

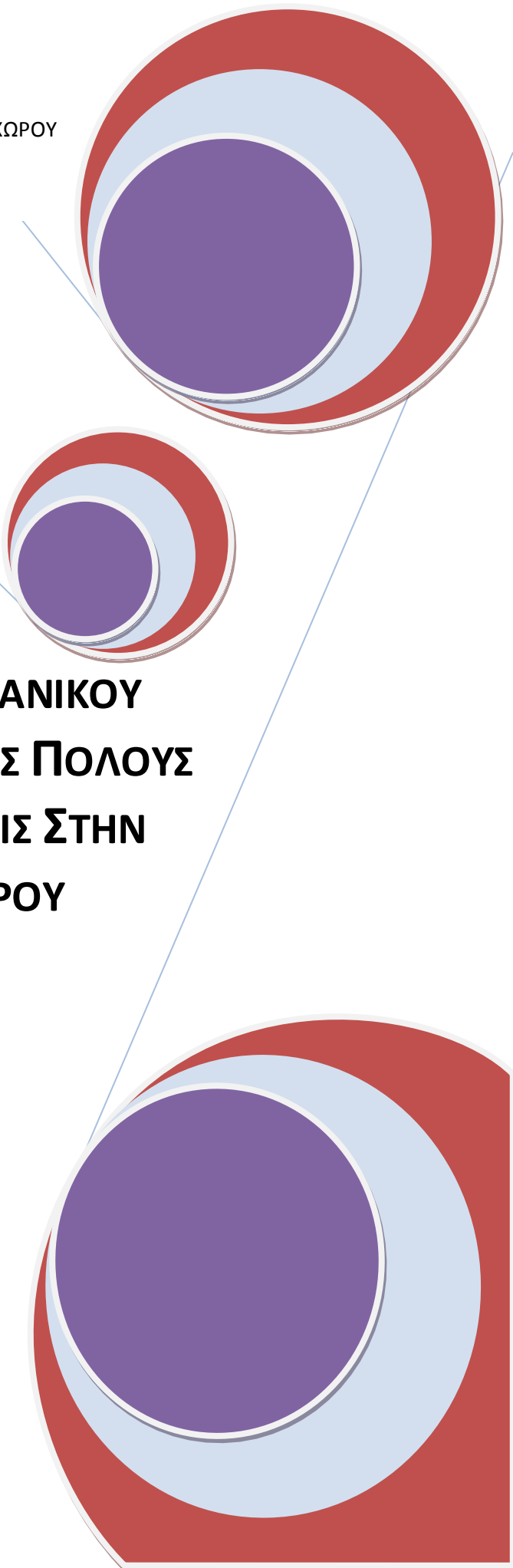


ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ

Δ.Π.Μ.Σ. ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ & ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑ - ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ



ΟΙ ΜΕΤΑΛΛΑΓΕΣ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΕ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥΣ ΠΟΛΟΥΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

ΕΚΠΟΝΗΣΗ:
ΓΚΙΩΝΑ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ
ΔΙΠΛ. ΑΓΡΟΝΟΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΠΟΓΡΑΦΟΣ ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΜΠ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:
ΣΑΓΙΑΣ ΙΩΝ
ΕΠΙΚΟΥΡΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΕΜΠ

ΑΘΗΝΑ, ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2014

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Οι πόλεις αποτελούν εξαιρετικά πολύπλοκες χωρικές ενότητες με μηχανισμούς και διαδικασίες που βρίσκονται σε συνεχή αλληλεπίδραση. Οι άνθρωποι, μέσα στις προσπάθειες τους να συμβιώσουν σε αυτές τις οργανωμένες κοινωνίες αναπτύσσουν άμεσες και έμμεσες σχέσεις μεταξύ τους, με τις δεύτερες να εκφράζονται με μορφή δραστηριοτήτων. Οι ανταλλαγές αγαθών και υπηρεσιών, ως κυρίαρχη έννοια του εμπορίου, χαρακτηρίζονται από χωρική διάσταση και συσχετίζονται με μια ποικιλία χρήσεων με διαφοροποιημένους τρόπους ανάλογα με τις γεωγραφικές, κοινωνικές, θεσμικές, πολιτικές και οικονομικές συνθήκες. Οι έννοιες του εμπορίου, των προτύπων, των μεταλλαγών, της ποικιλομορφίας και της διασποράς δεν βασίζονται μόνο σε θεωρητικές έννοιες και σε αριθμούς αλλά περιλαμβάνουν διάσταση στον χώρο η οποία μπορεί να μελετηθεί μόνο συνδυαστικά και όχι μεμονωμένα.

Η παρούσα διπλωματική μελέτη εκπονήθηκε κατά το ακαδημαϊκό έτος 2012-2013 στο πλαίσιο των μεταπτυχιακών σπουδών Πολεοδομία – Χωροταξία, του Δ.Π.Μ.Σ. Αρχιτεκτονική και Σχεδιασμός του Χώρου της σχολής Αρχιτεκτόνων Μηχανικών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Η εργασία αυτή δεν αποτελεί μια ατομική προσπάθεια αλλά ένα αποτέλεσμα άμεσης ή έμμεσης συνεργασίας και καθοδήγησης με συγκεκριμένα άτομα που οφείλω να ευχαριστήσω. Ειδικότερα, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Σαγιά, ο οποίος πέρα από τα δευτερογενή δεδομένα μελετών που μου παρείχε έτσι ώστε να εμπλουτίσω βιβλιογραφικά την εργασία, μου έθεσε τις κατάλληλες βάσεις μέσα στις οποίες έπρεπε να διεξαχθεί η συγκεκριμένη εργασία. Σημαντική ήταν η βοήθεια των εμπόρων στις περιοχές τις Ερμού, Πανόρμου, Πειραιά και Αμαρουσίου οι οποίοι μου απάντησαν με προθυμία και συνέπια στις ερωτήσεις αναφορικά με την εξέλιξη του τοπικού εμπορίου. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την οικογένεια και τους φίλους μου για την ηθική συμπαράσταση καθ'ολη την διάρκεια των σπουδών μου.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη.....	12
Abstract.....	13
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	14
1.1. Ο Σκοπός και η Μεθοδολογία της Εργασίας.....	14
1.2. Η Διάρθρωση των Κεφαλαίων.....	14
2. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ.....	16
2.1. Οι Φάσεις της Αστικής Ανάπτυξης και η Εμπορική Δραστηριότητα.....	16
2.1.1 Αστικοποίηση και λιανικό εμπόριο.....	16
2.2. Οι Κυριότεροι Παράγοντες των Αλλαγών.....	20
2.3. Οι Σύγχρονες Τάσεις στην Γεωγραφική Οργάνωση του Εμπορίου σε Μεγάλη Κλίμακα.....	21
2.3.1. Συγκεντροποίηση.....	21
2.3.2. Διεθνοποίηση.....	23
2.4. Οι Σύγχρονες Τάσεις στην Γεωγραφική Οργάνωση του Εμπορίου σε Αστικό Επίπεδο. Η Αποκέντρωση του Λιανικού Εμπορίου.....	25
3. ΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	28
3.1. Το Εμπόριο στις Χρονικές Τομές.....	28
3.1.1. Το εμπόριο μέχρι τον 19 ^ο αιώνα.....	28
3.1.2. Η περίοδος 1950 - 1990.....	30
3.1.3. Η περίοδος από το 1990 μέχρι σήμερα.....	32
3.2. Οι Νέες Μορφές Εμπορίου.....	36
3.2.1. Τα εμπορικά κέντρα.....	37
3.2.2. Οι επιπτώσεις.....	41
3.3. Αθήνα, Εμπόριο και Νομοθεσία.....	42
3.3.1. Επίσημες κατευθύνσεις και εξέλιξη του εμπορίου.....	42
3.3.2. Νεότερες πολιτικές και προγράμματα.....	43
4. ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΥΦΕΣΗΣ.....	46
4.1. Το Διεθνές Οικονομικό Περιβάλλον και η Ελλάδα.....	46
4.2. Λιανικό Εμπόριο και Απασχόληση.....	51
4.3. Ο Οικονομικός Απολογισμός του Εμπορίου.....	54
4.4. Αναδιαρθρώσεις και Σημάδια Κρίσης.....	57
4.5. Ο Δημόσιος Λόγος.....	58
5. Η ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ.....	61
5.1. Μητροπολιτικά – Υπερτοπικά Κέντρα.....	61

5.2.	Η Χωρική Διάρθρωση του Εμπορίου	62
5.3.	Οι Μεταβολές των Κύριων Τύπων Εμπορικών Κεντρικότητων στον Χώρο	65
5.4.	Η Ελκυστικότητα Κυριότερων Ζωνών Λιανικού Εμπορίου	67
5.5.	Τα «Λουκέτα» στον Χώρο. Η Περίπτωση του Κέντρου Αθήνας.....	70
6.	ΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ. ΟΙ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΜΕΛΕΤΗΣ.	73
6.1.	Κριτήρια Οριοθέτησης	73
6.2.	Περιγραφή Περιοχών Μελέτης.....	77
6.2.1.	Η εξέλιξη των δήμων	77
6.2.2.	Νομοθετικό πλαίσιο και Πολεοδομικά μεγέθη.....	81
6.2.3.	Δημογραφικά στοιχεία	85
6.2.4.	Οδικό δίκτυο, Μεταφορές και Προσβάσεις.....	89
6.3.	Η Εμπορική Δραστηριότητα των Δήμων	97
7.	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ.....	103
7.1.	Συλλογή Δεδομένων	103
7.1.1.	Διαδικασία καταγραφής.....	103
7.1.2.	Επεξεργασία πρωτογενών δεδομένων.....	103
7.1.3.	Δημιουργία χαρτογραφικού υποβάθρου	104
7.2.	Προσδιορισμός Τεχνικών Ανάλυσης.....	105
7.2.1.	Γεωσταστικοί δείκτες.....	105
7.2.2.	Χωρικά πρότυπα	106
7.2.3.	Επιφανειακά Χωρικά Πρότυπα.....	106
7.3.	Μεθοδολογία Χωρικής Ανάλυσης.....	107
7.4.	Διαδικασία Ανάλυσης.....	110
7.4.1.	Χωρικός μέσος και τυπική απόσταση ανά περιοχή.....	110
7.4.2.	Μέθοδος Εγγύτερου Γείτονα (Average Nearest Neighbor)	122
7.4.3.	Kernel Density	124
7.4.4.	Δείκτης Συγκέντρωσης (LQ).....	137
8.	ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ.....	140
8.1.	Δημιουργία Τυπολογίας ανά Χωρική Μέθοδο	140
8.2.	Τύποι Περιοχών.....	144
8.2.1.	Γενικά συμπεράσματα	144
8.2.2.	Ειδικά συμπεράσματα	144
8.3.	Προσεγγίσεις στην Οργάνωση του Χώρου.....	148

8.4.	Προβλήματα – Πλεονεκτήματα.....	148
8.4.1.	Οικιστικό περιβάλλον.....	149
8.4.2.	Μεταφορικό δίκτυο.....	150
8.4.3.	Κοινωνικό περιβάλλον.....	152
8.4.4.	Φυσικό περιβάλλον.....	153
8.5.	Συσχετισμός με τον Επίσημο Σχεδιασμό.....	155
9.	ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ.....	157
9.1.	Οικιστικό Περιβάλλον.....	157
9.2.	Δίκτυα Μεταφορών.....	160
9.3.	Βελτιώσεις Κοινωνικού και Οικονομικού Χαρακτήρα.....	163
9.4.	Φυσικό Περιβάλλον.....	164
9.5.	Οπτική Αναπαράσταση Κατευθύνσεων στους Τύπους Περιοχών.....	165
10.	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	172
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	176

Κατάλογος εικόνων

Εικόνα 1: Η διασπορά της αστικοποίησης στην Ευρώπη	18
Εικόνα 2: Μορφή επέκτασης των ευρωπαϊκών μητροπόλεων	19
Εικόνα 3: Το εμπορικό κέντρο Mediterranean Cosmos στην Θεσσαλονίκη.....	26
Εικόνα 4: Τοπογραφικό διάγραμμα της Αθήνας του 5 ^{ου} αιώνα.....	29
Εικόνα 5: Ο εσωτερικός χώρος του εμπορικού κέντρου “The Mall Athens”.....	39
Εικόνα 6: Άποψη του εμπορικού κέντρου «Mediterranean Cosmos».....	39
Εικόνα 7: Τα εμπορικά κέντρα στο Λεκανοπέδιο Αττικής.....	41
Εικόνα 8: Οι διακυμάνσεις του τζίρου του λιανικού εμπορίου για Ιούλιο 2012-Απρίλιο 2013.	60
Εικόνα 9: Δίκτυο τύπου Christaller με ιεραρχική δομή των πόλεων.....	62
Εικόνα 10: Χωρική εμβέλεια του παραδοσιακού πόλου της Αθήνας.....	68
Εικόνα 11: Χωρική εμβέλεια των νέων κεντρικότητων του Αμαρουσίου.....	69
Εικόνα 12: Χωρική εμβέλεια του παραδοσιακού πόλου του Πειραιά.....	70
Εικόνα 13: Η κατάτμηση του Εμπορικού Τριγώνου σε ζώνες.....	90
Εικόνα 14: Ο δρόμος της Ερμού πριν το 1900.....	100
Εικόνα 15: Πρόγραμμα καταγραφής Point Logger.....	103

Κατάλογος σχημάτων

Σχήμα 1: Πλήθος και αξία εξαγωγών και συγχωνεύσεων μεταξύ επιχειρήσεων κατά τη δεκαετία του 90'	23
Σχήμα 2: Οι διάυλοι διανομής προϊόντων στην Ελλάδα μέχρι το 1960.	30
Σχήμα 3: Οι διάυλοι διανομής προϊόντων στην Ελλάδα μέχρι τα μέσα του 1980.	32
Σχήμα 4: Πραγματικό ΑΕΠ στις Χώρες της Ευρωζώνης.	49
Σχήμα 5: Πληθωρισμός στις Χώρες της Ευρωζώνης.	50
Σχήμα 6: Ποσοστό ανεργίας στις Χώρες της Ευρωζώνης.	50
Σχήμα 7: Τα χαρακτηριστικά του λιανικού εμπορίου για το έτος 2011.	52
Σχήμα 8: Τα χαρακτηριστικά του λιανικού εμπορίου για το έτος 2012.	53
Σχήμα 9: Η περιοχή μελέτης για τον Δήμο Πειραιά.....	74
Σχήμα 10: Η περιοχή μελέτης για την Ερμού.....	75
Σχήμα 11: Η περιοχή μελέτης για την Αιόλου και Αγίου Μάρκου.....	75
Σχήμα 12: Η περιοχή μελέτης για την Πανόρμου.	76
Σχήμα 13: Η περιοχή μελέτης για το κέντρο Αμαρουσίου.....	76
Σχήμα 14: Η περιοχή μελέτης για το Μαρούσι προς την Κηφισία.....	77
Σχήμα 15: Ο πληθυσμός του Δήμου Αθηναίων, Αμαρουσίου, Πειραιώς και της Αττικής διαχρονικά.	86
Σχήμα 16: Η κατανομή των ηλικιών ανά φύλο στο σύνολο της Αττικής για το 2011.	87
Σχήμα 17: Η κατανομή των ηλικιών ανά φύλο στο Δήμο Αθηναίων για το 2011.....	87
Σχήμα 18: Η κατανομή των ηλικιών ανά φύλο στο Δήμο Πειραιά για το 2011.	88
Σχήμα 19: Η κατανομή των ηλικιών ανά φύλο στο Δήμο Αμαρουσίου για το 2011.	89
Σχήμα 20: Πολυγωνικό αρχείο το οποίο περικλείει τις περιοχές μελέτης.....	122
Σχήμα 21: Περιγραφή περιοχών τύπου Α.....	145
Σχήμα 22: Περιγραφή περιοχών τύπου Β.....	146
Σχήμα 23: Περιγραφή περιοχών τύπου Γ.....	147

Κατάλογος χαρτών

Χάρτης 1: Περιοχή μελέτης για την έρευνα της απογραφής του εμπορικού κέντρου της Αθήνας και καταγραφής των λουκέτων στο πλαίσιο της Γεωβάσης.....	71
Χάρτης 2: Χωρικές συγκεντρώσεις κλειστών καταστημάτων στο πλαίσιο της απογραφής του εμπορικού κέντρου της Αθήνας και καταγραφής των λουκέτων στο πλαίσιο της Γεωβάσης.	72
Χάρτης 3: Χρήσεις γης και ΣΔ στην περιοχή μελέτης του Πειραιά.....	83
Χάρτης 4: Χρήσεις γης και ΣΔ στην περιοχή μελέτης την Αθήνα.....	84
Χάρτης 5: Χρήσεις γης και ΣΔ στην περιοχή μελέτης του Αμαρουσίου.....	85
Χάρτης 6: Οδική πρόσβαση στην περιοχή μελέτης του κέντρου Αθηνών.....	91
Χάρτης 7: Δίκτυο αστικών λεωφορείων για την περιοχή μελέτης του κέντρου Αθηνών.....	92
Χάρτης 8: Οδική πρόσβαση στην περιοχή μελέτης της Πανόρμου.....	92
Χάρτης 9: Δίκτυο αστικών λεωφορείων για την περιοχή μελέτης της Πανόρμου.....	93
Χάρτης 10: Οδική πρόσβαση στην περιοχή μελέτης του Δήμου Πειραιώς.....	94
Χάρτης 11: Δίκτυο αστικών λεωφορείων για την περιοχή μελέτης του Πειραιά.....	94
Χάρτης 12: Οδική πρόσβαση στις περιοχές μελέτης του Δήμου Αμαρουσίου.....	96
Χάρτης 13: Δίκτυο αστικών λεωφορείων για τις περιοχές μελέτης του Αμαρουσίου.....	97
Χάρτης 15: Το χαρτογραφικό υπόβαθρο των δεδομένων καταγραφής.....	105
Χάρτης 16: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στο κέντρο Αθήνας (Ερμού).....	112
Χάρτης 17: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στο κέντρο Αθήνας (Ερμού).....	112
Χάρτης 18: Χωρικοί μέσοι τύπων λιανικού εμπορίου στο κέντρο Αθήνας (Ερμού).....	113
Χάρτης 19: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στο κέντρο Αθήνας (Αιόλου).....	114
Χάρτης 20: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στο κέντρο Αθήνας (Αιόλου).....	114
Χάρτης 21: Χωρικοί μέσοι τύπων λιανικού εμπορίου στο κέντρο Αθήνας (Αιόλου).....	115
Χάρτης 22: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στο Μαρούσι (Εμπορικό κέντρο).....	116
Χάρτης 23: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στο Μαρούσι (Εμπορικό κέντρο).....	116
Χάρτης 24: Χωρικοί μέσοι τύπων λιανικού εμπορίου στο κέντρο Αμαρουσίου.....	117
Χάρτης 25: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στο Μαρούσι (προς Λεωφόρο Κηφισίας)..	118
Χάρτης 26: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στο Μαρούσι (προς Λεωφόρο Κηφισίας).....	118
Χάρτης 27: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στην Πανόρμου.....	119
Χάρτης 28: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στην Πανόρμου.....	119
Χάρτης 29: Χωρικοί μέσοι τύπων λιανικού εμπορίου στην Πανόρμου.....	120
Χάρτης 30: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στον Πειραιά.....	121
Χάρτης 31: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στον Πειραιά.....	121
Χάρτης 32: Χωρικοί μέσοι τύπων λιανικού εμπορίου στον Πειραιά.....	122
Χάρτης 33: Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου στην Ερμού.....	124
Χάρτης 34 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου ενδυμάτων στην Ερμού.....	125
Χάρτης 35 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου και κατασκευής ρολογιών και κοσμημάτων στην Ερμού.....	125
Χάρτης 36(αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου υποδημάτων και δερμάτινων ειδών στην Ερμού.....	125

Χάρτης 37(δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων στην Ερμού.....	125
Χάρτης 38 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις μεταποίησης - επιδιορθώσεων στην Ερμού	126
Χάρτης 39 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στην Ερμού.....	126
Χάρτης 40 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στην Ερμού....	126
Χάρτης 41 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στην Ερμού.....	126
Χάρτης 42 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Παροχής Υπηρεσιών στην Ερμού.....	127
Χάρτης 43 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις κατοικίας στην Ερμού	127
Χάρτης 44 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου στην Αιόλου.....	128
Χάρτης 45 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων στην Αιόλου	128
Χάρτης 46: Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στην Αιόλου	128
Χάρτης 47 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στην Αιόλου ..	129
Χάρτης 48 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στην Αιόλου.....	129
Χάρτης 49: Χωρικές συγκεντρώσεις κατοικίας στην Αιόλου	129
Χάρτης 50 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου στο Μαρούσι (κέντρο)	130
Χάρτης 51 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου υποδημάτων και δερμάτινων ειδών στο Μαρούσι (κέντρο)	130
Χάρτης 52: Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στο Μαρούσι (κέντρο).....	130
Χάρτης 53 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στο Μαρούσι (κέντρο).....	131
Χάρτης 54 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στο Μαρούσι (κέντρο)	131
Χάρτης 55 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Παροχής Υπηρεσιών στο Μαρούσι (κέντρο)	131
Χάρτης 56 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κατοικίας στο Μαρούσι (κέντρο).....	131
Χάρτης 57 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικό Εμπόριο στο Μαρούσι (προς Κηφισίας).....	132
Χάρτης 58 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στο Μαρούσι (προς Κηφισίας).....	132
Χάρτης 59 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στο Μαρούσι (προς Κηφισίας).....	132
Χάρτης 60 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στο Μαρούσι (προς Κηφισίας)	132
Χάρτης 61 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Παροχής Υπηρεσιών στο Μαρούσι (προς Κηφισίας).....	133
Χάρτης 62 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κατοικίας στο Μαρούσι (προς Κηφισίας).....	133
Χάρτης 63 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου στην Πανόρμου.....	133
Χάρτης 64(δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στην Πανόρμου	133
Χάρτης 65: Χωρικές συγκεντρώσεις μεταποίησης - επιδιορθώσεων στην Πανόρμου	134
Χάρτης 66 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στην Πανόρμου	134
Χάρτης 67 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στην Πανόρμου	134
Χάρτης 68 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Παροχής Υπηρεσιών στην Πανόρμου	135
Χάρτης 69 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις κατοικίας στην Πανόρμου	135
Χάρτης 70 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου στον Πειραιά.....	135

Χάρτης 71 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου υποδημάτων και δερμάτινων ειδών στον Πειραιά.....	136
Χάρτης 72: Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στον Πειραιά.....	136
Χάρτης 73 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στον Πειραιά..	136
Χάρτης 74 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στον Πειραιά.....	136
Χάρτης 75 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Παροχής Υπηρεσιών στον Πειραιά.....	137
Χάρτης 76 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις κατοικίας στον Πειραιά.....	137

Κατάλογος πινάκων

Πίνακας 1: Ποσοστά επιχειρήσεων για τις χρονιές 1978-2011 στην Αττική.....	65
Πίνακας 2: Ο πραγματικός πληθυσμός των υπό μελέτη Δήμων και της Αττικής για την περίοδο 1981-2011.	85
Πίνακας 3: Η ομαδοποίηση των καταγεγραμμένων χρήσεων γης.....	109
Πίνακας 4: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή της Ερμού.....	111
Πίνακας 5: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση τύπων λιανικού εμπορίου για την περιοχή της Ερμού.....	113
Πίνακας 6: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή της Αιόλου.....	113
Πίνακας 7: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση τύπων λιανικού εμπορίου για την περιοχή της Αιόλου.....	114
Πίνακας 8: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή του εμπορικού κέντρου Αμαρουσίου.....	115
Πίνακας 9: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση τύπων λιανικού εμπορίου για την περιοχή κέντρου Αμαρουσίου.....	117
Πίνακας 10: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή του Αμαρουσίου προς την Α. Κηφισίας.....	117
Πίνακας 11: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή της Πανόρμου.....	119
Πίνακας 12: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση τύπων λιανικού εμπορίου για την περιοχή Πανόρμου.....	120
Πίνακας 13: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή του Πειραιά.....	120
Πίνακας 14: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση τύπων λιανικού εμπορίου για την περιοχή του Πειραιά.....	121
Πίνακας 15: Εφαρμογή της μεθόδου NNA στις περιοχές μελέτης.....	123
Πίνακας 16: Δείκτης συγκέντρωσης των ομάδων χρήσεων ανά περιοχή.....	139
Πίνακας 17: Συγκεντρωτικός πίνακας χωρικού μέσου και τυπικής απόκλισης.....	142
Πίνακας 18: Συγκεντρωτικός πίνακας NNA.....	142
Πίνακας 19: Συγκεντρωτικός πίνακας Kernel Density.....	143
Πίνακας 20: Συγκεντρωτικός πίνακας LQ.....	143
Πίνακας 21: Προτεινόμενες παρεμβάσεις για το οικιστικό περιβάλλον.....	158
Πίνακας 22: Προτεινόμενες παρεμβάσεις για τις μεταφορές.....	160
Πίνακας 23: Προτεινόμενες παρεμβάσεις για το οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον....	163
Πίνακας 24: Προτεινόμενες παρεμβάσεις για το φυσικό περιβάλλον.....	164

Περίληψη

Στην παρούσα διπλωματική μελέτη γίνεται προσπάθεια ανάλυσης της διάρθρωσης δραστηριοτήτων - χρήσεων όπως αυτές αναπτύσσονται σε συγκεκριμένες περιοχές της Αττικής και η δημιουργία συγκεντρωτικών τύπων περιοχών ανάλογα με τις ομοιότητες, διαφορές και ιδιαιτερότητες των χωρικών ενοτήτων. Με γνώμονα τις χρήσεις λιανικού εμπορίου εξετάζονται οι μεταλλαγές που υφίστανται τα χωρικά πρότυπα σε επιλεγμένες υποπεριοχές του Δήμου Αθηναίων, Πειραιώς και Αμαρουσίου σε συνδυασμό πάντα με τις υφιστάμενες κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές συνθήκες και τον επίσημο σχεδιασμό.

Ενδιαφέρουσα πρακτική για την ανάλυση των χρήσεων γης, την αναπαράσταση του τρόπου ανάπτυξης τους και την διευκόλυνση των εκάστοτε φορέων στην διαδικασία λήψης αποφάσεων για την αρτιότερη οργάνωσή τους, θεωρείται η χρήση των Γεωγραφικών Συστημάτων Πληροφοριών.

Αρχικά, στην διπλωματική παρουσιάζεται το εννοιολογικό πλαίσιο των φαινομένων της αστικοποίησης και της εξέλιξης του εμπορίου με ιστορικούς, οικονομικούς, κοινωνικούς, θεσμικούς και γεωγραφικούς όρους ενώ στην συνέχεια αναλύεται η υπάρχουσα κατάσταση και οι ιδιαιτερότητες των περιοχών μελέτης. Στο δεύτερο μέρος της εργασίας διερευνώνται οι χρήσεις γης με την βοήθεια μεθόδων χωρικής ανάλυσης ενώ στην συνέχεια ομαδοποιούνται τα αποτελέσματα και διακρίνεται μια πιθανή τυπολογία στον χώρο. Τέλος, αναλύονται τα προβλήματα και τα πλεονεκτήματα που διακρίνονται ανά τύπο και προτείνονται κατευθύνσεις για την αναβάθμιση του αστικού, κοινωνικοοικονομικού και φυσικού περιβάλλοντος.

Abstract

The aim of the present thesis is to analyze the structure of activities and land uses, as they evolve in certain places of Attica region and create collective types of area depending on the similarities, differences and singularities of these special unities. Moreover, the differentiations of spatial models are being examined in selected regions of Athens, Piraeus and Marousi by putting as dominant land use the retail trade and combining with the existing social, economic, political and institutional structures.

An interesting practice of urban land use analysis, the representation of the evolution and also the facilitation of the stakeholders in the decision making for proper organization of land activities, is the use of Geographic Information System.

The first part reports the methodology of urbanization's and trade evolution's phenomenon with the use of historical, economic, social, political and geographical terms while the project continues with the analysis of the existing circumstances and specificities. The second part of this study refers to the exploration of land uses by using methods of spatial analysis as well as the grouping of the results in space types. The final units of the thesis tries to analyze the problems and advantages of each study area and type in order to conclude to directions for social, economic, urban and natural environment improvements.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1. Ο Σκοπός και η Μεθοδολογία της Εργασίας

Μελετώντας το λιανικό εμπόριο στο πέρασμα των χρόνων μπορεί κανείς να παρατηρήσει μεταβολές τόσο ως προς την οργάνωση και λειτουργία του όσο την διάρθρωση και την δυναμικότητα του στον χώρο. Επιπλέον, σημαντικές διαφοροποιήσεις παρατηρούνται στα καταναλωτικά πρότυπα οι οποίες με την σειρά του οδηγούν σε προσαρμογές στους εμπορικούς τύπους. Ένας ισχυρός παράγοντας που είναι ικανός να προκαλέσει τέτοιου είδους μεταστροφές είναι οι οικονομικές συγκυρίες με πρόσφατο παράδειγμα την οικονομική ύφεση η οποία πλήττει αλλεπάλληλα τον εμπορικό τομέα στην Ελλάδα.

Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι η διερεύνηση των μεταλλαγών και των αλληλεπιδράσεων που υφίστανται τα εμπορικά πρότυπα στην μητροπολιτική περιοχή Αθηνών - Πειραιώς λόγω των σύγχρονων δυσμενών οικονομικών, κοινωνικών και θεσμικών συγκυριών αλλά και η πολυεπίπεδη ανάλυση και αναπαράσταση τους στον χώρο με την βοήθεια ενός ενιαίου πληροφοριακού συστήματος (G.I.S.). Παράλληλα, μελετώνται οι επιπτώσεις των χωρικών προτύπων και γίνεται προσπάθεια κατηγοριοποίησης τους. Επιπλέον, εξετάζεται ο ρόλος του μητροπολιτικού σχεδιασμού στην Αθήνα στην χωρική και οργανωτική διαμόρφωση των εμπορικών μορφών στις τρέχουσες συνθήκες.

Πιο αναλυτικά, σε πρώτη φάση πραγματοποιείται εννοιολογική προσέγγιση με βιβλιογραφική διερεύνηση του φαινομένου που πραγματεύεται η εργασία ενώ στο δεύτερο μέρος προσεγγίζονται εμπειρικά οι περιοχές μελέτης με επιτόπια καταγραφή και αναλύονται τα αποτελέσματα με σκοπό την διεξαγωγή γενικών αλλά και ειδικότερων συμπερασμάτων. Επιπλέον, για την καλύτερη επεξεργασία των δεδομένων του εμπειρικού μέρους δημιουργείται Γεωβάση με τις χρήσεις των περιοχών μελέτης.

Η συλλογή της πρωτογενούς πληροφορίας πραγματοποιήθηκε με επιτόπια έρευνα μέσω της καταγραφής χρήσεων και «λουκέτων» στους εμπορικές περιοχές που επιλέχθηκαν ενώ οι δευτερογενείς πηγές προέρχονται από την τοπική αυτοδιοίκηση, την μελέτη επιστημονικών κειμένων και άρθρων από το διαδίκτυο και τον ημερήσιο τύπο. Τέλος, η επιτόπια καταγραφή πραγματοποιήθηκε με λογισμικό κινητού Android (Point Logger 3.2) ενώ για την δημιουργία και επεξεργασία της Γεωβάσης χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό ArcMap 10.1 του ESRI.

1.2. Η Διάρθρωση των Κεφαλαίων

Η διπλωματική εργασία αναπτύσσεται σε δύο μέρη. Το αναλυτικό, το οποίο προσεγγίζει τις έννοιες σε γενικό πλαίσιο και εμπεριέχει ορισμούς, ιστορική εξέλιξη και παραδείγματα και το ερευνητικό μέρος το οποίο αναφέρεται σε επιλεγθείσες περιοχές μελέτης δομείται από την καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης, την

χωρική ανάλυση των αποτελεσμάτων, της δημιουργία τυπολογίας περιοχών, την περιγραφή πλεονεκτημάτων – μειονεκτημάτων και την σύνδεση με τον επίσημο σχεδιασμό και τέλος, τον καθορισμό κατευθύνσεων για την βελτίωση των υφιστάμενων λειτουργιών.

Αναλυτικότερα, το δεύτερο κεφάλαιο (το πρώτο είναι το εισαγωγικό μέρος), ασχολείται με την προσέγγιση του φαινομένου της αστικοποίησης σε συνδυασμό με την εξέλιξη του εμπορίου στον Ευρωπαϊκό χώρο μέσω της περιγραφής των παραγόντων των μεταβολών και των σύγχρονων γεωγραφικών τάσεων.

Στην συνέχεια (κεφάλαιο 3) αναλύεται ο κλάδος του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα με αναφορά στις χρονικές τομές, στις νέες μορφές που προέκυψαν με το πέρασμα των χρόνων και με την συμμετοχή του επίσημου σχεδιασμού στην διαμόρφωση της κατάστασης. Ένα βήμα παρακάτω, το κεφάλαιο 4 περιγράφει τον τομέα του λιανικού εμπορίου μέσα στην περίοδο της οικονομικής ύφεσης που διανύει η χώρα οικονομικούς και εργασιακούς όρους ενώ παράλληλα παρουσιάζονται ορισμένες αναφορές του Τύπου για την υφιστάμενη κατάσταση. Το πέμπτο κεφάλαιο αναφέρεται στην γεωγραφική διάσταση του λιανικού εμπορίου στην Αττική αναδεικνύοντας στοιχεία μελετών για τις μορφές και ζώνες χωροθέτησης του κλάδου αλλά και τα «λουκέτα» που προέκυψαν στον χώρο.

Όσον αφορά το εμπειρικό μέρος της διπλωματικής διαρθρώνεται σε 4 κεφάλαια. Αναλυτικότερα, στο 6^ο κεφάλαιο γίνεται επεξήγηση των παραγόντων που καθόρισαν την επιλογή των συγκεκριμένων χωρικών ενότητων, περιγραφή της υπάρχουσας κατάστασης των δήμων στους οποίους υπάγονται οι περιοχές μελέτης (ιστορική εξέλιξη, νομοθεσία, δημογραφικά στοιχεία, μεταφορές) καθώς και ιστορική αναφορά στην εμπορική τους δραστηριότητα. Μετά την πρώτη γνωριμία με τις περιοχές που επιλέχθηκαν, ακολουθεί περιγραφή της διαδικασίας της επιτόπιας καταγραφής χρήσεων (κεφάλαιο 7) αναλύοντας βήμα - βήμα το στάδιο συλλογής δεδομένων, τους λόγους επιλογής των χωρικών μεθόδων που θα χρησιμοποιηθούν και την διαδικασία της ανάλυσης. Όσον αφορά την τελευταία, παρουσιάζονται αριθμητικά και οπτικά τα αποτελέσματα της χωρικής διαδικασίας ανά μέθοδο και περιοχή.

Το επόμενο κεφάλαιο (κεφ. 8) περιλαμβάνει την δημιουργία τυπολογίας περιοχών βάσει των αποτελεσμάτων της προηγούμενης ενότητας καθώς και διεξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τα προβλήματα και τα πλεονεκτήματα που διακρίνονται στις περιοχές μελέτης και γενικότερα στους πιθανούς τύπους περιοχών. Στην τελευταία ενότητα αυτού του κεφαλαίου γίνεται προσπάθεια συσχετισμού των χωρικών κατηγοριών με τις έννοιες του επίσημου σχεδιασμού.

Τέλος, στο κεφάλαιο 9 προτείνονται κατευθύνσεις για την αναβάθμιση του οικιστικού, μεταφορικού, κοινωνικού, οικονομικού και φυσικού περιβάλλοντος των περιοχών που ξεχώρισαν από την συγκεκριμένη εργασία και κατά προσέγγιση οπτική αναπαράσταση των μέτρων σε πιθανές κατηγορίες περιοχών.

2. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ

2.1. Οι Φάσεις της Αστικής Ανάπτυξης και η Εμπορική Δραστηριότητα

Αναμφίβολα, η εξέλιξη του εμπορίου συνδέεται σε μεγάλο βαθμό με τις φάσεις της αστικής ανάπτυξης. Εξ' αρχής, η ανάγκη του ανθρώπου για επικοινωνία και συνοίκηση εκδηλώθηκε στην δημιουργία πόλεων. Μέσα σε αυτές τις χωρικές ενότητες, τα άτομα προσπαθούν να καλύψουν ανάγκες ψυχοσωματικές όπως είναι η αναπαραγωγή και η αυτοσυντήρηση, οικονομικές με σκοπό το βέλτιστο οικονομικό αποτέλεσμα, θρησκευτικές αλλά και πνευματικές μέσω της μετάδοσης εμπειρίας και γνώσεων. (Αραβαντινός, Α. 2007)

Ενώ στο παρελθόν τα βασικά κριτήρια χωροθέτησης των πόλεων στρέφονταν γύρω από το κλίμα, το φυσικό περιβάλλον, την εύκολη πρόσβαση σε υλικά αγαθά, την άμυνα, τις αποστάσεις από άλλους οικισμούς, κ.α. στην σύγχρονη εποχή ο χώρος κατατάσσεται σε 3 κατηγορίες:

- Χώροι στους οποίους εφαρμόζεται μια καθολικά σχεδιασμένη ανάπτυξη με ευθύνη του δημόσιου τομέα¹ βάσει οικονομικών, αναπτυξιακών, κοινωνικών, τεχνικών, επιστημονικών, εθνικών, στρατηγικών, πολιτισμικών οικολογικών και περιβαλλοντικών παραγόντων.
- Χώροι στους οποίους ισχύει το καθεστώς ελεύθερης οικονομίας. Σε αυτή την κατηγορία προστίθενται και παράγοντες που έχουν σχέση με συστήματα κινήτρων υλοποίησης μιας πολιτικής αλλά και αυτοί που προέρχονται από ιδιωτική επιχειρηματική δραστηριότητα.
- Χώροι με μη σχεδιασμένη ανάπτυξη αλλά και χωρίς να υπάρχουν οι κατάλληλοι μηχανισμοί εφαρμογής και ελέγχου από την πλευρά του δημοσίου φορέα. Εδώ, οι παράγοντες καθορίζονται από τον ιδιωτικό επιχειρηματικό τομέα και τις κερδοσκοπικές κοινωνικές ομάδες.

Όμως, ο ρόλος των πόλεων όπως και η επιβίωση τους καθορίζεται από την οικονομική λειτουργία η οποία λειτουργεί ως κινήτρια δύναμη ανάπτυξης αλλά και από επιμέρους τομείς όπως ο διοικητικός, ο πνευματικός, ο κοινωνικός, ο τουριστικός και ο συγκοινωνιακός. (Αραβαντινός, Α. 2007)

2.1.1 Αστικοποίηση και λιανικό εμπόριο

Η έννοια της αστικοποίησης αναφέρεται στην μεγάλη συγκέντρωση του πληθυσμού στις πόλεις η οποία είναι ικανή να προκαλέσει προβλήματα που οφείλονται στον περιορισμό του χώρου και στην σύγκρουση των λειτουργιών. (Αραβαντινός, Α. 2007).

¹ Όπως συνέβαινε στις χώρες του υπαρκτού Σοσιαλισμού

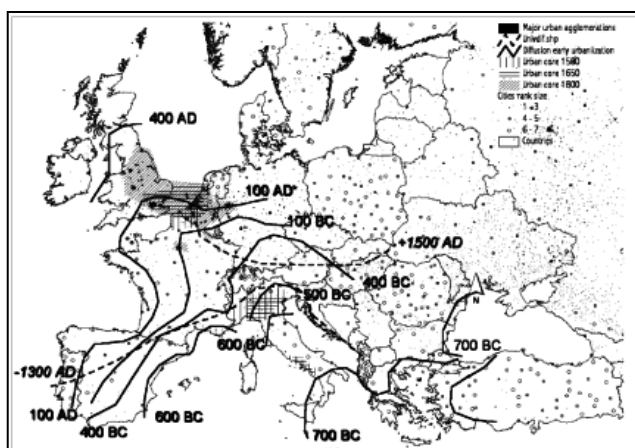
Το φαινόμενο αυτό αναπτύσσεται με μεγαλύτερες ταχύτητες σε χώρες μεσαίου εισοδήματος σε σχέση με τις πλέον αναπτυγμένες γεγονός που οφείλεται στις δραστικές οικονομικές αλλαγές, την βιομηχανοποίηση και στον μοντερνισμό της οικονομίας των πρώτων². Στον ευρωπαϊκό χώρο, η αστικοποίηση αποτελεί ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του, η οποία εμφανίστηκε γύρω στο 700 μ.Χ. και εξαπλώθηκε σταδιακά σε όλη την ήπειρο. Κρίσιμοι παράγοντες εξάπλωσης του φαινομένου ήταν η εξέλιξη των μεταφορών οι οποίες στόχευαν στην μαζική μετακίνηση³. Με την λήξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, η ανάπτυξη του αυτοκινήτου και η ευκολότερη πρόσβαση στις πόλεις οδήγησε σε πολύ μεγάλες αλλαγές όσον αφορά τα δίκτυα και τα τοπία. Πρόσθετους παράγοντες στην ενίσχυση του φαινομένου αποτελούν η παγκοσμιοποίηση των δραστηριοτήτων και η αδυναμία λήψης κατάλληλων μέτρων από την μεριά των τοπικών φορέων. (Δημόπουλος, Κ., 2006)

Το κύμα της αστικοποίησης στην Ευρώπη ξεκίνησε από την Ανατολική Μεσόγειο και έφτασε μέχρι την Βόρεια Θάλασσα. Το φαινόμενο πρωτοεμφανίζεται στην Ρωμαϊκή αυτοκρατορία το 700 π.Χ. και προκαλεί μια σειρά αλλαγών ως προς τις χρήσεις και τον αστικό της χαρακτήρα. Η Ρώμη θεωρήθηκε η μεγαλύτερη σε πληθυσμό προ-καπιταλιστική πόλη και στον οικιστικό τομέα περιλάμβανε συνοικίες με κτίρια 7-8 ορόφων που θύμιζαν τις σημερινές πολυκατοικίες. Όμως, λόγω οικονομικών παραγόντων, η αυτοκρατορία αυτή οδηγήθηκε σε πτώση.

Την περίοδο μετά τον Μεσαίωνα μέχρι το τέλος της Αναγέννησης και την Βιομηχανική επανάσταση (12^{ος}-14^{ος} αιώνας), η Μεσαιωνική πόλη στρέφεται προς την γεωργία, το εμπόριο, τις υπηρεσίες, την βιομηχανική και βιοτεχνική παραγωγή. Με την εμφάνιση της έννοιας της αγοράς στις πόλεις, τα σχέδια των πόλεων αποκτούν την μορφή της «σχάρας» και αφήνουν πίσω την δαιδαλώδη μορφή που επικρατούσε μέχρι τότε. Μετά τον 14^ο αιώνα εμφανίστηκαν καινοτόμες πολεοδομικές μορφές πόλεων στην Φλωρεντία, Νυρεμβέργη, Πράγα και Βενετία, ενώ έναν αιώνα αργότερα η Ευρώπη ξεπερνάει την Ασία σε επίπεδο αστικοποίησης με πόλεις που είχαν πληθυσμό 10.000 κατοίκων να πλησιάζουν στις 200.000. Οι φάσεις αστικοποίησης στην Ευρώπη μέχρι τον 15^ο αιώνα εμφανίζονται γραφικά στον παρακάτω χάρτη.

² Ως εξαιρέσεις θεωρούνται τα κράτη της Λατινικής Αμερικής, της Αφρικής και της Καραϊβικής

³ Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιων μετακινήσεων αποτέλεσε η ανάπτυξη του σιδηροδρόμου

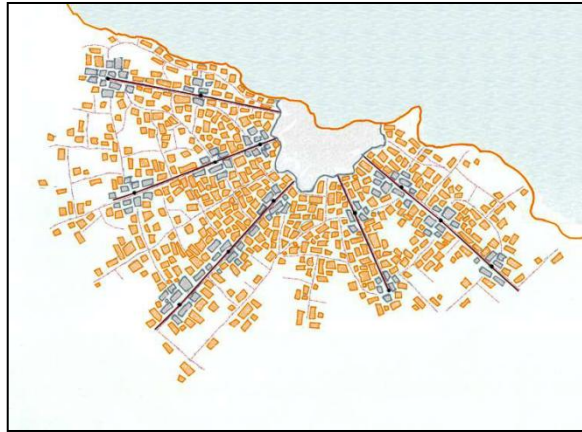


Εικόνα 1: Η διασπορά της αστικοποίησης στην Ευρώπη (Antrop, M., 2004:11)

Στην συνέχεια, τον 17^ο αιώνα με το εμπόριο ανθίζει και την ανάπτυξη της αστικής γης να ξεφεύγει από τα χέρια των τοπικών φορέων, οι πόλεις επεκτείνονται και εφαρμόζεται σχεδιασμός. Τα τέλη του 18^{ου} αιώνα πόλεις όπως η Βιέννη, η Μόσχα και η Αγία Πετρούπολη ξεπερνούν σε πληθυσμό τους 200.000 κατοίκους ενώ το Λονδίνο τις 800.000. επιπλέον, ο δημόσιος χώρος «θυσιάζεται» για έργα μεταφορών και ως κύρια χρήση κατά μήκος των οδικών δικτύων ορίζεται η εμπορική. Με τον ρυθμό του μπαρόκ να εισχωρεί στις πόλεις δημιουργούνται μουσεία, θέατρα, πινακοθήκες, πολυκαταστήματα, τράπεζες και αναπτύσσεται η μονοκατοικία.

Η μεγαλύτερη άνθιση του φαινομένου της αστικοποίησης έλαβε χώρα τον 18^ο και 19^ο αιώνα λόγω της βιομηχανικής επανάστασης και της εξέλιξης των μεταφορών με τεράστιες αυξήσεις πληθυσμού να σημειώνονται σε Ευρώπη και Αμερική. Η βιομηχανική πόλη περιλάμβανε εργατικές πολυκατοικίες που στέγαζαν ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού, στροφή των ανώτατων στρωμάτων προς τα προάστια και πιο καινοτόμες πολεοδομικές μορφές, εξελίξεις που σταδιακά θα οδηγήσουν στην δημιουργία της μητροπολιτικής πόλης.

Έναν αιώνα αργότερα, η «ευρωπαϊκή μητρόπολη» χαρακτηρίζεται από μεγάλο μέγεθος, υψηλές πυκνότητες και μεγάλη ανάπτυξη των προαστίων. Παράγοντες που ενίσχυσαν τέτοιου είδους αλλαγές ήταν η ραγδαία ανάπτυξη του ΙΧ και του σιδηροδρόμου. (Δημόπουλος, Κ., 2006:45)



Εικόνα 2: Μορφή επέκτασης των ευρωπαϊκών μητροπόλεων (Δημόπουλος, Κ.,2006:50)

Η σύγχρονη μητρόπολη εξελίσσεται και αποτελεί κέντρο του καπιταλισμού. Συχνά, οι πόλεις της Ευρώπης επεκτείνονται από τον παραδοσιακό κέντρο ακτινικά κατά μήκος οδικών αξόνων. Η αστικοποίηση δεν αποτελεί πλέον τον σημαντικότερο παράγοντα ανάπτυξης των πόλεων αλλά εξακολουθεί να επηρεάζει μέχρι ένα σημείο τις λειτουργίες του αγροτικού κόσμου που αφορούν την ανάπτυξη χρήσεων κατοικίας και βιομηχανίας στον περιβάλλοντα χώρο και νέες δομές επικοινωνίας⁴. Έτσι εμφανίζονται στο αγροτικό τοπίο μεγάλα συγκροτήματα εγκαταστάσεων αλλά και μεμονωμένες αυτόνομες αναπτύξεις που τις περισσότερες φορές δεν υπακούουν σε πρότυπα σχεδιασμού (Antrop, M., 2004:9-10). Η νέα μορφή της πόλης εμφανίζει σημαντικές διαφορές ως προς τις κοινωνικές γεωγραφίες, τα τοπία και τις αξίες γης με τις τελευταίες να μειώνονται όσο απομακρυνόμαστε από το κέντρο των πόλεων. (Βασίλη, Ζ., 2011:12).

Το λιανικό εμπόριο συνδέθηκε άρρηκτα με το φαινόμενο της οικιστικής ανάπτυξης, την οικονομία των πόλεων και την τεχνολογική εξέλιξη. Το εμπόριο αυτό έχει τις ρίζες του στους αρχαίους χρόνους αλλά οι έντονες εξελικτικές τάσεις έλαβαν χώρα κοντά στον 19^ο αιώνα. Οι σύγχρονες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου προσφέρουν από την μια ποικιλία προϊόντων και διευκολύνσεις στις αγορές ενώ από την άλλη ικανοποίηση στον πελάτη. Κάθε πώληση έχει σαν τελικό σκοπό την κάλυψη μιας ανάγκης του καταναλωτή παρά την απλή διάθεση του αγαθού. (Ζγέρα, Χ., 2008:7)

Στις ευρωπαϊκές χώρες ο τομέας του λιανικού εμπορίου παρουσιάζει ιδιαίτερο δυναμισμό. Η ευρωπαϊκή αγορά, η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως περίπλοκη και κατακερματισμένη ικανοποιείται από έναν μεγάλο αριθμό διαφορετικών τύπων επιχειρήσεων. Η δομή του λιανικού εμπορίου διαφέρει αισθητά ανάμεσα στα βόρεια και στα νότια κράτη της ΕΕ. Στον βορρά υπάρχει ραγδαία ανάπτυξη κυρίως λόγω της επενδυτικής δραστηριότητας των δυτικοευρωπαϊκών

⁴ Οι δομές αυτές υποκινούνται από οικονομικούς και κοινωνικούς τοπικούς φορείς

επιχειρήσεων ενώ στον νότο⁵ και στην ανατολή εντοπίζονται χαμηλότερες συγκεντρώσεις λιανικού εμπορίου. (Φάκα, Α. ,2004:3-4)

Ο κλάδος του λιανικού εμπορίου αποκτά διαρκώς πιο παγκοσμιοποιημένη και ανταγωνιστική διάσταση καθώς υπάρχουν διεθνή οφέλη από τα πλεονεκτήματα των διευρυμένων προμηθευτικών αλυσίδων και των οικονομιών κλίμακας⁶. Για την επιτυχή συμμετοχή των εταιριών στην αγορά του παγκόσμιου λιανικού εμπορίου οι συμμετέχοντες πρέπει να επιδείξουν δυνατότητα χειρισμού συναλλαγματικών διακυμάνσεων, αφνίδιων πολιτικών αλλαγών και τροποποιήσεων στις φορολογικές νομοθεσίες. Στην πραγματικότητα, συγκριτικό πλεονέκτημα εμφανίζουν οι εταιρίες αυτές που στηρίζονται στο μέγεθος και στην επικοινωνιακή πολιτική τους καθώς και όσες έχουνε αντίληψη των τοπικών χαρακτηριστικών, αναγκών και ανταγωνιστικών δυνάμεων. Πρόσφατα, προτέρημα για τις εταιρίες θεωρείται η εφαρμογή πολιτικών κοινωνικής ευθύνης και προστασίας του περιβάλλοντος. (Ζγέρα, Χ. ,2008: 8-9)

Από τις αρχές της δεκαετίας του 1970 παρατηρούνται σημαντικές αλλαγές στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Οι βασικότεροι λόγοι αυτών των αλλαγών έχουν να κάνουν τόσο με την σύνδεση του λιανικού εμπορίου με την μετατόπιση από ένα βιομηχανικό σε ένα μεταβιομηχανικό στάδιο όσο με την σύνδεση του με την λειτουργία της πόλης και την καθημερινότητα των κατοίκων. Τα μοντέλα του λιανικού εμπορίου ξεφεύγουν από την παραδοσιακή μορφή τους (αγορές στα κέντρα των περιοχών) και αναπτύσσονται γραμμικά κατά μήκος μεγάλων οδικών αξόνων. (Βασίλη, Ζ., 2011: 16-17)

2.2. Οι Κυριότεροι Παράγοντες των Αλλαγών

Οι σημαντικότεροι από τους παράγοντες την δομή και την χωρική οργάνωση του λιανικού εμπόριο αναφέρονται παρακάτω αναλυτικά (Φάκα, Α. ,2004: 8-9):

- Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρούνται αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά στις αναπτυγμένες χώρες. Μελέτες έχουνε δείξει ότι η κατανάλωση φαγητών και ποτών στο σπίτι έχει μειωθεί όχι μόνο λόγω της αλλαγής στις διατροφικές συνήθειες αλλά και σε δημογραφικούς λόγους⁷. Στην πραγματικότητα, ανάγκες που θα μπορούσαν να καλυφθούν μέσα στο νοικοκυριό μετατρέπονται σε αγορές προϊόντων/υπηρεσιών (έτοιμα γεύματα, τρόφιμα με ενσωματωμένες υπηρεσίες.
- Η μέχρι τώρα αύξηση του μέσου εισοδήματος και της αγοραστική δύναμης. Άλλωστε, ο ίδιος ο χαρακτήρας του οικονομικά ενεργού πληθυσμού

⁵ Σε αυτό το γεωγραφικό διαμέρισμα υπάγεται η Ελλάδα, η Ισπανία, η Ιταλία, κ.α.

⁶ Οι οικονομίες κλίμακας δημιουργούνται όταν το παραγόμενο προϊόν αυξάνει με μεγαλύτερο ρυθμό από τους εισρέοντες πόρους (Γιαουτζή Μ., Στρατηγέα Α. 2006: 107)

⁷ Δημογραφικές αιτίες αποτελούν τα ολιγομελή νοικοκυριά, ο αυξανόμενος αριθμός εργαζόμενων μητέρων, ο μεγάλος χρόνος εργασίας, κ.α.

μεταβλήθηκε. Η αύξηση της συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας⁸ οδήγησε σε μεγέθυνση του οικογενειακού εισοδήματος.

- Οι αμέτρητες διαφημίσεις από μέσα επικοινωνίας όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τα περιοδικά και το ιντερνέτ συμβάλουν στην αύξηση της κατανάλωσης.
- Η αύξηση της αγοράς του αυτοκινήτου και η βελτίωση του οδικού δικτύου έκαναν περισσότερο εφικτές και δελεαστικές τις απομακρυσμένες αγορές.

2.3. Οι Σύγχρονες Τάσεις στην Γεωγραφική Οργάνωση του Εμπορίου σε Μεγάλη Κλίμακα

2.3.1. Συγκεντροποίηση

Από τα τέλη της δεκαετίας του 1980 η δύναμη του ισχυρού πόλου της βιομηχανίας που έθετε τους όρους του ανταγωνισμού μετατοπίζεται στις μεγάλες αλυσίδες λιανικού εμπορίου.

Ουσιαστικά, η ραγδαία ανάπτυξη του λιανικού εμπορίου εντοπίζεται τις τελευταίες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα. Η εμφάνιση των τεράστιων εμπορικών αλυσίδων είναι γεγονός κυρίως λόγω των συνεχών επενδύσεων και εξαγορών. Οι επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου μεγεθύνονται με δύο τρόπους. Πολλές μεγάλες χρησιμοποιούν κι τις δύο κατηγορίες μεθόδων επέκτασης που αναφέρονται στην συνέχεια. Σε πρώτη φάση, υπάρχουν αυτές που επεκτείνονται άμεσα λόγω της απευθείας επένδυσης από μεριάς τους. Με αυτήν την μέθοδο η επιχείρηση σχεδιάζει από την αρχή όλες τις φάσεις δημιουργίας μιας καινούριας μονάδας (θέση οικοπέδου, αρχιτεκτονική, μέγεθος, κλπ). Από την άλλη, με την μέθοδο της έμμεσης επέκτασης⁹ διακρίνονται τρεις κατηγορίες:

- Συγχώνευση με μια άλλη επιχείρηση
- Εξαγορά της υφιστάμενης επιχείρησης
- Παροχή δικαιοχρήσης (franchising) και δημιουργία καταστημάτων

Αναλυτικότερα, με την συγχώνευση δύο επιχειρήσεων Α και Β δημιουργείται μια νέα Γ επιχείρηση με σκοπό της βελτίωσης των οικονομικών της νέας μονάδας.

Με την εξαγορά μιας επιχείρησης από μια άλλη αποκτά η δεύτερη τα περιουσιακά στοιχεία της πρώτης με απώτερο σκοπό την επέκταση σε ξένες αγορές όπου δραστηριοποιούνται οι εξαγοραζόμενες επιχειρήσεις. Επομένως, αυτός ο τρόπος προτιμάται όταν επιχειρείται διείσδυση σε νέες γεωγραφικές αγορές καθώς υπάρχει η

⁸ Όσον αφορά το ποσοστό των εργαζόμενων γυναικών ηλικίας 25-59 στις χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης αυξήθηκε από 50% το 1987 σε 56% το 1994. Οι χώρες που πρωτοστατούν είναι η Δανία (73%) και η Βρετανία (67%) ενώ στην Ελλάδα και στην Ισπανία δεν υπερβαίνει το 50%. (Φάκας, Α., 2004: 9)

⁹ Η έμμεση απόκτηση μιας επιχείρησης δίνει τη δυνατότητα άμεσης εδραίωσης στην αγορά

δυνατότητα εκμετάλλευσης της εμπειρίας και τεχνογνωσίας της αποκτηθείσας μονάδας.

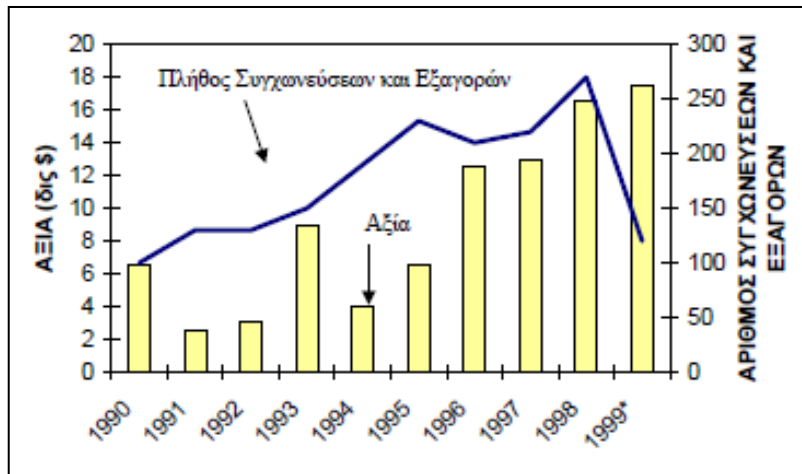
Τέλος, το “franchising” είναι ένα σύστημα διακίνησης αγαθών και υπηρεσιών στον τελικό καταναλωτή. Σύμφωνα με αυτό, ο ιδιοκτήτης παραχωρεί σε τρίτο επιχειρηματία το δικαίωμα να δραστηριοποιηθεί για καθορισμένο χρονικό διάστημα, σε μια συγκεκριμένη περιοχή εκμεταλλευόμενος το εμπορικό σήμα, τα προϊόντα – υπηρεσίες και τον τρόπο λειτουργίας που έχει ορίσει αυτός. Ο τρίτος επιχειρηματίας έχει την υποχρέωση να καταβάλει στον ιδιοκτήτη ένα αντίτιμο με μορφή αμοιβής εισόδου και προμηθειών. Οι όροι λειτουργίας της franchise επιχείρησης καθορίζονται στον συμφωνητικό όμως ο νέος υπεύθυνος έχει την ιδιοκτησία και την διαχείριση της¹⁰. Ο αρχικός ιδιοκτήτης παίρνει το ρίσκο έτσι ώστε να επεκτείνει την δραστηριότητα του ενώ η νέα μονάδα έχει μια ευκαιρία εισόδου στην αγορά με μειωμένο κίνδυνο.

Τα βασικά πλεονεκτήματα που μπορεί να αποφέρει το μεγάλο μέγεθος των αλυσίδων λιανικού εμπορίου συνοψίζονται ως εξής:

- Εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας με την προμήθεια εμπορευμάτων και το marketing. Στην ουσία, οι μαζικές προμήθειες από έναν μικρό αριθμό μεγάλων αλυσίδων οδηγούν σε μειωμένο συνολικό κόστος αγορά και χαμηλή μέση τιμή των αγαθών.
- Άμεση ανταπόκριση στις διακυμάνσεις της ζήτησης. Αλυσίδες που έχουν υπό την κατοχή τους διαφορετικές επωνυμίες καταστημάτων μπορούν να προσφέρουν ποικιλία αγαθών είτε σε χαμηλές είτε σε υψηλότερες τιμές (ανάλογα με το είδος και την ποιότητα των προϊόντων που προσφέρει το καθένα)
- Μεγάλη φήμη και καταξίωση στην αγορά (Φάκα, Α. ,2004: 9-11)

Οι τάσεις συγκεντροποίησης των επιχειρήσεων κατά την δεκαετία του 1990 φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα.

¹⁰ Οι αποφάσεις για την λειτουργία και την διαχείριση πρέπει να είναι σύμφωνες με τους αρχικούς όρους και να μην επηρεάζουν την εικόνα του franchisor και των υπόλοιπων καταστημάτων του δικτύου.



Σχήμα 1: Πλήθος και αξία εξαγορών και συγχωνεύσεων μεταξύ επιχειρήσεων κατά τη δεκαετία του 90'. Πηγή: (Φάκα, Α., 2004:12)

2.3.2. Διεθνοποίηση

Την δεκαετία του 1990 παρατηρήθηκε το φαινόμενο επέκτασης των επιχειρήσεων σε αγορές εκτός της χώρας έδρας τους, γνωστό και ως διεθνοποίηση. Στην Ευρώπη, η διεθνοποίηση έλαβε ιδιαίτερη έκταση με την εγκαθίδρυση της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς (Ε.Ε.Α.) το 1992. Το λιανικό εμπόριο αποκτά διεθνή διάσταση και οι επιχειρήσεις επεκτείνουν την λειτουργία τους πέρα από την εγχώρια αγορά και σε χώρες που διακρίνονται από καλές οικονομικές προοπτικές, μικρό επίπεδο ανταγωνισμού, χαμηλό λειτουργικό κόστος, κ.α. (Φάκα, Α., 2004: 12). Αξίζει να αναφερθεί ότι το 1/3 των μεγάλων εμπορικών αλυσίδων που δραστηριοποιούνται σε παγκόσμια κλίμακα εδρεύουν μόνο στην χώρα τους ενώ με το ίδιο ποσοστό άλλες εμφανίζονται σε μικρό αριθμό γειτονικών χωρών. Όπως και να 'χει δεν καταφέρνουν όλες οι επιχειρήσεις να επεκταθούν και να αυξήσουν τις πωλήσεις τους με επιτυχία.

Οι τάσεις διεθνοποίησης των επιχειρήσεων του εμπορίου προσδιορίζονται από τους παρακάτω παράγοντες (Φάκα, Α., 2004: 14-15) :

- Οι πωλητές λιανικής πώλησης τείνουν να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους πέρα από την εγχώρια αγορά λόγω των υψηλών επιπέδων συγκέντρωσης και του μεγάλου ανταγωνισμού που επικρατεί σε αυτήν. Στόχος τους είναι η εδραίωση νέων μονάδων σε χώρες με αναπτυσσόμενες αγορές, με προοπτικές για οικονομική ευημερία και χαμηλά λειτουργικά έξοδα¹¹.
- Βασικό κριτήριο ανάπτυξης των τάσεων διεθνοποίησης είναι το δημογραφικό. Χώρες με πτωτική αύξηση πληθυσμού¹² παρουσιάζουν λίγες ευκαιρίες ανάπτυξης των λιανικών τομέων. Αντιθέτως, η Κίνα και η Ανατολική Ασία,

¹¹ Σε αυτήν την κατηγορία μπορεί να συναντήσει κανείς χώρες όπως η Πολωνία, η Τσεχία, η Σλοβακία, κ.α. Σε παγκόσμια κλίμακα οι Ευρωπαίοι και Αμερικάνοι λιανοπωλητές στοχεύουν την επέκτασή τους σε χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας.

¹² Σε αυτήν την κατηγορία υπάγεται η Γερμανία, η Ελλάδα, η Ιταλία και η Ισπανία

που ο πληθυσμός αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς, προσελκύουν το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου της Δύσης.

- Ισχυρός παράγοντας διεθνοποίησης είναι οι πολιτιστικές ομοιότητες ανάμεσα στις χώρες. Η διεθνής αγορά χωρίζεται σε μια σειρά εγχώριων επιπέδων που διαφοροποιούνται βάση των καταναλωτικών προτύπων, της κουλτούρας και της αγοραστικής συμπεριφοράς. Κάτι τέτοιο εμποδίζει τις διεθνείς εμπορικές αλυσίδες να πουλούν τα ίδια προϊόντα σε διαφορετικές χώρες και τις αναγκάζει να τα προσαρμόζουν στις τοπικές αγορές απ' όπου τα εμπορεύονται¹³.
- Τέλος, σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι η πολιτική αστάθεια, το αυστηρό και περιοριστικό ρυθμιστικό πλαίσιο και η χαμηλή αγοραστική δύναμη ωθούν πολλές επιχειρήσεις να επεκτείνουν τις δραστηριότητες τους σε άλλες χώρες.

Στην Ευρώπη το φαινόμενο αυτό λειτουργεί αμφίρροπα. Πολλές ξένες επωνυμίες έχουν διεισδύσει στην ευρωπαϊκή αγορά¹⁴ ενώ αντίστοιχα επιχειρήσεις ορισμένων χωρών της Ευρώπης έχουν επεκτείνει τις δραστηριότητες τους σε άλλες χώρες της Ε.Ε.¹⁵ αλλά και σε χώρες εκτός. Οι χώρες προέλευσης προέρχονται από την Δυτική και την Βόρεια Ευρώπη ενώ ως χώρες προορισμοί θεωρούνται οι λιγότερες αναπτυγμένες αγορές της Νότιας Ευρώπης (Πορτογαλία, Ισπανία, Ελλάδα, Ιταλία).

Κάνοντας μια ιστορική αναφορά, στις αρχές της δεκαετίας του 90' η διεθνοποίηση του λιανικού εμπορίου περιοριζόταν σε λίγους ομίλους κυρίως στην Γαλλία, την Γερμανία και την Μεγάλη Βρετανία. Στα μέσα της δεκαετίας το φαινόμενο εμφανίστηκε στην Ολλανδία και στο Βέλγιο. Οι επιχειρήσεις αυτών των χωρών επέλεξαν για προορισμούς επέκτασης χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, οι οποίες αποδείχθηκαν αγορές μακροχρόνιων αποδόσεων. Όσον αφορά την Νότια Ευρώπη, η αγορά της πλεονεκτεί έναντι των παραπάνω χωρών καθώς συνδυάζει υψηλή αγοραστική δύναμη με πολλά περιθώρια ανάπτυξης.

Στο κεντρικό τμήμα της Ευρώπης υπάρχουν σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης των υπεραγορών κυρίως λόγω του χαμηλού επιπέδου ανταγωνισμού, των ελαστικών κανονισμών που επικρατούν σε αυτό το τμήμα. Η μεγάλη πολιτιστική συγγένεια των χωρών της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης επιτρέπουν την ανάπτυξη διασυνοριακών διαδικασιών διανομής και ως προέκταση οικονομιών κλίμακας. Επιπλέον, μέχρι πριν λίγα χρόνια η Ευρώπη απολάμβανε περίοδο οικονομικής ανάπτυξης μετά την κατάρρευση του κομμουνισμού και το άνοιγμα της αγοράς. Τα δεδομένα της οικονομικής κρίσης που πλήττει τα τελευταία χρόνια αυτές τις χώρες μεταβάλλουν την κατάσταση και αναλύονται σε επόμενα κεφάλαια. (Φάκα, Α., 2004: 15-16)

¹³ Για παράδειγμα τα McDonalds προσφέρουν διαφοροποιημένα προϊόντα σε όλη την Ευρώπη

¹⁴ Στην Ευρώπη οι πωλήσεις των ξένων επιχειρήσεων αντιστοιχούν στο 25% των συνολικών πωλήσεων της ηπείρου.

¹⁵ Κυρίως λόγω της ομοιογένειας που παρουσιάζουν οι οικονομίες αυτών των κρατών, της γειννίας αλλά και των κοινών κανόνων εμπορίου στην Ε.Ε.Α.

2.4. Οι Σύγχρονες Τάσεις στην Γεωγραφική Οργάνωση του Εμπορίου σε Αστικό Επίπεδο. Η Αποκέντρωση του Λιανικού Εμπορίου

Μετά το 1980, οικονομικοί και κοινωνικοί παράγοντες προκάλεσαν μεγάλες αλλαγές στον κλάδο του λιανικού εμπορίου με αποτέλεσμα την ριζική χωρική του αναδιάρθρωση. Η μεγάλη αλλαγή αφορά την μετατόπιση του εμπορίου από το παραδοσιακό κέντρο της πόλης, το οποίο αποτελούσε ανέκαθεν τον κεντρικό πυρήνα, σε προαστιακές περιοχές. Ουσιαστικά, το φαινόμενο της αποκέντρωσης του εμπορίου εμφανίζεται στις αρχές του 1990 και οφείλεται σε μεγάλο βαθμό για την αποδυνάμωση των παραδοσιακών κεντρικών αγορών. Μέχρι το 1960 το εμπορικό κέντρο κάθε πόλης φιλοξενούσε τα καταστήματα πώλησης ενδυμάτων, υποδημάτων, κοσμημάτων, επίπλων και άλλων ειδών, ενώ περιμετρικά εντοπιζόνταν τα καταστήματα τροφίμων έτσι ώστε να μπορέσουν να καλύψουν τις καθημερινές ανάγκες όλου του πληθυσμού. Οι πρώτες αλλαγές που παρατηρήθηκαν ήταν οι εξής:

- Απομακρύνθηκαν περιμετρικές εμπορικές δραστηριότητες όπως τα καταστήματα τροφίμων και χονδρικού εμπορίου
- Απομακρύνθηκαν τα καταστήματα πώλησης επίπλων και ηλεκτρικών ειδών
- Αναπτύχθηκαν νέες εμπορικές δραστηριότητες και δραστηριότητες εστίασης και παροχής υπηρεσιών όπως εστιατόρια, φαστ φουντ, καφετέριες, φαρμακεία, ζαχαροπλαστεία, ταξιδιωτικά γραφεία, δισκοπωλεία, κ.α.

