

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΟΛΕΩΝ: ΑΝΟΙΚΤΑ ΚΕΝΤΡΑ
ΕΜΠΟΡΙΟΥ. ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑ**



ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑΣ «Η ΠΡΟΟΔΟΣ»

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	4
Summary	5
1.1. Εισαγωγή	6
1.1 Από τα Παραδοσιακά Εμπορικά Κέντρα στα Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου	6
1.2. Σκοπός και στόχοι της έρευνας.....	8
1.3. Ερευνητικά Ερωτήματα	8
2. Παραδείγματα Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου (Open Malls)	10
2.1. Σαν Ντιέγκο	10
2.2. La Valée Village - Παρίσι.....	12
3. Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου στην Ελλάδα	15
4. Μελέτη Περίπτωσης Open Mall Κυπαρισσίας	20
4.1. Γεωγραφική – Δημογραφική – Κοινωνική – Οικονομική και Εμπορική Διάρθρωση του Δήμου Τριφυλίας	20
4.3. Το Ανοικτό Κέντρο Εμπορίου (Open Mall) ως πρακτική ενίσχυσης της τοπικής αγοράς της πόλης της Κυπαρισσίας.....	32
4.4. Περιοχή Παρέμβασης	34
4.5. Αναλυτική Παρουσίαση Υποέργων.....	36
5. Μεθοδολογία Έρευνας	40
5.1. Ερευνητικός σχεδιασμός.....	40
5.1.1. Πρωτογενή δεδομένα.....	41
5.1.2 Όργανο συλλογής δεδομένων	42
5.2 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου	43

5.3. Δειγματοληψία	44
5.3.1 Μέγεθος δείγματος	44
5.4. Ανάλυση δεδομένων	45
6. Αποτελέσματα Έρευνας.....	46
6.1. Δημογραφικά Χαρακτηριστικά.....	46
6.2. Προβλήματα εξυπηρέτησης περιοχής και παρεχόμενων υποδομών	48
6.3. Υπάρχουσα γνώση προώθησης της επιχείρησής τους και δυνατότητες βελτίωσης της	51
6.4. Γνώσεις και σημαντικότητα προγραμμάτων Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου....	55
6.5. Τρόποι εξασφάλισης βιωσιμότητας και ανάπτυξης των πόλεων.....	56
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	62
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	64
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	66
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	66

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση της στρατηγικής που θα πρέπει να ακολουθηθεί σε τοπικό επίπεδο ώστε το brand που θα δημιουργηθεί στην πόλη της Κυπαρισσίας από τις νέες υποδομές, την ανάδειξη της ενιαίας ταυτότητας, τις εφαρμογές smart market κ.ο.κ., όταν ολοκληρωθεί το πρόγραμμα των ΕΣΠΑ Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου, να είναι σε θέση να αξιοποιηθεί, ώστε να υπάρξει τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας στην περιοχή παρέμβασης και οικονομική ανάπτυξη στην πόλη.

Για την επίτευξη της συλλογής και αποτύπωσης των ποσοτικών δεδομένων, συντάχθηκε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο το οποίο απευθυνόταν στους επιχειρηματίες που ζουν στην πόλη της Κυπαρισσίας και συγκεκριμένα εντός της προτεινόμενης περιοχής εφαρμογής του προγράμματος του ανοικτού κέντρου εμπορίου.

Αρχικά επιχειρείται μια βιβλιογραφική ανασκόπηση της μετάβασης από τα παραδοσιακά εμπορικά κέντρα στα ανοιχτά κέντρα εμπορίου, ακολουθεί η ανάλυση παραδειγμάτων ανοικτών κέντρων εμπορίου τόσο από την Ελλάδα, όσο και διεθνώς. Στη συνέχεια αναλύεται η μελέτη περίπτωσης του Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου της Κυπαρισσίας.

Μέσα από τη μελέτη αναδεικνύεται η σημασία της δημιουργίας των κατάλληλων προϋποθέσεων και συνθηκών, προκειμένου οι υφιστάμενες επιχειρήσεις να εκσυγχρονιστούν αξιοποιώντας τις νέες τεχνολογικές μεθόδους, που θα τους επιτρέψουν να επιβιώσουν επιχειρηματικά και να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου.

Λέξεις – Κλειδιά: Ανοικτό Κέντρο Εμπορίου, εφαρμογές, δράσεις, δήμος

Summary

The purpose of this dissertation is to investigate the strategy that should be followed at the local level so that the brand that will be created in the city of Kyparissia by the new infrastructure, the promotion of a unified identity, smart market applications and so on, when the program of the NSRF Open Trade Centers is completed, to be able to be utilized, in order to stimulate the economic activity in the intervention area and economic development in the city.

In order to achieve the collection and recording of quantitative data, a structured questionnaire was prepared which was addressed to the entrepreneurs living in the city of Kyparissia and specifically within the proposed area of implementation of the open trade center program.

Initially, a bibliographic review of the transition from traditional shopping centers to open trade centers is attempted, followed by the analysis of examples of open trade centers both in Greece and internationally. Then the case study of the Open Trade Center of Kyparissia is analyzed.

The study highlights the importance of creating the right conditions and conditions, in order for existing companies to be modernized using new technological methods, which will allow them to survive in business and contribute to the economic development of the place.

Keywords: Open Trade Center, applications, actions, municipality

1.1. Εισαγωγή

1.1 Από τα Παραδοσιακά Εμπορικά Κέντρα στα Ανοιχτά Κέντρα Εμπορίου

Ένα παραδοσιακό εμπορικό κέντρο έχει τη δική του βασική υποδομή. Όμως, η έννοια ενός ανοιχτού εμπορικού κέντρου είναι διαφορετική από τα παραδοσιακά ή κλασσικά εμπορικά κέντρα με πολλούς τρόπους. Το ανοιχτό εμπορικό κέντρο μεταφέρει τις αγορές και τη διασκέδαση σε ένα νέο επίπεδο. Προσφέρει μεγάλους και αποκλειστικούς χώρους σε εμπόρους λιανικής και καταναλωτές. Σε αντίθεση με ένα παραδοσιακό εμπορικό κέντρο, το οποίο έχει τα πάντα το λιγότερο κάτω από μία στέγη, αυτό μοιάζει περισσότερο με έναν αυτοκινητόδρομο μέσα σε ένα εμπορικό κέντρο. Η βασική εμπορική περιοχή επεκτείνεται και το ανοιχτό εμπορικό κέντρο είναι μια ανοιχτή εμπορική περιοχή με καταστήματα διατεταγμένα σε σειρές (Khare, 2017).

Η ενδιαφέρουσα πτυχή μιας τέτοιας έννοιας είναι ότι μοιάζει αρκετά με το «high street». Όμως, είναι πολύ πιο οργανωμένο και διαθέτει όλες τις ανέσεις που προσφέρει ένα εμπορικό κέντρο. Γενικά, τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα είναι εμπορικά κέντρα ισογείου και ενός ορόφου, και υπάρχει αρκετός χώρος στάθμευσης μπροστά από κάθε κατάστημα. Τα πεζοδρόμια συνδέουν τις διάφορες ζώνες του ανοιχτού εμπορικού κέντρου. Συνήθως, τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα μπορεί να κυμαίνονται από 5.000 έως 10.000 τ.μ. (Bureau, 2008)

Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα θα αποτελέσουν μεγάλη εξέλιξη, δεδομένου ότι ο κατασκευασμένος χώρος κλιμακώθηκε με διάφορα δομικά στοιχεία που βλέπουν προς ανοιχτές γκαλερί, πλατείες, διαμορφωμένα πάρκα, υδάτινα σώματα κλπ. σε σύγκριση με ένα παραδοσιακό εμπορικό κέντρο στο οποίο τα καταστήματα βλέπουν σε ένα κεντρικό αίθριο. Αυτοί οι ανοιχτοί χώροι συμβάλλουν επίσης στη μείωση του κόστους συντήρησης, κοινού κόστους κλιματισμού χώρων που θα έδινε ένα καλύτερο πλεονέκτημα για τους λιανοπωλητές να επιβιώσουν (Bureau, 2012).

Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα διαφέρουν από τα υπάρχοντα εμπορικά κέντρα. Η διαφορά ανάμεσα σε ένα ανοιχτό εμπορικό κέντρο και ένα κλειστό εμπορικό κέντρο είναι ότι, ένα κλειστό εμπορικό κέντρο είναι πλήρως κλειστό σε εσωτερικούς χώρους με λόμπι, αίθρια και διαδρόμους, οι οποίοι είναι κλιματιζόμενοι χώροι, ενώ σε ένα ανοιχτό εμπορικό κέντρο, περπατάτε έξω από κατάστημα σε κατάστημα.

Τα υπάρχοντα εμπορικά κέντρα είναι είτε εμπορικές περιοχές πρώτης και δεύτερης γενιάς. Λόγω της έλλειψης ανεπτυγμένων εμπορικών περιοχών, τα περισσότερα εμπορικά κέντρα έχουν σήμερα παρόμοια διαμόρφωση και συνδυασμό ενοικιαστών. Ωστόσο, τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα προσφέρουν περισσότερο «χώρο αναπνοής» για τους καταναλωτές και, ως εκ τούτου, θα είναι σε θέση να συνδεθούν καλύτερα με τους αγοραστές» (Khare, 2017).

Κάθε νέο εμπορικό κέντρο προσπαθεί να προσφέρει κάτι καινοτόμο που θα προσελκύσει μεγαλύτερο αριθμό πελατών. Η δημιουργία μιας νέας ιδέας στα εμπορικά κέντρα φέρνει ένα νέο είδος εμπειρίας αγορών και οι αγοραστές θα έχουν διαφορετικούς λόγους να έρχονται σε τέτοια εμπορικά κέντρα. Τα ανοικτά εμπορικά κέντρα θα γίνουν περισσότερα κέντρα έλξης παρά απλώς μια εμπειρία αγορών. Αναμένεται να αυξήσουν τον μέσο χρόνο που αφιερώνει ένας αγοραστής κατά τρεις έως τέσσερις ώρες, πράγμα που σημαίνει περισσότερα ψώνια και περισσότερη διασκέδαση, συνολικά, μια ολόκληρη μέρα περίπατου. Φανταζόμαστε ένα εμπορικό μέρος όπου δεν υπάρχει ακαταστασία, ούτε πολύς θόρυβος και όπου ολόκληρη η οικογένειά μπορεί να περάσει όλη την ημέρα για ψώνια, φαγητό και διασκέδαση και να επιστρέψει στο σπίτι άνετα. Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα θα προσφέρουν μια εντελώς διαφορετική εμπειρία στους καταναλωτές (Bureau, 2008).

Το ανοιχτό εμπορικό κέντρο είναι πολύ δημοφιλές στο εξωτερικό. Τέτοια εμπορικά κέντρα είναι αρκετά συχνά στις ΗΠΑ, τον Καναδά, την Αυστραλία, το Ισραήλ, τη Δυτική Ευρώπη, την Ανατολική Ευρώπη και επίσης ορισμένες χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας. Τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα είναι πολυάριθμα στο εξωτερικό. Όμως, λόγω έλλειψης χώρου εντός των κύριων πόλεων, τέτοιες εγκαταστάσεις βρίσκονται λίγο μακριά από την κύρια πόλη. Επίσης, πολλά από αυτά τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα έχουν επίσης μετατραπεί σε εμπορικές περιοχές. Εάν επισκεφθεί κανείς το χωριό Clarks της Αγγλίας, θα έχει μια εντελώς διαφορετική διάθεση για ψώνια. Υπάρχουν καταστήματα σε μια όμορφα διαμορφωμένη περιοχή με όμορφο συνδυασμό όλων των κατηγοριών προϊόντων. Υπάρχει μεγάλη έμφαση στην ψυχαγωγία και το φαγητό. Κάνει τον προορισμό ένα διασκεδαστικό μέρος όπου οι οικογένειες πηγαίνουν και διασκεδάζουν σαν να έχουν πάει για περίπατο (Khare, 2017).

Οι καταναλωτές θα παραμείνουν οι ίδιοι, είτε πρόκειται για τα παραδοσιακά εμπορικά κέντρα ή για τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα. Η διαφορά έγκειται κυρίως στις εμπειρίες αγορών που παρέχουν τα ανοικτά εμπορικά κέντρα καθώς αυτά τα εμπορικά κέντρα μοιάζουν περισσότερο με ένα μέρος για περίπατο και η υποδομή είναι διαφορετική από τα υπάρχοντα εμπορικά κέντρα. Δεδομένου ότι τα ανοιχτά εμπορικά κέντρα προσφέρουν μια σειρά από εμπειρίες δίχως απαραίτητα να προβεί κανείς σε ψώνια, και δεδομένου ότι περπατάει κανείς σε έναν εσωτερικό διάδρομο (παρόλο που είναι ανοιχτός στον ουρανό), δεν υπάρχει φόβος από τα διερχόμενα λεωφορεία ή αυτοκίνητα. Έτσι είναι ιδανικά για οικογένειες με μικρά παιδιά οι οποίες θα λατρέψουν τα ανοικτά κέντρα εμπορίου (Khare, 2017).

1.2. Σκοπός και στόχοι της έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση της στρατηγικής που θα πρέπει να ακολουθηθεί σε τοπικό επίπεδο ώστε το brand που θα δημιουργηθεί στην πόλη της Κυπαρισσίας από τις νέες υποδομές, την ανάδειξη της ενιαίας ταυτότητας, τις εφαρμογές smart market κ.ο.κ., όταν ολοκληρωθεί το πρόγραμμα των ΕΣΠΑ Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου, να είναι σε θέση να αξιοποιηθεί, ώστε να υπάρξει τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας στην περιοχή παρέμβασης και οικονομική ανάπτυξη στην πόλη.

Απώτερος στόχος της έρευνας είναι η ανάδειξη της σημασίας των ανοικτών κέντρων εμπορίου στην αστική αλλά και την ιδιωτική ανάπλαση των αστικών χώρων και των προσόψεων των καταστημάτων στην εμπορική περιοχή της πόλης της Κυπαρισσίας ώστε να αποκτήσει η πόλη ενιαία ταυτότητα, αναδεικνύοντας τα τοπικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά της, χρησιμοποιώντας συστήματα έξυπνης πόλης και έξυπνης βιώσιμης κινητικότητας, κ.ο.κ..

1.3. Ερευνητικά Ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα της έρευνας είναι τα εξής:

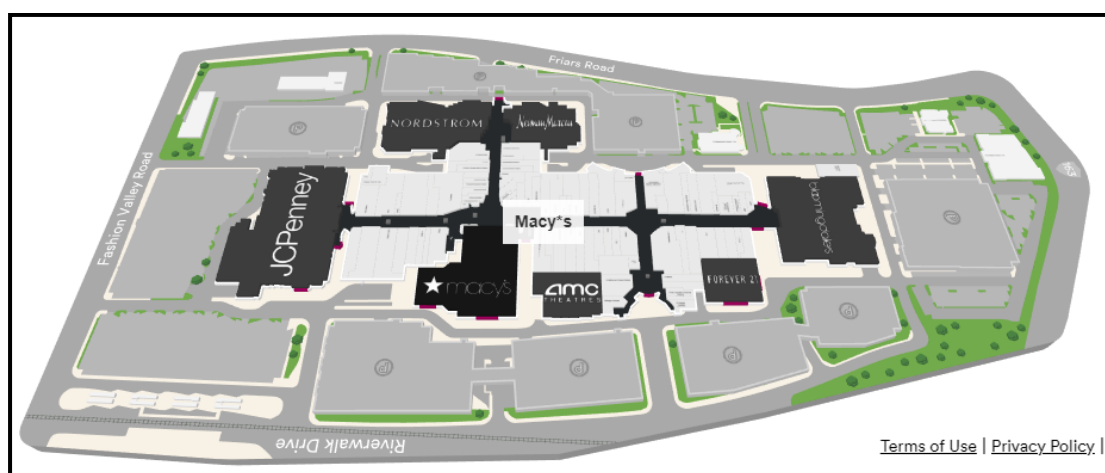
1. Ποια είναι τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι καταστηματάρχες της πόλης της Κυπαρισσίας;
2. Ποιες είναι οι υφιστάμενες γνώσεις και δυνατότητες ανάδειξης της επιχείρησής τους;

3. Σε ποιο βαθμό συμμετέχουν στους τοπικούς φορείς (λήψη αποφάσεων Δήμου, Εμπορικού Συλλόγου, εθελοντική συμμετοχή, παρακολούθηση δραστηριοτήτων Εμπορικού Συλλόγου) ή προτίθενται να συνεργαστούν με αυτούς (τοπική αρχή, επιχειρήσεις Εμπορικό Σύλλογο Κυπαρισσίας;
4. Σε ποιο βαθμό γνωρίζουν την έννοια των Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου και ποιες εφαρμογές των προγραμμάτων αυτών θεωρούν σημαντικότερες;
5. Σε ποιο βαθμό πιστεύουν ότι η εξασφάλιση της βιωσιμότητας μιας πόλης λαμβάνει χώρα μέσα από αυτόνομες δράσεις (π.χ. ανοικτά κέντρα εμπορίου);
6. Σε ποιο βαθμό πιστεύουν ότι το πρόγραμμα ανοικτού κέντρου εμπορίου θα βοηθήσει στην ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας της Κυπαρισσίας;

2. Παραδείγματα Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου (Open Malls)

2.1. Σαν Ντιέγκο

Το Fashion Valley αποτελεί το μεγαλύτερο mall του Σαν Ντιέγκο καθώς και ένα από τα μεγαλύτερα εμπορικά κέντρα της Καλιφόρνια. Το Fashion Valley είναι ένα εντυπωσιακό, υπαίθριο εμπορικό κέντρο 82,5 στρεμμάτων, που προσελκύει νέες γενιές αγοραστών και συγκεντρώνει τα καλύτερα μαγαζιά του Σαν Ντιέγκο. Το Fashion Valley περιλαμβάνει πάνω από 200 καταστήματα και εστιατόρια καθώς και 5 πάρκινγκ χωρητικότητας 8.000 οχημάτων και δικό του κινηματογράφο. Άνοιξε το 1962 και από το άνοιγμα του, το εμπορικό κέντρο έχει υποστεί πολλές επεκτάσεις και αλλαγές. Πέραν των διαφόρων επώνυμων καταστημάτων το Fashion Valley εδράζει φιλοξενεί ορισμένα από τα δημοφιλέστερα πολυκαταστήματα της Αμερικής, όπως το Bloomingdale's, Neiman Marcus, Nordstrom, Macy's και JCPenney.



Εικόνα 1. Χάρτης ανοικτού εμπορικού κέντρου Fashion Valley στο Σαν Ντιέγκο.

Πηγή: <https://www.simon.com/mall/fashion-valley/map/#/>

Τα 5 κυριότερα σημεία που χαρακτηρίζουν το Fashion Valley Mall είναι (<https://www.sandiego.com/beauty-and-shopping/fashion-valley-mall>):

- Η τοποθεσία: Το Fashion Valley Mall του Σαν Ντιέγκο βρίσκεται λίγα μόλις μίλια από το Ocean Beach και βρίσκεται ακριβώς απέναντι από τον αυτοκινητόδρομο από το Hotel Circle, καθιστώντας το ένα βολικό σημείο για ταξιδιώτες και ντόπιους που αναζητούν καταστήματα για ψώνια.
- Τα πολυκαταστήματα: Τα πολυκαταστήματα παρέχουν μια ενιαία εμπειρία για όλες τις καταναλωτικές ανάγκες από ενδύματα έως οικιακά είδη και το

Fashion Valley Mall του Σαν Ντιέγκο διαθέτει πέντε διαφορετικά πολυκαταστήματα, συμπεριλαμβανομένων των JCPenny's, Nordstrom, Macy's, Bloomingdale's και Neiman Marcus.

- Τα καταστήματα σχεδιαστών: Το εμπορικό κέντρο του Σαν Ντιέγκο διαθέτει κορυφαία καταστήματα σχεδιαστών, συμπεριλαμβανομένων των Louis Vuitton, Coach, Gucci, Hermes και Burberry.
- Τα Εστιατόρια: Το Fashion Valley Mall στο Σαν Ντιέγκο παρουσιάζει ένα εντυπωσιακό χώρο παροχής φαγητού με εστιατόρια τόσο για μεσημεριανό όσο και για βραδινό φαγητό. Με δώδεκα μπιστρό και οκτώ εστιατόρια, υπάρχουν πολλές επιλογές για φαγητό.
- Ο κινηματογράφος: Ο κινηματογράφος στο εμπορικό κέντρο San Diego Fashion Valley αποτελείται από δεκαοκτώ οθόνες με μια ποικιλία από τις τελευταίες ταινίες που παίζονται καθ 'όλη τη διάρκεια της ημέρας, συμπεριλαμβανομένων των εκπομπών τα μεσάνυχτα.





Εικόνα 2. Ανοικτό εμπορικό Κέντρο Fashion Valley στο Σαν Ντιέγκο. Πηγή:

<https://www.simon.com/mall/fashion-valley/map/#/>

2.2. La Valée Village - Παρίσι

Το La Valée Village αποτελεί ένα εκπαιδευτικό «χωριό» στο Παρίσι με πλούσια ποικιλία επιχειρήσεων. Το La Valée Village απέχει περίπου 40 λεπτά από την πόλη του Παρισιού δεδομένου ότι βρίσκεται κοντά στην Καμπανία και απέχει επίσης 35 μόλις λεπτά με το τρένο από το κέντρο της πόλης του Παρισιού. Το εκπαιδευτικό χωριό αποτελείται από 110 επώνυμα καταστήματα που βρίσκονται σε ένα υπαίθριο περιβάλλον. Οι καταναλωτές – πελάτες έχουν τη δυνατότητα να απολαύσουν παράλληλα με τα ψώνια τους τη βόλτα τους στα γραφικά σοκάκια με τα όμορφα μικρά σπιτάκια τα οποία είναι χτισμένα σύμφωνα με το αρχιτεκτονικό στυλ της περιοχής Ile-de France. Η ευρύτερη περιοχή όπου βρίσκεται, είναι ιδανική και για εκδρομές όπως για παράδειγμα η Disneyland η οποία βρίσκεται σε πολύ μικρή απόσταση από το εκπαιδευτικό χωριό. Το χωριό La Vallée έχει σχεδιαστεί για να μοιάζει με μια πολύ μικρή πόλη. Εκτός από αυτό, το εμπορικό χωριό προσφέρει και ένα χειμερινό φεστιβάλ. Το La Valée Village ανήκει στον όμιλο Chic Outlet Shopping in Europe παράλληλα με οκτώ ακόμη πόλεις που βρίσκονται στην Ευρώπη και κατέχουν την ίδια αγορά (<https://www.thebicestervillageshoppingcollection.com/en/the-villages/>).



