



ΔΙΑΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ (ΔΔΠΜΣ)
“ ΤΟΠΙΚΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ”

ΤΜΗΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ

διπλωματική εργασία:
“Η ελκυστικότητα ως παράγοντας οικονομικής και
τοπικής ανάπτυξης. Μελέτη περίπτωσης Δήμου
Παλλήνης”

της φοιτήτριας:
Κατσιαούνου Ευαγγελίας
Α.Μ. 3033202005114

επιβλέπων καθηγητής:
Δ. Γεωργακέλλος

Αθήνα , Νοέμβριος 2021

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

Με την παρούσα δήλωση :

Δηλώνω ρητά και ανεπιφύλακτα ότι η διπλωματική εργασία που σας καταθέτω αποτελεί προϊόν δικής μου πνευματικής προσπάθειας, δεν παραβιάζει τα δικαιώματα τρίτων μερών και ακολουθεί τα διεθνώς αναγνωρισμένα πρότυπα επιστημονικής συγγραφής, τηρώντας πιστά την ακαδημαϊκή δεοντολογία.

Οι απόψεις που εκφράζονται αποτελούν αποκλειστικά ευθύνη της συγγραφέα και ο επιβλέπων, οι εξεταστές, το Τμήμα και το Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου δεν υιοθετούν κατ' ανάγκη τις εκφραζόμενες απόψεις ούτε φέρουν οποιαδήποτε ευθύνη για τυχόν λάθη και παραλείψεις.

Η δηλούσα

Κατσιαούνου Ευαγγελία

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση αυτής της Διπλωματικής Εργασίας, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου σε όλους όσους συνέβαλαν σ' αυτό. Ειδικότερα, ευχαριστώ τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Δημήτριο Γεωργακέλλο, για την καθοδήγηση που μου παρείχε κατά τη διάρκεια εκπόνησης της εργασίας μου, όπως επίσης και τους διδάσκοντες καθηγητές μου για τις γνώσεις και τα εφόδια που μου προσέφεραν κατά τη διάρκεια των σπουδών μου.

Ακόμη, νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω το Γενικό Γραμματέα του Δήμου Παλλήνης κ. Γεώργιο Τέντη για την ουσιαστική βοήθεια που μου έδωσε, ώστε να προσεγγίσω την αναπτυξιακή εικόνα του Δήμου.

Τέλος ένα μεγάλο ευχαριστώ στους ανθρώπους που συμμετείχαν στην έρευνα και αφιέρωσαν χρόνο για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου

Περίληψη

Στην παρούσα εργασία παρουσιάζονται στοιχεία που συνθέτουν την ελκυστικότητα ως παράγοντας οικονομικής και τοπικής ανάπτυξης. Μελετάται η περίπτωση του Δήμου Παλλήνης προκειμένου να αναδειχθούν οι πόλοι έλξης του: α) υλοποίηση έργων στο κτήμα «Καμπά» β) ανάπτυξη αποχετευτικού δικτύου γ) επέκταση του φυσικού αερίου δ) επιτάχυνση ολοκλήρωσης «Σχεδίου πόλης» και ε) αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος. Για την απάντηση ερευνητικών ερωτημάτων που αφορούν επιμέρους παράγοντες θελκτικότητας, πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα σε δείγμα επισκεπτών και κατοίκων. Από τα δεδομένα της έρευνας συμπεραίνεται ότι, υπάρχουν σημεία αναφοράς του Δήμου που συμβάλλουν θετικά στην τοπική ανάπτυξη, ενώ διαπιστώνονται και τομείς που επιδέχονται περαιτέρω βελτίωση.

Λέξεις – Κλειδιά:

Ελκυστικότητα, τοπική ανάπτυξη, πόλοι έλξης, Δήμος Παλλήνης, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Abstract

This study was written with the purpose of analyzing attractiveness as a factor of economical and local development. It focuses on the example of the Municipality of Pallini as it presents its main attracting poles a) reconstruction and repurpose works on the “Kampa estate” b) construction of sewage system c) extension of the natural gas system d) completion of “The City Development Plan” and e) upgrade of the overall urban environment. Furthermore, to acquire information regarding additional attractiveness factors, quantitative research was conducted on a sample of residents and tourists of the Municipality of Pallini. From the data collected it became apparent that there are key factors regarding the Municipality that affect positively its local development and flourishing and also areas to be further improved where pointed out.

Keywords:

attractiveness, local development, attracting poles, Municipality of Pallini, competitive advantage

Περιεχόμενα

Περίληψη	iii
Abstract	iv
Περιεχόμενα.....	v
Κατάλογος Πινάκων	vii
Κατάλογος Γραφημάτων	vii
Κατάλογος Εικόνων.....	vii
Κεφάλαιο 1	1
Εισαγωγή	1
1.1 Σκοπός της Εργασίας-Ερευνητικά ερωτήματα	3
1.2 Δομή εργασίας.....	4
Κεφάλαιο 2	5
Θεωρητικό Πλαίσιο	5
2.1 Ορισμός της Ελκυστικότητας	7
2.2 Ορισμός της Τοπικής Ανάπτυξης.....	10
2.3 Ορισμός του Τουρισμού.....	11
2.4 Ορισμός του Καταναλωτή.....	13
Κεφάλαιο 3	14
Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	14
3.1 Μάρκετινγκ Πόλης.....	14
3.2 Ελκυστικότητα Πόλης.....	16
3.3 Παράγοντες ελκυστικότητας.....	19
3.4 Ελκυστικότητα και Καταναλωτές	21
3.4.1 Εμπορικές δραστηριότητες.....	22
3.4.2 Κάτοικοι	22
3.4.3 Επισκέπτες	23
Κεφάλαιο 4	24
Μελέτη περίπτωσης Δήμου Παλλήνης.....	24
4.1 Γεωμορφολογικά Χαρακτηριστικά	24
4.1.1 Φυσιογνωμία του Δήμου	25
Δήμος Παλλήνης (2021)	27
Δήμος Παλλήνης (2021)	27

4.2 Η ελκυστικότητα Δήμου Παλλήνης.....	28
4.3 Πόλοι έλξης Δήμου Παλλήνης.....	32
4.3.1 Επένδυση στο Κτήμα Καμπά – Οφέλη	32
4.3.1.1 Ιστορική ανασκόπηση.....	32
4.3.1.2 Το κτήμα Καμπά ως περιοχή Οργανωμένης Ανάπτυξης Παραγωγικών Δραστηριοτήτων (Π.Ο.Α.Π.Δ.)	34
4.3.2 Κατασκευή δικτύου αποχέτευσης	37
4.3.3 Δίκτυο φυσικού αερίου.....	39
4.3.4 Η ένταξη της Δ.Ε Ανθούσας και Δ.Ε. Παλλήνης στο Σχέδιο Πόλης.....	41
4.3.5 Αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος.....	43
4.3.5.1 Ανάπτυξη αστικού άλσος Πανοράματος	43
4.3.5.2 Ανάπτυξη αστικού δάσους Κάντζας.....	44
4.3.5.3 Περιβαλλοντική διαδρομή Ρέματος Παναγίτσας (πάрко πόλης)	44
4.3.5.4 Πάρκα τσέπης	45
Κεφάλαιο 5:	47
Μεθοδολογία της έρευνας	47
5.1 Είδος έρευνας	47
5.1.1 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου	47
5.1.2 Περιορισμοί της έρευνας	48
5.2 Αποτελέσματα έρευνας	49
5.2.1 Ανάλυση αποτελεσμάτων.....	49
5.2.2 Συμπεράσματα έρευνας	55
Κεφάλαιο 6	56
6.1 Συμπεράσματα	56
6.2 Προτάσεις.....	58
Παράρτημα Έντυπο Ερωτηματολογίου	59
Βιβλιογραφία	64
Ελληνική	64
Ξενόγλωσση	64
Διαδικτυακοί Τόποι / Ιστοσελίδες.....	67

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 3. 1 Οικονομία βασισμένη σε Πόρους / Γνώση - Χαρακτηριστικά	18
Πίνακας 4. 1 Γεωγραφικά Στοιχεία Δήμου Παλλήνης	25
Πίνακας 4. 2 Γενικά Πολεοδομικά Σχέδια (Γ.Π.Σ.) Δ. Παλλήνης	30
Πίνακας 4. 3 Πληθυσμιακή αποτύπωση μόνιμου πληθυσμού (απογραφή 2001).....	31
Πίνακας 4. 4 Πληθυσμιακή αποτύπωση μόνιμου πληθυσμού (απογραφή 2011).....	31
Πίνακας 5. 1 Φύλο	49
Πίνακας 5. 2 Ηλικία	49
Πίνακας 5. 3 Οικογενειακή Κατάσταση	49
Πίνακας 5. 4 Ικανοποίηση για τη Αγορά στην Πόλη	50
Πίνακας 5. 5 Ικανοποίηση για την Προσιτότητα της Πόλης.....	51
Πίνακας 5. 6 Ικανοποίηση για την Διασκέδαση στην Πόλη	52
Πίνακας 5. 7 Ικανοποίηση για τις Δραστηριότητες στην Πόλη	53
Πίνακας 5. 8 Ικανοποίηση για το Περιβάλλον της Πόλης	54

Κατάλογος Γραφημάτων

Γράφημα 5. 1 Φύλο.....	49
Γράφημα 5. 2 Ηλικία	49
Γράφημα 5. 3 Οικογενειακή κατάσταση	49
Γράφημα 5. 4 Ικανοποίηση για την Αγορά στην Πόλη	50
Γράφημα 5. 5 Ικανοποίηση για τη Προσιτότητα της Πόλης	51
Γράφημα 5. 6 Ικανοποίηση για την διασκέδαση στην Πόλη.....	52
Γράφημα 5. 7 Ικανοποίηση για τις Δραστηριότητες στην Πόλη.....	53
Γράφημα 5. 8 Ικανοποίηση για το Περιβαλλον της Πόλης.....	54

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 4. 1 Η γεωγραφική θέση του Δήμου Παλλήνης	24
Εικόνα 4. 2 Παλιά φωτογραφία της περιοχής.....	27
Εικόνα 4. 3 Παλιά φωτογραφία της περιοχής.....	27
Εικόνα 4. 4 Τοποθεσία Κτήματος Καμπά	33
Εικόνα 4. 5 Το παλιό οινοποιείο Καμπά.....	33
Εικόνα 4. 6 Καλλιτεχνική απεικόνιση (1) έργων Κτήματος Καμπά	34
Εικόνα 4. 7 Καλλιτεχνική απεικόνιση (2) έργων Κτήματος Καμπά	35
Εικόνα 4. 8 Καλλιτεχνική απεικόνιση (3) έργων Κτήματος Καμπά	35
Εικόνα 4. 9 Δίκτυο Φυσικού Αερίου	40
Εικόνα 4. 10 Ανθούσα , Σχέδιο Πόλεως.....	41
Εικόνα 4. 11 Αστικό άλσος Πανοράματος	44
Εικόνα 4. 12 Πάρκο τσέπης υπό κατασκευή	46

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

Η τοπική ανάπτυξη επηρεάζεται από τις μεταβαλλόμενες συνθήκες που δημιουργεί η παγκοσμιοποίηση. Η σωστή διαχείριση των αλλαγών λόγω της παγκοσμιοποίησης επιτυγχάνεται με την αντιμετώπιση ζητημάτων που αφορούν την ελκυστικότητα του τόπου (Liulov O. V., Moskalenko B. A. , 2019). Η ελκυστικότητα ενός τόπου προσδιορίζεται με τους παράγοντες εκείνους, που κάνουν τον τόπο που ζούμε πιο θελκτικό αλλά και αυτούς που συμβάλλουν στη δημιουργία ενός τόπου, που θα είναι ελκυστικός και για τους άλλους. Η παγκοσμιοποίηση στοχεύει στην δημιουργία ελκυστικών περιβαλλόντων μέσα στα οποία θα ζούμε και συμβάλλει στην αύξηση του ανταγωνισμού για επιχειρήσεις , κατοίκους, εργατικό δυναμικό ενώ δημιουργούνται και νέοι τρόποι μετακίνησης (Sekerin V. D. *et al* , 2018). Αυτό σημαίνει ότι η ελκυστικότητα μιας τοποθεσίας είναι ένας σημαντικός παράγοντας για να προσελκύσει εταιρείες και κατοίκους, όπου από δημοτική άποψη, μπορεί να συνεπάγεται τον ανταγωνισμό με άλλους δήμους. Η προσέλκυση εταιρειών και επενδύσεων στον δήμο, καθώς και η προσέλκυση νέων κατοίκων ή επισκεπτών, είναι άκρως σημαντικά σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον, καθώς η αυξημένη συλλογή φόρων λόγω του αυξανόμενου αριθμού κατοίκων και επιχειρήσεων, καθιστά εφικτή τη λειτουργία δημοτικών επιχειρήσεων και διευρύνει την ικανότητα παροχής υπηρεσιών (Liulov O. V., Moskalenko B. A. , 2019).

Στην προσπάθεια να ορίσουμε την ελκυστικότητα θα πρέπει να αναφερθούμε στην επιχειρηματική ανάπτυξη, στο μάρκετινγκ πόλης, στον τουρισμό, στη παροχή υπηρεσιών, τα οποία είναι ζητήματα ανταγωνισμού των δήμων επί μακρόν. Στο πλαίσιο εξέτασης της έννοιας της ελκυστικότητας είναι δύσκολο να ορισθούν και να καθοριστούν ποια θέματα άπτονται μελέτης. Περιλαμβάνει, τόσο μεγάλα, όσο και δευτερεύοντα ζητήματα, πράγμα που σημαίνει ότι μπορεί να υπάρχουν πολλοί τρόποι για τη μελέτη της πολιτικής του δήμου για την ανάπτυξη της ελκυστικότητας της τοποθεσίας στην πράξη (Liulov O. V., Moskalenko B. A. , 2019). Η αφετηρία μας είναι, ότι αυτά τα ζητήματα εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τις δυνατότητες των ΟΤΑ να επηρεάσουν τα χαρακτηριστικά της περιοχής τους και ως εκ τούτου, να αναθεωρήσουν τις διαμορφωμένες συνθήκες υπό το πλαίσιο του εφικτού. Αφορά επίσης θέματα

σχετικά με την αλλαγή, δηλαδή την επανεξέταση των δυνατών αδύνατων σημείων, δικτύων, πόρων, προσεγγίσεων και οραμάτων (Kotler P. and Zaltman G. , 1971).

Αυτό σημαίνει ότι μέσω του επαναπροσδιορισμού και της αναθεώρησης των κρατουσών αντιλήψεων πρέπει να εξεταστεί ποια μέρη είναι επαρκώς διαμορφωμένα και ποια μέρη πρέπει να αλλάξουν, καθώς και πώς μπορεί να αναπτυχθεί η τοπική κουλτούρα ώστε να ενισχυθεί η θελκτικότητα της τοποθεσίας τόσο για εκείνους που ήδη διαμένουν, όσο και για επισκέπτες ή νέους κατοίκους.(Liulov O. V., Moskalenko B. A. , 2019). Τόσο ο όρος ελκυστικότητα, όσο και οι επιπτώσεις της, είναι από τη φύση τους δύσκολο να οριοθετηθούν, καθώς υπάρχει μια μακρά σειρά θεμάτων που συμβάλλουν από κοινού στην αύξηση της ελκυστικότητας, τα οποία κάνουν τον δήμο να φαίνεται πιο ελκυστικός τόπος διαμονής, για επίσκεψη ή εγκατάσταση επιχείρησης. Η μεγάλη αύξηση του πληθυσμού στα αστικά κέντρα όπως βλέπουμε στις σύγχρονες πόλεις, όπου παρατηρείται συγκέντρωση σε ποσοστό μεγαλύτερο του 50% του παγκόσμιου πληθυσμού με πρόβλεψη να φτάσει πάνω από 70% στα μέσα του 21^{ου} αιώνα, αναδύει ερωτηματικά για τη βιώσιμη αστική διαχείριση. Οι πόλεις βρίσκονται μπροστά σε μεγάλες προκλήσεις, στο πλαίσιο νέων οικονομικών συνθηκών, δημογραφικών καταστάσεων, (υπογεννητικότητα, μετανάστευση, κοινωνίες με συνεχώς αυξανόμενο όριο ηλικίας), περιβαλλοντικών αλλαγών (ρύπανση, αλλαγή κλίματος) και επιπτώσεων των νέων τεχνολογιών (Romaο *et al* , 2018).

Οι σύγχρονες πόλεις δεν είναι μόνο η κινητήρια δύναμη για οικονομική ανάπτυξη και τεχνολογική πρόοδο, αλλά ακόμα - ιδιαίτερα στην εποχή μας της παγκόσμιας μαζικής κινητικότητας - αποτελεσματικοί μαγνήτες για επισκέπτες και επιχειρηματίες. Τις τελευταίες δεκαετίες, ο τουρισμός - τόσο εγχώριος όσο και διεθνής - έχει δείξει σταθερή παγκόσμια αύξηση, καθιστώντας τον μέρος ενός νέου τρόπου ζωής. Σήμερα, ωστόσο, με τη μαζική χειραφέτηση των τουριστών, παρατηρούμε τη μετάβαση από «χαρούμενους λίγους» τουρίστες στον μαζικό τουρισμό στον οποίο κυριαρχούν οι μεγάλες ελκυστικές πόλεις (π.χ. μεγαλουπόλεις, όπως η Νέα Υόρκη, το Λονδίνο, το Παρίσι και το Τόκιο), αλλά και μεσαίου μεγέθους πόλεις (όπως το Άμστερνταμ, η Στοκχόλμη και η Γενεύη) (Takhumova *et al* , 2018).

Η παρούσα εργασία στοχεύει να αναλύσει ποσοτικά και ποιοτικά τους παράγοντες που επηρεάζουν την αστική ελκυστικότητα των επισκεπτών, κατοίκων και επενδυτών. Θα προσπαθήσουμε να εντοπίσουμε και να αναλύσουμε κάποια

χαρακτηριστικά του Δήμου Παλλήνης , ενός αστικού Δήμου της Ανατολικής Αττικής, που μπορούν να λειτουργήσουν σαν παράγοντες αύξησης της ελκυστικότητας και κατ' επέκταση της τοπικής ανάπτυξης.

1.1 Σκοπός της Εργασίας-Ερευνητικά ερωτήματα

Η παρούσα εργασία στοχεύει να αποσαφηνίσει την έννοια της ελκυστικής πόλης και τη σημασία της για μια επιτυχημένη οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας. Σκοπός της μελέτης είναι να εμβαθύνει στο Δήμο Παλλήνης και να επικεντρωθεί στους πόλους έλξης του Δήμου όπως για παράδειγμα:

- υλοποίηση έργων στο Κτήμα Καμπά
- ανάπτυξη αποχετευτικού δικτύου
- επέκταση του φυσικού αερίου
- επιτάχυνση ολοκλήρωσης Σχεδίου Πόλης
- αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος

οι οποίοι θα συνεισφέρουν στην τοπική και οικονομική ανάπτυξη της περιοχής. Θα γίνει αναφορά στην απογραφή πληθυσμού των ετών 2001 και 2011, με την οποία αποτυπώνεται η διαφορά προσέλκυσης των κατοίκων στην Δ.Ε. Γέρακα. Επίσης διερευνώνται κάποια επιμέρους στοιχεία θελκτικότητας, με τη μορφή ερευνητικών ερωτημάτων, που απαντώνται μέσω δειγματοληπτικής έρευνας, όπως :

- Σε ποιο βαθμό υπάρχει ικανοποίηση για το μέγεθος, την ποικιλία και το ωράριο των καταστημάτων στην πόλη.
- Πόσο ικανοποιητική είναι η προσιτότητα της πόλης, χρησιμοποιώντας ΙΧ αυτοκίνητα ή Μέσα Μαζικής Μεταφοράς.
- Πως κρίνεται η ψυχαγωγία και η διασκέδαση στην πόλη.
- Οι εκδηλώσεις και οι δραστηριότητες που συμβαίνουν στην πόλη είναι ικανοποιητικές;
- Η ενυπάρχουσα φύση και η αρχιτεκτονική σε τι βαθμό δημιουργούν ένα ωραίο περιβάλλον στην πόλη.

1.2 Δομή εργασίας

Στο πρώτο κεφάλαιο, της παρούσας εργασίας, θα παρουσιάσουμε το σκοπό για τον οποίο πραγματοποιήθηκε, τα επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα και τη δομή της.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, θα αναλύσουμε τον όρο της «ελκυστικότητα» και ποιος είναι ο ρόλος της στην ανάπτυξη επενδύσεων μιας περιοχής. Θα καταθέσουμε απόψεις επιστημόνων σχετικά με την σύνδεση «ελκυστικότητα» και «προορισμού». Θα προσπαθήσουμε να προσεγγίσουμε την έννοια της «τοπικής ανάπτυξης» και πως αυτή επιτυγχάνεται σε έναν τόπο. Θα αναφερθούμε στον «τουρισμό» και στην αξία που προσδίδει στην ελκυστικότητα της πόλης.

Στο τρίτο κεφάλαιο, θα περιγράψουμε την ταυτότητα του «μάρκετινγκ» και θα διατυπώσουμε θεωρίες που αναπτύχθηκαν για το ρόλο και την εφαρμογή του στις πόλεις. Θα αναφερθούμε στην επίδραση της ελκυστικότητας σε ομάδες-στόχους, καθώς και στους παράγοντες που την επηρεάζουν.

Το τέταρτο κεφάλαιο, αποτελεί τη μελέτη περίπτωσης του Δήμου Παλλήνης, στο οποίο θα αναπτύξουμε πέντε πόλους έλξης του Δήμου, που στοχεύουν στη οικονομική και τοπική ανάπτυξή του, περιγράφοντας ταυτόχρονα και τη φυσιογνωμία του.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, προκειμένου να διερευνήσουμε κάποια επιμέρους στοιχεία θελκτικότητας της περιοχής θα παρουσιάσουμε τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε σε ένα δείγμα 50 κατοίκων και 50 επισκεπτών που έγινε με απλή τυχαία δειγματοληψία.

Στο τελευταίο κεφάλαιο ακολουθούν τα συμπεράσματα της εργασίας που διενεργήθηκε καθώς και κάποιες προτάσεις η διερεύνηση των οποίων θα έδινε τη δυνατότητα περαιτέρω έρευνας.

Κεφάλαιο 2

Θεωρητικό Πλαίσιο

Εξαιτίας της παγκοσμιοποίησης, παρατηρείται μία αλλαγή του ανταγωνισμού από το επίπεδο των τιμών στο επίπεδο της ποιότητας. Η δημιουργία επενδύσεων έχει αυξηθεί, με τους επενδυτές να αναζητούν φθηνά αλλά και παραγωγικά εργατικά χέρια, να δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στις τεχνολογικές δεξιότητες και το τοπικό μερίδιο αγοράς να μεγαλώνει, γεγονός που απαιτεί μια αξιόπιστη φυσική υποδομή, αποτελεσματική δημόσια διοίκηση, σταθερό πολιτικό και θεσμικό περιβάλλον. (Kulczycka J., *et al* , 2017).

Η αναζήτηση τοποθεσιών που θα λειτουργήσουν ως νέοι στόχοι ανάπτυξης, γίνεται με βάση την ελκυστικότητα του κοινωνικοπολιτικού περιβάλλοντος. Η διευκόλυνση ανάπτυξης τοπικών και περιφερειακών αγορών, η εξασφάλιση ενός σταθερού οικονομικού και πολιτικού περιβάλλοντος καθώς και η δημιουργία ενός σταθερού θεσμικού και πολιτικού πλαισίου, είναι οι προϋποθέσεις για τη «μεταφορά γνώσεων» και την βελτίωση των προσόντων των εργαζομένων. (Dzwigol H., *et al* , 2019).