Η μεγαλύτερη, ίσως, αλλαγή στον τομέα του λιανικού εμπορίου σχετίζεται με την εμφάνιση των πολυκαταστημάτων. Είναι επιχειρήσεις που απασχολούν πολλούς εργαζόμενους και πωλούν μια μεγάλη γκάμα προϊόντων τα οποία ταξινομούνται σε ξεχωριστά τμήματα ανά κατηγορία. Το πρώτο πολυκατάστημα εμφανίστηκε στο Παρίσι και πρωτοτυπούσε απέναντι στα πρότυπα λιανικού εμπορίου που επικρατούσαν στην Ευρώπη ενώ αργότερα εμφανίστηκαν σε περισσότερες χώρες της ηπείρου και στις ΗΠΑ. Τα καταστήματα αυτά σταδιακά πήραν την σύγχρονη μορφή που επικρατεί σήμερα.

Οι κύριες θέσεις χωροθέτησης τους είναι περιοχές με εύκολη πρόσβαση και χαμηλές αξίες γης, συνήθως σε σχετική απόσταση από το κέντρο μιας πόλης. Σε τέτοιες περιοχές δημιουργήθηκαν τα Πάρκα Λιανικού Εμπορίου (ΠΛΕ) που αφορούν οργανωμένους χώρους συγκέντρωσης μεγάλων καταστημάτων λιανικού εμπορίου με τις κατάλληλες υποδομές όπως χώρους στάθμευσης, εστιατόρια, καφετέριες, κ.α. Στην πραγματικότητα, οι αρχικές θέσεις που επιλέγονταν για την δημιουργία τέτοιων συγκροτημάτων ήταν αυτές στις οποίες επρόκειτο να εμφανιστεί ο μεγαλύτερος αριθμός πελατών. Έπειτα λαμβανόταν και άλλοι παράγοντες υπόψη όπως η ανταγωνιστικότητα της τοποθεσίας, οι κυκλοφοριακές ροές, η εγγύτητα των δημοσίων συγκοινωνιών και οι άλλες εμπορικές χρήσεις της περιοχής. Πλέον, σημαντικό κριτήριο χωροθέτησης τέτοιων συγκροτημάτων αποτελεί η προοπτική

ανάπτυξης της περιοχής όπως για παράδειγμα η δημιουργία ενός νέου σταθμού μετρό. (Φάκα, Α., 2004: 16-18)

Στην Ευρώπη, στόχο για την εγκατάσταση λιανικών επιχειρήσεων αποτελούν τα αεροδρόμια, τα λιμάνια, οι σιδηροδρομικοί σταθμοί μεγάλων πόλεων και οι μεταφορικοί κόμβοι καθώς βασίζονται στον σταθερό χρόνο αναμονής επιβατών και επισκεπτών.

Ουσιαστικά, τα ΠΛΕ και οι νέες εμπορικές κεντρικότητες αν και πρωτοεμφανίστηκαν στις χώρες της Βορείου Αμερικής και στις ιστορικές χώρες της Ευρώπης, τις τελευταίες δεκαετίες αποκτούν σημαντικό έδαφος στις μεσογειακές χώρες¹⁶. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Ελλάδα καθώς στις πόλεις στις Αθήνας και της Θεσσαλονίκης παρατηρείται ανάπτυξη μεζονέτων και μεγάλων συγκροτημάτων εμπορικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων κατά μήκος περιφερειακών οδών και αυτοκινητόδρομων. Αυτά τα εμπορικά και ψυχαγωγικά πολύκεντρα περιλαμβάνουν κινηματογράφους, καφετέριες, μπαρ, εστιατόρια, supermarkets, αλυσίδες εμπορικών καταστημάτων, γυμναστήρια και πάρκα αναψυχής. Το Mediterranean Cosmos στην Θεσσαλονίκη και το the Mall Athens στο Μαρούσι Αττικής δημιουργούν νέες κεντρικότητες στον περιαστικό χώρο των δύο περιοχών. (Γκιθώνα, Σ. ,2011 :59)



Εικόνα 3: Το εμπορικό κέντρο Mediterranean Cosmos στην Θεσσαλονίκη.
(www.skyscrapercity.com)

Η μεγάλη στροφή στην αποκέντρωση του λιανικού εμπορίου οφείλεται σε ορισμένους παράγοντες οι οποίοι πηγάζουν από την εξέλιξη της αστικής ανάπτυξης των πόλεων. Αρχικά, σημαντικός παράγοντας ήταν η προτίμηση των προαστίων για μόνιμο τόπο κατοικίας από τους κατοίκους μεγάλων αστικών κέντρων δημιουργώντας έτσι ένα νέο επίπεδο τοπικής ζήτησης την οποία καλούνται να καλύψουν οι εμπορικές μονάδες. (Φάκα, Α., 2004: 19)

¹⁶ Στην Γαλλία, Ισπανία και Γαλλία έχουμε εμφάνιση μονοκατοικιών ή διπλοκατοικιών με μεσοτοιχία κοντά σε αυτοκινητόδρομους περιαστικών περιοχών.

Εκτός από την μεγάλη ανάπτυξη των προαστίων σημαντικό ρόλο έπαιξε η αύξηση της ιδιοκτησίας του Ι.Χ. με αποτέλεσμα την αύξηση της κινητικότητας και την διευκόλυνση των μεγάλων μετακινήσεων με σκοπό τις αγορές.

Στην συνέχεια, λόγω της μετακίνησης της βιομηχανικής παραγωγής στα προάστια μετατοπίστηκαν και οι θέσεις εργασίας σε αυτές τις περιοχές. Οι παράγοντες που οδήγησαν και αυτήν την αλλαγή ήταν τα προβλήματα των ενδοαστικών περιοχών (συμφόρηση, ρύπανση, κλπ) καθώς και τα πλεονεκτήματα των προαστίων όπως η φθηνή γη, οι μεγάλες εκτάσεις, η εύκολη πρόσβαση λόγω της ανάπτυξης του οδικού δικτύου, κ.α. (Βασίλη, Ζ., 2011:20). Οι ίδιοι οι έμποροι επιλέγουν τις περιοχές αυτές λόγω των πλεονεκτημάτων που αναφέρθηκαν τα οποία δίνουν ελευθερία στην δημιουργία μεγάλων χώρων στάθμευσης ικανών να εξυπηρετήσουν ένα μεγάλο κύμα πελατών.

Το φαινόμενο της αποκέντρωσης του κλάδου του λιανικού εμπορίου επιφέρει μια σειρά από αρνητικές συνέπειες οι οποίες συνοψίζονται ως εξής:

- Η πτώση της ανταγωνιστικής θέσης των κέντρων των πόλεων και η αδυναμία δημιουργίας μιας νέας δραστηριότητας σε μικρή απόσταση από μια ήδη υπάρχουσα.
- Η ανικανότητα μικρότερων καταστημάτων να αξιοποιήσουν νέες εγκαταστάσεις εξωκεντρικών αγορών.
- Η κυκλοφοριακή συμφόρηση που δημιουργείται από τις νέες εγκαταστάσεις

Στον αντίποδα αυτής της κατάστασης, η αποκέντρωση του εμπορίου χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένα θετικά οφέλη όπως η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, η προσφορά ενός ευρύτερου φάσματος ευκαιριών αγοράς στον πληθυσμό που διαθέτει αυτοκίνητο, τα κίνητρα για αποκατάσταση και ανάπλαση των κεντρικών περιοχών αλλά και η μείωση του κυκλοφοριακού φόρτου στα κέντρα των πόλεων. (Βασίλη, Ζ., 2011:20)

3. ΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η μορφή του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα μέχρι προσφάτως χαρακτηριζόταν από την κυριαρχία πολυάριθμων μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων οι οποίες απασχολούσαν μικρό αριθμό εργαζομένων και κατείχαν μικρά ποσοστά η κάθε μια στον συνολικό τζίρο του εμπορικού κλάδου. (Φάκα, Α. ,2004:22).

Οι πολυάριθμες, όμως, επιχειρήσεις κατατάσσουν το εμπόριο ως τον μεγαλύτερο «εργοδότη» της ελληνικής οικονομίας. Συνολικά στην Ελλάδα υπάρχουν πάνω από 300.000 εμπορικές επιχειρήσεις (95% στο σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων) και απασχολούν πάνω από 800.000 άτομα. Το δυναμικό που απασχολείται στα καταστήματα αφορά περιλαμβάνει σε μεγάλο βαθμό γυναίκες και νέους οι οποίοι πλήττονται από την ανεργία γεγονός που φανερώνει τον μεγάλο κοινωνικό ρόλο που καλείται να παίζει το λιανικό εμπόριο. (Βασίλη, Ζ., 2011:21)

Τα τελευταία χρόνια, ανεξέλεγκτη και ασχεδίαστη χωροθέτηση πολυκαταστημάτων και πολυχώρων καθώς και η εντεινόμενη οικονομική ύφεση έχει οδηγήσει σε ερήμωση των κέντρων των πόλεων και σε σημαντική αύξηση των «λουκέτων» των εμπορικών καταστημάτων.

3.1. Το Εμπόριο στις Χρονικές Τομές

Παρατηρώντας την εξέλιξη του εμπορίου σε βάθος χρόνου εντοπίζεται μια μετατόπιση των εμπορικών εγκαταστάσεων από το παραδοσιακό κέντρο της πόλης, στα προάστια και την δημιουργία μιας νέας πραγματικότητας. Αρχικά, η εμπορική λειτουργία θεωρήθηκε ως βασική συνισταμένη της πρώιμης αστικοποίησης ενώ η οικονομία στηριζόταν σε εναλλακτικές πρακτικές. Σε αυτό το στάδιο η εμπορική δραστηριότητα αποτελούσε βασικό θεμέλιο για την δημιουργία της ίδιας της πόλης και δεν συνδεόταν με γεωμετρικούς όρους με αυτήν.

3.1.1. Το εμπόριο μέχρι τον 19^ο αιώνα

Στην κλασική αρχαιότητα (5^{ος}-4^{ος} αι. π.Χ.) οι εμπορικές δραστηριότητες συγκεντρώνονται στον χώρο της Αγοράς και αποτελούν μόνιμες εγκαταστάσεις. Η αγορά διέθετε συμβολική σημασία και στηριζόταν στο πνεύμα της Δημοκρατίας που κυριαρχούσε στην αρχαία κοινωνία. Ο χαρακτήρας της ήταν δημόσιος, πολιτικός, διοικητικός, οικονομικός, κοινωνικός, πολιτιστικός και πνευματικός καθώς ήταν ο χώρος που φιλοξενούσε πολιτικές αγορεύσεις αλλά και θρησκευτικές συζητήσεις.



Εικόνα 4: Τοπογραφικό διάγραμμα της Αθήνας του 5^{ου} αιώνα. Πηγή: (Φραγκόπουλος, Γ. , Παπασυμέων, Χ. :2013)

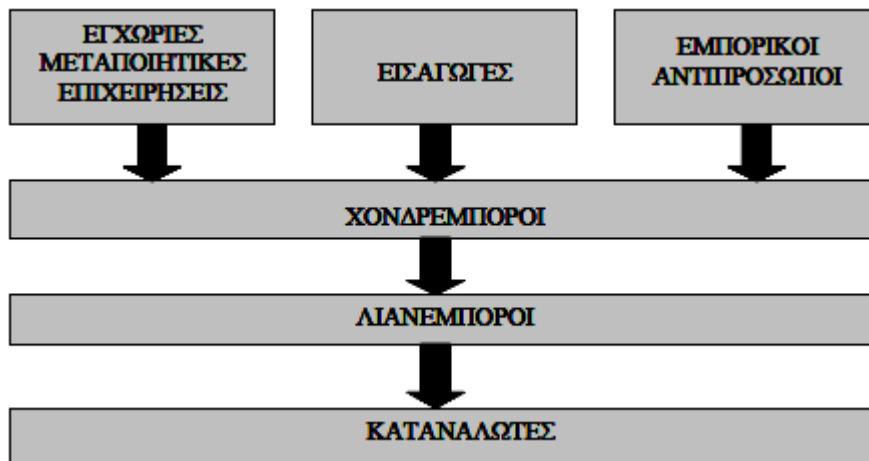
Στις αρχές του Μεσαίωνα, το φεουδαρχικό σύστημα εδραιώνεται στην βιοτεχνική παραγωγή και οι μεσαιωνικές πόλεις, που αποτελούν πλέον κόμβους εμπορευματικής δραστηριότητας με την βοήθεια αναπτυγμένων συντεχνιών, έπαιξαν μεγάλο ρόλο στην κατάργηση των υπαρχουσών σχέσεων της φεουδαρχίας και έδωσαν ώθηση για την ανάδυση του καπιταλιστικού πνεύματος και την κυριαρχία του κέρδους. Παρατηρείται επίσης έντονη διαφοροποίηση ανάμεσα στην πόλη και στην ύπαιθρο μεταφρασμένη σε αντίθεση του νέο-αναπτυσσόμενου καπιταλισμού και του παλαιού φεουδαλισμού. Και σε αυτά τα χρόνια η Αγορά διαδραματίζει σημαντικό ρόλο, διατηρώντας την κεντρικότητα της. Αυτήν την περίοδο παρατηρείται έντονη αστικοποίηση αφού λόγω προνομίων που παραχωρούνται στους κατοίκους, αυτοί εγκαταλείπουν την γη που πλέον δεν τους άνηκε και συρρέουν προς τα αστικά κέντρα. Επομένως, η μεσαιωνική πόλη είχε την μορφή ενός προκαπιταλιστικού τύπου άστεως ενώ η αστική τάξη ήταν ο φορέας του σύγχρονου καπιταλισμού και του σύγχρονου κράτους.

Το σκηνικό αρχίζει να αλλάζει από τον 18^ο αιώνα με την εμφάνιση των πρώτων στοιχείων εκβιομηχάνισης. Παρατηρείται αποδέσμευση του ανθρώπου από την φύση, μέσω της ανάπτυξης της τεχνολογίας, και η κοινωνία αποκτά βιομηχανικό χαρακτήρα που την διαφοροποιεί από την αρχαία και μεσαιωνική. Εμφανίζονται οι στοές που απευθύνονται κυρίως στους μεσοαστούς και έπειτα τα καταστήματα νεωτερισμού, εισάγοντας έτσι ένα νέο είδος κατανάλωσης. Πλέον, οι καταναλωτές έχουν τον πρώτο λόγο για την κάλυψη των αναγκών τους ενώ παραμένει η κεντρική θέση των εμπορικών δραστηριοτήτων. (Φραγκόπουλος, Γ. , Παπασυμέων, Χ. :2013).

3.1.2. Η περίοδος 1950 - 1990

Μεταπολεμικά, η οικονομική πολιτική που ακολουθείται στο ελληνικό κράτος δεν ευνόησε ιδιαίτερα το εμπόριο. Το μεγάλο ενδιαφέρον στρέφεται προς τους παραγωγικούς κλάδους και συγκεκριμένα προς την εκβιομηχάνιση και την ενίσχυση της γεωργικής παραγωγής. Το εμπόριο εμφάνιζε οικογενειακό χαρακτήρα, το επίπεδο κατάρτισης και εκπαίδευσης των εμπλεκόμενων ήταν χαμηλό ενώ περιορισμένος ήταν και ο αριθμός των Ανώνυμων Εταιριών.

Ο εμπορικός κλάδος λειτουργούσε όπως φαίνεται στο σχήμα 2. Οι εμπορικές επιχειρήσεις προμηθεύονταν τα καταναλωτικά αγαθά από επιχειρήσεις μεταποίησης που λειτουργούσαν στην χώρα, από εισαγωγές καθώς και από εμπορικούς αντιπροσώπους. Οι χονδρέμποροι αποτελούσαν τον απαραίτητο δίαυλο ανάμεσα στο λιανεμπόριο και στα εισερχόμενα αγαθά και είχαν την ευθύνη να προμηθεύουν εμπορεύματα κυρίως σε μικρούς εμπόρους οικογενειακών επιχειρήσεων. Ουσιαστικά το λιανικό εμπόριο λειτουργούσε γραμμικά καθώς τα μικρά καταστήματα προμηθεύονταν σχετικά περιορισμένες ποσότητες αγαθών τις οποίες πουλούσαν στους καταναλωτές. (Φάκα, Α. ,2004:23)



Σχήμα 2: Οι δίαυλοι διανομής προϊόντων στην Ελλάδα μέχρι το 1960. (Φάκα, Α. ,2004:23)

Οι βασικοί λόγοι που επικράτησαν οι επιχειρήσεις μικρού μεγέθους και οικογενειακού χαρακτήρα ήταν η εξής (Βασίλη, Ζ., 2011 :22):

- Το ανεπαρκές οδικό και σιδηροδρομικό δίκτυο καθώς και η φυσική γεωγραφία της χώρας συνέβαλαν στη δημιουργία απομακρυσμένων τοπικών αγορών. Στην ουσία, το μεγαλύτερο μέρος της ηπειρωτικής ενδοχώρας έχει ορεινό χαρακτήρα ενώ η νησιώτικη ζώνη περιλαμβάνει παραπάνω από 100 νησιά. Επιπλέον, πέρα από το 50% του πληθυσμού που ζει στα δύο μεγάλα αστικά κέντρα (Αθήνα – Θεσσαλονίκη) έχει αναπτυχθεί ένα δίκτυο μικρού και μεσαίου μεγέθους πόλεων. Σαν αποτέλεσμα, τα εμπορικά καταστήματα δρούσαν σε συνθήκες χωρικού μονοπωλίου σε πολύ προστατευμένες αγορές.

- Η τάση των τέκνων να ακολουθούν τα οικογενειακά επαγγέλματα και η ιδιότητα του ελεύθερου επαγγελματία να περνάει από γενιά σε γενιά
- Τα χαμηλά εισοδήματα και η χαμηλή εισροή κεφαλαίου εμπόδιζε την δημιουργία μεγάλων καταστημάτων
- Οι κρατικοί περιορισμοί¹⁷ στις εμπορικές δραστηριότητες οδηγούσαν στην αποθάρρυνση των επενδύσεων

Επιπλέον, μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1980 η Ελλάδα δεν αποτελούσε πόλο έλξης ξένων επενδύσεων στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Πέρα από την κυριαρχία των μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων, τους αγορανομικούς ελέγχους, τους περιορισμούς στις τιμές και στην αποδοτική εκμετάλλευση του κεφαλαίου, μια σειρά από άλλα αίτια οφείλονται για την αποθάρρυνση των ξένων επενδύσεων (Φάκα, Α., 2004:31):

- ✓ Η μεταπολεμική οικονομική και πολιτική κατάσταση ήταν αβέβαιη και ασταθής γεγονός που λειτουργούσε αρνητικά για ξένες επενδύσεις
- ✓ Ο ισχύον πολεοδομικός κανονισμός δυσκόλευε την δημιουργία νέων εμπορικών μονάδων καθώς και οι υψηλές αξίες γης.
- ✓ Το ανεπαρκές οδικό δίκτυο, τα χαμηλά επίπεδα ιδιοκτησίας αυτοκινήτων καθώς και η έλλειψη κατάλληλων μέσων συγκοινωνίας στις μεγάλες πόλεις δημιουργούσαν προβλήματα μετακίνησης του αγοραστικού κοινού σε περιφερειακά εμπορικά κέντρα και επιχειρήσεις.
- ✓ Η μεγάλη απόσταση της θέσης της Ελλάδας από το κέντρο βάρους της ευρωπαϊκής οικονομίας.
- ✓ Μεγάλο ποσοστό του ελληνικού πληθυσμού ήταν αυτάρκες και ικανοποιούσε τις διατροφικές του ανάγκες εκτός αγοράς.

Το 1960 αποτελεί μια σημαντική ημερομηνία αλλαγών σχετικά με το λιανικό εμπόριο. Οι μεταβολές που παρατηρήθηκαν σχετίζονταν κυρίως με τον κλάδο των τροφίμων και ήταν μικρής έντασης, αλλά θεωρήθηκαν προάγγελοι σημαντικότερων εξελίξεων την δεκαετία του 90’.

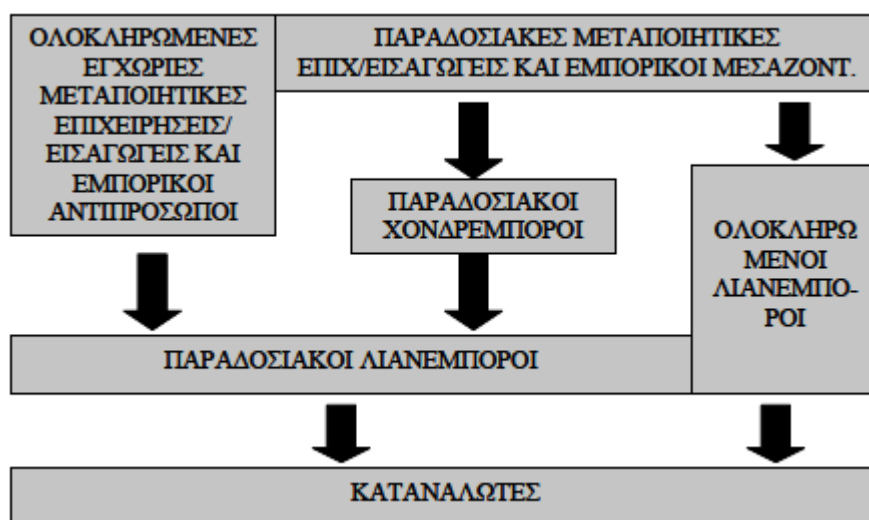
Το 1965 η εταιρία «Μαρινόπουλος» συνεργάστηκε με την γαλλική εταιρία “Prisunic” και δημιούργησαν το πρώτο σουπερ μάρκετ με την επωνυμία των δύο εταιριών της συμμαχίας. Ουσιαστικά, αυτό αποτέλεσε την πρώτη ξένη επένδυση στην Ελλάδα. Στην συνέχεια και άλλες εταιρίες όπως ο «Σκλαβενίτης» και ο «Βασιλόπουλος» ακολούθησαν την ίδια τακτική κερδίζοντας, δημιουργώντας οικονομίες κλίμακας και κερδίζοντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα απέναντι σε άλλες μικρότερες εταιρίες. Όμως, η επιβολή ορίων στις ανώτατες και κατώτατες τιμές των αγαθών οδήγησε στο να στρέψουν το ενδιαφέρον του στην καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους και στην αύξηση του μεγέθους τους.

¹⁷ Οι σημαντικότεροι περιορισμοί αφορούσαν περιορισμένα ωράρια εργασίας ώστε να συμπίπτουν με τις ώρες απασχόλησης άλλων τομέων, κρατικοί έλεγχοι ελεύθερης διακίνησης και προσδιορισμού τιμών που οδηγούσαν στην δημιουργία χωριστών κλειστών αγορών καθώς και υψηλό κόστος εφοδιασμού διακίνησης και αποθήκευσης των εμπορευμάτων. (Φάκα, Α., 2004:30)

Παρατηρώντας αυτήν την κατάσταση και πάντα σε συνδυασμό με το χαλαρό θεσμικό πλαίσιο, μικρότερες εταιρίες επιχείρησαν να μιμηθούν τις μεγαλύτερες εταιρίες τροφίμων και να υιοθετήσουν οι ίδιες τον τίτλο του «σούπερ μάρκετ». Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να αρχίσουν να κλείνουν πολλά παραδοσιακά παντοπωλεία¹⁸.

Μια δεκαετία αργότερα (1970) αναπτύσσονται σημαντικά τα σούπερ μάρκετ σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη ενώ κοντά στο 1980 επεκτείνονται και στην επαρχία παρουσιάζοντας μέχρι το 1989 συνολική αύξηση 122,3%. Έτσι την περίοδο αυτή, δημιουργούνται οι πρώτες υπεραγορές (hypermarkets) με χαρακτηριστικότερα παραδείγματα τα ΥΠΕΡ του Μαρινόπουλου, τα MEGA-AB του ΑΒ-Βασιλόπουλος και τα EUROSPAR του Βερόπουλου. (Φάκα, Α. ,2004:31-32)

Σημαντικές ήταν και οι αλλαγές στους διαύλους διανομής των αγαθών την δεκαετία του 80'. Συγκεκριμένα, οι εμπορικές μονάδες προμηθεύονταν πλέον τα προϊόντα από ολοκληρωμένες εγχώριες επιχειρήσεις μεταποίησης οι οποίες εκτός των άλλων εισήγαγαν και έτοιμα προϊόντα. Οι μεταποιητικές επιχειρήσεις σε συνδυασμό με τους ολοκληρωμένους έμπορους λιανικής πώλησης περιόρισαν την ενδιάμεση δραστηριότητα των χονδρεμπόρων. (Σχήμα 3)



Σχήμα 3: Οι δίαυλοι διανομής προϊόντων στην Ελλάδα μέχρι τα μέσα του 1980. (Φάκα, Α. ,2004:33)

3.1.3. Η περίοδος από το 1990 μέχρι σήμερα

Στις αρχές του 1990 παρατηρούνται απότομες αλλαγές στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Οι αλλαγές αυτές επηρέασαν κυρίως τους καταναλωτές οι οποίοι αντιμετώπιζαν μια σημαντική οικονομική ύφεση και ανεργία καθώς και τους μικρομεσαίους εμπόρους. Επιπλέον, δημιουργούνται νέοι τύποι καταναλωτικών αγαθών και καταστημάτων, τα οποία με την σειρά τους θα εντείνουν των ανταγωνισμό. Είναι η περίοδος που εισέρχονται οι μεγάλες ξένες επιχειρήσεις στην

¹⁸ Χαρακτηριστικά την χρονική περίοδο 1980-1989 τα παραδοσιακά παντοπωλεία μειώθηκαν κατά 20,8%

ελληνική αγορά με αποτέλεσμα την ολική αναδιάρθρωση του λιανικού εμπορίου. Ιδιαίτερα ευάλωτες σε αυτήν την κατάσταση αποδείχθηκαν οι μικρές και μεσαίες εμπορικές μονάδες, οι οποίες δεν μπορούσαν να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό που δημιουργήθηκε με την κακή οργάνωση και την έλλειψη διαφήμισης και σύγχρονων μεθόδων εμπορίας να δυσκολεύουν περισσότερο τα πράγματα. (Φάκα, Α. ,2004:33-34)

Οι σημαντικότερες αλλαγές άρχισαν να διακρίνονται στα δύο μεγάλα αστικά κέντρα ενώ λίγο αργότερα τα νέα δεδομένα εμφανίστηκαν και σε αστικά κέντρα μεσαίου μεγέθους όπως η Λάρισα, η Πάτρα και το Ηράκλειο.

Οι σημαντικότεροι παράγοντες που προκάλεσαν την αναδιάρθρωση του ελληνικού εμπορίου την δεκαετία του 90' αναφέρονται ως εξής (Φάκα, Α. ,2004:34-35):

- Με την εγκαθίδρυση του Ε.Ε.Α. το 1992 επεκτείνονται οι ώρες λειτουργίας των καταστημάτων¹⁹ ενώ καταργούνται οι υπερωρίες και η μερική απασχόληση. Στον τομέα των τροφίμων όπως το ψωμί, το κρέας και το ψάρι δίνονται δικαιώματα πώλησης και σε άλλες επιχειρήσεις πέρα αυτές που είχαν τα αποκλειστικά προνόμια. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι δόθηκε ευελιξία στους εμπόρους ως προς το είδος και τις τιμές των αγαθών που ζητούσαν οι καταναλωτές.
- Το ενδιαφέρον των ξένων εταιριών να επενδύσουν στην Ελλάδα αυξήθηκε σημαντικά. Από την μία οι κορεσμένες ξένες αγορές και από την άλλη η φιλελευθεροποίηση του εμπορίου δημιούργησε πρόσφορο έδαφος εισχώρησης ξένων επιχειρήσεων στην ελληνική αγορά η οποία μέχρι τότε συγκεντρωνόταν στα δύο αστικά κέντρα και εμφάνιζε αδύναμο ανταγωνισμό.
- Σημαντικές ήταν και οι αλλαγές στην καταναλωτική ζήτηση η οποία μέχρι τότε εύρισκε εμπόδια στους ισχύοντες νομοθετικούς περιορισμούς και ενισχύθηκε από την ραγδαία ανάπτυξη του ΙΧ.

Η εισχώρηση των ξένων επιχειρήσεων επιτυγχάνετε μέσα από την εξαγορά μικρότερων επιχειρήσεων που έχουν στην κατοχή τους έναν μικρό αριθμό καταστημάτων. Από τους πρώτους κλάδους που αποτέλεσαν πόλο έλξη για τις ξένες εταιρίες ήταν αυτός του έτοιμου ενδύματος, των υποδημάτων, των οικιακών και ηλεκτρικών ειδών, κ.α. οι οποίοι στις αρχές τις δεκαετίας του 1990 βρισκόταν σε μεγάλη ανταγωνιστική πίεση σε όλες τις αναπτυγμένες χώρες. Οι ξένες επιχειρήσεις εισχώρησαν στην ελληνική αγορά με την μέθοδο της δικαιοχρήσης. Από τις πρώτες εταιρίες που εμφανίστηκαν με αυτά τα δεδομένα ήταν το 1980 η «Benetton» με τα έτοιμα ενδύματα.

Αναλυτικότερα, αφού αναφέρθηκαν οι παράγοντες αλλά και τα πρώτα δείγματα της μεγάλης αναδιάρθρωσης του λιανικού εμπορίου, στις παραγράφους που ακολουθούν

¹⁹ Σε 68 ώρες εβδομαδιαίως εκτός Κυριακών

περιγράφονται οι κυριότερες αλλαγές που έλαβαν χώρα την τελευταία δεκαετία του 20^{ου} αιώνα. (Φάκα, Α. ,2004:37-43):

Εισαγωγή νέων τύπων καταστημάτων

Οι νέες μονάδες καταστημάτων είχαν συνολική επιφάνεια άνω των 2.500 τ.μ. και προσέφεραν στον καταναλωτές μεγάλη ποικιλία οικιακών και ηλεκτρικών ειδών. Η εταιρία που βρισκόταν στην πιο υψηλή θέση της ιεραρχίας αυτού του είδους επιχειρήσεων θεωρήθηκε το “Praktiker”²⁰.

Παράλληλα, το 1991, εμφάνιση έκαναν και μεγάλες υπεραγορές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η γαλλική εταιρία Promodes η οποία δημιούργησε το πρώτο υπερ-κατάστημα με την επωνυμία “Continent” το οποίο διέθετε μεγάλη ποικιλία τροφίμων, ειδών οικιακής χρήσης, ηλεκτρικών συσκευών, κ.α. Το 1993 η Promodes εξαγόρασε το 20% της εταιρίας Μαρινόπουλος και εξαπλώθηκε ραγδαία στην αγορά. Τα πρώτα καταστήματα της επωνυμίας Continent λειτούργησαν σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο και Λάρισα ενώ όταν στον κλάδο εμφανίστηκε η εταιρία Carrefour (1999) η Promodes συγχωνεύτηκε μαζί της και οι υπεραγορές μετονομάστηκαν σε Carrefour.

Ανάπτυξη των σούπερ μάρκετ με επιφάνεια μεγαλύτερη των 2000 τ.μ.

Η μορφή των παλαιότερων σούπερ μάρκετ εξελίσσεται αλλά δεν εξισώνεται με αυτή των υπερ-αγορών. Όμως, παραμένει σημαντικό το γεγονός ότι οι νέες αυτές μορφές εξαπλώθηκαν με μεγάλη ταχύτητα σε όλα τα επίπεδα της ελληνικής αστικής ιεραρχίας. Για να ανταπεξέλθουν στις συνθήκες ανταγωνισμού που είχαν δημιουργηθεί στην αγορά ακολούθησαν τις διαδικασίες εξαγορών και συγχωνεύσεων με αποτέλεσμα, ενώ το 1995 όπου άνηκαν 999 καταστήματα σε αλυσίδες σούπερ μάρκετ, το 1999 ο αριθμός έφτασε τα 1729 καταστήματα. Σαν αποτέλεσμα ο κλάδος του λιανικού εμπορίου οδηγήθηκε σε μεγάλο ανταγωνισμό μέσω του «πολέμου» των μικρών καταστημάτων με μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ ο οποίος διεκδικούν μερίδιο σε μια αγορά που μέχρι τότε ελεγχόταν από καταστήματα της γειτονιάς.

Το 1995 εισχωρεί η ισπανική εταιρία Dia στην αγορά η οποία ήταν θυγατρική της Promodes και δραστηριοποιούνταν στο χώρο του hard discount. Η εταιρία συνεργάζεται με τον Μαρινόπουλο και το 1998 δημιουργεί νέα καταστήματα σε περιοχές εκτός των αστικών κέντρων με την μέθοδο του franchising. Σαν αποτέλεσμα, το 2001 τα 37 από τα 238 σούπερ μάρκετ της Ελλάδας ήταν της Dia.

Όσον αφορά την γερμανική εταιρία Lidl, η οποία δραστηριοποιείται αντίστοιχα στο hard discount, εμφανίστηκε το 1999 με εμφάνιση στην ανάπτυξη της στην Βόρεια Ελλάδα απ’όπου κατάγονταν οι περισσότεροι Έλληνες μετανάστες στην Γερμανία και γνώριζαν το σήμα της. Το 2000 η Carrefour πραγματοποιεί συμμαχία με τον

²⁰ Το εμπορικό κατάστημα προέκυψε από κοινοπραξία της γερμανικής εταιρίας Asko και της ελληνικής με προϊόντα ξυλείας Shelman. Μέχρι το 2001 η εταιρία αυτή διέθετε 6 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα.

όμιλο Μαρινόπουλο και έτσι δημιουργήθηκε εξ'ημισείας η Ανώνυμη Εταιρία Carrefour – Μαρινόπουλος.

Εισαγωγή πολυκαταστημάτων ξένων επιχειρήσεων

Μέχρι το 1980 τα περιορισμένα πολυκαταστήματα που είχαν δημιουργηθεί στον ελληνικό χώρο ήταν στην ιδιοκτησία ελλήνων επιχειρηματιών. Μπορούσε κανείς να τα εντοπίσει σε κεντρικές περιοχές των δύο μεγάλων αστικών κέντρων, με επιφάνεια να μη ξεπερνάει τα 5.000 τ.μ. και χωρίς ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό σχεδιασμό. Με την είσοδο ξένων επιχειρήσεων στον κλάδο των πολυκαταστημάτων (1990) έχουμε αύξηση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις εμπορικές αλυσίδες και στα καινούρια μεγάλης κλίμακας καταστήματα. Τα δεύτερα εμφανίζονται βελτιωμένα τόσο σε επίπεδο παροχών όσο σε όψη και λειτουργία.

Οι σημαντικότερες συμφωνίες αυτού του κλάδου ήταν μεταξύ των εταιριών Marks & Spencer και Μαρινόπουλος Α.Ε. καθώς και της British Home Store με την Κλαουδάτος Α.Ε. Τα πολυκαταστήματα λειτούργησαν σύμφωνα με τα πρότυπα που έθεσε ο ξένος εταίρος ενώ επικεντρώθηκαν σε είδη ρουχισμού/είδη προσωπικής υγιεινής και οικιακά είδη αντίστοιχα.

Λειτουργία της μεθόδου franchising

Είναι η μέθοδος που επιλέχθηκε πιο έντονα από τους ξένους επιχειρηματίες ώστε να εισχωρήσουν στην ελληνική αγορά κυρίως στους κλάδους των ενδυμάτων και ειδών πολυτελείας αλλά και στις αλυσίδες εστιατορίων γρήγορης εστίασης (fast food). Το franchising πρωτοεμφανίστηκε στην Ελλάδα στα μέσα της δεκαετίας του 1970 με την εμφάνιση των αλυσίδων Goody's (εστίαση), Studio Costa Boda (είδη οικιακής χρήσης) και Glass Cleaning (είδη καθαρισμού) ενώ στο τέλος τις ίδιας δεκαετίας λειτούργησε η επωνυμία Sofos (έτοιμα ενδύματα). Μια δεκαετία αργότερα, ξεκίνησαν να λειτουργούν οι εταιρίες franchising Θείος Βάνιας (αρτοποιείο), Igloo (παγωτά), Leonidas (κατάστημα σοκολάτας), Stefanel (έτοιμα ενδύματα), κ.α. Η τεράστια ανάπτυξη της δικαιοχρήσης φαίνεται στο γεγονός ότι μέχρι το 1985 μόλις το 7,4% των καταστημάτων λειτουργούσαν με αυτόν τον τρόπο ενώ μετά το 1990 δραστηριοποιήθηκε το 84% των franchisors.

Στην συνέχεια αναφέρονται οι παράγοντες που συνέβαλαν στην ραγδαία ανάπτυξη αυτής την μεθόδου στην ελληνική αγορά από τις αρχές τις δεκαετίας του 1990:

- Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός που προκάλεσαν οι διεθνής αλυσίδες ο οποίος οδήγησε σε συνένωση μικρότερων μονάδων μέσω οργανωμένων δικτύων
- Η προτίμηση των καταναλωτών για επώνυμα προϊόντα και υπηρεσίες
- Η γεωγραφική θέση της Ελλάδος η οποία θεωρείται «φιλέτο» για τους franchisor που στοχεύουν σε επέκταση προς τα Βαλκάνια
- Οι αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες και στον τρόπο ζωής. Ουσιαστικά, ο μειωμένος ελεύθερος χρόνος ωθεί τους καταναλωτές να αναζητήσουν αγορές σε τοπικά εμπορικά κέντρα και φαγητό σε εστιατόρια και αλυσίδες γρήγορης εστίασης.

Σήμερα, στην αγορά του franchising λειτουργούν πάνω από 200 αλυσίδες που δραστηριοποιούνται σε πολλούς κλάδους του λιανικού εμπορίου²¹ και τις γρήγορης εστίασης²².

Ανάπτυξη ελληνικών εμπορικών αλυσίδων

Στα μέσα του 1990 ο κλάδος ο οποίος φάνηκε να αναπτύσσεται ραγδαία με την μορφή ελληνικών εμπορικών αλυσίδων ήταν τα ηλεκτρικά είδη. Μέχρι σήμερα, στην κατηγορία αυτή επικράτησαν οι ελληνικές επιχειρήσεις όπως ο Κωτσόβολος, ο Γερμανός, ο Κορασίδης, κλπ. ενώ λίγες διεθνείς κατάφεραν να παραμείνουν (Expert, Elephant). Πολλές από τις πρώτες μάλιστα επιχείρησαν επέκταση και προς χώρες του εξωτερικού.

Αλλαγές ως προς την διανομή και την προμήθεια των αγαθών

Αρχικά παρατηρείται εξασθένηση του ρόλου των παραδοσιακών χονδρέμπορων καθώς οι μεγαλύτεροι έμποροι λιανικής εφοδιάζονταν με αγαθά κατευθείαν από τους προμηθευτές. Η μεγάλη λειτουργία των καταστημάτων “cash and carry”²³ περιόρισε περισσότερο τον ρόλο των χονδρεμπόρων. Παράλληλα, παρατηρήθηκε ένταση ανάμεσα στην σχέση προμηθευτών και εμπόρων η οποία εξομαλύνθηκε συνάπτοντας οι δύο κατηγορίες συνεργασίες με την βοήθεια της ανάπτυξης νέων προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

3.2. Οι Νέες Μορφές Εμπορίου

Το λιανικό εμπόριο ήταν και παραμένει για τον πολεοδομικό σχεδιασμό κάτι πολύ περισσότερο από μια οικονομική δραστηριότητα. Συνδέεται με την λειτουργία της πόλης και την καθημερινότητα των κατοίκων και καθορίζει την δομή της. Ο εμπορικός τομέας καθορίζει κεντρικότητες και συμβάλει στην ελκυστικότητα και ζωτικότητα των αστικών κέντρων. Μέσα στα πλαίσια των οικονομικών και κοινωνικών ανακατατάξεων των τελευταίων δεκαετιών αναδύονται νέες μορφές εμπορίου, όπως τα εμπορικά κέντρα και οι εμπορικές αναπτύξεις μεγάλης οργανωμένης διανομή, που διαφοροποιούνται από το παραδοσιακό εμπόριο τόσο ως προς την οργάνωση όσο και ως προς την ανάπτυξη στον χώρο. Αυτές οι νέες αναπτύξεις συνιστούν δομικές αλλαγές και ως τέτοιες πρέπει να αντιμετωπιστούν από το σχεδιασμό. (Πάλλα, Λ., 2010:1)

Η πιο σύγχρονη μορφή εμπορίου αφορά τις συγκεντρώσεις εμπορίου και όχι τις μικρές εμπορικές μονάδες. Αυτές οι νέες μορφές αφορούν σούπερ μάρκετ, πολυκαταστήματα, υπεραγορές, εμπορικά κέντρα, big box stores, κλπ. Κυρίως, όμως, στην κατηγορία αυτή εντοπίζονται ταυτόχρονα εμπορικά καταστήματα,

²¹ Από τις βασικότερες επωνυμίες στον κλάδο του έτοιμου ενδύματος είναι η Zara, το Max Mara, η Levis, τα H&M, κ.α.

²² Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν τα Mc Donalds, η Pizza Hut, τα KFC, κ.α.

²³ Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν τα καταστήματα Makro και Metro τα οποία δεν εξειδικεύονται μόνο στην χονδρική πώληση αλλά λειτουργούν και ως super markets.

κινηματογράφοι, χώροι εστίασης, καταστήματα υπηρεσιών, χώροι στάθμευσης, κ.α. οι νέες μορφές εμπορίου έρχονται να αλλάξουν τις καταναλωτικές συνήθειες και να μεταβάλλουν τον τρόπο που τα άτομα μοιράζουν τον ελεύθερο τους χρόνο.

3.2.1. Τα εμπορικά κέντρα

Στις παραπάνω παραγράφους έχει ήδη γίνει μια σχετική αναφορά για την συγκεκριμένη κατηγορία εμπορίου, όμως θεωρείται αναγκαία η αναλυτικότερη προσέγγιση καθώς αποτελεί μια σημαντική εμπορική μορφή, η οποία εδραιώθηκε με ραγδαίους ρυθμούς στα μεγάλα αστικά κέντρα και συσχετίζεται έντονα με τις σύγχρονες μορφές αστικής ανάπτυξης. (Βασίλη, Ζ., 2011:26)

Η ανάπτυξη των εμπορικών κέντρων στην Ελλάδα ξεκίνησε από τα τέλη της δεκαετίας του 90' και κορυφώνεται κατά την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων. Οι δύο βασικές κατηγορίες στις οποίες διακρίνονται, αποτελούν τα εμπορικά κέντρα πρώτης και δεύτερης γενιάς. Αναφορικά με τα εμπορικά κέντρα της πρώτης γενιάς, αυτά εμφανίστηκαν στα τέλη της δεκαετίας του 1970 και αναπτύχθηκαν τη δεκαετία του 1980. Ωστόσο, θεωρήθηκαν μικρά σε κλίμακα σε σχέση με τα δεδομένα της Ευρώπης και η κατασκευή τους έμεινε εκτός των περιφερειακών περιοχών. Το εν λόγω γεγονός δε συνεπάγεται βέβαια την απομάκρυνσή τους από την παραδοσιακή μορφή της αστικής ανάπτυξης. Όσον αφορά τα αίτια εμφάνισής τους, αυτά επικεντρώνονται στην αύξηση της ζήτησης στα μεγάλα αστικά κέντρα²⁴, γεγονός που δικαιολογεί το χαρακτηρισμό τους ως «παραδοσιακά κέντρα» του λιανικού εμπορίου.

Οι πρώτες αλλαγές του εμπορικού μοντέλου, για τον πληθυσμό που θα έφτανε στα προάστια, συνδέονται με τον αναδυόμενο τύπο του εμπορικού κέντρου. Στην Αθήνα τα πρώτα εμπορικά κέντρα χωροθετήθηκαν στα προάστια της Κηφισιάς και της Γλυφάδας²⁵, περιοχές με υψηλά εισοδήματα, μεγάλη προσβασιμότητα χάρη στη γειτνίασή τους με οδικούς άξονες υπερτοπικής σημασίας, ευελιξία στις νέες τάσεις του λιανικού εμπορίου, αναπτυγμένο οδικό δίκτυο, καθώς και μικρή απόσταση από το αεροδρόμιο και από τον ηλεκτρικό σιδηρόδρομο²⁶. Στην συνέχεια η εμπορική ανάπτυξη μετατοπίστηκε στο Δήμο Αμαρουσίου, Χαλανδρίου²⁷ και στο κέντρο της Αθήνας, ενώ σταδιακά η πρώτη γενιά εμπορικών κέντρων εξαπλώθηκε σε πολλές περιοχές του Λεκανοπεδίου. Έτσι, έχοντας ήδη προηγηθεί η εμφάνιση μεγάλων υπεραγορών και supermarkets δημιουργείται η υπεραγορά Giant στο Βασιλόπουλο στο Φάρο Ψυχικού, ο Λαμπρόπουλος, το Μινιόν, ο Κατράντζος, ο Κλαουδάτος και το Athenee. Ουσιαστικά, η εμφάνιση των εμπορικών κέντρων ολοκληρώνει την συγκεντρωτική κατεύθυνση η οποία είχαν αναδείξει τα supermarkets και οι υπεραγορές. (Καφαντάρης, Φ. ,2011:2-3). Η νέα αυτή εμπορική τάση δεν άφησε

²⁴Συγκεκριμένα στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη.

²⁵Μερικά παραδείγματα των βασικότερων εμπορικών κέντρων τα οποία χωροθετήθηκαν στις περιοχές αυτές είναι το Galleria, το Plaza, το Athens S.C. κ.ά..

²⁶Η περιοχή της Κηφισιάς αποτελεί τερματικό σταθμό του ηλεκτρικού σιδηρόδρομου, ενώ η Γλυφάδα γειτνιάζει με το αεροδρόμιο του Ελληνικού.

²⁷Ο βασικός άξονας χωροθέτησης εμπορικών κέντρων σε αυτούς του δήμους ήταν η λεωφόρος Κηφισιάς, κατά μήκος της οποίας χτίστηκαν εμπορικά μεγάλα σε μέγεθος, όπως το Agora, το Αίθριο, το Maroussi Centre κ.ά..

ανεπηρέαστη και άλλες μεγάλες πόλεις εκτός Αττικής, όπως είναι η Θεσσαλονίκη, η Πάτρα, το Ηράκλειο, στις οποίες κατασκευάστηκαν εμπορικά κέντρα μικρότερου μεγέθους.

Η πρώτη γενιά εμπορικών κέντρων δεν μπορεί να θεωρηθεί ως μία επιτηδευμένη προσπάθεια ανάπτυξης του εμπορίου, ενώ ο συνδυασμός μίας γκάμας παραγόντων οδήγησε σταδιακά στην παρακμή και την εγκατάλειψή τους. Ουσιαστικά, η εγκατάσταση των νέων αστικών συγκροτημάτων έλαβε χώρα σε περιοχές με ήδη αυξημένες εμπορικές δραστηριότητες αλλά και σε περιοχές με σοβαρές εμπορικές ελλείψεις. Συνεπώς, υπήρχε έλλειψη σχεδιασμού και στρατηγικής ενώ δεν λαμβανόταν υπόψη κριτήρια, όπως η γειτνίαση με το οδικό δίκτυο, οι όροι δόμησης, η δυνατότητα παρεκκλίσεων από νομοθετικής άποψης και η δυναμικότητα της αγοράς. Επιπλέον, για την κατασκευή τους δεν υπήρξε σημαντική κρατική συμμετοχή και οργανωμένη πιστωτική πολιτική λόγω των υψηλών επιτοκίων στα περιουσιακά στοιχεία. Οι επενδύσεις στηρίζονταν ελάχιστα από το τραπεζικό σύστημα και την έλλειψη συνεργασίας ανάμεσα στα εμπορικά κέντρα και τις εργοληπτικές επιχειρήσεις. Συνάμα εκτός από τα πιστωτικά προβλήματα υπήρχαν και σοβαρά θέματα στο σύστημα εκμετάλλευσης των ιδιοκτησιών, καθώς η μεταβίβαση των τελευταίων γινόταν από τους κατασκευαστές σε έναν μεγάλο αριθμό αγοραστών θέτοντας σε λειτουργία το δύσκαμπτο πρότυπο εμπόρου- μισθωτή. (Γκιθώνα, Σ., 2011:45-46)

Τα τελευταία χρόνια, η ανάπτυξη των *εμπορικών κέντρων δεύτερης γενιάς* γνωρίζει άνθιση με την παρουσία πολυεθνικών ομίλων που συνδυάζουν τις εμπορικές τους χρήσεις με τις δραστηριότητες αναψυχής. Η δεύτερη γενιά αποτελείται από μεγάλα εμπορικά κέντρα που περιλαμβάνουν στο εσωτερικό τους καταστήματα λιανικού εμπορίου, κινηματογράφους, καφετέριες, υπεραγορές τροφίμων κ.ά.. Τα νέα κέντρα κατασκευάζονται σε κόμβους, κύριους οδικούς άξονες, κεντρικές, και περιφερειακές περιοχές²⁸. Η δημιουργία τους ακολουθεί πρότυπα της αστικής ανάπτυξης ενώ παράλληλα συνδέονται άμεσα με το ιδιωτικό κεφάλαιο, την κτηματαγορά και τις εργολαβικές επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων του εμπορίου εθνικής και υπερεθνικής εμβέλειας.

Τα χαρακτηριστικότερα παραδείγματα εμπορικών κέντρων δεύτερης γενιάς είναι το Village Park στο Δήμο του Αγ. Ιωάννη Ρέντη (1999) το οποίο αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα multiplex συγκροτήματα της χώρας με έκταση 42.000 τ.μ. περιλαμβάνοντας 20 κινηματογραφικές αίθουσες, 50 καταστήματα λιανικού εμπορίου και 1500 θέσεις στάθμευσης. Λίγα χρόνια αργότερα με φορέα υλοποίησης τη “Lamda Development” κατασκευάστηκε στην περιοχή του Αμαρουσίου το “The Mall Athens”, το οποίο καταλαμβάνει έκταση 58.000 τ.μ. και περιλαμβάνει 175 εμπορικά

²⁸. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι κεντρικές ζώνες Αθήνας και Θεσσαλονίκης, ο Δήμος Αγ. Ιωάννη Ρέντη, η Πυλαία Θεσσαλονίκης, η Γιάννουλη Λάρισας, καθώς και άλλες περιοχές σε μεγάλες σύγχρονες πόλεις.

καταστήματα, 14 καταστήματα διατροφής, 15 αίθουσες κινηματογράφου, 8 εστιατόρια και καφετέριες και μια υπεραγορά. Επιπλέον, περιλαμβάνει πολυώροφο χώρο στάθμευσης.



Εικόνα 5: Ο εσωτερικός χώρος του εμπορικού κέντρου “The Mall Athens”. Πηγή: www.neolaia.gr

Η δεύτερη γενιά εμπορικών κέντρων έκανε δυναμική εμφάνιση και στην περιοχή της Θεσσαλονίκης. Το 2001 έγινε η ανέγερση στην περιοχή Πυλαία του εμπορικού κέντρου «Μακεδονία», το οποίο καλύπτει συνολική έκταση 152.000 τ.μ. και βρίσκεται σε προνομιακή τοποθεσία (κοντά στο αεροδρόμιο και 3 χιλιόμετρα απ’ το κέντρο της πόλης). Όμως, η μεγαλύτερη σε κλίμακα επένδυση που πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα, συντελέστηκε το 2005 και αποτελεί το Mediterranean Cosmos, το οποίο βρίσκεται στην εθνική οδό Θεσσαλονίκης-Μουδανιών με συνολική έκταση 250.000 τ.μ., με 2.700 θέσεις στάθμευσης και με φορέα υλοποίησης τη Lamda Development.



Εικόνα 6: Άποψη του εμπορικού κέντρου «Mediterranean Cosmos». Πηγή: www.skyscraperlife.com

Τα τελευταία χρόνια μεγάλες αλυσίδες εμπορικών²⁹ που ανήκουν στην δεύτερη γενιά κάνουν δυναμική εμφάνιση στην Ελλάδα προσφέροντας προϊόντα από διάφορες

²⁹ Στην κατηγορία αυτή ανήκουν τα Leroy Merlin, Media Markt, IKEA, Carrefour- Μαρινόπουλος, Makro, κ.ά..

κατηγορίες, όπως είναι η ένδυση, τα τρόφιμα, τα είδη σπιτιού, τα ηλεκτρικά είδη και τα προϊόντα ψυχαγωγίας, ενώ ταυτόχρονα δημιουργούνται πολλά μεγάλα καταστήματα με stock (π.χ. Factory Outlet, McARTHURGLEN).

Μετά την καταγραφή του τύπου στο λεκανοπέδιο, αξίζει να αναφερθεί ότι η ανάγνωση εκφράζει τις συνθήκες υποδοχής και κατά προέκταση τα σημεία συνολικά της εγχώριας κατάστασης. Εντοπίζονται 100 περίπου εμπορικά κέντρα σε ένα σύνολο 20 περιοχών. Την δεκαετία του 80' φαίνεται να λειτουργεί το 80% των συνολικών καταγεγραμμένων εμπορικών κέντρων της Αττικής ενώ πύκνωση παρουσιάζεται από το 1986 και έπειτα. Οι περιοχές που ακολουθούν χρονικά και αριθμητικά την Γλυφάδα και της Κηφισιά είναι η Νέα Ερυθραία, Η Αγία Παρασκευή, η Αθήνα, ο Πειραιάς, το Χαλάνδρι και ο Χολαργός ενώ μετά το 1985 αρχίζουν να αναπτύσσονται σχεδόν σε όλες τις υπόλοιπες αστικές ενότητες. Συνολικά, τα Βόρεια προάστια σημειώνουν μια αναλογία τρία προς δύο με τα νότια, ενώ δυτικά η ανάπτυξη κινείται σε πιο χαμηλά επίπεδα. (Καφαντάρης, Φ. ,2011:9).

Η εμφάνιση αυτής της κατηγορίας των εμπορικών κέντρων δεν άργησε να κάνει την εμφάνιση της και στα μεσαία αστικά κέντρα της Ελλάδας. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν το Veso Mare στην Πάτρα (2001), το City Gate στην Θεσσαλονίκη (2004), το City Link στο κέντρο της Αθήνας (2005), το Golden Hall στο Μαρούσι (2008), το Europlex- Carrefour και το Pantheon Plaza στη Λάρισα, κλπ. (Γκιθώνα, Σ. ,2011:47-49)

Σε μια προσπάθεια ταξινόμησης των μεγάλων εμπορικών - ψυχαγωγικών συγκροτημάτων διακρίνονται οι παρακάτω 5 κατηγορίες:

- **Πολυλειτουργικά συγκροτήματα με έμφαση στο εμπόριο** (Golden Hall, Metro Mall, The Mall Athens, Athens Heart, Mediterranean Cosmos, κλπ)
- **Πολυλειτουργικά συγκροτήματα με έμφαση στην αναψυχή**³⁰ (Village Park Ρέντη, Kosmopolis, Star City)
- **Μονολειτουργικές εμπορικές μονάδες – Big Box Stores** (Praktiker, Carrefour, Ikea, Leroy Merlin, κ.α.)
- **Εκπωτικά εμπορικά κέντρα** (Factory Outlet, McARTHURGLEN, κ.α.)
- **Πολυκαταστήματα** (Fokas, Attica, Notos Galleries, κ.α.)
- **Εκθεσιακοί χώροι**³¹ (Helexpo Palace, Εκθεσιακό Κέντρο Αθηνών, Mec Μεσογειακό Εκθεσιακό Κέντρο Παιανίας, κ.α.)

³⁰ Συνήθως περιλαμβάνουν και εμπορικές χρήσεις

³¹ Οι εκθεσιακοί χώροι αποτελούν μεγάλα συγκροτήματα που σχετίζονται άμεσα και έμμεσα με τις εμπορικές συναλλαγές

Από την μια, τα εμπορικά κέντρα αποτελούν αναπτυξιακές επενδύσεις που αυξάνουν τις θέσεις εργασίας, ενισχύουν την οικονομία, αποσυμφορίζουν κεντρικότερες περιοχές, ενδυναμώνουν παρακαμάζουσες και φθίνουσες περιοχές, εξυπηρετούν συνδυαστικές ανάγκες του αγοραστικού κοινού, αυξάνουν τον ελεύθερο χρόνο, κ.α.

Όμως, η αμερικάνικη και ευρωπαϊκή εμπορία δείχνει ότι σε πόλεις που έχουν εμφανιστεί αυτές οι μορφές λιανικού εμπορίου εδώ και χρόνια έχουν υποστεί μια σειρά από αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία και στο περιβάλλον όχι μόνο σε τοπικό αλλά και σε ευρύτερο επίπεδο. Έτσι, οι επιπτώσεις που προκαλούν σχετίζονται με τις υφιστάμενες αγορές, τις αξίες γης και τους κυκλοφοριακούς φόρτους και αναλύονται στην συνέχεια (Πάλλα, Λ. ,2010:2-3).

- Τα κέντρα συμβάλουν στην συρρίκνωση της παρακείμενης τοπικής αγοράς και στην υποβάθμιση του τοπικού εμπορίου τόσο σε επίπεδο κέντρου όσο στις γειτονίες. Συνήθως, λόγω της μεγαλύτερης εμβέλειας που παρουσιάζουν από την άμεση περιοχή εγκατάστασης, λειτουργούν ανταγωνιστικά προς το εμπορικό κέντρο του μητροπολιτικού συγκροτήματος.
- Επιπλέον, οι επιπτώσεις συνδέονται με την διάρθρωση των εμπορικών δραστηριοτήτων και την χωρική διάρθρωση της άμεσης και ευρύτερης περιοχής. Η υψηλή συγκέντρωση δραστηριοτήτων και πληθυσμού τείνει να προσελκύσει συναφείς δραστηριότητες στην περιοχή και ως προέκταση την δημιουργία ενός νέου πόλου οικονομικών δραστηριοτήτων. Όμως, κάτι τέτοιο οδηγεί σε αύξηση των τιμών γης με αποτέλεσμα να απομακρύνονται ή να αποκλείονται χρήσεις λιγότερο ανταγωνιστικές όπως η κατοικία, οι κοινωνικές εξυπηρετήσεις, οι πολιτιστικές δραστηριότητες, η βιομηχανία – βιοτεχνία, κλπ.
- Ανάλογα με την εμβέλεια των μεγάλων εμπορικών κέντρων, είναι πιθανόν να επιδεινωθούν οι συνθήκες κυκλοφορίας στην εγγύτερη περιοχή αλλά και στο μητροπολιτικό συγκρότημα προκαλώντας παράλληλα αύξηση της κατανάλωσης της ενέργειας και της εκπομπής ρύπων.

3.3. Αθήνα, Εμπόριο και Νομοθεσία

3.3.1. Επίσημες κατευθύνσεις και εξέλιξη του εμπορίου

Στην πραγματικότητα, τα μεγάλα εμπορικά κέντρα τύπου Malls αποτελούν ιδιωτικές επενδύσεις οι οποίες χαράσσουν την δική τους επιχειρηματική στρατηγική. Οι επιλογές που κάνουν σχετίζονται με τον τόπο χωροθέτησης και το μέγεθος εγκατάστασης, τη σύνθεση των χρήσεων και την οργάνωση της διακίνησης εμπορευμάτων. Όπως είναι εμφανές, αυτές οι επενδυτικές πρωτοβουλίες συμμετέχουν σε μεγάλο βαθμό στην διαμόρφωση της χωρικής δομής της Αττικής χωρίς απαραίτητα να πορεύονται με τα κριτήρια του χωρικού και περιφερειακού σχεδιασμού. Επομένως, με αφορμή την περιγραφή των σύγχρονων εμπορικών μορφών, κρίνεται απαραίτητη η αναφορά στα αναπτυξιακά προγράμματα στους

άξονες που θέτει ο σχεδιασμός της πρωτεύουσας όσον αφορά τα εμπορικά κέντρα αλλά και γενικότερα όλες τις αναπτύξεις του λιανικού εμπορίου. (Πάλλα, Λ. ,2010:3)

Ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του 70' η θεσμική πρόβλεψη την πολυκεντρικότητας για το Λεκανοπέδιο ολοκληρώνεται με το ρυθμιστικό σχέδιο (μέσα δεκαετίας του 80') το οποίο έστρεψε το ενδιαφέρον μακριά από τις κεντρικές περιοχές και προς την διόγκωση του πληθυσμού των προαστίων. Το καθημερινό αλλά και σποραδικό εμπόριο μετακινείται προς τα προάστια ακολουθώντας την έξοδο των Αθηναίων προς αυτά.

Έτσι, το Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθηνών το 1985 (Ν.1515/1985) αναφέρει...«Την ανάπτυξη και οργάνωση δευτερευόντων αστικών κέντρων σε κάθε υποενοότητα σε σημερινού οικισμούς που παρουσιάζουν θετικές αναπτυξιακές τάσεις» και «τη δημιουργία Πολυκεντρικής Πόλης» με την «Ιδιαίτερη ενίσχυση των κέντρων Δήμων Υπερτοπικής Σημασίας». Όσον αφορά τον έλεγχο των χρήσεων γης το ρυθμιστικό αποσκοπεί... «στην αναστολή της επέκτασης κεντρικών λειτουργιών κατά μήκος των δρόμων, στη σταδιακή οργάνωση των κεντρικών λειτουργιών στα πολεοδομικά κέντρα...». Τέλος, προτείνεται μια σειρά από ενέργειες που αφορούν... «την ανακατανομή δομικών Χρήσεων με στόχο την άνετη λειτουργία της πόλης και τη διευκόλυνση ή τον περιορισμό των μετακινήσεων από τους τόπους κατοικίας προς τους τόπους εργασίας, κατανάλωσης και αναψυχής». Όπως είναι φανερό, το σχήμα στοχεύει στην τοπική ενδυνάμωση του εμπορίου με ιδιαίτερη έμφαση στα υπερτοπικά κέντρα (εκτός Αθηνών και Πειραιώς) Κηφισιάς, Αμαρουσίου, Χαλάνδρι, Αγίας Παρασκευής, Νέας Ιωνίας, Ζωγράφου, Ηλιούπολης, Νέας Σμύρνης, Γλυφάδας, Περιστερίου, Αιγαλέου, Φαλήρου και Καλλιθέας. (Καφαντάρης, Φ. ,2011:2).

3.3.2. Νεότερες πολιτικές και προγράμματα

Η νέα πρόκληση των πολιτικών είναι η ένταξη του μεγάλου οργανωμένου λιανικού εμπορίου στην καρδιά των πόλεων έτσι ώστε να γίνει ανάκτηση του δυναμισμού των πολεοδομικών κέντρων. Ο κλάδος αυτός αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την ελκυστικότητα της Πρωτεύουσας ως ευρωπαϊκής μητρόπολης. (Πάλλα, Λ. ,2010:6).

Το λιανικό εμπόριο, ως κεντρική λειτουργία της πόλης, είναι δυνατό να χωροθετείται σε περιοχές με συγκεκριμένη γενική πολεοδομική λειτουργία, όπως αυτή καθορίζεται στα ΓΠΣ, ΣΧΟΟΑΠ, ΠΜ, κλπ, βάσει του Π.Δ/γματος της 23.2.87, δηλαδή:

- στις περιοχές αμιγούς κατοικίας επιτρέπονται τα εμπορικά καταστήματα που εξυπηρετούν τις καθημερινές ανάγκες των κατοίκων της περιοχής, όπως παντοπωλεία, φαρμακεία, χαρτοπωλεία κλπ.
- στις περιοχές γενικής κατοικίας επιτρέπονται τα εμπορικά καταστήματα όλων των ειδών, εκτός από τις υπεραγορές και τα πολυκαταστήματα
- στις περιοχές πολεοδομικών κέντρων – κεντρικών λειτουργιών πόλης – τοπικού κέντρου συνοικίας/ γειτονιάς επιτρέπονται τα εμπορικά καταστήματα εν γένει

- στις περιοχές τουρισμού – αναψυχής επιτρέπονται τα εμπορικά καταστήματα εν γένει.

Σύμφωνα με την νέα πολιτική του Ρυθμιστικού Σχεδίου Αθήνας – Αττικής 2021 και το άρθρο 23 περί οργάνωσης Δραστηριοτήτων Λιανικού Εμπορίου... *«ο καθορισμός των χρήσεων λιανικού εμπορίου γίνεται με γνώμονα την υποστήριξη της πολυκεντρικής δομής της Αττικής και την ενίσχυση των υφιστάμενων πολεοδομικών κέντρων, αποτροπή της γραμμικής ανάπτυξης εκτός κέντρων και ιδιαίτερα κατά μήκος του Κύριου Οδικού Δικτύου Αττικής»*. Ουσιαστικά για την οργάνωση και λειτουργία του κλάδου του λιανικού εμπορίου είναι απαραίτητη:

- Η ενίσχυση της πολυλειτουργικότητας του τριτογενούς τομέα (επομένως και του εμπορίου) στις κεντρικές περιοχές των πόλεων
- Η αναδιάρθρωση και ανάπτυξη του πλέγματος των εμπορικών δραστηριοτήτων μέσα στην πόλη και όχι εκτός
- Η συλλογική ανάπτυξη όλων των κλάδων για την παροχή πολλαπλών επιλογών στους κατοίκους

Τα μεγάλα εμπορικά αντιμετωπίζονται ως ξεχωριστή χρήση, με σημαντικές επιπτώσεις στη λειτουργία της πόλης και στη διάρθρωση του χώρου ενώ παράλληλα επιδιώκεται η ένταξή τους σε μια συνολική στρατηγική για την οργάνωση του λιανικού εμπορίου σύμφωνα πάντα με τους στόχους και τις κατευθύνσεις του. Στην πραγματικότητα, η οργάνωση των εμπορικών δραστηριοτήτων στο χώρο, εναρμονίζεται με τις επιταγές της βιώσιμης ανάπτυξης, με ιδιαίτερη μέριμνα για τον περιορισμό των μετακινήσεων και για τα θέματα εξοικονόμησης ενέργειας.

Οι μεγάλες εμπορικές επιφάνειες χωροθετούνται εντός του αστικού ιστού και ειδικότερα στις περιοχές των πολεοδομικών κέντρων με ενθάρρυνση της επανάχρησης υφιστάμενων κελυφών. Η εγκατάσταση γίνεται στα πλαίσια προγραμμάτων αστικής ανασυγκρότησης σε περιοχές ανενεργών χρήσεων (brownfields) ή σε φθίνουσες και υποβαθμισμένες περιοχές όπου μπορούν να λειτουργήσουν ως καταλύτης για την αναβάθμισή τους.

Ανεπιθύμητη θεωρείται η μορφή των εμπορικών πάρκων (retail parks) καθώς αποτελεί εκτατική ανάπτυξη εις βάρος αδόμητων χώρων και μάλιστα με χαμηλή αναλογία εμπορικών επιφανειών ως προς την εδαφική επιφάνεια που αλλάζει χρήση αυξάνοντας παράλληλα και τις μετακινήσεις. Απαραίτητο στοιχείο για την εγκατάσταση μεγάλων εμπορικών μονάδων είναι η συσχέτιση της κλίμακα και της εμβέλειας τους με το μέγεθος, το ρόλο και την ακτίνα επιρροής του πολεοδομικού κέντρου όπου ζητείται η εγκατάστασή τους, σύμφωνα με την ιεράρχηση του οικιστικού δικτύου της Περιφέρειας. Για να μην δημιουργούνται κυκλοφοριακά και μεταφορικά προβλήματα τα νέα εμπορικά χωροθετούνται σε συνάρτηση με το δίκτυο μαζικών μεταφορών, κοντά σε σταθμούς μέσων σταθερής τροχιάς. Είναι απαραίτητη η εξέταση των επιπτώσεων στο σύνολο του κυκλοφοριακού δικτύου της ευρύτερης περιοχής καθώς και σε μεγάλες άξονες κυκλοφορίας. Τέλος, χρήζει ιδιαίτερης

σημασίας η περιβαλλοντική ένταξη των εγκαταστάσεων, η εναρμόνιση με τον περιβάλλοντα αστικό ιστό και η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

Στον αντίποδα των πολιτικών για τις νέες μεγάλες εμπορικές μονάδες βρίσκονται οι κατευθύνσεις για την υποστήριξη του **μικρού/τοπικού εμπορίου** στον αστικό ιστό. Αναλυτικά:

- Υποστηρίζεται η λειτουργία «συστάδων εμπορικών επιχειρήσεων³²» σε συνδυασμό με προγράμματα αναβάθμισης³³ του περιβάλλοντος αστικού ιστού.
- Σημαντική είναι η κυκλοφοριακή αναμόρφωση σημαντικών εμπορικών και πολιτιστικών αξόνων και η δημιουργία ‘Συγκοινωνιακών Κέντρων’, τα οποία θα πλαισιώνονται, κατόπιν σχεδιασμού, και από χρήσεις εμπορίου μικρής κλίμακας.
- Ορίζονται στρατηγικές παρεμβάσεων αναβάθμισης κεντρικών περιοχών με υποστήριξη δημιουργίας θυλάκων νέων επιχειρήσεων με επανάχρηση κτιριακού δυναμικού σε υποβαθμισμένες περιοχές και με ανάδειξη παραδοσιακών εμπορικών συγκεντρώσεων και χαρακτηρισμός τμημάτων δρόμων ή συνόλων ως αξόνων εξειδικευμένης εμπορικής δραστηριότητας (κεντρική αγορά της Αθήνας, το εμπόριο μπαχαρικών στην οδό Ευριπίδου, κλπ.).
- Προωθούνται μικτές εμπορικές χρήσεις όπως το εμπόριο με τον πολιτισμό και την αναψυχή και υποστηρίζονται τα δίκτυα των εμπορικών επιχειρήσεων
- Οι εμπορικές επιχειρήσεις να δικτυώνονται σε συνεργασία και με την αυτοδιοίκηση.

