none"> Προσπάθεια παρακολούθησης των συμμετεχόντων σε πραγματικό χρόνο Παρακολούθηση αντίπαλων συνδυασμών μέσω δημοσκοπήσεων Προσπάθεια λήψης πληροφοριών από διάφορες πηγές εντός ή εκτός συνδυασμού 		

ΠΙΝΑΚΑΣ 2. Σύγκριση

7.1. Διοίκηση Ενοποίησης

7.1.1. Εκκίνηση

Κατά την εκκίνηση του έργου στη διοίκηση ενοποίησης συντάσσεται το καταστατικό. Όπως εξηγήσαμε σε μια προεκλογική εκστρατεία δεν μπορεί να υπάρξει καταστατικό όπως αυτό νοείται σε οποιοδήποτε άλλο έργο. Συνεπώς στο στάδιο αυτό είναι που οι υποψήφιοι θέτουν τους αρχικούς τους στόχους. Στο στάδιο αυτό όπως παρατηρούμε και στον πίνακα 2, η διαδικασία που ακολουθείται τόσο στον Α' όσο και στον Β' βαθμό αυτοδιοίκησης είναι κατά βάση όμοια. Σύμφωνα τόσο με την κα. Βάκα όσο και με τον κ. Σπανό εδώ τίθεται ο βασικός στόχος του προεκλογικού αγώνα. Και για τις δύο περιπτώσεις που εξετάστηκαν ο στόχος ήταν η επικράτηση έναντι των αντίπαλων συνδυασμών. Παράλληλα, και στις δύο περιπτώσεις οι υποψήφιοι θέτουν τους προσωπικούς τους στόχους. Ουσιαστικά αποσαφηνίζουν το ποιοι είναι οι ίδιοι και τι θέλουν να πετύχουν τόσο κατά την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα, όσο και μετά την πιθανή εκλογή τους. Σύμφωνα με την κα. Βάκα στο στάδιο αυτό πραγματοποιείται και μια ιδεολογική στόχευση που αφορά το πολιτικό τοπίο την δεδομένη στιγμή. Και οι δύο συμφωνούν ότι σε αυτό το σημείο γίνεται μια προσωπική αξιολόγηση μετρώντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους, στην προσπάθεια τους να στοχεύσουν στην ανάδειξη των ισχυρών χαρακτηριστικών και στην ενδυνάμωση των αδύναμων.

Πρακτικά παρατηρούμε ότι και στις δύο περιπτώσεις το στάδιο της εκκίνησης έχει κοινές ενέργειες που αφορούν κυρίως την ανακάλυψη εαυτών και την στόχευση του αποτελέσματος.

7.1.2. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

Κατά την φάση του σχεδιασμού και προγραμματισμού γίνεται και η βασική ανάπτυξη του σχεδίου διοίκησης του προεκλογικού αγώνα. Σε αυτό το στάδιο και οι δύο συνεντευξιαζόμενοι συμφωνούν ότι καταγράφονται οι βασικοί τομείς που θα παίξουν ρόλο στον προεκλογικό αγώνα. Σκιαγραφούνται ουσιαστικά τα διαφορετικά τμήματα που θα πρέπει να συνεργαστούν ώστε να επιτευχθεί ο στόχος που έχει τεθεί και να βγει εις πέρας το έργο. Και οι δύο συμφωνούν ότι το συγκεκριμένο στάδιο είναι πολύ

σημαντικό αφού δημιουργείται το οργανόγραμμα του έργου πάνω στο οποίο θα στηριχθεί όλη η εκστρατεία.

Παράλληλα, όσον αφορά τον Β' βαθμό αυτοδιοίκησης, ο κ. Σπανός αναφέρει ότι σε αυτό το σημείο, πέρα από το διοικητικό μοντέλο, αναπτύσσεται και η λειτουργική δομή του προεκλογικού αγώνα. Η ανάλυση δηλαδή του πως θα λειτουργούν όλοι οι τομείς, πως αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και ποια θα είναι τα καθήκοντα του καθενός. Αντίθετα η κα. Βάκα μιλάει για ανάπτυξη κανονιστικού πλαισίου σε αυτό το στάδιο. Την δημιουργία δηλαδή κανόνων που θα πρέπει να ακολουθούν καθ' ολοκληρία τα τμήματα του έργου και όλοι οι εμπλεκόμενοι ώστε να λειτουργήσει σωστά το μείγμα ανθρώπων που θα δημιουργηθεί.

Βλέπουμε λοιπόν ότι παρόλο που συμφωνούν στην καταγραφή και τη δόμηση των τμημάτων, παρουσιάζουν μια διαφορετική οπτική όσον αφορά την λειτουργία τους. Στο Α' βαθμό αυτοδιοίκησης η λειτουργία διέπεται από σαφείς κανόνες που θα εφαρμοστούν οριζοντίως σε όλο το φάσμα των ανθρώπων που θα πλαισιώσουν τον συνδυασμό, ενώ στο Β' βαθμό το κάθε τμήμα έχει διαφορετικό λειτουργικό πλαίσιο στο οποίο θα βασιστεί. Αυτό συμβαίνει λόγω των διαφορετικών αναγκών. Στην περίπτωση του δήμου, ο όγκος τόσο των ανθρώπων όσο και της γεωγραφικής έκτασης είναι μικρότερος, με αποτέλεσμα ένα κοινό κανονιστικό πλαίσιο, όσον αφορά την λειτουργία να μπορεί να καλύψει τις ανάγκες του έργου. Αντίθετα η περιφέρεια εκτείνεται σε πολλούς δήμους και εμπλέκει πολύ μεγαλύτερο αριθμό ατόμων, με αυτό να δημιουργεί την ανάγκη να υπάρχει σαφές λειτουργικό πλαίσιο αφιερωμένο σε κάθε τομέα.

7.1.3. Εκτέλεση

Το στάδιο της εκτέλεσης είναι πολύπλοκο λόγω των υπέρμετρων αστάθμητων παραγόντων που μπορεί να προκύψουν σε καθημερινή βάση. Αυτοί οι παράγοντες μπορεί να επηρεάσουν σοβαρά, και πολλές φορές να σταθούν αιτία να διαφοροποιηθεί λανθασμένα ο διοικητικός σχεδιασμός που έχει γίνει σε προηγούμενη φάση. Γι' αυτό το λόγο και οι δύο επικεφαλής προσπαθούν να διατηρήσουν σταθερή τη διοικητική δομή.

Εδώ παρατηρείται μία διαφοροποίηση στον τρόπο που το πετυχαίνουν. Η κα. Βάκα ορίζει κατευθύνσεις προς τους υπευθύνους των τομέων και σε συνδυασμό με το

κανονιστικό πλαίσιο που έχει δημιουργηθεί σε προηγούμενη φάση προσπαθεί να εξασφαλίσει την σωστή διοίκηση. Αντίθετα ο κ. Σπανός έχει καταγράψει της κατευθύνσεις των τμημάτων σε προγενέστερο στάδιο με αποτέλεσμα στη φάση της εκτέλεσης, το βάρος του να παραμείνει ανεπηρέαστη η διοικητική δομή το επωμίζονται οι συντονιστές. Επίσης στον Β' βαθμό αυτοδιοίκησης υπάρχει η χρήση αναπληρωτή Project Manager (όπως θα δούμε πιο αναλυτικά σε επόμενη περιοχή γνώσης) ο οποίος είναι επιφορτισμένος με την λήψη των μικρών καθημερινών αποφάσεων και την ευθύνη των συντονιστών.

Εκεί που υπάρχει σύμπραξη και στις δύο περιπτώσεις είναι ότι οι τελικές αποφάσεις για οτιδήποτε συμβεί, λαμβάνονται αποκλειστικά από τον επικεφαλής, με την διαφορά ότι στον Α' βαθμό αυτοδιοίκησης όλες οι αποφάσεις παίρνονται από τον επικεφαλής, ενώ στον Β' βαθμό μόνο οι υψηλού επιπέδου.

Παρατηρείται λοιπόν μια διαφορετική σκοπιά αντιμετώπισης της διοίκησης της εκτέλεσης του έργου η οποία υπάρχει κυρίως λόγω του διαφορετικού όγκου ανθρώπων που εμπλέκονται.

7.1.4. Παρακολούθηση – Έλεγχος

Στη φάση της παρακολούθησης οι υποψήφιοι προσπαθούν να διακρίνουν πιθανές παρακλήσεις από τον αρχικό σχεδιασμό με σκοπό να τις διορθώσουν ώστε να ξαναμπει το έργο σε ράγες. Εδώ παρατηρούνται επίσης δύο τελείως διαφορετικές προοπτικές ελέγχου της διοίκησης ενοποίησης.

Στον Α' βαθμό αυτοδιοίκησης βλέπουμε ότι ο έλεγχος επιτυγχάνεται με συχνές συναντήσεις του επικεφαλής με την στενή του ομάδα, οι οποία αποτελεί και τους επικεφαλής των τομέων όπου συζητούνται τα διάφορα προβλήματα που προκύπτουν ή οι διαφοροποιήσεις από τον αρχικό σχεδιασμό και προτείνονται λύσεις. Αντίθετα σε επίπεδο περιφέρειας η παρακολούθηση γίνεται από τους συντονιστές των τομέων και οι διορθωτικές κινήσεις, όπου απαιτούνται, γίνονται επίσης από τους ίδιους σε συνεννόηση με τον αναπληρωτή Project Manager.

Η διαφορετική αυτή αντιμετώπιση είναι σχεδόν υποχρεωτική δεδομένου ότι ο υποψήφιος περιφερειάρχης πρέπει να καλύπτει πολλά χιλιόμετρα για να είναι παρών σε όλες τις περιοχές της περιφέρειας, με αποτέλεσμα να μην είναι δυνατό να

πραγματοποιεί συχνές συναντήσεις με τους συντονιστές του, σε αντίθεση με τον υποψήφιο δήμαρχο που πάντα βρίσκεται εντός πόλης.

7.1.5. Κλείσιμο

Κατά την σύμφωνη γνώμη και των δύο επικεφαλής, το έργο περατώνεται με την καταμέτρηση των ψηφοδελτίων τη δεύτερη Κυριακή των εκλογών (εάν αυτή υπάρξει). Εκεί είναι το σημείο που οι ομάδες διαλύονται και επίσημα ο προεκλογικός αγώνας έχει τελειώσει. Υπάρχει ενδεχόμενο τις μέρες που ακολουθούν, ο επικεφαλής, είτε έχει κερδίσει είτε έχει χάσει, να πραγματοποιήσει κάποια συνάντηση με το στενό του επιτελείο για λόγους αξιολόγησης, αλλά αυτό δεν νοείται ως κομμάτι του έργου.

7.2. Διαχείριση Φυσικού Αντικειμένου (Φ.Α.)

7.2.1. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

Η διαχείριση του φυσικού αντικειμένου, όπως αναφέρθηκε και στη μελέτη των περιπτώσεων παραπάνω, αφορά ουσιαστικά τη δημιουργία του προεκλογικού προγράμματος του συνδυασμού, το οποίο αποτελεί και τις μετεκλογικές δεσμεύσεις του υποψηφίου προς τους πολίτες. Αποτελεί δηλαδή το όραμα του επικεφαλής για τον τόπο του βάσει του οποίου ζητάει από το εκλογικό σώμα την στήριξή τους.

Όσον αφορά τις ενέργειες που ακολουθούν οι επικεφαλής και στους δύο βαθμούς αυτοδιοίκησης, υπάρχει μια πλήρης σύμπλευση. Αρχικά συλλέγουν και καταγράφουν τις ανάγκες που παρουσιάζουν οι διάφορες περιοχές δράσης τους και κατόπιν βασίζονται σε αυτές ώστε να αποτυπώσουν το όραμα τους και να δημιουργήσουν ο προεκλογικό πρόγραμμα.

Η μόνη διαφορά που παρουσιάζεται εδώ είναι στη σκοπιά των αναγκών που καταγράφουν. Σε επίπεδο δήμου η καταγραφή είναι πιο λεπτομερής και αφορά αρκετά την καθημερινότητα, σε συνδυασμό με μεγάλα έργα, ενώ σε επίπεδο περιφέρειας η καταγραφή γίνεται σε πιο υψηλό επίπεδο και αφορά κυρίως μεγάλα έργα. Αυτό συμβαίνει λόγω της ίδια της φύσης του κάθε βαθμού αυτοδιοίκησης.

7.2.2. Παρακολούθηση – Έλεγχος

Στη φάση της παρακολούθησης δεν γίνεται κάποια περαιτέρω ενέργεια. Κατά βάση, μόλις το πρόγραμμα ανακοινωθεί στους πολίτες, ο υποψήφιος δημιουργεί μια δεσμευτική σύμβαση και είναι σχεδόν αδύνατο να γίνει κάποια μεταστροφή. Γι' αυτό το λόγο είναι πολύ σημαντικό να έχει γίνει ενδελεχής δουλειά στην φάση του σχεδιασμού.

7.3. Διαχείριση Χρόνου

7.3.1. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

Ο χρόνος που έχουν στην διάθεση τους οι συνδυασμοί για να υλοποιήσουν το έργο είναι πάρα πολύ συγκεκριμένος και δεν επιδέχεται καμία διαφοροποίηση. Επιπροσθέτως στις περιπτώσεις που μελετάμε, το χρονικό περιθώριο των συνδυασμών είναι ακριβώς το ίδιο, αφού οι εκλογική διαδικασία διενεργείται ακριβώς την ίδια μέρα και για τους δύο βαθμούς αυτοδιοίκησης. Η μόνη διαφορά που παρουσιάζεται είναι στην έναρξη του προεκλογικού αγώνα, όπου και σε αυτή την περίπτωση μπορεί να διαφέρει μόνο για μερικές ημέρες ή εβδομάδες.

Οι ομοιότητες που παρουσιάζονται στα βήματα που απαιτούνται για την ανάπτυξη ενός χρονοδιαγράμματος είναι ότι και στις δύο περιπτώσεις, αρχικά γίνεται ένας σχεδιασμός των ενεργειών που θα απαιτηθεί να πραγματοποιηθούν, και αυτές οι ενέργειες παρατάσσονται από τους υποψηφίους στην γραμμή του χρόνου. Και στις δύο περιπτώσεις οι ενέργειες αυτές μπορεί να είναι είτε νομικές υποχρεώσεις των υποψηφίων (όπως για παράδειγμα η ανακοίνωση των ψηφοδελτίων στο Πρωτοδικείο), είτε προγραμματισμένες ενέργειες που ο υποψήφιος θεωρεί σημαντικές. Στη συνέχεια προσδιορίζονται οι προθεσμίες που πρέπει να τεθούν είτε αυτά επιβάλλονται βάσει νόμου, είτε βάσει σχεδιασμού. Σε αυτό το σημείο η κα. Βάκα καταθέτει και μια ενέργεια παραπάνω από τις αντίστοιχες του κ. Σπανού, η οποία είναι η καταγεγραμμένη προτεραιοποίηση των ενεργειών αυτών βάσει της σημαντικότητάς τους. Κατόπιν καταγράφονται τα ορόσημα που θέλουν οι υποψήφιοι να προσέξουν και να μην ξεφύγουν από συγκεκριμένες χρονικές στιγμές. Με τον τρόπο αυτό δομείται το χρονοδιάγραμμα του συνδυασμού το οποίο όμως κατά γενική ομολογία δεν είναι

δογματικό αλλά ενδεικτικό και μπορεί να μεταβληθεί βάσει των αναγκών που μπορεί να προκύψουν.

Ο κ. Σπανός κατά την δημιουργία του χρονοδιαγράμματος αναφέρει ότι συνυπολογίζει δύο παραπάνω ενέργειες οι οποίες είναι ο υπολογισμός του προσωπικού του χρόνου, χρόνου δηλαδή που θα αφιερώσει σε ανάπαυση ή στην οικογένεια του και ο σχεδιασμός τρόπων χρήσης του παράγοντα χρόνου προς όφελος του ίδιου ή του συνδυασμού. Τρόπους δηλαδή που μπορεί να χρησιμοποιήσει συγκεκριμένες χρονικές στιγμές έναντι των αντιπάλων του για να κερδίσει κομμάτι του εκλογικού σώματος.

Σε γενικές γραμμές παρατηρούμε ότι οι διαδικασίες του χρονοπροσδιορισμού του έργου είναι σχεδόν κοινές για τους δύο βαθμούς αυτοδιοίκησης. Οι μοναδικές διαφορές που παρατηρούνται δεν αναφέρονται τόσο στην διαδικασία όσο στο διαφορετικό σκεπτικό των δύο υποψηφίων.

7.3.2. Παρακολούθηση – Έλεγχος

Για την παρακολούθηση της τήρησης του χρονοδιαγράμματος από τις ομάδες που απαρτίζουν τον συνδυασμό, τόσο η κα. Βάκα όσο και ο κ. Σπανός συνηγορούν στο ότι δεν γίνεται η χρήση κάποιου ειδικού λογισμικού (π.χ. Microsoft Project ή κάποιο αντίστοιχο) αλλά γίνεται κυρίως βάσει της εμπειρίας των άμεσα εμπλεκομένων.

Στην περίπτωση του Δήμου Χαλκιδέων δεν υπήρχε κάποιο συγκεκριμένο άτομο που ήταν επιφορτισμένο με αυτή τη δουλειά αλλά η παρακολούθηση γινόταν από την κλειστή ομάδα του υποψηφίου. Σε περίπτωση που παρατηρούνταν κάποια απόκλιση από τον προγραμματισμό η οποία μπορούσε να επιφέρει δυσμενείς συνέπειες τότε τα άτομα της κλειστής ομάδας το ανέφεραν στην επικεφαλής και εκείνη ήταν υπεύθυνη να αποφασίσει εάν θα πραγματοποιηθεί κάποια διορθωτική ενέργεια ή όχι.

Αντίθετα στην περίπτωση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας ο κάθε συντονιστής είχε την ευθύνη τήρησης του χρονοδιαγράμματος που αφορούσε τον τομέα ευθύνης του. Επιπροσθέτως, ο αναπληρωτής Project Manager είχε την ευθύνη παρακολούθησης και ελέγχου του συνολικού χρονοδιαγράμματος. Σε περίπτωση που κάποιος συντονιστής ή ο αναπληρωτής παρατηρούσε κάποια κατάσταση που ενδεχομένως παρουσίαζε πρόβλημα, τότε το ανέφερε στον επικεφαλής ο οποίος έπαιρνε την τελική απόφαση για το τι θα έπρεπε να γίνει.

Παρατηρούμε, λοιπόν, και εδώ ότι οι διαφορές που παρουσιάζονται έχουν να κάνουν κυρίως με την διαφορετική δομή που έχουν οι δύο συνδυασμοί λόγω του όγκου συνεργατών και ψηφοφόρων που καλούνται να διοικήσουν οι επικεφαλής.

7.4. Διαχείριση Κόστους

7.4.1. Σχεδιασμός - Προγραμματισμός

Το κόστος του προεκλογικού αγώνα είναι ένα μέγεθος το οποίο πρέπει να καταγραφεί πολύ προσεκτικά και η τήρησή του παίζει πολύ σημαντικό ρόλο τόσο στην ομαλή εκτέλεση του έργου όσο και στο πρόσωπο που παρουσιάζει ο επικεφαλής στους πολίτες.

Κατά την φάση του σχεδιασμού γίνεται μια πρώτη εκτίμηση του κόστους του προεκλογικού αγώνα. Στην περίπτωση του Δήμου Χαλκιδέων η εκτίμηση αυτή γίνεται συγκεντρωτικά για το σύνολο του έργου και αφού καταγραφεί το ποσό αυτό με όσο το δυνατόν πιο ρεαλιστικό τρόπο, γίνεται μια καταγραφή των οικονομικών αποθεμάτων που διαθέτει ο επικεφαλής. Συνδυάζοντας αυτά τα δυο μεγέθη (που κατά την κα. Βάκα δεν θα πρέπει να διαφέρουν πολύ), συντάσσεται ο προϋπολογισμός. Αντίθετα στην περίπτωση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας γίνεται κοστολόγηση των αναγκών ανά τομέα, αφού πρώτα γίνει μια καταγραφή του ποιες είναι αυτές οι ανάγκες. Κατόπιν, καταγράφεται το ποσό που προκύπτει και έτσι δημιουργείται το σχέδιο του προϋπολογισμού. Και στις δύο εξεταζόμενες περιπτώσεις, οι επικεφαλής συμφωνούν ότι το μέγεθος του προϋπολογισμού δύναται να μεταβληθεί κατά την διάρκεια της εκστρατείας.

Όπως έχουμε δει ήδη σε προηγούμενες περιοχές γνώσης, οι διαφορές προκύπτουν κατά βάση από την διαφορετική οπτική των επικεφαλής στην διοικητική οργάνωση των συνδυασμών τους.

7.4.2. Παρακολούθηση – Έλεγχος

Όπως αναφέρθηκε και στην φάση του σχεδιασμού, ο προϋπολογισμός είναι ένα μέγεθος δυναμικό που δύναται να μεταβληθεί κατά την εκτέλεση του έργου. Παρόλα αυτά η τήρηση του κόστους σε επίπεδα όσο πιο κοντά στον αρχικό σχεδιασμό είναι

κάτι ζωτικό τόσο για τον ίδιο τον προεκλογικό αγώνα όσο και για το πρόσωπο που μπορεί να παρουσιάσει ο υποψήφιος σε προμηθευτές και συνεργάτες. Για τον λόγο αυτό παρακολουθείται στενά η τήρηση του προϋπολογισμού. Στην περίπτωση του Α' Βαθμού αυτοδιοίκησης, η παρακολούθηση και ο έλεγχος γίνεται αποκλειστικά από τον επικεφαλής, ενώ στην περίπτωση του Β' Βαθμού αυτοδιοίκησης τον ρόλο αυτό μπορεί να τον παίζει πέρα από τον επικεφαλής και ο αναπληρωτής Project Manager.

7.5. Διαχείριση Ποιότητας

Όπως αποδείχθηκε από το σύνολο της μελέτης κανένας από τους επικεφαλής δεν αναφέρθηκε σε ζητήματα ποιότητας.

7.6. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

7.6.1. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

Κατά την ανάπτυξη του σχεδίου διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού που θα συμμετάσχει στην εκτέλεση του έργου παρατηρείται μια αρκετά διαφορετική προσέγγιση από των δύο υπό μελέτη υποψηφίων.

Αρχικά και οι δύο συμφωνούν ότι στην φάση αυτή δημιουργείται το οργανόγραμμα του συνδυασμού σύμφωνα με τους τομείς που έχουν οριστεί κατά τον σχεδιασμό της διοίκησης ενοποίησης. Επίσης βάση του οργανογράμματος ορίζονται οι υπεύθυνοι και οι συντονιστές των τομέων, οι οποίοι είναι άτομα που αποτελούν την στενή ομάδα του κάθε υποψηφίου.

Στον Α' βαθμό Αυτοδιοίκησης, στο σημείο αυτό γίνεται και η πρώτη ανάθεση καθηκόντων στους υπευθύνους των τομέων βάσει του κανονιστικού πλαισίου που έχει οριστεί προηγουμένως. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι δεν υπάρχει Project Manager και το βάρος της κάθε απόφασης συνεχίζει να το έχει αποκλειστικά ο επικεφαλής. Αντίθετα στον Β' βαθμό Αυτοδιοίκησης ορίζεται αναπληρωτής Project Manager ο οποίος έχει τον ρόλο του επικεφαλής των συντονιστών των τομέων. Στην περίπτωση αυτή βλέπουμε ότι δεν υπάρχει αυστηρή πυραμιδωτή δομή αλλά όλοι οι συντονιστές αλληλεπιδρούν τόσο μεταξύ τους όσο και με τον αναπληρωτή Project Manager και τον επικεφαλής. Παρόλα αυτά οι συντονιστές είναι υπεύθυνοι για τις

καθημερινές αποφάσεις που σχετίζονται με τους τομείς τους και ο επικεφαλής λαμβάνει μόνο τις αποφάσεις υψηλού επιπέδου.