Η ανάλυση του προβλήματος της ελκυστικότητας της πόλης για επενδύσεις, απαιτεί εκτεταμένη αντίληψη των αστικών λειτουργιών. Με την πρόσφατη επικρατούσα τάση της μεταφοράς των πόλεων από τα κέντρα παραγωγής και κατανάλωσης, σε αστικά κέντρα δημιουργικότητας και κατανάλωσης, διευρύνεται η κατανόηση της πόλης έλξης, που έχει σχεδιαστεί για να εργάζεται και να ζει κάποιος. (Vasilieva *et al* , 2017).

Η ελκυστικότητα των επενδύσεων, είναι μια μορφή ελκυστικότητας που έχει σαν σκοπό να προσελκύσει επιχειρήσεις σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Η ελκυστικότητα στην επιστημονική βιβλιογραφία (Lagoudis *et al* , 2019), θεωρείται η ικανότητα της πόλης να διατηρεί τους πόρους που διαθέτει και να αποκτά νέους, εξασφαλίζοντας έτσι ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες πόλεις και διασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο την τοπική ανάπτυξή της. Ο ορισμός αυτός της ελκυστικότητας υποδηλώνει ότι είναι μια «κυκλική διαδικασία» (Ziyadin *et al* , 2019),

καθώς μια ελκυστική πόλη προσεγγίζει συγκεκριμένες ομάδες-στόχους (νέοι κάτοικοι, τουρίστες, επιχειρήσεις) και το αποτέλεσμα αυτής της ελκυστικότητας, προσδιορίζει το περαιτέρω αποτέλεσμα. Η επιστημονική κοινότητα εξετάζει την ελκυστικότητα των επενδύσεων σαν μια δυναμική διαδικασία. Υπάρχει μια συνεχή προσπάθεια από την πλευρά της περιοχής, να διατηρήσει την ελκυστικότητά της αλλά και να αποτρέψει την πρόθεση των επενδυτικών εταιρειών να αναπτύξουν δραστηριότητα σε άλλες πόλεις. (Lordkipanidze *et al* , 2019). Η θέση προορισμού πετυχαίνει να πείσει έναν δυνητικό επενδυτή για τα κέρδη της εκμετάλλευσης που θα αποκομίσει από την ελκυστικότητά του.

Η ελκυστικότητα των επενδύσεων αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό χαρακτηριστικό για κάθε πόλη, αφού ένα φιλικό και πολιτικοοικονομικό σταθερό περιβάλλον προς τις επιχειρήσεις, θεσπίζει ιδανικές συνθήκες για την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, ασφάλεια για τις επενδύσεις, αύξηση του εισοδήματος του πληθυσμού, καθορίζοντας έτσι την οικονομική ανάπτυξη του τόπου. Η προσβασιμότητα ενός εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού βοηθάει στην ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρήσεων, δίνοντας έτσι προστιθέμενη αξία στην πόλη και δημιουργώντας ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι άλλων πόλεων (Kronenberg *et al* , 2020). Η ελκυστικότητα για επενδύσεις επικεντρώνεται όχι μόνο στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων στην πόλη, αλλά και στο να ενθαρρύνει επιχειρήσεις που ήδη δραστηριοποιούνται, να παραμείνουν και να εξελιχθούν, ώστε να έχουν το επιθυμητό για αυτές αποτέλεσμα. Σε αυτό συμβάλλουν η διατήρηση ενός φιλικού περιβάλλοντος προς τους επενδυτές και οι κοινωνικοί παράγοντες της ελκυστικότητας της πόλης, καθώς οι επιχειρηματίες ενδιαφέρονται να διατηρήσουν το εξειδικευμένο προσωπικό και όταν μεγαλώσουν την επιχείρησή τους να αποκτήσουν νέους υπαλλήλους με στόχο να ζήσουν στον τόπο δραστηριοποίησης της εταιρείας. Οι επιστήμονες καταλήγουν ότι η κερδοφορία δεν είναι πλέον ο μοναδικός στόχος των εταιρειών. Αξιολογούν το φιλικό προς τις επιχειρήσεις περιβάλλον της πόλης και ότι οι επενδυτές εστιάζουν στη ελάττωση του κινδύνου και κόστους. Ένα ευνοϊκό περιβάλλον για την έναρξη και την εγκατάσταση της επιχείρησης αποδίδει οφέλη σε όλη την κοινότητα. Ο ανταγωνισμός προάγει την καινοτομία και τη βελτίωση της παραγωγικότητας ώστε να δημιουργείται προστιθέμενη αξία τόσο για τους απασχολούμενους όσο και για πελάτες. (Snieska *et al* , 2019).

Συνοψίζοντας την αξιολόγηση της ελκυστικότητας των αστικών επενδύσεων που παρέχεται σε επιστημονικές πηγές, είναι δυνατόν να διατυπωθεί ο ορισμός της ελκυστικής πόλης για επενδύσεις: Μια πόλη όπου το περιβάλλον είναι ευνοϊκό για επενδύσεις, υπάρχουν οι φυσικοί πόροι της διαθέσιμης περιοχής και η συγκέντρωση του εργατικού δυναμικού. Ένα ευνοϊκό επενδυτικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από ένα σταθερό θεσμικό πλαίσιο, το βέλτιστο φορολογικό σύστημα και μια ανεπτυγμένη φυσική υποδομή (Dzwigol H. *et al* , 2019).

2.1 Ορισμός της Ελκυστικότητας

Η ελκυστικότητα συχνά ορίζεται με αναφορά στα χαρακτηριστικά ενός συγκεκριμένου στοιχείου που το καθιστούν ελκυστικό, για ένα συγκεκριμένο ποσοστό πληθυσμού. Μπορεί λοιπόν να υποστηριχθεί ότι εάν πρέπει για παράδειγμα, να ληφθούν υπόψη κάποια χαρακτηριστικά του τουριστικού προορισμού, το τουριστικό αξιοθέατο πρέπει απαραίτητα να έχει χαρακτηριστικά που είναι ενδιαφέροντα και ελκυστικά για το δυναμικό τουρισμό. Η ελκυστικότητα συχνά ορίζεται με σημείο αναφοράς τα χαρακτηριστικά ενός συγκεκριμένου προορισμού. Για παράδειγμα, ενώ ορισμένοι μελετητές αξιολογούν την ελκυστικότητα του τουρισμού ερευνώντας τους πόρους που υπάρχουν και τα αξιοθέατα των τουριστικών προορισμών (Backman S. *et al* , 1991) και Ferrario F. (1979), άλλη ομάδα επιστημόνων εξερευνά τις αντιλήψεις των τουριστών για τους πόρους προορισμού και τα αξιοθέατα. (Hu Y. and Ritchie J. , 1993) και Kim H. (1998). Περαιτέρω, η ενσωμάτωση των δύο θεμάτων σε μια ενιαία εμπειρική μελέτη βρέθηκε σε προηγούμενες έρευνες, στις οποίες συμμετείχαν ερωτηθέντες που είχαν μεγάλη εμπειρία στην αντιμετώπιση των τουριστών, παρά ίδιοι τουρίστες (Formica S. and Uysal M. , 2006). Η οριοθέτηση αυτή της έννοιας των χαρακτηριστικών προορισμού αντιπροσωπεύει αυτό που αναφέρεται ως «με γνώμονα την προσφορά» προσέγγιση της ελκυστικότητας. Έτσι, η ελκυστικότητα είναι μια ελκτική δύναμη που προσελκύει τουρίστες ως αποτέλεσμα από τα «Συνολικά αξιοθέατα που υπάρχουν σε ένα δεδομένο μέρος σε μια συγκεκριμένη στιγμή» (Formica S. and Uysal M. , 2006). Δεδομένης αυτής της προσέγγισης, ένας προορισμός είναι «προμηθευτής χωρικών τουριστικών υπηρεσιών με ξεχωριστή ελκυστικότητα» (Cracolici M & Nijkamp P. , 2009). Διαφορετική προσέγγιση για την ελκυστικότητα,

εστιάζει αντίθετα στον τουρίστα έναντι του προορισμού και δύναται να ειπωθεί ότι είναι «οδηγείται από την ζήτηση» (Formica S. and Uysal M. , 2006).

Συνεπώς η ελκυστικότητα είναι συνδυασμός της ικανότητας του προορισμού να ικανοποιήσει τις ανάγκες του και να προσφέρει προσωπικά οφέλη (Mayo E.& Jarvis L. , 1981). Αυτή η πολύπλευρη φύση ενός προορισμού οδηγεί στην πρόκληση της αντιστοίχισης τουριστικών πόρων και αξιοθέατων, με τουριστικά κίνητρα και προτιμήσεις, όπως παρατίθενται από τους Formica S. and Uysal M. (2006). Η ελκυστικότητα του τουριστικού προορισμού έχει καθοριστεί εκτενώς από τους μελετητές Mayo E.& Jarvis L. (1981) , προσδιορίζοντάς την και συνδέοντάς την με τη διαδικασία λήψης αποφάσεων των ταξιδιωτών και τα συγκεκριμένα οφέλη που προκύπτουν για τους ταξιδιώτες. Ορίζουν την έννοια της ελκυστικότητας του προορισμού ως «συνδυασμός της σχετικής σημασίας των ατομικών παροχών και την αντιληπτή ικανότητα του προορισμού να προσφέρει ατομικό όφελος ». Η ικανότητα αυτή ενισχύεται από ορισμένα χαρακτηριστικά ενός προορισμού που τον προσδιορίζουν, όπως μνημεία, κοινωνικές υποδομές, παρεχόμενες υπηρεσίες, άτομα που τις παρέχουν. Επίσης, ο Van Raaij W. (1986) είδε έναν τουριστικό προορισμό σαν σύνολο χαρακτηριστικών που είναι εν μέρει "δεδομένα" και εν μέρει "ανθρωπογενή".

Στο «δεδομένο» μέρος, υπάρχει ένας αριθμός φυσικών χαρακτηριστικών ενός τουριστικού προορισμού, όπως το κλίμα, το τοπίο, οι παραλίες, τα βουνά, τα ιστορικά-πολιτιστικά κτίρια κ.α., όπου υπάρχουν χαρακτηριστικά όπως ξενοδοχειακές και μεταφορικές εγκαταστάσεις, πακέτα περιηγήσεων και εγκαταστάσεις για αθλήματα και αναψυχή, οι οποίες μπορούν να προσαρμοστούν στις προτιμήσεις των πελατών, υπό την επιφύλαξη περιορισμών του προϋπολογισμού. Οι Hu και Ritchie (1993) αναφέρονται στην ελκυστικότητα ενός ταξιδιωτικού προορισμού ως «τα συναισθήματα, οι πεποιθήσεις και οι απόψεις που έχει ένα άτομο για την αντιληπτή ικανότητα ενός προορισμού να παρέχει ικανοποίηση σε σχέση με τις ιδιαίτερες ανάγκες διακοπών του». Υποστηρίζουν ότι ένας τουριστικός προορισμός, είναι συνδυασμός χαρακτηριστικών προορισμού, κυρίως τουριστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών του. Αυτή η παρατήρηση συμφωνεί με τους Leiper N.(1990) και Vengesayi S. *et al.* (2009), οι οποίοι θεωρούν ότι, η ελκυστικότητα του προορισμού, είναι οι απόψεις των επισκεπτών σχετικά με την ικανότητα του προορισμού να ικανοποιήσει τις ανάγκες ή τους στόχους τους. Ανεξάρτητα από τη σημασία των χαρακτηριστικών προορισμού, ο

όρος ορίζεται ως το σύνολο πεποιθήσεων, ιδεών και εντυπώσεων που έχει ένας τουρίστας για μια θέση (Kotler P *et al* , 1993).

Οι Lue, C. *et al* (1996) αναγνωρίζουν περαιτέρω την ελκυστικότητα ως «κάτι που αναγνωρίζεται από τα άτομα, σαν παράγοντας που επηρεάζει τη λήψη αποφάσεων για ταξίδια αναψυχής», ενώ ο Kim H.(1998) αντιλαμβάνεται την ελκυστικότητα του τουριστικού προορισμού ως ένα πακέτο τουριστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών. Η ελκυστικότητα του προορισμού, θεωρείται ως μέρος ή γεωγραφική περιοχή που προσφέρει ένα συνδυασμό τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών (Buhalis D. , 2000) με φυσικά και διοικητικά όρια που καθορίζουν τη διαχείρισή του, για την ανταγωνιστικότητα της αγοράς. Ο Buhalis D. (2000) επεξηγεί περαιτέρω ότι εμπεριέχει το σύνολο των εγκαταστάσεων και υπηρεσιών που παρέχονται σε τοπικό επίπεδο, συνολικά με τους κοινωνικο-πολιτιστικούς, περιβαλλοντικούς πόρους και δημόσια αγαθά. Ο Vengesai S. (2003) αναφέρεται στην ελκυστικότητα ως να αντανακλά τα «συναισθήματα και τις απόψεις των επισκεπτών σχετικά με την αντιληπτή ικανότητα του προορισμού να ικανοποιήσει τις ανάγκες τους». Οι Cracolici M.& Nijkamp P (2009) μιλούν ομοίως για «το βαθμό στον οποίο η διαθεσιμότητα, η ποιότητα και η διαχείριση των τοπικών τουριστικών υπηρεσιών ικανοποιεί τις ανάγκες του πελάτη». Ο Krešić D. (2007) αναφέρεται στην ελκυστικότητα καθώς περιέχει «εκείνα τα χαρακτηριστικά ενός τουριστικού προορισμού που, με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, προσελκύουν ή παρακινούν τους τουρίστες να τους επισκεφθούν». Ο Cho V. (2008) αναφέρει με παρόμοιο τρόπο, ότι η ελκυστικότητα «είναι ένας συγκεντρωτικός δείκτης χαρακτηριστικών που κάνουν μια συγκεκριμένη τοποθεσία ελκυστική ως δυνητικό προορισμό για τους ταξιδιώτες». Το πλήθος των χαρακτηριστικών που θα μπορούσαν να αυξήσουν την επιλογή του προορισμού για τους τουρίστες είναι δυνητικά μεγάλο. Οι Krešić D. & Prebežac D. (2011) αναφέρουν ότι πρόκειται για διακριτά χαρακτηριστικά προορισμού με δυνατότητα προσέλκυσης επισκεπτών, ενώ οι Lee, *et al* (2009) παρέχουν μια περίληψη ότι η ελκυστικότητα ενός προορισμού προσδιορίζεται μοναδικά από την υπερπροσφορά του. Κατά τους Formica S.(2002) & Tam B (2012) δημιουργείται η ανάγκη να προσδιοριστούν, ποια χαρακτηριστικά προδιαθέτουν τους ανθρώπους σε μια σίγουρη τουριστική δραστηριότητα και τους οδηγούν στη συνέχεια να επιλέξουν έναν προορισμό έναντι ενός άλλου.

2.2 Ορισμός της Τοπικής Ανάπτυξης

Η τοπική ανάπτυξη συνδέεται από τη φύση της με την πολυδιάστατη έννοια της αλλαγής, που συνδυάζει οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές πτυχές (Sadowski A., Wojcieszak M. M. , 2019).

Η έννοια της ανάπτυξης ορίζεται ως η ισορροπία μεταξύ αλληλοσυγκρουόμενων αλλά ταυτόχρονα αλληλεξαρτώμενων θεωρήσεων και συμφερόντων διαφορετικών ομάδων του πληθυσμού. Δεν έχει μονοσήμαντο ορισμό αλλά εξαρτάται από την ομάδα του πληθυσμού. Οι ορισμοί της τοπικής ανάπτυξης δεν είναι συγκλίνοντες αλλά είναι ανταγωνιστικοί και πολλές φορές συγκρούονται μεταξύ τους γιατί ο καθένας επιδιώκει το προσωπικό όφελος και όχι το συνολικό όφελος. Στη σύγκρουση αγνοείται συχνά η εξάρτηση που έχουν οι διάφορες ομάδες. Για παράδειγμα μια ομάδα του πληθυσμού δεν επιθυμεί την εγκατάσταση και την ανάπτυξη επιχειρήσεων στην πόλη τους γιατί θα διαταραχθεί η ησυχία τους, αλλά δεν υπολογίζουν ότι με αυτό τον τρόπο πλήττεται η εργασία των νέων κατοίκων της πόλης τους.

Η τοπική ανάπτυξη ορισμένες φορές, ορίζεται ως μια ολοκληρωμένη στρατηγική που βασίζεται στην περιοχή, κινητοποιώντας μεγάλο αριθμό τοπικών ενδιαφερομένων με συγκεκριμένες μεθόδους σύμπραξης. Ο ορισμός αυτός που επικεντρώνεται στις εισροές είναι σωστός αλλά ελλιπής, αφού δεν παίρνει υπόψη τους στόχους που πρέπει να επιτευχθούν από την εφαρμόζουσα στρατηγική, οι οποίοι είναι εξέχουσας σημασίας για τους τοπικούς εταίρους και συγκεκριμένα, την στόχευση στα κοινωνικοοικονομικά αποτελέσματα και τις καλύτερες συνθήκες διαβίωσης. (Mustafakulov S. , 2017). Επίσης δεν συμπεριλαμβάνει την αναπτυξιακή διάσταση της στρατηγικής, με τους μακροπρόθεσμους στόχους της και τη δομική αλλαγή που πρέπει να επιτευχθεί (αποτελέσματα). Συνεπώς, η τοπική ανάπτυξη μπορεί να περιγραφεί ως μια δυναμική διαδικασία σε τρεις κύριες κατευθύνσεις : εισροές, εκροές και αποτελέσματα. Οι κατευθύνσεις αυτές μπορεί να αναλυθούν (Sadowski A., Wojcieszak M. M. , 2019) όπως παρακάτω:

- Εισροές: περιοχή, αίσθηση του ανήκειν, κοινότητα, κατώτατη θέση, συνεργασία, ενδογενές δυναμικό, εγγύτητα.

- Εκροές: δικαιούχοι της κοινότητας, αυξημένα εισοδήματα και έσοδα, πρόσβαση σε υπηρεσίες, ποιότητα και παροχή υπηρεσιών, αποδοτικότητα, διαφοροποίηση, νέες μέθοδοι και αυξημένη τοπική αξία.
- Αποτελέσματα: συλλογικά και κοινά αγαθά, ανάπτυξη, στρατηγική, βελτίωση, αποτελεσματικότητα, μέλλον, κοινωνική καινοτομία, ενδυνάμωση, νομιμότητα, ευημερία, ανέσεις.

Με βάση τα παραπάνω , μπορεί να εκφραστεί ένας ολοκληρωμένος ορισμός της τοπικής ανάπτυξης σύμφωνα με τους στρατηγικούς στόχους της, είτε βασίζεται σε εισροές, είτε σε εκροές είτε σε αποτελέσματα. Μερικά βασικά χαρακτηριστικά μπορούν να αποτυπωθούν με μελέτες περιπτώσεων. (Mustafakulov S. , 2017).

Η τοπική ανάπτυξη έγινε ορατή σαν ορισμός στα μέσα της δεκαετίας του 1980. Ήταν το αποτέλεσμα της σύνδεσης της αναδυόμενης οικονομίας, της κοινωνικότητας και του πολιτικού κλίματος με την κρίση των παραδοσιακών βιομηχανιών, την ευρεία εμφάνιση της οικονομίας των υπηρεσιών, την επίμονη ανεργία, τις νέες μορφές κοινωνικού αποκλεισμού στις πόλεις, την αποκέντρωση, και κατά κύρια βάση της ευρωπαϊκής ένταξης. Δεδομένου αυτών των διαστάσεων μπορεί να θεωρηθεί ως μια μέθοδος που συμμετέχει στην αναβάθμιση της ποιότητας της ζωής των κατοίκων, προστατεύει ή αναπτύσσει τα τοπικά περιουσιακά στοιχεία, αντιμετωπίζει τις αποτυχίες της αγοράς, συμβάλλει στην πραγματοποίηση διαφόρων αναπτυξιακών έργων. Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, έχουν αναπτυχθεί μεθοδολογίες με σκοπό την επιτυχία της τοπικής ανάπτυξης. Η επιτυχία έγκειται στο συνδυασμό δύο παραγόντων, του ανθρώπινου και υλικού , οι οποίοι διασταυρώνονται σε πολλά σημεία. (Sadowski A., Wojcieszak M. M. , 2019).

2.3 Ορισμός του Τουρισμού

Όπως προαναφέρθηκε, ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο μεγάλης πολυπλοκότητας που δίνει τη δυνατότητα να εκφραστούν ποικίλες απόψεις και διαφορετικοί ορισμοί, ανάλογα με τις μελέτες από τις οποίες εξετάζεται. Ο τουρισμός επηρεάζεται από τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των διαφόρων φορέων τόσο από την πλευρά της προσφοράς όσο και της ζήτησης. Πρόκειται για ένα μεταβαλλόμενο δυναμικό σύστημα που απαρτίζεται από δύο ενδιαφερόμενα μέρη: τους προμηθευτές και καταναλωτές που αλληλοεπιδρούν σε έναν καθορισμένο χώρο, τον προορισμό. Δύο

βασικά σημεία, η προέλευση –από την πλευρά της ζήτησης (καταναλωτές, τουρίστες) και ο προορισμός – από την πλευρά της προσφοράς, διαμορφώνουν το τουριστικό μοντέλο. Μοχλός λειτουργίας του συστήματος είναι τα προϊόντα και αξιοθέατα τα οποία θα πρέπει να προσφέρουν οι προορισμοί στην αγορά προκειμένου να υπάρχει τουρισμός. Ταυτόχρονα, χωρίς ζήτηση, δεν θα χρειάζονταν αξιοθέατα και επομένως δεν θα υπήρχε τουρισμός. Η (Formica , 2002) θέτει μια τρίτη συνιστώσα στο τουριστικό μοτίβο: «τη σύνδεση». Οι συνδέσεις έχουν συμπληρωματικό ρόλο στο σύστημα, αλλά είναι απαραίτητες για τη λειτουργία του. Αναφέρονται σε υπηρεσίες μεταφοράς, πληροφορίες και δραστηριότητες προώθησης που επηρεάζουν σημαντικά τη διαδικασία επιλογής του προορισμού και όλη την εμπειρία (Liulon O. V., Moskalenko B. A. , 2019). Στις ιδιαίτερα αναπτυγμένες χώρες, οι οποίες χαρακτηρίζονται ως οι βασικοί καταναλωτές του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο, η αξία του τουρισμού δημιούργησε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον στην διεθνή αγορά υπό το πρίσμα του οποίου παραδοσιακοί προορισμοί επεδίωξαν να διατηρήσουν αλλά και να αυξήσουν την ελκυστικότητά τους με στόχο την ανάδυση εναλλακτικών προορισμών. Την ίδια στιγμή, αυτοί οι αναδυόμενοι προορισμοί πρέπει να εργαστούν για την ελκυστικότητά τους με σκοπό την κατάκτηση μιας σχετικής θέσης στην τουριστική αγορά (Mustafakulov S. , 2017).

Ωστόσο, τόσο οι αναγνωρισμένοι όσο και νέοι προορισμοί πρέπει να κατανοήσουν τις ανάγκες τις απαιτήσεις και τα γούστα της αγοράς (Sadowski A., Wojcieszak M. M. , 2019). Ομοίως, οι τουρίστες πρέπει να είναι ενημερωμένοι για τα τις παροχές των προορισμών προκειμένου να κάνουν τις επιλογές τους. Συνεπώς είναι αναγκαίο να εξεταστεί το ζήτημα της ελκυστικότητας και από τις δύο πλευρές του συστήματος. Αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί με την ανάπτυξη ενός μοντέλου, με σκοπό την αναζήτηση και την εξέταση παραγόντων που προσελκύουν τους τουρίστες.

2.4 Ορισμός του Καταναλωτή

Στους τομείς της οικονομίας, του μάρκετινγκ και της διαφήμισης, ως καταναλωτής ορίζεται γενικά αυτός που πληρώνει για να καταναλώσει τα αγαθά και τις υπηρεσίες που παράγονται από έναν πωλητή (δηλαδή, εταιρεία, οργανισμό) (Liulov O. V., Moskalenko B. A. , 2019).