Συγκεκριμένα, για το κέντρο της Αθήνας προβλέπονται... *«Οι συνδυασμένες ενέργειες ενίσχυσης των φθινουσών ιστορικών επαγγελματικών ή παραγωγικών δραστηριοτήτων και προσέλκυσης νέων...και την αναβάθμιση του εγκατεστημένου εμπορίου και αναψυχής...».*

Για το κέντρο του Πειραιά δίνονται κατευθύνσεις προς...*«την προστασία των περιοχών κατοικίας και την ενίσχυση του τοπικού εμπορίου...»* του πυρήνα του Πειραιά και της Πλατείας Κοραή με το Δημοτικό Θέατρο.

³² Αυτές οι συστάδες χωροθετούνται είτε στα Πολεοδομικά Σχέδια, είτε σε καθορισμένες τουριστικές περιοχές, είτε σε περιοχές πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

³³ Τα προγράμματα αυτά προωθούνται σε συνεργασία με την Αυτοδιοίκηση

4. ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΥΦΕΣΗΣ

Στην σύγχρονη πραγματικότητα το εμπόριο είναι μια οικονομική δραστηριότητα σε κρίση. Το κλείσιμο των επιχειρήσεων και οι χαμένες θέσεις εργασίας έχουν συνέπειες που βαθμιαία επηρεάζουν το σύνολο των κλάδων της οικονομίας. Αν και ορισμένα οικονομικά θέματα ξεπερνούν το αντικείμενο του χωρικού σχεδιασμού, είναι αυτά που προκαλούν πολύ σημαντικές επιπτώσεις στην δομή της πόλης. Τα παραδοσιακά κέντρα, τα οποία διαμορφώθηκαν ακολουθώντας την ιστορία και την ανάπτυξη των πόλεων, αποδομούνται ενώ περιοχές που άκμαζαν παρουσιάζουν φθίνουσες τάσεις και υποβαθμίζονται. Πιο συγκεκριμένα, στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνα, τα φαινόμενα αυτά δεν οφείλονται μόνο στην τρέχουσα οικονομική ύφεση αλλά έχουν βαθύτερες αιτίες. Συνδέονται με την σταδιακή παρακμή και τα λειτουργικά προβλήματα των παραδοσιακών κέντρων, με τις μεταβολές στα παραδοσιακά πρότυπα, κ.α. Σε μεγάλο βαθμό όμως εκδηλώνονται σε συνάρτηση με τους δομικούς μετασχηματισμούς των παγκόσμιων κλάδων στις νέες συνθήκες της διευρυμένης παγκόσμιας οικονομίας με την όξυνση του διεθνούς ανταγωνισμού και την διεθνοποίηση των παραγωγικών μονάδων, οι οποίοι ευνοούν τις οικονομίες συγκέντρωσης. (Πάλλα, Λ., 2010: 1)

4.1. Το Διεθνές Οικονομικό Περιβάλλον και η Ελλάδα

Τις τελευταίες δεκαετίες παρουσιάστηκαν μεγάλες οικονομικές ανακατατάξεις σε παγκόσμια κλίμακα. Η διεθνής κρίση έχει φέρει μια σειρά από επιπτώσεις σε διάφορους τομείς της οικονομίας και κατά προέκταση στο εμπόριο. Επομένως, θεωρείται απαραίτητη η αναφορά των οικονομικών εξελίξεων σε παγκόσμιο, ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, ιδιαίτερα την τελευταία ζετία, στην οποία παρατηρούνται έντονες ανακατατάξεις ως προς τον εμπορικό τομέα.

Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του εμπορίου της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου για το έτος 2010... «η ανάκαμψη της παγκόσμιας οικονομίας από τη διεθνή κρίση 2007-2009, υπήρξε εντονότερη από το αναμενόμενο, οδηγούμενη κυρίως από την άνοδο των αναδυόμενων. Στις προηγμένες οικονομίες μετριάστηκε η δυναμική ανάκαμψης λόγω του φόβου μετεξέλιξης της διεθνούς κρίσης σε κρίση δημοσίου χρέους.». Στην πραγματικότητα, μετά την μείωση του ΑΕΠ το 2009 κατά 0,6%, το παγκόσμιο ΑΕΠ εκτιμάται ότι αυξήθηκε κατά 4,8% το 2010 ενώ αντιθέτως η ανεργία αυξήθηκε περαιτέρω στο 8,3% από ανέργους που προηγουμένως εργαζόταν στις προηγμένες οικονομίες. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, το ΑΕΠ εκτιμάται ότι αυξήθηκε κατά 1,7% το 2010 χωρίς να περιλαμβάνονται σε αυτήν την αύξηση χώρες όπως η Ελλάδα, η Ιρλανδία, η Ισπανία και η Ρουμανία. Την χρονιά αυτή η ιδιωτική κατανάλωση δέχτηκε ισχυρό πλήγμα καθώς ο όγκος μειώθηκε σε 12 από τις 27 οικονομίες της Ε.Ε. ενώ η ανεργία αυξήθηκε (2009-2010) από 8,8% σε 9,4%. Στο ελληνικό έδαφος, δημιουργήθηκαν σοβαρές μακροοικονομικές ανισοροπίες το διάστημα 2008-2009. Επιπλέον, για τις χρονιές 2009-2010, μειώθηκε το πραγματικό ΑΕΠ³⁴ κατά 2%, ο πληθωρισμός αυξήθηκε στο 4,6% ενώ το ποσοστό ανεργίας

³⁴ Η μείωση επιταχύνθηκε λόγω τις μεγάλης υποχώρησης της ιδιωτικής κατανάλωσης κατά 10%

έφτασε στο 11,8%³⁵. Σε γενικές γραμμές η δημοσιονομική θέση της Ελλάδος αυξήθηκε αλλά όχι στον προσδοκώμενο βαθμό.

Ένα χρόνο αργότερα, μετά την δυναμική ανάκαμψη τις παγκόσμιας οικονομίας το 2010 από τη διεθνή κρίση, παρουσιάστηκε σημαντική επιβράδυνση. Οι βασικότερες αιτίες αυτών των εξελίξεων ήταν οι φυσικές καταστροφές στην Ιαπωνία οι οποίες προκάλεσαν οικονομική ύφεση στην χώρα και επιπλοκές στο παγκόσμιο εμπόριο. Εξίσου σημαντικός παράγοντας των εξελίξεων στην παγκόσμια οικονομία ήταν ο νέος γύρος ανόδου των διεθνών τιμών του πετρελαίου και άλλων βασικών εμπορευμάτων. Όμως, η κρίσιμη αιτία επιδείνωσης του διεθνούς περιβάλλοντος **για το έτος 2011**, ήταν η εκ νέου αύξηση της αβεβαιότητας στις διεθνείς αγορές λόγω της εντεινόμενης κρίσης δημοσίους χρέους σε Ελλάδα, Ιταλία και ΗΠΑ και της πολιτικής αδυναμίας για την αποτελεσματική διαχείριση της. Το παγκόσμιο ΑΕΠ αυξήθηκε αλλά με μειωμένο ρυθμό ενώ ο πληθωρισμός ενισχύθηκε λόγω της μεγάλης ανόδου των διεθνών τιμών των βασικών εμπορευμάτων. Στην Ε.Ε. σημειώθηκε επιβράδυνση του ρυθμού ανόδου του ΑΕΠ (1,6% έναντι 2%) και μεγάλη διαφοροποίηση των οικονομικών επιδόσεων μεταξύ των κρατών. Μόνο δύο οικονομίες βρέθηκαν σε ύφεση την συγκεκριμένη περίοδο (Ελλάδα και Πορτογαλία) έναντι των 5 οικονομιών του προηγούμενου έτους. Αν και το ποσοστό ανεργίας υποχώρησε σχετικά με τα προηγούμενα έτη, στην Ευρώπη παρέμεινε υψηλό και αμετάβλητο στο 9,7%. Ο όγκος του παγκόσμιου εμπορίου αγαθών και υπηρεσιών συνέχισε να αυξάνει και το 2011 αλλά με χαμηλότερο ρυθμό από αυτόν του 2010 (6,5% από 13,2%). Η ιδιωτική κατανάλωση επιβραδύνθηκε στο 0,4% από το 1% του 2010. Οι βασικότερες αιτίες για αυτήν την αρνητική εξέλιξη στην κατανάλωση ήταν το υψηλό επίπεδο ανεργίας, η διάβρωση του εισοδήματος από την άνοδο του πληθωρισμού, η αύξηση των έμμεσων φόρων και η μεγάλη μείωση της αξίας των περιουσιακών στοιχείων. Στην Ελλάδα, ο ρυθμός μείωσης της οικονομικής δραστηριότητας επιταχύνθηκε κατά 2% από το προηγούμενο έτος ενώ η νέα αναθεώρηση των μακροοικονομικών στοιχείων «βούτηξε» την χώρα εντονότερα στην οικονομική κρίση. Σε αυτή την περίοδο παρουσιάστηκε πτώση όλων των συνιστωσών της εγχώριας ζήτησης και μείωση του όγκου των επενδύσεων πάγιου κεφαλαίου. Επιπλέον, ο πληθωρισμός υποχώρησε σε σχέση με το 2010 από 3% στο 4,7%. Μεγάλο πλήγμα δέχεται και η συνολική απασχόληση καθώς μειώνεται κατά 5,7% λόγω του κλεισίματος ή της σμίκρυνσης πολλών επιχειρήσεων, της αύξησης της αβεβαιότητας και της ραγδαίας μείωσης της καταναλωτικής και επενδυτικής δαπάνης από νοικοκυριά και επιχειρήσεις. Το ποσοστό ανεργίας έφτασε στο 16,6% (αύξηση 4 μονάδων από το 2010). Έτσι, η δημοσιονομική προσαρμογή δεν αποδείχθηκε αποτελεσματική τόσο λόγω καθυστερήσεων και λήψη και υλοποίηση αναγκαίων μέτρων όσο στην έμφαση που δόθηκε στην αύξηση των εισόδων και όχι στη μείωση των δαπανών. (Πηγή: *Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2011* της ΕΣΣΕ)

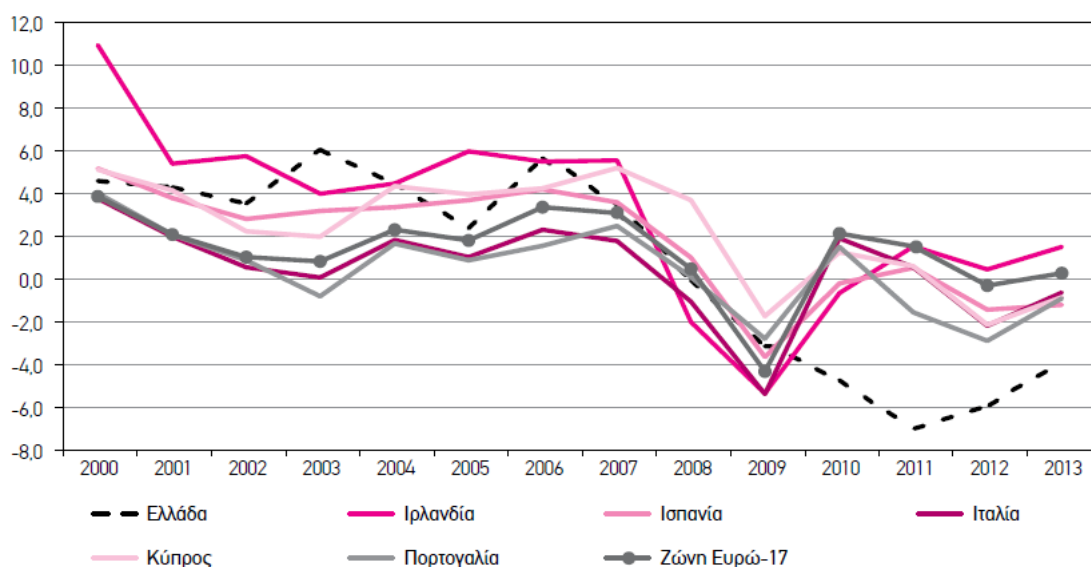
Για την περίοδο **2012-2013**, η ετήσια έκθεση του εμπορίου της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου αναφέρει ότι...«η παγκόσμια οικονομία

³⁵ Αυξήθηκε κατά 2,4 μονάδες μέσα σε ένα έτος

επιβραδύνθηκε περαιτέρω, τόσο υπό το βάρος της ασυνήθιστα υψηλής αβεβαιότητας που τροφοδοτήθηκε από την αναζωπύρωση της κρίσης χρέους στη Ζώνη του Ευρώ και τους πρόσκαιρους φόβους πιθανής διάλυσης της το δεύτερο τρίμηνο του 2012, όσο και από τις ευρύτερες γεωγραφικές επιπτώσεις σε εγχώρια και διεθνή ζήτηση από τα εφαρμοζόμενα στις περισσότερες προηγμένες χώρες προγράμματα δημοσιονομικής προσαρμογής, αλλά και από την επικράτηση νέων ιστορικά υψηλών διεθνών τιμών στα βασικά εμπορεύματα, κυρίως στα καύσιμα και στα τρόφιμα». Σε αυτήν την περίοδο εκτιμάται επιβράδυνση του παγκόσμιου ΑΕΠ στο 3,3% ενώ ο πληθωρισμός υποχωρεί λόγω της μείωσης του ρυθμού της οικονομικής δραστηριότητας και της σταθεροποίησης των διεθνών τιμών των καυσίμων σε υψηλά επίπεδα. Η απασχόληση σημειώνει περαιτέρω αύξηση στις προηγμένες οικονομίες ως σύνολο και υποχώρηση (κατά 0,8%) στην ζώνη του Ευρώ και στην Ιαπωνία. Ο ρυθμός ανόδου του όγκου του παγκόσμιου εμπορίου αγαθών και υπηρεσιών επιβραδύνεται στο 3,2% από το 5,8% του 2011 λόγω της μείωσης της διεθνούς ζήτησης και των δυσκολιών στην χρηματοδότηση στις εισαγωγές και εξαγωγές εμπορευμάτων. Στο χώρο της Ε.Ε. σημειώνεται κάμψη της οικονομικής δραστηριότητας λόγω της αβεβαιότητας που δημιούργησε η κρίση και τους φόβους πιθανής διάλυσης της. Η κατάσταση γίνεται εντονότερη με τις αποδόσεις των κρατικών ομολόγων Ιταλίας και Ισπανίας αλλά και άλλων κρατών της ευρωζώνης να αρχίζουν να αυξάνουν λόγω της εφαρμογή της μείωσης τμήματος του ελληνικού δημοσίου χρέους. Έτσι, έγιναν εντονότεροι οι φόβοι ότι το βάρος διάσωσης αυτών των χωρών δεν θα μπορέσει να το αντέξει η ευρωπαϊκή οικονομία σε σύνολο. Είναι αυτή η περίοδος, που εφαρμόστηκαν προγράμματα δημοσιονομικής προσαρμογής μέσα σε συνθήκες εξαιρετικά χαλαρής νομισματικής πολιτικής σχεδόν σε όλη την ευρωζώνη για τον ισοσκελισμό των κρατικών προϋπολογισμών και τον έλεγχο του ήδη υψηλού δημοσίου χρέους δημιουργώντας ένα φαύλο κύκλο μεταξύ δημοσιονομικής θέσης, χρηματοπιστωτικού συστήματος και πραγματικής οικονομίας. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, το ΑΕΠ της Ε.Ε. υποχωρεί κατά 0,2% όπως και ο πληθωρισμός, ο οποίος είχε αυξηθεί το προηγούμενο έτος λόγω της μεγάλης ποσοστιαίας ανόδου των τιμών των βασικών εμπορευμάτων. Το ποσοστό ανεργίας συνεχίζει να αυξάνει σε ραγδαίους ρυθμούς ενώ η ιδιωτική κατανάλωση, η οποία επιδρά καθοριστικά στην εξέλιξη της ζήτησης στον τομέα του λιανικού και χονδρικού εμπορίου, υποχωρεί κατά 0,3%. Η συνολική προστιθέμενη αξία των κλάδων Εμπορίου, Εστιατορίων, Ξενοδοχείων και Μεταφορών σημείωσε επιβράδυνση στο 1,6% από 2% το 2010.

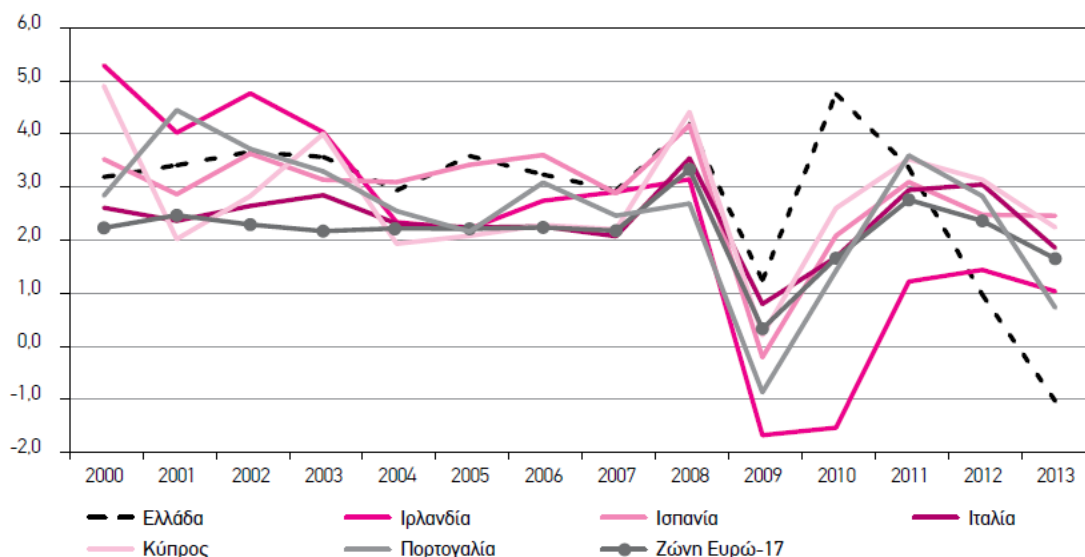
Η ελληνική οικονομία παραμένει σε βαθιά ύφεση και το 2012-2013 με το ΑΕΠ να υποχωρεί για πέμπτο συνεχόμενο έτος και την ανεργία να σκαρφλώνει σε νέα ιστορικά υψηλά επίπεδα. Οι βασικότερες αιτίες οι οποίες συντηρούν αυτήν την κατάσταση είναι η πολιτική αστάθεια και οικονομική αβεβαιότητα, η μειωμένη αξιοπιστία στο εσωτερικό και εξωτερικό της χώρας, η συνέχιση της μη «οικειοποίησης» από τις πολιτικές δυνάμεις των αναγκαίων διαρθρωτικών μέτρων και η αδυναμία του εγχώριου τραπεζικού συστήματος να ανταποκριθεί στις ανάγκες του ιδιωτικού τομέα λόγω των ζημιών που υπέστη από την εφαρμογή του προγράμματος απομείωσης του δημόσιου χρέους και την αναμενόμενη μεγάλη

αύξηση των μη εξυπηρετούμενων δανείων³⁶. Εντονότεροι έχουν γίνει και οι φόβοι για τον κίνδυνο άτακτης χρεοκοπίας και εξόδου από την Ευρωζώνη επιβαρύνοντας επιπλέον την εγχώρια ζήτηση (αναστολή δαπανών για καταναλωτικά και επενδυτικά αγαθά, εκροή καταθέσεων). Αναλυτικότερα, το ΑΕΠ μειώθηκε κατά 6% ενώ η ιδιωτική κατανάλωση υποχώρησε κατά 5,7%. Ο όγκος των εισαγωγών μειώνεται κατά 18,9% και των εξαγωγών κατά 7,9%. Το πρώτο εξάμηνο του 2012 οι λιανικές πωλήσεις σημειώνουν μείωση κατά 11,8% έναντι της ίδιας περιόδου του 2011 με μεγαλύτερη πτώση στις κατηγορίες ένδυση – υπόδηση και διαρκών καταναλωτικών αγαθών (έπιπλα, ηλεκτρικά είδη, οικιακός εξοπλισμός). Η συνολική απασχόληση μειώνεται περαιτέρω κατά 8,6% λόγω των πολλών «λουκέτων» σε καταστήματα, της αβεβαιότητας και των έκτακτων φορολογικών μέτρων. Η ανεργία εκτοξεύεται στο 23,8% με το 44% να αφορά μακροχρόνια ανέργους ενώ ο πληθωρισμός υποχωρεί το 2012 στο 0,9% από το 3,3% του 2012 λόγω της πτώσης της τελικής ζήτησης, της επικράτηση συνθηκών υπερβάλλουσας προσφοράς και της σταδιακής εξάλειψης της επίδρασης βάσης από τις αυξήσεις των έμμεσων φόρων και καυσίμων την προηγούμενη περίοδο. Στα διαγράμματα που ακολουθούν φαίνεται η πορεία της Ελλάδος όσον αφορά το πραγματικό ΑΕΠ, τον πληθωρισμό και την ανεργία τα τελευταία χρόνια:

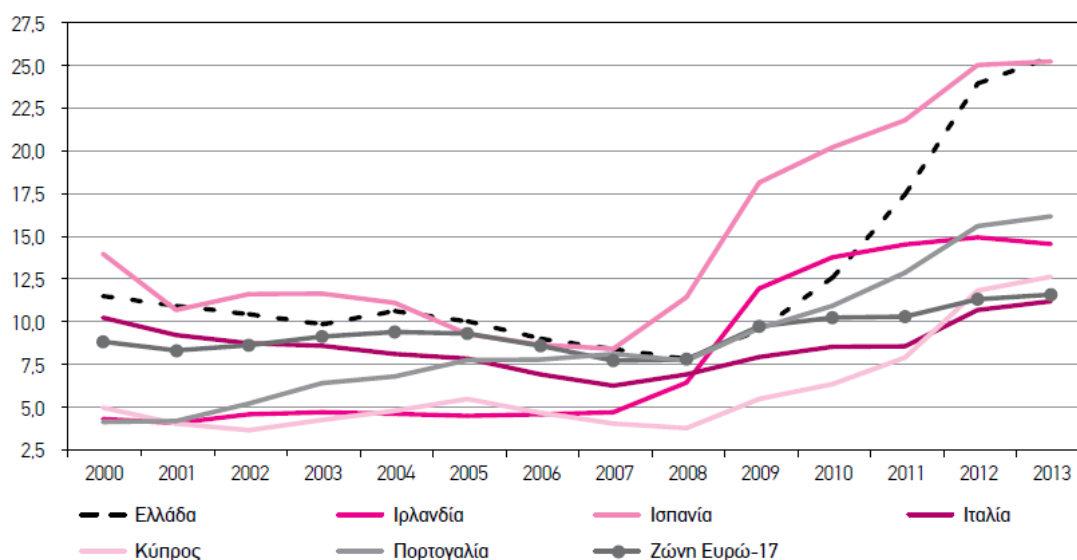


Σχήμα 4: Πραγματικό ΑΕΠ στις Χώρες της Ευρωζώνης. Πηγή: Ετήσια έκθεση του εμπορίου της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου για το 2012

³⁶ Λόγω της βαθιάς και πολυετούς οικονομικής ύφεσης



Σχήμα 5: Πληθωρισμός στις Χώρες της Ευρωζώνης. Πηγή: Ετήσια έκθεση του εμπορίου της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου για το 2012



Σχήμα 6: Ποσοστό ανεργίας στις Χώρες της Ευρωζώνης. Πηγή: Ετήσια έκθεση του εμπορίου της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου για το 2012

Μέχρι το τέλος του 2013, προβλέπεται περαιτέρω συρρίκνωση της ελληνικής οικονομίας κατά 4% και αύξηση του ποσοστού της ανεργίας στο 25,4%. Υπό την προϋπόθεση ότι θα συνεχιστεί η επίπονη αλλά αναγκαία δημοσιονομική προσαρμογή, ότι θα εφαρμοστεί απαρτέγκλιτα το πρόγραμμα δομικών αλλαγών και ότι θα συνεχιστεί η χρηματοδότηση από το πρόγραμμα οικονομικής προσαρμογής, οι εκτιμήσεις των διεθνών οργανισμών αναφέρουν περαιτέρω ύφεση σε όλο το 2013 αλλά σταθεροποίηση το 2014.

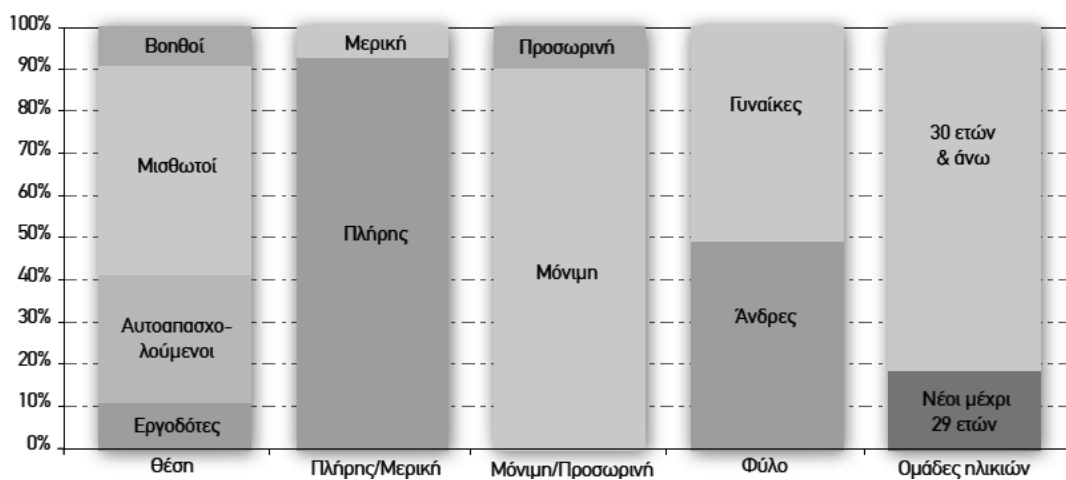
4.2. Λιανικό Εμπόριο και Απασχόληση

Αναμφίβολα, ο κλάδος του εμπορίου έχει προνομιακή θέση στην ελληνική οικονομία καθώς κατέχει υψηλό ποσοστό της συνολικής απασχόλησης στο πέρασμα των χρόνων. Συγκεκριμένα, το δεύτερο τρίμηνο του 2009 από το σύνολο της απασχόλησης στην οικονομία της Ελλάδας, το 18,3% ήταν απασχόληση του εμπορίου. Μια ακόμη σημαντική ιδιαιτερότητα αυτού του κλάδου είναι οι μεγάλες αναδιαρθρώσεις στην δομή της απασχόλησης οι οποίες με την σειρά τους προκαλούν γενικότερες ανακατατάξεις στο ελληνικό παραγωγικό μοντέλο. Ενώ στην αρχή, στον τομέα του εμπορίου, αυτοαπασχολούταν μικρές επιχειρήσεις, μέσα σε δέκα χρόνια κατέκτησε προνομιακή θέση στη μισθωτή απασχόληση³⁷. Την περίοδο 1993-2009 παρατηρήθηκε μεγάλη είσοδος νέων και γυναικών στο εμπόριο με την δημιουργία πολλών θέσεων εργασίας (το 29,5% των θέσεων εργασίας της οικονομίας οφειλόταν στην ανάπτυξη του εμπορικού τομέα). Όμως, από τα μέσα του 2009, σημειώνεται μεγάλη πτώση στην απασχόληση του εμπορίου με καταγραφές να αναφέρονται σε λιγότερο από 800.000 απασχολούμενους. Οι δύο συνιστώσες που συνέβαλαν σε αυτό ήταν η μείωση στον αριθμό των εργοδοτών (-11%) και η μείωση στους αυτοαπασχολούμενους (-6%). (Αρανίτου, Β., Σαγιάς, Ι., 2011: 2-3)

Το 2010 το εμπόριο απασχολούσε 801.100 δηλαδή το 18,1% της συνολικής απασχόλησης στην ελληνική οικονομία. Όμως, σε σχέση με το κλείσιμο της χρονιάς του 2009 είχε μειωθεί κατά 104.920 άτομα. Όσον αφορά το λιανικό εμπόριο οι 6 στις 10 θέσεις που χάθηκαν (58% απώλεια) προέρχονταν από αυτόν τον κλάδο. Επιπλέον, μεγάλο ποσοστό (56%) αφορούσε την μείωση της απασχόλησης στο εμπόριο στο γυναικείο φύλο δηλαδή η συμμετοχή τους υποχώρησε κατά μισή ποσοστιαία μονάδα μέσα σε ένα χρόνο. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι το 65% των απωλειών στην απασχόληση αφορά σε νέους ως 29 ετών. Παρατηρείται, λοιπόν, μια σταδιακή μείωση εργασίας στον εμπορικό τομέα η οποία θα γίνει πιο έντονη τα δύο επόμενα χρόνια όπως περιγράφεται παρακάτω. (Πηγή: *Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2010* της ΕΣΕΕ)

Πλησιάζοντας στο σήμερα, είναι φανερό ότι οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στην απασχόληση του κλάδου του λιανικού εμπορίου είναι σημαντικές καθώς μειώνεται η μη μισθωτή απασχόληση του, που αποτελεί τον πυρήνα της δυναμικής του. Επιπλέον, μειώνεται σημαντικά η πλήρης απασχόληση των γυναικών, των νέων μέχρι 29 ετών, ενώ συνεχίζει να αυξάνεται η μόνιμη απασχόληση στην ηλικιακή ομάδα των 30 ετών. Το λιανικό εμπόριο χαρακτηρίζεται από τη μεγάλη συμμετοχή της κατηγορίας των αυτοαπασχολούμενων στο δυναμικό του (3 στους 10). Όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα το 11,3% είναι εργοδότες, μη αμειβόμενα μέλη το 9,1%, και 49,5% μισθωτοί. Όσον αφορά το φύλο και την ηλικία, πάνω από το μισό ποσοστό είναι γυναίκες ενώ το 18,7% ανήκουν στην κατηγορία νέοι μέχρι 29 ετών.

³⁷ Στο συνολική απασχόληση του εμπορίου το 53% κατέχει η μισθωτή απασχόληση ενώ οι αυτοαπασχολούμενοι συρρικνώθηκαν κατά 10 μονάδες



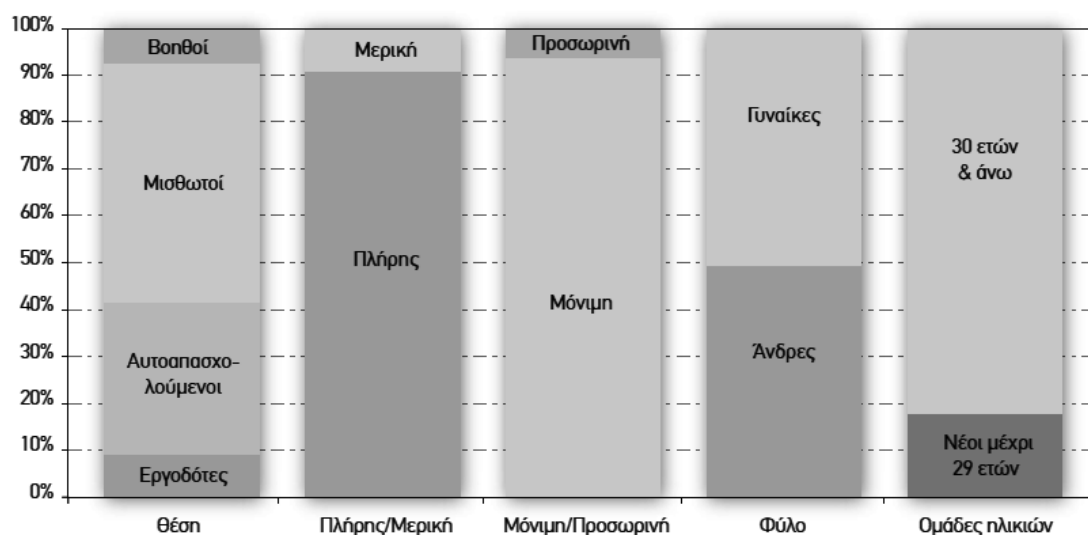
Σχήμα 7: Τα χαρακτηριστικά του λιανικού εμπορίου για το έτος 2011.

Πηγή: Ετήσια έκθεση του εμπορίου της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου για το 2011

Για το έτος 2011 (λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία του 2010) παρατηρείται μείωση στην απασχόληση του λιανικού εμπορίου κατά 25.825 άτομα και ποσοστό 4,7%. Η μείωση αυτή μόνο αμελητέα δεν μπορεί να θεωρηθεί καθώς αποτελεί την βασική αιτία υποχώρησης της απασχόλησης στο σύνολο του εμπορίου με το γυναικείο φύλο να κατέχει το 70% αυτής της μεταβολής. Στις νεαρές ηλικίες, οι απασχολούμενοι μειώνονται κατά 12.900 άτομα (ποσοστό 11,7%). Η μείωση στον κλάδο οφείλεται αποκλειστικά στην μεταβολή των πλήρως απασχολούμενων κάτι το οποίο δημιουργεί ανησυχία καθώς φανερώνει την αδυναμία διατήρησης των ήδη υπάρχουσών θέσεων καθώς και την δημιουργία νέων. Η ομάδα που πλήγεται περισσότερο είναι οι γυναίκες ενώ οι νέοι απορροφούνται περισσότερο σε θέσεις μερικής απασχόλησης με τους μεγαλύτερους να έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο της πλήρους. Ρίχνοντας μια ματιά στις κατηγορίες, την μεγαλύτερη μείωση εμφανίζουν οι μισθωτοί (τα 2/3 των οποίων προέρχονται από την μόνιμη απασχόληση) και οι αυτοαπασχολούμενοι (κυρίως άνδρες) ενώ στις μεταβολές των εργοδοτών και των συμβοηθούτων μελών οι μειώσεις γίνονται κυρίως στις γυναίκες. Τέλος, η μείωση των 30.180 ατόμων αφορά μικρές επιχειρήσεις ενώ σε επιχειρήσεις άνω των 10 ατόμων παρατηρείται αύξηση κατά 4.355 άτομα και κυρίως άνδρες. (Πηγή: *Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2011* της ΕΣΕΕ: 53-55)

Για το 2012, η κατάσταση της απασχόλησης του λιανικού εμπορίου χειροτερεύει. Οι αλλαγές σε αυτόν τον κλάδο είναι σημαντικές, καθώς το λιανικό εμπόριο συμβάλει κατά το ήμισυ στη μεταβολή των απασχολούμενων σε μικρές επιχειρήσεις και κατά 86% στη μεταβολή των απασχολούμενων σε επιχειρήσεις με περισσότερους από 10 εργαζομένους. Ρίχνοντας μια ματιά στα χαρακτηριστικά του λιανικού εμπορίου για το για το δεύτερο τρίμηνο του 2012 παρατηρούμε ότι πλέον το 9% είναι εργοδότες, μη αμειβόμενα μέλη το 7,2%, και 51,3% μισθωτοί. Όσον αφορά το φύλο και την ηλικία, πάνω από το μισό ποσοστό (50,5%) είναι γυναίκες ενώ το 17,8% ανήκουν στην

κατηγορία νέοι μέχρι 29 ετών. Η μερική απασχόληση αυξάνεται αισθητά εις βάρος την πλήρης απασχόλησης. Οι 8 στους 10 απασχολούμενους του λιανικού εμπορίου εργάζονται σε επιχειρήσεις μικρού μεγέθους ενώ η συμμετοχή όσων δουλεύουν σε επιχειρήσεις άνω των 10 εργαζομένων ανέρχεται σε 55,5% της συνολικής απασχόλησης. (Σχήμα 8)



Σχήμα 8: Τα χαρακτηριστικά του λιανικού εμπορίου για το έτος 2012. Πηγή: Ετήσια έκθεση του εμπορίου της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου για το 2012

Ειδικότερα στοιχεία για το λιανικό εμπόριο την περίοδο 2012-2013 φανερώνουν ότι η απασχόληση στον κλάδο μειώθηκε κατά 50.100 άτομα σε σχέση με το 2011 (ποσοστό 9,7%) ενώ η συγκεκριμένη μείωση αντιστοιχεί στο 54% της συνολικής μείωσης της απασχόλησης του συνολικού εμπορίου. Στις μεταβολές αυτές συμμετέχουν τόσο άνδρες και γυναίκες με αναλογία 48/52. Η απασχόληση στους νέους μειώνεται επιπλέον κατά 13.600 άτομα ενώ η υποχώρηση αυτή αντιστοιχεί σε 2 από τις 3 απώλειες θέσεων στους νέους στο σύνολο του εμπορίου. Η μείωση των απασχολούμενων οφείλεται αποκλειστικά στην μεταβολή των πλήρως απασχολούμενων με την ημιαπασχόληση να αυξάνεται κατά 4.840 άτομα (ποσοστό 73% στο σύνολο των μερικών απασχολούμενων του εμπορικού τομέα). Όσον αφορά τις κατηγορίες απασχολούμενων, οι μισθωτοί και εργοδότες συμμετέχουν ισόποσα κατά 2/3 στην μείωση (το 60% είναι άνδρες), τα συμβοηθούντα μέλη κατά 27% και οι αυτοαπασχολούμενοι κατά 7,5% (το 70% είναι γυναίκες). Η μείωση των απασχολούμενων σε μικρού μεγέθους επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου αντιστοιχεί στο μισό της συνολικής μείωσης των μικρών μονάδων εμπορίου³⁸ ενώ η μείωση για επιχειρήσεις με πάνω από 10 άτομα προσωπικό αντιστοιχεί στο 86% της μεταβολής των αντίστοιχων επιχειρήσεων στο σύνολο του εμπορίου. Για την τελευταία κατηγορία, το 70% από αυτούς που δεν εργάζονται πλέον ανήκουν στην ηλικιακή

³⁸ Η μείωση αντιστοιχεί στα ¼ της συνολικής μείωσης του κλάδου και οφείλεται κυρίως στην ηλικιακή ομάδα των άνω των 30 ετών και κυρίως στις γυναίκες (73%). Στους νέους που συμμετέχουν σε αυτήν την μείωση εμπλέκονται κυρίως άνδρες με ποσοστό συμμετοχής 82%.

ομάδα άνω των 30 και είναι κυρίως άνδρες ενώ από τους νέους που δεν απασχολούνται πλέον η συμμετοχή αφορά σχεδόν αποκλειστικά γυναίκες (96%). (Πηγή: *Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2012* της ΕΣΣΕ: 54-56)

4.3. Ο Οικονομικός Απολογισμός του Εμπορίου

Η οικονομική ύφεση που ξεκίνησε το 2009 προκάλεσε ισχυρό πλήγμα στην επιχειρηματική δραστηριότητα με κυριότερες αρνητικές συνέπειες την μείωση στον κύκλο εργασιών και την συρρίκνωση της κεφαλαιουχικής βάσης του εμπορίου. Η επιδείνωση στην επιχειρηματική δραστηριότητα ήταν καθολική και ανεξάρτητη από την νομική μορφή των επιχειρήσεων. Στην πραγματικότητα, οι πωλήσεις και τα κέρδη συρρικνώνονται για τις εταιρίες μορφής Ο.Ε. και Ε.Ε. περισσότερο από αυτές που ανήκουν στην κατηγορία Α.Ε. και Ε.Π.Ε. Όσον αφορά τις τελευταίες, τα κέρδη μειώθηκαν κατά 18,1% σε σχέση με το προηγούμενο έτος (1.662,4 εκατ.ευρώ) ενώ ο ρυθμός ανάπτυξης των κεφαλαίων τους έγινε αρνητικός. Περισσότερα από τα ¾ των επιχειρήσεων μείωσαν τις πωλήσεις τους το 2010 και μείωσαν τα αποθέματά τους. Το πλήγμα που δέχτηκε η κερδοφορία από την ύφεση στην εγχώρια αγορά, σε συνδυασμό με την συμπίεση της βραχυπρόθεσμης τραπεζικής χρηματοδότησης, οδήγησαν σε ανακοπή της αναπτυξιακής πορείας του ελληνικού εμπορίου κατά το 2009-2010.

Πλησιάζοντας περισσότερο την τωρινή κατάσταση, σύμφωνα με την Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2012...*«η εικόνα που προκύπτει από τα ενοποιημένα αποτελέσματα χρήσεως των εμπορικών επιχειρήσεων είναι εκείνη της πλήρους ανατροπή των προγενέστερων δεδομένων. Ο μεν κύκλος εργασιών εμφάνισε νέα κάμψη, η δε κερδοφορία υπέστη βαρύτατο πλήγμα από την κρίση που ταλανίζει την οικονομία της χώρας. Τα συνολικά αποτελέσματα κατέστησαν ζημιογόνα, γεγονός πρωτόγνωρο για πάρα πολλά έτη»*. Οι ΟΕ – ΕΕ και ατομικές επιχειρήσεις στην πλειονότητα του εμφάνισαν μείωση πωλήσεων και κερδών για το 2010. Αντίστοιχη είναι και η κατάσταση στις επιδόσεις των ΑΕ και ΕΠΕ του εμπορίου με καταγεγραμμένες ζημιές ύψους 210 εκατ. Ευρώ φανερώνοντας έτσι την αδυναμία τους να περικόψουν το κόστος πωληθέντων τους και την υποχώρηση των μεικτών κερδών. Όπως και το προηγούμενο έτος, έτσι και αυτήν την περίοδο, 6 στις 10 ΟΕ-ΕΕ και ατομικές επιχειρήσεις δεν πραγματοποίησαν επενδύσεις πάγιου κεφαλαίου ενώ παράλληλα μείωσαν τα αποθέματα τους. Μια άλλη σημαντική αρνητική εξέλιξη για τις ΑΕ και ΕΠΕ ήταν η μείωση του συνολικού κεφαλαίου και η μείωση του συνολικού ενεργητικού τους με συρρίκνωση των αποθεμάτων κατά 12,9%. Φαίνεται, λοιπόν, ότι η μείωση των πωλήσεων για το 2011 ήταν τέτοιας έκτασης, που αιφνιδίασε τις εμπορικές επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από τη νομική τους μορφή, καταρρίπτοντας τις αναμενόμενες εκτιμήσεις.

Για την περίοδο 2012-2013, τα αποτελέσματα επιδεινώνονται περισσότερο καθώς έρευνα του INEMY φανερώνει ότι 8-10 ΟΕ-ΕΕ και ατομικές επιχειρήσεις δήλωσαν σημαντική μείωση τόσο των πωλήσεων όσο και των κερδών την τρέχουσα περίοδο. Παράλληλα, τείνουν να εκλείψουν οι επιχειρήσεις που δηλώνουν σημαντική αύξηση

πωλήσεων – κερδών. Οι μορφές των ΑΕ και ΕΠΕ σημειώνουν νέα πτώση πωλήσεων, ενώ η υποχώρηση των μεικτών τους κερδών είναι αρκετά εντονότερη. Εντυπωσιακή είναι η ανατροπή του λειτουργικού αποτελέσματος, το οποίο κατέστη αρνητικό για πρώτη φορά και οι ζημιές έφτασαν στα 1.096,2 εκατ.ευρώ. Σε αυτή την φάση συρρικνώθηκαν όλα τα συστατικά στοιχεία του ενεργητικού λόγω της πτώσης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων και κατά προέκταση των ιδίων κεφαλαία. Έτσι, νέα επιδείνωση καταγράφει και ο δείκτης αποδοτικότητας των ιδίων κεφαλαίων. Αντίστοιχη ανεπάρκεια του κεφαλαίου κίνησης δήλωσαν και 8 στις 10 ατομικές και ΟΕ-ΕΕ μονάδες. Τέλος, συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη, η έκταση της μείωσης των αποθεμάτων ήταν μεγαλύτερη των προσδοκιών ανεξαρτήτου τύπου επιχείρησης. Συνοψίζοντας τις βασικότερες διαπιστώσεις του οικονομικού απολογισμού της Ετήσιας Έκθεσης Ελληνικού Εμπορίου 2012 της ΕΣΕΕ προκύπτει ότι:

- ❖ Οι πωλήσεις και τα μεικτά κέρδη όλων το εμπορικών επιχειρήσεων σημειώνουν για 5^ο συνεχές έτος πτώση
- ❖ Η βαθιά ύφεση πλήττει την κερδοφορία του εμπορίου. Αν και λειτουργικά η κερδοφορία ανατράπηκε, το αποτέλεσμα παρέμεινε ζημιογόνο
- ❖ Οι ζημιές των εμπορικών επιχειρήσεων ξεπερνούν το 1δις.ευρώ
- ❖ Κανένας τομέας του εμπορίου δεν εμφάνισε κέρδος
- ❖ Το ποσοστό του καθαρού κέρδους, η αποδοτικότητα κεφαλαίων, το συνολικό ενεργητικό και τα αποθέματα παρουσιάζουν μεγάλη μείωση.
- ❖ Εντοπίζεται πτώση επενδύσεων πάγιου, γεγονός πρωτόγνωρο για τα ελληνικά δεδομένα και επιδείνωση της γενικής ρευστότητας.

Στο πλαίσιο αυτό ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα καταγράφεται **στο πεδίο των τιμών**. Στην πραγματικότητα, η πρόβλεψη ότι η εσωτερική υποτίμηση θα οδηγούσε ταυτόχρονα σε υποχώρηση του γενικού επιπέδου τιμών αποτελούσε τη βασική συνιστώσα του προγράμματος δημοσιονομικής προσαρμογής. Ωστόσο, πολλές έρευνες δείχνουν ότι οι τιμές των προϊόντων και υπηρεσιών όχι μόνο δεν μειώνονται αλλά παρουσιάζουν μεγάλες αποκλίσεις σε σχέση με άλλες χώρες, ακόμη και ανάμεσα σε κράτη που βρίσκονται υπό καθεστώς παρόμοιας δημοσιονομικής προσαρμογής και έντονης λιτότητας. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι ο πληθωρισμός για την περίοδο 2010-2012 διαμορφώθηκε σε 4,9%, δηλαδή σε επίπεδα υψηλότερα από τις επίσημες προβλέψεις. Όμως τον Μάρτιο του 2013 παρουσίασε αρνητική μεταβολή (-0,2%) κάτι το οποίο θα έχει σημαντικές επιπτώσεις στο επίπεδο τιμών της πραγματικής οικονομίας στο σενάριο ότι η κρίση θα συνεχιστεί σε βάθος χρόνου.

Λόγω του γεγονότος ότι το ποσοστό συγκέντρωσης των επιχειρήσεων ένδυσης και υπόδησης αποτελεί μαζί με τις επιχειρήσεις λιανικής τροφίμων, το μεγαλύτερο σε σύγκριση με όλες τις άλλες κατηγορίες υποκλάδων, γίνεται μια αναφορά στη διακύμανση του επιπέδου τιμών αυτών, η οποία είναι ενδεικτική του γενικότερου κλάδου του λιανικού εμπορίου.

Αρχικά, ο κλάδος ένδυσης και υπόδησης στο λιανικό εμπόριο αποτελείται από εμπορικές επιχειρήσεις διαφορετικής νομικής μορφής, μεγέθους και τύπου και καταλαμβάνουν το 16,7% των εμπορικών επιχειρήσεων της χώρας. Οι βασικότερες εξελίξεις αυτής της κατηγορίας λιανικού εμπορίου αναφέρονται ως εξής (Πηγή: *Η Εξέλιξη των Τιμών στο Λιανικό Εμπόριο 2013* του ΙΝ.ΕΜ.Υ: 10-11):

- Οι τιμές σε προϊόντα ένδυσης και υπόδησης έχουν υποχωρήσει σε σημαντικό βαθμό σε σχέση με το 2011(-21,3%).
- Λόγω του χαμηλού εισοδήματος των καταναλωτών, η τελική τιμή πώλησης του αγαθού διαφέρει σε σημαντικό βαθμό από την αναγραφόμενη τιμή αφού ο καταναλωτής δεν αγοράζει πλέον εάν δεν επιτύχει περαιτέρω μείωση της (παζάρι).
- Η νέα σειρά φόρων που επιβλήθηκαν στις επιχειρήσεις επιδείνωσε σε σημαντικό βαθμό τα αποτελέσματά τους. Έτσι, έγινε προσπάθεια από την μεριά τους να απορροφήσουν τις αυξήσεις των τιμών αλλά και να τις ελαττώσουν για να διατηρήσουν την λειτουργία τους.
- Οι έμποροι καταφεύγουν σε μια σειρά από ειδικές προσφορές σε πολύ χαμηλές τιμές οι οποίες φαίνεται να μονιμοποιούνται στην αγορά όσο δυσχεραίνει η οικονομική κατάσταση.
- Για την περίοδο 2010-2012, η συρρίκνωση του κύκλου εργασιών των μικρομεσαίων εμπορικών μονάδων κυμαίνεται στο 40%-60% λόγω της μείωσης του πραγματικού εισοδήματος των καταναλωτών. Αυτή την κατάσταση ενισχύουν η αβεβαιότητα αναφορικά με τις μελλοντικές οικονομικές εξελίξεις, η έλλειψη ρευστότητας και η διακοπή πίστωσης από τους προμηθευτές.
- Οι μικρές επιχειρήσεις έχουν αναγκαστεί να μειώσουν το περιθώριο κέρδος και να απορροφήσουν τον Φ.Π.Α. (Φόρος Προστιθέμενης Αξίας) σε ένα περιβάλλον που δεν έχει μειωθεί το κόστος κτήσης-προμήθειας έτσι ώστε να ανταπεξέλθουν στις δυσχερείς εξελίξεις.

Όσον αφορά τον κλάδο τροφίμων, οι καταναλωτές μπορούν να προμηθευτούν τα προϊόντα μέσα από 5 σημεία λιανικής πώλησης: α)Μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων τροφίμων (supermarkets), β)μικρότερα καταστήματα τροφίμων με λίγα υποκαταστήματα, γ)μικρά τοπικά καταστήματα τροφίμων (ψιλικάτζιδικα, mini markets), δ)εξειδικευμένα καταστήματα (μανάβικα, κρεοπωλεία, ψαράδικα, αρτοποιεία, κλπ) και ε)τοπικές λαϊκές αγορές. Οι βασικότερες εξελίξεις του συγκεκριμένου υποκλάδου παρουσιάζονται παρακάτω (Πηγή: *Η Εξέλιξη των Τιμών στο Λιανικό Εμπόριο 2013* του ΙΝ.ΕΜ.Υ: 21-22):

- Υπάρχει μεγάλη διαφορά στις τιμές αγορά των τροφίμων - αγαθών των μικρομεσαίων εμπόρων από προμηθευτές (χονδρικό εμπόριο) σε σχέση με τα supermarkets.
- Οι μικρομεσαίοι έμποροι του κλάδου είναι οι αποδέκτες τιμών καθώς το μικρό μέγεθος και οι λίγες πωλήσεις τους θέτει εκτός της διαπραγμάτευσης τιμών. Επιπλέον, η ίδια κατηγορία δύσκολα πετυχαίνει προσφορές -

εκπτώσεις και πίστωση με τις εταιρίες παραγωγής των αγαθών. Σημαντική για τους μικρομεσαίους είναι και η επιβάρυνση από τα «χαράτσια» της ΔΕΗ. Το ποσοστό κέρδους τους έχει συμπιεστεί λόγω αυξήσεων, φορολογίας και μείωσης του εισοδήματος των καταναλωτών. Σε ορισμένες κατηγορίες τροφίμων, όπως τα γαλακτοκομικά, κρίνεται ασύμφορη η διάθεση των αγαθών.

- Οι τιμές έχουν αυξηθεί σε προϊόντα εισαγωγής όπως ρύζι και καφές ενώ έχουν υποχωρήσει στα εγχώρια. Η τιμή του ψωμιού έχει αυξηθεί παρά το γεγονός ότι η αγορά απελευθερώθηκε.
- Η μείωση του εισοδήματος και η ανεργία στρέφουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών σε αναζήτηση προσφορών στα supermarkets.
- Τέλος, η μεγάλη μείωση του κόστους εργασίας και η πτώση του ύψους των μισθών ευνόησε τα μεγάλα καταστήματα ενώ ώθησε τα μικρά να δουλεύουν με αυτοαπασχολούμενους και με συμβοηθούντα και μη αμειβόμενα μέλη.

4.4. Αναδιάρθρωσεις και Σημάδια Κρίσης

Από τις παραπάνω αναφορές, δεδομένου των μεγάλων μεταβολών, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι το εμπόριο αποτελεί τον προάγγελο και τον αποδέκτη των μηνυμάτων των εν εξελίξει μετασχηματισμών στην ελληνική οικονομία. Το βάθος και η διάσταση της κρίσης που διανύει η χώρα προμηνύει ένα προβληματικό μέλλον για την αγορά εργασίας, την απασχόληση και την παραγωγική δομή γενικότερα. Όμως, η Ελλάδα δεν βιώνει μια πρωτοεμφανιζόμενη κρίση αλλά το δεύτερο σκέλος μεγάλων ανακατατάξεων που ξεκίνησαν χρόνια πριν. Η πρώτη φάση αναδιάρθρωσης του λιανεμπορίου έλαβε χώρα τις δεκαετίες του 80' και 90' και το δεύτερο σκέλος είναι τα σύγχρονα οικονομικά και πολιτικά ζητήματα.

Αναλυτικότερα, το *1^ο κύμα κρίσης* σημειώνεται τρεις δεκαετίες πίσω με την εγκατάσταση μεγάλων πολυεθνικών διεθνικών αλυσίδων και big box stores. Ήταν η περίοδος όπου εγκαταστάθηκε ραγδαία πλήθος από super market και στην συνέχεια ακολούθησαν διεθνικά πολυκαταστήματα, πολυκαταστήματα νέας γενιάς, big box stores και μεγάλα εμπορικά κέντρα. Τα αποτελέσματα που έφεραν αυτές οι εξελίξεις ήταν το κλείσιμο πολλών μικρών επιχειρήσεων (ψιλικάτζιδικα, μπακάλικά, καταστήματα ηλεκτρικών ειδών, κλπ). Ιδιαίτερα στον τομέα της απασχόλησης, ήταν εντυπωσιακός ο μετασχηματισμός των εργοδοτών και της αυτοαπασχόλησης σε μισθωτή εργασία.

Έτσι, φτάνουμε στο σήμερα, και στο *2^ο κύμα κρίσης* που σχετίζεται με οικονομικούς παράγοντες. Οι νέες αυτές ανακατατάξεις επιταχύνουν τις διαδικασίες που έλαβαν χώρα στο πρώτο κύμα κρίσης ενώ η χαμηλή ρευστότητα εμποδίζει τις επιχειρήσεις να ορθοποδήσουν και να ανταπεξέλθουν στα σκληρά μέτρα και στους υψηλούς φόρους. Οι μεγάλες αλλαγές στους εμπόρους έχουν να κάνουν με το οικονομικό και κοινωνικό τους status το οποίο δεν θυμίζει πλέον εποχές του 70' και μεταμορφώνεται έτσι ώστε να εξασφαλίσει την επιβίωση τους και να καλύψει τις νέες ανάγκες των

καταναλωτών. Μάλιστα, με τον περιορισμό του εισοδήματος των τελευταίων, παρατηρείται, πλέον, μεγάλη στροφή σε είδη πρώτης ανάγκης. (Αρανίτου, Β., Σαγιάς, Ι., 2011: 4-6)

4.5. Ο Δημόσιος Λόγος

Από την δεκαετία του 1990 το λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα παρακολουθεί και έρχεται αντιμέτωπο με μια σειρά διαρθρωτικών ανακατατάξεων
Πηγή: magnesianews.gr

Η κρίση στο εμπόριο θεωρείται απότοκος της γενικότερης κρίσης. Ως κύρια αίτια της καταγράφονται η οικονομική αστάθεια, οι μειώσεις μισθών, η αβεβαιότητα και το κλίμα φόβου.
Πηγή: www.sportandbusiness.gr

Καθώς η κρίση αλλάζει τις αγοραστικές συνήθειες, οι εμπορικές επιχειρήσεις εντείνουν τις προσπάθειές προσαρμογής στα νέα δεδομένα...
Πηγή: news.kathimerini.gr

Η Ευρώπη θέλει οι μεγάλες επιχειρήσεις να φροντίσουν τις μικρές επιχειρήσεις ενώ εμείς επιτρέπουμε οι μεγάλες να διώξουν από τα πόδια τους τις μικρές
Πηγή: www.tovima.gr

Μια από τις μεγαλύτερες ομάδες επιχειρήσεων της χώρας, το λιανικό εμπόριο, αποκλείστηκε από τα νέα προγράμματα του ΕΣΠΑ. Πρόκειται για μια πολύ δυσάρεστη εξέλιξη δεδομένου ότι το λιανικό εμπόριο δέχεται τις μεγαλύτερες πιέσεις από την οικονομική κρίση και χιλιάδες εμπορικά έχουν κλείσει ενώ πολλά βρίσκονται στα πρόθυρα κλεισίματος.
Πηγή: <http://www.eea.gr>

Οι εξελίξεις του εμπορίου, όπως αναφέρεται στα άρθρα εφημερίδων, περιοδικών και ηλεκτρονικών μέσων, φανερώνει τον μεγάλο αντίκτυπο των εμπορικών ανακατατάξεων στην ελληνική κοινωνία. Τα περισσότερα άρθρα αναφέρουν από την μια τον παράγοντα της οικονομικής κρίσης και από την άλλη το γεγονός ότι οι νέες μορφές εμπορίου (όπως τα εμπορικά κέντρα) που βρίσκονται σε

περιοχές που έχουν κάποια χωρική εγγύτητα, επηρεάζουν αρνητικά την παραδοσιακή αγορά.

Αναλυτικότερα, σύμφωνα με το άρθρο του magnesianews.gr με τίτλο «Από τις πιο κορεσμένες περιοχές για εμπορική δραστηριότητα το κέντρο της Αθήνας» οι περιοχές οι οποίες εμφανίζουν υψηλό ποσοστό κλειστών επιχειρήσεων εντοπίζονται στο κέντρο της Αθήνας και ιδίως στους παραδοσιακούς εμπορικούς δρόμους της Σταδίου και της Πανεπιστημίου ενώ ακολουθούν τα παραδοσιακά κέντρα Αμαρουσίου και Χαλανδρίου. Παράλληλα, σε περιοχές των Δήμων Αμαρουσίου και Χαλανδρίου ιδιαίτερα σε παρόδιες περιοχές των μεγάλων κυκλοφοριακών αξόνων αναπτύσσονται εξαιρετικά υπερτοπικά κέντρα στα οποία εμφανίζεται η υψηλότερη συγκέντρωση των νέων μορφών εμπορίου. Οι συνολικές επιπτώσεις αυτής της χωρο-κοινωνικής αναδιάρθρωσης στον τομέα του λιανικού εμπορίου αποτελούν αντικείμενο έρευνας από την ΕΣΕΕ και το ΕΜΠ και περιγράφονται σε επόμενες παραγράφους.

Γενικά παρατηρείται διάρρηξη σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ κράτους – εμπόρων καθώς πολλοί πιστεύουν ότι αποτελεί τον βασικό τους αντίπαλο και λειτουργεί εντελώς απορρυθμιστικά στο όλο τοπίο. Ουσιαστικά, τα βασικότερα προβλήματα σχετίζονται με την υψηλή φορολογία, στο ΣΔΟΕ, την εφορία, τις προβληματικές διαδικασίες για ένταξη σε προγράμματα ΕΣΠΑ, το παραεμπόριο, την έλλειψη χρηματοδότησης από τράπεζες, τις συνεχείς αλλαγές στα οικονομικά μέτρα, την έλλειψη ρευστότητας, κ.α. Μάλιστα, από τις τελευταίες εξελίξεις οι οποίες πυροδοτούν εντάσεις ανάμεσα στους εμπόρους και στον κρατικό μηχανισμό είναι η Κυριακάτικη λειτουργία των καταστημάτων με τους πρώτους να υποστηρίζουν ότι εντείνεται ο αθέμιτος ανταγωνισμός, αυξάνεται το κόστος λόγω απασχόλησης υπαλλήλου, χάνεται ο σεβασμός στην αργία και ο ελεύθερος χρόνος και εντοπίζεται αμελητέα διαφοροποίηση στα έσοδα. (πηγή: «Αθεράπευτες οι αιτίες της κρίσης βουλιάζουν το εμπόριο, <http://www.sportandbusiness.gr>)

Επιπλέον, σύμφωνα με άρθρο του Έθνους με τίτλο «Βούλιαξε ο τζίρος στο λιανικό εμπόριο» στις 29 Απριλίου 2013 και τις αναφορές της ΕΛ.ΣΤΑΤ. ο όγκος του λιανεμπορίου μειώθηκε κατά 14,2% σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2012. Μεγάλες μειώσεις καταγράφηκαν στον τζίρο των σούπερ – μάρκετ (16,3%), στα καταστήματα καυσίμων και λιπαντικών (16,9%), τροφίμων – ποτών – καπνού (16%), φαρμακευτικών-καλλυντικών (12,4%) και ένδυσης – υπόδησης (9,6%). Το παρακάτω σχήμα φανερώνει την πορεία του λιανικού εμπορίου από τον Ιούλιο του 2012 έως τον Απρίλιο του 2013.



Εικόνα 8: Οι διακυμάνσεις του τζίρου του λιανικού εμπορίου για Ιούλιο 2012-Απρίλιο 2013.
Πηγή: <http://www.ethnos.gr>

Τέλος, σύμφωνα με άρθρο της ελευθεροτυπίας με τίτλο «Σε τέλμα το λιανικό εμπόριο» της 1^{ης} Ιουλίου 2013 αναφέρεται ότι είναι μεγάλη η κρίση στο εμπόριο καθώς αισθητή πτώση κατά 14,7 ποσοστιαίες μονάδες, παρουσίασε η ετήσια μεταβολή του Γενικού Δείκτη κύκλου εργασιών στον κλάδο του λιανικού εμπορίου σύμφωνα με ανακοίνωση της ΕΣΕΕ παρόλο που τον Απρίλιο κυμάνθηκε στο υψηλότερο επίπεδο για το α' τετράμηνο του έτους. Επιπλέον, η ΕΣΕΕ υπογραμμίζει ότι... «Πλέον, γίνεται φανερό πως η σπασμωδικότητα και η προχειρότητα των αποφάσεων που λαμβάνονται σε πολιτικό επίπεδο, όχι μόνο δεν συντελούν στην ομαλοποίηση και στην καταπολέμηση των “στεγανών” που εντοπίζονται στην αγορά, αλλά τουναντίον διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον περιορισμό της ρευστότητας και στην “οικονομική ασφυξία” – “στραγγαλισμό” των εμπορικών επιχειρήσεων. Με τα περιθώρια ανάκαμψης να στενεύουν επικίνδυνα, κρίνεται ως επιβεβλημένη ανάγκη οι ιθύνοντες να αφογκραστούν τον έντονο προβληματισμό και την αγωνία που εκπέμπουν οι άνθρωποι της αγοράς και να προσέλθουν σε έναν πραγματικό διάλογο που θα συνδράμει στην άρση του υπάρχοντος αδιεξόδου».

5. Η ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ

5.1. Μητροπολιτικά – Υπερτοπικά Κέντρα

Ο χαρακτηρισμός ενός κέντρου ως μητροπολιτικό προκύπτει από μια σειρά παραγόντων που εκφράζουν την ακτινοβολία του στον ευρύτερο περιφερειακό και εθνικό χώρο αλλά και σε υπερεθνικό επίπεδο. Οι λειτουργίες του αφορούν:

- Ανώτατους κρατικούς φορείς, εθνικού επιπέδου
- Την περιφερειακή διοίκηση και τις περιφερειακές κυβερνητικές υπηρεσίες
- Την νομαρχιακή αυτοδιοίκηση
- Την εκπαίδευση
- Της υπηρεσίες περίθαλψης
- Το λιανικό εμπόριο και τις υπηρεσίες του ιδιωτικού τομέα
- Τις λειτουργίες του ελεύθερου χρόνου (αθλητισμός, αναψυχή, πολιτισμός, τουρισμός)

Στην Αττική εντοπίζονται **μητροπολιτικές λειτουργίες** κυρίως χωροθετημένες:

- Στο κέντρο της Αθήνας με κύριες προεκτάσεις στην περιοχή του κόμβου Αμπελοκήπων και προς τον Ελαιώνα
- Στον Πειραιά και στο Μαρούσι, δύο κέντρα διαφοροποιημένα μεταξύ τους ως προς την εξειδίκευση των λειτουργιών και ως προς την χωρική τους οργάνωση.
- Στα κέντρα της Κηφισίας και της Γλυφάδας με την μορφή μικρότερων πυρήνων μητροπολιτικών λειτουργιών τοπικού και υπερτοπικού επιπέδου
- Κατά μήκος των μεγάλων οδικών αξόνων του Λεκανοπεδίου: Βουλιαγμένης, Συγγρού, Κηφισίας, Κηφισού, Πειραιώς, Μεσογείων, κ.α. Αυτού του είδους η ανάπτυξη λειτουργιών δεν δημιουργεί κέντρο, αλλά ενισχύει τα κέντρα των Δήμων.

Ταξινομώντας τα **υπερτοπικά κέντρα**, το «*Στρατηγικό Πλαίσιο Χωρικής Ανάπτυξης Αθήνα – Αττικής 2004*» καταλήγει ότι:

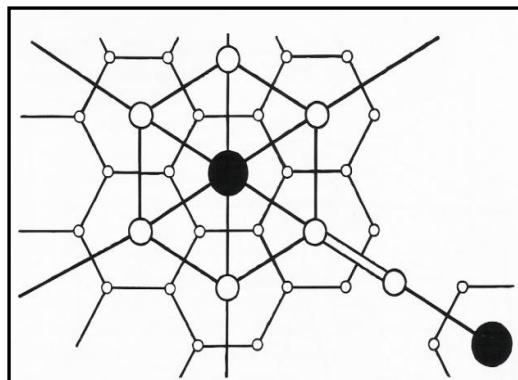
- Το Μαρούσι προβάλλει ως το δεύτερο δορυφορικό κέντρο της Αθήνας πριν από τον Πειραιά. Το τόξο των κέντρων γύρω από αυτήν την περιοχή είναι διαφορετικό με την Αγ. Παρασκευή και την Παλλήνη σε μειωμένο ρόλο.
- Το κέντρο της Αθήνας περιβάλλεται βόρεια, ανατολικά και νότια από μικρής κλίμακας κέντρα συνοικιών. Δυτικά, προβάλλονται δυναμικά τα κέντρα της Καλλιθέας, του Αγ. Ι. Ρέντη και του Περιστερίου. Η Αθήνα έχει τέσσερα δορυφορικά κέντρα, τον Πειραιά, τον Άλιμο, το Μαρούσι και την Μεταμόρφωση, με μία διαφορά προς τα άνω του Αμαρουσίου.
- Στο νότιο τμήμα, τα κέντρα Κηφισίας, Αμαρουσίου, Χαλανδρίου, Αγ. Παρασκευής και Παλλήνης δημιουργούν τόξο με κυρίαρχα το Μαρούσι και την Παλλήνη.

— Στο Δυτικό Λεκανοπέδιο μεγάλη ισχύ παρουσιάζουν το Περιστερί, το Αιγάλεω, ο Αγ. Ι. Ρέντης με επέκταση την Καλλιθέα πιο νότια.

5.2. Η Χωρική Διάρθρωση του Εμπορίου

Αναμφίβολα, η Αθήνα εμφανίζει πολύ μεγάλη ποικιλία στις μορφές, στα είδη, στις τοποθεσίες και στις λογικές χωροθέτησης του λιανικού εμπορίου. Στην πραγματικότητα, η πρωτεύουσα εμφανίζει τόσο τη μέγιστη εξειδίκευση όσο και τα μέγιστα μεγέθη στον ελλαδικό χώρο ενώ παράλληλα είναι ο χώρος μέσα στον οποίο αναπτύσσονται μητροπολιτικά πρότυπα διασκορπισμού του εμπορίου. Τα σημαντικότερα από αυτά τα χωρικά πρότυπα αφορούν προαστιακό εμπόριο, εξειδικευμένες περιοχές, οργάνωση του εμπορίου σε κέντρα και υποκέντρα, διάχυση και στρατηγικές χωροθέτησης niche αγορών³⁹. (Αρανίτου, Β., Σαγιάς, Ι., 2011:9)

Το εμπόριο αποτελεί μια κατεξοχήν αστική λειτουργία. Ανέκαθεν, το κέντρο αποτελούσε τον κεντρικό πυρήνα ανάπτυξης του λιανικού εμπορίου. Η «Θεωρία των Κεντρικών Τόπων», οι μεγάλες πόλεις περιλαμβάνουν ένα πλέγμα υπηρεσιών εμπόριο από τις πιο βασικές έως τις πλέον εξειδικευμένες ενώ οι μικρότερες πόλεις περιορίζονται σε πιο βασικές δραστηριότητες. (Καζάνα, Φ., 2011:20). Σύμφωνα με το διάγραμμα του Christaller υπάρχει ιεράρχηση στην οργάνωση των πόλεων και ο βαθμός επιρροής και οι σχέσεις τους δεν εξαρτάται από την γεωγραφική απόσταση αλλά από το μέγεθος τους.