Εικόνα 3. Χάρτης ανοικτού εμπορικού κέντρου La Vallée Village στο Παρίσι. Πηγή:

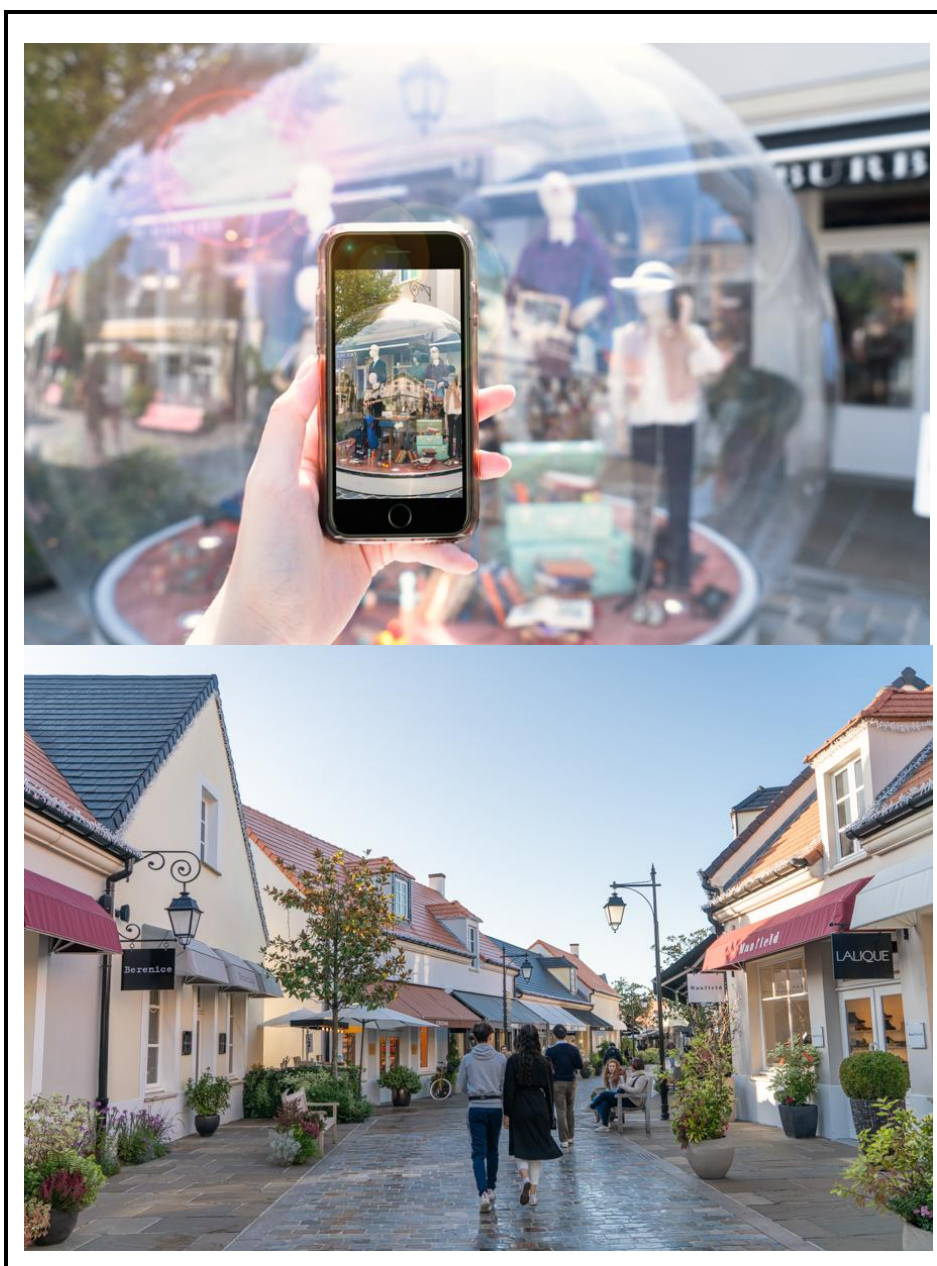
<https://www.tbvsc.com/la-vallee-village/en/map/>



Εικόνα 4. Η είσοδος του εκπτώτικου χωριού La Vallée Village Πηγή:

<https://www.obonparis.com/en/magazine/la-vallee-village>

Το La Vallee Village μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως εμπορικό μέρος όπου μπορεί κανείς να κάνει ταυτόχρονα και τη βόλτα του, καθώς είναι όμορφα διακοσμημένο. Υπάρχουν πολλά φωτογενή σημεία όπου μπορεί κάποιος να τραβήξει καταπληκτικές φωτογραφίες. Επίσης εντός του εκπτώτικου χωριού La Vallee Village, μπορεί κάποιος να ξεκουραστεί και να περάσει ελεύθερο χρόνο καθισμένους στους εξωτερικούς χώρους οι οποίοι θυμίζουν μικρό χωριό της νότιας Γαλλίας. Ταυτόχρονα, υπάρχουν πολλά εστιατόρια και ζαχαροπλαστεία, όπου μπορεί κανείς να γευτεί γαλλική κουζίνα υψηλών προδιαγραφών.



Εικόνα 5. Εσωτερικό μέρος του εκπτώτικου χωριού La Valée Village. Πηγή:

<https://www.obonparis.com/en/magazine/la-vallee-village>

3. Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου στην Ελλάδα

Τα Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου (ΑΚΕ) στην Ελλάδα συνιστούν ένα πρωτοποριακό θεσμό που έχει ως σκοπό την ενδυνάμωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες παρέχουν χιλιάδες θέσεις εργασίας. Επιπλέον στόχος των Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου είναι οι δράσεις αναβάθμισης των αστικών κέντρων μέσω πληθώρας παρεμβάσεων καθώς και η διευκόλυνση και παροχή πληθώρας επιλογών στους καταναλωτές (Δήμος Κοζάνης, 2018).

Οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις εξακολουθούν παρόλη την πρόσφατη οικονομική ύφεση να προσφέρουν χιλιάδες θέσεις εργασίας και να εξυπηρετούν τους καταναλωτές με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Συγκεκριμένα οι εμπορικές επιχειρήσεις, συνιστούν τη σημαντικότερη πύλη εισόδου των νέων στην αγορά εργασίας. Σύμφωνα με την Ετήσια Έκθεση του Ελληνικού Εμπορίου του Ινστιτούτου Εμπορίου & Υπηρεσιών της ΕΣΕΕ το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων θέσεων εργασίας προσφέρεται μέσω του ελληνικού εμπορίου (Δήμος Κοζάνης, 2018).

Τα Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου έχουν σημαντικά οφέλη για τις πόλεις που πρόκειται να αναπτυχθούν. Ειδικότερα μέσω των ΑΚΕ λαμβάνει χώρα αναβάθμιση της εικόνας της πόλης και ενίσχυση της τοπικής αγοράς, το κέντρο της πόλης αποκτά περισσότερη ζωή, λαμβάνει χώρα προσέλκυση επισκεπτών από την ευρύτερη περιοχή καθώς και από τις γειτονικές πόλεις, αναπτύσσεται ένας καινούριος πόλος έλξης για τους επισκέπτες-τουρίστες της πόλης, λαμβάνει χώρα οικονομική ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, λαμβάνουν χώρα δράσεις εξωραϊσμού και εκσυγχρονισμού στο κέντρο της πόλης και λύνονται διάφορα προβλήματα που υφίστανται και τέλος λαμβάνει χώρα ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας ανάμεσα σε τοπικές επιχειρήσεις καθώς και ανάπτυξη κοινών δράσεων (Κοσκοβόλης, 2018).

Τα ΑΚΕ συνεισφέρουν επίσης στην Ελληνική Οικονομία γιατί μέσω των δράσεων λαμβάνει χώρα ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που συνιστούν σημαντικό πυλώνα στήριξης της οικονομίας. Επίσης μέσω των ΑΚΕ δε χάνονται θέσεις εργασίας αλλά αντιθέτως δημιουργούνται καινούριες, δημιουργούνται καινούργια υγιή πρότυπα συνεργασίας και ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο και τέλος τα ΑΚΕ λειτουργούν με ανασχετικό τρόπο ενάντια στα λουκέτα και την κρίση (Κοσκοβόλης, 2018).

Ταυτόχρονα τα ΑΚΕ ωφελούν τις ίδιες τις επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε αυτό δεδομένου ότι γίνονται τμήμα μιας νέας προσπάθειας και τμήμα ενός καινούριου θεσμού. Μέσω των ΑΚΕ οι επιχειρήσεις ενώνουν τη δύναμή τους με τις γειτονικές τους επιχειρήσεις προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι δυσκολίες που παρουσιάζουν. Έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε μεγαλύτερο καταναλωτικό κοινό και διαφημίζονται μέσω της προβολής του. Ταυτόχρονα αποκτούν καινούριες ευκαιρίες επικοινωνίας με τους καταναλωτές καθώς ευκαιρίες να ενημερώνουν άμεσα του καταναλωτές για τις ειδικές προσφορές τους. Επιπλέον παρέχονται κίνητρα στους καταναλωτές προκειμένου να τις επιλέξουν και να κάνουν τις αγορές σου σε συνεχόμενη βάση και να τις επισκέπτονται επαναλαμβανόμενα. Τέλος μέσω των ΑΚΕ ενισχύεται τόσο η εικόνα τους όσο και η ταυτότητά τους (Κοσκοβόλης, 2018).

Τέλος, τα ΑΚΕ ωφελούν και τους καταναλωτές- επισκέπτες δεδομένου ότι απολαμβάνουν τα ψώνια τους σε ένα δημόσιο ανοικτό χώρο και όχι σε ένα κλειστό και απρόσωπο χώρο γεγονός που τους ενισχύει τη διάθεση για ψώνια. Επίσης τους παρέχεται μεγάλη ποικιλία προϊόντων, με ίδιες ή και περισσότερες επιλογές σε σχέση με αυτές που δύναται να συναντήσουν στα παραδοσιακά κέντρα εμπορίου, σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές. Οι καταναλωτές που είναι εγγεγραμμένα μέλη των ΑΚΕ κερδίζουν επίσης σε μεγαλύτερο βαθμό από τις ειδικές προσφορές που κάνουν τα καταστήματα οι οποίοι πληροφορούνται άμεσα μέσω του portal ή της ειδικής εφαρμογής, για το κάθε νέο των καταστημάτων που τους ενδιαφέρουν. Παράλληλα οι καταναλωτές διασκεδάζουν, ψυχαγωγούνται και απασχολούνται δημιουργικά, τόσο οι ίδιοι όσο και τα παιδιά τους γεγονός που δείχνει ότι τα ΑΚΕ συνιστούν μία πρόταση για όλη την οικογένεια οι οποίες επωφελούνται, όπως ολόκληρη η τοπική κοινωνία, από τις δράσεις αναβάθμισης της πόλης τους (Κοσκοβόλης, 2018).

Το πρόγραμμα «Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου» (ΥΑ Αριθ. 4863/3149/Α2, ΦΕΚ 870/Β/8 Απριλίου 2014) συνιστά ένα πρόγραμμα οργάνωσης μεμονωμένων εμπορικών καταστημάτων μιας περιοχής σε συγκεκριμένες πόλεις. Αποτέλεσε ένα Πιλοτικό Πρόγραμμα του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας με στόχο την ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων για την οργανωμένη και συστηματική ανάδειξη και προβολή των παραδοσιακών εμπορικών κέντρων των πόλεων με τη συμμετοχή των επιχειρήσεων μιας περιοχής (απαιτείται η συμμετοχή τουλάχιστον 50 μελών των οικείων εμπορικών ή επαγγελματικών συλλόγων), σε ενέργειες και δραστηριότητες

στο πλαίσιο μιας ενιαίας πολιτικής. Ξεκίνησε πιλοτικά σε τέσσερις πόλεις: τη Θεσσαλονίκη, τον Πειραιά, τη Πάτρα και την Αλεξανδρούπολη.

Στο πλαίσιο της πρόσκλησης του ΕΠΑΝΕΚ με τίτλο «Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου» επιδιώκεται η ενίσχυση και τόνωση της Οικονομικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται σε εμπορικές περιοχές και ειδικότερα σε περιοχές που διαθέτουν σημαντικούς πολιτιστικούς πόρους και τουριστική δυναμική. Το περιεχόμενο της Δράσης αναφέρεται αναλυτικά στην πρόσκληση του ΕΠΑΝΕΚ με κωδικό 098 (Α/Α ΟΠΣ: 2658) και τίτλο «Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου». Συνοπτικά αναφέρονται τα κάτωθι:

- I. Στην Πρόσκληση μπορούν να συμμετέχουν αποκλειστικά Σχήματα αποτελούμενα από τους παρακάτω συνεργαζόμενους - φορείς: Δήμος (Δικαιούχος) & οικείος Εμπορικός Σύλλογος (Συνδικαιούχος). Σε περίπτωση έλλειψης ή μη αποδοχής του Εμπορικού Συλλόγου μπορεί να συμμετέχει ως Συνδικαιούχος το οικείο Επιμελητήριο.
- II. Στόχος της Δράσης είναι η ενίσχυση και τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται σε εμπορικές περιοχές.
- III. Κάθε Σχήμα θα υλοποιήσει ένα σύνολο συνεκτικών και αλληλένδετων παρεμβάσεων που: α) θα αναβαθμίσει τη λειτουργικότητα και αισθητική της περιοχής παρέμβασης, β) θα οργανώσει την οικονομική δραστηριότητα που αναπτύσσεται εντός της περιοχής αυτής, με υιοθέτηση και χρήση έξυπνων εφαρμογών.
- IV. Ως μέγιστος προϋπολογισμός των υποβαλλόμενων προτάσεων ορίζεται το ποσό των 1.900.000€. Ο επιλέξιμος προϋπολογισμός Δημόσιας Δαπάνης του Δήμου (Δικαιούχος) ανέρχεται κατά μέγιστο στα 1.500.000€. Ο επιλέξιμος προϋπολογισμός Δημόσιας Δαπάνης του Εμπορικού Συλλόγου/ Επιμελητηρίου (Συνδικαιούχος) ανέρχεται κατά μέγιστο στα 400.000€ (Ανοιγμένο κόστος ανά Επιχείρηση (κατά μέγιστο 2.000€) x Αριθμός Ωφελούμενων Επιχειρήσεων).
- V. Οι κατηγορίες ενεργειών και οι επιλέξιμες δαπάνες για τον Δήμο περιλαμβάνουν σημαντικές και πολυποίκιλες παρεμβάσεις που αναμένεται να επιφέρουν πολλαπλά θετικά αποτελέσματα σε ό,τι αφορά στην γενικότερη λειτουργική και αισθητική αναβάθμιση του δημόσιου χώρου καθώς και στην Τόνωση της εμπορικής κίνησης και την ενίσχυση και προώθηση της τοπικής αγοράς, Ενδεικτικά οι Δήμοι μπορούν να υλοποιήσουν παρεμβάσεις όπως:

- Αναβάθμιση του δημόσιου χώρου (αναβάθμιση/κατασκευή πεζοδρόμων, υπαίθριων πολιτιστικών και αθλητικών εγκαταστάσεων, παιδικών χαρών, χώρων ανάπαυσης, ανάπλαση πλατειών/περιβάλλοντος χώρου μνημείων κλπ).
- Προμήθεια και εγκατάσταση συστημάτων έξυπνης πόλης (συστήματα παροχής ασύρματης πρόσβασης στο wifi για τους επισκέπτες, συστήματα έξυπνου οδο φωτισμού, συστήματα τηλεχειρισμού δημόσιων υποδομών και δικτύων της περιοχής παρέμβασης κλπ).
- Προμήθειες και εγκατάσταση συστημάτων έξυπνης βιώσιμης κινητικότητας.

VI. Από την πλευρά του Εμπορικού Συλλόγου οι προτεινόμενες παρεμβάσεις μπορούν να περιλαμβάνουν (ενδεικτική αναφορά):

Ανάδειξη ταυτότητας εμπορικής περιοχής:

- Προμήθεια και εγκατάσταση διαφώτιστων στεγάστρων
- Ανάδειξη και επενδύσεις με ομοιόμορφα υλικά των (π.χ. πέτρα, μάρματο) εξωτερικών όψεων
- Προμήθεια και εγκατάσταση ομοιόμορφων στεγάστρων, τεντών
- Προμήθεια και εγκατάσταση ομοιόμορφων (π.χ. μεταλλικές, ξύλινες, ομοιόμορφη γραφή) επιγραφών
- Προμήθεια και εγκατάσταση κάθετων κήπων - ανθοστηλών και σύνδεση με σύστημα άρδευσης
- Εργασίες χρωματισμού εξωτερικών όψεων
- Προμήθεια και εγκατάσταση ειδικού φωτισμού εξωτερικών όψεων
- Προμήθεια και εγκατάσταση κατακόρυφων διαχωριστικών, σκιάστρων, ομπρελών τεντών σε δημοτικό κοινόχρηστο χώρο που έχουν μισθώσει οι επιχειρήσεις

Προβολή και προώθηση της εμπορικής περιοχής

- Συστήματα / πλατφόρμες ενίσχυσης τοπικής επιχειρηματικότητας μέσω υπηρεσιών αλληλεπίδρασης, ενίσχυσης πιστότητας και επιβράβευσης επισκεπτών

- Διοργάνωση εκδηλώσεων για την προβολή της εμπορικής περιοχής (με έμφαση σε δράσεις πολιτισμού, μουσική, performance, εκθέσεις, προβολές, ομιλίες, οργανωμένοι περίπατοι)
- Προμήθεια κοινού εξοπλισμού διακόσμησης εξωτερικού χώρου (εορταστικός, κοινών προωθητικών ενεργειών)
- Δημιουργία ψηφιακού λογότυπου και προβολή σε ψηφιακά μέσα.

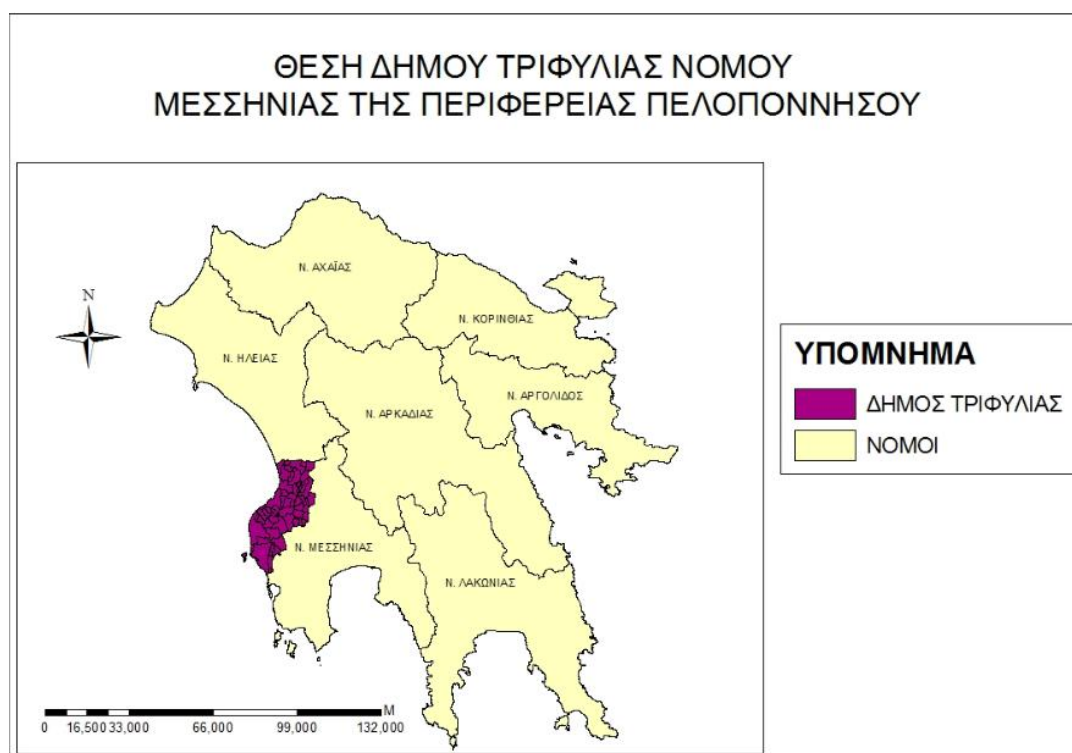
Μέσω του συγκεκριμένου προγράμματος δίνεται μία μοναδική ευκαιρία για την υλοποίηση μιας σειράς αρχιτεκτονικών παρεμβάσεων στον δημόσιο χώρο του Δήμου, καθώς και υλοποίηση στοχευόμενων δράσεων για την ενημέρωση των επισκεπτών/πελατών και την αύξηση της επιχειρηματικότητας, που ως στόχο θα έχουν να μετασχηματίσουν της εμπορική περιοχή της πόλης μας σε ένα Έξυπνο Ανοικτό Κέντρο Εμπορίου (Smart City Open Mall).

4. Μελέτη Περίπτωσης Open Mall Κυπαρισσίας

4.1. Γεωγραφική – Δημογραφική – Κοινωνική – Οικονομική και Εμπορική Διάρθρωση του Δήμου Τριφυλίας

Γεωγραφικά Χαρακτηριστικά - Δημογραφική και Κοινωνική Εξέλιξη

Ο Δήμος Τριφυλίας βρίσκεται στα Δυτικά του Νομού Μεσσηνίας. Στα βόρεια βρίσκεται η Ολυμπία (αρχαία Τριφυλία) με φυσικό σύνορο της ο ποταμός Νέδας. Στα νότια του Δήμου βρίσκεται η πόλη της Πύλου και ανατολικά η πόλη της Μεσσήνης και δυτικά βρίσκεται ο Κυπαρισσιακός κόλπος και το Ιόνιο πέλαγος. Ο Δήμος Τριφυλίας καλύπτει έκταση περίπου 612,1km² ενώ ο πληθυσμός της σύμφωνα με την απογραφή του 2011 ανέρχεται περίπου στους 27.373 κατοίκους. Ο δήμος Τριφυλίας είναι μία από τις τέσσερις επαρχίες του νομού Μεσσηνίας. Έδρα της ήταν η πόλη της Κυπαρισσίας η οποία αποτελεί τη σημαντικότερη κωμόπολη της περιοχής. Στον χάρτη που ακολουθεί απεικονίζεται ο νέος Δήμος Τριφυλίας. Η πόλη της Κυπαρισσίας είναι χτισμένη αμφιθεατρικά εκτεινόμενη από τους πρόποδες του όρους Αιγάλεω (γνωστό με το όνομα Ψυχρό), έως το Ιόνιο Πέλαγος. Αποτελεί την πρωτεύουσα του Δήμου Τριφυλίας .



Εικόνα 6. Χάρτης της θέσης του Δήμου Τριφυλίας του Νομού Μεσσηνίας της Περιφερειακής Ενότητας Πελοποννήσου.

Η Κυπαρισσία απέχει 250km από την Αθήνα και 160km από την Πάτρα.

Ο Δήμος Τριφυλίας αποτελείται οι 6 Δημοτικές Ενότητες, του Αετού έκτασης 94 km² η οποία είναι πεδινή, της Αυλώνας με έκταση 112 km² η οποία είναι ορεινή, των Γαργαλιάνων με έκταση 122 km² που είναι πεδινή, της Κυπαρισσίας με έκταση 101 km² που είναι πεδινή, των Φιλιατρών με έκταση 114 km² που είναι πεδινή και της Τριπύλης με έκταση 69 km² που είναι ορεινή (Πίνακας 3).

Πίνακας 3. Γεωγραφικά Στοιχεία ανά Δημοτική Ενότητα. Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2011

Γεωγραφικά Στοιχεία	Έκταση (τ.χλμ)	Πληθυσμιακή Πυκνότητα (άτομα/τ.χλμ)	Μορφολογία
ΔΕ Αετού	94	20,37	Π
ΔΕ Αυλώνας	112	17,16	Ο
ΔΕ Γαργαλιάνων	122	65,08	Π
ΔΕ Κυπαρισσίας	101	76,51	Π
ΔΕ Φιλιατρών	114	65,91	Π
Κοινότητα Τριπύλης	69	5,13	Ο
Δήμος Τριφυλίας	612	44,72	Π

Αναλυτικότερα η κατανομή του πληθυσμού στην Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας φαίνεται στον παρακάτω πίνακα 4 η οποία έχει συνολικά 7.728 κατοίκους. Από αυτό γίνεται φανερό ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού είναι συγκεντρωμένο στην πόλη της Κυπαρισσίας (5.131 κάτοικοι).

Πίνακας 4. Κατανομή πληθυσμού στη Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας. Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., 2011.