Το μέλλον μιας πόλης εξαρτάται από τη ζήτηση για κατοίκηση, τις υπηρεσίες της και την πληθώρα συναλλαγών που λαμβάνουν μέρος σε αυτήν. Οι περισσότεροι αστικοί μελετητές θεωρούν ότι οι πόλεις προσφέρουν θετικά οφέλη συσσωμάτωσης για την παραγωγική δυνατότητα της κοινότητας. Με αφορμή τα παραπάνω ο ορισμός του καταναλωτή (αναφορικά με ένα συγκεκριμένο αστικό σύνολο «πόλη») είναι το άτομο ή επιχείρηση που αποσκοπεί μόνιμη αλληλεπίδραση με μία συγκεκριμένη αστική τοποθεσία (πόλη).

Κεφάλαιο 3

Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

3.1 Μάρκετινγκ Πόλης

Τις τελευταίες δεκαετίες ο ανταγωνισμός, ο αγώνας που καταβάλλουν οι πόλεις για την αύξηση των επενδύσεων και τα έσοδα από τον τουρισμό, αναδεικνύει διάφορες μεθόδους μάρκετινγκ.

Σύμφωνα με τον Ashworth και Voogd (1990) «δεν υπάρχει τίποτα νέο σχετικά με την προώθηση ενός τόπου». Αυτό που είναι καινούργιο όμως, είναι η συνειδητή εφαρμογή των προσεγγίσεων μάρκετινγκ από δήμους, όχι μόνο ως πρόσθετο όργανο για τη λύση δυσεπίλυτων προβλημάτων αλλά, όλο και περισσότερο, ως φιλοσοφία διαχείρισης του τόπου (Sadowski A., Wojcieszak M. M. , 2019).

Με την θεσμοθέτηση του «Επιχειρησιακού σχεδίου πόλης», το μάρκετινγκ γίνεται εργαλείο στα χέρια των διαχειριστών των πόλεων. Η χρήση του μάρκετινγκ ήταν φυσικό επακόλουθο ενός τύπου διακυβέρνησης, με γνώμονα την επιχειρηματικότητα. Η εφαρμογή του ωστόσο, ήταν (και σε μεγάλο βαθμό είναι ακόμη), περιορισμένη σε μεθόδους και τεχνικές από το αρχικό πεδίο εφαρμογών μάρκετινγκ που στις περισσότερες περιπτώσεις η χρήση γινόταν με περιορισμένα μέτρα προώθησης.

Ορισμένοι λόγοι για την μερική εφαρμογή είναι, η περιορισμένη γνώση και περιορισμένη κατανόηση του μάρκετινγκ μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών, το εμβρυϊκό στάδιο του μάρκετινγκ στο δημόσιο τομέα και η περιορισμένη κατανόηση μεταξύ ακαδημαϊκών μάρκετινγκ και επαγγελματιών, αναφορικά με την ιδιότυπη φύση των τόπων, όταν τους ζητήθηκε να εφαρμόσουν τα σχέδια μάρκετινγκ πόλης (Mustafakulov S. , 2017).

Η εφαρμογή του μάρκετινγκ, η φιλοσοφία και η μεθοδολογία, ή τουλάχιστον τεχνικών μάρκετινγκ που ήταν εύκολο να γίνουν με προσαρμογή στην χρήση και στην πρακτική της διοίκησης μίας πόλης, έχει αντικατοπτριστεί από το αυξανόμενο ενδιαφέρον ακαδημαϊκών από διάφορους τομείς, οι οποίοι πιστεύουν ότι οι αρχές του

μάρκετινγκ είναι οι αναγκαίες τροποποιήσεις και ισχύουν για τις πόλεις και το λειτουργικό τους περιβάλλον. Οι Ashworth και Voogd (1990), αποδίδουν την εμφάνιση του μάρκετινγκ πόλεων σε τρεις μορφές που είναι: i) η ανάπτυξη του μη κερδοσκοπικού μάρκετινγκ, ii) το κοινωνικό μάρκετινγκ και iii) το μάρκετινγκ διαμόρφωσης της εικόνας της περιοχής. Με αυτό τον τρόπο γίνεται απελευθέρωση της αρχικής εφαρμογής μάρκετινγκ από τον τομέα της βιομηχανίας και των υπηρεσιών, σε τοποθεσίες. Η ανάπτυξη της έννοιας του μη κερδοσκοπικού μάρκετινγκ (Kotler και Levy , 1969) αποδέσμευσε την εφαρμογή του μάρκετινγκ από το οικονομικό κέρδος, ενώ η έννοια του κοινωνικού μάρκετινγκ (Kotler και Zaltman , 1971), εισήγαγε τη δυνατότητα χρήσης μάρκετινγκ με σκοπό την ανάπτυξη μέσω από άτομα ή ομάδες, για την κοινωνική βελτίωση. (Mustafakulov S. , 2017). Η έννοια του «μάρκετινγκ διαμόρφωσης εικόνας» πηγάζει από την αντίληψη ότι οι εικόνες μπορούν να διατεθούν αποτελεσματικά στην αγορά, χωρίς όμως τα προϊόντα στα οποία αναφέρονται να είναι απολύτως σαφή (Ashworth and Voogd , 1990). Αυτό σαν ιδέα έγινε αποδεκτή από τους διαχειριστές των πόλεων, που χειρίζονται το περίπλοκο προϊόν που λέγεται «πόλη».

Η εφαρμογή της θεωρίας μάρκετινγκ και της πρακτικής στην αστική διακυβέρνηση είναι ένα μεγάλο ζήτημα, ειδικά στο μεταβαλλόμενο περιβάλλον στο οποίο οι πόλεις της Ευρώπης λειτουργούν και ταυτόχρονα, ένα θέμα που χρειάζεται διευκρίνιση και περαιτέρω ανάπτυξη. Οι Ashworth και Voogd (1990), καταλήγουν ότι, «το μάρκετινγκ τοποθεσίας είναι μια νόμιμη μορφή μάρκετινγκ με την έννοια ότι η ορολογία, οι τεχνικές και φιλοσοφίες του μάρκετινγκ μπορούν να εφαρμοστούν σε χώρους, αλλά, εάν πρόκειται να επιχειρηθεί επιτυχώς, τότε ένας ειδικός τύπος μάρκετινγκ πρέπει να επινοηθεί ».

Ένα από τα βασικά στοιχεία αυτού του «νέου» είδους μάρκετινγκ είναι, ο προσδιορισμός κύριων τομέων δράσεων, όπου η εφαρμογή στρατηγικού μάρκετινγκ πρέπει να ενσωματώνει όλες τις απαραίτητες παραμέτρους, που σχετίζονται με τα ενδιαφερόμενα μέρη της πόλης , προκειμένου να υπάρξει ένα ολοκληρωμένο μάρκετινγκ πόλης. Η πρόθεση είναι να δημιουργηθεί ένα μείγμα με συστατικά-ενορχηστρωμένο πλάνο- που πρέπει να διαχειριστούν οι αρμόδιοι και με αυτόν τον τρόπο να παρέχουν μια βάση, στην οποία μπορεί να βρίσκεται η περιοχή, κατά τον Griffiths R. (1998).

3.2 Ελκυστικότητα Πόλης

Στην εποχή του παγκόσμιου ανταγωνισμού, οι πόλεις αντιμετωπίζουν νέες προκλήσεις για να διατηρήσουν και να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους, προκειμένου να δημιουργήσουν μια ευέλικτη, προσαρμόσιμη και ποικίλη τοπική οικονομική δομή, η οποία θα έδινε τη δυνατότητα στην πόλη να διαθέτει καλύτερη ανταγωνιστική θέση. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, οι πόλεις βρίσκονται σε συνεχή ανταγωνισμό, με ποικίλους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες (υψηλή εξειδίκευση, δημιουργικοί επιχειρηματίες και εργαζόμενοι, επιχειρήσεις υψηλής προστιθέμενης αξίας κ.λπ.), που τονώνουν τις οικονομίες τους και αποτελούν κινητήριες δυνάμεις στο οικονομικό τους περιβάλλον (Sadowski A., Wojcieszak M. M. , 2019). Επομένως, μια από τις πιο σημαντικές προϋποθέσεις, που καθορίζει το αποτέλεσμα του διασυνοριακού ανταγωνισμού είναι η ικανότητα ανταγωνισμού για αυτούς τους παράγοντες.

Στο πλαίσιο αυτό, η ελκυστικότητα μιας πόλης μπορεί να παίζει σημαντικό ρόλο στην ανάκαμψη του μελλοντικού οικονομικού της περιβάλλοντος. Τις πρόσφατες δεκαετίες οι συνθήκες εκδημοκρατισμού, αποκέντρωσης, τεχνολογικής ανάπτυξης, εύκολης και ελεύθερης μετακίνησης ανθρώπων, κεφαλαίων και αγαθών, οδήγησαν στην αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των πόλεων και ενίσχυσαν την κοινωνική και οικονομική πολιτική των υποεθνικών μονάδων-περιφερειών και πόλεων. Διάφοροι μελετητές επισημαίνουν την μεταβίβαση πόρων, αρμοδιοτήτων και εξουσιών από το κεντρικό κράτος στις τοπικές αρχές (περιφέρειες και δήμους). Συνεπώς, οι ηγέτες των πόλεων αντιμετωπίζουν νέες προκλήσεις, αναγκάζοντάς τους να αναλάβουν ενεργά νέες ιδέες για την αναβάθμιση των περιοχών τους. Στόχος τους, η ενίσχυση της ελκυστικότητας της πόλης στις κοινωνικές ομάδες, κάτι που μπορεί να εγγυηθεί μακροπρόθεσμη οικονομική σταθερότητα. Οι διοικήσεις των πόλεων βρίσκονται αντιμέτωπες με την ανάγκη να συλλάβουν τη νέα σημασία της ελκυστικότητας μιας τοποθεσίας, να κατανοήσουν τις ατομικές ανάγκες των ομάδων - στόχων της πόλης, τα χαρακτηριστικά της απόδοσής τους και επίσης, τις μεταβλητές που συμβάλλουν στη λήψη των αποφάσεων, κάθε ομάδα στόχου να επιλέξει και να εγκατασταθεί σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία. Έχοντας υπόψη αυτά τα δεδομένα η πόλη θα πρέπει να

ξεκινήσει και να εφαρμόσει σύνθετες στρατηγικές για την ενίσχυση της ελκυστικότητας της (Mustafakulov S. , 2017).

Η μελέτη των Berg L. *et al* (1999) δείχνει ότι οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων γενικά αναζητούν την ποιότητα και το μέγεθος της αγοράς εργασίας, την ποιότητα του οικιστικού περιβάλλοντος, ενώ η ομάδα των κατοίκων αναζητά ένα καθαρό και ασφαλές περιβάλλον, μια ισορροπημένη κοινωνική δομή, καλή πρόσβαση σε ποιοτικές δημόσιες υπηρεσίες κ.λπ.

Η ομάδα των επισκεπτών απαιτεί καλή προσβασιμότητα, ποικιλία πολιτιστικών δραστηριοτήτων και παρόμοιους παράγοντες. Μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή έδειξε τα κίνητρα που αναζητούν οι τρεις ομάδες- στόχοι (επιχειρήσεις, κάτοικοι, επισκέπτες) σε μια πόλη, όπως για παράδειγμα ένα καλό δίκτυο μεταφορών, προσβασιμότητα, καλή παροχή δημόσιων υπηρεσιών, οργανωμένο σύστημα υγείας, φυσικό περιβάλλον, πλούσια πολιτιστική δραστηριότητα.

Η φύση των πόλεων είναι δυναμική και αποτελούν τη βάση για την περιφερειακή και κατ' επέκταση την εθνική ανάπτυξη. Είναι χώροι/τόποι που δεν λειτουργούν ως το κενό που συμπληρώνει το παζλ των αστικών συγκεντρώσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, αλλά ως συστατικό στοιχείο της δικτύωσης αυτών των περιοχών υπό το βλέμμα της παγκοσμιοποίησης. Οι μεταβαλλόμενες παγκόσμιες και εθνικές αστικές ιεραρχίες αναγκάζουν τις πόλεις σε συνεχή ανταγωνισμό σε εθνικό αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Από τη σκοπιά αυτή, έχουμε μια νέα προσέγγιση για τις πόλεις, «πόλεις- επιχειρήσεις», που διαθέτουν τους πόρους τους ώστε να πετύχουν ανταγωνιστικότητα στον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό τομέα, καθώς και την απόκτηση νέων δραστηριοτήτων, κατοίκων, επισκεπτών.

Ο Porter M.(1998), αναλύοντας την ανταγωνιστικότητα των εθνών, επισημαίνει ότι, η μεταβλητή «τοποθεσία» γίνεται ολοένα και πιο σημαντική, καθώς οι οργανισμοί έχουν τη δυνατότητα να διαλέξουν την καλύτερη τοποθεσία ανεμπόδιστα. Η ανάλυση των κριτηρίων, τα οποία οι επιχειρήσεις και οι άνθρωποι εκτιμούσαν ως τα πιο σημαντικά, κατά την επιλογή του τόπου δραστηριότητάς τους τον 20ο και τον 21ο αιώνα, παρουσιάζουν μια σημαντική αλλαγή. Τον 21ο αιώνα, η «οικονομία της γνώσης», όπου τα σχετικά πλεονεκτήματα στην αγορά εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό

από τις δημιουργικές και πολύπλοκες δεξιότητες, οι ανάγκες δημιουργικού και ικανού εργατικού δυναμικού παίζουν καθοριστικό ρόλο (βλ. Πίνακα 3.1).

Πίνακας 3. 1 Οικονομία βασισμένη σε Πόρους / Γνώση - Χαρακτηριστικά

Οικονομία βασισμένη σε πόρους	Οικονομία βασισμένη στη γνώση
<p>Προσφέροντας ποσοτικούς παράγοντες:</p> <p>Εργατικό δυναμικό</p> <p>Πόροι</p> <p>Κτίρια</p> <p>Μαζική μεταφορά</p> <p>Ενεργειακοί πόροι</p>	<p>Προσφέροντας ποιοτικούς παράγοντες:</p> <p>Προσόντα (εξειδικευμένο προσωπικό)</p> <p>Έρευνα και Ανάπτυξη (R&D)</p> <p>Τοπικοί προμηθευτές</p> <p>Αξιόπιστες υποδομές</p> <p>Καλές συνθήκες διαβίωσης</p>
<p>Οικονομική Υποστήριξη:</p> <p>Φορολογικές απαλλαγές</p> <p>Επιχορηγήσεις και άμεσες επιδοτήσεις</p> <p>Χαμηλοί καταναλωτικοί φόροι και ενοίκια</p>	<p>Επιχειρηματικότητα:</p> <p>Φιλική και σταθερή στάση</p> <p>Αποτελεσματική και ειλικρινής προώθηση/διαφήμιση</p> <p>Ανταγωνισμός στο κεφάλαιο, τις καινοτομίες και τις αγορές εργασίας</p>

Πηγή Gorzelak, G.(2001)

Η κύρια διαφορά μεταξύ «παραδοσιακής» και «σύγχρονης επιλογής» τοποθεσίας για δραστηριότητα, είναι το γεγονός ότι στις μέρες μας δημιουργικοί και ταλαντούχοι άνθρωποι συνδέουν την ελκυστική τοποθεσία με την «ποιότητα ενός τόπου». Η αναφορά αυτή οδηγεί στην αναζήτηση και υλοποίηση νέων μέτρων αστικής πολιτικής, με την προσδοκία να αυξηθεί η ελκυστικότητα της πόλης. (Liulov O. V., Moskalenko B. A. , 2019).

Ωστόσο, συναντάμε και άλλες απόψεις για το ρόλο της ελκυστικότητας μιας πόλης. Μερικοί μελετητές δηλώνουν ότι υπάρχουν πόλεις που τείνουν να περιορίσουν το βαθμό ελκυστικότητάς τους, ειδικά στις περιπτώσεις που είναι πολύ διακεκριμένες, συγκριτικά με άλλες πόλεις παρόμοιου μεγέθους και λειτουργιών. Όταν οι άνθρωποι μετακινούνται σε ελκυστικές τοποθεσίες, αυξάνεται η αντικειμενική αξία των περιοχών, μειώνονται οι ελεύθεροι χώροι, μειώνεται η προσφορά θέσεων εργασίας,

επιφορτίζεται το φυσικό περιβάλλον, η διαθεσιμότητα σε στέγαση και οι δημόσιες υπηρεσίες υψηλής ποιότητας μειώνονται (Mustafakulov S. , 2017).

Με άλλα λόγια, η αναπτυσσόμενη πόλη και ο πληθυσμός διευκολύνει την παρακμή όλων των προσφερόμενων ποιοτικών υπηρεσιών της πόλης, που προηγουμένως έκανε την πόλη ένα ελκυστικό περιβάλλον .

3.3 Παράγοντες ελκυστικότητας

Στην επιστημονική βιβλιογραφία, οι παράγοντες της ελκυστικότητας της πόλης διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: στατικοί και μεταβλητοί. Οι στατικοί παράγοντες περιλαμβάνουν τους παράγοντες που δεν μπορούν να αντικατασταθούν και χαρακτηρίζουν μια συγκεκριμένη ταυτότητα της πόλης, δηλαδή: η γεωγραφική θέση (παραθαλάσσια πόλη, πόλη διασυνοριακής περιοχής κ.λπ.), το μέγεθος, η σημασία σε εθνικό επίπεδο (η πρωτεύουσα, η μεγαλύτερη πόλη της περιοχής, ένα θέρετρο), οι διαθέσιμοι φυσικοί πόροι (πόροι παραγωγής, τουριστικοί πόροι). Οι μεταβλητοί παράγοντες διαμορφώνονται με στόχο την απόκτηση ή διατήρηση της ελκυστικότητας: ποιοτικό βιοτικό επίπεδο, φυσικό περιβάλλον, τεχνικές υποδομές, δημογραφικό πρόβλημα, επιχειρηματικές δραστηριότητες, εκπαιδευτική υποδομή, παροχή κοινωνικών υπηρεσιών και υγειονομικής περίθαλψης. (Kulczycka et al , 2017).

Ξεχωρίζοντας τους επενδυτικούς παράγοντες ελκυστικότητας, οι επιστήμονες κατανοούν ότι τα επιχειρηματικά στελέχη επικεντρώνονται κυρίως στη σχέση «κόστος-όφελος». Ωστόσο, οι πρωταρχικοί παράγοντες που καθορίζουν τη στάση απέναντι σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία σχετίζονται με τις εκτιμήσεις κόστους παραγωγής: κόστος μεταφοράς, εργασίας, γης και φυσικών πόρων. (Liulon O.V, Moskalenko B.A. , 2019) και (Sekerin *et al* , 2018). Στην επιστημονική βιβλιογραφία, οι παράγοντες που καθορίζουν κυρίως την ελκυστικότητα της περιοχής, περιλαμβάνουν επίσης: την εύκολη πρόσβαση και τη μικρή απόσταση από τις αγορές που μας ενδιαφέρουν, την ανταγωνιστικότητα της αγοράς, την απόσταση από τους προμηθευτές, την εγγύτητα με τα ιδρύματα που παρέχουν συμπληρωματικές υπηρεσίες (τράπεζες, σχολεία, πολιτιστικά κέντρα, κ.λπ.), το ρυθμό περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης και τις προσωπικές προτιμήσεις των διοικήσεων των εταιρειών σε συνάρτηση με τη λειτουργία των ανταγωνιστών στην περιοχή (Liulon O. V., Moskalenko B. A. , 2019).

Ορίζουμε την ελκυστική πόλη, δίνοντας έμφαση σε χαρακτηριστικά της πόλης όπως: ισχυρή οικονομία, επιτυχημένη πολιτική επιχειρήσεων και στέγασης, παροχή βασικών δημόσιων υπηρεσιών, ευχάριστο περιβάλλον, αποτελεσματικό σύστημα μεταφορών και κυκλοφορίας, και «κάποιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό που την διαφοροποιεί» ως συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων πόλεων.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή τονίζει τα ακόλουθα σημαντικά χαρακτηριστικά της ελκυστικής πόλης:

- αποτελεσματική δομή οικονομικών δραστηριοτήτων
- προσβασιμότητα και κινητικότητα
- πρόσβαση σε δημόσιες υπηρεσίες και ιδρύματα
- κοινωνία βασισμένη στη γνώση
- εργαλεία πληροφόρησης και πόρους
- ελκυστικό φυσικό περιβάλλον
- πολιτιστικός και τουριστικός τομέας

Η Κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου, αναλύοντας τις δυνατότητες ενίσχυσης της ελκυστικότητας των πόλεων, επικεντρώνεται στους ακόλουθους παράγοντες, αναφορικά με την ποιότητα περιβάλλοντος, ποιότητα στους δημόσιους χώρους, ζωτικότητα της πόλης, βιωσιμότητα, και εικόνα της πόλης. Η ανάλυση των ελκυστικών ορισμών της πόλης υποδηλώνει την ταξινόμηση των σημαντικότερων δομικών στοιχείων της (Mustafakulov S. , 2017).

Η αστική μοναδικότητα και ελκυστικότητα από την άποψη διαφορετικών οικονομικών θεμάτων είναι διαφορετικά, ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και τα χαρακτηριστικά της δραστηριότητάς τους. Είναι αντιληπτό ότι μια πόλη δεν δύναται να είναι «τέλεια» και εξίσου ελκυστική για όλες τις ομάδες της κοινωνίας: εγχώριους ή ξένους επιχειρηματίες, κατοίκους, επισκέπτες, νέους, ηλικιωμένους κ.λπ. Συνεπώς οι πόλεις που αγωνίζονται να διαχειριστούν την ελκυστικότητά τους, θα πρέπει να ορίσουν τους στόχους της πόλης, ώστε να διασφαλίσουν την μακροπρόθεσμη οικονομική, κοινωνική και τοπική ανάπτυξη, υψηλό βαθμό ανταγωνιστικότητας και την δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος για την περιοχή. Η επιλογή του στόχου μιας πόλης, είναι σημαντική πρόκληση για τη πόλη και την τοπική αυτοδιοίκησή της, καθώς αυτή θα επηρεάσει την μελλοντική της αναπτυξιακή πορεία.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, η ενίσχυση της ελκυστικότητας της πόλης είναι μια συνεχής και μακροπρόθεσμη διαδικασία, που αφορά ένα σύνολο προσπαθειών και όχι μια μοναδική δράση. Πρώτο βήμα, πριν την ανάπτυξη στρατηγικής για την ενίσχυση της ελκυστικότητας, είναι να κατανοήσουμε τη διαφορετικότητα που εμφανίζει η αστική ελκυστικότητα για διαφορετικά κοινωνικά σύνολα (ομάδες-στόχοι), εξαιτίας διαφορετικών χαρακτηριστικών που διαθέτουν. Ο Kotler P (1993) προσδιορίζει τις επόμενες ομάδες-στόχους μιας πόλης: επισκέπτες, κάτοικοι/εργαζόμενοι, επιχειρηματικές/βιομηχανικές και εξαγωγικές αγορές. Ο Berg *et al* (1999) , Ashworth and Voogd (1990) διακρίνουν: κατοίκους, επιχειρήσεις και επισκέπτες.

3.4 Ελκυστικότητα και Καταναλωτές

Στην επιστημονική βιβλιογραφία, αν και λιγότερο συχνά, μπορεί κανείς να συναντήσει τις μελέτες που διακρίνουν τους παράγοντες που, με τον έναν ή τον άλλο τρόπο, μειώνουν περισσότερο ή λιγότερο την ελκυστική επένδυση της πόλης. Το 2005, η Παγκόσμια Τράπεζα διεξήγαγε μια έρευνα για εταιρείες, που έχουν σχεδιαστεί με σκοπό τον προσδιορισμό των περιορισμών που επηρεάζουν το επενδυτικό περιβάλλον και ορισμένα ευρήματα αποκάλυψαν ότι οι κύριοι δείκτες της χαμηλής επενδυτικής ελκυστικότητας της τοποθεσίας περιλαμβάνουν τα ακόλουθα στοιχεία: την πολιτική και μακροοικονομική αστάθεια, υψηλά ποσοστά φόρου και υψηλά επίπεδα διαφθοράς.