Μια ακόμα σημαντική διαφορά που εντοπίζεται είναι ότι στο στάδιο του σχεδιασμού, οι υποψήφιοι δημοτικοί σύμβουλοι αντιμετωπίζονται ως συμμετέχοντες και όχι ως ξεχωριστός τομέας του ανθρώπινου δυναμικού, σε αντίθεση με τους υποψήφιους περιφερειακούς συμβούλους που αντιμετωπίζονται ως ξεχωριστός τομέας. Σύμφωνα λοιπόν με τον κ. Σπανό, σε αυτό το στάδιο μπαίνει το πλαίσιο της επιλογής των υποψηφίων και γίνεται μια πρώτη ποσοτικοποίηση του ψηφοδελτίου, η οποία όμως ενδέχεται να διαφοροποιηθεί κατά το στάδιο της εκτέλεσης.

7.6.2. Εκτέλεση

Κατά την εκτέλεση του σχεδίου διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού γίνεται η επιλογή των συνεργατών για την στελέχωση των ομάδων των τομέων. Τα άτομα αυτά που θα αποτελέσουν τις ομάδες είναι στην περίπτωση του Α' Βαθμού Αυτοδιοίκησης αποκλειστικά εθελοντές οι οποίοι είναι σημαντικό να είναι αφοσιωμένα στο στόχο του συνδυασμού ασχέτως της εμπειρίας που μπορεί να έχουν σε αντίστοιχα έργα. Σε αυτό το σημείο οι ομάδες λαμβάνουν σαφείς εντολές για τις ενέργειες και τον στόχο που πρέπει να φέρουν εις πέρας. Επίσης είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι και στην περίπτωση αυτή οι ομάδες αλληλοκαλύπτονται και πολλές φορές μπορεί ένα άτομο να ανήκει σε παραπάνω από μία ομάδες. Στην περίπτωση του Β' βαθμού αυτοδιοίκησης πέρα από τους εθελοντές ενδέχεται να υπάρχουν και κάποιοι υπάλληλοι που θα καλύπτουν θέσεις τεχνικών, εργατών ή οδηγών (οι οποίοι θα ανήκουν στο οργανωτικό) και κάποιοι υπεργολάβοι κυρίως στον τομέα των επικοινωνιών.

Παράλληλα στο στάδιο της εκτέλεσης γίνεται και η στελέχωση των ψηφοδελτίων με την διαφορά ότι στην περίπτωση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας γίνεται χρήση λογισμικών ώστε να είναι σίγουρο ότι θα τηρηθεί το πλαίσιο επιλογής υποψηφίων που έχει δημιουργηθεί στο στάδιο του σχεδιασμού.

7.7. Διαχείριση Επικοινωνιών

7.7.1. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

Μέσα από τις συνεντεύξεις, έγινε σαφές τόσο από την κα. Δήμαρχο όσο και από τον κ. Περιφερειάρχη ότι ο τομέας των επικοινωνιών αποτελεί έναν από τους βασικούς τομείς που παίζει ιδιαίτερο ρόλο στην προεκλογική εκστρατεία. Για τον λόγο αυτό είναι πολύ σημαντικό να γίνει ένας πολύ σωστός σχεδιασμός βασισμένος πάνω στο μήνυμα που θέλει να επικοινωνήσει ο κάθε επικεφαλής και να προωθεί τα πλεονεκτήματα του καθενός. Είναι σαφές λοιπόν και συμφωνούν και οι δύο ότι στο στάδιο αυτό γίνεται ο βασικός σχεδιασμός του επικοινωνιακού πλάνου πάνω στις ανάγκες του κάθε συνδυασμού. Για παράδειγμα και λόγω του διαφορετικού όγκου του εκλογικού σώματος ο κ. Σπανός στο σημείο αυτό σχεδιάζει τόσο το πλάνο των περιοδίων που θα πραγματοποιήσει κατά την διάρκεια της εκτέλεσης όσο και το πλάνο των εμφανίσεων του στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, που είναι σαφές ότι θα είναι περισσότερα και μεγαλύτερης εμβέλειας από τα αντίστοιχα που θα κάνει εμφανίσεις η κα. Βάκα.

Λόγω της ιδιαιτερότητας που παρουσιάζουν οι Δήμοι στα κοινωνικά τους χαρακτηριστικά η κα. Βάκα τονίζει ότι για τον σχεδιασμό απαιτείται πολύ καλή γνώση της τοπικής κοινωνίας και για αυτό το λόγο ο σχεδιασμός έγινε από την ίδια ενώ ο τομέας των επικοινωνιών είχε κατά βάση συμβουλευτικό χαρακτήρα. Αντίθετα, ο κ. Σπανός στο σημείο αυτό αναζήτησε υπεργολάβο με εμπειρία στην επικοινωνία που σε συνεργασία με τον ίδιο σχεδίασε το επικοινωνιακό πλάνο.

7.7.2. Εκτέλεση

Στο στάδιο της εκτέλεσης φαίνεται να υπάρχει μία απόλυτη σύμπνοια απόψεων μεταξύ των δύο υποψηφίων με την μοναδική διαφορά να παρουσιάζεται στο ότι ο κ. Σπανός χρησιμοποίησε υπεργολάβο για την εκτέλεση του επικοινωνιακού πλάνου σε συνεργασία με τον ίδιο και τον τομέα επικοινωνιών, ενώ η κα. Βάκα εκτέλεσε το πλάνο η ίδια σε συνεργασία με τον αντίστοιχο τομέα.

Πέρα από αυτή τη διαφορά και οι δύο συμφωνούν πως κατά την εκτέλεση πρέπει να γίνεται μια καθημερινή διαχείριση των μέσων μαζικής ενημέρωσης, των μέσων

κοινωνικής δικτύωσης όπου προβάλλονται οι θέσεις του συνδυασμού, η προσωπική επικοινωνία του υποψηφίου με τους πολίτες και τέλος εξίσου σημαντική είναι και η σωστή εμφάνιση του ίδιου του υποψηφίου. Επιπροσθέτως είναι πολύ σημαντικό οι άνθρωποι που εμπλέκονται με την επικοινωνία (είτε η διαχείριση γίνεται από τον ίδιο τον επικεφαλής, είτε από υπεργολάβο) να έχουν πολύ γρήγορα αντανακλαστικά και να αναπροσαρμόζουν συνεχώς την επικοινωνιακή στρατηγική σύμφωνα με την πληροφορία που δέχονται μέσω την παρακολούθησης.

7.7.3. Παρακολούθηση – Έλεγχος

Όπως αποδείχθηκε και στη φάση της εκτέλεσης, η παρακολούθηση και ο έλεγχος της επικοινωνίας είναι ένα πάρα πολύ σημαντικό στάδιο διότι ανατροφοδοτεί συνεχώς την ομάδα με πληροφορία η οποία χρησιμοποιείται για να προσαρμόζεται η επικοινωνιακή στρατηγική στα καθημερινά δεδομένα. Παρατηρούμε ότι και στο στάδιο της παρακολούθησης υπάρχει μια κοινή άποψη για το πως πρέπει να γίνεται. Και στις δύο περιπτώσεις υπάρχει κάποιο άτομο ή ομάδα που παρακολουθεί τα αποτελέσματα της επικοινωνιακής πολιτικής και τα ποσοτικοποιεί με σκοπό να χρησιμεύσουν στην καθημερινή στρατηγική. Γίνεται χρήση των στατιστικών δεδομένων που παράγουν οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και τέλος και οι δύο συμφωνούν στο γεγονός ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αποτυπώσουν τι θέλει η κοινωνία αλλά τα αποτελέσματα που παρέχουν δεν είναι ικανά από μόνα τους να αποτυπώσουν την πραγματική δυναμική του συνδυασμού. Το μοναδικό μέσο που μπορεί να δώσει σαφή εικόνα της διεξόδου που έχει ο συνδυασμός στο εκλογικό σώμα είναι οι δημοσκοπήσεις, τα αποτελέσματα των οποίων χρησιμοποιούνται για να δημιουργούν την επικοινωνιακή στρατηγική.

Η μόνη διαφορά που παρουσιάζεται σε αυτή τη φάση είναι ότι ο κ. Σπανός χρησιμοποιεί ειδικά λογισμικά για την παρακολούθηση και την ποσοτικοποίηση των αποτελεσμάτων της επικοινωνιακής πολιτικής.

7.8. Διαχείριση Κινδύνων

7.8.1. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

Όπως αναφέρθηκε σαφώς και στην μελέτη που προηγήθηκε, οι κίνδυνοι που μπορεί να προκύψουν κατά την διάρκεια μια προεκλογικής καμπάνιας είναι πάρα πολλοί, εξαρτώνται από διάφορους μη μετρήσιμους παράγοντες, και μπορεί να προκύψουν ανά πάσα στιγμή. Παρόλα αυτά σύμφωνα με την κα. Βάκα γίνεται μια προσπάθεια καταγραφής πιθανών κινδύνων βάσει της εμπειρίας των εμπλεκόμενων, οι οποίοι κυρίως αφορούν την εικόνα του ίδιου του υποψηφίου ή του συνδυασμού. Επίσης γίνεται μια προσπάθεια υπολογισμού των κινδύνων που μπορεί να προκύψουν από τους αντίπαλους συνδυασμούς. Αφού συγκεντρωθούν αυτοί οι κίνδυνοι, γίνεται ένας σχεδιασμός του πως μπορεί να αντιμετωπιστούν όταν και αν προκύψουν, είτε αυτοί αφορούν εξωτερικούς κινδύνους είτε αφορούν προβλήματα που μπορεί να προκληθούν στο εσωτερικό του συνδυασμού.

Αντίθετα φαίνεται ότι στην περίπτωση του Β' Βαθμού αυτοδιοίκησης δεν γίνεται κάποια τέτοια διαδικασία. Δεν υπάρχει κάποιο άτομο ή ομάδα που να ασχολείται με την καταγραφή οποιουδήποτε κινδύνου και ο προσδιορισμός αυτών βασίζεται κυρίως στην εμπειρία και τη διορατικότητα της κλειστής ομάδας του υποψηφίου.

7.8.2. Παρακολούθηση – Έλεγχος

Η φάση της παρακολούθησης των κινδύνων είναι κατά γενική ομολογία πιο σημαντική από την φάση της καταγραφής και πρέπει να επιστρατευτεί όλη η εμπειρία των συμμετεχόντων στην κλειστή ομάδα των υποψηφίων. Η μεγάλη διαφορά εδώ είναι ότι στην περίπτωση του Δήμου Χαλκιδέων η προσπάθεια εντοπισμού των πιθανών κινδύνων γινόταν βάση της καταγραφής που είχε γίνει και η εμπειρία της ομάδας έπαιξε ρόλο στην πρόβλεψη άλλων εκτός σχεδιασμού. Αντίθετα στην περίπτωση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας έπρεπε να γίνεται συνεχή παρακολούθηση της καθημερινότητας ώστε να διαγνωστούν πιθανοί κίνδυνοι. Και στις δύο περιπτώσεις βέβαια, κατόπιν της διάγνωσης των κινδύνων γίνονταν συναντήσεις με τους επικεφαλής ώστε να συζητηθούν οι σχετικές πιθανότητες και να αποφασιστούν πιθανά μέτρα αντιμετώπισης ή μετρίασης αυτών.

7.9. Διαχείριση Προμηθειών

7.9.1. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

Η διαχείριση των προμηθειών είναι σημαντικό τμήμα του προεκλογικού αγώνα διότι θα πρέπει ο συνδυασμός να έχει όλα τα απαραίτητα αναλώσιμα, την στιγμή που τα χρειάζεται ώστε να μπορέσει να ανταπεξέλθει στους στόχους του έργου (αναλώσιμα, ψηφοδέλτια, διαφημιστικό υλικό, εξοπλισμοί για ομιλίες κτλ). Και οι δύο περιπτώσεις της μελέτης, συμφωνούν ότι στο στάδιο του σχεδιασμού γίνεται μια όσο το δυνατόν πιο ρεαλιστική εκτίμηση του τι μπορεί να απαιτηθεί και πότε αλλά και ποιος θα μπορούσε να το παρέχει. Ο σωστός σχεδιασμός των προμηθειών βοηθούν και σε έναν σωστό προϋπολογισμό.

7.9.2. Εκτέλεση

Κατά την εκτέλεση του έργου, οι προμήθειες είναι ευθύνη του τομέα του οργανωτικού και πρέπει να φροντίζουν να είναι οι προμήθειες την σωστή στιγμή διαθέσιμες και βάσει του σχεδιασμού. Για την σωστή εκτέλεση των προμηθειών ο υπεύθυνος του οργανωτικού είναι σε πλήρη επικοινωνία με τον επικεφαλής στην περίπτωση του Α' Βαθμού Αυτοδιοίκησης και με τον αναπληρωτή Project Manager στην περίπτωση του Β' Βαθμού Αυτοδιοίκησης.

7.9.3. Κλείσιμο

Όπως κατηγορηματικά επεσήμαναν και οι δύο επικεφαλής στις συνεντεύξεις τους, το έργο ολοκληρώνεται με την καταμέτρηση των ψήφων της δεύτερης Κυριακής. Μέχρι εκείνη την στιγμή θα πρέπει να έχουν ολοκληρωθεί και όλες οι προμήθειες και να έχουν κλείσει και οικονομικά. Παρόλα αυτά εάν κάποια προμήθεια δεν έχει ολοκληρωθεί οικονομικά, ο υπεύθυνος οργανωτικού σε συνεργασία με τον επικεφαλής φροντίζουν να κλείσει τις επόμενες ημέρες.

7.10. Διαχείριση Συμμετόχων

7.10.1. Εκκίνηση

Η διαχείριση των συμμετόχων είναι μια περιοχή του έργου που μπορεί να γίνει χαοτική λόγω των υπερβολικά πολλών συμμετόχων που μπορεί να υπάρξουν στο έργο. Είναι κοινώς αποδεκτό ότι είναι πρακτικά αδύνατο να γίνει προσδιορισμός όλων των πιθανών συμμετόχων του έργου. Για τον λόγο αυτό οι υποψήφιοι προσπαθούν να προσδιορίσουν τους ανθρώπους κλειδιά που θα αναλάβουν θέσεις ευθύνης κατά την φάση του σχεδιασμού. Σε αυτή τη φάση λοιπόν οι υποψήφιοι προσπαθούν να συγκεντρώσουν την στενή τους ομάδα και να χαρτογραφήσουν τους ανθρώπους που θα τους στηρίξουν από θέσεις επιρροής (πρόεδροι σωματείων, πολιτικά πρόσωπα κτλ). Είναι σημαντικό να πούμε ότι στη φάση της εκκίνησης δεν γίνεται προσδιορισμός των πιθανών υποψηφίων (αν και κάποιοι από τους συνεργάτες μπορεί σε επόμενη φάση να καλύψουν κάποια θέση στο ψηφοδέλτιο), αλλά μόνο προσδιορισμός συνεργατών.

Η μεγάλη διαφορά σε αυτή τη φάση αναμεσα στους δύο βαθμούς αυτοδιοίκησης, είναι η κομματική στήριξη. Σε επίπεδο Δήμων δεν είναι απαραίτητη η ανοιχτή κομματική στήριξη (χρίσμα) σε αντίθεση με το επίπεδο των περιφερειών που τόσο οι υποψήφιοι όσο και τα ίδια τα κόμματα ζητούν να λάβουν και να δώσουν ανοιχτή στήριξη. Τα κόμματα είναι πολύ ισχυροί συμμετέχοντες που μπορεί να παίξουν πολύ σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του έργου.

7.10.2. Σχεδιασμός – Προγραμματισμός

Κατά την διάρκεια του σχεδιασμού παρατηρούνται δύο τελείως διαφορετικές προσεγγίσεις στη διαχείριση των συμμετόχων.

Αφενός στην περίπτωση του Δήμου Χαλκιδέων, ο σχεδιασμός της διαχείρισης των συμμετόχων αφορά κυρίως του πιθανούς υποψηφίους. Στο σημείο αυτό οι υποψήφιοι αντιμετωπίζονται ως εμπλεκόμενοι (και όχι ως ομάδα του ανθρώπινου δυναμικού, όπως αναφέρθηκε ανωτέρω). Γίνεται λοιπόν ο σχεδιασμός του ψηφοδελτίου και επιλέγονται και οι πρώτοι υποψήφιοι που θα το πλαισιώσουν ως τα «δυνατά χαρτιά» του συνδυασμού. Παράλληλα βέβαια γίνεται και ένας σχεδιασμός της δέσμευσης των συμμετεχόντων που κατέχουν θέσεις κλειδιά στην τοπική κοινωνία.

Αντίθετα στην περίπτωση της Περιφέρειας, οι υποψήφιοι έχουν αντιμετωπιστεί ως ομάδα του ανθρώπινου δυναμικού, με αποτέλεσμα ο σχεδιασμός των συμμετόχων να αφορά κυρίως τα άτομα που θα συστρατευθούν με τον συνδυασμό ή θα σταθούν απέναντι. Γίνεται δηλαδή ένας προσδιορισμός των δυνάμεων των αντιπάλων. Η συγκεκριμένη διαδικασία γίνεται στην φάση του σχεδιασμού και όχι της εκκίνησης, διότι πολλές φορές κατά την εκκίνηση δεν έχουν ανακοινωθεί όλοι οι αντίπαλοι συνδυασμοί. Βέβαια το μεγαλύτερο βάρος πέφτει την οριστικοποίηση των επαφών που πρέπει να γίνουν από τον επικεφαλής προς τους υποστηρικτές του, το ποιο ακριβώς θα είναι αυτοί και τον τρόπο που θα γίνει αυτή η προσέγγιση. Τέλος γίνεται χρήση κάποιας πρώιμης δημοσκόπησης, τα αποτελέσματα της οποίας θα χρησιμοποιηθούν για να αναδείξουν τον συσχετισμό των δυνάμεων των εμπλεκομένων.

7.10.3. Εκτέλεση

Η διαφορετική προσέγγιση στη διαχείριση των εμπλεκομένων, συνεχίζεται και στην φάση της εκτέλεσης του έργου. Στον Α' Βαθμό Αυτοδιοίκησης γίνεται μια κάπως πιο οργανωμένη παρακολούθηση των συμμετόχων που μπορεί να βλάψουν το έργο και να προκαλέσουν δυσάρεστες συνέπειες στην εξέλιξή του. Επίσης βασιζόμενη στην εμπειρία της, η ομάδα προσπαθεί να φιλτράρει και να λαμβάνει όσο το δυνατόν πιο σωστή πληροφόρηση που αφορά τους εμπλεκόμενους είτε στο εσωτερικό του συνδυασμού, είτε στο εξωτερικό. Τέλος για να μπορέσει να ελέγξει την εμπλοκή των συμμετεχόντων, τουλάχιστον αυτών που συστρατεύονται, χρησιμοποιεί το κανονιστικό πλαίσιο που έχει συνταχθεί κατά την διοίκηση ενοποίησης.

Αντίθετα στο Β' Βαθμό αυτοδιοίκησης γίνεται προσπάθεια της διαχείρισης του επιπέδου της εμπλοκής των συμμετόχων. Κατά πόσο δηλαδή όσοι δεσμεύτηκαν ότι θα σταθούν αρωγοί στην προσπάθεια του επικεφαλής, όντως ανταποκρίνονται σε αυτό και σε τι ποσοστό. Γίνεται δηλαδή μια μέτρηση της διείσδυσης των εμπλεκομένων στο εκλογικό σώμα.

7.10.4. Παρακολούθηση – Έλεγχος

Η παρακολούθηση των εμπλεκομένων κατά την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα είναι μια πολύ δύσκολη ενέργεια καθώς η ένταση που επικρατεί καθημερινά σε σύγκριση με τον μεγάλο όγκο αυτών την καθιστούν εξαιρετικά πολύπλοκη. Και οι δυο

υποψήφιοι συμφωνούν ότι μεγάλο ρόλο στην παρακολούθηση των εμπλεκόμενων παίζει η πληροφορία που μπορεί να λάβει ο συνδυασμός από διάφορες πηγές είτε εσωτερικές, είτε εξωτερικές. Βέβαια οι πληροφορίες αυτές απαιτούν πολύ καλό φιλτράρισμα ώστε να ξεχωρίσουν οι πραγματικές από τις ψευδείς. Σύμφωνα με την κα. Βάκα γίνεται μια προσπάθεια διάγνωσης αστοχιών στον σχεδιασμό της διαχείρισης αλλά ακόμα και αυτή η προσπάθεια είναι εξαιρετικά δύσκολη. Αντιθέτως, ο κ. Σπανός χρησιμοποιεί την μέθοδο της παρακολούθησης των συμμετόχων σε πραγματικό χρόνο. Οι συντονιστές δηλαδή παρακολουθούν τους συμμετέχοντες και μοιράζονται την πληροφορία με τον επικεφαλής. Τέλος για την παρακολούθηση των αντιπάλων χρησιμοποιούνται οι δημοσκοπήσεις.

8. Συμπεράσματα

Όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή της παρούσας εργασίας, η βιβλιογραφία και η πληροφορία που υπάρχει για το θέμα που αναλύεται, είναι μηδαμινή έως ανύπαρκτη και βασίζεται κυρίως σε άρθρα προσώπων που έχουν εμπλακεί οι ίδιοι στην διοικητική οργάνωση κάποιας προεκλογικής εκστρατείας. Για τον λόγο αυτό, η μελέτη βασίστηκε αποκλειστικά στις μελέτες περίπτωσης που αναφέρονται στην εισαγωγή. Παρόλα αυτά αναλύοντας τες και προσπαθώντας να γενικευθούν σε επιτρεπόμενο βαθμό τα λεγόμενα των συμμετεχόντων στην έρευνα, εξάγονται χρήσιμα συμπεράσματα.

Αρχικά γίνεται σαφές ότι όσο μεγαλύτερο είναι το εκλογικό κοινό το οποίο θέλει να προσελκύσει ο υποψήφιος, και όσο μεγαλύτερο γεωγραφικό χώρο πρέπει να καλύψει τόσο πιο περίπλοκη γίνεται η οργάνωση του προεκλογικού αγώνα. Αυτό αποδεικνύεται από το διαφορετικό τρόπο διοικητικής οργάνωσης που υπάρχει ανάμεσα στους δύο βαθμούς αυτοδιοίκησης, φτάνοντας στο επίπεδο των εθνικών εκλογών όπου τμήματα του προεκλογικού αγώνα (όπως αυτό της επικοινωνίας), αντιμετωπίζονται, οργανώνονται και διοικούνται ως διαφορετικά έργα.

Δεδομένου ότι στον προεκλογικό αγώνα δεν υπάρχουν καταστατικά ή συγκεκριμένες διαδικασίες εκπόνησης του έργου, αλλά αυτές μετασχηματίζονται ανάλογα με τις ανάγκες και τα χαρακτηριστικά του κάθε τόπου παρατηρείται μια διαφορετική θεώρηση σε ορισμένες από αυτές, οι οποίες ποικίλουν ανάλογα με την εμπειρία, την εξειδίκευση και την οπτική του κάθε υπεύθυνου. Βέβαια προκαλεί ιδιαίτερο ενδιαφέρον το γεγονός ότι ασχέτως από τον όγκο του προεκλογικού αγώνα, υπάρχει παντού η διαδικασία των τακτικών συναντήσεων του επικεφαλής με τους ανθρώπους που είναι υπεύθυνοι των διαφορετικών τομέων της εκστρατείας. Επιπροσθέτως είτε γίνεται αναφορά σε δήμους, είτε σε περιφέρειες, είτε σε κόμματα οι τομείς διοίκησης ενός προεκλογικού αγώνα είναι πανομοιότυποι. Εύστοχα λοιπόν συμπεραίνει κανείς ότι το διοικητικό μοντέλο που χρησιμοποιείται σε όλες τις εκλογικές διαδικασίες είναι κοινό. Με μικρές προσαρμογές φυσικά στις ανάγκες της κάθε περιοχής.