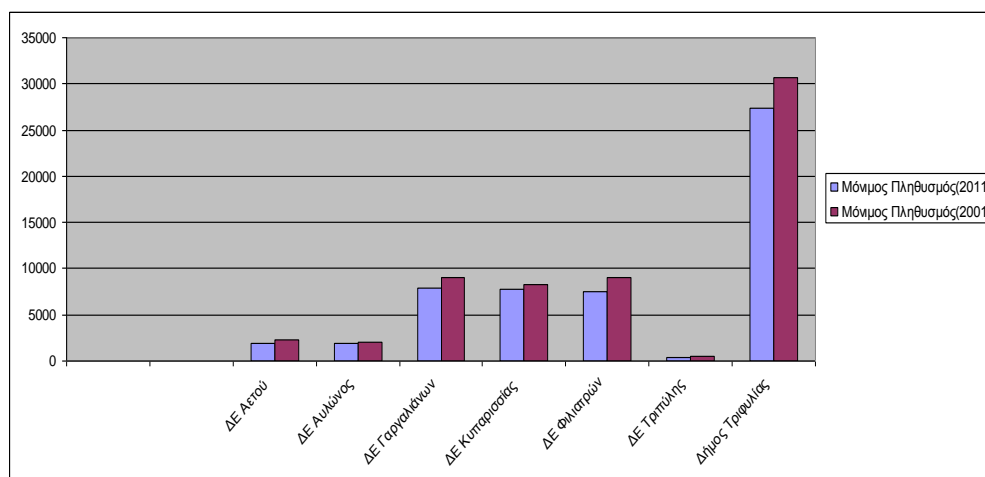
Βαθύ,το	22	Τοπική Κοινότητα Μύρου	9
Καρτελάς,ο	43	Αλιμάκιον,το	4
Κυπαρισσία,η	5,131	Μύρον,το	5
Μαύρη Λίμνα	16	Τοπική Κοινότητα Ξηροκάμπο	53
Μεμί,το	206	Ξηρόκαμπος,ο	53
Μεταλλείο,το	38	Τοπική Κοινότητα Περδικονερίου	212
Μπλεμενιάνοι,οι	30	Περδικονέριον,το	212
Μύλοι,οι	52	Τοπική Κοινότητα Ραχών	182
Ρουζάκιον,το	78	Ράχαι,αι	182
Σεργιάνι,το	20	Τοπική Κοινότητα Σπηλιάς	511
Τερψιθέα,η	90	Σπηλιά,η	511
Φαρμάκα,η	58	Τοπική Κοινότητα Στασιού	160
Τοπική Κοινότητα Αρμενιών	314	Στασιόν,το	160
Αρμενιοί,οι	314	Τοπική Κοινότητα Φαρακλάδας	334
Τοπική Κοινότητα Βρυσώ	115	Λιθαρορίξι,το	14

Βρύσαι,αι	115	Φαρακλάδα,	320
Τοπική Κοινότητα Μουριατάδας	54	Μουριατάδα,η	32
Καρβούνιον,το	22		

Στον πίνακα 5 και Διάγραμμα 1 παρουσιάζεται η μεταβολή του πληθυσμού σε σχέση με τις απογραφές των 2001 -2011

Πίνακας 5. Μεταβολή Μόνιμου Πληθυσμού Δήμου Τριφυλίας. Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., 2011

Κατηγορία Πληθυσμού	Μόνιμος Πληθυσμός (2011)	Μόνιμος Πληθυσμός (2001)	Ποσοστιαία Μεταβολή %
ΔΕ Αετού	1.915	2.305	16,92%
ΔΕ Αυλώνας	1.922	1.996	3,71%
ΔΕ Γαργαλιάνων	7.940	8.998	11,76%
ΔΕ Κυπαρισσίας	7.728	8.300	6,89%
ΔΕ Φιλιατρών	7.514	9.098	17,41%
ΔΕ Τριπύλης	354	493	28,19%
Δήμος Τριφυλίας	27.373	30.697	10,83%



Διάγραμμα 2: Μεταβολή μόνιμου πληθυσμού στις Δημοτικές Ενότητες του Δήμου Τριφυλίας (2001-2011).Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ., 2011

Όπως γίνεται φανερό η Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας παρουσιάζει σημαντική μείωση πληθυσμού τις τάξεις του 6,89% σε σχέση με το 2001, ωστόσο τη μεγαλύτερη μείωση παρουσιάζει η Δημοτική Ενότητα Τριπύλης.

Σχετικά με την πληθυσμιακή πυκνότητα ανά Δημοτική Ενότητα και συνολικά για το Δήμο Τριφυλίας, παρουσιάζεται σύμφωνα με την απογραφή του 2011 στον πίνακα 6.

Από τον πίνακα γίνεται φανερό ότι τη μεγαλύτερη πληθυσμιακή πυκνότητα παρουσιάζει η Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας.

Πίνακας 6. Πυκνότητα Πληθυσμού ανά Δημοτική Ενότητα. Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., 2011

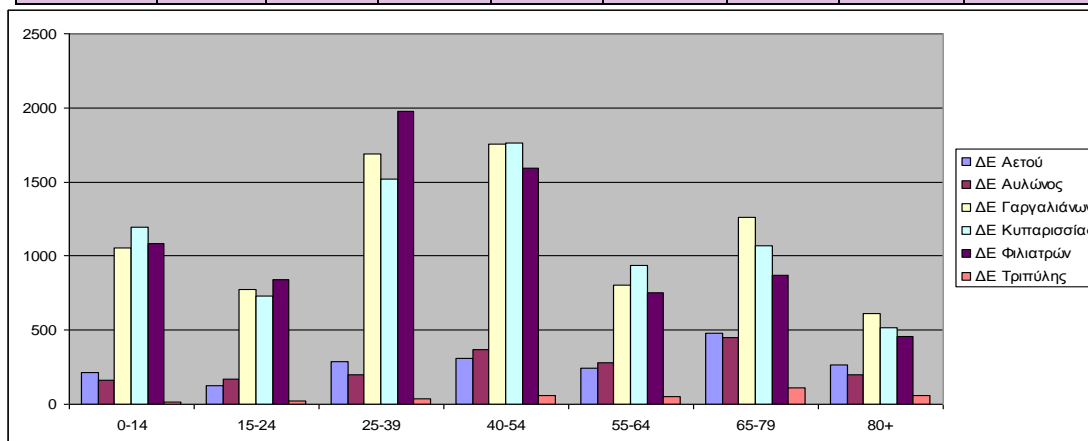
ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	ΕΚΤΑΣΗ (σε χ.λ.μ)	ΠΥΚΝΟΤΗΤΑ
ΔΕ Αετού	1.915	94,00	20,37
ΔΕ Αυλώνας	1.922	112,00	17,16
ΔΕ Γαργαλιάνων	7.940	122,00	65,08
ΔΕ Κυπαρισσίας	7.728	101,00	76,51
ΔΕ Φιλιατρών	7.514	114,00	65,91
ΔΕ Τριτύλης	354	69	5,13
Δήμος Τριφυλίας	27.373	612	44,72

Στον Πίνακα 7 παρουσιάζεται η Πληθυσμιακή κατανομή ανά Δημοτική Ενότητα και ηλικιακή ομάδα στις Δημοτικές Ενότητες του Δήμου Τριφυλίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 7 προκύπτει η ηλικιακή πυραμίδα στη Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας (Διάγραμμα 3 & 4). Είναι σημαντική εξέταση της δομής του πληθυσμού κατά ηλικία γιατί συμβάλει στο να εξάγονται συμπεράσματα όσον αφορά στις δημογραφικές προοπτικές, τη κοινωνική ανάπτυξη αλλά και τη σύνθεση και το μέγεθος του γεροντικού πληθυσμού. Επιπλέον εξάγονται συμπεράσματα όσον αφορά στην προοπτική για οικονομική ανάπτυξη, εξέλιξης του εργατικού δυναμικού και τη σύνθεση της αγοράς εργασίας. Σύμφωνα λοιπόν με αυτά γίνεται φανερό ότι τόσο σε επίπεδο Δήμου Τριφυλίας όσο και σε επίπεδο Δημοτικής Ενότητας Κυπαρισσίας, το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού συσσωρεύεται στις πληθυσμιακές ηλικιακές ομάδες των 25 έως 39 ετών και 40 έως 54 ετών που συνιστούν τις παραγωγικές ηλικίες.

Πίνακας 6. Πληθυσμιακή κατανομή ανά Δημοτική Ενότητα & ηλικιακή ομάδα.

Πηγή: ΕΛ. ΣΤΑΤ., 2011

	ΔΕ Αετού	ΔΕ Αυλώνας	ΔΕ Γαργαλιάνων	ΔΕ Κυπαρισσίας	ΔΕ Φιλιατρών	ΔΕ Τριπύλης	Δήμος Τριφυλίας	Ποσοστό %
0-14	211	165	1055	1198	1085	13	3727	13,62
15-24	126	167	771	731	842	21	2658	9,72
25-39	284	298	1687	1516	1979	40	5799	21,18
40-54	311	368	1753	1761	1590	60	5793	21,16
55-64	241	279	801	938	750	52	3061	11,18
65-79	479	448	1263	1067	868	110	4235	17,47
80+	263	197	610	517	455	58	2100	7,67
Σύνολο	1915	1922	7940	7728	7514	354	27373	100,00



Διάγραμμα 3. Ηλικιακή Πυραμίδα Δημοτικών Ενοτήτων Δήμου Τριφυλίας



Διάγραμμα 4. Ηλικιακή Πυραμίδα Δημοτικής Ενότητα Κυπαρισσίας

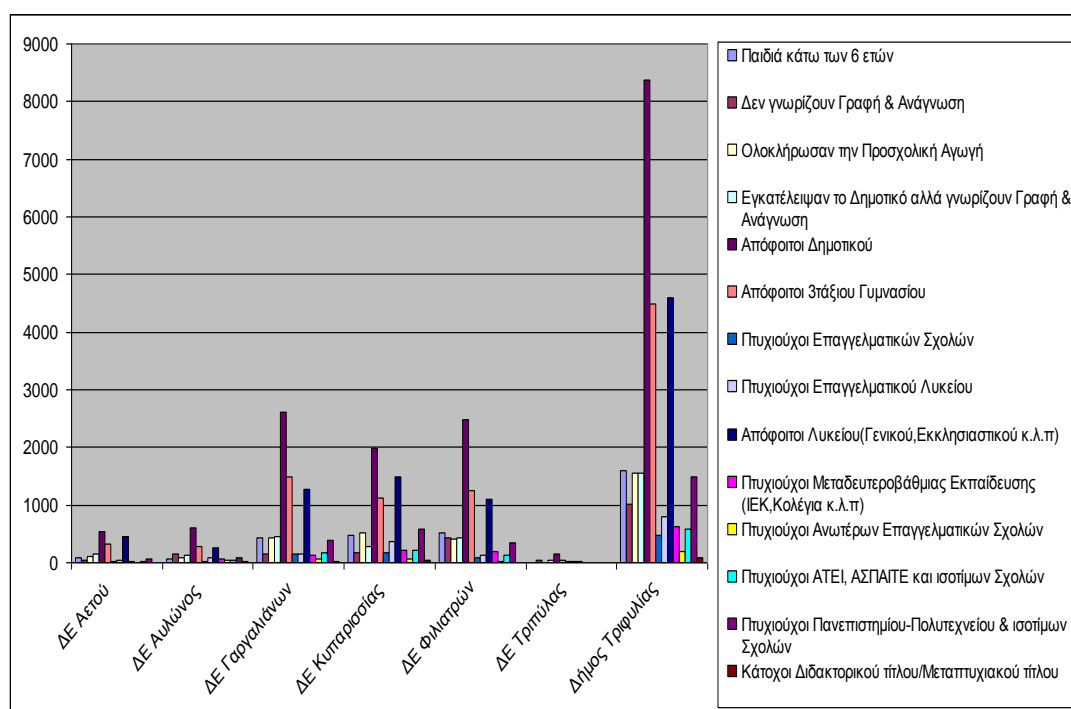
Όσον αφορά στο επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού του Δήμου Τριφυλίας γίνεται φανερό ότι το μεγαλύτερο ποσοστό είναι απόφοιτοι 3τάξιου γυμνασίου, δημοτικού και Λυκείου (Πίνακας 7 & Διάγραμμα 5).

Πίνακας 7. Επίπεδο Εκπαίδευσης του Πληθυσμού Δήμου Τριφυλίας. Πηγή:
 ΕΛ.ΣΤΑΤ., 2011

Επίπεδο Εκπαίδευσης	Δ.Ε. Αετού	Δ.Ε. Αυλώνος	Δ.Ε. Γαργαλιάνων	Δ.Ε. Κυπαρισσίας	Δ.Ε. Φιλιατρών	Κοινότητα Τριψύλλας	Δήμος Τριφυλίας
Παιδιά κάτω των 6 ετών	93	66	436	477	524	4	1.600
Δε γνωρίζουν Γραφή & Ανάγνωση	48	145	160	182	421	48	1.004
Ολοκλήρωσαν την Προσχολική Αγωγή	99	92	440	517	403	8	1.559
Εγκατέλειψαν το Δημοτικό αλλά γνωρίζουν Γραφή & Ανάγνωση	154	132	460	288	428	42	1.504
Απόφοιτοι Δημοτικού	550	597	2.608	1.982	2.491	147	8.375
Απόφοιτοι 3ταξίου Γυμνασίου	318	283	1.490	1.121	1.247	41	4.500
Πτυχιούχοι Επαγγελματικών Σχολών	27	27	148	180	77	13	472
Πτυχιούχοι Επαγγελματικού Λυκείου	40	84	155	367	129	16	791
Απόφοιτοι Λυκείου (Γενικού, Εκκλησιαστικού κ.λ.π)	457	262	1.273	1.486	1.095	17	4.590
Πτυχιούχοι Μεταδευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (ΙΕΚ, Κολέγια κ.λ.π)	27	54	129	220	187	6	623
Πτυχιούχοι Ανατέρων Επαγγελματικών Σχολών	7	52	55	58	30	3	205
Πτυχιούχοι ΑΤΕΙ, ΑΣΠΑΙΤΕ και	21	37	174	225	127	3	587

ισοτίμων Σχολών							
Πτυχιούχοι Πανεπιστημίου - Πολυτεχνείου & ισοτίμων Σχολών	71	78	394	583	350	6	1.482
Κάτοχοι Διδακτορικού τίτλου / Μεταπτυχιακού τίτλου	3	13	18	42	5	0	81
Σύνολο ανά Δ.Ε	1915	1922	7940	7728	7514	354	27.373

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ



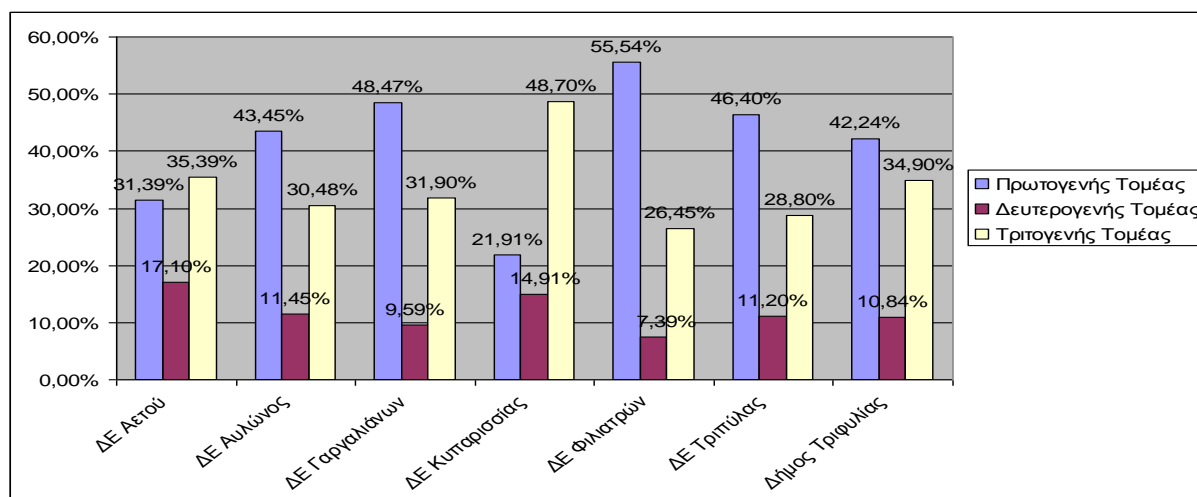
Διάγραμμα 5. Κατανομή επιπέδου εκπαίδευσης στις Δημοτικές Ενότητες; Του Δήμου Τριφυλίας.

Οικονομική και Εμπορική Διάρθρωση

Στον πίνακα 8 παρουσιάζονται τα ποσοστά απασχόλησης του πληθυσμού των Δημοτικών Ενοτήτων του Δήμου Τριφυλίας, ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας. Από τον πίνακα 8 και το διάγραμμα 6 γίνεται φανερό ότι στη Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων καλύπτει τον τριτογενή τομέα (48,7%) και ακολούθως τον πρωτογενή τομέα (21,91%) σε αντίθεση με τις άλλες Δημοτικές Ενότητες στις οποίες ισχύει το αντίθετο.

Πίνακας 8. Κατανομή ποσοστού απασχόλησης ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας του Δήμου Τριφυλίας. Πηγή: Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., 2011

Τομείς Οικονομικής Δραστηριότητας	Δ.Ε. Αετού	Δ.Ε. Αυλώνας	Δ.Ε. Γαργαλιάνων	Δ.Ε. Κυπαρισσίας	Δ.Ε. Φιλιατρών	Κοινότητα Τριπόλης
Πρωτογενής Τομέας	31,39%	43,45%	48,47%	21,91%	55,54%	46,40%
Δευτερογενής Τομέας	17,10%	11,45%	9,59%	14,91%	7,39%	11,20%
Τριτογενής Τομέας	35,39%	30,48%	31,90%	48,70%	26,45%	28,80%



Διάγραμμα 10. Κατανομή ποσοστού απασχόλησης ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας του Δήμου Τριφυλίας

Πρωτογενής Τομέας Δημοτικής Ενότητας Κυπαρισσίας

Αγροτική Δραστηριότητα

Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται η αγροτική δραστηριότητα της Δημοτικής Ενότητας Κυπαρισσίας:

Πίνακας 9: Αγροτική Δραστηριότητα του Δήμου ανά Δημοτική Ενότητα

	Δ.Ε. ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑΣ
Καλλιεργήσιμη Έκταση σε στρ.	55624
Επιχειρήσεις Επεξεργασίας Αγροτικών Προϊόντων	12

Κτηνοτροφική Δραστηριότητα

Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται η κτηνοτροφική δραστηριότητα Δημοτικής Ενότητας Κυπαρισσίας. Υπάρχει μια χοιροτροφική μονάδα στην Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας με πληθυσμό 4.565 ζώα.

Πίνακας 10: Κτηνοτροφική Δραστηριότητα του Δήμου ανά Δημοτική Ενότητα

	Δ.Ε. ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑΣ
Μονάδες Εκτροφής	1 (χοιροτροφική)
Ζωικός Πληθυσμός	4.565

Δευτερογενής Τομέας

Ο Δευτερογενής Τομέας, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ, είναι ο λιγότερο ανεπτυγμένος γενικότερα σε όλες τις Δημοτικές Ενότητες του Δήμου Τριφυλίας. Στον πίνακα 11 παρουσιάζεται η μεταποιητική δραστηριότητα στη Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας. Οι κλάδοι που δραστηριοποιούνται στην περιοχή είναι κυρίως: μεταποιητικές βιομηχανίες – βιοτεχνίες, Κατασκευές και λατομεία. Ενδεικτικά ορισμένες επιχειρήσεις που υπάρχουν στην περιοχή είναι:

- Επιχειρήσεις Επεξεργασίας και Τυποποίησης ελιών και ελαιολάδου
- Τυποποίηση γαύρου και σαρδέλας
- Βιοτεχνίες παρασκευής αλλαντικών, τυροκομεία
- Εργαστήρια παραγωγής άρτου, ζυμαρικών και ζαχαροπλαστικής
- Εμφιάλωσης οίνου και παραγωγής – εμφιάλωσης τσίπουρου
- Επιχειρήσεις επεξεργασίας αλουμινίου και σιδήρου
- Επιχειρήσεις κατασκευής μεταλλικών κουφωμάτων
- Επιχειρήσεις κατασκευής ειδών καγκελαρίας
- Επιχειρήσεις κατασκευής θερμοκηπίων

- Επιχειρήσεις επεξεργασίας ξύλου, επιχειρήσεις συναφών δραστηριοτήτων (κατασκευή ξύλινων κουφωμάτων, επίπλων κουζίνας και ντουλαπών)
- Τυπογραφεία
- Λατομεία
- Βιομηχανία παραγωγής έτοιμου σκυροδέματος

Πίνακας 11. Τομέας Μεταποιητικής δραστηριότητας στο Δήμο Τριφυλίας ανά Δημοτική Ενότητα. Πηγή: Επαγγελματικό Βιοτεχνικό και Εμπορικό Επιμελητήριο Μεσσηνίας

Δ. Ε. ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑΣ			
ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
Κυπαρισσία	107	Περδικονέρι	0
Αρμενιοί	2	Ράχες	1
Βρύσες	3	Σπηλιά	4
Μουριατάδα	2	Στασιό	0
Μύρου	0	Φαρακλάδα	5
Ξηρόκαμπος	0		
ΣΥΝΟΛΟ	124		

Στον πίνακα 12 παρουσιάζεται ο αριθμός των επιχειρήσεων στη μεταποιητική δραστηριότητα στη Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας.

Πίνακας 12: Ενδεικτική Επιχειρηματική Δραστηριότητα του Δήμου ανά Δημοτική Ενότητα (κρασί – λάδι)

Σύνολο	Δ.Ε. ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑΣ
<i>Επιχειρήσεις Δευτερογενούς Τομέα</i>	6

Τριτογενής Τομέας

Ο Τριτογενής Τομέας διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο στην οικονομία του Δήμου Τριφυλίας Γενικότερα και της Δημοτικής Ενότητας Κυπαρισσίας ειδικότερα.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Επαγγελματικού Βιοτεχνικού και Εμπορικού Επιμελητηρίου Μεσσηνίας, στο Δήμο Τριφυλίας, δραστηριοποιούνται συνολικά

1.160 επιχειρήσεις στον τομέα του εμπορίου και στην παροχή υπηρεσιών, εκ των οποίων οι 393 είναι στη Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας (Πίνακας 13).

Πίνακας 13. Κατανομή επιχειρηματικής Δραστηριότητα στον Τριτογενή Τομέα ανά Κοινότητα της Δημοτικής Ενότητας Κυπαρισσίας (Εμπόριο & Παροχή Υπηρεσιών)

Πηγή: Επαγγελματικό Βιοτεχνικό και Εμπορικό Επιμελητήριο Μεσσηνίας

Δ. Ε. ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑΣ			
ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
Κυπαρισσία	352	Περδικονέρι	4
Αρμενιοί	10	Ράχες	4
Βρύσες	3	Σπηλιά	11
Μουριατάδα	0	Στασιό	2
Μύρου	0	Φαρακλάδα	6
Ξηρόκαμπος	1		
ΣΥΝΟΛΟ		393	

4.2. Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα στην Κυπαρισσία

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (2010), ο Δήμος Κυπαρισσίας περιλαμβάνει 647 επιχειρήσεις. Η κατανομή των επιχειρήσεων του Δήμου σε διάφορους κλάδους παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα. Σύμφωνα με τα στοιχεία του παρακάτω πίνακα εξάγεται ένα σημαντικό συμπέρασμα σχετικά με την σύνθεση της εμπορικής επιχειρηματικότητας του Δήμου. Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων καλύπτεται από επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου γεγονός που δίνει μια βαρύτητα στη φυσιογνωμία της εμπορικής αγοράς. Παρόλα αυτά η μη ύπαρξη επικαιροποιημένων στατιστικών δεδομένων του αριθμού των επιχειρήσεων συνιστά εμπόδιο αξιόπιστης και ακριβούς απεικόνισης της διάρθρωσης της επιχειρηματικότητας στη τοπική αγορά της Κυπαρισσίας, εξαιτίας και της έντασης που προκάλεσε η ύφεση στη χώρα και η οποία προκάλεσε τεράστιες αλλαγές τόσο στο μέγεθος όσο και στη σύνθεση της επιχειρηματικότητας.

