

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ  
ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΔΗΜΟΚΡΙΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΡΑΚΗΣ



ΔΙΑΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ  
ΣΠΟΥΔΩΝ

**«Τοπική & Περιφερειακή Ανάπτυξη & Αυτοδιοίκηση»**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

«Η ανάδειξη της εξωστρεφούς ταυτότητας της πόλης των  
Τρικάλων από μία αναπτυξιακή εταιρεία. Μελέτη  
περίπτωσης του e-trikalala»

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΕΣ :ΖΑΡΩΤΙΑΔΗΣ ΓΡΗΓΟΡΙΟΣ -ΑΝΑΣΤΑΣΙΑΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΣ ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΤΣΑΧΡΗΣΤΟΣ**

**Κόρινθος, Νοέμβριος 2018**



UNIVERSITY OF PELOPONNESE  
UNIVERSITY OF PIRAEUS  
ARISTOTLE UNIVERSITY OF THESSALONIKI  
DEMOCRITUS UNIVERSITY OF THRACE



Interuniversity Interdepartmental Master Program in  
“Local and Regional Government and Development”

**« The emergence of the extrovert identity of the city of  
Trikala by a development company. Case study of  
e-trikala»**

**Supervisor: ZAROTIADIS GRIGORIOS-ANASTASIADIS IOANNIS**

**Student: PANAGIOTIS TSACHRISTOS**

**Korinth, November 2018**



**Στη σύζυγό μου Βαγγελιώ και  
στις κόρες μου Στέλλα και Βάλια**

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Με την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας, αισθάνομαι τη βαθύτατη ανάγκη να ευχαριστήσω από καρδιάς κάποιους ανθρώπους, που ο καθένας με τον τρόπο του βοήθησε ώστε το όμορφο ταξίδι αυτού του μεταπτυχιακού προγράμματος να φτάσει στο τέλος του.

Πρώτα απ' όλους οφείλω ένα μεγάλο «ευχαριστώ» και συγχρόνως ένα μεγάλο «συγνώμη» στα άτομα της οικογένειάς μου, στα οποία αφιερώνεται από καρδιάς η εργασία αυτή, γιατί ανέχθηκαν την απουσία μου από το σπίτι, κυρίως κατά τη διάρκεια των μαθημάτων και λιγότερο στην εκπόνηση της . Η υπομονή τους ήταν μεγάλη αλλά καταλάβαιναν ότι άξιζε τον κόπο και την προσπάθεια μου.

Φυσικά ξεχωριστά θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή κ. Ζαρωτιάδη Γρηγόριο και φυσικά τον καθοδηγητή μου στην εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας κ. Γιάννη Αναστασιάδη για την πολύτιμη βοήθειά του, τις συμβουλές του, το χρόνο που μου διέθεσε και την εμπιστοσύνη με την οποία με περιέβαλε καθ' όλη τη διάρκεια συγγραφής της εργασίας μου.

Τέλος ιδιαίτερη αναφορά θα πρέπει να γίνει για όλους τους αιρετούς και τα στελέχη της Αναπτυξιακής εταιρείας του Δήμου Τρικκαίων του Ν. Τρικάλων «e- Trikala», που μου παρείχαν χρήσιμα στοιχεία στη διεξαγωγή της έρευνάς μου, συμμετείχαν με τον τρόπο τους στη διαμόρφωση των ερωτηματολογίων και συνέβαλαν στη διαμόρφωση και εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Για να μπορεί ένας οργανισμός να παραμείνει ανταγωνιστικός και να παρέχει σωστό έργο θα πρέπει να έχει την ιδιαίτερη ικανότητα να παρακολουθεί συνεχώς τις εξελίξεις, να αλλάζει συνεχώς και να προσαρμόζεται στις ιδιαίτερες συνθήκες που έχει γύρω του. Αν παραμείνει στάσιμος και δεν προβεί σε αλλαγές, δεν θα μπορέσει να επιτελέσει το ρόλο του και θα απογοητεύσει αυτούς που στήριξαν την προσπάθειά του. Πολλές φορές οι επιχειρήσεις των Δήμων έχουν κατηγορηθεί στο παρελθόν για αδιαφανείς διαδικασίες, διασπάθιση δημοσίου χρήματος, παράνομες προσλήψεις κ.α. Όμως παρά τα προβλήματα που υπάρχουν εξαιτίας ίσως και του πολυδαίδαλου νομικού πλαισίου, κάποιες εξ αυτών καταφέρνουν , γιατί περί κατορθώματος πρόκειται, να παράγουν σημαντικό έργο και να προσδίδουν προστιθέμενη αξία στις δράσεις τους και να ωφελούν πραγματικά το Δήμο που τις έχει συστήσει. Μία από τις επιχειρήσεις που έχει καταφέρει να πετύχει στο έπακρο το σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκε είναι η Αναπτυξιακή εταιρεία του Δήμου Τρικκαίων «e-trikalala», η οποία μπόρεσε χάρη στην οξυδέρκεια των ανθρώπων της και το ευρύ πνεύμα τους να καταφέρει μέσα από τη διοργάνωση του θεματικού πάρκου «Μύλος των Ξωτικών» να δημιουργήσει πρόσθετα αναπτυξιακά οφέλη όχι μόνο για τον Δήμο Τρικκαίων αλλά για όλο το νομό και να τον καταστήσει ένα προορισμό, που δέχεται επισκέπτες όλο το χρόνο, για να δουν από κοντά μια πόλη που ξαφνικά μεγάλωσε στα μάτια όλων.

## ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Αναπτυξιακή εταιρεία Δήμου, e-trikalala,  
Θεματικό πάρκο «Μύλος των Ξωτικών»

## **ABSTRACT**

In order for an organization to remain competitive and provide the right job, it must have the special ability to continuously keep track of developments, constantly changing and adapting to the particular circumstances surrounding it. If he stays stationary and does not make changes, he will not be able to perform his role and disappoint those who have supported his efforts. Municipalities have been accused in the past of opaque procedures, public spending, illegal recruitment, etc. But despite the problems that exist, perhaps due to the multidisciplinary legal framework, some of them succeed, because they are successful, produce important work and give added value to their actions and really benefit the municipality that has set them up. One of the companies that has managed to fully achieve the purpose for which it was created is the Development Company of the Municipality of Trikala "e-trikala" thanks to the audacity of its people and their broad spirit through the organization of the theme park "Mill of the Elves" to create additional developmental benefits not only for the Municipality of Trikala but for the whole prefecture and to make it a destination , which receives visitors all year round to see a city that suddenly grew in everyone's eyes.

### **Key words**

Development company of Municipality, e-trikala,  
Theme park "Mill of the Elves"



# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ABSTRACT

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup></b> .....	<b>17</b>
1.1 Εισαγωγή .....	17
1.2. Θεσμοθέτηση του θεσμού των Επιχειρήσεων στους ΟΤΑ .....	17
1.3. Οι αλλαγές της δεκαετίας του 1980.....	19
1.4. Οι αλλαγές στις Επιχειρήσεις με βάση τους δύο τελευταίους Κώδικες	21
1.5. Από τον Καλλικράτη στον Κλεισθένη .....	26
1.6. Η ευρωπαϊκή άποψη για την επιχειρηματική δράση της Τ.Α .....	29
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup></b> .....	<b>32</b>
2.1. Εισαγωγή .....	32
2.2. Ο ρόλος των Αναπτυξιακών Επιχειρήσεων των ΟΤΑ .....	32
2.3. Παρουσίαση του e- trikala.....	35
2.4. Οργάνωση και λειτουργία της επιχείρησης.....	36
2.5. Αναπτυξιακά έργα από την e-trikala .....	37
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup></b> .....	<b>44</b>
3.1. Εισαγωγή .....	44
3.2. Ο αναπτυξιακός ρόλος των θεματικών πάρκων .....	44
3.3. Ξεκίνημα της ιδέας του Μύλου των Ξωτικών.....	45
3.4. Η διαδρομή και η προσφορά του στην πόλη .....	46
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup></b> .....	<b>49</b>
4.1. Μεθοδολογία έρευνας.....	49
4.2. Ανάλυση έρευνας- Στατιστική ανάλυση δεδομένων.....	52
4.2.1. Στατιστική ανάλυση επισκεπτών.....	52
4.2.2. Στατιστική ανάλυση επιχειρήσεων.....	81

4.2.3. Ημιδομημένες Συνεντεύξεις με τους φορείς της πόλης .....	97
4.2.4. Στατιστική Ανάλυση Επισκεψιμότητας στον Μύλο των Ξωτικών τις περιόδους 2013 – 2018 .....	101
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup> .....</b>	<b>121</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ .....</b>	<b>121</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>127</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....</b>	<b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Αριθμός	Τίτλος	Σελίδα
1	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για την ηλικία	35
2	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για την οικ. κατάσταση	36
3	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για φυλλάδια ταξ. γραφείων	39
4	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για ιστοσελίδες-διαδίκτυο	40
5	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για τουριστικά περιοδικά	40
6	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για συστάσεις φίλων	40
7	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για ενημέρωση μαθητών	41
8	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για διαφημίσεις σε ΜΜΕ	41
9	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για ικανοποίηση παιδιών	42
10	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για «μαγεία των Χριστουγέννων»	42
11	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για εναλλακτικές δυνατότητες	43
12	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για ενδιαφέροντα της πόλης	43
13	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για κοντινότερο προορισμό	43
14	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για οικονομικό προορισμό	44
15	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για επηρεασμό από φυλλάδια	44
16	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για διαφημιστική προβολή	44
17	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για «άλλο» λόγο επίσκεψης	45
18	Μέσοι όροι στην κλίμακα Likert για ικανοποίηση επισκεπτών	50
19	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για ικανοποίηση από διαδραστικά Παιχνίδια	51
20	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για ξενάγηση στο χώρο	51
21	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για ξενάγηση στο μουσείο	51
22	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για συναυλίες	52
23	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για λούνα πάρκ	52
24	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για στατιστικά	53
25	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για μνημεία	55
26	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για τα Μετέωρα	56
27	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για Ελάτη- Περούλι –	56
28	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για Λίμνη Πλαστήρα	56
29	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για Θ.Π. Φαρκαδόνας	57
30	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για «άλλο» προορισμό	57
31	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για φυλλάδια ταξ. Γραφείων	64
32	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για διαφημίσεις σε σταθμούς	64
33	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για άρθρα σε εφημερίδες	65
34	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για επίσημη ιστοσελίδα	65
35	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για συγγενείς και φίλους	65
36	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για «άλλο»	66
37	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για περιήγηση στα Τρίκαλα	66
38	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για επίσκεψη στα Μετέωρα	67

39	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για Λίμνη Πλαστήρα	67
40	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για χειμερινά σπορ στο Περούλι	67
41	Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για «άλλο»	68
42	Αριθμός επισκεπτών περιόδου 2013 – 2018	83
43	Πίνακας επισκεπτών ανά περίοδο 2013 – 2014	90
44	Πίνακας επισκεπτών ανά περίοδο 2014 – 2015	91
45	Πίνακας επισκεπτών ανά περίοδο 2015 – 2016	92
46	Πίνακας επισκεπτών ανά περίοδο 2016 – 2017	94
47	Πίνακας επισκεπτών ανά περίοδο 2017 - 2018	95
48	Συγκεντρωτικά αποτελέσματα πίνακα επισκεπτών ανα περίοδο	98

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Αριθμός	Τίτλος	Σελίδα
1	Κυκλικό διάγραμμα για την κατηγορία φύλο	34
2	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία μορφωτικό επίπεδο	35
3	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία επάγγελμα επισκεπτών	36
4	Ραβδόγραμμα για τις κατηγορίες ταξιδιού	37
5	Κυκλικό διάγραμμα για την κατηγορία μεταφορικό μέσο	38
6	Ραβδόγραμμα για το πόσες φορές ταξιδεύετε το χρόνο	38
7	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία απόσταση από Τρίκαλα	39
8	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία μεταφορικό μέσο	46
9	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία ποιότητα φαγητού	46
10	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία εμπορικά καταστήματα	47
11	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία διασκέδαση νυχτερινή ζωή	47
12	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία πολιτιστική κληρονομιά	48
13	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις	48
14	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία φιλοξενία	49
15	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία πληροφόρηση	49
16	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία δαπάνη χρημάτων	53
17	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία διανυκτερεύσεις	54
18	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία περιοχή διαμονής	55
19	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία επιχείρησης	58
20	Κυκλικό διάγραμμα για την ετήσια λειτουργία της επιχείρησης	58
21	Ραβδόγραμμα για την κατηγορία αύξηση επισκεψιμότητας λόγω Μύλου των Ξωτικών	59
22	Ραβδόγραμμα για την αιτία δημιουργίας ταυτότητας προορισμού	59
23	Ραβδόγραμμα για το που βοηθάει το θεματικό πάρκο	60
24	Ραβδόγραμμα για τις περιοχές προέλευσης των επισκεπτών	61
25	Ραβδόγραμμα για τη συχνότητα επισκέψεων	62
26	Ραβδόγραμμα για την επισκεψιμότητα	62
27	Κυκλικό διάγραμμα για την ποσότητα των ημερών διανυκτέρευσης	63
28	Ραβδόγραμμα για το μέρος διαμονής των επισκεπτών	63
29	Ραβδόγραμμα για τις αγορές των επισκεπτών	68
30	Ραβδόγραμμα για το μέρος των καταστημάτων αγορών	69
31	Ραβδόγραμμα για τη συμμετοχή των επαγγελματιών	70
32	Ραβδόγραμμα για το αν πρέπει να συμμετέχουν οικονομικά οι επαγγελματίες στη διοργάνωση του θεσμού	70
33	Αριθμός επισκεπτών 2013 - 2014	85
34	Αριθμός επισκεπτών 2014 - 2015	85
35	Αριθμός επισκεπτών 2015 - 2016	85

36	Αριθμός επισκεπτών 2016 - 2017	86
37	Αριθμός επισκεπτών 2017 - 2018	86
38	Τάσεις περιόδων 2013 - 2018	86
39	Γράφημα διασποράς περιόδων 2013 - 2014	87
40	Γράφημα διασποράς περιόδων 2014 - 2015	87
41	Γράφημα διασποράς περιόδων 2015 – 2016	88
42	Γράφημα διασποράς περιόδων 2016 – 2017	88
43	Γράφημα διασποράς περιόδων 2017 - 2018	89
44	Αριθμός επισκεπτών ανά περίοδο 2013 - 2014	90
45	Ποσοστά επισκεπτών ανά περίοδο 2013 - 2014	91
46	Αριθμός επισκεπτών ανά περίοδο 2014 - 2015	92
47	Ποσοστά επισκεπτών ανά περίοδο 2014 - 2015	92
48	Αριθμός επισκεπτών ανά περίοδο 2015 - 2016	93
49	Ποσοστά επισκεπτών ανά περίοδο 2015 - 2016	93
50	Αριθμός επισκεπτών ανά περίοδο 2016 - 2017	94
51	Ποσοστά επισκεπτών ανά περίοδο 2016 - 2017	95
52	Αριθμός επισκεπτών ανά περίοδο 2017 - 2018	96
53	Ποσοστά επισκεπτών ανά περίοδο 2017 - 2018	96
54	Συγκεντρωτικό γράφημα αριθμού επισκεπτών ανά περίοδο 2013 - 2018	97
55	Τάσεις επισκεπτών ανά περίοδο 2013 - 2018	97
56	Τάσεις ποσοστών ανά περίοδο 2013 - 2018	98
57	Τάσεις επισκεπτών ετών 2013 - 2018	99

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι επιχειρήσεις των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης συνιστούν έναν ιδιαίτερο θεσμό, ο οποίος αποτελεί ένα ενδιαφέρον αντικείμενο για μελέτη. Στην ουσία είναι ένα εργαλείο άσκησης πολιτικής των ΟΤΑ, εκτός της συνηθισμένης διοικητικής τους δομής. Μέσω των επιχειρήσεων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης εφαρμόζονται προγράμματα και πολιτικές, οι οποίες στοχεύουν στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη. Οι θεσμοί αυτοί είναι περισσότερο ευέλικτοι από τους Δήμους, απαλλαγμένοι από τυχόν γραφειοκρατικές αγκυλώσεις που παρατηρούνται στους τελευταίους και ιδιαίτερα ευέλικτοι στην εφαρμογή διαφόρων προγραμμάτων. Μάλιστα οι επιχειρήσεις των ΟΤΑ λειτουργούν με κριτήρια και προϋποθέσεις που συναντά κανείς μόνο στην ιδιωτική οικονομία με αποτέλεσμα η ιδιομορφία αυτή να αποτελεί και το βασικό πλεονέκτημά τους.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης αποτελεί έναν από τους μηχανισμούς μέσω των οποίων πραγματώνεται η συμβολή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην τοπική ανάπτυξη. Ειδικά οι Αναπτυξιακές Εταιρίες είναι η κατ'εξοχήν κατηγορία των επιχειρήσεων της αυτοδιοίκησης που είναι προσανατολισμένη στην αξιοποίηση του ενδογενούς δυναμικού και των τοπικών πλεονεκτημάτων, με στόχο την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο.

Η εργασία μας στοχεύει στην ανάδειξη των πλεονεκτημάτων μιας Αναπτυξιακής Επιχείρησης Δήμου στην ανάπτυξη μιας ολόκληρης πόλης και διαρθρώνεται σε πέντε (5) κεφάλαια, όπου στο **πρώτο κεφάλαιο** εισάγεται ο αναγνώστης στη διαχρονική εξέλιξη των δημοτικών επιχειρήσεων, ξεκινώντας κυρίως από τον πρώτο μεταπολεμικά Κώδικα και φτάνοντας ως το πρόσφατο νομοθέτημα του «Κλεισθένη». Είναι μια ολοκληρωμένη παρουσίαση όλων σχεδόν των νομοθετικών ρυθμίσεων έως τις μέρες μας, όπου διαπιστώνονται τόσο οι θεσμικές αλλαγές όσο και οι προσπάθειες των κυβερνήσεων για πολλά χρόνια να καθορίσουν το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο που θα επιτρέψει την επιχειρηματική δραστηριότητα των επιχειρήσεων των ΟΤΑ.

Στο **δεύτερο κεφάλαιο** γίνεται προσπάθεια να αναδειχθεί ο ρόλος του Δήμου Τρικκαίων, ο οποίος είναι ο πρώτος δήμος πανελλαδικά που εφάρμοσε την ηλεκτρονική διακυβέρνηση στην Τοπική Αυτοδιοίκηση και ο πιο ανεπτυγμένος τεχνολογικά, καθώς παρουσιάζει σημαντικές καινοτομίες στη δράση του γι' αυτό και ανεπιφύλακτα έχει καθιερωθεί τα τελευταία χρόνια ως πρωτοπόρος στο χώρο των τεχνολογιών ειδικά με την Αναπτυξιακή εταιρεία «e-trikala».

Στο **τρίτο κεφάλαιο** γίνεται αναφορά στα θεματικά πάρκα και το ρόλο τους στην ανάπτυξη των πόλεων και παρουσιάζεται το θεματικό πάρκο «Ο Μύλος των Ξωτικών» που πραγματοποιεί με πολύ μεγάλη επιτυχία ο Δήμος Τρικκαίων τα τελευταία επτά(7)

χρόνια προσελκύοντας πλήθος επισκεπτών από όλη της Ελλάδα και καθιστώντας την πόλη των Τρικάλων ως το κέντρο του χειμερινού τουρισμού .

Στη συνέχεια, στο **τέταρτο κεφάλαιο** γίνεται ανάλυση της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε στην παρούσα εργασία, αναλύονται στατιστικά τα ερωτηματολόγια που δόθηκαν, προκειμένου να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για την απήχηση του θεματικού πάρκου «Ο Μύλος των Ξωτικών».

Περνώντας στο **πέμπτο κεφάλαιο** γίνεται η παρουσίαση των συμπερασμάτων και καταδεικνύεται ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα της Τοπικής Αυτοδιοίκησης γενικά, αλλά και η εξέλιξη των Αναπτυξιακών Εταιριών ειδικότερα, επηρεάζεται όχι μόνο από τη στάση της κεντρικής διοίκησης, αλλά και από την αποδοχή της οποίας τυγχάνουν από τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και την τοπική κοινωνία. Οι Αναπτυξιακές Εταιρίες έχουν καταφέρει να πραγματοποιούν έσοδα από την παροχή των υπηρεσιών τους, να εντοπίζουν τις τοπικές αναπτυξιακές δυνατότητες και να συσπειρώνουν τους φορείς των τοπικών κοινωνιών.



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

## ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΩΝ ΟΤΑ

### 1.1 Εισαγωγή

Η ιστορία της Τοπικής Αυτοδιοίκησης είναι γεμάτη από πολλές αλλαγές και μεταρρυθμίσεις, που σηματοδοτούν την εξέλιξή της και παρουσιάζουν παράλληλα τον τρόπο σκέψης των ανθρώπων αλλά και τις αλλαγές της ίδιας της κοινωνίας. Η ιστορική αναδρομή του θεσμού των επιχειρήσεων των ΟΤΑ, κυρίως μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο επιδιώκει να καταδείξει την αλλαγή του τρόπου σκέψης, τις πολλές και σημαντικές αλλαγές αλλά και το σημαντικό ρόλο τους στην αναβάθμιση των ΟΤΑ, με τον ευέλικτο τρόπο λειτουργίας τους.

### 1.2. Θεσμοθέτηση του θεσμού των Επιχειρήσεων στους ΟΤΑ

Προκειμένου να αντιμετωπισθεί το θεσμικό έλλειμμα για την επιχειρηματική δραστηριότητα των ΟΤΑ, συμπεριλήφθηκε για πρώτη φορά στον Ν. 2888/1954 (Κώδικας Δήμων και Κοινοτήτων), κεφάλαιο αποτελούμενο από 9 άρθρα, το οποίο τιτλοφορείται με τον όρο «επιχειρήσεις». Οι επιχειρήσεις αυτές δεν χαρακτηρίζονται ως νομικά πρόσωπα δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου αλλά ο νομοθέτης αρκέσθηκε να τις χαρακτηρίσει «ιδίας επιχειρήσεις» σύμφωνα με το άρθρο 214, οι οποίες διέπονταν πρώτα από τις διατάξεις του ΚΔΚ και επικουρικά από τις διατάξεις του Αστικού και Εμπορικού Κώδικα. Στην διατύπωση αυτών των άρθρων προβλέπεται εξαντλητική αντιμετώπιση όλων των ζητημάτων που αφορούν σχετικά με τη σύσταση, τη διοίκηση, τη διαχείριση, τη διάλυση και τέλος τις μικρές επιχειρήσεις σε μια προσπάθεια να καλύψει παλαιότερα μακροχρόνια κενά που είχαν επισημανθεί. Ειδικότερα προβλέπονται για τη σύσταση ότι γίνονται για την εξυπηρέτηση του κοινού καθώς και την οικονομική εκμετάλλευση σε θέματα εκτέλεσης έργων όπου οι Δήμοι μπορούν να συνιστούν αυτοτελώς δικές τους Επιχειρήσεις ή να λαμβάνουν μέρος σε αυτές που συστήνονται από άλλα φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Προβλέπει δηλαδή είτε την απευθείας είτε την έμμεση συμμετοχή των Δήμων στη σύσταση επιχειρήσεων. Προκειμένου δε να ενδυναμώσει τις επιχειρήσεις αυτές, απαιτεί την έγκριση της σχετικής απόφασης, η οποία θα πρέπει να λάβει την απόλυτη πλειοψηφία του συνολικού αριθμού των μελών

των Δημοτικών ή Κοινοτικών Συμβουλίων και να εγκριθεί με την έκδοση σχετικού Βασιλικού Διατάγματος .

Η εφαρμογή των διατάξεων του άρθρου 214 περί ιδρύσεως ιδίων επιχειρήσεων ή της συμμετοχής των Δήμων και των Κοινοτήτων σε ιδιωτικές Επιχειρήσεις προϋποθέτει κατά κύριο λόγο οικονομική αυτοτέλεια και ευρωστία των Ο.Τ.Α. και ικανά διαθέσιμα κεφάλαια (Δένδιας Μ., 1954), προκειμένου να διασφαλισθεί η βιωσιμότητα των υπό ίδρυση Επιχειρήσεων από τους Ο.Τ.Α.

Με το νέο αυτό πλαίσιο διατάξεων παρατηρείται το φαινόμενο επέκτασης του προορισμού των ΟΤΑ, οι οποίοι δια μέσω των επιχειρήσεων επεκτείνουν το ρόλο τους από κοινωνικό και δημόσιο σε εμπορικό. Η εξυπηρέτηση του κοινού της παρεχόμενης υπηρεσίας δια μέσου της Επιχείρησης και η αποτίμηση κέρδους μέσα από την οικονομική εκμετάλλευση και τα αποτελέσματα χρήσης της επιχείρησης, προσδίδουν στα χαρακτηριστικά της λειτουργίας της, ίδια χαρακτηριστικά με τις αρχές ιδιωτικής οικονομίας αλλά ταυτόχρονα απαιτούν απαρέγκλιτα να έχουν ως σκοπό την εξυπηρέτηση του κοινού.

Με αφετηρία τις διατάξεις των άρθρων 10 και 11 του Ν.Δ. 3864/1958 ο νομοθέτης κατά παρέκκλιση των διατάξεων των άρθρων 214-222 του Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων Ν.Δ. 2888/1954 δίνει τη δυνατότητα στους Ο.Τ.Α. να συνεργαστούν με τον Ε.Ο.Τ. (στις εταιρείες και επιχειρήσεις που συνιστά ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού), σε μια προσπάθεια να αξιοποιηθούν οι τοπικές δυνατότητες που προσφέρονται για τουριστική αξιοποίηση και ειδικότερα για ανέγερση ξενοδοχείων, ξενώνων, τουριστικών περιπτέρων και την εκτέλεση τουριστικών έργων και εγκαταστάσεων. Στις ίδιες διατάξεις δίδεται η δυνατότητα και σε Ν.Π.Δ.Δ. και σε Κοινωφελή Ιδρύματα να συνιστούν από κοινού με του Ε.Ο.Τ. ή να συμμετέχουν σε επιχείρηση ή εταιρεία που συνιστά ο Ε.Ο.Τ.. Προκειμένου οι Ο.Τ.Α. να συμμετέχουν σε επιχείρηση ή εταιρεία του Ε.Ο.Τ. ή να τη συνιστούν, ο νομοθέτης απαιτεί απόφαση του Δημοτικού ή Κοινοτικού Συμβουλίου η οποία να λαμβάνεται με απόλυτη πλειοψηφία του συνολικού αριθμού των μελών τους επιφυλάσσοντας την έγκριση της απόφασης αυτής από τον Υπουργό Εσωτερικών. Αντίστοιχα όταν πρόκειται για Ν.Π.Δ.Δ. ή Ιδρύματα απαιτείται απόφαση με την απόλυτη

πλειοψηφία του αριθμού των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου και έγκριση της από τον Υπουργό που τα εποπτεύει.

Αξίζει επιπλέον να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τις διατάξεις του τότε ισχύοντος ΚΔΚ το 1954 συστάθηκαν οργανισμοί και επιχειρήσεις με αντικείμενο την συγκοινωνία, την ύδρευση, την αποχέτευση, τις υπηρεσίες ραδιοφωνίας καθώς και όσες δραστηριότητες αφορούσαν την προώθηση παραγωγικών δραστηριοτήτων σε εμπορικές και εμπορικές μονάδες του πρωτογενούς και του δευτερογενούς τομέα της οικονομίας (Καλλιαντζίδης, 1989). Στο πλαίσιο της υλοποίησης των διατάξεων του Νόμου αυτού, συστάθηκε το έτος 1959 μεταξύ του Ε.Ο.Τ. και του ιδρύματος του Δημοτικού Νοσοκομείου Ιωαννίνων «Η Εταιρεία Αγάπη εκμετάλλευσης τουριστικού ξενοδοχείου»<sup>1</sup>. Είκοσι χρόνια αργότερα, με το Ν. 890/1979<sup>2</sup> συστάθηκε επιχείρηση με την επωνυμία «Δημοτική Επιχείρηση υδρεύσεως και αποχέτευσης Δήμων και Κοινοτήτων μείζονος περιοχής Βόλου».

Κλείνοντας αυτή την περίοδο πρέπει να σημειώσουμε ότι στην δεδομένη χρονική στιγμή εμφανίστηκε και μια νέου τύπου μορφή δημοτικών επιχειρήσεων. Ο νέος αυτός τύπος, ο οποίος θεσμοθετήθηκε με το Ν. 1069/ 1980, ήταν οι ΔΕΥΑ. ως νομικά πρόσωπα κοινωφελούς χαρακτήρα εξαιτίας της παροχής στο κοινό δημόσιου αγαθού, όπως ήταν το νερό.

### **1.3. Οι αλλαγές της δεκαετίας του 1980**

Οι αλλαγές που συμβαίνουν στις αρχές της δεκαετίας του 1980 είναι πολλές και η θεσμοθέτηση ενός νέου Κώδικα κρίνεται επιβεβλημένη για πολλούς λόγους με κυριότερο την αναγκαιότητα προσαρμογής της νομοθεσίας των Ο.Τ.Α. στις καινούργιες συνθήκες της ζωής και την επιδίωξη να διασφαλιστεί η συνταγματικά κατοχυρωμένη αυτοτέλεια των Δήμων και των Κοινοτήτων περιορίζοντας ταυτόχρονα δραστικά το ρόλο της Κεντρικής διοίκησης. Ο Ν. 1065/1980, ο νέος Κώδικας Δήμων και Κοινοτήτων ήρθε να καλύψει αυτό το κενό. Στο πέμπτο μέρος του αναφέρεται στις επιχειρήσεις ενώ ειδικότερα στο άρθρο 205 του ίδιου μέρους κάνει λόγο για σύσταση και νομική φύση των Επιχειρήσεων αυτών σε αντίθεση με τον Κώδικα του 1954 που αγνοούσε εντελώς έστω

---

<sup>1</sup> Βλ. Απόφαση Υπουργού Εσωτερικών 17259/4-3-1959 ΦΕΚ Β 109/1959.

<sup>2</sup> Βλ. Νόμος 890/1979 ΦΕΚ Α' 80/1979.

και λεκτικά τη νομική φύση των Επιχειρήσεων και έκανε λόγο για απλή σύστασή τους. Στο άρθρο 205 αναφέρει ότι οι Δήμοι ή Κοινότητες μπορούν να συνιστούν δικές τους επιχειρήσεις ή να συμμετέχουν από κοινού σε επιχειρήσεις που ιδρύουν μαζί ή με άλλα νομικά πρόσωπα ή να συνεχίζουν τη λειτουργία επιχειρήσεων που ήδη υπάρχουν.

Ο νέος Νόμος έδινε τη δυνατότητα στους Δήμους και τις Κοινότητες να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες από κοινού με άλλα φυσικά ή νομικά πρόσωπα για την σύσταση παρόμοιων επιχειρήσεων. Παράλληλα δεν καταργεί ήδη προϋφιστάμενες επιχειρήσεις τέτοιου χαρακτήρα αλλά τις διατηρεί και επιτρέπει την συμμετοχή των Δήμων και Κοινοτήτων σε αυτές. Ο νέος Νόμος εισάγει και αρχές γενικού περιεχομένου εισοδηματικής πολιτικής μέσα από την ανάπτυξη δραστηριοτήτων με σκοπό την πραγματοποίηση κερδοφόρων ενεργειών πράγμα το οποίο έλειπε από το κείμενο του Κώδικα του 1954. Μια καινοτομία επίσης σημαντικής σημασίας παρατηρείται στη διάταξη της παραγράφου 3 του άρθρου 205 , το οποίο εισάγει την πλήρη οικονομοτεχνική μελέτη, η οποία δεν υπήρχε μέχρι τότε. Οι Ο.Τ.Α. καλούνται να αναλάβουν παραγωγικές πρωτοβουλίες, παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών ενώ συγχρόνως αποσκοπούν στην εξυπηρέτηση του κοινού. Για τις Επιχειρήσεις των Ο.Τ.Α. ως οικονομικές μονάδες, ο νομοθέτης με τις διατάξεις αυτές<sup>3</sup>, θέτοντας προϋπόθεση στους Δήμους και τις Κοινότητες την προηγούμενη εκπόνηση οικονομοτεχνικής μελέτης προκειμένου αυτές να αποφασίζουν τη σύσταση ή τη συμμετοχή σε επιχείρηση, θέλησε να αποκλείσει τη δημιουργία επιχειρήσεων που από την αρχή δεν θα ήταν βιώσιμες ή που προφανώς ήθελε οι τοπικοί άρχοντες να γνωρίζουν εκ των προτέρων τα αποτελέσματα χρήσης των επιχειρήσεων. Την προϋπόθεση εκπόνησης «πλήρους οικονομοτεχνικής μελέτης» θέτει ο νομοθέτης και στην περίπτωση συμμετοχής Δήμου ή Κοινότητας σε επιχείρηση που δεν είναι Δημοτική (205 παρ. 6) η οποία συμμετοχή αποφασίζεται με την ίδια απόλυτη πλειοψηφία, που απαιτεί ο νομοθέτης και στην περίπτωση σύστασης ή συμμετοχής σε Δημοτική ή Κοινοτική επιχείρηση που δεν είναι Δημοτική. Στην απόφαση περί συμμετοχής σε Επιχειρήσεις μη Δημοτικές αναφέρονται οι λόγοι για τη συμμετοχή και ορίζεται υποχρεωτικά το ποσοστό συμμετοχής, περιουσιακά στοιχεία που εισφέρονται και η εκπροσώπηση του Δήμου ή της Κοινότητας στη διοίκηση

---

<sup>3</sup> Βλ. Άρθρο 205 παρ 3 του Κώδικα 1065/1980.

της Επιχείρησης . Στη διάταξη αυτή ορίζεται ότι οι επιχειρήσεις αυτές λειτουργούν μόνον με τη μορφή Ανωνύμου Εταιρείας.

Με τις διατάξεις του Ν. 1065/1980 ο οποίος ίσχυσε περίπου τρία χρόνια συστάθηκαν επτά επιχειρήσεις, τρεις από το Δήμο Αθηναίων μηχανογράφησης, ασφαλειών και διαφήμισης- τουρισμού, το καλλιτεχνικό εργαστήρι Δήμου Βόλου, παροχής υπηρεσιών Δήμου Καλλιθέας, μεταφοράς λυμάτων Κοινότητας Ιτέας και εκμετάλλευση ιαματικών λουτρών της Κοινότητας Σμόκοβου Καρδίτσας.

Με το Ν. 1416/1984 γίνεται προσπάθεια να διορθωθούν οι διαπιστωμένες αδυναμίες της πορείας προς την Αποκέντρωση και επιχειρείται η ενίσχυση της διοικητικής αυτοδυναμίας των Ο.Τ.Α. και ιδιαίτερα τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην ανάπτυξη των παραγωγικών δυνάμεων και στην καθιέρωση νέων παραγωγικών σχέσεων. Στόχος της επιχειρηματικής δραστηριότητας των Ο.Τ.Α. με αυτό το νομοσχέδιο είναι, «πέρα από την παροχή υπηρεσιών στους δημότες, η αξιοποίηση διάσπαρτων πλουτοπαραγωγικών πόρων, που αγνοήθηκαν από την ιδιωτική πρωτοβουλία ή ξεχάστηκαν από το κράτος , η αύξηση του τοπικού προϊόντος η δημιουργία εσόδων και νέων θέσεων απασχόλησης , η επανεπένδυση του πλεονάσματος στον τόπο παραγωγής του και η αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής».

#### **1.4. Οι αλλαγές στις Επιχειρήσεις με βάση τους δύο τελευταίους Κώδικες**

Με το Π.Δ 410/ 1995, και την κωδικοποίηση για τους ΟΤΑ, ενδυναμώνεται η επιδιωκόμενη επιχειρηματική δραστηριότητα των ΟΤΑ, ενώ παράλληλα ανοίγει ένα καινούργιο κεφάλαιο στην οικονομική και κοινωνική ζωή της χώρας. Η μειωμένη εφαρμογή της επιχειρηματικότητας των ΟΤΑ από την προηγούμενη περίοδο δεν μπορούσε να αποτελέσει κριτήριο απαγορευτικό ή αποθαρρυντικό για την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, διότι συνδέεται με τον περιθωριακό ρόλο που είχε ουσιαστικά ανατεθεί στους ΟΤΑ και τις συνδεδεμένες με αυτό αδυναμίες στη λειτουργία και ανάπτυξη τους, όπως η έλλειψη επαρκούς στελέχωσης, οικονομικοί περιορισμοί και πολύμορφες και πολύπλοκες γραφειοκρατικές διαδικασίες με πλήρη εξάρτηση από την κεντρική διοίκηση.

Ο νέος ΚΔΚ στόχευε στην άρση όλων των οικονομικών εμποδίων και στην δημιουργία ενός θεσμικού πλαισίου, ώστε η επιχειρηματικότητα της Τ.Α μέσω των επιχειρήσεων της, να δημιουργήσει τις κατάλληλες προϋποθέσεις αλλά και υποδομές υποστήριξης όλων των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ώστε να εκπληρωθεί τελικά ένας από τους

απώτερους στόχους της Τ.Α, η ενίσχυση του ρόλου της Τ.Α στην κοινωνική και οικονομική ζωή της εκάστοτε τοπικής κοινωνίας (ΕΕΤΑ Α.Ε, 1987).

Έτσι ο ΚΔΚ του 1995 ενίσχυσε τον ρόλο των επιχειρήσεων της Τ.Α δημιουργώντας τις ακόλουθες μορφές επιχειρήσεων:

1. Αμιγείς Δημοτικές ή Κοινοτικές Επιχειρήσεις
2. Διαδημοτικές ή Διακοινοτικές Επιχειρήσεις,
3. Επιχειρήσεις Συνεταιριστικού χαρακτήρα,
4. Ανώνυμες Επιχειρήσεις με Συνεταιρισμούς,
5. Κοινές Ανώνυμες Εταιρείες,
6. Αμιγείς Νομαρχιακές Επιχειρήσεις,
7. Διανομαρχιακές Επιχειρήσεις,
8. Μη αμιγείς Νομαρχιακές Επιχειρήσεις: α. υπό την μορφή των Α.Ε, β. υπό την μορφή των Αστικών Εταιρειών μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα.

Οι αμιγείς δημοτικές επιχειρήσεις αποτελούν την πλέον πρόσφορη μορφή και συγκεντρώνει πάνω από το 60% των επιχειρήσεων. Οι διοικήσεις των ΟΤΑ προτιμούν να ιδρύουν επιχειρήσεις τέτοιας μορφής, διότι υπάρχει ευχέρεια σύστασης από τις διατάξεις του ΚΔΚ. Επιπλέον έχουν μεγάλο φάσμα δραστηριοτήτων και μέσω αυτών οι ΟΤΑ ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα. Οι ανώνυμες εταιρείες της αυτοδιοίκησης κατέχουν το 11% επί του συνόλου, αποτελούν το βασικό εταιρικό σχήμα μέσω του οποίου οι ΟΤΑ συνεργάζονται επιχειρηματικά με άλλα νομικά, φυσικά πρόσωπα ή και μεταξύ τους. Οι μονάδες που συμμετέχουν σε ανώνυμες εταιρείες έχουν τα ίδια δικαιώματα και υποχρεώσεις με αυτά των υπολοίπων μετόχων και ο βαθμός ελέγχου και επιρροής τους εξαρτάται άμεσα από το ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου που κατέχουν.

Συμπερασματικά διαπιστώνεται ότι οι ΟΤΑ παρεμβαίνουν στην τοπική οικονομία δυναμικότερα μέσω του θεσμού των δημοτικών ή κοινοτικών επιχειρήσεων. Η παρέμβαση αυτή νομικά αποτυπώνεται με την αποκλειστική συμμετοχή των ΟΤΑ, ως το μοναδικό μέτοχο σε αυτές τις επιχειρήσεις. Όμως η μονομετοχική του δράση δεν εξαντλείται μόνο σε έναν ΟΤΑ, αντίθετα προβλέπεται και η συνεργασία των ΟΤΑ με λοιπούς κοινωνικούς φορείς, κοινωνικούς τοπικούς κλάδους και διάφορα οικονομικά σχήματα, τα οποία όμως δεν είναι αποδέκτες των τυχόν «επιχειρηματικών κινδύνων» σε περίπτωση που η δράση των επιχειρήσεων καταλήξει σε αρνητικά κέρδη.

Το Π.Δ. 410/1995 ενίσχυσε για μια ακόμη φορά την επιχειρηματική δράση της Τ.Α. Συμπεριέλαβε νέες μορφές επιχειρήσεων προσπαθώντας να ενσωματώσει όλες τις ιδιομορφίες και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ΟΤΑ, τα οποία αποτέλεσαν και προσδιοριστικά στοιχεία του είδους και του μεγέθους των επιχειρήσεων, καθώς σε πολλές περιπτώσεις ένας κακός σχεδιασμός θα δημιουργήσει αρνητικές εξωτερικές επιβαρύνσεις ή οικονομίες.

Οι αλλαγές που επήλθαν στην Τοπική Αυτοδιοίκηση μετά την ψήφιση του Ν.2539/1997, τη συνένωση των Δήμων και των Κοινοτήτων σε μεγαλύτερους ΟΤΑ, καθιστούσαν επιτακτική και την τροποποίηση των διατάξεων για τις επιχειρήσεις των ΟΤΑ. Πράγματι οι διατάξεις του νέου Δημοτικού και Κοινοτικού Κώδικα (Ν. 3463/2006, ΦΕΚ Α' 114 ), που αφορούσαν τις Επιχειρήσεις των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης στα τρία πρώτα Κεφάλαια περιγράφουν τις μορφές των Επιχειρήσεων που δύνανται να συστήνουν ή να συμμετέχουν οι Ο.Τ.Α. τους σκοπούς καθώς και τους κανόνες οργάνωσης και λειτουργίας τους. Στόχος του νέου θεσμικού πλαισίου που διέπει τις Επιχειρήσεις Ο.Τ.Α. ήταν να αντιμετωπισθούν οι δυσλειτουργίες που σωρεύθηκαν από τη λειτουργία τους επί πολλά χρόνια, ιδίως λόγω του τρόπου, με τον οποίο χρησιμοποιήθηκαν οι Επιχειρήσεις και να επαναπροσδιορισθεί σαφώς ο ρόλος τους στην επιχειρηματική δραστηριότητα .Οι δυσλειτουργίες αυτές κατά κύριο λόγο ήταν: η πολυμορφία των διαφόρων κατηγοριών Επιχειρήσεων, η έλλειψη οριοθέτησης του κύκλου αρμοδιοτήτων, οι συστατικές πράξεις που περιλάμβαναν μελλοντικούς ή αόριστους σκοπούς, οι οποίοι δεν υλοποιήθηκαν στην πράξη ποτέ, η συχνή έλλειψη ορθολογικού προγραμματισμού προσλήψεων και η εκμετάλλευση σε πολλές περιπτώσεις, της νομικής φύσης τους (Ν.Π.Ι.Δ.) για προσλήψεις προσωπικού η οποία οδήγησε σε υπερδιόγκωση του προσωπικού, και η μετάτλιση των χρεών των Επιχειρήσεων στους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης που τις είχαν συστήσει με νομοθετικές λύσεις.

Επιδίωξη του νέου θεσμικού πλαισίου σύμφωνα με τον νέο Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων (Νόμος 3463/2007), την αιτιολογική του έκθεση και την σχετική εγκύκλιο του Υπουργείου Εσωτερικών ήταν :

Η απλοποίηση και αποσαφήνιση των κατηγοριών των Επιχειρήσεων, προκειμένου να υπάρχει σαφής γνώση του κανονιστικού πλαισίου που τις διέπει.

Η οριοθέτηση και αποσαφήνιση των σκοπών τους.

Η εφαρμογή διαφάνειας στις πολιτικές πρόσληψης προσωπικού, εκτέλεσης έργων και διενέργειας προμηθειών.

Η οικονομική βιωσιμότητά τους, με τη συγκέντρωση και την ορθολογική σύνδεση σκοπών και μέσων, και, όπου αυτό είναι απολύτως αναγκαίο, η παύση της λειτουργίας τους, σε περίπτωση που τα οικονομικά δεδομένα και οι πραγματικές δραστηριότητες δεν επιτρέπουν την περαιτέρω λειτουργία τους.

Η χρηματοδότηση, όπου είναι επιτρεπτή, για την εξυπηρέτηση αποκλειστικά συγκεκριμένων και προγραμματισμένων κοινωφελών δράσεων.