Ο Dzwigol *et al* (2019), έχοντας πραγματοποιήσει μια έρευνα σε εταιρείες πέντε κινεζικών πόλεων, διαπίστωσε μια σειρά εμποδίων για την προώθηση της ελκυστικότητας όπως, διοικητικά και κανονιστικά κωλύματα, την μεγάλη φορολογική επιβάρυνση, τη διαφθορά και την έλλειψη διαφάνειας, την έλλειψη επενδύσεων σε νέες υποδομές και τη συντήρηση των υφισταμένων. Οι Sadowski , Wojcieszak (2019), αφού διεξήγαγαν μια έρευνα Πολωνών επιχειρηματιών, επεσήμαναν ότι, κατά την επιλογή μιας τοποθεσίας για επένδυση, οι επενδυτές εντόπισαν τα ακόλουθα εμπόδια που δεν εξαρτώνται από την τοπική αυτοδιοίκηση, ως τα μεγαλύτερα εμπόδια: καθορισμός φιλικών προς τις επενδύσεις συνθηκών, όπως η δημιουργία ειδικών οικονομικών ζωνών, νομικών εμποδίων, εμποδίων στις υποδομές, δυσκολιών χρηματοδότησης και περιβαλλοντικών εμποδίων. Σχετικά με τα εμπόδια που αποθαρρύνουν και δυσκολεύουν την εγκατάσταση επενδύσεων τα οποία οφείλονται στις τοπικές αρχές, αναφέρθηκαν τα κάτωθι: καθυστερήσεις στην έκδοση οικοδομικών αδειών,

χωροταξικά προβλήματα, δυσκολίες που έχουν άμεση σχέση με τις τοπικές υποδομές, τοπικά προβλήματα μάρκετινγκ.

3.4.1 Εμπορικές δραστηριότητες

Ως ανάλυση της σχετικής βιβλιογραφίας ενδείκνυται, ότι οι περισσότερες πόλεις προσπαθούν να προσελκύσουν νέες επιχειρήσεις ή βιομηχανίες, οι οποίες θα μπορούν να προσφέρουν νέες ευκαιρίες απασχόλησης στον πληθυσμό της πόλης και να δημιουργήσουν έσοδα στον προϋπολογισμό της.

Πολλές πόλεις τις προηγούμενες δεκαετίες, έκαναν προσπάθειες για να εστιάσουν σε εταιρίες με «βαριές» βιομηχανίες, όπως παραγωγή αυτοκινήτων, χάλυβα, κλπ, ενώ οι σύγχρονες πόλεις στοχεύουν να προσελκύσουν εταιρείες που ανήκουν σε «καθαρές βιομηχανίες», όπως τραπεζικές, διαφημιστικές, ιδιαίτερα υψηλής τεχνολογίας εταιρείες. Σύμφωνα με τον Berg *et al* (1999) η ελκυστική πόλη για επιχειρήσεις οφείλει να διαθέτει καλή προσβασιμότητα, προσιτές τιμές γης, τοπική φορολογία, επάρκεια στην ποσότητα αλλά και στην ποιότητα του εργατικού δυναμικού. Επίσης εξίσου σημαντικοί παράγοντες είναι, το μέγεθος του αγοραστικού κοινού, το πολιτικό καθεστώς, το περιβάλλον διαβίωσης καθώς και το επίπεδο παροχής των δημοσίων υπηρεσιών. Ο Braun (2008) τονίζει ότι, οι επιχειρηματίες και οι επενδυτές αναζητούν χαρακτηριστικά στοιχεία της πόλης, όπως: τοποθεσία, δομημένο περιβάλλον, εργατικό δυναμικό, διαθέσιμοι προμηθευτές, πηγές χρηματοδότησης, κλίμα συνεργασίας.

3.4.2 Κάτοικοι

Γενικά η ελκυστικότητα της πόλης στους κατοίκους, σημαίνει ότι, όλα τα χαρακτηριστικά της πόλης, καλύπτουν τις ανάγκες όλων των μελών της οικογένειας. Σύμφωνα με τον Braun (2008), θα πρέπει να διαθέτει για τους κατοίκους της, θέσεις απασχόλησης, εκπαιδευτικά ιδρύματα, χώροι αναψυχής (αθλητικές, πολιτιστικές εγκαταστάσεις), άλλα ιδρύματα και υπηρεσίες. Σύμφωνα με τον Berg *et al* (1999) μια πόλη ελκυστική για τους κατοίκους θα πρέπει να τους προσφέρει, καθαρό και ασφαλές περιβάλλον, εύκολη πρόσβαση στην αγορά εργασίας, υψηλού επιπέδου υπηρεσιών εκπαίδευσης και υγειονομικής περίθαλψης, ένα πολυπολιτισμικό περιβάλλον, με ιδιαίτερη έμφαση στη δημόσια ασφάλεια, τη θρησκεία και τις τέχνες.

3.4.3 Επισκέπτες

Αυτή η ομάδα της κοινωνίας, σε αντίθεση με τις προηγούμενες δύο, δεν στοχεύει για τη μόνιμη εγκατάστασή της. Επομένως, οι επισκέπτες επιδιώκουν την ανεύρεση ενός προσωρινού καταλύματος (ξενοδοχείο, διαμέρισμα, κάμπινγκ, χώρος φιλοξενίας κ.λπ.), αθροιστικά με την προσβασιμότητα σε αξιοθέατα, επισκέψιμους χώρους και εγκαταστάσεις. Αναφορικά με την επιλογή της προσωρινής του διαμονής, ο επισκέπτης αποζητά παράγοντες όπως, το κόστος, το είδος και την ποιότητα διαμονής, την αρχιτεκτονική και την άνεση του χώρου, την διαθεσιμότητα χώρων εστίασης και στάθμευσης, την παροχή δημόσιων συγκοινωνιών. Στην προσπάθεια της πόλης να σχεδιάσει και να αναπτύξει την ελκυστικότητά της για τη συγκεκριμένη ομάδα-στόχο, θα πρέπει να βασιστεί κατά κύριο λόγο στα πλεονεκτήματά της, τις αξίες της, την ταυτότητα της και κυρίως στην κοινωνική και πολιτιστική κληρονομιά της. Ακολουθώντας ένα τέτοιο στρατηγικό σχεδιασμό, θα καταφέρει να αποκτήσει ένα ξεχωριστό αστικό χαρακτήρα, που θα κεντρίσει το ενδιαφέρον και θα έλξει τον επισκέπτη, τον κάτοικο και τον επιχειρηματία, καθιστώντας την ταυτόχρονα διακριτή από άλλες όμορες και μη τοποθεσίες.

Είναι επίσης σημαντικό να επιτευχθούν οι στόχοι για την ενίσχυση της ελκυστικότητας μιας πόλης, ως αποτέλεσμα συζήτησης και σύγκλισης των απόψεων όλων των ενδιαφερόμενων μερών της πόλης (τοπικό, περιφερειακό και κυβερνητικό επίπεδο, ιδιωτικός τομέας). Αυτοί οι στόχοι θα πρέπει να αντικατοπτρίζονται στη διατύπωση του οράματος της αναπτυξιακής στρατηγικής της πόλης. Η προσπάθεια βελτίωσης της ελκυστικότητας της πόλης, θα είναι επιτυχημένη, εφόσον πρόκειται για μια συστηματική και στοχευμένη προσπάθεια της κοινότητας. Πρέπει να χρησιμοποιήσει τα υπάρχοντα χαρακτηριστικά της, με σκοπό την προώθηση των συνθηκών διαβίωσης, την επιχειρηματική δραστηριότητα και Πληθυσμιακή αποτύπωση μόνιμου πληθυσμού (απογραφή 2011) την επισκεψιμότητα, τα οποία απαιτούν οι σύγχρονες κοινωνικές ομάδες με τις υψηλότερες κοινωνικοοικονομικές δυνατότητες.

Κεφάλαιο 4

Μελέτη περίπτωσης Δήμου Παλλήνης

4.1 Γεωμορφολογικά Χαρακτηριστικά

Ο Δήμος Παλλήνης υπάγεται στην Περιφερειακή Ενότητα Ανατολικής Αττικής που βρίσκεται στην Περιφέρεια Αττικής, στο γεωγραφικό διαμέρισμα Στερεάς Ελλάδας, σύμφωνα με τη διοικητική διαίρεση της Ελλάδας όπως διαμορφώθηκε με το πρόγραμμα “Καλλικράτης”. Επίσημη ονομασία είναι η «Παλλήνη» με έδρα του Δήμου το Γέρακα. Η Παλλήνη έχει μέσο υψόμετρο 190 μέτρα από την επιφάνεια της θάλασσας και εντοπίζεται ανάμεσα στους ορεινούς όγκους του Υμηττού και της Πεντέλης με προέκταση προς την πεδιάδα της Μεσογαίας. Όντας ανατολική είσοδος του λεκανοπεδίου των Αθηνών, εντάσσεται γεωγραφικά στη βόρεια Μεσογαία και στα βορειοανατολικά προάστια των Αθηνών. Στ’ ανατολικά συνορεύει με τον Δήμο Ραφήνας – Πικερμίου, ενώ νοτιοανατολικά με το Δήμο Σπάτων - Αρτέμιδας. Δυτικά, συνορεύει με τους Δήμους Αγίας Παρασκευής και Χαλανδρίου και νοτιοδυτικά, με το Δήμο Παιανίας. Απέχει 12 χιλιόμετρα από την Αθήνα και 20 χιλιόμετρα από το Διεθνή αερολιμένα Αθηνών. Ο Δήμος Παλλήνης, αποτελεί αστικό Δήμο που εκτείνεται κατά κύριο λόγο σε πεδινή περιοχή συνολικής επιφάνειας 33,484 τ.χλμ και σε απόσταση 12 χιλιομέτρων βορειο-ανατολικά του κέντρου της Αθήνας. Η έκταση του Δήμου Παλλήνης οριοθετείται από φυσικά και τεχνητά όρια, όπως είναι τα ρέματα και οι οδικοί άξονες.

Εικόνα 4. 1 Η γεωγραφική θέση του Δήμου Παλλήνης



Δήμος Παλλήνης Αττικής (2021)

Πίνακας 4. 1 Γεωγραφικά Στοιχεία Δήμου Παλλήνης

Γεωγραφικά Χαρακτηριστικά	Δ.Ε. Παλλήνης	Δ.Ε. Γέρακα	Δ.Ε. Ανθούσας	Δήμος Παλλήνης
Έκταση (τ. χλμ.)	21,920	8,411	3,153	33,484 (τ.χλμ)
Χαρακτηρισμός Πληθυσμού	Αστικός			
Πληθυσμός (απογραφή de facto πληθυσμού έτους 2011)	22.083	29.544	2.108	53.735 (κάτοικοι)
Μορφολογία	Πεδινή	Πεδινή/Ημιορεινή	Ημιορεινή /Πεδινή	Ημιορεινή /Πεδινή

Ελληνική Στατιστική Αρχή (2014)

4.1.1 Φυσιογνωμία του Δήμου

Ο Δήμος Παλλήνης μετά την εφαρμογή του «Καλλικράτη» (ν.3852/2010), απαρτίζεται από τις δημοτικές ενότητες Ανθούσας, Γέρακα, Παλλήνης.

Η *Ανθούσα* ως αυτοτελής οικισμός άρχισε να συγκροτείται στις αρχές της δεκαετίας του 1950, όταν παρατηρείται η μόνιμη εγκατάσταση των πρώτων κατοίκων στην περιοχή. Μέχρι το 1979 ανήκε διοικητικά στο Δήμο Παλλήνης, οπότε και αυτονομήθηκε ως «Κοινότητα» έχοντας στα διοικητικά της όρια μια έκταση 3.153 στρεμμάτων. Από την αρχή της αυτονόμησής της, άρχισαν οι προσπάθειες για τον οικιστικό χαρακτήρα της περιοχής καθώς και για μια οργανωμένη πολεοδομική σχεδίαση, οι οποίες είχαν ως αποτέλεσμα την ένταξη περίπου 120 στρεμμάτων. Σήμερα ανήκει στον Καλλικρατικό Δήμο Παλλήνης και βρίσκεται πλέον στο στάδιο της εκπόνησης της Πράξης Εφαρμογής και πολύ σύντομα αναμένεται η ολοκλήρωσή της, ώστε η περιοχή να αποκτήσει ένα σύγχρονο πολεοδομικό σχέδιο.

Ο *Γέρακας* είναι οικοδομημένος σε μια ιδιαίτερος κομβική θέση ανάμεσα στους ορεινούς όγκους Υμηττού και Πεντέλης και έως το 1980 υπαγόταν διοικητικά στο Δήμο Παιανίας. Το 1980 οι περισσότερες εκτάσεις της περιοχής που καλύπτονται

από αγροικίες των Παιανέων, αποσπώνται από την Παιανία και αναγνωρίζονται ως Κοινότητα Γέρακα της Ανατολικής Αττικής, ενώ σε διάστημα δέκα χρόνων ο πληθυσμός αυξήθηκε και αναγνωρίστηκε ως Δήμος. Τα διοικητικά όρια του δήμου εκτείνονται από το Σταυρό της Αγίας Παρασκευής μέχρι και τους πρώτους λοφίσκους του Πεντελικού, γνωστούς ως λόφους Κουφού και Δέσης, σε απόσταση 12 χιλιομέτρων βορειοανατολικά των Αθηνών. Η πόλη των 8.411 στρεμμάτων απλώνεται σε υψόμετρο 190-374 μέτρων προσδίδοντας της ταυτόχρονα το χαρακτήρα πεδινής αλλά και ορεινής περιοχής. Τα τελευταία χρόνια ο Γέρακας προσπαθεί να ισορροπήσει ανάμεσα στις πολυποικίλες μορφές ανάπτυξης που επέφερε η ραγδαία αστικοποίησή του. Κάποια από τα πλεονεκτήματα της πόλης είναι η εύκολη σύνδεση μεταξύ λεκανοπεδίου Αθηνών και Ανατολικής Αττικής, η σημαντική θέση μεταξύ των δύο ορεινών όγκων που προσδίδει εμπορικές αξίες και η ενδιαφέρουσα αρχιτεκτονική.

Η *Παλλήνη* (παλαιά ονομασία Χαρβάτι) ανήκει στους δήμους της Ανατολικής Αττικής που συγκροτούν τα Μεσόγεια και αποτελεί τη διοικητική έδρα της πρώην Νομαρχίας Ανατολικής Αττικής. Ο Ηρόδοτος αναφέρει ότι η Παλλήνη από αρχαιότατων χρόνων ήταν ο μεγαλύτερος και αξιολογότερος δήμος της Μεσογαίας. Εκτείνεται στους νότιους πρόποδες του Πεντελικού όρους και βορειοανατολικά του Υμηττού και αποτελεί κομβικό πέρασμα από το Λεκανοπέδιο της Αττικής στην πεδιάδα των Μεσογείων. Οριοθετείται ανατολικά από την Κοινότητα Πικερμίου, νοτιοανατολικά με το Δήμο Σπάτων, ενώ βορειοδυτικά και νοτιοδυτικά με το Δήμο Πεντέλης και το Δήμο Παιανίας αντίστοιχα. Η Παλλήνη εκτείνεται σε πεδινή περιοχή συνολικής επιφάνειας 21.920 στρεμμάτων και σε απόσταση 15 χλμ. βορειοανατολικά του κέντρου της Αθήνας.

Στο Γέρακα όπως και στην Παλλήνη, η διάχυση υπερτοπικών χρήσεων παρατηρείται κατά μήκος των οδικών αξόνων αλλά και στον αγροτικό χώρο και ερμηνεύεται από τη μετατόπιση του οικονομικού ενδιαφέροντος στην ευρύτερη περιοχή Αεροδρομίου Σπάτων και της πεδιάδας των Μεσογείων (προαστιακός σιδηρόδρομος, επέκταση γραμμών μετρό, διεθνής αερολιμένας στα Σπάτα, Αττική οδός, Ολυμπιακά έργα κ.λ.π.) (Επιχειρησιακό πρόγραμμα Δ. Παλλήνης 2012-2014, 2011)

Εικόνα 4. 3 Παλιά φωτογραφία της περιοχής



Δήμος Παλλήνης (2021)

Εικόνα 4. 2 Παλιά φωτογραφία της περιοχής



Δήμος Παλλήνης (2021)

4.2 Η ελκυστικότητα Δήμου Παλλήνης

Το συγκριτικό (ανταγωνιστικό) πλεονέκτημα που έχει μια πόλη σε σχέση με την προσέλκυση κατοίκων, επισκεπτών, επενδυτών και επιχειρήσεων καθορίζεται από τους παράγοντες ελκυστικότητας. Μια πόλη μπορεί να παρίσταται θελκτική προς μια ομάδα (ή υπο-ομάδα) ενδιαφερομένων ή και περισσότερες ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της / παράγοντες ελκυστικότητας, όπως αναφέρθηκε παραπάνω (Κεφάλαιο 3.3)

Τόσο οι στατικοί όσο και οι μεταβλητοί παράγοντες ελκυστικότητας μπορεί να είναι θετικοί (να ενισχύουν την ελκυστικότητα) ή αρνητικοί (να απομειώνουν την ελκυστικότητα). Θετικοί μεταβλητοί παράγοντες ελκυστικότητας μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να αντισταθμίσουν αρνητικούς στατικούς παράγοντες ελκυστικότητας ή να ενισχύσουν θετικούς στατικούς παράγοντες.

Στους μεταβλητούς παράγοντες της ελκυστικότητας εντάσσεται η δυνατότητα της διοίκησης κάθε πόλης να εφαρμόσει πολιτικές, ώστε να αυξήσει την θελκτικότητα και κατά συνέπεια την τοπική ανάπτυξη. Στόχος της διοίκησης είναι να εντοπίσει και να αναπτύξει τα σημεία που θα κάνουν την πόλη να ξεχωρίσει. Με γνώμονα την βελτίωση της ελκυστικότητας, ο Δήμος Παλλήνης σχεδιάζει και ακολουθεί ένα πρόγραμμα υλοποίησης έργων, αξιολογώντας κάποιους παράγοντες της ελκυστικότητας, όπως:

- Την ανάδειξη των χαρακτηριστικών της πόλης. Μέσα από πολιτικές και ανθρωπογενείς παρεμβάσεις αποσκοπεί στη δημιουργία νέων χαρακτηριστικών τα οποία απευθύνονται στην ομάδα στόχο που θέλει να προσελκύσει. Η ελκυστικότητα δεν εκτιμάται αποσπασματικά. Είναι συγκριτικό πλεονέκτημα και όχι αυτοτελές για την πόλη. Εκτιμάται συγκριτικά με την προσφορά των γειτονικών περιοχών. Μια πόλη χαρακτηρίζεται ελκυστική σε σχέση με το περιβάλλον της. Είναι αυτό που την κάνει να ξεχωρίζει από τις άλλες, γι' αυτό εμπεριέχει και το στοιχείο του ανταγωνισμού.
- Τη διατήρηση του φιλικού περιβάλλοντος
- Τη δυνατότητα πρόσβασης στην εργασία (κυρίως σταθερός χρόνος που χρειάζεται ο εργαζόμενος να φτάσει στην εργασία του)

- Την ποιότητα της οικοδομής για τον αγοραστή ή τον ενοικιαστή σε σχέση με το κόστος και σε σχέση με τους όμορους δήμους

Με το άρθρο 24 του Συντάγματος καταχωρήθηκε η προστασία του «φυσικού» και «πολιτιστικού» περιβάλλοντος της Χώρας. Προκειμένου να εξασφαλίζονται η λειτουργικότητα, η ανάπτυξη οικισμών καθώς και η καλή διαβίωση των ανθρώπων το Κράτος οφείλει να ελέγχει την χωροταξική αναδιάρθρωση και πολεοδόμηση της Χώρας. Υπό το πρίσμα αυτό, προβλέφθηκε με το άρθρο 29 του ν.1337/1983 (ΦΕΚ 33/τ.Α) , ο θεσμός της «Ζώνης Οικιστικού Ελέγχου» (Ζ.Ο.Ε.), όπου με Προεδρικά Διατάγματα ορίζονται οι πόλεις και οι οικισμοί γύρω από τα εγκεκριμένα όρια των οποίων καθορίζονται ΖΟΕ. Με Προεδρικό Διάταγμα που δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως (ΦΕΚ 199/τ.Δ/06.03.2003), καθορίστηκαν «η χρήση γης, οι όροι και οι περιορισμοί δόμησης στην εκτός σχεδίου και εκτός ορίων οικισμών προ του 1923 ευρύτερη περιοχή των Μεσογείων Ν. Αττικής»

Ο Δήμος Παλλήνης διαθέτει θεσμοθετημένα Γενικά Πολεοδομικά Σχέδια (Γ.Π.Σ.) για τις Δημοτικές Ενότητες Παλλήνης, Γέρακα και Ανθούσας. Τα περισσότερα από τα κείμενα αυτά συντάχθηκαν με βάση τις διατάξεις του νόμου 1337 /1983 (ΦΕΚ 33/τ.Α/14-3-1983) «Επέκταση των πολεοδομικών σχεδίων, οικιστική ανάπτυξη και σχετικές ρυθμίσεις», και τις διατάξεις του νέου νόμου 2508/1997 (ΦΕΚ 124/τ.Α/13-6-1997): «Βιώσιμη Οικιστική Ανάπτυξη των πόλεων και οικισμών της χώρας και άλλες διατάξεις».

Αναλυτικά, τα θεσμοθετημένα Γ.Π.Σ. αποτυπώνονται στον ακόλουθο πίνακα:

Πίνακας 4. 2 Γενικά Πολεοδομικά Σχέδια (Γ.Π.Σ.) Δ. Παλλήνης

Παλλήνη	ΦΕΚ 62/Δ/ 18-02-1986	Έγκριση πολεοδομικής μελέτης της περιοχής Άγιος Νικόλαος (Κάντζα) της κοινότητας Παλλήνης Αττικής και τροποποίηση του ρυμοτομικού σχεδίου σε συνεχόμενα τμήματα της ίδιας περιοχής.
	ΦΕΚ 421/Δ/ 16-06-1989	Έγκριση γενικού πολεοδομικού σχεδίου (Γ.Π.Σ.) της κοινότητας Παλλήνης (ν. Αττικής)
	ΦΕΚ 563/Δ/07-08-1991	Τροποποίηση Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου (Γ.Π.Σ.) του Δήμου Παλλήνης (Ν. Αττικής)
	ΦΕΚ 152/Δ/13-04-1991	Τροποποίηση Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου (Γ.Π.Σ.) του Δήμου Παλλήνης (Ν. Αττικής)
	ΦΕΚ 1243/Δ/04-10-1993	Τροποποίηση Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου (Γ.Π.Σ.) του Δήμου Παλλήνης (Ν. Αττικής)
	ΦΕΚ 859/Δ/30-11-1999	Τροποποίηση Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου (Γ.Π.Σ.) του Δήμου Παλλήνης (Ν. Αττικής)
Γέρακας	ΦΕΚ 514/Δ/20-07-1988	Έγκριση γενικού πολεοδομικού σχεδίου (Γ.Π.Σ.) της κοινότητας Γέρακα (Ν. Αττικής)
	ΦΕΚ 470/Δ/24-06-1999	Τροποποίηση Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου (Γ.Π.Σ.) του Δήμου Γέρακα (Ν. Αττικής)
Ανθούσα	ΦΕΚ 1183/Δ/11-12-1987	Έγκριση γενικού πολεοδομικού σχεδίου (Γ.Π.Σ.) της κοινότητας Ανθούσας (ν. Αττικής)
	ΦΕΚ 1175/Δ/02-11-2005	Τροποποίηση Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου (Γ.Π.Σ.) της κοινότητας Ανθούσας (Ν. Αττικής)
	ΦΕΚ 167/ΑΑΠ/12-08-2016	Έγκριση πολεοδομικής μελέτης επέκτασης του εγκεκριμένου ρυμοτομικού σχεδίου της Δ.Κ. Ανθούσας του Δήμου Παλλήνης (ν. Αττικής) και επικύρωση καθορισμού οριογραμμών ρεμάτων.