Παρατηρείται επίσης ότι και στις τρεις περιπτώσεις κρατικής διοίκησης που μελετήθηκαν οι ομάδες έργων αποτελούνται από εθελοντές. Παρόλα αυτά όσο μεγαλώνει η πολυπλοκότητα του έργου δημιουργείται η ανάγκη χρήσης τόσο υπαλληλικού προσωπικού, όσο και υπεργολάβων. Αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο

μεγάλος όγκος εργασιών που παρουσιάζεται όσο μεγαλώνει ένας προεκλογικός αγώνας, απαιτεί την ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού ώστε να ελαχιστοποιούνται τα λάθη. Επίσης όσο αυξάνονται οι υποχρεώσεις ενός υποψηφίου (Υποψήφιος δήμαρχος – περιφερειάρχης – πρωθυπουργός) τόσο μεγαλύτερη είναι η ανάγκη ύπαρξης ανθρώπων που πέρα από έμπιστοι θα είναι και γνώστες ενός συγκεκριμένου τομέα με αποτέλεσμα να μειώνεται το βάρος των καθημερινών αποφάσεων που πέφτει στις πλάτες του. Στο επίπεδο του δήμου, ο επικεφαλής έχει τον τελευταίο λόγο για κάθε καθημερινή απόφαση, στο επίπεδο της περιφέρειας υπάρχει αναπληρωτής όπου μπορεί να αποφασίζει για κάποια καθημερινά ζητήματα, ενώ στο επίπεδο των εθνικών εκλογών ο επικεφαλής δίνει απλά γενικές κατευθύνσεις και το σύνολο των αποφάσεων βαραίνει τους διευθυντές των τομέων. Έτσι βλέπουμε ότι ο επικεφαλής, όσο αλλάζουν τα επίπεδα, καταλήγει να λαμβάνει μόνο τις αποφάσεις υψηλού επιπέδου.

Εντύπωση επίσης προκαλεί η ελλιπής ή μικρή χρήση υπολογιστικών συστημάτων, ακόμα και για ζητήματα στα οποία θα μπορούσαν να βοηθήσουν ιδιαίτερα, όπως για παράδειγμα το χρονοδιάγραμμά ή παρακολούθηση την προμηθειών ή του προϋπολογισμού. Πέρα από την χρήση λογισμικών στην επιλογή των υποψηφίων συμβούλων που ανέφερε ο κ. Σπανός και την χρήση των έτοιμων εργαλείων παρακολούθησης της επικοινωνίας που προσφέρουν οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, δεν έγινε ιδιαίτερη αναφορά σε κάποιο υπολογιστικό εργαλείο. Αυτό μπορεί να μας οδηγήσει σε διάφορα συμπεράσματα. όπως η έλλειψη εργαλείων για την παρακολούθηση τέτοιων έργων ή η σιγουριά των υποψηφίων στην εμπειρία και τις διοικητικές τους γνώσεις ή τέλος στον σκεπτικισμό τους προς την αξιοπιστία ή την αποτελεσματικότητα αυτών των λογισμικών.

Τέλος, σε όλες τις βαθμίδες διοίκησης παρατηρείται η έλλειψη Project Manager για την οργάνωση και εκτέλεση έστω των βασικών διοικητικών αναγκών που παρουσιάζει ο κάθε προεκλογικός αγώνας. Παρόλα αυτά οι εκπρόσωποι και των τριών εξεταζόμενων περιπτώσεων συμφώνησαν στο γεγονός ότι θα μπορούσε ένας επαγγελματίας Project Manager να φανεί αρωγός στην διοικητική οργάνωση ενός προεκλογικού αγώνα με την προϋπόθεση όμως ότι πέρα από τις διοικητικές γνώσεις θα έχει και εκλογική εμπειρία και αντίληψη. Μάλιστα ο κ. Σπανός επισήμανε ότι ο μέσος πολιτικός συνδυασμός αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα διαθέτει ελάχιστα άτομα με γνώσεις οργάνωσης και διοίκησης και ακόμα και οι συνδυασμοί που έχουν στην διάθεσή τους τέτοια άτομα, σπανίως εκμεταλλεύονται τις ικανότητές τους

Εν κατακλείδι λοιπόν, θα μπορούσε κανείς να συμπεράνει με ασφάλεια ότι η χρήση Project managers οι οποίοι θα είναι εξειδικευμένοι στις εκλογικές διαδικασίες, θα ήταν κάτι παραπάνω από απαραίτητοι σε όλες τις βαθμίδες κρατικής διοίκησης. Επίσης η ανάπτυξη ενός λογισμικού που θα ενοποιεί όλες τις διαδικασίες ενός προεκλογικού αγώνα και θα μπορεί να τις παρακολουθεί ενοποιημένα, θα μπορούσε να απαλλάξει τους υποψηφίους από το περιττό βάρος που καλούνται να σηκώσουν καθημερινά.

Βιβλιογραφία

Electoral, K. N., *Electoral knowlege Network*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://aceproject.org/main/english/ei/eie09.htm>

The Project Management Institute, 2008. *A Guide to the Project Management Body of Knowledge*. s.l.:The Project Management Institute.

Turner, J., 1992. *“The Handbook of Project Based Management: Improving Processes for Achieving Your Strategic Objectives”*. s.l.:s.n.

Παράρτημα

Οι συνεντεύξεις που ακολουθούν, ηχογραφήθηκαν και απομαγνητοφωνήθηκαν με τη σύμφωνη γνώμη των εμπλεκομένων ώστε να χρησιμοποιηθούν ως μελέτες περίπτωσης για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας

8.1. Συνέντευξη Δημάρχου Χαλκιδέων, κυρίας Έλενας Βάκα

Λαγός: Στην συγκεκριμένη εργασία θα μελετήσουμε την προεκλογική εκστρατεία από την σκοπιά του project management και πώς οι διεργασίες του project management μπορούν να εφαρμοστούν ή ήδη εφαρμόζονται, πολλές φορές, είτε ηθελημένα είτε άθελα των υποψηφίων στην προεκλογική εκστρατεία. Το project management έχει 47 διεργασίες διοίκησης των έργων. Οι διεργασίες αυτές χωρίζονται σε 10 περιοχές γνώσης και 5 φάσεις

- a) η εκκίνηση του project
- b) ο σχεδιασμός και προγραμματισμός
- c) η εκτέλεση
- d) η παρακολούθηση και ο έλεγχος και
- e) το κλείσιμο του project.

Κατά την εκκίνηση λοιπόν ενός project αρχικά αναπτύσσεται το καταστατικό του. Σε μία προεκλογική εκστρατεία δεν υπάρχει κάποια σύμβαση κάποιο καταστατικό αλλά θα μπορούσαμε να πούμε ότι σε αυτό το σημείο θέτονται από τον υποψήφιο κάποιοι βασικοί στόχοι πέρα από τον στόχο να κερδίσει τις εκλογές. Θέτονται κάποιοι στόχοι σε εκείνο το σημείο; Πριν ξεκινήσει το project, όταν αποφασίζει ένας υποψήφιος δήμαρχος να κατέβει μπορούμε να πούμε ότι θέτει σαν καταστατικό τους βασικούς πυλώνες, τους βασικούς στόχους της προεκλογικής του εκστρατείας;

Βάκα: Ναι έτσι είναι. Θέτεις πράγματι τους βασικούς στόχους της προεκλογικής σου εκστρατείας. Καταρχάς πρέπει να συνειδητοποιήσει ο υποψήφιος ποια είναι η προσωπική του στόχευση. Δηλαδή, όλοι στοχεύουν στην

νίκη αλλά πρέπει να μπορέσει να αποτιμήσει την υπάρχουσα κατάσταση και να εκτιμήσει καταρχάς πόσο αυτή είναι εφικτή. Να μπορέσει να εκτιμήσει, σαφώς, το εκλογικό τοπίο όπως πρόκειται να διαμορφωθεί με την έναρξη της προεκλογικής περιόδου, ούτως ώστε να μπορέσει να θέσει τους κανόνες για να πετύχει τον σκοπό του που είναι η εκλογή του. Είναι διαφορετική αφετηρία για κάποιον ο οποίος είναι στην αντιπολίτευση και έρχεται σ' ένα προεκλογικό αγώνα ως μία νέα υποψηφιότητα και τελείως διαφορετική όταν ασκεί διοίκηση και θέλει να ξανακερδίσει την εμπιστοσύνη των πολιτών.

Λαγός: Διεκδικεί την επανεκλογή στην ουσία

Βάκα: Ακριβώς μία ψήφο εμπιστοσύνης την επανεκλογή. Το πιο σημαντικό είναι να σχεδιάσεις που θα στηριχτεί όλος ο προεκλογικός σου αγώνας. Δηλαδή κάνεις μία πρώτη ιδεολογική στόχευση, που για εμένα έχει να κάνει με το τι θέλεις να πετύχεις αφού εκλεγείς. Δηλαδή πώς θα πείσεις τον κόσμο ότι θα είσαι καλός για να εκλεγείς και βέβαια έχει να κάνει και με το ποιος είσαι. Να διακρίνεις ποιος είσαι, ποια είναι τα πλεονεκτήματά σου και τι πρέπει να προβάλλεις. Το πιο σημαντικό για μένα, κι αυτό μου το έδειξε και η τελευταία μου εμπειρία, που θεωρείται επιτυχημένη επειδή εκλέχτηκα, είναι να μην παρουσιάσεις κάτι διαφορετικό απ' αυτό που πραγματικά είσαι. Κάτι διαφορετικό απ' αυτό που είσαι ως προσωπικότητα, ως χαρακτήρας, ως πολιτικό όν. Δηλαδή πώς δρας πολιτικά, τι ιδεολογία έχεις, τι αρχές και πώς δρας γενικότερα στην κοινωνία και από την πολιτική σκοπιά και από όλες τις άλλες εκφάνσεις. Το πιο σημαντικό λοιπόν για εμένα είναι να κάνεις μία ουσιαστική ενδοσκόπηση, να δεις ποιος είσαι και αφού καταλάβεις ακριβώς ποιος είσαι να προβάλλεις τα θετικά στοιχεία. Άρα ξεκινάς και λες ποιο είναι το πολιτικό τοπίο; ποιος είμαι εγώ; ποια είναι τα ατού μου σε σχέση με άλλους αντιπάλους που ξέρω; και τι είναι αυτό που θα με κάνει να ξεχωρίσω από τους υπόλοιπους. Αυτή είναι η αρχή για εμένα.

Λαγός: Βάζουμε έτσι το πλαίσιο εν είδη καταστατικού. Το πώς ξεκινάει δηλαδή ένας υποψήφιος τον προεκλογικό του αγώνα. Ένα άλλο κομμάτι που είναι πάρα πολύ σημαντικό και για την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα

αλλά και για εκκίνηση είναι ο προσδιορισμός των συμμετεχόντων. Όλων εκείνων των ανθρώπων ή των ομάδων που μπορεί να επηρεάσουν είτε θετικά είτε αρνητικά το αποτέλεσμα. Είναι σαφές ότι όταν μιλάμε για εκλογές οι συμμετέχοντες είναι όλο το εκλογικό σώμα, όλοι οι ψηφοφόροι που υπάρχουν στον δήμο. Παρόλα αυτά σε πολύ αρχικό στάδιο υπάρχει κάποιος προσδιορισμός εκείνων των ανθρώπων ή των ομάδων που ξέρουμε ότι θα βοηθήσουν ή που δεν θα βοηθήσουν και πρέπει να το αντιμετωπίσουμε αυτό στην πορεία;

Βάκα: Μιλάς οργανωτικά τώρα. Πώς θα δουλέψει ο προεκλογικός αγώνας. Καταρχάς θα μπορούσα να το παρομοιάσω με ένα δέντρο, που είναι δηλαδή ο κορμός ο επικεφαλής, ο υποψήφιος και υπάρχουν και μετά οι διακλαδώσεις. Ξεκινάς από την αρχή ουσιαστικά, να καταλήξεις στο ποιοι άνθρωποι θα στελεχώσουν την ομάδα σου και λέγοντας ομάδα τι εννοώ. Ξεκινάμε από μία ομάδα η οποία είναι ο στενός κύκλος εμπιστοσύνης, η ομάδα δηλαδή η οποία είναι ολιγομελής, είναι οι άνθρωποι οι οποίοι θα συμμετέχουν από την αρχή μέχρι το τέλος με μία σχέση εμπιστοσύνης πολύ στενή και θα είναι αυτοί που θα συναντάς κάθε εβδομάδα και θα μιλάς, θα συμβουλευέσαι για τα πάντα και ο καθένας συνήθως αναλαμβάνει ένα τομέα. π.χ. ένας θα είναι αυτός ο οποίος θα έχει το επικοινωνιακό κομμάτι, ένας άλλος θα είναι αυτός που θα διαχειρίζεται το οικονομικό κομμάτι, ο άλλος μπορεί να διαχειρίζεται τις υποψηφιότητες, ο τρίτος μπορεί να διαχειρίζεται όλο το στήσιμο, το πρακτικό κομμάτι, δηλαδή από το εκλογικό κέντρο πώς θα στηθεί, απ' το πώς θα γίνουν οι εκδηλώσεις, όλο το διαδικαστικό κομμάτι. Χωρίς να σημαίνει ότι αυτοί οι άνθρωποι είναι ξεκομμένοι ο ένας από τον άλλο. Υπάρχει στην αρχή μία στενή ομάδα τουλάχιστον έτσι δούλεψα εγώ, μία ολιγομελής ομάδα ανθρώπων οι οποίοι έρχονται στο πρώτο βαθμό εμπιστοσύνης και ξεκινάς με αυτούς από την αρχή μέχρι το τέλος. Τώρα στην πορεία έρχεται η διακλάδωση. Δηλαδή έρχεσαι και διαμορφώνεις μία ομάδα ανθρώπων οι οποίοι θα είναι αυτοί που ουσιαστικά θα βοηθήσουν με την έννοια της εξωστρέφειας στον προεκλογικό σου αγώνα. Είναι άνθρωποι που μπορεί να μην είναι οι ίδιοι υποψήφιοι αλλά είναι αυτοί που μπορούν να πιάσουν διάφορες κοινωνικές ομάδες και να

τις επηρεάσουν ούτως ώστε να μπορέσεις να πεις ότι στηρίζεις σε κάποιους ανθρώπους για να σε βοηθήσουν και να σου φέρουν ψήφους. Αυτοί οι άνθρωποι μπορεί να είναι και πολιτικοί, μπορεί να είναι άνθρωποι που έχουν ασχοληθεί κατά το παρελθόν με την πολιτική, μπορεί να είναι συνδικαλιστές και να έχουν επιρροή στον επαγγελματικό τους κλάδο πολύ μεγάλη. Μπορεί να είναι πρόεδροι ενός συλλόγου, μπορεί να είναι πρόεδροι μιας κομματικής οργάνωσης νεολαίας για παράδειγμα. Βρίσκεις λοιπόν τέτοιους ανθρώπους οι οποίοι με την προϋπόθεση ότι θα στηρίξουν αποκλειστικά την δική σου υποψηφιότητα. Μιλάμε πάντα γι' αυτό και όχι για τις επαφές τις ευρύτερες, έρχονται ουσιαστικά και φτιάχνουν μία ομάδα ευρύτερη ανθρώπων οι οποίοι θα βοηθήσουν κάνοντας ένα πραγματικό προεκλογικό αγώνα για εσένα σαν να ήταν οι ίδιοι υποψήφιοι. Από εκεί και πέρα διευρύνεται ο κύκλος και βέβαια το πιο σημαντικό κομμάτι στην τοπική αυτοδιοίκηση επειδή είναι και τα ψηφοδέλτιά μας μεγάλα είναι η αναζήτηση των υποψηφίων.

Λαγός: Να περάσουμε λοιπόν στο κομμάτι του σχεδιασμού του προεκλογικού αγώνα. Πλέον έχουμε αρχίσει και ξεκινάμε σιγά σιγά και πέρα από τους ανθρώπους που μιλήσαμε τόση ώρα, να πάμε στο κομμάτι της διοίκησης του ανθρώπινου δυναμικού. Δηλαδή στο κομμάτι της ανάπτυξης ενός σχεδίου διοίκησης όλων των ανθρώπων οι οποίοι πλαισιώνουν την υποψηφιότητα και θα τρέξουν τον προεκλογικό αγώνα, είτε με τις ομάδες που μιλήσαμε πριν είτε με τους ανθρώπους που θα είναι υποψήφιοι. Εκεί γίνεται ένας σχεδιασμός του ποιοι θα είναι, τι θα αντιπροσωπεύουν σε αυτό το κομμάτι;

Βάκα: Ακριβώς. Το πιο σημαντικό για να μπορείς να πεις ότι θα έχεις το project σου όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένο ούτως ώστε να μπορέσεις να πετύχεις, είναι η ομάδα αυτή που θα δημιουργήσεις και ιδιαίτερα των υποψηφίων, γιατί με τους άλλους θεωρείται λίγο πιο σίγουρο ότι θα το πετύχεις, να μάθει να λειτουργεί ως ομάδα. Επειδή οι υποψήφιοι συνήθως έχουν το άμεσο προσωπικό όφελος της δικής τους εκλογής, το μείζον είναι να μπορέσουν να λειτουργήσουν ως ομάδα ούτως ώστε να νιώσουν απόλυτα δεμένοι ο ένας με το άλλο, να αλληλοσυμπληρώνονται, να

αλληλοκαλύπτονται, να έχουν μία ευγενική άμιλλα όσον αφορά στη μάχη του σταυρού και να μπορέσουν να νιώσουν ως ομάδα. Κρίνοντας με βάση την προηγούμενη εμπειρία μου θα πω ότι αυτό που πιστεύω ότι εμάς μας έδωσε ώθηση είναι ότι η ομάδα λειτουργούσε με όλους αυτούς τους κανόνες της ομαδικής δουλειάς.

Λαγός: Κατά την διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας, είτε είναι η ομάδα των υποψηφίων, είτε είναι οι ομάδες οι επιμέρους που τρέχουν την προεκλογική εκστρατεία, είτε δουλεύουν είτε υπερκαλύπτοντας η μία την άλλη είτε συμπληρώνοντας η μία την άλλη, είτε κάποιες φορές ανεξάρτητα. Υπάρχει κάποια συγκεκριμένη διοίκηση αυτών των ομάδων; Τι εννοώ. Υπάρχει ας πούμε όπως είπες πριν η κλειστή ομάδα οι οποίοι ο καθένας θα αναλαμβάνει ένα ξεχωριστό κομμάτι;

Βάκα: Υπάρχουν κανόνες. Χωρίς κανόνες δεν μπορεί να λειτουργήσει η ομάδα διότι πρόκειται καταρχάς για μεγάλη ομάδα. Αλλά σιγουρά οι κανόνες τίθενται βασικά από τον project manager που στην περίπτωση την δική μου ήμουν εγώ. Τίθενται οι κανόνες λοιπόν, οι βασικοί, οι οποίοι έχουν να κάνουν με την προεκλογική καμπάνια γενικότερα, δηλαδή ποιες είναι οι αρχές μας, ποιο είναι το πρόγραμμά μας, πώς το παρουσιάζουμε, τι πρεσβεύουμε, ποιες είναι οι κόκκινες γραμμές μας, πώς πρέπει να κινηθούμε. Ο επικεφαλής είναι αυτός που δίνει τις κατευθύνσεις και θέτει πλαίσια μέσα στα οποία μπορεί να κινηθεί ο υποψήφιος. Για να το πετύχουμε αυτό πέρα από τις κατ' ίδιαν συζητήσεις που κάνεις στην αρχή όταν έρχεσαι και εντάσεις κάθε άτομο στην ομάδα σου, διοργανώνεις συγκεντρώσεις και ομαδικές συναντήσεις στις οποίες ακριβώς θέτεις ενώπιον όλων ακριβώς αυτούς τους κανόνες

Λαγός: Υπάρχουν άνθρωποι στους οποίους «αναφέρεται» η ομάδα; Δηλαδή οι υποψήφιοι έχουν κάποιον πέραν του επικεφαλής; η ομάδα των οικονομικών ή η ομάδα της επικοινωνίας αναφέρονται σε κάποιους ανθρώπους που εκείνοι μετά «αναφέρονται» στον υποψήφιο;

Βάκα: Έτσι είναι όπως το λες. Το οικονομικό κομμάτι το οποίο είναι διακριτό, ειδικά στην περίπτωση της τοπικής αυτοδιοίκησης, δεν επιβαρύνεται η ομάδα με αυτό, είναι θέμα του επικεφαλής. Σε όλους τους άλλους τομείς

και στην επικοινωνία και στην ευρύτερη καμπάνια, στις δράσεις, τις πολιτικές, τις παρουσίες που θα πάνε που θα πρέπει να είναι οπωσδήποτε, στο πρόγραμμα που διαμορφώνεται το εβδομαδιαίο που όσο πλησιάζουμε (στις εκλογές) να πω ότι έχει μία γεωμετρική πρόοδο όλο αυτό. Δηλαδή ξεκινάς πιο χαλαρά και όσο πλησιάζεις προς την ημέρα των εκλογών το πρόγραμμα είναι πιο απαιτητικό όσον αφορά στις παρουσίες των υποψηφίων. Για όλα αυτά λοιπόν αναφέρονται σε αυτούς τους ανθρώπους που είπαμε στην αρχή την ολιγομελή ομάδα εμπιστοσύνης, οι οποίοι έχουν αναλάβει από ένα τομέα και ξέρουν με ποιόν θα επικοινωνήσουν για οτιδήποτε χρειαστούν.

Λαγός: Υπάρχει κάποιος που είναι ο βασικός manager, πλην εσού; Δηλαδή κάποιος που θα πάρει μία απόφαση σε μία στιγμή στην οποία πρέπει να παρθεί άμεσα η απόφαση κι εσύ για κάποιο λόγο δεν μπορείς ή είσαι σε μία συνάντηση ή σε μία περιοδεία;

Βάκα: Ο καθένας στο κομμάτι του, όχι παραπάνω. Για οτιδήποτε άλλο αποφασίζω εγώ.

Λαγός: Στο κομμάτι του σχεδιασμού επίσης βγαίνει το πρόγραμμα. Το οποίο θα μπορούσαμε να το μεταφράσουμε ως το φυσικό αντικείμενο της προεκλογικής εκστρατείας. Εκεί συγκεντρώνεται η ομάδα και φτιάχνει ένα πρόγραμμα; είναι κάτι το οποίο το κάνει ο υποψήφιος; Επίσης φαντάζομαι ότι κατά την δημιουργία του προγράμματος θέτονται κάποιοι στόχοι και ένας σχεδιασμός, στην ουσία, του πως θα φτάσουμε αυτούς τους στόχους σε συνεργασία με τις ομάδες που μας βοηθούν;

Βάκα: Σχετικά με την τοπική αυτοδιοίκηση του Α' βαθμού επειδή έχει συγκεκριμένο αντικείμενο, το πρόγραμμα ουσιαστικά συνδιαμορφώνεται από την ομάδα αλλά και τις τοπικές κοινωνίες. Εμείς επειδή έχουμε τα τοπικά χαρακτηριστικά, οι δήμοι είναι Καλλικρατικοί και υπάρχουν δημοτικές ενότητες και κάθε δημοτική ενότητα έχει τις ιδιαιτερότητες της, το πρόγραμμα διαμορφώθηκε με βάση τις ιδιαιτερότητες αυτές. Η στρατηγική μας είναι ότι σ' ένα πρόγραμμα βάζουμε έργα και δράσεις οι οποίες είναι εφικτό να γίνουν σε μεγάλο μέρος μέσα στην θητεία, γιατί όλες είναι αδύνατον να υλοποιηθούν μέσα

στην επόμενη θητεία . Δηλαδή όχι να είναι μακροπρόθεσμες. Αυτές διαμορφώνονται από την ομάδα την ευρύτερη. κι όταν λέω ευρύτερη μιλάω για την ομάδα την στενή αλλά και την ευρύτερη ομάδα των υποψηφίων, με βάση τα τοπικά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής. Εκεί λοιπόν συζητώντας με την ομάδα ανάλογα με τον τοπικό προσδιορισμό της, γιατί η τοπική αυτοδιοίκηση πρώτου βαθμού τον έχει αυτόν το χαρακτήρα, διαμορφώνεται το πρόγραμμα. Αναφέρομαι όμως στο αναλυτικό πρόγραμμα, οι βασικές αρχές του προγράμματος διαμορφώνονται αποκλειστικά από εμένα.