Εικόνα 9: Δίκτυο ο τύπου Christaller με ιεραρχική δομή των πόλεων. (Γοσποδίνη, Μπεριάτος, Λεοντίδου, 2006: 107)

Λίγο πριν την περίοδο των μεγάλων ανακατατάξεων στον τομέα του λιανικού εμπορίου, η κατανομή του ακολουθούσε μια σαφή ιεραρχημένη διάρθρωση στον χώρο. Το παραδοσιακό εμπορικό κέντρο της πόλης ήταν αυτό που συγκέντρωνε τις πιο εξειδικευμένες δραστηριότητες υψηλού επιπέδου με ακτίνα επιρροής το σύνολο

³⁹ Η στρατηγική αυτή έχει ως κεντρικό της στοιχείο την επιλογή και συγκέντρωση μιας επιχείρησης σε ένα πολύ στενό κομμάτι της ευρύτερης αγοράς, ενός Niche, όπου οι αγοραστές έχουν κάποιες ξεχωριστές προτιμήσεις ή ανάγκες. Οι άμεση παράγοντες που διαμορφώνουν τέτοιου είδους αγορές είναι η γεωγραφία, η ειδική χρήση ενός προϊόντος ή κάποια ειδικά χαρακτηριστικά του που είναι ελκυστικά στους αγοραστές που τις προτιμούν. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η Apple, το Woolite (μόνο για μάλλινα), ακτοπλοϊκές που εξυπηρετούν συγκεκριμένα νησιά, κ.α. Πηγή: www.bluewavemag.com

της αστικής περιοχής. Επιπλέον, στα κέντρα των συνοικιών εντοπίζονταν μικρότερα εμπορικά κέντρα ενώ το χαμηλότερο επίπεδο ιεραρχίας κατείχε ένας μεγάλος αριθμός μικρών καταστημάτων που παρείχαν προϊόντα για να καλύψουν τις βασικές ανάγκες των κατοίκων (γάλα, ψιλικά, εφημερίδες, κλπ).

Λίγα χρόνια αργότερα, η μεγάλη στροφή στα προάστια των κατοίκων των μεγάλων αστικών κέντρων για την αναζήτηση μόνιμου τόπου κατοικίας συνδέθηκε με την αποκέντρωση του εμπορίου. Το διαμορφωμένο λιανικό εμπόριο αρχίζει να εντοπίζεται σε περιοχές οι οποίες πλέον συγκεντρώνουν ένα σημαντικό αριθμό καταναλωτών που διαμορφώνουν ένα επίπεδο τοπικής ζήτησης που υπερβαίνει το ελάχιστο κατώφλι επιβίωση μιας απλής εμπορικής μονάδας. Στην πρώτη περίοδο εμφάνισης των νέων εμπορικών μονάδων τα κέντρα των πόλεων με τις εμπορικές χρήσεις εξακολουθούν να διατηρούν την αίγλη τους και τις αξίες γης σε υψηλά επίπεδα. (Καζάνα, Φ. ,2011:21-22).

Στην πραγματικότητα, η χωροθέτηση των εμπορικών κέντρων ακολουθεί σχεδόν πιστά τις τάσεις ανάπτυξης των τοπικών κέντρων εμπορίου, σε συνύπαρξη με αυτά, και είναι αυτή που θα ορίσει τα τοπικά κέντρα εμπορίου των προαστίων λόγω της απουσίας εμπορικών κατευθύνσεων. Η πυκνότητα του είναι εμφανίζεται αυξημένη ανά περιοχή και κεντρικά αυτής γεγονός που επηρεάζει την λειτουργία τους, ενώ η τακτοποίηση τους κατά μήκος βασικών αξόνων παραμένει ατελής σε ειδικότερο επίπεδο. Από την άλλη, τα εμπορικά κέντρα εγκαθίστανται σε προαστικές γειτονίες που έχουν ήδη αναπτυχθεί ένας σημαντικός αριθμός supermarkets. Όμως, τα δεύτερα έχοντας ήδη καταλάβει τις θέσεις τους σε αυτές τις περιοχές αρνούνται να ενσωματωθούν στις μεγαλύτερες εμπορικές μονάδες⁴⁰ καθώς το μέγεθος των τελευταίων δεν μοιάζει να ικανοποιεί τις απαιτήσεις τους. Τα εμπορικά κέντρα της πρώτης περιόδου προσαρμόζονται στις εγχώριες πολεοδομικές και εμπορικές συνθήκες και η ακτίνα επιρροής τους θα παραμείνει τοπική οριοθετώντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους.

Η συνεχής εξάπλωση του εμπορίου στα προάστια και στον εξωαστικό χώρο των πόλεων έχει προκαλέσει σημαντικές αλλαγές στην φυσιογνωμία των παραδοσιακών εμπορικών κέντρων. Τα εμπορικά κέντρα της δεύτερης περιόδου εντοπίζουν στον χάρτη της Αττικής τις περιοχές όπου οι προδιαγραφές των προτύπων ικανοποιούνται αρτιότερα και χωρίς μεγάλες παρεκκλίσεις και εκμεταλλεύονται όλο τον αστικό χάρτη του λεκανοπεδίου με σκοπό την υπερτοπική απήχηση. Πλέον, οι εγχώριοι μετασχηματισμοί, σε εμπορικό και κοινωνικό επίπεδο, προσπαθούν περιορίσουν το αίσθημα αξιοποίησης του ανοιχτού δημόσιου χώρου και να εσωκλείσουν τον κόσμο σε μεγάλες κτιριακές και πολυδύναμες εγκαταστάσεις. (Καφαντάρης, Φ. ,2011: 10-14). Όσον αφορά τις μεγάλες αλυσίδες λιανικής πώλησης τροφίμων, το πλήθος καταστημάτων που έχει δημιουργηθεί εισχωρεί σε επίπεδο γειτονιάς (convenient

⁴⁰ Γιαυτόν τον λόγο τα εμπορικά κέντρα αυτής της περιόδου θα χαρακτηρίζονται από τη χαμηλή εμπορική τους επιφάνεια συγκριτικά με τα πρότυπα του εξωτερικού.

stores) προκειμένου να αυξήσουν το μερίδιο πωλήσεών τους. Η επέκταση τους σε επίπεδο γειτονιάς τους έδωσε την δυνατότητα να επεκταθούν και στην αγορά ευπαθών προϊόντων περιορισμένης διάρκειας ζωής και μεγάλης συχνότητας αγορών⁴¹ προκαλώντας μεγάλα προβλήματα στα τοπικά καταστήματα εμπορικής και μεταποιητικής δραστηριότητας. (Καζάνα, Φ. ,2011 :23).

Ένα βήμα παρακάτω, οι περιοχές χωροθέτησης των εμπορικών δραστηριοτήτων διαφοροποιούνται ως προς το οπτικό τοπίο που δημιουργούν. Μέσα στην πόλη, αυτές οι δραστηριότητες κυριαρχούν οπτικά επειδή εντοπίζονται σε περιοχές με έντονη κυκλοφορία. Εισερχόμενος από αυτοκινητοδρόμους⁴², μπορεί κάποιος να παρατηρήσει μια πληθώρα εστιατορίων, πολυκαταστημάτων, fast food, καφετέριες ενώ αρχίζει να αναγνωρίζει γνωστά ονόματα αλυσίδων λιανικής πώλησης και εμπορικών σημάτων. Από την άλλη, η διάρθρωση του εμπορίου στον περιαστικό και εξωαστικό χώρο αφορά μια σημαντική γραμμική ανάπτυξη κατά μήκος οδικών αξόνων με σημαντικό κυκλοφοριακό φόρτο και σε περιοχές με χαμηλές αξίες γης. (Καζάνα, Φ. ,2011 :23-24).

Μελετώντας τις σημαντικότερες χρονικές τομές του λιανικού εμπορίου, μπορεί κανείς να παρατηρήσει τις μεταλλαγές στους κυρίαρχους τύπου εμφάνισης των εμπορικών μορφών. (Αρανίτου, Β., Σαγιάς, Ι. ,2011 :11-12) Αναλυτικότερα:

- **Το 1978** οι κυρίαρχοι τύποι εντοπίζονται στο κέντρο της Αθήνας (Ομόνοια, Σύνταγμα, Ερμού, Πατησίων) και στο κέντρο του Πειραιά. Επιπλέον, κέντρα γειτονιών μικρότερης σημασίας είναι η Κυψέλη, το Παγκράτι και οι Αμπελόκηποι. Σημαντικό εμπορικό δίπολο ήταν το Περιστέρι – Αιγάλεω στη Δυτική Αθήνα ενώ στα βόρεια προάστια ξεχωρίζει η Νέα Ιωνία.
- **Το 1988** πέρα από τους κυρίαρχους τύπους που επικρατούν όλη την δεκαετία αναπτύσσονται πόλοι στα βορειανατολικά προάστια και ενίσχυση της Λ.Μεσογείων. Σε αυτή την περίοδο δημιουργούνται μικροί θύλακες εμπορίου σε παράκτιους/παραθεριστικούς οικισμούς.
- **Το 2009**, εντοπίζονται τόσο παραδοσιακοί τύποι στα Κέντρα Αθήνας και Πειραιά, στο Αιγάλεω, στο Περιστέρι και στην Νέα Ιωνία όσο νέοι τύποι στα Βόρεια και Νότια Προάστια καθώς και στο Περιαστικό Χώρο (Γλυφάδα, Μαρούσι, Αγία Παρασκευή, Χαλάνδρι, κ.α.).

Ουσιαστικά, οι νέες κεντρικότητες αποτελούν νέα πολυκλαδικά πληθυσμιακά κέντρα και πολλές φορές σχετίζονται με κοινωνικές και επαγγελματικές ομάδες από τους «παλαιούς» τύπους. Η χωρική τους εμβέλεια είναι πολύ μεγαλύτερη από αυτή των παραδοσιακών αγορών ενώ έχουν και άμεση σύνδεση με τα φαινόμενα της προαστιοποίησης και αστικής διάχυσης.

⁴¹ Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν αγαθά όπως γάλα, χυμοί, ψωμί, κ.α.

⁴² Όπου κυριαρχούν τα βενζινάδικα, οι αντιπροσωπίες, τα συνεργεία, κλπ.

Η Αθήνα χαρακτηρίζεται από κοινωνική μίξη και ανάμιξη χρήσεων γεγονός που φανερώνει ότι η ανάπτυξη των νέων εμπορικών πόλων στοχεύει στην προσέλκυση των χωρικά διασκορπισμένων μεσαίων και υψηλών στρωμάτων. Μέσα σε αυτά τα πλαίσια, αναπτύσσονται τόποι χωρο-κοινωνικού διαχωρισμού και «ειδικών χρήσεων» με κυρίαρχο στοιχείο την κατανάλωση και την ψυχαγωγία. (Αρανίτου, Β., Σαγιάς, Ι., 2011:16)

5.3. Οι Μεταβολές των Κύριων Τύπων Εμπορικών Κεντρικότητων στον Χώρο

Για την ανάδειξη των τάσεων της διαχρονικής εξέλιξης του λιανικού εμπορίου Αττικής χρησιμοποιούνται τα αποτελέσματα της έρευνας της ΕΣΕΕ με τίτλο «*Η εξέλιξη του λιανικού εμπορίου 1978-2011. Οργανωτική – Λειτουργική αναδιάρθρωση και χωροκοινωνικές επιπτώσεις*». Αναλυτικά οι σημαντικότερες μεταβολές που προκύπτουν είναι:

- Από το 1978 έως το 2011 το λιανικό εμπόριο σε μη εξειδικευμένα καταστήματα (471 του ΣΤΑΚΟΔ) και το λιανικό εμπόριο άλλων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα παρουσιάζουν σημαντική ποσοστιαία αύξηση (των επιχειρήσεων που απασχολούνται με αυτά.

Το 75,68% του λιανικού εμπορίου συγκεντρώνεται σε 15 δήμους της Αττικής οι οποίοι φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

Δήμος	% Ποσοστό επιχειρήσεων στο σύνολο των επιχειρήσεων της Αττικής 2011	% Ποσοστό επιχειρήσεων στο σύνολο των επιχειρήσεων της Αττικής 1988	% Ποσοστό επιχειρήσεων στο σύνολο των επιχειρήσεων της Αττικής 1978
Αθήνα	33,89%	38%	41%
Περιστέρι	5,18%	4%	4%
Καλλιθέα	5,10%	3%	4%
Ίλιον	5,07%	2%	2%
Αχαρναί	4,23%	1%	1%
Αιγάλεω	3,06%	3%	3%
Πειραιάς	2,66%	7%	8%
Μαρούσι	2,59%	1%	1%
Γαλάτσι	2,17%	1%	1%
Καισαριανή	2,16%	1%	1%
Χαλάνδρι	2,13%	2%	1%
Ηλιούπολη	2,04%	2%	1%
Γλυφάδα	1,86%	1%	1%
Αγ.Δημήτριος	1,83%	1%	1%
Ν.Ηράκλειο	1,73%	1%	1%
Σύνολο	75,68%	67%	69%

Πίνακας 1: Ποσοστά επιχειρήσεων για τις χρονιές 1978-2011 στην Αττική. Πηγή: (Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, 2012: 111)

Από τον παραπάνω πίνακα προκύπτει ότι:

- Ο δήμος Αθηναίων διατηρεί την πρώτη θέση στην ιεραρχία, όμως σε σχέση με τις προηγούμενες δεκαετίες χάνει την δυναμικότητά του.
- Η διασπορά του λιανικού εμπορίου είναι αρκετά μεγαλύτερη από αυτήν του 1978 και του 1988 λόγω της ανάπτυξης νέων εμπορικών συγκεντρώσεων σε δήμους που χαρακτηρίζονταν για εμπορική δραστηριότητα. Είναι φανερό ότι τις προηγούμενες δεκαετίες η εμπορική δυναμικότητα συγκεντρωνόταν σε 4 δήμους ενώ το 2011 παρουσιάζονται σημαντικές συγκεντρώσεις επιχειρήσεων σε περισσότερους δήμους.
- Η δυναμικότητα του Πειραιά μειώνεται σημαντικά και πέφτει στην έβδομη θέση της κατάταξης των εμπορικών επιχειρήσεων
- Μεγάλη αύξηση παρουσιάζουν το Ίλιον και οι Αχαρναί
- Σημαντική αύξηση δυναμικότητας παρουσιάζει και η Καλλιθέα (από 4% σε 5,1%)

Στην πραγματικότητα, παρατηρείται μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου (88%) που συγκεντρώνεται σε ζώνες υψηλής έως εξαιρετικά υψηλής πολυλειτουργικότητας. (βάση του δείκτη εντοπίας που χρησιμοποιήθηκε στην ίδια έρευνα). Συγκριτικά με τις προηγούμενες δεκαετίες ο αριθμός μονολειτουργικών ζωνών στην Αττική για την χρονιά 2011 σχεδόν διπλασιάζεται γεγονός που αποδίδεται στη διαχρονική διάχυση του αστικού ιστού με αποτέλεσμα την αναγκαία ύπαρξη συγκεκριμένων κεντρικών λειτουργιών σε αυτές. Ωστόσο ο αριθμός των επιχειρήσεων στο σύνολο των ζωνών αυτών δεν αυξάνεται σε σχέση με τις συνήθως κεντρικότερες πολυλειτουργικές περιοχές, αλλά διατηρείται πολύ χαμηλός έως και αμελητέος. Οι κύριοι τύποι εμπορικών κεντρικότητων στην Αττική 2011, οι οποίοι εντοπίζονται σε υψηλές και πολύ υψηλές συγκεντρώσεις αναφέρονται παρακάτω:

- 477 (λιανικό εμπόριο άλλων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα)
- 472 (λιανικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού σε ειδικευμένα καταστήματα)
- 475 (λιανικό εμπόριο άλλου οικιακού εξοπλισμού σε ειδικευμένα καταστήματα)
- 471 (λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα)

Μάλιστα, μόλις 548 επιχειρήσεις συγκεντρώνονται το 2011 στον κύριο κλάδο 477 δηλαδή το 2,6% των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου σε ολόκληρη την Αττική γεγονός που φανερώνει τον σχηματισμό «συστάδων / πιάτσων». Επομένως, παρατηρείται αύξηση των υψηλά και των εξαιρετικά πολυλειτουργικών ζωνών με τους κύριους κλάδους σε υψηλές συγκεντρώσεις, δηλαδή αύξηση της ποικιλομορφίας των ζωνών στην Αττική. Ταυτόχρονα, εμφανίζεται μεγάλη διάχυση των κύριων τύπων εμπορικών κεντρικότητων σε σημαντικά περισσότερους δήμους συγκριτικά με

το 1988 και το 1978. Αναλυτικότερα, οι κύριοι αυτοί τύποι παρουσιάζονται σε περίπου τετραπλάσιο αριθμό Δήμων (21 Δήμοι) σε σχέση με το 1988 γεγονός που φανερώνει ιδιαίτερα σημαντική αύξηση της πολυλειτουργικότητας της Αττικής από το 1978 και το 1988 έως το 2011.

Στο πολεοδομικό συγκρότημα της πρωτεύουσας οι κυριότεροι τύποι εμπορικών κεντρικότητων συγκεντρώνονται σε ζώνες:

- Παραδοσιακών πολεοδομικών κέντρων πόλεων: εκεί εντοπίζονται κεντρικές λειτουργίες, εκτός από το λιανικό εμπόριο, που περιλαμβάνουν δραστηριότητες εστίασης – αναψυχής, διοίκησης και υπηρεσίες. Τέτοιες κεντρικές περιοχές εντοπίζονται στο Μαρούσι, στην Κηφισιά, στο Περιστερί και στην Καλλιθέα.
- Οδικών αξόνων του κύριου οδικού δικτύου, κατά μήκος των οποίων έχουν χωροθετηθεί εμπορικές χρήσεις. Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν οι δήμοι εκατέρωθεν της Λεωφόρου Κηφισίας (Κηφισιά, Μαρούσι, τμήμα του Δήμου Αθηναίων), της Πατησίων, της Λ.Βουλιαγμένης, της Λ.Θησέως, της Λ.Συγγρού, της Λ.Αμφιθέας, της Λ.Αλίμου, της Λ.Παπάγου (Ζωγράφου), κ.α.
- Σταθμών των γραμμών 1,2 και 3 του Μετρό αλλά και του ΗΣΑΠ (Δάφνη, Ακρόπολη, Ηράκλειο, Μαρούσι, κ.α.)
- Νέων μορφών εμπορίου οι οποίες έχουν αρχίσει να αναδεικνύονται από το 2000 και έπειτα
- Συνδυασμών κάποιων από τα παραπάνω. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Κηφισιά και το Μαρούσι που εκτός από τα παραδοσιακά κέντρα πόλης, ο κύριος τύπος εμπορικών κεντρικότητων αναπτύσσεται και κατά μήκος της Λ.Κηφισίας.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι ο Πειραιάς διατηρείται μεν στην ιεραρχία των σημαντικότερων δήμων ως προς το αριθμό των επιχειρήσεων στις ζώνες αυτές το 2011 όμως μειώνεται σε δυναμικότητα σε σχέση με τις προηγούμενες δεκαετίες.

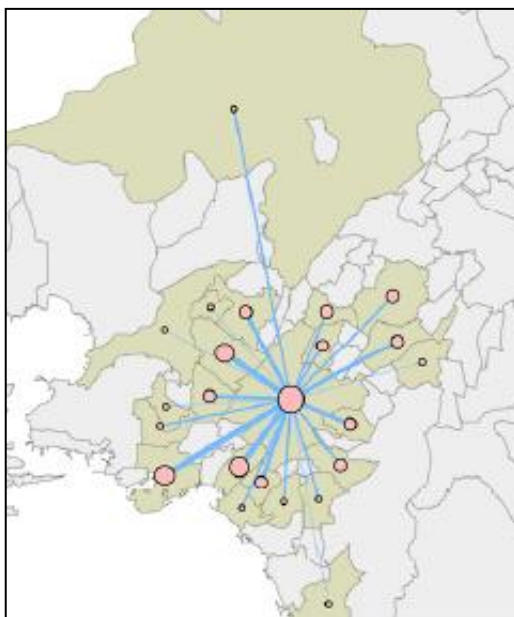
5.4. Η Ελκυστικότητα Κυριότερων Ζωνών Λιανικού Εμπορίου

Ένα βήμα παρακάτω, με την χρήση του δείκτη ελκυστικότητας ο οποίος λαμβάνει υπόψη το πλήθος των μετακινήσεων από γειτονικούς ή μη γειτονικούς δήμους προς τον πυρήνα της περιοχής μελέτης προκύπτουν 7 σημαντικές ζώνες εμπορικών κεντρικότητων οι οποίες αποτελούν τις δυναμικότερες περιοχές στην Αττική ως προς τον αριθμό μετακινήσεων για ψώνια – αναψυχή που έλκουν από κάθε περιοχή του Λεκανοπεδίου. Οι σημαντικότερες από τις 7 ζώνες στις οποίες υπάγονται και οι περιοχές μελέτης της συγκεκριμένης εργασίας περιγράφονται στην συνέχεια:

Ζώνη 1: Ερμού (Κέντρο Αθήνας/ Εμπορικό Τρίγωνο)

Η ζώνη αυτή αποτελεί το «παλαιότερο» παραδοσιακό πολυλειτουργικό κέντρο λιανικού εμπορίου του δήμου Αθηναίων και εμφανίζει εξαιρετικά υψηλή

δυναμικότητα καθώς αποτελεί το σημαντικότερο πόλο έλξης του αγοραστικού κοινού από τους υπόλοιπους περιμετρικούς δήμους ή ακόμη και από δήμους που ανήκουν σε όλα τα προάστια (δυτικά, ανατολικά, βόρεια και νότια). Η εμβέλεια αυτής της ζώνης είναι εξαιρετικά υψηλή ως προς τον Πειραιά και πολύ ισχυρή ως προς την Καλλιθέα, Ζωγράφου και Αιγάλεω. Ο βαθμός ελκυστικότητας μειώνεται προς τον Βύρωνα, την Ηλιούπολη, την Ν. Σμύρνη, την Αγ. Βαρβάρα, την Ν.Ιωνία, το Μαρούσι, το Χαλάνδρι, κλπ ενώ την μικρότερη επιρροή έχει στους δήμους του Μοσχάτου, των Αγ. Αναργύρων, της Γλυφάδας και του Π.Φαλήρου. Ο πυρήνας της Ερμού χαρακτηρίζεται για τον κεντροβαρικό του χαρακτήρα και την ακτινική του εμβέλεια.



Εικόνα 10: Χωρική εμβέλεια του παραδοσιακού πόλου της Αθήνας. Πηγή: (Αρανίτου, Β., Σαγιάς, Ι., 2011:13)

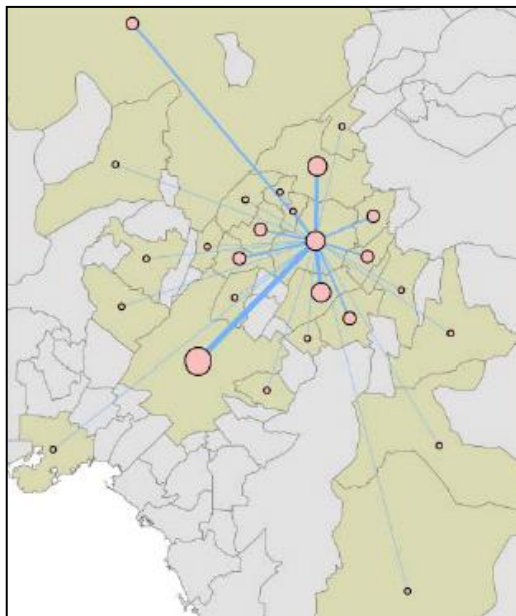
Ζώνη 7: Πανόρμου

Η ζώνη αυτή αποτελεί ένα νέο γραμμικό πολυκλαδικό κέντρο λιανικού εμπορίου στο Δήμο Αθηναίων που αναπτύσσεται σε σχετικά κοντινή απόσταση με το παραδοσιακό κέντρο της Ερμού – Εμπορικού Τριγώνου. Αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης για τα νοτιοανατολικά, ανατολικά και βορειοανατολικά προάστια ενώ η ελκυστικότητα της ζώνης είναι ιδιαίτερα ισχυρή για την Αγ. Παρασκευή, το Χαλάνδρι, το Μαρούσι, την Ζωγράφου αλλά και για το υπόλοιπο κέντρο της Αθήνας. Οι βασικοί παράγοντες που έχουν οδηγήσει στην ενίσχυση αυτής της ζώνης είναι η ανάπτυξη μέσω σταθερής τροχιάς (Μετρό Πανόρμου) και η ανάπτυξη ενός σχετικά δυναμικού πόλου με άξονα την αναψυχή.

Ζώνη 2: Μαρούσι

Η συγκεκριμένη ζώνη έχει δύο σημασίες. Από την μια, το Μαρούσι περιλαμβάνει παραδοσιακό κέντρο λιανικού εμπορίου στο κέντρο της πόλης από την άλλη σχηματίζει γραμμικό κέντρο κατά μήκος της Λ.Κηφισίας και σημειακό πόλο έλξης

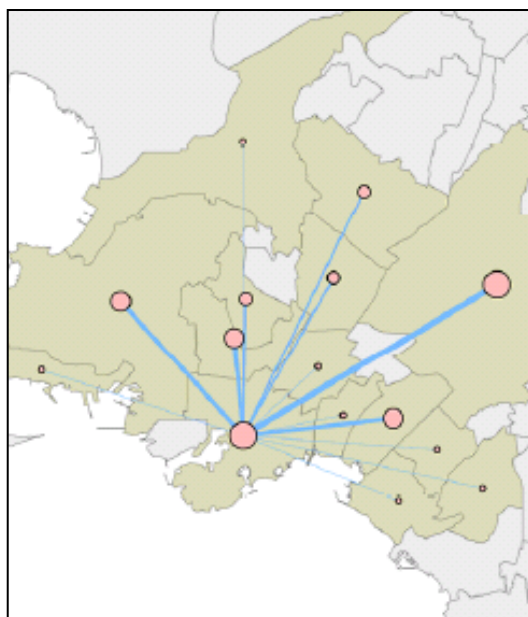
λόγω του νέου «The Mall Athens». Η ζώνη αυτή εμφανίζει εξαιρετικά μεγάλη εμβέλεια ακόμη συγκριτικά και με την Ερμού. Ασκεί πολύ ισχυρή έλξη στο Δήμο Αθηναίων, τη Γλυφάδα και τους Δήμους Δυτικής Αττικής και Μεσογείων κυρίως λόγω της μεγάλης ευκολίας στην πρόσβαση που εξασφαλίζει η Αττική Οδός αλλά και της κομβικής θέσης χωροθέτησης του Mall (τομή συγκοινωνιακών αξόνων ΗΣΑΠ, Προαστιακού)



Εικόνα 11: Χωρική εμβέλεια των νέων κεντρικότητων του Αμαρουσίου. Πηγή: (Αρανίτου, Β., Σαγιάς, Ι., 2011:13)

Ζώνη 3: Πειραιάς

Το παραδοσιακό κέντρο του Πειραιά αποτελεί επίσης έναν πολύ σημαντικό πόλο έλξης αγοραστικού κοινού για τα δυτικά και νοτιοδυτικά προάστια, έχοντας χάσει όμως σημαντικό αγοραστικό κοινό από τα υπόλοιπα νότια προάστια. Η εμβέλεια της ζώνης εκτείνεται με μεγάλη δυναμικότητα στον Δήμο Αθηναίων, στο Κερατσίνι, στη Νίκαια και στον Κορυδαλλό. Όμως, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται συρρίκνωση της εμβέλειας και εμφάνιση ενός τοπικότερου χαρακτήρα εμπορίου και άμεσα συναρτημένου με την ανάπτυξη άλλων νέων κεντρικότητων στα δυτικά και νότια προάστια.



Εικόνα 12: Χωρική εμβέλεια του παραδοσιακού πόλου του Πειραιά. Πηγή: (Αρανίτου, Β., Σαγιάς, Ι., 2011:13)

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι σημαντικές ζώνες ως προς την ελκυστικότητά τους είναι το Περιστέρι, η Νέα Σμύρνη και η Λεωφόρος Θησέως στην Καλλιθέα ολοκληρώνοντας έτσι την ομάδα των 7 ελκυστικότερων εμπορικών – ψυχαγωγικών προορισμών.

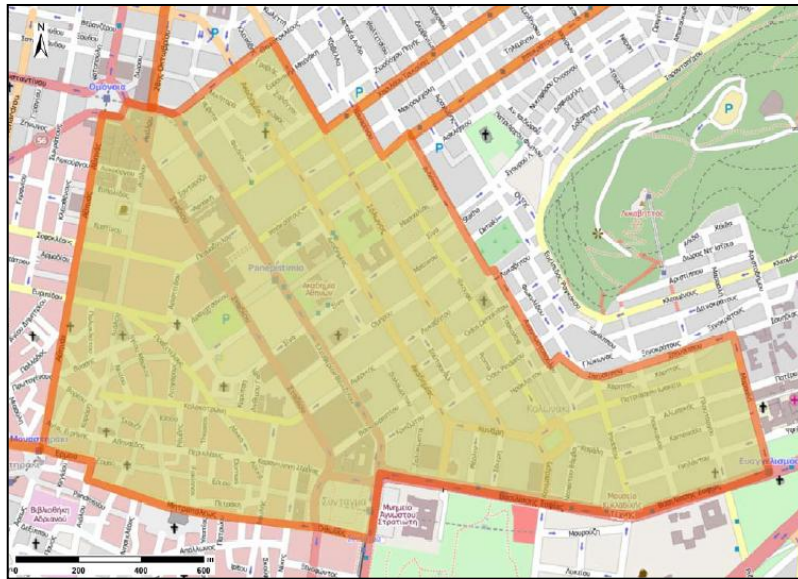
5.5. Τα «Λουκέτα» στον Χώρο. Η Περίπτωση του Κέντρου Αθήνας

Στην σύγχρονη εποχή, η κατανάλωση δεν εστιάζεται μόνο στο εμπόρευμα αλλά έχει επεκταθεί στην κατανάλωση τόπων και συμβολισμών με το προϊόν προς πώληση. Οι τόποι αυτοί αποτελούν το φυσικό πεδίο της ανταλλαγής των εμπορευμάτων και συμβολικές/μεταφορικές περιοχές. πλέον, σημασία έχει το από πού αγοράζει κανείς το αγαθό γεγονός που προσδίδει βαρύτητα στην χωροθέτηση συγκεκριμένων κλάδων του εμπορίου εισάγοντας την έννοια της «φίρμας».

Στην πραγματικότητα, το παραδοσιακό εμπορικό κέντρο περιγράφεται ως μια σαφώς ορισμένη περιοχή η οποία έχει:

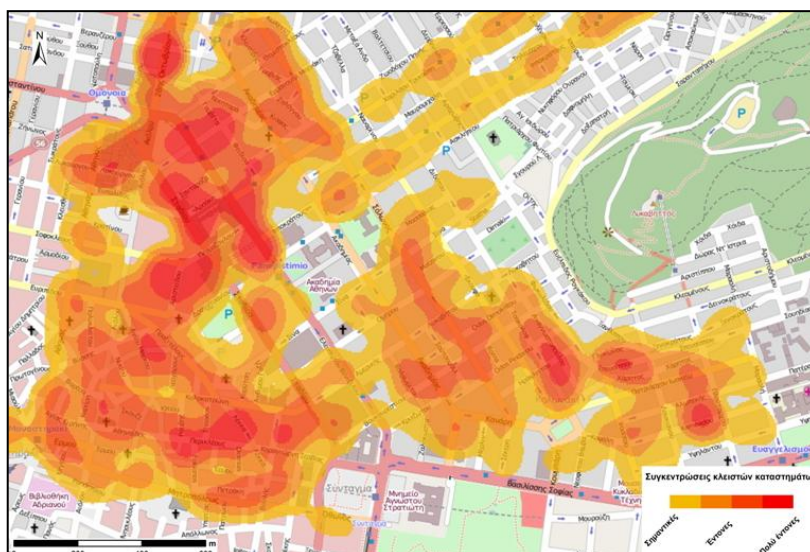
- Εύκολη πρόσβαση με μέσα μαζικής μεταφοράς
- Μεγάλη συγκέντρωση επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου
- Έντονη συγκέντρωση επιχειρήσεων εστίασης
- Συσσώρευση άλλων επιχειρήσεων υποστηρικτικών του εμπορικού κέντρου

Το κέντρο της Αθήνας αποτελεί ένα εκτεταμένο χωρικό πεδίο και περιλαμβάνει τόσο συγκεντρώσεις ομοειδών επιχειρήσεων (πιάτσες) όσο εμπορικές ζώνες (κύριες εμπορικές κεντρικότητες που ενοποιούνται με αυτοσυσχέτιση μεγάλου πλήθους επιχειρήσεων).



Χάρτης 1: Περιοχή μελέτης για την έρευνα της απογραφής του εμπορικού κέντρου της Αθήνας και καταγραφής των λουκέτων στο πλαίσιο της Γεωβάσης. Πηγή: ΕΣΕΕ 2012

Σύμφωνα με την έρευνα της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου 2012 σχετικά με την απογραφή του εμπορικού κέντρου της Αθήνας και καταγραφή των λουκέτων στο πλαίσιο της Γεωβάσης (για την περιοχή μελέτης που απεικονίζεται στην εικόνα 10) προκύπτει ότι το 28,3% των επιχειρήσεων δηλαδή από τις 6.532 επιχειρήσεις οι 1.850 είναι κλειστές. Το φαινόμενο αυτό συνδέεται με την σχέση της γεωγραφικής τοπικότητας με τις οικονομικές συνθήκες της αγοράς. Στην ουσία, το εμπορικό κέντρο συρρικνώνεται και αλλάζει ομοιόμορφα χωρίς να δημιουργούνται έντονοι πόλοι κλειστών επιχειρήσεων. Η ύπαρξη εμπορικής αγοράς και η συγκέντρωση επαγγελματικής στέγης «ελκύνει» την ύπαρξη κλειστών καταστημάτων ανεξαρτήτου κλάδου και χωρητικότητας. Στο παρακάτω σχήμα παρουσιάζεται η συγκέντρωση κλειστών εμπορικών επιχειρήσεων στην προαναφερθείσα περιοχή του εμπορικού κέντρου Αθηνών τον Σεπτέμβρη του 2012.



**Χάρτης 2: Χωρικές συγκεντρώσεις κλειστών καταστημάτων στο πλαίσιο της απογραφής του εμπορικού κέντρου της Αθήνας και καταγραφής των λουκέτων στο πλαίσιο της Γεωβάσης.
Πηγή: ΕΣΕΕ 2012**

Οι σημαντικότεροι λόγοι για τους οποίους κλείνουν οι επιχειρήσεις αναφέρονται ως εξής:

- Τα υψηλά ενοίκια του κέντρου οδηγούν σε κλείσιμο ή μετεγκατάσταση των επιχειρήσεων και κατ'επέκταση την ερήμωση του κέντρου. Είναι γεγονός ότι οι ακριβότεροι δρόμοι ερημώνουν με εντονότερους ρυθμούς κάτι που εξηγείται από τα μεγάλα ποσοστά των λουκέτων
- Η προοδευτική μείωση των εισοδημάτων των νοικοκυριών ακολουθείται από την προοδευτική αύξηση των «λουκέτων»
- Το παραδοσιακό εμπορικό κέντρο της Αθήνας αποτελούσε ανέκαθεν πόλο έλξης των καταναλωτών μεσαίας τάξης αλλά και μικρομεσαίων εμπόρων γεγονός που εντείνει την εμπορική κρίση λόγω του αφανισμού της μεσαίας τάξης,
- Υπάρχει μεγάλη διαφοροποίηση στην φυσιογνωμία του εμπορικού κέντρου κυρίως λόγω της εξάπλωσης των επιχειρήσεων εστίασης. Έτσι, συγκεντρώνονται υποψήφιοι καταναλωτές πλησίον του εμπορικού κέντρου και καμία ενίσχυση της αγοραστικής δύναμης. Μάλιστα, μακροπρόθεσμα αυτή η αλλαγή της φυσιογνωμίας μπορεί να οδηγήσει στην παρακμή του εμπορικού κέντρου.
- Σημαντική θεωρείται και η αποχώρηση των μεγάλων επιχειρήσεων καθώς προκαλεί εκ νέου αστάθεια της φυσιογνωμίας του εμπορικού κέντρου με αρνητικές συνέπειες στις μικρότερες επιχειρήσεις. Οι μεγάλες αυτές επιχειρήσεις έκαναν την είσοδο τους την δεκαετία του 90' στο εμπορικό κέντρο προκαλώντας πιέσεις στις μικρότερες επιχειρήσεις. Όμως, οι μικρές και οι μεγάλες επιχειρήσεις σταδιακά κατάφεραν να συνυπάρχουν αρμονικά μετατρέποντας το κέντρο σε σύμβολο εμπορικής πιάτσας και πόλο έλξης καταναλωτών

6. ΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ. ΟΙ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

6.1. Κριτήρια Οριοθέτησης

Τα δύο βασικά ζητήματα που προέκυψαν για την επιλογή των περιοχών μελέτης αφορούσαν σε πρώτη φάση την επιλογή των δήμων βάσει των εμπορικών τους χαρακτηριστικών και κατά δεύτερον τα συγκεκριμένα Ο.Τ. που θα αναδείξουν καλύτερα τις εμπορικές ιδιαιτερότητες της εκάστοτε περιοχής.

Αρχικά, η επιλογή των δήμων έγινε βάση των διαφορετικών εμπορικών χαρακτηριστικών που περιλαμβάνει ο καθένας.

Ο δήμος Αθηναίων επιλέχθηκε ως την περιοχή η οποία περιλαμβάνει το **ιστορικό εμπορικό κέντρο** (εμπορικό τρίγωνο) καθώς και άλλα πιο **τοπικά εμπορικά κέντρα** τα οποία ανατήχθηκαν πάνω σε βασικούς άξονες και **κοντά σε σταθμούς μετρό** (Πανόρμου, Κολωνάκι, Πατησίων, κ.α.).

Ο δήμος Αμαρουσίου συνδυάζει τις παλαιότερες και τις σύγχρονες τάσεις του εμπορίου. Από την εντοπίζεται το **παραδοσιακό εμπορικό κέντρο** και από την άλλη αναπτύσσονται **υπερτοπικοί εμπορικοί πόλοι** πάνω σε κυκλοφοριακούς άξονες και μεταφορικούς κόμβους (Λ.Κηφισίας, The Mall Athens, κλπ).

Ο δήμος Πειραιά περιλαμβάνει και αυτός ένα ισχυρή **κεντρική εμπορική ενότητα**, η οποία εξυπηρετεί ολόκληρο το πολεοδομικό συγκρότημα Πειραιώς (Νίκαια, Κορυδαλλός, Κερατσίνι, κλπ) αλλά **χάνει την δυναμική της** στο πέρασμα των χρόνων. Ο δήμος αυτός αποτελεί ένα πέρασμα για άλλες μορφές μετακινήσεων, οπότε δέχεται ένα μεγάλο κύμα επισκεπτών καθημερινώς, οι οποίοι φαίνεται να μην συμμετέχουν στην διαμόρφωση του εμπορικού χαρακτήρα της περιοχής.

Σε μεγαλύτερη κλίμακα, η οριστική επιλογή των Ο.Τ. που επιλέχθηκαν να αποτελέσουν τις περιοχές μελέτης έγινε βασιζόμενη:

- Σε επιτόπια διερεύνηση της κατάστασης που επικρατεί στους εμπορικούς πόλους (περπατήθηκαν και προτιμήθηκαν Ο.Τ. τα οποία είναι γνωστά για την δυναμική τους και μεταλλάσσονται έντονα βάσει των νέων αλλά και προγενέστερων οικονομιών και εμπορικών συγκυριών).
- Στην έρευνα του ΕΜΠ για την ΕΣΕΕ αναφορικά με την εξέλιξη του λιανικού εμπορίου στην Αττική το 1978-2011. Έτσι, οι επιλεχθείσες περιοχές χωροθετούνται σε ενότητες τομής των κυριότερων τύπων εμπορικών κεντρικότητων για την Αττική το 2011.

Έτσι για την περιοχή του Πειραιά επιλέχθηκαν τα Ο.Τ. που περικλείονται από την οδό Τσαμαδού, Υψηλάντου, Πραξιτέλους και Σωτήρος Διός (σχήμα 9). Αυτή η περιοχή «πατάει» σε ζώνες σημαντικής (μπεζ χρώμα) και σημαντικά υψηλής (πορτοκαλί χρώμα) ποικιλομορφίας με κυρίαρχους κλάδους τους:

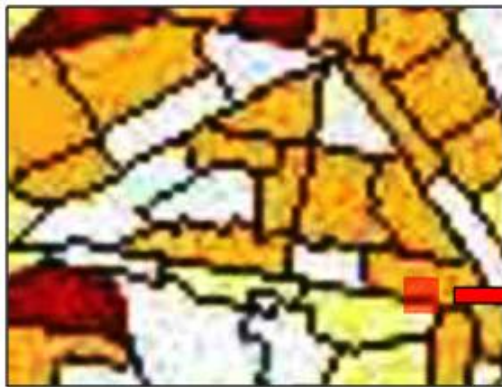
- Λιανικό εμπόριο άλλων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο άλλου οικιακού εξοπλισμού σε ειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού σε ειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα

Επιπλέον, από την επιτόπια έρευνα παρατηρήθηκε ότι πρόκειται για μια ιδιαίτερα εμπορική περιοχή του Πειραιά που εμφανίζεται «ευάλωτη» στην οικονομική κρίση. Η Λεωφόρος Βασιλέως Γεωργίου και ο πεζόδρομος Σωτήρος Διός αποτελούνται κατά κύριο λόγο από εμπορικά καταστήματα σε όλο το μήκος που επιλέχθηκε ενώ οι υπόλοιποι δρόμοι χαρακτηρίζονται από μίξη χρήσεων.

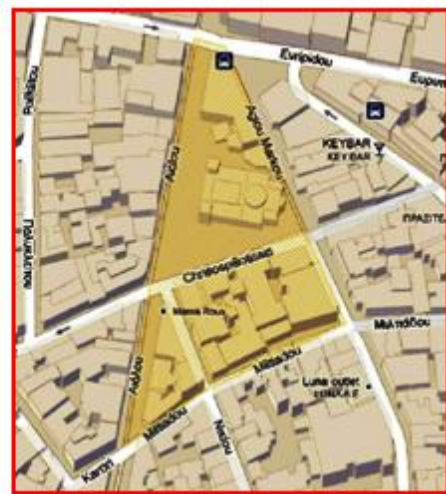
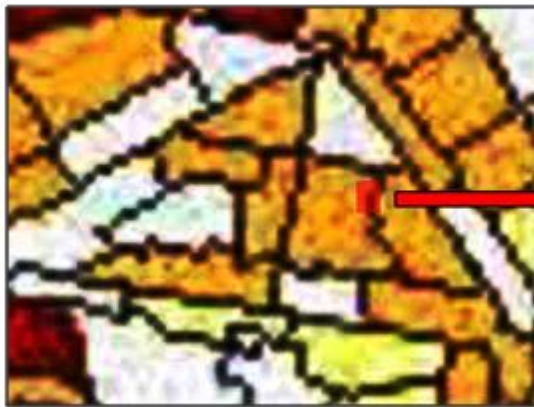


Σχήμα 9: Η περιοχή μελέτης για τον Δήμο Πειραιά. Πηγή: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (2012), Google Maps. Επεξεργασία για την διπλωματική

Όσον αφορά το κέντρο Αθηνών επιλέχθηκαν δύο περιοχές οι οποίες αν και σε κοντινή απόσταση εμφανίζουν διαφορετικά εμπορικά χαρακτηριστικά (σχήματα 10-11). Από την μια ο παραδοσιακός εμπορικός δρόμος της Ερμού ο οποίος χαρακτηρίζεται από έντονες συγκεντρώσεις καταστημάτων λιανικού εμπορίου και χρήσεων αναψυχής σε κάθετους πεζόδρομους και από την άλλη οι δρόμοι της Αιόλου και του Αγίου Μάρκου που απευθύνονται σε χαμηλότερα εισοδήματα και φημίζονται για τα καταστήματα υποδημάτων, τσαντών, ρούχων αλλά και τους υπαίθριους πάγκους πώλησης διαφόρων ειδών. Συγκεκριμένα, για την περιοχή της Ερμού επιλέχθηκαν τα οικοδομικά τετράγωνα που περικλείονται από τους δρόμους Φωκίωνος, Περικλέους, Πετράκη και Βουλής ενώ η δεύτερη περιοχή εντοπίζεται ανάμεσα στους δρόμους Αγίου Μάρκου, Μιλτιάδου, Αιόλου και Ευριπίδου. Η περιοχή μελέτης στην Αιόλου χαρακτηρίζεται από την έρευνα του ΕΜΠ ως ζώνη σημαντικά υψηλής ποικιλομορφίας καθώς και τα βόρεια Ο.Τ. της Ερμού που επιλέχθηκαν ενώ τα νότια εντοπίζονται σε ζώνη σημαντικής ποικιλομορφίας.

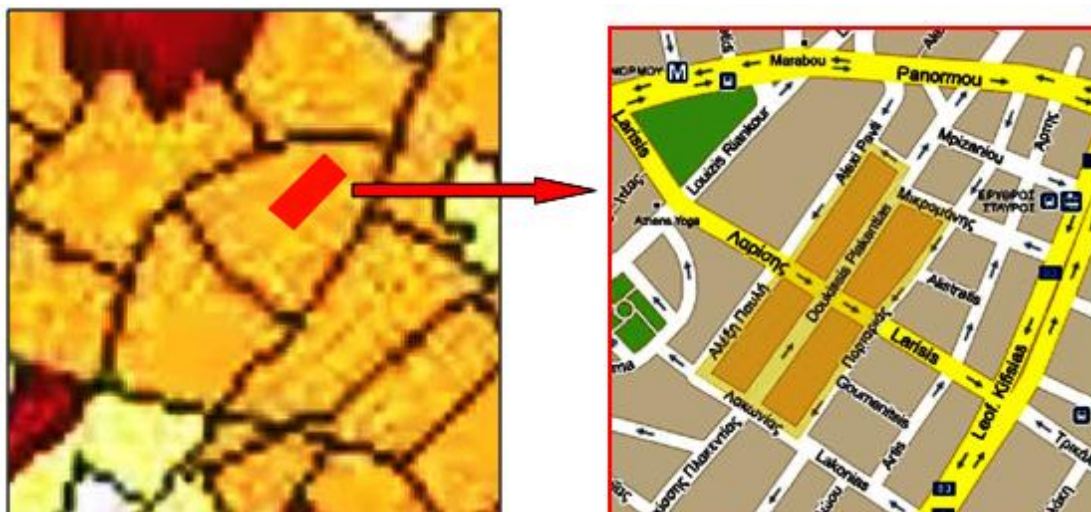


Σχήμα 10: Η περιοχή μελέτης για την Ερμού. Πηγή: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (2012), Google Maps. Επεξεργασία για την διπλωματική



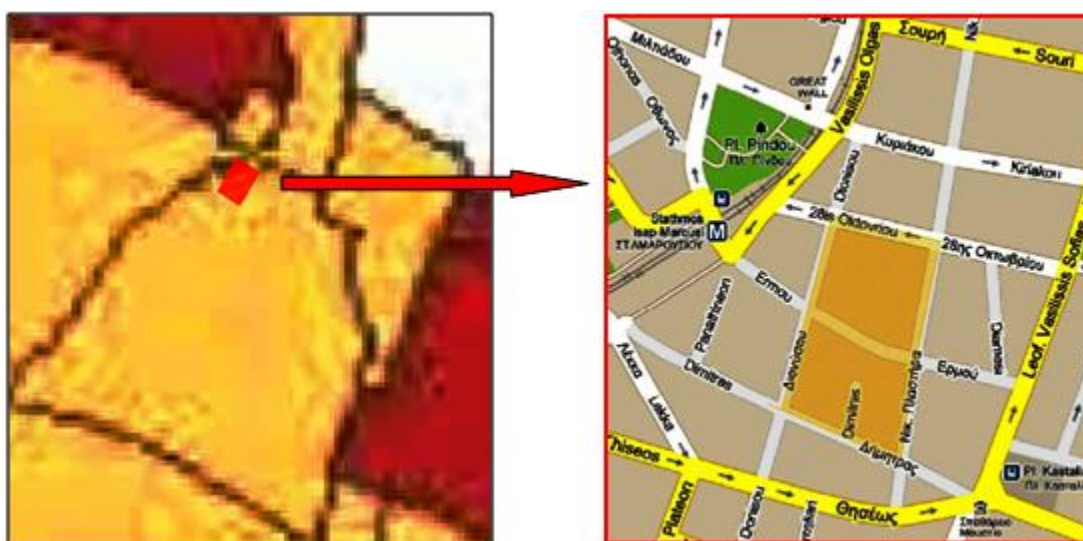
Σχήμα 11: Η περιοχή μελέτης για την Αιόλου και Αγίου Μάρκου. Πηγή: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (2012), Google Maps. Επεξεργασία για την διπλωματική

Μια τρίτη περιοχή που επιλέχθηκε από τον δήμο Αθηναίων είναι αυτή της Πανόρμου η οποία βρίσκεται σε σχετική απόσταση από το παραδοσιακό κέντρο και εξυπηρετεί κυρίως καταναλωτές κοντινών περιοχών (σχήμα 12). Η αγορά της Πανόρμου αναπτύσσεται σε μικρή απόσταση από την στάση του μετρό της περιοχής με τον βασικό όγκο καταστημάτων να χωροθετείται επί της οδού Λαρίσης. Στον ίδιο δρόμο αλλά και στις κάθετες οδούς εντοπίζονται πολλές υπηρεσίες, γραφεία και κατοικίες. Το εμπόριο στην περιοχή διαχωρίζεται από τις χρήσεις αναψυχής που βρίσκονται επί της οδού Πανόρμου και σε κάθετους δρόμους και πεζόδρομους. Τα Ο.Τ. που επιλέχθηκαν περιλαμβάνονται από τις οδούς Αλέξη Παυλή, Λακωνίας, Πορταριάς και Μικρομάνης. Η περιοχή μελέτης στην Πανόρμου χαρακτηρίζεται από την έρευνα του ΕΜΠ ως ζώνη σημαντικά υψηλής ποικιλομορφίας.



Σχήμα 12: Η περιοχή μελέτης για την Πανόρμου. Πηγή: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (2012), Google Maps. Επεξεργασία για την διπλωματική

Ο τελευταίος δήμος που διερευνήθηκε για τις εμπορικές του μεταλλαγές ήταν αυτός του Αμαρουσίου. Η διπλή φύση του εμπορίου στην περιοχή (εμπορικό κέντρο – υπερτοπικό εμπόριο σε μεγάλους μεταφορικούς άξονες) οδήγησε στην επιλογή δύο περιοχών του δήμου (σχήματα 13-14). Η πρώτη βρίσκεται στο παραδοσιακό εμπορικό κέντρο του Αμαρουσίου και περιλαμβάνει Ο.Τ. που ορίζονται από τους πιο δυναμικούς δρόμους Δήμητρας, Διονύσου, 28^{ης} Οκτωβρίου και Νικολάου Πλαστήρα. Την επιλογή αυτήν καθόρισαν και οι δύο σημαντικές εμπορικές στοές που λειτουργούν. Η δεύτερη επιλογή αφορά Ο.Τ. που εφάπτονται στην Λεωφόρο Κηφισίας επί της οποίας χωροθετούνται μεγάλα εμπορικά καταστήματα αλλά και πρόσφατα κλειστές επιχειρήσεις. Οι δρόμοι που επιλέχθηκαν είναι η Παπαφλέσσα, η Σαλαμίνας, η Βασιλίσσης Σοφίας, η Δημητρίου Γούναρη και η Λ. Κηφισίας. Και οι δύο περιοχές μελέτης βρίσκονται σε ζώνες σημαντικά υψηλής ποικιλομορφίας.



Σχήμα 13: Η περιοχή μελέτης για το κέντρο Αμαρουσίου. Πηγή: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (2012), Google Maps. Επεξεργασία για την διπλωματική



Σχήμα 14: Η περιοχή μελέτης για το Μαρούσι προς την Κηφισιάς. Πηγή: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (2012), Google Maps. Επεξεργασία για την διπλωματική

6.2. Περιγραφή Περιοχών Μελέτης

6.2.1. Η εξέλιξη των δήμων

Δήμος Αμαρουσίου

Ο δήμος βρίσκεται στο βορειοανατολικό τμήμα του λεκανοπεδίου Αττικής και απέχει 11 Km από το κέντρο της Αθήνας. Η έκταση του είναι 13.093 στρέμματα και επεκτείνεται από τα Τουρκοβούνια μέχρι το Δάσος Συγγρού.

Το 1836 αναγνωρίζεται ως διοικητική οντότητα ενώ το πρώτο ρυμοτομικό σχέδιο για την περιοχή δημιουργείται το 1878 και επεκτείνεται το 1921. Την επίσημη ονομασία «Αμαρούσιον» την αποκτά το 1925 ενώ παράλληλα αποσπάται από το Δήμο Αθηναίων και γίνεται ανεξάρτητη κοινότητα. Η περιοχή γίνεται δήμος το 1943 ενώ συγκεντρώνει πλέον 10.000 κατοίκους.

Στην συνέχεια, τις δεκαετίες του 60' και 70' το Μαρούσι θεωρήθηκε προάστιο. Οι κυρίαρχη χρήση του δήμου ήταν η κατοικία ενώ διέθετε εμπορικές δραστηριότητες περιορισμένης έκτασης στο κέντρο της πόλης. Επιπλέον, εντοπιζόνταν και η βιοτεχνία κατασκευής πήλινων σκευών ως μοναδική υπερτοπική δραστηριότητα.

Οι σημαντικότερες αλλαγές για το Μαρούσι έλαβαν χώρα στις αρχές τις δεκαετίας του 1980 όταν κατασκευάστηκαν μεγάλα τεχνικά έργα όπως η λεωφόρος Κηφισίας, εγκαταστάθηκαν οι πρώτες υπερτοπικές λειτουργίες (μέγαρο ΟΤΕ, ΟΑΚΑ) και αυξήθηκε ο συντελεστής δόμησης. Έτσι, τα χρόνια που ακολουθούν η πόλη

αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς και αναδεικνύεται σε υπερτοπικό κέντρο της πρωτεύουσας.

Περνώντας στην σύγχρονη εποχή, ο δήμος Αμαρουσίου κατέχει κεντροβαρή ρόλο στο βόρειο τμήμα του Πολεοδομικού Συγκροτήματος της Πρωτεύουσας ενώ λειτουργεί ως υπερτοπικός πόλος έλξης κατοίκων και επισκεπτών με σημαντική αύξηση του πληθυσμού. Τα σημαντικότερα συγκοινωνιακά έργα που συμβάλουν στην διαμόρφωση της εικόνας του Αμαρουσίου είναι η Λεωφόρος Κηφισίας, η Αττική Οδός, ο ηλεκτρικός σιδηρόδρομος και ο προαστιακός. Η συνεχόμενη ανάπτυξη και επέκταση του οδηγεί σε περαιτέρω αλλοίωση του χαρακτήρα της περιοχής. Για την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στο Μαρούσι κατασκευάστηκαν μεγάλα έργα υποδομών ενώ παράλληλα έλαβαν χώρα αναπλάσεις στο παραδοσιακό κέντρο και στο Ολυμπιακό Στάδιο. Είναι η περίοδος που άρχισαν να πυκνώνουν επιχειρήσεις όπως τράπεζες και γραφεία ενώ το 2005 ξεκίνησε η λειτουργία ενός μεγάλου εμπορικού κέντρου το “The Mall Athens”. Η χωροθέτηση αυτών των δραστηριοτήτων από την μια συνέβαλαν στην οικονομική άνθιση της περιοχής, αλλά από την άλλη σε αύξηση των τιμών γης, του κυκλοφοριακού φόρτου, της ρύπανσης, κ.α. (Βασίλη, Ζ., 2011 :33-35)

Δήμος Πειραιώς

Ο Πειραιάς είναι ιστορική βιομηχανική πόλη που βρίσκεται βορειοδυτικά της Αθήνας (απέχει 8 km) και βρέχεται από τον Σαρωνικό κόλπο. Η εξέλιξη του Πειραιά μέσα στον χρόνο είναι άρρηκτα δεμένη με την ιστορική εξέλιξη ολόκληρης της Αττικής. Οι πρώτοι οικισμοί του πειραιϊκού χώρου συγκροτήθηκαν στον λόφο και το λιμάνι της Μουνιχίας (Μικρολίμανο) και την Πειραιϊκή χερσόνησο. Η Ζέα (Πασαλιμάνι), το Φάληρο και το κεντρικό λιμάνι κατοικήθηκαν πολύ αργότερα από τους προϊστορικούς χρόνους.

Η αρχή της εξέλιξης του Πειραιά συμπίπτει με την απαρχή της δημοκρατίας στην πολιτεία Κλεισθένη, το 507 π.Χ. όπου με το μεταρρυθμιστικό πρόγραμμα του για πρώτη φορά ανακηρύσσεται Δήμος της Αττικής. Η θέση του Πειραιά ήταν στρατηγικής σημασίας και αναδείχθηκε ως κέντρο άμυνας και ανάπτυξης της ναυτικής δύναμης των Αθηναίων.

Κατά την περίοδο της φραγκοκρατίας ο Πειραιάς δεν χρησιμοποιήθηκε ως εμπορικό λιμάνι αλλά ως σταθμός πειρατικών ή πολεμικών πλοίων και ως βάση για επιδρομές στην Αθήνα και τις γύρω ελληνικές πόλεις. Λίγους αιώνες αργότερα, και συγκεκριμένα κατά την Τουρκοκρατία (1456-1821) δεν εντοπίζεται κάποιος συγκροτημένος οικισμός γύρω από το λιμάνι. Η περίοδος της παρακμής όμως τελειώνει κοντά στο 1834 με την καθιέρωση της Αθήνας ως πρωτεύουσας του κράτους των ελεύθερων ελλήνων. Η νέα πρωτεύουσα έχει ανάγκη για την ανάπτυξη της την επικοινωνία με τα μεγάλα εμπορικά κέντρα της Μεσογείου.

Μέσα στο μεσοπόλεμο ο Πειραιάς αποκτά την όψη της Μεγαλούπολης. Η απογραφή του 1926 δείχνει ότι στην περιοχή διαμένουν 250.000 κάτοικοι. Μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, ο Πειραιάς ολοκληρώνεται πολεοδομικά και ενώνεται σε ένα συνεχές συγκρότημα με την Αθήνα. Με την εγκατάσταση των προσφύγων δημιουργούνται κοινωνικά προβλήματα (στέγασης, απασχόλησης) και αλλοιώνεται ο χαρακτήρας της πληθυσμιακής σύνθεσης του τόπου όμως ενισχύεται η οικονομία της χώρας.

Η πόλη εξελίσσεται και ευημερεί στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Αυτήν την περίοδο το πειραιϊκό οικονομικό δυναμικό ξεπερνάει τα 10.000 άτομα και λειτουργούν 1.730 επιχειρήσεις (εργοστάσια, ναυτιλιακές – ασφαλιστικές εταιρίες, βιοτεχνικά εργαστήρια, εμπορικά καταστήματα) και ελεύθεροι επαγγελματίες.

Ο σύγχρονος Πειραιάς είναι ένα «πέραςμα» προς τους τόπους της ελληνικής θάλασσας, τα νησιά των τουριστών και τις ιδιαίτερες πατρίδες των κατοίκων του Λεκανοπεδίου αλλά και όλης της Ελλάδας. (Χατζοπούλου – Τζήκα, Α. ,2012: 17-38)

Δήμος Αθηναίων

Πριν γίνει η Αθήνα πρωτεύουσα της Ελλάδας το 1833 ήταν μια μικρή πόλη, αποδιοργανωμένη από τις πολλές πολιορκίες του παρελθόντος. Ο πολεοδομικός ιστός της χαρακτηρίζεται από μια ιστορική συνέχεια τριών χιλιετιών. Η Αθήνα των αρχών του 20ου αιώνα, ήταν σαφώς περιορισμένη σε έκταση και μόλις άρχισε να επεκτείνεται προς τις περιοχές του Κολωνακίου, της Νεάπολης και του Μεταξουργείου. Η πόλη ακολουθούσε τα δυτικά πολεοδομικά πρότυπα αλλά διατηρούσε τον ελληνικό της χαρακτήρα καθώς ήταν δομημένη βάσει του σχεδίου Κλεάνθη – Σάουμπερτ και τροποποιημένη από τον Leo Von Klenze. Το σχέδιο αυτό ακολουθεί τις πιο προηγμένες για την εποχή του αντιλήψεις σχετικά με την οργάνωση του ιστού του, προτείνοντας έναν εύστοχο συνδυασμό ορθογωνίου κανάβου και ακτινικών συνδέσεων των κεντρικών σημείων και μεγάλους ελεύθερους χώρους. Ως βασική αναφορά ορίζεται η Ακρόπολη ενώ ο νοητός άξονας, στη θέση της σημερινής οδού Αθηνάς, που συνδέει την Ακρόπολη με τα Ανάκτορα προορίζεται για το εμπόριο – λειτουργία που συμπληρώνει το χαρακτήρα της πόλης. Το σχέδιο δέχεται αλλεπάλληλες τροποποιήσεις γεγονός που αναιρεί την αρχική του δομή εκτός από τη θέση και την διάταξη των βασικών αξόνων του ιστορικού τριγώνου (Πανεπιστημίου, Πειραιώς, Ερμού, Αθηνάς). (Μαντουβάλου, Μ. , 1988: 8-10).

Κατά την περίοδο 1864-1909, μέχρι την άνοδο του Βενιζέλου στην εξουσία και τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο, παρατηρείται μια ανάπτυξη της βιομηχανίας που οριστικοποιεί και το ρόλο της Αθήνας μαζί με τον Πειραιά ως κυρίαρχου οικονομικού πόλου της χώρας.

Όμως, η Αθήνα δέχθηκε ισχυρές οικιστικές πιέσεις σε δύο περιόδους. Η πρώτη αφορά την εποχή μετά την Μικρασιατική καταστροφή ενώ η δεύτερη τις δεκαετίες

50' και 60' με την έκρηξη της εσωτερικής μετανάστευσης (αστυφιλία). (Μοσχίδου, Α., 2011: 66-67). Από το 1922 έως και την έναρξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, η οικονομική πραγματικότητα στην Αθήνα χαρακτηρίζεται από δύο διαδικασίες. Η πρώτη αφορά την ανάπτυξη της βιομηχανικής παραγωγής ενώ η δεύτερη αφορά την εκμετάλλευση της αστικής γης με μη παραγωγικό τρόπο μέσω της εμπορευματοποίησης της κατοικίας και την ανάπτυξη της οικοδομικής δραστηριότητας. Τη δεκαετία του '60 έως και την κρίση του '73 παρατηρείται μεγάλη αύξηση του τριτογενούς τομέα. Η περιοχή της κεντρικής Αθήνας γίνεται χώρος συγκέντρωσης Τραπεζικών υπηρεσιών, χρηματιστηριακών συναλλαγών, ασφαλιστικών εταιριών και παράλληλα αναβαθμίζεται η εμπορική δραστηριότητα, τόσο αριθμητικά, όσο και ποιοτικά με την στροφή των προσφερόμενων προϊόντων σε αναβαθμισμένα αγαθά και υπηρεσίες για τους καταναλωτές. Η όλο και αυξανόμενη τιμή της γης στα «εμπορικά» τμήματα της Ακαδημίας, Ομόνοιας, Αθηνάς έχει ως αποτέλεσμα τον εκτοπισμό της κατοικίας και την αντικατάστασή της από την επαγγελματική στέγη. Τη δεκαετία του '60 αρχίζει να παρατηρείται το φαινόμενο της εισόδου χαμηλών στρωμάτων σε περιοχές κατοικίας υψηλότερων στρωμάτων και ειδικότερα ακόμη στα τέως σπίτια αυτών. Τα ανώτερα στρώματα αρχίζουν να αναζητούν νέες περιοχές κατοικίας στα προάστια αφήνοντας πίσω υποβαθμισμένες πλέον περιοχές και κενά κτίρια (είτε ερειπωμένα νεοκλασικά με χαμηλό ενοίκιο είτε νεόδμητες πολυκατοικίες). Σε αυτά τα κτίρια εγκαθίστανται οι πληθυσμοί χαμηλών εισοδημάτων που μέχρι πρότινος κατοικούσαν έως την Ομόνοια ή την πλατεία Βάθης. (Λιβερέτος, Ι., 2013:117-125)

Όσον αφορά τις σημαντικότερες πολεοδομικές διατάξεις σχετικές με χρήσεις γης τις συγκεκριμένης περιόδου ξεχωρίζουν (Λιβερέτος, Ι., 2013:129-132) :

- Μετά την έλευση των προσφύγων το 1922, συγκροτήθηκε η επιτροπή Καλλιγιά η οποία προσπάθησε να οργανώσει τις χρήσεις γης της Αθήνας. Πρότεινε τη ζωνοποίηση του κέντρου σε έξι κέντρα (εμπορικό, χρηματιστηριακό, πανεπιστημιακό, νοσοκομειακό, διοικητικό και δικαστικό)
- Μεταπολεμικά, στα σχέδια από το Υπουργείο Ανοικοδομήσεως (με Υφυπουργό τον Κ. Δοξιάδη) διακρίνεται η αυστηρή ζωνοποίηση των χρήσεων γης αλλά και ένα αναβαθμισμένο οδικό δίκτυο που ενώνει με το εμπορικό κέντρο Αθηνών τις απομακρυσμένες περιοχές εξοχικής κατοικίας της Κηφισιάς, της Γλυφάδας, του Αλίμου, του Αιγαλέου και του Περιστερίου.

Από το 1980 και έπειτα, σημαντικές εξελίξεις στην εξέλιξη της σημερινής πρωτεύουσας είναι η αποβιομηχάνιση της Ελλάδας, η μείωση της γεωργικής γης και η ταυτόχρονη μεγέθυνση του τριτογενούς τομέα. Στην προσπάθεια ανάδειξη της Ελλάδας ως βάση οικονομικής εξόρμησης και κέντρο διαχείρισης των χωρών της περιφέρειας των Βαλκανίων και της νοτιοανατολικής Μεσογείου, παρατηρούνται έντονες αλλαγές στην οικονομική βάση της Αθήνας. Έτσι, αυξάνονται οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, οι πολυεθνικές εταιρίες, οι ασφαλιστικοί όμιλοι, οι συνεδριακοί χώροι και τα καταστήματα τραπεζών στην περιοχή του κέντρου και κατά μήκος βασικών οδικών αρτηριών όπως η Κηφισιάς και η Συγγρού ενώ παράλληλα

δημιουργούνται εμπορικά κέντρα και αλυσίδες σούπερ μάρκετ σε περιοχές εκτός του κέντρου. Οι αξίες γης στην κεντρική περιοχή αυξάνονται σύμφωνα με τους νόμους αγοράς – ζήτησης με ταυτόχρονη αύξηση των συντελεστών δόμησης των πολυώροφων κτιρίων. Σε αυτόν τον ανταγωνισμό βγαίνουν χαμένες οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που εκτοπίζονται από την περιοχή. Όμως τα φαινόμενα της υπερβολικής πολυκατοποίησης – αποτέλεσμα της εμπορευματοποίησης της κατοικίας και της κερδοσκοπίας της γης- σε κεντρικές περιοχές όπως η Πλατεία Βικτωρίας, η Πλατεία Αττικής, η Αχαρνών σε συνδυασμό με την έλλειψη πρασίνου και την ηχορύπανση οδήγησαν σε πλήρη υποβάθμιση των περιοχών αυτών και στην εγκατάσταση σε αυτές χαμηλόβαθμων στρωμάτων καθώς και οικονομικών μεταναστών. Η ίδια εικόνα υποβάθμισης εμφανίζεται και στις περιοχές Ψυρρή και της Αιόλου, όπου οι παραδοσιακές βιοτεχνίες έχουν παραδώσει τη γη σε πολυώροφα κτήρια γραφείων. Σήμερα, μπορεί κανείς να υποστηρίξει ότι η εξέλιξη των κεντρικών περιοχών τόσο από τις τωρινές χρήσεις γης όσο και από τις συνθήκες διαβίωσης διαμορφώθηκε από τις διαδικασίες μετασχηματισμού που απορρέουν από το χάσμα ενοικίου και τον εξευγενισμό. Συγκεκριμένα για τις περιοχές Γκάζι, Αιόλου, Μεταξουργείου, Ψυρρή μεταλλάσσεται ο παραδοσιακός τους χαρακτήρας και οι χρήσεις γης από βιομηχανικές/βιοτεχνικές/εμπορικές περιοχές σε τουριστικές/αναψυχής. Είναι η περίοδος που γίνεται προσπάθεια ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων, κατασκευάζεται το δίκτυο Μετρό και σημαντικά οδικά έργα, εξευγενίζονται πρώην βιομηχανικές και βιοτεχνικές περιοχές του κέντρου και μετατρέπονται σε κέντρα διασκέδασης και αναπλάθονται εκτάσεις για την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Παράλληλα εξαπλώνεται η αυθαίρετη δόμηση θέτοντας στο επίκεντρο της οικονομίας την οικοδομική δραστηριότητα μέχρι την εμφάνιση της σημερινής οικονομικής χρήσης. (Λιβερέτος, Ι. ,2013:185)

6.2.2. Νομοθετικό πλαίσιο και Πολεοδομικά μεγέθη

Όσον αφορά την *γενικότερη εικόνα της κατανομής χρήσεων γης* στην Αττική παρατηρείται:

- Η αμιγής κατοικία εμφανίζεται σε πρόσφατες επεκτάσεις ή σε παλαιότερες οικιστικές ενότητες μορφής κηπούπολης ή υψηλών εισοδημάτων. Εκτός του Λεκανοπεδίου η χρήση αυτή εντοπίζεται σε παλιούς οικιστικούς πυρήνες αγροτικού χαρακτήρα αλλά και σε περιοχές δεύτερης κατοικίας
- Η γενική κατοικία επικρατεί ως χρήση στις πυκνοδομημένες περιοχές με υψηλό συντελεστή δόμησης και ενσωματώνει και τα τοπικά πολεοδομικά κέντρα.
- Οι υπηρεσίες του δημοσίου τομέα συγκεντρώνονται στο κέντρο της Αθήνας και στους άξονες Κηφισίας και Μεσογείων καθώς και στο Πειραιά σε μικρότερο βαθμό.
- Όσον αφορά τις κοινωνικές λειτουργίες παρατηρείται ότι η τριτοβάθμια εκπαίδευση συγκεντρώνεται στο ανατολικό τμήμα της Αθήνας, στην Συγγρού αλλά και στο κέντρο Αθήνας και Πειραιά ενώ η περίθαλψη χωροθετείται στα

ανατολικά και βορειο-ανατολικά τμήματα της Αθήνας. Οι μεγάλες αθλητικές εγκαταστάσεις εντοπίζονται βόρεια (Μαρούσι), νότια (παραλιακή ζώνη Φαλήρου – Γλυφάδας) και ανατολικά. Η ψυχαγωγία και αναψυχή συγκεντρώνονται στο κέντρο Αθηνών, κατά μήκος της Λ. Συγγρού, στον Πειραιά, το Φάληρο, τοπικά στο Περιστερί, το Χαϊδάρι και την Κηφισιά και στην εκτεταμένα στην παραλιακή ζώνη.