Η υλοποίηση του σχεδίου πόλης στη δημοτική ενότητα Γέρακα ήταν καθοριστική και οδήγησε στην αύξηση της πόλης. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να υπάρξει ραγδαία αύξηση στην δόμηση της περιοχής και μόνο το 10% στις περιοχές εντός σχεδίου είναι σήμερα αδόμητο. Συνέπεια αυτού, ήταν η αύξηση του μόνιμου πληθυσμού, ο οποίος υπερδιπλασιάστηκε στη δημοτική ενότητα Γέρακα τη δεκαετία 2001-2011 όπως αποτυπώνεται στους πίνακες που ακολουθούν.

Πίνακας 4. 3 Πληθυσμιακή αποτύπωση μόνιμου πληθυσμού (απογραφή 2001)

ΠΛΗΘΥΣΜΙΑΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	
ΔΗΜΟΣ ΓΕΡΑΚΑ	13.990
ΔΗΜΟΣ ΠΑΛΛΗΝΗΣ	17.232
ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΑΝΘΟΥΣΑΣ	3.024

ΕΕΤΑΑ Απογραφή (2001)

Πίνακας 4. 4 Πληθυσμιακή αποτύπωση μόνιμου πληθυσμού (απογραφή 2011)

ΠΛΗΘΥΣΜΙΑΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	
ΔΗΜΟΣ ΠΑΛΛΗΝΗΣ	53.735
ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΝΘΟΥΣΑΣ	2.108
ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΓΕΡΑΚΑ	29.544
ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΑΛΛΗΝΗΣ	22.083

Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία (2014)

Η αύξηση του πληθυσμού δημιούργησε νέες ανάγκες στο Δήμο. Για την εξυπηρέτηση των κατοίκων δημιουργήθηκε η ανάγκη νέων υποδομών όπως σχολικά κτίρια, βρεφονηπιακοί σταθμοί, πάρκα, παιδικές χαρές. Επίσης παρατηρείται εγκατάσταση νέων επιχειρήσεων που δίνουν νέα πνοή στην οικονομική δραστηριότητα της πόλης.

Αντίθετα για τη δημοτική ενότητα Παλλήνης η πρώτη περιοχή που εντάχθηκε στο σχέδιο πόλης ήταν το 2008 (περιοχή Βακαλόπουλου) και η δεύτερη ένταξη πραγματοποιήθηκε το 2014, με αποτέλεσμα λόγω των μη θεσμοθετημένων χώρων να

έχουμε για την δημοτική ενότητα της Παλλήνης λιγότερη αύξηση του πληθυσμού την δεκαετία 2001-2011. Με την ένταξη όμως σήμερα μεγάλης έκτασης της εν λόγω δημοτικής ενότητας στο σχέδιο πόλης, αναμένεται η τοπική και οικονομική ανάπτυξη της στην επόμενη δεκαετία.

4.3 Πόλοι έλξης Δήμου Παλλήνης

Όπως προαναφέρθηκε, με την αποκέντρωση των κυβερνητικών λειτουργιών, τη μεταφορά αρμοδιοτήτων και πόρων στο τοπικό και περιφερειακό επίπεδο καθώς και τη δυνατότητα λήψης αποφάσεων στο επίπεδο Τοπικής Αυτοδιοίκησης, οι Δήμοι διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στο πολιτικό, κοινωνικό και οικονομικό γίνεσθαι.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι Δήμοι Παλλήνης αντιμετωπίζει νέες προκλήσεις και αναλαμβάνει ενεργά νέες δραστηριότητες που στοχεύουν, στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της περιοχής του και στην ενίσχυση της ελκυστικότητας της πόλης του, με όραμα την μακροπρόθεσμη οικονομική ανάπτυξη. Στη δεκαετία 2011-2021, με τη στρατηγική πολιτική που ακολούθησε, εξασφάλισε ένα εύρωστο οικονομικό περιβάλλον και προχώρησε στην ενίσχυση της ελκυστικότητας της πόλης του, τόσο για κατοίκους όσο για επισκέπτες και επιχειρήσεις.

Στην παρούσα εργασία θα παρουσιάσουμε πέντε (5) πρόσφατες προσπάθειες του Δήμου Παλλήνης, με στόχο αφενός την αύξηση της ελκυστικότητάς του και αφετέρου την αστική ανάπτυξη της περιοχής, με σκοπό τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε σχέση με όμορους Δήμους.

4.3.1 Επένδυση στο Κτήμα Καμπά – Οφέλη

4.3.1.1 Ιστορική ανασκόπηση

Το κτήμα Καμπά στην Κάντζα Αττικής, είναι ένας χώρος έκτασης 319 στρεμμάτων. Χωροθετείται στην Ανατολική Αττική, στο βόρειο τμήμα του κάμπου των Μεσογείων και διοικητικά ανήκει στον Δήμο Παλλήνης. Οριοθετείται βόρεια από την Περιφερειακή Σταυρού – Ραφήνας, ανατολικά από την Αττική Οδό, νότια συνορεύει με τις εγκαταστάσεις του Λάτσειου Κολεγίου Αθηνών και δυτικά με τους οικισμούς της Κάντζας, του Αγίου Νικολάου και τις εργατικές πολυκατοικίες της Παλλήνης από τους οποίους το χωρίζει η οδός Λεονταρίου. (Κτήμα Καμπά, 2009)

Εικόνα 4. 4 Τοποθεσία Κτήματος Καμπά



Κτήμα Καμπά (2009)

Το οινοποιείο Καμπά αποτελεί την πρώτη και μεγαλύτερη βιομηχανία οίνου στα Μεσόγεια Αττικής, αλλά και την Ελλάδα. Λειτουργήσε από τους αδελφούς Καμπά

Εικόνα 4. 5 Το παλιό οινοποιείο Καμπά



Κτήμα Καμπά : Η χαμένη ευκαιρία (2021)

πρώτη φορά το 1875, καλλιεργώντας μια έκταση 5.000 στρεμμάτων, το οποίο συνέχισε να λειτουργεί ως αμπελώνας και οινοποιητικό εργοστάσιο έως το 1990. Όμως από στις αρχές της δεκαετίας του 1930 η Καμπάς Α.Ε. πέρασε στην Εθνική Τράπεζα. Στα χέρια της

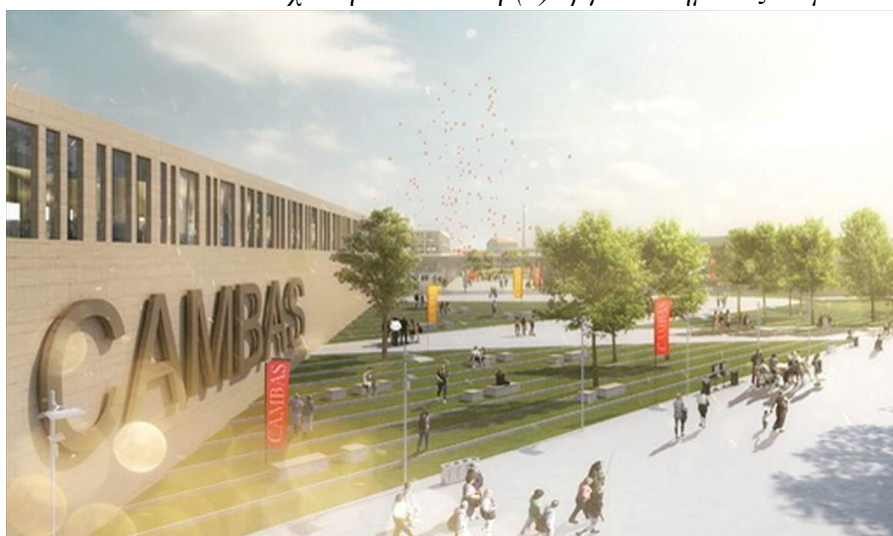
ΕΤΕ η εταιρεία παρέμεινε για περισσότερο από μισό αιώνα μέχρι το 1991, οπότε η ΕΤΕ αποφάσισε να βγάλει σε δημοπρασία τα ακίνητα της, και ειδικότερα το κτήριο και το εργοστάσιο στην Κάντζα και κατακυρώνεται στην εταιρεία «Ι. Μπουτάρης και Υιός Holding Α.Ε.», στα χέρια της οποίας παρέμεινε μέχρι το 1997. Το 1997 ο Οργανισμός Αθήνας αποφάσισε την ένταξη του κτήματος Καμπά στο Σχέδιο Πόλης της Παλλήνης με χρήσεις πολεοδομικού κέντρου, αλλά απέτυχε λόγω πολλών αντιδράσεων. (Κτήριο Καμπά : Η χαμένη ευκαιρία του Μπουτάρη , 2021)

Η βίλα «Καμπά», νεοκλασικό διώροφο κτίριο, χαρακτηρίστηκε ως ιστορικό διατηρητέο μνημείο με απόφαση του Υπουργείου Πολιτισμού, που δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ 288/τ.Β/24.04.1986 καθώς αποτελεί κτίσμα ιδιαίτερης ιστορικής σημασίας για τη μελέτη της εξέλιξης της αρχιτεκτονικής. Με απόφαση της υφυπουργού Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων, το σύνολο των κτιρίων του εργοστασίου Οινοποιίας Α. Καμπά χαρακτηρίστηκε ως διατηρητέο, που δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ 196/τ.Δ/05.03.2004

4.3.1.2 Το κτήριο Καμπά ως περιοχή Οργανωμένης Ανάπτυξης Παραγωγικών Δραστηριοτήτων (Π.Ο.Α.Π.Δ.)

Η έκταση του κτήματος μετά από διάφορες δικαστικές εμπλοκές και διαμάχες πέρασε τελικά σε σχήμα που συμμετείχαν οι εταιρείες «Κάντζα Εμπορική», «Κάντζα Α.Ε.» και Reds. Η τελευταία, ως κεντρικός άξονας του ομίλου, προχώρησε τις μελέτες και το σχεδιασμό ενός φιλόδοξου σχεδίου, που προβλέπει την ανάπτυξη σε επιφάνεια 315 στρεμμάτων,

Εικόνα 4. 6 Καλλιτεχνική απεικόνιση (1) έργων Κτήματος Καμπά



Μεγάλη επένδυση στο κτήριο Καμπά (2021)

στην έκταση του παλιού οινοποιείου Καμπά, ενός πρωτοποριακού project που θα συνδυάζει την ανάδειξη των διατηρητέων κτιρίων με νέες χρήσεις. Στο έργο προβλέπεται η δομήσιμη επιφάνεια 89.000 τετραγωνικών μέτρων, που θα περιλαμβάνει χρήσεις ξενοδοχείου-συνεδριακού κέντρου και εμπορικών καταστημάτων καθώς και γραφείων. (Κτήμα Καμπά : Η χαμένη ευκαιρία του Μπουτάρη , 2021)

Εικόνα 4. 7 Καλλιτεχνική απεικόνιση (2) έργων Κτήματος Καμπά



Κτήμα Καμπά : Η χαμένη ευκαιρία (2021)

Στη συνέχεια, με το Προεδρικό Διάταγμα 19/10/11, ΦΕΚ 288/ΑΑΠ, εγκρίθηκε η Στρατηγική Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (ΣΜΠΕ) και χαρακτηρίστηκαν και οριοθετήθηκαν ως «ΠΟΑΠΔ Τριτογενούς Τομέα» εδαφικές εκτάσεις του πρώην κτήματος Καμπά.

Εικόνα 4. 8 Καλλιτεχνική απεικόνιση (3) έργων Κτήματος Καμπά



Κτήμα Καμπά (2021)

Με το 2ο Προεδρικό Διάταγμα εγκρίνεται το πολεοδομικό σχέδιο και ο πολεοδομικός κανονισμός της Περιοχής Οργανωμένης Ανάπτυξης Παραγωγικών Δραστηριοτήτων (Π.Ο.Α.Π.Δ) και επικυρώνεται ο καθορισμός των οριογραμμών τμημάτων ρεμάτων που διατρέχουν και γειτνιάζουν με την περιοχή. Έτσι το «Cambas Project» βρίσκεται πλέον στην τελική ευθεία, καθώς υπάρχει η δυνατότητα να προχωρήσει άμεσα στην έκδοση οικοδομικών αδειών για να ξεκινήσει το έργο. Πρόκειται για μια επένδυση υπερτοπικού χαρακτήρα που μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής της Ανατολικής Αττικής, δίνοντας υπεραξία στην περιοχή και συμβάλλοντας στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Στη συνολική έκταση ανάπτυξης του έργου, οι χώροι που μπορούν να οικοδομηθούν οργανώνονται σε 3 Ζώνες:

1η Ζώνη: Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων,

2η Ζώνη: Προστασίας του κτιριακού συγκροτήματος του εργοστασίου Καμπά

3η Ζώνη: Προστασίας του Σταθμού Κάντζα του Αττικού Σιδηροδρόμου.

Επίσης, καθορίζονται πεζόδρομοι, χώροι πρασίνου, κοινόχρηστοι χώροι – οικολογικοί αμπελώνες καθώς και χώρος εγκατάστασης βιολογικού καθαρισμού. (Μεγάλη επένδυση στο κτήμα Καμπά , 2021)

Με το «Μνημόνιο Συνεργασίας» που υπέγραψε ο Δήμαρχος Παλλήνης με την εταιρεία «KANTZA ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕ», τον Μάρτιο του 2019, διασφαλίστηκαν σημαντικά οφέλη για την τοπική κοινωνία και συγκεκριμένα:

1. Νέες θέσεις εργασίας, για τους κατοίκους του Δήμου Παλλήνης, συνολικά 1.600 θέσεις εργασίας. Επίσης δεσμεύεται η εταιρεία να δίνει προτεραιότητα, κατά τη διαδικασία πρόσληψης προσωπικού στους κατοίκους.
2. Θα δοθούν επιχειρηματικές ευκαιρίες σε επαγγελματίες του Δήμου με τη μορφή προτεραιότητας στην εξέταση αιτημάτων τους για ενδεχόμενη εγκατάσταση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στο χώρο της επένδυσης.
3. Νέα, κοινωφελή έργα, αξίας 6 εκατομμυρίων ευρώ, που θα βελτιώσουν την ποιότητα ζωής των κατοίκων, τόσο στις άμεσες περιοχές που επηρεάζονται από την εν λόγω επένδυση όσο και σε άλλες γειτονίες του Δήμου, τα οποία θα κατασκευαστούν με πόρους του επενδυτή σε συνεργασία με την Τεχνική Υπηρεσία του Δήμου Παλλήνης.

4. Στον κοινόχρηστο χώρο έκτασης 157 στρ., τα οποία περιέρχονται στο Δήμο, θα γίνει ανάπλαση, με δαπάνη του επενδυτή, με έργα πρασίνου, άθλησης και πεζοδρομίων.
5. Την κυκλοφοριακή μελέτη, που θα εκπονήσει ο Δήμος Παλλήνης, για τις περιοχές Κάντζας, Αγίου Νικολάου και Εργατικών Κατοικιών I και II., θα χρηματοδοτήσει η εταιρεία.
6. Την πλήρη ανακαίνιση της Βίλας Καμπά και την άμεση μεταβίβαση της κατά ψιλή κυριότητα στον Δήμο Παλλήνης και κατά πλήρη κυριότητα, μετά από 15 έτη.
7. Την ανακατασκευή του παλιού Εργοστασίου και του παλιού Σιδηροδρομικού Σταθμού, καθώς και την ανάδειξη της παλιάς Σιδηροδρομικής Γραμμής.
8. Την αναβίωση των οικολογικών αμπελώνων, οι οποίοι θα συνδεθούν με τις μουσειακές λειτουργίες του παλιού Εργοστασίου.
9. Τη φύτευση υψίκορμων δέντρων, για την αντιμετώπιση της όχλησης και την προστασία των περιοίκων από την περιβαλλοντική και αισθητική όχληση.
10. Την κατασκευή ηχητικού φράγματος, για την αντιμετώπιση της ηχητικής επιβάρυνσης της γύρω περιοχής.
11. Τη δημιουργία χώρου στάθμευσης εντός της επένδυσης που θα καλύπτει το σύνολο των αναγκών πρόσβασης, χωρίς να επιβαρύνει την γύρω περιοχή.
12. Τη διάθεση του άυλιου χώρου του εργοστασίου Καμπά, για εκδηλώσεις του Δήμου, σε συνεννόηση με την Εταιρεία. (Κτήμα Καμπά ,2021)

Συμπερασματικά να αναφέρουμε ότι, πρόκειται για ένα έργο που θα “μεταλλάξει” την φυσιογνωμία της Παλλήνης σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο. Στόχος του έργου είναι να διασφαλιστεί ο ήπιος χαρακτήρας των προτεινόμενων τουριστικών ή παραγωγικών αναπτύξεων, ο σεβασμός του φυσικού, τοπικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, η κοινωνικοοικονομική αναβάθμιση της περιοχής, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων ενώ παράλληλα να τηρούνται οι κατευθύνσεις του υπερκείμενου σχεδιασμού.

4.3.2 Κατασκευή δικτύου αποχέτευσης

Η φιλοσοφία της κυκλικής οικονομίας, η συλλογή και η επεξεργασία των λυμάτων σε συνδυασμό με την επαναχρησιμοποίηση του επεξεργασμένου νερού για άρδευση εκτάσεων, θα εξασφαλίσει την αειφορία του φυσικού πλούτου του νερού, το οποίο στις μέρες μας τείνει σε πολλές χώρες του πλανήτη να είναι πολύτιμο αγαθό. Επίσης η σωστή διαχείριση των λυμάτων έχει σαν συνέπεια την αναβάθμιση του

θαλάσσιου πλούτου, την βελτίωση του υδροφόρου ορίζοντα, την προστασία της δημόσιας υγείας καθώς και την κοινωνική και οικονομική ανάκαμψη της ευρύτερης περιοχής.

Με σκοπό την αποκόμιση αυτών των οφελών, ο Δήμος Παλλήνης προχώρησε στην επίλυση του διαχρονικού προβλήματος του, την έλλειψη δικτύου αποχέτευσης ακαθάρτων λυμάτων. Με πρωτοβουλία του Δήμου, ξεκίνησαν οι διαδικασίες ώστε να εξασφαλιστεί η απαραίτητη χρηματοδότηση για την κατασκευή του έργου. Το έργο χρηματοδοτείται σε ποσοστό 91% από το ΕΣΠΑ 2014-2020 (Ταμείο Συνοχής), μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Υποδομές Μεταφορών, Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη», που τελεί υπό τη διαχείριση της Περιφέρειας Αττικής και της Διαχειριστικής της Αρχής στο πλαίσιο σχετικής εκχώρησης. Έπειτα από δύο σχεδόν δεκαετίες η σύμβαση κατασκευής του έργου, υπογράφηκε την Πέμπτη 15 Ιουλίου 2021 από τον Αναπληρωτή Διευθύνοντα Σύμβουλο της ΕΥΔΑΠ και τους εκπρόσωπους της αναδόχου κοινοπραξίας «ΧΡ. Δ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ – ΕΛΤΕΡΓΑ ΑΕ». Ο προϋπολογισμός του έργου είναι 72.000.000 ευρώ, με κοινοτική χρηματοδότηση ύψους 55.000.000 ευρώ ενώ η δημοπράτηση και εκτέλεση του έργου, γίνεται υπό την ευθύνη της ΕΥΔΑΠ, στο πλαίσιο Προγραμματικής Σύμβασης με τον Δήμο Παλλήνης. Σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα, το δίκτυο θα ολοκληρωθεί πλήρως, σε 48 μήνες (4 έτη). Θα κατασκευαστούν 172 χλμ. δικτύου, 13 αντλιοστάσια και πάνω από 9.000 συνδέσεις με ακίνητα. (ΕΥΔΑΠ-Δήμος Παλλήνης, 2021)

Το έργο της Αποχέτευσης, θα βάλει οριστικό τέλος στην, επί δεκαετίες, υποβάθμιση της δημόσιας υγείας, του φυσικού περιβάλλοντος και της ποιότητας ζωής των κατοίκων. Έως τώρα, η αποχέτευση των λυμάτων, στο μεγαλύτερο μέρος του Δήμου γίνεται κυρίως, σε στεγανούς βόθρους, πολλοί εκ των οποίων παρουσιάζουν προβλήματα λόγω παλαιότητας, ανεπάρκειας και κακής συντήρησης, προκαλώντας τεράστια επιβάρυνση στον υδροφόρο ορίζοντα. Επίσης, οι συχνές διελεύσεις βυτιοφόρων που χρησιμοποιούνται για την απομάκρυνση των οικιακών λυμάτων δημιουργούν όχληση και κυκλοφοριακή συμφόρηση. Η σύνδεση των οικιών στο δίκτυο αποχέτευσης, θα επιφέρει νέες αναπτυξιακές δυνατότητες για τον Δήμο και θα αναβαθμίσει την αξία των ακινήτων.

Ακόμα, είναι ένα έργο που θα έχει οικονομική ανταπόδοση προς τους κατοίκους, τους οποίους θα απαλλάξει από το κόστος απομάκρυνσης των οικιακών

λυμάτων που φτάνει έως και 2.000 ευρώ το χρόνο, ενώ εξασφαλίστηκε η δωρεάν σύνδεση των νοικοκυριών και των επιχειρήσεων με το δίκτυο. Το έργο θα καλύψει όλο τον Δήμο Παλλήνης, πλην των γειτονιών Γαργητός Ι, Γαργητός ΙΙ και Σταυρός, που διαθέτουν ήδη αποχετευτικό δίκτυο και των γειτονιών Κάντζα, Άγ. Νικόλαος, Λουτρό, Κάτω Μπαλάνα και Εργατικές Κατοικίες Ι, ΙΙ, ΙΙΙ, οι οποίες θα συνδεθούν με το ΚΕΛ Κορωπίου, μέσω του υφιστάμενου αγωγού επί της οδού Λαυρίου. Έχει δημοπρατηθεί ήδη η οριστική μελέτη του έργου. Με τον τρόπο αυτό, ο Δήμος Παλλήνης αποκτά αποχετευτικό δίκτυο στο σύνολο της έκτασής του. (Κατασκευή δικτύου αποχέτευσης ακαθάρτων υδάτων Δ. Παλλήνης, 2018)

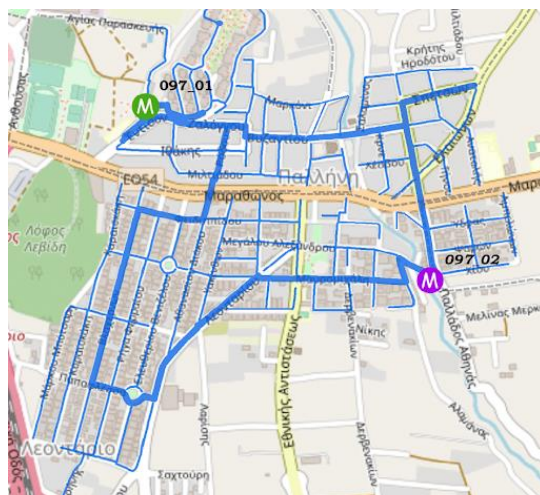
Δεδομένου ότι η σύνδεση των ακινήτων στο δίκτυο αποχέτευσης ακαθάρτων είναι υποχρεωτική, σύμφωνα με τον Ν 1068/1980, το Π.Δ 6/1986 και την Υπουργική Απόφαση Δ16γ/010/178Γ (ΦΕΚ 846Β'/06.05 2009 – Κανονισμός Λειτουργίας Δικτύου Αποχέτευσης), επιτυγχάνεται η συμμόρφωση με την Εθνική και Ευρωπαϊκή Οδηγία με στόχο την απαλλαγή από τα πρόστιμα που καταβάλλονται έως τώρα, λόγω της βασικής αυτής έλλειψης υποδομής αποχέτευσης και επεξεργασίας των αστικών λυμάτων στους δήμους της Ανατολικής Αττικής.