Πίνακας 1. Αριθμός επιχειρήσεων ανά κλάδο δραστηριότητας. Πηγή: Αριθμός επιχειρήσεων ανά μονοσήφιο ΣΤΑΚΟΔ 08 (Μητρώο Επιχειρήσεων 2010)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΛΑΔΟΥ	ΑΡ. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
Μη δηλωθείσα δραστηριότητα	140
Φυτική και ζωική παραγωγή, θήρα και συναφείς δραστηριότητες	50
Εξόρυξη άνθρακα και λιγνίτη	1
Βιομηχανία τροφίμων	17
Ποτοποιία	2
Παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών υλών	1
Κατασκευή ειδών ένδυσης	1
Βιομηχανία ξύλου και κατασκευή προϊόντων από ξύλο και φελλό, εκτός από έπιπλα· κατασκευή ειδών καλαθοποιίας και σπαρτοπλεκτικής	3
Χαρτοποιία και κατασκευή χάρτινων προϊόντων	1
Παραγωγή χημικών ουσιών και προϊόντων	1
Παραγωγή άλλων μη μεταλλικών ορυκτών προϊόντων	2
Κατασκευή μεταλλικών προϊόντων, με εξαίρεση τα μηχανήματα και τα είδη εξοπλισμού	11
Κατασκευή επίπλων	2
Άλλες μεταποιητικές δραστηριότητες	1
Επισκευή και εγκατάσταση μηχανημάτων και εξοπλισμού	1
Συλλογή, επεξεργασία και παροχή νερού	1
Κατασκευές κτιρίων	18
Έργα πολιτικού μηχανικού	7
Εξειδικευμένες κατασκευαστικές δραστηριότητες	58
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών	19
Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών	32
Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών	111
Χερσαίες μεταφορές και μεταφορές μέσω αγωγών	12
Αποθήκευση και υποστηρικτικές προς τη μεταφορά δραστηριότητες	3
Ταχυδρομικές και ταχυμεταφορικές δραστηριότητες	1
Καταλύματα	10
Δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης	72
Δραστηριότητες προγραμματισμού και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών	2
Δραστηριότητες συναφείς προς τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και τις ασφαλιστικές δραστηριότητες	1
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας	1
Νομικές και λογιστικές δραστηριότητες	6
Αρχιτεκτονικές δραστηριότητες και δραστηριότητες μηχανικών· τεχνικές δοκιμές και αναλύσεις	18

Άλλες επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες	3
Δραστηριότητες ενοικίασης και εκμίσθωσης	9
Δραστηριότητες ταξιδιωτικών πρακτορείων, γραφείων οργανωμένων ταξιδιών και υπηρεσιών κρατήσεων και συναφείς δραστηριότητες	1
Δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών σε κτίρια και εξωτερικούς χώρους	3
Διοικητικές δραστηριότητες γραφείου, γραμματειακή υποστήριξη και άλλες δραστηριότητες παροχής υποστήριξης προς τις επιχειρήσεις	1
Εκπαίδευση	2
Δραστηριότητες ανθρώπινης υγείας	3
Δημιουργικές δραστηριότητες, τέχνες και διασκέδαση	1
Αθλητικές δραστηριότητες και δραστηριότητες διασκέδασης και ψυχαγωγίας	1
Επισκευή ηλεκτρονικών υπολογιστών και ειδών ατομικής ή οικιακής χρήσης	4
Άλλες δραστηριότητες παροχής προσωπικών υπηρεσιών	13

4.3. Το Ανοικτό Κέντρο Εμπορίου (Opel Mall) ως πρακτική ενίσχυσης της τοπικής αγοράς της πόλης της Κυπαρισσίας

Οι τεράστιες αρνητικές συνέπειες που είχε η οικονομική κρίση για τις μικρές εμπορικές επιχειρήσεις στις τοπικές αγορές, ήταν η αντιμετώπιση εσωτερικών αναδιαρθρώσεων στον κλάδο του εμπορίου, που έλαβαν χώρα παράλληλα με την οικονομική ύφεση, γεγονός που μετέβαλε τη φυσιογνωμία και τη δυναμική του. Ειδικότερα η ανάπτυξη και εξάπλωση τα τελευταία χρόνια των Μεγάλων Εμπορικών Κέντρων, εντός και εκτός αστικών κέντρων, αναπόφευκτα πλήττει την λειτουργία των παραδοσιακών εμπορικών συνοικιακών αγορών. Εξαιτίας λοιπόν των προβλημάτων που προέκυψαν από την πολύχρονη οικονομική κρίση στη χώρα, κρίνεται σημαντική η πρακτική της θωράκισης και της περαιτέρω επέκτασης της τοπικής αγοράς με την ανάπτυξη δικτύου επιχειρήσεων και τη θεσμοθέτηση Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου - Open Mall στην περιοχή της Κυπαρισσίας.

Η δράση των Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου (Open Malls) έχει ως στόχο δράσεις ενίσχυσης και τόνωσης της οικονομικής δραστηριότητας που λαμβάνει χώρα σε μια εμπορική περιοχή και συγκεκριμένα σε μια περιοχή που διαθέτει σημαντικούς πολιτιστικούς πόρους και τουριστική δυναμική (ΕΣΠΑ, 2018). Απώτερος σκοπός του προγράμματος είναι η δημιουργία Ανοικτών Εμπορικών Κέντρων τα οποία θα

προκύψουν μέσω της συνεργασίας μικρών επιχειρήσεων που βρίσκονται εν λειτουργία ενός των παραδοσιακών εμπορικών κέντρων των αστικών κέντρων. Μέσα από δράσεις και διαδικασίες, οι μικρές επιχειρήσεις θα δύναται να παρέχουν κίνητρα στους καταναλωτές παρόμοιου εύρους με τα κίνητρα που προσφέρονται μέσω των σύγχρονων εμπορικών κέντρων στα πλαίσια μιας ενιαίας πολιτικής για την ανάδειξη του εκάστοτε εμπορικού κέντρου και την εξυπηρέτηση των καταναλωτών. Πιο αναλυτικά μέσω του προγράμματος θεσμοθέτησης των Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου προβλέπεται η σύνταξη μελετών για την χωροθέτηση και χαρτογράφηση των ανοικτών εμπορικών κέντρων σε συνδυάζοντας την ανάπτυξη σχετικών υποδομών, οργανωμένων ενεργειών μάρκετινγκ (ενιαία κάρτα αγορών καταναλωτή με πόντους αγορών ή και εκπτώσεις), οργανωμένης και συστηματικής προώθησης / προβολής / επικοινωνίας των επιχειρήσεων που εδράζονται στην εμπορική περιοχή που συμμετέχει στη δράση, και δραστηριοτήτων που συνδυάζουν τόσο το αγοραστικό όφελος όσο και τη ψυχαγωγία (π.χ. street events, social events) (ΕΣΠΑ. 2014).

Μέσω των παραπάνω δραστηριοτήτων θα παρέχεται η δυνατότητα στις επιχειρήσεις να κρατήσουν τους υπάρχοντες πελάτες τους, να επεκτείνουν τη πελατειακή τους βάση, να διευρύνουν τη εμπορική τους δράση, να τονώσουν τη ρευστότητα τους και να αναπτύξουν πληθώρα οφελών για την τοπική κοινωνία. Το πρόγραμμα Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου είναι παρόμοια με τα Business Improvement Districts (BID), τα οποία συνιστούν επιτυχημένα προγράμματα αστικών παρεμβάσεων για τον εξωραϊσμό του δημόσιου χώρου και την αναδιαμόρφωση της αστικής ταυτότητας μιας περιοχής που έχουν εφαρμοστεί σε πολλά κράτη ανά τον κόσμο π.χ. στις ΗΠΑ, στο Καναδά, στο Ηνωμένο Βασίλειο, στη Γερμανία, στη Νέα Ζηλανδία, στη Νότια Αφρική, στην Ιρλανδία, στην Ολλανδία, στη Σερβία, κ.α (Ασπρογέρακας, 2014).

Ο Εμπορικός Σύλλογος Κυπαρισσίας αναγνωρίζοντας τις παραπάνω τάσεις και παρατηρώντας τη διαρκή επιδείνωση της εικόνας της τοπικής αγοράς, γεγονός που τεκμηριώνεται από την ανάλυση που ακολουθεί, αποφάσισε να κινηθεί προς την κατεύθυνση της θεσμοθέτησης ΑΚΕ στην περιοχή του κέντρου της Κυπαρισσίας.

Βασικοί παράγοντες για τη θεσμοθέτηση ενός ΑΚΕ είναι η κατά το δυνατόν αρτιότερη τεκμηρίωση της περιοχής στην οποία θα χωροθετηθεί το ΑΚΕ και η κατά το δυνατόν πιστότερη αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης τόσο στην περιοχή του ΑΚΕ όσο και στην ευρύτερη περιοχή.

Για τον παραπάνω λόγο ο Εμπορικός Σύλλογος Κυπαρισσίας απευθύνθηκε στο INEMY-ΕΣΕΕ που διαθέτει την κατάλληλη υποδομή και τεχνογνωσία για την καταγραφή και τεκμηρίωση των επιχειρηματικών συγκεντρώσεων.

4.4. Περιοχή Παρέμβασης

Η περιοχή παρέμβασης όπου θα αναπτυχθεί το Ανοικτό Κέντρο Εμπορίου Δήμου Τριφυλίας βρίσκεται στη Δημοτική Ενότητα Κυπαρισσίας και ειδικότερα στην πόλη της Κυπαρισσίας, η οποία συνιστά την έδρα του Δήμου Τριφυλίας και το διοικητικό και εμπορικό κέντρο της ευρύτερης περιοχής καθώς και της Δυτικής Μεσσηνίας. Η περιοχή στην οποία προβλέπεται να γίνει η παρέμβαση συνιστά μια οριοθετημένη περιοχή οδών 1020 μ. που στην ουσία συνιστούν το Κέντρο της νέας (κάτω) πόλης της Κυπαρισσίας, όπως αυτή έχει αναπτυχθεί σήμερα. Οι οδοί στους οποίους θα γίνει η παρέμβαση περιλαμβάνουν την 25^η Μαρτίου, Χριστιανουπόλεως, Πονηροπούλου και Ν. Καλαντζάκου. Οι οδοί αυτοί αποτελούν τις πρώτες οδούς της πόλης έτσι όπως αυτοί παρουσιάζονται στο αρχικό ρυμοτομικό σχέδιο της πόλης (Π.Δ. 13-91926 / ΦΕΚ 372/Α/22-10-1926). Στους δρόμους αυτούς υπάρχουν εμπορικές επιχειρήσεων όλων των ειδών (εμπορικές, παροχής υπηρεσιών, καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος κ.α).



Εικόνα 6. Περιοχή παρέμβασης Open Mall Κυπαρισσίας.

Οι επιχειρήσεις που βρίσκονται εντός της περιοχής παρέμβασης είναι στο σύνολό τους 162 (75 εμπορικές επιχειρήσεις, 60 λοιπές και 27 κενά καταστήματα) ενώ στην πρόταση για χρηματοδότηση θα συμμετάσχουν συνολικά 98 από τις οποίες οι 58 ανήκουν στις εμπορικές επιχειρήσεις και οι 40 σε επιχειρήσεις υπηρεσιών, υγειονομικού ενδιαφέροντος, κλειστά καταστήματα κ.λ.π.. Ο βασικότερος σκοπός της παρέμβασης είναι ο εξωραϊσμός του αστικού χώρου και η αναβάθμιση του δημόσιου χώρου. Ειδικότερα επιδιώκονται:

1. Οι δράσεις εκσυγχρονισμού των υποδομών (με την ανάπτυξη δικτύου οδών ήπιας κυκλοφορίας, ανάπλασης πλατειών, αναβάθμισης δημόσιων και χαρακτηριστικών κτιρίων, αναβάθμιση του δικτύου αποχέτευσης ομβρίων και λυμάτων, αναβάθμιση του δικτύου ύδρευσης και άρδευσης κλπ.).
2. Οι δράσεις βελτίωσης της κινητικότητας (μέσω αναβάθμισης και δημιουργίας χώρων στάθμευσης για την εξυπηρέτηση του εμπορικού κέντρου δίχως την καταβολή αντιτίμου)
3. Οι δράσεις αισθητικής αναβάθμισης της περιοχής (μέσω της αναβάθμισης του οδοφωτισμού και την τοποθέτηση νέων φωτιστικών σωμάτων, τοποθέτησης νέου αστικού εξοπλισμού φιλικού προς το περιβάλλον, τοποθέτησης δικτύου πληροφοριακής σήμανσης, μέσω της διαμόρφωσης χώρων αφισκοκόλλησης, και δράσεις υπογειοποίησης καλωδίων κοινής ωφέλειας),
4. Οι δράσεις βελτίωσης της προσβασιμότητας (μέσω παρεμβάσεων για τη διευκόλυνση της προσβασιμότητας των ΑΜΕΑ τόσο στο δημόσιο χώρο όσο και στις επιμέρους υποδομές)
5. Οι δράσεις εφαρμογής συστημάτων «έξυπνης πόλης» (μέσω παροχής ασύρματης πρόσβασης στο διαδίκτυο, εγκατάσταση έξυπνου οδοφωτισμού και συστήματος έξυπνης διαχείρισης απορριμμάτων κλπ).

Ο Δήμος Τριφυλίας εντάσσει στο πρόγραμμα επτά υποέργα (Πίνακας 2), από τα οποία τα πέντε συνιστούν τις δράσεις παρέμβασης στο δημόσιο χώρο και τα άλλα δύο αφορούν τις δράσεις παρέμβασης στις υποστηρικτικές υπηρεσίες για την ορθολογική διαχείριση και εκτέλεση του έργου. Μέσω των παρεμβάσεων που πρόκειται να λάβουν χώρα στην περιοχή προσδοκάται μια ολοκληρωμένη και ενιαία αισθητική και αρχιτεκτονική ταυτότητα για την περιοχή καθώς και ενίσχυση της οικονομικής

δραστηριότητας της ευρύτερης περιοχής, η οποία συνιστά τουριστικό προορισμό και περιοχή με σημαντικούς πολιτιστικούς πόρους.

Πίνακας 2. Αντικείμενα Υποέργων

Αντικείμενο Υποέργου
Ενέργειες ανακατασκευής πεζοδρομίων, οδών, κατασκευή δικτύου οδών ήπιας κυκλοφορίας
Εργασίες αναδιαμόρφωσης της φύτευσης και του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής παρέμβασης
Εργασίες επισκευής και τροποποιήσεις υφιστάμενων δικτύων υποδομής της περιοχής παρέμβασης
Προμήθεια συστήματος παροχής ασύρματης πρόσβασης στο διαδίκτυο (free WiFi) και αυτοματισμών έξυπνης διαχείρισης υποδομών (φωτισμού, άρδευσης)
Προμήθεια και εγκατάσταση τηλεχειριζόμενων βυθιζόμενων μπαρών, οριζόντιας και κατακόρυφης σήμανσης κατασκευών ελέγχου κυκλοφορίας της περιοχής παρέμβασης
Δράσεις προετοιμασίας, τεχνικής βοήθειας και υποβοήθησης σύνταξης φακέλου, με όλες τις απαραίτητες υποστηρικτικές υπηρεσίες για την οριστική υποβολή της πρότασης του Δήμου Τριφυλίας
Δράσεις τεχνικής βοήθειας και υποβοήθησης, διεκπεραίωσης και παρακολούθησης όλων των διαδικασιών του έργου, με όλες τις απαραίτητες υποστηρικτικές υπηρεσίες για την ολοκλήρωσή του

4.5. Αναλυτική Παρουσίαση Υποέργων

Υποέργο 1: Ανάπλαση οδών και πεζοδρομίων

Καθαρίσεις - Χωματουργικές εργασίες: Θα καθαιρεθούν όλες οι επιφάνειες των πεζοδρομίων σε όλη την περιοχή παρέμβασης, προκειμένου να επιστρωθούν με ψυχρούς κυβόλιθους. Επίσης, θα καθαιρεθούν οι ασφαλτοστρώσεις και οι στρώσεις οδοστρωσίας, προκειμένου να επιστρωθούν επίσης με ψυχρούς κυβόλιθους στις οδούς 25^{ης} Μαρτίου, Χριστιανουπόλεως, Πονηροπούλου, Ν. Καλαντζάκου ή να ανακατασκευαστούν τα οδοστρώματα από άσφαλτο. Θα αποξηλωθούν τα παλιά κράσπεδα και ρείθρα, οι παλιές σχάρες απορροής ομβρίων και τα φρεάτια υδροσυλλογής και όλες οι κατασκευές επί των πεζοδρομίων και των οδών.

Σκυροδέματα: Σκυρόδεμα θα διαστρωθεί σε όλα τα πεζοδρόμια και όπου θα διαστρωθούν κυβόλιθοι. Επίσης, στις βάσεις των κρασπέδων, των αγωγών των δικτύων η/μ εγκαταστάσεων και στον εγκιβωτισμό τους. Τέλος, στα φρεάτια και στις σχάρες απορροής ομβρίων.

Εύλινες - μεταλλικές κατασκευές: Θα τοποθετηθούν μεταλλικές σχάρες για τις ανάγκες του δικτύου απορροής ομβρίων. Επίσης, θα τοποθετηθούν σχάρες δέντρων.

Επιστρώσεις - επενδύσεις: Όλοι οι κοινόχρηστοι χώροι των πεζοδρομίων και της πλατείας, καθώς και το οδόστρωμα των οδών 25ης Μαρτίου, Πονηροπούλου, Χριστιανουπόλεως και Ν. Καλαντζάκου, θα επιστρωθούν με ψυχρούς κυβόλιθους.

Προσβασιμότητα ΑμεΑ: Επιστρώσεις όδευσης Τυφλών με έγχρωμες ανάγλυφες πλάκες πεζοδρομίου με βάση τσιμέντο υψηλής αντοχής.

Διαβάσεις: οι διαβάσεις πεζών θα κατασκευαστούν με εναλλαγή διαφορετικών χρωμάτων κυβόλιθων, προκειμένου να μην αλλοιωθεί η εμφάνισή τους στο χρόνο.

Κιγκλιδώματα: Όπου απαιτηθούν για λόγους ασφαλείας της κυκλοφορίας και προστασίας των πεζών θα τοποθετηθούν κιγκλιδώματα.

Υπόεργο 2: Διαμόρφωση χώρων πρασίνου

Φυτεύσεις: Όλα τα δέντρα και τα φυτά που θα χρησιμοποιηθούν στην περιοχή παρέμβασης θα είναι συνδεδεμένα εννοιολογικά, λειτουργικά αλλά και τοπογραφικά με τη διαμόρφωση της περιοχής αλλά και την ιστορία και τον πολιτισμό της. Θα φυτευτούν δέντρα και φυτά που ανέκαθεν βρίσκονταν στην Ελλάδα και ειδικότερα στην περιοχή.

Δέντρα: Σε όλα τα πεζοδρόμια της περιοχής παρέμβασης θα δημιουργηθούν δεντροστοιχίες από δέντρα που είναι συμβατά με το χώρο στον οποίο θα τοποθετηθούν. Για τις ανάγκες της άρδευσης θα εγκατασταθεί αυτόματο δίκτυο ποτίσματος.

Υπόεργο 3: Ανακατασκευή δικτύων υποδομής

Οδοφωτισμός: Θα αποξηλωθούν όλα τα φωτιστικά επί στύλων της περιοχής μελέτης, μαζί με τις βάσεις, τις καλωδιώσεις και το λοιπό εξοπλισμό τους, καθώς και τα pilar ηλεκτροδότησης που θα αντικατασταθούν. Θα τοποθετηθούν νέα φωτιστικά σώματα που θα αποτελούνται από:

- Ιστούς FRP

- Φωτιστικά σώματα τεχνολογίας LED κορυφής, απόδοσης τουλάχιστον 40W το καθένα.

Δίκτυο απορροής όμβριων: Θα επανακατασκευαστεί πλήρως το δίκτυο απορροής όμβριων της περιοχής μελέτης. Θα κατασκευαστούν νέοι αγωγοί απορροής που θα συνδεθούν με το υφιστάμενο δίκτυο και νέα φρεάτια στις θέσεις που απαιτούνται. Επίσης θα τοποθετηθούν νέες χυτοσιδηρές σχάρες στους άξονες των οδών.

Δίκτυο αποχέτευσης λυμάτων - δίκτυο ύδρευσης: Θα επισκευαστούν και θα τροποποιηθούν όλα τα δίκτυα υποδομών εντός της περιοχής μελέτης που θα απαιτηθούν για την υλοποίηση των εργασιών: δίκτυο ύδρευσης, δίκτυο αποχέτευσης λυμάτων.

Υπόεργο 4: Προμήθεια και εγκατάσταση συστημάτων έξυπνης πόλης

Προβλέπεται η προμήθεια, εγκατάσταση, παραμετροποίηση, σύνδεση και θέση σε λειτουργία σημείων ασύρματης πρόσβασης -WiFi (Hotspots). Με το σύστημα αυτό θα εξασφαλίζεται ελεύθερη πρόσβαση σε ασύρματο ευρυζωνικό δίκτυο σε όλον τον εξωτερικό χώρο της περιοχής παρέμβασης.

Το ασύρματο δίκτυο θα αξιοποιηθεί και στην εφαρμογή συστήματος έξυπνης διαχείρισης απορριμμάτων αλλά και συστημάτων τηλεχειρισμού και ηλεκτρονικής παρακολούθησης δημόσιων υποδομών.

Υπόεργο 5: Προμήθεια και εγκατάσταση συστημάτων έξυπνης βιώσιμης κινητικότητας

Συστήματα ελέγχου κυκλοφορίας: Θα τοποθετηθούν συστήματα ελέγχου της πρόσβασης στον πεζόδρομο Γ. Γκρίτζαλη (βυθιζόμενες μπάρες με τηλεχειρισμό). Συγκεκριμένα, θα τοποθετηθούν επί του πεζόδρομου αυτόματες βυθιζόμενες μπάρες ελέγχου στάθμευσης.

Υπόεργο 10: Υπηρεσίες προετοιμασίας και υποβολής φακέλου πρότασης

Πρόκειται για δαπάνες παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών σύνταξης προτάσεων ΕΣΠΑ από εταιρεία με μεγάλη εμπειρία σε υποβολή προτάσεων και με άριστη γνώση του συγκεκριμένου προγράμματος, προκειμένου να παρασχεθεί υποστήριξη στις υπηρεσίες του Δήμου κατά τη διαδικασία υποβολής της πρότασης του Δήμου, που θα

περιλαμβάνει δράσεις προετοιμασίας, τεχνικής βοήθειας και υποβοήθησης σύνταξης του φακέλου, με όλες τις απαραίτητες υποστηρικτικές υπηρεσίες για την οριστική υποβολή του.

Υπόεργο 11: Υπηρεσίες παρακολούθησης υλοποίησης της πράξης

Πρόκειται για δαπάνες συμβουλευτικών υπηρεσιών για την υλοποίηση της πράξης από το Δήμο, από εταιρεία με μεγάλη εμπειρία σε παρακολούθηση έργων ΕΣΠΑ και με άριστη γνώση του συγκεκριμένου προγράμματος, προκειμένου να παρασχεθεί υποστήριξη στις υπηρεσίες του Δήμου κατά τη διαδικασία υλοποίησης του έργου, που θα περιλαμβάνει δράσεις τεχνικής βοήθειας και υποβοήθησης διεκπεραίωσης των διαδικασιών του έργου, με όλες τις απαραίτητες υποστηρικτικές υπηρεσίες για την ολοκλήρωσή του.

5. Μεθοδολογία Έρευνας

5.1. Ερευνητικός σχεδιασμός

Οι Bryman και Bell (2003) διακρίνουν τις έννοιες του ερευνητικού σχεδιασμού και της ερευνητικής μεθόδου καθώς έχουν διαφορετικές έννοιες σε μια μελέτη. Ο Yin (2014) διευκρινίζει ότι ο ερευνητικός σχεδιασμός είναι ένα σχέδιο και σκοπός του είναι να βοηθήσει στη συλλογή των σωστών πληροφοριών. Οι Bryman και Bell (2003) ορίζουν τον ερευνητικό σχεδιασμό ως το πλαίσιο στο οποίο γίνεται η συλλογή και ανάλυση δεδομένων και οι ερευνητικές μέθοδοι είναι οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται για τη συλλογή πληροφοριών. Αναφέρουν επίσης ότι ο σχεδιασμός που επιλέγεται στην ανάλυση πρέπει να αντικατοπτρίζει τις αποφάσεις που λαμβάνονται σχετικά με την προτεραιότητα ορισμένων πτυχών της ερευνητικής διαδικασίας. Τα πέντε σχέδια ερευνών που ορίζουν οι συγγραφείς είναι: πειραματικά, συγκριτικά, συγχρονική, περιπτωσιολογικά και συγχρονικά σχέδια μελετών.