Η συστηματική παρακολούθηση της λειτουργίας τους από την οικεία Περιφέρεια και το Υπουργείο Εσωτερικών με τη δημιουργία Μητρώου Επιχειρήσεων των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Ο Ν. 3463/2006 συνέχισε το προηγούμενο καθεστώς που ίσχυε για τις δημοτικές επιχειρήσεις κάνοντας ουσιαστικές αλλαγές όμως σε σημεία που η ανανέωση ήταν απαραίτητη προκειμένου να ενισχυθεί η επιχειρηματική δραστηριότητα των ΟΤΑ και να χρηματοδοτήσουν μόνες τους τις επιχειρηματικές τους δράσεις, αποφεύγοντας να επιβαρύνουν τον προϋπολογισμό των ΟΤΑ με οικονομική ενίσχυση ζημιόγων δράσης τους. Έτσι και με το νέο κώδικα οι ΟΤΑ δεν επιτρέπεται να συνιστούν ή να συμμετέχουν σε καμία άλλη εταιρεία ή κοινοπραξία οποιασδήποτε μορφής, με εξαίρεση εκείνων που ρητά τις αναφέρει ο ΚΔΚ.

Οι μορφές αυτών των επιχειρήσεων είναι Ν.Π.Ι.Δ. και κατηγοριοποιούνται στις ακόλουθες νομικές μορφές: α) Κοινωφελείς Δημοτικές ή Κοινοτικές Επιχειρήσεις, β) Ανώνυμες Εταιρείες ΟΤΑ και γ) Εταιρείες Ειδικού Σκοπού.

Οι Κοινωφελείς Δημοτικές ή Κοινοτικές Επιχειρήσεις, έχουν ως σκοπό την παροχή υπηρεσιών ή την εκπλήρωση δραστηριοτήτων που συνδέονται με τους ακόλουθους τομείς δράσεων των επιχειρήσεων: 1. κοινωνική προστασία και αλληλεγγύη, 2. παιδεία, 3. πολιτισμός και αθλητισμός, 4. περιβάλλον, 5. δημοτική συγκοινωνία και 6. έρευνα και τεχνολογία (Γούπιος *et al*, 2008).

Οι παραπάνω τομείς δράσεις των δημοτικών και κοινοτικών επιχειρήσεων στοχεύουν στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών στους ΟΤΑ και στην οικονομική τους ανάπτυξη των



τελευταίων, ως τους μοναδικούς τους πελάτες, με απώτερο στόχο την εξυπηρέτηση των αναγκών της τοπικής κοινωνίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τον Ν.3463/2006, οι κοινωφελείς επιχειρήσεις των ΟΤΑ δεν μπορούν να ασχοληθούν με την καθαριότητα και την αποκομιδή των απορριμμάτων, τη δημιουργία και την συντήρηση περιοχών πρασίνου, τα κοιμητήρια, με κάθε τύπου κατασκευαστικές δραστηριότητες, καθώς και με δραστηριότητες που έχουν καθαρά εμπορικό ή βιομηχανικό χαρακτήρα (Πατράγας, 1999). Επίσης οι κοινωφελείς επιχειρήσεις των ΟΤΑ δεν μπορούν να ασχοληθούν και με εκείνες τις κρατικές δραστηριότητες που αναφέρονται στο άρθρο 75, ΙΙ του Ν.3463/2006.

Η δεύτερη κατηγορία των επιχειρήσεων των ΟΤΑ είναι εκείνη των Ανωνύμων Εταιρειών τους. Σύμφωνα με τον ισχύοντα ΚΔΚ οι ΟΤΑ μπορούν να συμμετέχουν σε Α.Ε οι οποίες μπορούν να λειτουργούν i) με την μορφή των κοινών ανωνύμων εταιρειών «του νόμου περί ανωνύμων εταιρειών», Ν. 2190/ 1920 (και την τροποποιητική του πράξη με το Ν. 3406/2007) με πλειοψηφία των φορέων της Τ.Α (κοινές), ii) με την μορφή των αναπτυξιακών εταιρειών και iii) με τη μορφή των Δημοτικών- Κοινοτικών μονομετοχικών ανωνύμων εταιρειών για την αξιοποίηση της περιουσίας των ΟΤΑ. Οι Α.Ε τους έχουν τη δυνατότητα μόνοι ή σε συνεργασία με άλλους φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης να συστήνουν ανώνυμες εταιρείες στις οποίες οι φορείς της Αυτοδιοίκησης έχουν την πλειοψηφία των μετοχών. Η σύναψη συμβάσεων ανάθεσης έργων, προμηθειών, μελετών και υπηρεσιών από τις Α.Ε των ΟΤΑ διενεργείται βάσει κανονισμού, ο οποίος καταρτίζεται από το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας, ενώ το προσωπικό τους προσλαμβάνεται με την έκδοση Προεδρικού Διατάγματος.

Σε αυτή την κατηγορία των Α.Ε εμφανίζονται τρεις μορφές Α.Ε, οι κοινές, οι αναπτυξιακές και οι μονομετοχικές. Η πρώτη υποκατηγορία των Α.Ε των ΟΤΑ, οι κοινές παρουσιάζουν τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: καταρχήν δεν χρηματοδοτούνται από τον ΟΤΑ και δεν μπορούν να συμμετέχουν σε προγραμματικές συμβάσεις. Επιπλέον η σύναψη των συμβάσεων ανάθεσης έργων, μελετών, προμηθειών και υπηρεσιών γίνεται βάσει εσωτερικού κανονισμού και οι προσλήψεις του προσωπικού γίνονται με βάση Π.Δ που θα εκδίδεται κατ' εξουσιοδότηση της παραγρ. 6 του άρθρου 265 του ΚΔΚ, δηλαδή μετά από την σύμφωνη γνώμη του Υπουργείου Εσωτερικών Αποκέντρωσης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης και της ΚΕΔΚΕ. Τέλος, η εταιρεία λύνεται υποχρεωτικά όταν για τρεις συνεχείς χρήσεις είναι ζημιογόνα ή μειώνεται το ποσοστό των κεφαλαίων κατά πενήντα τοις εκατό (50%).

Με το νέο ΚΔΚ εμφανίζονται για πρώτη φορά οι Αναπτυξιακές Εταιρείες. Ο στόχος αυτών των εταιρειών είναι η επιστημονική και τεχνική υποστήριξη των ΟΤΑ και της αποκεντρωμένης κρατικής διοίκησης, για την τοπική ανάπτυξη και την υλοποίηση προγραμμάτων. Στις αναπτυξιακές εταιρείες των ΟΤΑ συμμετέχουν οι φορείς της ΤΑ, αλλά και άλλοι δημόσιοι και κοινωνικοί φορείς. Μπορεί να γίνει απευθείας ανάθεση υπηρεσιών έως σαράντα πέντε χιλιάδες ευρώ και συνολικά έως εκατόν πενήντα χιλιάδες ευρώ ανά έτος, με την προϋπόθεση ότι οι υπηρεσίες θα παρασχεθούν από τις ίδιες τις εταιρείες. Επιπλέον μπορούν να συμμετέχουν και σε προγραμματικές συμβάσεις (Τριανταφυλλοπούλου, 2009).

Στην κατηγορία των Α.Ε εντάσσονται και οι Δημοτικές και Κοινοτικές Α.Ε. Από τον ΚΔΚ προβλέπεται και η σύσταση από τους ΟΤΑ μονομετοχικής Α.Ε με αποκλειστικό σκοπό την αξιοποίηση της ακίνητης περιουσίας ή την εκμετάλλευση κοινοχρήστων χώρων(άρθρο 266). Οι εταιρείες αυτές έχουν τον αποκλειστικό και κύριο μέτοχο τον ΟΤΑ. Οι μονομετοχικές Α.Ε των ΟΤΑ δεν χρηματοδοτούνται από τον ΟΤΑ και δεν μπορούν να συμμετέχουν σε προγραμματικές συμβάσεις. Για την σύναψη συμβάσεων ανάθεσης έργων, μελετών, προμηθειών και υπηρεσιών και το καθεστώς των προσλήψεων, ισχύει ότι και για τις κοινωφελείς επιχειρήσεις.

Στην τρίτη κατηγορία των επιχειρήσεων των ΟΤΑ, όπως παρουσιάστηκαν αρχικά, εντάσσονται και οι εταιρείες ειδικού σκοπού. Ως τέτοιες θεωρούνται οι παρακάτω: α) η ΔΕΥΑ και β) η Δημοτική Ραδιοφωνία και Τηλεόραση. Οι ΟΤΑ συμμετέχουν σε οποιαδήποτε Α.Ε, δεν επιτρέπεται όμως να συμμετέχουν σε ποδοσφαιρικές, τραπεζικές και ασφαλιστικές Α.Ε. Επιπλέον οι ΟΤΑ δεν επιτρέπεται να συνιστούν ή να συμμετέχουν σε καμία άλλη μορφή εταιρείας ή κοινοπραξίας.

Πρέπει να σημειωθεί ότι με το νέο κώδικα δημιουργήθηκε το Μητρώο Επιχειρήσεων των ΟΤΑ, που περιέχει στοιχεία που κοινοποιούνται από τις επιχειρήσεις στην αντίστοιχη Περιφέρεια (νυν Αποκεντρωμένη Διοίκηση) και κάθε χρόνο με βάση τα στοιχεία του Μητρώου εκδίδεται σχετική βεβαίωση.

## **1.5. Από τον Καλλικράτη στον Κλεισθένη**

Ο Ν. 3852/2010 γνωστός και ως Καλλικράτης επέφερε σημαντικές αλλαγές στους σκοπούς των ΝΠΔΔ και στην επιχειρηματική δραστηριότητα των ΟΤΑ. Η νέα αρχιτεκτονική της

πρωτοβάθμιας τοπικής αυτοδιοίκησης με τη συνένωση των δήμων και των κοινοτήτων σε νέους μεγάλους Δήμους συνοδεύτηκε από ανακατατάξεις και μετασχηματισμούς σε όλα τα νομικά τους πρόσωπα. Αυτές οι θεσμικές αλλαγές επέφεραν ποσοτικές μεταβολές στον αριθμό των νομικών προσώπων αλλά και μεταβολές στα χαρακτηριστικά και στις δράσεις τους. Οι αλλαγές που επήλθαν στο θεσμικό πλαίσιο που διέπει την σύσταση και τη λειτουργία των επιχειρήσεων των ΟΤΑ ήταν οι ακόλουθες:

Οι ΟΤΑ α' βαθμού πλέον θα είχαν μια κοινωφελή επιχείρηση, μια ΔΕΥΑ και μια εταιρεία ειδικού σκοπού. Οι υφιστάμενες μορφές επιχειρήσεων συγχωνεύθηκαν σε μια εταιρεία σύμφωνα με τις προαναφερόμενες μορφές και ο νέος ΟΤΑ, ο οποίος προέκυψε από την συνένωση άλλων ΟΤΑ α' βαθμού υπεισέρχονταν στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των συγχωνευμένων επιχειρήσεων. Για τις Α.Ε των ΟΤΑ α' βαθμού προβλέπονταν η συγχώνευση τους, εφόσον είχαν κοινό πεδίο δράσης.

Αντίστοιχα, οι ΟΤΑ β' βαθμού, δηλαδή οι Περιφέρειες αναλαμβάνουν όλες τις επιχειρήσεις των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων, εφαρμόζοντας όμως βασικές αλλαγές. Οι ΟΤΑ β' βαθμού είχαν τη δυνατότητα ίδρυσης αναπτυξιακών Α.Ε με σκοπό την επιστημονική και τεχνική υποστήριξη των περιφερειών και της Ένωσης Περιφερειών, την προώθηση της επιχειρηματικής, οικονομικής και γενικότερα βιώσιμης ανάπτυξης της περιφέρειας, καθώς και την ανάπτυξη δραστηριοτήτων προστασίας του περιβάλλοντος, και την συμμετοχή τους σε αντίστοιχα προγράμματα ή την εφαρμογή σχετικών πολιτικών σε διαπεριφερειακό ή σε ευρύτερο γεωγραφικό χώρο. Μέτοχοι αυτών είναι όλοι οι φορείς της Τ.Α, αλλά και τοπικοί και οικονομικοί, συλλογικοί φορείς, με πλειοψηφία όμως των φορέων της Τ.Α. Για την σύστασή τους απαιτείται οικονομοτεχνική μελέτη βιωσιμότητας. Οι αστικές εταιρείες μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα συνεχίζουν να υφίστανται εφόσον η δράση τους είναι συμβατή με εθνικές και ευρωπαϊκές πολιτικές, ενώ δεν επιτρέπεται η επιχορήγησή τους. Συνέχισαν να λειτουργούν επίσης οι Α.Ε, οι αμιγείς επιχειρήσεις μετατράπηκαν σε αναπτυξιακές, ενώ τα ΚΕΚ θα λειτουργούν μέχρι την λήξη του χρόνου που προβλέπεται από την συστατική τους πράξη.

Με το Ν. 4555/2018 , γνωστός και ως «νόμος του Κλεισθένη», δίνονται νέα πεδία αναπτυξιακής δράσης στην Τοπική Αυτοδιοίκηση, αφού της δίνεται η δυνατότητα να συμμετέχουν σε άλλα νομικά πρόσωπα α' και β' βαθμού με αναπτυξιακό χαρακτήρα ή με αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών κοινής ωφέλειας ή την αξιοποίηση δημόσιων αγαθών.

Συγκεκριμένα με το άρθρο 182 επεκτείνεται η δυνατότητα συμμετοχής των ΟΤΑ α' και β' βαθμού σε άλλα νομικά πρόσωπα αναπτυξιακού χαρακτήρα με αντικείμενο μία (1) τουλάχιστον από τις εξής δραστηριότητες: α) Παραγωγή, αποθήκευση, ιδιοκατανάλωση ή πώληση ηλεκτρικής ή θερμικής ή ψυκτικής ενέργειας από σταθμούς Α.Π.Ε. ή Σ.Η.Θ.Υ.Α. ή Υβριδικούς Σταθμούς. β) Διαχείριση, όπως συλλογή, μεταφορά, επεξεργασία, αποθήκευση ή διάθεση, πρώτης ύλης για την παραγωγή ηλεκτρικής ή θερμικής ή ψυκτικής ενέργειας από βιομάζα ή βιορευστά ή βιοαέριο ή μέσω ενεργειακής αξιοποίησης του βιοαποικοδομήσιμου κλάσματος αστικών αποβλήτων. γ) Προμήθεια ενεργειακών προϊόντων, συσκευών και εγκαταστάσεων, με στόχο τη μείωση της ενεργειακής κατανάλωσης και της χρήσης συμβατικών καυσίμων, καθώς και τη βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας. δ) Προμήθεια ηλεκτροκίνητων οχημάτων, υβριδικών ή μη, και εν γένει οχημάτων που χρησιμοποιούν εναλλακτικά καύσιμα. ε) Διανομή ηλεκτρικής ενέργειας. στ) Προμήθεια ηλεκτρικής ενέργειας ή φυσικού αερίου προς τελικούς πελάτες, σύμφωνα με το άρθρο 2 του ν. 4001/2011 (Α' 179). ζ) Παραγωγή, διανομή και προμήθεια θερμικής ή ψυκτικής ενέργειας. η) Διαχείριση της ζήτησης για τη μείωση της τελικής χρήσης της ηλεκτρικής ενέργειας και εκπροσώπηση παραγωγών και καταναλωτών στην αγορά ηλεκτρικής ενέργειας. θ) Ανάπτυξη δικτύου, διαχείριση και εκμετάλλευση υποδομών εναλλακτικών καυσίμων, σύμφωνα με το ν. 4439/2016 (Α' 222) ή διαχείριση μέσω βιώσιμων μεταφορών. ι) Εγκατάσταση και λειτουργία μονάδων αφαλάτωσης νερού με χρήση Α.Π.Ε. ια) Παροχή ενεργειακών υπηρεσιών, σύμφωνα με το άρθρο 10 της Δ6/13280/7.6.2011 απόφασης της Υπουργού Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής (Β' 1228).

Επίσης, σύμφωνα με το άρθρο 183 του «Κλεισθένη» μπορούν να συμμετέχουν σε νομικά πρόσωπα με αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών κοινής ωφέλειας ή την αξιοποίηση δημόσιων αγαθών δηλ. μπορούν να συνιστούν αυτοτελώς ή να συμμετέχουν από κοινού με άλλους Ο.Τ.Α., του ίδιου ή άλλου βαθμού σε αναπτυξιακές ανώνυμες εταιρείες των άρθρων 252 παρ. 3 Β' και 265 του ν. 3463/2006 ή του άρθρου 194 του ν. 3852/2010 με ειδικό σκοπό: α) Την απόκτηση πλειοψηφικού ή μειοψηφικού μετοχικού κεφαλαίου εταιρειών κοινής ωφέλειας ή εταιρειών αξιοποίησης και διαχείρισης υποδομών ή εταιρειών εκτέλεσης μεταφορικού έργου και β) Την αξιοποίηση τοπικών φυσικών πόρων ή περιοχών ή εγκαταστάσεων σημαντικής τουριστικής ή αναπτυξιακής αξίας.

Με το άρθρο 184 θεσπίστηκε η σύσταση δημοτικών μονομετοχικών Α.Ε. με μοναδικό αντικείμενο τη λειτουργία πρατηρίου υγρών καυσίμων εντός της χωρικής τους εμβέλειας προς εξυπηρέτηση των αναγκών των κατοίκων τους, υπό την προϋπόθεση ότι δεν λειτουργεί αντίστοιχη ιδιωτική επιχείρηση εντός των ορίων τους.

Η επέκταση αυτή των επιχειρήσεων των ΟΤΑ σε νέους τομείς δραστηριότητας δικαιολογείται σύμφωνα εξάλλου και με την εισηγητική έκθεση του Ν. 4555/2018 (σελ. 3-4) ότι ο «Καλλικράτης» επέφερε το λειτουργικό αποκλεισμό, σε πολλές περιπτώσεις, της αυτοδιοίκησης από πεδία δραστηριότητας στα οποία θα μπορούσαν ή θα έπρεπε να μπορούν να δραστηριοποιηθούν οι αυτοδιοικητικοί φορείς, προς όφελος του δημοσίου συμφέροντος και της προστασίας και της ανάπτυξης τοπικών δημόσιων αγαθών.

## **1.6. Η ευρωπαϊκή άποψη για την επιχειρηματική δράση της Τ.Α**

Η Ευρώπη ήδη από τα τέλη του 19<sup>ου</sup> αι. εφαρμόζει κι εκείνη το ίδιο μοντέλο με την Ελλάδα, την προώθηση δηλαδή των αρμοδιοτήτων της Τ.Α μέσω του θεσμού των επιχειρήσεων. Μόλις τη δεκαετία του '90 η σταθεροποίηση των αποκεντρωτικών πολιτικών στις περισσότερες χώρες της Ευρώπης συνδέθηκε άμεσα και με την σταθεροποίηση του θεσμικού πλαισίου των επιχειρήσεων των ευρωπαϊκών ΟΤΑ. Με βάση μια έρευνα που διεξήχθη από το Ι.Τ.Α. σχετικά με θέματα των δημοτικών επιχειρήσεων στην Ε.Ε. παρατηρήθηκαν τα ακόλουθα συμπεράσματα σχετικά με το αντικείμενο δράσης των ευρωπαϊκών δημοτικών επιχειρήσεων, το θεσμικό πλαίσιο της δράσης τους και τους τρόπους χρηματοδότησής τους.

Σχετικά με το αντικείμενο δράσης των επιχειρήσεων στην Ευρώπη διαπιστώθηκε από την έρευνα του ΙΤΑ ότι οι κυριότεροι τομείς που δραστηριοποιούνται ταξινομούνται σε οκτώ ευρύτερα πεδία: οικονομική ανάπτυξη, τουρισμός, αστική ανάπτυξη και δημόσια υποδομή, ύδρευση και παραγωγή ενέργειας, δίκτυα παροχών, προστασία περιβάλλοντος, μεταφορές, τηλεπικοινωνίες και άλλες υπηρεσίες, αντιπροσωπεύοντας συνολικά πάνω από τριάντα τομείς αρμοδιοτήτων, οι περισσότερες από τις οποίες παραδοσιακά ανήκουν στο χώρο της τοπικής αυτοδιοίκησης. Βέβαια οι κατηγορίες αυτές διευρύνονται και σε άλλους τομείς που ανήκουν κυρίως στην ιδιωτική οικονομία και δραστηριότητα, όπως είναι: οι τηλεπικοινωνίες και οι ελεγκτικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες.

Η συνήθης νομική μορφή των ευρωπαϊκών δημοτικών επιχειρήσεων σύμφωνα με την έρευνα είναι Ε.Π.Ε, Α.Ε, Εταιρείες Συνεταιριστικού χαρακτήρα, Μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα ενώσεις, Όμιλοι εταιρειών κερδοσκοπικού χαρακτήρα, Εταιρείες που διέπονται από τον εμπορικό νόμο, Δημοτικές επιχειρήσεις, και Εταιρείες δημοσίου συμφέροντος. Συγκριτικά με την ελληνική πραγματικότητα, παρατηρείται ότι οι περισσότερες από τις παραπάνω μορφές εντοπίζονται και στο ελληνικό χώρο. Η ουσιαστική όμως διαφορά έγκειται ότι στον ευρωπαϊκό χώρο οι δημοτικές επιχειρήσεις μπορούν επιπλέον να δημιουργήσουν θυγατρικές επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν κι εκείνες για την εκπλήρωση των κοινωνικών σκοπών της επιχείρησης και κατ' επέκταση της ευρωπαϊκής Τ.Α. Γενικά διαπιστώνεται ότι το πεδίο δράσης των δημοτικών επιχειρήσεων εκτείνεται ανάμεσα σε δύο διαφορετικά επίπεδα: οι δημοτικές επιχειρήσεις να μεν υπόκεινται στο ιδιωτικό δίκαιο, παράλληλα όμως πρέπει να συμμορφώνονται με συγκεκριμένες αρχές που διέπουν το δημόσιο πλαίσιο στο οποίο και λειτουργούν. Αν και μερίδιο των μετοχών τους ανήκει στο δημόσιο και το αντικείμενο τους αφορά το δημόσιο συμφέρον, αντιμετωπίζονται ωστόσο, όπως οποιαδήποτε άλλη ιδιωτική επιχείρηση. Σχεδόν σε κάθε χώρα της ΕΕ η οργάνωση και η λειτουργία των δημοτικών επιχειρήσεων είναι αντικείμενο του ιδιωτικού δικαίου. Αυτό επιτρέπει μια πιο ευέλικτη και αποτελεσματική διαχείριση των δημόσιων υπηρεσιών, ενώ παράλληλα λειτουργεί και ως έναυσμα για κάθε ΟΤΑ να δημιουργήσει δημοτικές επιχειρήσεις. Γενικά οι ευρωπαϊκές δημοτικές επιχειρήσεις είναι νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου. Επιπλέον επισημαίνεται από την έρευνα ότι αντίθετα από τις περισσότερες ιδιωτικές εταιρίες, η κύρια αρχή κάθε δημοτικής επιχείρησης, που δημιουργείται από τους ΟΤΑ., είναι η ανάπτυξη της περιοχής στην οποία λειτουργεί και όχι τόσο η εξέλιξη της ίδιας της επιχείρησης. Η ανάπτυξη των δημοτικών επιχειρήσεων σε ένα ευρωπαϊκό πλαίσιο μιας απορυθμισμένης αγοράς απαιτεί λεπτούς νομικούς χειρισμούς που να συνδυάζουν τον έλεγχο, την προστασία και την υποστήριξη των δημοτικών επιχειρήσεων, όπως επίσης και το σεβασμό προς τους κανόνες της αγοράς (Γκέκας *et al*, 2006).

Σχετικά με την κεφαλαιακή δομή των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων των ΟΤΑ ισχύει ότι το επίπεδο συμμετοχής της Τ.Α, στο κεφάλαιο των δημοτικών επιχειρήσεων, δεν καθορίζεται νομικά. Ο συνδυασμός δημόσιου– ιδιωτικού κεφαλαίου είναι μια από τις προϋποθέσεις δημιουργίας για μια δημοτική επιχείρηση. Σε αυτές τις συγκεκριμένες περιπτώσεις, η συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης ή οποιουδήποτε άλλου δημόσιου

οργάνου πρέπει να ανέρχεται τουλάχιστον στο πενήντα τοις εκατό (50%). Υπογραμμίζεται ότι έχουν ήδη προβεί σε βήματα πλήρους ιδιωτικοποίησης των δημοτικών επιχειρήσεων, τα οποία όμως μέχρι σήμερα δεν έχουν ολοκληρωθεί, καθώς στο σύνολό τους οι ευρωπαϊκοί ΟΤΑ επιλέγουν γενικά να διατηρούν τον έλεγχο των επιχειρήσεων στις οποίες έχουν εναποθέσει τα συμφέροντά τους. Έτσι, η Τ.Α έχοντας το ρόλο του εγγυητή του δημοσίου συμφέροντος, διατηρεί το δικαίωμα να ασκεί ως κάποιο βαθμό έλεγχο στις δραστηριότητες των δημοτικών επιχειρήσεων, επιπρόσθετα με τον ελεγκτικό της ρόλο ως μέτοχος. Τέλος σχετικά με την χρηματοδότησή της, στοιχεία της έρευνας αναφέρουν ότι επί το πλείστον οι δημοτικές επιχειρήσεις στην ΕΕ ανάλογα με την οικονομική τους κατάσταση και την γεωγραφική τους θέση χρηματοδοτούνται με τους ακόλουθους τρόπους: επιχορηγήσεις από την Τ.Α με έλεγχο στη χρήση τους, εθνικές φοροαπαλλαγές και πιθανές φοροαπαλλαγές για συνεταιρικές δημοτικές επιχειρήσεις, εγγυήσεις δανείων για δημοτικές επιχειρήσεις που είναι ιδιοκτησία της Τ.Α, επιχορηγήσεις μέσω συμβολαίων (Γκέκας *et al*, 2006). Επισημαίνεται τέλος ότι όλοι οι δημόσιοι πόροι των δημοτικών επιχειρήσεων υπόκεινται σε ελέγχους, που διενεργούνται από τις κρατικές αρχές ή από ανεξάρτητους θεσμούς ανάλογα με το ισχύον πλαίσιο της κάθε χώρας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>**

### **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ «E-TRIKALA»**

#### **2.1. Εισαγωγή**

Οι επιχειρήσεις των ΟΤΑ συνιστούν έναν σημαντικό θεσμό, ο οποίος εισάγει την Τ.Α. σε τομείς της ιδιωτικής οικονομίας. Ο σκοπός της λειτουργίας τους όμως παραμένει η ικανοποίηση αναγκών των τοπικών κοινωνιών, χωρίς να εμποδίζονται από διοικητικά βάρη και γραφειοκρατικές αγκυλώσεις. Ο κύριος στόχος της δράσης τους, ανεξάρτητα από τη νομική τους μορφή, παραμένει η μεγιστοποίηση του κοινωνικού και τοπικού οφέλους, με το λιγότερο δυνατό οικονομικό και διοικητικό κόστος. Οι επιχειρήσεις μπορούν να αποτελέσουν το γόνιμο έδαφος, όχι μόνο για να αξιοποιήσουν το πλεόνασμα τους σε παραγωγικές και κοινωνικές επενδύσεις, αλλά και να αποτελέσουν το χώρο μέσα στον οποίο η συντεχνιακή αντίληψη μπορεί να μετεξελιχθεί σε αναπτυξιακή αντίληψη που υπηρετεί ευρύτερους κοινωνικοπολιτικούς στόχους<sup>4</sup>.

Σκοπός του κεφαλαίου είναι να αποκτηθεί η γνώση για τον πιο επιτυχημένο «ηλεκτρονικά» δήμο της Ελλάδος. Ο Δήμος Τρικκαίων είναι ο πρώτος ο οποίος εφάρμοσε την ηλεκτρονική διακυβέρνηση στην Τοπική Αυτοδιοίκηση, που παρουσιάζει σημαντικές καινοτομίες στη δράση του γι' αυτό και ανεπιφύλακτα έχει καθιερωθεί τα τελευταία χρόνια ως πρωτοπόρος στο χώρο των τεχνολογιών με πρωτοποριακά έργα που ξεφεύγουν ακόμη και των ορίων της χώρας.

#### **2.2. Ο ρόλος των Αναπτυξιακών Επιχειρήσεων των ΟΤΑ**

Οι Αναπτυξιακές Επιχειρήσεις αποτελούν μια σημαντική κατηγορία των επιχειρήσεων των ΟΤΑ. Σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 2190/ 1920, όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει<sup>5</sup>, ως Α.Ε θεωρείται η εμπορική εταιρεία της οποίας το κεφάλαιο διαιρείται σε ίσα μέρη, που λέγονται μετοχές, οι οποίες μεταβιβάζονται ελεύθερα, ενώ οι μέτοχοί τους ευθύνονται μέχρι του ποσού της εισφοράς. Η Α.Ε ως μοχλός οικονομικής ανάπτυξης στην αγορά έφερε

---

<sup>4</sup> Βλ. Οι επιχειρήσεις των Ο.Τ.Α., Υπουργείο Εσωτερικών, Ελληνική Εταιρία Τοπικής Ανάπτυξης και Αυτοδιοίκησης, Αθήνα, Ιούνιος 1987.

<sup>5</sup> Έχει ήδη ψηφιστεί ο Ν. 4548/2018 για την αναμόρφωση του Δικαίου των Ανωνύμων Εταιρειών, ο οποίος όμως θα τεθεί σε ισχύ και θα αντικαταστήσει το Ν. 2190/1920 από την 1.1.2019.



τη διερεύνηση των συναλλαγών και την ανάπτυξη των αγορών, δημιούργησε τη μεγάλη σύγχρονη επιχείρηση, η οποία για τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων της έχει ανάγκη συγκέντρωσης σημαντικών κεφαλαίων. Διαχρονικά η δημιουργία της Α.Ε υπαγορεύτηκε από την ανάγκη συγκέντρωσης σημαντικά υψηλών κεφαλαίων, την ανάγκη διασποράς και περιορισμού του κινδύνου που προέρχεται από την συγκέντρωση κεφαλαίων και από την ανάγκη εύκολης μεταβίβασης των μετοχών από τους μετόχους, ώστε να μπορούν να αποδεσμεύουν εύκολα τα κεφάλαια τους από την εταιρεία (Αναστασίου, 2003).

Οι Αναπτυξιακές Εταιρίες της Αυτοδιοίκησης αποτελούν ένα πλαίσιο εντός του οποίου δρουν συνεργατικά η Πρωτοβάθμια Τοπική Αυτοδιοίκηση, η Περιφερειακή Διοίκηση και όλοι οι κοινωνικοί και οικονομικοί εταίροι μιας περιοχής. Αν και έχουν εμφανιστεί σχετικά πρόσφατα στην Ελλάδα, οι Αναπτυξιακές Εταιρίες έχουν ήδη συμβάλει σημαντικά στην υλοποίηση και διαχείριση ολοκληρωμένων αναπτυξιακών παρεμβάσεων. Ο ρόλος τους είναι σημαντικός και για τον πρόσθετο λόγο ότι, όχι μόνο συμμετέχουν ενεργά στην οικονομική και κοινωνική ζωή ενός τόπου, αλλά λειτουργούν και ως υποστηρικτικοί μηχανισμοί στην προσπάθεια των εχόντων την πολιτική ευθύνη να θέσουν τους καταλληλότερους στόχους και να χρησιμοποιήσουν τις αποδοτικότερες μεθόδους για την προώθηση της ανάπτυξης.

Οι περισσότερες Αναπτυξιακές Εταιρίες έχουν τη νομική μορφή των Ανωνύμων Εταιρειών (Α.Ε.). Είναι δηλαδή, κεφαλαιουχικές εταιρίες, των οποίων το κεφάλαιο είναι διαιρεμένο σε μετοχές. Σύμφωνα με το Εμπορικό Δίκαιο, οι Α.Ε. είναι εμπορικές εταιρίες ακόμη και όταν δεν ασκούν εμπορική δραστηριότητα.

Οι Α.Ε. πρέπει να διατηρούν ορισμένες διατυπώσεις δημοσιότητας. Μέσα σε αυτές είναι η δημοσίευση των ετήσιων αποτελεσμάτων κατά ορισμένο τρόπο (Ισολογισμός, Αποτελέσματα Χρήσης και Αποτελέσματα Διάθεσης τηρώντας το Ελληνικό Γενικό Λογιστικό Σχέδιο). Στις Α.Ε. το μετοχικό κεφάλαιο διαιρείται σε ίσα μέρη, τις μετοχές, οι οποίες είναι ανώνυμες ή ονομαστικές και μεταβιβάζονται ελεύθερα, εκτός αν το καταστατικό υποβάλλει την δυνατότητα μεταβίβασης μετοχών σε ορισμένους περιορισμούς («δεδομένες μετοχές»). Κάθε μέτοχος ευθύνεται μέχρι και το ποσό της εισφοράς του.

Ως προς του σκοπούς που επιδιώκουν, οι Αναπτυξιακές Εταιρίες είναι, ίσως, η σημαντικότερη κατηγορία επιχειρήσεων των Ο.Τ.Α., γιατί στοχεύουν στην προώθηση της ολοκληρωμένης ανάπτυξης σε όλες της διαστάσεις της (Τριανταφυλλοπούλου Αθ., 2004). Οι Αναπτυξιακές Ανώνυμες Εταιρίες Ο.Τ.Α. συνιστώνται από Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης Α' ή Β' βαθμού ή και άλλους φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Στο **μετοχικό κεφάλαιο** των αναπτυξιακών Ανώνυμων Εταιριών Ο.Τ.Α. συμμετέχουν **μόνον Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης Α' ή Β' βαθμού ή και άλλοι φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης**, βασική διάκριση από τις κοινές ανώνυμες εταιρίες Ο.Τ.Α.. Οι μέτοχοι των αναπτυξιακών Α.Ε είναι οι ΟΤΑ και οι φορείς της Τ.Α. Μάλιστα οι τελευταίοι διατηρούν την πλειοψηφία του μετοχικού κεφαλαίου. Οι υπόλοιποι μέτοχοι είναι αποκλειστικά φορείς του ευρύτερου δημοσίου τομέα, συνεταιρισμοί, επιστημονικοί φορείς, επιμελητήρια, φορείς συλλογικών ή οικονομικών συμφερόντων, τράπεζες και πιστωτικά ιδρύματα (Τριανταφυλλοπούλου, 2009). Και για αυτή την κατηγορία των Α.Ε της Τ.Α η λειτουργία τους διέπεται από τις διατάξεις του νόμου για τις Α.Ε αλλά και από εκείνες του ΚΔΚ.

Αποκλειστικό αντικείμενο των Αναπτυξιακών Ανώνυμων Εταιριών Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης είναι: η επιστημονική και τεχνική υποστήριξη των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των ενώσεών τους (π.χ. Κ.Ε.Δ.Κ.Ε., Τ.Ε.Δ.Κ.) και της αποκεντρωμένης κρατικής διοίκησης, η προώθηση της επιχειρηματικής, οικονομικής και γενικότερα βιώσιμης ανάπτυξης του Δήμου ή της Κοινότητας ή της ευρύτερης περιοχής, η ανάπτυξη δραστηριοτήτων προστασίας του περιβάλλοντος, η συμμετοχή τους σε προγράμματα ή την εφαρμογή σχετικών πολιτικών σε διαδημοτικό ή σε ευρύτερο γεωγραφικό χώρο.

Στις Επιχειρήσεις αυτής της μορφής δύναται η συμμετοχή και φορέων του δημοσίου τομέα, συνεταιρισμών και ενώσεων αυτών, επιστημονικών φορέων, επιμελητηρίων, φορέων συλλογικών κοινωνικών ή οικονομικών συμφερόντων, καθώς και τραπεζών και πιστωτικών ιδρυμάτων. Στην περίπτωση όμως αυτή οι Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης και οι λοιποί φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης<sup>6</sup> είναι απαραίτητο να κατέχουν την πλειοψηφία του μετοχικού κεφαλαίου.

---

<sup>6</sup> Βλ. Εισαγωγή, Κεφάλαιο 4 της εγκυκλίου 16.22-2-2007 του Υπουργείου Εσωτερικών.

### **2.3. Παρουσίαση του e- trikala**

Η «e-trikala A.E.» ξεκίνησε την δραστηριότητά της το Δεκέμβριο του 2004 ως ειδικό γραφείο του τμήματος προγραμματισμού και ανάπτυξης του Δήμου Τρικκαίων έχοντας ως κύριο αντικείμενο τον σχεδιασμό και την κατάθεση προτάσεων για λογαριασμό του Δήμου και της ΤΕΔΚ Τρικάλων μέσω του προγράμματος για το Ε.Π. «Κοινωνία της Πληροφορίας». Στις 8 Απριλίου 2008, έχοντας την απαιτούμενη εμπειρία, εξελίχθηκε σε Αναπτυξιακή Ανώνυμη Εταιρεία Ο.Τ.Α., με την επωνυμία e-Trikala A.E., όπου το 99% του μετοχικού κεφαλαίου ανήκει στο Δήμο Τρικκαίων και το υπόλοιπο 1% στο Εμπορικό Επιμελητήριο Τρικάλων, σύμφωνα με τα οριζόμενα στον Ν. 3463/2006, που λίγο πριν είχε τεθεί σε εφαρμογή και είχε αλλάξει το καθεστώς των επιχειρήσεων των ΟΤΑ, όπως προαναφέρθηκε.

Δημιουργώντας υποδομές και παρέχοντας υπηρεσίες, η e-Trikala A.E., στοχεύει συνεχώς στη δημιουργία και υλοποίηση εφαρμογών με βάση τις Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών (Τ.Π.Ε). Το αντικείμενο της εν λόγω εταιρίας συνοπτικά, αφορά στην παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών στους πολίτες, στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε φορείς που ενδιαφέρονται να αναπτύξουν παρόμοιες δράσεις σε άλλες γεωγραφικές περιοχές την έρευνα και ανάπτυξη για την παραγωγή καινοτόμων υπηρεσιών σε συνεργασία με πανεπιστημιακά ιδρύματα και φορείς της αγοράς. Τέλος η εταιρία επιδιώκει να υλοποιήσει ένα σύστημα ανοικτής υποδομής για την δημιουργία συνθηκών προσέλκυσης επενδυτών. Σκοπός της είναι, η βελτίωση της καθημερινότητας των πολιτών σε μία μεσαίου μεγέθους πόλη, η απλούστευση των καθημερινών τους συναλλαγών, η μείωση στα τηλεπικοινωνιακά κόστη και η προσφορά νέων υπηρεσιών. Επιπλέον, οι εφαρμογές νέων τεχνολογιών, αποτελούν το νέο τρόπο συμμετοχής των πολιτών στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων ενώ παράλληλα καθιστούν τις Δημόσιες αρχές, εγγυητές για την σωστή λειτουργία της τοπικής κοινωνίας σε σχέση με την ψηφιακή και από απόσταση εξυπηρέτηση των πολιτών.

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων χρόνων, η e-Trikala A.E. συνεργάζεται με την Κεντρική Ένωση Δήμων Ελλάδας (Κ.Ε.Δ.Ε.), σε ρόλο συμβούλου, πάνω σε στρατηγικές έρευνας και ανάπτυξης, σε σχέση με την τεχνολογική και οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Οι βασικοί τομείς εξειδίκευσης της εταιρείας είναι οι παρακάτω:

- Ευφυείς μεταφορές
- Τηλε-εκπαίδευση
- Τηλεϊατρική
- Ηλεκτρονική Δημοκρατία & Διακυβέρνηση
- Γεωγραφικά Πληροφοριακά Συστήματα
- δίκτυα (Wi-Fi, οπτική ίνα, Wi-Max πιλοτική εφαρμογή & λειτουργία)
- Διοργάνωση συνεδρίων, εκδηλώσεων

Παράλληλα με τις δράσεις αυτές προχωρά και σε διεθνείς συνεργασίες. Το φάσμα των συνολικών Εθνικών, Ευρωπαϊκών και Διεθνών δράσεων αποτελείται από:

\*Ενεργή συμμετοχή ως επίσημο μέλος του Διεθνούς Δικτύου Ψηφιακών Κοινοτήτων (INEC)

\*Ηγετική συμμετοχή στο Ευρωπαϊκό πρόγραμμα INTERREG Digital Cities

\*Διοργάνωση του Παγκόσμιου Συνεδρίου Broad band Cities 2008 (το ετήσιο συνέδριο του INEC)

\*Υποψηφιότητα και απόκτηση βραβείου ως μία από τις 21 πιο «έξυπνες» Κοινότητες στον κόσμο, Smart21, κατά τη διάρκεια του Συνεδρίου Broad band Economy 2009 στη Νέα Υόρκη

\*Ίδρυση της Πρώτης Ψηφιακής Κοινότητας Α.Ε., αποτελούμενη από 11 Δήμους της κεντρικής Ελλάδας(1,5εκατομμύριο κάτοικοι)

\*Συμμετοχή στο συνέδριο "e-Health based Chronic Disease Management 2008" στη Σλοβενία

\*Ενεργή συμμετοχή σε Ευρωπαϊκά προγράμματα Τηλεϊατρικής (ISISEMD, e-Health Region, WISEE, Living Lab Thessaly, Renewing Health, INDEPENDENT)

\*Συμμετοχή ως μέλος στο διεθνές δίκτυο Global Cities Dialogue.

## **2.4. Οργάνωση και λειτουργία της επιχείρησης**

Η Αναπτυξιακή Εταιρία Δήμου Τρικκαίων Αναπτυξιακή Ανώνυμη Εταιρία Ο.Τ.Α. «e-Trikala A.E.», διοικείται από Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο εκλέγεται από τη Γενική Συνέλευση των μετόχων, σύμφωνα με τις προβλέψεις των κείμενων νόμων και διατάξεων. Το Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο απαρτίζεται από επτά μέλη, έχει το καθήκον της επίβλεψης της εταιρίας και της χάραξης πολιτικής και στρατηγικής που ακολουθεί. Ανώτερος ιεραρχικά στην εταιρία «e-Trikala A.E.» είναι ο Πρόεδρος του Διοικητικού

Συμβουλίου και η σύνθεσή του συμπληρώνεται από τον Αντιπρόεδρο, τον Γραμματέα, τον Διευθύνοντα Σύμβουλο και τα μέλη του.

Την ευθύνη της καθημερινής λειτουργίας της εταιρίας έχει ο Διευθύνων Σύμβουλος, ο οποίος είναι πρόσωπο υψηλής εμπειρίας και αποδοχής. Ο Διευθύνων Σύμβουλος έχει την ευθύνη της εύρυθμης λειτουργίας και εισηγείται την κατάρτιση του οργανογράμματος της εταιρίας ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες. Στα καθήκοντά του συνεπικουρείται από ομάδα διευθυντικών στελεχών, με καθορισμένους ρόλους και αντικείμενο για κάθε μέλος, η οποία και αποτελεί τη Διοικητική Ομάδα της εταιρίας. Η Διοικητική Ομάδα της εταιρίας ηγείται των επιμέρους διευθύνσεων της εταιρίας. Ο Γενικός Διευθυντής είναι υπεύθυνος και άμεσα συνδεδεμένος με το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρίας από το οποίο και ελέγχεται. Άμεση συνεργασία με τον Γενικό Διευθυντή της εταιρίας έχουν το τμήμα Γραμματειακής και Διοικητικής Υποστήριξης και το τμήμα Νομικής Υποστήριξης της εταιρίας καθώς και εξωτερικοί συνεργάτες.

Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας όπως αυτό καθορίστηκε στο άρθρο 5 του καταστατικού ορίστηκε σε πεντακόσιες χιλιάδες ευρώ και καλύφθηκε τμηματικά από τους συμβαλλόμενους ιδρυτές της εταιρείας. Ο Δήμος Τρικαίων, κάλυψε σαράντα εννέα χιλιάδες πεντακόσιες μετοχές, με ονομαστική αξία δέκα ευρώ, δηλαδή συνολικής αξίας τετρακόσιες ενενήντα χιλιάδες ευρώ με καταβολή μετρητών και εισφορά κινητών παγίων και το Επιμελητήριο Τρικάλων, κάλυψε πεντακόσιες μετοχές, με ονομαστική αξία δέκα ευρώ, συνολικής αξίας πέντε χιλιάδων ευρώ, με καταβολή μετρητών κατά τη σύσταση της εταιρίας.

Η έκθεση της επιτροπής του άρθρου 9 του Κ.Ν.2190/1920 για τα εισφερόμενα στοιχεία που αποτέλεσαν στοιχεία του ενεργητικού της υπό σύσταση εταιρείας με την επωνυμία e-Trikala A.E. επειδή αυτά χρησιμοποιούνταν σε υπάρχουσα επιχείρηση έλαβε υπόψη την χρονολογία και την αξία κτίσης, το βαθμό χρησιμοποίησής τους, το βαθμό συντήρησής τους, τη τεχνολογική απαξίωση τους τις τρέχουσες τιμές για τα ίδια ή παρεμφερή στοιχεία. Η επιτροπή εκτίμησε την αξία των επίπλων σε δεκαεννέα χιλιάδες ογδόντα πέντε ευρώ, την αξία των υπολογιστών σε είκοσι μια χιλιάδες πεντακόσιες ογδόντα επτά ευρώ, την αξία του ασύρματου εξοπλισμού σε οκτώ χιλιάδες εννιακόσια ενενήντα πέντε ευρώ και διάφορα έξοδα χρήσης σε οκτώ χιλιάδες εξακόσια εβδομήντα πέντε χιλιάδες ευρώ.