- Οι λειτουργίες χονδρεμπορίου εντοπίζονται κυρίως στους Δήμους Αθηνών, Περιστερίου, Ρέντη και Πειραιά ενώ μεγάλη συγκέντρωσή τους υπάρχει στις βιομηχανικές ζώνες Ασπροπύργου – Μαρούλας, στην Παιανία και στο Κορωπί.
- Οι βιομηχανικές ζώνες βρίσκονται κατά μήκος της Εθνικής Οδού (τμήμα Μεταμόρφωση έως Άγιο Στέφανο), στο Λαύριο και σε άλλες ζώνες στα Μεσόγεια
- Τα πάρκα και οι πλατείες και πράσινο τοπικού χαρακτήρα είναι διάσπαρτα στον αστικό ιστό ενώ υπερτοπικού χαρακτήρα ακολουθεί δύο βασικού άξονες που ξεκινούν από το κέντρο Αθηνών και εκτείνονται βόρεια, ανατολικά και βορειο-ανατολικά.

Η σύνθεση των οικονομικών δραστηριοτήτων κατά κλάδο στην Πρωτεύουσα μεταβάλλεται σημαντικά την τελευταία δεκαετία. Οι μεγαλύτερες μεταβολές αφορούν την αποβιομηχάνιση και την τριτογενοποίηση ενώ ο τριτογενής τομέας αλλάζει σύνθεση καθώς διευρύνεται ο τομέας των τραπεζών, των ασφαλειών και των «πολυτελών» υπηρεσιών.

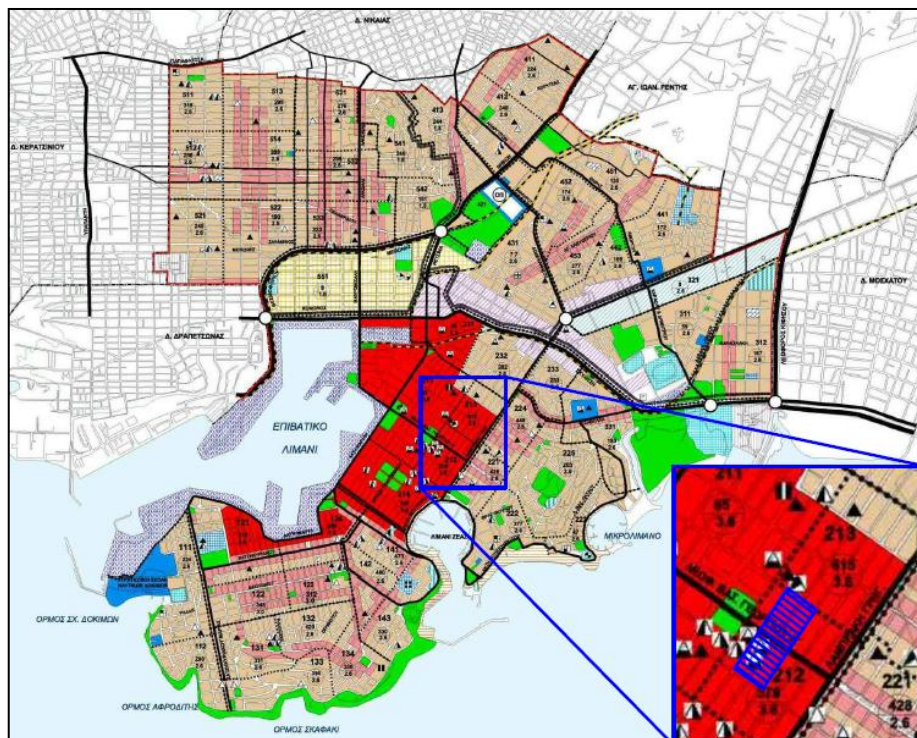
Στην Αττική εντυπωσιακή είναι η ανάπτυξη εμπορίου και υπηρεσιών στα βόρεια – βορειοανατολικά και νότια – νοτιοανατολικά προάστια και ιδιαίτερα στις παρόδιες ζώνες των κύριων συγκεντρικών οδικών αξόνων: Κηφισίας, Μεσογείων, Συγγρού, Βουλιαγμένης, κλπ, κυρίως σε ζώνες «γενικής κατοικίας». Ιδιαίτερα ενισχύεται το κέντρο του Αμαρουσίου. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στη μετατόπιση μητροπολιτικών και υπερτοπικών δραστηριοτήτων από το βασικό κέντρο της πόλης και το υπόλοιπο του Δήμου Αθηναίων το οποίο μάλιστα εμφανίζει σχετική στασιμότητα τα τελευταία χρόνια. Ανάλογη εξέλιξη παρατηρείται και στο μητροπολιτικό κέντρο του Πειραιά. (ΥΠΕΧΩΔΕ, 2004: 49)

Σύμφωνα με το Γενικό Πολεοδομικό Σχέδιο Πειραιώς του 1988 (ΦΕΚ 79Δ/88) η περιοχή μελέτης που επιλέχθηκε υπάγεται στην χρήση «κέντρο Δήμου» (κόκκινο χρώμα) ενώ ο συντελεστής δόμησης είναι 3,6. Στο παραδοσιακό κέντρο του Πειραιά έλκονται επιχειρήσεις ναυτιλιακές και μεταφορών, που συγκεντρώνονται σε ανάμιξη με άλλες χρήσεις.

Σύμφωνα με τον Οργανισμού Ρυθμιστικού Σχεδίου και Προστασίας του Περιβάλλοντος, για το Γενικό Πολεοδομικό Σχέδιο Δήμου Πειραιώς (χάρτης 3) οι βασικότερες νομοθετικές ρυθμίσεις αναφέρονται παρακάτω:

- Έγκριση ΓΠΣ: ΦΕΚ 79Δ/88

- Τροποποίηση: ΦΕΚ 663Δ/94



Χάρτης 3: Χρήσεις γης και ΣΔ στην περιοχή μελέτης του Πειραιά. Πηγή: ΓΠΣ Πειραιά. Επεξεργασία για την Διπλωματική

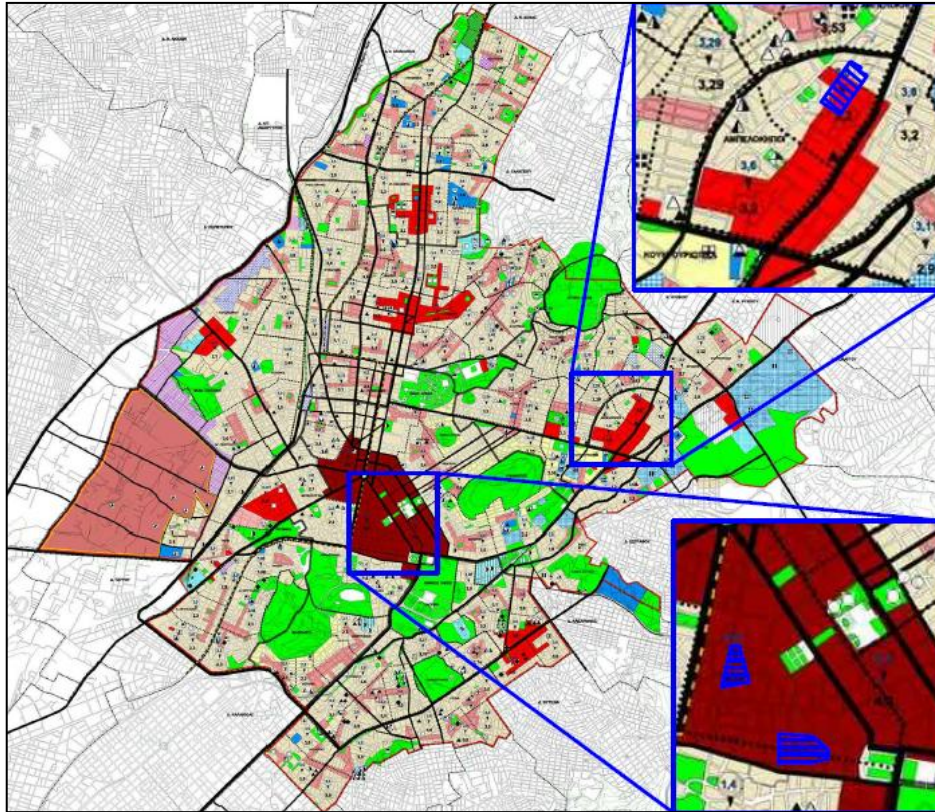
Στον δήμο Αθηναίων, έχουν σχηματιστεί ζώνες γραφείων με συχνότερη περίπτωση την εγκατάσταση του «στρατηγείου» της επιχείρησης μαζί με τις τρέχουσες υπηρεσίες και συχνά μαζί με το τμήμα πωλήσεων. Βασικός λόγος είναι η καλή πρόσβαση στο σύστημα μεταφορών και ικανοποιητικές δυνατότητες στάθμευσης. Το κέντρο καλύπτεται σχεδόν εξ ολοκλήρου από περιοχές μεικτής χρήσης με κατοικία (γενική κατοικία), με εξαίρεση τις περιοχές του κύριου εμπορικού κέντρου και του Ελαιώνα ενώ η αμιγής κατοικία είναι σχεδόν ανύπαρκτη. Οι κεντρικές λειτουργίες επιπέδου πόλης εκτείνονται κυρίως στο βασικό κέντρο της Αθήνας.

Οι περιοχές μελέτης που επιλέχθηκαν στους δρόμους Ερμού και Αιόλου βρίσκονται μέσα σε ζώνη υπερτοπικού κέντρου Δήμου (καφέ χρώμα) με ΣΔ 4,00. Όσον αφορά την επιλεγθείσα περιοχή της Πανόρμου, τα ΟΤ νότια της οδού Λαρίσης (Λαρίσης, Αλέξη Παυλή, Λακωνίας, Πορταριάς) βρίσκονται σε ζώνη Κέντρο Δήμου (κόκκινο χρώμα) με ΣΔ 3,2 ενώ αυτά που βρίσκονται βόρεια αυτού του δρόμου (Λαρίσης, Αλέξη Παυλή, Μικρομάνης, Πορταριάς) υπάγονται σε χρήσεις Γενικής Κατοικίας (μπεζ σκούρο χρώμα) με ΣΔ 3,5.

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Ρυθμιστικού Σχεδίου και Προστασίας του Περιβάλλοντος, για το Γενικό Πολεοδομικό Σχέδιο Δήμου Αθηναίων (χάρτης 4) οι βασικότερες νομοθετικές ρυθμίσεις αναφέρονται παρακάτω:

- Έγκριση ΓΠΣ: ΦΕΚ 80Δ/88

- 1^η τροποποίηση: ΦΕΚ 538Δ/96
- 2^η τροποποίηση: ΦΕΚ 730Δ/04
- 3^η τροποποίηση: ΦΕΚ 1063Δ/04
- 4^η τροποποίηση: ΦΕΚ 19ΑΑΠ/07
- 5^η τροποποίηση: ΦΕΚ 90ΑΑΠ/2010
- 6^η τροποποίηση: ΦΕΚ 142ΑΑΠ/2012



Χάρτης 4: Χρήσεις γης και ΣΔ στην περιοχή μελέτης την Αθήνα. Πηγή: ΓΠΣ Δήμου Αθηναίων. Επεξεργασία για την Διπλωματική

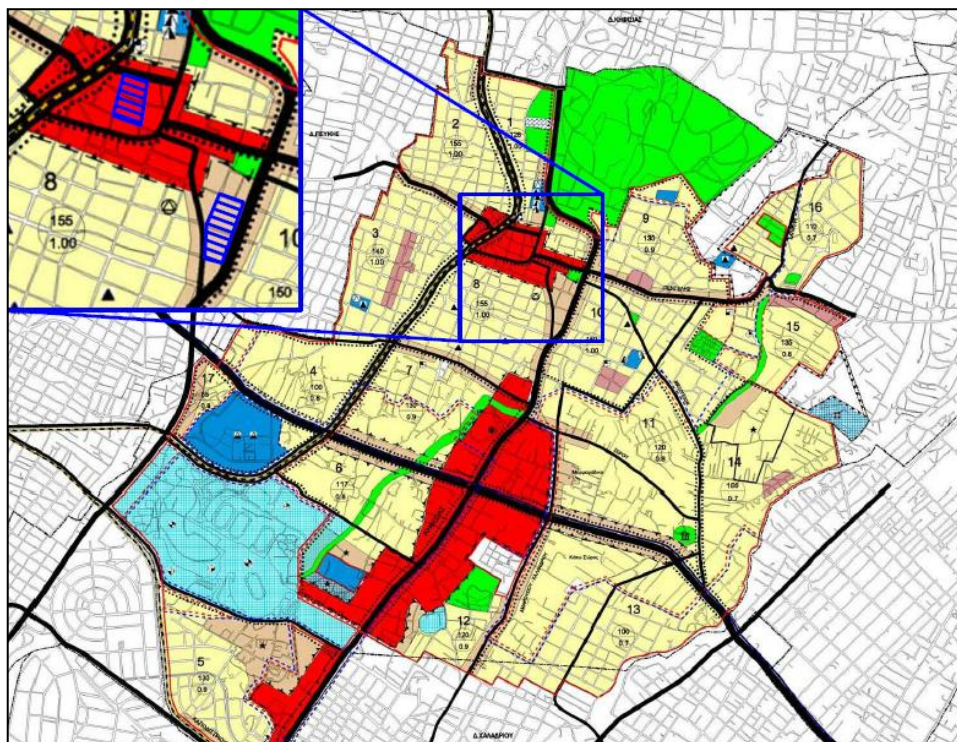
Το κέντρο του Αμαρουσίου είναι ένα νέο εξελισσόμενο κέντρο επιχειρήσεων και κοινωνικών λειτουργιών που οφείλει την ανάπτυξη του κυρίως στον ιδιωτικό τομέα. Σύμφωνα με το ΓΠΣ του Δήμου Αμαρουσίου η περιοχή του παραδοσιακού κέντρο Αμαρουσίου στην οποία χωροθετούνται εμπορικές χρήσεις, υπηρεσίες, αναψυχή, κλπ ορίζεται ως Κέντρο Δήμου (κόκκινο χρώμα) με συντελεστή δόμησης 1,00.

Στην δεύτερη περιοχή μελέτης προς την λεωφόρο Κηφισίας οι χρήση που ορίζεται από τον επίσημο σχεδιασμό είναι αυτή της γενικής κατοικίας (μπεζ σκούρο) με ΣΔ 1,00. Η γενική κατοικία⁴³ συνεχίζει να εκτείνεται για λίγα ακόμη Ο.Τ. κατά μήκος του ίδιου δρόμου (με κατεύθυνση προς Αθήνα) και μετά μετατρέπονται σε κεντρικές λειτουργίες υπερτοπικού χαρακτήρα.

⁴³ Αναλυτικά η περιγραφή της χρήσης Γενικής Κατοικίας γίνεται στο παράρτημα

Για το Γενικό Πολεοδομικό Σχέδιο Δήμου Αμαρουσίου (χάρτης 5) οι βασικότερες νομοθετικές ρυθμίσεις αναφέρονται παρακάτω:

- Έγκριση ΓΠΣ: ΦΕΚ 968Δ/91
- 1^η τροποποίηση: ΦΕΚ 744Δ/93
- 2^η τροποποίηση: ΦΕΚ 124Δ/93
- 3^η τροποποίηση: ΦΕΚ 734Δ/94
- 4^η τροποποίηση: ΦΕΚ 977Δ/97



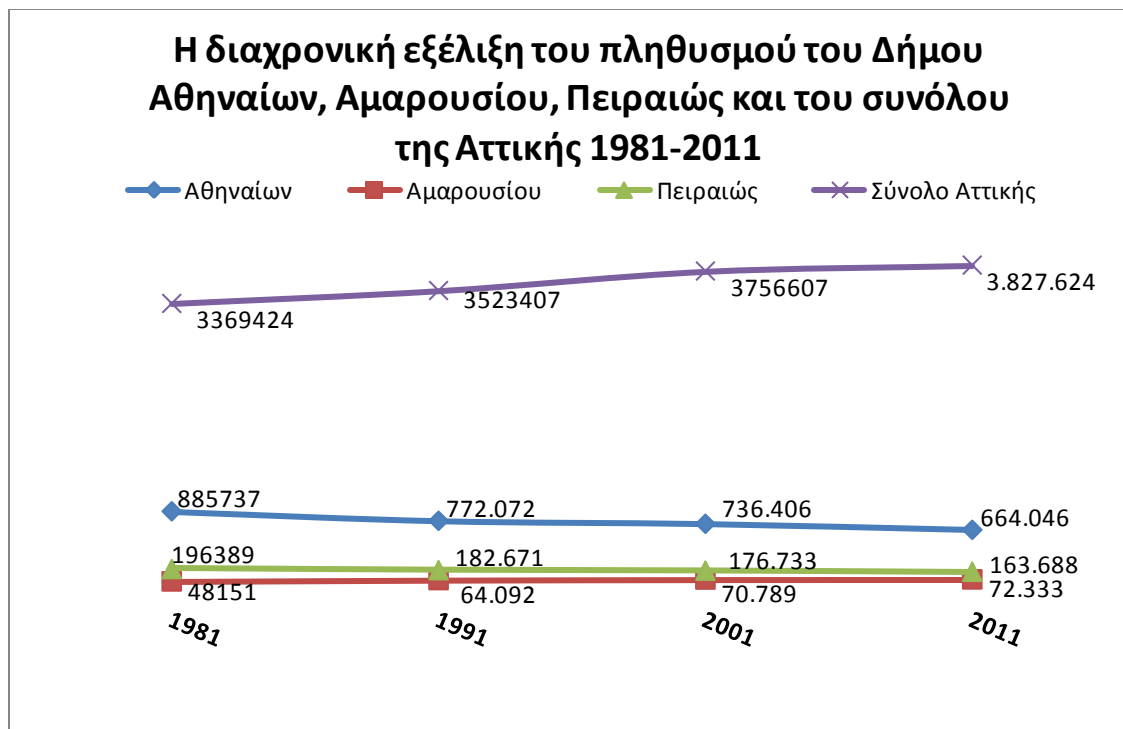
Χάρτης 5: Χρήσεις γης και ΣΔ στην περιοχή μελέτης του Αμαρουσίου. Πηγή: ΓΠΣ Δήμου Αμαρουσίου. Επεξεργασία για την Διπλωματική

6.2.3. Δημογραφικά στοιχεία

Όσον αφορά τους δήμους στους οποίους ανήκουν οι περιοχές μελέτης, από τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛ.ΣΤΑΤ) προκύπτει ο παρακάτω πίνακας και γράφημα που φανερώνουν την εξέλιξη του πραγματικού πληθυσμού για την περίοδο 1981-2011:

ΔΗΜΟΣ / ΕΤΟΣ	1981	1991	2001	2011
Αθηναίων	885737	772.072	736.406	664.046
Αμαρουσίου	48151	64.092	70.789	72.333
Πειραιώς	196389	182.671	176.733	163.688
Σύνολο Αττικής	3369424	3523407	3756607	3.827.624

Πίνακας 2: Ο πραγματικός πληθυσμός των υπό μελέτη Δήμων και της Αττικής για την περίοδο 1981-2011. Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ

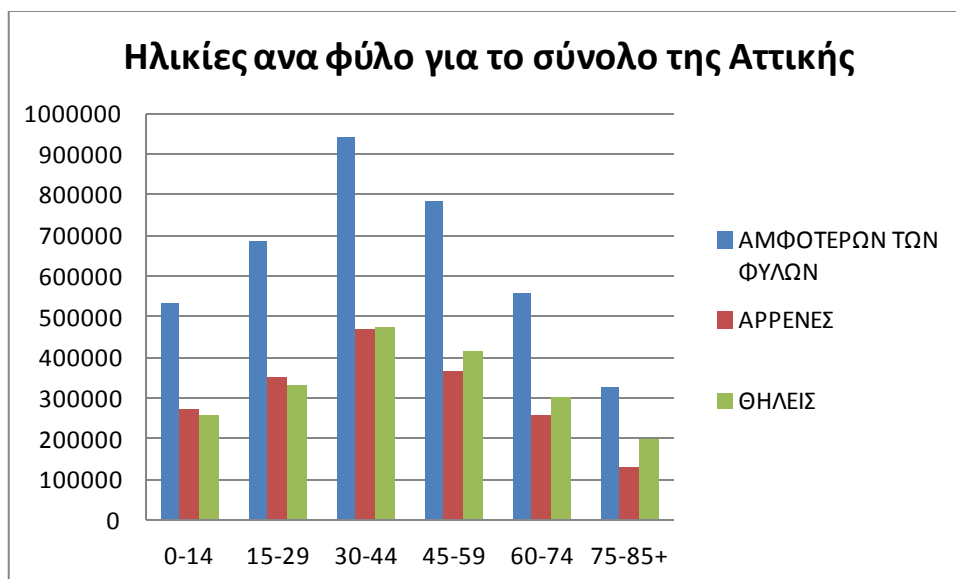


Σχήμα 15: Ο πληθυσμός του Δήμου Αθηναίων, Αμαρουσίου, Πειραιώς και της Αττικής διαχρονικά. Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ. Επεξεργασία για την διπλωματική

Η λειτουργία της πόλης αντικατοπτρίζεται στη διαμόρφωση των ίδιων των χωρικών ενοτήτων, ενώ η δυναμική της προκύπτει ως συνισταμένη της φυσικής αύξησης και των μετακινήσεων προς την Αττική.

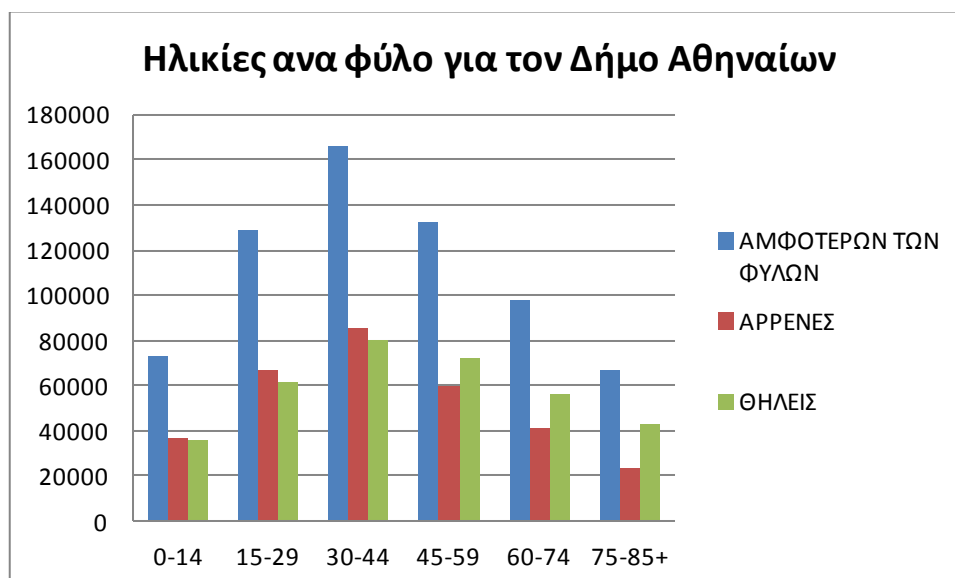
Για την περίοδο 1981-1991 οι δήμοι Αθηναίων και Πειραιώς χάνουν πληθυσμό ενώ αντίθετα το Μαρούσι ως νέο δυναμικό κέντρο αυξάνει αισθητά τον πληθυσμό του. Το ίδιο συμβαίνει και στους ΟΤΑ κατά μήκος της Λεωφόρου Κηφισίας με εξαίρεση τον Δήμο Ψυχικού. Την ίδια περίοδο ο συνολικός πληθυσμός της Αττικής αυξάνει. Η έκταση αυτών των μεταβολών ποικίλει ανά χωρικό σύνολο. Έτσι, σε ότι αφορά τη σχετική μείωση επικεφαλής βρίσκεται ο Δήμος Αθηναίων και ο Πειραιάς. Η εξέλιξη του πληθυσμού των υπό μελέτη δήμων παρουσιάζει παρόμοια εικόνα μέχρι σήμερα. Ο ρυθμός μεταβολής φαίνεται να αυξάνει για την περίοδο 2001-2011 όπου ο δήμος Αθηναίων φαίνεται να χάνει όλο και περισσότερους μόνιμους κατοίκους κάτι το οποίο συμβαίνει και με τον Πειραιά. Το Μαρούσι αυξάνει εκ νέου τους κατοίκους του όμως με μικρότερο ρυθμό από τις προηγούμενες δεκαετίες. Τέλος, ο συνολικός πληθυσμός της Αττικής αν και αυξήθηκε την τελευταία δεκαετία, η αύξηση αυτή είναι μικρή και μη συγκρίσιμη με τα προηγούμενα χρόνια.

Στην συνέχεια αξίζει να γίνει αναφορά στην διάρθρωση του πληθυσμού ανάλογα με την ηλικία αλλά και τα φύλο σύμφωνα με την απογραφή του 2011 της ΕΛ.ΣΤΑΤ. Αυτή η ανάλυση μπορεί να οδηγήσει σε συμπεράσματα σχετικά με τις προτιμήσεις του τρόπου των νέων ατόμων και τον αριθμό των ατόμων που είναι ικανά να εργαστούν. Τα σχήματα 16-19 παρουσιάζουν την κατανομή των ηλικιών ανά φύλο και στους τρεις δήμους και στο σύνολο της Αττικής



Σχήμα 16: Η κατανομή των ηλικιών ανά φύλο στο σύνολο της Αττικής για το 2011. Πηγή: ΕΣ ΥΕ. Επεξεργασία για την διπλωματική

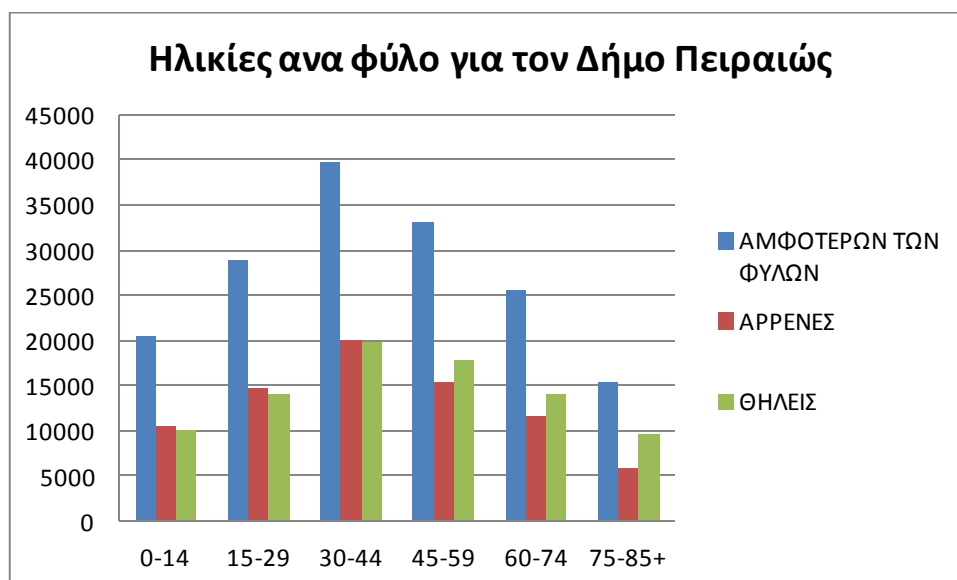
Στο σύνολο της Αττικής, το μεγαλύτερο με διαφορά ποσοστό στο σύνολο των ηλικιών καταλαμβάνει η κατηγορία 30-44 ενώ δεύτερη έρχεται αυτή των 45-59. Είναι εμφανές ότι οι νεαρές ηλικίες έχουν επιλέξει την πρωτεύουσα οι οποία δίνει ευκαιρίες εργασίας και προσφέρει διασκέδαση αλλά και όλο το εύρος των παροχών που μπορεί να καλύψει ένα μεγάλο μητροπολιτικό κέντρο. Όσον αφορά την κατανομή των φύλων, δεν υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις ανάμεσα στον αριθμό ανδρών – γυναικών ενώ μια μικρή διαφορά αρχίζει να φαίνεται από τις ηλικίες των 45 και έπειτα.



Σχήμα 17: Η κατανομή των ηλικιών ανά φύλο στο Δήμο Αθηναίων για το 2011. Πηγή: ΕΣ ΥΕ. Επεξεργασία για την διπλωματική

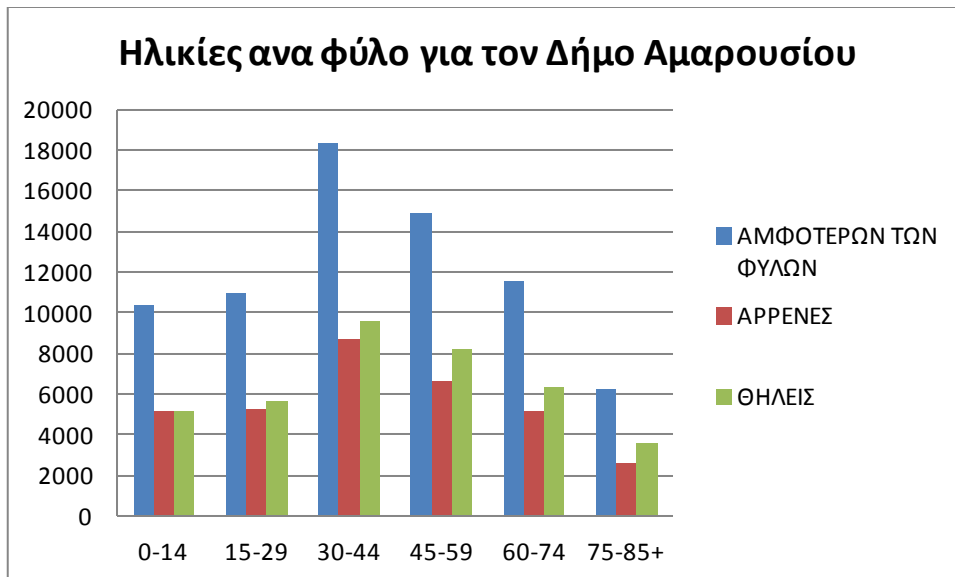
Όσον αφορά τον δήμο Αθηναίων εμφανίζεται μεγάλη συγκέντρωση πληθυσμού στις ηλικίες από 15-44 ενώ σημαντικό ποσοστό ανθρώπων που κατοικούν στην περιοχή

είναι από 45-59 χρονών. Επομένως, ο μεγαλύτερος πληθυσμός του δήμου απαρτίζεται από νεαρές ηλικίες γεγονός που φανερώνει την δυναμικότητα της πόλης και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει ως σημαντικός κεντρικός δήμος. Η κατανομή δεν διαφοροποιείται ιδιαίτερα για τα δύο φύλα ξεχωριστά καθώς ακολουθεί την μορφή του συνολικού πληθυσμού. Αξίζει να αναφερθεί, όμως, το γεγονός ότι μέχρι τις ηλικίες των 30 οι άντρες είναι περισσότεροι απ' τις γυναίκες, μια κατάσταση που αντιστρέφεται στα υπόλοιπα εύρη ηλικιών.



Σχήμα 18: Η κατανομή των ηλικιών ανά φύλο στο Δήμο Πειραιά για το 2011. Πηγή: ΕΣΥΕ.
Επεξεργασία για την διπλωματική

Ο Πειραιάς παρουσιάζει παρόμοια εικόνα με τον Δήμο Αθηναίων. Η διαφοροποίηση εντοπίζεται ανάμεσα στα εύρη ηλικιών 15-29 και 45-59 καθώς βλέπουμε ότι η δεύτερη κατηγορία έχει αισθητά περισσότερα άτομα από την πρώτη γεγονός που ερμηνεύεται από την επιλογή του Πειραιά ως τόπου κατοικίας, κάτι το οποίο δεν είναι τόσο ξεκάθαρο στον Δήμο Αθηναίων. Και σε αυτήν την περίπτωση, οι υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός νέων αλλά και γηραιότερων ανθρώπων.



Σχήμα 19: Η κατανομή των ηλικιών ανά φύλο στο Δήμο Αμαρουσίου για το 2011. Πηγή: ΕΣ ΥΕ.
Επεξεργασία για την διπλωματική

Τέλος, ο Δήμος Αμαρουσίου εμφανίζει μεγάλο αριθμό κατοίκων στις ηλικίες 30-44 ενώ την δεύτερη θέση καταλαμβάνει η επόμενη κατηγορία των 45-59. Παρατηρείται ότι οι ηλικίες 15-29 βρίσκονται σε χαμηλή θέση σε σχέση με τους υπόλοιπους δήμους γεγονός που θα μπορούσε να ερμηνευτεί από το γεγονός ότι το Μαρούσι δεν προσελκύει φοιτητές για κατοικία αλλά ο ρόλος του ως υπερτοπικό κέντρο ευνοεί την επισκεψιμότητα από νεαρές ηλικίες αλλά όχι την διαμονή τους.

6.2.4. Οδικό δίκτυο, Μεταφορές και Προσβάσεις

Μελετώντας το οδικό δίκτυο του **Εμπορικού Τριγώνου**, εντοπίζονται τρεις κατηγορίες οδικών αξόνων. Έτσι, υπάρχουν οι οδικοί άξονες που εισέρχονται στο τρίγωνο, οι διαμπερείς άξονες που διατρέχουν το τρίγωνο καθώς και οι άξονες που εμφανίζονται μόνο στο εσωτερικό του. Ουσιαστικά, οι άξονες αυξημένης κυκλοφορίας τείνουν να αποτελέσουν όρια μεταξύ περιοχών, τεμαχίζοντας το εμπορικό τρίγωνο σε επιμέρους χωρικές ενότητες. (Κολοβού, Ι. , Μαλλίρη, Μ. ,2013:7). Αναλυτικότερα:

- Κατά τον άξονα Ανατολής – Δύσης εμφανίζονται δύο διαμπερείς δρόμοι, η Σοφοκλέους και η Ευριπίδου δίνοντας την δυνατότητα ενιαίας κίνησης στο εσωτερικό της χωρικής ενότητας που σχηματίζουν.
- Κατά τον άξονα Βορρά – Νότου οι προηγούμενοι άξονες τέμνονται από τους άξονες Μενάνδρου, Σωκράτους και Αθηνάς.

Στο παρακάτω σχήμα φαίνεται το βασικότερο οδικό δίκτυο του εμπορικού τριγώνου:



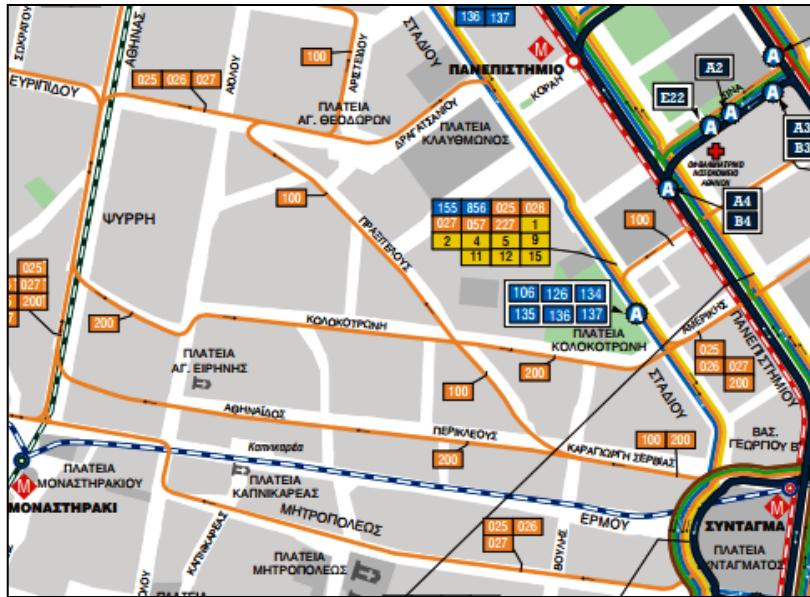
Εικόνα 13: Η κατάτμηση του Εμπορικού Τριγώνου σε ζώνες. Πηγή: (Κολοβού, Ι. , Μαλλίρη, Μ. ,2013:8)

Η πρόσβαση στις δύο περιοχές που επιλέχθηκαν από το εμπορικό τρίγωνο γίνεται με αυτοκίνητο μέχρι το βασικό οδικό δίκτυο και έπειτα με τα πόδια λόγω των πολλών πεζοδρομήσεων του ιστορικού εμπορικού κέντρου. Αναλυτικότερα, η προσέγγιση με ΙΧ γίνεται μέσω των κεντρικών οδικών αρτηριών Πανεπιστημίου, Βασιλίσσης Σοφίας και Σταδίου ενώ οι δευτερεύοντες δρόμοι που εισχωρούν στο δαιδαλώδες δίκτυο του εμπορικού τριγώνου κοντά στις περιοχές μελέτης είναι η Μητροπόλεως και η Περικλέους απ' το Σύνταγμα και η Αθηνάς και η Κολοκοτρώνη από Μοναστηράκι και Ομόνοια. Τέλος, στην οδική πρόσβαση της περιοχής συμμετέχουν και ορισμένα μη πεζοδρομημένα τμήματα της Αιόλου και της Ερμού που λειτουργούν ως «γέφυρες» μετακίνησης μέσα στην βορειοανατολική πλευρά του τριγώνου.



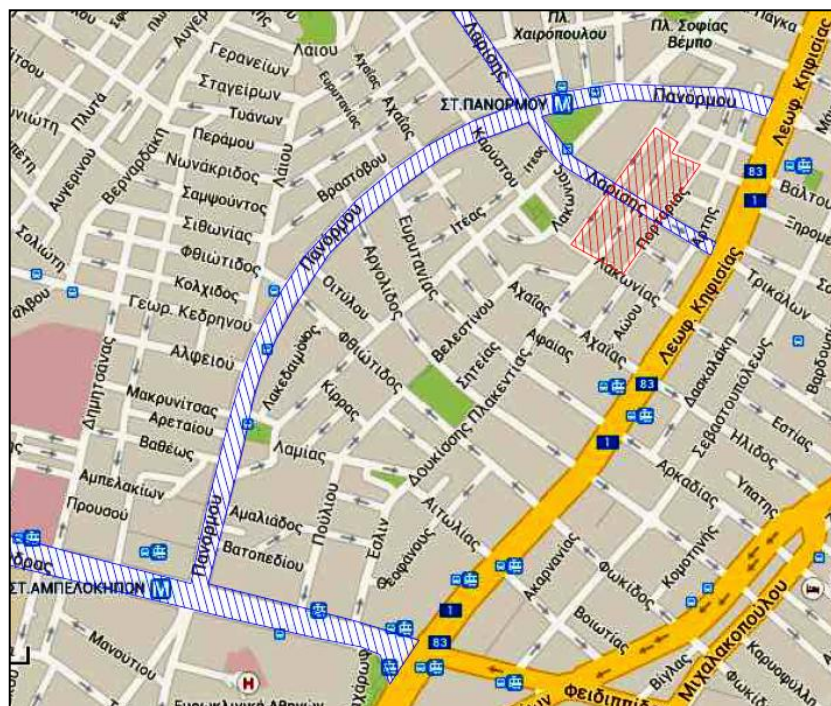
**Χάρτης 6: Οδική πρόσβαση στην περιοχή μελέτης του κέντρου Αθηνών. Πηγή: Google Maps.
Επεξεργασία για την Διπλωματική**

Από την περιοχή των Αθηνών διέρχονται 98 λεωφορειακές γραμμές και 15 γραμμές τρόλεϊ (παράρτημα 2 πίνακας 1). Η πρόσβαση με ΜΜΜ στην περιοχή του εμπορικού τριγώνου και συγκεκριμένα στις περιοχές που επιλέχθηκαν σε Ερμού και Αιόλου – Αγ. Μάρκου γίνεται τόσο με την χρήση Μέσων Σταθερής Τροχιάς όσο με λεωφορεία και τρόλεϊ. Η περιοχή μελέτης στην Ερμού προσεγγίζεται με τα πόδια (5 λεπτά) μέσω των σταθμών μετρό Σύνταγμα και Μοναστηράκι ενώ η δεύτερη περιοχή (Αιόλου) βρίσκεται πολύ κοντά και στον σταθμό μετρό Ομονοίας. Επιπλέον, στο Σύνταγμα πραγματοποιεί στάση και το τραμ το οποίο ενώνει την περιοχή με τον νότο. Όσον αφορά τις γραμμές αστικές λεωφορείων την περιοχή εξυπηρετούν τόσο που διέρχονται από την Σταδίου, Πανεπιστημίου και Αθηνάς (Α4, Β4, 155,856, 106, 126, κ.α.) όσο και αυτές που εισέρχονται μέσα στην Αγορά των Αθηνών (020, 025, 026, 027, 100, 200). Μεγάλο αριθμό επισκεπτών για την περιοχή εξυπηρετούν τα τρόλεϊ τα οποία διέρχονται από την Σταδίου (1, 2, 4, 5, 9, 11, 12, 15).



Χάρτης 7: Δίκτυο αστικών λεωφορείων για την περιοχή μελέτης του κέντρου Αθηνών. Πηγή: ΟΑΣΑ

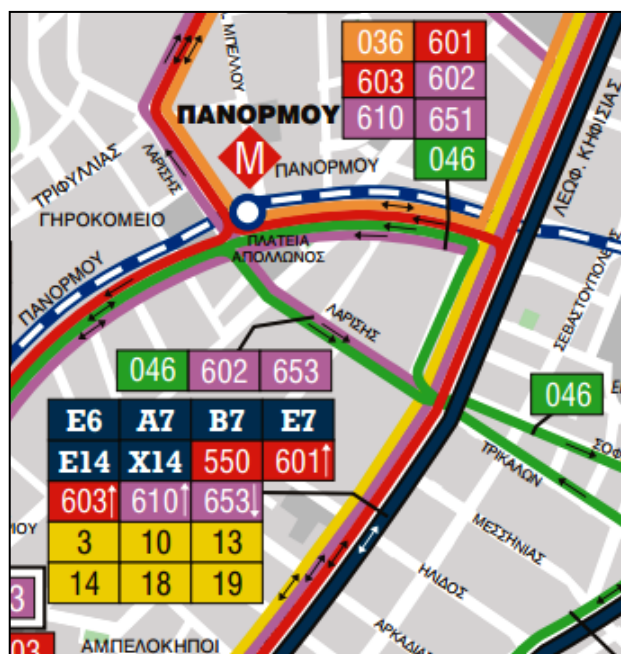
Η οδική πρόσβαση στην περιοχή μελέτης που επιλέχθηκε στην **Πανόρμου** γίνεται κατά κύριο λόγο μέσω της Λ. Κηφισίας, της Λ. Αλεξάνδρας και της οδού Πανόρμου ενώ ο βασικός δρόμος για να διέλθει κανείς από τα συγκεκριμένα Ο.Τ. είναι η οδός Λαρίσης.



Χάρτης 8: Οδική πρόσβαση στην περιοχή μελέτης της Πανόρμου. Πηγή: Google Maps.
Επεξεργασία για την Διπλωματική

Όσον αφορά την κίνηση με Μ.Μ.Μ. η ύπαρξη του Σταθμού Μετρό Πανόρμου στην περιοχή εξυπηρετεί τις δραστηριότητες αναψυχής και εμπορίου. Σημαντική είναι και

η διέλευση γραμμών αστικών λεωφορείων και τρόλεϊ από την Πανόρμου. Κάποια από αυτά πραγματοποιούν στάση επί της Λεωφόρου Κηφισίας (Α7, Β7, Ε7. 550, 601, 603, τρόλεϊ 3, τρόλεϊ 10, τρόλεϊ 13, κ.α.) ενώ ορισμένα διέρχονται και από την οδό Πανόρμου (601, 602, 603, 651, 610, 036, 046) και την οδό Λαρίσης (046, 602, 653).



Χάρτης 9: Δίκτυο αστικών λεωφορείων για την περιοχή μελέτης της Πανόρμου. Πηγή: ΟΑΣΑ

Ο Πειραιάς συνδέεται με την Αθήνα με την οδό Πειραιώς ενώ η πρόσβαση στην περιοχή γίνεται και με την λεωφόρο Κηφισού.

Τα βασικά μέσα μεταφοράς του Δήμου Πειραιώς είναι τα λεωφορεία και τα τρόλεϊ ενώ παράλληλα λειτουργεί η γραμμή 1 του ηλεκτρικού σιδηροδρόμου με τον σταθμό του Πειραιά στο λιμάνι. Επιπλέον, λειτουργεί ο προαστιακός σιδηρόδρομος και το τραμ στην περιοχή.

Οι βασικές λεωφορειακές γραμμές που εξυπηρετούν την περιοχή είναι 43 στον αριθμό ενώ διέρχονται και 3 γραμμές τρόλεϊ. (παράρτημα 2 πίνακας 2)

Ειδικότερα, για την περιοχή μελέτης, το βασικό οδικό δίκτυο που εξυπηρετεί τα επιλεγμένα Ο.Τ. είναι η Γρηγορίου Λαμπράκη, η Λεωφόρος Βασιλέως Γεωργίου η 34^{ου} Συντάγματος Πεζικού. Οι δρόμοι αυτοί στέλνουν την κυκλοφορία στην Ακτή Μιαούλη στο λιμάνι αλλά και στην οδό Πειραιώς. Επιπλέον, δευτερεύοντες εσωτερικοί δρόμοι, που υπακούουν σε υποδάμειο σύστημα δόμησης όπως η Αλκιβιάδου, η Πραξιτέλους, η Υψηλάντου και η Κουντουριώτη επιτρέπουν τις μονόδρομες μετακινήσεις ανάμεσα στο Ο.Τ. που φιλοξενούν μια ποικιλία χρήσεων στην περιοχή.



Χάρτης 10: Οδική πρόσβαση στην περιοχή μελέτης του Δήμου Πειραιώς. Πηγή: Google Maps. Επεξεργασία για την Διπλωματική

Η περιοχή μελέτης εξυπηρετείται κυρίως από Αστικά Λεωφορεία και Τρόλεϊ ενώ ο σταθμός του ΗΣΑΠ Πειραιά δεν απέχει πολύ από την περιοχή του Δημοτικού Θεάτρου (15 λεπτά με τα πόδια, 5 λεπτά με ΙΧ και Μ.Μ.Μ.). Οι λεωφορειακές γραμμές που εξυπηρετούν την περιοχή μελέτης (Α1, Β1, Ε1, Χ96, 040, 049, 101, 130, 217, 218, 229, 232, 904, 300) ενώ διέρχεται και η γραμμή 20 του τρόλεϊ.



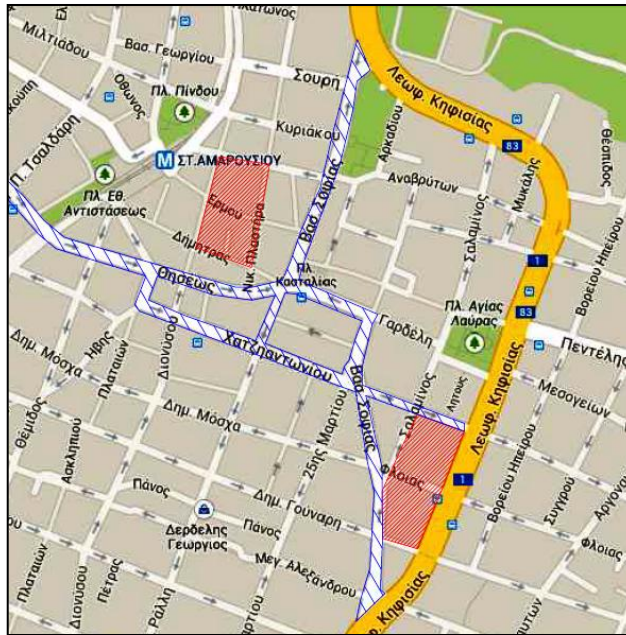
Χάρτης 11: Δίκτυο αστικών λεωφορείων για την περιοχή μελέτης του Πειραιά. Πηγή: ΟΑΣΑ

Από την **περιοχή του Αμαρουσίου** διέρχονται σημαντικοί οδικοί και συγκοινωνιακοί άξονες που εξασφαλίζουν την πρόσβαση στην περιοχή και εξυπηρετούν τις υπερτοπικές μετακινήσεις. Οι κύριες οδικές και μεταφορικές αρτηρίες αφορούν:

- Την Αττική Οδό και το τμήμα που συνδέει την περιοχή με το Αεροδρόμιο Ελευθέριο Βενιζέλο στα νοτιοανατολικά και με την ΠΑΘΕ στα δυτικά.
- Την Λεωφόρο Κηφισίας, η οποία διασχίζει κατά μήκος το Δήμο και συνδέει την Αθήνα και τον Πειραιά με τα βόρεια προάστια.
- Την Λεωφόρο Κύμης, που βρίσκεται στο νότιο τμήμα του Δήμου και έχει κατεύθυνση προς βορρά, νότο και δύση.
- Τους σημαντικούς οδικούς άξονες Αμαρουσίου – Χαλανδρίου, Πεντέλης και Σπύρου Λούη οι οποίοι εισχωρούν στο εσωτερικό του δήμου και συμμετέχουν στις υπερτοπικές μετακινήσεις που ολοκληρώνουν οι παραπάνω αρτηρίες.
- Την γραμμή 1 του Ηλεκτρικού Σιδηροδρόμου με κατεύθυνση Βορρά – Νότου. Στα διοικητικά όρια του Δήμου υπάρχουν τέσσερις σταθμοί του ΗΣΑΠ (Ειρήνη, Νερατζιώτισσα, Μαρούσι, Κατ).
- Τον προαστιακό σιδηρόδρομο με κατεύθυνση Ανατολή – Δύσης. Μέσω αυτού του Μέσου Σταθερής Τροχιάς συνδέεται ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών με την πόλη της Κορίνθου. Οι κοντινές στάσεις του Προαστιακού στην περιοχή είναι ο σταθμός Κηφισίας και Νερατζιώτισσας όπου υπάρχει και σύνδεση με τον ΗΣΑΠ.
- Την δημοτική συγκοινωνία αλλά και τις 26 γραμμές λεωφορείων του ΟΑΣΑ όπως αναφέρονται στην πορεία. (Παράρτημα 2 πίνακας 3). Αξίζει να αναφερθεί η περιοχή είναι εύκολα προσβάσιμη λόγω των Μ.Μ.Μ. τα οποία ενισχύουν την εμπορική, οικονομική και οικιστική ανάπτυξη της περιοχής.

Ειδικότερα, όσον αφορά την περιοχή μελέτης που επιλέχθηκε στο παραδοσιακό κέντρο του Αμαρουσίου βρίσκεται έξω από τους βασικούς οδικούς άξονες. Το οδικό δίκτυο αυτής της περιοχής είναι πυκνό και χαρακτηρίζεται από έντονα προβλήματα κυκλοφορίας και στάθμευσης ενώ η σύνδεση του με την λεωφόρο Κηφισίας γίνεται μέσω τοπικών οδών σε τρία σημεία. Άλλωστε, το πολεοδομικό κέντρο αποτελείται από πολλές πεζοδρομήσεις οι οποίες στέλνουν την κυκλοφορία στις οδούς Βασιλίσσης Όλγας, Βασιλίσσης Σοφίας, Θησέως και Χατζηαντωνίου οι οποίες με την σειρά τους προσεγγίζουν την Λεωφόρο Κηφισίας.

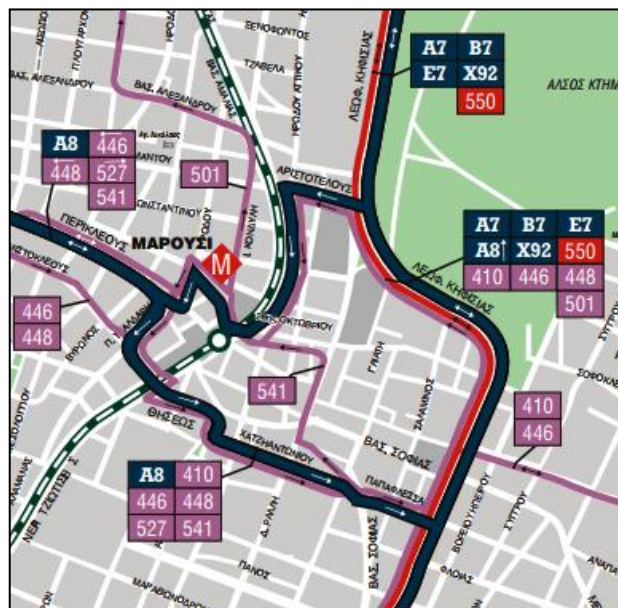
Από την άλλη η δεύτερη περιοχή μελέτης ακολουθεί αυτές τις τοπικές οδούς (Χατζηαντωνίου και Βασιλίσσης Σοφίας) και προσεγγίζει νότια την Κηφισίας στο ρεύμα προς Αθήνα. Στο παρακάτω σχήμα φαίνονται οι βασικοί δρόμοι πρόσβασης και κυκλοφορίας στις περιοχές μελέτης.



Χάρτης 12: Οδική πρόσβαση στις περιοχές μελέτης του Δήμου Αμαρουσίου. Πηγή: Google Maps.
Επεξεργασία για την Διπλωματική

Επιπλέον, το κέντρο του Αμαρουσίου εξυπηρετείται συγκοινωνιακά από 5 γραμμές λεωφορείων, δημοτική συγκοινωνία αλλά και από την γραμμή 1 του ΗΣΑΠ με τον σταθμό του Αμαρουσίου. Τα λεωφορεία που διέρχονται από το παραδοσιακό κέντρο οι γραμμές 446, 501, 527, 541, Α8 με κατευθύνσεις προς Πεύκη, Μεταμόρφωση, Πεντέλη, Νέα Ιωνία και κέντρο Αθήνας.

Την περιοχή μελέτης προς την Λεωφόρο Κηφισίας εξυπηρετούν λεωφορειακές γραμμές που διέρχονται από αυτόν τον δρόμο (Α7, Β7, Ε7, 550, Χ92, κ.α.) ενώ η περιοχή απέχει μόλις δέκα λεπτά με τα πόδια από τον σταθμό του Αμαρουσίου. Στον παρακάτω χάρτη φαίνονται οι λεωφορειακές γραμμές που εξυπηρετούν τις δύο περιοχές.



6.3. Η Εμπορική Δραστηριότητα των Δήμων

Δήμος Αμαρουσίου

Ο δήμος αυτός αποτελεί ένα σημαντικό προάστιο της Πρωτεύουσας του οποίου η δυναμική αυξήθηκε λόγω της ραγδαίας ανάπτυξης του αυτοκινήτου. Πριν την αύξηση των επιπέδων ιδιοκτησίας του ΙΧ η εγκατάσταση των εμπορικών χρήσεων γινόταν στο παραδοσιακό κέντρο της πόλης για την εξυπηρέτηση των κατοίκων της περιοχής. Όμως, η βελτίωση του οδικού δικτύου σε συνδυασμό με την αυξημένη χρήση του αυτοκινήτου οδήγησε σε εξάπλωση των εμπορικών δραστηριοτήτων εκτός του κέντρου της πόλης με σκοπό την κάλυψη υπερτοπικών καταναλωτικών αναγκών και μεγιστοποίησης του κέρδους. Στην πραγματικότητα, ο δήμος του Αμαρουσίου αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα των μεγάλων μεταβολών που έλαβαν χώρα τα τελευταία χρόνια στον ρόλο και στην γεωγραφία του λιανικού εμπορίου. Οι δύο μεγάλες οδικές αρτηρίες της Λ.Κηφισίας και της Αττική Οδού συνέβαλαν στην ανάπτυξη της πόλης του Αμαρουσίου κάτι το οποίο ήρθε να ενισχύσει η δημιουργία των Μεγάλων Έργων για τους Ολυμπιακούς Αγώνες 2004. Έτσι, στον συγκεκριμένο δήμο συναντώνται δύο πολεοδομικά κέντρα. Από την λειτουργεί το παραδοσιακό κέντρο του δήμου και από την άλλη το υπερτοπικό στην Λεωφόρο Κηφισίας.

Μέχρι το 1960, οι δραστηριότητες του λιανικού εμπορίου και της αναψυχής βρισκόταν στο μικρής κλίμακας *παραδοσιακό κέντρο* του Αμαρουσίου ενώ η μόνη δραστηριότητα υπερτοπικού χαρακτήρα ήταν η βιοτεχνία κατασκευής πήλινων σκευών. Το εμπόριο παραμένει στο κέντρο του δήμου ακόμη και στα μέσα δεκαετίας του 70' παρ'όλες τις διαδικασίες διαμόρφωσης του δομημένου περιβάλλοντος που άρχισαν να λαμβάνουν χώρα. Όμως, την δεκαετία του 1980 το κέντρο βάρους του Λεκανοπεδίου μετατοπίζεται από την Αθήνα κατά μήκος της Λ. Κηφισίας ενώ το 90' το παραδοσιακό κέντρο έχει ήδη μετατραπεί σε τοπικό κέντρο λιανικού εμπορίου και αναψυχής με υπερτοπικό κέντρο που διαμορφωνόταν κατά μήκος της Λ. Κηφισίας.

Ως βασικότερη δραστηριότητα που εντοπίζεται στο κέντρο του Αμαρουσίου είναι το λιανικό εμπόριο το οποίο απαρτίζεται από 800 μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις οικογενειακού τύπου. Έτσι μπορεί κανείς να εντοπίσει καταστήματα ένδυσης και υποδημάτων, κοσμηματοπωλεία, πώληση αθλητικών ειδών, αξεσουάρ, κ.α. τα οποία είναι εγκατεστημένα σε ισόγεια παλιών διώροφων κτιρίων. Στην περιοχή αυτή λειτουργούν και καφετέριες και εστιατόρια. Το εμπόριο του παραδοσιακού κέντρου Αμαρουσίου καλύπτει κυρίως τις ανάγκες των κατοίκων της περιοχής και όμορων Δήμων. Ένα βήμα πιο κοντά στην σύγχρονη πραγματικότητα, το λιανικό εμπόριο στο κέντρο βιώνει ύφεση ενώ παρατηρείται σημαντική αύξηση των λουκέτων κυρίως λόγω της χωροθέτησης μεγάλων εμπορικών κέντρων στην ευρύτερη περιοχή του δήμου και της οικονομικής ύφεσης που βιώνει η χώρα.

Μελετώντας την **υπερτοπική σημασία** του Αμαρουσίου, είναι γεγονός ότι στα μέσα της δεκαετίας του 1970 δημιουργείται ένα από τα μεγαλύτερα τεχνικά έργα του Λεκανοπεδίου, η Λεωφόρος Κηφισίας, η οποία συνδέει το κέντρο της Αθήνας και του Πειραιά με τα Βόρεια Προάστια. Η Κηφισίας μετατρέπεται γρήγορα σε άξονα ανάπτυξης του τριτογενούς τομέα ενώ οι πρώτες λειτουργίες υπερτοπικού χαρακτήρα που φιλοξενήθηκαν πηγάζουν από τους τομείς της υγείας και της διοίκησης. Όπως ήδη αναφέρθηκε, τις δεκαετίες του 80' και 90' το ενδιαφέρον στρέφεται προς την ανάπτυξη αυτού του νέου άξονα δίνοντας μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης στις περιοχές τις οποίες αυτός διασχίζει.

Μεγάλη χρονική τομή στην διαμόρφωση του χαρακτήρα της συγκεκριμένης περιοχής του Αμαρουσίου ήταν τα τεχνικά έργα που έλαβαν χώρα για την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων 2004. Συγκεκριμένα, ολοκληρώθηκε το τμήμα της Αττικής Οδού από τον κόμβο Λ. Κύμης έως τον κόμβο Λ. Κηφισίας καθώς και η υπογειοποίηση της Κηφισίας στο ύψος του Παραδείσου και η σύνδεσή της με ανισόπεδο κόμβο της Αττικής Οδού. Τα έργα αυτά βελτίωσαν την προσβασιμότητα της περιοχής και αύξησαν το ενδιαφέρον για επενδύσεις.

Στην σημερινή εποχή η Λεωφόρος Κηφισίας είναι ένας σημαντικός εμπορικός άξονας ο οποίος φιλοξενεί γραφεία, πολυκαταστήματα, υπεραγορές καθώς και υπηρεσίες υγείας και ψυχαγωγίας. Στην τμήμα του Αμαρουσίου που διανύει περιλαμβάνει πολλά εμπορικά καταστήματα εθνικών και διεθνών αλυσίδων, μεγάλα εμπορικά κέντρα (Avenue, Golden Hall), πολυχώροι (Odeon Kosmopolis), εκθεσιακά κέντρα, κλινικές, κ.α. Τα καταστήματα αυτά εντοπίζονται παραπλεύρως των μεγάλων οδικών αξόνων και σε μεγάλους κόμβους του μεταφορικού δικτύου. Το 2005 δημιουργείται το “The Mall Athens” δίπλα στον σταθμό του ηλεκτρικού – προαστιακού Νερατζιώτισσα και κοντά στην έξοδο 11 της Αττικής Οδού. Τα 200 εμπορικά καταστήματα που περιλαμβάνει, τα 25 εστιατόρια, ο κινηματογράφος και άλλα οι 2.100 θέσεις παρκινγκ είναι παροχές που προσελκύουν επισκέπτες από όλη την Αττική και όχι μόνο. (Βασίλη, Ζ., 2011:30-32)

Δήμος Αθηναίων

Ο τρόπος με τον οποίο αναπτύχθηκε το κέντρο της Αθήνας με το πέρασμα των χρόνων διαμόρφωσε τον διαχωρισμό των χρήσεων γης που συγκεντρώνονται σήμερα στο κέντρο. Η ανάπτυξη της πόλης της Αθήνας ξεκίνησε γύρω από την παλαιά πόλη της και οι πρώτες δραστηριότητες έλαβαν χώρα στα βορειοανατολικά της Ακρόπολης. Η πρώτη αγορά των Αθηνών βρισκόταν στο Μοναστηράκι που ακόμα διατηρεί ζωντανό τον εμπορικό του χαρακτήρα. Μετά την χάραξη των αξόνων της Σταδίου και της Πανεπιστημίου το κέντρο αναπτύχθηκε προς εκείνη την κατεύθυνση και συνδέθηκε μέσω των Λεωφόρων Συγγρού και Πατησίων με περιοχές εκτός αυτού. Στους άξονες αυτούς χωροθετήθηκαν διοικητικά κτίρια που λειτουργούν μέχρι σήμερα. Άλλωστε με την πάροδο του χρόνου και την εξάπλωση της Αθήνας, οι κάτοικοι των προαστίων του κέντρου συνέβαλλαν στην ανάπτυξη εξωτερικά. Οι

τελευταίοι ερχόμενοι ως επισκέπτες στο κέντρο και καταλαμβάνοντας με τις δραστηριότητες τους τμήματα αυτού ανάλογα με τις ανάγκες του συνέβαλαν στη σημερινή κατανομή των χρήσεων γης στο παραδοσιακό κέντρο Αθηνών. Στον παρακάτω χάρτη εμφανίζονται τα σημεία σημαντικών συγκεντρώσεων καταστημάτων λιανικής πώλησης στο κέντρο. (Αθανασίου, Α. ,2010: 51).

Σε όλη τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα το Εμπορικό Τρίγωνο συγκέντρωνε όλη την «Αθηναϊκή ζωή» στην Αιόλου, στην Αθηνάς, στην Ερμού και στις ζώνες γύρω τους παρατηρήθηκε μια έντονη εγκατάσταση θεάτρων, καφενείων, ζαχαροπλαστειών και εστιατορίων, τα οποία αποτελούσαν χώρους κοινωνικών συναθροίσεων όπου γίνονται καθημερινά έντονες πολιτικές και κοινωνικές συζητήσεις. Ιδιαίτερα ζωντανό και σημαντικό σημείο είναι η συνάντηση των οδών Αιόλου και Ερμού. (Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, 2003:111)

Η εμπορική κίνηση στο κέντρο της Αθήνας σημείωσε κάμψη ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια της δεκαετίας του 80' και τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 90'. Η συρρίκνωση αυτή δεν συνεχίστηκε όμως και τη δεκαετία του 1990 κατά την οποία ενισχύθηκαν τόσο το ήδη διευρυμένο μητροπολιτικό κέντρο λιανικού εμπορίου όσο και τα συνοικιακά κέντρα. Στο παραδοσιακό κέντρο εισχωρούν νέα μεγάλα πολυκαταστήματα και αναβάθμιση των μικρότερων μονάδων. Η λειτουργική αναδιάρθρωση ανέδειξε τα τρία κύρια κέντρα λιανικού εμπορίου της πρωτεύουσας: Το Εμπορικό Τρίγωνο, το Κολωνάκι και το γραμμικό κέντρο της οδού Πατησίων. Από αυτά, το Κολωνάκι είναι το καθαυτό κέντρο του εξειδικευμένου και πολυτελούς λιανικού εμπορίου, το Εμπορικό Τρίγωνο ως το παραδοσιακό κέντρο λιανικού εμπορίου και εκείνο της οδού Πατησίων ως μια ενδιάμεση κατάσταση. Επιμέρους σχεδιασμοί εκ μέρους του Δήμου, αλλά και των άλλων φορέων (πεζοδρόμηση Ερμού, αισθητικές και λειτουργικές παρεμβάσεις στο Εμπορικό Τρίγωνο, στο Κολωνάκι, στην Ομόνοια, κλπ) ενισχύουν τη σημασία των τριών παραπάνω κέντρων. (ΥΠΕΧΩΔΕ, 2004:140)

Ειδικότερα, όσον αφορά την **εμπορική δραστηριότητα στην περιοχή της Ερμού**, ήδη από το πρώτο μισό του 19^{ου} αιώνα, ο δρόμος αυτός προβλεπόταν ως ο εμπορικός δρόμος της νεοσύστατης πρωτεύουσας. Η μεταφορά της εμπορικής ζωής επιταχύνθηκε από τη μεγάλη πυρκαγιά του 1884, που κατέστρεψε την περιοχή του παζαριού.

Το 1860, δημιουργούνται στην Ερμού εμπορικά καταστήματα «ανωτέρας τάξεως εις είδη αμφιέσεως και πολυτελείας» και ο δρόμος διαφοροποιείται από την υπόλοιπη περιοχή του εμπορικού τριγώνου που έχει εμπορο-βιοτεχνικό χαρακτήρα. Η αλλαγή του χαρακτήρα του δρόμου αποκλίνει από το αρχικό σχέδιο χάραξης. Έτσι, στο επάνω μέρος, στην ευθυγραμμία από το Σύνταγμα μέχρι την Πλατεία Καπνικαρέας χωροθετούνται τα μεγαλύτερα εμπορικά κτίρια, κληρονομιά των πρώτων νόμων για το μέγεθος των οικοπέδων επί των νέων δρόμων της πόλης. Από την πλατεία και προς

τα κάτω τα καταστήματα γίνονται πιο «λαϊκά» ενώ μετά το Μοναστηράκι αλλάζει τελείως το είδος του εμπορίου.

Έως το τέλος του 19^{ου} αιώνα είχε διαμορφωθεί ο λειτουργικός χαρακτήρας του κέντρου της πόλης. Το δίδυμο Ερμού – Μητροπόλεως αποτελούσε τη διαχωριστική γραμμή μεταξύ της κατοικίας δηλαδή της Πλάκας και του εμπορικού τμήματος της πόλης. Παράλληλα καθορίζεται ο ευρύτερος οικονομικός – διοικητικός χαρακτήρας στη βορειοανατολική πλευρά του εμπορικού τριγώνου.



Εικόνα 14: Ο δρόμος της Ερμού πριν το 1900. Πηγή: <http://www.iefimerida.gr>

Τις επόμενες δεκαετίες παρατηρείται ενδυνάμωση της εμπορικής δραστηριότητας στην περιοχή. Την εμφάνιση τους κάνουν αρκετά καταστήματα στην οδό Αιόλου, Αθηνάς, Καπνικαρέας και τους γύρω δρόμους, όπου συγκεντρώθηκαν τα είδη κυρίως γυναικείας μόδας. Μετά τον ηλεκτροφωτισμό της Αιόλου, της Ερμού, της Πλατείας Συντάγματος και της Φιλελλήνων, τα εμπορικά καταστήματα πολλαπλασιάζονται. Μετά την απελευθέρωση οι εμπορικές χρήσεις διαχέονται εκτός εμπορικού τριγώνου. Οι χρήσεις εισχωρούν σε δρόμους όπως η Πατησίων, η 3^{ης} Σεπτεμβρίου, η Αριστοτέλους, η Ακαδημίας, η Α. Κωνσταντίνου ενώ η Ερμού παραμένει ο δρόμος που φιλοξενεί τα καταστήματα της μόδας.