Ο πειραματικός σχεδιασμός σύμφωνα με τους Bryman and Bell (2003), χρησιμοποιείται όταν ο ερευνητής ενδιαφέρεται να εξετάσει πώς τα άτομα στην πειραματική ομάδα ή ομάδες επηρεάζονται από τις αλλαγές στο περιβάλλον τους. Όταν χρησιμοποιεί ένα συγκριτικό σχεδιασμό, ο ερευνητής θέλει να αποκτήσει καλύτερη κατανόηση ενός συγκεκριμένου κοινωνικού συμβάντος, το οποίο μπορεί να γίνει μόνο μέσω της μελέτης δύο ή περισσότερων αντίθετων περιπτώσεων (Bryman and Bell, 2003) Οι Christensen et al. (2010) αναφέρουν ότι ένας συγχρονικός σχεδιασμός είναι προτιμότερος για μελέτες με επεξηγηματικό ή περιγραφικό σκοπό. Οι συγγραφείς εξηγούν επίσης ότι ο ίδιος τύπος δεδομένων συλλέγεται σε πολλές περιπτώσεις κατά τη διάρκεια μιας διαχρονικής περιόδου, κάτι που επιτρέπει μια εξήγηση των τάσεων ή των μεταβαλλόμενων διαδικασιών.

Μια περιπτωσιολογική μελέτη είναι, σύμφωνα με τους Bryman and Bell (2003), μια λεπτομερής μελέτη μιας μόνο περίπτωσης, όπως ενός οργανισμού, εντός τόπου, ενός ατόμου ή μιας συγκεκριμένης κατάστασης. Δηλώνουν ότι αυτός ο σχεδιασμός δείχνει ισχυρές ομοιότητες με τη συγχρονική μελέτη, αλλά η διάκριση έγκειται στο ενδιαφέρον των ερευνητών για τη συγκεκριμένη περίπτωση. Οι Bryman και Bell (2003) εξηγούν επίσης ότι ο συγχρονικός σχεδιασμός χρησιμοποιεί μελέτες αρκετών περιπτώσεων για τη δημιουργία ποσοτικοποιήσιμων δεδομένων που μπορούν να

συνδεθούν με έναν αριθμό μεταβλητών και έτσι να μελετηθούν οι σχέσεις μεταξύ τους. Οι συγγραφείς εξηγούν ότι αυτός ο σχεδιασμός είναι κατάλληλος όταν οι ερευνητές ενδιαφέρονται να βρουν διαφορές μεταξύ, οργανισμών, ατόμων ή εθνών. Αυτός ο σχεδιασμός είναι, όπως αναφέρουν οι Christensen et al. (2010), χρησιμοποιείται επίσης όταν ο στόχος της μελέτης είναι να δώσει μια ποσοτικοποιήσιμη περιγραφή κάτι από τα ποσοτικά πρωτογενή δεδομένα, τα οποία συχνά είναι η βάση του συγχρονικού σχεδιασμού, που επιτρέπει στον ερευνητή να σχεδιάσει στατιστικές γενικεύσεις. Οι πληροφορίες που αντλούνται από αυτό το είδος μελέτης είναι επομένως συχνά μεγάλης σημασίας, δεδομένου ότι δύναται να παρέχει σημαντικές πληροφορίες (Christensen et al., 2010).

Οι Bryman και Bell (2003) διευκρινίζουν ότι η εξέταση πολλών περιπτώσεων αυξάνει την πιθανότητα διακύμανσης μεταξύ των μεταβλητών και τις δυνατότητες να κάνουν ακριβείς διακρίσεις μεταξύ των περιπτώσεων. Η συλλογή δεδομένων γίνεται σε μια συγκεκριμένη στιγμή και συχνά αποτελείται από ερωτηματολόγια και δομημένες συνεντεύξεις, αλλά μπορεί επίσης να περιλαμβάνει και άλλες μεθόδους συλλογής δεδομένων (Bryman and Bell, 2003). Το μειονέκτημα του συγχρονικού σχεδιασμού είναι, όπως το εξηγούν οι Bryman και Bell (2003), η δυσκολία στον προσδιορισμό της αιτιώδους κατεύθυνσης μεταξύ των μεταβλητών. Αυτή η δυσκολία οφείλεται σε αυτούς λόγω της ταυτόχρονης συγκέντρωσης πληροφοριών, η οποία αποτρέπει τις δυνατότητες χειρισμού των μεταβλητών. Επομένως, ο ερευνητής δεν μπορεί να είναι σίγουρος για τη σχέση μεταξύ των μεταβλητών που είναι αιτιώδεις, σύμφωνα με τους συγγραφείς. Παρά την αβεβαιότητα, δεν είναι αδύνατο να εξαχθούν αιτιώδη συμπεράσματα από μια συγχρονική μελέτη (Bryman and Bell, 2003). Δεδομένου ότι ο σκοπός αυτής της έρευνας είναι να διερευνήσει τις απόψεις των επιχειρηματιών της πόλης της Κυπαρισσίας σχετικά με την εφαρμογή των προγραμμάτων ανοικτών κέντρων εμπορίου, ο συγχρονικός σχεδιασμός κρίθηκε κατάλληλος για αυτήν τη μελέτη.

5.1.1. Πρωτογενή δεδομένα

Όταν δεν υπάρχουν αρκετές διαθέσιμες πληροφορίες για την απάντηση του συγκεκριμένου προβλήματος, συχνά απαιτείται ο ερευνητής να συμπληρώσει τη θεωρία με νέες πληροφορίες που συλλέγει στη συνέχεια, για την έρευνά του (Christensen et al., 2010). Αυτό το είδος πληροφοριών ορίζεται ως πρωτογενή

δεδομένα και μπορεί να συλλεχθεί με διάφορες τεχνικές, αλλά πρέπει ταυτόχρονα να ταιριάζει στο ερευνητικό πρόβλημα (Christensen et al., 2010). Οι Bryman και Bell (2003) επισημαίνουν ότι οι ποιοτικές έρευνες συχνά αποτελούνται από παρατηρήσεις συμμετεχόντων και συνεντεύξεις ή ομάδες εστίασης ως τεχνικές συλλογής πληροφοριών. Όταν πρόκειται για ποσοτικοποίηση των δεδομένων, οι έρευνες πιθανότατα θα βασίζονται σε έρευνες ερωτηματολογίων για τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων (Bryman and Bell, 2013). Το όφελος των πρωτογενών δεδομένων, σε σύγκριση με τα δευτερεύοντα δεδομένα, είναι ότι οι πληροφορίες δεν ενημερώνονται μόνο, αλλά ο ερευνητής γνωρίζει επίσης πόσο αξιόπιστες είναι οι πληροφορίες (Christensen et al, 2010). Τα πρωτογενή δεδομένα, σε αυτήν την έρευνα, βασίζονται σε ένα ποσοτικό ερωτηματολόγιο (Παραρτήματα 1), προκειμένου να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα της έρευνας.

5.1.2 Όργανο συλλογής δεδομένων

Οι Hair et al. (2011) επισήμαναν μια τεχνική για τη συλλογή πληροφοριών, η οποία χρησιμοποιεί έρευνες αυτοσυμπλήρωσης, οι οποίες συνίστανται σε δομημένα ερωτηματολόγια με ένα σύνολο προκαθορισμένων ερωτήσεων προκειμένου να συλλέξουν μια μεγάλη ποσότητα δεδομένων σε αριθμητική μορφή. Οι συγγραφείς εξηγούν ότι το ερωτηματολόγιο πρέπει να έχει συγκεκριμένο σχεδιασμό και να διανέμεται με συγκεκριμένο τρόπο. Στην παρούσα μελέτη έχει διανεμηθεί ερωτηματολόγιο αυτο-συμπλήρωσης χέρι με χέρι. Είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος συλλογής δεδομένων και οι απαντήσεις μπορούν να συγκεντρωθούν γρήγορα, αλλά επιτρέπει επίσης στους συμμετέχοντες να παραμείνουν ανώνυμοι (Christensen et al., 2010; Hair et al., 2011; Bryman and Bell, 2003). Η συλλογή των δεδομένων έλαβε χώρα από την 1^η Ιουνίου έως 31 Αυγούστου του 2020. Για να αυξηθεί το ποσοστό ανταπόκρισης των ερωτηθέντων, ενημερώθηκαν ότι η συμμετοχή τους θα παραμείνει ανώνυμη. Η επιλογή αυτής της συγκεκριμένης τεχνικής για τη συλλογή δεδομένων βασίζεται στο γεγονός ότι αυτή η μελέτη απαιτεί μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων για μεγάλο χρονικό διάστημα. Επομένως, δεν είναι προσαρμόσιμο για αυτήν την έρευνα να χρησιμοποιηθούν άλλες τεχνικές. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η επιλογή βασίζεται επίσης στο γεγονός ότι οι συμμετέχοντες δεν θα πρέπει να επηρεάζονται από το περιβάλλον, κάτι που θα συνέβαινε εάν είχαν προσεγγιστεί με διαφορετικές τεχνικές (π.χ. συνέντευξη). Αντ' αυτού, η έρευνα τους επιτρέπει να απαντήσουν στις ερωτήσεις με βάση την προηγούμενη εμπειρία τους.

5.2 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Ένα δομημένο ερωτηματολόγιο μπορεί να βασίζεται σε ανοιχτές ή / και κλειστές ερωτήσεις με προκαθορισμένες επιλογές (Christensen et al., 2010; Bryman and Bell, 2003). Οι ερωτήσεις αυτής της έρευνας αποτελούνται από ερωτήσεις κλειστού τύπου με ένα σύνολο εναλλακτικών απαντήσεων από τις οποίες οι ερωτηθέντες μπορούν να επιλέξουν τι ταιριάζει καλύτερα στη γνώμη τους. Το πλεονέκτημα της χρήσης σταθερών εναλλακτικών απαντήσεων, σύμφωνα με τους Bryman και Bell (2003), είναι ο αποτελεσματικός τρόπος για την επεξεργασία των απαντήσεων, αλλά και για να επιτρέψει στον ερευνητή να συγκρίνει εύκολα τις απαντήσεις, επειδή η διαφορά στις απαντήσεις είναι μικρή σε σύγκριση με τις ερωτήσεις ανοιχτού τύπου. Ωστόσο, ένα πλεονέκτημα να υποβάλλονται ερωτήσεις ανοικτού τύπου είναι ότι μπορεί να δημιουργήσει πιο ενδιαφέρουσες απαντήσεις, οι οποίες δεν αναμένονται (Christensen et al., 2010; Bryman and Bell, 2003). Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η εγκυρότητα μπορεί να επηρεαστεί αρνητικά εάν οι ερωτηθέντες δεν κατανοούν τις ερωτήσεις (Bryman and Bell, 2013). Επίσης όταν διατυπώνονται οι ερωτήσεις, πρέπει να ληφθεί υπόψη να μην υποβάλλονται ερωτήσεις που οδηγούν τον ερωτώμενο να απαντήσει σε μια συγκεκριμένη κατεύθυνση (Christensen et al., 2010; Bryman and Bell, 2003). Είναι πολύ σημαντικό, σε κλειστές ερωτήσεις, να έχουμε όσο το δυνατόν πληρέστερες επιλογές απαντήσεων για να διασφαλιστεί ότι οι απαντήσεις του ερωτώμενου δεν ελέγχονται (Christensen et al., 2010).

Οι πρώτες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου αφορούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του ερωτώμενου, όπως το φύλο, την ηλικία και το επάγγελμα. Στα επόμενα δύο μέρη του ερωτηματολογίου, ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου έγινε με σκοπό να εντοπιστούν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες της πόλης της Κυπαρισσίας καθώς και να εντοπιστούν οι υπάρχουσες γνώσεις και δυνατότητες βελτίωσης τους όσον αφορά στα προγράμματα ανοικτών κέντρων εμπορίου. Η έρευνα μελετά τις απόψεις των επιχειρηματιών σε μια συγκεκριμένη περιοχή, χρησιμοποιώντας τη μέθοδο της δειγματοληψίας ευκαιρίας. Η αναφερόμενη μέθοδος δειγματοληψίας βασίζεται στο ότι ο ερευνητής χρειάζεται τους ερωτηθέντες που τυχαίνει να είναι εκεί (Christensen et al., 2010; Bryman and Bell, 2003).

5.3. Δειγματοληψία

Η δειγματοληψία ως μέρος της ερευνητικής διαδικασίας περιλαμβάνει τη συλλογή πληροφοριών χάρη σε μια επιλεγμένη ομάδα ανθρώπων, γνωστός ως πληθυσμός, που έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά (Hair et al., 2011). Ένα δείγμα πρέπει να είναι αντιπροσωπευτικό αυτού του πληθυσμού και πρέπει να καθοριστεί ένας σχετικός πληθυσμός στόχος, από τον οποίο θα επιλεγεί η μονάδα δείγματος για την έρευνα (Hair et al., 2011). Μια δειγματοληψία πιθανότητας είναι, σύμφωνα με τους Hair et al. (2011), μια μέθοδος όπου χρησιμοποιείται μια τυχαία επιλογή στοιχείων και η δειγματοληψία μη πιθανότητας, όπου ο ερευνητής αποφασίζει να συμπεριλάβει ή να αποκλείσει ορισμένα στοιχεία. Η δειγματοληψία χιονοστιβάδας είναι μια μέθοδος δειγματοληψίας μη πιθανότητας, η οποία συνίσταται στη χρήση αρχικών ερωτηθέντων για να βοηθήσει τον ερευνητή να εντοπίσει άλλους στον επιλεγμένο πληθυσμό (Christensen et al., 2010; Hair et al., 2011; Bryman and Bell, 2003). Οι Bryman and Bell (2003) εξηγούν ότι η δειγματοληψία χιονοστιβάδας είναι μια σχετικά ασυνήθιστη μέθοδος σε ποσοτικές μελέτες, αλλά μπορεί να είναι σημαντική όταν οι ερευνητές ενδιαφέρονται να εντοπίσουν κάποια σχέση ανάμεσα σε μια ομάδα ατόμων.

Ο επιλεγμένος πληθυσμός αυτής της έρευνας μπορεί να οριστεί ως επιχειρηματίες που ζουν στην πόλη της Κυπαρισσίας και συγκεκριμένα εντός της προτεινόμενης περιοχής εφαρμογής του προγράμματος ανοικτού κέντρου εμπορίου. Η μονάδα δείγματος που χρησιμοποιείται αποτελείται από άτομα άνω των 18 ετών, τα οποία είτε είναι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων είτε είναι υπάλληλοι σε αυτές. Χρησιμοποιείται η δειγματοληψία μη πιθανότητας, καθώς υπάρχει ανάγκη για τη συγκεκριμένη μελέτη να περιλαμβάνει συγκεκριμένα στοιχεία. Ειδικότερα επιλέχθηκε η τυχαία δειγματοληψία χιονοστιβάδας.

5.3.1 Μέγεθος δείγματος

Στα πλαίσια του συμμετοχικού σχεδιασμού και της συμμετοχής των ενδιαφερόμενων στο σχεδιασμό, διανεμήθηκαν ερωτηματολόγια σε 98 επιχειρήσεις οι οποίες πρόκειται να συμμετέχουν στην πρόταση για χρηματοδότηση, 58 από τις οποίες ανήκουν στις εμπορικές επιχειρήσεις και οι 40 σε επιχειρήσεις υπηρεσιών, υγειονομικού ενδιαφέροντος, κλειστά καταστήματα κ.λ.π. Συμπληρώθηκαν 60 ερωτηματολόγια στο σύνολο, ένα ποσοστό συμμετοχής μεγαλύτερο από 60%.

5.4. Ανάλυση δεδομένων

Η ανάλυση των ποσοτικών δεδομένων έγινε με τη χρήση περιγραφικών στατιστικών στοιχείων με τη βοήθεια του στατιστικού προγράμματος IBM SPSS Statistics, έκδοση 20. Ειδικότερα έγινε στατιστική ανάλυση των ποιοτικών μεταβλητών με παρουσίαση της ποσοστιαίας κατανομής τους καθώς και περιγραφική στατιστική ανάλυσης για τις ποσοτικές μεταβλητές. Ειδικότερα η περιγραφική στατιστική ανάλυση περιλαμβάνει την ανάλυση των αριθμητικών μεταβλητών με τη χρήση παραμέτρων όπως μέσος όρος, τυπική απόκλιση, ελάχιστο, μέγιστο κλπ.

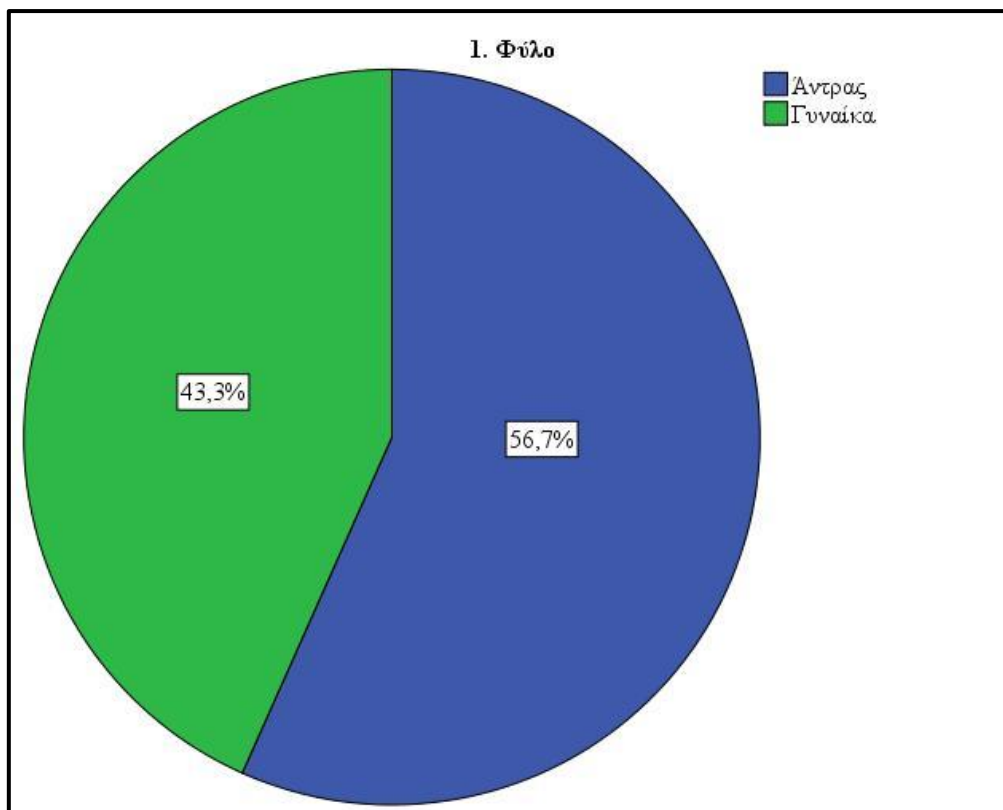
6. Αποτελέσματα Έρευνας

6.1. Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

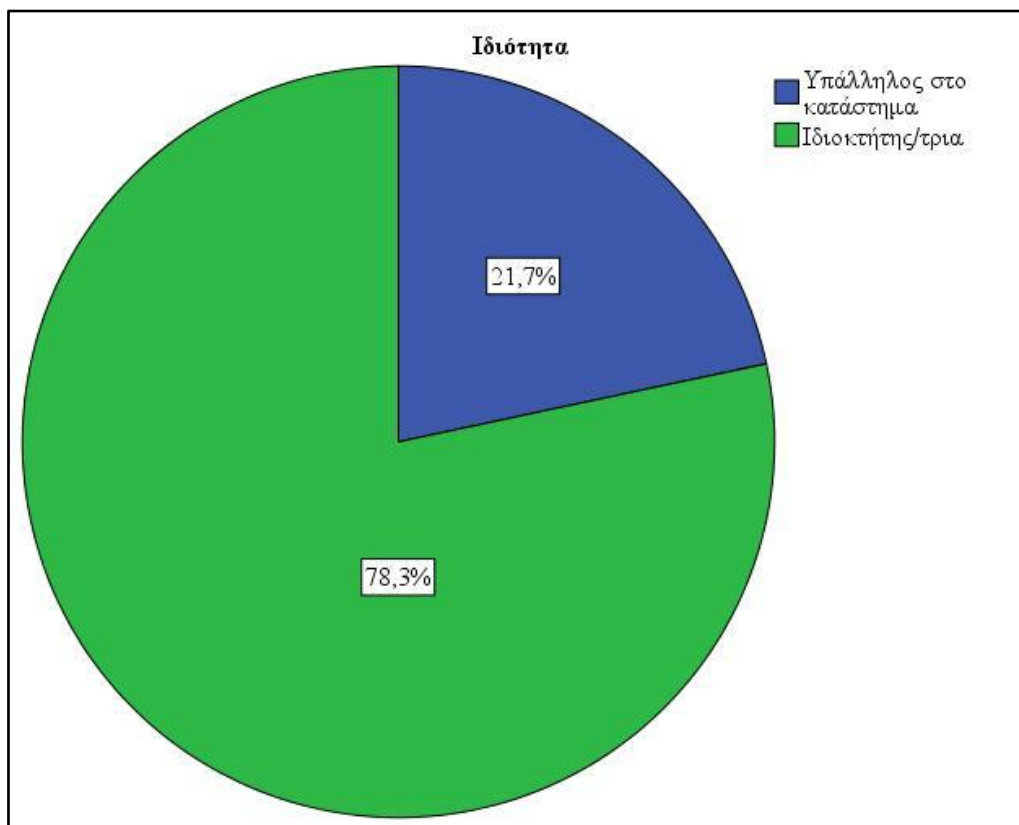
Οι περισσότεροι επιχειρηματίες που απάντησαν στα ερωτηματολόγια ήταν άντρες με ακριβές ποσοστό 56,7% και οι γυναίκες με 43,3%. Από αυτούς το 78,3% είναι ιδιοκτήτες στα καταστήματα ενώ μόλις το 21,7% είναι υπάλληλοι στο κατάστημα. Όσον αφορά στην ηλικία των συμμετεχόντων αυτή κυμαίνεται από 25 έως 66 ετών με μέσο όρο τα $M=45.6$ έτη και τυπική απόκλιση τα $SD=9.46$ έτη. Ειδικότερα το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 36-45 ετών ($N=24$, 40%) και 46-55 ετών ($N=18$, 30%). Όσον αφορά στο είδος του καταστήματος που συμμετείχε στην έρευνα είναι κυρίως εμπορικά καταστήματα γυναικείας και ανδρικής ένδυσης και υπόδησης, καταστήματα λιανικής πώλησης, καφετέριες και καφεενεία, σουπερμάρκετ, καταστήματα πώλησης γεωργικών ειδών, βιβλιοπωλεία, κατάστημα πώλησης βιομηχανικών ειδών, σουπερμάρκετ, κατάστημα πώλησης ιατρικών ειδών και ειδών υγειονομικού ενδιαφέροντος, κάβα, καθαριστήριο, κομμωτήρια, κοσμηματοπωλεία, κρεοπωλεία, μανάβικα, καταστήματα πώλησης οπτικών ειδών, φαρμακεία και καταστήματα πώλησης τροφίμων (ψυλικά/ζιδικά).