## **2.5. Αναπτυξιακά έργα από την e-trikala**

Οι Αναπτυξιακές Εταιρίες είναι, λοιπόν, φορείς που διέπονται από τους κανόνες του ιδιωτικού δικαίου και η τοπική αυτοδιοίκηση αποτελεί πάντοτε έναν από τους εταίρους που συμμετέχουν σε αυτές. Αποτελούν το σημείο σύγκλισης των κοινωνικών και οικονομικών φορέων μιας περιοχής και συμβάλλουν στην αξιοποίηση τοπικών πλουτοπαραγωγικών πόρων. Χαρακτηριστικό των αναπτυξιακών εταιριών αποτελεί η συμβολή τους στην κινητοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού και η παροχή τεχνικής υποστήριξης στην τοπική αυτοδιοίκηση, προκειμένου η τελευταία να βελτιώσει την ποιότητα των παρεχόμενων προς τους πολίτες υπηρεσιών. Τα οφέλη που αποκομίζει ο δήμος και οι δημότες του από τα έργα που έχει αναπτύξει το e-trikala είναι πολλαπλά:

### **e-dialogos**

Το απόλυτο και σίγουρα πρωτοποριακό «εργαλείο» Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, το οποίο ο κάθε Τρικαλινός Δημότης - από οποιοδήποτε σημείο της χώρας ή του πλανήτη - έχει ελεύθερα στα χέρια του, είναι το e-dialogos. Μέσω της ιστοσελίδας [www.e-dialogos.gr](http://www.e-dialogos.gr) οι πολίτες έχουν τη δυνατότητα ενεργής συμμετοχής στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων του Δήμου, με τη χρήση νέων τεχνολογιών.

Αντίστοιχα, δίνεται η ευκαιρία στο Δήμο Τρικκαίων να συνεργαστεί δημιουργικά και παραγωγικά με τους πολίτες πραγματοποιώντας Ηλεκτρονικές Δημοσκοπήσεις, «μαζεύοντας Ηλεκτρονικές Υπογραφές και συμμετέχοντας σε Ηλεκτρονικές Διαβουλεύσεις με απώτερο σκοπό τη χάραξη και υλοποίηση πολιτικών δράσεων.

### **Ολοκληρωμένο Δίκτυο Τηλεπρόνοιας**

Δεδομένου ότι ο Δήμος Τρικκαίων λαμβάνει υπόψη τις ιδιαίτερες ανάγκες των πολιτών, δημιούργησε ένα ολοκληρωμένο δίκτυο Τηλε-πρόνοιας, χρησιμοποιώντας υποδομές τηλεματικής για τη παροχή υπηρεσιών υποστήριξης στις ευπαθείς κοινωνικές ομάδες (ηλικιωμένους, ΑΜΕΑ). Ο αριθμός των πολιτών που έχουν εξυπηρετηθεί μέχρι σήμερα είναι περίπου 500 ενώ οι περιπτώσεις που μπορούν να παρακολουθηθούν και να εξυπηρετηθούν είναι αυτές ατόμων με χρόνια καρδιολογική ανεπάρκεια, χρόνια πνευμονολογικά προβλήματα και υπερτασικών. Μέσα από απλά μέσα, τα οποία μπορούν εύκολα να χρησιμοποιηθούν και από τους ασθενείς, γίνεται καταγραφή της εκάστοτε κατάστασης ενώ τα ιατρικά δεδομένα ή τα περιστατικά έκτακτης ανάγκης, αποστέλλονται μέσω τηλεπικοινωνιακής διασύνδεσης και μεταβιβάζονται στο σύστημα πληροφορικής του Νομαρχιακού Νοσοκομείου Τρικάλων ή στον αντίστοιχο ιδιώτη θεράποντα ιατρό που τους

παρακολουθεί. Πλέον 27 πολίτες έχουν προμηθευτεί με φορητές συσκευές - δηλαδή έξυπνα κινητά τηλέφωνα τρίτης γενιάς - τα οποία σε συνδυασμό με μικρές και εύχρηστες συσκευές καταγραφής βιολογικών σημάτων (πιεσόμετρο ή καρδιογράφος) χρησιμοποιούνται για την παρακολούθηση της υγείας τους, μέσα από σύστημα πληροφοριών που διαθέτει το κέντρο τηλε-πρόνοιας.

Το πρόγραμμα έχει ως στόχο να αξιοποιήσει τις υπάρχουσες δράσεις πρόνοιας που πραγματοποιούνται σήμερα στο Δήμο Τρικκαίων, αλλά και να τις επεκτείνει σε νέες ομάδες πολιτών με απώτερο σκοπό: να ολοκληρώσει τις επιμέρους δράσεις του Δήμου Τρικκαίων που αναφέρονται σε θέματα πρόνοιας, να υποστηρίξει από απόσταση ένα μέρος των πολιτών των Τρικάλων που ανήκουν στις ευπαθείς ομάδες, να αυξήσει το πλήθος των μελών ευπαθών ομάδων που υποστηρίζονται από το Δήμο Τρικκαίων, να παρέξει αξιόπιστη υποστήριξη στις ευπαθείς ομάδες, να αυξήσει τη γνώση των πολιτών - μελών των ευπαθών ομάδων και των πολιτών του Δήμου Τρικκαίων γενικότερα ως προς τις δράσεις πρόνοιας, αλλά και ως προς τα οφέλη της τηλε-πρόνοιας και τέλος να εξάγει εμπειριστατωμένα συμπεράσματα ως προς τις ανάγκες πρόνοιας στο Δήμο Τρικκαίων.

### **Υπηρεσία παραπόνων «Δημοσθένης»**

Ο «Δημοσθένης» είναι ένα σύστημα εξυπηρέτησης πολιτών για την διαχείριση παραπόνων που αφορούν τον Δήμο Τρικκαίων. Το πρόγραμμα ξεκίνησε το 2006 και η ιδέα ανήκει στο πρόγραμμα Iris Europe που λειτουργεί εδώ και πολλά χρόνια στη Βαρκελώνη. Το εξειδικευμένο προσωπικό δέχεται τα αιτήματα των πολιτών μέσω τηλεφωνικής κλήσης χωρίς χρέωση στον αριθμό 800-1117-800, μέσω e-mail ή μέσω επίσκεψης στα γραφεία του Δημοσθένη στη διεύθυνση Στρατηγού Σαράφη 44. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα συμπλήρωσης και αποστολής της αίτησης από την ιστοσελίδα του Δήμου Τρικκαίων <http://www.trikalacity.gr/dimosthenis>. Μέσω συγκεκριμένης διαδικασίας, οι αιτήσεις παραπόνων προωθούνται στις αρμόδιες υπηρεσίες και εκτελούνται ανάλογα. Οι συνεργαζόμενες υπηρεσίες είναι η Υπηρεσία Κυκλοφοριακού Σχεδιασμού, η Τεχνική Υπηρεσία, η Δημοτική Αστυνομία, η Υπηρεσία Ύδρευσης, η Υπηρεσία Καθαριότητας και Περιβάλλοντος και η Γεωπονική Υπηρεσία.

Τα οφέλη του Δήμου Τρικκαίων από την υπηρεσία Δημοσθένης είναι πολλαπλά. Καταρχήν μέσω της υπηρεσίας αυξάνεται η εμπιστοσύνη των δημοτών για τις λειτουργίες του Δήμου αφού το e-trikala από τη στιγμή που καταγράφει το αίτημα, παρακολουθεί την εξέλιξη του

μέχρι την τελική επίλυση του και ενημερώνει τον πολίτη. Επίσης ενημερώνονται οι υπεύθυνοι φορείς για την απόδοση των υπηρεσιών και την αποτελεσματικότητά τους, ενώ παράλληλα δημιουργείται και μια βάση δεδομένων με αρχεία ανά υπόθεση και ανά υπηρεσία. Τέλος απολιτικοποιείται η διαχείριση των αιτημάτων προς το Δήμο και όλα τα προβλήματα αντιμετωπίζονται με κύριο γνώμονα την βελτίωση της καθημερινότητας των πολιτών.

### **Συστήμα Ελεγχόμενης Στάθμευσης mobiPARK**

Τα Τρίκαλα, όπως συμβαίνει σε όλες τις μεγάλες πόλεις, αντιμετωπίζουν έντονο κυκλοφοριακό πρόβλημα στο κέντρο τους. Ο κυκλοφοριακός φόρτος εντείνεται από τις προσπάθειες των οδηγών να βρουν θέση στάθμευσης. Η εφαρμογή του Συστήματος Ελεγχόμενης Στάθμευσης (ΣΕΣ) εστιάζει στη λύση αυτών των προβλημάτων. Το ΣΕΣ επιτρέπει στον οδηγό να σταθμεύσει το όχημά του για μέγιστο χρονικό διάστημα 2 ωρών. Έτσι, αποτρέπεται η ολόημερη κατάληψη θέσεων στάθμευσης και διευκολύνονται οι οδηγοί που θέλουν να κάνουν σύντομες επισκέψεις στο κέντρο της πόλης. Έτσι βελτιώνεται σημαντικά το επίπεδο ζωής, αφού οι πολίτες των Τρικάλων διεκπεραιώνουν γρηγορότερα τις υποχρεώσεις τους, καλούνται να χρησιμοποιούν με σύνεση το όχημά τους, να αξιοποιούν εναλλακτικά μέσα μεταφοράς, όπως τα μέσα μαζικής μεταφοράς και το ποδήλατο. Επιπλέον, ο Δήμος αξιοποιώντας τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τη στατιστική επεξεργασία των στοιχείων στάθμευσης, μπορεί να προβεί σε βελτιωτικές ρυθμίσεις στο κέντρο της πόλης.

### **Αωρεάν Ασύρματο Δίκτυο Τρικάλων**

Πρόκειται για μια πρωτοβουλία του Δήμου Τρικκαίων σε συνεργασία με την e-trikala Α.Ε. Η Υλοποίηση ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2005 με στόχο να παρέχει ΔΩΡΕΑΝ πρόσβαση στο internet σε όλους τους πολίτες. Να σημειωθεί ότι είναι ασφαλές, δεσμεύοντας τις ιστοσελίδες διακίνησης και ανταλλαγής παράνομου υλικού που αφορά στο "κατέβασμα" τραγουδιών και ταινιών, καθώς και πορνογραφικού περιεχομένου, ώστε οι γονείς να αισθάνονται ασφάλεια όταν οι ανήλικοι «σερφάρουν» στο internet.

### **Πολεοδομικό GIS**

Τα Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφοριών(GIS) αποτελούν χρήσιμα εργαλεία που βοηθούν όχι μόνο στη χαρτογράφηση μιας περιοχής, αλλά γενικότερα στη δημιουργία, την



ανάπτυξη και τη διαχείριση γεωγραφικών πληροφοριών. Ένα γεωγραφικό σύστημα πληροφοριών είναι μια οργανωμένη συλλογή υλικού υπολογιστών, λογισμικού, γεωγραφικών δεδομένων καθώς και ανθρωπίνου δυναμικού με σκοπό την αποτελεσματική συλλογή, την αποθήκευση, την ενημέρωση, τον χειρισμό, την ανάλυση και την παρουσίαση όλων των μορφών γεωγραφικής πληροφορίας (Esri 1990). Το γραφείο του e-trikala μέσω συγκεκριμένης δράσης και σε συνεργασία με την ανάδοχο εταιρεία Telenavis εξασφάλισαν ένα πλούσιο γεωγραφικό χάρτη με κάθε είδους δεδομένα και στοιχεία που θα εξυπηρετήσουν τους δημότες της πόλης αλλά και χρήστες του διαδικτύου. Η εταιρεία Telenavis έχει αναπτύξει παρόμοια συστήματα για δημόσιους φορείς όπως και για ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Οι πολίτες και οι επισκέπτες του Νομού Τρικάλων με τη χρήση του γεωγραφικού πληροφοριακού συστήματος θα έχουν πρόσβαση σε ένα πλήθος ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Οι υπηρεσίες που θα διατίθενται ηλεκτρονικά από το σύστημα, είναι:

- Προβολή ψηφιακών χαρτών της πόλης.
- Ανεύρεση διευθύνσεων στον χάρτη μέσα από την γεωκωδικοποίηση δεδομένων
- Εύρεση της βέλτιστης διαδρομής με τη βοήθεια ψηφιακών χαρτών.
- Προβολή της θέσης μουσείων, ιστορικών αξιοθέατων και αρχαιολογικών χώρων.
- Προβολή της θέσης ξενοδοχείων, εστιατορίων, θεάτρων, πάρκων και πλατειών.
- Υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και πληροφόρησης.
- Επικοινωνία με άλλα συστήματα για άντληση ανανεωμένων πληροφοριών.

Η νέα υπηρεσία του Δήμου Τρικκαίων θα δίνει επίσης την δυνατότητα της συνδρομής των χρηστών στην ανάπτυξη και ανανέωση της εφαρμογής. Οι χρήστες θα μπορούν να επέμβουν πάνω στους ψηφιακούς χάρτες της πόλης και με μορφή σχολίων να ενημερώσουν και να πληροφορήσουν τους κατοίκους και επισκέπτες της πόλης για τους χώρους που πραγματοποιούνται εκδηλώσεις και συναυλίες. Επίσης το Γεωγραφικό Σύστημα Πληροφοριών θα συνεργάζεται με το σύστημα εξυπηρέτησης πολιτών Δημοσθένης. Συγκεκριμένα ο δημότης θα μπορεί να κάνει εισαγωγή ενός προβλήματος πάνω στον ψηφιακό χάρτη της πόλης, με σκοπό τόσο την ενημέρωση του γραφείου του Δημοσθένη για την αντιμετώπιση του προβλήματος, όσο και την πληροφόρηση των δημοτών και επισκεπτών της πόλης για την αποφυγή οποιαδήποτε ταλαιπωρίας.

### **Σύστημα Διαδημοτικής Εξυπηρέτησης Πολιτών**

Η μεταρρύθμιση του δημόσιου τομέα θεωρείται ότι είναι κρίσιμης σημασίας για το κοινό, πράγμα που μαρτυρούν και οι συνεχείς προσπάθειες των κυβερνήσεων να θεσπίσουν αλλαγές που βελτιώσουν τις αποδόσεις τους. Αυτή η ενίσχυση του ρόλου των ΤΠΕ κατά την εκτέλεση της δημόσιας διοίκησης οδήγησε στην εμφάνιση του φαινομένου της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης(e- government). Το e-trikala χρησιμοποιεί σύγχρονες ΤΠΕ για να εξυπηρετήσει τις τοπικές ανάγκες των πολιτών στο πλαίσιο αυτό έγινε και η πρώτη πανελλαδική προσπάθεια εξυπηρέτησης του πολίτη από απόσταση με την χρήση ψηφιακών μέσων με διαδραστικό τρόπο και επιπλέον με την χρήση IVR συστημάτων (Interactive Voice Response). Ο όρος IVR συστήματα χρησιμοποιείται για αυτόματα συστήματα τα οποία χρησιμοποιούνται για συνδιαλλαγές με τη χρήση είτε πλήκτρων του τηλεφώνου είτε δίνοντας φωνητικές εντολές. Το συγκεκριμένο έργο συμπληρώνεται με επιπλέον υπηρεσίες μέσω μιας Ολοκληρωμένης Διαδικτυακής Πύλης. Οι υπηρεσίες που θα παρέχονται μέσω της Διαδικτυακής Πύλης θα ακολουθούν το μοντέλο που πανευρωπαϊκά προτείνεται για την εξειδίκευση των υπηρεσιών «Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης» και περιλαμβάνει τη δημοσίευση πληροφοριών για την ενημέρωση των πολιτών και των επιχειρήσεων του Δήμου Τρικκαίων σχετικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τη δυνατότητα υποβολής αίτησης για μια ηλεκτρονική υπηρεσία από τους πολίτες και τις επιχειρήσεις μετά από ταυτοποίηση. Σκοπός του έργου είναι η υποστήριξη και η ενημέρωση των πολιτών με χρήσιμες πληροφορίες κατά την περιήγησή τους στην Ολοκληρωμένη Διαδικτυακή Πύλη και η παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης τρίτου βαθμού. Στόχος του έργου είναι μέσα από την υλοποίηση του προτεινόμενου συστήματος να υπάρξει εισαγωγή σύγχρονων μεθόδων εξυπηρέτησης του πολίτη, οι οποίες θα μειώσουν το κόστος εξυπηρέτησης, θα μειώσουν το χρόνο εξυπηρέτησης, θα συμβάλλουν στη βελτίωση της αξιοπιστίας, θα συμβάλλουν στην άμεση εξυπηρέτηση του πολίτη, θα βελτιώσουν την διαφάνεια και τέλος θα συμβάλλουν στην διάδοση της ευρυζωνικότητας και την καλύτερη αξιοποίηση του σχεδιαζόμενου Μητροπολιτικού Δικτύου Οπτικών Ινών του Δήμου Τρικκαίων.

Τα υποσυστήματα που οριοθετούν τις λειτουργικές προδιαγραφές της Ολοκληρωμένης Διαδικτυακής Πύλης είναι α)Υποσύστημα Διαχείρισης Χρηστών, Υποσύστημα Διαχείρισης Αιτήσεων Πιστοποιητικών Δημοτολογίου, Υποσύστημα Διαχείρισης Δημοτικού Φόρου, Υποσύστημα Ενημέρωσης Δικαιούχων για τους τίτλους πληρωμής, Υποσύστημα Διαχείρισης Αποφάσεων Δημοτικών Συμβουλίων, Υποσύστημα Διαχείρισης Προστίμων Κώδικα Οδικής Κυκλοφορίας, Υποσύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου

## **Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Ευφών Μεταφορών Δήμου Τρικκαίων**

- Χρήση συστημάτων τηλεματικής και κινητής τηλεφωνίας
- Πληροφόρηση σε στάσεις των μέσων μαζικής μεταφοράς
- Πληροφόρηση για θέσεις parking
- Παρακολούθηση του Δημοτικού στόλου των οχημάτων
- Επαγωγικούς βρόγχους τελευταίας γενιάς για την μελέτη των κυκλοφοριακών δεδομένων της πόλης
- Πληροφόρηση των πολιτών μέσω internet σε συνδυασμό με τα συστήματα G.I.S. Μητροπολιτικό Δίκτυο Οπτικών Ινών (MAN).

Στη δημιουργία και την περαιτέρω διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου περιβάλλοντος Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης συμβάλλει η δημιουργία του Μητροπολιτικού Δικτύου Οπτικών Ινών (MAN).

Τα 40 περίπου ήδη συνδεδεμένα, σημεία αποτελούν όλα τα Δημόσια κτίρια και τις Δημόσιες Υπηρεσίες του Δήμου, των οποίων είναι γεγονός ότι έχει αναβαθμιστεί η διαδραστική μεταξύ τους συνεργασία. Το συγκεκριμένο έργο έχει μακροπρόθεσμες δυνατότητες και πέραν του ότι θα συμβάλλει στη φυσική διασύνδεση μεταξύ σημείων συναθροισμένης ζήτησης του Δημοσίου τομέα σε περιφερειακή βάση, θα παρέχει επίσης δυνατότητα ανάπτυξης επάλληλων δικτύων μεταξύ ομάδων χρηστών και κίνητρα σε φορείς του ιδιωτικού τομέα να διασυνδεθούν.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>**

### **ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΤΟ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΙΑΤΙΚΟ ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΑΡΚΟ «Ο ΜΥΛΟΣ ΤΩΝ ΞΩΤΙΚΩΝ»**

#### **3.1. Εισαγωγή**

Τα θεματικά πάρκα συμβάλλουν στην παραγωγή ψυχαγωγίας, στην προσέλκυση τουρισμού, στην ανάπτυξη της περιοχής και της οικονομίας της. Στο κεφάλαιο αυτό αναλύεται η σκοπιμότητα και ο αναπτυξιακός ρόλος των θεματικών πάρκων, η κοινωνικό-πολιτιστική διάσταση τους ενώ γίνεται εκτενής αναφορά στο θεματικό πάρκο του Ν. Τρικάλων τον Μύλο των Ξωτικών. Ο Μύλος του Ματσόπουλου (ο πρώτος κυλινδρόμυλος στην Ελλάδα), αφού αναπαλαιώθηκε και λειτουργεί σήμερα ως πολιτιστικό κέντρο, μεταμορφώνεται κατά την περίοδο των Χριστουγέννων σε «Μύλο των Ξωτικών».

#### **3.2. Ο αναπτυξιακός ρόλος των θεματικών πάρκων**

«Τα θεματικά πάρκα είναι εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, οι οποίες βρίσκονται σε οροθετημένες εκτάσεις γης, μέσα ή έξω από κατοικημένες περιοχές και στις οποίες προσφέρονται ποικίλες υπηρεσίες στους επισκέπτες γύρω από έναν ή περισσότερους θεματικούς άξονες». (αριθμ. 16793/09 ΚΥΑ/ΦΕΚ 2086 Β/29-9-2009). Σύμφωνα με την ίδια απόφαση (άρθρο 1 παρ. 2), παρέχουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών ψυχαγωγίας στους επισκέπτες. Μπορούν να οργανώνονται με άξονα ένα κεντρικό θέμα ή περισσότερα θέματα, από τα πεδία της ψυχαγωγίας, του θεάματος, της ιστορίας, ιδίως δε της τοπικής ιστορικής παράδοσης ή οικονομικής ιστορίας, της μυθολογίας, της παράδοσης ή της σύγχρονης μυθοπλασίας, της λογοτεχνίας, του κινηματογράφου, των τεχνών, του πολιτισμού γενικότερα, των επιστημών, της τεχνολογίας, ή της οικολογίας. Η αρχιτεκτονική, ο σχεδιασμός και η εσωτερική διαμόρφωση των υπαίθριων χώρων πρέπει να διακρίνεται από υψηλή αισθητική και πολιτισμική ποιότητα. Επίσης οφείλουν να είναι φιλικά προς το περιβάλλον, και μπορούν να συνδέεται με το κεντρικό θέμα ή τα επιμέρους θέματα του πάρκου. Από τις αρχές δημιουργίας των θεματικών πάρκων, πρωταρχικός σκοπός τους ήταν η παραγωγή και πώληση του προϊόντος της ψυχαγωγίας. Μέσα από αυτή τη συνιστώσα όμως δημιουργήθηκαν και άλλοι στόχοι, όπως η οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας όπου εγκαθίστανται, η κοινωνική, πολιτιστική καθώς και η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Ένα θεματικό πάρκο μπορεί να επιδράσει θετικά αλλά και

αρνητικά στην ανάπτυξη της περιοχής όπου εγκαθίσταται. Τα θεματικά πάρκα συγκεντρώνουν στον ίδιο χώρο μεγάλο αριθμό θεαμάτων που προσφέρουν στο κοινό την διασκέδαση και την ψυχαγωγία που επιζητεί. Σύμφωνα με τους Walsh-Heron και Stevens τα θεματικά πάρκα θα πρέπει να είναι σχεδιασμένα ώστε να προσελκύουν επισκέπτες. Να έχουν την υποδομή για προσφορά δελεαστικών τρόπων ψυχαγωγίας αλλά και παροχής υψηλής ποιότητας υπηρεσιών και προϊόντων που θα ικανοποιήσουν τους επισκέπτες. Όσο μεγαλύτερη είναι η επισκεψιμότητα, τόσο μεγαλύτερα είναι τα οφέλη για την ανάπτυξη της οικονομίας ακόμα και των υποδομών που έχει η περιοχή. Σύγχρονες έρευνες έδειξαν ότι τα πιο μεγάλα θεματικά πάρκα αύξησαν τον τουρισμό στις περιοχές όπου έχουν εγκατασταθεί. Με την αύξηση του τουρισμού επέρχεται και η οικονομική άνοδος πολλών επιχειρήσεων των περιοχών αυτών (εμπορικά καταστήματα, καταστήματα εστίασης, καταλύματα κ.λ.π.) καθώς ο επισκέπτης δεν θα περιοριστεί μόνο στον χώρο του θεματικού πάρκου. Μέσα από τη λειτουργία ενός θεματικού πάρκου ωθείται η απασχόληση και δημιουργούνται εισοδήματα, καθώς πρόκειται για δραστηριότητα έντασης εργασίας.

Τέλος ο αναπτυξιακός ρόλος ενός θεματικού πάρκου είναι εμφανής και στις υποδομές της περιοχής που εγκαθίσταται. Για να είναι ένας προορισμός δελεαστικός για τον επισκέπτη, θα πρέπει να εξασφαλίζονται οι απαιτούμενες ανέσεις και υπηρεσίες όπως εύκολη πρόσβαση, καταλύματα, επικοινωνία, τράπεζες, ασφάλεια κ.τ.λ.. Έτσι λοιπόν με την κατασκευή ενός θεματικού πάρκου, κατά κάποιο τρόπο “ωθείται” η περιοχή προς συγκεκριμένες μορφές ανάπτυξης και ενίσχυσης των υποδομών της.(Scott,2007).

### **3.3.Ξεκίνημα της ιδέας του Μύλου των Ξωτικών**

Θα πρέπει να γίνει αναφορά στο ότι για την περίπτωση του Μύλου των Ξωτικών θα χρησιμοποιηθούν στοιχεία που δόθηκαν κατά την διάρκεια της έρευνας από τον Διευθύνοντα Σύμβουλο και καταγράφονται σε αυτή εδώ την έρευνα. Ο φορέας διαχείρισης του Μύλου των Ξωτικών είναι η e-trikala A.E. Με την πάροδο των χρόνων, και προωθώντας την ψηφιακή τεχνολογία, στην πόλη και την γύρω περιοχή, απέκτησε τεχνογνωσία και διοικητική ευελιξία, που της επέτρεψε να δει κι άλλους τομείς της παραγωγικής αλυσίδας του τόπου. Ένας από τους τομείς αυτούς ήταν και η ιδέα της δημιουργίας ενός θεματικού πάρκου, που θα προσέλκυε τουρίστες απ’ όλη την Ελλάδα και θα δημιουργούσε νέα δεδομένα για την πόλη. «Ο Μύλος των Ξωτικών» είναι ένα Χριστουγεννιάτικο θεματικό πάρκο που άνοιξε την αυλαία του το 2011 και υποδέχεται επισκέπτες από όλη την Ελλάδα (γκρουπ, σχολεία κ.λ.π.). Διεξάγονται καλλιτεχνικές

εκδηλώσεις , καινοτόμες δράσεις, δημιουργικά εργαστήρια κ.α. Η πρωτότυπη προσπάθεια του Δήμου Τρικκαίων, ο οποίος στην προσπάθεια αναζήτησης νέων δυνατοτήτων για την πόλη υιοθέτησε καλές πρακτικές θεματικών πάρκων, είχε σαν αποτέλεσμα να ξαναζωντανέψει ο Μύλος του Ματσόπουλου , να προωθήσει τοπικά προϊόντα, να αναπτύξει την τοπική οικονομία και να διαφημίσει και να αναβαθμίσει την εικόνα της πόλης των Τρικάλων σε πανελλαδικό και γιατί όχι και σε διεθνές επίπεδο.

### **3.4. Η διαδρομή και η προσφορά του στην πόλη**

Σε ότι αφορά τον προϋπολογισμό του θεματικού πάρκου τα επτά χρόνια λειτουργίας και με δεδομένη την εγκατάσταση και απεγκατάσταση ( με πλήρη αποκατάσταση ) του χώρου, που είναι διατηρητέος , κινείται πάνω από 500.000€ έως και 850.000€ πλέον Φ.Π.Α. Στα 7 χρόνια λειτουργίας του, σύμφωνα με στοιχεία της ίδιας της επιχείρησης έχουν γίνει πάνω από 10.000.000 δημοσιεύσεις στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, 130 και πλέον τηλεοπτικά αφιερώματα και συνδέσεις, ενώ σύμφωνα με μετρήσεις της επιχείρησης έχουν επισκεφτεί το χώρο 4.650.000 επισκέπτες και 1.800.000 επισκέπτες στην ιστοσελίδα του Μύλου. Αξίζει να σημειωθεί ότι μόνο για το έτος 2017 επισκέφτηκαν το Μύλο 1.222.345 επισκέπτες και υπήρξε έλευση 1.712 δηλωμένων λεωφορείων. Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι το έργο είναι πλήρως αυτοχρηματοδοτούμενο και δεν λαμβάνει κανενός είδους κρατικής επιχορήγησης. Αυτό είναι κάτι το ιδιαίτερα θετικό λόγω του ότι δείχνει το γεγονός ότι οι Δήμοι μπορούν να λειτουργούν ανεξάρτητα δίχως να χρειάζονται την οικονομική ενίσχυση της κεντρικής εξουσίας και του κράτους.

Ως προς την οικονομική διαχείριση, η διοίκηση αναζητά και συμβασιοποιεί, προϊόντικές ή οικονομικές χορηγίες εκμεταλλευόμενοι την τεράστια προβολή του έργου από τα Εθνικά και τοπικά ΜΜΕ. Ενοικιάζει χώρους προϊόντων εστίασης, δώρων και διασκέδασης , αποκομίζοντας το μεγαλύτερο μέρος των λειτουργικών εξόδων. Τέλος, εισάγει και εμπορεύεται αναμνηστικά είδη- κατά αποκλειστικότητα – του θεσμού, επιφέροντας σημαντικό έσοδο, απεναντίας προσφέρει πάμπολλες δωρεάν δράσεις και προϊόντα στους επισκέπτες. Έτσι η επισκεψιμότητα εκτινάσσεται από χρόνο σε χρόνο, προσδίδοντας σημαντικά οφέλη στους επαγγελματίες της πόλης και της ευρύτερης περιοχής κυρίως στους τομείς της σίτισης και της εστίασης.

Έως και σήμερα, οι ισολογισμοί του έργου είναι πλήρως ισοσκελισμένοι αφήνοντας μικρό οικονομικό όφελος στην Εταιρία, μεγάλη όμως προστιθέμενη αξία στην πόλη, την οποία

και απολαμβάνει καθ'όλη την διάρκεια του έτους, έχοντας διαφημίσει αυτήν με τις καλύτερες εντυπώσεις των επισκεπτών στην διάρκεια του Μύλου των Ξωτικών.

Όσον αφορά τις προοπτικές για το μέλλον, δεν μπορεί παρά να είναι ευοίωνες, ως ο απόλυτος οικογενειακός προορισμός της Ελλάδας τα Χριστούγεννα. Οι διαρκείς επενδύσεις και επεκτάσεις του λειτουργικού χώρου, ενισχύουν την αισιοδοξία καθόσον το έργο, αλλάζει κάθε χρόνο και η επαναλαμβανόμενη επισκεψιμότητα συντηρείται θετικά. Παρά την παράλληλη λειτουργία και άλλων παρόμοιων έργων στην περιοχή αλλά και σε άλλα μέρη της Ελλάδας, ενισχύεται η διαχρονική επιτυχία του θεσμού, η βιωσιμότητα και η διαρκής οικονομική επιτυχία της πόλης και της περιοχής, αν αναλογιστεί κανείς ότι η επισκεψιμότητα ειδικά την τελευταία χρονιά ξεπέρασε τους 1.000.000 επισκέπτες.

Ο Δήμος Τρικκαίων εξάλλου προσπαθεί να μη μείνει στάσιμος στο θέμα αυτό αλλά επιδιώκει κάθε χρόνο αύξηση των συμμετεχόντων, με την πρόσθετη προβολή του πάρκου αλλά και με νέες ιδέες που συνεχώς ανανεώνουν το χώρο και δημιουργούν νέα δεδομένα για τους επισκέπτες. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται και η έναρξη το καλοκαίρι του 2018 της 1<sup>ης</sup> Ακαδημίας Επιχειρηματικότητας του Μύλου, με πρωτοβουλία του Δήμου, που προσδίδει πρόσθετη αξία στην υποδοχή και εξυπηρέτηση των εκατοντάδων χιλιάδων επισκεπτών του μεγαλύτερου χριστουγεννιάτικου θεματικού πάρκου στην Ελλάδα. Μια πρωτοβουλία σε συνεργασία με τον Επιμελητήριο Τρικάλων, τον Εμπορικό Σύλλογο Τρικάλων και την ευγενική προσφορά της Optimal HR Group, που υλοποίησε σεμινάρια για τη βελτίωση της επιχειρηματικότητας. Ο κύκλος της εκπαίδευσης των επιχειρηματιών της περιοχής αφορούσε σε:

- ενίσχυση της αποτελεσματικότητας των Τρικαλινών επιχειρήσεων,
- βελτίωση του επιπέδου εξυπηρέτησης,
- ανάδειξη των Τρικαλινών επιχειρήσεων ως πρωτοπόρων στη δημιουργία θετικών εμπειριών και εξελιγμένων υπηρεσιών για τους επισκέπτες.

Οι επιχειρηματίες προέρχονταν από τους δύο μεγάλους τομείς της τοπικής οικονομίας που συνδέονται άμεσα με τη λειτουργία του Μύλου των Ξωτικών: Α) Εστίαση, Ξενοδοχεία, Λιανεμπόριο και Β) Εφοδιαστική Αλυσίδα, Βιομηχανία. Αυτοί οι συμμετέχοντες, σε έξι 4ωρες εκπαιδευτικές συναντήσεις, από τον Απρίλιο μέχρι τον Σεπτέμβριο, παρακολούθησαν σεμινάρια επιχειρηματικότητας, με διαφορετική κάθε φορά θεματική και στόχευση. Προφανής στόχος της προσπάθειας αυτής είναι η βέλτιστη υποδοχή, διαμονή και φιλοξενία των επισκεπτών, η πλήρης κατανόηση ότι οι επιχειρήσεις της περιοχής

προσεγγίζουν και εξυπηρετούν τους επισκέπτες στα Τρίκαλα ως φιλοξενούμενους και όχι απλώς ως πελάτες, η περαιτέρω βελτίωση των γνώσεων και δεξιοτήτων σε θέματα εξυπηρέτησης Φιλοξενούμενων, ενισχύοντας το συγκριτικό πλεονέκτημα της πόλης, το Χριστουγεννιάτικο Θεματικό Πάρκο του Δήμου Τρικκαίων, η βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών και η εξυπηρέτηση των Φιλοξενούμενων, μέσω παροχής αξιομνημόνευτων εμπειριών και η περαιτέρω ενίσχυση των πωλήσεων και των κερδών των τρικαλινών επιχειρήσεων, όχι μόνο κατά την περίοδο της λειτουργίας του Θεματικού Πάρκου, αλλά καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Τα τελευταία χρόνια τα θεματικά πάρκα δεν είναι μόνο ένας χώρος διασκέδασης, αλλά έχουν μετατραπεί σε τουριστικούς προορισμούς που επιλέγονται από τουρίστες τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού. Θα ήταν σκόπιμο να εξετάσουμε την κοινωνικό-πολιτιστική διάσταση της περιοχής του θεματικού πάρκου σαν να είναι ένας τουριστικός προορισμός. Μέσα από την υπηρεσία /προϊόν του θεματικού πάρκου αναψυχής, ο τουρίστας ή γενικότερα ο επισκέπτης προσδοκά και φαντασιώνεται μοναδικά θεάματα και εμπειρίες, επιδιώκει να βρεθεί με τη φαντασία του σε άλλους χρόνους και τόπους με άλλους ρόλους και άλλο οικονομικό και κοινωνικό status από αυτό που βιώνει στην πραγματική ζωή. Του παρέχεται η εμπειρία της υψηλής τεχνολογίας και των έντονων συναισθημάτων ( της ταχύτητας της έκπληξης, του κινδύνου κ.τ.λ.). Τα θεματικά πάρκα πλέον, δεν απευθύνονται μόνο σε οικογένειες καθώς τα θέματά τους ποικίλουν και υπάρχει η δυνατότητα να προσελκύσουν και μεμονωμένα άτομα όλων των ηλικιών.(Woodside, Martin,2008)



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>

## ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

### 4.1. Μεθοδολογία έρευνας

Όπως αναφέρθηκε και στην Εισαγωγή της παρούσας εργασίας η εργασία μας στοχεύει στην ανάδειξη των πλεονεκτημάτων μιας Αναπτυξιακής Επιχείρησης Δήμου στην ανάπτυξη μιας ολόκληρης πόλης και συγχρόνως των ποιοτικών χαρακτηριστικών ενός θεματικού πάρκου που με την ωφελιμότητα του συμβάλλει στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για την πόλη των Τρικάλων.

Η ποιοτική έρευνα αποτελεί όχι μόνο μια μέθοδο ερευνητική που η χρησιμοποίησή της διαρκώς αυξάνει και αποκτά μεγάλη σπουδαιότητα αλλά αποτελεί και μια μεθοδολογική προσέγγιση χρήσιμη για τη διερεύνηση και διεύρυνση της γνώσης. Στόχος της ποιοτικής έρευνας είναι η επιδίωξη εξερεύνησης και κατανόησης σε βάθος των υποκειμενικών αντιλήψεων, πεποιθήσεων και εμπειριών συγκεκριμένων προσώπων, σχετικά με κάποιο φαινόμενο, με στόχο να δημιουργηθεί μια πιο βαθιά και πιο άρια επεξεργασμένη γνώση για το ερευνητέο φαινόμενο.

Για την ποιοτική έρευνα δημιουργήθηκαν ερωτηματολόγια, που απευθύνθηκαν σε επισκέπτες του Μύλου των Ξωτικών, στον επιχειρηματικό κόσμο της πόλης αλλά και σε πρόσωπα σημαίνοντα της πόλης, τα οποία χωρίστηκαν σε τρεις ενότητες: Στην πρώτη ενότητα επιλέχθηκαν 29 ερωτήσεις και έγινε προσπάθεια αποτύπωσης της άποψης των επισκεπτών του Μύλου των Τρικάλων για την επίδραση που έχουν στην τοπική αγορά και γενικότερα στην τοπική οικονομία, οι επισκέπτες της πόλης όχι μόνο κατά την περίοδο λειτουργίας του «μύλου των ξωτικών» αλλά και τον υπόλοιπο χρόνο. Ειδικά για τους επισκέπτες ελήφθησαν e-mail σε τυχαία δειγματοληψία από την εταιρεία "e-Trikala" χωρίς καμία αναφορά σε προσωπικά δεδομένα κ.λ.π. από λίστες της εταιρείας που προϋπήρχαν. Συγκεκριμένα θεωρήθηκε ικανοποιητικό ένα δείγμα 650 ατόμων που θα κάλυπτε όσο το δυνατόν περισσότερες γεωγραφικές περιοχές της χώρας. Από αυτά απαντήθηκαν στην προθεσμία που είχε τεθεί (15 ημέρες) συνολικά από 165 άτομα ήτοι ένα ποσοστό περίπου στο 25%.

Η γνώση του προφίλ των επισκεπτών αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τους διοργανωτές της όλης εκδήλωσης αλλά και για τους επιχειρηματίες της πόλης, αφού ενισχύει την ικανότητά τους να προσαρμόζονται στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και να επωφελούνται των ευκαιριών που παρουσιάζονται<sup>7</sup>. Εξερευνήθηκαν οι πηγές πληροφόρησης τους, οι λόγοι επιλογής του συγκεκριμένου θεματικού πάρκου, η ποιότητα του προσφερόμενου φαγητού, της διασκέδασης και της νυχτερινής ζωής, της φιλοξενίας ενώ ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε στις ημέρες διανυχτέρευσης τους.

Η δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου, επικεντρώθηκε σε 16 ερωτήσεις που τέθηκαν στους επιχειρηματίες της πόλης των Τρικάλων. Αναλυτικότερα: Αρχικά διερευνήθηκε το προφίλ των επιχειρήσεων, ώστε να εντοπιστεί ποια κατηγορία τοπικών επιχειρήσεων επηρεάζεται από την λειτουργία του θεματικού πάρκου. Στην συνέχεια εξετάστηκε η άποψη των Τρικαλινών επιχειρηματιών, για το αν η διοργάνωση του θεματικού πάρκου «ο μύλος των ξωτικών», δημιούργησε κίνητρο σε κάποιες κατηγορίες ανθρώπων, ώστε να επισκεφτούν τα Τρίκαλα. Εξετάζεται ταυτόχρονα, αν το μοναδικό κίνητρο είναι η Χριστουγεννιάτικη ατμόσφαιρα που δημιουργεί ο «μύλος των ξωτικών», ή αν οι επισκέπτες που γνώρισαν την πόλη από την επίσκεψή του κατά την διάρκεια της διοργάνωσης, εντόπισαν και άλλες πηγές ενδιαφέροντος, ώστε να παρακινηθούν σε επίσκεψη και σε άλλες εποχές.

Το e – trikala επέλεξε το χώρο της διοργάνωσης, επιμελείται την ετήσια διοργάνωση του θεματικού πάρκου και την προβολή της μέσω της επίσημης ιστοσελίδας, των μέσων μαζικής επικοινωνίας και κοινωνικής δικτύωσης. Σημαντικό σημείο λοιπόν της έρευνας, είναι η άποψη των επιχειρηματιών για την επίδραση που είχε η συνολική δράση του e – trikala, στην επιτυχία του θεσμού. Επίσης αξιολογείται το επίπεδο της αλληλεπίδρασης του e – trikala με τις επιχειρήσεις της πόλης, οι οποίες καθορίζουν την ποιότητα της αγοράς, της ψυχαγωγίας, της εστίασης, κτλ.

Ο κύριος στόχος της δημιουργίας του θεματικού πάρκου από το e – trikala, ήταν η ύπαρξη ή μεγιστοποίηση του οικονομικού οφέλους της πόλης. Με στοχευμένες ερωτήσεις

---

<sup>7</sup> Μπαρτζώκας Τσιόμπρας, Α. (2011) 'Προσεγγίζοντας το αστικό μάρκετινγκ & το city branding,σε συνθήκες ανταγωνισμού μεταξύ των πόλεων', Ερευνητική Εργασία, Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο, Πολυτεχνική Σχολή Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης.

εξετάστηκε αν οι επιχειρηματίες των Τρικάλων, θεωρούν ότι η πόλη αλλά και οι γειτονικές περιοχές που έχουν υποδομή υποδοχής επισκεπτών (Καλαμπάκα-ορεινός όγκος Νότιας Πίνδου-Λίμνη Πλαστήρα) ωφελήθηκαν ή όχι οικονομικά.

Στην τρίτη ενότητα του ερωτηματολογίου, πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με 12 ερωτήσεις. Οι συνεντεύξεις, πραγματοποιήθηκαν με σημαίνοντα πρόσωπα με θέσεις κλειδιά ως προς την διοργάνωση του θεσμού του «μύλου των Ξωτικών» αλλά και ως προς την τουριστική προβολή της πόλης. Επιλέχθηκε η συνέντευξη και όχι κάποια άλλη μέθοδος συλλογής του απαιτούμενου υλικού, π.χ. ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου, καθώς αυτή, ως μεθοδολογικό εργαλείο ποιοτικών ερευνών, δίνει τη δυνατότητα στον ερωτώμενο να εκφράσει τις απόψεις του και να διατυπώσει τις γνώσεις που κατέχει και επιτρέπει στον ερευνητή να αντλήσει πληροφορίες και δεδομένα, να ανακαλύψει δηλαδή μέσα από την ανάλυση του λόγου των προεπιλεγμένων προσώπων, τι σκέφτονται και τι αισθάνονται. Η θεματολογία των ερωτήσεων αφορά στις επιπτώσεις που είχε η διοργάνωση στην οικονομική και κοινωνική ζωή του τόπου καθώς και τις τυχόν αντιδράσεις από ομάδες του τοπικού πληθυσμού. Οι απαντήσεις περιορίστηκαν αποκλειστικά σ' αυτά που ρώταγε ο συνεντευκτής, χωρίς δυνατότητα να παρεκκλίνει ο ερωτώμενος. Με τον τρόπο αυτό επιδιώχθηκε να μειωθούν οι διαφορές στον τρόπο που τέθηκαν οι ερωτήσεις για να υπάρχουν παραπλήσιες και συγκρίσιμες απαντήσεις. Εξάλλου κριτήριο εγκυρότητας στην ποιοτική έρευνα αποτελεί η ειδική θέση ή η οπτική γωνία του ερευνητή, από την οποία βλέπει τα πράγματα, έτσι ώστε αυτό να αποτελεί ένα είδος επιστημολογικού προνομίου(Mason, 2003)

Τα άτομα που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις ήταν οι τέσσερις (4) Δήμαρχοι του Νομού, ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Τρικάλων, ο Πρόεδρος του Αστικού ΚΤΕΛ και ο Πρόεδρος Ενοικιαζόμενων καταλυμάτων Ορεινού Όγκου «ΞΕΝΙΟΣ ΖΕΥΣ»

Και τα τρία ερωτηματολόγια έλαβαν ψηφιακή μορφή μέσω του Google Form, στάλθηκαν και απαντήθηκαν από δείγμα 165 επισκεπτών, για το πρώτο ερωτηματολόγιο, 45 φορέων, για το δεύτερο, ενώ η συνέντευξη παραχωρήθηκε από 7 σημαντικά πρόσωπα του Νομού σε θέσεις «κλειδιά».

Ακολούθησε η καταχώρηση των δεδομένων σε αρχείο excel και η κωδικοποίηση των μεταβλητών ώστε να είναι σε κατάλληλη μορφή για το στατιστικό πακέτο SPSS, με το οποίο έγινε η στατιστική τους επεξεργασία.