Λαγός: Ένα άλλο κομμάτι το οποίο είναι πολύ ιδιαίτερο σε ένα προεκλογικό αγώνα είναι η διαχείριση του κόστους. Δεν με ενδιαφέρει αυτή την στιγμή να μπούμε σε λεπτομέρειες, αλλά σε επίπεδο σχεδιασμού κατά την έναρξη της προεκλογικής εκστρατείας υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος σχεδιασμός; ένα budget; τι θα κοστίζει ο προεκλογικός αγώνας; ένας προϋπολογισμός;

Βάκα: Το πρώτο πράγμα που κάνεις όταν αποφασίζεις να μπει σε αυτή την διαδικασία είναι να υπολογίσεις πόσα χρειάζεσαι και μετά πόσα έχεις. Οπότε αυτοί οι 2 αριθμοί πρέπει λίγο να είναι κοντά. Κι όταν λέω πόσα χρειάζεσαι, μιλάω για μία οικονομική διαχείριση πάντα με μέτρο. Να κάνεις δηλαδή «έξυπνες επιλογές» οι οποίες δεν θα είναι ιδιαίτερα κοστοβόρες. Αυτό το κάνεις από την αρχή αλλιώς χάνεσαι. Ο οικονομικός σχεδιασμός είναι πάρα πολύ σημαντικός. Είναι πάρα πολύ σημαντικό να ξέρεις ότι τα χρήματα που θα χρειαστείς θα τα έχεις και θα τα έχεις στην ώρα σου, διότι αν δεν μπορείς να ανταπεξέλθεις στις οικονομικές σου υποχρεώσεις δημιουργείς εικόνα αναξιπιστίας η οποία μπορεί να σε πλήξει πολύ πολιτικά. Τον οικονομικό σχεδιασμό, εγώ κυρίως με ένα δύο ανθρώπους της απολύτου εμπιστοσύνης, που ξέρουν κι έχουν εμπειρία εκλογική, τον κάναμε από την πρώτη στιγμή.

Λαγός: Ένα άλλο κομμάτι το οποίο συνήθως, στην αυτοδιοίκηση τουλάχιστον, δεν γίνεται τόσο εκτενώς ή δεν γίνεται με την έννοια του σχεδιασμού, είναι ο προσδιορισμός των ρίσκων. Δηλαδή το να κάτσει ο υποψήφιος με το επιτελείο του στην αρχή της προεκλογικής εκστρατείας και να

σχεδιάσουν και να προβλέψουν τι ρίσκα μπορεί να προκύψουν κατά την διάρκεια αυτής. Αυτά τα ρίσκα μπορεί έχουν να κάνουν με καταστάσεις που μπορεί να τύχουν με τους υποψηφίους, με την κοινωνία, ακόμη και με τους ίδιους προσωπικά. Σε ένα project, ξεκινώντας, προσπαθούμε να προβλέψουμε τι μπορεί να πάει στραβά, σε τι επίπεδο μπορεί να πάει στραβά και πως μπορούμε να το αντιμετωπίσουμε. Αυτό είναι κάτι το οποίο γίνεται στο πρώτο βαθμό αυτοδιοίκησης με την έννοια της καταγραφής και της πρόβλεψης;

Βάκα: Ναι γίνεται και μάλιστα συνήθως για να υπολογίσεις τα ρίσκα υπολογίζεις τα αντίπαλα στρατόπεδα γιατί από εκεί έρχονται συνήθως οι κίνδυνοι. Πώς δηλαδή μπορεί κάποιος να εκμεταλλευτεί ένα λάθος σου. Μελετώντας καλά τον αντίπαλο μπορείς να ελαχιστοποιήσεις τον κίνδυνο πιστεύω. Από εκεί και πέρα βέβαια επειδή η τοπική αυτοδιοίκηση έχει να κάνει πολύ με τις προσωπικότητες και έχει μεγάλη αμεσότητα με το εκλογικό σώμα, υπάρχει προσωπική γνωριμία του υποψηφίου με τον περισσότερο κόσμο, όπως επίσης όλων των υποψηφίων, η πρόκληση κινδύνων είναι κάτι το οποίο μπορεί να εμφανιστεί μέχρι τελευταία στιγμή. Μέχρι την τελευταία μέρα και το βράδυ των εκλογών, μέχρι την ώρα που θα ανοίξουν οι κάλπες μπορεί να τύχουν γεγονότα τα οποία θα είναι μέσα στο πλαίσιο του μη προβλέψιμου. Άρα το μυστικό είναι να είσαι σε ετοιμότητα τόσο εσύ όσο και η ομάδα για να μπορέσετε να τα αντιμετωπίσετε.

Λαγός: Συνεχίζοντας από αυτό λοιπόν, να μιλήσουμε για το troubleshooting. Την αντιμετώπιση δηλαδή των προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν, τα οποία ενδεχομένως μπορεί να μην τα έχουμε προβλέψει ή να ήταν στις προβλέψεις μας και εν τέλει όντως να εμφανίστηκαν. Εκεί η αντιμετώπισή τους γίνεται από την ομάδα ανάλογα με το τι μπορεί η ίδια να αντιμετωπίσει ή γίνεται αποκλειστικά από τον υποψήφιο; Υπάρχουν κάποιες κατευθύνσεις ότι αν παρουσιαστεί το τάδε πρόβλημα να αντιμετωπιστεί με τον τάδε τρόπο κτλ ή ό,τι παρουσιάζεται το αντιμετωπίζετε εκείνη την ώρα;

- Βάκα:** Υπάρχουν κάποιες γενικές κατευθύνσεις γι' αυτό που μπορεί να προβλέψεις αλλά τα περισσότερα τα αντιμετωπίζεις εκείνη την ώρα
- Λαγός:** Στο κομμάτι της διαχείρισης των εμπλεκόμενων κατά την εκτέλεση του project. Εμπλεκόμενος μπορεί να είναι οι αντίπαλοι συνδυασμοί εκεί να υποθέσω ότι υπάρχει κάποιος άνθρωπος ο οποίος παρακολουθεί τις κινήσεις των αντίπαλων συνδυασμών ως εμπλεκόμενοι του έργου και δίνει κάποιο feedback το οποίο μπορεί και να προσδιορίσει και την πορεία σε κάποια πράγματα; Ως επίδραση σε κάποια θέματα;
- Βάκα:** Ειδικό άνθρωπο, τουλάχιστον εγώ, δεν είχα γι' αυτή την δουλειά, να έχει δηλαδή αυτόν τον ρόλο. Η πληροφορία για το πώς δρα ο αντίπαλος συνδυασμός μπορεί να σου έρθει από πολλές πηγές. Ουσιαστικά εγώ συνέλεγα τις πληροφορίες, και πάλι με την πολύ στενή ομάδα, που ούτως ή άλλως έρχεσαι συχνά σε επαφή, κάναμε τον σχεδιασμό του πώς θα αντιμετωπίσουμε τους αντιπάλους
- Λαγός:** Ένα επίσης πολύ σημαντικό κομμάτι είναι η διαχείριση του χρόνου. Η προεκλογική εκστρατεία έχει πεπερασμένο χρόνο, πολύ συγκεκριμένο και δεν επιδέχεται παράταση. Μπορεί να μην είναι πολύ σαφές το πότε ξεκινάει, είναι όμως πάρα πολύ σαφές το πότε τελειώνει. Είναι πάρα πολύ σημαντικό το πως ένας υποψήφιος μαζί με την ομάδα του μπορεί να διαχειριστεί τον διαθέσιμο χρόνο του με τον βέλτιστο δυνατό τρόπο. Υπάρχει κατά τον σχεδιασμό μια πρόβλεψη πάνω στην γραμμή του χρόνου, για συγκεκριμένες διεργασίες που πρέπει να γίνουν σε συγκεκριμένες χρονικές στιγμές;
- Βάκα:** Έτσι είναι ακριβώς. Στην τοπική αυτοδιοίκηση η ημερομηνία των εκλογών είναι προκαθορισμένη και δεν αλλάζει και την ξέρεις όταν ανακοινώνεις την υποψηφιότητά σου. Ουσιαστικά ο χρόνος για την τοπική αυτοδιοίκηση είναι από τότε που ανακοινώνεις την υποψηφιότητά σου μέχρι τις εκλογές. Ξεκινάς με αυτά που είπα στην αρχή, δηλαδή τι θέλεις, ποιος είσαι, ποιες είναι οι αρχές σου συνεχίζεις με το οικονομικό κομμάτι. Το δεύτερο είναι ο σχεδιασμός του χρόνου. Δηλαδή τι πρέπει να γίνει μέχρι τότε τι πρέπει να γίνει το επόμενο διάστημα κτλ. Αυτό είναι απαραίτητο, αλλιώς δεν μπορείς να προχωρήσεις οργανωμένα και

χάνεσαι. Ο σχεδιασμός των δράσεων χρονικά και των ενεργειών γίνεται από την αρχή.

Λαγός: Υπάρχει άνθρωπος ο οποίος παρακολουθεί το χρονοδιάγραμμα και μόνο; Που η δουλειά του είναι να παρακολουθεί τον χρονικό σχεδιασμό και να χτυπάει καμπανάκια; ή να παρακολουθεί τον σχεδιασμό του χρόνου σε κάποιο λογισμικό;

Βάκα: Όχι. Αυτό η ομάδα μόνο. Η ομάδα και εγώ κυρίως

Λαγός: Η επικοινωνία είναι ίσως το σημαντικότερο κομμάτι ενός προεκλογικού αγώνα. Πώς γίνεται ο σχεδιασμός της επικοινωνίας; πώς γίνεται η διαχείριση της πληροφορίας που έχει να κάνει με το επικοινωνιακό κομμάτι και με το προφίλ του υποψηφίου προς τα έξω; Γίνεται από την ομάδα του υποψηφίου; γίνεται από εξωτερικούς συνεργάτες; πώς σχεδιάζεται και τρέχει αυτό το κομμάτι;

Βάκα: Θα μιλήσω προσωπικά. Πολλοί έχουν λειτουργήσει πολύ διαφορετικά από τον τρόπο που λειτούργησα εγώ. Μυστικό για εμένα στις εκλογές της τοπικής αυτοδιοίκησης, επειδή κάθε περιοχή έχει τις δικές της ιδιαιτερότητες και επειδή είναι εκλογές με αμεσότητα ειδικά του πρώτου βαθμού το τονίζω αυτό, είναι οι άνθρωποι οι οποίοι θα σε συμβουλεύουν επικοινωνιακά να έχουν γνώση της τοπικής κοινωνίας. Πιστεύω ότι οι γενικές αρχές του πολιτικού management δεν μπορούν να εφαρμοστούν επιτυχώς εάν αυτός που θα στις παρέχει δεν γνωρίζει ακριβώς τα δεδομένα της τοπικής κοινωνίας. Αυτό μπορούν να το κάνουν άνθρωποι οι οποίοι έχουν την γνώση και την εμπειρία, όχι μόνο την γνώση αλλά και την εμπειρία και έχουν σύνδεση με τον τόπο. Είτε είναι από εδώ, είτε έχουν ζήσει εδώ, είτε έχουν συμμετάσχει ξανά σε εκλογές εδώ, πάντως να γνωρίζουν τα δεδομένα τα τοπικά. Εγώ έτσι κινήθηκα και είχα κάποιους ανθρώπους τους οποίους τους συμβουλευόμουν, αλλά οι άνθρωποι αυτοί είχαν γνώση της τοπικής κοινωνίας. Μάλιστα, να πω ότι, έκανα προσπάθειες να κινηθώ διαφορετικά αλλά από την αρχή διέγνωσα ότι θα είναι λάθος.

- Λαγός:** Μιλώντας για την επικοινωνία, αναφερόμαστε προφανώς στην εικόνα του υποψηφίου ή του συνδυασμού που προβάλλεται σε οποιοδήποτε μέσο είτε είναι έντυπο.
- Βάκα:** Αναφερόμαστε στα πάντα. Για την διαχείριση των ΜΜΕ, η οποία είναι πάρα πολύ σημαντική, για τον τρόπο που θα κινηθείς, μέχρι και το τι θα φοράς που λέει ο λόγος. Όλο το επικοινωνιακό κομμάτι. Όλη η παρουσία και η εικόνα και του επικεφαλής αλλά και όλου του συνδυασμού προς τα έξω.
- Λαγός:** Να περάσουμε λοιπόν στο κομμάτι της παρακολούθησης και του ελέγχου όλου αυτού που έχουμε σχεδιάσει. Κατά την εκτέλεση ενός Project, γίνεται ένας έλεγχος ότι όλα δουλεύουν σωστά. Αν κάτι παρεκκλίνει του σχεδιασμού, κάνουμε τις απαραίτητες ενέργειες για να το διορθώσουμε. Κατά την διάρκεια του προεκλογικού αγώνα, πώς γίνεται η παρακολούθηση και ο έλεγχος ότι όλα αυτά που έχουμε σχεδιάσει δουλεύουν σωστά ώστε να πετύχουμε το βέλτιστο αποτέλεσμα; Υπάρχει κάποια διαδικασία παρακολούθησης και ελέγχου;
- Βάκα:** Καταρχάς η στενή ομάδα εμπιστοσύνης, είτε μαζί ως ομάδα είτε ο καθένας μόνος του με τον επικεφαλής έχει συχνή τακτική επικοινωνία για να ελέγξει τα πράγματα και να καθορίσει και τις επόμενες κινήσεις. Υπάρχουν κάποιες περιπτώσεις που προκύπτουν πράγματα μεσούσης της προεκλογικής περιόδου και έρχεσαι και λες ότι πρέπει να αλλάξουμε πράγματα στην επικοινωνία μας, πράγματα στον πολιτικό μας λόγο, εκτιμώντας πάντα και το πώς κινούνται και οι αντίπαλοι και τι είναι αυτό που τέλος πάντων ζητάει η κοινωνία. Βάση αυτών λοιπόν μπορεί να γίνουν αλλαγές. Το σημαντικό είναι να συναντιέσαι και να μιλάς, να εκτιμάς και να σχεδιάζεις την επόμενη μέρα σε τακτά χρονικά διαστήματα με ηρεμία, όσο μπορείς να έχεις ηρεμία σε μία προεκλογική περίοδο, και να αποφασίζεις σύντομα και να υλοποιείς τις επόμενες δράσεις. Αυτό είναι το σημαντικό. Να πούμε επίσης ότι το να ελέγξεις την μεγάλη ομάδα των υποψηφίων είναι σχεδόν ανέφικτο. Είναι πολύ μεγάλη ομάδα. Ούτε μπορείς να παρακολουθήσεις τις δράσεις τους. Όμως αν διαγνώσεις κάποιες αστοχίες επεμβαίνεις και τις διορθώνεις.

Γίνεται αυτό. Επίσης η ομάδα η μεγάλη όλων των υποψηφίων, βρίσκεται και αυτή σε τακτά χρονικά διαστήματα ώστε να μπορείς να θέτεις ξανά τους κανόνες να τους υπενθυμίζεις. Να ενημερώνεις για το πρόγραμμα και τις δράσεις μαζικά.

Λαγός: Στο κομμάτι της επικοινωνίας ανήκει επίσης, ότι έχει να κάνει με το Facebook, το Instagram και γενικά τα social media. Υπάρχει κάποιος ο οποίος παρακολουθεί την πληροφορία που διακινείται μέσα από εκεί, είτε με την μορφή σχολίων, είτε κοινοποιήσεων, είτε like κτλ, ώστε να δίνει κάποιο feedback στον υποψήφιο; Γίνεται η χρήση κάποιου λογισμικού σε αυτή τη διαδικασία;

Βάκα: Ναι είχα τέτοιο άνθρωπο. Να πω βέβαια ότι στο θέμα τοπική αυτοδιοίκηση πρώτου βαθμού τα social media παίζουν πάρα πολύ μικρό ρόλο. Δεν έχουν την δύναμη που μπορεί να έχουν σε τοπικές αναμετρήσεις άλλου επιπέδου, κοινοβουλευτικές ή άλλες.

Λαγός: Λόγω της αμεσότητας φαντάζομαι των υποψηφίων με τον πολίτη

Βάκα: Ακριβώς. Τα social δεν μπορούν να μας δώσουν ασφαλή συμπεράσματα και είναι λάθος να βασίζεσαι σε αυτά. Εξάγεις μεν χρήσιμα συμπεράσματα, αλλά δεν μπορούν να σου δώσουν εικόνα πιθανής επιτυχίας ή αποτυχίας

Λαγός: Οι Δημοσκοπήσεις;

Βάκα: Οι δημοσκοπήσεις είναι πολύ σημαντικές και πρέπει να γίνονται. Πρέπει να επιλεγεί αξιόπιστη εταιρεία και βέβαια αυτό που είναι σημαντικό με τις δημοσκοπήσεις είναι να είναι πραγματικές. Τι εννοώ. Επειδή υπάρχει η τάση πιθανόν κάποιες δημοσκοπικές εταιρείες να θέλουν να παρουσιάζουν κάποια πράγματα υπέρ κάποιου, πρέπει ο υποψήφιος να γνωρίζει την αλήθεια. Να είναι αντικειμενικές και σωστές δημοσκοπήσεις. Είναι πολύ χρήσιμο εργαλείο.

Λαγός: Πολύ πιο χρήσιμο από τα social media;

Βάκα: Δεν το συζητώ. Οι δημοσκοπήσεις, είναι χρήσιμες. Τα social είναι ελάχιστα χρήσιμα και δεν μπορείς να εξάγεις συμπεράσματα για το αν πας ή δεν

πας καλά, παρά μόνο να εντοπίσεις τι είναι το ζητούμενο για την κοινωνία ίσως.

Λαγός: Φαντάζομαι ότι ο έλεγχος του κόστους του προεκλογικού αγώνα είναι σημαντικό να γίνεται από συγκεκριμένη ομάδα ενδεχομένως

Βάκα: Αποκλειστικά από εμένα

Λαγός: Και αντίστοιχα φαντάζομαι και ο έλεγχος των χρονοδιαγραμμάτων, όπως είπες και πριν, γίνεται πάλι από εμένα.

Βάκα : Ακριβώς αυτά τα ελέγγω εγώ

Λαγός: Το project κλείνει την ημέρα των εκλογών ή μπορεί να διαρκέσει και μερικές εβδομάδες μετά ώσπου να κλείσουν κάποιες υποχρεώσεις που ενδεχομένως έχει ο υποψήφιος

Βάκα: Το κλείσιμο του project τελειώνει μόλις κλείνει η κάλπη την δεύτερη Κυριακή αν υπάρχει δεύτερη Κυριακή.

Λαγός: Στον πρώτο βαθμό αυτοδιοίκησης θεωρείς ότι πέρα από τον υποψήφιο, εάν υπήρχε ένας επαγγελματίας project manager γνώστης της προεκλογικής εκστρατείας και της πολιτική θα μπορούσε να έχει θετικό ρόλο στον προεκλογικό αγώνα από την άποψη ότι θα μπορούσε ο υποψήφιος να έχει το μυαλό του πιο ελεύθερο για τον προεκλογικό του αγώνα αφήνοντας πίσω τον διοικητικό έλεγχο της εκστρατείας; Να αναλάβει ας πούμε, κομμάτια του προεκλογικού αγώνα, όπως το χρονοδιάγραμμα ή κάποιους ελέγχους ή σχεδιασμούς; Να απαλλάξει ουσιαστικά τον επικεφαλής από κάποια κομμάτια καθημερινού άγχους έτσι ώστε ο ίδιος να έχει περισσότερο χρόνο και την ηρεμία να τρέξει την καθημερινότητα της καμπάνιας;

Βάκα: Με την έννοια της καθολικής διαχείρισης των θεμάτων αυτών μόνο αν έχει σχέση με την τοπική κοινωνία δηλαδή να έχει αυτό που είπα πριν. Να μην έρθει ένας από ένα άσχετο δήμο που δεν έχει καμία εικόνα του δήμου Χαλκιδέων. Δεν θα μπορέσει να την κάνει την δουλειά αυτή. Μεμονωμένα όμως δύο ή τρεις τομείς που θα είναι καθαρά σε επίπεδο παρακολούθησης όπως τα χρονοδιαγράμματα ή τα social media ναι. Θα

ήταν χρήσιμο να παρέχει κάποιες υπηρεσίες. Με την έννοια όμως του project manager μόνο ένας άνθρωπος ο οποίος, όπως είπα έχει γνώση, εμπειρία και σύνδεση με την τοπική κοινωνία. Χωρίς την σύνδεση με την τοπική κοινωνία εγώ πιστεύω ότι δεν θα μπορούσε να πετύχει.

8.2. Συνέντευξη Περιφερειάρχη Στερεάς Ελλάδας, κυρίου Φάνη Σανού

Λαγός: Στα πλαίσια αυτής της συνέντευξης θα συζητήσουμε για την προεκλογική εκστρατεία του 2019 κατά την οποία εξελέγξαις περιφερειάρχης. Η συζήτησή μας κινηθεί γύρω από τις διεργασίες της διοίκησης έργων και κατά πόσο αυτές εφαρμόστηκαν κατά την προεκλογική περίοδο. Στη συγκεκριμένη εργασία έχουμε κάνει μία θεώρηση ότι η προεκλογική περίοδος χωρίζεται σε 4 υποπεριόδους. Η πρώτη είναι από την στιγμή της έκδοσης των αποτελεσμάτων της προηγούμενης προεκλογικής διαδικασίας μέχρι και την ανακοίνωση της ημερομηνίας των επόμενων εκλογών, αν και αυτό κυρίως ισχύει για υποψηφίους οι οποίοι είτε έχουν κερδίσει είτε έχουν χάσει και ξέρουν ότι θα ξανακατέβουν οπότε ξεκινούν να τρέχουν από πολύ νωρίς. Η δεύτερη περίοδος είναι από την ανακοίνωση της ημερομηνίας των εκλογών μέχρι την επίσημη ανακοίνωση της υποψηφιότητας του υποψηφίου. Η Τρίτη περίοδος από την ανακοίνωση της υποψηφιότητας μέχρι και την ανακοίνωση του τελικού ψηφοδελτίου, όταν δηλαδή έχει κλείσει η ομάδα του συνδυασμού. Αν και αυτό κυρίως αναφέρεται στον πρώτο και στον δεύτερο βαθμό αυτοδιοίκησης και όχι τόσο στις εθνικές εκλογές. Και τέλος από την ανακοίνωση του ψηφοδελτίου έως και την ημέρα των εκλογών.