Πίνακας 6.1 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

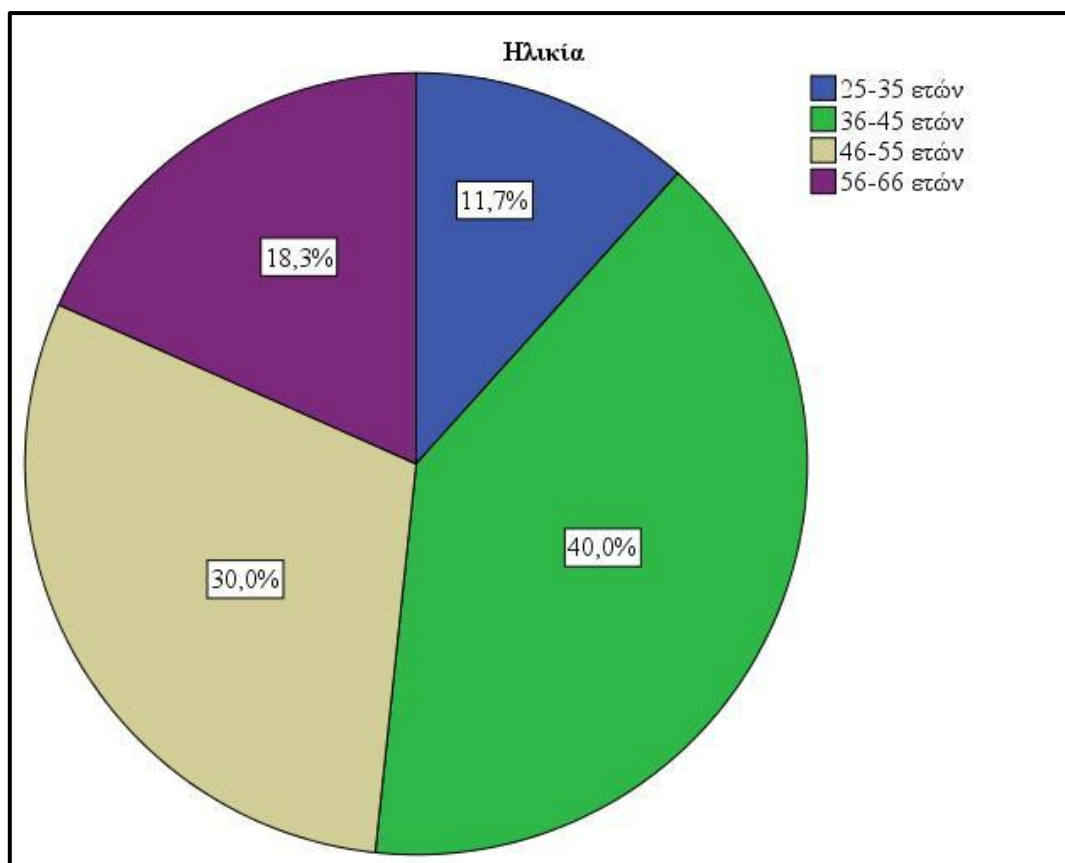
Δημογραφικό Χαρακτηριστικό		N	%
Φύλο	Άντρας	34	56.7
	Γυναίκα	26	44.3
Ιδιότητα	Υπάλληλος στο κατάστημα	13	21,7
	Ιδιοκτήτης	47	78,3
Ηλικία	25-35 ετών	7	11,7
	36-45 ετών	24	40,0
	46-55 ετών	18	30,0
	56-66 ετών	11	18,3



Διάγραμμα 6.1. Φύλο



Διάγραμμα 6.2. Ιδιότητα



Διάγραμμα 6.3.

6.2. Προβλήματα εξυπηρέτησης περιοχής και παρεχόμενων υποδομών

Αρχικά οι συμμετέχοντες στην έρευνα ρωτήθηκαν ένα ο αριθμός των καταστημάτων της περιοχής τους είναι επαρκής για την εξυπηρέτηση των κατοίκων της αλλά και των τουριστών της. Το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε θετικά, ήτοι το 66,7%, ενώ ένα αξιόλογο ποσοστό περί το 33,3% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι είναι τα καταστήματα είναι ανεπαρκή.

Ακολούθως στην ερώτηση για εάν υπάρχει καλή σύνδεση της περιοχής του κέντρου με τις γύρω περιοχές μέσω των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς το μεγαλύτερο ποσοστό, ήτοι το 63,3% των συμμετεχόντων απάντησαν αρνητικά ενώ μόλις το 36,7% απάντησε θετικά.

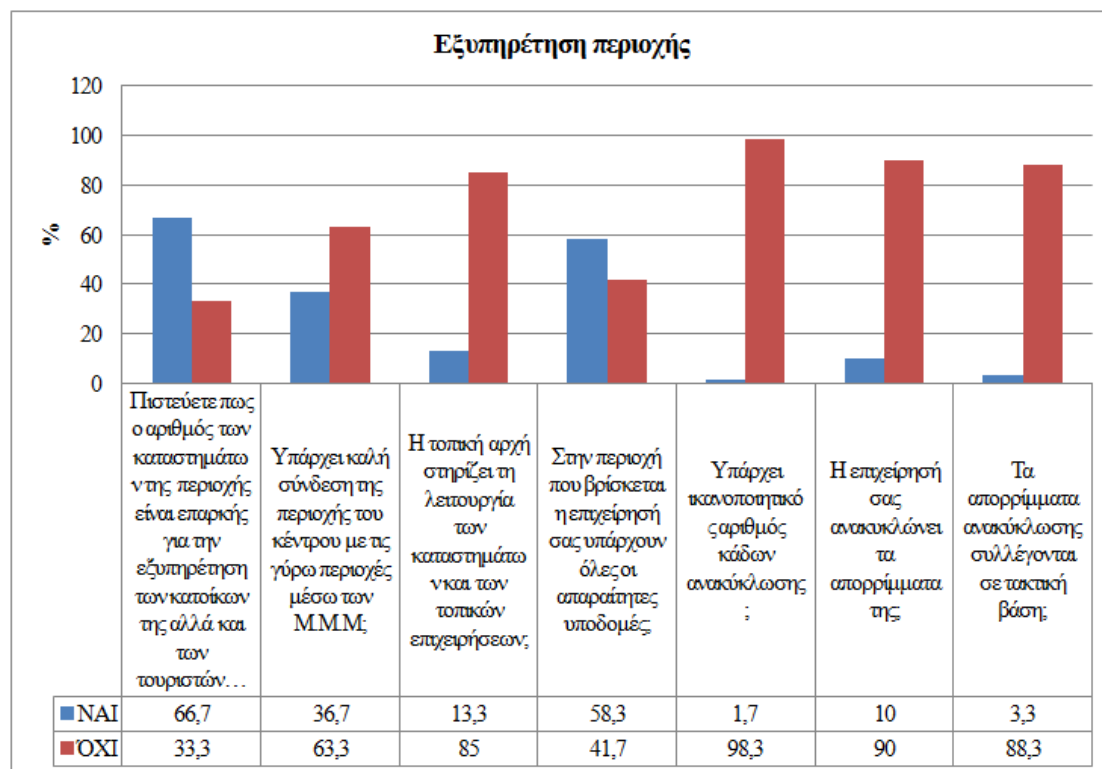
Στη συνέχεια ρωτήθηκαν εάν η τοπική αρχή στηρίζει τη λειτουργία των καταστημάτων τους και των τοπικών τους επιχειρήσεων. Η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων ήτοι το 85% απάντησε αρνητικά ενώ μόλις το 13,3% απάντησε θετικά.

Σε επόμενο στάδιο ρωτήθηκαν εάν στην περιοχή που βρίσκεται η επιχείρησή τους υπάρχουν όλες οι απαραίτητες υποδομές; (αποχέτευση, ύδρευση, διαδίκτυο, τηλεφωνία κα.). Οι μισοί περίπου από τους συμμετέχοντες (58,3%) απάντησαν ότι υπάρχουν όλες οι απαραίτητες υποδομές ενώ λίγο λιγότεροι από τους μισούς (41,7%) απάντησε ότι δεν υπάρχουν. Ειδικότερα αναφέρουν ότι υπάρχει ανεπάρκεια στις ήδη υφιστάμενες υποδομές (αποχέτευση, ύδρευση, διαδίκτυο, τηλεφωνία), ότι χρειάζεται αντικατάσταση σωλήνων μεταφοράς νερού (αμιαντοσωλήνες), ανεπάρκεια στην συλλογή των σκουπιδιών, ακατάλληλο οδικό δίκτυο και ότι λείπει η κατάλληλη αισθητική της αγοράς που αλλάζει την διάθεση του καταναλωτή ενώ αναφέρθηκε ότι λείπει το όραμα για την ανάπτυξη της πόλης τους.

Το πρόβλημα της συλλογής των σκουπιδιών αναδεικνύεται και από επόμενες τρεις ερωτήσεις που τέθηκαν στους συμμετέχοντες. Ειδικότερα ρωτήθηκαν εάν υπάρχει ικανοποιητικός αριθμός κάδων ανακύκλωσης στην περιοχή όπου βρίσκεται η επιχείρησή τους και όλοι πλην ένας συμμετέχοντας απάντησαν αρνητικά (98,3%). Αρνητική ήταν στο μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων η απάντηση σχετικά με το εάν η επιχείρησή τους ανακυκλώνει τα απορρίμματα της, όπου το 90% των συμμετεχόντων απάντησε αρνητικά. Τέλος το 88,3% των συμμετεχόντων απάντησε ότι τα απορρίμματα ανακύκλωσης δε συλλέγονται σε τακτική βάση.

Πίνακας 6.2. Εξυπηρέτηση περιοχής

		N	%
Πιστεύετε πως ο αριθμός των καταστημάτων της περιοχής είναι επαρκής για την εξυπηρέτηση των κατοίκων της αλλά και των τουριστών της;	Ναι	40	66,7
	Όχι	20	33,3
Υπάρχει καλή σύνδεση της περιοχής του κέντρου με τις γύρω περιοχές μέσω των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς;	Ναι	22	36,7
	Όχι	38	63,3
Η τοπική αρχή στηρίζει τη λειτουργία των καταστημάτων και των τοπικών επιχειρήσεων;	Ναι	8	13,3
	Όχι	51	85,0
Στην περιοχή που βρίσκεται η επιχείρησή σας υπάρχουν όλες οι απαραίτητες υποδομές; (αποχέτευση, ύδρευση, διαδίκτυο, τηλεφωνία);	Ναι	35	58,3
	Όχι	25	41,7
Υπάρχει ικανοποιητικός αριθμός κάδων ανακύκλωσης;	Ναι	1	1,7
	Όχι	59	98,3
Η επιχείρησή σας ανακυκλώνει τα απορρίμματα της;	Ναι	6	10
	Όχι	54	90
Τα απορρίμματα ανακύκλωσης συλλέγονται σε τακτική βάση;	Ναι	2	3,3
	Όχι	53	88,3

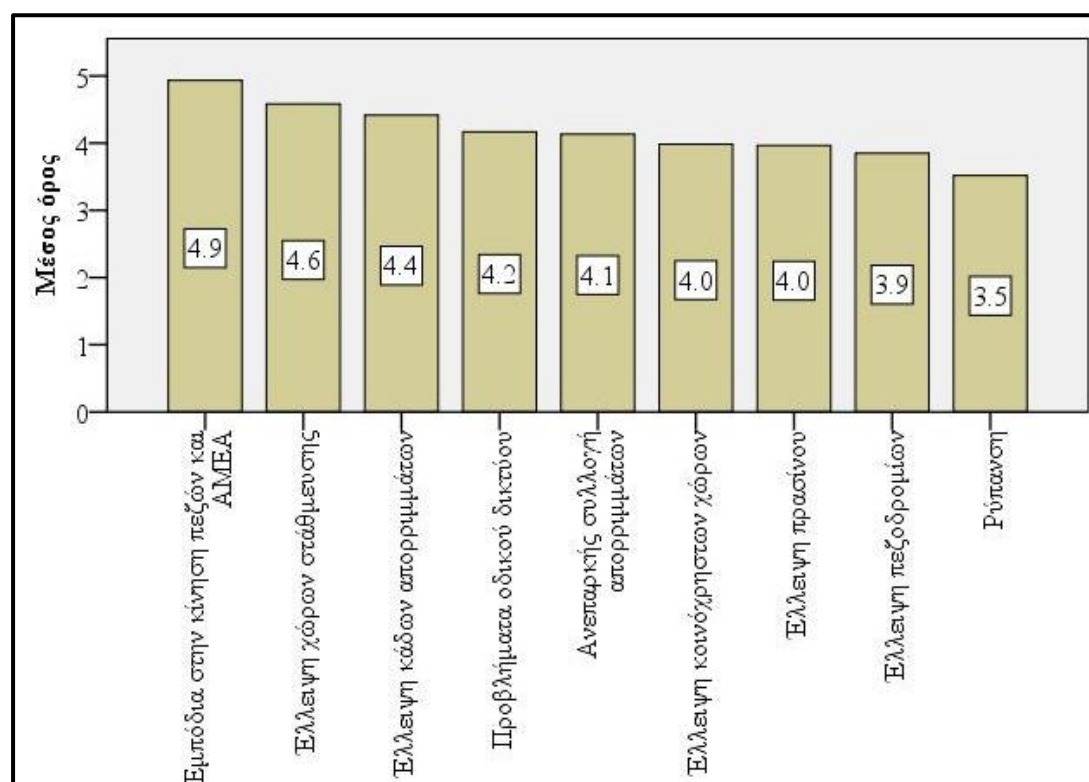


Διάγραμμα 6.4. Εξυπηρέτηση περιοχής

Προκειμένου να αναδειχθεί ο βαθμός σημαντικότητας των υφιστάμενων προβλημάτων που παρουσιάζονται στην περιοχή που βρίσκεται η επιχείρηση των συμμετεχόντων κλήθηκαν να απαντήσουν σε μια πενταβάθμια κλίμακα από το 1=καθόλου έως 5=πάρα πολύ το βαθμό που πιστεύουν ότι το πρόβλημα που αναφέρεται είναι σημαντικό. Τα αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης έδειξαν ότι όλα τα προβλήματα θεωρούνται από πολύ έως πάρα πολύ σημαντικά (μέσος όρος μεγαλύτερος από 3,5 για όλα τα αναφερθέντα προβλήματα). Ωστόσο τα προβλήματα που αναδείχθηκαν ως τα περισσότερο σημαντικά είναι τα εμπόδια στην κίνηση πεζών και ΑΜΕΑ (Μ.Ο=4,93, sd=0.312), η έλλειψη χώρων στάθμευσης (Μ.Ο=4,58, sd=0.869), η έλλειψη κάδων απορριμμάτων (Μ=4,42, sd=0.850), τα προβλήματα στο οδικό δίκτυο (Μ=4,17, sd=1,107) και η ανεπαρκής συλλογή των απορριμμάτων (Μ=4,13, sd=1,033).

Πίνακας 6.3. Σημαντικότητα υφιστάμενων προβλημάτων περιοχής

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ	Μέσος όρος	Τυπική Απόκλιση	Ελάχιστο	Μέγιστο
Προβλήματα οδικού δικτύου	4,17	1,107	2	5
Έλλειψη πεζοδρομίων	3,85	1,246	1	5
Έλλειψη χώρων στάθμευσης	4,58	0,869	2	5
Εμπόδια στην κίνηση πεζών και ΑΜΕΑ	4,93	0,312	3	5
Έλλειψη κοινόχρηστων χώρων	3,98	1,269	1	5
Έλλειψη πρασίνου	3,97	1,327	1	5
Έλλειψη κάδων απορριμμάτων	4,42	0,850	2	5
Ρύπανση	3,52	1,444	1	5
Ανεπαρκής συλλογή απορριμμάτων	4,13	1,033	2	5



Διάγραμμα 6.4. Σημαντικότητα υφιστάμενων προβλημάτων

6.3. Υπάρχουσα γνώση προώθησης της επιχείρησής τους και δυνατότητες βελτίωσης της

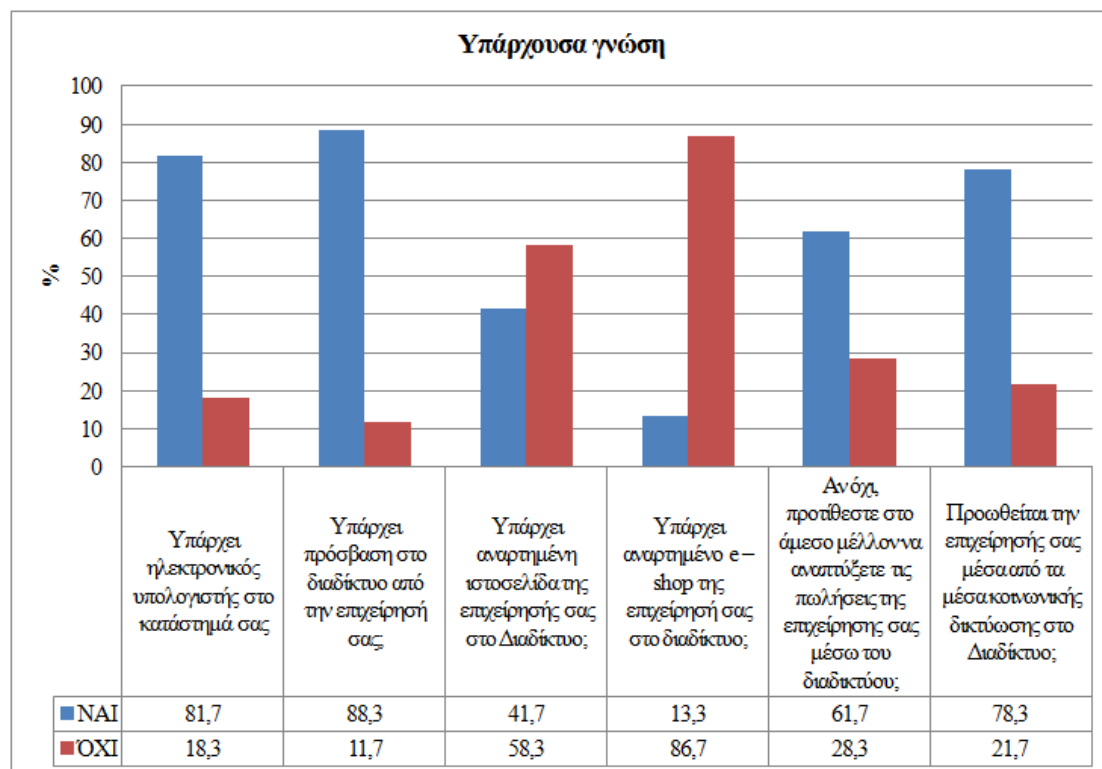
Αρχικά οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν εάν διαθέτει το κατάστημά τους ηλεκτρονικό υπολογιστή. Το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε ότι διαθέτει, ήτοι το 81,7% ενώ μόλις το 18,3% απάντησε ότι δε διαθέτει. Όσον αφορά στο ποιός τον διαχειρίζεται το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε ότι το διαχειρίζονται οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες (71,7%) ενώ μόλις το 10% οι υπάλληλοι του καταστήματος. Αντίστοιχα και στην ερώτηση για

το εάν υπάρχει πρόσβαση στο διαδίκτυο από την επιχείρησή, το 88,3% απάντησε ότι διαθέτει ενώ μόλις το 11,7% ότι δε διαθέτει, ενώ ο χειρισμός του διαδικτύου γίνεται και πάλι ως επί το πλείστον από τους ίδιους τους ιδιοκτήτες (78,3%).

Στη συνέχεια οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν εάν η επιχείρησή τους διαθέτει αναρτημένη ιστοσελίδα στο διαδίκτυο. Το μεγαλύτερο ποσοστό ήτοι το 58,3% απάντησε ότι δε διαθέτει ενώ ένα αξιοσημείωτο ποσοστό περί το 41,7% απάντησε ότι διαθέτει ιστοσελίδα. Ωστόσο μόνο 8 επιχειρήσεις (13,3%) έχουν αναρτημένο e-shop στο διαδίκτυο. Παρόλα αυτά το 61,7% των επιχειρήσεων προτίθενται να αναπτύξει τις πωλήσεις του μέσω διαδικτύου στο άμεσο μέλλον. Ένας τρόπος διαδικτυακής προώθησης της επιχείρησής τους αναδεικνύονται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπου το 78,3% των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην έρευνα αναφέρει ότι είδη προωθεί την επιχείρησή του μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Συμπερασματικά οι συμμετέχοντες αναφέρουν ότι το διαδίκτυο συμβάλλει από αρκετά έως πάρα πολύ (5-βαθμια κλίμακα 1=καθόλου έως 5=πάρα πολύ) στη διαφήμιση της επιχείρησής τους και στην προώθηση της πελατείας τους (Μ.Ο=3,45, SD=1.156).

Πίνακας 6.4. Υπάρχουσα γνώση προώθησης επιχείρησής

		N	%
Υπάρχει ηλεκτρονικός υπολογιστής στο κατάστημά σας	Ναι	49	81,7
	Όχι	11	18,3
Εάν ναι ποιος τον χειρίζεται;	Ιδιοκτήτης	43	71,7
	Υπάλληλος	6	10
Υπάρχει πρόσβαση στο διαδίκτυο από την επιχείρησή σας;	Ναι	53	88,3
	Όχι	7	11,7
Εάν ναι ποιος χειρίζεται το διαδίκτυο;	Ιδιοκτήτης	47	78,3
	Υπάλληλος	5	8,3
Υπάρχει αναρτημένη ιστοσελίδα της επιχείρησής σας στο Διαδίκτυο;	Ναι	25	41,7
	Όχι	35	58,3
Υπάρχει αναρτημένο e-shop της επιχείρησής σας στο διαδίκτυο;	Ναι	8	13,3
	Όχι	52	86,7
Αν όχι, προτίθεστε στο άμεσο μέλλον να αναπτύξετε τις πωλήσεις της επιχείρησής σας μέσω του διαδικτύου;	Ναι	37	61,7
	Όχι	17	28,3
Προωθείται την επιχείρησής σας μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο Διαδίκτυο;	Ναι	47	78,3
	Όχι	13	21,7



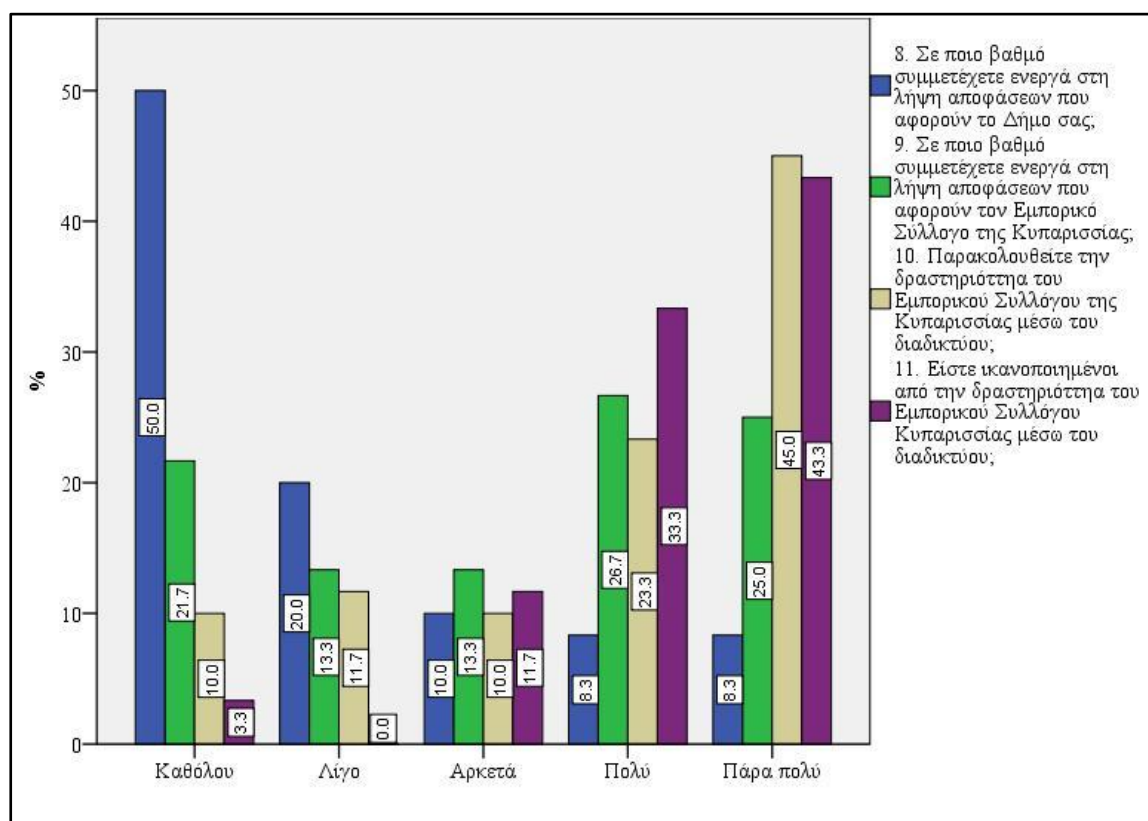
Διάγραμμα 6.5. Υπάρχουσα γνώση

Στη συνέχεια οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το βαθμό συμμετοχής τους στη λήψη αποφάσεων του Δήμου και του Εμπορικού Συλλόγου Κυπαρισσίας που αφορά τον κλάδο της επιχείρησής τους. Όσον αφορά στο βαθμό (5-βαθμια κλίμακα 1=καθόλου έως 5=πάρα πολύ) της ενεργού συμμετοχής τους στη λήψη αποφάσεων που αφορούν το Δήμο τους το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων απάντησαν ότι δε συμμετέχουν καθόλου (50%) ενώ μόλις το 10% απάντησε ότι συμμετέχει ενεργά και το 8,3% πολύ και πάρα πολύ. Συνεπώς ο μέσος όρος του βαθμού συμμετοχής βρέθηκε να είναι 2,02 (sd=1.331). Όσον αφορά στους τρόπους συμμετοχής τους στη λήψη αποφάσεων του Δήμου αναφέρθηκαν είτε ότι είναι ενεργά μέλη –επαγγελματίες που ασχολούνται με τα κοινά του τόπου τους, είτε ότι είναι εκλεγμένα μέλη του εμπορικού συλλόγου Κυπαρισσίας, είτε η συμμετοχή στο δημοτικό συμβούλιο, είτε μέσω προσωπικών αναρτήσεων στο διαδίκτυο και μέσω προτάσεων που κατατίθενται στο Δήμο.