Η στατιστική επεξεργασία μέσω του SPSS ξεκίνησε με την περιγραφική στατιστική όπου μελετήθηκαν οι πίνακες συχνοτήτων και τα αντίστοιχα ραβδογράμματα και κυκλικά διαγράμματα αρχικά για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος και στην συνέχεια με τις υπόλοιπες μεταβλητές των ερωτηματολογίων.

Τέλος, συντάχθηκαν τα συμπεράσματα, στα οποία οδήγησε η έρευνα αυτή και για τα τρία ερωτηματολόγια, δηλαδή σχετικά με τους επισκέπτες, τους επιχειρηματίες αλλά και τους φορείς, όσον αφορά τη διοργάνωση του Χριστουγεννιάτικου θεματικού πάρκου του «Μύλου των Ξωτικών».

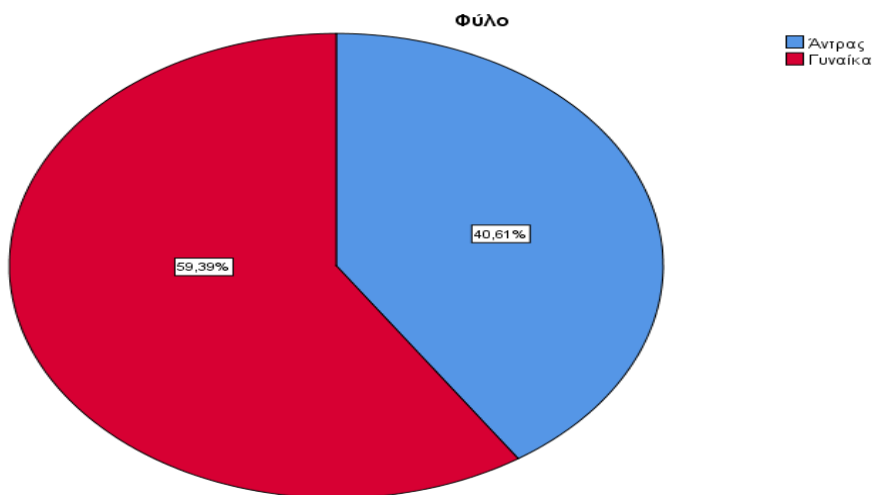
## 4.2. Ανάλυση έρευνας- Στατιστική ανάλυση δεδομένων

### 4.2.1. Στατιστική ανάλυση επισκεπτών

#### Ενότητα 1

##### Δημογραφικά στοιχεία

Γράφημα 1. Κυκλικό διάγραμμα για την κατηγορία Φύλο



Σε δείγμα 165 επισκεπτών στην πόλη των Τρικάλων, παρουσιάζονται παρακάτω πίνακες και γραφήματα, σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία.

Αρχικά, από το σύνολο του δείγματος βρέθηκε ότι 67 ήταν άντρες, σε ποσοστό 40,6 %, ενώ 98 ήταν οι γυναίκες σε ποσοστό 59,4%.

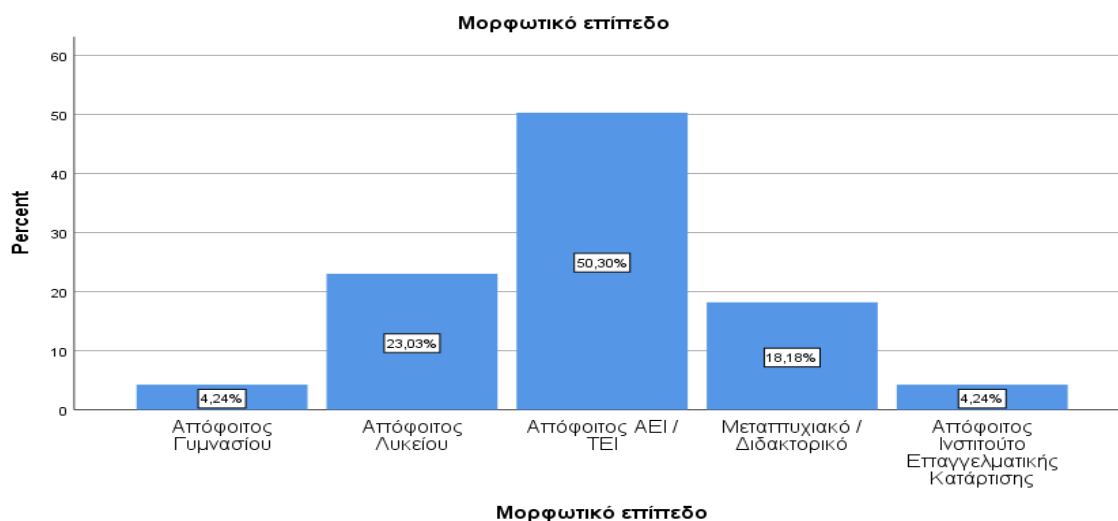
## Ηλικία

Πίνακας 1. Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για την κατηγορία Ηλικία

	Συχνότητα	Ποσοστό
Έως 18	8	4,8
18 - 24	9	5,5
25 - 30	13	7,9
31 - 40	47	28,5
41 - 60	88	53,3
Σύνολο	165	100,0

Όσο αφορά την ηλικία, τα αποτελέσματα που προέκυψαν ήταν τα εξής: Από τα 165 άτομα του δείγματος, μόλις 8 είναι ηλικίας κάτω των 18 (ποσοστό 4,8%) και 9 είναι από 18 έως 24 (5,5%). Από 25 έως 30 ετών είναι 13 επισκέπτες (7,9%) και 47 άτομα είναι ηλικίας 31 – 40 ετών (28,5%). Το μεγαλύτερο ποσοστό ερωτηθέντων είναι ηλικίας 41 – 60, της τάξης του 53,3% (88 άτομα).

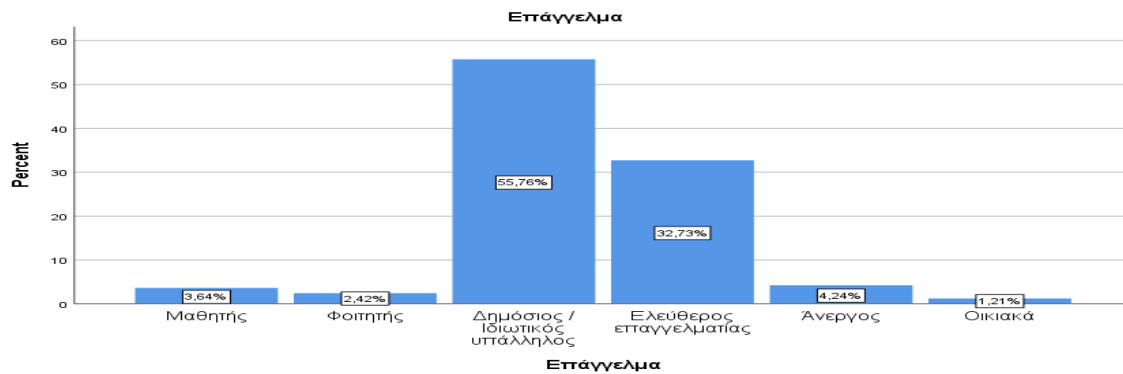
Γράφημα 2. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία Μορφωτικό επίπεδο



Στη συνέχεια, παρουσιάζονται τα δεδομένα που αφορούν τη μεταβλητή του μορφωτικού επιπέδου. Από τους ερωτηθέντες βρέθηκε ότι το 4,2% είναι απόφοιτοι Γυμνασίου (7 άτομα), καθώς το ίδιο ποσοστό κατέχουν και οι απόφοιτοι Ινστιτούτου Επαγγελματικής

Κατάρτισης. Το 18,2% είναι κάτοχοι Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού τίτλου (30 άτομα), ενώ το 23% είναι απόφοιτοι Λυκείου (38 άτομα). Τέλος, τη μερίδα του λέοντος κατέχουν οι απόφοιτοι ΑΕΙ / ΤΕΙ με ποσοστό 50,3% (83 άτομα), δηλαδή πάνω από το μισό δείγμα.

Γράφημα 3. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία επάγγελμα επισκεπτών



Τα επόμενα δεδομένα που αναλύονται αφορούν το επάγγελμα των επισκεπτών που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο. Μόλις 2 άτομα απάντησαν ότι ασχολούνται με τα οικιακά σε ποσοστό μόλις 1,2%, ενώ φοιτητές, μαθητές και άνεργοι αποτελούν επίσης μικρά ποσοστά στο δείγμα με 2,4%, 3,6% και 4,2 % αντίστοιχα. Από εκεί και πέρα, 54 άτομα ισχυρίστηκαν ότι είναι ελεύθεροι επαγγελματίες σε ποσοστό 32,7%, ενώ οι περισσότεροι είναι είτε δημόσιοι είτε ιδιωτικοί υπάλληλοι με ποσοστό της τάξης του 55,8%.

### Οικογενειακή κατάσταση

Πίνακας 2. Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για την κατηγορία Οικογενειακή κατάσταση

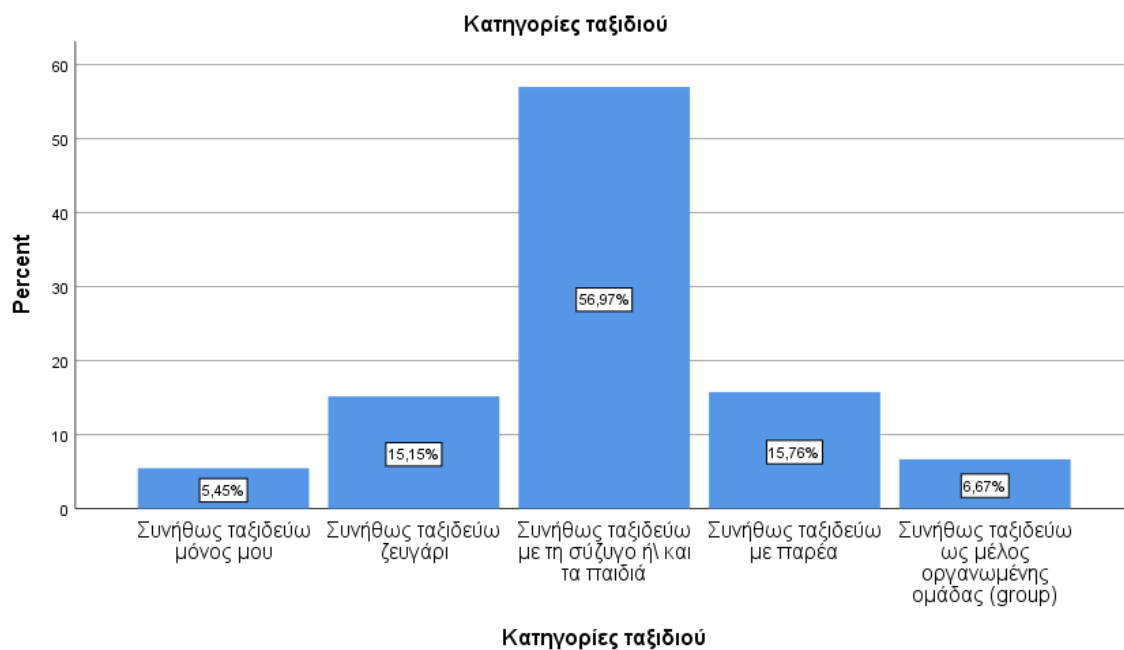
	Συχνότητα	Ποσοστό
Ελεύθερος - η	36	21,8
Δεσμευμένος - η	8	4,8
Παντρεμένος - η	47	28,5
Με παιδιά	74	44,8
Σύνολο	165	100,0

Τελευταία κατηγορία στα δημογραφικά στοιχεία είναι αυτή της οικογενειακής κατάστασης, της οποίας τα αποτελέσματα παρουσιάζονται παρακάτω. Μόλις 8 άτομα σε ποσοστό 4,8% δήλωσαν δεσμευμένοι. Από εκεί και πέρα, το 21,8% των ερωτηθέντων δήλωσαν ελεύθεροι και ένα ποσοστό της τάξης του 28,5% δήλωσαν παντρεμένοι. Το μεγαλύτερο ποσοστό, πάντως, το κατέχουν οι έχοντες παιδιά με 44,8%, καθώς 74 άνθρωποι δήλωσαν γονείς.

#### Ενδιαφέροντα στοιχεία σχετικά με τα ταξίδια

Παρακάτω, θα συνεχιστεί η στατιστική ανάλυση με ορισμένα ενδιαφέροντα στοιχεία σχετικά με τα ταξίδια των ερωτηθέντων, γενικά. Πρώτη κατηγορία που μελετάται είναι εκείνη που αφορά τη συντροφιά που προτιμάει κάθε ταξιδιώτης. Μόλις το 5,5% δήλωσε ότι προτιμούν να ταξιδεύουν μόνοι τους, ενώ επίσης μικρό είναι το ποσοστό αυτών που ταξιδεύουν συνήθως ως μέλη οργανωμένης ομάδας (6,7%). Ισορροπία υπάρχει μεταξύ αυτών που ταξιδεύουν ως ζευγάρι και αυτών που κάνουν τα ταξίδια τους με παρέα με ποσοστό 15,2% και 15,8% αντίστοιχα. Η πλειοψηφία, πάντως, υποστηρίζει ότι συνήθως ταξιδεύει με την οικογένεια του, σύζυγο και παιδιά, σε ποσοστό 57%. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα είναι αναμενόμενο, αφού οι περισσότεροι ερωτηθέντες είναι οικογενειάρχες με παιδιά, όπως παρατηρήθηκε στην ανάλυση των δημογραφικών στοιχείων.

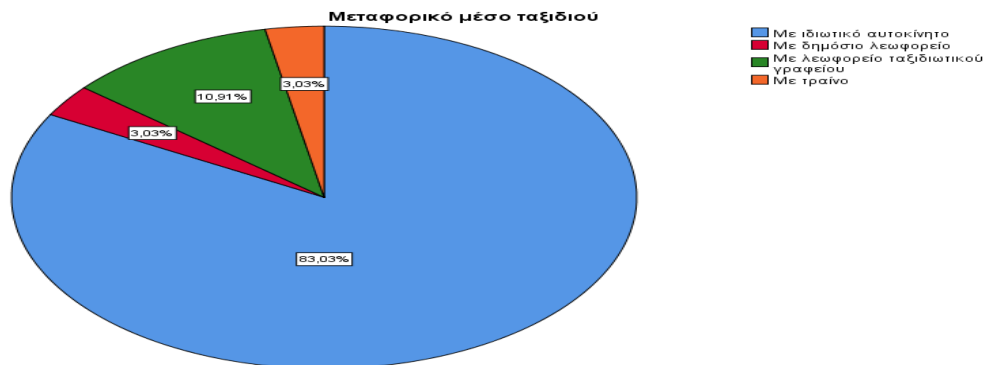
Γράφημα 4. Ραβδόγραμμα για τις κατηγορίες ταξιδιού



Ακολουθεί η κατηγορία του μεταφορικού μέσου που προτιμούν να χρησιμοποιούν οι ερωτηθέντες για να πραγματοποιούν τα ταξίδια τους. Μόλις το 3% προτιμά είτε δημόσιο

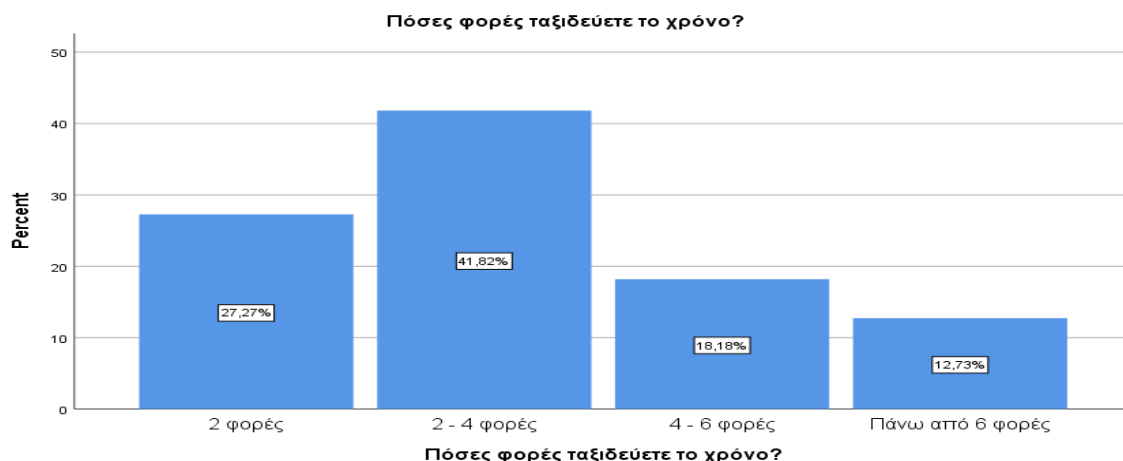
λεωφορείο είτε τρένο. Επίσης, μικρό είναι το ποσοστό αυτών που επιλέγουν κάποιο λεωφορείο ταξιδιωτικού γραφείου για να ταξιδέψουν, καθώς κυμαίνεται στο 10,9%. Το συντριπτικό ποσοστό των ερωτηθέντων, φυσικά, προτιμά το ιδιωτικό του αυτοκίνητο με 83%, που σημαίνει ότι 137 από τα 165 άτομα του δείγματος επιλέγουν το συγκεκριμένο μέσο.

Γράφημα 5. Κυκλικό διάγραμμα για την κατηγορία μεταφορικό μέσο



Μια πολύ ενδιαφέρουσα ερώτηση είναι, πόσες φορές το χρόνο ταξιδεύει κάποιος, και παρακάτω θα παρουσιαστούν οι απαντήσεις που προέκυψαν από το δείγμα. Στη συγκεκριμένη κατηγορία, τα ποσοστά είναι πιο ομοιόμορφα κατανομημένα, καθώς το 12,7% ταξιδεύει πάνω από 6 φορές το χρόνο, το 18,2% από 4 έως 6 φορές, το 27,3% μόλις 2 φορές και τέλος το 41,8% ταξιδεύει 2 – 4 φορές τη χρονιά.

Γράφημα 6. Ραβδόγραμμα για την ερώτηση «Πόσες φορές ταξιδεύετε το χρόνο;»

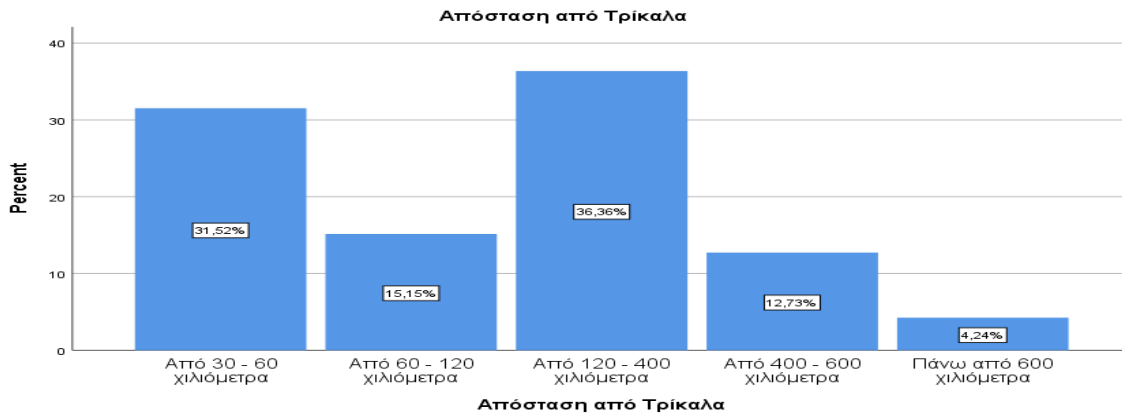


Τέλος, οι επισκέπτες που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο κλήθηκαν να δηλώσουν την απόσταση της μόνιμης κατοικίας τους από την πόλη των Τρικάλων. Τα αποτελέσματα



παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα και στα παρακάτω γραφήματα. Μόλις 7 άτομα (4,2%) ταξίδεψαν πάνω από 600 χιλιόμετρα για να φτάσουν στην πόλη των Τρικάλων. Από 400 – 600 χιλιόμετρα έκαναν 21 άτομα (12,7%) και από 60 – 120 χλμ. 25 επισκέπτες (15,2%). 52 άτομα διάνυσαν από 30 – 60 χλμ. (31,5%) και οι περισσότεροι, και πιο συγκεκριμένα 60 άτομα, έκαναν από 120 – 400 χλμ. (36,4%).

Γράφημα 7. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία απόσταση από τα Τρίκαλα



## Ενότητα 2

Σε αυτή τη δεύτερη ενότητα, οι επισκέπτες ρωτήθηκαν σχετικά με τις σημαντικότερες πηγές πληροφόρησης σχετικά με το θεματικό πάρκο. Ουσιαστικά, κλήθηκαν να δηλώσουν με ποιο τρόπο πληροφορήθηκαν και ποια είναι κατά την άποψη τους η σημαντικότερη πηγή. Οι απαντήσεις που μπορούσαν να δώσουν ήταν μέχρι δύο πηγές πληροφόρησης. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν, παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες. Κάθε πηγή αποτελεί μια ξεχωριστή μεταβλητή και η κωδικοποίηση αποτελείται από τις απαντήσεις «Όχι», αν κάποιος δεν έχει επιλέξει τη συγκεκριμένη πηγή και «Ναι», για αυτές που έχει επιλέξει. Παρακάτω, φαίνονται τα αποτελέσματα:

### Φυλλάδια ταξιδιωτικών γραφείων

Πίνακας 3.

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	147	89,1
Ναι	18	10,9
Σύνολο	165	100,0

### Επίσημη ιστοσελίδα του πάρκου και διαδίκτυο γενικά

Πίνακας 4.

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	147	89,1
Ναι	18	10,9
Σύνολο	165	100,0

### Άρθρα σε τουριστικά περιοδικά

Πίνακας 5.

	Συχνότητα	Ποσοστό
--	-----------	---------

Όχι	142	86,1
Ναι	23	13,9
Σύνολο	165	100,0

### Συστάσεις φίλων

Πίνακας 6.

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	78	47,3
Ναι	87	52,7
Σύνολο	165	100,0

### Ενημέρωση μαθητών με προωθητικό υλικό στο σχολείο

Πίνακας 7.

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	144	87,3
Ναι	21	12,7
Σύνολο	165	100,0

## Διαφημίσεις σε ΜΜΕ

Πίνακας 8.

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	116	70,3
Ναι	49	29,7
Σύνολο	165	100,0

Από τους παραπάνω πίνακες, φαίνεται πως οι επισκέπτες, κατά γενική ομολογία, θεωρούν πως οι συστάσεις των φίλων τους αποτελεί τη σημαντικότερη πηγή πληροφόρησης, αφού το 52,7% συμφωνεί σε αυτό. Κατά τα άλλα, παρατηρούμε ότι καμία άλλη πηγή δεν έχει πλησιάσει το 50% των προτιμήσεων των ερωτηθέντων.

Αυτό συμβαίνει, διότι τα περισσότερα άτομα του δείγματος είχαν ποικιλία στις απαντήσεις που έδιναν, με αποτέλεσμα το ποσοστό να μοιραστεί σε όλες τις πηγές. Έτσι, οι περισσότεροι είχαν στις επιλογές τους τις συστάσεις φίλων, αλλά η δεύτερη πηγή που επέλεξαν κάθε φορά διέφερε.

Φαίνεται βέβαια, ότι η δεύτερη σημαντικότερη πηγή πληροφόρησης είναι οι διαφημίσεις σε ΜΜΕ με ένα ποσοστό κοντά στο 30%.

### Ενότητα 3

Στη συγκεκριμένη ενότητα, οι επισκέπτες κλήθηκαν να απαντήσουν για ποιο λόγο επέλεξαν να επισκεφθούν το θεματικό πάρκο «Μύλο των Ξωτικών». Κι εδώ, κάθε λόγος αποτελεί και μια ξεχωριστή μεταβλητή, η οποία έχει κωδικοποιηθεί με απαντήσεις «Όχι» ή «Ναι», ανάλογα με το αν επιλέχθηκε ή όχι.

Οι απαντήσεις που μπορούσαν να δώσουν τα άτομα του δείγματος ήταν μέχρι και τρεις. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες.

### Για την ικανοποίηση των παιδιών

Πίνακας 9

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	100	60,6
Ναι	65	39,4
Σύνολο	165	100,0

### Για να ζήσουμε τη μαγεία των Χριστουγέννων

Πίνακας 10

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	83	50,3
Ναι	82	49,7
Σύνολο	165	100,0

**Για να ζήσουμε τη μαγεία των Χριστουγέννων, αλλά και επειδή η πόλη των Τρικάλων, δίνει πολλές εναλλακτικές δυνατότητες ημερήσιων εκδρομών**

Πίνακας 11

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	51	30,9
Ναι	114	69,1
Σύνολο	165	100,0

**Η πόλη των Τρικάλων είναι ενδιαφέρουσα από πολλές απόψεις (μνημεία – κληρονομιά)**

Πίνακας 12

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	76	46,1
Ναι	89	53,9
Σύνολο	165	100,0

**Είναι ο κοντινότερος χριστουγεννιάτικος προορισμός στην πόλη που ζω**

Πίνακας 13

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	116	70,3
Ναι	49	29,7
Σύνολο	165	100,0

**Είναι ο πιο οικονομικός χριστουγεννιάτικος προορισμός**

Πίνακας 14

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	123	74,5
Ναι	42	25,5
Σύνολο	165	100,0

**Επηρεάστηκα από τα φυλλάδια των τουριστικών γραφείων**

Πίνακας 15

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	156	94,5
Ναι	9	5,5
Σύνολο	165	100,0

**Επηρεάστηκα από τη διαφημιστική προβολή του θεσμού**

Πίνακας 16

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	116	70,3
Ναι	49	29,7
Σύνολο	165	100,0



## Άλλο

Πίνακας 17

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	161	97,6
Ναι	4	2,4
Σύνολο	165	100,0

Από τα παραπάνω αποτελέσματα, εξάγεται το συμπέρασμα ότι ο σημαντικότερος λόγος που επισκέπτεται ο κόσμος το «Μύλο των Ξωτικών» είναι για να ζήσουνε τη μαγεία των Χριστουγέννων, αλλά κι επειδή η πόλη των Τρικάλων δίνει πολλές εναλλακτικές για ημερήσιες εκδρομές προς τα Μετέωρα, τη Λίμνη Πλαστήρα, είτε στον ορεινό όγκο των Τρικάλων (Περτούλι, Ελάτη). Το 69,1% των ερωτηθέντων έδωσε αυτή την επιλογή στην ενότητα 3, ένα ποσοστό ιδιαίτερο υψηλό.

Δεύτερος σημαντικότερος λόγος αποτελεί η ίδια η πόλη των Τρικάλων, που είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα από πολλές απόψεις, λόγω των μνημείων και της πολιτισμικής κληρονομιάς. Το 53,9% συμφωνεί στο παραπάνω, ένα ποσοστό πάνω από το μισό του δείγματος.

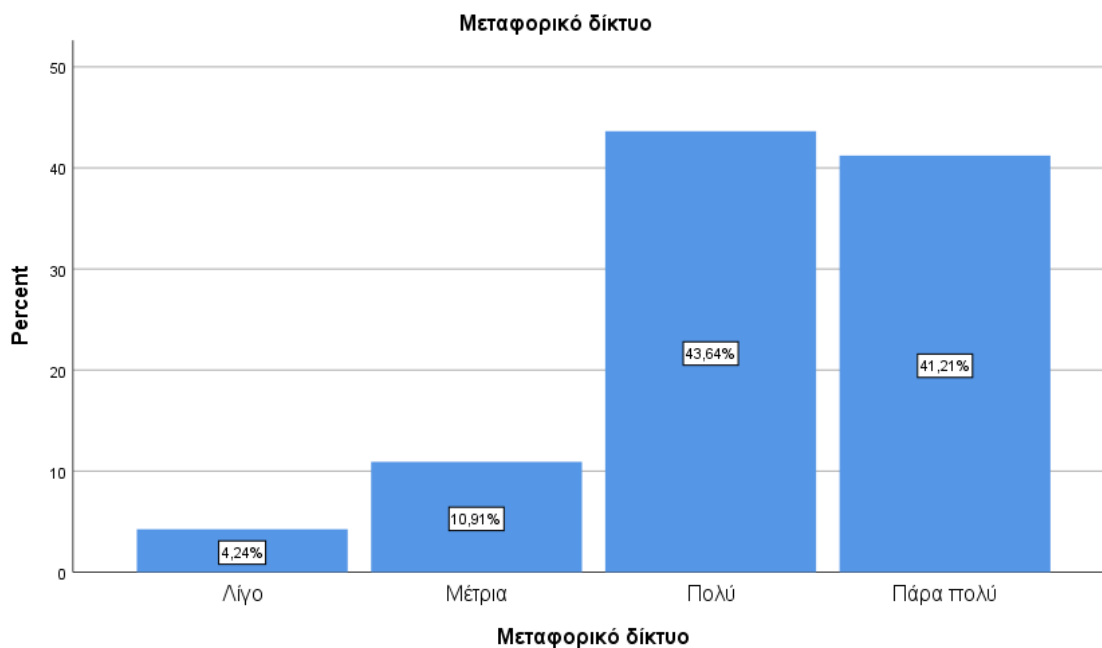
Τέλος, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό της τάξης του 49,7%, πολύ κοντά στο 50%, θεωρεί σημαντικό λόγο, για την επίσκεψη στο θεματικό πάρκο, απλά το να βιώσει από κοντά τη μαγεία των Χριστουγέννων. Σε αντίθεση, μόλις το 5,5% δήλωσε ότι επηρεάστηκε από φυλλάδια ταξιδιωτικών γραφείων, ενώ υπήρχαν και 4 άτομα που επέλεξαν την επιλογή «Άλλο»

## Ενότητα 4

Στη συγκεκριμένη ενότητα, ρωτήθηκαν οι επισκέπτες σχετικά με τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη ώστε να επιλέξουν ένα τουριστικό προορισμό. Η ικανοποίηση τους μετρήθηκε σε κλίμακα Likert με βαθμούς 1 – 4, όπου το 1 δηλώνει «Λίγο» και το 4 «Πάρα πολύ». Παρακάτω αναλύονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν.

Αρχικά, ρωτήθηκαν σχετικά με το μεταφορικό δίκτυο, και πόσο σημαντικό ρόλο παίζει στην επιλογή τους. Το μεγαλύτερο ποσοστό συμφωνεί ότι ένα καλό μεταφορικό δίκτυο παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην επιλογή ενός τουριστικού προορισμού αφού το 43,6% δήλωσε «Πολύ» (Στην κλίμακα η κωδικοποίηση είναι '3') και το 41,2% «Πάρα πολύ», δηλαδή την τελευταία βαθμίδα της κλίμακας.

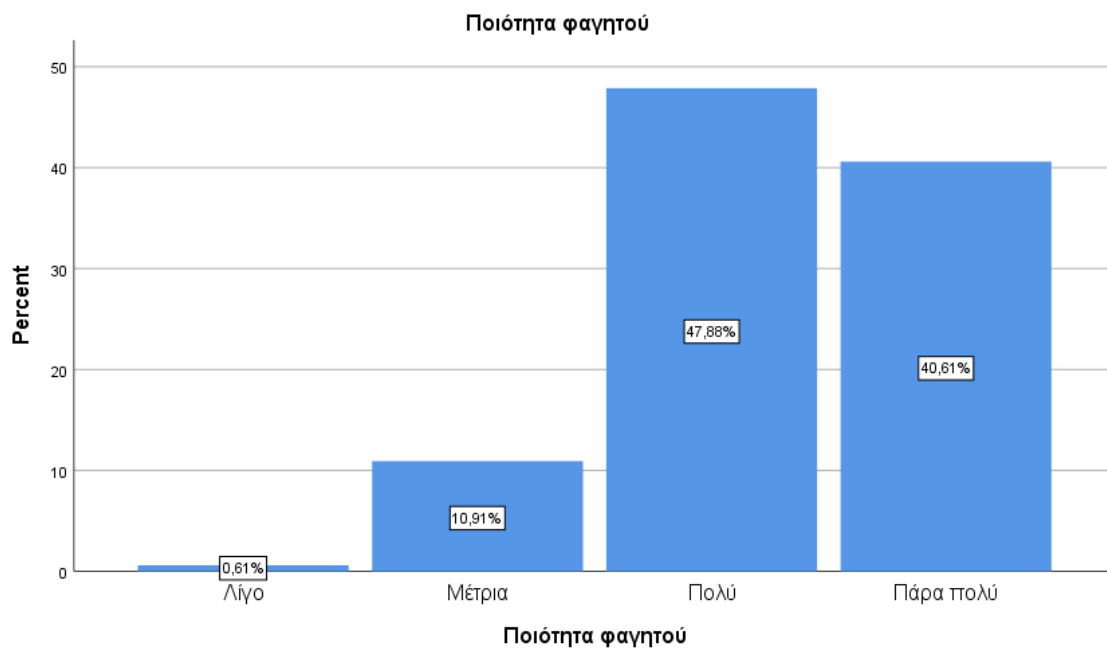
Γράφημα 8. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία μεταφορικό μέσο



Έπειτα, η επόμενη κατηγορία, στην οποία δήλωσαν την άποψη τους είναι αυτή της ποιότητας του φαγητού. Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα, η ποιότητα του φαγητού, επίσης, παίζει πολύ μεγάλο ρόλο στην επιλογή του προορισμού, αφού αθροιστικά το 88,5%

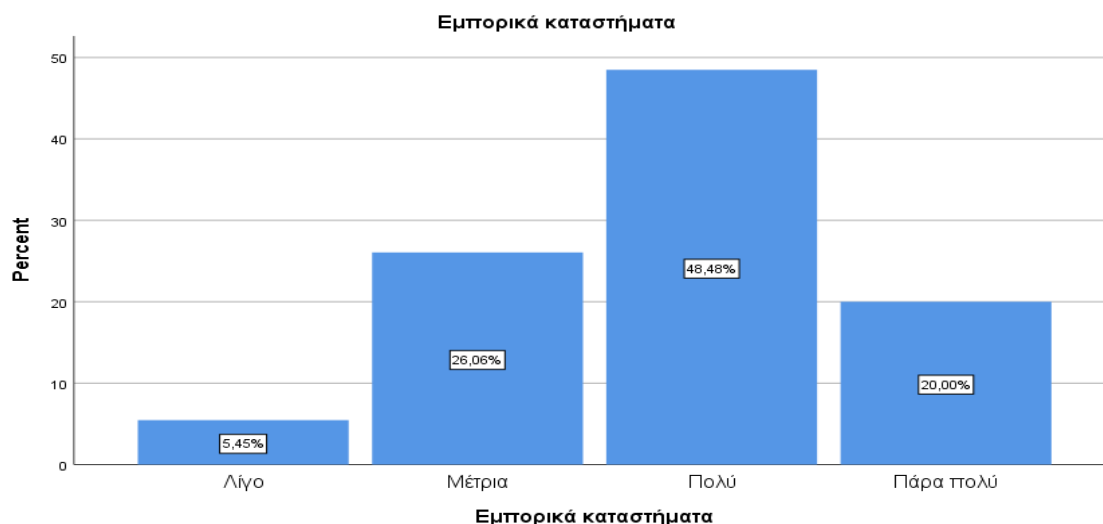
δήλωσε τους βαθμούς 3 και 4 στην κλίμακα. Μάλιστα, μόλις 1 άτομο δήλωσε τη χαμηλότερη βαθμίδα στη συγκεκριμένη κατηγορία.

Γράφημα 9. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία ποιότητα φαγητού



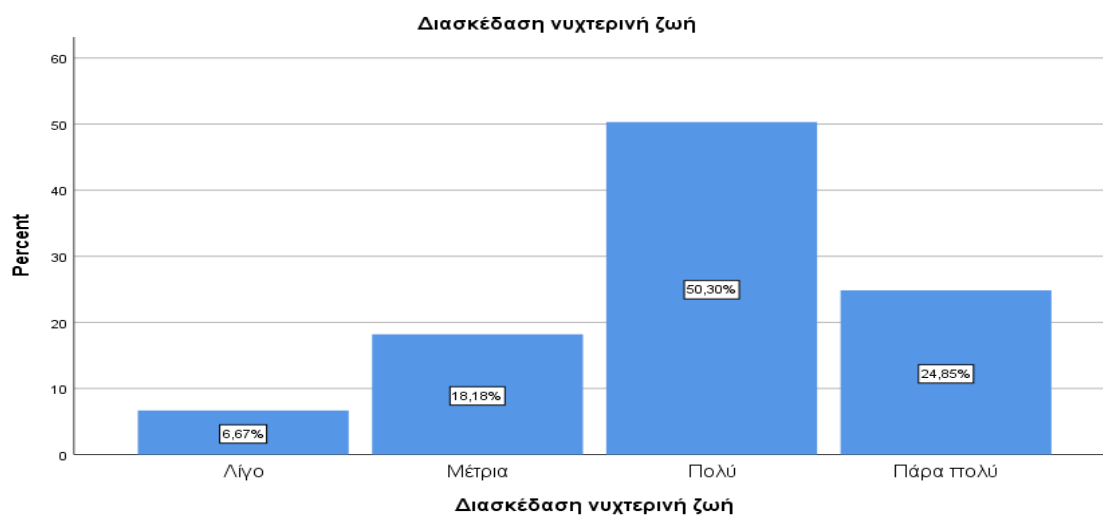
Έπειτα, οι επισκέπτες κλήθηκαν να δηλώσουν αν λαμβάνουν υπόψη τους τα εμπορικά καταστήματα. Οι απαντήσεις που λήφθηκαν δείχνουν ότι παίζουν ρόλο στην επιλογή τους αλλά όχι τόσο καταλυτικό όσο στις δύο προηγούμενες κατηγορίες. Αυτό το καταλαβαίνουμε, διότι ένα ποσοστό της τάξης του 26,1% δήλωσε τη δεύτερη βαθμίδα, δηλαδή «Μέτρια».

Γράφημα 10. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία εμπορικά καταστήματα



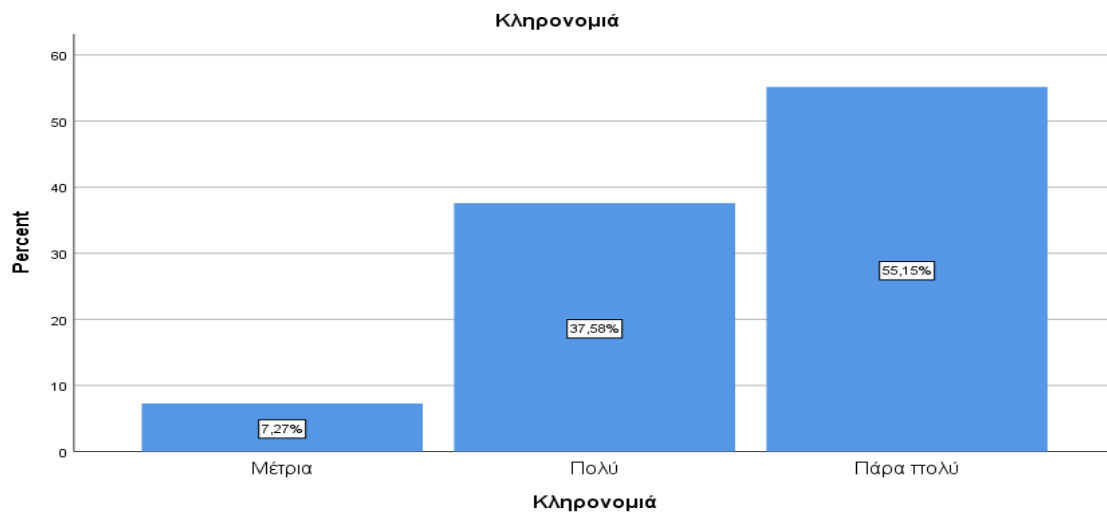
Στην κατηγορία «Διασκέδαση ή νυχτερινή ζωή» οι απόψεις είναι πιο ομοιόμορφα κατανομημένες, δείχνοντας ότι οι περισσότεροι λαμβάνουν υπόψη τους τη διασκέδαση, όμως υπάρχει κι ένα σεβαστό ποσοστό αυτών που δεν αποτελεί προτεραιότητα.

Γράφημα 11. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία διασκέδαση και νυχτερινή ζωή



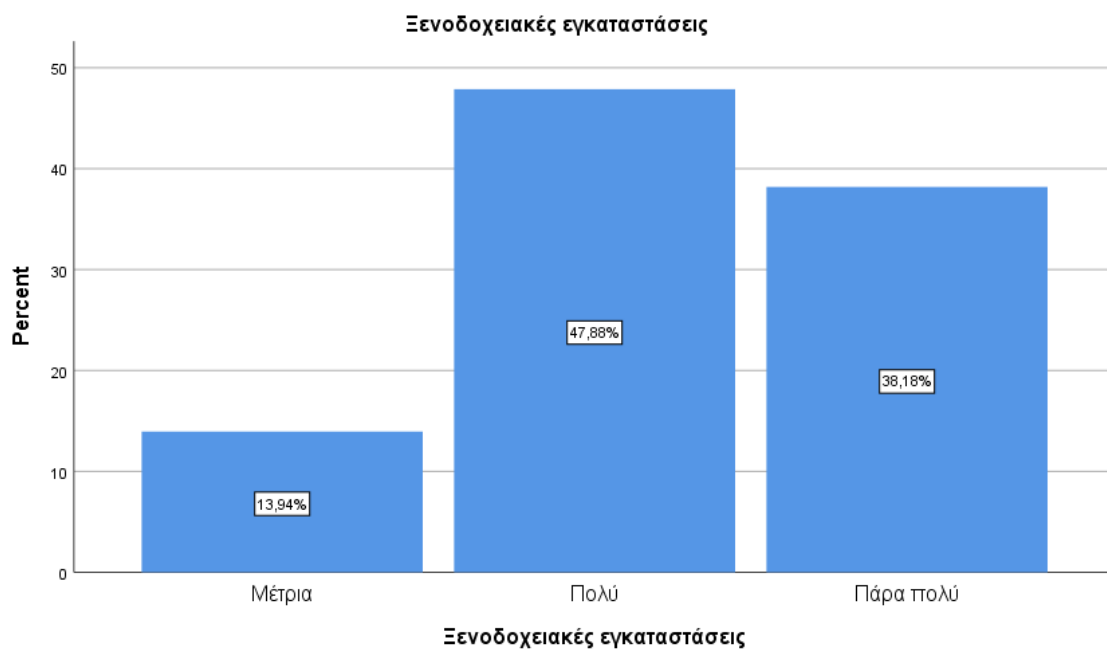
Μια πολύ σημαντική κατηγορία, όπως φαίνεται κι από τα αποτελέσματα, είναι η πολιτισμική κληρονομιά ενός τόπου. Ο συγκεκριμένος τομέας φαίνεται να παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στους ταξιδιώτες για την επιλογή του προορισμού τους, αφού το 55,2%, περισσότεροι από τους μισούς του δείγματος, δήλωσαν τη βαθμίδα 4 «Πάρα πολύ», ενώ κανείς δεν επέλεξε τη βαθμίδα 1 «Λίγο».

Γράφημα 12. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία πολιτιστική κληρονομιά



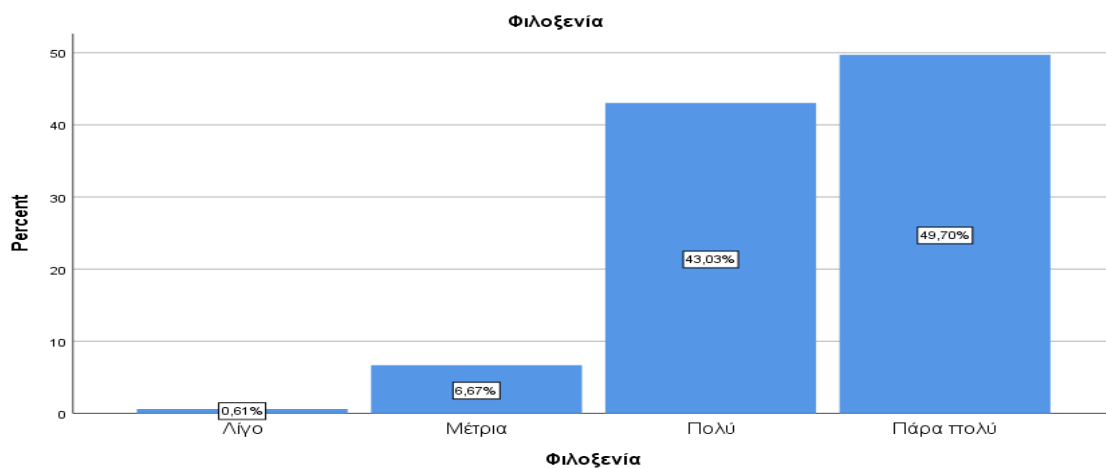
Παρόμοια αποτελέσματα προκύπτουν και στην κατηγορία «Ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις», μιας και ο συγκεκριμένος τομέας είναι καταλυτικός στην προτίμηση ενός τόπου προς επίσκεψη. Επίσης, στη συγκεκριμένη κατηγορία κανείς από τους ερωτηθέντες δεν δήλωσε τη βαθμίδα 1 «Λίγο».