Όμως, τις δεκαετίες 1970, 1980 παρατηρείται μετατόπιση της αγοραστικής κίνησης στις περιφερειακές αγορές του Λεκανοπεδίου. Η ανάπτυξη των περιφερειακών εμπορικών κέντρων και τα μεγάλα προβλήματα του κέντρου (κυκλοφοριακό, ρύπανση) σε συνδυασμό με την αδυναμία πολλών επαγγελματιών να προσαρμοστούν στις σύγχρονες, τότε, επιταγές της αγοράς, ωθούν τους καταναλωτές και τους εμπόρους να αναζητήσουν εμπορικές εστίες στην περιφέρεια της Αθήνας.

Ένα βήμα παρακάτω, αξίζει να γίνει μια ιστορική αναφορά στην *εξέλιξη των εμπορικών δραστηριοτήτων της Αιόλου*. Άλλωστε η λειτουργία αυτού του δρόμου συνδέεται άμεσα με την λειτουργία της Ερμού και του ευρύτερου εμπορικού τριγώνου Αθηνών. Από το τέλος της δεκαετίας του 1840, η κοινωνικά και οικονομικά αναβαθμισμένη τάξη αναζητούσε οικοδομήματα ανώτερης ποιότητας από αισθητική, δομική και λειτουργική άποψη, στα ισόγεια των οποίων εγκαταστάθηκαν

διάφορα εμπορικά καταστήματα. Αυτά τα καταστήματα⁴⁴ αφορούσαν κυρίως τον αντρικό πληθυσμό ενώ οι επάνω όροφοι των κτιρίων όπου στεγάζονταν χρησιμοποιήθηκαν για κατοικίες των καταστηματάρχων. Όμως η επιτακτική ανάγκη και ζήτηση κατοικίας μαζί με το αίτημα εξασφάλισης στοιχειωδών καταλυμάτων για την εξυπηρέτηση των πρόσκαιρων επισκεπτών της πόλης μετέτρεψε πολλούς ορόφους των ίδιων κτιρίων σε ξενοδοχεία. Επιπλέον, η οδός Αιόλου φιλοξενούσε και καταστήματα ποιοτικής εγκυρότητας και συναλλακτικού ήθους. Το 1841 στεγάστηκε η Εθνική Τράπεζα στην πλατεία Λουδοβίκου (πλατεία Κοτζιά) ενώ την ίδια περίοδο χτίστηκε εκεί και το δημαρχείο της πόλης.

Μεταξύ 1890 – 1907 η Αιόλου γίνεται το επίκεντρο των συναλλαγών και φιλοξενούσε όλα σχεδόν τα συμβολαιογραφεία, πολλά δικηγορικά γραφεία και την υπαίθρια αγορά λουλουδιών. Μετά την πυρκαγιά του 1884 και την καταστροφή της περιοχής της παλαιάς αγοράς, η πόλη μεταφέρεται προς την Ομόνοια και η Νεάπολη ενώ στην Αιόλου παρέμειναν τα μικρά εισοδήματα. Η οδός Αιόλου θεωρείται ως ο ιστορικός δρόμος που ιχνογραφεί την οικονομική, κοινωνική και πολιτική ανέλιξη και πραγματικότητα του 19^{ου} αιώνα κατά το μετασχηματισμό της ελληνικής κοινωνίας.

Μετά την Μικρασιατική καταστροφή και με την εισροή μεγάλου αριθμού προσφύγων, εκατέρωθεν του Δημαρχείου, η Αιόλου γέμισε με πρόχειρα ξύλοπηκτα μαγαζιά και πάγκους στα οποία πωλούνταν τρόφιμα, είδη υαλισμού, σκεύη, εφόδια, εργαλεία, κ.α. καθώς και με αναψυκτήρια, μαγειριά και καφενέδες. Επιπλέον, τα πεζοδρόμια των οδών Αιόλου και Σοφοκλέους φιλοξενούσαν μικροπωλητές και «σαράφικα⁴⁵».

Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, η αστικοποίηση οδήγησε σε αύξηση του οικοδομικού όγκου του εμπορικού τριγώνου και σε μεταβολή των χρήσεων. Τα εμπορικά καταστήματα που καταλάμβαναν τα ισόγεια άρχισαν να εισχωρούν και στους ορόφους των κτιρίων. Για εμπορικούς λόγους κατασκευάστηκαν προσθήκες στα κτίρια, οι εισοδοί προς τους ορόφους μετατράπηκαν σε καταστήματα με αποτέλεσμα να τροποποιούνται οι όψεις των ισογείων και να αλλάζει ο αρχιτεκτονικός χαρακτήρας.

Πλησιάζοντας στην σημερινή εποχή, η Αιόλου έχει μικτό χαρακτήρα, εμπορικό, τουριστικό, αναψυχής και παζαριού. Η «ένταση» της ζωής της αγοράς και του κέντρου της πόλης διαχέεται κατά μήκος του δρόμου, όπου το εμπόριο ήταν έντονο και εμφανίζει μεγάλη ποικιλία (το πολυτελές πολυκατάστημα γειτνιάζει με καταστήματα «λαϊκού» χαρακτήρα). Οι χρήσεις που επικρατούν στα ισόγεια είναι καταστήματα ένδυσης, υφασμάτων, λευκών ειδών, υαλοπωλεία, χρυσοχοεία,

⁴⁴ Καταστήματα υφασμάτων, ενδύσεως, υποδημάτων, πιλοποιεία, εργαστήρια κασκέτων, καπνοπωλεία, κουρεία, χρυσοχοΐες, κλπ. Επιπλέον, μπορούσε κανείς να συναντήσει βιβλιοπωλεία, χαρτοπωλεία, φωτογραφεία, καταστήματα παιχνιδιών, ανθοπωλεία, πρακτορεία ημερήσιου τύπου και υαλοπωλεία. Μάλιστα, όλοι σχεδόν οι αργυραμοιβοί ήταν εγκατεστημένοι στο τμήμα μεταξύ Ευριπίδους και Σοφοκλέους.

⁴⁵ Πάγκους υπαίθριων χρηματιστών

τράπεζες, εκκλησιαστικών και τουριστικών ειδών. Στα πολυώροφα κτίρια οι χρήσεις των ορόφων αφορούν γραφεία, βιοτεχνίες και αποθήκες. Στα διατηρητέα κτίρια ισόγεια – όροφοι φιλοξενούν καταστήματα ή αποθήκες ενώ πολλά είναι εγκαταλελειμμένα. Στην περιοχή δεν λείπουν και τα καφενεία και τα εστιατόρια, και φαγάδικα γρήγορης εστίασης τα οποία βρίσκονται ανάμεσα στα εμπορικά καταστήματα. (Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, 2003:110-112)

Τέλος, όσον αφορά το τμήμα της Αιόλου από Ευριπίδου μέχρι Ερμού, έχει αρκετά εμπορικό χαρακτήρα ενώ η συνέχεια των καταστημάτων διασπάται από τις δύο εκκλησίες με τους περιβάλλοντες χώρους τους. Τα καταστήματα ανήκουν στη δεύτερη και τρίτη κατηγορία με χαλαρότερους ρυθμούς και με πεσμένη εμπορική κίνηση. Χαρακτηριστικό είναι ότι σε αυτό το τμήμα εντοπίζονται πολλά κενά καταστήματα. Τα ανώτερα στρώματα του αγοραστικού κοινού απορροφούνται από το προηγούμενο τμήμα της Αιόλου (και φεύγουν από την Ευριπίδου) και από την Ερμού με αποτέλεσμα το τμήμα αυτό να παρουσιάζει περισσότερο «εκλαϊκευμένη» εικόνα. (Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, 2003:125)

Δήμος Πειραιά

Στην κεντρική περιοχή του Δήμου Πειραιά συγκεντρώνονται λειτουργίες Εθνικής, Περιφερειακής και Μητροπολιτικής κλίμακας στους τομείς της Διοίκησης, των Επιχειρήσεων, Ανώτατης Εκπαίδευσης, Μεταφορών, Πολιτιστικών δραστηριοτήτων και αθλητισμού.

Στους δρόμους που θεωρούνται πρωτεύουσες αρτηρίες για την περιοχή συγκεντρώνονται τα οικοδομικά τετράγωνα με εμπορικές χρήσεις στο ισόγειο και γραφεία στους ορόφους. Επίσης στην περιοχή σημαντικό είναι το ποσοστό ένοικης κατοικίας σε ορόφους πολυώροφων κτιρίων.

Οικοδομικά τετράγωνα με αμιγή χρήση εμπορίου και διοίκησης βρίσκονται στην περιοχή που περικλείεται από τους δρόμους Γούναρη, Ελευθερίου Βενιζέλου, Γρηγορίου Λαμπράκη και 2ας Μεραρχίας ενώ τα οικοδομικά τετράγωνα που είναι συγκεντρωμένο το λιανικό και χονδρικό εμπόριο (Λαϊκή Αγορά Πειραιά), για τον οικονομικά ασθενέστερο πληθυσμό περικλείονται από τους δρόμους Αλιπέδου, Εθνικής Αντιστάσεως και Ακτή Καλλιμασιώτη.

Τα τοπικά κέντρα τα οποία έχουν αναπτυχθεί σαν προέκταση του κέντρου του Πειραιά, χαρακτηρίζονται για τον εμπορικό τους χαρακτήρα και είναι αρμόδια στο να καλύπτουν τις καθημερινές ανάγκες. Τέτοιου είδους τοπικά κέντρα περικλείονται από βασικές αρτηρίες όπως η Τζαβέλλα, η Ελευθερίου Βενιζέλου, η Βασιλέως Γεωργίου, η Σωτήρος Διός, η Χαριλάου Τρικούπη, η Χατζηκυριάκου, η Φιλικής Εταιρίας, κ.α. Τα καταστήματα αφορούν εμπόριο, τουρισμό, εστιατόρια. Μεταφορές, αποθηκείσεις και επικοινωνίες. (Χατζοπούλου – Τζήκα, Α. ,2012: 69-70)

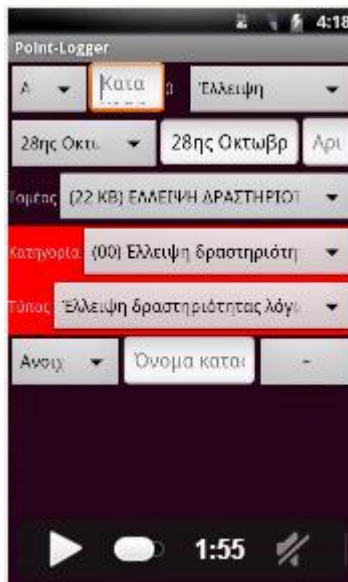
7. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

7.1. Συλλογή Δεδομένων

7.1.1. Διαδικασία καταγραφής

Η καταγραφή των χρήσεων στην επιτόπια έρευνα πραγματοποιήθηκε με το πρόγραμμα Point Logger 3.2 το οποίο εγκαταστάθηκε σε λογισμικό Android. Σύμφωνα με το συγκεκριμένο πρόγραμμα με την ενεργοποίηση του GPS της κινητής συσκευής υπάρχει η δυνατότητα καταγραφής για διάφορες θέσεις συντεταγμένων:

- Διεύθυνση και αριθμός
- Τομέας - κατηγορία – τύπος δραστηριότητας (σύμφωνα με τα πρότυπα ΣΤΑΚΟΔ)
- Status δραστηριότητας (ανοιχτό – κλειστό)
- Επιπλέον πληροφορίες (κατοικία, όροφος, υποσημειώσεις) στην καρτέλα «όνομα καταστήματος»



Εικόνα 15: Πρόγραμμα καταγραφής Point Logger. Πηγή: <http://www.dimitrisk.gr/pointlogger/>

Έτσι στην επιτόπια έρευνα πραγματοποιήθηκε καταγραφή όλων των χρήσεων για ισόγεια και ορόφους στις περιοχές μελέτης που επιλέχθηκαν ενώ στην συνέχεια έγινε διεξαγωγή των δεδομένων μέσω του προγράμματος σε αρχείο τύπου .db. Έπειτα με την βοήθεια του προγράμματος SQLite Expert Professional 3.4.41 έγινε ανάγνωση της βάσης δεδομένων και αποθήκευση σε μορφή excel.

7.1.2. Επεξεργασία πρωτογενών δεδομένων

Για την εισαγωγή των δεδομένων καταγραφής σε περιβάλλον ArcMap χρειάστηκε επεξεργασία τους έτσι ώστε να συγκροτηθούν ολοκληρωμένοι πίνακες των μετρήσεων από όλες τις περιοχές μελέτης. Στους πίνακες που προέκυψαν απευθείας

από το πρόγραμμα καταγραφής οι γραμμές αποτελούνται από το κάθε σημείο μέτρησης ενώ για στήλες ορίζονται οι:

- ID σημείου
- Πόλη
- Δρόμος
- Αριθμός
- Κατάσταση – Status (ανοιχτό/κλειστό)
- Name (ισόγειο/όροφος)
- Κατηγορία – Category (ΣΤΑΚΟΔ)
- Τύπος – Type (ΣΤΑΚΟΔ)
- Κωδικός – Type code (ΣΤΑΚΟΔ)
- Γεωγραφικό Πλάτος - Lat
- Γεωγραφικό Μήκος – Lon
- Ακρίβεια – Acc

Στην συνέχεια με σκοπό την ομαδοποίηση για την χωρική ανάλυση των δεδομένων δημιουργήθηκε μια τελευταία στήλη η οποία αναφέρεται ως:

- Ομάδα (κατηγορίες ομαδοποίησης για την εργασία)

Σε αυτό το στάδιο πραγματοποιήθηκαν οι κατάλληλες διορθώσεις των δεδομένων οι οποίες αφορούν:

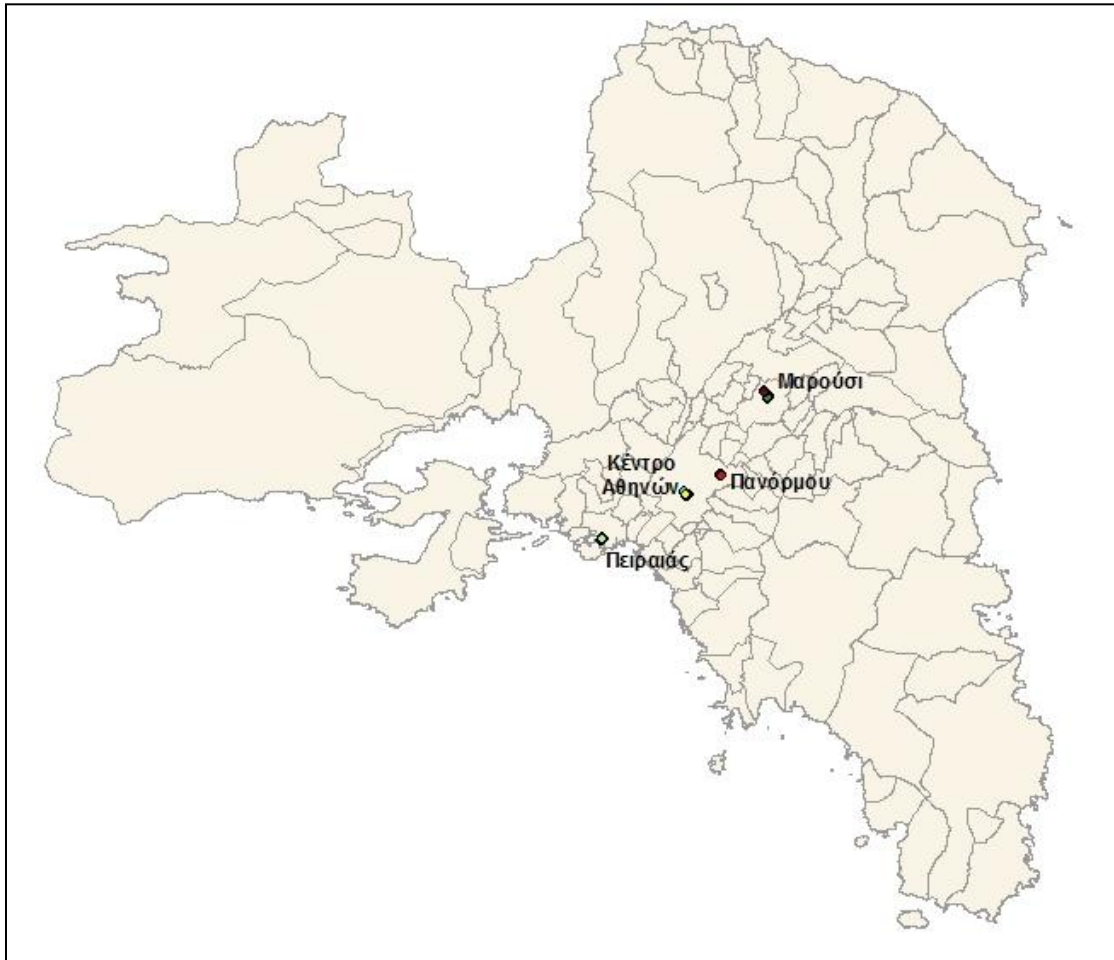
- Διορθώσεις ονομάτων δρόμων (Κεφαλαία γράμματα, ολόκληρα ονόματα και όχι συντομογραφίες). Για παράδειγμα η Αγ. Μάρκου γίνεται ΑΓΙΟΥ ΜΑΡΚΟΥ
- Διορθώσεις αριθμών οδών. Για παράδειγμα η ΝΙΚΙΟΥ 20-22 γίνεται ΝΙΚΙΟΥ 20 22.
- Καθορισμός των κατοικιών και συμπλήρωση με παύλες στις κενές στήλες που προκύπτουν (δεν υπάγονται στο ΣΤΑΚΟΔ)

7.1.3. Δημιουργία χαρτογραφικού υποβάθρου

Οι απαραίτητες ενέργειες που έγιναν για την εισαγωγή των δεδομένων σε χαρτογραφικό υπόβαθρο του προγράμματος ArcMap της ESRI ήταν οι εξής:

- Αρχικά δημιουργήθηκε ένα νέο excel με το ID και τις γεωγραφικές συντεταγμένες των σημείων
- Με την εισαγωγή τα σημεία βρίσκονται στο γεωκεντρικό σύστημα WGS 84 και μετατρέπονται σε ΕΓΣΑ 87
- Στην συνέχεια, πραγματοποιείται σύνδεση του αρχικού excel με τους ολοκληρωμένους πίνακες που είχαν δημιουργηθεί στο στάδιο επεξεργασίας των δεδομένων (επιλογή join)
- Τέλος, εισάγονται τα πολύγωνα των Ο.Τ. της Αττικής καθώς και οι δρόμοι.

Ο αρχικός χάρτης μετά την εισαγωγή και μετατροπή των δεδομένων καταγραφής εμφανίζεται παρακάτω :



Χάρτης 14: Το χαρτογραφικό υπόβαθρο των δεδομένων καταγραφής

7.2. Προσδιορισμός Τεχνικών Ανάλυσης

Για την ανάλυση του χωρικού προβλήματος χρησιμοποιούνται μέθοδοι χωρικής ανάλυσης, όπως οι γεωστατιστικοί δείκτες και η μέθοδος του εγγύτερου γείτονα, ο αλγόριθμος γραμμικής παρεμβολής του Silverman αλλά και απλές μαθηματικές πρακτικές σε περιβάλλον Excel και μέσω των Attribute Tables του GIS. Η χωρική επεξεργασία των δεδομένων εντοπίζεται στον τρόπο με τον οποίο κατανέμονται οι χρήσεις στο σύνολο των περιοχών μελέτης.

7.2.1. Γεωστατιστικοί δείκτες

Χωρικός μέσος

Ο χωρικός μέσος είναι εκείνη η θέση πάνω σε έναν χάρτη που μπορεί να δώσει την κατανομή συγκεντρωμένη, αντιπροσωπεύει δηλαδή μια μέση θέση (παρουσιάζεται με την μορφή σημείου στον χάρτη). Ο χωρικός μέσος δίνει τη δυνατότητα να

παρατηρηθεί μια χωρική κατανομή που μεταβάλλεται χρονικά. Όμως, για τις εμπορικές λειτουργίες είναι δύσκολο να αντλήσουμε συμπεράσματα από το χωρικό μέσο καθώς είναι πιθανόν κατανομές με παρόμοιους χωρικούς μέσους να αντιπροσωπεύουν διαφορετικά πρότυπα συγκέντρωσης. Επομένως, είναι απαραίτητη η εξέταση ενός συμπληρωματικού δείκτη που αναφέρεται στην συνέχεια.

Τυπική απόσταση

Για λειτουργίες με διαφορετική κατανομή. Για παράδειγμα, τα καταστήματα τροφίμων είναι διεσπαρμένα (*μεγάλη τυπική απόκλιση*) ενώ τα εμπορικά κέντρα, οι ασφαλιστικές επιχειρήσεις, κλπ είναι συγκεντρωμένα (*μικρή τυπική απόκλιση*). Δίνει καλύτερη περιγραφή της χωρικής πραγματικότητας από τον χωρικό μέσο.

7.2.2. Χωρικά πρότυπα

Nearest Neighbor

Υπολογίζονται οι αποστάσεις κάθε σημείου από το πλησιέστερο του όπως αυτές θα προέκυπταν από μια τυχαία χωρική διαδικασία και με αυτούς του υπολογισμούς αποκτάται μέτρο σύγκρισης. Γενικά, τιμές του NNR μικρότερες της μονάδας δείχνουν κατανομές που τείνουν προς ομαδοποιημένο πρότυπο, ενώ τιμές μεγαλύτερες της μονάδας δείχνουν κατανομές που τείνουν σε διεσπαρμένα χωρικά πρότυπα (Κουτσόπουλος Κ. :2006). Επιπλέον, οι δείκτες z-score και p-value δηλώνουν κατά πόσο μπορεί να απορριφθεί η υπόθεση ότι η εξεταζόμενη κατανομή είναι τυχαία (Για παράδειγμα πολύ υψηλές ή πολύ χαμηλές (αρνητικές) τιμές του z-score όταν συνδυάζονται με πολύ μικρές τιμές της p-value (<0.10), παραπέμπουν σε μη τυχαία κατανομή).

7.2.3. Επιφανειακά Χωρικά Πρότυπα

Χωροθετικό πηλίκο

Αποτελεί ένα χωρικό δείκτη που προσμετρά το μέγεθος κατά το οποίο ορισμένες ομάδες μιας περιοχής - περιφέρειας αποκλίνουν από το μέσο όρο της ευρύτερης περιοχής - περιφέρειας και επιτρέπει με τον τρόπο αυτό τον εντοπισμό και τη χαρτογραφική απόδοση της σχετικής τους θέσης. Συγκρίνει δηλαδή τη συγκέντρωση μιας μεταβλητής σε μια δεδομένη περιοχή, με αυτήν της ευρύτερης περιοχής μελέτης. Ο εν λόγω δείκτης μαθηματικά προσδιορίζεται από την ακόλουθη σχέση:

$$LQ = \frac{\frac{x_i}{x_j}}{\frac{\sum x_i}{\sum x_j}}$$

Όπου

x_i = η τιμή της μεταβλητής i , για την περιοχή

$\sum x_i$ = το άθροισμα του συνόλου των τιμών της μεταβλητής i για την περιοχή

x_j = η τιμή της μεταβλητής j , για τη περιφέρεια

$\sum x_j$ = το άθροισμα του συνόλου των τιμών της μεταβλητής j για την περιφέρεια

Όταν οι τιμές του δείκτη κυμαίνονται πάνω από την μονάδα (>1) αντιπροσωπεύουν υψηλές συγκεντρώσεις, ενώ όταν είναι μικρότερες (<1) εκφράζουν χαμηλές συγκεντρώσεις του υπό μελέτη φαινομένου. Στην περίπτωση που $LQ = 1$ τότε υπάρχουν παρόμοιες κατανομές καθώς οι συγκεντρώσεις της περιοχής ταυτίζονται με αυτήν της ευρύτερης (συνολικής) περιοχής.

Kernel density

Στην πραγματικότητα, με τις χωρικές συγκεντρώσεις χρήσεων απεικονίζονται οι πυκνότητες στον γεωγραφικό χώρο μεταξύ πλήθος σημείων. Με αυτόν τον τρόπο χαρτογραφούνται οι πυκνότητες των διαφόρων εμπορικών χρήσεων και φανερώνονται οι πυρήνες που περιλαμβάνουν υψηλές χωρικές συγκεντρώσεις χρήσεων δημιουργώντας πιάτσες. Οι χωρικές συγκεντρώσεις μπορούν να αναδείξουν τόσο την δυναμική των υπαρχουσών χρήσεων στις περιοχές μελέτης τόσο την χωρική συσσώρευση κλειστών επιχειρήσεων και «ανεργού» κτιριακού αποθέματος. (Κουτσόπουλος, Κ. :2002).

7.3. Μεθοδολογία Χωρικής Ανάλυσης

- ✚ Έχοντας τα δεδομένα από τις μετρήσεις (παράδειγμα δεδομένων καταγραφής στο παράρτημα 4) γίνεται μια πρώτη κατηγοριοποίηση των χρήσεων έτσι ώστε να γίνει εύκολη η παράθεση τους σε χάρτες αλλά και η χωρική τους ανάλυση. Έτσι από τις κατηγορίες χρήσεων της του ΣΤΑΚΟΔ που αναγνωρίστηκαν καταλήγουμε στα παρακάτω :

Λιανικό Εμπόριο

Λιανικό εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων σε εξειδικευμένα καταστήματα

Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα

Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα

Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτινων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Λιανικό εμπόριο άλλων ειδών σε υπαίθριους πάγκους και αγορές

Λιανικό εμπόριο μεταχειρισμένων ειδών σε καταστήματα

Λιανικό εμπόριο παιχνιδιών κάθε είδους σε εξειδικευμένα καταστήματα

Λιανικό εμπόριο ποτών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Λιανικό εμπόριο επίπλων, φωτιστικών και άλλων ειδών οικιακής χρήσης σε εξειδικευμένα καταστήματα

Λιανικό εμπόριο σε μη εξειδικευμένα καταστήματα που πωλούν κυρίως τρόφιμα ποτά ή καπνό

Λιανικό εμπόριο εγγραφών μουσικής και εικόνας σε εξειδικευμένα καταστήματα

Λιανικό εμπόριο λουλουδιών φυτών σπόρων λιπασμάτων ζώων συντροφιάς και σχετικών ζωοτροφών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Λιανικό εμπόριο ιατρικών και ορθοπεδικών ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα
Λιανικό εμπόριο βιβλίων σε εξειδικευμένα καταστήματα
Λιανικό εμπόριο άλλων τροφίμων σε εξειδικευμένα καταστήματα
Λιανικό εμπόριο καλλυντικών και ειδών καλλωπισμού σε εξειδικευμένα καταστήματα
Λιανικό εμπόριο φαρμακευτικών ειδών (φαρμακεία)
Λιανικό εμπόριο ψωμιού αρτοσκευασμάτων και λοιπών ειδών αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής σε εξειδικευμένα καταστήματα
Λιανικό εμπόριο αθλητικού εξοπλισμού σε εξειδικευμένα καταστήματα
Λιανικό εμπόριο κρέατος και προϊόντων κρέατος σε εξειδικευμένα καταστήματα
Λιανικό εμπόριο ηλεκτρονικών υπολογιστών περιφερειακών μονάδων υπολογιστών και λογισμικού σε εξειδικευμένα καταστήματα
Λιανικό εμπόριο προϊόντων καπνού σε εξειδικευμένα καταστήματα

Εστίαση - Αναψυχή

Δραστηριότητες παροχής ποτών
Άλλες υπηρεσίες εστίασης
Λειτουργία ιστορικών χώρων και κτιρίων και παρόμοιων πόλων έλξης επισκεπτών
Υποστηρικτικές δραστηριότητες για τις τέχνες του θεάματος
Ξενοδοχεία και παρόμοια καταλύματα
Τυχερά παιχνίδια και στοιχήματα
Δραστηριότητες υπηρεσιών εστιατορίων και κινητών μονάδων εστίασης
Καλλιτεχνική δημιουργία
Άλλες αθλητικές δραστηριότητες

Επιδιορθώσεις - Μεταποίηση

Κατασκευή κοσμημάτων και συναφών ειδών
Κατασκευή άλλων ενδυμάτων και εξαρτημάτων ένδυσης
Άλλες εκτυπωτικές δραστηριότητες
Κατασκευή εσωρούχων
Αρτοποιία· παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής
Κατασκευή άλλων εξωτερικών ενδυμάτων
Επιδιόρθωση υποδημάτων και δερμάτινων ειδών
Κατασκευή άλλων ξυλουργικών προϊόντων οικοδομικής
Επισκευή μηχανημάτων
Επισκευή ηλεκτρονικών ειδών ευρείας κατανάλωσης

Δραστηριότητες Παροχής Υπηρεσιών

Δραστηριότητες άσκησης οδοντιατρικών επαγγελματιών
Δραστηριότητες άσκησης ειδικών ιατρικών επαγγελματιών
Δραστηριότητες συνδικαλιστικών οργανώσεων
Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις π.δ.κ.α.
Έρευνα και πειραματική ανάπτυξη στις κοινωνικές και ανθρωπιστικές επιστήμες
Γενικές δραστηριότητες δημόσιας διοίκησης
Δραστηριότητες παροχής επιχειρηματικών συμβουλών και άλλων συμβουλών διαχείρισης
Δραστηριότητες κομμωτηρίων, κουρείων και κέντρων αισθητικής
Φωτογραφικές δραστηριότητες
Άλλες δραστηριότητες υπηρεσιών κρατήσεων και συναφείς δραστηριότητες
Δραστηριότητες εξωχώριων οργανισμών και φορέων

Άλλες τηλεπικοινωνιακές δραστηριότητες
Δραστηριότητες πολιτικών οργανώσεων
Ενοικίαση βιντεοκασετών και δίσκων
Εκπαιδευτικές υποστηρικτικές δραστηριότητες
Νοσοκομειακές δραστηριότητες
Δραστηριότητες θρησκευτικών οργανώσεων
Δραστηριότητες άλλων οργανώσεων π.δ.κ.α.

Γραφεία - Τράπεζες

Νομικές δραστηριότητες
Άλλοι οργανισμοί χρηματικής διαμεσολάβησης (τράπεζες άλλες από την κεντρική)
Δραστηριότητες κεντρικών γραφείων
Δραστηριότητες αρχιτεκτόνων
Δραστηριότητες λογιστικής τήρησης βιβλίων και λογιστικού ελέγχου· παροχή φορολογικών συμβουλών
Μεσιτικά γραφεία ακινήτων
Δραστηριότητες ταξιδιωτικών πρακτορείων
Δραστηριότητες γραφείων οργανωμένων ταξιδιών
Ασφάλειες ζωής
Δραστηριότητες μηχανικών και συναφείς δραστηριότητες παροχής τεχνικών συμβουλών

Πρατήρια καυσίμων - Παρκινγκ

Αποθήκευση
Δραστηριότητες συναφείς με τις χερσαίες μεταφορές

Έλλειψη δραστηριότητας

Έλλειψη δραστηριότητας λόγω αδρανοποίησης
Έλλειψη δραστηριότητας λόγω μη δραστηριοποίησης μέχρι σήμερα

Κατοικία

Πίνακας 3: Η ομαδοποίηση των καταγεγραμμένων χρήσεων γης

- ✚ Αρχικά, με την βοήθεια ορισμένων γεωστατικών δεικτών όπως είναι ο **χωρικός μέσος και η τυπική απόκλιση** (ο δεύτερος δείκτης λειτουργεί συμπληρωματικά στον πρώτο) **εξετάζεται ο τρόπος με τον οποίο οι διαφορετικές εμπορικές λειτουργίες και οι υπόλοιπες χρήσεις αναπτύσσονται στις περιοχές μελέτης**. Πιο συγκεκριμένα, ως κυρίαρχη χρήση επιλέγεται αυτή των εμπορικών καταστημάτων και ως δευτερεύουσες οι υπόλοιπες λειτουργίες οι οποίες την περιβάλλουν. Στην πραγματικότητα, ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι διαφοροποιήσεις που υφίστανται τα χωρικά πρότυπα ανά περιοχή μελέτης κάτι το οποίο συσχετίζεται με τον χαρακτήρα της εκάστοτε εμπορικής ενότητας. Έτσι αξίζει να εξεταστούν, σε σύγχρονες πλέον χρονικές συγκυρίες, οι χωρικοί μέσοι όλων των λειτουργιών καθώς και οι τυπικές αποστάσεις αυτών σε κάθε υποπεριοχή μελέτης έτσι ώστε να φανερωθεί, σε πρώτη φάση, ο διαφορετικός τρόπος κατανομής των εμπορικών

χωρικών προτύπων μέσω της διαφοροποίησης στην διασπορά και στην πυκνότητα.

- ✚ Στην συνέχεια, ακολουθεί η αναγνώριση των χωρικών προτύπων που σχηματίζουν οι διάφορες χρήσεις με έμφαση στα εμπορικά πρότυπα της κάθε χωρικής ενότητας που μελετάται με την μέθοδο του **εγγύτερου γείτονα (Nearest Neighbor)**. Έτσι, **εντοπίζεται ο τρόπος με τον οποίο κατανέμονται οι καταγεγραμμένες κατηγορίες χρήσεων στην περιοχή και ποιες από αυτές ακολουθούν «στενότερα» τις χρήσεις του λιανικού εμπορίου**. Ουσιαστικά, το ομαδοποιημένο πρότυπο φαίνεται να εκφράζει μάλλον μια μεγαλύτερη σχέση των δευτερευουσών χρήσεων με τις εμπορικές χρήσεις.
- ✚ Μέχρι τώρα προκύπτουν συμπεράσματα για την διάρθρωση των λειτουργιών στο χώρο καθώς και τον τρόπο που αυτές αναπτύσσονται γύρω από τις εμπορικές χρήσεις. Μεγάλη, όμως, σημασία πρέπει να δοθεί και στον βαθμό συγκέντρωσης των επιμέρους εμπορικών λειτουργιών και δραστηριοτήτων εστίασης. Επομένως, με την βοήθεια των **χωρικών συγκεντρώσεων χρήσεων (Kernel Density) απεικονίζονται οι πυκνότητες στον γεωγραφικό χώρο μεταξύ πλήθους χρήσεων γης**. Σε αυτό το σημείο μπορούν να φανερωθούν τόσο οι πυρήνες που περιλαμβάνουν υψηλές χωρικές συγκεντρώσεις χρήσεων δημιουργώντας **εμπορικές πιάτσες όσο και οι πυκνότητες και η διάρθρωση των κλειστών καταστημάτων**.
- ✚ Στο τελικό στάδιο, χρησιμοποιείται μια παραλλαγή της μεθόδου του χωροθετικού πηλίκου LQ για **να αναδειχθούν χαρακτηριστικά συγκέντρωσης των επιμέρους δραστηριοτήτων που μελετήθηκαν στις υπό μελέτη περιοχές**. Ως «δείκτης» αναφοράς χρησιμοποιείται η σχετική παρουσία/ποσοστό των επιμέρους δραστηριοτήτων ενώ στην πορεία αυτός θα αναφέρεται ως «δείκτης συγκέντρωσης».
- ✚ Σκοπός της συνολικής διαδικασίας της χωρικής ανάλυσης των δεδομένων που συλλέχθηκαν είναι η δημιουργία μιας τυπολογίας για τις υπό μελέτη περιοχές έτσι ώστε να αναδειχθούν διακριτά χωρικά πρότυπα τα οποία με την σειρά τους μπορούν να συσχετιστούν με τις ιδιαιτερότητες της κάθε ενότητας και να συμβάλουν στην καλύτερη οργάνωση του χώρου και στην αντιμετώπιση λειτουργικών και όχι μόνο ζητημάτων.

7.4. Διαδικασία Ανάλυσης

7.4.1. Χωρικός μέσος και τυπική απόσταση ανά περιοχή

Σε πρώτο στάδιο, εντοπίστηκαν τόσο οι χωρικοί μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων ανά ομάδα (case field), όσο και ο χωρικός μέσος του λιανικού εμπορίου (Spatial

Statistics Tools – Measuring Geographic Distributions – Mean Center), ώστε τελικά να είναι δυνατή η μεταξύ τους σύγκριση.

Στην συνέχεια, εντοπίστηκε ο χωρικός μέσος των συγκεκριμένων τύπων λιανικού εμπορίου σε σχέση με τον χωρικό μέσο του συνολικού λιανικού εμπορίου.

Πιο συγκεκριμένα για το λιανικό εμπόριο, μελετήθηκαν οι συχνότητες των διαφόρων τύπων που καταγράφηκαν σε κάθε περιοχή και έτσι προέκυψαν 4 βασικοί τύποι που ξεχώρισαν από όλους τους υπόλοιπους:

- Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτινων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων σε εξειδικευμένα καταστήματα

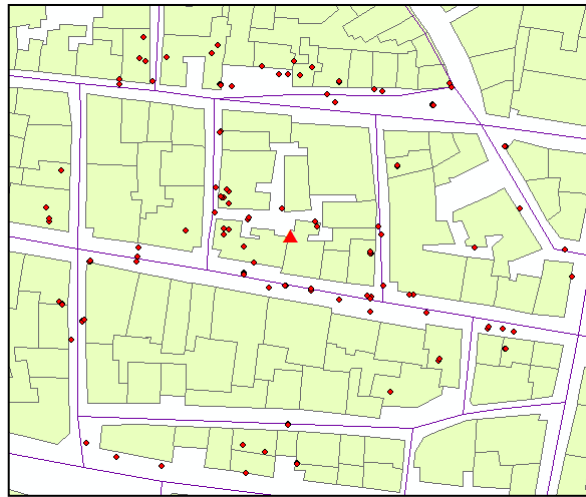
Παράλληλα, θεωρήθηκε αναγκαία η εύρεση των αντίστοιχων τυπικών αποστάσεων (Spatial Statistics Tools – Measuring Geographic Distributions – Standard Distance), ώστε να διαπιστωθεί ο βαθμός διασποράς των σημείων, ανά κατηγορία χρήσης, σε σχέση με τον εκάστοτε χωρικό μέσο. Οι χωρικοί μέσοι αλλά και οι τυπικές αποστάσεις εντοπίστηκαν και μετρήθηκαν για κάθε μια από τις περιοχές μελέτης όπως φαίνεται παρακάτω:

Κέντρο 1: Ερμού

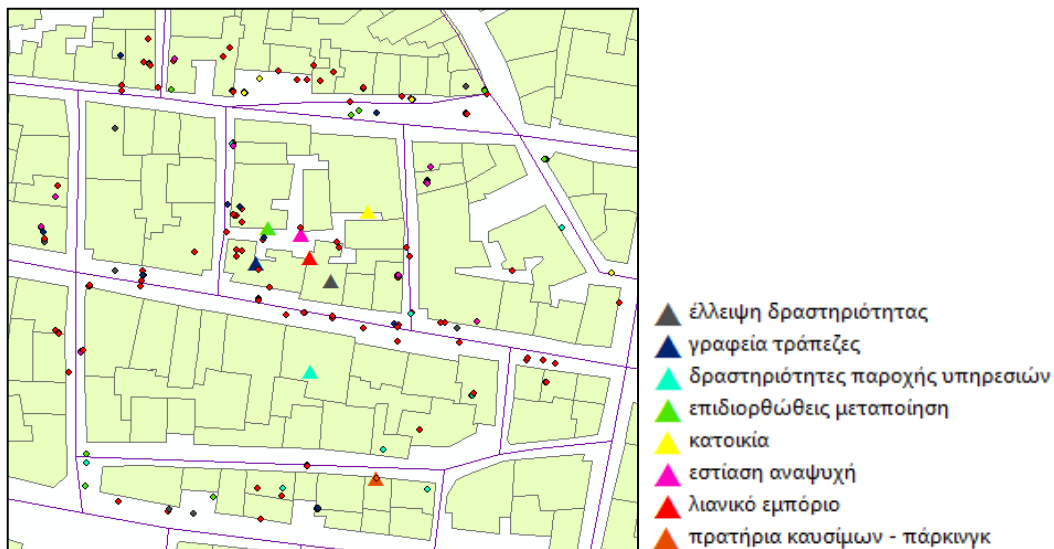
OBJECTID *	Shape *	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	omada
1	Polygon	479.84986	18322.716178	476264.822688	4202911.300261	76.371441	έλλειψη δραστηριότητας
2	Polygon	438.700487	15314.941508	476240.305071	4202916.913711	69.82224	γραφεία τράπεζες
3	Polygon	394.980284	12414.520342	476258.07009	4202881.782195	62.863868	δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών
4	Polygon	481.370432	18439.023995	476244.580174	4202928.553627	76.613454	επιδιορθώσεις μεταποίηση
5	Polygon	409.026916	13313.213093	476255.176206	4202926.417932	65.099482	εστίαση αναψυχή
6	Polygon	438.227332	15281.923843	476277.367274	4202934.033035	69.746937	κατοικία
7	Polygon	391.585564	12202.040247	476258.0971	4202918.745851	62.323572	λιανικό εμπόριο

Πίνακας 4: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή της Ερμού

Τα αποτελέσματα φαίνονται οπτικά στους παρακάτω χάρτες:



Χάρτης 15: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στο κέντρο Αθήνας (Ερμού)

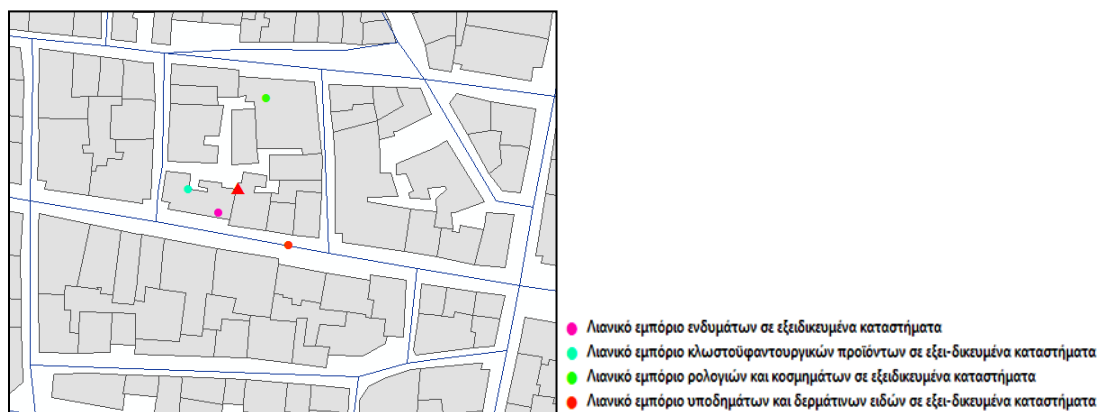


Χάρτης 16: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στο κέντρο Αθήνας (Ερμού)

Σαν πρώτο σχολιασμό για τον χωρικό μέσο των εμπορικών χρήσεων παρατηρούμε ότι λόγω του εντοπισμού του σε κεντρικό σημείο της περιοχής μελέτης, οι χρήσεις αυτές καλύπτουν κατά κύριο λόγο όλη έκταση που επιλέχθηκε. Σε αυτήν την περιοχή παρατηρούμε μια πιο πολύπλοκη κατάσταση των χρήσεων γης. Όσον αφορά τους χωρικούς μέσους, η εστίαση – αναψυχή, τα γραφεία – τράπεζες αλλά και οι επιδιορθώσεις – μεταποίηση «πλησιάζουν» το λιανικό εμπόριο ως προς την κατανομή. Αντίθετα, οι δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών εντοπίζονται σε μεγάλο βαθμό σε διαφορετικά σημεία από αυτά του λιανικού εμπορίου. Ενσωματώνοντας τα αποτελέσματα των τυπικών αποστάσεων παρατηρούμε ότι αυτά δεν αποκλίνουν σημαντικά το ένα από το άλλο γεγονός που εξηγεί την μεγάλη ποικιλία χρήσεων που εντοπίζεται στην περιοχή. Ως προς τις τιμές, οι τυπικές αποστάσεις εμφανίζονται μεγάλες (με τα πρωτεία να κατέχουν οι επιδιορθώσεις – μεταποίηση αλλά και η έλλειψη δραστηριότητας) γεγονός που φανερώνει την μεγάλη διασπορά τους στην περιοχή μελέτης.

OBJECTID *	Shape *	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	type
13	Polygon	368.947496	10831.989828	476250.848822	4202909.789391	58.720568	Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
14	Polygon	339.56563	9175.43278	476239.699619	4202918.40397	54.044231	Λιανικό εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων σε εξειδικευμένα καταστήματα
16	Polygon	324.897087	8399.834776	476268.433125	4202951.933672	51.709633	Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
17	Polygon	325.493775	8430.716448	476276.724641	4202897.859123	51.804606	Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Πίνακας 5: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση τύπων λιανικού εμπορίου για την περιοχή της Ερμού



Χάρτης 17: Χωρικοί μέσοι τύπων λιανικού εμπορίου στο κέντρο Αθήνας (Ερμού)

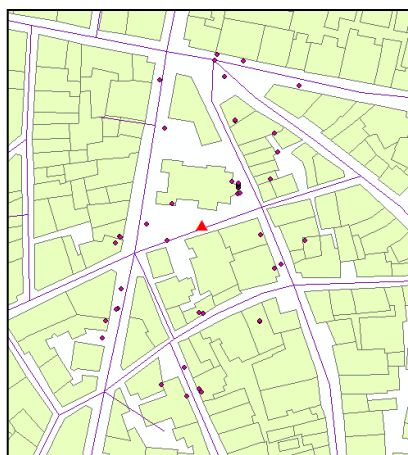
Ειδικότερα, εξετάζεται ο χωρικός μέσος για ορισμένους τύπους λιανικού εμπορίου. Παρατηρείται ότι σε κοντινή απόσταση με τον Χ.Μ. του λιανικού εμπορίου βρίσκονται τα είδη ένδυσης και κλωστοϋφαντουργίας ενώ λίγο περισσότερο απέχουν τα υποδήματα και τα δερμάτινα είδη. Το εμπόριο των ρολογιών και κοσμημάτων φαίνεται να μετατοπίζεται βορειότερα από την κεντρική ενότητα της περιοχής μελέτης. Οι μεσαίες τιμές των τυπικών αποστάσεων φανερώνουν μια σχετική διασπορά των τύπων του λιανικού εμπορίου στην περιοχή μελέτης. Λιγότερο διεσπαρμένοι από τους υπόλοιπους εξεταζόμενους τύπους εμφανίζονται ρολόγια και κοσμήματα καθώς και τα υποδήματα και τα δερμάτινα είδη.

Κέντρο 2: Αιόλου

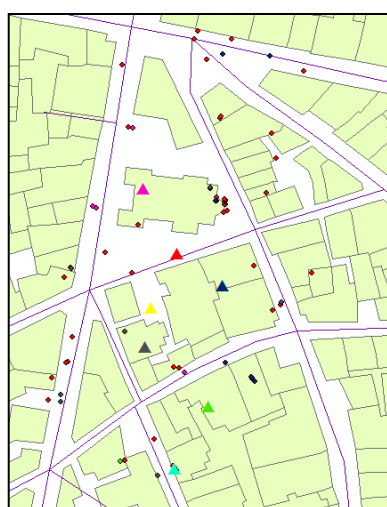
OBJECTID *	Shape *	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	omada
1	Polygon	263.135554	5509.829643	475996.21667	4203189.867734	41.879852	έλλειψη δραστηριότητας
2	Polygon	364.638174	10580.431361	476025.18902	4203212.536688	58.034706	γραφεία τράπεζες
3	Polygon	172.092286	2356.686989	476019.757317	4203167.706129	27.389684	επιδιορθώσεις μεταποίηση
4	Polygon	275.187594	6026.106552	475995.681931	4203248.595567	43.798017	εστίαση αναψυχή
5	Polygon	306.961396	7498.020586	475998.71525	4203204.257114	48.855037	κατοικία
6	Polygon	334.615345	8909.858634	476008.336369	4203224.59868	53.256363	λιανικό εμπόριο

Πίνακας 6: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή της Αιόλου

Τα αποτελέσματα φαίνονται οπτικά στους παρακάτω χάρτες:



Χάρτης 18: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στο κέντρο Αθήνας (Αιόλου)



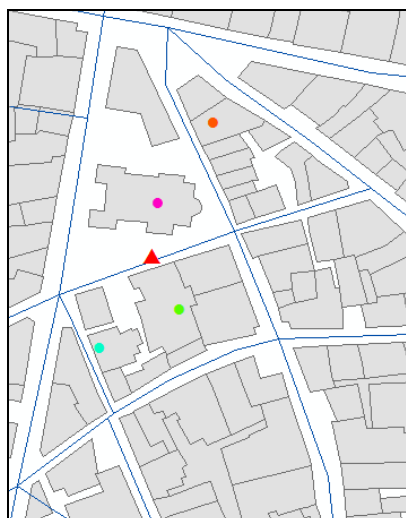
- ▲ έλλειψη δραστηριότητας
- ▲ γραφεία τράπεζες
- ▲ δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών
- ▲ επιδιορθωθείς μεταποίηση
- ▲ κατοικία
- ▲ εστίαση αναψυχή
- ▲ λιανικό εμπόριο
- ▲ πρατήρια καυσίμων - πάρκινγκ

Χάρτης 19: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στο κέντρο Αθήνας (Αιόλου)

Αρχικά, αξίζει να αναφερθεί ότι ο χωρικός μέσος της κύριας χρήσης του λιανικού εμπορίου βρίσκεται σε κεντρική θέση της περιοχής μελέτης γεγονός που φανερώνει τον εντοπισμό των εμπορικών χρήσεων σε όλη την έκταση της επιλεχθείσας περιοχής. Επιπλέον, παρατηρούμε ότι οι χωρικοί μέσοι των γραφείων – τραπεζών, των χρήσεων εστίασης – αναψυχής αλλά και της κατοικίας πλησιάζουν στον χωρικό μέσο των χρήσεων του λιανικού εμπορίου που σημαίνει ότι το ακολουθούν «στενότερα» από τις υπόλοιπες χρήσεις. Επιπλέον, οι τυπικές αποστάσεις αυτών των ομάδων χρήσεων πλησιάζουν αριθμητικά στην τυπική απόσταση του λιανικού εμπορίου (53,26 m) ενώ το γεγονός ότι είναι μεγάλες φανερώνει μια σχετική διασπορά στον χώρο. Κοιτώντας τα νούμερα που προκύπτουν για τις τυπικές αποστάσεις παρατηρούνται σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ τους γεγονός που φανερώνει ότι ορισμένες χρήσεις εμφανίζονται συγκεντρωμένες στην περιοχή (επιδιορθώσεις – μεταποίηση) ενώ άλλες διαχέονται χωρικά.

OBJECTID *	Shape *	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	type
6	Polygon	272.291599	5899.939958	476010.602908	4203243.221696	43.337103	Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξοδικομένα καταστήματα
7	Polygon	277.435231	6124.946886	475989.687148	4203192.556792	44.155745	Λιανικό εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων σε εξοδικομένα καταστήματα
8	Polygon	337.201439	9048.111554	476018.039899	4203206.035167	53.667968	Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε εξοδικομένα καταστήματα
9	Polygon	274.174363	5981.812453	476030.118267	4203271.460146	43.636764	Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτων εδών σε εξοδικομένα καταστήματα

Πίνακας 7: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση τύπων λιανικού εμπορίου για την περιοχή της Αιόλου



- Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτινων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Χάρτης 20: Χωρικοί μέσοι τύπων λιανικού εμπορίου στο κέντρο Αθήνας (Αιόλου)

Στον παραπάνω χάρτη μπορεί κανείς να παρατηρήσει ότι σε πιο κοντινή απόσταση με τον χωρικό μέσο του λιανικού εμπορίου βρίσκονται τα καταστήματα ενδυμάτων καθώς και ρολογιών και κοσμημάτων. Περισσότερο απομακρυσμένα εντοπίζονται τα κλωστοϋφαντουργικά είδη ενώ τα υποδήματα και τα δερμάτινα είδη μετατοπίζονται προς την οδό Αγίου Μάρκου. Οι τυπικές αποστάσεις των τύπων του λιανικού εμπορίου κυμαίνονται σε μεσαία επίπεδα με περισσότερο συγκεντρωμένα να εντοπίζονται τα ενδύματα και τα υποδήματα.

Μαρούσι 1: Εμπορικό κέντρο

OBJECTID *	Shape *	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	omada
1	Polygon	349.23149	9705.231549	482860.229906	4211719.038974	55.582621	έλλειψη δραστηριότητας
2	Polygon	295.730958	6959.414224	482863.020787	4211721.340274	47.067635	γραφεία τράπεζες
3	Polygon	329.407808	8634.692688	482878.089533	4211736.561871	52.427547	δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών
4	Polygon	229.154641	4178.654072	482846.505021	4211728.75684	36.471561	εστίαση αναψυχή
5	Polygon	410.716637	13423.436109	482880.470223	4211741.883745	65.368412	κατοικία
6	Polygon	330.481361	8691.06598	482859.688012	4211713.507974	52.598408	λιανικό εμπόριο

Πίνακας 8: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή του εμπορικού κέντρου Αμαρουσίου

Τα αποτελέσματα φαίνονται οπτικά στους παρακάτω χάρτες:



Χάρτης 21: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στο Μαρούσι (Εμπορικό κέντρο)

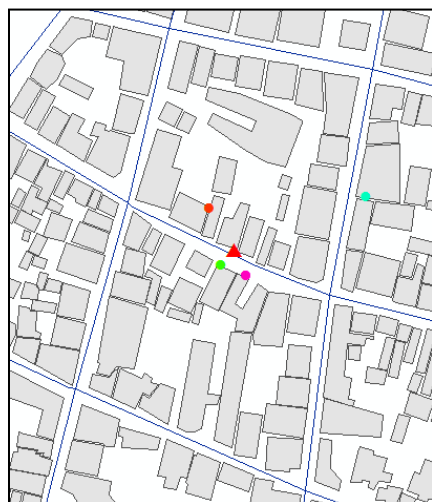


Χάρτης 22: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στο Μαρούσι (Εμπορικό κέντρο)

Αρχικά, ο χωρικός μέσος του λιανικού εμπορίου εντοπίζεται σε κεντρικό σημείο στον χάρτη οπότε συμπερασματικά προκύπτει ότι οι χρήσεις αυτές βρίσκονται σε όλες τις διαστάσεις της περιοχής μελέτης. Οι χρήσεις που φαίνεται να ακολουθούν το λιανικό εμπόριο είναι τα γραφεία – τράπεζες αλλά και η εστίαση – αναψυχή. Επιπλέον, η κοντινή απόσταση του χωρικού μέσου της έλλειψης δραστηριότητας φανερώνει και την πολύ κοντινή απόσταση των «λουκέτων» της περιοχής στις εμπορικές δραστηριότητες. Η μεγάλη απόκλιση των τιμών των τυπικών αποστάσεων δείχνει ότι ορισμένες χρήσεις βρίσκονται διάσπαρτα στον χώρο και κάποιες πιο συγκεντρωμένα. Αναλυτικότερα, η κατοικία εμφανίζει μεγάλη διασπορά, το λιανικό εμπόριο και τα γραφεία – τράπεζες είναι σχετικά λιγότερο διεσπαρμένα ενώ η μικρή τιμή της τυπικής απόστασης των χρήσεων εστίασης – αναψυχής δείχνει ότι εντοπίζονται συσσωρευμένες σε συγκεκριμένα σημεία.

OBJECTID *	Shape *	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	type
9	Polygon	340.868391	9245.971872	482863.86523	4211704.090576	54.251577	Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
13	Polygon	273.119643	5935.878172	482854.603409	4211707.990911	43.468891	Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
14	Polygon	275.116446	6022.990967	482849.954434	4211729.500564	43.786695	Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτινων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Πίνακας 9: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση τύπων λιανικού εμπορίου για την περιοχή κέντρου Αμαρουσίου



- Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτινων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Χάρτης 23: Χωρικοί μέσοι τύπων λιανικού εμπορίου στο κέντρο Αμαρουσίου

Στην συνέχεια, σύμφωνα με την θέση των χωρικών τους μέσων σε κεντρικό σημείο την περιοχής μελέτης και σε κοντινή απόσταση με των χωρικό μέσο του συνολικού λιανικού εμπορίου εντοπίζονται τα ενδύματα, ρολόγια και κοσμήματα ενώ σχετικά πλησιάζουν και τα υποδήματα με τα δερμάτινα είδη. Τα κλωστοϋφαντουργικά είδη δεν εντοπίζονται σε μεγάλη συχνότητα στην περιοχή γεγονός που δεν κάνει σημαντική την αναφορά σε αυτά. Όσον αφορά τις τυπικές αποκλίσεις, περισσότερο συγκεντρωμένα σε χωρικές ενότητες είναι τα ρολόγια, κοσμήματα, υποδήματα και δερμάτινα είδη ενώ τα ενδύματα χαρακτηρίζονται ως πιο διεσπαρμένα.

Μαρούσι 2: Προς Λεωφόρο Κηφισίας

OBJECTID *	Shape *	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	omada
1	Polygon	443.833856	15675.448048	483144.825343	4211279.497175	70.639235	έλλειψη δραστηριότητας
2	Polygon	324.762782	8392.891589	483111.009303	4211297.103562	51.68826	γραφεία τράπεζες
3	Polygon	409.98253	13375.493375	483152.192807	4211293.125507	65.251579	δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών
4	Polygon	544.839213	23621.954243	483132.932078	4211306.882349	86.714955	επιδιορθώσεις μεταποίηση
5	Polygon	418.597549	13943.52154	483138.837381	4211320.469119	66.622722	κατοικία
6	Polygon	472.940598	17798.864689	483187.609624	4211305.195695	75.271792	λιανικό εμπόριο

Πίνακας 10: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή του Αμαρουσίου προς την Λ. Κηφισίας

Τα αποτελέσματα φαίνονται οπτικά στους παρακάτω χάρτες:



Χάρτης 24: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στο Μαρούσι (προς Λεωφόρο Κηφισίας)



Χάρτης 25: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στο Μαρούσι (προς Λεωφόρο Κηφισίας)

Αρχικά, παρατηρώντας την θέση του χωρικού μέσου του λιανικού εμπορίου οι χρήσεις αυτές φαίνονται μετατοπισμένες προς την λεωφόρο Κηφισίας. Οι δραστηριότητες της *εστίασης – αναψυχής* και αυτές της *παροχής υπηρεσιών* πλησιάζουν τις θέσεις του **λιανικού εμπορίου**. Όσον αφορά τις τυπικές αποστάσεις, οι τιμές εμφανίζουν σημαντικές αποκλίσεις αλλά οι τιμές τους είναι σχετικά υψηλές οπότε μπορεί να ειπωθεί ότι η διασπορά είναι το βασικό στοιχείο αυτής της περιοχής. Έτσι, οι μεγάλη τιμή της τυπικής απόκλισης των επιδιορθώσεων – μεταποίησης, της έλλειψης δραστηριότητας αλλά και του λιανικού εμπορίου φανερώνουν μεγάλη διασπορά στον χώρο σε αντίθεση με τα γραφεία – τράπεζες.

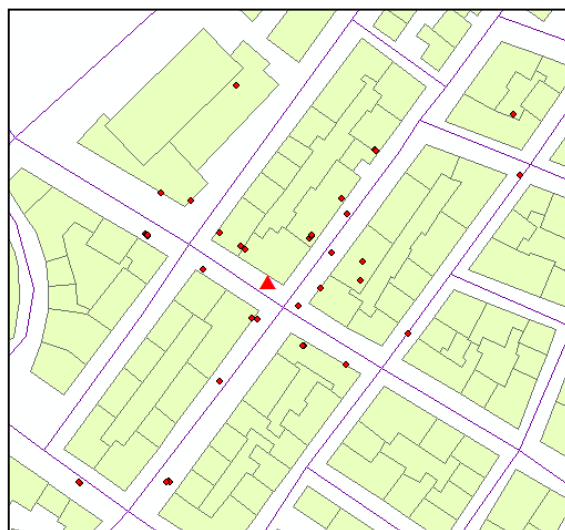
Στην συγκεκριμένη περιοχή μελέτης δεν ξεχώρισαν ως προς την συχνότητα συγκεκριμένη τύποι λιανικού εμπορίου γεγονός που δεν οδήγησε στην περαιτέρω ανάλυση των χωρικών μέσων και των τυπικών αποστάσεων.

Πανόρμου

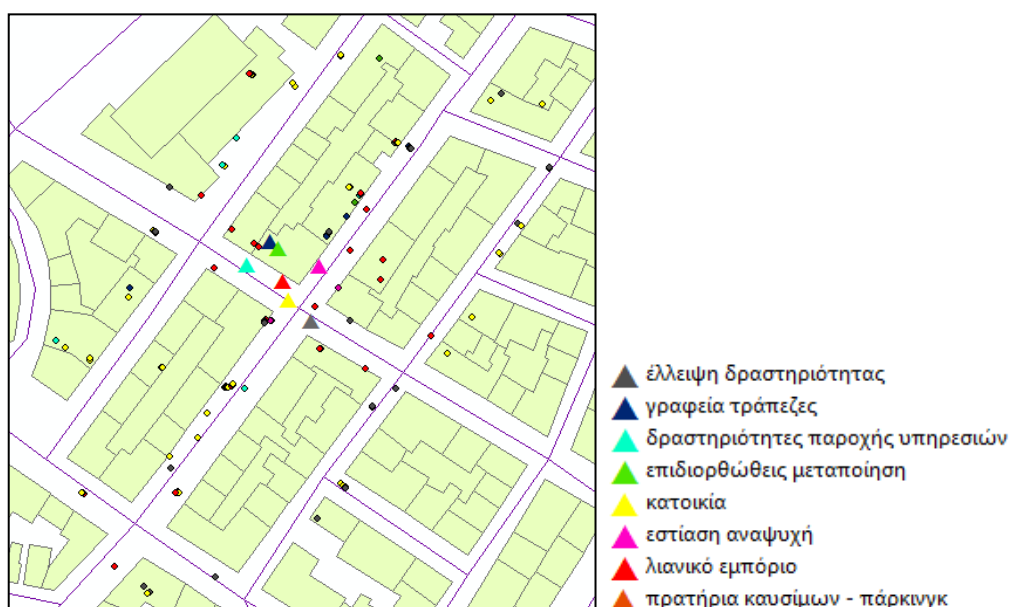
OBJECTID *	Shape *	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	omada
1	Polygon	426.754991	14492.267001	479177.720972	4204656.402208	67.921017	έλλειψη δραστηριότητας
2	Polygon	303.099191	7310.526583	479163.859163	4204683.703144	48.240345	γραφεία τράπεζες
3	Polygon	309.808283	7637.745063	479156.028204	4204675.649338	49.30814	δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών
4	Polygon	436.314872	15148.831767	479166.614276	4204681.196738	69.442541	επιδιορθώσεις μεταποίηση
5	Polygon	141.546688	1594.331089	479180.535217	4204675.294536	22.528144	εστίαση αναψυχή
6	Polygon	399.128486	12676.651694	479170.452418	4204663.533276	63.524071	κατοικία
7	Polygon	326.164907	8465.518636	479168.18913	4204670.180189	51.91142	λιανικό εμπόριο

Πίνακας 11: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή της Πανόρμου

Τα αποτελέσματα φαίνονται οπτικά στους παρακάτω χάρτες:



Χάρτης 26: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στην Πανόρμου



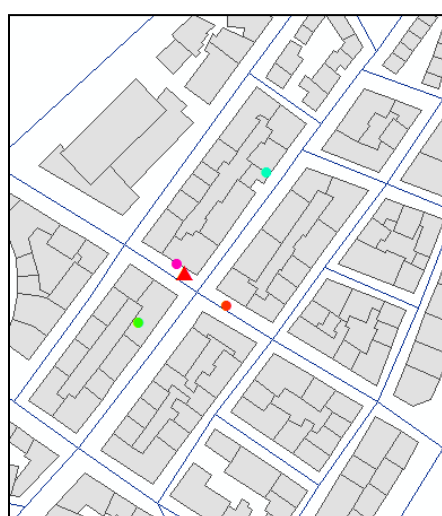
Χάρτης 27: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στην Πανόρμου

Ο χωρικός μέσος των εμπορικών χρήσεων εντοπίζεται σε κεντρικό σημείο της περιοχής μελέτης επομένως οι χρήσεις αυτές καλύπτουν κατά κύριο λόγο όλη έκταση που επιλέχθηκε. Στον χάρτη παρατηρούμε ότι λόγω της κοντινής απόστασης των

χωρικών τους μέσων οι χρήσεις του λιανικού εμπορίου και των κατοικιών αναμιγνύονται. Επιπλέον, σε κοντινή απόσταση βρίσκονται και οι υπόλοιπες δραστηριότητες της περιοχής μελέτης. Οι τιμές των τυπικών αποστάσεων ποικίλουν και εμφανίζονται από χαμηλά μέχρι μέτρια επίπεδα. Έτσι στην περιοχή συγκεντρωμένη εμφανίζεται η εστίαση – αναψυχή και διεσπαρμένη η μεταποίηση – επιδιορθώσεις, η κατοικία και η έλλειψη δραστηριότητας. Το λιανικό εμπόριο εμφανίζεται σε μια ενδιάμεση κατάσταση συγκέντρωσης.

OBJECTID*	Shape*	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	type
9	Polygon	237.423113	4485.647007	479164.448102	4204674.290994	37.787542	Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
12	Polygon	389.327647	12061.729918	479146.318333	4204646.609858	61.964201	Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
13	Polygon	90.616576	653.422909	479187.730174	4204654.903074	14.422259	Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτινων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Πίνακας 12: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση τύπων λιανικού εμπορίου για την περιοχή Πανόρμου



- Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτινων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Χάρτης 28: Χωρικοί μέσοι τύπων λιανικού εμπορίου στην Πανόρμου

Το εμπόριο ενδυμάτων ακολουθεί στενά τον χωρικό μέσο του λιανικού εμπορίου ενώ σε λίγο μεγαλύτερη απόσταση βρίσκονται τα υποδήματα και τα κοσμήματα-ρολόγια. Σύμφωνα με τις τυπικές αποστάσεις, τα υποδήματα και τα δερμάτινα είδη εντοπίζονται συγκεντρωμένα σε πολύ μεγάλο βαθμό ενώ σε λίγο λιγότερο τα ενδύματα. Όσον αφορά τα ρολόγια και τα κοσμήματα βρίσκονται διάσπαρτα στην περιοχή μελέτης.

Πειραιάς

OBJECTID*	Shape*	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	omada
1	Polygon	465.549372	17246.882262	469012.726747	4199149.959367	74.095431	έλλειψη δραστηριότητας
2	Polygon	461.960115	16981.970055	469001.794561	4199135.152781	73.524176	γραφεία τράπεζες
3	Polygon	541.185229	23306.173663	469025.592476	4199150.521956	86.133395	δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών
4	Polygon	430.780321	14766.950528	469015.957236	4199154.408603	68.561693	εστίαση αναψυχή
5	Polygon	530.378109	22384.649146	469012.626377	4199127.537533	84.41337	κατοικία
6	Polygon	506.602897	20422.744509	468993.570035	4199123.621988	80.629341	λιανικό εμπόριο
7	Polygon	315.630932	7927.536011	469043.474316	4199172.626455	50.23486	πρατήρια καυσίμων - πάρκινγκ

Πίνακας 13: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση για την περιοχή του Πειραιά

Τα αποτελέσματα φαίνονται οπτικά στους παρακάτω χάρτες:



Χάρτης 29: Χωρικός μέσος λιανικού εμπορίου στον Πειραιά



Χάρτης 30: Χωρικοί μέσοι όλων των ομαδοποιημένων χρήσεων στον Πειραιά

Στην τελευταία περιοχή μελέτης, το λιανικό εμπόριο αν και εμφανίζεται σχετικά κεντρικά παρουσιάζει μια σχετική μετατόπιση προς την εμπορική περιοχή του Σωτηρίου Διός. Κοινή πορεία παρουσιάζουν τα γραφεία – τράπεζες αλλά και η κατοικία. Από την άλλη οι υπόλοιπες δραστηριότητες κατευθύνονται προς το βορειοανατολικό τμήμα της περιοχής μελέτης. Από τις πολύ υψηλές τιμές των τυπικών αποστάσεων των περισσότερων χρήσεων και ιδιαίτερα του λιανικού εμπορίου και της παροχής υπηρεσιών η διασπορά των χρήσεων είναι πολύ μεγάλη. Η δραστηριότητα των πρατηρίων ξεχωρίζει σχετικά σε σχέση με το σύνολο γεγονός που ερμηνεύεται ότι συγκεντρώνεται κυρίως στο βορειοανατολικό τμήμα της χωρικής ενότητας.