Σπανός: Γιατί όχι στις εθνικές εκλογές;

Λαγός: Γιατί στις εθνικές εκλογές η ανακοίνωση του ψηφοδελτίου είναι απλά ένα milestone που δεν επηρεάζει στην ουσία την οργάνωση της προεκλογικής εκστρατείας σε επίπεδο Εθνικών εκλογών. Θέλω και την άποψη σου επ' αυτού δεν το παίρνω αξιωματικά το συζητάμε απλώς. Όταν σε εθνικό επίπεδο έχει χαραχθεί μία επικοινωνιακή στρατηγική για

το πώς θα γίνουν οι εκλογές, η ανακοίνωση των ψηφοδελτίων ενδεχομένως δεν θα αλλάξει τόσο πολύ την επικοινωνιακή στρατηγική εκτός κι αν συμβεί κάτι έκτακτο και χρειάζεται κάποια διαχείριση εντός του ψηφοδελτίου. Αλλά θεωρώ ότι άπαξ κι έχει χαραχθεί μία στρατηγική η ανακοίνωση του ψηφοδελτίου δεν θα επηρεάσει. Ενδεχομένως ίσως να δώσει κάποια ώθηση, αλλά δεν θα επηρεάσει την διοικητική οργάνωση, γι' αυτό το θεωρώ απλώς ένα milestone. Στην αυτοδιοίκηση ίσως παίζει μεγαλύτερο ρόλο το ψηφοδέλτιο, όσον αφορά την επικοινωνία προς τον κόσμο. Θα ήθελα το σχόλιό σου πάνω σε αυτό.

Σπανός: Επί της αρχής συμφωνώ με την προσέγγιση τουλάχιστον για όσους, που είναι το μεγαλύτερο ποσοστό, επιλέγουν μία επαγγελματικού τύπου πολιτική πορεία. Για τον κύριο όγκο των υποψηφίων ακούω την ίδια ανάγνωση. Στην αυτοδιοίκηση βέβαια είναι συγκεκριμένες οι ημερομηνίες, ενδεχομένως δηλαδή από την επόμενη μέρα των εκλογών μέχρι να πάρεις απόφαση να διεκδικήσεις ένα αξίωμα, είναι μία περίοδος κι όχι δύο. Στις εθνικές επειδή προφανώς είναι αστάθμητο το πότε είναι οι εκλογές προφανώς έχει αξία. Πολύ σημαντικό που επισημαίνεις τη δεύτερη περίοδο. Πολλοί την παραγνωρίζουν ενώ στην ουσία έχει τεράστια αξία. Βέβαια εδώ έχω ένα μεθοδολογικό ερώτημα. Ένα project είναι η πολιτική πορεία ενός προσώπου ή οι συγκεκριμένες εκλογές γιατί αν είναι οι συγκεκριμένες εκλογές μήπως το project αρχίζει μετά την απόφαση κι όχι στις προηγούμενες 2 φάσεις.

Λαγός: Στην μελέτη μας, Project θεωρούμε τον προεκλογικό αγώνα και όχι την πολιτική πορεία ενός υποψηφίου. Συγκεκριμένα, μαζί θα μιλήσουμε για την προεκλογική σου εκστρατεία του 2019. Η κάθε περίοδος ενδεχομένως να είναι σαν ένα subproject

Σπανός: Οι 2 πρώτες ή μία πρώτη για την αυτοδιοίκηση ίσως να preproject

Λαγός: Ενδεχομένως ναι

Σπανός: Γιατί εγώ από όταν ανέλαβα αντιπεριφερειάρχης το 2014, δεν είχα καν στο μυαλό μου να διεκδικήσω την Περιφέρεια το 2019. Οπότε μέχρι τον Οκτώβριο του 2018 ήξερα ότι θα παραμείνω στα κοινά αλλά δεν είχα στο μυαλό μου να θέσω υποψηφιότητα για Περιφερειάρχης

- Λαγός: Στην ουσία εσύ ξεκινάς από την τρίτη περίοδο. Η πιο σωστά, λίγο πριν λήξει η δεύτερη. Από εκεί ξεκινάει το δικό σου project
- Σπανός: Κάπως έτσι. Αν συζητούσαμε για τις εκλογές του '23 που εγώ είμαι από την πρώτη μέρα ξεκάθαρος ότι θα επαναδιεκδικήσω την Περιφέρεια τότε ναι, τώρα είναι ακόμα το project η σημερινή μέρα που μιλάμε.
- Λαγός: Γενικότερα προσπαθήσαμε να το βάλουμε σε ένα πλαίσιο δεδομένου ότι μιλάμε για εκλογές, μιλάμε για προεκλογική εκστρατεία, μιλάμε για πολιτική κι επειδή όλα αυτά είναι πάρα πολύ ρευστά κι αλλάζουν ανά περίπτωση.
- Σπανός: Και έχουν και αμέτρητες παραμέτρους.
- Λαγός: Ακριβώς. Απλά προσπαθήσαμε να τα κλείσουμε σε ένα κουτί για να μπορέσουμε να τα μελετήσουμε.
- Σπανός: Καλά κάνεις και αφήνεις κάποιες παραμέτρους απλώς να τις επισημαίνετε
- Λαγός: Αυτό είναι και το πλαίσιο της κουβέντας
- Σπανός: Γιατί οι τελευταίες περιόδους για κάποιον που ξέρει την ημέρα της εκλογής του ότι θα επαναδιεκδικεί την ίδια εκλογή ή ότι θα διεκδικήσει κάποια συγκεκριμένη εκλογή.
- Λαγός: Ναι σωστά η πρώτη περίοδος στην ουσία δεν είναι για όλους κυρίως είναι για τις εθνικές εκλογές
- Σπανός: Για όσους ξέρουν από την πρώτη μέρα τι θα κάνουν
- Λαγός: Για όσους ξέρουν ότι θα επαναδιεκδικήσουν ή θα πάνε να διεκδικήσουν οπότε ξεκινούν από πολύ νωρίς να τρέχουν. Να περάσουμε στο κομμάτι του project management. Κατά την εκκίνηση σε ένα project, ήδη το γνωρίζεις άλλωστε και από την επαγγελματική σου ιδιότητα πέρα από την πολιτική σου ιδιότητα, ξεκινάμε να φτιάξουμε ένα καταστατικό. Στην πολιτική και στην προεκλογική εκστρατεία δεν υπάρχει το καταστατικό με την έννοια του καταστατικού αλλά εν είδη καταστατικού μπορεί να θεωρήσουμε ότι ξεκινώντας την προεκλογική εκστρατεία θέτουμε κάποιους πολύ βασικούς αρχικούς στόχους πέρα από την εκλογή μας. Τίθενται κάποιοι στόχοι. Έκατσε εσύ ως εκκινήτης του έργου να θέσεις

κάποιους βασικούς στόχους πάνω στους οποίους θα πορευθεί όλη η προεκλογική εκστρατεία;

Σπανός: Ναι σίγουρα ο βασικός στόχος είναι η εκλογή, για το πώς θα φτάσεις στην εκλογή προφανώς θέτεις κάποιους επιμέρους στόχους. Κάνω ουσιαστικά το ίδιο πράγμα, το λέω με διαφορετικές λέξεις, δηλαδή γράφω σε ένα χαρτί το τι δουλειές έχουμε να κάνουμε. Για να το κάνω πιο συγκεκριμένο μία δουλειά είναι η επικοινωνία, που την χωρίζω σε μικρο και μάκρο επικοινωνία. Μάκροεπικοινωνία είναι τα ΜΜΕ και γενικά ο δημόσιος λόγος, μικροεπικοινωνία είναι η καθημερινή επαφή που έχει η ομάδα και ο επικεφαλής της με ανθρώπους. Είναι το πρόγραμμα, δηλαδή οι πολιτικές θέσεις του συνδυασμού και του επικεφαλής, το οποίο πρέπει να συνταχθεί και ακολούθως να επικοινωνηθεί, είναι η συγκρότηση του συνδυασμού, είναι το οργανωτικό όπου κατ' ουσίαν είναι τα εκλογικά κέντρα με όλη τους τη λειτουργία, όχι μόνο σαν facility, είναι όλο το κομμάτι διακίνησης υλικού ψηφοδέλτια, φυλλάδια και είναι και οι περιοδείες Όλα αυτά προφανώς έχουν overlaps. Δηλαδή οι περιοδείες έχουν μικροεπικοινωνία και ταυτόχρονα σε αυτά υπάρχει το οικονομικό κύκλωμα του αγώνα το οποίο είναι και αυτό ένα κεφάλαιο της δουλειάς. Επίσης ένα διακριτό κομμάτι που έπεται του οικονομικού, είναι όλα τα politics. Δηλαδή οι επαφές που δεν έχουν να κάνουν με επικοινωνία δηλαδή το να δείξεις πόσο καλός Περιφερειάρχης θα είσαι, είναι οι επαφές που αφορούν στην συγκρότηση συμμαχιών με κομματικούς φορείς ή με ανθρώπους επιρροής και γενικά όλη αυτή η διαχείριση που κάνεις για να δυναμώσεις την προσπάθεια σε στρατηγικό επίπεδο. Μετά ακολουθούν τα νομικά, γιατί θες μία διαρκή υποστήριξη για πάρα πολλά θέματα που εγείρονται. Στον δικό μου προεκλογικό αγώνα, πολύ σημαντικό ήταν και το πώς θα συνδυάσω την θέση που ήδη κατείχα ενώ διεκδικούσα την περιφέρεια. Όταν ξεκίνησα να κάνω προεκλογικό αγώνα ως υποψήφιος Περιφερειάρχης μία από τις πιο βασικές δουλειές ήταν πώς θα οργανώσω να λειτουργεί σωστά η αντιπεριφέρεια της Εύβοιας που ήδη κατείχα.

Αυτά λοιπόν για την λεγόμενη διοίκηση του αγώνα. Ερχόμαστε τώρα στην συγκρότηση της ομάδας. Αυτή είναι μια δουλειά που λες, ποιους

έχω σίγουρα κοντά μου; ποιες απ' αυτές τις δουλειές μπορούν να κάνουν ατομικά ή να μοιραστούν; και τι μου λείπει; Για παράδειγμα μπορεί να έχω έτοιμα τα στελέχη για το οργανωτικό, τα οικονομικά και την επικοινωνία αλλά πρέπει να βρω συνεργάτες για να μου φτιάξουν πρόγραμμα και κάποιους ανθρώπους που θα είναι υπεύθυνοι στο κομμάτι των politics ή το νομικό. Με αυτή την αναζήτηση συγκροτείς μία ομάδα. Εδώ βέβαια θέλει μία προσοχή στο θέμα των ρόλων γιατί προφανώς οι εκλογές είναι ένα one off project δεν μπορείς και δεν έχει νόημα να επενδύσεις ώστε να φτιάξεις δομές όπως θα έκανες σε μία εταιρεία, δηλαδή με πολύ αυστηρά οργανογράμματα κτλ. Προφανώς ο καθένας πρέπει να ξέρει ποια είναι η δουλειά του για να μην γίνεται ένα χάος αλλά εξίσου σημαντικό είναι να μπορούν να αλληλεπιδρούν δυναμικά. Να παίρνουν πρωτοβουλίες και να δίνουν γρήγορες απαντήσεις στα διακυβεύματα του αγώνα. Άρα αυτή η ισορροπία καθηκόντων με πρωτοβουλία θέλει αρκετή δουλειά.

Λαγός: Στην ουσία μόλις μου περιέγραψες όλο το κομμάτι του σχεδιασμού και του προγραμματισμού ενός project, το οποίο θα δούμε και πιο αναλυτικά. Να μείνουμε λίγο στην εκκίνηση ενός project, όπου πρέπει να γίνει προσδιορισμός των συμμετεχόντων το οποίο είναι πολύ σημαντικό κομμάτι ειδικά για ένα προεκλογικό αγώνα. Υπάρχει κάποιος αρχικός σχεδιασμός; Αnéφερες ήδη τους ανθρώπους τους οποίους θα βοηθήσουν και το κομμάτι του politics. Οι stakeholders μπορεί να είναι ο οποιοσδήποτε μπορεί να πάει στην κάλπη. Υπάρχει κάποιος προσδιορισμός των σημαντικότερων από αυτούς; Κάποιοι ίσως που θα πρέπει να παρακολουθήσουμε επειδή μπορεί να δημιουργήσουν πρόβλημα ή γιατί μπορεί βοηθήσουν;

Σπανός: Κάτι που παρέλειψα, παρότι το επισήμανα ως πολύ σημαντικό, είναι να μιλήσουμε για την δεύτερη φάση, αυτή του να αποφασιστεί να είσαι υποψήφιος. Αυτό μπορεί να είναι μία δουλειά των stakeholders. Σε πρώτη φάση, όλων των υπολοίπων πλην των ψηφοφόρων. Αυτό είναι πραγματικά το αφετηριακό κομμάτι του project. Δηλαδή από την στιγμή που σου μπαίνει η ιδέα είτε το καλλιεργείς ώστε να διεκδικήσεις μία θέση, το να μπορείς να είσαι υποψήφιος γι' αυτή τη θέση είναι μία

δουλειά που πρέπει να γίνει πριν από οτιδήποτε άλλο. Οπότε ναι σε αυτό παίζουν μεγάλο ρόλο οι επαφές που πρέπει να κάνεις ανάλογα με την φύση της εκλογής. Μπορείς να το κάνεις μετρώντας αρχικά τις διοικητικές, οργανωτικές και οικονομικές σου δυνάμεις. Βλέποντας ακολούθως ανάλογα με την φύση της εκλογής τι ανώτερη υποστήριξη μπορεί να χρειαστείς για παράδειγμα αν είναι μία εκλογή που χρειάζεται κομματικό χρίσμα

Λαγός: Το κόμμα είναι ένας σημαντικός stakeholder;

Σπανός: Σίγουρα στις περιφερειακές εκλογές. Σε ένα δήμο λιγότερο σημαντικός, σ' ένα μικρό δήμο είναι ακόμη λιγότερο σημαντικός. Μιλώντας για περιφερειακές εκλογές είναι απολύτως απαραίτητο να έχεις τουλάχιστον μία ισχυρή κομματική στήριξη αν θέλεις να αξιώσεις εκλογή. Το οποίο μετά συνδέεται με το ποιοι μπορούν να σε υποστηρίξουν. Προφανώς απαιτείται μια συνολική χαρτογράφηση του περιβάλλοντος για τις δικές σου δυνάμεις. Προφανώς επειδή η εκλογή είναι μία διαδικασία σύγκρουσης – αξιολόγησης – επιλογής, πρέπει να κάνεις μια ανάλυση των αντιπάλων ή των πιθανών αντιπάλων. Δηλαδή το ποιοι είναι και το τι δυνάμεις μπορούν να ενεργοποιήσουν. Χρήσιμο εργαλείο σε αυτές τις περιπτώσεις είναι και μία πρώτη δημοσκόπηση διερευνητική ή σεναριακή, η οποία μπορεί να δώσει μια εικόνα. Τα αποτελέσματα της βέβαια δεν είναι «συμβόλαιο» αλλά μία επαγγελματικά υλοποιημένη δημοσκόπηση μπορεί να σου δώσει μία βασική εικόνα για την προδιάθεση του κόσμου απεναντί σου και απέναντι στους άλλους υποψηφίους. Άρα όλο αυτό το κομμάτι είναι πολύ σημαντικό.

Λαγός: Να περάσουμε λοιπόν στο κομμάτι του σχεδιασμού που είναι ίσως και το σημαντικότερο το οποίο είναι να σχεδιαστεί σωστά εξ αρχής μία προεκλογική εκστρατεία ώστε να εκτελεστεί και όσο το δυνατόν καλύτερα, αν και πάντα θα υπάρχουν αστάθμητοι παράγοντες. Μου ήδη μίλησες για το πώς ανέπτυξες ένα πρώτο σχέδιο της διοίκησης του έργου. Θέλω λοιπόν τώρα να πούμε για το φυσικό αντικείμενο των εκλογών. Έκατσε με κάποια ομάδα έχοντας κάποιες απαιτήσεις και είπες ότι εμείς θέλουμε να πετύχουμε αυτά, και θα τα πετύχουμε με αυτό τον τρόπο;

Αναπτύξτε κάποια Work Breakdown Structure για το πώς ακριβώς θα το πετύχετε;

Σπανός: Κάθε ένα από τα κεφάλαια που ανέφερα προηγουμένως έχει την υποανάλυσή του. Για παράδειγμα στα οικονομικά λες ποιες είναι οι ανάγκες που έχω και κάνεις έναν προϋπολογισμό, ένα πρώτο budgeting το οποίο είναι δυναμικό και προσαρμόζεται στην πορεία του χρόνου. Τι θα χρειαστείς για τις ανάγκες του οργανωτικού, για τις ανάγκες των ΜΜΕ κτλ

Λαγός: Γίνεται ένας σχεδιασμός της διαχείρισης του κόστους, στην ουσία μία εκτίμηση

Σπανός: Ναι, κάνεις τον προϋπολογισμό ανά κατηγορία δαπάνης. Ένα άλλο είναι ο ίδιος ο συνδυασμός. Επειδή στην αυτοδιοίκηση όλοι θέλουμε να έχουμε τον μέγιστο αριθμό υποψηφίων για διάφορους λόγους, και για καλύτερη εικόνα και για να δεσμεύσεις όσο το δυνατόν πιο πολλούς ανθρώπους με θεσμικό τρόπο στην προσπάθειά σου. Κάνεις λοιπόν την άσκησή σου και λες θέλω τόσους ανθρώπους σε κάθε νομό, οι οποίοι είναι τόσο άντρες και τόσες γυναίκες. Μετά από κάθε νομό βλέπεις ποιους έχεις ήδη ως βασική προϋπάρχουσα ομάδα και μετά εγώ αυτό που κάνω είναι ένας επιμερισμός σε διάφορες κοινωνικές διαρθρώσεις. Δουλεύω σε ένα excel και λέω, για τον μέγιστο αριθμό υποψηφίων θέλω τόσους προερχόμενους από κάθε δήμο κάθε νομού. Ας πούμε στα 27 άτομα που έχει το ψηφοδέλτιο της Εύβοιας μου έβγαине να είναι 13 από την Χαλκίδα, 3 από τον δήμο Καρύστου, 1 από τον δήμο Σκύρου και αντίστοιχα για τους άλλους. Μετά τρέχω κάποια φίλτρα ηλικιακά προσπαθώντας αν πάρουμε σαν παραδοχή εργασίας ότι όλοι όσοι είναι υποψήφιοι θέλουν την καλύτερη κοινωνική διαστρωμάτωση, δηλαδή να πιάσεις όλες τις περιοχές, όλες τις ηλικίες, όλο το πολιτικό φάσμα, το εργασιακό, το μορφωτικό. Οπότε προφανώς όλα αυτά δεν είναι εργοστασιακά όμως όσο προχωράς στον συνδυασμό, έχεις ένα excel που ό,τι όνομα περνάς μέσα, είτε όνομα που τον έβαλες (στο ψηφοδέλτιο) ή που θέλεις να τον βάλεις να έχει το προφίλ του, παράδειγμα 39 ετών, άρα εύρος 35-55, αγρότης, απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης προερχόμενος από τον χώρο του

κέντρου και καταγόμενος από τον δήμο Μακρακώμης. Μετά τρέχεις ένα πρόγραμμα βάσης δεδομένων που σου λέει ότι μέχρι στιγμής έχεις υπερβολικά πολλούς αγρότες ή έχεις υπερβολικά λίγους από τον χώρο της δεξιάς ή είναι υπερβολικό να βάλεις τέταρτο άτομο από τον δήμο Μακρακώμης από την στιγμή που ο αλγόριθμος σου δίνει 2. Βέβαια πάντα μπαίνει το πολιτικό ένστικτο και κριτήριο για να δεις πόσο αυτά τα καμπανάκια που χτυπούν θα τα ακολουθήσεις ή θα πεις ότι εμένα η επιλογή μου είναι αυτή. Άρα λοιπόν το θέμα είναι πολύ σημαντικό για τον συνδυασμό το να τρέχεις δηλαδή ανά κοινωνική κατηγοριοποίηση πώς μοιράζεται η πίτα σου, είναι μία τρομερά χρήσιμη πληροφορία η οποία όμως δεν πρέπει να είναι ευαγγέλιο, δόγμα, είναι κάτι για να το αξιολογήσεις και με το ένστικτό σου. Κάπως έτσι λοιπόν γίνεται η ποσοτικοποίηση του συνδυασμού.

Λαγός: Αυτό είναι πολύ σημαντικό και να σταθώ στο κομμάτι αυτό, γιατί μίλησες για λογισμικό. Άρα λοιπόν χρησιμοποιείτε κάποιο software να μπορέσει να γίνει η παρακολούθηση του συνδυασμού. Χρησιμοποιείτε λογισμικό το οποίο θα ελέγξει παραμέτρους σε επίπεδο ανθρώπινου δυναμικού και θα κάνει ένα έλεγχο για το πώς θα πρέπει να στηθεί η ομάδα.

Σπανός: Ναι χρησιμοποιούμε και λογισμικό βάσης δεδομένων που τρέχει φίλτρα, ποσοτώσεις κτλ, χρησιμοποιούμε και ERP. Έχω βάση δηλαδή με άτομα που θέλω να είναι ή που θεωρώ ότι είναι πολιτικοί μου φίλοι, φυσικά με ό,τι προβλέπεται από την νομοθεσία περί GDPR. Το οποίο είναι αρκετά μεγάλος περιορισμός αλλά όχι τέτοιος που να καθιστά το εργαλείο μη χρήσιμο. Βέβαια χρησιμοποιούνται και πολλά άλλα υπολογιστικά εργαλεία. Για το οικονομικό κύκλο χρειάζεσαι ένα λογισμικό πρόγραμμα έστω βασικό. Στην έρευνα που θα γίνει για τη διαμόρφωση του προγράμματος όπου επίσης είναι μία δουλειά η οποία επιμερίζεται ώστε να καταγραφούν οι βασικοί σου άξονες. Για τη περιφέρεια μπορεί να είναι έργα υποδομής, τουρισμός, βιομηχανία, αγροτική παραγωγή, παιδεία, πολιτισμός. Άλλος διαμορφώνει τους προγραμματικούς του άξονες καθαρά με βάση αυτές τις αρμοδιότητες που του δίνει η νομοθεσία δηλαδή ο Καλλικράτης. Άλλος αυτοδιοικητικός έχει μία πιο ευρύ ανάγνωση, λέει ό,τι ενδιαφέρει τους πολίτες μου ενδιαφέρει κι

εμένα. Δεν είναι παράλογο ο περιφερειάρχης Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης να έχει στην ατζέντα του ένα λόγο για εθνικά θέματα που προφανώς δεν θα το έχει ο περιφερειάρχης Στερεάς.

Λαγός: Είναι η φύση της κάθε περιοχής και προσαρμόζεται σε αυτή

Σπανός: Ας πούμε μπορεί να μην έχει καμία απολύτως αρμοδιότητα για το μεταναστευτικό, αλλά είναι εξίσου παράλογο να μην έχεις και θέση στο πρόγραμμα για το μεταναστευτικό

Λαγός: Δεδομένου ότι επηρεάζει την περιφέρεια

Σπανός: Ακριβώς. Οπότε κάπως έτσι βγαίνει το πρόγραμμα και βέβαια κι όλες οι υπόλοιπες δουλειές και η επικοινωνία. Θα φτιάξεις ένα πλάνο εμφανίσεων όπου στην αρχή είναι απολύτως ελεύθερες με μια διάρθρωση σε κεντρικά και τοπικά ΜΜΕ, σε είδος ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, Social Media κτλ) αλλά αυτό είναι ένα πλάνο από μόνο του, είναι κι ένα project από μόνο του.