Γράφημα 13. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις



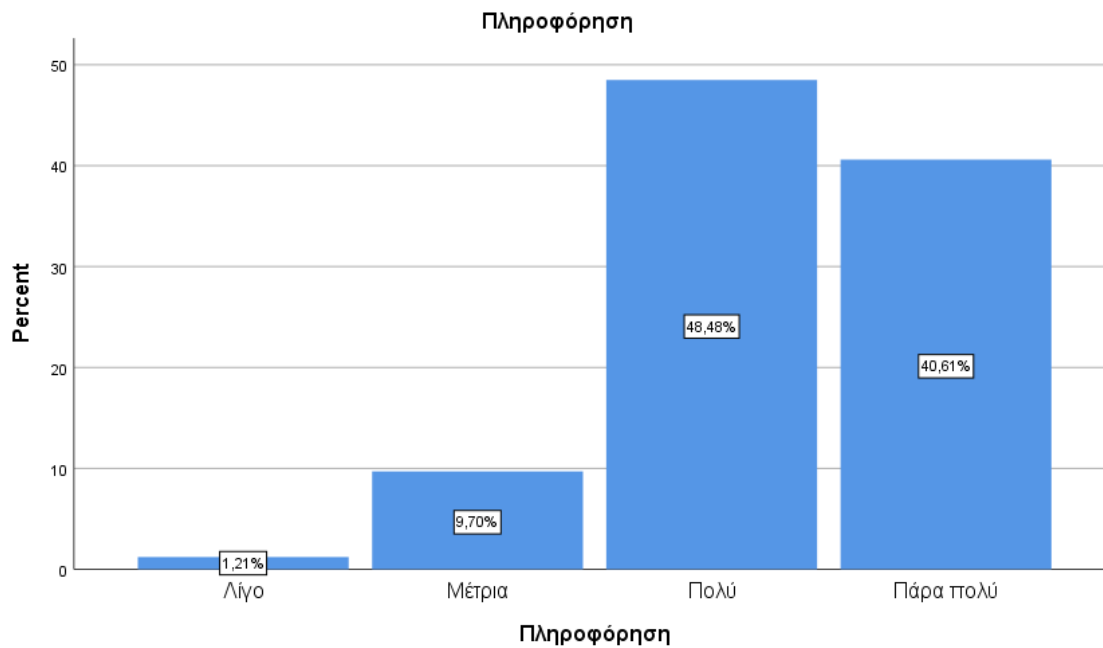
Ένας ακόμη σημαντικός τομέας είναι αυτός της φιλοξενίας, ο οποίος παίζει πολύ μεγάλο ρόλο για τους επισκέπτες. Και σε αυτή την κατηγορία, μόλις 1 άτομο δήλωσε την επιλογή «Λίγο», ενώ αθροιστικά, ένα ποσοστό της τάξης του 92,7% δήλωσαν είτε «Πολύ» είτε «Πάρα πολύ». Αυτό σημαίνει ότι, 153 από τους 165 ερωτηθέντες λαμβάνουν υπόψη τους τη φιλοξενία σε μεγάλο βαθμό.

Γράφημα 14. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία φιλοξενία



Τελευταίος τομέας, για τον οποία ερωτήθηκαν οι επισκέπτες, ήταν αυτός της πληροφόρησης. Και σε αυτή την κατηγορία, τα αποτελέσματα είναι παρόμοια, καθώς ένα μεγάλο ποσοστό της τάξης του 89,1% δήλωσε τις επιλογές 3 και 4 στην κλίμακα.

Γράφημα 15. Ραβδόγραμμα για την κατηγορία πληροφόρηση



Ένα γενικό συμπέρασμα, για την ικανοποίηση των επισκεπτών σε κάθε τομέα, εξάγεται κι από τον παρακάτω πίνακα, ο οποίος μας δίνει τους μέσους όρους στην κλίμακα Likert:

### Μέσοι όροι στην κλίμακα Likert

Πίνακας 18

	Μέσος όρος	Τυπική απόκλιση
Μεταφορικό δίκτυο	3,22	,805
Ποιότητα φαγητού	3,28	,679
Εμπορικά καταστήματα	2,83	,809
Διασκέδαση νυχτερινή ζωή	2,93	,835

Κληρονομιά	3,48	,630
Ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις	3,24	,682
Φιλοξενία	3,42	,645
Πληροφόρηση	3,28	,688

Όπως φαίνεται, οι επισκέπτες μένουν σχεδόν απόλυτα ικανοποιημένοι στις περισσότερες κατηγορίες, αφού οι μέσοι όροι κυμαίνονται κοντά στο 3,5 με τη μέγιστη τιμή στην κλίμακα Likert να είναι 4. Οι δύο κατηγορίες, οι οποίες υστερούν, μιας και οι μέσοι όροι είναι κάτω από το 3, είναι τα εμπορικά καταστήματα και η διασκέδαση (νυχτερινή ζωή), χωρίς όμως να απέχουν πολύ από το 3.

Επομένως, θα μπορούσε να διατυπωθεί ότι υπάρχει μια γενικότερη ικανοποίηση σε όλους τους τομείς από τους επισκέπτες της πόλης των Τρικάλων.

Στη συνέχεια, θα παρουσιαστούν οι δραστηριότητες που προσφέρονται στο θεματικό πάρκο «Ο Μύλος των Ξωτικών» και προτιμούνται περισσότερο από τους επισκέπτες. Τα αποτελέσματα φαίνονται, αναλυτικά, στους παρακάτω πίνακες:

### Διαδραστικά παιχνίδια

Πίνακας 19

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	75	45,5
Ναι	90	54,5



Σύνολο	165	100,0
--------	-----	-------

### Ξεμάγηση στο χώρο

Πίνακας 20

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	76	46,1
Ναι	89	53,9
Σύνολο	165	100,0

### Ξεμάγηση στο μουσείο

Πίνακας 21

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	125	75,8
Ναι	40	24,2
Σύνολο	165	100,0

### Συναυλίες

Πίνακας 22

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	61	37,0
Ναι	104	63,0
Σύνολο	165	100,0

### Λούνα παρκ

Πίνακας 23

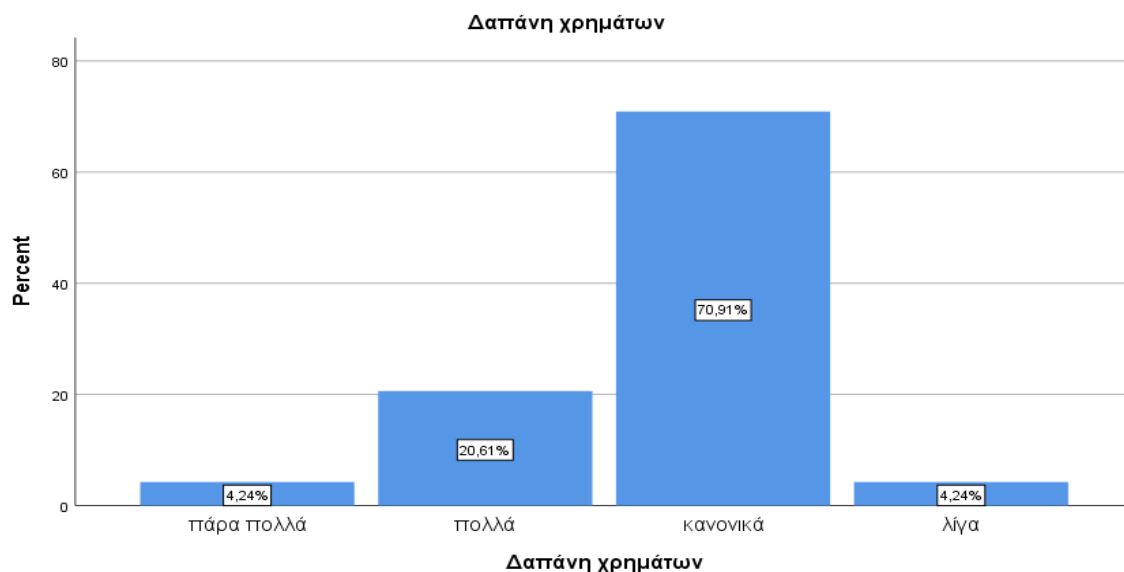
	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	97	58,8
Ναι	68	41,2
Σύνολο	165	100,0

Οι επιλογές των επισκεπτών ήταν μέχρι τρεις και αυτό που προέκυψε είναι ότι οι τρεις κορυφαίες δραστηριότητες είναι οι συναυλίες με ποσοστό 63%, τα διαδραστικά παιχνίδια

με 54,5% και η ξενάγηση στο χώρο με ποσοστό 53,9%. Σε αντίθεση, η λιγότερο δημοφιλής δραστηριότητα είναι η ξενάγηση στο μουσείο με ποσοστό 24,2%.

Τέλος, σε αυτή την 4<sup>η</sup> ενότητα οι επισκέπτες ρωτήθηκαν σχετικά με τα χρήματα που δαπάνησαν σε σχέση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Οι απαντήσεις φαίνονται στο παρακάτω γράφημα.

Γράφημα 16: Ραβδόγραμμα για την κατηγορία δαπάνη χρημάτων



Παρατηρούμε, ότι ένα συντριπτικό ποσοστό της τάξης του 70,9% συμφωνεί ότι τα χρήματα που δαπανήθηκαν ήταν κανονικά, δηλαδή ούτε λίγα ούτε πολλά. Επίσης, υπάρχει κι ένα ποσοστό 20,6% που θεωρεί ότι ήταν πολλά τα χρήματα σε σχέση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Στο 4,2% βρίσκονται οι απαντήσεις «πάρα πολλά» και «λίγα».

## Ενότητα 5

Στην 5<sup>η</sup> ενότητα, θα δούμε κάποια στατιστικά σχετικά με τον αριθμό των επισκέψεων στο νομό Τρικάλων τα τελευταία χρόνια, αλλά και στο «Μύλο των Ξωτικών» τα τελευταία 5 έτη λειτουργίας του.

Τα αποτελέσματα είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά, καθώς προκύπτει ότι, κατά μέσο όρο, οι ερωτηθέντες επισκέφθηκαν το νομό Τρικάλων 7 φορές τα τελευταία 10 χρόνια, και 3,5 φορές το θεματικό πάρκο τα τελευταία 5 χρόνια.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα δεδομένα στον πίνακα:

## Στατιστικά

Πίνακας 24

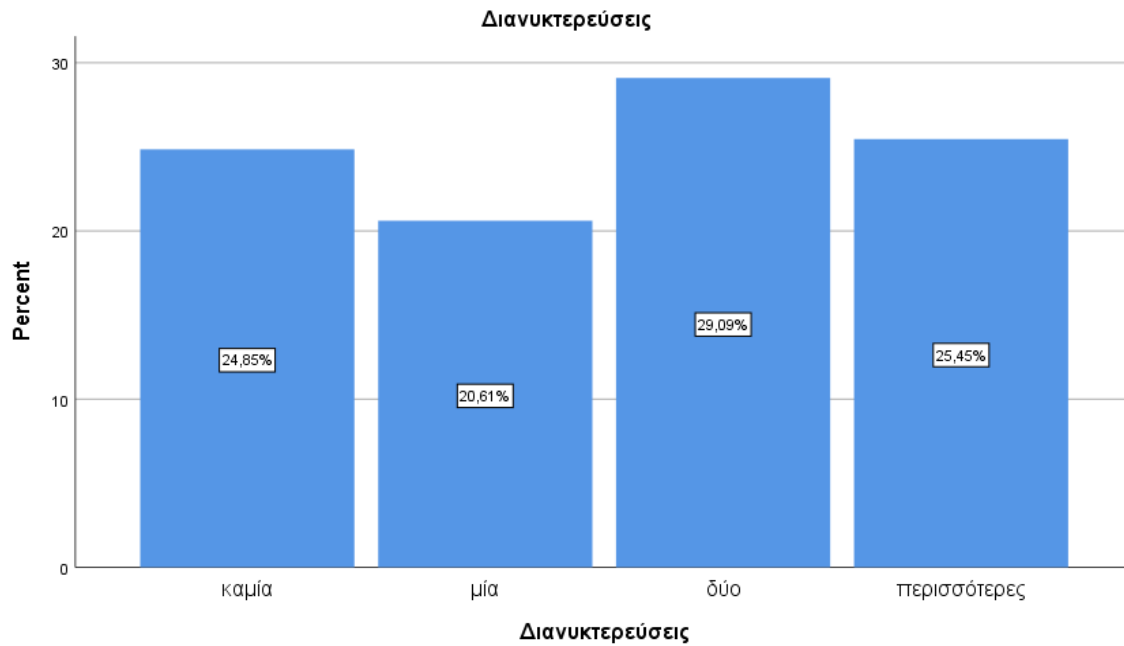
	Μέσος όρος	Τυπική απόκλιση
Φορές επίσκεψης στα Τρίκαλα	7,00	14,197
Φορές επίσκεψης στο Μύλο	3,50	6,521

### Ενότητα 6

Στη συγκεκριμένη ενότητα, θα γίνει αναφορά στις διανυκτερεύσεις, τον τόπο και το κατάλυμα της διαμονής των επισκεπτών, καθώς και τις δραστηριότητες που έκαναν στο νομό Τρικάλων.

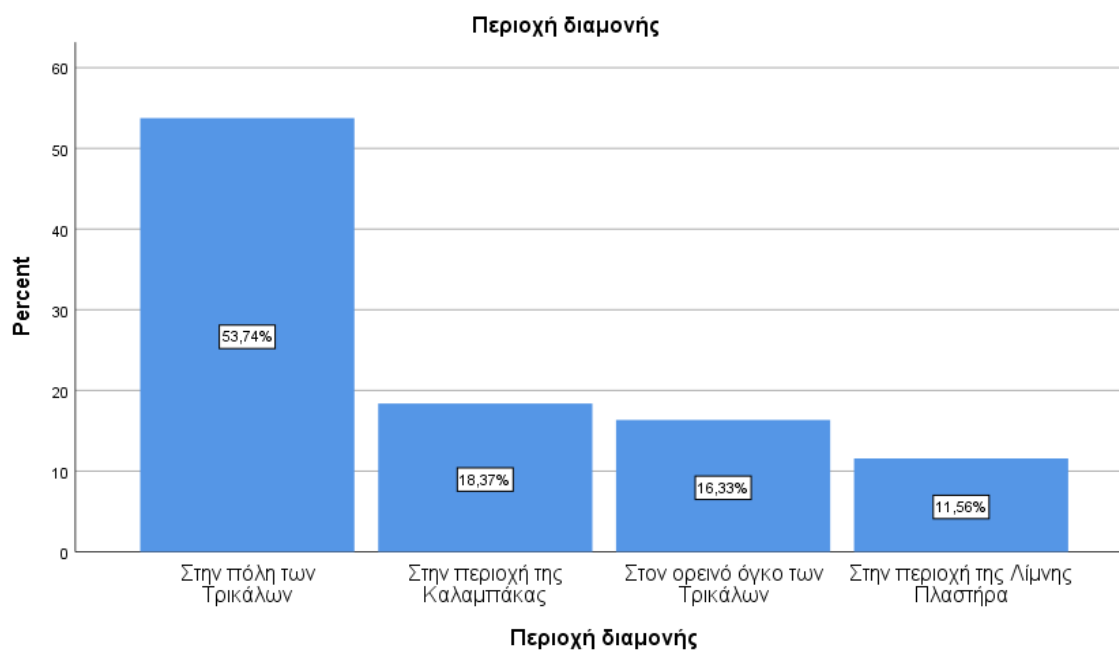
Αρχικά, θα παρουσιαστούν τα δεδομένα σχετικά με τον αριθμό των διανυκτερεύσεων που πραγματοποίησαν οι ερωτηθέντες στην τελευταία τους επίσκεψη στο «Μύλο των Ξωτικών». Όπως φαίνεται, οι απαντήσεις είναι αρκετά μοιρασμένες, καθώς το 29,1% έμεινε για δύο βράδια, το 25,5% για περισσότερα από δύο βράδια, το 24,8% για καμία νύχτα και τέλος το 20,6% για ένα βράδυ. Αυτή η ομοιομορφία φαίνεται κι από τα γραφήματα που παρουσιάζονται παρακάτω.

Γράφημα 17: Ραβδόγραμμα για την κατηγορία διανυκτερεύσεις



Έπειτα, παρουσιάζονται τα δεδομένα σχετικά με την περιοχή διαμονής των επισκεπτών. Το 47,9% δήλωσε ότι διέμενε στην πόλη των Τρικάλων, το 16,4% στην περιοχή της Καλαμπάκας, το 14,5% στον ορεινό όγκο των Τρικάλων και το 10,3% την περιοχή της λίμνης Πλαστήρα. Επίσης, παρατηρήθηκε ότι υπάρχει κι ένα ποσοστό της τάξης του 10,9%, που δήλωσαν μόνιμοι κάτοικοι του νομού.

Γράφημα 18: Ραβδόγραμμα για την κατηγορία περιοχή διαμονής



Παρατηρήθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων προτιμά τους περιπάτους στα Τρίκαλα σε ποσοστό 78,2%, ενώ η αμέσως επόμενη πιο δημοφιλής δραστηριότητα είναι αυτή των αξιοθέατων σε ποσοστό 52,7%. Σε αντίθεση, η δραστηριότητα που προτιμήθηκε λιγότεροι από τους ερωτηθέντες ήταν τα χειμερινά σπορ με μόλις 26,1% ποσοστό προτίμησης.

Τέλος, έχουμε και τα αξιοθέατα που προτίμησαν να επισκεφθούν οι ερωτηθέντες στο χρόνο της διαμονής τους. Τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

### **Μνημεία**

Πίνακας 25

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	79	47,9
Ναι	86	52,1
Σύνολο	165	100,0

## Μετέωρα

Πίνακας 26

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	40	24,2
Ναι	125	75,8
Σύνολο	165	100,0

## Ελάτη – Περτούλι – Νεραϊδοχώρι

Πίνακας 27

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	63	38,2
Ναι	102	61,8
Σύνολο	165	100,0

## Λίμνη Πλαστήρα

Πίνακας 28

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	104	63,0
Ναι	61	37,0
Σύνολο	165	100,0

### Χριστουγεννιάτικο θεματικό πάρκο δήμου Φαρκαδόνας

Πίνακας 29

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	152	92,1
Ναι	13	7,9
Σύνολο	165	100,0

### Άλλο

Πίνακας 30

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	165	100,0

Όπως παρατηρούμε, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων προτίμησε να επισκεφθεί τα Μετέωρα σε ποσοστό 75,8%, ενώ ένα εξίσου μεγάλο ποσοστό κατάφερε να επισκεφθεί και

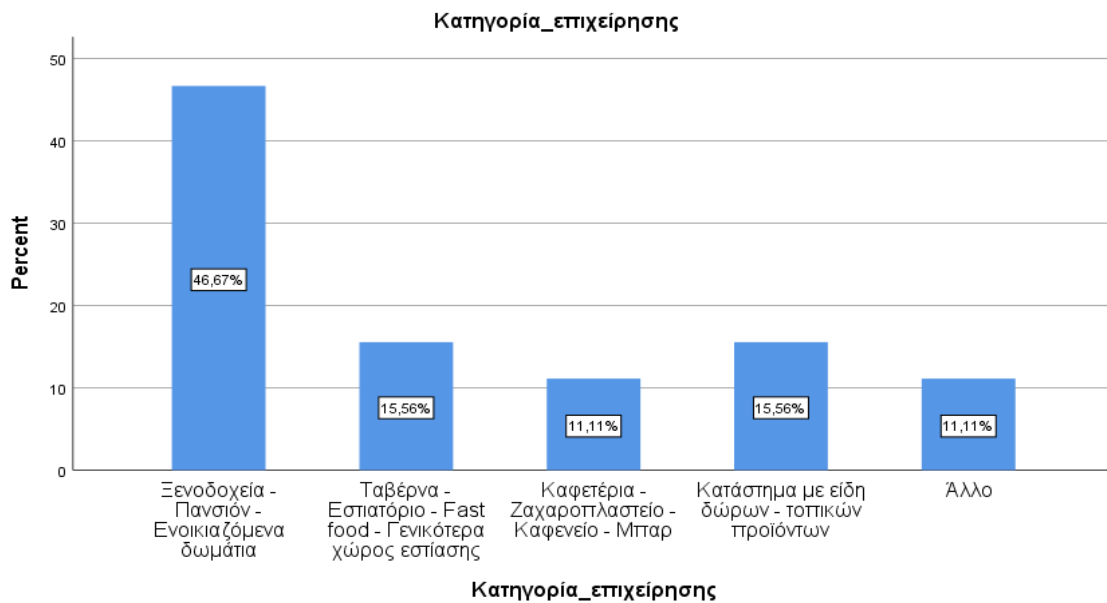


τα ορεινά χωριά του νομού, Περτούλι, Ελάτη ή Νεραϊδοχώρι. Σε αντίθεση, μόλις το 7,9% προτίμησε να επισκεφθεί το χριστουγεννιάτικο θεματικό πάρκο του δήμου Φαρκαδόνας.

#### 4.2.2. Στατιστική ανάλυση επιχειρήσεων

##### Ενότητα 1: Κατηγορία επιχείρησης

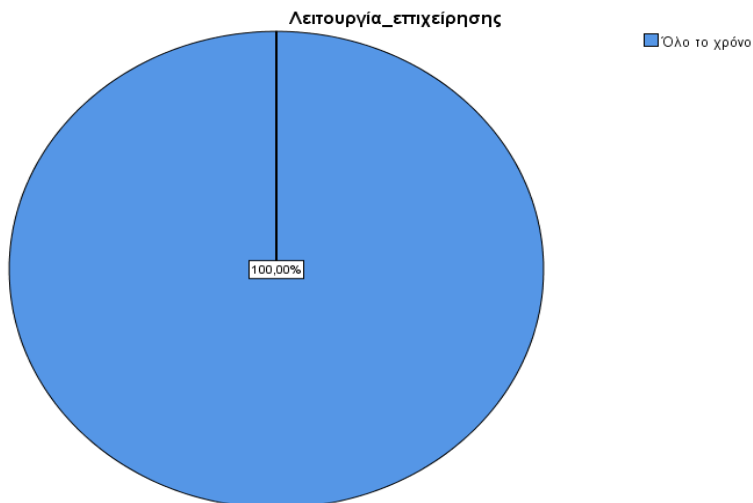
Γράφημα 19: Ραβδόγραμμα για την κατηγορία επιχείρησης



##### Λειτουργία επιχείρησης:

Το 100% των επιχειρήσεων λειτουργεί όλο τον χρόνο.

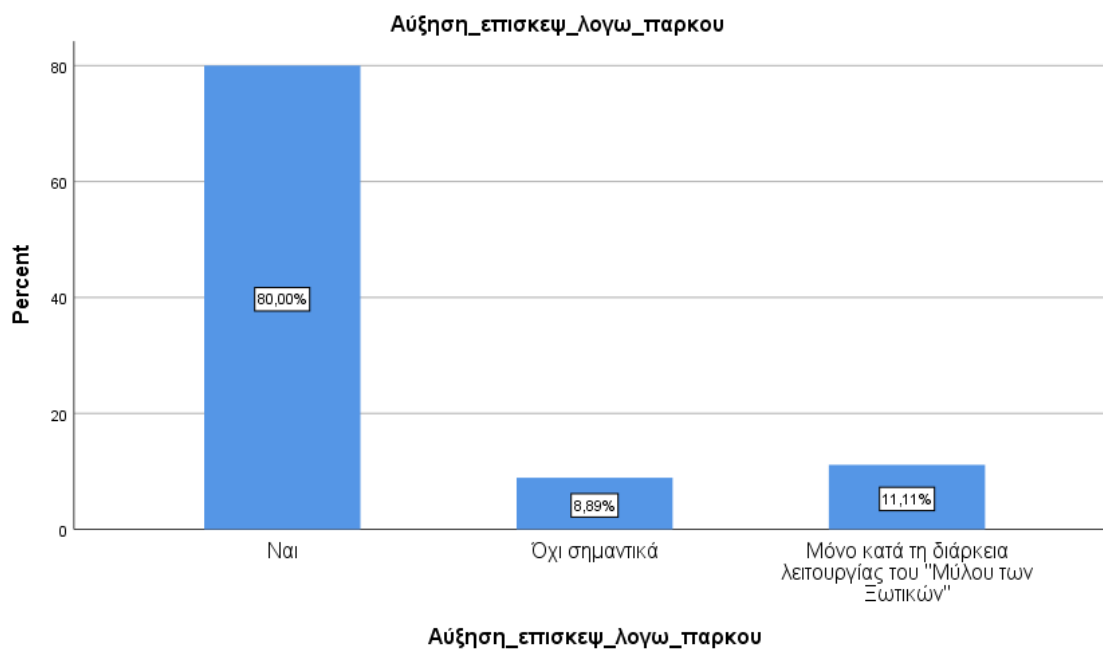
Γράφημα 20: Κυκλικό διάγραμμα για την ετήσια λειτουργία της επιχείρησης



## Ενότητα 2η

**Θεωρείτε ότι η πόλη των Τρικάλων και η ευρύτερη περιοχή των Τρικάλων, αύξησε την επισκεψιμότητα της, με τη διοργάνωση του θεματικού πάρκου «Ο Μύλος των Ξωτικών»;**

Γράφημα 21: Ραβδόγραμμα για την κατηγορία αύξηση επισκεψιμότητας λόγω του Μύλου



Μετά από 7 χρόνια λειτουργίας του, ο «Μύλος των Ξωτικών» δημιούργησε για την πόλη των Τρικάλων, μια ταυτότητα προορισμού. Αυτό οφείλεται κυρίως:

Το 2,2% δήλωσε ότι οφείλεται στο γεγονός ότι η διοργάνωση γίνεται σε ένα προσεγμένο και αξιόλογο χώρο, όπως είναι αυτός του Μύλου του Ματσόπουλου.

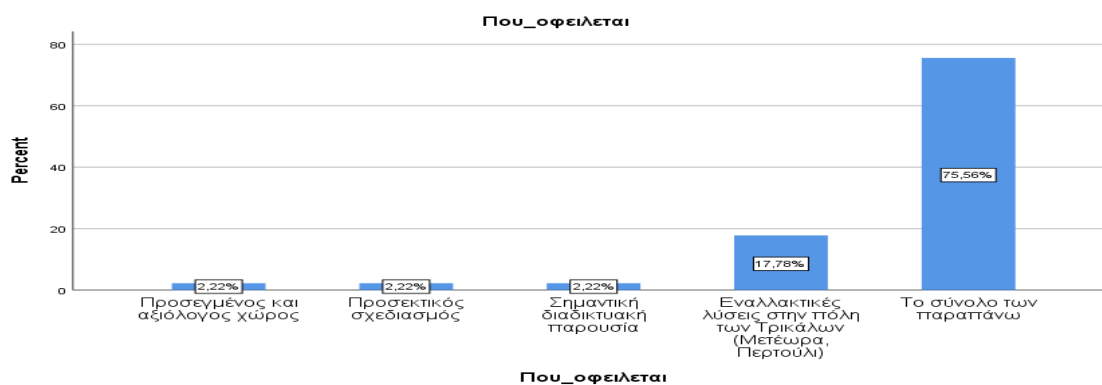
Το 2,2% δήλωσε ότι οφείλεται στον προσεκτικό σχεδιασμό της ετήσιας διοργάνωσης του θεματικού πάρκου από το Δήμο Τρικκαίων και το e – trikala

Το 2,2% δήλωσε ότι οφείλεται στη σημαντική διαδικτυακή παρουσία της πόλης ως χριστουγεννιάτικος προορισμός.

Το 17,8% δήλωσε ότι οφείλεται στο γεγονός ότι η πόλη των Τρικάλων, εκτός του «Μύλου», προσφέρει εναλλακτικές δυνατότητες ημερήσιων εκδρομών προς τα Μετέωρα, το Περούλι, τη λίμνη Πλαστήρα.

Το 75,6% δήλωσε ότι οφείλεται κυρίως σε ένα συνδυασμό όλων των παραπάνω.

Γράφημα 22: Ραβδόγραμμα για την αιτία δημιουργίας ταυτότητας προορισμού



Θεωρείτε ότι μέσα από τη λειτουργία ενός θεματικού πάρκου, όπως είναι ο «Ο Μύλος των Ξωτικών», η πόλη των Τρικάλων προσελκύει επισκέπτες και επενδυτές, αυξάνονται τα εισοδήματα ή ωφελούνται και οι γειτονικοί Δήμοι:

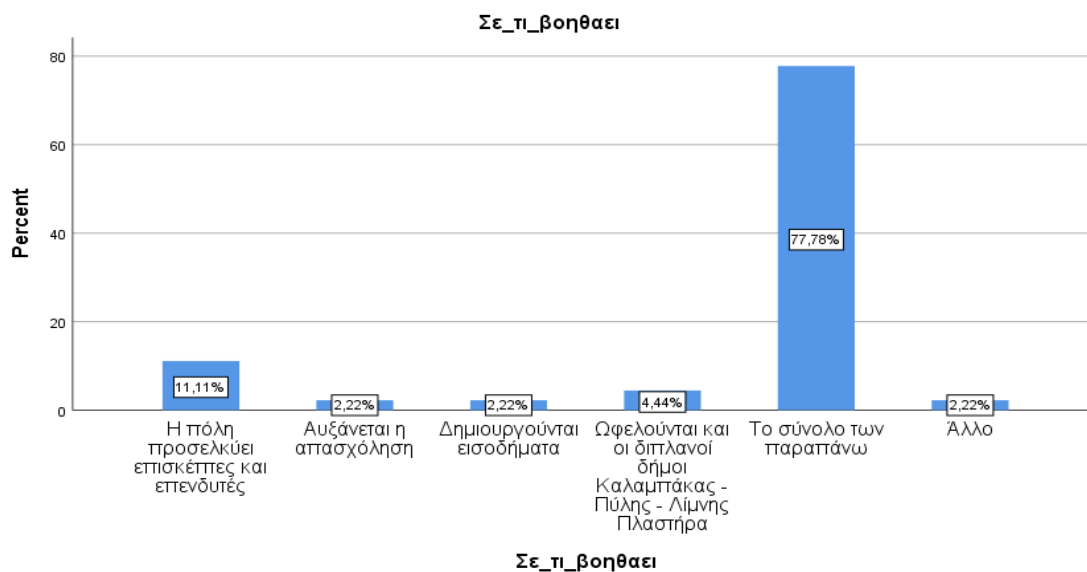
Στην έρευνα που έγινε με τα ερωτηματολόγια ανταποκρίθηκαν κυρίως ιδιοκτήτες ξενοδοχείων – πανσιόν – ενοικιαζόμενων δωματίων (46,7%) και επιχειρηματίες της εστίασης (26,7 %). Οι επιχειρήσεις τους λειτουργούν όλο το χρόνο.

Το 80% των επιχειρηματιών που συμμετείχαν στην έρευνα, πιστεύει πως ότι η πόλη των Τρικάλων και η ευρύτερη περιοχή των Τρικάλων, αύξησε την επισκεψιμότητα της με τη διοργάνωση του θεματικού πάρκου «Ο Μύλος των Ξωτικών» και αυτό οφείλεται σε ένα συνδυασμό πραγμάτων: στο γεγονός ότι η πόλη των Τρικάλων, εκτός του «Μύλου», προσφέρει εναλλακτικές δυνατότητες ημερήσιων εκδρομών προς τα Μετέωρα, το Περούλι, τη λίμνη Πλαστήρα, στον αξιόλογο χώρο που λειτουργεί το θεματικό πάρκο,

στον προσεκτικό σχεδιασμό της ετήσιας διοργάνωσης από το Δήμο Τρικκαίων και το e – trikala και στην σημαντική διαδικτυακή παρουσία της πόλης ως χριστουγεννιάτικο προορισμό.

Το 77,8% των επιχειρηματιών, πιστεύει ότι με τη διοργάνωση του θεματικού πάρκου «Ο Μύλος των Ξωτικών», η πόλη των Τρικάλων προσελκύει επισκέπτες και επενδυτές ωφελούνται και οι διπλανοί δήμοι Καλαμπάκας – Πύλης – Λίμνης Πλαστήρα αυξάνεται η απασχόληση δημιουργούνται εισοδήματα.

Γράφημα 23: Ραβδόγραμμα για το που βοηθάει το θεματικό πάρκο



### Ενότητα 3<sup>η</sup>

#### Από ποιες περιοχές προέρχονται οι επισκέπτες – πελάτες κατά την περίοδο λειτουργίας του «Μύλου των Ξωτικών»:

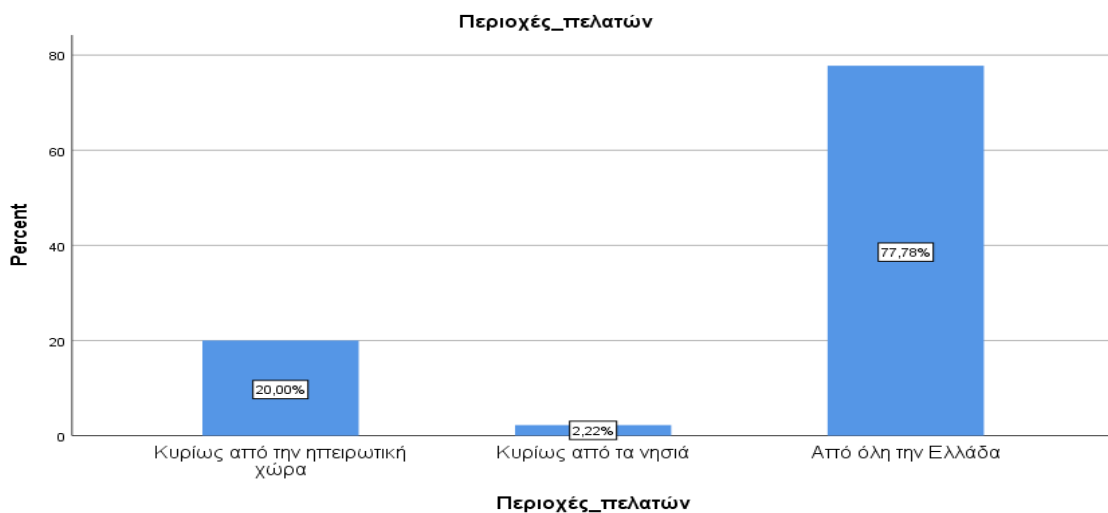
Στην έρευνα που έγινε με τα ερωτηματολόγια ανταποκρίθηκαν κυρίως ιδιοκτήτες ξενοδοχείων – πανσιόν – ενοικιαζόμενων δωματίων (46,7%) και επιχειρηματίες της εστίασης (26,7 %). Οι επιχειρήσεις τους λειτουργούν όλο το χρόνο.

Το 80% των επιχειρηματιών που συμμετείχαν στην έρευνα, πιστεύει πως ότι η πόλη των Τρικάλων και η ευρύτερη περιοχή των Τρικάλων, αύξησε την επισκεψιμότητα της με τη διοργάνωση του θεματικού πάρκου «Ο Μύλος των Ξωτικών» και αυτό οφείλεται σε ένα συνδυασμό πραγμάτων: στο γεγονός ότι η πόλη των Τρικάλων, εκτός του «Μύλου»,

προσφέρει εναλλακτικές δυνατότητες ημερήσιων εκδρομών προς τα Μετέωρα, το Περούλι, τη λίμνη Πλαστήρα, στον αξιόλογο χώρο που λειτουργεί το θεματικό πάρκο, στον προσεκτικό σχεδιασμό της ετήσιας διοργάνωσης από το Δήμο Τρικκαίων και το e – trikala και στην σημαντική διαδικτυακή παρουσία της πόλης ως χριστουγεννιάτικο προορισμό.

Το 77,8% των επιχειρηματιών, πιστεύει ότι με την διοργάνωση του θεματικού πάρκου «Ο Μύλος των Ξωτικών», η πόλη των Τρικάλων προσελκύει επισκέπτες από όλη την Ελλάδα και κυρίως από την Ηπειρωτική χώρα και αυτό οδηγεί στην αύξηση της απασχόλησης και την δημιουργία εισοδημάτων όχι μόνο για τα Τρίκαλα αλλά και για τους διπλανούς δήμους : Καλαμπάκας – Πύλης – Λίμνης Πλαστήρα.

Γράφημα 24: Ραβδόγραμμα για τις περιοχές προέλευσης των επισκεπτών



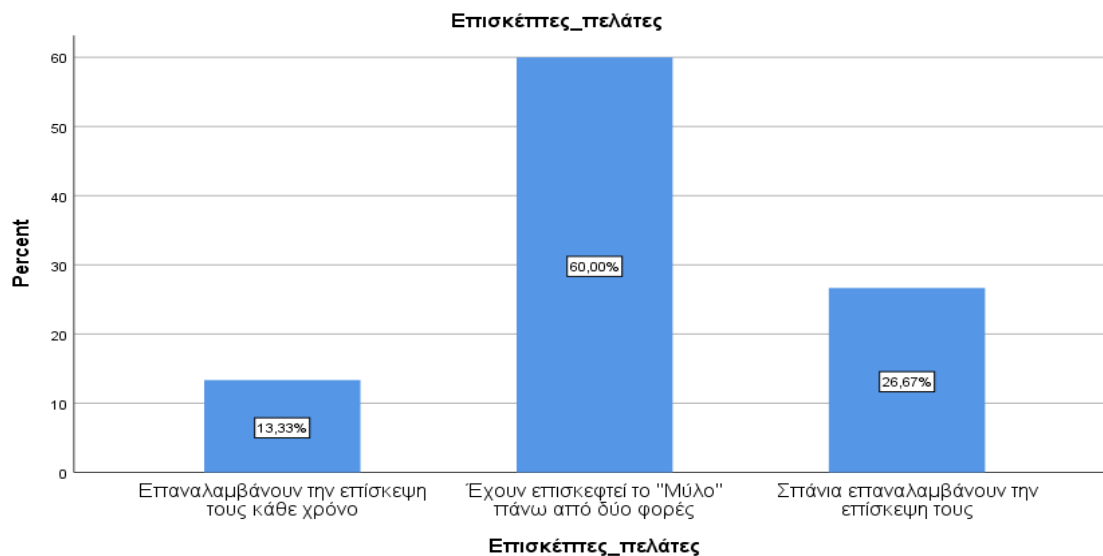
Οι επισκέπτες – πελάτες κατά την περίοδο λειτουργίας του «Μύλου» πόσες φορές έχουν επισκεφτεί την πόλη κατά την άποψη σας:

Το 60% δήλωσε ότι οι επισκέπτες έχουν επισκεφθεί το «Μύλο» πάνω από δύο φορές.

Το 26,7% δήλωσε ότι σπάνια επαναλαμβάνουν την επίσκεψη τους.

Το 13,3% δήλωσε ότι επαναλαμβάνουν την επίσκεψη τους κάθε χρόνο.

Γράφημα 25: Ραβδόγραμμα για τη συχνότητα επισκέψεων



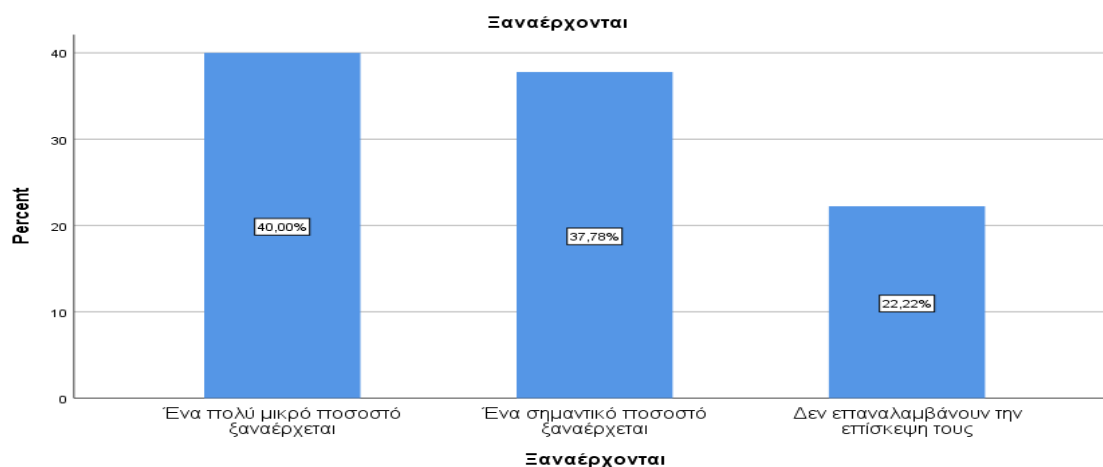
Οι επισκέπτες – πελάτες, κατά την άποψη σας, ξαναέρχονται στα Τρίκαλα, κατά τη διάρκεια του χρόνου, σε διαφορετική περίοδο από αυτή του «Μύλου των Ξωτικών»;

Το 40% δήλωσε ότι ένα πολύ μικρό ποσοστό ξαναέρχεται στα Τρίκαλα, κατά τη διάρκεια του χρόνου.

Το 47,8% δήλωσε ότι ένα σημαντικό ποσοστό ξαναέρχεται στα Τρίκαλα, κατά τη διάρκεια του χρόνου.

Το 22,2% δήλωσε ότι δεν επαναλαμβάνουν την επίσκεψη τους στα Τρίκαλα, κατά τη διάρκεια του χρόνου.

Γράφημα 26: Ραβδόγραμμα για την επισκεψιμότητα



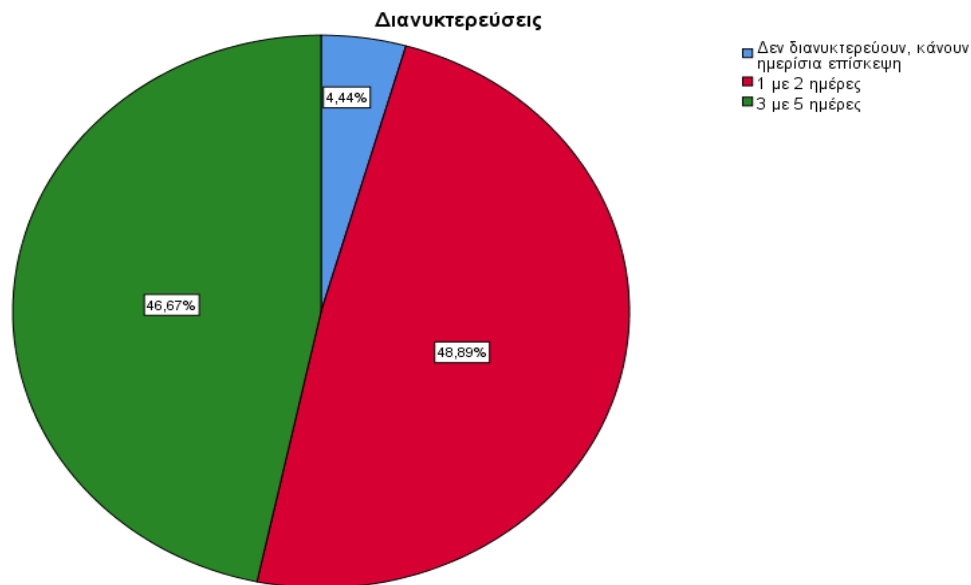
Πόσες ημέρες διανυκτερεύουν οι επισκέπτες – πελάτες, κατά την άποψη σας;

Το 48,9% δήλωσε ότι πιστεύει πως οι επισκέπτες διανυκτερεύουν 1 με 2 ημέρες.

Το 46,7% δήλωσε ότι πιστεύει πως οι επισκέπτες διανυκτερεύουν 3 με 5 ημέρες.

Το 4,4% δήλωσε ότι πιστεύει πως οι επισκέπτες δεν διανυκτερεύουν, αλλά κάνουν ημερήσια επίσκεψη.

Γράφημα 27:Κυκλικό διάγραμμα για την ποσότητα των διανυκτερεύσεων



Πού πιστεύετε ότι διαμένουν οι περισσότεροι από τους επισκέπτες – πελάτες σας;

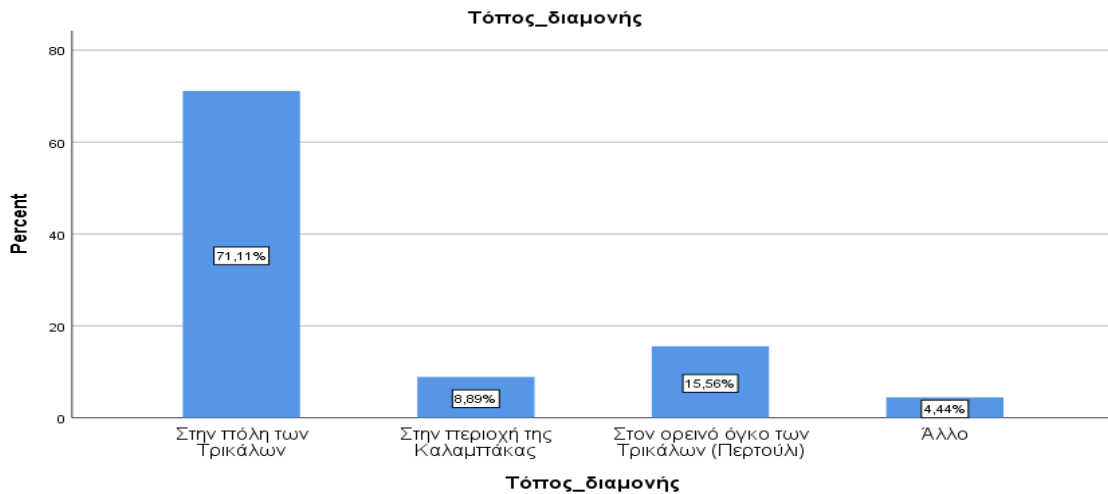
Το 71,1% πιστεύει ότι οι επισκέπτες διαμένουν στην πόλη των Τρικάλων.