OBJECTID*	Shape*	Shape_Length	Shape_Area	CenterX	CenterY	StdDist	type
12	Polygon	484.719592	18696.497596	468977.933839	4199096.832194	77.146497	Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
15	Polygon	425.072631	14378.228934	468988.722662	4199099.688085	67.65327	Λιανικό εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων σε εξειδικευμένα καταστήματα
16	Polygon	392.851898	12281.087313	469002.156261	4199139.750042	62.52512	Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Πίνακας 14: Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση τύπων λιανικού εμπορίου για την περιοχή του Πειραιά



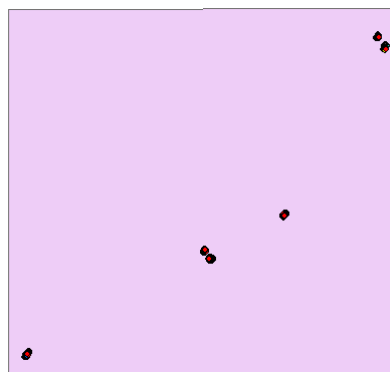
- Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα
- Λιανικό εμπόριο υποδημάτων και δερμάτινων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα

Χάρτης 31: Χωρικοί μέσοι τύπων λιανικού εμπορίου στον Πειραιά

Τον χωρικό μέσο του λιανικού εμπορίου ο οποίος βρίσκεται σε κεντρική θέση της περιοχής μελέτης ακολουθούν τα υποδήματα και δερμάτινα είδη καθώς και τα ρολόγια-κοσμήματα. Τα ενδύματα φαίνεται να κινούνται προς τον πεζόδρομο του Σωτήρος Διός. Οι μεγάλες τιμές των τυπικών αποστάσεων φανερώουν μεγάλη διασπορά των συγκεκριμένων τύπων εμπορίου με την πρώτη θέση να κατέχουν τα καταστήματα πώλησης ενδυμάτων.

7.4.2. Μέθοδος Εγγύτερου Γείτονα (Average Nearest Neighbor)

Πριν την εφαρμογή του Average Nearest Neighbor (ANN) στο ArcMap, ήταν απαραίτητο, για να είναι τα αποτελέσματα συγκρίσιμα, να οριστεί υποτυπωδώς μια περιοχή μελέτης. Δημιουργήθηκε έτσι ένα καινούργιο πολυγωνικό shapefile και ψηφιοποιήθηκε η περιοχή που περιβάλλει όλες τις χρήσεις που έχουν καταγραφεί. Στη συνέχεια, μετρήθηκε το εμβαδόν αυτής της περιοχής (Add field (Area)- Calculate Geometry), το οποίο βρέθηκε 221701923m² και ορίστηκε ως επιφάνεια αναφοράς (πεδίο Area) κατά τη διεξαγωγή του Average Nearest Neighbor.



Σχήμα 20: Πολυγωνικό αρχείο το οποίο περικλείει τις περιοχές μελέτης

Τα αποτελέσματα του NNA της κάθε χρήσης για όλες τις περιοχές δεν εμφανίζουν ιδιαίτερες αποκλίσεις αλλά αναφέρονται σε ομαδοποιημένα πρότυπα στον χώρο. Συγκεκριμένα, όλες οι ομάδες χρήσεων ακολουθούν το ομαδοποιημένο χωρικό πρότυπο (επίπεδο εμπιστοσύνης 99% σύμφωνα με τα $z\text{-score} < -2.58$ και $p\text{-value} < 0.01$). Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο παράρτημα 3).

Λόγω της μεγάλης έκτασης που καλύπτουν οι περιοχές στο σύνολο τους εξετάστηκαν τα χωρικά πρότυπα των ομάδων χρήσεων αλλά και ορισμένων τύπων λιανικού εμπορίου (στους οποίους καταλήξαμε στην αρχή της χωρικής ανάλυσης βάσει των συχνοτήτων εμφάνισης) στην κάθε περιοχή μελέτης ξεχωριστά. Σε αυτή την περίπτωση υπάρχουν διαφοροποιήσεις ως προς τα πρότυπα οι οποίες φαίνονται συγκεντρωτικά στον επόμενο πίνακα:

Ομάδες Χρήσεων / Περιοχές	Ερμού	Αιόλου	Μαρούσι 1	Μαρούσι 2	Πανόρμου	Πειραιάς
Λιανικό Εμπόριο	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο
Ενδύματα	Ομαδοποιημένο	Τυχαίο	Τυχαίο	-	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο
Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα	Τυχαίο	Τυχαίο	-	-	-	Διεσπαρμένο
Ρολόγια - Κοσμήματα	Ομαδοποιημένο	Διεσπαρμένο	Διεσπαρμένο	-	Διεσπαρμένο	-
Υποδήματα - δερμάτινα είδη	Τυχαίο	Διεσπαρμένο	Διεσπαρμένο	-	Διεσπαρμένο	Τυχαίο
Εστίαση - Αναψυχή	Ομαδοποιημένο	Διεσπαρμένο	Διεσπαρμένο	-	Τυχαίο	Διεσπαρμένο
Γραφεία-Τράπεζες	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο	Τυχαίο	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο
Παροχή Υπηρεσιών	Τυχαίο	-	Τυχαίο	Διεσπαρμένο	Τυχαίο	Τυχαίο
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις	Ομαδοποιημένο	Διεσπαρμένο	Διεσπαρμένο	Διεσπαρμένο	Τυχαίο	-
Κατοικία	Διεσπαρμένο	Διεσπαρμένο	Τυχαίο	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο	Ομαδοποιημένο
Πρατήρια-Παρκινγκ	-	-	-	-	-	Διεσπαρμένο
Έλλειψη Δραστηριότητας	Τυχαίο	Τυχαίο	Τυχαίο	Ομαδοποιημένο	Διεσπαρμένο	Ομαδοποιημένο

Πίνακας 15: Εφαρμογή της μεθόδου NNA στις περιοχές μελέτης

Από τον συγκεκριμένο πίνακα είναι εμφανείς οι χρήσεις που «ακολουθούν» στενότερα το ομαδοποιημένο χωρικό πρότυπο του λιανικού εμπορίου.

- Στην περιοχή μελέτης της Ερμού η εστίαση – αναψυχή, τα γραφεία – τράπεζες και η μεταποίηση – επιδιορθώσεις κατανέμονται ανά ομάδες στον χώρο ενώ η κατοικία εντοπίζεται διεσπαρμένη. Επιπλέον, τυχαίες είναι οι κατανομές της παροχής υπηρεσιών και των κλειστών καταστημάτων. Όσον αφορά τους τύπους του εμπορίου οι πιο αντιπροσωπευτικοί είναι τα ενδύματα και τα ρολόγια – κοσμήματα.
- Στην περιοχή της Αιόλου μόνο τα γραφεία και ο τράπεζες φαίνεται να κατανέμονται σύμφωνα με το πρότυπο του λιανικού εμπορίου. Η έλλειψη δραστηριότητας εντοπίζεται με άναρχο τρόπο στον χώρο ενώ οι υπόλοιπες χρήσεις είναι διεσπαρμένες.

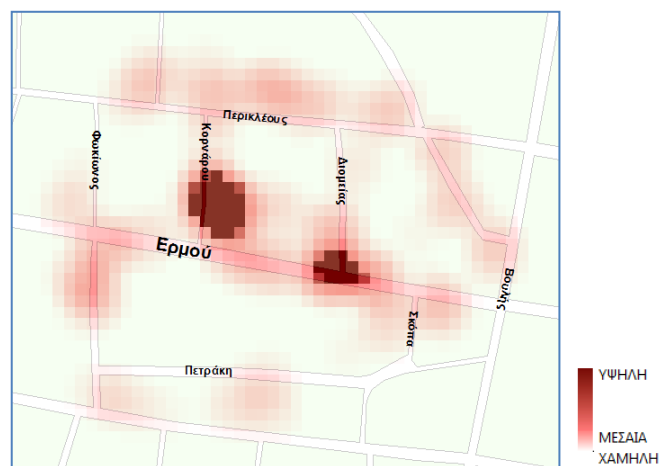
- Παρόμοια η κατάσταση και στην περιοχή του παραδοσιακού κέντρου Αμαρουσίου με τις τράπεζες και τα γραφεία να παρουσιάζουν κάποια ομαδοποίηση ενώ η εστίαση-αναψυχή και η μεταποίηση σημαντική διασπορά. Στην δεύτερη περιοχή του Αμαρουσίου, προς την λεωφόρο Κηφισίας, η κατοικία πλησιάζει το πρότυπο του λιανικού εμπορίου καθώς και οι χώροι χωρίς δραστηριότητα.
- Στην περιοχή της Πανόρμου, μεγάλη σύγκλιση με τις χρήσεις εμπορίου παρουσιάζει η κατοικία αλλά και τα γραφεία-τράπεζες. Διασπορά στον χώρο εμφανίζει η έλλειψη δραστηριότητας και οι υπόλοιπες χρήσεις κατανέμονται άναρχα στον χώρο. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι τα ενδύματα φαίνεται να είναι ο πιο αντιπροσωπευτικός τύπος λιανικού εμπορίου.
- Τέλος, όσον αφορά τον Πειραιά, η κατοικία, τα γραφεία-τράπεζες και η έλλειψη δραστηριότητας αναπτύσσονται ανά ομάδες στον χώρο ενώ διασπορά παρουσιάζουν τα πρατήρια-παρκινγκ και η εστίαση-αναψυχή. Ομαδοποιημένο πρότυπο ακολουθούν και τα ενδύματα ως βασικός τύπος του λιανικού εμπορίου της περιοχής μελέτης.

7.4.3. Kernel Density

Αρχικά, λόγω των μικρών ποσοστών εμφάνισης της κατηγορίας πρατήρια καυσίμων – παρκινγκ δεν εξετάστηκε ο συγκεκριμένος δείκτης καθώς δεν θα οδηγούσε σε ορθά και συγκρίσιμα αποτελέσματα. Επιπλέον, σε άλλες περιοχές δεν εξετάστηκαν χρήσεις όπως μεταποίηση – επιδιορθώσεις και δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών για παρόμοιους λόγους.

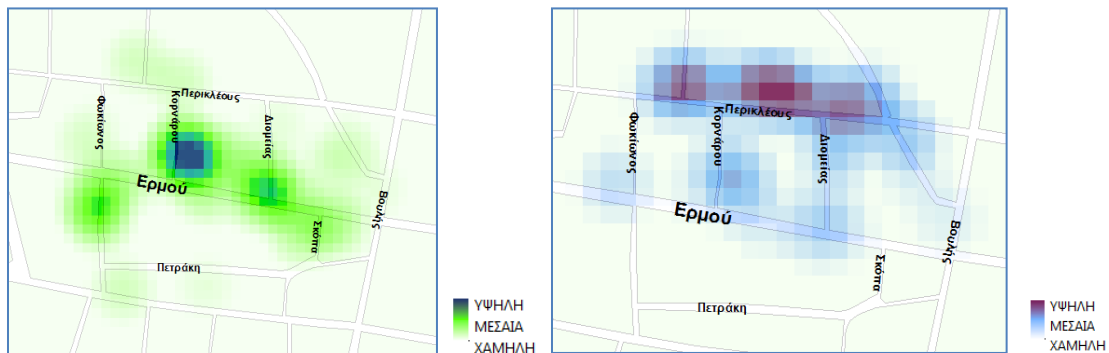
Επιπλέον, πραγματοποιήθηκε kernel density για τους 4 τύπους λιανικού εμπορίου και αναδείχθηκαν σε διάφορες περιοχές «πιάτσες» εμπορικών δραστηριοτήτων.

Κέντρο 1: Ερμού



Χάρτης 32: Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου στην Ερμού

Στο μεγάλο εμπορικό κομμάτι του κέντρου της Αθήνας που διασχίζει η Ερμού έχουμε μεσαίες αλλά και πολύ υψηλές συγκεντρώσεις εμπορικών χρήσεων οι οποίες εντοπίζονται σε όλη την έκταση της επιλεγθείσας περιοχής. Οι δύο μεγάλοι εμπορικοί πυρήνες που φανερώνει ο χάρτης 33 χωροθετούνται επί της Ερμού και καταλαμβάνουν και κάθετα τμήματα των οδών Διομείας και Κορνάρου. Επιπλέον, επί της οδού Περικλέους εντοπίζεται μεγάλη συγκέντρωση εργαστηρίων και κοσμηματοπωλείων γεγονός που επιβάλλει την περαιτέρω διερεύνηση ύπαρξης πιάτσων λιανικού εμπορίου στην πορεία. Έπειτα από ανάλυση των τύπων του εμπορίου στην περιοχή οι εμπορικές «πιάτσες» που θα μπορούσαν να δημιουργηθούν στην περιοχή λόγω της συχνότητας εμφάνισης είναι αυτές του λιανικού εμπορίου ενδυμάτων, κοσμημάτων, της κλωστοϋφαντουργίας και υποδημάτων. Στους χάρτες που ακολουθούν φαίνεται η κατάσταση λόγω μεγάλων συγκεντρώσεων συγκεκριμένων τύπων λιανικού εμπορίου.



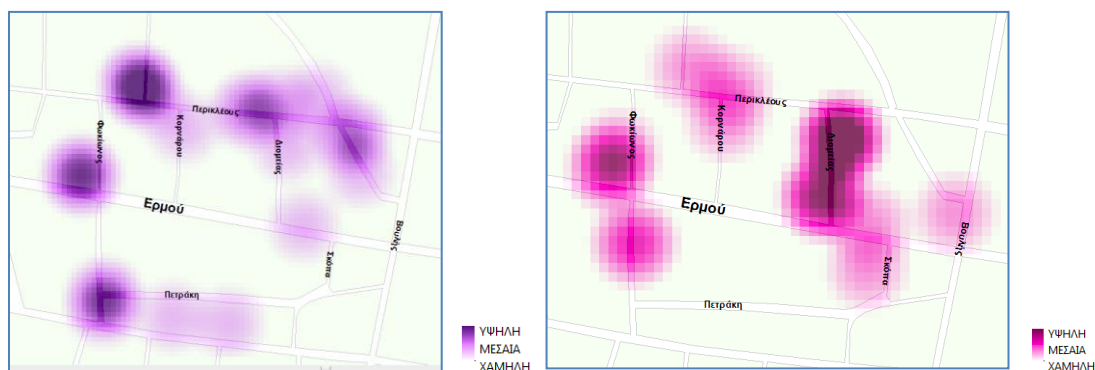
Χάρτης 33 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου ενδυμάτων στην Ερμού
Χάρτης 34 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου και κατασκευής ρολογιών και κοσμημάτων στην Ερμού

Ένα βήμα παρακάτω, εντοπίστηκαν υψηλές συγκεντρώσεις καταστημάτων με είδη ένδυσης επί της οδού Ερμού ενώ κατά μήκος της Περικλέους διαφαίνεται μια μεγάλη «πιάτσα» κοσμημάτων και ρολογιών (καταστήματα και εργαστήρια)



Χάρτης 35(αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου υποδημάτων και δερματίνων ειδών στην Ερμού
Χάρτης 36(δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων στην Ερμού

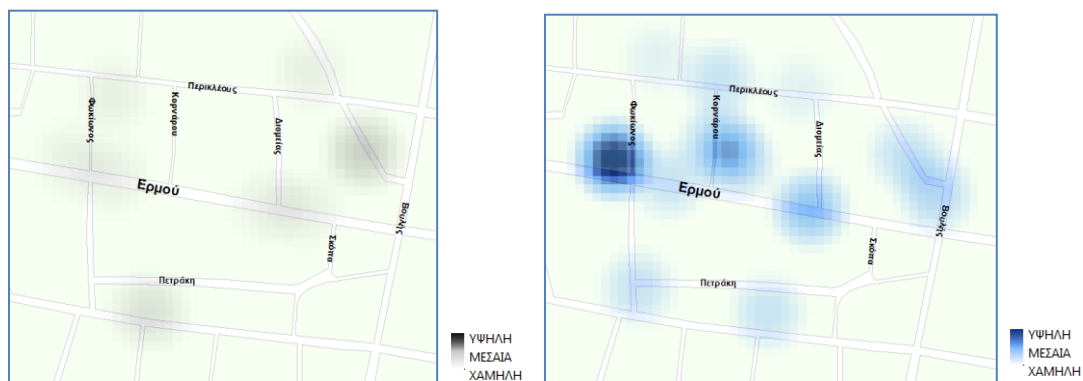
Επιπλέον, στον δρόμο της Ερμού συσσωρεύεται διαδοχικά ένας μεγάλος αριθμός καταστημάτων με είδη υπόδησης και δέρματος. Η υψηλή αυτή συγκέντρωση δημιουργεί έναν ισχυρό πυρήνα με επώνυμα καταστήματα για υπόδηση. Τέλος, διακρίνεται και ένας σημαντικός πυρήνας με κλωστοϋφαντουργικά είδη στην οδό Κορνάρου.



Χάρτης 37 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις μεταποίησης - επιδιορθώσεων στην Ερμού
Χάρτης 38 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στην Ερμού

Ο τομέας της μεταποίησης χωροθετείται σε μεγάλο τμήμα της περιοχής μελέτης. Σε μεγάλες συγκεντρώσεις εντοπίζεται επί της οδού Περικλέους όπου βρίσκονται πολλά εργαστήρια αργυροχρυσοχοΐας και συνυπάρχουν με το λιανικό εμπόριο κοσμημάτων. Επιπλέον, υψηλές συγκεντρώσεις αυτής της ομάδας εντοπίζονται επί της Φωκίωνος με την μορφή εκτυπωτικών δραστηριοτήτων, κατασκευή και διορθώσεις ενδυμάτων. Μια πιο ήπια κατάσταση εμφανίζει η Ερμού, ένας δρόμος ο οποίος επικεντρώνεται κυρίων στις λιανικές πωλήσεις.

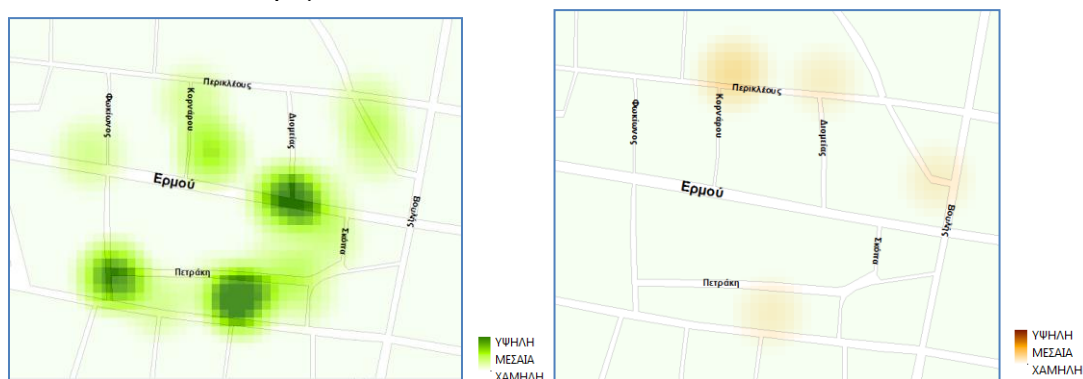
Όσον αφορά την ομάδα της εστίασης και αναψυχής, δεν καταλαμβάνει όλη την έκταση της περιοχής αλλά εντοπίζεται συγκεντρωμένη σε συγκεκριμένα σημεία όπως είναι ο πεζόδρομος Διομείας και Φωκίωνος με την μορφή καφετεριών, ξενοδοχείων, κλπ. Μπορεί κανείς να πει ότι ο τομέας της αναψυχής είναι προσανατολισμένος προς τα εκεί που υπάρχει και μεγαλύτερη συσσώρευση εμπορικών καταστημάτων.



Χάρτης 39 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στην Ερμού
Χάρτης 40 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στην Ερμού

Στην συνέχεια, ρίχνοντας μια ματιά στον χάρτη 40, δεν παρατηρούνται υψηλές συγκεντρώσεις κλειστών καταστημάτων και κενού κτιριακού αποθέματος στην υποπεριοχή της Ερμού. Άλλωστε, από την επιτόπια έρευνα, προέκυψε το συμπέρασμα ότι η έλλειψη δραστηριότητας αφορά περισσότερο χώρους σε αδρανοποίηση παρά σε λουκέτα εμπορικών καταστημάτων. Αν και πολλοί κλειστοί χώροι ανήκουν στην δεύτερη κατηγορία, συγκριτικά η κατάσταση εμφανίζεται πιο ομαλή σε σχέση με άλλες περιοχές. Η έλλειψη δραστηριότητας λαμβάνει χώρα περισσότερο σε κάθετους δρόμους και παράδρομους παρά κατά μήκος του κεντρικού δρόμου της Ερμού.

Όσον αφορά τις χρήσεις γραφείων της περιοχής υψηλές συγκεντρώσεις εντοπίζονται προς την οδό Φωκίωνος ενώ σε μεσαίες πυκνότητες λειτουργούν κυρίως σε ορόφους και των υπόλοιπων δρόμων.



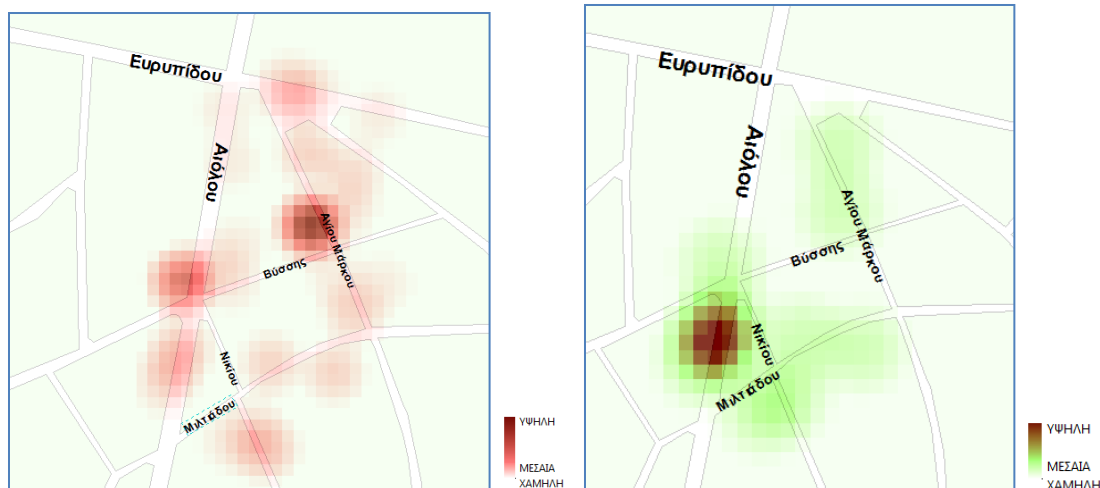
Χάρτης 41 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Παροχής Υπηρεσιών στην Ερμού

Χάρτης 42 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις κατοικίας στην Ερμού

Οι δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών αναπτύσσονται σε 3 πυρήνες με την μορφή συμβουλευτικών εταιριών, συνδικαλιστικών οργανώσεων, φορέων δημόσιας διοίκησης, κομμωτηρίων, κ.α. Αναλυτικότερα, μεσαίες και υψηλές συγκεντρώσεις έχουμε επί της οδού Πετράκη αλλά και της Ερμού.

Η κατοικία φαίνεται να απουσιάζει ως ισχυρή χρήση από την περιοχή. Μικρές συγκεντρώσεις εντοπίστηκαν επί της Περικλέους και Κορνάρου, Βουλής αλλά και Πετράκη.

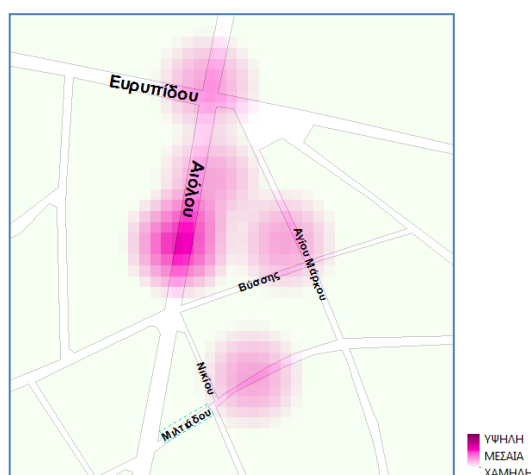
Κέντρο 2: Αιόλου



Χάρτης 43 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου στην Αιόλου
Χάρτης 44 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων στην Αιόλου

Το λιανικό εμπόριο φαίνεται να διαχέεται στο μεγαλύτερο τμήμα της υποπεριοχής της Αιόλου με υψηλές συγκεντρώσεις επί της οδού Αγίου Μάρκου και μεσαίες της Αιόλου. Οι υψηλές συγκεντρώσεις σε λίγα σημεία προμηνύουν την ύπαρξη πιάτσων γεγονός που επιβάλλει περεταίρω ανάλυση.

Έτσι, παρατηρήθηκε μεγάλη συγκέντρωση σε είδη κλωστοϋφαντουργίας επί της οδού Αιόλου γεγονός που αποκαλύπτει μια ισχυρή εμπορική «πιάτσα» στην υπο μελέτη περιοχή.



Χάρτης 45: Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στην Αιόλου

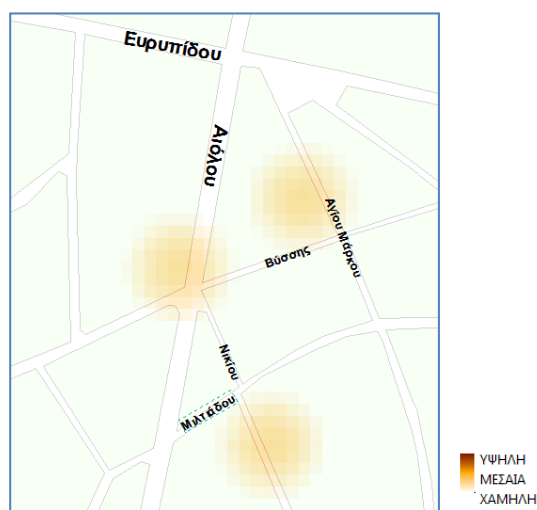
Η ομάδα της εστίασης-αναψυχής εντοπίζεται κυρίως επί της οδού Αιόλου με την μορφή καφετεριών και εστιατορίων και κυρίως σε τμήματα οποία δεν χαρακτηρίζονται απόλυτα εμπορικά.



Χάρτης 46 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στην Αιόλου
Χάρτης 47 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στην Αιόλου

Τα κλειστά καταστήματα και τον ανενεργό κτιριακό απόθεμα εντοπίζονται διεσπαρμένα στην περιοχή σε μεσαίες συχνότητες. Επομένως, όλη η περιοχή ακολουθεί έναν συγκεκριμένο ρυθμό ως προς την έλλειψη δραστηριότητας χωρίς να υπάρχουν ακραίες καταστάσεις.

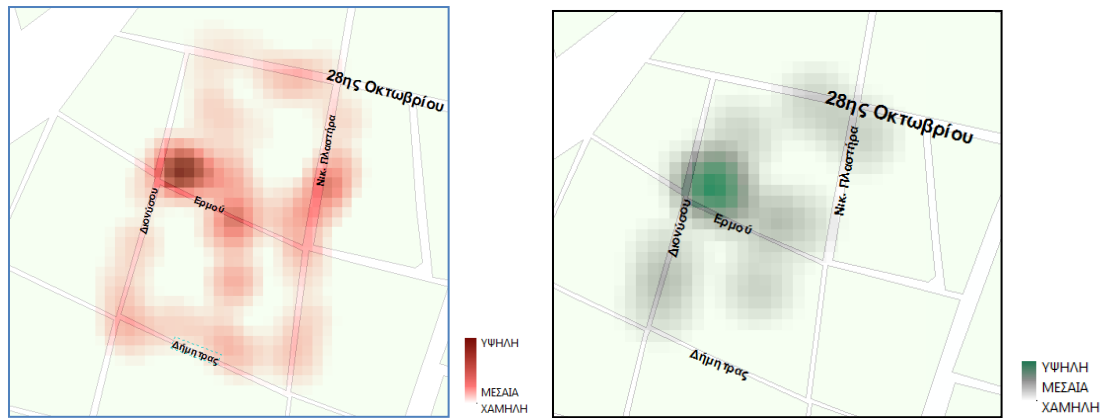
Τα γραφεία και οι ορισμένες τράπεζες συγκεντρώνονται κυρίως επί της οδού Αγίου Μάρκου και Μιλτιάδου κυρίως σε διαμερίσματα ορόφων την περιοχής.



Χάρτης 48: Χωρικές συγκεντρώσεις κατοικίας στην Αιόλου

Κάτι αντίστοιχο παρατηρείται και για την χρήση της κατοικίας οι οποία εντοπίζεται κυρίως στην οδό Νικίου, Αιόλου και Αγίου Μάρκου γεγονός που φανερώνει ότι άλλες είναι οι κυρίαρχες χρήσεις των συγκεκριμένων Ο.Τ.

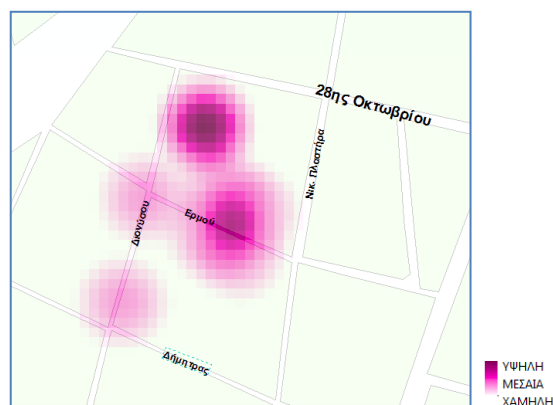
Μαρούσι 1: Εμπορικό κέντρο



Χάρτης 49 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου στο Μαρούσι (κέντρο)
Χάρτης 50 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου υποδημάτων και δερμάτινων ειδών στο Μαρούσι (κέντρο)

Όπως είναι αναμενόμενο το εμπορικό κέντρο του Αμαρουσίου αποτελείται από ένα πολύ μεγάλο ποσοστό χρήσεων λιανικού εμπορίου σε όλη του την έκταση. Οι συγκεντρώσεις τους είναι κατά κύριο λόγο μεσαίου τύπου ενώ υψηλές εντοπίζονται στα κτίρια κοντά στην διασταύρωση των δρόμων Ερμού και Διονύσου. Επιπλέον, μεσαίες προς υψηλές παρατηρούνται και επί της οδού Νικολάου Πλαστήρα αλλά και στην στοά Ερμού-Δήμητρας.

Αναλύοντας περισσότερο τους τύπους του λιανικού εμπορίου παρατηρείται μια δυναμική συγκέντρωση υποδημάτων και δερμάτινων ειδών κοντά στην συμβολή Διονύσου και Ερμού.



Χάρτης 51: Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στο Μαρούσι (κέντρο)

Όσον αφορά την ομάδα εστίαση – αναψυχή εντοπίζονται δύο βασικοί πυρήνες. Ο πρώτος βρίσκεται στην στοά του εμπορικού κέντρου Διονύσου με την μορφή μονάδων παροχής ροφημάτων και ποτών ενώ η δεύτερη επί της Ερμού με την μορφή καφετεριών και εστιατορίων.



Χάρτης 52 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στο Μαρούσι (κέντρο)

Χάρτης 53 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στο Μαρούσι (κέντρο)

Οι χωρικές συγκεντρώσεις κλειστών καταστημάτων και ανοίκιαστων χώρων εντοπίζονται σε χαμηλές πυκνότητες σε όλη την περιοχή μελέτης φανερώνοντας έτσι το ανεκμετάλλετο κτιριακό απόθεμα αλλά και τα «λουκέτα» του εμπορικού κλάδου. Μεγάλη εμφάνιση κλειστών καταστημάτων παρατηρήθηκε στην στοά του εμπορικού κέντρου Διονύσου (βόρειο τμήμα της περιοχής μελέτης).

Γραφεία, τράπεζες και τεχνικές εταιρίες βρίσκονται σε μεγάλες συγκεντρώσεις σε τμήμα της οδού Πλαστήρα και σε μεσαίες σε ορισμένα άλλα σημεία της περιοχής μελέτης κυρίως σε ορόφους κτιρίων.



Χάρτης 54 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Παροχής Υπηρεσιών στο Μαρούσι (κέντρο)

Χάρτης 55 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κατοικίας στο Μαρούσι (κέντρο)

Χωρικές συγκεντρώσεις παροχής υπηρεσιών εντοπίζονται σε υψηλό βαθμό κοντά στην συμβολή 28ης Οκτωβρίου και Νικ. Πλαστήρα με την μορφή οργανώσεων και κομωτηρίων ενώ μεσαίου τύπου χωροθετούνται επί της Ερμού αλλά και της Δήμητρας.

Η κατοικία φαίνεται να απουσιάζει από την εμπορική περιοχή του Αμαρουσίου με ορισμένες εξαιρέσεις σε ορόφους κτιρίων της 28^{ης} Οκτωβρίου και Νικ. Πλαστήρα.

Μαρούσι 2: Προς Λεωφόρο Κηφισίας



Χάρτης 56 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικό Εμπόριο στο Μαρούσι (προς Κηφισίας)
Χάρτης 57 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στο Μαρούσι (προς Κηφισίας)

Στην συγκεκριμένη περιοχή μελέτης τα εμπορικά καταστήματα χωροθετούνται κατά κύριο λόγο επί της Λεωφόρου Κηφισίας σε μεσαίες πυκνότητες χωρίς όμως να λαμβάνεται υπόψη το μέγεθος των κτιρίων και το πλήθος των καταστημάτων ανά όροφο. Έτσι, μπορεί κανείς να πει ότι ο χάρτης των εμπορικών συγκεντρώσεων δεν είναι απόλυτα αντιπροσωπευτικός καθώς ολόκληρα κτίρια που βρίσκονται αλυσιδωτά στην Λεωφόρο λειτουργούν για εμπορικούς σκοπούς.

Η εστίαση-αναψυχή απουσιάζει γενικότερα από την περιοχή με μοναδικά εξαιρεση κάποιων εργαστηρίων καλλιτεχνικής δημιουργίας επί της οδού Φλοιάς.



Χάρτης 58 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στο Μαρούσι (προς Κηφισίας)

Χάρτης 59 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στο Μαρούσι (προς Κηφισίας)

Έλλειψη δραστηριότητας με την μορφή κυρίων εμπορικών κτιρίων που πέρασαν σε αδρανοποίηση εντοπίζεται σε μεγαλύτερες συγκεντρώσεις σε τμήμα της Λεωφόρου Κηφισίας ενώ ανεκμετάλλετους χώρους βρίσκουμε και στην οδό Σαλαμίνας.

Τα γραφεία, κυρίως ως μεγάλα κτίρια εταιριών και ιατρεία βρίσκονται στην οδό Σαλαμίνας και Βασ. Σοφίας.



Χάρτης 60 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Παροχής Υπηρεσιών στο Μαρούσι (προς Κηφισίας)

Χάρτης 61 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κατοικίας στο Μαρούσι (προς Κηφισίας)

Δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών με την μορφή κυρίως ιδιωτικών κλινικών εντοπίζονται στην Λ. Κηφισίας και στην οδό Φλοίας και Βασ. Σοφίας. Βλέπουμε ότι και στην ομάδα γραφείων – τραπεζών και στην παροχή υπηρεσιών εντοπίζονται μεμονωμένα παραδείγματα χωρίς αυτά να αποτελούν κάποιο πυρήνα συγκέντρωσης.

Τέλος, η περιοχή περιλαμβάνει σημαντικό ποσοστό χρήσεων κατοικίας οι οποίες εντοπίζονται σε όλη σχεδόν την έκταση της εκτός από την Λ. Κηφισίας. αξίζει να σημειωθεί ότι πολύ υψηλή συγκέντρωση κατοικιών έχουμε στο αδιέξοδο της οδού Λητούς.

Πανόρμου



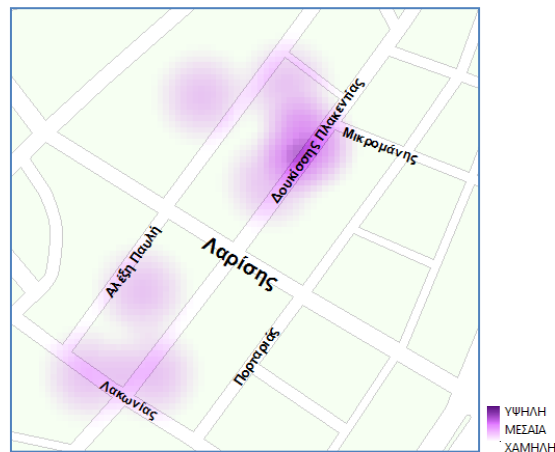
Χάρτης 62 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου στην Πανόρμου

Χάρτης 63(δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στην Πανόρμου

Προχωρώντας στην περιοχή της Πανόρμου στον τομέα του λιανικού εμπορίου έχουμε μεσαίες συγκεντρώσεις κυρίως στην οδό Λαρίσης που θεωρείται και ο εμπορικός δρόμος της περιοχής αλλά και στην Δουκίσσης Πλακεντίας. Η περιοχή αποτελείται από μια μίξη χρήσεων και κυρίως εμπορίου, κατοικίας και γραφείων γεγονός που

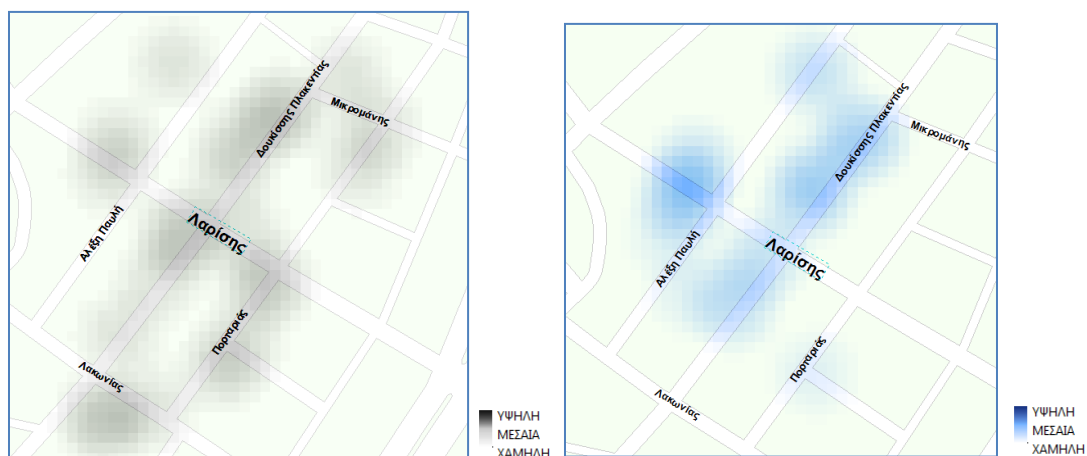
εξηγεί τις ασυνέχειες στον χάρτη των χωρικών συγκεντρώσεων του λιανικού εμπορίου. Τα εμπορικά καταστήματα συνήθως χωροθετούνται στα ισόγεια των κτιρίων.

Στην συνέχεια, η αναγνώριση δεν είναι το δυνατό σημείο των επιλεγμένων Ο.Τ. η οποία εντοπίζεται μεμονωμένα και σε μεσαίες πυκνότητες κυρίως στην συμβολή των οδών Λαρίσης και Δουκίσσης Πλακεντίας. Άλλωστε, η ευρύτερη περιοχή περιλαμβάνει είναι ισχυρό πυρήνα εστίασης-αναγνώρισης (πεζόδρομος Πανόρμου) οπότε λόγω της κοντινής απόστασης με αυτόν, η συγκεκριμένη ομάδα χρήσεων είναι περιορισμένη.



Χάρτης 64: Χωρικές συγκεντρώσεις μεταποίησης - επιδιορθώσεων στην Πανόρμου

Σε αυτήν την περιοχή έχουμε μεσαίες και χαμηλές συγκεντρώσεις στους δρόμους Αλέξη Παυλή και Λακωνίας με την μορφή κατασκευής κοσμημάτων και επιδιορθώσεων ρούχων ενώ μεσαίες προς υψηλές πυκνότητες σε κατασκευή ενδυμάτων, υποδημάτων, κοσμημάτων, κ.α.



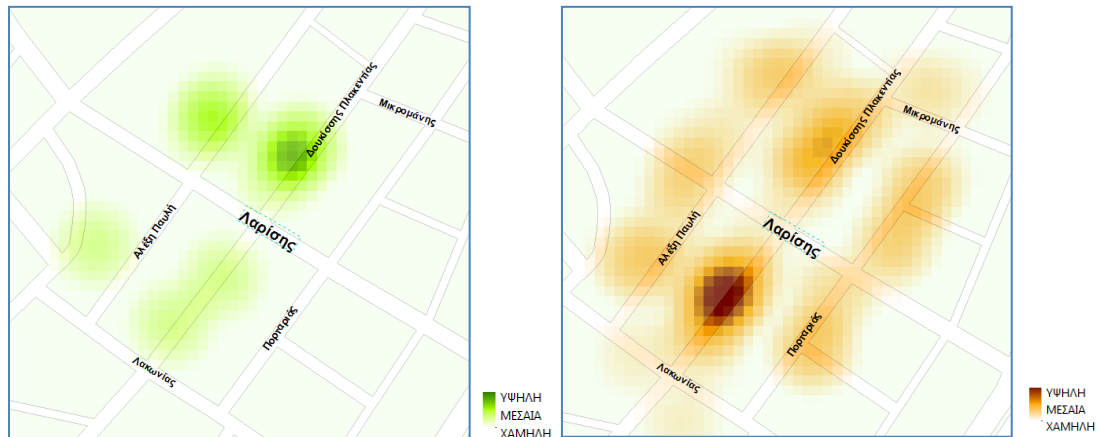
Χάρτης 65 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στην Πανόρμου

Χάρτης 66 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στην Πανόρμου

Όσον αφορά τους χώρους με έλλειψη δραστηριότητας εμφανίζονται διάχυτα σε όλη την περιοχή μελέτης. Από την επιτόπια έρευνα παρατηρήθηκε ότι οι χώροι αυτοί αφορούν τόσο ανοίκιαστο κτιριακό απόθεμα όσο κλειστά εμπορικά καταστήματα με το μεγαλύτερο ποσοστό των οποίων να καταλαμβάνουν τοπικές εμπορικές εξυπηρετήσεις (μανάβικα, φούρνοι, χασάπικα, ψιλικά, κλπ). Έτσι, αν και δεν

εντοπίστηκε υψηλή συγκέντρωση κλειστών καταστημάτων, το γεγονός ότι μεσαίες πυκνότητες λουκέτων καταλαμβάνουν σχεδόν όλη την έκταση της περιοχής μελέτης γεννά πολλά ερωτηματικά για την εξέλιξη των χρήσεων της περιοχής και το βιοτικό επίπεδο.

Τα γραφεία εντοπίζονται σε πολυκατοικίες των οδών Λαρίσης, Δουκίσσης Πλακεντίας και Αλέξη Παυλή και αφορούν κυρίως ιατρεία, τεχνικές εταιρίες, δικηγόρους, κλπ. Συνήθως αναμιγνύονται μέσα σε αυτά τα κτίρια με κατοικίες. Οι συγκεντρώσεις αυτών είναι μεσαίου τύπου.



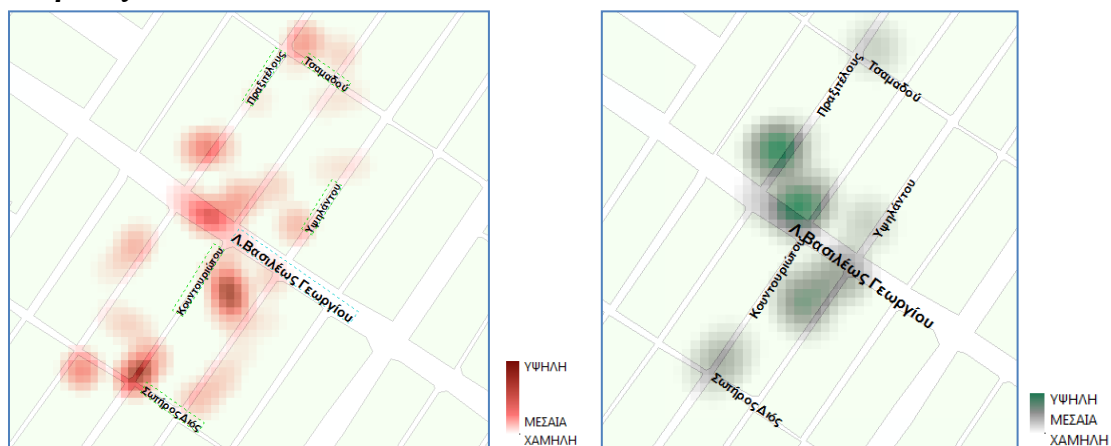
Χάρτης 67 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Παροχής Υπηρεσιών στην Πανόρμου

Χάρτης 68 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις κατοικίας στην Πανόρμου

Στον τομέα της παροχής υπηρεσιών παρατηρούνται διάσπαρτες συγκεντρώσεις σε ορισμένους δρόμους της περιοχής μελέτης με την πιο αξιόλογη περίπτωση υψηλών πυκνοτήτων επί της Δουκίσσης Πλακεντίας βόρεια της οδού Λαρίσης όπου εντοπίζονται κυρίως κομμωτήρια και κέντρα αισθητικής.

Η κατοικία καταλαμβάνει ίσως το μεγαλύτερο ποσοστό χρήσεων της περιοχής που επιλέχθηκε και εντοπίζεται κυρίως στους ορόφους των κτιρίων σε συνύπαρξη με άλλες χρήσεις που αναφέρθηκαν. Εντοπίζεται ένας ισχυρός πυρήνας κατοικίας στην οδό Δουκίσσης Πλακεντίας, νότια της Λαρίσης, όπου ολόκληρα κτίρια αποτελούνται σχεδόν αποκλειστικά από χρήσεις κατοικίας.

Πειραιάς



Χάρτης 69 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου στον Πειραιά

Χάρτης 70 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Λιανικού Εμπορίου υποδημάτων και δερμάτων ειδών στον Πειραιά

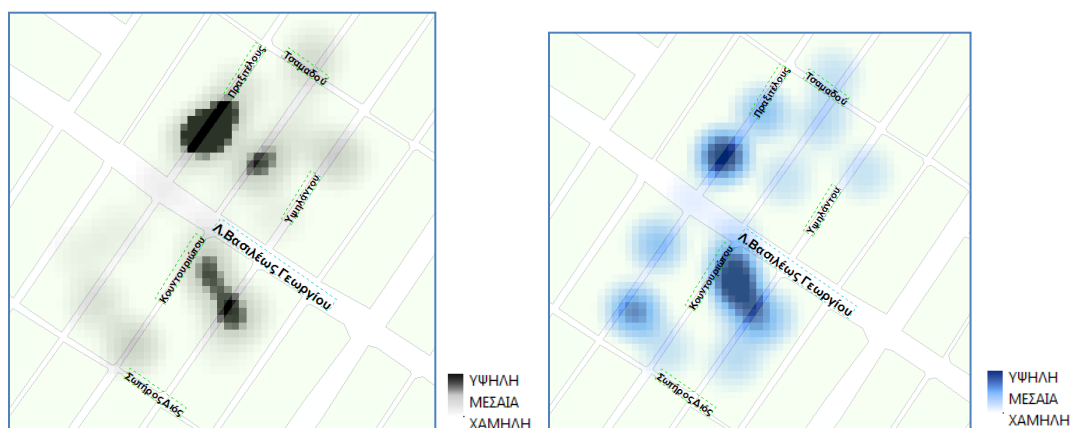
Όσον αφορά τον εμπορικό κλάδο υψηλές συγκεντρώσεις λιανικού εμπορίου εντοπίζονται σε δύο πυρήνες, βορειοδυτικά της Λ. Βασιλέως Γεωργίου και προς τον εμπορικό πεζόδρομο Σωτήρος Διός. Στο βορειοανατολικό τμήμα της περιοχής έχουμε μεσαίες και χαμηλές συγκεντρώσεις εμπορικών καταστημάτων. Το γεγονός ότι εντοπίζονται πολλά «κενά» συγκέντρωσης σε μια τόσο εμπορική περιοχή του Πειραιά μπορεί να οφείλεται σε παράγοντες όπως η ισχυρή ανάμιξη χρήσεων, η ύπαρξη πιάτσων, η αδρανοποίηση πολλών καταστημάτων, κ.α.

Μετά από περαιτέρω μελέτη στους τύπους του λιανικού εμπορίου προέκυψε ότι δημιουργούνται 2 βασικοί πυρήνες συγκέντρωσης δερμάτων ειδών και υποδημάτων επί της Λεωφόρου Βασιλέως Γεωργίου.



Χάρτης 71: Χωρικές συγκεντρώσεις Εστίασης - Αναψυχής στον Πειραιά

Στην ομάδα της εστίασης-αναψυχής εμφανίζεται ένας πυρήνας υψηλής συγκέντρωσης στο βόρειο τμήμα του Ο.Τ. που περικλείεται από την Λ. Βασιλέως Γεωργίου, Κουντουριώτου και Υψηλάντου ενώ στην υπόλοιπη περιοχή μελέτης παρουσιάζει μεσαίες αλλά και πολύ χαμηλές συχνότητες.

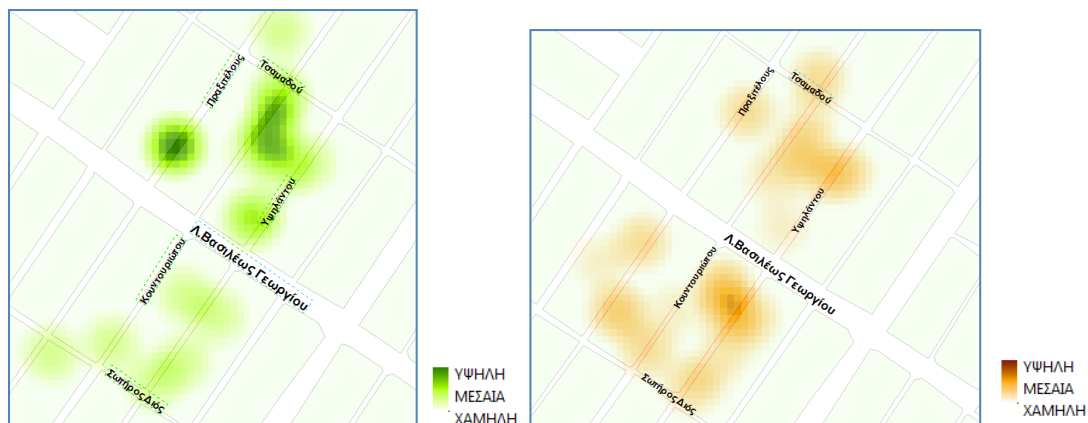


Χάρτης 72 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Κλειστών Καταστημάτων στον Πειραιά

Χάρτης 73 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις Γραφείων στον Πειραιά

Στην περιοχή μελέτης που επιλέχθηκε για τον Πειραιά εντοπίζονται και μεγάλοι πυρήνες έλλειψης δραστηριότητας. Στο βόρειο τμήμα των οδών Πραξιτέλους και Κουντουριώτου μπορεί κανείς να εντοπίσει κυρίως ανοίκιαστα διαμερίσματα ενώ πιο νότια επί των οδών Υψηλάντου και Κουντουριώτου προς την Λ.Βασιλέως Γεωργίου υπάρχει σημαντική συγκέντρωση κλειστών εμπορικών καταστημάτων. Άλλωστε, είναι το ίδιο τμήμα το οποίο φανέρωσε και υψηλές συγκεντρώσεις χρήσεων λιανικού εμπορίου. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι στον πεζόδρομο Σωτήρους Διός επικρατεί μια καλύτερη κατάσταση ως προς τα «λουκέτα» του εμπορίου και φαίνεται να αντέχει περισσότερο στις οικονομικές συγκυρίες.

Όσον αφορά την ομάδα γραφεία-τράπεζες εντοπίζονται σε 2 πυρήνες. Ο πρώτος βρίσκεται στην στοά της οδού Πραξιτέλους ενώ ο δεύτερος νοτιότερα επί των οδών Βασιλέως Γεωργίου, Κουντουριώτου και Υψηλάντου με την μορφή ταξιδιωτικών πρακτορείων, μεσιτικών και ασφαλιστικών γραφείων, ιατρείων, τεχνικών γραφείων, κλπ.



Χάρτης 74 (αριστερά): Χωρικές συγκεντρώσεις Παροχής Υπηρεσιών στον Πειραιά
Χάρτης 75 (δεξιά): Χωρικές συγκεντρώσεις κατοικίας στον Πειραιά

Η κατοικία της περιοχής είναι διεσπαρμένη σε όλη την έκταση της, εντοπίζεται σε χαμηλές συγκεντρώσεις και στις περισσότερες των περιπτώσεων εντοπίζεται στους ορόφους των κτιρίων σε συνύπαρξη με γραφεία και δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών ενώ τα ισόγεια φιλοξενούν εμπορικά καταστήματα, εστίαση-αναψυχή, κ.α.

Οι χρήσεις Παροχής Υπηρεσιών βρίσκονται σε μεσαίες και υψηλές πυκνότητες στο βορειοανατολικό τμήμα της περιοχής μελέτης όπου μπορεί κανείς να βρει φροντιστήρια, κομμωτήρια, κλπ. Σε αντίθεση, το νοτιοδυτικό τμήμα χαρακτηρίζεται από μεσαίες προς χαμηλές συγκεντρώσεις της συγκεκριμένης κατηγορίας.

7.4.4. Δείκτης Συγκέντρωσης (LQ)

Σε αυτό το στάδιο μελετώνται ποιες από τις συγκεντρώσεις των ομάδων ενδιαφέροντος που επιλέχθηκαν και αναλύθηκαν στα προηγούμενα βήματα σε κάθε

περιοχή μελέτης είναι περισσότερο αντιπροσωπευτικές του συνόλου της ευρύτερης περιοχής Αθήνας – Πειραιά.

Επομένως, από τον επόμενο πίνακα προκύπτει ότι:

- Το λιανικό εμπόριο εμφανίζεται σε έντονες συγκεντρώσεις στις περιοχές της Ερμού, της Αιόλου και του Εμπορικού Κέντρου Αμαρουσίου ενώ σε χαμηλότερες στις υπόλοιπες τρεις περιοχές μελέτης.
- Το μοντέλο συγκεντρώσεων γραφείων - τραπεζών έχει έντονη παρουσία στην περιοχή μελέτης του Πειραιά, σημαντική στην περιοχή του Εμπορικού Κέντρου Αμαρουσίου ενώ χαμηλότερες τιμές εμφανίζει στις περιοχές Ερμού, Αιόλου, Αμαρουσίου προς Λ. Κηφισίας και Πανόρμου.
- Όσον αφορά την παροχή υπηρεσιών, μεγάλες συγκεντρώσεις εντοπίζονται στις περιοχές Ερμού, κέντρου Αμαρουσίου και Πειραιά και σημαντική εμφάνιση κάνουν στην περιοχή του Αμαρουσίου προς την Λ. Κηφισίας.
- Η εστίαση και αναψυχή εντοπίζεται συγκεντρωμένη με μεγάλο βαθμό στην Ερμού, Αιόλου και στο Μαρούσι και φαίνεται να συνυπάρχει με το λιανικό εμπόριο
- Η μεταποίηση και επιδιορθώσεις λαμβάνουν μεγάλες τιμές δείκτη συγκέντρωσης στην Ερμού αλλά το μεγάλο ενδιαφέρον στρέφεται προς την περιοχή της Πανόρμου και του Αμαρουσίου προς την Κηφισίας όπου φαίνεται να συνυπάρχουν με υψηλή συγκέντρωση χρήσεων κατοικίας.
- Η χρήση των πρατηρίων – παρκινγκ καταγράφηκε σε μεμονωμένα και αραιά σημεία στις περισσότερες περιοχές μελέτης με μοναδική εξαίρεση στην περιοχή του Πειραιά.
- Τέλος, η έλλειψη δραστηριότητας συγκεντρώνεται κατά βάση στις περιοχές της Αιόλου, Πανόρμου και στον Πειραιά ενώ σημαντική είναι και η παρουσία των «λουκέτων» στις περιοχές του Αμαρουσίου. Στην περιοχή της Ερμού, αν και αποτελεί ισχυρή εμπορική περιοχή, τα κλειστά καταστήματα καταλαμβάνουν μικρή έκταση σε σχέση με τις υπόλοιπες χρήσεις,

Βέβαια, σε αυτό το σημείο είναι απαραίτητο να αναφερθεί ότι τα αποτελέσματα δεν θεωρούνται απολύτων αντιπροσωπευτικά παρά μόνο δίνουν μια εκτίμηση καθώς οι βασικότεροι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν το αποτέλεσμα είναι ότι:

- Οι περιοχές μελέτης δεν μελετώνται σαν έκταση αλλά ένα τμήμα τους με βασικό κριτήριο την ύπαρξη λιανικού εμπορίου
- Δεν είναι συνεχόμενες οπότε το αποτέλεσμα θα μπορούσε να αλλοιωθεί σημαντικά από τα υπόλοιπα τμήματα του γεωγραφικού χάρτη της Αθήνας που παρεμβάλλονται.
- Επιπλέον, ορισμένα αποτελέσματα του δείκτη τα οποία φανερώνουν χαμηλές συγκεντρώσεις έρχονται σε αντίθεση με τα αποτελέσματα του Kernel Density γεγονός που οφείλεται στο γεγονός ότι στην περίπτωση του LQ λαμβάνεται υπόψη η συχνότητα όλων των χρήσεων στην περιοχή μελέτης ενώ στο Kernel Density μελετάται κάθε χρήση μεμονωμένα.

Ομάδες Χρήσεων/Περιοχές		Ερμού	Αιόλου	Μαρούσι1	Μαρούσι2	Πανόρμου	Πειραιάς
Λιανικό Εμπόριο	x_i/x_j	0,37	0,11	0,18	0,03	0,11	0,20
	$\Sigma x_i/\Sigma x_j$	0,28	0,08	0,15	0,06	0,16	0,26
	LQ	1,32	1,33	1,21	0,54	0,68	0,75
Γραφεία-Τράπεζες	x_i/x_j	0,22	0,06	0,15	0,05	0,14	0,37
	$\Sigma x_i/\Sigma x_j$	0,28	0,08	0,15	0,06	0,16	0,26
	LQ	0,80	0,73	0,99	0,84	0,88	1,41
Παροχή Υπηρεσιών	x_i/x_j	0,32	0,02	0,18	0,06	0,12	0,29
	$\Sigma x_i/\Sigma x_j$	0,28	0,08	0,15	0,06	0,16	0,26
	LQ	1,17	0,18	1,23	0,96	0,76	1,11
Εστίαση-Αναψυχή	x_i/x_j	0,38	0,13	0,19	0,04	0,06	0,19
	$\Sigma x_i/\Sigma x_j$	0,28	0,08	0,15	0,06	0,16	0,26
	LQ	1,38	1,52	1,28	0,66	0,40	0,73
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις	x_i/x_j	0,58	0,08	0,05	0,08	0,21	0,00
	$\Sigma x_i/\Sigma x_j$	0,28	0,08	0,15	0,06	0,16	0,26
	LQ	2,09	0,94	0,35	1,23	1,30	0,00
Πρατήρια-Πάρκινγκ	x_i/x_j	0,08	0,00	0,00	0,00	0,00	0,92
	$\Sigma x_i/\Sigma x_j$	0,28	0,08	0,15	0,06	0,16	0,26
	LQ	0,28	0,00	0,00	0,00	0,00	3,50
Κατοικία	x_i/x_j	0,04	0,03	0,05	0,19	0,40	0,29
	$\Sigma x_i/\Sigma x_j$	0,28	0,08	0,15	0,06	0,16	0,26
	LQ	0,15	0,30	0,34	3,04	2,47	1,09
Έλλειψη Δραστηριότητας	x_i/x_j	0,10	0,10	0,15	0,06	0,20	0,38
	$\Sigma x_i/\Sigma x_j$	0,28	0,08	0,15	0,06	0,16	0,26
	LQ	0,37	1,22	0,99	1,01	1,26	1,44

Πίνακας 16: Δείκτης συγκέντρωσης των ομάδων χρήσεων ανά περιοχή

8. ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

8.1. Δημιουργία Τυπολογίας ανά Χωρική Μέθοδο

Ένα στάδιο μετά την χωρική ανάλυση των αποτελεσμάτων της επιτόπιας καταγραφής ακολουθεί η δημιουργία μιας ενιαίας τυπολογίας βάση της οποίας θα μπορούν να ταξινομηθούν οι περιοχές μελέτης. Αρχικά παρουσιάζονται ανά μέθοδο χωρικής ανάλυσης συγκεντρωτικοί πίνακες με τις ομάδες χρήσεων και τις περιοχές σύμφωνα με κριτήρια κατηγοριοποίησης που επιλέχθηκαν ανά περίπτωση.

Χωρικός μέσος και τυπική απόκλιση

- Θέση χωρικού μέσου λιανικού εμπορίου στην περιοχή μελέτης: ΚΕΝΤΡΟ, ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΜΕΝΟΣ
- Θέση χωρικού μέσου ομάδας σε σχέση με τον χωρικό μέσο εμπορίου: ανοιχτό μπλε (μεγάλη απόσταση) – σκούρο μπλε (μικρή απόσταση)
- Τυπική απόκλιση:
Μικρή / συγκέντρωση χρήσεων (0-30): ανοιχτό κόκκινο
Μεσαία (30-60): ενδιάμεσο κόκκινο
Μεγάλη / διασπορά χρήσεων (>60): σκούρο κόκκινο

ΕΡΜΟΥ		
Ομάδες Χρήσεων / Περιοχές	Θέση Χ.Μ. Ομάδας σε σχέση με τον Χ.Μ. Εμπορίου	Τυπική Απόκλιση
Λιανικό Εμπόριο	ΚΕΝΤΡΟ	
Εστίαση - Αναψυχή		
Γραφεία-Τράπεζες		
Παροχή Υπηρεσιών		
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις		
Κατοικία		
Έλλειψη Δραστηριότητας		
Ενδύματα		
Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα		
Ρολόγια - Κοσμήματα		
Υποδήματα - δερμάτινα είδη		
ΑΙΟΛΟΥ		
Ομάδες Χρήσεων / Περιοχές	Θέση Χ.Μ. Ομάδας σε σχέση με τον Χ.Μ. Εμπορίου	Τυπική Απόκλιση
Λιανικό Εμπόριο	ΚΕΝΤΡΟ	
Εστίαση - Αναψυχή		
Γραφεία-Τράπεζες		
Παροχή Υπηρεσιών		
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις		
Κατοικία		
Έλλειψη Δραστηριότητας		

<i>Ενδύματα</i>		
<i>Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα</i>		
<i>Ρολόγια - Κοσμήματα</i>		
<i>Υποδήματα - δερμάτινα είδη</i>		
ΜΑΡΟΥΣΙ 1 (ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ)		
Ομάδες Χρήσεων / Περιοχές	Θέση Χ.Μ. Ομάδας σε σχέση με τον Χ.Μ. Εμπορίου	Τυπική Απόκλιση
Λιανικό Εμπόριο	KENTPO	
Εστίαση - Αναψυχή		
Γραφεία-Τράπεζες		
Παροχή Υπηρεσιών		
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις		
Κατοικία		
Έλλειψη Δραστηριότητας		
<i>Ενδύματα</i>		
<i>Ρολόγια - Κοσμήματα</i>		
<i>Υποδήματα - δερμάτινα είδη</i>		
ΜΑΡΟΥΣΙ 2 (ΠΡΟΣ Λ.ΚΗΦΙΣΙΑΣ)		
Ομάδες Χρήσεων / Περιοχές	Θέση Χ.Μ. Ομάδας σε σχέση με τον Χ.Μ. Εμπορίου	Τυπική Απόκλιση
Λιανικό Εμπόριο	ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΜΕΝΟΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΑ	
Εστίαση - Αναψυχή		
Γραφεία-Τράπεζες		
Παροχή Υπηρεσιών		
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις		
Κατοικία		
Έλλειψη Δραστηριότητας		
ΔΕΝ ΞΕΧΩΡΙΖΟΥΝ ΤΥΠΟΙ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ		
ΠΑΝΟΡΜΟΥ		
Ομάδες Χρήσεων / Περιοχές	Θέση Χ.Μ. Ομάδας σε σχέση με τον Χ.Μ. Εμπορίου	Τυπική Απόκλιση
Λιανικό Εμπόριο	KENTPO	
Εστίαση - Αναψυχή		
Γραφεία-Τράπεζες		
Παροχή Υπηρεσιών		
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις		
Κατοικία		
Έλλειψη Δραστηριότητας		

<i>Ενδύματα</i>		
<i>Ρολόγια - Κοσμήματα</i>		
<i>Υποδήματα - δερμάτινα είδη</i>		
ΠΕΙΡΑΙΑΣ		
Ομάδες Χρήσεων / Περιοχές	Θέση Χ.Μ. Ομάδας σε σχέση με τον Χ.Μ. Εμπορίου	Τυπική Απόκλιση
Λιανικό Εμπόριο	ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΜΕΝΟΣ ΝΟΤΙΑ	
Εστίαση - Αναψυχή		
Γραφεία-Τράπεζες		
Παροχή Υπηρεσιών		
Κατοικία		
Πρατήρια-Παρκινγκ		
Έλλειψη Δραστηριότητας		
<i>Ενδύματα</i>		
<i>Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα</i>		
<i>Υποδήματα - δερμάτινα είδη</i>		

Πίνακας 17: Συγκεντρωτικός πίνακας χωρικού μέσου και τυπικής απόκλισης

Nearest Neighbor Average

- Ομαδοποιημένο πρότυπο: μπλε χρώμα
- Τυχαίο πρότυπο: γκρι χρώμα
- Διεσπαρμένο πρότυπο: κόκκινο χρώμα

Ομάδες Χρήσεων / Περιοχές	Ερμού	Αιόλου	Μαρούσι 1	Μαρούσι 2	Πανόρμου	Πειραιάς
Λιανικό Εμπόριο						
<i>Ενδύματα</i>				-		
<i>Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα</i>			-	-	-	
<i>Ρολόγια - Κοσμήματα</i>				-		-
<i>Υποδήματα - δερμάτινα είδη</i>				-		
Εστίαση - Αναψυχή				-		
Γραφεία-Τράπεζες						
Παροχή Υπηρεσιών		-				
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις						-
Κατοικία						
Πρατήρια-Πάρκινγκ	-	-	-	-	-	
Έλλειψη Δραστηριότητας						

Πίνακας 18: Συγκεντρωτικός πίνακας NNA

Kernel Density

- Χαμηλή συγκέντρωση: ανοιχτό γκρι
- Μεσαία συγκέντρωση: ενδιάμεσο γκρι
- Υψηλή συγκέντρωση: σκούρο γκρι

Όσον αφορά τους κλάδους του λιανικού εμπορίου γίνεται μια καταγραφή των περιοχών που εμφανίζουν πυρήνες συγκεντρώσεων.

Ομάδες Χρήσεων / Περιοχές	Ερμού	Αιόλου	Μαρούσι 1	Μαρούσι 2	Πανόρμου	Πειραιάς
Λιανικό Εμπόριο						
<i>Ενδύματα</i>						
<i>Κλωστοϋφαντουργικά</i>						
<i>Ρολόγια - Κοσμήματα</i>						
<i>Υποδήματα - Δερμάτινα Είδη</i>						
Εστίαση - Αναψυχή						
Γραφεία-Τράπεζες						
Παροχή Υπηρεσιών		-	-			
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις		-		-		-
Κατοικία						
Πρατήρια-Πάρκινγκ	-	-	-	-	-	-
Έλλειψη Δραστηριότητας						

Πίνακας 19: Συγκεντρωτικός πίνακας Kernel Density

Δείκτης Συγκέντρωσης LQ

- Υψηλή συγκέντρωση ($LQ > 1.1$): σκούρο κόκκινο
- Μεσαία συγκέντρωση ($0.9 > LQ > 1.1$): ενδιάμεσο κόκκινο
- Μικρή συγκέντρωση ($LQ < 0.9$): ανοιχτό κόκκινο

Ομάδες Χρήσεων/Περιοχές	Ερμού	Αιόλου	Μαρούσι1	Μαρούσι2	Πανόρμου	Πειραιάς
λιανικό εμπόριο						
γραφεία-τράπεζες						
παροχή υπηρεσιών						
εστίαση-αναψυχή						
μεταποίηση-επιδιορθώσεις						
κατοικία						
πρατήρια-πάρκινγκ						
έλλειψη δραστηριότητας						

Πίνακας 20: Συγκεντρωτικός πίνακας LQ

8.2. Τύποι Περιοχών

8.2.1. Γενικά συμπεράσματα

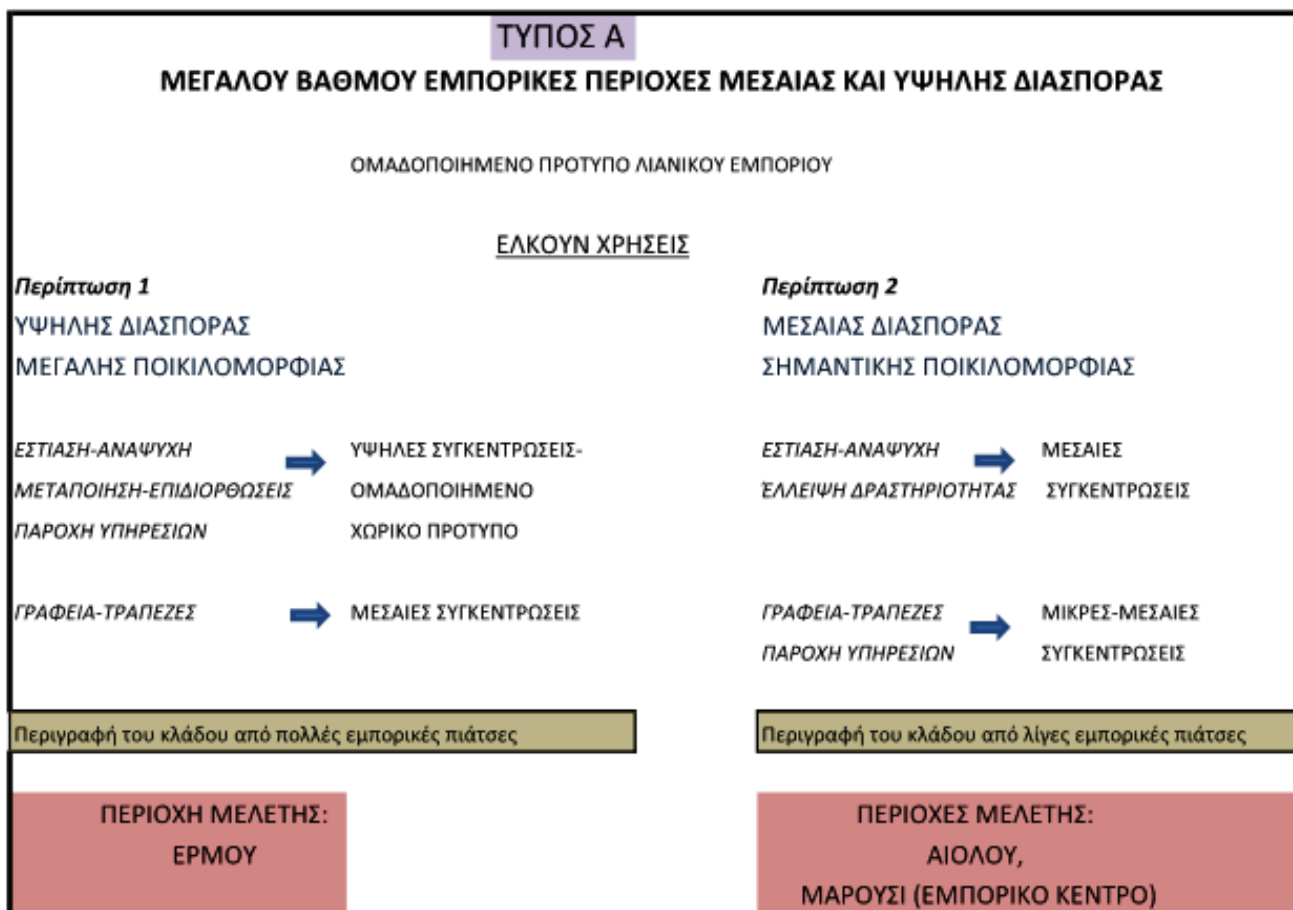
Οι τύποι των περιοχών προέκυψαν από έναν συνδυασμό των παραπάνω συγκεντρωτικών πινάκων που δημιουργήθηκαν ανά χωρική μέθοδο.