4.3.3 Δίκτυο φυσικού αερίου

Ο Δήμος Παλλήνης αποτελεί τον μοναδικό Δήμο της Ανατολικής Αττικής, ο οποίος διαθέτει δίκτυο φυσικού αερίου, το οποίο συνεχώς επεκτείνεται, με ταχύτατους ρυθμούς. Η έναρξη των εργασιών επέκτασης του δικτύου φυσικού αερίου, από την Εταιρεία Διανομής Αερίου Αττικής (Ε.Δ.Α.Α), στη Δημοτική ενότητα Παλλήνης στις 15 Οκτωβρίου 2018 και στις 22 Οκτωβρίου 2018 στη Δημοτική ενότητα Γέρακα, σηματοδοτεί την αφετηρία του αγώνα για επέκταση του και στον υπόλοιπο Δήμο, γεγονός που θα προσφέρει στην περιοχή, υπεροχή, έναντι όμορων Δήμων. Με συντονισμένες κινήσεις της Δημοτικής Αρχής, από το 2018 έως το 2021, έχουν κατασκευαστεί πάνω από 45 χλμ. δικτύου. Ήδη έχει ολοκληρωθεί το δίκτυο σε όλο το Παλαιό Κέντρο Παλλήνης στο οποίο ζουν περίπου 15.000 μόνιμοι κάτοικοι, καθώς και

στο κέντρο και σε γειτονιές του Γέρακα. Οι επεκτάσεις συνεχίζονται το 2021 και 2022 σε γειτονιές της Δ.Ε Γέρακα. (Φυσικό αέριο-LPG , 2020)

Εικόνα 4. 9 Δίκτυο Φυσικού Αερίου



Φυσικό αέριο (2020)

Δεκάδες χιλιάδες νοικοκυριά, καθώς και η πλειονότητα των καταστημάτων και επιχειρήσεων του Δήμου, μπορούν πλέον να συνδεθούν με το δίκτυο φυσικού αερίου. Επόμενος στόχος της Δημοτικής Αρχής, είναι η επέκταση του δικτύου και προς την Δημοτική ενότητα της Ανθούσας και την περιοχή της Κάντζας Παλλήνης, ώστε να ολοκληρωθεί η πλήρης κάλυψη του Δήμου, εντός των επόμενων ετών.

Είναι χαρακτηριστικό ότι ο Δήμος Παλλήνης έως και το 2018 δεν ήταν στον «χάρτη» των έργων φυσικού αερίου. Με τη δημιουργία ειδικής ηλεκτρονικής πλατφόρμας για την διευκόλυνση της υποβολής των αιτήσεων, η Διοίκηση του Δήμου παρακίνησε και κινητοποίησε την τοπική κοινωνία να υποβάλλει αιτήσεις ενδιαφέροντος, ώστε να προκληθεί το επενδυτικό ενδιαφέρον από την Εταιρεία Διανομής Αερίου Αττικής (ΕΔΑΑ). Με τον τρόπο αυτό, σήμερα ο Δήμος Παλλήνης είναι ένας από τους Δήμους με τη ταχύτερη επέκταση δικτύου φυσικού αερίου σε όλη τη χώρα, στοιχείο που δύναται να αυξήσει την θελκτικότητα του και να αποτελέσει κίνητρο απόκτησης μόνιμης κατοικίας.

4.3.4 Η ένταξη της Δ.Ε Ανθούσας και Δ.Ε. Παλλήνης στο Σχέδιο Πόλης

Για μια αναπτυσσόμενη περιοχή, το Σχέδιο Πόλης, αποτελεί ύψιστη προτεραιότητα, προκειμένου οι περιουσίες των πολιτών να αποκτήσουν μεγαλύτερη αξία, να πραγματοποιηθεί μια ορθολογικότερη ανάπτυξη της περιοχής αλλά ταυτόχρονα να αποκτώνται χώροι για την κατασκευή των απαραίτητων υποδομών (Σχολεία, Αθλητικά και Πολιτιστικά Κέντρα, Βρεφονηπιακοί Σταθμοί, ΚΑΠΗ, Χώροι Πρασίνου και Αναψυχής, κλπ).

Εικόνα 4. 10 Ανθούσα , Σχέδιο Πόλεως



Σχέδιο πόλης Ανθούσας (2021)

Στις 12 Αυγούστου 2016, δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως το Προεδρικό Διάταγμα με το οποίο εγκρίνεται η Πολεοδομική Μελέτη της επέκτασης του εγκεκριμένου ρυμοτομικού σχεδίου της Δ.Ε. Ανθούσας, Δήμου Παλλήνης (ΦΕΚ 167 Α.Α.Π. 12 Αυγούστου 2016). Η ολοκλήρωση της Πολεοδομικής Μελέτης επικυρώθηκε με την αριθ.15/2021 απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου της Παλλήνης, Για την Πράξη Εφαρμογής του Πολεοδομικού Σχεδίου της Ανθούσας, η χρηματοδότηση ύψους 1.252.000 ευρώ, εξασφαλίστηκε από την Περιφέρεια Αττικής μέσω προγραμματικής σύμβασης. Από το Σχέδιο Πόλης προβλέπονται: 3 νέοι Βρεφονηπιακοί Σταθμοί, 2 Νηπιαγωγεία και 2 Δημοτικά, 2 Γυμνάσια και 2 Λύκεια. (Σχέδιο πόλης –ελεύθεροι χώροι , 2021)

Ακολούθως για τη Δ.Ε της Παλλήνης προχωρά με γοργούς ρυθμούς η υλοποίηση των Πράξεων Εφαρμογής περιοχών που έχουν ήδη ενταχθεί στο σχέδιο. Ενδεικτικά αναφέρουμε την εξέλιξη κάποιων πολεοδομικών θεμάτων, ως εξής:

- Πράξη Εφαρμογής Π.Ε1 –Καραουζι, Π.Ε.8 –Παπαχωράφι, Π.Ε9- Μαριζα , Π.Ε 13-Νεα Παλλήνη.Έχει γίνει 1η ανάρτηση Καραουζι
- Πράξη Εφαρμογής Π.Ε2 –Νότια Έδρας σε εξέλιξη. Έχει γίνει 1η Ανάρτηση.
- Πράξη Εφαρμογής Π.Ε5 Κάτω Μπαλάνα σε εξέλιξη. Έχει γίνει 1η Ανάρτηση.
- Π.Ε 14-Λουτρό. Έγινε η τελευταία ανάρτηση της Πολεοδομικής μελέτης δεν υποβλήθηκε καμία ένσταση και ο φάκελος διαβιβάστηκε στην Περιφέρεια Αττικής για εισήγηση στο Συμβούλιο Πολεοδομικών θεμάτων και Αμφισβητήσεων (ΣΥΠΟΘΑ) της Περιφέρειας.
- Π.Ε 6 Μιχαληνός , Λόφος Λεβίδη, Π.Ε 2 –Νότια Έδρας και Π.Ε10 – Κάτω Χαρβάτι. Έχουν υποβληθεί οι Πολεοδομικές μελέτες στην Περιφέρεια για Εισήγηση στο ΣΥΠΟΘΑ
- Π.Ε 4 –Άνω Μπαλάνα τμήμα μετά τον αποχαρακτηρισμό του Αρχαιολογικού Χώρου.Έχει υποβληθεί η μελέτη στην Περιφέρεια για εισήγηση στο ΣΥΠΟΘΑ.
- Π.Ε 3- Λόφος-Άγιος Αθανάσιος. Έγινε η τελευταία Ανάρτηση της πολεοδομικής μελέτης και υπεβλήθησαν 7 ενστάσεις. Θα εκδικαστούν στο επόμενο Δ.Σ. και ο φάκελος της μελέτης θα υποβληθεί στην Περιφέρεια για εισήγηση στο ΣΥΠΟΘΑ
- Πολεοδομικό Κέντρο. Μετά την ακύρωση του Δ/γματος από το ΣτΕ έγινε νέα Πολεοδομική Μελέτη η οποία έχει υποβληθεί στην Περιφέρεια Αττικής για Εισήγηση στο ΣΥΠΟΘΑ.
- Πολεοδομική μελέτη Ασυρμάτου. Μετά την μείωση ζώνης από το Νεκροταφείο και τις εγκεκριμένες γεωλογικές μελέτες εκπονήθηκε Πολεοδομική μελέτη η οποία υποβλήθηκε στην Περιφέρεια για Εισήγηση στο ΣΥΠΟΘΑ.(Σχέδιο πόλης –ελεύθεροι χώροι , 2021)

Η ολοκλήρωση του Σχεδίου Πόλης αποτελεί τη μόνη βιώσιμη λύση για την προστασία και στη συνέχεια την αξιοποίηση ελεύθερων χώρων με σκοπό την περιβαλλοντική, κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής.

4.3.5 Αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος

Ο Δήμος Παλλήνης εκτός από την επένδυση στο «κτήμα Καμπά», η οποία θα γίνει με δαπάνη ιδιώτη επενδυτή, όπως προαναφέρθηκε, προωθεί ένα σημαντικό αριθμό έργων, που στοχεύουν στην αισθητική και λειτουργική αναβάθμιση της εικόνας της πόλης, στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών, στην προστασία του περιβάλλοντος και στην ενίσχυση της υπεροχής της έναντι όμορων περιοχών. Στη συνέχεια αναφέρεται μια σειρά δράσεων που υλοποιούνται για το σκοπό αυτό:

- Ανάπτυξη αστικού άλσους Πανοράματος
- Ανάπτυξη αστικού δάσους Κάντζας
- Περιβαλλοντική διαδρομή Ρέματος Παναγίτσας (πάρκο πόλης)
- Πάρκα τσέπης

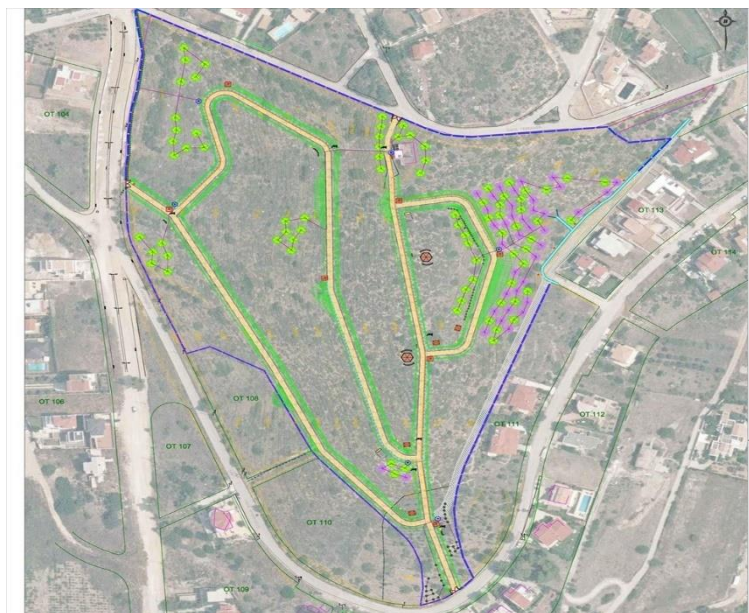
4.3.5.1 Ανάπτυξη αστικού άλσους Πανοράματος

Η ανάπλαση του αστικού άλσους Πανοράματος της Δ.Ε Παλλήνης συνολικής έκτασης 57,73 στρεμμάτων που περικλείεται από τις Δημοτικές οδούς Κύπρου, Τσακάλωφ και Αρχιμήδους, κρίνεται αναγκαία για την αναβάθμιση και προστασία του πρασίνου της περιοχής καθώς και για την ενίσχυση της ψυχικής και σωματικής υγείας των κατοίκων και των επισκεπτών. Η περιοχή είναι χαρακτηρισμένη ως άλσος με το Ν.998/79 και ως έκταση κοινόχρηστου πρασίνου σύμφωνα με το Γ.Π.Σ. Παλλήνης(Υ.Α 48659/2861/14-06-1989). Η μελέτη του έργου έχει εκπονηθεί και περιλαμβάνει επιπροσθέτως τις απαραίτητες εργασίες συντήρησης του άλσους για 7 έτη από τη παραλαβή του έργου. Η χρηματοδότησή του θα γίνει από την Περιφέρεια Αττικής.

Εκτεταμένη ανάπτυξη χώρων πρασίνου, χώρων περιπάτου και αναψυχής, πλήρες δίκτυο ύδρευσης και άρδευσης είναι τα χαρακτηριστικά που συνθέτουν το

τοπίο, με σκοπό να προσφέρουν ευχαρίστηση στον περιηγητή.(Παλλήνη: το μεγαλύτερο δημοτικό πάρκο των Μεσογείων , 2021)

Εικόνα 4. 11 Αστικό άλσος Πανοράματος



Περιβάλλον πράσινο τρόπος ζωής (2021)

4.3.5.2 Ανάπτυξη αστικού δάσους Κάντζας

Στο τεχνικό πρόγραμμα του Δήμου για το έτος 2021, εντάσσονται μια σειρά έργων και μεταξύ αυτών και η ανάπλαση των κέντρων των γειτονιών της Κάντζας (Πάρκο και «Τρίγωνο» Κάντζας), το οποίο αποτελεί ένα σημαντικό πυλώνα βελτίωσης της ποιότητας της ζωής των κατοίκων αλλά και την ελεύθερη προσβασιμότητα και απόλαυση του χώρου από όλους τους πολίτες. Με τη ριζική αναδιαμόρφωση της περιοχής και την αξιοποίηση των κοινόχρηστων χώρων , ο Δήμος φιλοδοξεί να προσδώσει προστιθέμενη αξία στην περιοχή, προς όφελος όλων.(Μεγάλη ανάπλαση κέντρων Παλλήνης, Κάντζας και Αγ. Νικολάου ,2021)

4.3.5.3 Περιβαλλοντική διαδρομή Ρέματος Παναγίτσας (πάρκο πόλης)

Το ρέμα της Παναγίτσας στην Δ. Ε. Γέρακα του Δήμου Παλλήνη, είναι ένας κοινόχρηστος χώρος που αποτελείται από ένα σύνολο δεκατριών (13) οικοδομικών τετραγώνων με συνολική έκταση περίπου 37.000 τετραγωνικά μέτρα και μήκος διαδρομής 1.400 μέτρα και θα αποτελέσει μια "πράσινη λεωφόρο» στην καρδιά της πόλης. Το μέγεθος του χώρου προσδίδει στην προτεινόμενη ανάπλασή του,

χαρακτηριστικά υπερτοπικού χαρακτήρα αφού δεν είναι και πάρα πολλοί οι κοινόχρηστοι χώροι ελεύθερης πρόσβασης τέτοιου μεγέθους εντός του αστικού ιστού. Επιπρόσθετα το μήκος του χώρου παρέμβασης είναι τέτοιο, ώστε να καθιστά την προτεινόμενη διαδρομή περιπάτου, σε συνδυασμό με τις επιμέρους δραστηριότητες που χωροθετούνται και εγκαθίστανται μοναδική στην ευρύτερη περιοχή. Το έργο έχει μελετηθεί από τον Δήμο Παλλήνης (Τεχνική Έκθεση Δ. Παλλήνης 06/2019), και έχει υποβληθεί πρόταση για χρηματοδότηση από το Πρόγραμμα «Αντώνης Τρίτσης» (Τεχνικό Δελτίο Έργου ΑΤ06, 2021). Η προτεινόμενη παρέμβαση αποτελεί μία ολοκληρωμένη σύνθετη ανάπλαση αφού αξιοποιώντας υλικά φιλικά προς το περιβάλλον παρεμβαίνει σε μία σημαντικού μεγέθους και σημασίας για τον Δήμο Παλλήνης περιοχή, αναβαθμίζοντας την συνολικά και αποδίδει στην κοινωνία της Παλλήνης και της ευρύτερης περιοχής έναν χώρο με ποικίλες χρήσεις αθλητισμού, περιπάτου και αναψυχής. Μέσα από το συγκεκριμένο έργο θα προκύψουν πολλαπλά οφέλη για τους κατοίκους και τους επισκέπτες του δήμου, θα αυξηθεί το αίσθημα ασφάλειας, θα δημιουργηθούν κρίσιμες υποδομές και θα αναβαθμιστεί πλήρως ένα σημαντικό κομμάτι εντός του δήμου. (Περιβάλλον, πράσιнос τρόπος ζωής, 2021)

4.3.5.4 Πάρκα τσέπης

Χώροι μικρής έκτασης που βρίσκονται σε περιοχές πυκνοκατοικημένες και επιπλέον δεν διαθέτουν χώρους πρασίνου μετατρέπονται σε «πάρκα τσέπης».

Στη Δημοτική Ενότητα Γέρακα του Δήμου Παλλήνης, θα υλοποιηθούν παρεμβάσεις σε διάσπαρτα σημεία της πόλης συνολικής έκτασης περίπου 3 στρεμμάτων. Πρόκειται για χώρους οι οποίοι προβλέπονται ήδη ως χώροι πρασίνου ή κοινόχρηστοι χώροι από το ισχύον ρυμοτομικό σχέδιο της Δ.Ε Γέρακα και είναι οι ακόλουθοι:

- Ο.Τ. 847, περιοχή "ΓΑΡΓΗΤΤΟΣ ΙΙ", επί των οδών Άνοιξης και Δρυός,
- Ο.Τ. 771, περιοχή "ΓΑΡΓΗΤΤΟΣ ΙΙ", επί των οδών Άνοιξης, Κυκλαμίνων και Καμελίας
- Ο.Τ. 776Α, περιοχή " ΓΑΡΓΗΤΤΟΣ ΙΙ ", επί των οδών Άνοιξης, Μουσών, Τερψιχόρης και Πανδώρας,

- Ο.Τ. 823Α, περιοχή "ΓΑΡΓΗΤΤΟΣ ΙΙ", επί των οδών Κρασιάς, Μαργαρίτας, Μενεξέδων και Μιμόζας
- Ο.Τ 991, περιοχή «ΚΕΝΤΡΟ» επί των οδών Γαργηττού και Κέρου
- Ο.Τ 214^Α, περιοχή «ΣΤΑΥΡΟΣ» Αγ. Ι. Θεολόγου και Δυοβουνιώτη

Σκοπός του έργου είναι χώροι που δεν έχουν καμία αισθητική ιδιαιτερότητα και χρηστικότητα αλλά και με σημάδια εγκατάλειψης και υποβάθμισης, να αποκτήσουν πλέον χαρακτήρα αναψυχής. Ο εξωραϊσμός της πόλης – μείωση των φαινομένων υποβάθμισης και η ενίσχυση του αστικού πρασίνου ως απαραίτητο στοιχείο του αειφόρου πολεοδομικού σχεδιασμού, είναι οι βασικοί άξονες ανάπτυξης του έργου. (Τεχνική Έκθεση Δ. Παλλήνης 07/2020 , 2020).

Εικόνα 4. 12 Πάρκο τσέπης υπό κατασκευή



Δήμος Παλλήνης-πάρκα τσέπης (2021)

Συνεπώς, ο Δήμος έχοντας στραμμένη την προσοχή του στη λειτουργική και αισθητική αναβάθμιση της πόλης, με τις πολιτικές που ακολουθεί θέτει τις βάσεις για τη δημιουργία ενός ελκυστικού περιβάλλοντος για τους κατοίκους του, αλλά και για τους εν δυνάμει κατοίκους, με αντίκτυπο την τοπική ανάπτυξη.

Κεφάλαιο 5:

Μεθοδολογία της έρευνας

5.1 Είδος έρευνας

Στο δεύτερο και τρίτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας, μέσω βιβλιογραφικών αναφορών, έγινε προσπάθεια να προσδιοριστούν και να αποσαφηνιστούν οι έννοιες της «ελκυστικότητα» και «τοπικής ανάπτυξης», οι μορφές ελκυστικότητας των πόλεων καθώς και οι παράγοντες που επηρεάζουν και συνάμα συμβάλλουν στην βελτίωσή της. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε μελέτη περίπτωσης στο Δήμο Παλλήνης, με στόχο να αναδειχθούν χαρακτηριστικά σημεία της πόλης που τονίζουν την ελκυστικότητα της για ομάδες – στόχους, κατοίκους, επισκέπτες, επενδυτές. Προκειμένου να απαντηθούν τα επιμέρους στοιχεία θελκτικότητας της πόλης Παλλήνης που τέθηκαν (Κεφάλαιο 1.1.1), πραγματοποιήθηκε πρωτογενής ποσοτική έρευνα, με τη χρήση ερωτηματολογίου. Για την διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ένα δείγμα πληθυσμού που περιλάμβανε 50 κατοίκους και 50 επισκέπτες. Η επιλογή των μονάδων του δείγματος έγινε με απλή τυχαία δειγματοληψία. Ως κάτοικοι αναφέρονται οι άνθρωποι που ζουν εντός του Δήμου Παλλήνης ενώ ως επισκέπτες αναφέρονται οι άνθρωποι που μετακινούνται από άλλες πόλεις ή δήμους στο Δήμο Παλλήνης για διασκέδαση ή εργασία. Η διανομή των ερωτηματολογίων στους ερωτηθέντες έγινε είτε με άμεση παράδοση είτε με αποστολή ηλεκτρονικής αλληλογραφίας.

5.1.1 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Ο σχεδιασμός του ερευνητικού εργαλείου του ερωτηματολογίου (Παράρτημα I) που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή των δεδομένων, έγινε με στόχο να είναι απλό, κατανοητό και εύκολο στην συμπλήρωσή του από τον πληθυσμό του δείγματος, αλλά ταυτόχρονα να υπάρχει η δυνατότητα άντλησης των απαραίτητων πληροφοριών για την έρευνα. Στις οδηγίες συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου διευκρινίστηκε ότι πρόκειται για ένα εντελώς ανώνυμο ερωτηματολόγιο. Αποκλειστικός σκοπός του ήταν η συγκέντρωση στοιχείων στα πλαίσια έρευνας για την ανάδειξη των πόλων έλξης του

Δήμου Παλλήνης. Επίσης διευκρινίστηκε ότι θα πρέπει να επιλεγεί μία απάντηση, η πλησιέστερη στην προτίμησή τους.

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει 18 ερωτήσεις κλειστού τύπου. Οι ερωτήσεις από την 1^η έως την 15^η είναι ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής. Οι 5 επιλογές απάντησης είναι κλίμακας Likert 5 βαθμών (Καθόλου, Λίγο, Μέτρια, Πολύ, Πάρα πολύ). Με αυτόν τον τρόπο αναζητούνται απαντήσεις σε ερωτήματα αναφορικά με το πόσο ικανοποιημένοι είναι οι συμμετέχοντες στην έρευνα, για την ποικιλία, τον αριθμό και το ωράριο των καταστημάτων της πόλης, αλλά και για τη δυνατότητα μετακίνησης και στάθμευσης σε αυτή. Επίσης ποιος είναι ο βαθμός ικανοποίησής τους, από την προσφορά χώρων διασκέδασης (καφέ, εστιατόρια, νυχτερινή ζωή) και ψυχαγωγίας (events, εποχιακές εκδηλώσεις, εμπορικές δραστηριότητες). Τέλος, πόσο ευχαριστημένοι είναι από το περιβάλλον της πόλης (πάρκα, αρχιτεκτονική της πόλης). Στην 16^η, 17^η και 18^η ερώτηση οι ερωτηθέντες καλούνται να απαντήσουν για το φύλλο την ηλικία και την οικογενειακή τους κατάσταση.