Το 15,6% πιστεύει ότι οι επισκέπτες διαμένουν στον ορεινό όγκο των Τρικάλων (Περτούλι κτλ.).

Το 8,9% πιστεύει ότι οι επισκέπτες διαμένουν στην περιοχή της Καλαμπάκας.

Το 4,4% πιστεύει ότι οι επισκέπτες διαμένουν σε κάποια άλλη περιοχή.

Γράφημα 28: Ραβδόγραμμα για το μέρος διαμονής των επισκεπτών



Σημειώστε τους 3 σημαντικότερους λόγους που κατά τη γνώμη σας επηρεάζουν την επίσκεψη της πλειοψηφίας των επισκεπτών του «Μύλου των Ξωτικών»:

Το 86,7% του δείγματος είχε στις επιλογές του, τις διαφημίσεις σε τηλεοπτικούς – ραδιοφωνικούς σταθμούς, εφημερίδες, περιοδικά κτλ.

Το 77,8% του δείγματος είχε στις επιλογές του, τα άρθρα σε εφημερίδες, περιοδικά, ηλεκτρονικά Μ. Μ. Ε. – sites.

Το 73,3% του δείγματος είχε στις επιλογές του, την επίσημη ιστοσελίδα της διοργάνωσης.

Το 46,7% του δείγματος είχε στις επιλογές του, τους συγγενείς – φίλους.

Το 13,3% του δείγματος είχε στις επιλογές του, τα φυλλάδια ταξιδιωτικών γραφείων.

Το 2,2% του δείγματος είχε στις επιλογές του, την επιλογή Άλλο.

**Φυλλάδια ταξιδιωτικών γραφείων**



Πίνακας 31

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	39	86,7
Ναι	6	13,3
Σύνολο	45	100,0

**Διαφημίσεις σε τηλεοπτικούς – ραδιοφωνικούς σταθμούς**

Πίνακας 32

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	6	13,3
Ναι	39	86,7
Σύνολο	45	100,0

**Άρθρα σε εφημερίδες ή περιοδικά**

Πίνακας 33

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	10	22,2
Ναι	35	77,8
Σύνολο	45	100,0

**Επίσημη ιστοσελίδα**

Πίνακας 34

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	12	26,7
Ναι	33	73,3
Σύνολο	45	100,0

**Συγγενείς – φίλοι**

Πίνακας 35

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	24	53,3
Ναι	21	46,7
Σύνολο	45	100,0

**Άλλο**

Πίνακας 36

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	44	97,8
Ναι	1	2,2
Σύνολο	45	100,0

Σημειώστε τις 3 κύριες δραστηριότητες που κατά τη γνώμη σας ενδιαφέρουν τους επισκέπτες, όταν επισκέπτονται τον «Μύλο των Ξωτικών»:

Το 97,8% του δείγματος είχε στις επιλογές του, την περιήγηση στα Τρίκαλα, την επίσκεψη στα αξιοθέατα και στα μουσεία της πόλης.

Το 93,3% του δείγματος είχε στις επιλογές του, την επίσκεψη στα Μετέωρα.

Το 73,3% του δείγματος είχε στις επιλογές του, τα χειμερινά σπορ στο Πετρούλι.

Το 33,3% του δείγματος είχε στις επιλογές του, την ημερήσια εκδρομή στη λίμνη Πλαστήρα.

Το 2,2% του δείγματος είχε στις επιλογές του, την επιλογή Άλλο.

### **Περιήγηση στα Τρίκαλα**

Πίνακας 37

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	1	2,2
Ναι	44	97,8
Σύνολο	45	100,0

### **Επίσκεψη στα Μετέωρα**

Πίνακας 38

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	3	6,7
Ναι	42	93,3
Σύνολο	45	100,0

## Ημερήσια εκδρομή στη λίμνη Πλαστήρα

Πίνακας 39

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	30	66,7
Ναι	15	33,3
Σύνολο	45	100,0

## Χειμερινά σπορ στο Περούλι

Πίνακας 40

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	12	26,7
Ναι	33	73,3
Σύνολο	45	100,0

## Άλλο

Πίνακας 41

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	44	97,8
Ναι	1	2,2
Σύνολο	45	100,0

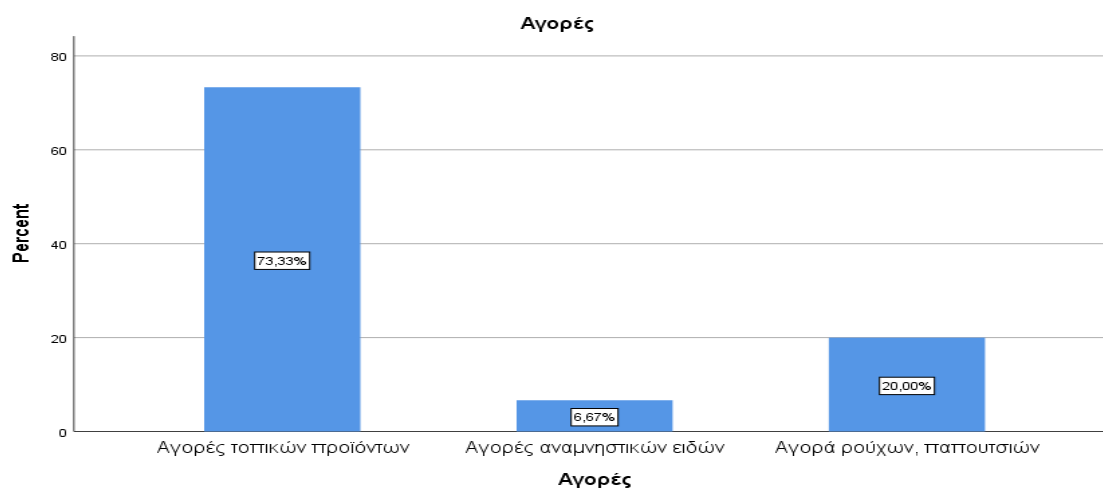
Παρακαλώ, σημειώστε τις αγορές, κατά τη γνώμη σας, που κάνει η πλειοψηφία των επισκεπτών κατά την παραμονή τους στο νομό:

Το 73,3% δήλωσε ότι πιστεύει πως οι επισκέπτες προτιμούν τις αγορές τοπικών προϊόντων (τυρί, τσίπουρο, λουκάνικα, κρασί κτλ.)

Το 20% δήλωσε ότι πιστεύει πως οι επισκέπτες προτιμούν τις αγορές ρούχων και παπουτσιών.

Το 6,7% δήλωσε ότι πιστεύει πως οι επισκέπτες προτιμούν τις αγορές αναμνηστικών ειδών (καρτ – ποστάλ, souvenirs κτλ.).

Γράφημα 29: Ραβδόγραμμα για τις αγορές των επισκεπτών



Οι επισκέπτες του «Μύλου των Ξωτικών» συνήθως αγοράζουν από:

Το 40% θεωρεί ότι οι επισκέπτες συνήθως κάνουν αγορές κυρίως από τοπικά καταστήματα των Τρικάλων.

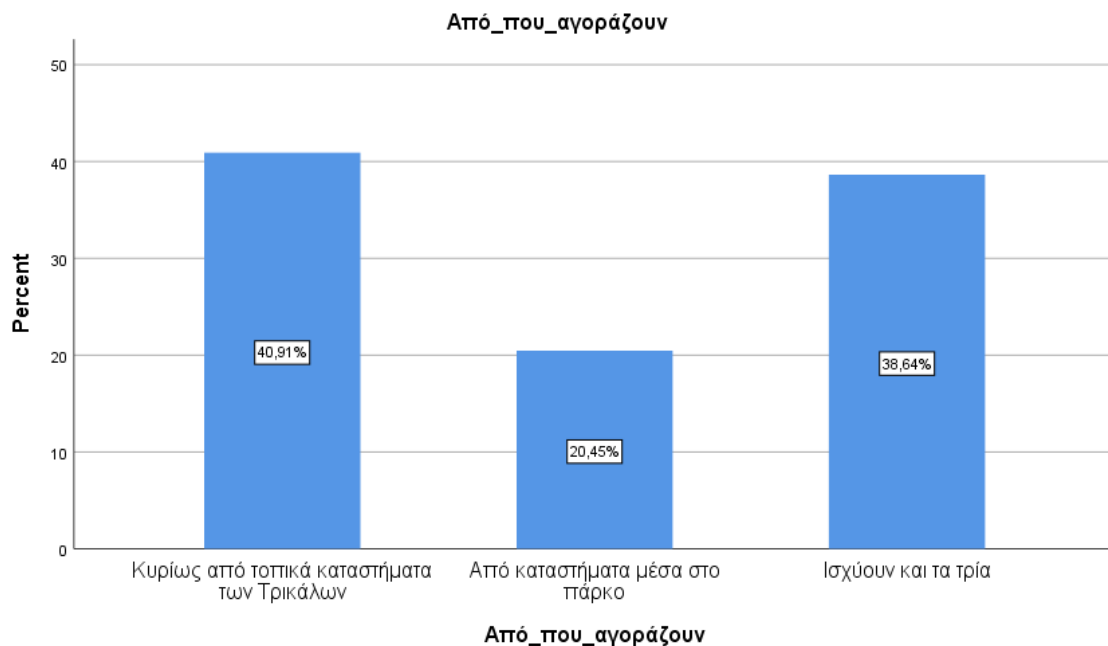
Το 20% θεωρεί ότι οι επισκέπτες συνήθως κάνουν αγορές από καταστήματα μέσα στο πάρκο.

Κανείς από το δείγμα δεν θεωρεί ότι προτιμούν τις πολυεθνικές εταιρείες, αφού δεν έχει ληφθεί καμία τέτοια απάντηση.

Το 37,8% θεωρεί ότι ισχύουν και τα τρία παραπάνω εξίσου.

Υπάρχει κι ένα άτομο (2,2%) που απέφυγε να απαντήσει στην ερώτηση.

Γράφημα 30: Ραβδόγραμμα για το μέρος των καταστημάτων αγορών



#### Ενότητα 4<sup>η</sup>

Ως μέλη επαγγελματικών σωματείων της πόλης, συμμετέχετε στη λήψη αποφάσεων που αφορούν την ετήσια διοργάνωση του θεσμού:

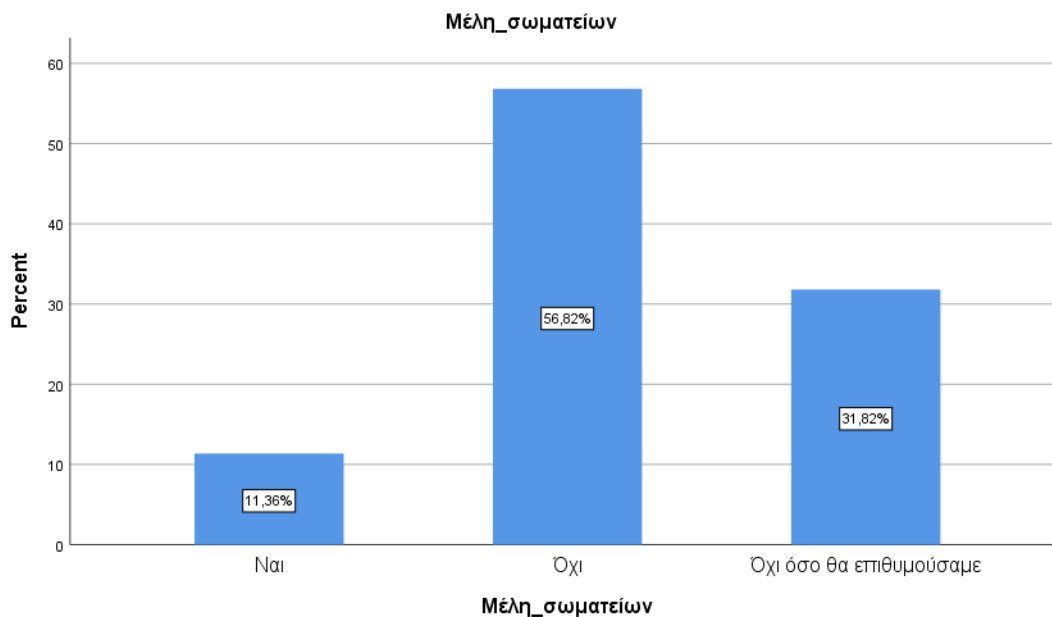
Το 55,6% δήλωσε όχι, δηλαδή δεν συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων που αφορούν την ετήσια διοργάνωση του θεσμού.

Το 31,1% δήλωσε όχι, όσο θα επιθυμούσανε.

Το 11,1% δήλωσε ναι, δηλαδή ότι συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων σχετικά με το «Μύλο των Ξωτικών».

Υπάρχει μια επιχείρηση (2,2%), που απέφυγε να απαντήσει στην ερώτηση.

Γράφημα 31: Ραβδόγραμμα για τη συμμετοχή των επαγγελματιών



Οι επαγγελματίες του τουρισμού έχουν ορισμένο όφελος από τη διοργάνωση. Θεωρείτε ότι θα έπρεπε να έχουν κάποια οικονομική συμμετοχή στη διοργάνωση του θεσμού;

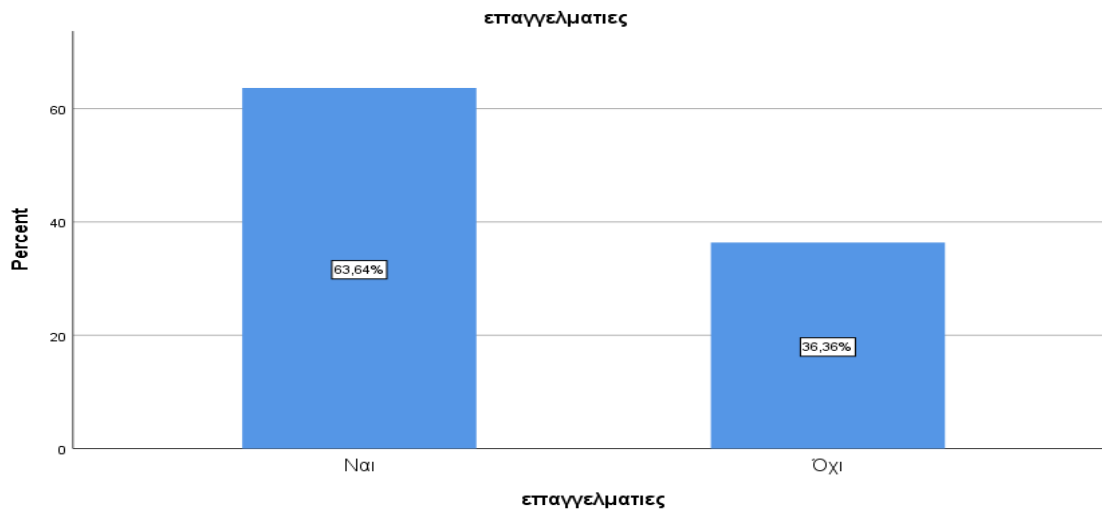
Το 62,2% θεωρεί πως ναι, οι επαγγελματίες θα έπρεπε να έχουν κάποια οικονομική συμμετοχή στη διοργάνωση του θεσμού.

Το 35,6% θεωρεί πως όχι, δηλαδή δεν θα έπρεπε να υπάρχει οικονομική συμμετοχή των επιχειρήσεων.

Υπάρχει ένας φορέας (2,2%), που απέφυγε να απαντήσει στη συγκεκριμένη ερώτηση.



Γράφημα 32: Ραβδόγραμμα για το εάν πρέπει να συμμετέχουν οικονομικά οι επαγγελματίες του Νομού στη διοργάνωση του Μύλου



#### 4.2.3. Ημιδομημένες Συνεντεύξεις με τους φορείς της πόλης

Στο τελευταίο κομμάτι της έρευνας, πραγματοποιήθηκε συνέντευξη με τους φορείς της πόλης των Τρικάλων σχετικά με την ανάδειξη της εξωστρεφούς ταυτότητας της πόλης. Οι φορείς ρωτήθηκαν στις εξής 10 ερωτήσεις:

1. Αρχικά, ρωτήθηκαν, αν η πόλη των Τρικάλων και η ευρύτερη περιοχή των Τρικάλων, αύξησε την ελαστικότητά της και κατ' επέκταση την ανταγωνιστικότητά της με την διοργάνωση του θεματικού πάρκου «Μύλος των Ξωτικών».

Οι φορείς συμφωνούν πως όντως η διοργάνωση του «Μύλου των Ξωτικών» βοήθησε στην αύξηση της ελαστικότητας και της ανταγωνιστικότητας του νομού των Τρικάλων, δημιουργώντας τον ως έναν από τους πιο όμορφους Χριστουγεννιάτικους προορισμούς. Η πόλη έγινε πιο ελκυστική και δημιουργήθηκαν πολλαπλά οφέλη, ακόμη και για την ευρύτερη περιοχή.

2. Η δεύτερη ερώτηση είχε να κάνει με το αν η δημιουργία του θεματικού πάρκου βοήθησε στη δημιουργία μιας νέας θελκτικής εικόνας για την πόλη των Τρικάλων και στην επιτυχή μετάδοση αυτής, πέρα από τα όρια του νομού.

Η καθολική απάντηση των φορέων είναι πως αυτό έχει συμβεί αναμφισβήτητα, μιας και ο τουρισμός στην περιοχή των Τρικάλων ολοένα και αυξάνεται χρόνο με το χρόνο.

3. Η τρίτη ερώτηση αφορά στο όνομα του «Μύλου των Ξωτικών», κι αν θεωρείται ότι συλλαμβάνει και μεταδίδει το πνεύμα της, σε κατοίκους και επισκέπτες, κι αν μεταδίδει ένα σαφές μήνυμα, σε επενδυτές, επιχειρήσεις, τουρίστες και εκδηλώσεις, τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο.

Η επικρατέστερη απάντηση είναι πως ναι, θεωρείται εμπνευσμένος ο τίτλος του θεματικού πάρκου, κάτι που φαίνεται και από το επιτυχημένο αποτέλεσμα. Κάποιοι θεωρούν ότι είναι ένας τίτλος, ο οποίος περνάει μηνύματα σε φανταστικό αλλά και πραγματικό επίπεδο, ενώ μια μικρή μερίδα θεωρεί ότι ο συγκεκριμένος τίτλος δεν είναι τόσο εμπνευσμένος όσο θα έπρεπε.

4. Η τέταρτη ερώτηση έχει να κάνει με το που οφείλεται κυρίως η ταυτότητα προορισμού που έχει δημιουργήσει στην πόλη των Τρικάλων ο «Μύλος των Ξωτικών»

Οι περισσότεροι από τους φορείς θεωρούν ότι αυτό οφείλεται σε ένα συνδυασμό πραγμάτων, κι όχι μόνο σε έναν παράγοντα. Κατά κύριο λόγο, θεωρούν ότι αυτό οφείλεται στο ότι τα Τρίκαλα προσφέρουν τη δυνατότητα για ημερήσιες εκδρομές σε κοντινές περιοχές, όπως τα Μετέωρα ή το Περτούλι. Όμως, υπάρχουν κι άλλοι λόγοι, όπως ότι η διοργάνωση του θεματικού πάρκου πραγματοποιείται σε έναν πολύ όμορφο και αξιόλογο χώρο, ο προσεκτικός σχεδιασμός και η οργάνωση, η ενεργή συμμετοχή όλων των κύριων παραγόντων και οργάνων της πόλης, καθώς και η διαδικτυακή παρουσία της πόλης ως Χριστουγεννιάτικος προορισμός. Όλα αυτά συνδυαστικά συνθέτουν, σύμφωνα με τους φορείς, ένα πολύ καλό λόγο για να επισκεφθεί κάποιος την πόλη των Τρικάλων.

5. Η πέμπτη ερώτηση αφορά στο τι μπορεί να συμβεί μέσα από τη λειτουργία του «Μύλου των Ξωτικών».

Και πάλι, όλοι συμφωνούν ότι μέσα από τη λειτουργία του «Μύλου» μπορούν να συμβούν πολλά σημαντικά πράγματα, όπως ότι η πόλη μπορεί να προσελκύσει επισκέπτες και επενδυτές, ενισχύεται η απασχόληση, δημιουργούνται εισοδήματα καθώς και ωφελούνται με αύξηση επισκεψιμότητας και διπλανοί δήμοι (Καλαμπάκα, Πύλη).

6. Η έκτη ερώτηση έχει να κάνει με το ότι από την πρώτη διοργάνωση του θεματικού πάρκου "Ο Μύλος των Ξωτικών", ξεκίνησε και η οργανωμένη διαφημιστική καμπάνια προώθησης του, με διάφορους τρόπους κι αν πιστεύουν ότι τα οφέλη αυτής της

διαφημιστικής καμπάνιας λειτουργούν στην πόλη των Τρικάλων και πέραν του χρόνου λειτουργίας του θεματικού πάρκου.

Το σύνολο των ερωτηθέντων συμφώνησε ότι η οργανωμένη διαφημιστική προσπάθεια του Δήμου για το Μύλο των Ξωτικών βοήθησε ολόκληρο το νομό και τα οφέλη δεν περιορίζονται μόνο για το διάστημα της λειτουργίας του θεματικού πάρκου αλλά επεκτείνονται όλο το χρόνο αφού πλέον το όνομα των Τρικάλων έχει γίνει πιο ελκυστικό για εκδρομές μεμονωμένες ή οργανωμένες.

7. Θεωρείτε ότι το σύνολο των κοινωνικών και οικονομικών ομάδων της πόλης (κάτοικοι, επαγγελματίες του τουρισμού), ωφελούνται ισότιμα από την λειτουργία του θεσμού; Θεωρείτε ότι κάποια μερίδα δημοτών θίγεται από τη δημιουργία του πάρκου, και αν ναι ποια είναι αυτή; Θεωρείτε ότι κάποια μερίδα δημοτών ευνοείται από τη δημιουργία του πάρκου, και αν ναι ποια είναι αυτή;

Στη συγκεκριμένη ερώτηση, οι απόψεις μεταξύ των φορέων δίστανται, μιας και υπάρχουν δύο ρεύματα απαντήσεων. Μια μερίδα θεωρεί ότι η συγκεκριμένη διοργάνωση ωφελεί όλο το σύνολο των κατοίκων του νομού, μιας και οι επαγγελματίες έχουν επιπλέον οικονομικούς πόρους αλλά και οι κάτοικοι νιώθουν ένα αίσθημα ευχαρίστησης για την πόλη τους. Υπάρχει, όμως, και ένα κομμάτι των φορέων που πιστεύει πως δεν ωφελούνται όλοι τόσο πολύ από το θεματικό πάρκο. Το δεύτερο ρεύμα θεωρεί ότι εκείνοι που ωφελούνται είναι μόνο οι επαγγελματίες του τουρισμού και του επισιτισμού, ενώ άμεσα θιγόμενοι είναι οι κάτοικοι πέριξ του πάρκου, αφού για μεγάλο χρονικό διάστημα αντιμετωπίζουν διάφορα προβλήματα λόγω των τουριστών, κυρίως συνωστισμού.

8. Οι επαγγελματίες του τουρισμού (ξενοδόχοι, ιδιοκτήτες χώρων εστίασης και ψυχαγωγίας, τα καταστήματα πώλησης δώρων και τοπικών προϊόντων), έχουν όφελος από την διοργάνωση. Θεωρείτε ότι θα έπρεπε να έχουν κάποια οικονομική συμμετοχή στην διοργάνωση του θεσμού;

Σε αντίθεση με την προηγούμενη ερώτηση, εδώ οι φορείς συμφωνούν απόλυτα στις απαντήσεις τους. Συγκεκριμένα, όλοι θεωρούν ότι οι επαγγελματίες του τουρισμού οφείλουν να συνδράμουν και εκείνοι οικονομικά στη διοργάνωση του θεσμού. Ο λόγος είναι πως τα οικονομικά τους οφέλη είναι πάρα πολλά από το θεματικό πάρκο, κι όχι μόνο κατά την περίοδο λειτουργίας του, αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, μιας και διαφημίζονται μέσω αυτού. Ιδιαίτερα, σε περιόδους κρίσης, όπως η σημερινή εποχή,

θεωρείται αναγκαία η συμβολή των επαγγελματιών, καθώς έχουν άμεση σύνδεση. Τέλος, υπήρξε ακόμη και πρόταση δημιουργίας μιας ανώνυμης εταιρείας που θα μπορούν να συμμετέχουν όλοι οι άμεσα ενδιαφερόμενοι επαγγελματίες και να χρηματοδοτούν τη διοργάνωση του «Μύλου των Ξωτικών».

9. Το σύνολο των δράσεων των ψηφιακών έργων και οι προηγμένες ευρυζωνικές υπηρεσίες, που υλοποίησε το e-trikala, στην πόλη των Τρικάλων και η καθιέρωση της πόλης ως “SMART” ,θεωρείται ότι συντέλεσε στην επιτυχία του θεσμού του "Μύλου των Ξωτικών":

Και πάλι οι φορείς συμφωνούν πως οι ψηφιακές δράσεις που πραγματοποιούνται στα Τρίκαλα, τα τελευταία χρόνια, έχουν συντελέσει στην επιτυχία του θεσμού του «Μύλου των Ξωτικών». Ένα μικρό κομμάτι, πάντως, θεωρεί ότι ο συγκεκριμένος τομέας δεν έχει παίξει κάποιο ρόλο, καθώς ο «Μύλος» προηγήθηκε αυτών των δράσεων, και είχε ήδη δημιουργήσει τη δική του φήμη.

10. Οι σημαντικές χωρικές αναφορές των Τρικάλων: τα Μετέωρα, οι ορεινοί προορισμοί της Νότιας Πίνδου, η λίμνη Πλαστήρα θεωρείτε ότι συντέλεσαν στην επιτυχία του θεσμού του "Μύλου των Ξωτικών":

Κι εδώ, οι φορείς συμφωνούν απόλυτα, καθώς πιστεύουν ότι η γεωγραφική θέση του νομού των Τρικάλων έχει παίξει πολύ σημαντικό ρόλο στην επιτυχία του θεσμού αλλά και της πόλης, ως Χριστουγεννιάτικου προορισμού.

11.Η επιτυχία του θεσμού του "Μύλου των Ξωτικών", θεωρείτε ότι οδήγησε/ «εξανάγκασε» την Δημοτική Αρχή της πόλης των Τρικάλων σε βελτίωση των δομών του οικιστικού της περιβάλλοντος (αναπλάσεις δημοτικών υποδομών-επαναχρήσεις εγκαταλειμμένων δημοτικών κτηρίων- βελτίωση υποδομών-καθαριότητα χώρων, κ.τ.λ.):

Σίγουρα, και σε αυτή την ερώτηση υπάρχει συμφωνία απόψεων μεταξύ των φορέων. Πιστεύουν πως η συγκεκριμένη επιτυχία δεν άφησε αδιάφορους τις δημοτικές αρχές, οι οποίες με τη σειρά τους προσπάθησαν να βελτιώσουν τις συνθήκες, με την αναδόμηση παλαιών κτιρίων, τη βελτίωση των υποδομών καθώς και την ποιότητα καθαριότητας των χώρων. Άλλωστε, χρόνο με το χρόνο ο τουρισμός αυξάνεται, επομένως τα βελτιωτικά έργα πρέπει να είναι συνεχή.

## 12. Ποια νομίζετε ότι είναι η στάση των κατοίκων της πόλης, απέναντι στο θεσμό;

Τέλος, οι φορείς ερωτήθηκαν σχετικά με τη στάση των κατοίκων απέναντι στο θεσμό, και πιο συγκεκριμένα αν απολαμβάνουν το χριστουγεννιάτικο και κοσμοπολίτικο κλίμα της πόλης ή αν δυσαρεστούνται από την υπερβολική «φόρτωση» με επισκέπτες και οχήματα, και οι απαντήσεις δίνονται στον παρακάτω πίνακα και στα γραφήματα:

### **4.2.4. Στατιστική Ανάλυση Επισκεψιμότητας στον Μύλο των Ξωτικών τις περιόδους 2013 – 2018**

Θεωρήσαμε χρήσιμο να παρουσιάσουμε την στατιστική ανάλυση της επισκεψιμότητας του «Μύλου των Ξωτικών» τα τελευταία 5 χρόνια, με βάση τα στοιχεία που μας δόθηκαν από την εταιρεία «e-trikala», για να παρουσιαστεί ακόμη καλύτερα η αυξητική τάση που υπάρχει τις ημέρες λειτουργίας του. Συγκεκριμένα

#### **A. Μεμονωμένα δεδομένα**

Μια πρώτη εικόνα που μπορούμε να πάρουμε για τα συνολικά δεδομένα είναι αυτή στον παρακάτω πίνακα:

#### **Αριθμός επισκεπτών περιόδου 2013 – 2018**

#### **Πίνακας: 42**

<b>Περιγραφικά Στατιστικά</b>						
	Ημέρες λειτουργίας	Ελάχιστος αριθμός επισκεπτών(σε μια	Μέγιστος αριθμός επισκεπτών(σε μια ημέρα)	Σύνολο επισκεπτών	Μέση τιμή(ανά ημέρα)	Τυπική απόκλιση(ανά ημέρα)
Αριθμός επισκεπτών 2013-2014	39	5470	59477	859349	22034,74	14216,622
Αριθμός επισκεπτών 2014-2015	39	4984	78135	866684	22222,90	16128,991
Αριθμός επισκεπτών	40	5270	82463	956073	23901,83	18450,832

## 2015-2016

Αριθμός επισκεπτών	43	2368	83288	987163	22961,51	18688,173
--------------------	----	------	-------	--------	----------	-----------

## 2016-2017

Αριθμός επισκεπτών	38	0	90472	1041821	29174,16	22561,972
--------------------	----	---	-------	---------	----------	-----------

## 2017-2018

Από τον παραπάνω πίνακα παίρνουμε, αναλυτικά, τις εξής πληροφορίες:

- Περίοδος 2013 – 2014
  - Ημέρες λειτουργίας του Μύλου: 39
  - Ελάχιστος αριθμός επισκεπτών σε μια ημέρα: 5.470 (6-Ιανουαρίου 2014)
  - Μέγιστος αριθμός επισκεπτών σε μια ημέρα: 59.477 (28 Δεκεμβρίου 2013)
  - Σύνολο επισκεπτών: 859.349
  - Μέσος όρος επισκεπτών ανά ημέρα: 22.034,74
  - Τυπική απόκλιση ανά ημέρα: 14.216,622
- Περίοδος 2014 – 2015
  - Ημέρες λειτουργίας του Μύλου: 39
  - Ελάχιστος αριθμός επισκεπτών σε μια ημέρα: 4.984 (2 Δεκεμβρίου 2014)
  - Μέγιστος αριθμός επισκεπτών σε μια ημέρα: 78.135 (19 Δεκεμβρίου 2014)
  - Σύνολο επισκεπτών: 866.684
  - Μέσος όρος επισκεπτών ανά ημέρα: 22.222,90
  - Τυπική απόκλιση ανά ημέρα: 16.128,991
- Περίοδος 2015–2016
  - Ημέρες λειτουργίας του Μύλου: 40
  - Ελάχιστος αριθμός επισκεπτών σε μια ημέρα: 5.270 (27 Νοεμβρίου 2015)
  - Μέγιστος αριθμός επισκεπτών σε μια ημέρα: 82.463 (26 Δεκεμβρίου 2015)
  - Σύνολο επισκεπτών: 956.073
  - Μέσος όρος επισκεπτών ανά ημέρα: 23.901,83
  - Τυπική απόκλιση ανά ημέρα: 18.450,832
- Περίοδος 2016 – 2017
  - Ημέρες λειτουργίας του Μύλου: 43
  - Ελάχιστος αριθμός επισκεπτών σε μια ημέρα: 2.368 (5 Ιανουαρίου 2017)
  - Μέγιστος αριθμός επισκεπτών σε μια ημέρα: 83.288 (24 Δεκεμβρίου 2016)
  - Σύνολο επισκεπτών: 987.163
  - Μέσος όρος επισκεπτών ανά ημέρα: 22.961,51

- Τυπική απόκλιση ανά ημέρα: 18.688,173
- Περίοδος 2017 – 2018
  - Ημέρες λειτουργίας του Μύλου: 38
  - Ελάχιστος αριθμός επισκεπτών σε μια ημέρα: 0 (Ελλιπή στοιχεία)
  - Μέγιστος αριθμός επισκεπτών σε μια ημέρα: 90.472 (7 Δεκεμβρίου 2017)
  - Σύνολο επισκεπτών: 1.041.821
  - Μέσος όρος επισκεπτών ανά ημέρα: 29.174,16
  - Τυπική απόκλιση ανά ημέρα: 22.561,972

Παρακάτω, θα δούμε 5 γραφήματα που δείχνουν την τάση επισκεψιμότητας σε κάθε περίοδο:

Γράφημα 33: Αριθμός επισκεπτών 2013 - 2014



Γράφημα 34: Αριθμός επισκεπτών 2014 - 2015



Γράφημα 35: Αριθμός επισκεπτών 2015 - 2016



Γράφημα 36: Αριθμός επισκεπτών 2016 - 2017



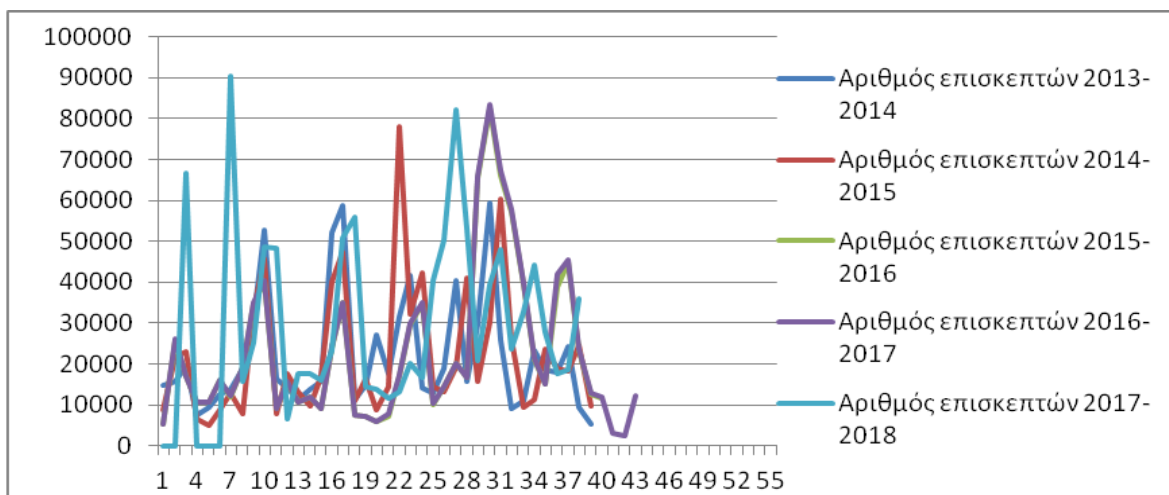
Γράφημα 37: Αριθμός επισκεπτών 2017 - 2018





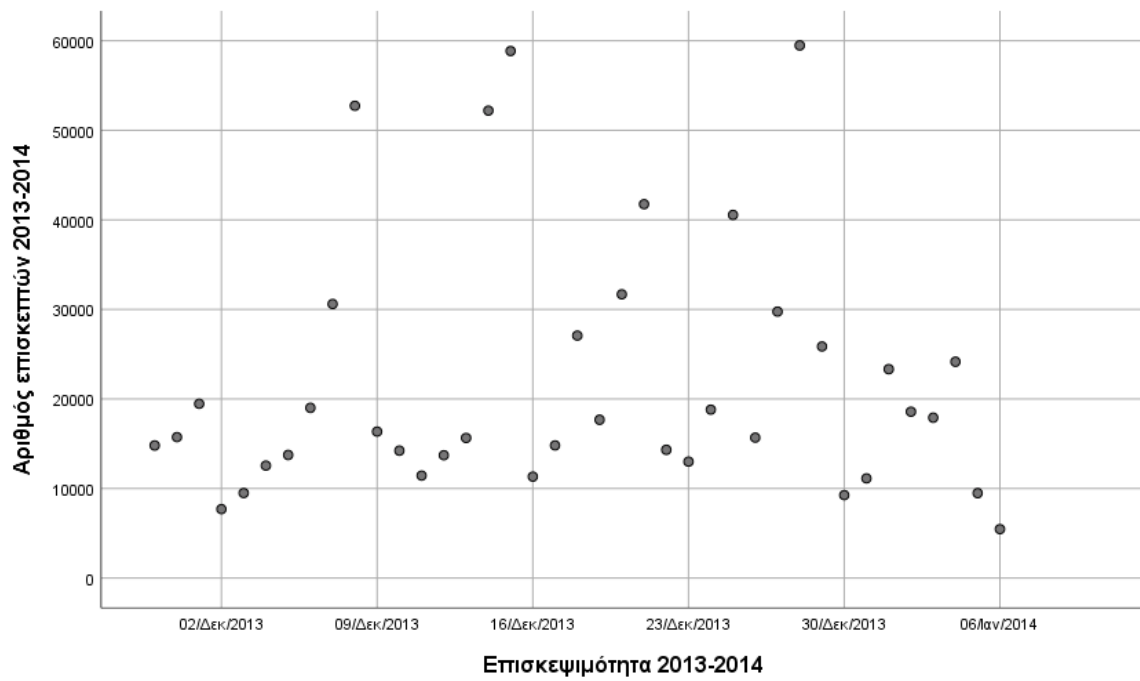
Ακολουθεί το γράφημα με τις τάσεις όλων των περιόδων συγκεντρωτικά, το οποίο, όμως, είναι αρκετά περίπλοκο:

Γράφημα 38: Τάσεις περιόδων 2013 - 2018

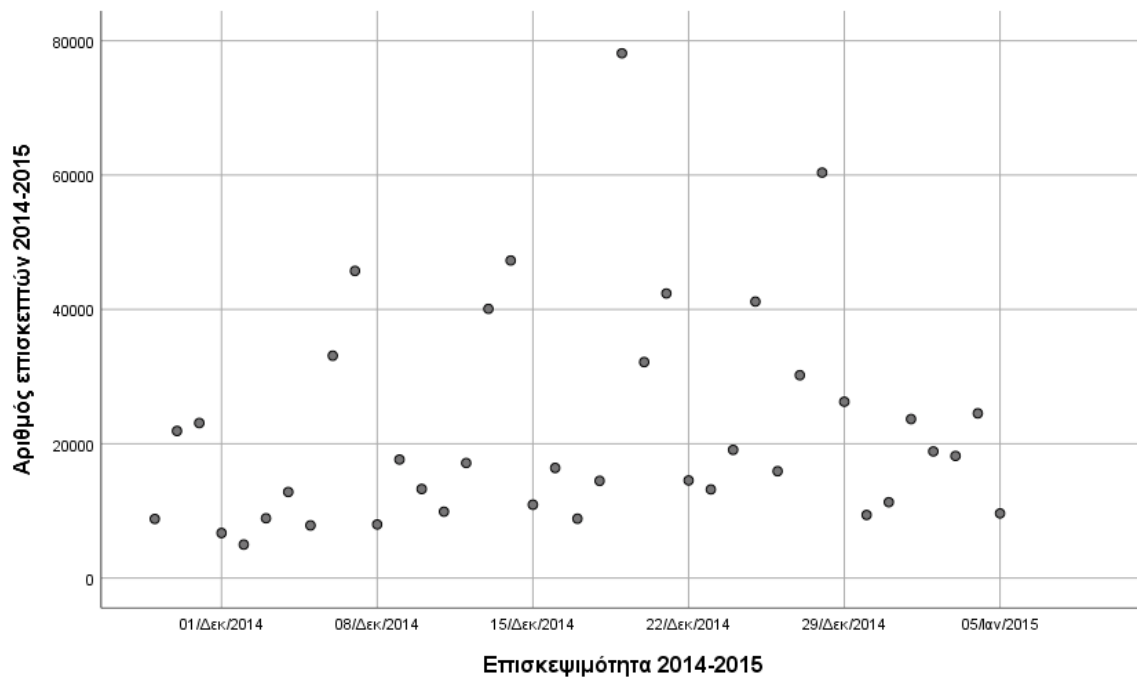


Τέλος, παρουσιάζονται 5 γραφήματα διασποράς των 5 περιόδων, που ουσιαστικά είναι ισοδύναμα με τα γραφήματα τάσης:

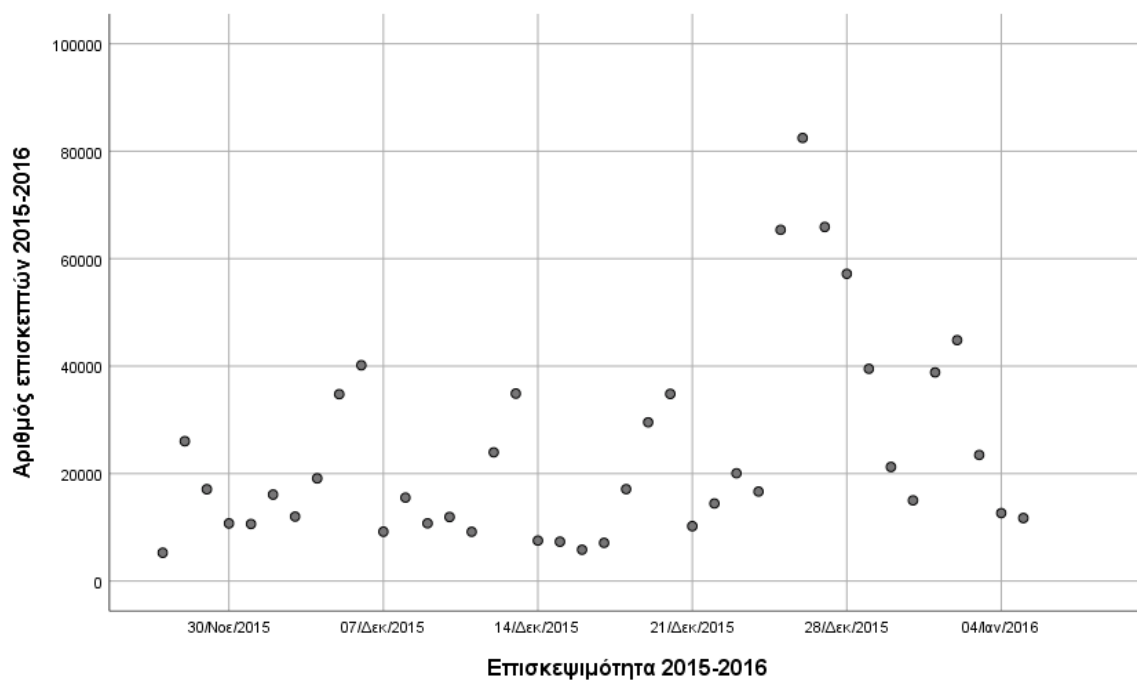
Γράφημα 39: Γράφημα διασποράς περιόδων 2013 - 2014



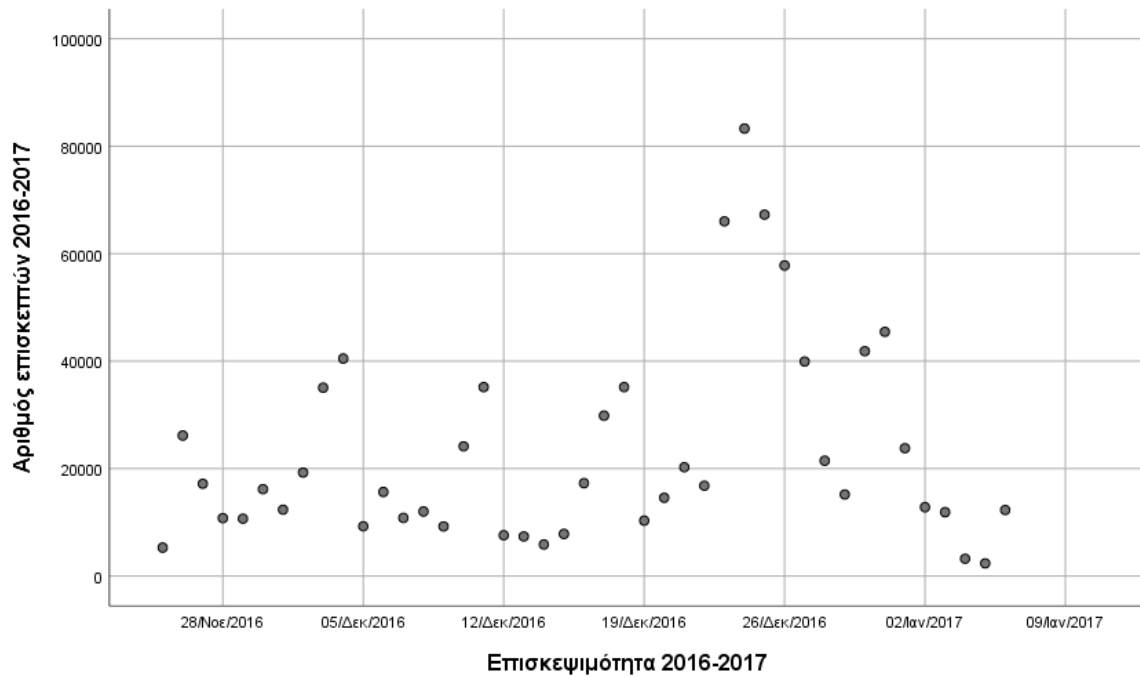
Γράφημα 40: Γράφημα διασποράς περιόδων 2014 - 2015



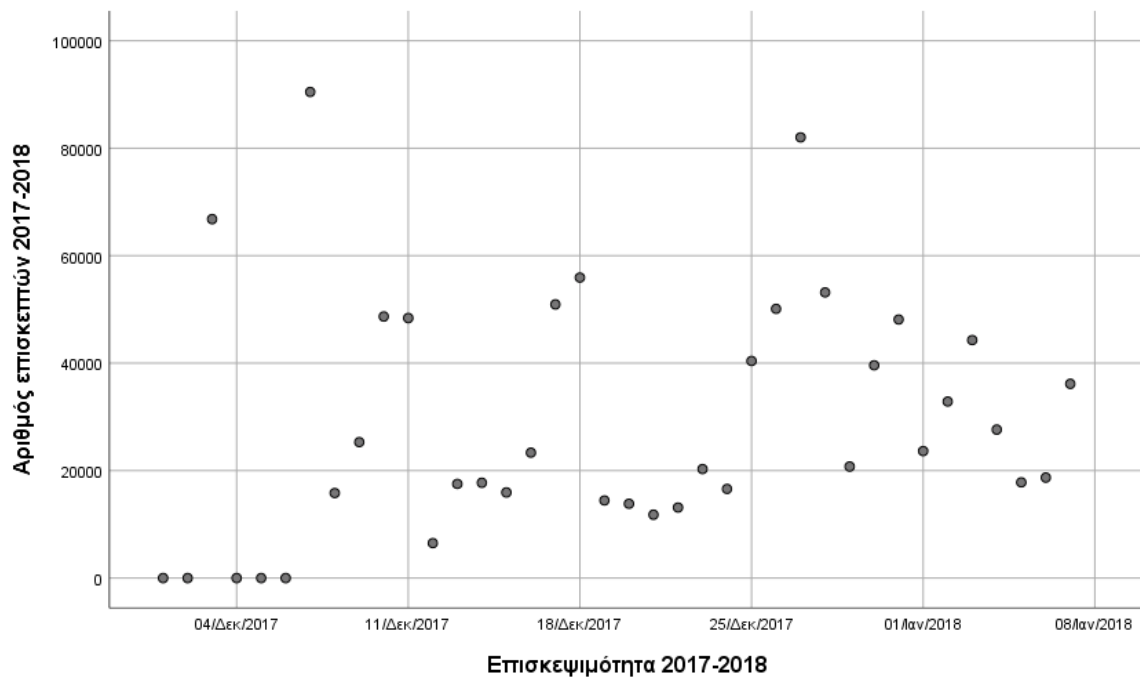
Γράφημα 41: Γράφημα διασποράς περιόδων 2015 – 2016



Γράφημα 42: Γράφημα διασποράς περιόδων 2016 – 2017



Γράφημα 43: Γράφημα διασποράς περιόδων 2017 - 2018



Ουσιαστικά, παρατηρώντας τα παραπάνω γραφήματα, θα συμπεράνουμε ακριβώς τα περιγραφικά στοιχεία που αναλύθηκαν στην αρχή της παραγράφου. Δηλαδή, ποιες ημέρες είχαμε μεγαλύτερη προσέλευση κόσμου (δηλαδή τις κορυφές στις τάσεις και τις κουκκίδες που βρίσκονται ψηλότερα, αντίστοιχα), τις μέσες τιμές (δηλαδή την τιμή γύρω από την

οποία κυμαίνονται οι γραμμές και οι κουκκίδες, αντίστοιχα) καθώς και την τυπική απόκλιση (δηλαδή πόσο πάνω και κάτω κινούνται οι γραμμές και οι κουκκίδες, αντίστοιχα).