Λαγός: Σίγουρα και η επικοινωνία παίζει μεγάλο ρόλο

Σπανός: Και αντιστοίχως τα οργανωτικά που λες πόσους ανθρώπους χρειάζομαι για να τρέχουν τα εκλογικά μου κτλ. Άρα λοιπόν όλο αυτό είναι ένα τεράστιο δέντρο ενεργειών και ή καταλήγεις σε επιμέρους παρακλάδια για τις συγκεκριμένες δουλειές ή καταλήγεις στο τελικό προϊόν που μπορεί να λέγεται budget μπορεί να λέγεται συνδυασμός, μπορεί να λέγεται οτιδήποτε

Λαγός: Κάτι άλλο που παίζει πολύ σημαντικό ρόλο, είναι το ανθρώπινο δυναμικό το οποίο απαιτεί μία προεκλογική εκστρατεία. Και δεν αναφερόμαστε στους υποψήφιους που μιλήσαμε πριν, αλλά στις ομάδες που θα τρέξουν το project. Δηλαδή υπάρχουν συγκεκριμένες ομάδες που άλλη θα τρέχει μόνο την επικοινωνία, άλλη θα τρέχει το οικονομικό., κτλ; Υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος συνεργάτης ο οποίος αναλαμβάνει να δομήσει αυτές τις ομάδες και να μοιράσει αρμοδιότητες; Αυτές οι ομάδες τρέχουν είτε αλληλοκαλύπτοντας η μία την άλλη είτε ανεξάρτητα; αναφέρονται σε κάποιον υπεύθυνο ο οποίος είναι θεωρητικά ο project manager για το

project ο οποίος αναντιστοιχία αναφέρεται σε εσένα που είσαι ο υποψήφιος; υπάρχει κάποια άλλη δομή;

Σπανός: Ανάλογα με το μέγεθος και την φύση της εκλογής ο επικεφαλής/αιρετός είναι και δεν είναι campaign manager κι αυτού και της ομάδας του. Να φέρω το πολύ ακραίο παράδειγμα στις αμερικάνικες προεδρικές εκλογές ο υποψήφιος πρόεδρος είναι απλά η εικόνα και παίρνει πολύ λίγες και μεγάλες στρατηγικές αποφάσεις και κατά τα λοιπά βγαίνει έξω στον κόσμο δείχνει την εικόνα του, το προφίλ του και από πίσω υπάρχει μια βιομηχανία υποστήριξης του. Κατεβαίνοντας λοιπόν επίπεδο εκλογών, ένας υποψήφιος δήμαρχος ακόμα και σε ένα μεσαίο δήμο δεν μπορεί να έχει εύκολα διευθυντή εκλογικού αγώνα ή και να έχει θα μπαίνει κι αυτός βαθιά μέσα στο management του εκλογικού αγώνα. Κάπου στην μέση είναι και οι περιφέρειες. Εγώ είχα σε καθένα από τους τομείς είχα συντονιστές. Δηλαδή είχα συντονιστή οργανωτικού, συντονιστή επικοινωνίας κτλ, το basic team δηλαδή. Γενικό συντονιστή είχα αλλά όχι με τέτοιο τρόπο που να αναφέρονται όλοι σε αυτόν χωρίς να μιλάμε μαζί. Λειτουργούσε ως αναπληρωτής project director, ή αναπληρωτής project manager για όπου δεν χρειαζόταν να πάρω εγώ τις αποφάσεις.

Λαγός: Σε μία τέτοια ομάδα σίγουρα όλοι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και η πληροφορία πολλές φορές διακινείται οριζοντίως και όχι μόνο καθέτως και σίγουρα δεν μπορείς να έχεις μία πυραμιδική μορφή αυστηρά εταιρική ας πούμε στη διοίκηση, δεν μπορεί να γίνει αυτό.

Σπανός: Και δεν πρέπει.

Λαγός: Προφανώς, μιλώντας και για περιφέρειες που είναι προσωποποιημένες, όλοι μέσα στην ομάδα θέλουν να έχουν επαφή με τον επικεφαλής. Σε μία περιφέρεια όπως είναι η Στερεά Ελλάδα που μπορεί εσύ να βρίσκεσαι στην Στυλίδα και ξαφνικά κάτι να γίνει στην ομάδα η οποία τρέχει στην Κάρυστο, η πληροφορία πρέπει να μεταφερθεί και η απόφαση να παρθεί γρήγορα, εκεί πρέπει να υπάρχει κάποιος φαντάζομαι ο οποίος θα πάρει μία απόφαση αντί εσού;

Σπανός: Ακριβώς. Γι' αυτό το πρόσωπο που είχα εγώ γι' αυτή την δουλειά δεν το ονομάζω συντονιστή το ονομάζω αναπληρωτή μου. Διότι υπό νορμάλ

συνθήκες, τελικές αποφάσεις υψηλού επιπέδου έπαιρνα μόνο εγώ ως επικεφαλής. Αλλά είχε ο μηχανισμός την ευελιξία να λαμβάνει κάποιες αποφάσεις, τουλάχιστον μεσαίου επιπέδου όταν έπρεπε να γίνει γρήγορα.

Λαγός: Η επιλογή των ομάδων αυτών και των υποομάδων που τρέχουν τα sub projects που μπορεί, όπως είπες, να είναι τα οικονομικά, η επικοινωνία, η διαχείριση χρόνου κτλ, έγινε από κάποιον συγκεκριμένα; Έγινε από τους συντονιστές; Έγινε από εσένα; Και οι ομάδες αυτές, αποτελούνταν από εθελοντές ή από υπαλλήλους;

Σπανός: Κυρίως εθελοντές, κανένας υπάλληλος και αρκετοί contractors. Για παράδειγμα, στην μακρο-επικοινωνία που σχετίζεται με την παρουσία στα συμβατικά και ψηφιακά media μπαίνει μία εταιρεία κι έχεις ένα account manager με τον οποίο συνομιλείς. Στο οργανωτικό αντίθετα είναι καθαρά εθελοντικό και σχετίζεται με συγγενικά πρόσωπα, με ανθρώπους που είναι στην ομάδα κτλ. Μπορείς να ενεργοποιήσεις κάποιες λίγες υπαλληλικές θέσεις όπως 2 οδηγούς ή 2 εργάτες που μπορεί να έχουν κάποιες φυσικές εργασίες να εκτελέσουν, καθόλη την διάρκεια. Σε αυτή την περίπτωση μπορείς συνεργάζεσαι μαζί τους για 4 μήνες ας πούμε και να είναι alerted όπου χρειαστεί.

Λαγός: Στο κομμάτι των επικοινωνιών μου έχεις δώσει μία εικόνα για το πώς γίνεται ο σχεδιασμός της επικοινωνίας, πώς γίνεται η ανάπτυξη της ομάδας που θα τρέξει το κομμάτι της επικοινωνίας. Υπάρχει μετά από εκεί και πέρα είτε μέσω κάποιου software είτε μέσω των ανθρώπων, κάποια διαχείριση της πληροφορίας η οποία λαμβάνεται ως feedback από τις επικοινωνίες; Γίνεται και κάποιος έλεγχος αυτής της πληροφορίας που λαμβάνεται ώστε να δεις εάν όλα πάνε καλά αλλιώς να επανέλθεις και να αλλάξεις τον αρχικό σχεδιασμό;

Σπανός: Αυτό οφείλεις να το κάνεις, εμείς ξεκάθαρα το κάναμε. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όταν τα χρησιμοποιείς επαγγελματικά έχουν δικά τους εργαλεία και σου δίνουν ένα αρκετά καλο feedback, σου δίνουν και την δυνατότητα μίας αρκετά εξειδικευμένης διαφήμισης. Δηλαδή εγώ μπορώ να διαφημιστώ στο Facebook και να μην με βλέπουν στην Κοζάνη, να μην με βλέπουν οι ηλικίες που δεν ψηφίζουν ή ενδεχομένως

να μην με βλέπουν κι όσοι είναι ιδεολογικά σε πολύ σκληρές και μακριά από εμένα γραμμές. Άρα λοιπόν η δαπάνη που βάζεις γι' αυτές τις ανάγκες, να ξέρεις ότι πιάνει τόπο σε ανθρώπους που ξέρεις ότι υπάρχει πιθανότητα να σε ψηφίσουν. Λένε ότι έτσι κέρδισε τις εκλογές ο Trump επειδή κεντράρισε στους αναποφάσιστους.

Λαγός: Εκεί ήταν και το σκάνδαλο που είχε προκύψει με την Cambridge Analytica.

Σπανός: Είναι και φορές που ακροβατείς στα όρια στα όρια θεμιτού και αθέμιτου. Στο δικό μας το επίπεδο και να θέλαμε να κάνουμε αθέμιτα που δεν θέλουμε δεν υπάρχουν τα δεδομένα. Όμως στα συμβατικά μέσα δεν είναι εύκολο να παίρνεις στοιχεία, δηλαδή από την τηλεόραση και από το ραδιόφωνο δεν μπορείς να λάβεις άμεση πληροφορία για το πως ανταποκρίθηκε ο κόσμος στο μήνυμά σου. Ίσως μόνο μέσα από την λειτουργία των συμβατικών μέσων στα social media. Ότι για παράδειγμα έδωσες μία συνέντευξη στο τάδε εθνικό ή τοπικό site και αυτό το site το έβαλε στο Facebook κι εκεί είδες τον σχολιασμό. Άρα αυτό είναι το πολύτιμο που προσφέρουν τα social κατά την άποψή μου. Ωστόσο αυτό που μπορείς να δεις μέσα από ειδικό λογισμικό είναι οι αυθόρμητες αναφορές των MME στο πρόσωπό σου. Η μη αγορασμένη δηλαδή διαφημιστική καταχώρηση στο ελεύθερο τύπο, αλλά το σχόλιο που γράφτηκε για εσένα σε μία παραπολιτική στήλη του Βήματος πχ. Γι' αυτό υπάρχουν λογισμικά και τα χρησιμοποιούμε γιατί δίνουν την τάση. Οπωσδήποτε αν θες να κάνεις ένα πολύ επαγγελματικό αγώνα είναι πολύ χρήσιμη και μία κυλιόμενη δημοσκόπηση. Στο επίπεδο της Περιφέρειας της Στερεάς Ελλάδας κάναμε δημοσκοπήσεις αλλά όχι κυλιόμενες. 2-3 είναι μάλλον αρκετές για προεκλογική περίοδο. Βέβαια στην επικοινωνία δεν είναι μόνο τι επαφές και τι πλάνο εμφανίσεων κάνεις αλλά και το τι λες, το πώς φαίνεσαι τα οποία επίσης είναι κομμάτι της δουλειάς, χρήσιμα ή λιγότερο χρήσιμα ανάλογα και με την εμπειρία του πολιτικού προσώπου. Εγώ το χρειαζόμουν το '19 πολύ περισσότερο απ' ότι θα το χρειαστώ το '23. Το πώς στήνεται το ατομικό προφίλ, από την εκφορά λόγου, από το ντύσιμο και βέβαια πολύ λιγότερο απ' όσο θα το χρειάζεται ένας έμπειρος κοινοβουλευτικός ή κάποιος άλλος που έχει εκλεγεί 3

φορές Νομάρχης και 3 Περιφερειάρχης και μιλάει απευθείας στον κόσμο του

Λαγός: Στο πλαίσιο της εκτέλεσης του project είναι και το κομμάτι του trouble shooting. Πράγματα δηλαδή που μπορούν να συμβούν εκτάκτως κατά την διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας και το πως αυτό διαβάζεται από τις ομάδες και μπορεί να μετασκευάσει όλο τον προεκλογικό αγώνα. Αυτό είναι άμεσα συνδεδεμένο με την επικοινωνία και τους ανθρώπους που τρέχουν τις επικοινωνίες αλλά έχει να κάνει και με την διαχείριση του κινδύνου. Υπάρχει κάποιος σχεδιασμός και κάποια πρόβλεψη των ρίσκων που μπορεί να συμβούν; Αν εν τέλει συμβούν αυτά τα οποία έχουμε σχεδιάσει ή κάποια τα οποία δεν έχουμε σχεδιάσει πώς αντιμετωπίζεται από τις ομάδες; Διαβάζονται κάπως οι κίνδυνοι από τις ομάδες και αντίστοιχα προτείνεται ένα πλάνο διαχείρισης; Το trouble shooting πώς γίνεται είτε on going στην διαδικασία είτε σαν πρόβλεψη;

Σπανός: Το μόνο σίγουρο πράγμα σε μία εκλογή είναι ότι θα έχεις και προβλήματα και έκτακτες καταστάσεις οι οποίες μπορεί να δημιουργήσουν κινδύνους. Άρα λοιπόν χρειάζεται να έχεις μία διαχείριση. Σε εμάς, ενδεχομένως δεν το απαιτεί και το σύστημα της εκλογής, να έχουμε μια οργανωμένη διαχείριση και πολύ περισσότερο μία ποσοτικοποιημένη διαχείριση risk management. Δεν υπάρχει κάποιος που να λέει ότι υπάρχει μια πιθανότητα μίας νέας φυσικής καταστροφής η οποία θα υποβαθμίσει την δύναμή μας και θα χρειαστούμε κι ένα σχέδιο αντιμετώπισης. Ωστόσο με εμπειρικό τρόπο, μία έμπειρη ομάδα μπορεί να διαβάσει κάποιους κινδύνους που μπορεί να έρχονται. Σίγουρα πρέπει να έχει μία δεξαμενή υποψηφίων για την περίπτωση που έχεις κάποιο πρόβλημα στον συνδυασμό. Είτε μπορεί να είναι ένα πρόβλημα φυσικής αδυναμίας συμμετοχής είτε μπορεί να είναι ένα σκάνδαλο. Μπορεί να έχεις έναν έτοιμο μηχανισμό να διαχειριστείς μία κατάσταση ή μία κακή είδηση.

Λαγός: Ο τελευταίος πυλώνας πολύ σημαντικός είναι η διαχείριση του χρόνου, γιατί μιλάμε για πολύ συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα. Ένας προεκλογικός αγώνας μπορεί να έχει θολά όρια έναρξης, σίγουρα όμως φαίνονται τα όρια του τέλους. Δεν παίρνει παράταση είτε προλαβαίνεις

εκεί είτε όχι. Άρα είναι πάρα πολύ σημαντικός ο σχεδιασμός του χρόνου. Πώς δηλαδή θα διαχειριστούμε τους μήνες τους οποίους έχουμε, τι θα κάνουμε, πότε θα το κάνουμε, να θέσουμε milestones πάνω στην κλίμακα του χρόνου. Γίνεται μέσω κάποιου λογισμικού, είτε με χαρτί και μολύβι, είτε εμπειρικά, κάθεται κάτω η ομάδα και λέει ότι μέχρι τότε θα έχουμε κάνει αυτό για να φτάσουμε στις εκλογές;

Σπανός: Εξαιρετικά σημαντικό είναι αυτό. Σιγουρά μία σοβαρή ομάδα που κάνει εξίσου σοβαρά εκλογές, πρέπει να έχει κάποιο χρονικό προγραμματισμό οποίος πάλι δεν είναι ευαγγέλιο αλλά δεν είναι και αμελητέος. Αν εγώ έχω τελευταία ημερομηνία υποβολής ψηφοδελτίου την τάδε Απριλίου είναι σαφές ότι 10 μέρες πριν να έχω συμπληρώσει τον συνδυασμό μου. Το οποίο αν γίνουν 8 (οι μέρες) δεν χάθηκε ο κόσμος αλλά σιγουρά δεν πρέπει να πάω στην παραμονή. Πιο εξειδικευμένα εργαλεία δεν έχουμε χρησιμοποιήσει.

Λαγός: Microsoft project ας πούμε, που είναι ένα πρόγραμμα δημιουργίας και παρακολούθησης χρονοδιαγραμμάτων.

Σπανός: Δεν ξέρω αν σε εθνικό επίπεδο η ΝΔ ή Ο ΣΥΡΙΖΑ για παράδειγμα κάνει Gantt Diagrams για να σχεδιάσει τον εκλογικό αγώνα, εμείς πάντως δεν κάνουμε παρότι κοιτάζουμε με εμπειρικό τρόπο να υπάρχει ένας συγχρονισμός στις ενέργειες και μια αλληλεπίδραση, όπως και μία τακτική του χρόνου. Δηλαδή ο χρόνος είναι ένα νήμα πάνω στο οποίο πατάς για διάφορα πράγματα. Για παράδειγμα για να αυξομειώσεις την πολιτική ένταση. Δηλαδή δεν είναι μόνο του πώς βάζεις πάνω τις δουλειές, είναι και πώς τον χρησιμοποιείς σαν εργαλείο από πολλές άλλες απόψεις. Κι ένα άλλο που έχει σημασία ταυτόχρονα με τον χρόνο είναι ο προσωπικός χρόνος του υποψηφίου στον οποίο δεν πρέπει να δαπανάται δευτερόλεπτο. Όπου δαπανάται δεν σημαίνει ανάπαυση, αντιθέτως η ανάπαυση είναι απολύτως υποχρεωτική. Δηλαδή δεν μπορείς να πας στην κεντρική ομιλία και να είσαι 3 μέρες ξενυχτισμένος ακόμη και αν αυτό το ξενύχτι έγινε επειδή δούλευες για τις εκλογές. Είναι κομμάτι της δουλειάς να έχεις κοιμηθεί 1 ώρα ,να έχει καθαρίσει το μυαλό, να έχει καθαρίσει το πρόσωπο και να μπορέσεις να δώσεις την καλύτερή σου

εικόνα την κρίσιμη στιγμή. Αλλά ακόμη κι αυτό πρέπει να έχει μία οργάνωση. Όλοι οι άλλοι πόροι μπορεί θεωρητικά να είναι ανεξάντλητοι, μπορεί να έχεις αμέτρητους συνεργάτες, μπορεί να έχεις αμέτρητα χρήματα, μπορεί να έχεις αμέτρητους υποστηρικτές σίγουρα δεν έχεις αμέτρητο χρόνο. Άρα λοιπόν πολύ σημαντικό που το επισημαίνεις. Και ο χρόνος συνολικά της ομάδας και ο προσωπικός χρόνος του επικεφαλής είναι το πιο valuable και limited resource στον αγώνα.

Λαγός: Υπάρχει κάποιος από την ομάδα ο οποίος ελέγχει τα χρονοδιαγράμματα τα οποία έχουν στηθεί έστω εμπειρικά και χτυπάει καμπανάκια. Λέει ότι φτάνουμε στο deadline και δεν έχουμε κλείσει ακόμη συνδυασμό κτλ.

Σπανός: Είναι ο καθένας για το δικό του, αλλά αυτές είναι και δουλειές που μπορεί να κάνει ο αναπληρωτής. Καταρχάς εμείς κάνουμε και κάποιες τακτικές συσκέψεις. Αρχικά τις πρώτες μέρες μπορεί να γίνονται και κάθε μέρα μετά γίνονται ανά εβδομάδα, μετά ανά μήνα και μετά προς το τέλος μπορεί να πυκνώνουν και πάλι όταν έχουν μπει κάποια πράγματα σε σειρά. Το πόσο on time-in time είναι ο καθένας στην δουλειά του είναι πολύ σημαντικό αφού οι τομείς αλληλεπιδρούν και εξαρτώνται μεταξύ τους. Για παράδειγμα αν έχει καθυστερήσει ο σχεδιασμός προγράμματος τότε από ένα σημείο και μετά κρεμάει η επικοινωνία. Γιατί μπορεί στην αρχή να μιλάς να λες θέλω το καλό της περιφέρειας της Στερεάς Ελλάδας αλλά ένα μήνα πριν τις εκλογές πρέπει να λες συγκεκριμένα πράγματα, δρόμους, σχολείο, γέφυρα, τουρισμός, βιομηχανία, υδροηλεκτρικό φράγμα. Άρα λοιπόν επειδή υπάρχει αυτή η αλληλεπίδραση είναι πάντα πολύ σημαντικός ο συντονισμός και η υλοποίηση χρόνο – στόχο - διαγραμμάτων.

Λαγός: Μιλήσαμε αρκετά και για τον σχεδιασμό και για το πως γίνεται η παρακολούθηση αυτό που θέλω να σταθώ είναι λίγο στο πώς και αν γίνεται κάποιος έλεγχος της εμπλοκής των συμμετεχόντων. Δηλαδή κατά πόσο οι συμμετέχοντες οι οποίοι έχουμε ορίσει στην αρχή, παίζανε όντως τον ρόλο τους. Υπάρχει κάποιος έλεγχος σε αυτό; Μπορεί να γίνει ένας έλεγχος ότι στην Λαμία για παράδειγμα η τάδε ομάδα εν τέλει δεν έκανε αυτά που είπε, δεν στήριξε, δεν είχε την εμπλοκή που έπρεπε να έχει με

αποτέλεσμα να πρέπει να τους ενεργοποιήσεις πάλι. Γίνεται κάποιος τέτοιος έλεγχος σε αυτές τις ομάδες;. Σίγουρα καταλαβαίνω ότι γίνεται αντίστοιχος έλεγχος της εμπλοκής των υπόλοιπων συνδυασμών των αντιπάλων μέσω κάποιων δημοσκοπήσεων. Αλλά για τους συμμετέχοντες οι οποίοι είναι σε εσένα, γίνεται κάποια παρακολούθηση;

Σπανός: Αυτό είναι κάτι το οποίο παρακολουθείς ζωντανά και μιλώντας με τους υπευθύνους της κάθε ομάδας. Δηλαδή όταν μιλούσα με την υπεύθυνη του οργανωτικού μπορούσε να μου δώσει στίγμα ότι στο εκλογικό κέντρο της Βοιωτίας πάμε σφαίρα ενώ στις Φωκίδας έχουμε προβλήματα.

Λαγός: Οπότε υπάρχει ένας τυπικός έλεγχος

Σπανός: Αυτό γίνεται σχεδόν ζωντανά.

Λαγός: Κλείνοντας είπαμε για τον σχεδιασμό του χρόνου, είπαμε για τους κινδύνους, είπαμε για πράγματα τα οποία είπες κι εσύ ότι παρακολουθούνται εμπειρικά μεν αλλά όχι μέσω κάποιου προγράμματος. Θεωρείς ότι αν υπήρχε ένας επαγγελματίας project manager ο οποίος μπορεί να κάνει διαχείριση του χρόνου πάνω σ' ένα πρόγραμμα επαγγελματικό ή να κάνει ένα risk assessment κι ένα risk management θα άλλαζε κάτι στο σύνολο ή τελικά το εμπειρικό κομμάτι είναι αυτό που παίζει ρόλο.

Σπανός: Σίγουρα σε αυτό δεν υπάρχει οριζόντια απάντηση, πάλι σχετίζεται με το είδος και το μέγεθος της εκλογής. Σχετίζεται με τα χαρακτηριστικά του υποψηφίου, την εμπειρία του, την γραμμή του κτλ. Υπάρχουν άνθρωποι που κάνουν εύκολες εκλογές, πχ ένας που εκλέγεται περιφερειάρχης με 55% και σε όλη του την θητεία είναι πολύ καλός περιφερειάρχης και ξανακατεβαίνει, σίγουρα δεν έχει τη νίκη στο τσεπάκι του, αλλά μπορεί να είναι business as usual η εκλογή. Σε περιφερειάρχες είναι λίγο σπάνιο, σε δημάρχους είναι αρκετοί. Ο δήμαρχος του Περιστερίου, ας πούμε, που έχει βγει 5 φορές και φτάνει το 75% μπορεί να μην έχει κανένα project και κανέναν manager. Όμως μιλώντας για τις δικές μας, τα επαγγελματικά εργαλεία είναι χρήσιμα, δίνουν λύσεις, απλώς έχουν ένα κίνδυνο να σε εγκλωβίσουν σε κάποιες διαδικασίες οι οποίες δύσκολα δομούνται. Γιατί εδώ πέρα τα πράγματα είναι διαφορετικά. Οι εκλογές,

ας πούμε, αν ήταν αγορά δεν θα ήταν εμπορικό κέντρο θα ήταν παζάρι γιατί είναι μία ομάδα που στήνεται επι τόπου και που ξεστήνεται επι τόπου στο μεγάλο μέρος της και βέβαια συντηρείται καθόλη την διάρκεια μιας θητείας.