5.1.2 Περιορισμοί της έρευνας

Η παρούσα εργασία διέπεται από περιορισμούς, παρά το γεγονός της τήρησης της αμεροληψίας από την πλευρά του ερευνητή και ειδικότερα:

- ο περιορισμένος χρόνος εκπόνησης της εργασίας, δεν έδινε την δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί μεγαλύτερο δείγμα πληθυσμού, με αποτέλεσμα να μην είναι το δείγμα μας το πλέον αντιπροσωπευτικό.
- εξαιτίας του γεγονότος ότι η συμμετοχή ήταν εθελοντική, δεν κατέστη δυνατό να συμπεριληφθούν απόψεις ανθρώπων που αρνήθηκαν για κάποιους λόγους να συμμετάσχουν σε αυτήν.
- η ψυχική διάθεση των ερωτηθέντων κατά το χρόνο των απαντήσεων, θα μπορούσε να επηρεάσει κάποιες απαντήσεις.

Αναφορικά με την ανάλυση των πόλων έλξης του Δήμου Παλλήνης, ενδέχεται να υπάρχουν παράγοντες ελκυστικότητας που δεν εντοπίστηκαν με αποτέλεσμα να μην γίνει καμία αναφορά. Επίσης εξαιτίας των περιορισμών αυτών δεν μπορούμε να έχουμε γενίκευση της έρευνά μας. (Babbie, E. , 2011).

5.2 Αποτελέσματα έρευνας

5.2.1 Ανάλυση αποτελεσμάτων

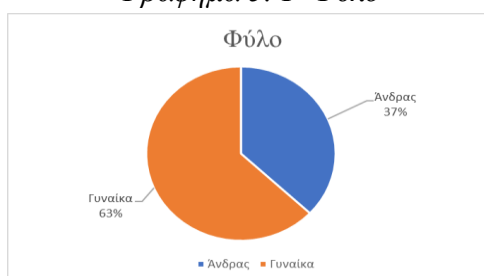
Τα δεδομένα τα οποία συλλέχθηκαν μέσω των ερωτηματολογίων, καταχωρήθηκαν και επεξεργάστηκαν σε υπολογιστικά φύλλα του Microsoft Excel. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στους πίνακες και στα γραφήματα που ακολουθούν.

Όπως αποτυπώνεται στον Πίνακα 5.1 και στο γράφημα 5.1, από το σύνολο των 100 ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα το ποσοστό των γυναικών (63%) ήταν μεγαλύτερο σε σχέση με το ποσοστό των ανδρών (37%).

Πίνακας 5.1 Φύλο

Φύλο	Πλήθος
Ανδρας	37
Γυναίκα	63
Σύνολο	100

Γράφημα 5.1 Φύλο

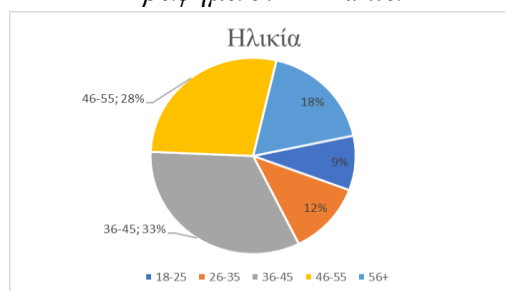


Σχετικά με τις ηλικιακές ομάδες των συμμετεχόντων, το μεγαλύτερο ποσοστό (61%) είναι ηλικίας 36-55 ετών, 18% ηλικίας μεγαλύτερης των 56 ετών, 12% ηλικίας 26-35 ετών και μόλις 9% ηλικίας 18-25 ετών (Πίνακας 5.2 και Γράφημα 5.2)

Πίνακας 5.2 Ηλικία

Ηλικία	Πλήθος
18-25	9
26-35	12
36-45	33
46-55	28
56+	18
Σύνολο	100

Γράφημα 5.2 Ηλικία

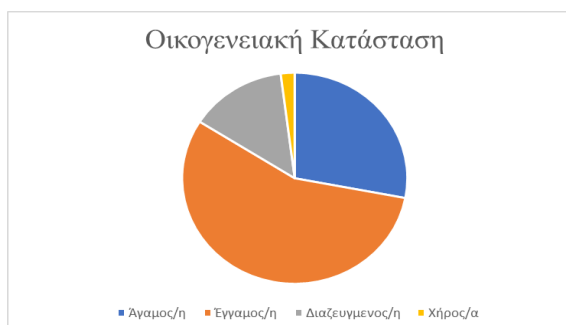


Περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες ήταν έγγαμοι (ποσοστό 56%), ενώ οι άγαμοι, διαζευγμένοι και χήροι συμμετείχαν με ποσοστό 44%. (Πίνακας 5.3 και Γράφημα 5.3)

Πίνακας 5.3
Οικογενειακή Κατάσταση

Οικογ. Κατάσταση	Πλήθος
Άγαμος/η	28
Έγγαμος/η	56
Διαζευγμενος/η	14
Χήρος/α	2
Σύνολο	100

Γράφημα 5.3 Οικογενειακή κατάσταση

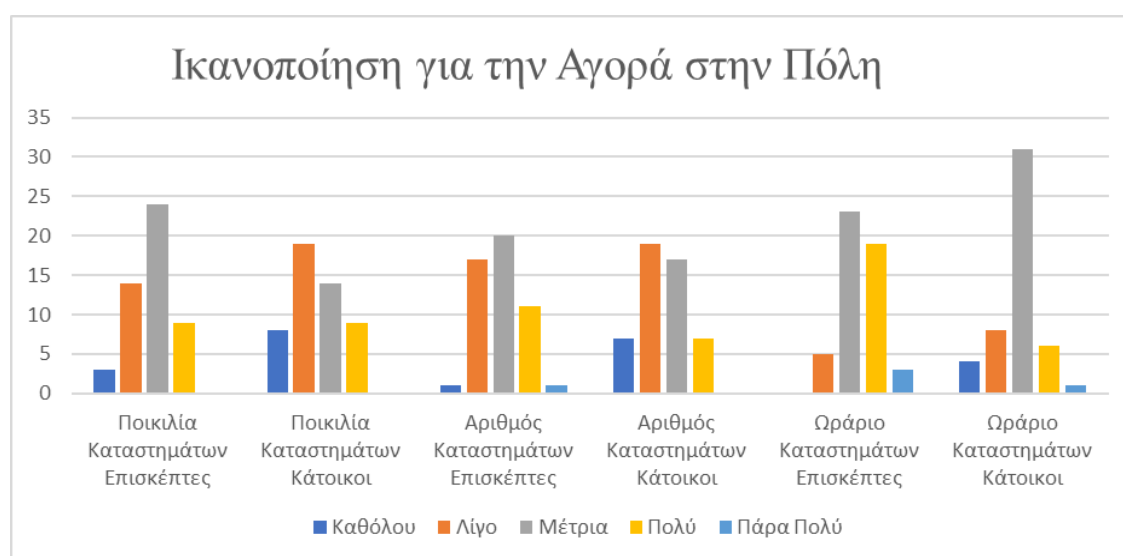


Σχετικά με το μέρος της έρευνας που αφορά τα χαρακτηριστικά για την «αγορά της πόλης», διαπιστώθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών χαρακτήρισε ως «μέτρια» την ποικιλία των καταστημάτων ενώ οι περισσότεροι κάτοικοι δήλωσαν «λίγο» ικανοποιημένοι. Ίσος αριθμός κατοίκων και επισκεπτών (μόλις 9), δήλωσαν «πολύ» ικανοποιημένοι. Ανάλογη ήταν η κατανομή των απαντήσεων μεταξύ κατοίκων και επισκεπτών, για τον αριθμό των καταστημάτων στην πόλη. Για το «ωράριο» λειτουργίας, το ποσοστό των κατοίκων που απάντησε «μέτρια» ικανοποιημένο ήταν μεγαλύτερο σε σχέση με εκείνο των επισκεπτών. Ενδιαφέρον επίσης παρουσίασε, ότι τριπλάσιος αριθμός επισκεπτών απάντησε «πολύ» ικανοποιημένος, έναντι του αριθμού των κατοίκων (Πίνακας 5.4 και Γράφημα 5.4).

Πίνακας 5. 4 Ικανοποίηση για τη Αγορά στην Πόλη

Βαθμός Ικανοποίησης	Ποικιλία Καταστημάτων Επισκέπτες	Ποικιλία Καταστημάτων Κάτοικοι	Αριθμός Καταστημάτων Επισκέπτες	Αριθμός Καταστημάτων Κάτοικοι	Ωράριο Καταστημάτων Επισκέπτες	Ωράριο Καταστημάτων Κάτοικοι
Καθόλου	3	8	1	7	0	4
Λίγο	14	19	17	19	5	8
Μέτρια	24	14	20	17	23	31
Πολύ	9	9	11	7	19	6
Πάρα Πολύ	0	0	1	0	3	1

Γράφημα 5. 4 Ικανοποίηση για την Αγορά στην Πόλη

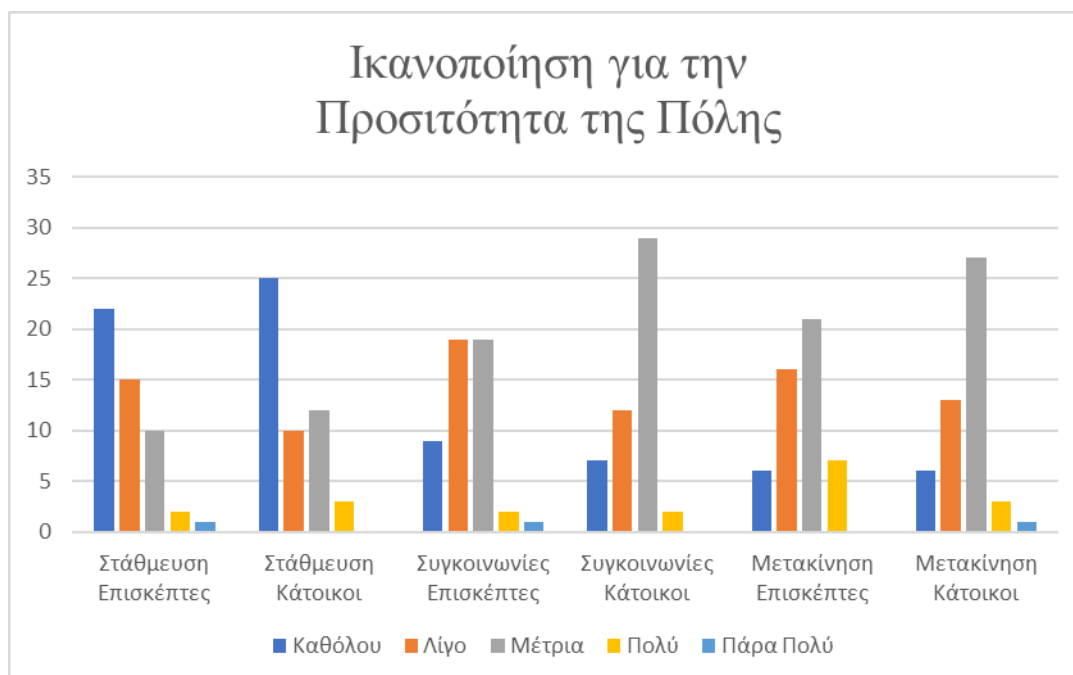


Όσον αφορά την ικανοποίηση από τη στάθμευση στο κέντρο της πόλης, το ¼ περίπου των επισκεπτών και ¼ των κατοίκων (22% για τους επισκέπτες και 25% για τους κατοίκους), δήλωσαν ότι δεν είναι «καθόλου» ευχαριστημένοι. Αντίθετα και στις δύο ομάδες των ερωτηθέντων, μόλις 2% των επισκεπτών και μόλις 3% των κατοίκων δήλωσαν «πολύ» ικανοποιημένοι. Το 29% των κατοίκων απάντησαν «μέτρια», ενώ το ίδιο ποσοστό (19%) των επισκεπτών δήλωσαν «λίγο» ή «μέτρια». Για την μετακίνηση στο κέντρο της πόλης το ίδιο χαμηλό -ποσοστό (6%) κατοίκων και επισκεπτών δήλωσαν «καθόλου» ικανοποιημένοι, ενώ 27% των κατοίκων και 21% των επισκεπτών απάντησαν «μέτρια» (Πίνακας 5.5 και Γράφημα 5.5).

Πίνακας 5. 5 Ικανοποίηση για την Προσιτότητα της Πόλης

Βαθμός Ικανοποίησης	Στάθμευση Επισκέπτες	Στάθμευση Κάτοικοι	Συγκοινωνίες Επισκέπτες	Συγκοινωνίες Κάτοικοι	Μετακίνηση Επισκέπτες	Μετακίνηση Κάτοικοι
Καθόλου	22	25	9	7	6	6
Λίγο	15	10	19	12	16	13
Μέτρια	10	12	19	29	21	27
Πολύ	2	3	2	2	7	3
Πάρα Πολύ	1	0	1	0	0	1

Γράφημα 5. 5 Ικανοποίηση για τη Προσιτότητα της Πόλης

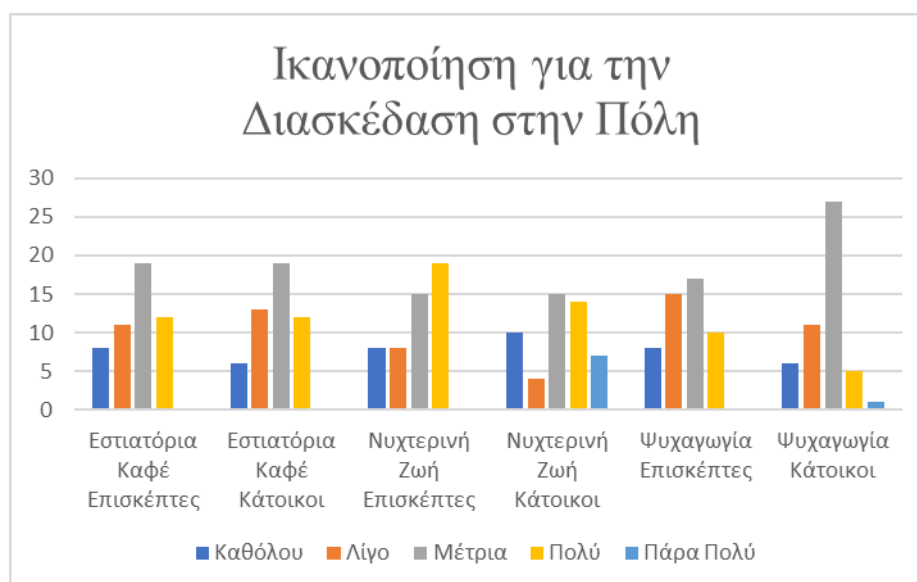


Οι επισκέπτες αλλά και οι κάτοικοι αξιολόγησαν με το ίδιο ποσοστό (19%) ως «μέτρια ικανοποιητική» και με το ίδιο 12% ως «πολύ ικανοποιητική», την προσφορά της πόλης σε εστιατόρια και καφέ. Για την νυχτερινή ζωή, οι επισκέπτες δήλωσαν «πολύ ικανοποιημένοι» σε ποσοστό 19%, έναντι 14% των κατοίκων, ενώ «μέτρια» δήλωσαν το 15% της κάθε ομάδας. Σε ποσοστό 10% οι επισκέπτες απάντησαν «πολύ ικανοποιημένοι» για τη ψυχαγωγία και μόλις το 5% των κατοίκων έδωσε την ίδια απάντηση. Αντίθετα 27% των κατοίκων και 17% των επισκεπτών δήλωσαν «μέτρια ικανοποιημένοι» (Πίνακας 5.6 και Γράφημα 5.6).

Πίνακας 5. 6 Ικανοποίηση για την Διασκέδαση στην Πόλη

Βαθμός Ικανοποίησης	Εστιατόρια Καφέ Επισκέπτες	Εστιατόρια Καφέ Κάτοικοι	Νυχτερινή Ζωή Επισκέπτες	Νυχτερινή Ζωή Κάτοικοι	Ψυχαγωγία Επισκέπτες	Ψυχαγωγία Κάτοικοι
Καθόλου	8	6	8	10	8	6
Λίγο	11	13	8	4	15	11
Μέτρια	19	19	15	15	17	27
Πολύ	12	12	19	14	10	5
Πάρα Πολύ	0	0	0	7	0	1

Γράφημα 5. 6 Ικανοποίηση για την διασκέδαση στην Πόλη

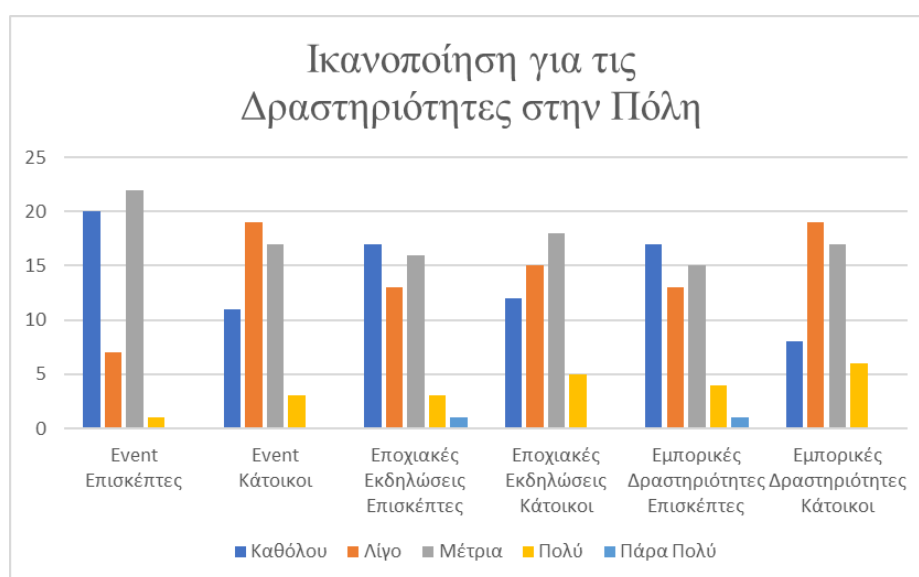


Όπως αποτυπώνεται στον Πίνακα 5.7 και στο αντίστοιχο γράφημα, 20% των επισκεπτών, «καθόλου» δεν έμειναν ευχαριστημένοι από τα event της πόλης (π,χ πολιτιστικά, αθλητικά δρώμενα), ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό των κατοίκων (11%). «Μέτρια ικανοποιημένοι» δήλωσαν το 22% των επισκεπτών και το 17% των κατοίκων. Ενώ υπάρχει αρκετή διαφορά στα ποσοστά επισκεπτών και κατοίκων που δήλωσαν «λίγο ικανοποιημένοι», 7% και 19% αντίστοιχα. Με παρόμοια ποσοστά εκφράστηκαν οι επισκέπτες και οι κάτοικοι για τις εποχιακές εκδηλώσεις. Σε ότι αφορά τις εμπορικές δραστηριότητες (υπαίθριο εμπόριο, εμποροπανήγυρη), οι επισκέπτες δήλωσαν «καθόλου ικανοποιημένοι» σε ποσοστό 17% έναντι 8% του ποσοστού των κατοίκων. Το 19% των κατοίκων και το 13% των επισκεπτών απάντησαν «λίγο» ενώ 17% των κατοίκων και το 15% των επισκεπτών απάντησαν «μέτρια».

Πίνακας 5. 7 Ικανοποίηση για τις Δραστηριότητες στην Πόλη

Βαθμός Ικανοποίησης	Event Επισκέπτες	Event Κάτοικοι	Εποχιακές Εκδηλώσεις Επισκέπτες	Εποχιακές Εκδηλώσεις Κάτοικοι	Εμπορικές Δραστηριότητες Επισκέπτες	Εμπορικές Δραστηριότητες Κάτοικοι
Καθόλου	20	11	17	12	17	8
Λίγο	7	19	13	15	13	19
Μέτρια	22	17	16	18	15	17
Πολύ	1	3	3	5	4	6
Πάρα Πολύ	0	0	1	0	1	0

Γράφημα 5. 7 Ικανοποίηση για τις Δραστηριότητες στην Πόλη



Ποσοστό 29% των κατοίκων απάντησε «πολύ ικανοποιημένοι» για το περιβάλλον της πόλης τους ενώ μόλις το 8% των επισκεπτών είχε την ίδια άποψη. Για την αρχιτεκτονική των κτιρίων οι κάτοικοι εκφράστηκαν «μέτρια ικανοποιημένοι» σε ποσοστό 21% έναντι των επισκεπτών 13%, ενώ «καθόλου» απάντησαν το 14% των επισκεπτών και 12% των κατοίκων. Επίσης, 29% των κατοίκων δήλωσαν «πολύ ικανοποιημένοι» για τα πάρκα της πόλης ενώ το ποσοστό των επισκεπτών ήταν 11%. Μόλις το 2% και των δύο ομάδων εξέφρασε ότι είναι «πάρα πολύ ικανοποιημένοι» .

Πίνακας 5. 8 Ικανοποίηση για το Περιβάλλον της Πόλης

Βαθμός Ικανοποίησης	Περιβάλλον Επισκέπτες	Περιβάλλον Κάτοικοι	Αρχιτεκτ. κτιρίων Επισκέπτες	Αρχιτεκτ. κτιρίων Κάτοικοι	Πάρκα Επισκέπτες	Πάρκα Κάτοικοι
Καθόλου	6	4	14	12	3	4
Λίγο	8	3	16	13	15	5
Μέτρια	27	11	13	21	19	10
Πολύ	8	29	7	4	11	29
Πάρα Πολύ	1	3	0	0	2	2

Γράφημα 5. 8 Ικανοποίηση για το Περιβάλλον της Πόλης



5.2.2 Συμπεράσματα έρευνας

Με βάση την ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας που προηγήθηκε, δίνεται η δυνατότητα να διερευνήσουμε αφενός τα χαρακτηριστικά της πόλης που επιζητούν οι επισκέπτες και οι κάτοικοι ώστε να είναι περισσότερο ικανοποιημένοι. Αφετέρου να εντοπίσουμε τα σημεία εκείνα που επιδέχονται βελτίωση, ώστε να αυξηθεί η θελκτικότητα της πόλης, με σκοπό να κερδίσει επισκέπτες και νέους κατοίκους.

Στο σύνολο του πληθυσμού του δείγματος (100), το μεγαλύτερο ποσοστό είναι γυναίκες (63%), ηλικιακά οι περισσότεροι κυμαίνονται στην κατηγορία των 36-55 ετών και ποσοστό πάνω από 50% είναι έγγαμοι.

Από τις προτιμήσεις των ερωτηθέντων του δείγματος διαπιστώθηκε ότι, η «αγορά της πόλης», η αναζήτηση για «διασκέδαση», όπως και η ύπαρξη «δραστηριοτήτων», ικανοποιούν «μέτρια» τόσο τους κατοίκους όσο και τους επισκέπτες. Σχετικά με την κυκλοφορία και την πρόσβαση στην πόλη (στάθμευση, συγκοινωνίες), η δυσαρέσκεια κατοίκων και επισκεπτών είναι εμφανής, καθώς τα ποσοστά για τους βαθμούς ικανοποίησης «καθόλου» και «λίγο» είναι αρκετά υψηλά. Όσον αφορά το «περιβάλλον» (αρχιτεκτονική πόλης, πάρκα), ήταν το στοιχείο θελκτικότητας για το οποίο οι κάτοικοι σε ένα μεγάλο ποσοστό (29%), εκφράστηκαν θετικά. Αυτό δείχνει ότι έχουν ένα καλό επίπεδο διαβίωσης. Θετική επίσης ήταν και η αποδοχή των επισκεπτών.

Τα συμπεράσματα αυτά, αν και προέκυψαν από ένα μικρό δείγμα εξέτασης, εκφράζουν την ανάγκη των ανθρώπων για «καλή ποιότητα ζωής», γεγονός που καλεί τις τοπικές αρχές να εφαρμόσουν στρατηγικές και να υλοποιήσουν προγράμματα προς αυτή την κατεύθυνση.