Επειδή, όμως, τα δεδομένα είναι αρκετά και ορισμένα από τα γραφήματα περιέχουν πολλές πληροφορίες που είναι περίπλοκο να αναλυθούν, παρακάτω θα γίνει μια στατιστική ανάλυση σε ομαδοποιημένες τάξεις. Δηλαδή, έχουμε χωρίσει κάθε περίοδο σε 6 υποπεριόδους(εβδομάδες), αντίστοιχα, όπου τα αποτελέσματα γίνονται ακόμη πιο κατανοητά.

## **B. Ομαδοποιημένα δεδομένα**

Αρχικά, θα δοθούν οι νέοι πίνακες που προέκυψαν μετά την ομαδοποίηση των δεδομένων με τις νέες τιμές ανά εβδομάδα πλέον. Έπειτα, θα παρουσιαστούν τα ραβδογράμματα και οι πίτες με τα ποσοστά των επισκεπτών μετά την ομαδοποίηση. Τέλος, θα δοθεί το γράφημα των τάσεων ανά εβδομάδα συνολικά και για τις 5 περιόδους, το οποίο είναι πιο κατανοητό από αυτό που παρουσιάστηκε παραπάνω.

### **Πίνακας επισκεπτών ανά περίοδο**

#### **Πίνακας 43**

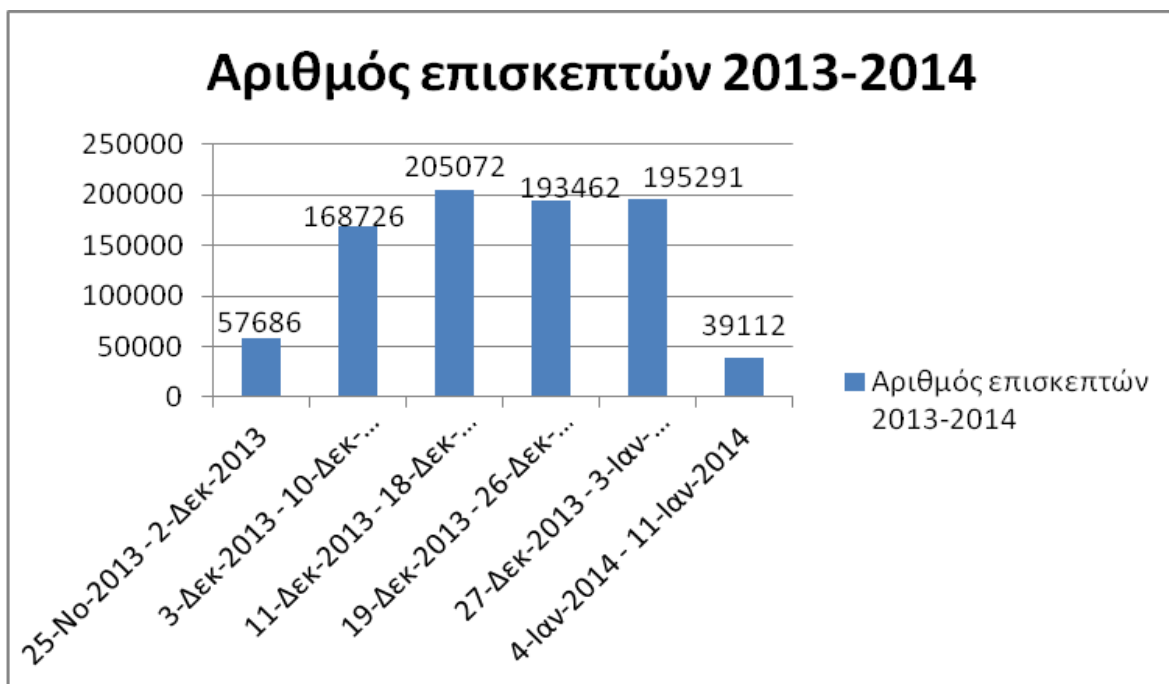
#### **Περίοδος 2013 – 2014**

Επισκεψιμότητα 2013-2014	Αριθμός επισκεπτών 2013-2014	Ποσοστά προσέλευσης 2013-14
25-Νο-2013 - 2-Δεκ-2013	57686	6,71
3-Δεκ-2013 - 10-Δεκ-2013	168726	19,63
11-Δεκ-2013 - 18-Δεκ-2013	205072	23,86
19-Δεκ-2013 - 26-Δεκ-2013	193462	22,51
27-Δεκ-2013 - 3-Ιαν-2014	195291	22,73
4-Ιαν-2014 - 11-Ιαν-2014	39112	4,55
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>859349</b>	<b>100</b>

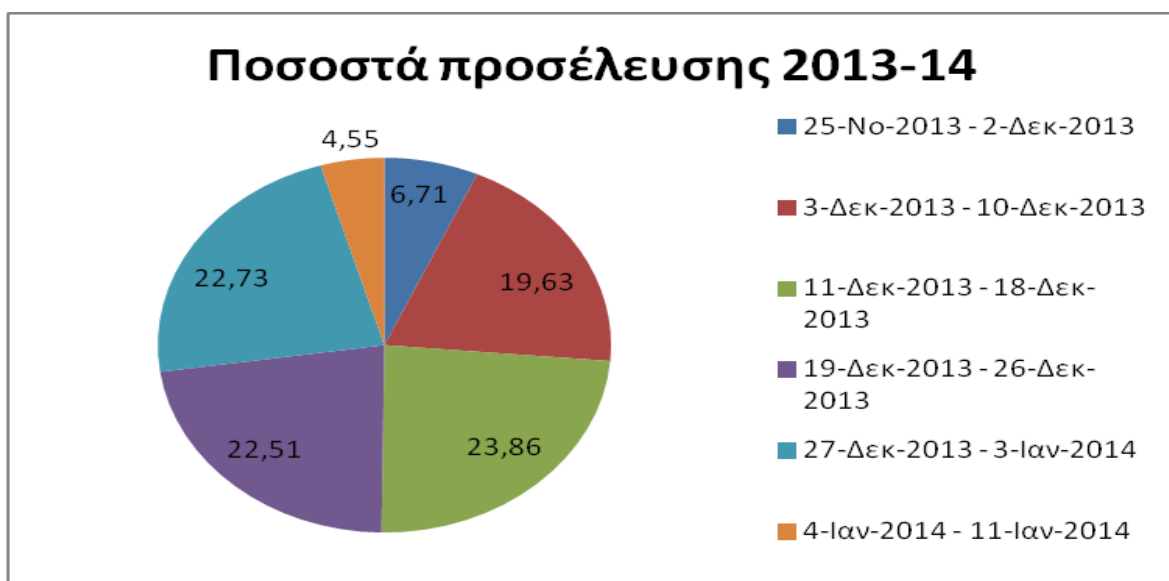
Παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι επισκέπτες την περίοδο 2013 – 2014 προσήλθαν την εβδομάδα 11 Δεκεμβρίου έως 18 Δεκεμβρίου στο Μύλο των Ξωτικών, και συγκεκριμένα 205.072 σε ποσοστό 23,86% των συνολικών επισκεπτών αυτή την εποχή, ενώ οι λιγότεροι ήρθαν την τελευταία εβδομάδα των εκδηλώσεων, όπως είναι και λογικό μιας και η λειτουργία του Μύλου σταματάει πριν ολοκληρωθεί η εβδομάδα.

Τα παραπάνω δεδομένα παρουσιάζονται και στα παρακάτω γραφήματα αναλυτικά:

Γράφημα 44: Αριθμός επισκεπτών ανά περίοδο 2013 - 2014



Γράφημα 45: Ποσοστά επίσκεψης ανά περίοδο 2013 - 2014



## Πίνακας επισκεπτών ανά περίοδο

### Πίνακας 44

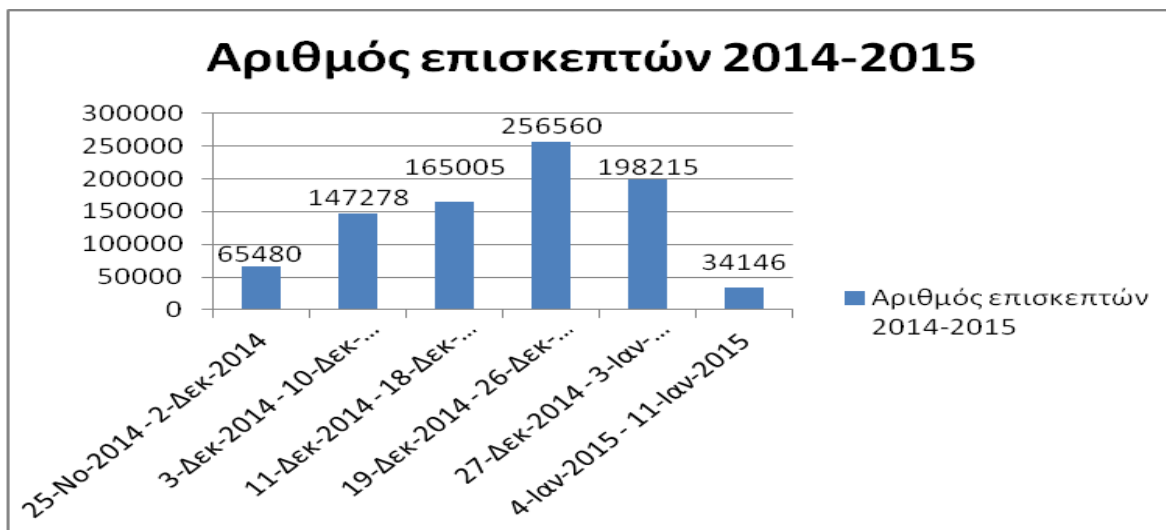
#### Περίοδος 2014 – 2015

Επισκεψιμότητα 2014-2015	Αριθμός επισκεπτών 2014-2015	Ποσοστά προσέλευσης 2014-15
25-Νο-2014 - 2-Δεκ-2014	65480	7,56
3-Δεκ-2014 - 10-Δεκ-2014	147278	16,99
11-Δεκ-2014 - 18-Δεκ-2014	165005	19,04
19-Δεκ-2014 - 26-Δεκ-2014	256560	29,60
27-Δεκ-2014 - 3-Ιαν-2015	198215	22,87
4-Ιαν-2015 - 11-Ιαν-2015	34146	3,94
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>866684</b>	<b>100</b>

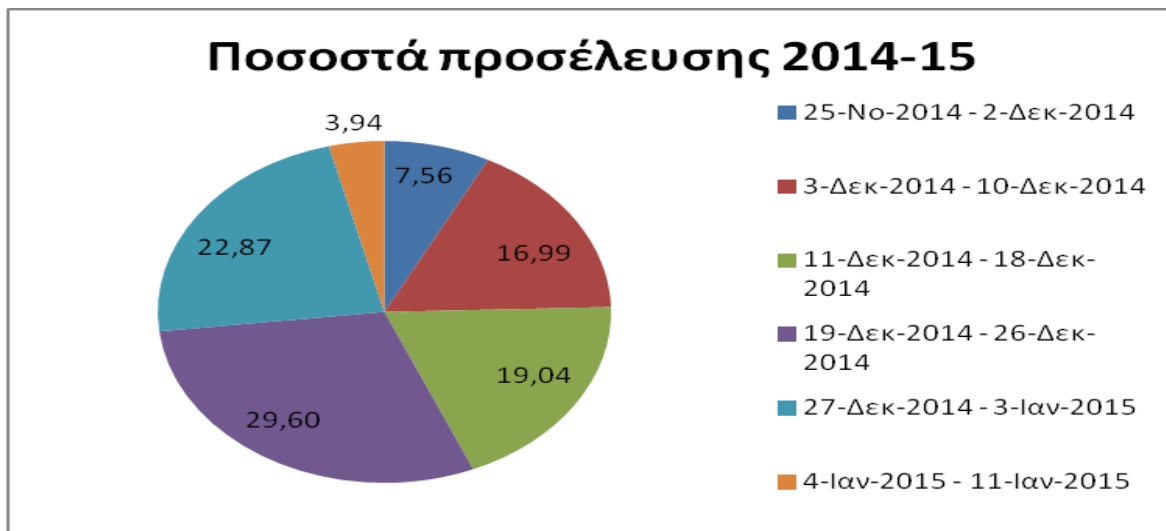
Παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι επισκέπτες την περίοδο 2014 – 2015 προσήλθαν την εβδομάδα 19 Δεκεμβρίου έως 26 Δεκεμβρίου στο Μύλο των Ξωτικών, και συγκεκριμένα 256.560 σε ποσοστό 29,60% των συνολικών επισκεπτών αυτή την εποχή, ενώ οι λιγότεροι ήρθαν την τελευταία εβδομάδα των εκδηλώσεων, για το λόγο που αναφέραμε και στην προηγούμενη περίπτωση.

Τα παραπάνω δεδομένα παρουσιάζονται και στα παρακάτω γραφήματα αναλυτικά:

Γράφημα 46: Αριθμός επισκεπτών ανά περίοδο 2014 - 2015



Γράφημα 47: Ποσοστά επισκεπτών ανά περίοδο 2014 - 2015



**Πίνακας επισκεπτών ανά περίοδο**

**Πίνακας 45**

**Περίοδος 2015 – 2016**

Επισκεψιμότητα 2015-	Αριθμός επισκεπτών 2015-	Ποσοστά	προσέλευσης
----------------------	--------------------------	---------	-------------

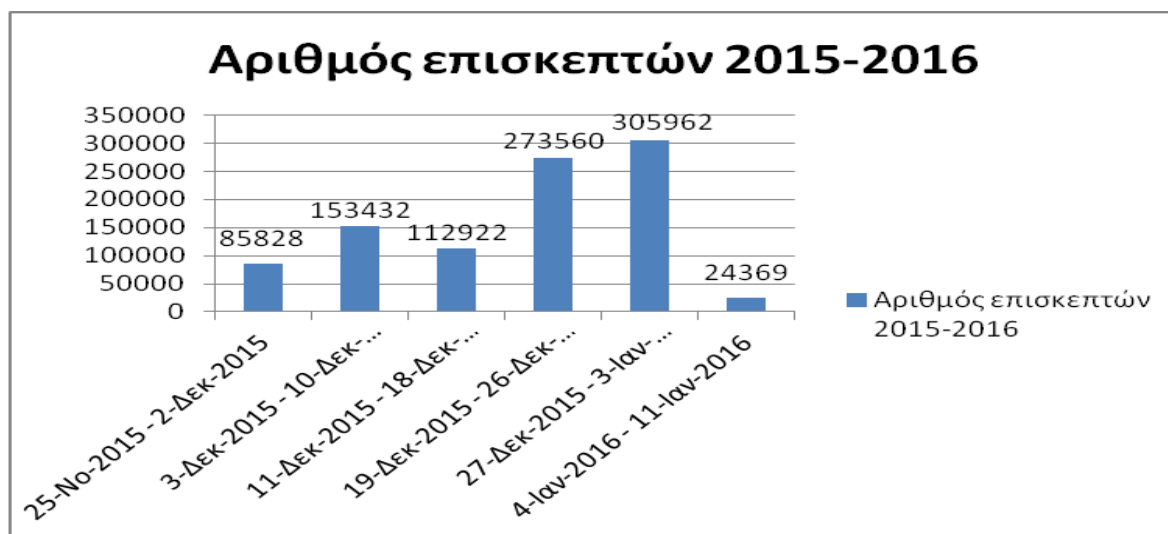


2016	2016	2015-16
25-Νο-2015 - 2-Δεκ-2015	85828	8,98
3-Δεκ-2015 - 10-Δεκ-2015	153432	16,05
11-Δεκ-2015 - 18-Δεκ-2015	112922	11,81
19-Δεκ-2015 - 26-Δεκ-2015	273560	28,61
27-Δεκ-2015 - 3-Ιαν-2016	305962	32,00
4-Ιαν-2016 - 11-Ιαν-2016	24369	2,55
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>956073</b>	<b>100</b>

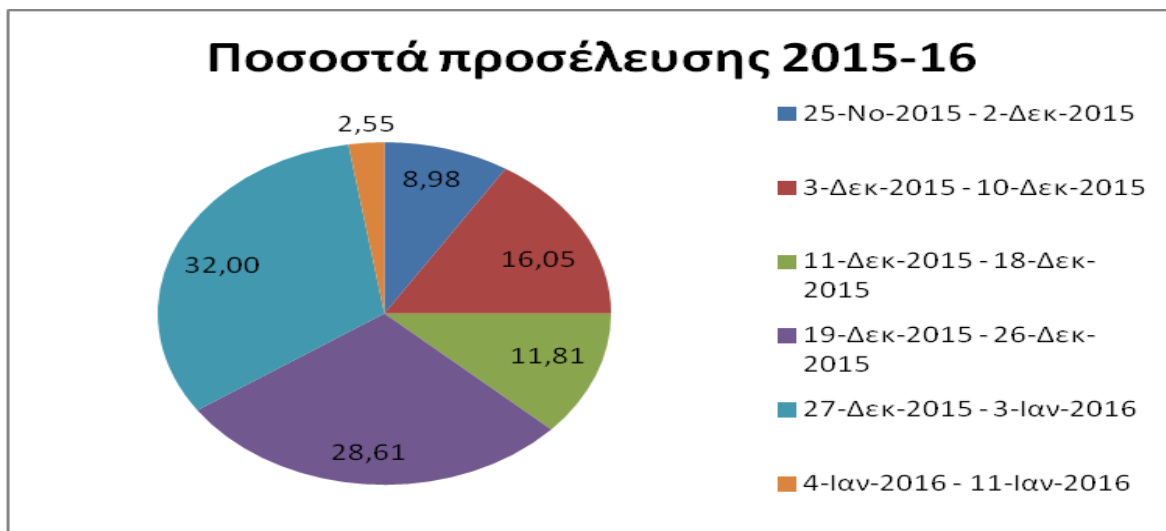
Παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι επισκέπτες την περίοδο 2015 – 2016 προσήλθαν την εβδομάδα 27 Δεκεμβρίου έως 3 Ιανουαρίου στο Μύλο των Ξωτικών, και συγκεκριμένα 305.962 σε ποσοστό 32% των συνολικών επισκεπτών αυτή την εποχή, ενώ οι λιγότεροι ήρθαν την τελευταία εβδομάδα των εκδηλώσεων, για το λόγο που αναφέραμε και στην προηγούμενη περίπτωση.

Τα παραπάνω δεδομένα παρουσιάζονται και στα παρακάτω γραφήματα αναλυτικά:

Γράφημα 48: Αριθμός επισκεπτών ανά περίοδο 2015 - 2016



Γράφημα 49: Ποσοστά επισκεπτών ανά περίοδο 2015 - 2016



Πίνακας επισκεπτών ανά περίοδο

Πίνακας 46

**Περίοδος 2016 – 2017**

Επισκεψιμότητα 2016-2017	Αριθμός επισκεπτών 2016-2017	Ποσοστά προσέλευσης 2016-17
25-Νο-2016 - 2-Δεκ-2016	117885	11,94
3-Δεκ-2016 - 10-Δεκ-2016	156684	15,87
11-Δεκ-2016 - 18-Δεκ-2016	146155	14,81
19-Δεκ-2016 - 26-Δεκ-2016	336162	34,05
27-Δεκ-2016 - 3-Ιαν-2017	212390	21,52

4-Ιαν-2017 - 11-Ιαν-2017	17887	1,81
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>987163</b>	<b>100</b>

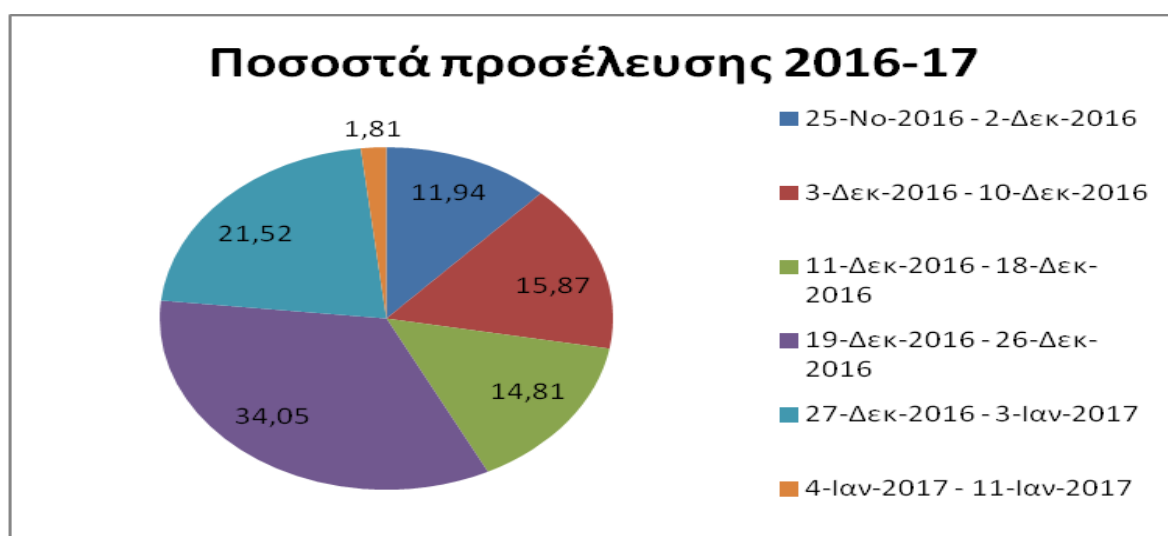
Παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι επισκέπτες την περίοδο 2016 – 2017 προσήλθαν την εβδομάδα 19 Δεκεμβρίου έως 26 Δεκεμβρίου στο Μύλο των Ξωτικών, και συγκεκριμένα 336.162 σε ποσοστό 34,05% των συνολικών επισκεπτών αυτή την εποχή, ενώ οι λιγότεροι ήρθαν την τελευταία εβδομάδα των εκδηλώσεων, για το λόγο που αναφέραμε και στην προηγούμενη περίπτωση.

Τα παραπάνω δεδομένα παρουσιάζονται και στα παρακάτω γραφήματα αναλυτικά:

Γράφημα 50: Αριθμός επισκεπτών ανά περίοδο 2016 - 2017



Γράφημα 51: Ποσοστά επισκεπτών ανά περίοδο 2016 - 2017



## Πίνακας επισκεπτών ανά περίοδο

### Πίνακας 47

#### Περίοδος 2017 – 2018

Επισκεψιμότητα 2017-2018	Αριθμός επισκεπτών 2017-2018	Ποσοστά 2017-18	προσέλευσης
25-Νο-2017 - 2-Δεκ-2017	0		0
3-Δεκ-2017 - 10-Δεκ-2017	180274		17,30
11-Δεκ-2017 - 18-Δεκ-2017	236260		22,68
19-Δεκ-2017 - 26-Δεκ-2017	180570		17,33
27-Δεκ-2017 - 3-Ιαν-2018	344441		33,06
4-Ιαν-2018 - 11-Ιαν-2018	100276		9,63
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>1041821</b>		<b>100</b>

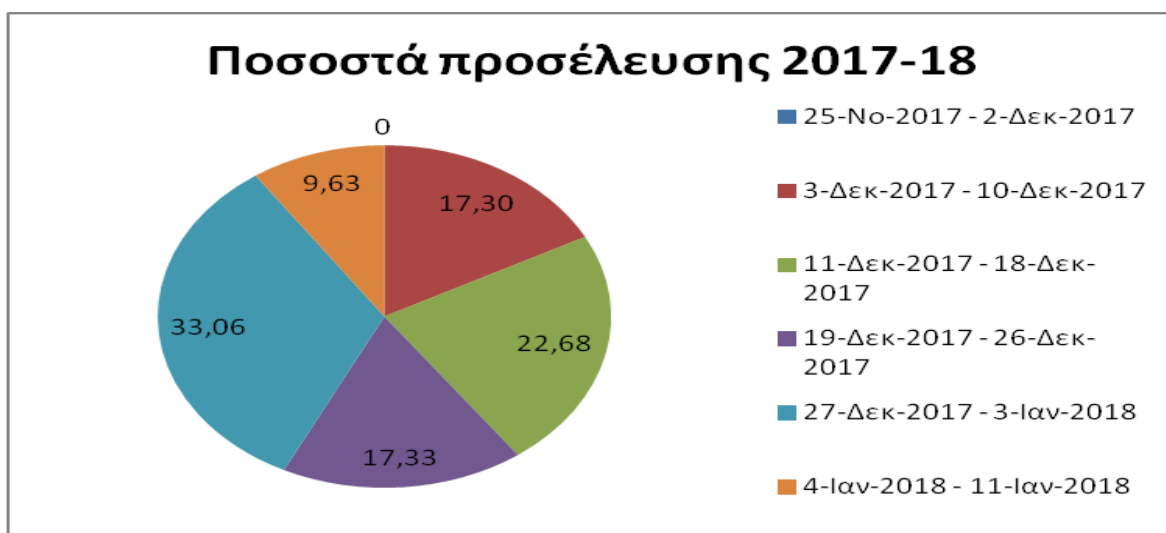
Παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι επισκέπτες την περίοδο 2017 – 2018 προσήλθαν την εβδομάδα 27 Δεκεμβρίου έως 3 Ιανουαρίου στο Μύλο των Ξωτικών, και συγκεκριμένα 344.441 σε ποσοστό 33,06% των συνολικών επισκεπτών αυτή την εποχή, ενώ οι λιγότεροι ήρθαν την τελευταία εβδομάδα των εκδηλώσεων, για το λόγο που αναφέραμε και στην προηγούμενη περίπτωση. Εδώ, βλέπουμε ότι την πρώτη εβδομάδα έχουμε 0 επισκέπτες, διότι καθυστέρησε η έναρξη των εκδηλώσεων εκείνης της χρονιάς.

Τα παραπάνω δεδομένα παρουσιάζονται και στα παρακάτω γραφήματα αναλυτικά:

Γράφημα 52: Αριθμός επισκεπτών ανά περίοδο 2017 - 2018



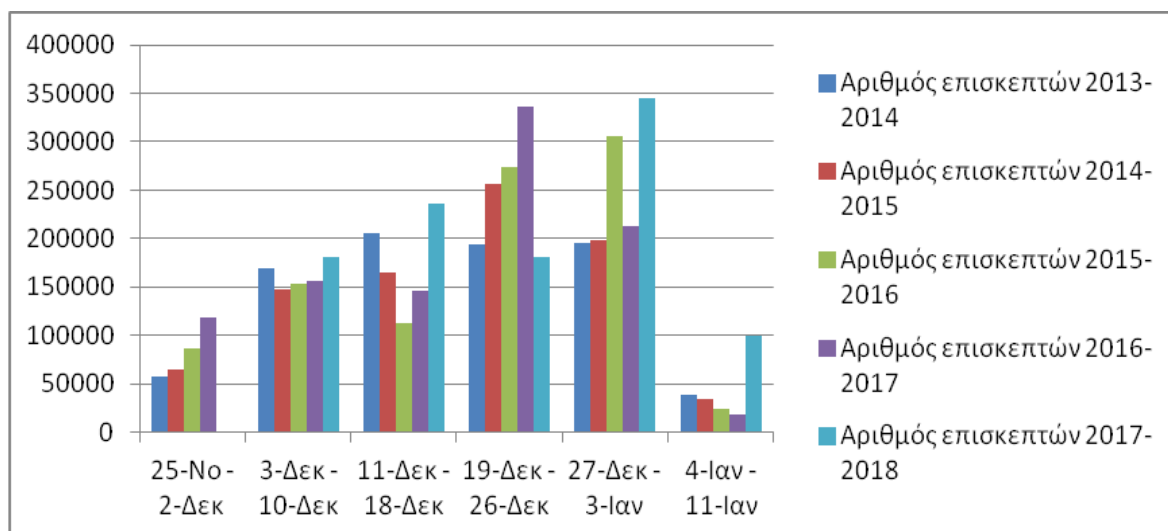
Γράφημα 53: Ποσοστά επισκεπτών ανά περίοδο 2017 - 2018



#### Συγκεντρωτικά γραφήματα

Παρακάτω παρουσιάζονται τα συγκεντρωτικά γραφήματα με όλες τις περιόδους, από όπου μπορούν να γίνουν ορισμένες συγκρίσεις, καθώς και να βρεθούν κάποιες ομοιότητες.

Γράφημα 54: Συγκεντρωτικό γράφημα αριθμού επισκεπτών ανά περίοδο 2013 - 2018

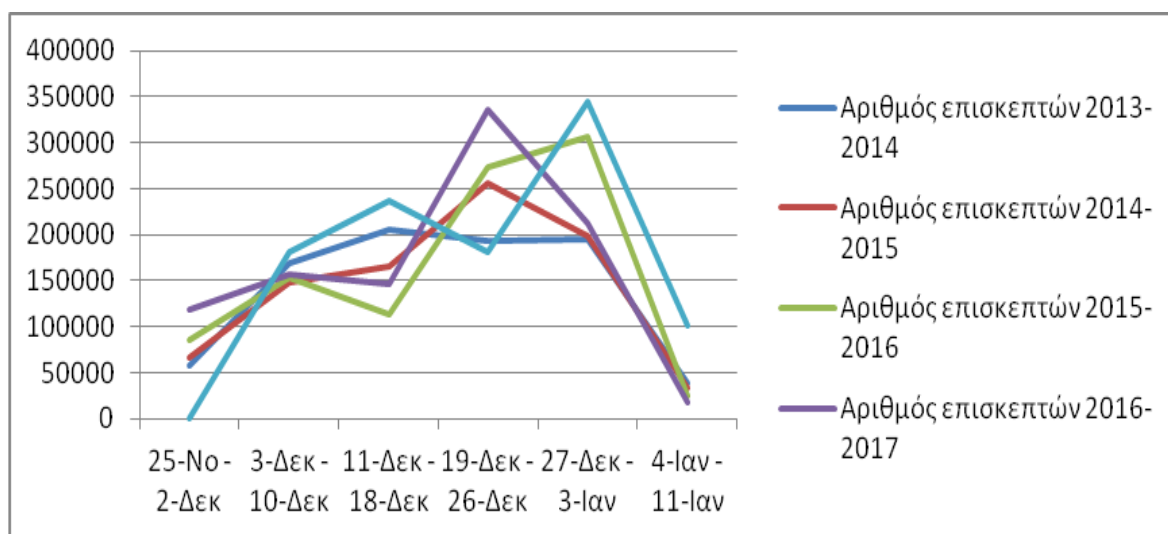


Παρατηρούμε ότι για τις περιόδους 2013 – 2018 υπάρχει μια ομοιομορφία. Οι περισσότεροι επισκέπτες έρχονται στις ενδιάμεσες εβδομάδες, όπως άλλωστε είναι λογικό, μιας κι εμπεριέχονται οι γιορτές των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς. Αντίθετα, οι λιγότεροι έρχονται την πρώτη και την τελευταία εβδομάδα, όπου οι εκδηλώσεις είναι λιγότερες.

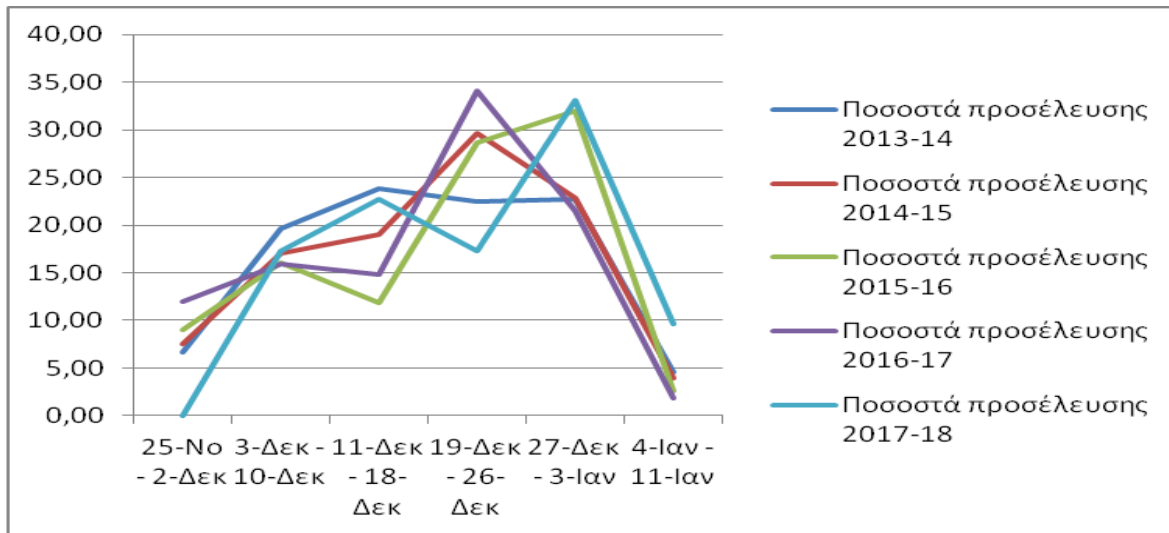
Γενικά, υπάρχουν διαφορές μεταξύ των περιόδων, αλλά κυρίως σε σχέση με τις εβδομάδες προσέλευσης, όπου υπάρχουν διαφοροποιήσεις και τονίστηκαν ξεχωριστά για κάθε περίοδο.

Στη συνέχεια, υπάρχουν τα γραφήματα με τις τάσεις ανά εβδομάδα, που είναι σαφώς πιο κατανοητό από εκείνο των τάσεων ανά ημέρα:

Γράφημα 55: Τάσεις επισκεπτών ανά περίοδο 2013 - 2018



Γράφημα 56: Τάσεις ποσοστών ανά περίοδο 2013 - 2018



Τέλος, θα δούμε έναν πίνακα με τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα όπως τον αρχικό πίνακα που είδαμε στα μεμονωμένα δεδομένα.

**Συγκεντρωτικά αποτελέσματα πίνακα επισκεπτών ανα περίοδο 2013 - 2018**

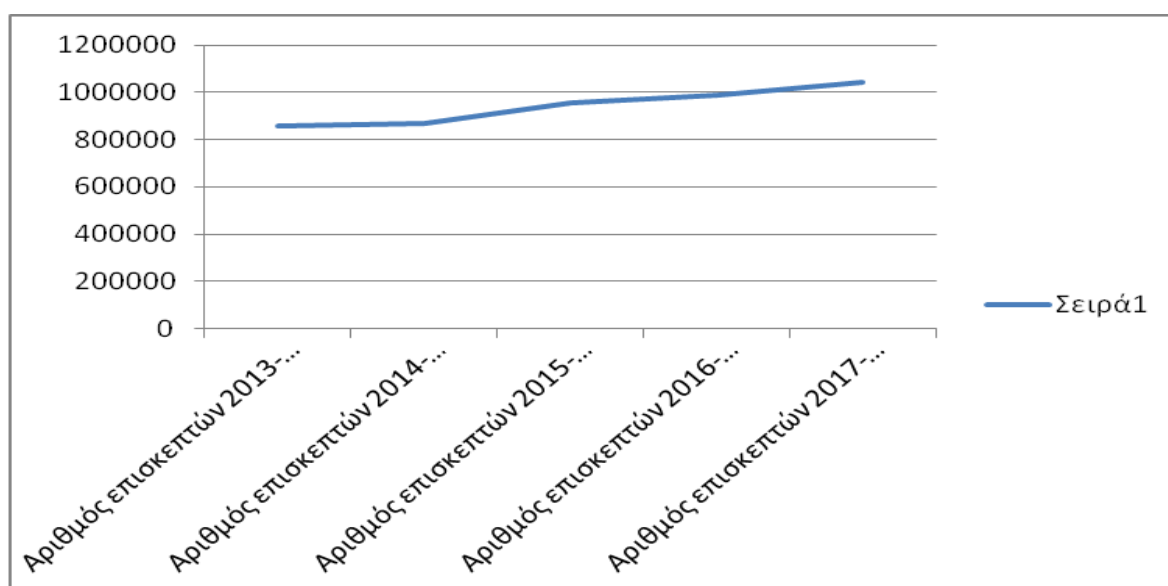
**Πίνακας 48**

Περιγραφικά Στατιστικά		Εβδομαδιαίες λειτουργίες	Ελάχιστος αριθμός και ποσοστό προσέλευσης (ανά εβδομάδα)	Μέγιστος αριθμός και ποσοστό προσέλευσης (ανά εβδομάδα)	Σύνολο επισκεπτών	Μέση τιμή (ανά εβδομάδα)	Τυπική απόκλιση (ανά εβδομάδα)
Αριθμός επισκεπτών	2013-2014	6	39112	205072	859349	143224,8	74654,423
Ποσοστά προσέλευσης	2013-14	6	4,55	23,86	100,00	16,6667	8,68732
Αριθμός επισκεπτών	2014-2015	6	34146	256560	866684	144447,3	82816,745

Ποσοστά	προσέλευσης	6	3,94	29,60	100,00	16,6667	9,55559
2014-15							
Αριθμός	επισκεπτών	6	24369	305962	956073	159345,5	109868,047
2015-2016							
						0	
Ποσοστά	προσέλευσης	6	2,55	32,00	100,00	16,6667	11,49160
2015-16							
Αριθμός	επισκεπτών	6	17887	336162	987163	164527,1	105666,692
2016-2017							
						7	
Ποσοστά	προσέλευσης	6	1,81	34,05	100,00	16,6667	10,70408
2016-17							
Αριθμός	επισκεπτών	6	0	344441	104182	173636,8	117234,301
2017-2018							
						1	3
Ποσοστά	προσέλευσης	6	,00	33,06	100,00	16,6667	11,25283
2017-18							

Τέλος, παρουσιάζεται η αυξητική τάση που παρουσιάζει η επισκεψιμότητα στο Μύλο των Ξωτικών στην πάροδο των 5 αυτών περιόδων. Παρατηρείται ότι κάθε χρόνο έρχονται και περισσότεροι επισκέπτες, χωρίς όμως η τάση αυτή να είναι ραγδαία.

Γράφημα 57: Τάσεις επισκεπτών ετών 2013 - 2018





## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η ανάπτυξη της υπαίθρου εντάσσεται στη διαδικασία της περιφερειακής και τοπικής ανάπτυξης. Για το λόγο αυτό απαιτείται να υπάρχει συμπληρωματικότητα των διαρθρωτικών πολιτικών περιφερειακής και τοπικής ανάπτυξης, με τις πολιτικές για την ανάπτυξη της υπαίθρου. Για την εφαρμογή πολιτικών και δράσεων για την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη απαιτούνται κάποιες προϋποθέσεις, τις οποίες πρέπει να πληρούν, η περιοχή και οι φορείς που δραστηριοποιούνται σ' αυτή. Τέτοιες είναι το όραμα για την περιοχή, η συμφωνία των τοπικών φορέων για το είδος της ζητούμενης ανάπτυξης και η συστράτευση των δυνάμεων της κοινωνίας και των οικονομικών παραγόντων, με στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη και την αειφορική διαχείριση των πόρων, τα μέσα και τα προγράμματα ανάπτυξης κ.λ.π.

Το τελευταίο διάστημα, ως βασικές προϋποθέσεις για κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη με συνοχή κατέχουν οι έννοιες επιχειρηματικότητα με καινοτομία, προστιθέμενη αξία και δικτύωση. Η διαδικασία όμως της ανάπτυξης θα πρέπει να είναι ισόρροπη και ολοκληρωμένη και να διαχέεται οριζόντια και κάθετα, προκειμένου να γίνει κτήμα των πολλών, πετυχαίνοντας την ενεργοποίησή τους. Για να υποστηριχθούν οι προσπάθειες και οι πολιτικές της περιφερειακής και Τοπικής ανάπτυξης, πρέπει να δημιουργηθούν και να υποστηριχθούν οι αντίστοιχοι φορείς και δομές. Αυτές οι Δομές και Φορείς στήριξης της ανάπτυξης θα πρέπει να χαρακτηρίζονται από: τεχνογνωσία και χρήση σύγχρονων μέσων παραγωγής, ευελιξία στη λειτουργία και ταχεία ανταπόκριση σε κάθε ζήτηση, γνώση των τοπικών ζητημάτων, λειτουργία στη βάση του επαγγελματισμού.