Αντιθέτως βρέθηκαν υψηλότερα ποσοστά συμμετοχής των επιχειρήσεων στη λήψη αποφάσεων που αφορούν τον Εμπορικό Σύλλογο της Κυπαρισσίας. Βρέθηκε ότι το 51,7% των συμμετεχόντων συμμετέχει από πολύ έως πάρα πολύ στις λήψεις αποφάσεων ενώ το 21,7% δε συμμετέχει καθόλου (M.O=3,20, SD=1.505). Ως εκ

τούτου βρέθηκε ότι το 45% και 23,2% των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην έρευνα παρακολουθούν πάρα πολύ και πολύ, αντίστοιχα, τη δραστηριότητα του Εμπορικού Συλλόγου της Κυπαρισσίας μέσω του διαδικτύου (M.O=3,82, SD=1.384) ενώ δηλώνουν πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι από τη δραστηριότητα του Εμπορικού Συλλόγου της Κυπαρισσίας, σε ποσοστά 33,3% και 43,3%, αντίστοιχα (M.O=4,24, SD=0.942). Επίσης το 75% των συμμετεχόντων δηλώνει ότι θα συμμετείχαν ως εθελοντές σε μελλοντικές δράσεις του Εμπορικού Συλλόγου Κυπαρισσίας.

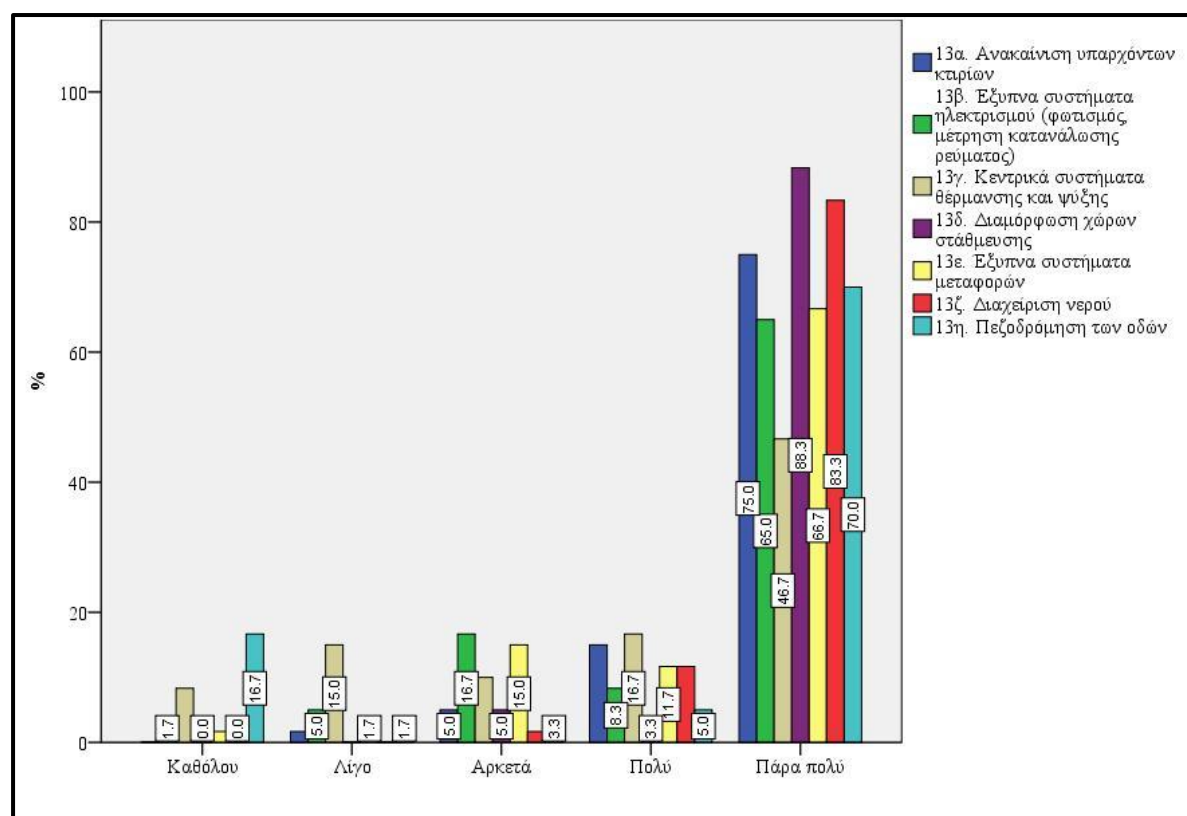
Η συμμετοχή των επιχειρήσεων στις αποφάσεις του Εμπορικού Συλλόγου Κυπαρισσίας λαμβάνει χώρα μέσω άμεσης επικοινωνίας με το διοικητικό συμβούλιο, είτε μέσω συσκέψεων του εμπορικού συλλόγου και της θέσης και της ιδιότητας που κατέχουν σε αυτόν (πρώην προέδρου, αντιπρόεδρος ΔΣ, γραμματέας του συλλόγου), μέσω κατάθεσης προτάσεων στον εμπορικό σύλλογο, μέσω ημερίδων και συμμετοχής στις εκλογές.



Διάγραμμα 6.6. Συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων του Δήμου και του Εμπορικού Συλλόγου Κυπαρισσίας

6.4. Γνώσεις και σημαντικότητα προγραμμάτων Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου

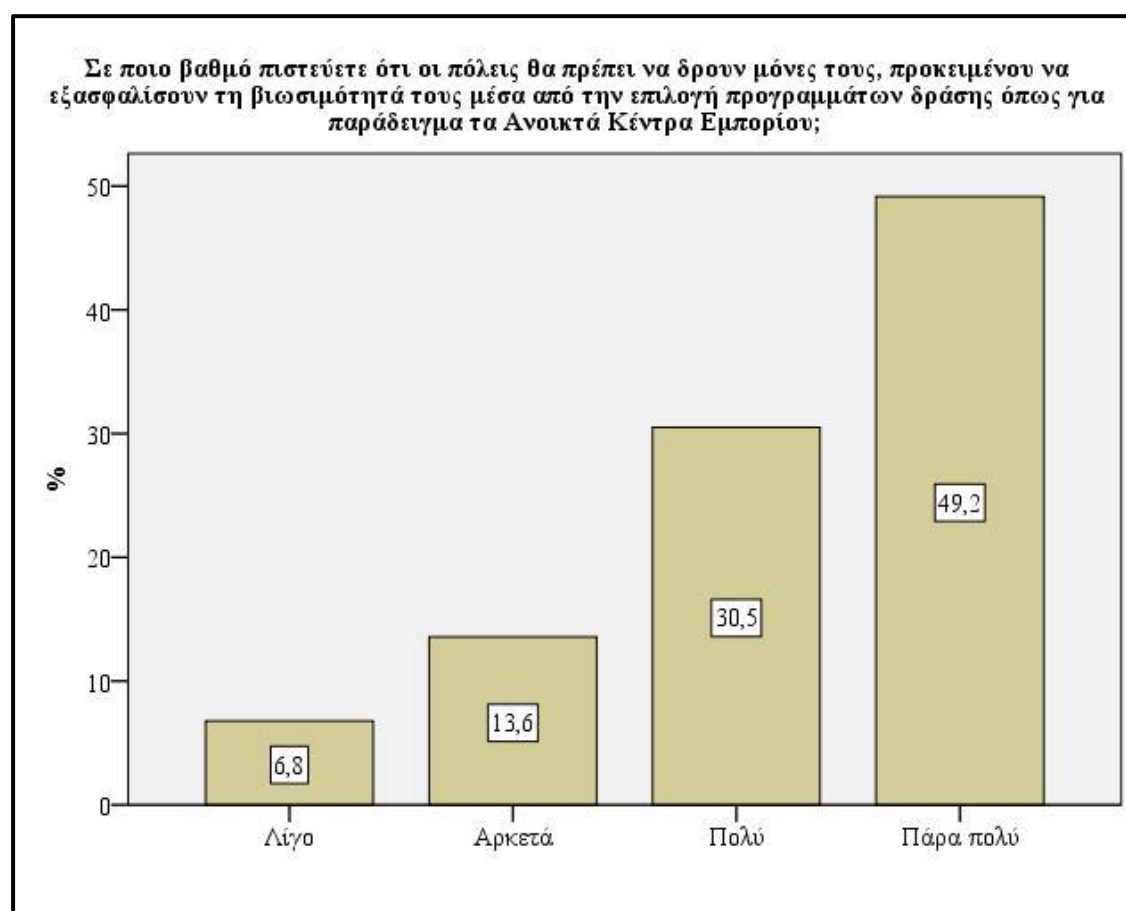
Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 95% των συμμετεχόντων γνωρίζει τι είναι τα Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου. Όσον αφορά στο βαθμό σημαντικότητας (1=καθόλου σημαντικό έως 5=πολύ σημαντικό) των επιμέρους εφαρμογών στα πλαίσια των Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου παρατηρείται όλες οι εφαρμογές θεωρούνται από πολύ έως πάρα πολύ σημαντικές. Ωστόσο οι πλέον σημαντικότερες εφαρμογές θεωρούνται η διαμόρφωση χώρων στάθμευσης (M.O=4,86, SD=0.476), η διαχείριση του νερού (M.O=4,84, SD=0.410), η ανακαίνιση των υπαρχόντων κτιρίων (M.O=4,69, SD=0.654), τα έξυπνα συστήματα μεταφορών (M.O=4,45, SD=0.940) και τα έξυπνα συστήματα ηλεκτρισμού (φωτισμός, μέτρηση κατανάλωσης ρεύματος). Τα λιγότερο σημαντικά θεωρούνται η πεζοδρόμηση των οδών (M.O=4,14, SD=1,550) και τα κεντρικά συστήματα θέρμανσης (M.O=3,81, SD=1,407).



Διάγραμμα 6.7. Σημαντικότητα επιμέρους εφαρμογών προγραμμάτων Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου

6.5. Τρόποι εξασφάλισης βιωσιμότητας και ανάπτυξης των πόλεων

Αρχικά οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σε ποιο βαθμό πιστεύουν ότι οι πόλεις θα πρέπει να δρουν μόνες τους, προκειμένου να εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους μέσα από την επιλογή προγραμμάτων δράσης όπως για παράδειγμα τα Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου. Το μεγαλύτερο ποσοστό πιστεύει ότι αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό σε ποσοστό 48,3% και πολύ σε ποσοστό 30%. Ένα μικρό ποσοστό απάντησε ότι είναι λίγο (6,7%) έως αρκετά σημαντικό (13,3%) (Μ.Ο=4,22, SD=0.930).



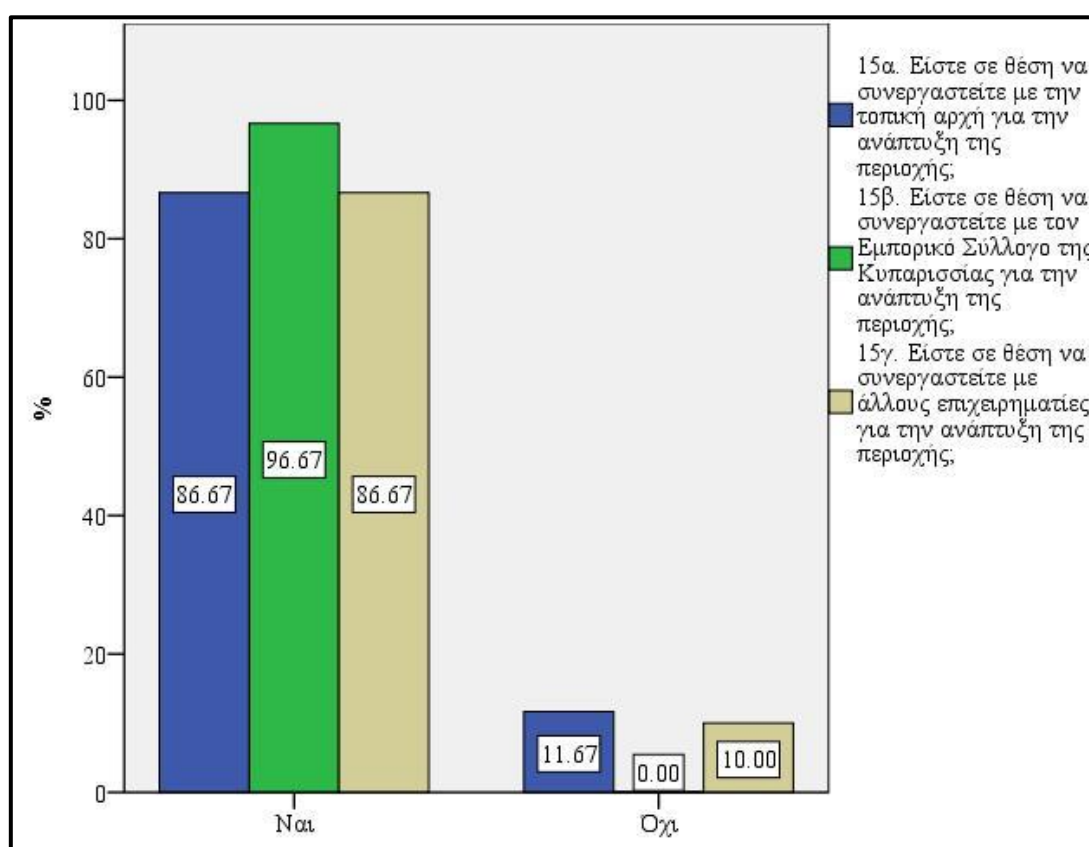
Διάγραμμα 6.8. Αυτόνομη δράση πόλεων για εξασφάλιση της βιωσιμότητάς τους

Στη συνέχεια ακολούθησαν ερωτήσεις σχετικά με την πρόθεση των επιχειρήσεων να συνεργαστούν με την τοπική αρχή, τον Εμπορικό Σύλλογο της Κυπαρισσίας και με άλλους επιχειρηματίες προκειμένου να αναπτυχθεί η περιοχή τους. Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων δήλωσε σε ποσοστό 86,7% ότι προτίθεται να συνεργαστεί με την τοπική αρχή, σε ποσοστό 96,7% ότι προτίθεται να συνεργαστεί

με τον Εμπορικό Σύλλογο Κυπαρισσίας και σε ποσοστό 86,7% ότι προτίθεται να συνεργαστεί με άλλους επιχειρηματίες προκειμένου να αναπτυχθεί η περιοχή τους.

Πίνακας 6.5. Πρόθεση συμμετοχής με τοπικούς φορείς για ανάπτυξη της περιοχής

		N	%
Είστε σε θέση να συνεργαστείτε με την τοπική αρχή για την ανάπτυξη της περιοχής;	Ναι	52	86,7
	Όχι	7	11,7
Είστε σε θέση να συνεργαστείτε με τον Εμπορικό Σύλλογο της Κυπαρισσίας για την ανάπτυξη της περιοχής;	Ναι	58	96,7
	Όχι	2	3,3
Είστε σε θέση να συνεργαστείτε με άλλους επιχειρηματίες για την ανάπτυξη της περιοχής;	Ναι	52	86,7
	Όχι	6	10



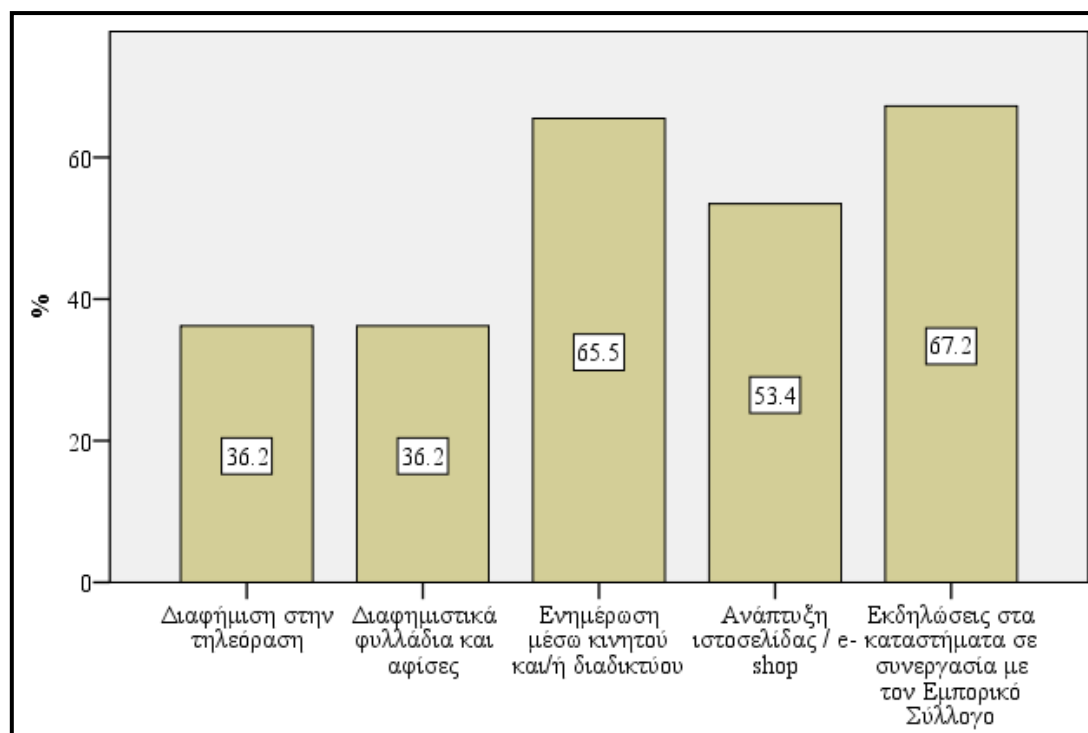
Διάγραμμα 6.9. Πρόθεση συμμετοχής με τοπικούς φορείς για ανάπτυξη της περιοχής

Προκειμένου να προσδιοριστεί ο καλύτερος τρόπος προώθησης της περιοχής και ως εκ τούτου της τοπικής ανάπτυξης και των τοπικών προϊόντων ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να προσδιορίσουν από μία λίστα 6 διαθέσιμων τρόπων ποιοι είναι αυτοί που κατά τη άποψή τους είναι οι καλύτεροι. Τα αποτελέσματα φαίνονται στον Πίνακα 6.6 και Διάγραμμα 6.10. Στην ερώτηση αυτή οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα επιλογής περισσότερων από μία από τις προτεινόμενες απαντήσεις.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της του Πίνακα 6.6 οι δύο πρώτες στήλες αφορούν στις απόλυτες και σχετικές συχνότητες επί των απαντήσεων (Responses) και όχι επί των συμμετεχόντων. Όπως παρατηρείται συνολικά στην ερώτησή δόθηκαν 150 θετικές απαντήσεις, 39 για εκδηλώσεις στα καταστήματα σε συνεργασία με τον Εμπορικό Σύλλογο που καλύπτει το 26% των θετικών απαντήσεων, 38 για ενημέρωση μέσω κινητού και/ή διαδικτύου που καλύπτει το 25,3% των θετικών απαντήσεων, 31 για ανάπτυξη ιστοσελίδας / e-shop που καλύπτει το 20,7% των θετικών απαντήσεων, και από 21 θετικές απαντήσεις για διαφήμιση στην τηλεόραση και μέσω διαφημιστικών φυλλαδίων και αφισών που καλύπτουν αντίστοιχα το 14% των θετικών απαντήσεων.

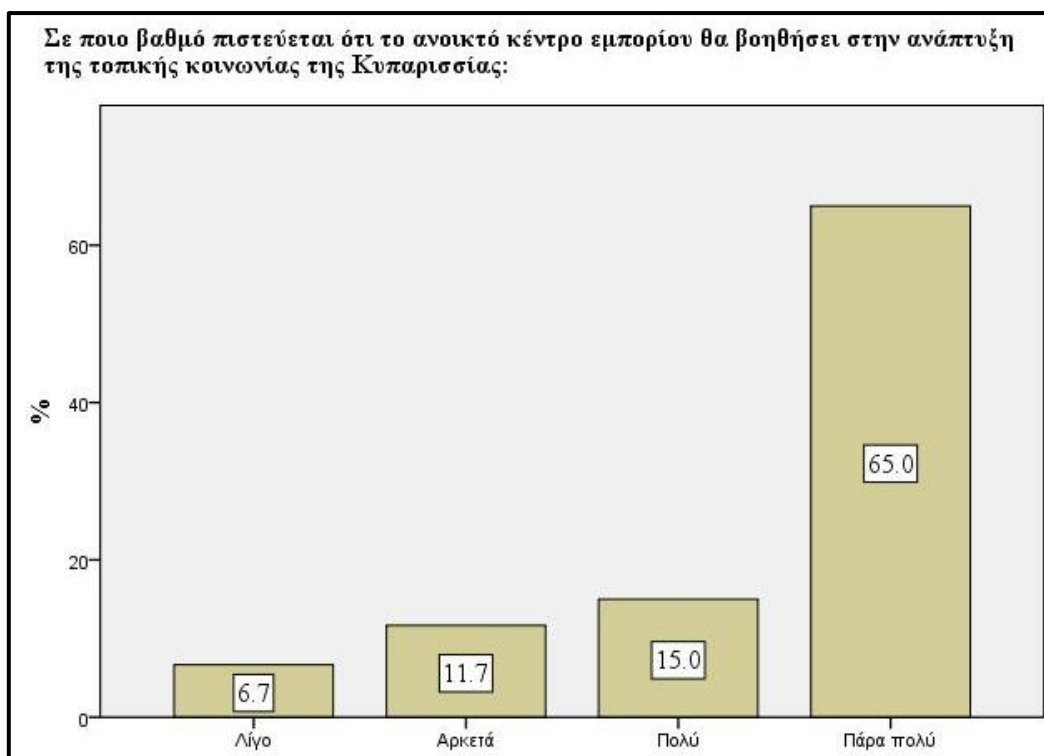
Στην τρίτη στήλη βλέπουμε σχετικές συχνότητες επί των συμμετεχόντων (Cases). Όπως είδαμε κάθε συμμετέχοντας μπορούσε να δώσει περισσότερες από μία θετικές απαντήσεις και αυτός είναι ο λόγος που το οι σχετικές συχνότητες αθροίζουν 258,6% και όχι 100%. Αυτό σημαίνει ότι κατά μέσο όρο ο κάθε συμμετέχων έχει 2,58 θετικές απαντήσεις. Επομένως η τρίτη στήλη του Πίνακα 6.6 δείχνει ότι το 67,2% των συμμετεχόντων δηλώνουν ότι θεωρούν σημαντικό τρόπο προώθησης της περιοχής τους τις εκδηλώσεις στα καταστήματα σε συνεργασία με τον Εμπορικό Σύλλογο, το 65,5% δηλώνει ότι είναι σημαντική η ενημέρωση μέσω κινητού και/ή διαδικτύου. Λιγότερα σημαντικά θεωρούν την ανάπτυξη ιστοσελίδας /e-shop (53,4%), τη διαφήμιση στην τηλεόραση (36,2%) και την έκδοση διαφημιστικών φυλλαδίων και αφισών (36,2%). Αξιοσημείωτο είναι να αναφερθεί ότι αναφέρθηκε και η δημιουργία περισσότερων κλινών για φιλοξενία τουριστών.