Λαγός: Να βάλω μία παρένθεση αυτό που περιέγραψες είναι ο σαφής ορισμός του project, δηλαδή είναι μία ενέργεια η οποία είναι πεπερασμένη γίνεται για μία φορά και η ομάδα η οποία φτιάχνεται για να το τρέξει είναι για μία φορά και διαλύεται μετά. Αυτός είναι στην ουσία ο ορισμός του project και στα πλαίσια αυτά εξετάζουμε την προεκλογική εκστρατεία ως project. Υπάρχουν ομοιότητες με τον στενό ορισμό.

Σπανός: Για τα ειδικά εργαλεία που τρέχουν σε ένα project, ο μόνος κίνδυνος σε αυτά είναι η υπερβολική πολυπλοκότητα, το να μην αναλωθείς σε ανθρώπους που να μην μπορούν να το τρέξουν τεχνικά αλλά να μην έχουν αντίληψη εκλογών. Οπότε ως μια γενική ιδέα και κατακλείδα είναι ότι όλη αυτή η επαγγελματική οργάνωση, διοίκηση του αγώνα είναι μια απολύτως χρήσιμη και ωφέλιμη διαδικασία οπισθοφυλακής. Οι εκλογές στα δικά μου μάτια τουλάχιστον όσο και να εκσυγχρονίζονται παραμένουν μία διαδικασία εμπειρίας και ανθρώπινων αποφάσεων. Οπότε όλη αυτή η οργάνωση και διοίκηση και ό,τι σου προσφέρουν τα data, όλο αυτό το επαγγελματικό set πληροφοριών και διαδικασιών είναι πολύ χρήσιμο για να σε διευκολύνει να πάρεις με educated guess τις τελικές αποφάσεις. Προσωπικά πριν ασχοληθώ με τα κοινά έτρεχα μία επιχείρηση και είμαι απόφοιτος MBA, θέλω να πω ότι έχω την εμπειρία της διοίκησης, παρόλα αυτά, νομίζω ότι αυτά που περιέγραψα είναι στο πιο corporate μέρος του φάσματος των εκλογικών αγώνων που γίνονται στην Ελλάδα. Και πάλι θεωρώ ότι έχουμε χώρο να δουλέψουμε ακόμη πιο επαγγελματικά αλλά ο μέσος υποψήφιος δήμαρχος ή βουλευτής ή περιφερειάρχης σίγουρα δουλεύει με πολύ λιγότερα απ' αυτά άρα έχει πάρα πολύ χώρο για να μπει πιο βαθιά στη λογική του project

8.3. Συνέντευξη Διευθυντή Γραφείου Τύπου και υπεύθυνου των Social Media της Νέας Δημοκρατίας, κυρίου Νίκου Ρωμανού

Λαγός: Για τα πρακτικά να πω ότι ηχογραφείται η συζήτηση μας και ότι έχεις συμφωνήσει στο να χρησιμοποιηθεί επώνυμα η συγκεκριμένη συνέντευξη στην εργασία την οποία θα εκπονήσω.

Ξεκινώντας λοιπόν να πούμε ότι το project management πατάει πάνω σε 47 ομάδες διεργασιών οι οποίες χρησιμοποιούνται οριζοντίως και καθέτως σε κάθε έργο και οι οποίες προσαρμόζονται αντίστοιχα στο κάθε project. Ξεκινώντας λοιπόν να πούμε ότι μια προεκλογική εκστρατεία, μάλλον να το ξεκινήσουμε αλλιώς, ποια είναι η περίοδος της προεκλογικής εκστρατείας δεδομένου ότι το κάθε κόμμα εφόσον μιλάμε για την κεντρική πολιτική σκηνή μπορεί να έχει μια διαφορετική χρονική περίοδο στην οποία να δουλεύει. Εμείς παίρνουμε αξιωματικά και θέλω να μου επιβεβαιώσεις αν ισχύουν ή όχι ότι υπάρχουν 4 περίοδοι στην προεκλογική εκστρατεία οι οποίες είναι ξεκινώντας από

- a) Την επομένη της έκδοσης των αποτελεσμάτων των εκλογών μέχρι την ανακοίνωση της ημερομηνίας των επόμενων εκλογών που είναι η μία περίοδος
- b) Η επόμενη περίοδος είναι από την ανακοίνωση της ημερομηνίας μέχρι την ανακοίνωση της υποψηφιότητας (βέβαια αυτό αφορά κυρίως τους δήμους και τις περιφέρειες και όχι τόσο τη κεντρική πολιτική σκηνή).
- c) Η επόμενη είναι μέχρι την ανακοίνωση του ψηφοδελτίου και
- d) Τέλος από την ανακοίνωση του ψηφοδελτίου μέχρι και την ημέρα των εκλογών

Για τις εθνικές εκλογές λοιπόν είναι 3 περίοδοι. Βέβαια μπορούμε να τις συμπύξουμε και σε 2 περιόδους με την δεύτερη να είναι από την ανακοίνωση της ημερομηνίας των εκλογών μέχρι την ημερομηνία των εκλογών, βάζοντας απλά ένα milestone στην ανακοίνωση του ψηφοδελτίου. Τα κόμματα, η ΝΔ στην προκειμένη, ίσως δεν

διαφοροποιούν τον τρόπο με τον οποίο τρέχει μία προεκλογική καμπάνια πριν και μετά την ανακοίνωση του ψηφοδελτίου.

Ρωμανός: Δεν την διαφοροποιεί ιδιαίτερα. Βασικά είναι από μία στιγμή και μετά που νιώθεις ότι έχεις μπει στην τελική ευθεία ή το ξέρεις ή το νιώθεις, ανάλογα. Αν είσαι αντιπολίτευση πιθανόν να το επιδιώκεις κιόλας και μία άλλη περίοδος που έχει να κάνει από την προκήρυξη των εκλογών καθ' εαυτή. Προφανώς όταν συμπληρώνονται τα ψηφοδέλτια κι έχεις κλείσει την ομάδα θα μπορούσες να πεις ότι είναι κι ένα μέσο milestone αλλά τα 2 βασικά είναι αυτά.

Λαγός: Στο project management θεωρούμε ότι για την έναρξη ενός έργου αναπτύσσεται και υπογράφεται ένα καταστατικό μία σύμβαση. Στην προκειμένη περίπτωση σίγουρα δεν υπάρχει αυτό

Ρωμανός: Υπάρχει αυτό με όποιες εταιρείες είναι εξωτερικοί εργολάβοι ας πούμε. Πιθανό να υπάρχει και μία συγκεκριμένη συνεργασία με ανθρώπους που συνεισφέρουν την τελευταία στιγμή.

Λαγός: Αλλά σίγουρα δεν υπάρχει η εσωτερική ομάδα που θα τρέξει

Ρωμανός: Επί της ουσίας ναι

Λαγός: Με τους εξωτερικούς συνεργάτες να το πούμε έτσι. Κατά την ανάπτυξη του καταστατικού ενός έργου στην ουσία ορίζονται οι βασικοί στόχοι του έργου θεωρώ ότι με μία ομάδα που ξεκινάει να τρέχει μια προεκλογική εκστρατεία πέρα από τον στόχο της νίκης των εκλογών για το κυβερνών κόμμα.

Ρωμανός: Χαράσσει μια στρατηγική, εγώ θυμάμαι το '18 χαράχτηκε μια βασική στρατηγική που εν πολλοίς υπηρετήθηκε μέχρι τις εκλογές του '19 και προφανώς χαράσσεται μια διαφορετική στρατηγική τον τελευταίο μήνα πριν τις εκλογές. Δηλαδή στην περίπτωση μας, επειδή ήταν και οι ευρωεκλογές υπήρχε ένα adjustment αυτής της στρατηγικής μέχρι να προκηρυχθούν οι ευρωεκλογές και υπήρχε σίγουρα κι άλλο ένα adjustment μετά τις ευρωεκλογές μέχρι τις εθνικές.

Λαγός: Άρα οι ευρωεκλογές ήταν ένα σημαντικό milestone

Ρωμανός: Ήταν ειδική περίπτωση αυτή επειδή συνέπεσαν (οι 2 εκλογικές διαδικασίες) αλλά σίγουρα για να το πούμε αλλιώς επαναχαράσσεται αυτή η στρατηγική κατά την hardcore προεκλογική περίοδο, με την έναρξη της hardcore προεκλογικής περιόδου.

Λαγός: Με την έναρξη ενός έργου κοιτάζουμε στην ουσία να προσδιορίσουμε τους stakeholders του έργου, οι οποίοι μπορεί να είναι είτε άτομα εσωτερικά μιας εταιρείας, ενός κόμματος στην προκειμένη, είτε άνθρωποι εξωτερικά οι οποίοι θα επηρεάσουν τους στόχους τους οποίους έχουμε θέσει κατά την δημιουργία του καταστατικού και μιλώντας για εκλογές ο στόχος ο βασικός είναι η νίκη των εκλογών. Υπάρχει μία συζήτηση προσδιορισμού των ανθρώπων οι οποίοι είτε εσωτερικά είτε εξωτερικά θα επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά το αποτέλεσμα;

(Μικρή διακοπή της συνέντευξης, λόγω εξωτερικών παραγόντων – είσοδος συνεργάτη του κ. Ρωμανού στο δωμάτιο-)

Λαγός: Σχετικά με τους stakeholders λοιπόν, υπάρχει κάποια συζήτηση ώστε να προσδιοριστούν (οι stakeholders), είτε εντός του κόμματος είτε εκτός, που θα επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά το αποτέλεσμα; Προσδιορίζονται με κάποιο τρόπο εκείνοι οι άνθρωποι κατά την εκκίνηση της προεκλογικής περιόδου; Για να το κάνω πιο σαφές, όταν μιλάμε για εθνικές εκλογές οι stakeholders είναι άπειροι, εφόσον στην ουσία μπορεί να είναι όλοι οι ψηφοφόροι. Αλλά η ομάδα που τρέχει τις εκλογές, ίσως εστιάζει σε κάποιους συγκεκριμένους. Μπορεί να είναι η αντιπολίτευση, μπορεί να είναι συγκεκριμένες ομάδες των ψηφοφόρων κτλ

Ρωμανός: Που θεωρείς ότι έχεις πρόβλημα ή έχουν πλεονεκτήματα και μπορούν να σε βοηθήσουν.

Λαγός: Μπορεί να είναι οι κατά τόπους οργανώσεις του κόμματος, μπορεί να είναι ακόμη και επιχειρηματίες μπορεί να υποστηρίζουν ή όχι. Υπάρχει μία συζήτηση ώστε να προσδιοριστούν οι βασικοί μας συμμετέχοντες;

Ρωμανός: Όσον αφορά τα εκλογικά κοινά ναι. Κάνεις ας πούμε focus στις γυναίκες, στους νέους, στην μεσαία τάξη κτλ με ό,τι χαρακτηριστικά μπορεί να έχει η κάθε κοινωνική ομάδα. Αυτά μπορεί να είναι βέβαια και

υπερκαλυπτόμενα σε πολλές περιπτώσεις αλλά σίγουρα υπάρχει μία τέτοια συζήτηση

Λαγός: Σίγουρα λοιπόν στην αρχή προσδιορίζουμε ποιοι θα είναι αυτοί οι οποίοι θα μας προκαλέσουν πρόβλημα και θα πρέπει να εστιάσουμε να γυρίσουμε μία γνώμη ας πούμε

Ρωμανός: Ή να τους αξιοποιήσουμε περισσότερο επειδή είναι υπέρ μας για να προβάλλουμε αυτό και να επηρεάσουμε ίσως και άλλους. Γίνεται πάντως ένα cutdown σε ομάδες

Λαγός: Και οι συμμετέχοντες σίγουρα είναι και το βασικό σε μία προεκλογική εκστρατεία. Το αναφέρω γιατί θα εξετάσουμε αρκετά σε όλες τις ομάδες διεργασιών στους συμμετέχοντες. Η συζήτηση αυτή έχει να κάνει με εκκίνηση είναι στην ουσία η day 1 ή μάλλον day 0. Άρα λοιπόν μετά πάμε στον σχεδιασμό και τον προγραμματισμό του project της προεκλογικής εκστρατείας. Σίγουρα θεωρώ ότι υπάρχει μία ανάπτυξη κι ένα σχέδιο της διοίκησης το πώς δηλαδή θα διοικήσουμε μια προεκλογική εκστρατεία.

Ρωμανός: Υπάρχει ένα οργανόγραμμα. Ποιος κάνει τι, πώς αυτό το πρόγραμμα συνδέεται με τους στόχους που έχεις βάλει. Σου λέω τι γίνεται εδώ (ΝΔ) που το κάνουμε αρκετά επαγγελματικά δεν νομίζω ότι ισχύει και στα άλλα κόμματα

Λαγός: Εμείς μιλάμε για το συγκεκριμένο κόμμα και την συγκεκριμένη προεκλογική περίοδο που εσύ ήσουν ενεργός σε αυτό το κομμάτι.

Ρωμανός: Για να είμαστε ειλικρινείς, επειδή, όπως θυμάσαι, εγώ κατέβηκα (υποψήφιος βουλευτής) παρόλο που έλειπα, είχα εικόνα για το τι γίνεται στην ομάδα την hardcore προεκλογική περίοδο, δηλαδή το τελευταίο εξάμηνο σίγουρα. Βέβαια μέχρι τότε επειδή είχε ήδη ξεκινήσει αυτός ο σχεδιασμός και ότι έγινε μετά βασίστηκε πάνω στη δομή που είχε χτιστεί όσο ήμουν εγώ έχω την εικόνα για την εξέλιξη. Αυτό που έχω αποκομίσει πράγματι είχε γίνει μία πάρα πολύ επαγγελματική δουλειά και όσον αφορά το structure, τους στόχους, το οργανόγραμμα, λειτούργησε σαν ιδιωτική εταιρεία ή οτιδήποτε άλλο παρά σαν ένα κόμμα. Δεν ήταν χύμα,

μετρούσες, έβλεπες, έκανες αντίστοιχα adjustments με βάση τις μετρήσεις ήταν όλα πολύ οργανωμένα

Λαγός: Κατά τον σχεδιασμό της διοίκησης αυτού του project θέτονται οι στόχοι δημιουργείται η ομάδα φαντάζομαι σε αυτό το επίπεδο

Ρωμανός: Η ομάδα αυτή δημιουργήθηκε 2 χρόνια πριν χοντρικά, ο πυρήνας της ομάδας βέβαια υπήρχε από το 2016. Εγώ μπήκα το 2017 και αν εξαιρέσεις εμένα που έφυγα μετά (λόγω προσωπικής υποψηφιότητας) αυτή η ομάδα όπως ήταν από το 2017 έμεινε και απλά προστέθηκαν κι άλλοι άνθρωποι μέχρι το 2018 και από το '18 και μετά είμαστε η ίδια ομάδα

Λαγός: Αυτό έχει να κάνει και με την εκτέλεση του έργου, γιατί η ομάδα να μην αναπτύσσεται κατά τον σχεδιασμό αλλά δημιουργείται στην ουσία κατά την εκτέλεση για να μπορέσει να εκπονήσει το έργο. Η ομάδα αυτή πώς λειτουργεί σε μία προεκλογική εκστρατεία, θεωρώντας ότι υπάρχουν πάρα πολλά ανοικτά μέτωπα, η εκτέλεση του project και η παρακολούθηση των στόχων οι οποίοι έχουν τεθεί γίνεται κάπως κεντρικά από μία διοίκηση; Υπάρχουν υποομάδες οι οποίες παρακολουθούν συγκεκριμένα κομμάτια;

Ρωμανός: Στο κομμάτι της καμπάνιας υπήρχε ένας άνθρωπος που ήταν υπεύθυνος για όλα στο κομμάτι της digital καμπάνιας, μετά υπήρχε το γραφείο τύπου που υπήρχε ένας άλλος επικεφαλής, προφανώς αυτοί οι 2 έχουν άμεση συνεργασία και από εκεί και πέρα υπάρχει ο λεγόμενος πρωινός καφές που είναι το όργανο από το οποίο εκπορεύονται και ξεκινάνε όλα. Εκεί, λαμβάνονται όλες οι αποφάσεις συλλογικά όπου χρειάζονται συλλογική απόφαση.

Λαγός: Μιλάμε για μία δομή πυραμίδας. υπάρχουν υπεύθυνοι, υπάρχουν οι ομάδες που ασχολούνται με τις διάφορες διαδικασίες ξεχωριστά κτλ.

Ρωμανός: Το digital είναι μια καθαρή πυραμίδα, το press είναι μία άλλη καθαρή πυραμίδα και αυτό που ενώνει αυτά τα 2 είναι ότι και οι 2 επικεφαλής είναι στον πρωινό καφέ που είναι η ομάδα που τρέχει τα πάντα. Στον πρωινό καφέ αποφασίζεται τι θα γίνει κάθε μέρα τι ατζέντα θα βάλουμε, τι

στρατηγική θα έχουμε, πώς θα χειριστούμε τα πιο ευαίσθητα θέματα μέχρι τα πιο απλά. Τα πάντα.

Λαγός: Ο πρωινός καφές είναι κάτι που υπήρχε και προεκλογικά

Ρωμανός: Υπήρχε πάντα με τον Πρόεδρο με τους πιο στενούς συνεργάτες και πάντα μετείχαν οι επικεφαλής του digital και του press.

Λαγός: Να ξαναγυρίσουμε λοιπόν στο κομμάτι του σχεδιασμού. Ως σχεδιασμό ορίζουμε την περίοδο εκείνη όπου αρχίζει να δημιουργείται και να τίθεται επι τάπητος η δομή με την οποία θα λειτουργήσει μία η ερχόμενη προεκλογική εκστρατεία. Εκεί φαντάζομαι ότι υπάρχει κι ένας σχεδιασμός του φυσικού αντικειμένου αυτού, δηλαδή συλλέγονται και σχεδιάζονται οι απαιτήσεις που υπάρχουν από το project, τι απαιτήσεις έχουμε και τι απαιτήσεις έχουμε από τις ομάδες αντίστοιχα. Ενδεχομένως υπάρχει ένας σχεδιασμός της διαχείρισης στο πώς θα διαχειριστούμε όλη αυτή την κατάσταση. Αυτό είναι κάτι το οποίο γίνεται σαφώς; εννοώ ότι καταγράφεται σε κάποιο χαρτί ή είναι κάτι το οποίο απλά συζητιέται και αλλάζει μέρα με την μέρα on the job;

Ρωμανός: Νομίζω ότι καταγράφεται και εποπτεύεται και παρακολουθείται.

Λαγός: Η παρακολούθηση είναι ένα πάρα πολύ μεγάλο κομμάτι το οποίο είναι πολύ σημαντικό και θα το δούμε και σε δεύτερο χρόνο. Να πάμε σε κάτι που είναι πάρα πολύ σημαντικό για μια προεκλογική καμπάνια, που είναι η διαχείριση του χρόνου. Μιλάμε σίγουρα για πράγματα που έχουν στενά χρονοδιαγράμματα δηλαδή μπορεί τα 2 χρόνια ή ο ένας χρόνος να φαίνεται ένα ευρύ χρονοδιάγραμμα στην πραγματικότητα φαντάζομαι όμως ότι είναι στενό χρονοδιάγραμμα για να το πετύχετε.

Ρωμανός: Επί της ουσίας προφανώς πάντα θες όσο περισσότερο χρόνο γίνεται. Πράγματι πάντα καταλήγεις να τρέχεις και να νιώθεις ότι δεν σε φτάνει. Σε κάποια πράγματα μπορείς να κάνεις ένα σχεδιασμό και όντως γίνεται, αλλά επειδή είναι πάρα πολύ ευμετάβλητος όλος αυτός ο χώρος και η ατζέντα, πρέπει να έχεις μία δομή που να είναι πολύ ευέλικτη και να μπορεί να ανταπεξέλθει σε ό,τι της σκάσει και να κάνεις και τα adjustments στη βασική στρατηγική με βάση πράγματα που μπορεί να

αλλάζουν από μέρα σε μέρα. Η ευελιξία είναι πάρα πολύ βασικό κομμάτι όλου αυτού του μηχανισμού.

Λαγός: Σίγουρα υπάρχει ένας αρχικός σχεδιασμός της διαχείρισης του χρόνου το πώς θα διαχειριστούμε πράγματα στην καθημερινότητα.

Ρωμανός: Υπάρχει ένας σχεδιασμός του τι κάνουμε κάθε μέρα, τι reporting κάνουμε και τότε κάνουμε reporting, κάποια quiz που θες να κάνεις και κάποια milestones που βάζεις, αλλά ξαναλέω, μέσα σε αυτό μπαίνουν 100 πράγματα την μέρα και να αλλάξει παρότι προσπαθείς σε βασικά πράγματα να μένεις σταθερός και να τα ακολουθείς, αλλά δεν είναι πάντα εύκολο.

Λαγός: Από αυτό καταλαβαίνω ότι αναπτύσσεται έστω ένα τυπικό χρονοδιάγραμμα είτε σε χαρτί είτε στο μυαλό των ανθρώπων της ομάδας

Ρωμανός: Λες στα digital θέλω να κτίσω αυτά τα properties να τα έχω έτοιμα για τις εκλογές, θέλω το Twitter του Κυριάκου (Μητσοτάκη) να αυξηθεί. Δηλαδή βάζεις στόχους και βάζεις και ποσοτικούς και μετρήσιμους στόχους.

Λαγός: Αυτό αναπτύσσεται πάνω στην κλίμακα του χρόνου; ότι σήμερα που μιλάμε βάζουμε κάποιου στόχους, από τους οποίους, τόσους θα πρέπει να έχουμε πετύχει σε ένα μήνα, τόσους σε 3 μήνες κτλ.

Ρωμανός: Έχεις στόχους ας πούμε μέχρι τα Χριστούγεννα μετά έχεις στόχους μέχρι την νέα χρονιά και μετά μέχρι τις εκλογές.

Λαγός: Υπάρχει ένα τυπικό χρονοδιάγραμμα το οποίο ενδεχομένως να αναδιαμορφώνεται κατά την διάρκεια.

Ρωμανός: Δεν σημαίνει όμως αν συζητήσουμε σε έξι μήνες δεν θα έχει αλλάξει, αλλά κάθε στιγμή κάθε δεδομένη στιγμή, υπάρχει

Λαγός: Μπαίνουν λοιπόν milestones πάνω στην κλίμακα του χρόνου για να υπάρχει ένας τυπικός σχεδιασμός. Να πάμε σε κάτι το οποίο είναι αρκετά ευαίσθητο δεν θα αναπτυχθούμε στο συγκεκριμένο κομμάτι ιδιαιτέρως για προφανείς λόγους, και είναι η διαχείριση του κόστους μιας προεκλογικής καμπάνιας. Στη συγκεκριμένη εργασία μας αφορά ο

σχεδιασμός. Υπάρχει κάποιος σχεδιασμός για το κόστος; γίνεται κάποια εκτίμηση κόστους στην αρχή; υπάρχει κάποια ανάπτυξη προϋπολογισμού; Θα πάμε σε εκλογές για παράδειγμα με ένα χ budget, δεν μας ενδιαφέρει τι ποσό μπορεί να είναι αυτό το budget ή το που μπορεί να καταναλωθεί, αλλά υπάρχει ένας τέτοιος σχεδιασμός;

Ρωμανός: Ναι γίνεται. Προφανώς υπάρχει και προφανώς βέβαια και αυτός αναθεωρείται κατά την διάρκεια. Δηλαδή λες κατά τον σχεδιασμό ότι θέλω να κάνω κάποια πράγματα και ότι με βάση αυτά που έχεις σχεδιάσει και το χρονοδιάγραμμα που έχεις, βγαίνει ένα budget. Αν και είναι μία προσέγγιση budget, διότι είναι κάτι δυναμικό.