Έκφραση τέτοιων Φορέων αποτελούν οι Αναπτυξιακές Εταιρείες (ΑΝ.ΕΤ.) της Αυτοδιοίκησης, που είναι το σημείο σύγκλισης των τοπικών εταίρων και εκφράζουν το σύνολο σχεδόν της εταιρικής σχέσης. Ανώτερος στόχος είναι, η βελτίωση των συνεργαζόμενων καθενός χωριστά, μέσα σε ένα περιβάλλον συνεχώς βελτιούμενο. Οι σύγχρονες πόλεις έχουν κοινά ή παρόμοια χαρακτηριστικά, τόσο στο επίπεδο των υποδομών τους, όσο και σε αυτό των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους επισκέπτες. Έτσι,

σύμφωνα με τον Ketter<sup>8</sup>, για να αποκτήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα και να γίνουν πιο ανταγωνιστικές, «οφείλουν να αποδείξουν και στη συνέχεια να προβάλουν το διαφορετικό ή το μη προφανές που τις κάνει τελικά να γίνονται «διαφορετικές» και να αυξήσουν την «πελατεία» τους». Το e-trikala, με την δημιουργία του θεματικού Χριστουγεννιάτικου πάρκου «ο μύλος των ξωτικών», επιχείρησε να «κτίσει», να διαχειριστεί και να επικοινωνήσει μια νέα εικόνα για την πόλη των Τρικάλων: την εικόνα της «Χριστουγεννιάτικης πόλης».

Με την παρούσα εργασία διερευνήθηκε εάν αυτή η νέα εικόνα της «Χριστουγεννιάτικης πόλης», ανέδειξε και μια νέα εξωστρεφή ταυτότητα για την πόλη των Τρικάλων.

### **Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα:**

Η επιτυχής διοργάνωση του θεματικού πάρκου, έχει αυξήσει θεαματικά τους επισκέπτες των Τρικάλων. Στην επίσημη ιστοσελίδα του θεματικού πάρκου, αναφέρεται ότι στα έξι πρώτα χρόνια διοργάνωσης του θεσμού, επισκέφτηκαν τον χώρο 3,5 εκατομμύρια επισκέπτες, έγιναν 100 τηλεοπτικές συνδέσεις, 800 αφιερώματα, εκδηλώσεις κεντρικής σκηνης και σημειώθηκαν 1,5 εκατομμύριο επισκέψεις στο επίσημο website. Το 2016, η πόλη των Τρικάλων, βραβεύτηκε από την Tourism Awards, ως ο καλύτερος προορισμός για οικογένειες εντός συνόρων.

Το 2017 επισκεφτήκαν τον Μύλο 1.222.345 άτομα, 1712 δηλωμένα λεωφορεία και έγιναν 30 και πλέον τηλεοπτικά αφιερώματα και συνδέσεις. Επίσης η πληρότητα των ξενοδοχείων της πόλης των Τρικάλων, της Καλαμπάκας, αλλά και του ορεινού όγκου της Νότιας Πίνδου, άγγιξε το 100%, κατά την διάρκεια της λειτουργίας του θεματικού πάρκου.

### **Από την συνολική έρευνα που έγινε και αφορούσε το προφίλ των επισκεπτών στην πόλη των Τρικάλων καταλήξαμε στα παρακάτω συμπεράσματα:**

Οι επισκέπτες προέρχονται από όλη την Ελλάδα και χωρίζονται σε δύο κυρίως κατηγορίες:

---

<sup>8</sup> Ketter, E. (2011) 'Development and Marketing of Urban Tourism' Haifa: *The 2011 Annual Conference of the Israeli Association of Municipal Engineers*.

α)Στους επισκέπτες που ταξιδεύουν σε ομάδες με οργανωμένα ταξιδιωτικά γραφεία και είναι κυρίως σχολεία, σύλλογοι, ΚΑΠΗ και γενικότερα οργανωμένες ομάδες και β)Στους επισκέπτες που ταξιδεύουν με το ιδιωτικό αυτοκίνητο και είναι κυρίως οικογένειες.

Οι επισκέπτες παρακινήθηκαν για την επίσκεψη στον «μύλο των ξωτικών», κυρίως από συστάσεις φίλων και από την προβολή της διοργάνωσης από τα ΜΜΕ.

Ο κύριος λόγος που επισκέπτονται τα Τρίκαλα κατά την διάρκεια των γιορτών είναι για να ζήσουν την «μαγεία των Χριστουγέννων», αλλά κατά την διάρκεια της επίσκεψής τους πραγματοποιούν ημερήσιες εκδρομές προς τα Μετέωρα, τη Λίμνη Πλαστήρα και τον ορεινό όγκο των Τρικάλων (Περτούλι, Ελάτη). Αλλά και η ίδια η πόλη των Τρικάλων, προκαλεί έντονο ενδιαφέρον στους επισκέπτες Το μεγαλύτερο ποσοστό τους, περνάει την μέρα του κάνοντας περιπάτους στην πόλη και στα αξιοθέατά της.

Οι επισκέπτες μένουν κυρίως σε ξενοδοχεία και πανσιόν στην πόλη των Τρικάλων, αλλά και στην Καλαμπάκα και στα χειμερινά θέρετρα της Νότιας Πίνδου. Μένουν σχεδόν απόλυτα ικανοποιημένοι από τα καταλύματα και την ποιότητα φαγητού και γενικότερα από την φιλοξενία. Ελαφρώς λιγότερο ικανοποιημένοι εμφανίζονται από τα εμπορικά καταστήματα και η διασκέδαση (νυχτερινή ζωή).

Παραμένουν στην πόλη για ένα έως πέντε βράδια , είτε κάνουν ημερήσιες εκδρομές χωρίς διανυκτέρευση και αγοράζουν κυρίως τοπικά προϊόντα(τυρί, τσίπουρο, λουκάνικα, κρασί κτλ.).

Ξαναέρχονται στα Τρίκαλα, κατά τη διάρκεια του χρόνου και επισκέπτονται τον «μύλο των ξωτικών», τουλάχιστον δύο φορές, γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι έμειναν ευχαριστημένοι από την εμπειρία της επίσκεψής του στην πόλη των Τρικάλων και στον «μύλο των ξωτικών».

**Επίσης σημαντικά είναι τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την αποτύπωση της άποψης των επιχειρηματιών κυρίως του τουρισμού (ιδιοκτήτες ξενοδοχείων – πανσιόν – ενοικιαζόμενων δωματίων και επιχειρηματίες της εστίασης), για το πόσο επηρέασε ο «μύλος των ξωτικών» την οικονομία της πόλης:**

Το 80% των επιχειρηματιών που συμμετείχαν στην έρευνα, πιστεύει ότι η πόλη των Τρικάλων και η ευρύτερη περιοχή των Τρικάλων, αύξησε την επισκεψιμότητά της, με τη διοργάνωση του θεματικού πάρκου «Ο Μύλος των Ξωτικών».

Οι επιχειρηματίες αποδίδουν την επιτυχία του θεσμού ο στο γεγονός ότι η διοργάνωση γίνεται σε ένα προσεγμένο και αξιόλογο χώρο, όπως είναι αυτός του Μύλου του Ματσόπουλου, στον προσεκτικό σχεδιασμό της ετήσιας διοργάνωσης του θεματικού πάρκου από το Δήμο Τρικκαίων και το e – trikala , στην σημαντική διαδικτυακή παρουσία της πόλης, στο γεγονός ότι η πόλη των Τρικάλων προσφέρει εναλλακτικές δυνατότητες ημερήσιων εκδρομών προς τα Μετέωρα, το Περτούλι, τη λίμνη Πλαστήρα.

Το 77,8% των επιχειρηματιών πιστεύει ότι από την λειτουργία του «μύλου των ξωτικών», προσελκύονται στην πόλη επισκέπτες και επενδυτές, αυξάνεται η απασχόληση, δημιουργούνται εισοδήματα και ωφελούνται και οι διπλανοί δήμοι Καλαμπάκας – Πύλης – Λίμνης Πλαστήρα. Το 40% δήλωσε ότι ένα πολύ μικρό ποσοστό ξαναέρχεται στα Τρίκαλα, κατά τη διάρκεια του χρόνου.

Σημαντικό είναι το γεγονός ότι το 55,6% των επιχειρηματιών δήλωσε ότι δεν συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων που αφορούν την ετήσια διοργάνωση του θεσμού και το 62,2% αυτών θεωρεί θα έπρεπε να έχουν κάποια οικονομική συμμετοχή στη διοργάνωση του θεσμού.

Και την αποδίδουμε:

### **1. Στην εμπειρία του e-Trikala στην υλοποίηση καινοτόμων δράσεων:**

Είναι φανερό από τις δράσεις (e-dialogos, ολοκληρωμένο Δίκτυο Τηλεπρόνοιας, Υπηρεσία παραπόνων «Δημοσθένης», σύστημα ελεγχόμενης στάθμευσης mobiPARK, δωρεάν ασύρματο δίκτυο, πολεοδομικό GIS, πληροφοριακό σύστημα ευφυών μεταφορών), που η αναπτυξιακή εταιρεία έχει υλοποιήσει για την πόλη των Τρικάλων, το γεγονός ότι έχει ήδη αποδεχθεί την ανάγκη για καινοτόμες αλλαγές στην πόλη και διαθέτει το ανθρώπινο δυναμικό, την εμπειρία και την τεχνογνωσία να τις υλοποιήσει.

**2. Στην προθυμία του e-Trikala να αναλάβει κινδύνους και των διαδοχικών δημοτικών αρχών του Δήμου Τρικκαίων, να δείξουν ορισμένη ανοχή απέναντι στην αποτυχία των πειραμάτων.**

Συχνά, αποδεκτοί τρόποι εργασίας είναι παγιωμένοι και οι δημοτικές αρχές, έχουν προσκολληθεί σε αυτούς. Η απροθυμία ανάληψης κινδύνων είναι συχνά εμφανής στις Δημοτικές Αρχές και η ύπαρξη ενός οργανισμού όπως του e-Trikala, πρόθυμου να αναλάβει το ρίσκο του νέου εγχειρήματος, βοηθά στην υλοποίηση καινοτόμων ιδεών. Στην περίπτωση του θεματικού πάρκου «μύλος των ξωτικών », υπήρξε ένας επιτυχημένος συγκερασμός: μια αναπτυξιακή εταιρεία που ανέλαβε το ρίσκο, αλλά και δύο δημοτικές αρχές που συμφώνησαν να στηρίξουν τον θεσμό .

**3. Στην επιτυχή σύμπραξη Δημοσίου (Δήμος Τρικκαίων e-Trikala) & Ιδιωτικού τομέα** (φορείς του τουρισμού, εμπορίου και γενικά της οικονομίας της πόλης, ΜΜΕ, πολίτες), που οδήγησε στην συμφωνία και εφαρμογή κοινής στρατηγικής .

**4. Στην επινοήση, δημιουργία και επικοινωνία ισχυρού σλόγκαν, από το e-Trikala:** «ο μύλος των Ξωτικών». Το σλόγκαν πρόβαλε το διακριτικό πλεονέκτημα της πόλης, να διαθέτει ένα παραμυθένιο νερόμυλο, ικανό να φιλοξενήσει ξωτικά που μεταδίδουν το πνεύμα των Χριστουγέννων σε κατοίκους και επισκέπτες.

**5. Στην συνεπή υποστήριξη του θεσμού, από το e-Trikala και τον Δήμο Τρικκαίων:** το θεματικό πάρκο «μύλος των ξωτικών » , στα επτά χρόνια της λειτουργίας του δεν παρήκμασε αλλά δέχτηκε από το e-Trikala και τις δύο διαδοχικές δημοτικές αρχές του Δήμου Τρικκαίων «συνεπή» υποστήριξη, σχέδιο, συνεχείς επενδύσεις, ποιοτικές και πρωτοπόρες παρεμβάσεις και χρόνο.

Η δυναμική της ίδιας της πόλης των Τρικάλων. Τα Τρίκαλα είναι μια πόλη με πολλά «δυνατά» σημεία:

Είναι μια προσεγμένη πόλη, με εξαιρετικό δομημένο περιβάλλον, υποδομές που προσφέρουν στους δημότες της ποιότητα ζωής και αναπλάσεις που δημιουργούν φιλικό δημόσιο χώρο.

Διασχίζεται από τον Ληθαίο ποταμό και δίνει ιδιαίτερη ταυτότητα στο φυσικό της περιβάλλον .

Στον οικιστικό της ιστό, βρίσκονται σημαντικά επισκέψιμα μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς (ιστορικό κέντρο, εκκλησίες, κάστρο, τζαμί, νεοκλασικά αρχοντικά κ.τλ.).

Επίσης η πόλη βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας, θεωρείται εύκολα προσεγγίσιμη, έχει συχνές και εξυπηρετικές, από πλευράς χρόνου και απόστασης, συγκοινωνιακές διασυνδέσεις με άλλες πόλεις στο εσωτερικό της χώρας από όπου διοχετεύονται ξένοι και ντόπιοι επισκέπτες σε προσιτές, για αυτούς τιμές.

Γειτνιάζει με καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς (Μετέωρα, Λίμνη Πλαστήρα, Νότια Πίνδο).

Διαθέτει ικανοποιητικό αριθμό ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών απαιτήσεων.

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι με άξονα την παραδοχή ότι τα γεγονότα με συγκεντρώσεις επισκεπτών αποτελούν κυρίαρχο τουριστικό έσοδο για την αξιοποίηση της περιοχής και για την τοπική ανάπτυξη, μια περιοχή γίνεται σημείο αναφοράς εξαιτίας ενός γεγονότος, που προσελκύει σημαντικό αριθμό επισκεπτών σε ετήσια βάση, είναι σίγουρο ότι αποκτά τουριστική ταυτότητα και μετατρέπεται σε τουριστικό προορισμό όχι μόνο για μια συγκεκριμένη περίοδο αλλά ολόκληρη τη διάρκεια του χρόνου με άμεσα και έμμεσα οφέλη για την τοπική κοινωνία και κατ' επέκταση και για την τοπική οικονομία.

Η μελέτη περίπτωσης της παρούσας εργασίας «Ο Μύλος των Ξωτικών», που υλοποιεί για επτά (7) συναπτά έτη η Αναπτυξιακή Ανώνυμη Εταιρία του Δήμου Τρικκαίων «e-Trikala», έχει πετύχει πολλά και σημαντικά πράγματα όχι μόνο για την πόλη των Τρικάλων αλλά γενικά για ολόκληρο το νομό, αφού το συγκεκριμένο γεγονός έχει συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στην τοπική ανάπτυξη και οικονομία αλλά και στη βιωσιμότητα του ίδιου του γεγονότος, πράγμα αρκετά δύσκολο.

Το σίγουρο πάντως είναι ότι με την παρούσα εργασία αναδείχθηκε μέσα από την παροχή αποδεδειγμένων και τεκμηριωμένων πληροφοριών αλλά και γνώσης ότι οι Αναπτυξιακές Εταιρείες των ΟΤΑ, εφόσον λειτουργούν με όραμα και προοπτική, μπορούν να φέρουν προστιθέμενη αξία, να συμβάλουν στη γενικότερη ανάπτυξη και μάλιστα σε δύσκολους καιρούς, να επιτελούν το ρόλο για τον οποίο δημιουργήθηκαν και εν τέλει να αναδεικνύουν και την εξωστρεφή ταυτότητα μιας πόλης, πράγμα που πέτυχε περίτρανα το «e- Trikala».

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αναστασίου, Θ. (2003). Λογιστική των Εταιρειών- Θεωρητική και Εφαρμοσμένη. Εκδ. Λιβάνης Αθήνα.
- Γιούπος, Γ. , Κοτσούρη, Δ., Μαΐστρος, Π. (2008). Το νέο θεσμικό πλαίσιο των επιχειρήσεων των ΟΤΑ- Εποπτεία- Έλεγχοι ΟΤΑ- Έξοδα παράστασης- Ειδική άδεια. στο: Πρακτικά Συνεδρίου ΚΕΔΚΕ. Πρακτικά Τακτικού Συνεδρίου ΚΕΔΚΕ 2008 Αθήνα: ΚΕΔΚΕ.
- Δένδιας Μ.: «Η Τοπική Αυτοδιοίκηση α' βαθμού εν Ελλάδι», Ειδική Επιτροπή Βουλής 22/6/1954
- ΕΕΤΑΑ ,(1987), Οι επιχειρήσεις των ΟΤΑ, Υπουργείο Εσωτερικών – Ελληνική Εταιρία Τοπικής Ανάπτυξης και Αυτοδιοίκησης, Αθήνα,.
- Καλλιαντζίδης, Α. (1989). Η Τοπική Αυτοδιοίκηση στο σταυροδρόμι της επιχειρηματικής πρόσκλησης. Θεσσαλονίκη: Αγροτικές Συνεταιριστικές Εκδόσεις Α.Ε.
- Ketter E. (2011), 'Development and Marketing of Urban Tourism' Haifa: The 2011 Annual Conference of the Israeli Association of Municipal Engineers.
- Κλειώσης Χρ. (1974), Ο νέος Δημοτικός και Κοινοτικός Κώδιξ, Αθήνα
- Mason j. (2003), Η διεξαγωγή της ποιοτικής έρευνας, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα
- Μακρυδημήτρης, Α. (2007). Δημόσια Διοίκηση- Στοιχεία διοικητικής οργάνωσης. Εκδ. Σάκκουλας ,Αθήνα- Θεσσαλονίκη.
- Μπεσίλα- Βήκα, Ε. (1998). Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης ως φορείς της επιχειρηματικής δραστηριότητας, εκδ. Σάκκουλας, Αθήνα- Θεσσαλονίκη:.
- Μπεσίλα- Βήκα, Ε. (1995). Το Συνταγματικό πλαίσιο του θεσμού της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, εκδ. Σάκκουλας, Αθήνα- Θεσσαλονίκη.
- Παπακωνσταντίνου Δ.- Χίος Ν., (1958), Ερμηνεία Δημοτικού και Κοινοτικού Κώδικος, εκδ. οίκος Ιωαν. Ν. Ζαχαρόπουλου, Αθήνα
- Πατράγας, Χ. (1999). Δημοτικές επιχειρήσεις- Πρωτότυπη έκδοση: θεωρητική ανάλυση και τεχνική, Νόμοι, Προεδρικά Διατάγματα, Υπουργικές Αποφάσεις. Πειραιάς: Λογοσοφία- Κ. Σμπίλια.
- Τριανταφυλλοπούλου, Β. Α. (2009). Ο θεσμός των επιχειρήσεων της Αυτοδιοίκησης κατά το νέο κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων (Ν. 3463/ 2006)., εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα- Κομοτηνή.
- Τριανταφυλλοπούλου, Β. Α. (2004). Οι επιχειρήσεις των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης: Νομικό Πλαίσιο, Οργάνωση, Λειτουργία, Εμπειρικά Στοιχεία. Αθήνα: ΕΕΤΑΑ Α.Ε.
- Γκέκας, Ρ. και Μήτσου, Κ. (2006). Οι Δημοτικές Επιχειρήσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Αθήνα Μελέτες ΙΤΑ.

### **Διαδικτυακοί Τόποι**

**<http://www.eetaa.gr>**: «Επίσημη ιστοσελίδα της ΕΕΤΑΑ Α.Ε»

**<http://www.et.gr>**: «Επίσημη ιστοσελίδα του Εθνικού Τυπογραφείου»

**<http://www.info-peta.gr>**: «Επίσημη ιστοσελίδα της ΠΕΤΑ Α.Ε»

**<http://www.ita.gr>**: «Επίσημη ιστοσελίδα του Ινστιτούτου Τοπικής Ανάπτυξης»

**<http://www.ypes.gr>**: «Επίσημη ιστοσελίδα του Υπουργείου Εσωτερικών»



# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

## 1. Ερωτηματολόγιο Επισκεπτών

### Ενότητα 1

Η ανάδειξη της εξωστρεφούς ταυτότητας της πόλης των Τρικάλων από μία αναπτυξιακή εταιρεία. Η μελέτη περίπτωση του e-trikala.

\* Απαιτείται

#### 1. 1.1. Φύλο \*

Άντρας

Γυναίκα

#### 2. 1.2. Ηλικία\*

Έως 18

18-24

25-30

31-40

41-60

#### 3. 1.3. Μορφωτικό επίπεδο\*

Απόφοιτος Γυμνασίου

Απόφοιτος Λυκείου

Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ

Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό

Απόφοιτος Ινστιτούτο Επαγγελματικής Κατάρτισης

#### 4. 1.4. Επάγγελμα\*

Μαθητής

Φοιτητής

Δημόσιος/Ιδιωτικός υπάλληλος

Ελεύθερος επαγγελματίας

Άνεργος

Οικιακά

#### 5. 1.5. Οικογενειακή Κατάσταση\*

Ελεύθερος-η

Δεσμευμένος-η

Παντρεμένος-η

Με παιδιά

Αν έχετε παιδιά σημειώστε τον αριθμό:

**6.**

Κάντε κλικ ή πατήστε εδώ για να εισαγάγετε κείμενο.

**7.** 1.6. Σε ποια από τις παρακάτω κατηγορίες ανήκετε;\*

Συνήθως ταξιδεύω μόνος

Συνήθως ταξιδεύω ζευγάρι

Συνήθως ταξιδεύω με τη/τον σύζυγο ή/και με τα παιδιά

Συνήθως ταξιδεύω με παρέα

Συνήθως ταξιδεύω ως μέλος οργανωμένης ομάδας (group)

**8.** 1.7. Με ποιο μεταφορικό μέσο συνηθίζεται να ταξιδεύετε για αναψυχή;\*

Με ιδιωτικό αυτοκίνητο

Με δημόσιο λεωφορείο

Με λεωφορείο ταξιδιωτικού γραφείου

Με τραίνο

**9.** 1.8. Πόσες φορές τον χρόνο συνηθίζεται να ταξιδεύετε για αναψυχή;\*

2 φορές

2-4 φορές

4-6 φορές

>6 φορές

**10.** 1.9. Η πόλη της μόνιμης κατοικίας σας απέχει από την πόλη των Τρικάλων:\*

Από 30-60 χιλιόμετρα

Από 60-120 χιλιόμετρα

Από 120-400 χιλιόμετρα

Από 400-600 χιλιόμετρα

Από 600 και πάνω χιλιόμετρα

## Ενότητα 2

**11.** 2.1. Επιλέξτε τις 2 σημαντικότερες πηγές πληροφόρησης σχετικά με το θεματικό πάρκο:\*

Επιλέξτε τις 2 σημαντικότερες πηγές

φυλλάδια ταξιδιωτικών γραφείων

- επίσημη ιστοσελίδα του Πάρκου και γενικότερα διαδίκτυο(internet)
- άρθρα σε τουριστικά περιοδικά
- συστάσεις φίλων σας που έχουν επισκεφθεί το πάρκο
- ενημέρωση των μαθητών με προωθητικό υλικό που διανέμετε στα σχολεία
- διαφημίσεις σε ΜΜΕ

## Ενότητα 3

**12.** 3.1.Γιατί επιλέξατε να επισκεφτείτε το θεματικό πάρκο "Ο Μύλος των Ξωτικών";\*

Επιλέξτε τις 3 σημαντικότερες αιτίες

- Για την ικανοποίηση των παιδιών
- Για να ζήσουμε την μαγεία των Χριστουγέννων
- Για να ζήσουμε την μαγεία των Χριστουγέννων, αλλά και επειδή η πόλη των Τρικάλων, δίνει πολλές εναλλακτικές δυνατότητες ημερήσιων εκδρομών προς τα Μετέωρα, την λίμνη Πλαστήρα, τους ορεινούς χειμερινούς προορισμούς της Νότιας Πίνδου (Ελάτη, Περτούλι κ.τ.λ.)
- Η πόλη των Τρικάλων είναι ενδιαφέρουσα από πολλές απόψεις (ενδιαφέροντα μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς –βυζαντινές εκκλησίες-ιστορικό κέντρο-ικανοποιητική αγορά- ψυχαγωγία-καλό φαγητό-πολιτιστικά δρώμενα)
- Είναι ο κοντινότερος χριστουγεννιάτικος προορισμός στην πόλη που ζω
- Είναι ο πιο οικονομικός χριστουγεννιάτικος προορισμός
- Επηρεάστηκα από τα φυλλάδια των τουριστικών γραφείων
- Επηρεάστηκα από την διαφημιστική προβολή του θεσμού
- Άλλο:

## Ενότητα 4

Για τα παρακάτω δηλώστε την ικανοποίησή σας (από 1-4) και πόσο σημαντικά τα θεωρείτε για να επιλέξετε έναν τουριστικό προορισμό.

**13.** 4.1.Μεταφορικό δίκτυο (πρόσβαση στην περιοχή και τοπικό οδικό δίκτυο)\*

1	2	3	4
Λίγο <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Πάρα πολύ

**14.** 4.2. Ποιότητα φαγητού\*

1	2	3	4
Λίγο <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Πάρα πολύ

**15. 4.3. Εμπορικά καταστήματα \***

1            2            3            4  
Λίγο                                      Πάρα πολύ

**16. 4.4. Διασκέδαση νυχτερινή ζωή\***

1            2            3            4  
Λίγο                                      Πάρα πολύ

**17. 4.5. Φυσική και πολιτιστική κληρονομιά\***

1            2            3            4  
Λίγο                                      Πάρα πολύ

**18. 4.6. Ξενοδοχειακές υπηρεσίες/ εγκαταστάσεις\***

1            2            3            4  
Λίγο                                      Πάρα πολύ

**19. 4.7. Φιλοξενία και διάθεση τοπικού πληθυσμού\***

1            2            3            4  
Λίγο                                      Πάρα πολύ

**20. 4.8. Πληροφόρηση στα σημεία ενδιαφέροντος\***

1            2            3            4  
Λίγο                                      Πάρα πολύ

**21. 4.9. Ποιες δραστηριότητες που προσφέρονται στο θεματικό πάρκο "Ο Μύλος των Ξωτικών" προτιμάτε;\***

Επιλέξτε μέχρι 3 δραστηριότητες

Διαδραστικά παιχνίδια για παιδιά Ξενάγηση στον χώρο

Ξενάγηση στο μουσείο

Συναυλίες, παραστάσεις και πολιτιστικά δρώμενα. Το λουνα πάρκ

**22. 4.10. Αξιολογήστε τα χρήματα που δαπανήσατε σε σχέση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες (ψυχαγωγία στους χώρους του πάρκου, σίτιση, στέγαση, φιλοξενία κλπ.):\***

πάρα πολλά

πολλά

κανονικά

λίγα

## Ενότητα 5

Ποιος ο βαθμός επίδρασης του θεματικού πάρκου στην επανάληψη επίσκεψης στον Νομό Τρικάλων;

**23.** 5.1. Πόσες φορές επισκεφτήκατε το νομό Τρικάλων , τα τελευταία δέκα χρόνια;\*

[Κάντε κλικ ή πατήστε εδώ για να εισαγάγετε κείμενο.](#)

**24.** 5.2. Πόσες φορές επισκεφτήκατε το θεματικό πάρκο "Ο Μύλος των Ξωτικών "τα τελευταία 5 χρόνια;\*

[Κάντε κλικ ή πατήστε εδώ για να εισαγάγετε κείμενο.](#)

## Ενότητα 6

**25.** 6.1. Πόσες διανυκτερεύσεις πραγματοποιήσατε κατά την τελευταία σας επίσκεψη στο "Μύλο των Ξωτικών", στην περιοχή του Νομού Τρικάλων;\*

- Καμία
- Μία
- δύο
- περισσότερες

**26.** 6.2. Το κατάλυμα της διαμονής σας βρισκόταν:

- Στην πόλη των Τρικάλων
- Στην περιοχή της Καλαμπάκας
- Στον ορεινό όγκο των Τρικάλων
- Στην περιοχή της λίμνης Πλαστήρα

**27.** 6.3. Το κατάλυμα της διαμονής σας ήταν:

- Παραδοσιακός ξενώνα
- Ξενοδοχείο
- Φιλοξενία από φίλους
- Ένοικιαζόμενα δωμάτια
- Κατοικία Airbnb

**28.** 6.4. Ποιες οι δραστηριότητες που πραγματοποιήσατε κατά την επίσκεψή σας;\*

- Περίπατοι στην πόλη των Τρικάλων
- Γαστρονομία
- Ορειβασία, χειμερινά σπορ στον ορεινό όγκο
- Επισκέψεις σε αξιοθέατα

**29.** 6.5. Ποια από τα παρακάτω αξιοθέατα επισκεφθήκατε;\*

- Τα μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς της πόλης των Τρικάλων
- Τα Μετέωρα
- Ελάτη, Περούλι, Νεραϊδοχώρι Λίμνη Πλαστήρα
- Χριστουγενιάτικο Θεματικό Πάρκο Δήμου Φαρκαδόνας
- Άλλο:

## 2. Ερωτηματολόγιο Φορέων Τουρισμού

Η ανάδειξη της εξωστρεφούς ταυτότητας της πόλης των Τρικάλων από μία αναπτυξιακή εταιρεία. Η μελέτη περίπτωση του e-trikala

\* Απαιτείται

1. 1.1. Σε ποια από τις παρακάτω κατηγορίες ανήκει η επιχείρησή σας:\*

- ξενοδοχείο - πανσιόν - ενοικιαζόμενα δωμάτια
- ταβέρνα-εστιατόριο-fastfood-γενικότερα χώρος εστίασης
- καφετέρια - ζαχαροπλαστείο - καφενείο -μπάρ
- κατάστημα με είδη δώρων-τοπικών προϊόντων
- Άλλο:

2. 1.2. Η επιχείρησή σας λειτουργεί:\*

- όλο τον χρόνο
- μόνο κατά την περίοδο λειτουργίας του "Μύλου των Ξωτικών"
- Άλλο:

### Η άποψη των επαγγελματιών για τον θεσμό "Ο Μύλος των Ξωτικών»

3. 2.1. Θεωρείτε ότι η πόλη των Τρικάλων και η ευρύτερη περιοχή των Τρικάλων, αύξησε την επισκεψιμότητά της, με τη διοργάνωση του θεματικού πάρκου "Ο Μύλος των Ξωτικών";\*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ναι
- Όχι
- Όχι σημαντικά
- Μόνο κατά τη διάρκεια λειτουργίας του "Μύλου των Ξωτικών"

4. 2.2. Μετά από τα 7 χρόνια λειτουργίας του, "Ο Μύλος των Ξωτικών" δημιούργησε για την πόλη των Τρικάλων, μια ταυτότητα προορισμού. Αυτό οφείλεται κυρίως:\*

- Στο γεγονός ότι η διοργάνωση γίνεται σε ένα προσεγμένο και αξιόλογο χώρο, στον Μύλο Ματσοπούλου
- Στον προσεκτικό σχεδιασμό της ετήσιας διοργάνωσης του "Μύλου των Ξωτικών" από τον Δήμο Τρικκαίων και το e-trikala
- Στην ενεργή συμμετοχή όλων των κύριων παραγόντων και οργάνων της πόλης, οι οποίοι έχουν ενασχόληση με τον τουρισμό στην πόλη

- Στην σημαντική διαδικτυακή παρουσία της πόλης ως χριστουγεννιάτικου προορισμού
- Στο γεγονός ότι η πόλη των Τρικάλων, προσφέρει εκτός από την διοργάνωση του "Μύλου των Ξωτικών", εναλλακτικές δυνατότητες ημερήσιων εκδρομών προς τα Μετέωρα, την λίμνη Πλαστήρα, τους ορεινούς χειμερινούς προορισμούς της Νότιας Πίνδου (Ελάτη, Περτούλι κ.τ.λ.)
- Η πόλη των Τρικάλων είναι ενδιαφέρουσα από πολλές απόψεις (ενδιαφέροντα μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς-βυζαντινές εκκλησίες-ιστορικό κέντρο-ικανοποιητική αγορά- ψυχαγωγία-καλό φαγητό-πολιτιστικά δρώμενα)
- Το σύνολο των παραπάνω
- Άλλο:

**5. 2.3.** Θεωρείτε ότι μέσα από την λειτουργία ενός θεματικού πάρκου, όπως είναι "Ο Μύλος των Ξωτικών":\*

- η πόλη προσελκύει επισκέπτες και επενδυτές αυξάνεται η απασχόληση
- δημιουργούνται εισοδήματα
- ωφελούνται με αύξηση της επισκεψιμότητας και οι διπλανοί δήμοι Καλαμπάκας- Πύλης- Λίμνης Πλαστήρα
- Το σύνολο των παραπάνω
- Άλλο:

### **Προφίλ - Συνήθειες Επισκεπτών - Πελατών**

Προέλευση-Επανάληψη επίσκεψης-Διάρκεια επίσκεψης-Χώρος διαμονής-Αγορές κατά τη διαμονή

**6. 3.1.** Από ποιες περιοχές προέρχονται οι επισκέπτες-πελάτες σας κατά την περίοδο λειτουργίας του "Μύλου των Ξωτικών":\*

- Κυρίως από την ηπειρωτική χώρα Κυρίως από τα νησιά
- Από όλη την Ελλάδα
- Κυρίως από τους γειτονικούς Νομούς
- Κυρίως από τον Νομό Τρικάλων

**7. 3.2.** Οι επισκέπτες-πελάτες σας κατά την περίοδο λειτουργίας του "Μύλου των Ξωτικών", κατά την άποψή σας:\*

- Επαναλαμβάνουν την επίσκεψή τους σε κάθε ετήσια διοργάνωση του "Μύλου των Ξωτικών"



Έχουν επισκεφτεί την ετήσια διοργάνωση του "Μύλου των Ξωτικών", πάνω από δύο φορές

Σπάνια επαναλαμβάνουν την επίσκεψή τους, στην ετήσια διοργάνωση του "Μύλου των Ξωτικών"

**8. 3.3.** Οι επισκέπτες-πελάτες σας κατά την περίοδο λειτουργίας του "Μύλου των Ξωτικών", κατά την άποψή σας ξαναέρχονται στα Τρίκαλα, κατά την διάρκεια του χρόνου (σε διαφορετική χρονική περίοδο από την λειτουργία του "Μύλου των Ξωτικών"):

Ένα πολύ μικρό ποσοστό ξαναέρχεται στα Τρίκαλα, κατά την διάρκεια του χρόνου

Ένα σημαντικό ποσοστό ξαναέρχεται στα Τρίκαλα, κατά την διάρκεια του χρόνου

Δεν επαναλαμβάνουν την επίσκεψή τους στα Τρίκαλα, κατά την διάρκεια του χρόνου

**9. 3.4.** Παρακαλώ σημειώστε τον αριθμό ημερών που-κατά τη γνώμη σας-διανυκτερεύει η πλειοψηφία των επισκεπτών στον "Μύλο των Ξωτικών":

δεν διανυκτερεύουν, κάνουν ημερήσια επίσκεψη

1 με 2 ημέρες

3 με 5 ημέρες

6 με 10 ημέρες

Πάνω από 10 ημέρες

**10. 3.5.** Παρακαλώ σημειώστε τον τόπο που-κατά τη γνώμη σας-επιλέγει για την διαμονή του η πλειοψηφία των επισκεπτών στον "Μύλο των Ξωτικών":

Στην πόλη των Τρικάλων

Στην περιοχή της Καλαμπάκας

Στον ορεινό όγκο των Τρικάλων (Ελάτη, Περούλι, Νεραιδοχώρι) Στην περιοχή της λίμνης Πλαστήρα

Άλλο:

**11. 3.6.** Σημειώστε τους 3 σημαντικότερους λόγους που-κατά τη γνώμη σας-επηρεάζουν την επίσκεψη της πλειοψηφίας των επισκεπτών στον "Μύλο των Ξωτικών":

Φυλλάδια ταξιδιωτικών γραφείων

Διαφημίσεις σε τηλεοπτικούς-ραδιοφωνικούς σταθμούς, εφημερίδες, περιοδικά, κ.α.

Άρθρα σε εφημερίδες, περιοδικά, ηλεκτρονικά Μ.Μ.Ε-sites

- Επίσημη ιστοσελίδα της διοργάνωσης
- Συγγενείς-φίλοι
- Άλλο:

**12.** 3.7.Σημειώστε τις 3 κύριες δραστηριότητες που-κατά τη γνώμη σας- ενδιαφέρουν τους επισκέπτες, όταν επισκέπτονται τον "Μύλο των Ξωτικών":\*

- Περιήγηση στην πόλη των Τρικάλων-Επίσκεψη σε Αξιοθέατα-Μουσεία της πόλης
- Επίσκεψη στα Μετέωρα
- Ημερησία Εκδρομή -Επίσκεψη στην Λίμνη Πλαστήρα Χειμερινά σπορ στο Περτούλι
- Άλλο:

**13.** 3.8.Παρακαλώ σημειώστε τις αγορές που-κατά τη γνώμη σας-κάνει η πλειοψηφία των επισκεπτών κατά την παραμονή τους στον Νομό όταν επισκέπτονται τον "Μύλο των Ξωτικών":\*

- Αγορές τοπικών προϊόντων (τυρί, τσίπουρο, λουκάνικα, κρασί, κλπ)
- Αγορά αναμνηστικών ειδών (κάρτ-ποστάλ, souvenirs, κλπ)
- Αγορά ρούχων, παπουτσιών, κλπ Άλλο:

**14.** 3.9. Οι επισκέπτες του "Μύλου των Ξωτικών", συνήθως κάνουν αγορές:

- Κυρίως από τοπικά καταστήματα της πόλης των Τρικάλων και της Καλαμπάκας ή των σημείων του Νομού που επισκέπτονται
- Κυρίως από καταστήματα πολυεθνικών που φιλοξενεί η πόλη ή αλυσίδες καταστημάτων
- Από καταστήματα μέσα στο πάρκο
- Ισχύουν και τα τρία

### **Συμμετοχή των επαγγελματιών του τουρισμού στην διοργάνωση του "Μύλου των Ξωτικών"**

**15.** 4.1.Ως μέλη επαγγελματικών σωματείων της πόλης, συμμετέχετε στην λήψη αποφάσεων που αφορούν την ετησία διοργάνωση του θεσμού;

- Ναι
- Όχι
- Όχι όσο θα επιθυμούσαμε

**16.** 4.2.Οι επαγγελματίες του τουρισμού( ξενοδόχοι, ιδιοκτήτες χώρων εστίασης και ψυχαγωγίας, τα καταστήματα πώλησης δώρων και τοπικών προϊόντων), έχουν

ορισμένο όφελος από την διοργάνωση. Θεωρείτε ότι θα έπρεπε να έχουν κάποια οικονομική συμμετοχή στην διοργάνωση του θεσμού;

Ναι

Όχι

### 3. Η ανάδειξη της εξωστρεφούς ταυτότητας της πόλης των Τρικάλων

Η ανάδειξη της εξωστρεφούς ταυτότητας της πόλης των Τρικάλων από μία αναπτυξιακή εταιρεία. Η μελέτη περίπτωση του e-trikala.

1. 1. Η πόλη των Τρικάλων και η ευρύτερη περιοχή των Τρικάλων, αύξησε την ελκυστικότητά της και κατ' επέκταση την ανταγωνιστικότητά της με την διοργάνωση του θεματικού πάρκου "Ο Μύλος των Ξωτικών";

[Κάντε κλικ ή πατήστε εδώ για να εισαγάγετε κείμενο.](#)

2. 2. Η δημιουργία του θεματικού πάρκου "Ο Μύλος των Ξωτικών», βοήθησε στη δημιουργία μιας νέας θελκτικής εικόνας για την πόλη των Τρικάλων και στην επιτυχή μετάδοση αυτής, πέρα από τα όρια του Νομού;

[Κάντε κλικ ή πατήστε εδώ για να εισαγάγετε κείμενο.](#)

3. 3. Το όνομα της διοργάνωσης "Ο Μύλος των Ξωτικών", θεωρείται ότι συλλαμβάνει και μεταδίδει το πνεύμα της, σε κατοίκους και επισκέπτες και επίσης μεταδίδει ένα σαφές μήνυμα, σε επενδυτές, επιχειρήσεις, τουρίστες και εκδηλώσεις, τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο;

[Κάντε κλικ ή πατήστε εδώ για να εισαγάγετε κείμενο.](#)

4. 4. Μετά από τα 7 χρόνια λειτουργίας του, "Ο Μύλος των Ξωτικών" δημιούργησε για την πόλη των Τρικάλων, μια ταυτότητα προορισμού. Αυτό οφείλεται κυρίως:

Στο γεγονός ότι η διοργάνωση γίνεται σε ένα προσεγμένο και αξιόλογο χώρο, στον Μύλο Ματσοπούλου

Στον προσεκτικό σχεδιασμό της ετήσιας διοργάνωσης του "Μύλου των Ξωτικών" από τον Δήμο Τρικκαίων και το e-trikala

Στην ενεργή συμμετοχή όλων των κύριων παραγόντων και οργάνων της πόλης, οι οποίοι έχουν ενασχόληση με τον τουρισμό στην πόλη

Στην σημαντική διαδικτυακή παρουσία της πόλης ως χριστουγεννιάτικου προορισμού

Στο γεγονός ότι η πόλη των Τρικάλων, προσφέρει εκτός από την διοργάνωση του "Μύλου των Ξωτικών", εναλλακτικές δυνατότητες ημερήσιων εκδρομών προς τα Μετέωρα, την λίμνη Πλαστήρα, τους ορεινούς χειμερινούς προορισμούς της Νότιας Πίνδου (Ελάτη, Περτούλι κ.τ.λ.)

Το σύνολο των παραπάνω Άλλο:

**5.** 5.Θεωρείτε ότι μέσα από την λειτουργία ενός θεματικού πάρκου, όπως είναι "Ο Μύλος των Ξωτικών":

- η πόλη προσελκύει επισκέπτες και επενδυτές ενισχύεται η απασχόληση
- δημιουργούνται εισοδήματα
- ωφελούνται με αύξηση της επισκεψιμότητας και οι διπλανοί δήμοι Καλαμπάκας- Πύλης- Φαρκαδόνας -Λίμνης Πλαστήρα
- Το σύνολο των παραπάνω Άλλο:

**6.** 6.Με την πρώτη διοργάνωση του θεματικού πάρκου "Ο Μύλος των Ξωτικών", ξεκίνησε και η οργανωμένη διαφημιστική καμπάνια προώθησης του, με διάφορους τρόπους. Πιστεύετε ότι τα οφέλη αυτής της διαφημιστικής καμπάνιας λειτουργούν στην πόλη των Τρικάλων και πέραν του χρόνου λειτουργίας του θεματικού πάρκου;

- Ναι
- Όχι

**7.** 7. Θεωρείτε ότι το σύνολο των κοινωνικών και οικονομικών ομάδων της πόλης (κάτοικοι, επαγγελματίες του τουρισμού), ωφελούνται ισότιμα από την λειτουργία του θεσμού? Θεωρείτε ότι κάποια μερίδα δημοτών θίγεται από τη δημιουργία του πάρκου, και αν ναι ποια είναι αυτή; Θεωρείτε ότι κάποια μερίδα δημοτών ευνοείται από τη δημιουργία του πάρκου, και αν ναι ποια είναι αυτή;

Κάντε κλικ ή πατήστε εδώ για να εισαγάγετε κείμενο.

**8.** 8. Οι επαγγελματίες του τουρισμού (ξενοδόχοι, ιδιοκτήτες χώρων εστίασης και ψυχαγωγίας, τα καταστήματα πώλησης δώρων και τοπικών προϊόντων), έχουν όφελος από την διοργάνωση. Θεωρείτε ότι θα έπρεπε να έχουν κάποια οικονομική συμμετοχή στην διοργάνωση του θεσμού;

Κάντε κλικ ή πατήστε εδώ για να εισαγάγετε κείμενο.

**9.** 9. Το σύνολο των δράσεων των ψηφιακών έργων και οι προηγμένες ευρυζωνικές υπηρεσίες, που υλοποίησε το e-trikala, στην πόλη των Τρικάλων και η καθιέρωση της πόλης ως "SMART", θεωρείται ότι συντέλεσε στην επιτυχία του θεσμού του "Μύλου των Ξωτικών";

Κάντε κλικ ή πατήστε εδώ για να εισαγάγετε κείμενο.

**10.** 10. Οι σημαντικές χωρικές αναφορές των Τρικάλων: τα Μετέωρα, οι ορεινοί προορισμοί της Νότιας Πίνδου, η λίμνη Πλαστήρα θεωρείτε ότι συντέλεσαν στην επιτυχία του θεσμού του "Μύλου των Ξωτικών";

Κάντε κλικ ή πατήστε εδώ για να εισαγάγετε κείμενο.

**11.** 11.Ηεπιτυχία του θεσμού του "Μύλου των Ξωτικών", θεωρείτε ότι οδήγησε / «εξανάγκασε» την Δημοτική Αρχή της πόλης των Τρικάλων σε βελτίωση των δομών του οικιστικού της περιβάλλοντος (αναπλάσεις δημοτικών υποδομών -επαναχρήσεις εγκαταλειμμένων δημοτικών κτηρίων- βελτίωση υποδομών-καθαριότητα χώρων, κ.τ.λ.);

**12.** 12.Ποια νομίζετε ότι είναι η στάση των κατοίκων της πόλης, απέναντι στο θεσμό;

απολαμβάνουν το χριστουγεννιάτικο και κοσμοπολίτικο κλίμα της πόλης που δημιουργείται κατά την διάρκεια της διοργάνωσης και είναι φιλικοί με τους επισκέπτες

δυσαρεστούνται από την υπερβολική «φόρτωση» της πόλης με επισκέπτες, οχήματα, απορρίμματα, κ.τ.λ. και διαμαρτύρονται

Ισχύουν και τα δύο παραπάνω