Κεφάλαιο 6

6.1 Συμπεράσματα

Στη σημερινή εποχή, οι πόλεις χρειάζονται πολιτικές για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και ελκυστικότητάς τους. Οι πόλεις χρειάζονται ταυτότητα και πετυχημένη οικονομία. Ως εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης και βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας χρησιμοποιείται ο στρατηγικός σχεδιασμός των πόλεων, που στόχο έχει τη βελτίωση της ζωής των πολιτών, την προσέλκυση κεφαλαίων, επενδύσεων και ειδικευμένου προσωπικού. Ως εκ τούτου οι δήμοι και οι περιφέρειες, καλούνται να εφαρμόσουν πολιτικές για τη δραστηριοποίηση επιχειρήσεων στην περιοχή τους, οι οποίες θα συμβάλλουν στην οικονομική τους ανάπτυξη. Παράλληλα η ενίσχυση της παραγωγικής απασχόλησης που θα επέλθει, σε συνδυασμό με το άνοιγμα των νέων θέσεων εργασίας, θα προσδώσει μια ανταγωνιστική υπεροχή στην εν λόγω περιοχή και θα την μετατρέψει σε δυναμικό πόλο έλξης.

Ο Δήμος Παλλήνης, κινούμενος προς αυτή την κατεύθυνση επιτυγχάνει ένα «Μνημόνιο Συνεργασίας» με την εταιρεία «KANTZA ΕΜΠΟΡΙΚΗ Α.Ε.». Στόχος της συνεργασίας αυτής είναι η αξιοποίηση έκτασης 315 στρεμμάτων. Με την υπογραφή του «Μνημονίου» διασφαλίζονται οφέλη για την τοπική κοινότητα, με την επιλογή αξόνων ανάπτυξης, που έγιναν με γνώμονα, τον περιορισμό αρνητικών σημείων της επένδυσης και ταυτόχρονη ανάδειξη στοιχείων υπεροχής για την πόλη. Πρόκειται για μια συμφωνία “win-win” μεταξύ των δύο πλευρών. Με την ολοκλήρωση του έργου αποζητείται η αναβάθμιση της περιοχής καθώς και η διαμόρφωση της εικόνας και της ταυτότητας της πόλης. Καθώς μεταξύ άλλων οφελών, όπως αναφέρθηκαν στο κεφάλαιο 4.3.1, είναι η ανακαίνιση της βίλας «Καμπά», η ανακατασκευή του παλιού οινοποιείου και η αναβίωση οικολογικών αμπελώνων, στο μυαλό του επισκέπτη που θα ακούει το όνομα της πόλης, θα έρχονται στοιχεία, όπως γιορτή κρασιού, μουσείο οίνου, παλιό οινοποιείο, τα οποία θα δώσουν στην πόλη, ένα «brand name». Η προσέλκυση βέβαια νέων κατοίκων θα δημιουργήσει ανάγκες για υποδομές κοινωνικού χαρακτήρα (σχολεία, εκπαιδευτήρια, βρεφονηπιακοί σταθμοί, κέντρα πρωτοβάθμιας υγείας), τις οποίες η τοπική αρχή θα χρειαστεί να αντιμετωπίσει. Αξίζει να σημειωθεί ότι στον αντίποδα αυτής της τοπικής ανάπτυξης, η πληθυσμιακή αύξηση ενδέχεται να λειτουργήσει ως αρνητικός παράγοντας ελκυστικότητας. Όπως

γνωρίζουμε η ραγδαία αύξηση του πληθυσμού τείνει να μετατρέψει τις πόλεις σε δυσλειτουργικές και αφιλόξενες. Συνεπώς η διατήρηση ισορροπιών είναι το στοίχημα επιτυχίας για τη διοίκηση του Δήμου.

Η υλοποίηση του αποχετευτικού έργου και η επέκταση του δικτύου του φυσικού αερίου, στον εν λόγω Δήμο, είναι εξίσου δύο σημαντικοί παράγοντας ελκυστικότητας για την πόλη. Θα συμβάλλουν στην προστασία της δημόσιας υγείας, στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και στην οικονομική ανάκαμψη του προϋπολογισμού των οικογενειών και των επιχειρήσεων.

Το περιβάλλον αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της βιώσιμης ανάπτυξης. Ο πολεοδομικός σχεδιασμός της πόλης, είναι πλέον επιτακτική ανάγκη και βρίσκεται στις προτεραιότητες των δημοτικών αρχών, καθώς η άναρχη δόμηση καταστρέφει τη διαμόρφωση του τοπίου και επηρεάζει την ποιότητα ζωής των κατοίκων αλλά και το περιβάλλον. Υπό το πρίσμα αυτό, ο Δήμος Παλλήνης προχώρησε στην ολοκλήρωση μεγάλου μέρους του «Σχεδίου πόλης» καθώς και στην αξιοποίηση και διαμόρφωση των ελεύθερων χώρων. Ξεκίνησε και συνεχίζει ένα πρόγραμμα αναβάθμισης του αστικού περιβάλλοντος, το οποίο αναγνωρίζεται από τους κατοίκους, όπως φάνηκε και στη μικρή έρευνα που πραγματοποιήθηκε. Αντίθετα, τα κυκλοφοριακά θέματα (στάθμευση, μετακίνηση), φάνηκε ότι δεν αποτελούν ικανοποιητική παροχή, σύμφωνα με τους συμμετέχοντες στην έρευνα. Αποφαινεται λοιπόν, ότι θα πρέπει να εντατικοποιηθεί ο ρυθμός ανάπτυξης προς αυτή την κατεύθυνση.

Καταλήγοντας αξίζει να σημειωθεί ότι η «ανάπτυξη» δεν είναι μια κατάσταση που μπορεί να επιτευχθεί εύκολα. Είναι αποτέλεσμα συνεργασίας πολιτών, τοπικών αρχών και επενδυτών. Οι τοπικές στρατηγικές ολοκληρωμένης ανάπτυξης, οι οποίες βασίζονται στην πραγματική συμμετοχή των ενδιαφερομένων και των πολιτών, αξιοποιούν στο μέγιστο βαθμό τα «ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα» των πόλεων για την ανάπτυξη στρατηγικών αστικής αναβάθμισης.

6.2 Προτάσεις

Καθώς πρόκειται για μια πανεπιστημιακή εργασία το εύρος της έρευνας είναι περιορισμένο, γι' αυτό θα μπορούσαμε να αναφέρουμε κάποιες προτάσεις για μελλοντικές μελέτες με αποκομιδή νέων συμπερασμάτων.

Όπως προαναφέρθηκε στους περιορισμούς της έρευνας, εξαιτίας του μικρού πληθυσμού του δείγματος, δεν μπορούμε να εξάγουμε ένα γενικευμένο αποτέλεσμα. Ενδεχομένως, μελλοντική έρευνα με μεγαλύτερο πλήθος δείγματος και διευρυμένο ερωτηματολόγιο με διαφορετικού τύπου ερωτήσεις, θα μπορούσε να προσφέρει περισσότερο σαφή αποτελέσματα και συμπεράσματα.

Επίσης θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί μια περαιτέρω έρευνα που θα λειτουργούσε ως συμπληρωματική της παρούσης, με επεξεργασία και άλλων σημείων αναφοράς του Δήμου, που να στοχεύουν στην αύξηση της ελκυστικότητας και της τοπικής του ανάπτυξης.

Τέλος, μια έρευνα με συνεντεύξεις σε αρμόδια στελέχη της δημοτικής αρχής αλλά και με στελέχη των συνδυασμών της αντιπολίτευσης, θα μπορούσε να ανοίξει έναν παραγωγικό διάλογο για την εύρεση προτάσεων και λύσεων για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας της πόλης.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Η ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΔΗΜΟΥ ΠΑΛΛΗΝΗΣ

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο θα διανεμηθεί ανώνυμα με σκοπό τη συγκέντρωση των στοιχείων, στα πλαίσια έρευνας για την ανάδειξη των *πόλων έλξης* του Δήμου Παλλήνης.

Η συμβολή σας στην έρευνα είναι πολύτιμη και θα εκτιμούσα ιδιαίτερα αν αφιερώνατε λίγο χρόνο για την πλήρη συμπλήρωσή του.

Σε κάθε ερώτηση, διαλέξτε **μία** απάντηση, όποια θεωρείτε πιο κοντινή στην προτίμησή σας.

Σας ευχαριστώ πολύ

Ευαγγελία Κατσιαούνου

Κύριες ερωτήσεις

Αγορά

01 Πόσο ικανοποιημένος / η είστε με την ποικιλία καταστημάτων;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

02 Πόσο ικανοποιημένος / η είστε από τον αριθμό των καταστημάτων στην πόλη;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

03 Πόσο ικανοποιημένος / η είστε από το ωράριο καταστημάτων στο κέντρο της πόλης;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

Προσιτότητα

04 Πόσο ικανοποιημένος / η είστε από τις δυνατότητες στάθμευσης στο κέντρο της πόλης;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

05 Πόσο ικανοποιημένος / η είστε με τις δημόσιες συγκοινωνίες στην πόλη;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

06 Πόσο ικανοποιημένος / η είστε από την ευκολία της μετακίνησης στο κέντρο της πόλης;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

Διασκέδαση

07 Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις προσφορές των εστιατορίων και των καφέ στην πόλη;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

08 Πόσο σημαντικό είναι για εσάς η καλή νυχτερινή ζωή στο κέντρο της πόλης;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

09 Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την ψυχαγωγία της πόλης (κινηματογράφος, αθλητισμός, θέατρο κ.λπ.);

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

Δραστηριότητες

10 Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τα events στην πόλη;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

11 Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις εποχιακές εκδηλώσεις στο κέντρο της πόλης (φεστιβάλ/ Χριστουγεννιάτικη αγορά κ.λπ.);

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

12 Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις περιστασιακές εμπορικές δραστηριότητες στην πόλη; (υπαίθριο εμπόριο, εμποροπανήγυρη κ.λπ.)

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

Περιβάλλον

13 Πόσο ικανοποιημένος/η είστε με το περιβάλλον στην πόλη;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

14 Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την αρχιτεκτονική στην πόλη;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

15 Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τη φύση και τα πάρκα στην πόλη;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

16 Ποιο είναι το φύλο σας ;

Αντρας

Γυναίκα

17 Ποια είναι η ηλικία σας ;

18 - 25

26 – 35

36 – 45

46 – 55

56 +

18 Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση ;

Άγαμος / η

Έγγαμος / η

Διαζευγμένος / η

Χήρος / α

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Τεχνικό Δελτίο Έργου ΑΤ06 (2021). Ανάπλαση ρέματος Παναγίτσας Δ.Ε. Γέρακα για τη δημιουργία πάρκου αναψυχής, Τ.Δ.Ε. ΑΤ06 «αστική αναζωογόνηση», Πρόγραμμα «Αντώνης Τρίτσης» .

Τεχνική Έκθεση Δ. Παλλήνης 07/2020 . Κατασκευή πλατειών και Διαμόρφωση κοινόχρηστων χώρων ΔΕ Γέρακα. Αρ. Μελέτης 07/2020, Τεχνικών υπηρεσιών Δήμου.

Τεχνική Έκθεση Δ. Παλλήνης 06/2019. Ανάπλαση ρέματος Παναγίτσας Δ.Ε. Γέρακα για τη δημιουργία πάρκου αναψυχής. Αρ. Μελέτης 06/2019, Τεχνικών υπηρεσιών Δήμου.

Babbie, E. (2011). *Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα*. Γ. Βογιατζής (μτφ). Κ. Ζαφειρόπουλος (επιμ.). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Ξενόγλωσση

Ashworth, G. J. and Voogd, H. (1990) 'Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning', Belhaven Press, London, UK.

Backman, S., Uysal, M., & Backman, K. (1991). Regional Analysis of Tourism Resources. *Annals of Tourism Research*, 8(1), 323-7.

Berg, L. van den, Meer, J. van der, Otgar, A. H. J. *The Attractive City*. European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR), Erasmus Universiteit Rotterdam, 1999.

Braun, E. *City Marketing: Towards to an Integrated Approach*. Erasmus School of Economics, Erasmus University Rotterdam, 2008.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97-116.

Cho, V. (2008). Linking location attractiveness and tourist intention. *Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 220-224.

Cracolici, M.F. & Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30, 336-344.

Dzwigol, H., Aleinikova, O., Umanska, Y., Shmygol, N., Pushak, Y. (2019). An entrepreneurship model for assessing the investment attractiveness of regions. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22, 1-7.

- Ferrario, F. F. (1979). The evaluation of tourist resources: An applied methodology. *Journal of Travel Research*, 17(3), 18–22.
- Formica, S. (2002). Measuring destination attractiveness: A proposed framework, *Journal of American Academy of Business*, 1(2), 350-355.
- Formica, S., & Uysal, M. (2006). Destination attractiveness based on supply and demand evaluations: An analytic framework. *Journal of Travel Research*, 44, 418–430.
- Gorzalak, G. *Economic and Strategic Plan for a City or Region*. EUROREG: Warsaw University, 2001.
- Griffiths, R. (1998) ‘Making sameness: Place marketing and the new urban entrepreneurialism’, in Oatley, N. (ed.) ‘Cities Economic Competition and Urban Policy’, Paul Chapman Publishing, London, UK.
- Hu, Y. & Ritchie, J.R. B. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25–3.
- Kim, H. B. (1998). Perceived attractiveness of Korean destinations. *Annals of Tourism Research*, 25, 340–361.
- Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). *Marketing Places*. New York: Free Press.
- Kotler, P. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. Free Press, 1993.
- Kotler, P. and Levy, S. J. (1969) ‘Broadening the concept of marketing’, *Journal of Marketing*, Vol. 33, No. 1, pp. 10–15.
- Kotler, P. and Zaltman, G. (1971) ‘Social marketing: An approach to planned social change’, *Journal of Marketing*, Vol. 35, No. 3, pp. 3–12.
- Krešić, D. (2007). Faktori atraktivnosti turističkih destinacija u funkciji konkurentnosti. *Acta Turistica*, 19(1), 45-82.
- Krešić D., & Darko Prebežac, D. (2011). Index of destination attractiveness as a tool for destination attractiveness assessment. *Original Scientific Paper*, 59(4), 497-517.
- Kronenberg, J., Haase, A., Łaszkiwicz, E., Antal, A., Baravikova, A., Biernacka, M., Onose, D. A. (2020). Environmental justice in the context of urban green space availability, accessibility, and attractiveness in postsocialist cities. *Cities*, 106, 102862.
- Kulczycka, J., Nowaczek, A., Hałasik, K., Whirt, H., Szkop, R. (2017). The analysis of factors, barriers and conditions that affect the attractiveness of investment *Science*, vol 24.
- Lagoudis, I., Madentzoglou, E. M., Theotokas, I. N., Yip, T. L. (2019). Maritime cluster attractiveness index. *Maritime business review*.

- Lee, C., Ou, W., & Huang, H. (2009). A study of destination attractiveness through domestic visitors' perspectives: The case of Taiwan's Hot Springs Tourism Sector. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14(1), 17-38.
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17, 367-384.
- Liulov, O. V., Moskalenko, B. A. (2019). Assessment of Country Investment Attractiveness Evaluation Approaches.
- Lordkipanidze, R. (2019). How to Link Investment Attractiveness Ratio with Development of the European Union Formulation: We do not Need Empty Words and Further Ado. Tbilisi, General Coordinator of International Charity Scientific-Research Partnership, As E-Article, 15.
- Lue, C., Crompton, J. L., & Stewart, W. P. (1996). Evidence of Cumulative Attraction in Multidestination Recreational Trip Decision. *Journal of Travel Research*, 35(1), 41-50.
- Mayo, E., & Jarvis, L. (1981). *Psychology of leisure travel*. Boston: CABI Publishing.
- Mustafakulov, S. (2017). Investment Attractiveness of Regions: Methodic Aspects of the Definition and Classification of Impacting Factors. *European Scientific Journal*, 13(10), 433-449.
- Porter, M. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press; 1st Free P edition, 1998.
- Romao, J., Kourtit, K., Neuts, B., Nijkamp, P. (2018). The smart city as a common place for tourists and residents: A structural analysis of the determinants of urban attractiveness. *Cities*, 78, 67-75.
- Sadowski, A., Wojcieszak, M. M. (2019). Geographic differentiation of agritourism activities in Poland vs. cultural and natural attractiveness of destinations at district level. *PloS one*, 14(9), e0222576.
- Sekerin, V. D., Dudin, M. N., Gorokhova, A. E., Shibanikhin, E. A., Balkizov, M. K. (2018). Green building: technologies, prospects, investment attractiveness. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(1), 657-666.
- Snieska, V., Zykiene, I., Burksaitiene, D. (2019). Evaluation of location's attractiveness for business growth in smart development. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 32(1), 925-946.
- Takhumova, O. V., Kasatkina, E. V., Maslikhova, E. A., Yumashev, A. V., YUMASHEVA, M. A. (2018). The main directions of increasing the investment attractiveness of the Russian regions in the conditions of institutional transformations. *Espacios*, 39(37), 6-6.
- Tam, B. T. (2012). Application of contextual approach for measuring tourism destination attractiveness. *Journal of Science*, 70(1), 217-226.

Van Raaij, W. F. (1986). Consumer research on tourism: Mental and behavioral constructs. *Annals of Tourism Research*, 13, 1-9.

Vasilieva, E., Danilova, E., Tokareva, S. (2017). Migration attractiveness of the social and economic spaces: Volgograd case study. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 12(1), 5-20.

Vengesayi, S. (2003). *A conceptual model of tourism destination competitiveness and attractiveness*, ANZMAC Conference Proceedings, 637-647, Adelaide, University of South Australia, 1-3 December.

Vengesayi, S., Mavondo, F. T., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, 14, 621-636.

Ziyadin, S., Streltsova, E., Borodin, A., Kiseleva, N., Yakovenko, I., Baimukhanbetova, E. (2019). Assessment of investment attractiveness of projects on the basis of environmental factors. *Sustainability*, 11(9), 2544.

Διαδικτυακοί Τόποι / Ιστοσελίδες

Δήμος Παλλήνης Αττικής (2021). Δήμος Παλλήνης [on line].wikipedia. [10.06.2021]. Διαθέσιμο από:

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%AE%CE%BC%CE%BF%CF%82_%CE%A0%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%AE%CE%BD%CE%B7%CF%82_%CE%91%CF%84%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82

Δήμος Παλλήνης (2021).[on line].Παλλήνη.[15.06.2021]. Διαθέσιμο από :

<http://www.pallini.gr/pages/dimotiki-enotita-pallinis>

Δήμος Παλλήνης-πάρκα τσέπης (2021). Η Παλλήνη πρασινίζει [on line].in.

[05.08.2021]. Διαθέσιμο από: <https://www.in.gr/2021/07/29/greece/pallini-prasinizei-ti-ginetai-tous-pylones/>

ΕΕΤΑΑ Απογραφή (2001). [on line].eetaa. ΦΕΚ ΑΠΟΓΡΑΦΩΝ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ (1879 - 2011). Διαθέσιμο από : <https://www.eetaa.gr/metaboles/apografes.html>

Ελληνική Στατιστική Αρχή (2014). Απογραφή Πληθυσμού-Κατοικιών 2011 [on line].Ελληνική Στατιστική Αρχή. [10.06.2021]. Διαθέσιμο από :

<https://www.statistics.gr/2011-census-pop-hous>

Επιχειρησιακό πρόγραμμα Δ. Παλλήνης 2012-2014 (2011).[on line].isuu.[10.6.2021].

Διαθέσιμο από : <https://issuu.com/dimitriskarras/docs/epixeirisiako2012-2014>

ΕΥΔΑΠ-Δήμος Παλλήνης (2021).Ξεκινά η κατασκευή δικτύου αποχέτευσης [on line].capital.[05.07.2021]. Διαθέσιμο από:

<https://www.capital.gr/epixeiriseis/3559869/eudap-dimos-pallinis-xekina-i-kataskeui-diktuou-apoxeteusis-tha-kataskeuastoun-pano-apo-172-xlm-agogon>

Κατασκευή δικτύου αποχέτευσης ακάθαρτων υδάτων Δ. Παλλήνης (2018). Τεχνική περιγραφή έργων Π/Μ Α-453 [on line]. eydap. [05.07.2021]. Διαθέσιμο από: <https://www.eydap.gr/userfiles/Attachments/%CE%A4%CE%95%CE%A7%CE%9D%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%A0%CE%95%CE%A1%CE%99%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%A6%CE%97%20%CE%95%CE%A1%CE%93%CE%A9%CE%9D%20%CE%A0%CE%9C%20%CE%91-453.pdf>

Κτήμα Καμπά (2009). Τοποθεσία [on line]. Κτήμα Καμπά. [15.06.2021]. Διαθέσιμο από: <https://ktimakamba.wordpress.com/topothesis/>

Κτήμα Καμπά : Η χαμένη ευκαιρία του Μπουτάρη (2021). Ο «ανασχηματισμός» και το «φρέσκο» επιτελείο στη Reds [on line]. business stories. [20.06.2021]. Διαθέσιμο από: <https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/business-stories/ktima-kampa-i-chameni-efkeria-tou-boutari-ke-to-mikro-elliniko-tis-ellaktor/>

Κτήμα Καμπά (2021). Η Δημοτική Αρχή κατοχύρωσε σημαντικά οφέλη για την τοπική κοινωνία [on line]. Δήμος Παλλήνης Ανθούσα-Γέρακας-Παλλήνης. [30.06.2021]. Διαθέσιμο από: <http://www.pallini.gr/posts/3246>

Μεγάλη ανάπλαση κέντρων Παλλήνης, Κάντζας και Αγ. Νικολάου (2021). [on line]. Δήμος Παλλήνης-Ανθούσα-Γέρακας-Παλλήνη. [05.08.2021]. Διαθέσιμο από: <http://www.pallini.gr/posts/3339>

Μεγάλη επένδυση στο κτήμα Καμπά (2021). [on line]. naftemporiki. [30.06.2021]. διαθέσιμο από: <https://m.naftemporiki.gr/story/1709246>

Παλλήνη: το μεγαλύτερο δημοτικό πάρκο των Μεσογείων (2021). Άλσος Πανοράματος [on line]. Newsit. [28.07.2021]. Διαθέσιμο από: <https://www.newsit.gr/ellada/pallini-dimiourgeitai-to-megalytero-dimotiko-parko-ton-mesogeion/3308840/>

Περιβάλλον πράσινος τρόπος ζωής (2021). Δύο πάρκα στήνει ο Δ. Παλλήνης [on line]. Naftemporiki. [28.07.2021]. Διαθέσιμο από : <https://m.naftemporiki.gr/story/1739811/duo-parka-stinei-o-dimos-pallinis>

Σχέδιο πόλης Ανθούσας (2021). Σύγκλιση Δ.Σ. Παλλήνης για το σχέδιο πόλης Ανθούσας [on line]. Νεολόγος Αττικής. [19.07.2021]. Διαθέσιμο από: <https://www.neologosattikis.gr/proti-selida/syngklisi-tou-dimotikou-symvouliou-pallinis-gia-to-schedio-polis-anthousas-me-aitima-ton-parataxeon-tis-antipolitefsis/>

Σχέδιο πόλης –ελεύθεροι χώροι (2021). Ανθούσα [on line]. Μια πόλη για όλους. [19.07.2021]. Διαθέσιμο από: <https://www.miapoligiaolous.gr/ergon/cityplan/>

ΦΕΚ715/τ.Β/12-6-2002, Διαθέσιμο από : <http://www.et.gr/index.php/anazitiseis>

ΦΕΚ699/τ.Β/20-3-2014, Διαθέσιμο από : <http://www.et.gr/index.php/anazitiseis>

Φυσικό αέριο (2020). Ολοκληρώθηκε το δίκτυο στο παλιό κέντρο Παλλήνης [on line]. Δήμος Παλλήνης Ανθούσα-Γέρακας-Παλλήνης. [05.07.2021]. Διαθέσιμο από: <http://www.pallini.gr/posts/3076>

Φυσικό αέριο-LPG (2020). Συνεχίζεται η επέκταση του δικτύου φυσικού αερίου στην Παλλήνη [on line]. ypodomes. [05.07.2021]. Διαθέσιμο από: <https://ypodomes.com/synechizetai-i-epektasi-toy-diktyoy-fysikoy-aerioy-stin-pallini/>