	Responses		Percent of Cases	
	N	Percent		
ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ	16α. Διαφήμιση στην τηλεόραση	21	14,0%	36,2%
	16β. Διαφημιστικά φυλλάδια και αφίσες	21	14,0%	36,2%
	16γ. Ενημέρωση μέσω κινητού και/ή διαδικτύου	38	25,3%	65,5%
	16δ. Ανάπτυξη ιστοσελίδας / e-shop	31	20,7%	53,4%
	16ε. Εκδηλώσεις στα καταστήματα σε συνεργασία με τον Εμπορικό Σύλλογο	39	26,0%	67,2%
	ΣΥΝΟΛΟ	150	100,0%	258,6%



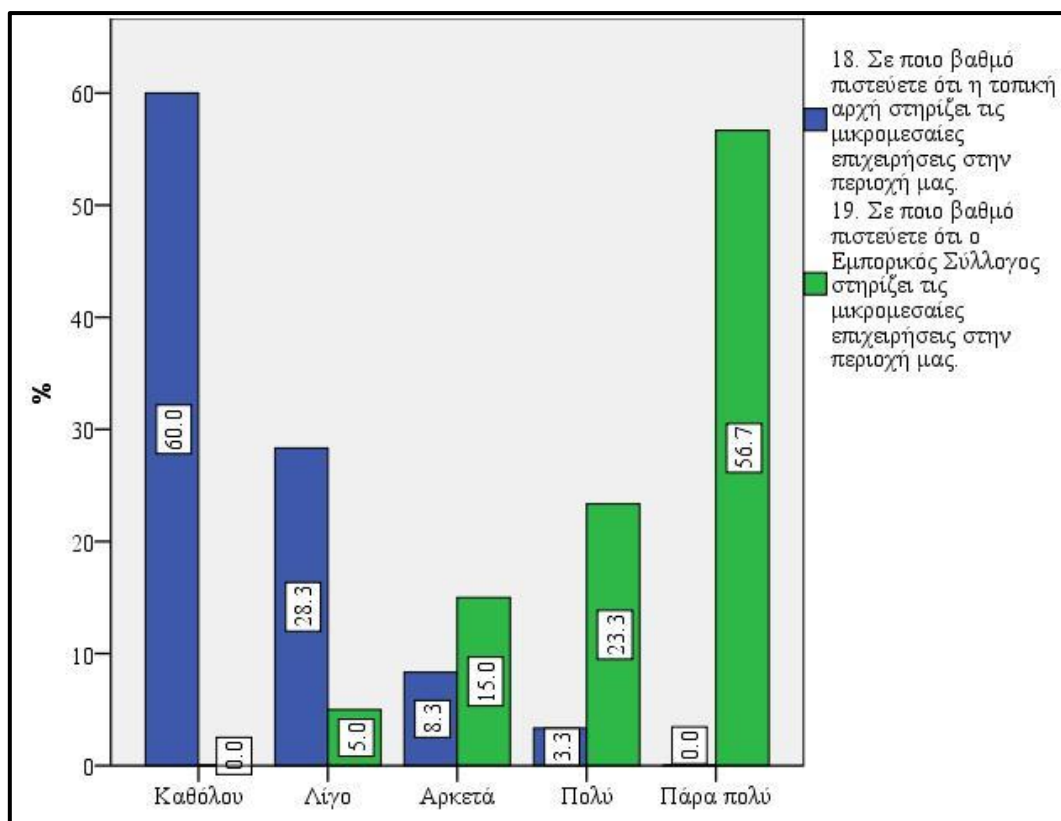
Διάγραμμα 6.10. Τρόποι προώθησης της περιοχής τους

Ακολούθως ρωτήθηκαν σε ποιο βαθμό πιστεύουν ότι η εφαρμογή του προγράμματος Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου θα βοηθήσει στην ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας της Κυπαρισσίας. Το 65% των συμμετεχόντων απάντησαν ότι αυτό θα βοηθήσει πάρα πολύ στην ανάπτυξη της περιοχής και το 15% πολύ. Μόλις το 6,7% και 11,7% απάντησε ότι η εφαρμογή του Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου θα βοηθήσει λίγο και αρκετά, αντίστοιχα.



Διάγραμμα 6.11. Εφαρμογή προγράμματος Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου

Τέλος ρωτήθηκαν σε ποιο βαθμό πιστεύουν ότι η τοπική αρχή και ο Εμπορικός Σύλλογος Κυπαρισσίας στηρίζουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην περιοχή τους. Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων επιχειρήσεων αναφέρει ότι η τοπική αρχή δε στηρίζει καθόλου τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (60%) ενώ το 28,3% αναφέρει ότι τις στηρίζει λίγο (M.O=1,55, SD=0.790). Αντιθέτως το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων ήτοι το 23,3% και 56,7%, αναφέρει ότι ο Εμπορικός Σύλλογος Κυπαρισσίας τους στηρίζει από πολύ έως πάρα πολύ, αντίστοιχα.



Διάγραμμα 6.12. Στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων από την τοπική αρχή και τον Εμπορικό Σύλλογο

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στα πλαίσια των σημερινών συνθηκών της οικονομικής ύφεσης τόσο στον Ευρωπαϊκό χώρο όσο και στην Ελληνική οικονομία, οι εκάστοτε κυβερνήσεις και οργανισμοί εξετάζουν την εφαρμογή δράσεων για την αντιστροφή του κλίματος και τη θετική ανάπτυξη των οικονομιών. Οι μικρές εμπορικές επιχειρήσεις διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο τόσο στην εμφάνιση της κρίσης όσο και στην αλλαγή των σημερινών δυσμενών συνθηκών, προσδίδοντας «ζωντάνια» στην οικονομία. Η παρούσα μελέτη στοχεύει στη διερεύνηση της στρατηγικής που θα πρέπει να ακολουθηθεί σε τοπικό επίπεδο ώστε το brand που θα δημιουργηθεί στην πόλη της Κυπαρισσίας από τις νέες υποδομές, την ανάδειξη της ενιαίας ταυτότητας, τις εφαρμογές smart market κ.ο.κ., όταν ολοκληρωθεί το πρόγραμμα των ΕΣΠΑ Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου, να είναι σε θέση να αξιοποιηθεί, ώστε να υπάρξει τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας στην περιοχή παρέμβασης και οικονομική ανάπτυξη στην πόλη. Μέσα από τη μελέτη αναδεικνύεται η σημασία της δημιουργίας των κατάλληλων προϋποθέσεων και συνθηκών, προκειμένου οι υφιστάμενες επιχειρήσεις να εκσυγχρονιστούν αξιοποιώντας τις νέες τεχνολογικές μεθόδους, που θα τους επιτρέψουν να επιβιώσουν επιχειρηματικά και να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου.

Στο κέντρο της Κυπαρισσίας οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, πλήττονται από την κρίση. Παρόλα αυτά ο ρόλος της κρατικής παρέμβασης είναι καθοριστικός, εφαρμόζοντας στρατηγικές επιβίωσης προκειμένου να υποστηρίξει και να επιδοτήσει τις δράσεις των μικρών επιχειρήσεων. Ο κύριος μηχανισμός στήριξης τέτοιων δράσεων είναι το Ευρωπαϊκό πρόγραμμα χρηματοδότησης ΕΣΠΑ.

Για την περιοχή του κέντρου της Κυπαρισσίας η επιτυχία της εφαρμογής του προγράμματος Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου αποτελεί ένα πραγματικό στοίχημα, καθώς θα αποτελέσει ένα ουσιαστικό βήμα προς την αναζωογόνηση του κέντρου και θα δώσει ευρύτερες διαστάσεις στο εμπορικό κέντρο της Κυπαρισσίας. Αξιοσημείωτο είναι να αναφερθεί ότι τα προγράμματα ΑΚΕ που εφαρμόζονται στη Γερμανία, λαμβάνουν χώρα κυρίως για την καταπολέμηση του αστικού φαινομένου που παρατηρείται, στις πόλεις που συρρικνώνονται (Shrinking cities). Οι σημαντικότερες δράσεις στις πόλεις αυτές, συνιστούν η αναβάθμιση των κατοικιών και της ποιότητας ζωής των κατοίκων της περιοχής, η ενδυνάμωση και υποστήριξη της οικονομικής

λειτουργίας της και η ανάπλαση και αναπαλαίωση ήδη υπάρχοντων κτιρίων (Friesecke 2006: 17). Μέσα από τα προγράμματα αυτά λαμβάνει χώρα διαχείριση των κενών καταστημάτων με θετική συνέπεια την αποφυγή του κλεισίματός τους. Μέσα από την εφαρμογή τέτοιων προγραμμάτων και σε συνεργασία με τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων εκπονούνται αναπτυξιακές στρατηγικές για τις επιχειρήσεις (business development strategy), και εφαρμόζονται σχέδια αποκατάστασης της κακής εικόνας που υπάρχει στην περιοχή, προσφέροντας οικονομικά κίνητρα για καινούριες και υφιστάμενες επιχειρήσεις και αξιοποιώντας παράλληλα τις σχέσεις που υπάρχουν ανάμεσα στην τοπική αυτοδιοίκηση, τους ιδιοκτήτες καταστημάτων αλλά και το καταναλωτικό κοινό (Friesecke 2006:19).

Το πρόγραμμα Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαδικασία αναζωογόνησης του κέντρου της πόλης. Η ελληνική εκδοχή του προγράμματος Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου, ενισχύει τις μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις και αναδεικνύει τα εμπορικά κέντρα των πόλεων της Ελλάδας. Η εφαρμογή του προγράμματος στην πόλη της Κυπαρισσίας, αναμένεται ότι θα συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στη βελτίωση της εικόνας της περιοχής του κέντρου της πόλης.

Μέσα από την έρευνα αναδεικνύεται ο σημαντικός ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης αλλά και του εμπορικού συλλόγου Κυπαρισσίας στην ενίσχυση των επιχειρήσεων και την ενθάρρυνσή τους στην εφαρμογή τέτοιων δράσεων. Επίσης αναδεικνύεται η σημασία των ενημερωτικών εκδηλώσεων που πρέπει να λαμβάνουν χώρα προκειμένου να παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα της εφαρμογής τέτοιων προγραμμάτων τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στο κοινό. Μέσα από την ενημέρωση θα αναδειχθεί η σημασία του να απολαμβάνει κανείς αρκετά από τα προνόμια μιας τέτοιας παρέμβασης (καλλωπισμό της περιοχής, αυξημένη επισκεψιμότητα, κλπ.), δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να κατανοήσουν τα πλεονεκτήματα της λειτουργίας του Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου.

Τέλος, η επιτυχής εφαρμογή ενός τέτοιου προγράμματος θα αποτελέσει θεμελιώδη βάση για την μελλοντική πολιτική του αστικού σχεδιασμού, για να σταματήσει η συνεχής μετακίνηση προς μεγαλύτερα αστικά κέντρα και η ερήμωση και απαξίωση του κέντρου της πόλης της Κυπαρισσίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bryman, A. and Bell, E. (2003) *Business Research Methods*. Oxford University Press, Oxford.
- Bureau, I. (2012). The Most Innovative and Unique Concepts in Indian Malls - indiaretailing.com. Retrieved 13 July 2020, from <https://www.indiaretailing.com/2012/10/31/retail/the-most-innovative-and-unique-concepts-in-indian-malls/>
- Bureau, T. (2008). Open malls, a new shopping experience. [Online] Retrieved 13 July 2020, from: <http://retail.franchiseindia.com/magazine/2008/april/Open-malls-a-new-shopping-experience.m16-2-7/>
- Christensen, L., Engdahl, N., Gräas, C., & Haglund, L. (2010). *Market Research a handbook..* Lund: Studentlitteratur AB
- Hair, J. F. Jr., Wolfinbarger Celsi, M., Money, A. H., Samouel, P., and Page, M. J. (2011). *Essentials of Business Research Methods Second Edition*. New York, USA: Sharpe Inc.
- Khare, A. (2017). Open Mall- A Mixed Use Space. Bagula Mukhi College of Architecture And Planning
- Yin, R. (2014). *Case study research*. London: Sage Publication.
- Ασπρογέρακας, Ε. (2014). Business Improvement Districts: προοπτικές και προβληματισμοί με αφορμή τη διαμόρφωση Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου. Ελληνικό Τμήμα της Ευρωπαϊκής και Διεθνούς Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης (RSAI, ERSA) – 12^ο ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ «Αστική και Περιφερειακή Ανάπτυξη: σύγχρονες προκλήσεις» Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, 27-28 Ιουνίου 2014, Αθήνα
- Δήμος Κοζάνης, (2018). Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών για την προετοιμασία πρότασης με σκοπό την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στο Δήμο Κοζάνης στο πλαίσιο της Δράσης του ΕΠΑΝΕΚ με κωδ.098 (Α/Α ΟΠΣ: 2658) και τίτλο «Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου». Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Διεύθυνση Τεχνικών Υπηρεσιών. Διαθέσιμο στο: <https://cityofkozani.gov.gr/documents/10182/398607/meleti%2815%29.pdf/4a346e02-3a13-4b5d-a0b0-6e50d4ea8b49>
- Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δήμου Τριφυλίας, Α' Φάση: Στρατηγικός Σχεδιασμός 2015-2019.
- ΕΣΠΑ, (2014). Ενίσχυση Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου – Πιλοτική Φάση Λειτουργίας», <http://www.antagonistikotita.gr/greek/prokResultsFull.asp?id=336>

ΕΣΠΑ, (2018). Ενίσχυση Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου,
<https://www.espa.gr/el/Pages/ProclamationsFS.aspx?item=3883>

ΙΝ.ΕΜ.Υ-ΕΣΕΕ, (2017). Χαρτογράφηση και ανάλυση επιχειρηματικής δραστηριότητας στην πόλη της Καλαμάτας. Οριοθέτηση της περιοχής και δημιουργία ενός Ανοικτού Κέντρου Εμπορίου («ΑΚΕ»/»OPEN MALL»). Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών της ΕΣΕΕ.

Κοσκοβόλης, Σ. (2018). Παρουσίαση Δράσης «Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου» Υπεύθυνος Σχεδιασμού και Υλοποίησης Προγραμμάτων Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών. Δήμος Ραφήνας-Πικερμίου. Διαθέσιμο στο: <https://www.eea.gr/wp-content/uploads/2018/11/eea-enimerosi-epaggelmatikon-dimo-rafinas-pikermiou-2.pdf>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΥΠΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΝΟΙΚΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑΣ

Αυτό το ερωτηματολόγιο συντάχθηκε στα πλαίσια έρευνας για την εκπόνησης της Διπλωματικής Εργασίας με τίτλο: «Οικονομική Ανάπτυξη Πόλεων: Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου: Πρότυπο Εφαρμογής». Σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση της στρατηγικής που θα πρέπει να ακολουθηθεί σε τοπικό επίπεδο ώστε το brand που θα δημιουργηθεί στην πόλη της Κυπαρισσίας από τις νέες υποδομές, την ανάδειξη της ενιαίας ταυτότητας, τις εφαρμογές smart market κ.ο.κ., όταν ολοκληρωθεί το πρόγραμμα των ΕΣΠΑ Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου, να είναι σε θέση να αξιοποιηθεί, ώστε να υπάρξει τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας στην περιοχή παρέμβασης και οικονομική ανάπτυξη στην πόλη.

Το πρόγραμμα των ανοικτών κέντρων εμπορίου αφορά την αστική αλλά και την ιδιωτική ανάπλαση των αστικών χώρων και των προσόψεων των καταστημάτων σε εμπορικές περιοχές των πόλεων ώστε να αποκτήσουν μια ενιαία ταυτότητα, αναδεικνύοντας τα τοπικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής, χρησιμοποιώντας συστήματα έξυπνης πόλης και έξυπνης βιώσιμης κινητικότητας, φιλικές προς ΑΜΕΑ κ.ο.κ..

Όλες οι πληροφορίες που θα μας παρέχετε θα παραμείνουν ανώνυμες και εμπιστευτικές. Δεν χρειάζεται να γράψετε πουθενά το όνομά σας στο ερωτηματολόγιο. Έχετε το δικαίωμα να αποχωρήσετε οποιαδήποτε στιγμή χωρίς καμία απολύτως επίπτωση.

Παρακαλούμε να θυμάστε πως δεν υπάρχουν σωστές και λάθος απαντήσεις. Αυτό που μας νοιάζει είναι η πραγματική προσωπική σας γνώμη και αντίληψη.

Σας ευχαριστούμε προκαταβολικά για το χρόνο σας και την προθυμία σας να συμμετέχετε στην έρευνα και να συμπληρώσετε το παρόν ερωτηματολόγιο.

Με εκτίμηση,

Εμπορικός Σύλλογος Κυπαρισσίας

Α. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

1. Φύλο:

Άντρας

Γυναίκα

2. Ηλικία:

.....

3. Ιδιότητα:

Υπάλληλος στο κατάστημα

Ιδιοκτήτης

4. Είδος καταστήματος:.....

Β. ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΕΙΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

1. Πιστεύετε πως ο αριθμός των καταστημάτων της περιοχής είναι επαρκής για την εξυπηρέτηση των κατοίκων της αλλά και των τουριστών της;

Ναι

Όχι

2) Υπάρχει καλή σύνδεση της περιοχής του κέντρου με τις γύρω περιοχές μέσω των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς;

Ναι

Όχι

3) Η τοπική αρχή στηρίζει τη λειτουργία των καταστημάτων και των τοπικών επιχειρήσεων;

Ναι

Όχι

4) Στην περιοχή που βρίσκεται η επιχείρησή σας υπάρχουν όλες οι απαραίτητες υποδομές; (αποχέτευση, ύδρευση, διαδίκτυο, τηλεφωνία κα.) ;

Ναι

Όχι

Αν δεν υπάρχουν όλες οι απαραίτητες υποδομές, τι πιστεύετε ότι λείπει;

.....
.....
.....

5. Παραλαλώ σημειώστε το βαθμό σημαντικότητας των προβλημάτων που παρουσιάζονται στην περιοχή που βρίσκεται η επιχείρησή σας: (1=καθόλου σημαντικό, 2=λίγο σημαντικό, 3=αρκετά σημαντικό, 4=πολύ σημαντικό και 5= πάρα πολύ σημαντικό).

Πρόβλημα	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Προβλήματα οδικού δικτύου	1	2	3	4	5
Έλλειψη πεζοδρομίων	1	2	3	4	5
Έλλειψη χώρων στάθμευσης	1	2	3	4	5
Εμπόδια στην κίνηση πεζών και ΑΜΕΑ	1	2	3	4	5
Έλλειψη κοινόχρηστων χώρων	1	2	3	4	5
Έλλειψη πρασίνου	1	2	3	4	5
Έλλειψη κάδων απορριμμάτων	1	2	3	4	5
Ρύπανση	1	2	3	4	5
Ανεπαρκής συλλογή απορριμμάτων	1	2	3	4	5

6. Υπάρχει ικανοποιητικός αριθμός κάδων ανακύκλωσης;

Ναι

Όχι

7. Η επιχείρησή σας ανακυκλώνει τα απορρίμματα της;

Ναι

Όχι

8. Τα απορρίμματα ανακύκλωσης συλλέγονται σε τακτική βάση;

Ναι

Όχι

Γ. Υπάρχουσες γνώσεις και δυνατότητες βελτίωσης

1. Υπάρχει ηλεκτρονικός υπολογιστής στο κατάστημά σας;

Ναι

Όχι

1α. Εάν ναι ποιος τον χειρίζεται;

Εγώ ο ίδιος/ η ίδια

Υπάλληλος/λοι

Άλλος

2. Υπάρχει πρόσβαση στο διαδίκτυο από την επιχείρησή σας;

Ναι

Όχι

2.β Εάν ναι, ποιος χειρίζεται το Διαδίκτυο;

Εγώ ο ίδιος/ η ίδια

Υπάλληλος/λοι

Άλλος

3. Υπάρχει αναρτημένη ιστοσελίδα της επιχείρησής σας στο Διαδίκτυο;

Ναι

Όχι

4. Υπάρχει αναρτημένο e-shop της επιχείρησής σας στο Διαδίκτυο;

Ναι

Όχι

5. Αν, όχι προτίθεστε στο άμεσο μέλλον να αναπτύξετε τις πωλήσεις της επιχείρησής σας μέσω του διαδικτύου;

Ναι

Όχι

6. Προωθείται την επιχείρησή σας μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο Διαδίκτυο;

Ναι

Όχι

7. Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι το διαδίκτυο συμβάλλει στη διαφήμιση της επιχείρησής σας και στην προώθηση της πελατείας σας;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ

8. Σε ποιο βαθμό συμμετέχετε ενεργά στη λήψη αποφάσεων που αφορούν το Δήμο σας;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ

8α. Με ποιο τρόπο συμμετέχετε;

.....
.....

9. β. Θα συμμετείχατε ως εθελοντής σε μελλοντικές δράσεις του Εμπορικού Συλλόγου Κυπαρισσίας;

Ναι

Όχι

10. Παρακολουθείτε την δραστηριότητα του Εμπορικού Συλλόγου Κυπαρισσίας μέσω του διαδικτύου;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ

11. Είστε ικανοποιημένοι από την δραστηριότητα του Εμπορικού Συλλόγου Κυπαρισσίας μέσω του διαδικτύου;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ

12. Γνωρίζετε τι είναι τα Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου (OPEN MALLS);

Ναι

Όχι

13. Παρακαλώ αξιολογήστε το βαθμό σημαντικότητας των παρακάτω εφαρμογών στα πλαίσια των Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου (1=καθόλου σημαντικό, 2=λίγο σημαντικό, 3=αρκετά σημαντικό, 4=πολύ σημαντικό και 5= πάρα πολύ σημαντικό).

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Ανακαίνιση υπαρχόντων κτιρίων	1	2	3	4	5
Έξυπνα συστήματα ηλεκτρισμού (φωτισμός, μέτρηση κατανάλωσης ρεύματος)	1	2	3	4	5
Κεντρικά συστήματα θέρμανσης και ψύξης	1	2	3	4	5
Διαμόρφωση χώρων στάθμευσης	1	2	3	4	5
Έξυπνα συστήματα μεταφορών	1	2	3	4	5
Διαχείριση νερού	1	2	3	4	5
Πεζοδρόμηση των οδών	1	2	3	4	5

14. Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι οι πόλεις θα πρέπει να δρουν μόνες τους, προκειμένου να εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους μέσα από την επιλογή προγραμμάτων δράσης όπως για παράδειγμα τα Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ

15α. Είστε σε θέση να συνεργαστείτε με την τοπική αρχή για την ανάπτυξη της περιοχής;

Ναι

Όχι

15α. Είστε σε θέση να συνεργαστείτε με τον Εμπορικό Σύλλογο Κυπαρισσίας για την ανάπτυξη της περιοχής;

Ναι

Όχι

15β. Είστε σε θέση να συνεργαστείτε με τους άλλους επιχειρηματίες για την ανάπτυξη της περιοχής;

Ναι

Όχι

16. Ποιος θεωρείται ότι είναι ο καλύτερος τρόπος προώθησης της περιοχής σας και ως εκ τούτου της τοπικής ανάπτυξης και των τοπικών προϊόντων (Μπορείτε να δηλώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις);

Διαφήμιση στην τηλεόραση

Διαφημιστικά φυλλάδια και αφίσες

Ενημέρωση μέσω κινητού και/ή διαδικτύου

Ανάπτυξη ιστοσελίδας /e-shop

Εκδηλώσεις στα καταστήματα σε συνεργασία με τον Εμπορικό Σύλλογο

17. Σε ποιο βαθμό πιστεύεται ότι το ανοικτό κέντρο εμπορίου θα βοηθήσει στην ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας της Κυπαρισσίας;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ

18. Σε ποιο βαθμό πιστεύεται ότι η τοπική αρχή στηρίζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην περιοχή μας;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ

19. Σε ποιο βαθμό πιστεύεται ότι ο Εμπορικός Σύλλογος στηρίζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην περιοχή μας;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