Λαγός: Μία άλλη διεργασία είναι ο σχεδιασμός της ποιότητας του project. Βέβαια αυτό που ενδεχομένως να κάνουμε εδώ, είναι ένα adjustment στην προεκλογική εκστρατεία, διότι δεν νομίζω ότι γίνεται τέτοιος σχεδιασμός. Το ποιοτικό κομμάτι είναι κάτι πολύ ασαφές

Ρωμανός: Προφανώς θες το καλύτερο δυνατό, αλλά δεν φτιάχνεις φάρμακο ώστε να κάνεις ποιοτικό σχεδιασμό και έλεγχο.

Λαγός: Δεν μπορείς να παίζεις με quality εδώ.

Ρωμανός: Το quality έχει να κάνει πάντα με τον στόχο. Αν θέλω να προσεγγίσω εσένα θα πρέπει να έχει κάποια συγκεκριμένα qualities ο τρόπος που θα χρησιμοποιήσω για να σε προσεγγίσω. Αν θέλω να προσεγγίσω έναν Roma θα πρέπει να έχει κάποια άλλα κτλ. Οπότε είναι πολύ σχετικό αυτό. Το quality σημαίνει να στοχεύεις αποτελεσματικά εκεί που θες, να έχει τα χαρακτηριστικά που πρέπει για να πιάσει το κοινό που θες

Λαγός: Στην ουσία η ποιότητα όσον αφορά την επικοινωνία με τον κόσμο

Ρωμανός: Και προφανώς πάντα και σε συνδυασμό με ηθική που έχει να κάνει με το πρόγραμμα που υπηρετείς και με τον τρόπο που προσεγγίζεις τον κόσμο. Μπορείς να πεις πετυχαίνω τον στόχο μου με εντελώς ανήθικους τρόπους πράγμα που εμείς δεν το κάνουμε. Δεν θα πάμε να κάνουμε εν γνώσει μας «δολοφονία χαρακτήρων» ή διάδοση fake news κτλ.

Λαγός: Να μιλήσουμε λοιπόν για τον άλλο πολύ σημαντικό πυλώνα μιας προεκλογικής εκστρατείας που είναι ο σχεδιασμός των επικοινωνιών. Πώς οργανώνεται αυτό; πώς δημιουργούνται οι ομάδες; πώς μπαίνουν οι στόχοι της επικοινωνίας; πώς στοχεύουμε τις ειδικές ομάδες ανθρώπων; Γενικότερα πώς σχεδιάζεται το επικοινωνιακό κομμάτι το οποίο θα χρησιμοποιηθεί στις εκλογές;

Ρωμανός: Νομίζω ότι το μεγαλύτερο κομμάτι το παίζουν οι έρευνες ποιοτικές και προσωπικές. Όλα ξεκινούν από εδώ. Δηλαδή, Focus Groups, δημοσκοπήσεις, δημιουργείς ερωτηματολόγια και εργαλεία για να πάρεις τις απαντήσεις που θές για να δεις ποια κατεύθυνση θα ακολουθήσεις, ποιους θα στοχεύσεις κτλ. Γίνεται μία διαρκής τέτοια διαδικασία δηλαδή κάνεις κάτι το μετράς βλέπεις αν σου βγήκε ή όχι αν σου βγήκε προς την μια ή προς την άλλη κατεύθυνση, βλέπεις αν πρέπει να προσεγγίσεις την α ή β ομάδα περισσότερο κι αυτό είναι μία διαρκής διαδικασία επαναλαμβανόμενων focus groups, ερευνών και παρακολούθησης της κοινής γνώμης

Λαγός: Πρώτα γίνεται ο σχεδιασμός και μετά κατά την πορεία της προεκλογικής εκστρατείας ή κατά την εκτέλεση του project γίνεται μία διαχείριση των πληροφοριών κι ένας επανασχεδιασμός συνεχόμενος

Ρωμανός: Με βάση σταθερές μετρήσεις, για να δεις αν πας εκεί που θές ή έχεις λοξοδρομήσει.

Λαγός: Και να πάμε στον σχεδιασμό της διαχείρισης των οποιωνδήποτε κινδύνων που μπορεί να προκύψουν. Γίνεται κάποιο risk assessment της περιόδου της οποίας έρχεται. Δηλαδή υπάρχει κάποιος προσδιορισμός των ρίσκων των οποίων θα αντιμετωπίσουμε; Υπάρχει κάποια ανάλυση;

Ρωμανός: Πρέπει καταρχάς να σκεφτείς τι ετοιμάζει ο απέναντι, τι έχει στο συρτάρι του. Να προβλέψεις, όσο μπορείς, τι μπορεί να προκύψει, να σκεφτείς τι θα έκανες εσύ αν ήσουν στην θέση του άλλου και με βάση αυτό, τι μπορεί να κρατάει ως όπλο και με βάση όλα αυτά και τη δική σου στρατηγική και τα δικά σου συν και πλην φτιάχνεις όλο το ψηφιδωτό των πραγμάτων που σε κατευθύνουν στο πώς μπορείς να πετύχεις τους στόχους σου.

Λαγός: Ο προσδιορισμός των ρίσκων που μπορούν να προκύψουν είναι θεωρείς ένα σημαντικό κομμάτι του σχεδιασμού;

Ρωμανός: Είναι πολύ σημαντικό. Ρίσκο τι σημαίνει; να μπορείς να προβλέπεις. Δηλαδή τώρα αν ξέρεις για 4 μήνες θα κυριαρχεί η ακρίβεια θα κάνεις άλλα πράγματα απ' το να ήξερες ότι θα διαρκέσει 1 μήνα ή αν ξέρεις ότι έχεις 6 μήνες δύσκολους με τον covid θα κινηθείς αλλιώς. Ή αν ξέρεις ότι θέλεις να κάνεις κάποιες μεταρρυθμίσεις στη δικαιοσύνη αλλά θέλεις αυτή την στιγμή η δικαιοσύνη να σου περάσει πέντε πράγματα που έχουν να κάνουν με επενδύσεις και είναι critical για να έχεις ανάπτυξη, δεν θα πας να πειράξεις τώρα την δικαιοσύνη να τους έχεις στα κάγκελα και θα μπλοκάρουν τα πάντα αυτό θα το κάνεις με άλλη σειρά.

Λαγός: Άρα λοιπόν, προσδιορίζονται κάποια ρίσκα που ενδεχομένως θα προκύψουν και βάση αυτών γίνεται ένα σχεδιασμός ενεργειών

Ρωμανός: Τώρα με την αστυνομία, έχεις Γρηγορόπουλο, έχεις 17 Νοέμβρη, μπορεί να μην είναι το πιο έξυπνο τώρα να πας κατά μέτωπο επίθεση σε όλο αυτό το μπάχαλο προκειμένου να τους κάνεις την χάρη δίνοντας πάτημα να δημιουργήσουν χάος. Κάποια απ' αυτά τα πράγματα είναι πολύ πιο εύκολα να τα προβλέψεις, κάποια είναι αδύνατον και κάποια είναι δύσκολα.

Λαγός: Να γυρίσω στο κομμάτι των stakeholders, σίγουρα κατά την εκκίνηση, day 0, γίνεται ένας προσδιορισμός των συμμετεχόντων. Αφού προσδιοριστούν ποιοι θα είναι οι βασικοί μας stakeholders υπάρχει ένας σχεδιασμός στο πώς θα τους διαχειριστούμε; Δηλαδή το πώς θα διαχειριστούμε, ας πούμε, τις κατά τόπους οργανώσεις του κόμματος ή κάποιες ειδικές ομάδες του πληθυσμού; υπάρχει ένας σαφής τέτοιος σχεδιασμός της διαχείρισης ή είναι κάτι το οποίο το προσδιορίζουμε στην αρχή και η διαχείρισή γίνεται on going όταν προκύψει κάτι;

Ρωμανός: Είναι κάπου στη μέση. Είναι και τα 2, Δηλαδή προφανώς γίνεται μία on going διαδικασία αλλά προφανώς προσπαθείς όσο μπορείς να έχεις ένα αρχικό πλάνο

Λαγός: Δεδομένου ότι είναι άπειροι συμμετέχοντες

Ρωμανός: Ξεκάθαρα. Αυτές είναι και οι διαφορές από μία εταιρεία. Είναι πολύ πιο εύκολο να πεις στην εταιρεία εγώ κάνω αυτό το πλάνο τον Ιανουάριο του '21 και βάζω αυτούς τους στόχους και έχω ευαγγέλιο αυτό και είναι πολύ πιο δύσκολο να το κάνεις για ένα πολιτικό κόμμα ή για μία κυβέρνηση

Λαγός: Πόσο μάλλον σε μία προεκλογική εκστρατεία που συμβαίνουν πολλά και υπάρχει μία μεγάλη διάρκεια σε αυτό. Πριν πάμε στην εκτέλεση να πούμε ότι ο σχεδιασμός αποτελεί ίσως και το πρόγραμμα του κόμματος; Δηλαδή μέσα από τον σχεδιασμό προκύπτει το πρόγραμμα του κόμματος;

Ρωμανός: Ναι, συνδέεται με την έννοια ότι προφανώς εσύ αυτό που θέλεις να προβάλλεις είναι το πρόγραμμά σου άρα αυτό που βάζεις πρώτο. Είναι αυτά που πιστεύεις ότι πουλάνε περισσότερο και προφανώς αυτό που θες είναι να δείξεις ότι έχεις αξιοπιστία μεταξύ αυτού που υπόσχεται και αυτού που κάνει την επόμενη μέρα. Άρα εννοείται ότι όλα αυτά συνδέονται μεταξύ τους και ότι η όλη στρατηγική, τα μοτο, οι μακέτες, η επικοινωνία, ό,τι κάνεις στον Τύπο κτλ θα συνδέονται με την βασική λογική του προγράμματος και των στόχων που έχεις βάλει.

Λαγός: Κατά την εκτέλεση λοιπόν, αφού έχουμε σχεδιάσει τα πάντα, έχουμε θέσει τα χρονοδιαγράμματα μας, έχουμε σχεδιάσει το πώς θα λειτουργήσει το επικοινωνιακό κομμάτι κτλ, ξεκινάμε να το τρέχουμε όλο αυτό. Σίγουρα μπορεί να υπάρχουν, όπως είπαμε και πριν ρίσκα τα οποία μπορεί να μην τα περιμένουμε, ένα παράδειγμα στην Ισπανία που είχε γίνει ένα τρομοκρατικό χτύπημα λίγες ημέρες πριν τις εκλογές με αποτέλεσμα να γυρίσει τελείως το αποτέλεσμα και το κυβερνών κόμμα να χάσει. Γενικότερα πώς γίνεται το trouble shooting όλων των προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν κατά την περίοδο της προεκλογικής εκστρατείας;

Ρωμανός: Κάνεις ένα σχεδιασμό ότι μπορεί να περιμένω 2-3 πράγματα κι έχω ένα plan b, αλλά αποκλείεται να το έχεις 100% αυτό γιατί σίγουρα θα υπάρχουν πάρα πολλά που θα σου σκάσουν και ούτε θα μπορείς να τα προβλέψεις ούτε να έχεις plan b. Είναι θέμα ευελιξίας αυτό που λέω. Είναι να έχεις την ευελιξία να κάνεις switch ίσως σε κάτι άλλο να πεις ότι πώς το κάνω by pass αυτό ή αν μπορείς να πεις ότι το λύνω παίρνοντας μία άλφα πρωτοβουλία

Λαγός: Στο κομμάτι της εκτέλεσης είναι στην ουσία και η ανάπτυξη των επιμέρους ομάδων που είπαμε πριν που τρέχουν διάφορα πράγματα

Ρωμανός: Υπάρχει και το crisis management που παίζει πολύ μεγάλο ρόλο σε αυτό.

Λαγός: Υπάρχει κάποια ομάδα που στην προεκλογική περίοδο κάνει crisis management;

Ρωμανός: Μπορεί να υπάρχει μία ομάδα μπορεί να υπάρχουν και υποομάδες σε διάφορα πεδία γιατί το crisis management θέλει μία διαχείριση για τον τύπο μία διαχείριση για τα social media, μια διαχείριση που μπορεί να θέλει κεντρικά από πλευράς εκπροσώπων και δηλώσεων κτλ. Άρα έχει διάφορους τρόπους που μπορεί να γίνει άρα πρέπει σε όλα αυτά τα πεδία να έχεις ένα κομμάτι crisis management

Λαγός: Στην ουσία δημιουργούνται ομάδες οι οποίες μπορεί να τρέχουν διαφορετικά πράγματα αλλά οριζοντίως να έχουν μία κοινή γραμμή. Δημιουργούνται ομάδες πέραν από την κεντρική; Στην πορεία φαντάζομαι αυτές οι ομάδες διογκώνονται και μπαίνουν μέσα και άλλοι άνθρωποι. Αυτοί είναι εθελοντές; είναι εργαζόμενοι;

Ρωμανός: Είναι απ' όλα. και εθελοντές, σίγουρα είναι και υπάλληλοι είναι και εξωτερικοί συνεργάτες, μπορεί να είναι εταιρείες ή οτιδήποτε. Είναι ένα μείγμα ανθρώπων οριζόντια και κάθετα.

Λαγός: Άρα μιλάμε για ένα mix ανθρώπων οι οποίοι δουλεύουν για τον κοινό στόχο. Πώς γίνεται η διοίκηση αυτών των ομάδων δεδομένου ότι το να διοικήσεις ένα εθελοντή ο οποίος στην ουσία δεν έχει κάποιο λαμβάνειν από αυτή την διαδικασία πέραν από το προσωπικό του θέλω, είναι τελείως διαφορετικό να διοικήσεις ένα υπάλληλο.

Ρωμανός: Θέλει διαφορετικό τρόπο αντιμετώπισης. Θέλει διαφορετικό τρόπο διαχείρισης.

Λαγός: Υπάρχουν άνθρωποι οι οποίοι αναλαμβάνουν την διοίκηση των διαφορετικών ατόμων μέσα στην ομάδα; (εθελοντών, υπαλλήλων κτλ) ή όλοι προσαρμόζονται και συνθέτουν την ομάδα;

Ρωμανός: Ένας άνθρωπος μπορεί να διαχειρίζεται απ' όλα. Στην δική μου περίπτωση διαχειρίζομαι εθελοντές και μη εθελοντές και εταιρείες και contractors και εταιρείες εξωτερικού.

Λαγός: Το κομμάτι της επικοινωνίας κατά την προεκλογική περίοδο, θεωρείται core. Υπάρχουν άνθρωποι οι οποίοι λαμβάνουν ένα feedback από την επικοινωνιακή πολιτική, το επεξεργάζονται και βάση αυτού αλλάζετε πορεία ή αναπροσαρμόζετε την επικοινωνιακή πολιτική;

Ρωμανός: Συνήθως όλα αυτά είναι αποφάσεις που λαμβάνονται σε ανώτερο επίπεδο η οποιαδήποτε αλλαγή στη στρατηγική θα συζητηθεί και τελικά θα το αποφασίσει ο πρωθυπουργός. Προφανώς μπορεί να πάρω εγώ εισηγήσεις από τους συνεργάτες μου και να μεταφέρω την πληροφορία, αλλά τελικά η τελική απόφαση είναι του προέδρου

Λαγός: Υπάρχουν όμως ομάδες που λαμβάνουν αυτή την πληροφορία από τον κόσμο ας πούμε

Ρωμανός: Υπάρχουν κι εκεί πάλι παίζει μεγάλο ρόλο αυτό το κομμάτι των ερευνών

Λαγός: Για να γίνει όλη η προεκλογική εκστρατεία με όλα αυτά τα κομμάτια που έχουμε συζητήσει τόση ώρα, χρησιμοποιείται κάποιο λογισμικό; Κατά την εκτέλεση υπάρχει μία διαχείριση της πληροφορίας που λαμβάνουμε από τις διάφορες στρατηγικές επικοινωνίας τις οποίες έχουμε επιλέξει να κάνουμε. Έχουν αναπτυχθεί ομάδες κτλ, χρησιμοποιείται κάποιος τρόπος ώστε να γίνεται παρακολούθηση κι όλα αυτά τα οποία έχουμε σχεδιάσει δουλεύουν όπως τα έχουμε σχεδιάσει;

Ρωμανός: Υπάρχουν εργαλεία που μπορείς να το μετρήσεις και στα social media και μετά οι έρευνες οι παραδοσιακές που κυρίως μετράνε αν πετυχαίνεις αυτό που θες. Οι δημοσκοπήσεις και τα focus groups σου δίνουν πιο πολύ ποιοτικά στοιχεία

Λαγός: Οπότε στην ουσία χρησιμοποιούνται λογισμικά τα οποία σου δίνουν αυτό το feedback συμβάλλουν στην παρακολούθηση

Ρωμανός: Ναι στο κομμάτι των social media και τα social media σου δίνουν παραπάνω στοιχεία σε αυτό και η παρακολούθηση των social media το να μετράς τι γίνεται εκεί σου δίνει πολλά στοιχεία σε αυτό

Λαγός: Χρησιμοποιούνται λογισμικά για τον έλεγχο του χρονοδιαγράμματος, για τους ελέγχους του κόστους, των κινδύνων και γενικά του σχεδιασμού;

Ρωμανός: Το βασικό εργαλείο που χρησιμοποιούμε είναι το excel

Λαγός: Το κομμάτι της παρακολούθησης είναι θεωρώ πάρα πολύ σημαντικό στην προεκλογική εκστρατεία διότι πρέπει να γνωρίζουμε εάν όλα αυτά που έχουν σχεδιαστεί εκτελούνται σωστά. Υπάρχουν ομάδες οι οποίες η δουλειά τους είναι να παρακολουθούν την πορεία είτε στην κοινωνία με τα social media είτε να παρακολουθούν εσωτερικά ότι οι ομάδες δουλεύουν σωστά και βάση σχεδιασμού;

Ρωμανός: Αυτό το κάνει ο manager. Και στο άλλο κομμάτι είναι αυτά που σου είπα δημοσκοπήσεις, social media κτλ.

Λαγός: Εδώ δουλεύετε σε μία μορφή που μοιάζει εταιρική, υπάρχει ένας μάνατζερ ο οποίος ελέγχει τις ομάδες κατά πόσον δουλεύουν.

Ρωμανός: Εδώ έχεις το καλό, σε ένα βαθμό, κακό ίσως σε άλλο ότι επειδή δεν μπορεί να κρυφτεί κάτι είναι πολύ εύκολο να καταλάβεις αν κάτι δεν πάει καλά. Δηλαδή επειδή είναι επικοινωνία και όλα είναι πρώτη γραμμή δεν υπάρχει περίπτωση να γίνονται πράγματα που δεν φαίνονται. Ό,τι γίνεται φαίνεται. Άρα αντίστοιχα κι ό,τι δεν γίνεται φαίνεται.

Λαγός: Ο έλεγχος των stakeholders στην προεκλογική περίοδο γίνεται πάλι επικοινωνιακά μέσω του Facebook, Instagram, Twitter βλέπουμε το πώς ανταποκρίνονται οι συμμετέχοντες μας. Παρόλα αυτά όσο εξελίσσεται μία προεκλογική εκστρατεία ενδεχομένως να μπορούμε ή να χρειάζεται να προσθαφαιρήσουμε stakeholders. Για παράδειγμα μπορεί στα μισά της προεκλογικής εκστρατείας να πούμε ότι θα εστιάσουμε και σε μία ακόμα ομάδα κοινωνική;

Ρωμανός: Θεωρητικά μπορεί να γίνει αυτό προφανώς. Πες ότι σου συμβαίνει προεκλογικά μια φωτιά σαν αυτή το καλοκαίρι προφανώς εκεί θα πεις ότι θα εστιάσεις στους πληγέντες. Άρα εννοείται ότι μπορεί να γίνει αυτό.

Λαγός: Σχετικά με τις διεργασίες φαντάζομαι ότι το κλείσιμο μιας προεκλογικής εκστρατείας διαρκεί και κάποιες μέρες μετά την εξαγωγή των αποτελεσμάτων όσον αφορά το project. Δηλαδή να κλείσουν συνεργασίες, να αποπληρωθούν κάποιες συνεργάτες κτλ, αλλά στην ουσία το project τελειώνει το βράδυ των εκλογών;

Ρωμανός: Σωστά. Μετά μένουν άλλα πράγματα στην επικοινωνία αλλά ως τις εκλογές να κλείνουν εκεί.

Λαγός: Σίγουρα την επομένη των εκλογών ξεκινάει μία καινούργια προεκλογική εκστρατεία είτε είσαι νικητής είτε δεν είσαι

Ρωμανός: Να κάνεις μία στρατηγική να το συνδέσεις με το τι έλεγες προεκλογικά αλλά ως project εκλογές όταν βγουν τα αποτελέσματα έχει κλείσει.

Λαγός: Σε ένα γενικό πλάνο στο project που λέγεται προεκλογική εκστρατεία, πότε γίνεται ο σχεδιασμός; πότε θεωρούμε ότι είναι η εκτέλεση του έργου; και η παρακολούθηση του; Όσο εκτελούμε παρακολουθούμε κι αυτά τα οποία γίνονται, αλλά ο κεντρικός σχεδιασμός που θα μας δώσει και το προεκλογικό πρόγραμμα του κόμματος πότε και πως γίνεται; Πατάμε πάλι στο προηγούμενο και βλέπουμε τι δεν έγινε, τι δεν κάναμε, τι θα κάνουμε και βγαίνει το καινούργιο; Μαζεύεται μία ομάδα και λέει δεδομένης της κοινωνίας πάμε να κάνουμε αυτό;

Ρωμανός: Είναι πιο διαρκής διαδικασία γιατί στην ουσία όλα αυτά καταρχάς διαμορφώνεις ένα πρόγραμμα από την πρώτη μέρα που βγαίνει ένας καινούργιος αρχηγός. Με βάση την ωριμότητα της διαμόρφωσης του προγράμματος χτίζεται αυτό που λες, αλλά αυτό είναι μία διαρκής διαδικασία δεν είναι ότι λέμε θα είμαστε έτοιμοι τον Μάιο και από εκεί που δεν έχουμε τίποτα τώρα, τον Μάη είμαστε έτοιμοι. Είναι κάτι το οποίο ακόμη και μέσα στην προεκλογική περίοδο μπορείς να πεις ότι προσθέτω κάτι στο πρόγραμμα, αλλάζω κάτι, αποφασίζω να προβάλλω ή να κάνω σημαία κάτι άλλο που δεν το είχα κάνει.

Λαγός: Σίγουρα η προεκλογική εκστρατεία είναι ένας ζωντανός οργανισμός.

Ρωμανός: Ακριβώς, που απλά πατάς σε ένα πλαίσιο που έχει στηθεί το προηγούμενο διάστημα που έχει να κάνει με την στρατηγική σου, την ιδεολογία σου, το πρόγραμμά σου, τους βασικούς πυλώνες του προγράμματός σου, που μετά μπορείς να παίζεις πάνω σε αυτούς και να χτίσεις ακόμη και μέσα στην προεκλογική περίοδο. Δεν υπάρχει κάνουμε ένα σχέδιο τότε και από τότε μέχρι τις εκλογές τρέχει και δεν υπάρχει κανένα μπρος πίσω, καμία παρεμβολή, καμία παράλληλη διαδικασία

Λαγός: Άρα στην ουσία μια προεκλογική εκστρατεία έχει σίγουρα τέλος, έχει σίγουρα την φάση του κλεισίματός της, αλλά όλες οι υπόλοιπες φάσεις στην ουσία είναι λίγο μπλεγμένες και δεν έχουν σαφήνεια.

Ρωμανός: Υπάρχουν οι άλλες φάσεις αλλά δεν είναι τόσο σειριακό όλο αυτό. Υπάρχουν και ως διεργασίες υπάρχουν και ως φάσεις αλλά δεν είναι εντελώς σειριακό.