Τα πρώτα γενικά συμπεράσματα που προέκυψαν από τα αποτελέσματα της χωρικής ανάλυσης συνοψίζονται ως εξής:

- Ενότητες που χαρακτηρίζονται από **υψηλή διασπορά χρήσεων** λιανικού εμπορίου εμφανίζουν ταυτόχρονα **μεγάλη ποικιλομορφία χρήσεων**. Αντίστοιχα, η μεσαία διασπορά εμπορικών χρήσεων συνοδεύεται με σημαντική ποικιλία χρήσεων στην περιοχή ενώ η μικρή διασπορά συνδέεται με μικρότερη συχνότητα διαφορετικών χρήσεων στην περιοχή.
- Το **πρότυπο του λιανικού εμπορίου δεν συσχετίζεται με τον βαθμό συγκέντρωσης των εμπορικών χρήσεων αλλά και την διασπορά τους**. Έτσι, ακόμη και σε περιοχές που το λιανικό εμπόριο εντοπίζεται σε μικρές συχνότητες, η κατανομή του στον χώρο γίνεται με ομαδοποιημένο τρόπο.
- Ο **βαθμός εμφάνισης των χρήσεων του λιανικού εμπορίου και το μέγεθος της διασποράς τους παρουσιάζουν σημαντική αναλογία**. Έτσι, όσο πιο πολλές είναι οι εμπορικές χρήσεις στην περιοχή τόσο μεγαλύτερη η διασπορά τους στον χώρο.
- **Οι υψηλές συγκεντρώσεις χρήσεων δημιουργούν ομαδοποιημένα χωρικά πρότυπα**.
- Όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός στον οποίο χαρακτηρίζεται εμπορική μια περιοχή τόσο περισσότεροι είναι οι πυρήνες κλάδων του λιανικού εμπορίου που εμφανίζονται. Έτσι σε περιοχές που κυριαρχεί το εμπόριο εντοπίζονται και πολλές πιάτσες ενώ σε άλλες που το εμπόριο είναι δευτερεύουσας σημασίας δεν εντοπίζεται περιγραφή μέσω της ανάλυσης κλάδου. Από τους βασικότερους κλάδους που εντοπίζεται σε «πιάτσες» στις περιοχές εμπορικών χρήσεων είναι αυτός των δερμάτινων ειδών και υποδημάτων.

8.2.2. Ειδικά συμπεράσματα

Στην συνέχεια, ακολουθεί περιγραφή των τριών τύπων περιοχών που δημιουργήθηκαν μέσω των στοιχείων που συλλέχτηκαν από την διαδικασία της χωρικής ανάλυσης για τις έξι περιοχές μελέτης.



Σχήμα 21: Περιγραφή περιοχών τύπου Α

Σημείωση:

Για τον τύπο Α και την Περίπτωση 1 οι εμπορικές «πιάτσες» που δημιουργούνται αφορούν τους τύπους λιανικού εμπορίου

- Ενδύματα
- Κλωστοϋφαντουργικά
- Ρολόγια – Κοσμήματα
- Υποδήματα - Δερμάτινα Είδη

Για τον τύπο Α και την Περίπτωση 2 οι εμπορικές «πιάτσες» που δημιουργούνται αφορούν τους τύπους λιανικού εμπορίου

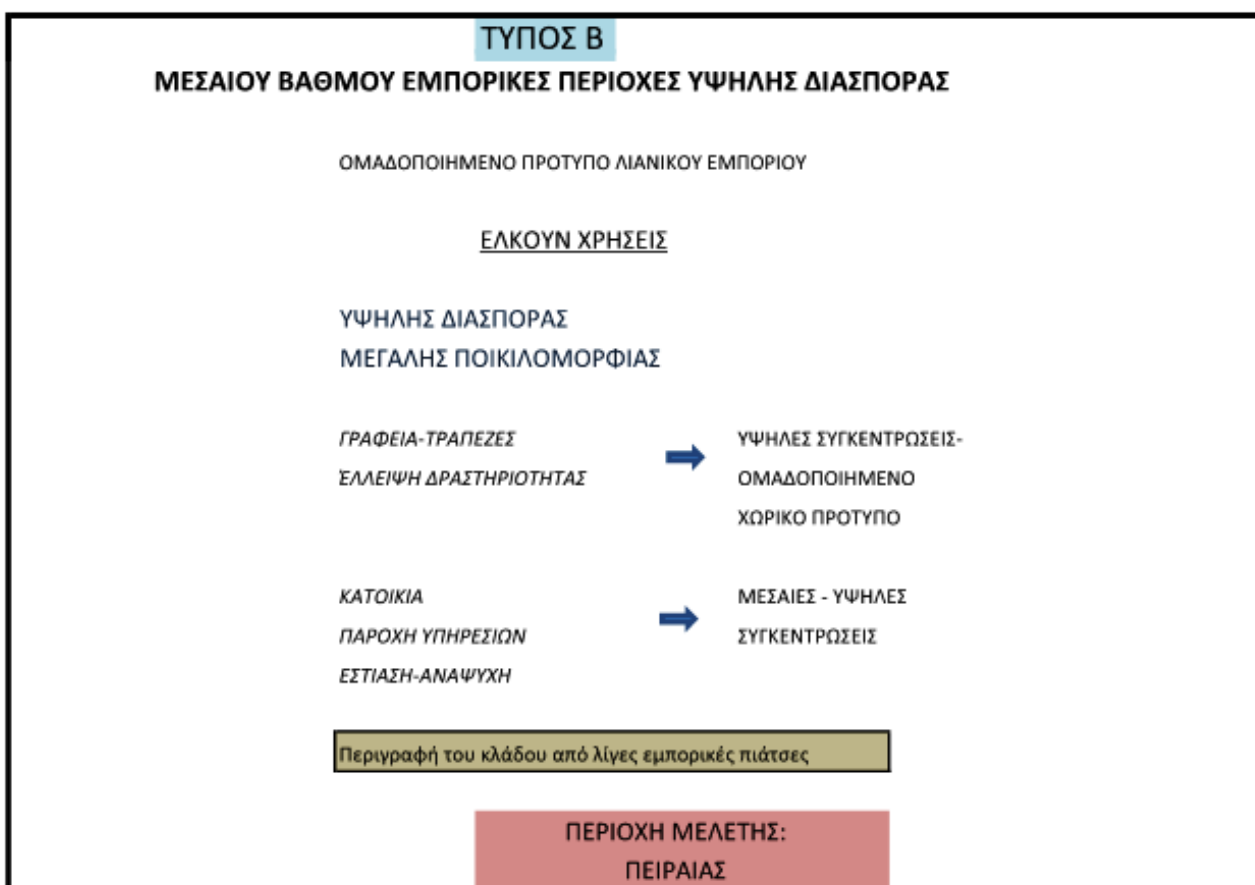
- Κλωστοϋφαντουργικά (Αιόλου)
- Υποδήματα - Δερμάτινα Είδη (Μαρούσι Εμπορικό Κέντρο)

Ο πρώτος τύπος που διακρίνεται αφορά περιοχές όπου οι χρήσεις του λιανικού εμπορίου αποτελούν την κύρια δραστηριότητα και είναι διεσπαρμένες σε αυτήν σε μεσαίο έως υψηλό βαθμό. Όπως αναμένεται το χωρικό πρότυπο του εμπορίου που επικρατεί είναι το ομαδοποιημένο ενώ παράλληλα διακρίνονται 2 υποκατηγορίες ανάλογα με το μέγεθος της διασποράς της κυρίαρχης χρήσης.

— Έτσι από την μια παρατηρείται ότι σε κυρίως εμπορικές περιοχές με μεγάλη διασπορά εμπορικών χρήσεων συγκεντρώνονται σε μεγάλο βαθμό χρήσεις

αναψυχής-εστίασης, μεταποίησης-επιδιορθώσεων και παροχής υπηρεσιών ενώ σε λιγότερο αλλά σημαντικό βαθμό γραφεία και υπηρεσίες. Σε αυτήν την κατηγορία υπάρχει η τάση δημιουργίας εμπορικών πυρήνων συγκεκριμένων κλάδων αγαθών ενώ **τα κλειστά καταστήματα δεν εμφανίζονται σε αξιόλογες συγκεντρώσεις.**

- Επιπλέον, σε περιοχές όπου κυριαρχεί το εμπόριο και εμφανίζει μια σημαντική διασπορά στον χώρο, το λιανικό εμπόριο έλκει σε μεσαίο βαθμό χρήσεις αναψυχής-εστίασης ενώ σε μικρότερο γραφεία τράπεζες και υπηρεσίες. Σε αυτήν την περίπτωση, **σημαντική είναι και η εμφάνιση της έλλειψης δραστηριότητας** ενώ εντοπίζονται και κάποιοι πυρήνες κλάδων λιανικού εμπορίου.



Σχήμα 22: Περιγραφή περιοχών τύπου Β

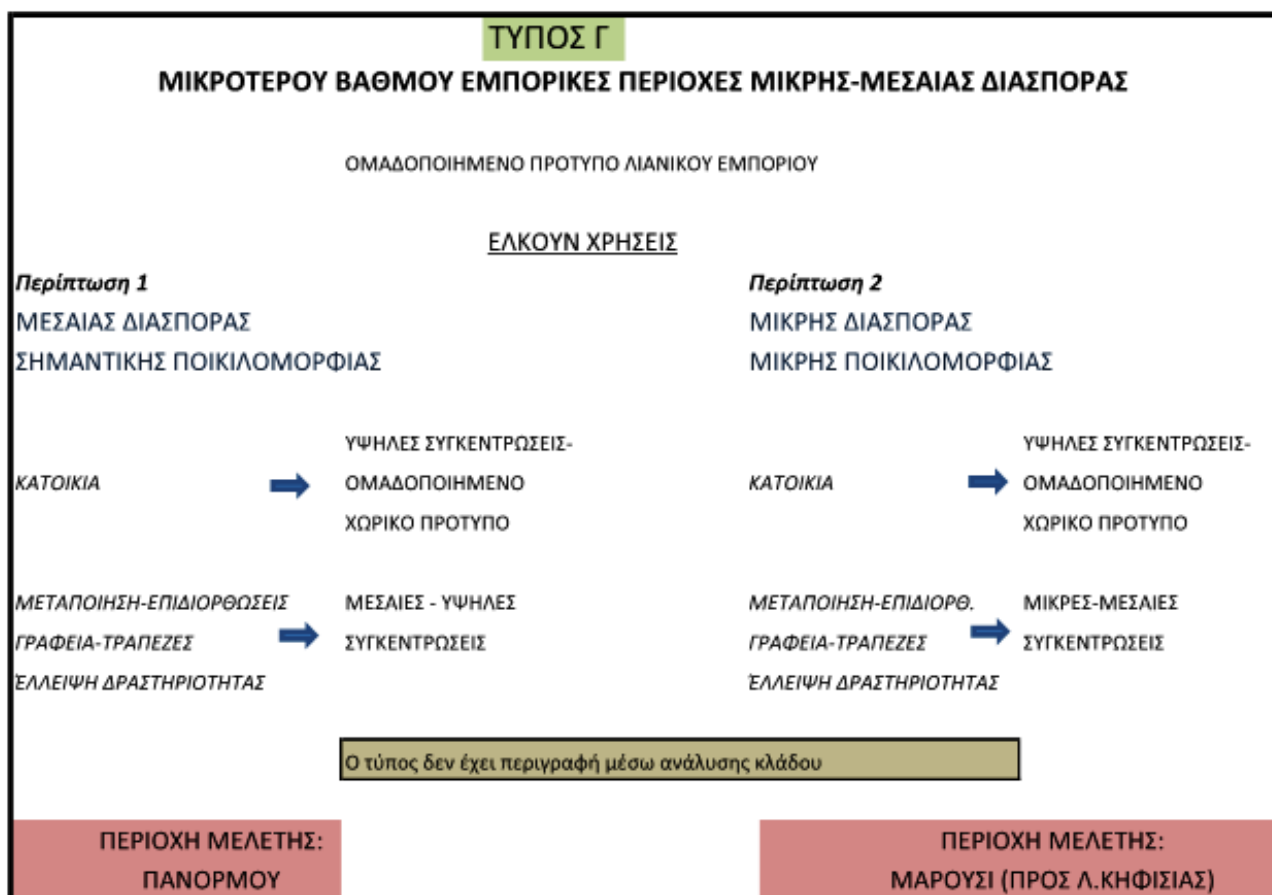
Σημείωση:

Για τον τύπο Β η εμπορική «πιάτσα» που δημιουργείται αφορά τον τύπο του λιανικού εμπορίου

- Υποδήματα - Δερμάτινα Είδη

Ο δεύτερος τύπος που προέκυψε αφορά περιοχές που εμφανίζονται εμπορικές χρήσεις σε σημαντικές συχνότητες αλλά συνυπάρχουν με σημαντικές συγκεντρώσεις άλλων χρήσεων. Σε αυτές τις περιοχές υπάρχει μεγάλη ποικιλία χρήσεων ενώ το

εμπόριο είναι διεσπαρμένο σε μεγάλο βαθμό στον χώρο. Αυτός ο τύπος περιοχών έλκει μεγάλες συγκεντρώσεις γραφείων και τραπεζών και μεσαίες συγκεντρώσεις κατοικίας, υπηρεσιών και μεταποίησης. Ιδιαίτερα *μεγάλη είναι και η εμφάνιση κλειστών καταστημάτων και κενών χώρων*. Σε αυτή την περίπτωση, συγκριτικά με τον τύπο περιοχών Α εντοπίζονται λιγότερες εμπορικές «ιάτσες».



Σχήμα 23: Περιγραφή περιοχών τύπου Γ

Ο τελευταίος τύπος αφορά περιοχές που δεν χαρακτηρίζονται εμπορικές αλλά περιλαμβάνουν άλλες χρήσεις σε μεγαλύτερες συχνότητες από αυτές του εμπορίου. Σε αυτές τις περιοχές το λιανικό εμπόριο δεν χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερη διασπορά στον χώρο ενώ διακρίνονται δύο περιπτώσεις.

- Εκεί όπου η διασπορά του λιανικού εμπορίου θεωρείται μεσαίου βαθμού **η κυρίαρχη χρήση είναι αυτή της κατοικίας** ενώ σε σημαντικό βαθμό ακολουθούν η μεταποίηση-επιδιορθώσεις και τα γραφεία-τράπεζες. *Μεγάλη είναι και η εμφάνιση των χώρων με έλλειψη δραστηριότητας*
- Η δεύτερη περίπτωση αφορά περιοχές με μικρή συχνότητα και διασπορά χρήσεων εμπορίου στις οποίες κυριαρχεί η κατοικία ενώ μικρή εμφάνιση κάνουν τα γραφεία-τράπεζες, η μεταποίηση και η έλλειψη δραστηριότητας.

Σε αυτόν τον τύπο περιοχών δεν ξεχωρίζουν κλάδοι και συγκεντρώσεις λιανικού εμπορίου.

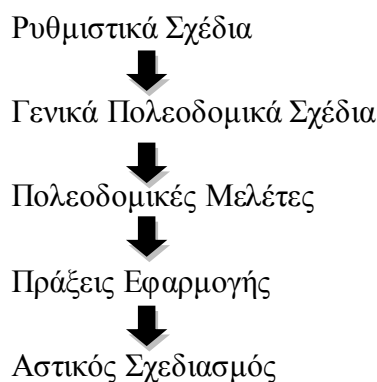
8.3. Προσεγγίσεις στην Οργάνωση του Χώρου

Σε αυτή την ενότητα γίνεται προσπάθεια περιγραφής της σημασίας των τύπων των περιοχών που προέκυψαν στην οργάνωση του χώρου. Επομένως, πλέον οι διαπιστώσεις ξεφεύγουν από το «στενό» πλαίσιο των χρήσεων γης και συνδέονται με τις προσεγγίσεις της λειτουργίας των χωρικών δομών.

Σε αυτή την φάση θεωρείται αναγκαία η αναφορά στις πολιτικές οργάνωσης και λειτουργίας του χώρου οι οποίες περιλαμβάνουν κατευθύνσεις και προσεγγίσεις οι οποίες συσχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τους τύπους των περιοχών που μελετήθηκαν αλλά και με μεγαλύτερης κλίμακας χωρικές ενότητες. (Κουσιδώνης, Χ.,2007: 30). Τα είδη προγραμματισμού του χώρου αφορούν:

- + Α-χωρικές πολιτικές: Κοινωνικός και οικονομικός προγραμματισμός, κλασικές οικονομικές πολιτικές, πολιτικές για χώρο
- + Φυσικός σχεδιασμός: Ρύθμιση χρήσεων γης, μελέτες δικτύων κυκλοφορίας και μεταφορών, μελέτες δικτύων τεχνικών υποδομών. Μέσα σε αυτό το είδος σχεδιασμού διακρίνονται τα παρακάτω επίπεδα
 - ο Πολεοδομικός σχεδιασμός: Ρύθμιση χρήσεων γης, οργάνωση λειτουργιών, δίκτυα κοινόχρηστων χώρων και κοινωφελών λειτουργιών, μελέτες κυκλοφορίας και μεταφορών, χρονικός/οικονομικός προγραμματισμός εφαρμογής.

- ο Χωροταξικός σχεδιασμός: Έμφαση στην αναπτυξιακή διάσταση και την οργάνωση των δραστηριοτήτων, την προστασία του περιβάλλοντος, δίκτυα οικισμών, μείζονες μεταφορικές/τεχνικές υποδομές, κατευθύνσεις Περιφερειακής Ανάπτυξης.



8.4. Προβλήματα - Πλεονεκτήματα

Στην συνέχεια, σημαντική είναι η παρουσίαση των προβλημάτων αλλά και των στοιχείων τα οποία συμβάλουν θετικά τόσο στις περιοχές καταγραφής χρήσεων όσο και γενικότερα στους τύπους των περιοχών που προέκυψαν.

8.4.1. Οικιστικό περιβάλλον

Από τα πιο κρίσιμα ζητήματα μεταξύ των τύπων περιοχών και της λειτουργίας του χώρου είναι αυτά που αφορούν το οικιστικό περιβάλλον.

Στις περιοχές **τύπου Α** οι υψηλοί συντελεστές δόμησης, η μεγάλη κάλυψη γης από δομημένο χώρο και η ύπαρξη ελάχιστων ελευθέρων χώρων δημιουργούν ένα **ασφυκτικό αστικό περιβάλλον**. Η περιοχές κυρίως «πατάνε» σε χρήσεις κεντρικών λειτουργιών και πολεοδομικών κέντρων ενώ σε πολλές περιπτώσεις θεωρούνται και υπερτοπικά κέντρα Δήμων. Μάλιστα οι χρήσεις αυτές καταλαμβάνουν **μεγάλες εκτάσεις γης συνήθως εις βάρος των ελεύθερων χώρων**.

Σαν θετικό αποτέλεσμα του συνδυασμού πολλών εμπορικών χρήσεων και αναψυχής στις περιοχές αυτές θεωρείται η μεγάλη προσέλευση κόσμου ο οποίο ζωντανεύει την εικόνα τους και αποτελεί ισχυρή οικονομική τόνωση.

Από την άλλη, παραμένοντας στις εμπορικές περιοχές του ιστορικού κέντρου οι ύπαρξη σημαντικών κτιρίων χώρων όπως η εκκλησία και η πλατεία Καπνικαρέας στην Ερμού και η εκκλησία Κοίμησης Θεοτόκου Χρυσοσπηλαιωτίσσης, στην Αιόλου, αναβαθμίζουν την εικόνα των περιοχών μέσω του αξιόλογου πολιτιστικού στοιχείου.

Όσον αφορά τους **τύπους Β** η μεγάλη ποικιλομορφία δημιουργεί τόσο μειονεκτήματα όσο πλεονεκτήματα στον χώρο. Από την μια, **η συνύπαρξη εμπορίου, αναψυχής, γραφείων και παροχών με χρήσεις κατοικίας δημιουργεί συγκρούσεις**. Τα οικόπεδα τα οποία έχουν πρόσωπο στους κεντρικούς οδικούς άξονες επηρεάζουν και τα γειτονικά κτίρια που συνορεύουν και βρίσκονται από την πίσω μεριά του Ο.Τ. Εφόσον το πρώτο οικόπεδο περιλαμβάνει χρήσεις εμπορικές και ψυχαγωγίας και το δεύτερο δεν μπορεί λόγω όχλησης να συγκρατήσει τις χρήσεις κατοικίας και έτσι αλυσιδωτά μεταβάλλονται οι χρήσεις και των γειτονικών οικοπέδων. Επομένως, **υπάρχει ο κίνδυνος αλλοίωσης του χαρακτήρα πολλών Ο.Τ. που προορίζονται για κατοικία**.

Η συγκέντρωση πολλών κλειστών καταστημάτων και χώρων χωρίς δραστηριότητα πέρα από τις κοινωνικές επιπτώσεις στην απασχόληση που δημιουργεί, **υποβαθμίζει την εικόνα των περιοχών**. Το σταδιακό κλείσιμο καταστημάτων κατά μήκος σημαντικών δρόμων (χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η οδός Υψηλάντου στον Πειραιά) δημιουργούν την εικόνα ερήμωσης και εγκατάλειψης και δημιουργεί **λειτουργικά και οπτικά «κενά»**.

Ο **τύπος Γ** από την μία «φλερτάρει» με χρήσεις υπερτοπικού χαρακτήρα λόγω της εγγύτητας των περιοχών με μεγάλους οδικούς άξονες οι οποίοι φιλοξενούν χρήσεις εμπορίου, γραφείων, διοίκησης και παροχών που προσελκύουν κόσμο από διάφορα σημεία του χώρου. Από την άλλη, όμως, θεωρούνται και περιοχές κατοικίας που εμφανίζουν χαρακτήρα γειτονιάς. **Η μεγάλη αυτή αντίθεση του τοπικού και υπερτοπικού δημιουργεί λειτουργικές συγκρούσεις** (μεγάλες ροές οχημάτων, εισχώρηση ασύμβατων χρήσεων σε περιοχές κατοικίας, προβλήματα στάθμευσης,

μεταβολές στις αξίες γης, κ.α.) καθώς και **μεγάλες αντιθέσεις στον χώρο** (από την μια πολυώροφα κτίρια και από την άλλη διαμερίσματα με αυλές και ιδιωτικούς χώρους στάθμευσης. Άλλωστε η χωροθέτηση των υπαρχόντων χρήσεων έρχονται σε αντίθεση με τον ορισμό της Γενικής Κατοικίας από την μεριά του επίσημου σχεδιασμού για αυτόν τον τύπο χωρικών ενοτήτων καθώς κάτι τέτοιο δεν δικαιολογεί κάτι πέρα από το τοπικό. Χαρακτηριστικά, στην περιοχή μελέτης του Αμαρουσίου που εφάπτεται στην Λ. Κηφισίας τα Ο.Τ. με πρόσωπο στην λεωφόρο έχουν χρήσεις υπερτοπικού χαρακτήρα ενώ στο πίσω μέρος φιλοξενούνται κατοικίες και επαγγελματικές στέγες.

Αντίστοιχα προβλήματα σε αυτήν την κατηγορία δημιουργούνται και από ισχυρούς υπερτοπικούς θύλακες αναψυχής όπως στην περίπτωση της Πανόρμου, οι οποίοι πέρα από προβλήματα κυκλοφορίας και στάθμευσης που δημιουργούν αποτελούν πυρήνες φασαρίας μέσα σε περιοχές με σημαντικό αριθμό κατοικιών.

Επιπρόσθετα, η γεινίαση αυτών των περιοχών με αυτές που μπορούν να χαρακτηριστούν τύπου Α και Β⁴⁶ δημιουργεί αντίστοιχα προβλήματα καθώς υπάρχει **αδυναμία συνύπαρξης χρήσεων κατοικίας με πολεοδομικά και υπερτοπικά κέντρα.**

Και σε αυτήν την περίπτωση, η σημαντική **ύπαρξη κλειστών χώρων** χωρίς δραστηριότητα υποβαθμίζει σημαντικά την εικόνα της περιοχής. Σε πολλά Ο.Τ. του Αμαρουσίου επί της Κηφισίας έχει μπει «λουκέτο» σε πολυώροφα εμπορικά και επαγγελματικά κτίρια κάτι το οποίο **κατακερματίζει τον χώρο**, δημιουργεί ασυνέχειες και αλλοιώνει την όψη ολόκληρης της περιοχής. Παρόμοια αποτελέσματα φέρνει η **ύπαρξη κελυφών (ενεργών ή μη) μαντρών, συνεργείων και εργαστηρίων** τα οποία προκαλούν όχληση και υποβαθμίζουν τις περιοχές κατοικίας

8.4.2. Μεταφορικό δίκτυο

Αναμφίβολα η ανάπτυξη των τεχνολογιών των μεταφορών και επικοινωνιών και, βεβαίως, των αντίστοιχων δικτύων υποδομών (οδικό δίκτυο, μεταφορικό δίκτυο, κλπ) διευκολύνουν ή εμποδίζουν τις σχέσεις μεταξύ των οικισμών. Στον τομέα των μεταφορών (ΜΜΜ, αυτοκινήτων, ποδηλάτων και πεζών) υπάρχουν αισθητές διαφορές ανάμεσα στους τύπους των περιοχών.

Για τις περιοχές του **τύπου Α** οι οποίες φιλοξενούν κυρίως εμπορικές δραστηριότητες αλλά και χρήσεις γραφείων και υπηρεσιών και λιγότερο κατοικίας το μεταφορικό δίκτυο αποτελείται κυρίως από πεζοδρομήσεις ενώ το οδικό δίκτυο αναπτύσσεται περιφερειακά των περιοχών στέλνοντας την κυκλοφορία εκτός αυτών των χωρικών ενοτήτων.

⁴⁶ Κάτι τέτοιο παρατηρείται στο πλαίσιο της επιτόπιας μελέτης των δύο διαφορετικών αλλά γειτνιαζόντων περιοχών του Δήμου Αμαρουσίου που επιλέχθηκαν.

Ενώ όλα αυτά γίνονται με σκοπό την προτεραιότητα των πεζών, η συνηθισμένη **νοοτροπία για την χρήση του ΙΧ** με σκοπό την προσέγγιση των χώρων εργασίας και τις αγορές **οδηγεί σε κατάληψη πεζοδρομίων και ανοιγμάτων από παράνομα σταθμευμένα οχήματα και πολλές φορές την κίνηση οχημάτων και μηχανών πάνω στους πεζοδρόμους**. Επιπλέον, λόγω του μειωμένου αριθμού διαδρομών διέλευσης των οχημάτων σε αυτές τις περιοχές δημιουργούνται **προβλήματα αυξημένης κυκλοφορίας και παρεμπόδιση της κυκλοφορίας των πεζών** από ενδιάμεσες διαβάσεις.

Στην συνέχεια, οι περιοχές αυτού του τύπου συνήθως εξυπηρετούνται από στάσεις σταθερών μέσων τροχιάς αλλά και πολλές γραμμές λεωφορείων και τρόλεϊ που διευκολύνουν τις κινήσεις των επισκεπτών, εργαζομένων και κατοίκων και περιορίζει την χρήση του αυτοκινήτου. Η υποστήριξη των δημόσιων συγκοινωνιών βελτιώνουν τις συνθήκες κυκλοφορίας, διαβίωσης και περιβάλλοντος γεγονός που θέτει αυτόν τον τρόπο προσέγγισης των περιοχών στα σημαντικά πλεονεκτήματα τους.

Όμως, η **επέκταση των δραστηριοτήτων εστίασης και αναψυχής πάνω στους πεζόδρομους (τραπεζοκαθίσματα)** δημιουργεί **προβλήματα μετακίνησης των πεζών και όχληση**. Χαρακτηριστικά, στους κάθετους πεζόδρομους της Ερμού η χωροθέτηση πυρήνων καφετεριών και μπαρ και η μεγάλη στενότητα των δρόμων αυτών οδηγεί σε αρκετές περιπτώσεις αδυναμία προσέγγισης τους.

Στις περιοχές **τύπου Β** η κατάσταση μεταβάλλεται σημαντικά. Εδώ, λόγω των λιγότερων εμπορικών χρήσεων αλλά και την ισχυρή ανάμιξη διαφορετικού τύπου δραστηριοτήτων (εμπόριο, κατοικία, υπηρεσίες, γραφεία, εστίαση, κ.α.) **το οδικό δίκτυο είναι περισσότερο αναπτυγμένο χωρίς να λείπουν και οι πεζοδρομήσεις**. Τα πράγματα φαίνεται να είναι περισσότερο «μοιρασμένα». Έτσι η μεγαλύτερη παρουσία του αυτοκινήτου γεννά **προβλήματα όχλησης των κατοίκων, αυξημένου κυκλοφοριακού φόρτου και έλλειψη χώρων στάθμευσης**. Μάλιστα, η παράνομη στάθμευση αποτελεί καθημερινά φαινόμενο στην περιοχή και δεν περιορίζεται μόνο σε εσωτερικούς δρόμους αλλά και στις μεγάλες αρτηρίες. Χαρακτηριστικά, μπορεί κανείς να παρατηρήσει διπλοπαρκαρισμένα αυτοκίνητα, οχήματα πάνω σε πεζοδρόμια λόγω στενότητας των οδών και πάνω σε στροφές. Επιπλέον, υπάρχει **κακή ποιότητα οδοστρώματος και μικρού πλάτους πεζοδρόμια** όχι τόσο σε κεντρικούς δρόμους (όπου συνήθως βρίσκεται το λιανικό εμπόριο) αλλά σε αυτούς που εισχωρούν περισσότερο σε επίπεδο γειτονιάς. Όσον αφορά την περιοχή του Πειραιά που μελετήθηκε σε αυτήν την κατηγορία η Λεωφόρος Βασιλέως Γεωργίου με τις εμπορικές χρήσεις δεν είχε προβλήματα πλάτους ή πεζοδρομίων αλλά αυξημένης κυκλοφορίας ενώ οι κάθετοι σε αυτόν δρόμοι αντιμετώπιζαν προβλήματα πλάτους, στάθμευσης και χώρου πεζοδρομίων.

Οι περιοχές του **τύπου Γ**, εξυπηρετούνται σε μεγάλο βαθμό, πλέον, από το **αυτοκίνητο**. Συνήθως χωροθετούνται κοντά σε μεγάλες οδικές αρτηρίες (στην Πανόρμου και στο Μαρούσι II εντοπίζεται η Λεωφόρος Κηφισίας) οι οποίες ελκύουν

μεγάλες ροές αυτοκινήτων. Η κοντινή απόσταση στις μεγάλες οδικές αρτηρίες δημιουργούν **προβλήματα διαμπερής κυκλοφορίας** μέσα σε περιοχές κατοικίας γεγονός που υποβαθμίζει την ποιότητα ζωής των κατοίκων και απειλεί την ασφάλειά τους. Τα **προβλήματα κυκλοφορίας, στάθμευσης και όχλησης** είναι ιδιαίτερα εμφανή σε αυτόν τον τύπο ενώ η κατάσταση βελτιώνεται όταν βρίσκεται κοντά στάση Μέσου Σταθερής Τροχιάς. Χαρακτηριστικά, στην περιοχή μελέτης Πανόρμου, από την μια υπάρχουν αυξημένες ροές ΙΧ ενώ από την άλλη ένα σημαντικός αριθμός κατοίκων, εργαζομένων και επισκεπτών εξυπηρετείται από τη στάση του Μετρό Πανόρμου.

Σε αυτές τις περιοχές δεν λείπουν και οι **στενοί δρόμοι και πεζοδρόμια** γεγονός που δυσχεραίνει το κυκλοφοριακό αλλά και την κίνηση πεζών.

Γενικά, προκύπτει το συμπέρασμα ότι σε τοπικό επίπεδο ο αριθμός των εσωτερικών μετακινήσεων αυξάνεται όσο αυξάνεται η διασπορά χρήσεων μέσα στην περιοχή αλλά και όσο εντείνεται ο εμπορικός της χαρακτήρας ενώ ένα πιο συγκεντρωμένο μοντέλο χρήσεων τις ελαχιστοποιεί. Παραμένοντας σε τοπικό επίπεδο το εμπόριο έλκει κινήσεις πεζών και ΜΜΜ ενώ η κατοικία ροές αυτοκινήτων. Όμως, η στροφή σε υπερτοπικούς πυρήνες δραστηριοτήτων κατά μήκος βασικών αρτηριών συνδέεται κατά κύριο λόγο με την χρήση του ΙΧ ακόμη ενώ στις περιπτώσεις που αφορά παραδοσιακούς πυρήνες σημαντική είναι η συνεισφορά των μέσων σταθερής τροχιάς καθώς περιορίζεται αναγκαστικά σε αυτές τις περιπτώσεις η χρήση και κυκλοφορία του αυτοκινήτου.

8.4.3. Κοινωνικό περιβάλλον

Οι περιοχές **τύπου Α** είναι ικανές να δημιουργήσουν **κοινωνικό-οικονομικές ανισότητες**. Η μεγάλη εξειδίκευση τους στον εμπορικό τομέα και ο χαρακτήρας τους προσελκύουν είτε μεγάλη γκάμα εισοδημάτων, είτε σύνολα καταναλωτών με συγκεκριμένες οικονομικές δυνατότητες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι περιοχές μελέτης Ερμού και Αιόλου οι οποίες αν και βρίσκονται σε τόσο κοντινή απόσταση απευθύνονται σε διαφορετικούς τύπους εισοδημάτων⁴⁷. Βεβαία, υπάρχουν και οι περιπτώσεις περιοχών όπου δεν υπάρχει εμφανής διάκριση ανάμεσα στα εισοδήματα (εμπορικό κέντρο Αμαρουσίου) και έτσι η ανάμιξη πληθυσμού αποτελεί ένα μάλλον θετικό κοινωνικό φαινόμενο.

Επιπλέον, οι **μεγάλη συγκέντρωση επισκεπτών – καταναλωτών στις περιοχές αυτές** ελκύει ευπαθείς ομάδες πληθυσμού (άστεγους, ζητιάνους, χρήστες ναρκωτικών, κ.α.)

Το γεγονός ότι η **συγκέντρωση της έλλειψης δραστηριότητας** σε συνδυασμό με την μεγάλη κρίση του εμπορίου τα τελευταία χρόνια, δημιουργεί **φαινόμενα**

⁴⁷ Στην Ερμού μπορεί να συναντήσει κανείς και ακριβά καταστήματα εμπορίου ενώ τα μαγαζιά στην Αιόλου και οι υπαίθριοι πάγκοι δείχνουν να απευθύνονται σε χαμηλότερα εισοδήματα.

αυξημένης ανεργίας στην περιοχή. Η ένταση του παράγοντα της ανεργίας σχετίζεται με και με το είδος των εισοδημάτων που προσελκύει το λιανικό εμπόριο. Για παράδειγμα, η Ερμού φαίνεται να πλήττεται από ανεργία αισθητά λιγότερο από την Αιόλου και το παραδοσιακό κέντρο του Αμαρουσίου καθώς είναι μια περιοχή που συντηρείται και από πληθυσμό υψηλότερων εισοδημάτων.

Η περιορισμένη κυκλοφορία οχημάτων στο εσωτερικό αυτών των περιοχών μειώνει την πιθανότητα ατυχημάτων μεταξύ οχημάτων αλλά και πεζών και δημιουργεί πιο ασφαλές περιβάλλον υπό αυτήν την έννοια.

Τέλος, όπως θα αναλυθεί και στην ενότητα του φυσικού περιβάλλοντος **η έλλειψη χώρων πρασίνου και η ρύπανση ενισχύουν την χαμηλή ποιότητα ζωής στις περιοχές αυτές.**

Οι περιοχές που συμβαδίζουν με τον **τύπο Β** εμφανίζουν λιγότερα κοινωνικά προβλήματα σε σχέση με τον πρώτο τύπο. Η καλύτερη ανάμιξη των χρήσεων συμβάλει με την σειρά της στην ανάμιξη πληθυσμών που δεν εμφανίζουν μεγάλες ανισότητες, κυρίως κατοίκων και εργαζομένων.

Όμως είναι γεγονός ότι και σε αυτήν την κατηγορία **η οικονομική κρίση, τα «λουκέτα» των καταστημάτων και η αδυναμία δραστηριοποίησης κενών χώρων δημιουργούν τεράστια προβλήματα ανεργίας.**

Ο **τύπος Γ** φαίνεται να επηρεάζεται λιγότερο στον τομέα της απασχόλησης και σε σχέση με τους προηγούμενους δύο αλλά σε αυτήν την περίπτωση η έλλειψη δραστηριότητας και τα λουκέτα επηρεάζουν την ποιότητα ζωής των κατοίκων. **Το κλείσιμο εμπορικών καταστημάτων αλλά και δραστηριοτήτων μεταποίησης και υπηρεσιών σε τέτοιες περιοχές αφορά εξυπηρετήσεις αναγκών σε επίπεδο γειτονιάς γεγονός που δυσκολεύει την κάλυψη των καταναλωτικών αναγκών των κατοίκων.** Η ερήμωση δρόμων από τέτοιους είδους επιχειρήσεις, οι οποίες είναι άμεσα συνυφασμένες με τη λειτουργία της τοπικής αγοράς οδηγεί σε διάσπαση της κοινωνικής συνοχής. Χαρακτηριστικά, αξίζει να αναφερθεί ότι στην περιοχή της Πανόρμου, τα περισσότερα κλειστά καταστήματα που εντοπίστηκαν αφορούσαν μπακάλικα, κρεοπωλεία, ψιλικάτζιδικα, επιδιορθώσεις ενδυμάτων, κλπ.

Όμως, η σημαντική παρουσία κατοικιών και οι τοπικές δραστηριότητες δημιουργούν χαρακτήρα γειτονιάς και συμβάλουν στην σύσφιξη των σχέσεων μεταξύ του πλήθους.

8.4.4. Φυσικό περιβάλλον

Όσον αφορά τις περιοχές που υπάγονται στον **τύπο Α** αντιμετωπίζουν σημαντικό **πρόβλημα έλλειψης χώρων πρασίνου και πυκνής δόμησης.** Το σύστημα της συνεχούς δόμησης που επικρατεί στις περιοχές αυτές δεν αφήνει περιθώρια στην ανάπτυξη εστίων πρασίνου ανάμεσα στα κτίρια ενώ απουσιάζουν και οι κοινωφελείς-κοινόχρηστοι χώροι.

Οι μεγάλη συγκέντρωση χρήσεων αναψυχής στις περιοχές αυτές, δημιουργούν προβλήματα όχλησης στον περιορισμένο αλλά υπαρκτό αριθμό κατοικιών στις περιοχές μελέτης.

Προβλήματα ρύπανσης παρατηρήθηκαν στις περιοχές του τύπου Α λόγω του **μεγάλου πλήθους ανθρώπων που επισκέπτονται τις περιοχές** για την κάλυψη εμπορικών αναγκών, για εργασία, για περίπατο, κ.α. Ιδιαίτερα στις περιοχές του ιστορικού εμπορικού κέντρου της Αθήνας (Ερμού, Αιόλου) μπορεί κανείς να συναντήσει υπερχειλισμένους κάδους, ριγμένα απορρίμματα στο έδαφος, λερωμένο και πολλές φορές ολισθηρό οδόστρωμα καθώς και άσχημες αισθητικά όψεις κτιρίων.

Όμως, σημαντικό πλεονέκτημα αυτών των περιοχών είναι ότι η πολλή καλή εξυπηρέτηση τους από τα μέσα σταθερής και κινητής τροχιάς αλλά και η ανάπτυξη του εσωτερικού τους πεζοδρομημένου δικτύου αποθαρρύνει την χρήση των ΙΧ και μειώνει τους ρύπους και την όχληση που αυτά δημιουργούν.

Οι περιοχές του **τύπου Β** εμφανίζουν παρόμοια προβλήματα φυσικού περιβάλλοντος με την ομάδα Α αλλά σε μικρότερη ένταση. Και σε αυτήν την περίπτωση **η έλλειψη πράσινων χώρων** είναι εμφανής ενώ **η μεγάλη ποικιλομορφία χρήσεων που εμφανίζουν οι περιοχές και οι λιγότερες πεζοδρομήσεις έλκει μεγαλύτερες ροές αυτοκινήτων τα οποία δημιουργούν ρύπανση του περιβάλλοντος και φασαρία**. Ο μεγαλύτερος αριθμός κατοικιών στις περιοχές αυτές συνυπάρχει με τις χρήσεις εστίασης και αναψυχής. Η δημιουργία ή όχι συγκρούσεων μεταξύ των δύο ομάδων εξαρτάται από το είδος των χρήσεων αναψυχής. Στην περίπτωση μελέτης του Πειραιά, εντοπίζονται περισσότερο καταστήματα γρήγορης εστίασης τα οποία δεν προκαλούν προβλήματα ηχητικής όχλησης.

Οι περιοχές **τύπου Γ** παρουσιάζουν μια πιο βελτιωμένη εικόνα ως προς το φυσικό περιβάλλον. Η λειτουργία των περιοχών περισσότερο ως θύλακες κατοικίας και εργασίας και λιγότερο για εμπορικούς και ψυχαγωγικούς σκοπούς συνοδεύεται με την ύπαρξη πλατειών και χώρων πρασίνου. Σε πολλές περιπτώσεις, ακόμη και το ίδιο σύστημα δόμησης στρέφεται γύρο από την ύπαρξη πρασιών και αυλών έτσι ώστε να ευνοήσει τις κατοικίες όπως γίνεται στην περίπτωση της περιοχής του Αμαρουσίου προς την Λεωφόρο Κηφισίας.

Επιπλέον, διακρίνεται μια καλύτερη οργάνωση ως προς την συγκομιδή των απορριμμάτων και την καθαριότητα των δρόμων και των πεζοδρομίων έτσι ώστε να διευκολύνονται οι κάτοικοι και εργαζόμενοι των περιοχών αυτών.

Όμως **η γειτνίαση αυτών των περιοχών με σημαντικούς οδικούς άξονες μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα στην ατμόσφαιρα αλλά και ηχορύπανση**. Την κατάσταση εντείνει **η έλλειψη πεζοδρομήσεων και η συχνή χρήση του αυτοκινήτου**.

Επιπλέον, όπως ήδη αναφέρθηκε στην ενότητα του οικιστικού περιβάλλοντος, **τα συνεργεία αυτοκινήτων και οι μάνδρες υποβαθμίζουν το φυσικό περιβάλλον.**

8.5. Συσχετισμός με τον Επίσημο Σχεδιασμό

Από τα παραπάνω συμπεράσματα διαπιστώνονται κάποια «κενά» του επίσημου σχεδιασμού όσον αφορά την οργάνωση και την λειτουργία των δραστηριοτήτων στον χώρο με ιδιαίτερη έμφαση στο εμπόριο και στις χρήσεις που αυτό έλκει αλλά και στους υπόλοιπους μηχανισμούς που εμπλέκονται.

Από ορισμένα λειτουργικά ζητήματα που προκύπτουν μεταξύ των χρήσεων των προαναφερθέντων τύπων περιοχών προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι κατευθύνσεις των ΓΠΣ για τη χωροθέτηση και οργάνωση των χρήσεων γης δεν έχουν πάντα υποχρεωτικό κανονιστικό χαρακτήρα, με αποτέλεσμα **η αδειοδότηση για τη λειτουργία ενός εμπορικού καταστήματος να μην υπόκειται υποχρεωτικά σε έλεγχο με βάση τις επιτρεπόμενες χρήσεις γης. Οι τάσεις επέκτασης των δραστηριοτήτων υπερτοπικών κέντρων και των κεντρικών λειτουργιών σε βάρος περιοχών κατοικίας φανερώνει μια τέτοια σύγκρουση περιοχών που υπάγονται σε διαφορετικές κατηγορίες λειτουργιών.**

Όμως, πέρα από την «διαμάχη» μεταξύ διαφορετικών χρήσεων, ο θεωρητικός καθορισμός του εμπορίου σε μια περιοχή από Προεδρικά Διατάγματα και η έλλειψη ενός ενιαίου Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού έχει τεράστιες συνέπειες και στην ίδια την επιβίωση των εμπορικών καταστημάτων. **Το κύμα των «λουκέτων» ενισχύεται από τον ασαφή καθορισμό χρήσεων καθώς εμφανίζονται φαινόμενα υπέρμετρης αύξησης του ανταγωνισμού, άνοδος των τιμών γης, συνωστισμός και ανεξέλεγκτης ανάπτυξης μεγάλων εμπορικών κέντρων που κινούνται ανεξάρτητα από τις οικονομίες κλίμακας.**

Επιπλέον, έπειτα από προσπάθεια αναζήτησης στοιχείων σχετικών με τους κλάδους του λιανικού εμπορίου και την συμμετοχή τους στην οικονομία των επιμέρους χωρικών ενοτήτων είναι εμφανές ότι δεν υπάρχουν τέτοιου είδους στοιχεία από την μεριά της πολιτείας. **Τα ΓΠΣ, και ΡΣ αναφέρονται με γενικούς όρους στην ανάλυση της παραγωγικής βάσης και δεν προχωρούν σε περαιτέρω επεξεργασία.**

Επιπλέον, σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν για τις νεότερες πολιτικές για το εμπόριο στην ενότητα 3.3.2. **το Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθήνας/ Αττικής 2021** διακρίνει τα μικρά τοπικά εμπορικά καταστήματα από **τις μεγάλες εμπορικές μονάδες** και ιδιαίτερα αυτές που έχουν επιφάνεια μεγαλύτερη από 5.000 τ.μ., θεσπίζοντας την έκδοση ειδικής άδειας χωροθέτησης για τις τελευταίες. **Ωστόσο, προωθεί την εγκατάστασή τους εντός του αστικού ιστού** και ειδικότερα στις περιοχές των πολεοδομικών κέντρων, με ενθάρρυνση της επανάχρησης υφιστάμενων κελυφών και με βασική προϋπόθεση την εξυπηρέτησή τους από Μέσα Σταθερής Τροχιάς. Η κατεύθυνση αυτή 'προστατεύει' ενδεχομένως τον εξωαστικό χώρο από αστική εξάπλωση και την μείωση της αγροτικής γης, **δημιουργεί όμως πολύ υψηλούς κινδύνους για την επιβίωση των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων** στα αστικά

κέντρα, λαμβάνοντας υπόψη τόσο την οικονομική συγκυρία όσο και την αναδιάρθρωση και συγκεντροποίηση του κλάδου του λιανικού εμπορίου.

Επιπλέον, η ανάγκη ανασυγκρότησης του θεσμού τις γειτονιάς την οποία αναφέρει επίσημα το Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθηνών του '85, φαίνεται να αντιμετωπίζει δυσκολίες λόγω της σύγκρουσης χρήσεων γης που εντοπίζονται σε τύπους περιοχών που μελετήθηκαν (κυρίως τύποι Β, Γ). **Σε πολλές περιπτώσεις η λειτουργία του εμπορίου, της αναψυχής και της μεταποίησης εις βάρος της κατοικίας των διάσπαρτων περιοχών μεγάλης ποικιλομορφίας** (χαρακτηριστικό παράδειγμα ο τύπος Β) σε συνδυασμό με τα λουκέτα δραστηριοτήτων που εξυπηρετούν σε τοπικό επίπεδο (κάτι το οποίο είναι ευδιάκριτο στον τύπο Γ) **θήγουν την έννοια της γειτονιάς και την αποδυναμώνουν. Σε άλλες πάλι περιοχές** όπως είναι αυτές του τύπου Α **δεν υφίσταται καν σαν έννοια λόγω την μεγάλης σημασίας ως προς την ανάπτυξη κεντρικών λειτουργιών.**

Σε αυτό το σημείο, θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική η αναφορά στην προώθηση από την πλευρά του νέου **ΡΣΑ στο συγκεντρωτικό χωρικό πρότυπο (συνεκτική πόλη – compact city) και ο περιορισμός της μεγάλης διασποράς των δραστηριοτήτων.** Συγκεκριμένα, αναφέρει ότι...*«Για την στήριξη της δυναμικότητας και της ζωτικότητας των οικιστικών δικτύων της Πρωτεύουσας και τη διασφάλιση ενός συνεκτικού δικτύου υποδομών, επιδιώκεται η ενδυνάμωση τους, η βελτίωση, διεύρυνση και ποιοτική αναβάθμιση των αστικών ελεύθερων χώρων, η αποθάρρυνση της περαιτέρω γραμμικής ανάπτυξής τους, καθώς και η αποφυγή χωροθέτησης ανταγωνιστικών δραστηριοτήτων μεγάλης κλίμακας στην ευρύτερη περιφέρειά τους».*

Επιπλέον, η άσκηση συνεκτικής πολιτικής για τον επαναπροσδιορισμό της ταυτότητας των κέντρων πόλης Αθήνας και Πειραιά και η ενίσχυση της μητροπολιτικής κεντρικότητας με εξασφάλιση όχι μόνο πολυλειτουργικότητας αλλά και κοινωνικής πολυσυλλεκτικότητας. Συγκεκριμένα, για το κέντρο της Αθήνας προβλέπονται...*«Οι συνδυασμένες ενέργειες ενίσχυσης των φθινουσών ιστορικών επαγγελματικών ή παραγωγικών δραστηριοτήτων και προσέλκυσης νέων...και την αναβάθμιση του εγκατεστημένου εμπορίου και αναψυχής...».* Για το κέντρο του Πειραιά δίνονται κατευθύνσεις προς...*«την προστασία των περιοχών κατοικίας και την ενίσχυση του τοπικού εμπορίου...»* του πυρήνα του Πειραιά και της Πλατείας Κοραή με το Δημοτικό Θέατρο.

Παρόλα αυτά, είναι εμφανές ότι **τα μοντέλα περιοχών που προέκυψαν χαρακτηρίζονται από μεγάλη διασπορά χρήσεων ενώ η μεγάλη ποικιλομορφία που εμφανίζουν θα μπορούσε να λειτουργήσει θετικά έρχεται αντιμέτωπη με την απουσία ελέγχου και των απαραίτητων μέτρων για την συνύπαρξη δραστηριοτήτων.** Έτσι, εμφανίζεται ανταγωνισμός ανάμεσα στις δραστηριότητες αλλά και στις χωρικές ενότητες γενικότερα δημιουργώντας κοινωνικές, οικιστικές και λειτουργικές αστοχίες. Βέβαια εμφανίζονται τάσεις ομαδοποίησης των δραστηριοτήτων στον χώρο όμως κάτι τέτοιο δεν έχει καταφέρει ακόμη να περιορίσει την ακαθόριστη εξάπλωση – διασπορά των επιμέρους χρήσεων.

9. ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Αρχικά, μελετώντας τα χαρακτηριστικά του κάθε τύπου και καταγράφοντας τα προβλήματα που εντοπίζονται ανά χωρική ενότητα καθώς και τις ιδιαιτερότητες κάθε περιοχής προκύπτουν μια σειρά από κανονιστικές αλλά και παρεμβατικές κατευθύνσεις για τον σχεδιασμό έτσι ώστε να βελτιωθεί η υπάρχουσα κατάσταση αλλά και να διασφαλιστεί η μελλοντική ανάπτυξη.

Οι γενικοί στόχοι για την βελτίωση των λειτουργιών στον χώρο όπως αυτές αναπτύσσονται μέσα στους τύπους των χωρικών που προέκυψαν, στις μεταξύ τους αλληλεπιδράσεις αλλά και σε μεγαλύτερη κλίμακα του χώρου αφορούν:

- Η βελτίωση της πολεοδομικής οργάνωσης των περιοχών μέσα από παρεμβάσεις στις χρήσεις γης
- Βελτίωση, ενίσχυση και αναβάθμιση του δημόσιου ελεύθερου χώρου
- Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των παραδοσιακών κέντρων
- Αναβάθμιση του χαρακτήρα της γειτονιάς
- Βελτίωση του δικτύου μεταφορών μέσω της μείωσης της χρήσης ΙΧ, οργάνωσης του ήδη υπάρχοντος οδικού δικτύου και ενίσχυσης των Μ.Μ.Μ.
- Ενίσχυση της κίνησης των πεζών μέσω της βελτίωσης των πεζοδρομίων και της αναβάθμισης των πεζόδρομων
- Ευκαιρίες για προσέγγιση και μετακίνηση στις περιοχές με ποδήλατο
- Προσπάθεια μείωσης των ρύπων, της όχλησης και της ηχορύπανσης από διαμάχη, ασυμβατότητα χρήσεων και κυκλοφοριακά προβλήματα
- Φροντίδα για της ευπαθείς κοινωνικές ομάδες

9.1. Οικιστικό Περιβάλλον

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Δημιουργία χώρων πρασίνου και κοινόχρηστων ελεύθερων χώρων
Αλλαγή και έλεγχος των όρων δόμησης. Επικαιροποίηση του ΓΠΣ
Έλεγχος και περιορισμός ομάδων χρήσεων έτσι ώστε να αποφεύγεται η υπερσυγκέντρωση τους
Ανάπλαση και βελτίωση της όψης παλαιών κτιρίων
Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του παραδοσιακού κέντρου
ΤΥΠΟΣ Α Αξιοποίηση του πολιτιστικού στοιχείου των περιοχών
Περιορισμός γραφείων και υπηρεσιών - εμπόριο μόνο στα ισόγεια
Επιστροφή κατοικίας στο παραδοσιακό κέντρο
Κίνητρα για αναβάθμιση καταστημάτων και κάλυψη κελυφών με έλλειψη δραστηριότητας
Μείωση αδειών για εγκατάσταση τραπέζοκαθισμάτων
Αυστηρότερη αδειοδότηση σε καταστήματα τύπου καφέ-μπαρ που δημιουργούν όχληση

Δημιουργία χώρων πρασίνου και κοινόχρηστων ελεύθερων χώρων
Έλεγχος και περιορισμός ομάδων χρήσεων έτσι ώστε να αποφεύγεται η υπερσυγκέντρωση τους

Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του παραδοσιακού κέντρου
Χωροθέτηση χρήσεων για προσέλκυση επισκεπτών πέρα από τις ώρες αιχμής

ΤΥΠΟΣ Β Περιορισμός γραφείων και υπηρεσιών - εμπόριο μόνο στα ισόγεια

Επιστροφή κατοικίας στο παραδοσιακό κέντρο

Προσέλκυση ελληνικών και ξένων επώνυμων αλυσίδων καταστημάτων

Κίνητρα για αναβάθμιση καταστημάτων και κάλυψη κελυφών με έλλειψη δραστηριότητας

Αυστηρότερη αδειοδότηση σε καταστήματα τύπου καφέ-μπαρ που δημιουργούν όχληση

Δημιουργία νέων μεγάλων υπερτοπικών εγκαταστάσεων μόνο άμα πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές

Απομάκρυνση εγκαταλελειμμένων κτιρίων, συνεργιών και μανδρών

ΤΥΠΟΣ Γ που υποβαθμίζουν την εικόνα της περιοχής

Έκδοση άδειας για χωροθέτηση μεγάλων καταστημάτων

για περιορισμό της ανεξέλεγκτης επέκτασης υπερτοπικών χρήσεων

Πίνακας 21: Προτεινόμενες παρεμβάσεις για το οικιστικό περιβάλλον

Αναλυτικότερα, για τις περιοχές τύπου Α και Β ιδιαίτερα σημαντικός θεωρείται ο έλεγχος εντατικών χρήσεων (εμπορίου, αναψυχής) για αποφυγή υπερφόρτωσης, παρανόμων επεκτάσεων και λειτουργικών προβλημάτων. Ιδιαίτερα σε περιοχές που κατακλύζονται από εντατικές χρήσεις η ορθή λειτουργία τους οφείλει να είναι η πρώτη προτεραιότητα για τον Δήμο που τις φιλοξενεί. Σημαντική θα ήταν και η αυστηρότερη δανειοδότηση σε καταστήματα τύπου καφέ-μπαρ που δημιουργούν όχληση έτσι ώστε να αποφευχθεί η εκτεταμένη συγκέντρωσή τους.

Όσον αφορά την αλλαγή και των έλεγχου των όρων δόμησης για την εξυγίανση του πολεοδομικού ιστού προτείνεται μείωση του Σ.Δ. και του ύψους των κτιρίων σε τέτοιες πυκνοδομημένες περιοχές. Σημαντική είναι και η επικαιροποίηση των ΓΠΣ ώστε να προσδιοριστούν με σαφήνεια οι χρήσεις γης των περιοχών.

Σημαντική κατεύθυνση θεωρείται η δημιουργία κοινόχρηστων χώρων (πλατείες, πάρκα, κλπ) και χώρων πρασίνου για την ενίσχυση του μοντέλου της γειτονιάς και την αναβάθμιση του οικιστικού και φυσικού περιβάλλοντος των περιοχών.

Επιπλέον, για τις ίδιες ομάδες περιοχών προτείνεται ο περιορισμός των χρήσεων γραφείων και υπηρεσιών από τους ορόφους και εγκατάσταση κατοικιών έτσι ώστε αυτή να επιστρέψει στο κέντρο της πόλης. Η προσέλκυση της κατοικίας θα οδηγήσει στην αύξηση του μόνιμου πληθυσμού του κέντρου. Όταν σε μια περιοχή παρουσιάζεται μεγαλύτερη συγκέντρωση πληθυσμού, δημιουργούνται αυξημένες δυνατότητες ανάπτυξης εμπορικών δραστηριοτήτων αφού οι διάφορες επιχειρήσεις για να μπορέσουν να είναι βιώσιμες και να παρουσιάζουν κέρδη επιλέγουν ενότητες με μεγάλο αριθμό καταναλωτών.

Στις περιοχές τύπου Β, με σκοπό την ενίσχυση των εμπορικών δραστηριοτήτων είναι σημαντική η προσέλκυση ελληνικών και ξένων επώνυμων αλυσίδων καταστημάτων όπως αυτά εντοπίζονται και στον πρώτο τύπο περιοχών έτσι ώστε η αγορά των δευτέρων να καλύπτει και τέτοιου είδους αγοραστικές ανάγκες. Ιδιαίτερη σημασία στις περιοχές Α δίνεται στην αξιοποίηση του πολιτιστικού στοιχείου (εκκλησίες,

θέατρα, ιστορικές πλατείες, μνημεία, κλπ) έτσι ώστε να συνδυαστεί με τους εμπορικούς πόλους και να αναβαθμίσει την εικόνα της περιοχής προσελκύοντας περισσότερο κόσμο.

Όμως, δεν φτάνει μόνο η ανάμειξη χρήσεων και η προσέλκυση της κατοικίας. Απαραίτητη ενέργεια είναι και η ανακατανομή χρήσεων, η απομάκρυνση οχλουσών δραστηριοτήτων, και προσέλκυση ελληνικών και ξένων επώνυμων αλυσίδων καταστημάτων. Επίσης πρέπει να δοθούν φορολογικές ελαφρύνσεις δάνεια με χαμηλό επιτόκιο έτσι ώστε να αναβαθμίσουν τα υπάρχοντα καταστήματα και να καλυφθούν τα κενά κελύφη.

Επιπρόσθετα, πρέπει να δοθούν κατευθύνσεις για την ανάπλαση όψεων κτιρίων των παραδοσιακών κέντρων. Σημαντική είναι και η απομάκρυνση διαφημιστικών πινακίδων από μπαλκόνια και ταράτσες, ενώ απαραίτητα θεωρούνται τα οικονομικά κίνητρα για ανακαίνιση προσόψεων (βάψιμο, επισκευή φθορών). Όλα αυτά πρέπει να γίνουν σύμφωνα με συλλογικούς κανονισμούς, και να διατηρηθούν οι παλαιές ιστορικές όψεις έτσι ώστε να μην αλλοιωθεί ο χαρακτήρας της περιοχής.

Για τις περιοχές τύπου Β είναι αναγκαία η χωροθέτηση χρήσεων γης (εστιατόρια, κινηματογράφοι, θέατρα, χώροι συνάθροισης κοινού) ικανές να προσελκύουν επισκέπτες και να αποτελούν πόλους κοινωνικής ζωής και εκδηλώσεων πέρα από τις ώρες αιχμής. Η εγκατάσταση θα ήταν προτιμότερο να γίνεται μακριά από Ο.Τ. και κτίρια με σημαντικό αριθμό κατοικιών έτσι ώστε να μην δημιουργείται όχληση. Έτσι, θα δημιουργούνται πολλαπλές επιλογές στους κατοίκους και στους επισκέπτες ενώ θα μπορούσαν να συνδυαστούν με τις εμπορικές δραστηριότητες. Για παράδειγμα, μετά το κλείσιμο των καταστημάτων παρακολούθηση παράσταση σε θέατρο που βρίσκεται στην περιοχή. Στις περιοχές τύπου Α υπάρχει ήδη η τάση συνδυασμού τέτοιων δραστηριοτήτων.

Για τις περιοχές τύπου Γ δίνεται σημασία στην υποχρέωση νέων μεγάλων εταιριών τοπικού και υπερτοπικού χαρακτήρα να διαθέτουν χώρους στάθμευσης για το προσωπικό και τους πελάτες με κατάλληλη μελέτη για χωροθέτηση των εισόδων και των εξόδων έτσι ώστε να μην παρακωλύεται η κυκλοφορία στις κεντρικές αρτηρίες αλλά και στο εσωτερικό δίκτυο του οικισμού

Επιπλέον, για αυτόν τον τύπο περιοχών απαιτείται έκδοση άδειας για χωροθέτηση μεγάλων καταστημάτων και έλεγχος έτσι ώστε να αντιμετωπιστεί η ανεξέλεγκτη επέκταση υπερτοπικών χρήσεων πάνω σε μεγάλους οδικούς άξονες. Σαν αποτέλεσμα θα πραγματοποιηθεί μείωση του ανταγωνισμού ανάμεσα σε αυτές τις μεγάλες μονάδες και στο τοπικό εμπόριο

9.2. Δίκτυα Μεταφορών

ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Εκπόνηση κυκλοφοριακών μελετών για το υπάρχον οδικό δίκτυο
Περιφερειακή κυκλοφορία και στάθμευση
Βελτίωση κατάστασης οδοστρώματος
Οργανωμένοι χώροι δημοτικής στάθμευσης στην περιφέρεια
Δημιουργία θέσεων στάθμευσης ποδηλάτων σε σταθμούς μετρό και στους πεζόδρομους

ΤΥΠΟΣ Α

Δημιουργία διαδρομών ποδηλάτου
Αναβάθμιση παλαιού δικτύου πεζοδρόμων
Ανάπλαση πεζοδρομίων
Πρόνοια για διαδρομές και διαβάσεις για άτομα με ειδικές ανάγκες

Εκπόνηση κυκλοφοριακών μελετών για το υπάρχον οδικό δίκτυο
Περιφερειακή κυκλοφορία και στάθμευση
Βελτίωση κατάστασης οδοστρώματος
Οργανωμένοι χώροι στάθμευσης στην περιφέρεια

ΤΥΠΟΣ Β

Δημιουργία διαδρομών ποδηλάτου
Δημιουργία στάσεων ΜΣΤ και ενίσχυση των κινητών μέσων συγκοινωνίας
Νέες πεζοδρομήσεις για εξυπηρέτηση χρήσεων του κέντρου και μείωση χρήσης ΙΧ
Ανάπλαση πεζοδρομίων
Πρόνοια για διαδρομές και διαβάσεις για άτομα με ειδικές ανάγκες

Εκπόνηση κυκλοφοριακών μελετών για το υπάρχον οδικό δίκτυο
Περιορισμός διαμπερών ροών μέσω μονοδρομήσεων
Δημιουργία διαδρομών ποδηλάτου ανάμεσα στις περιοχές και στους κοντινούς σταθμούς ΜΣΤ
Βελτίωση κατάστασης οδοστρώματος

ΤΥΠΟΣ Γ

Καθορισμός χώρων στάθμευσης για τους κατοίκους.
Κυρώσεις για παράνομη στάθμευση
Καλύτερη σύνδεση με ΜΣΤ μέσω ενίσχυσης κινητών μέσων συγκοινωνίας και δημιουργίας διαδρομών
Ανάπλαση πεζοδρομίων
Δημιουργία υπόγειων διαβάσεων και ανισόπεδων κόμβων σε μεγάλες οδικές αρτηρίες

Πίνακας 22: Προτεινόμενες παρεμβάσεις για τις μεταφορές

Στον τομέα των μεταφορών οι κατευθύνσεις σχεδιασμού που προτείνονται στοχεύουν στον περιορισμό της χρήσης ΙΧ των περιοχών μέσω της ενίσχυσης των μετακινήσεων με μέσα μαζικής μεταφοράς (για τους κατοίκους, εργαζόμενους και επισκέπτες) και της βελτίωσης των συνθηκών για τους πεζούς.

Επομένως για όλους του τύπους περιοχών είναι απαραίτητη η εκπόνηση κυκλοφοριακής μελέτης που θα περιλαμβάνει όλες τις πρωτεύουσες, δευτερεύουσες αρτηρίες και συλλεκτήριες οδούς των περιοχών αλλά και τους επιτρεπτούς κυκλοφοριακούς φόρτους. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την βελτίωση του υπάρχοντος οδικού δικτύου και της κυκλοφορίας των οχημάτων που με την σειρά του

οδηγεί σε καλύτερη ποιότητα ζωής, αναβάθμιση των περιοχών και μετατόπιση μεγάλου ποσοστού των ροών σε πιο περιφερειακά σημεία.

Η διοχέτευση της κυκλοφορίας περιφερειακά, αποτελεί μια λύση για τις περιοχές Α και Β καθώς το οχήματα δεν πρέπει να πλησιάζουν περιοχές που διαθέτουν παραδοσιακά κέντρα. Από την άλλη, για τις περιοχές τύπου Γ η λύση για την μείωση της κυκλοφορίας των οχημάτων και των διαμπερών ροών μέσα από περιοχές που αποτελούνται από σημαντικά ποσοστά κατοικίας είναι οι μονοδρομήσεις καθώς και η κατάλληλη σηματοδότηση.

Επιπλέον, απαραίτητη κρίνεται η βελτίωση της κατάστασης του οδοστρώματος για ευκολότερη διέλευση των οχημάτων, αποφυγή ατυχημάτων αλλά και οπτική αναβάθμιση όλης της περιοχής.

Όσον αφορά τις προτάσεις για την στάθμευση, για τις περιοχές Α και Β σχετίζονται με την δημιουργία οργανωμένων δημοτικών χώρων στάθμευσης (υπόγειων ή υπέργειων), περιφερειακά, έτσι ώστε οι επισκέπτες να αφήνουν τα οχήματα και να μην εισχωρούν με αυτά σε κεντρικές ενότητες. Αντιθέτως, θα μπορούν να προσεγγίσουν τις περιοχές με τα πόδια ή με ποδήλατο ενώ στην περίπτωση που τα αυτοκίνητα περιοριστούν σε ποιο εξωτερικούς δακτυλίους η μεταβίβαση θα γίνεται σε ΜΜΜ (λεωφορεία, τρόλεϊ, τραμ, μετρό, ηλεκτρικό, κλπ). Επιπλέον, είναι απαραίτητος ο περιορισμός της παράνομης στάθμευσης σε ήδη στενούς δρόμους καθώς και η κατάργηση της παράνομης στάθμευσης κοντά σε εμπορικούς δρόμους. Για τις περιοχές τύπου Γ, είναι απαραίτητος ο καθορισμός χώρων στάθμευσης για τους κατοίκους και η επιβολή πρόστιμων για παράνομη στάθμευση (μέσα σε περιοχές κατοικίας αλλά και πάνω σε μεγάλες οδικές αρτηρίες) έτσι ώστε να διασφαλίζονται οι θέσεις για τους μόνιμους και να διευκολύνεται η κυκλοφορία όλων των οχημάτων. Άλλωστε, η επίλυση των προβλημάτων που δημιουργούν τα σταθμευμένα αυτοκίνητα αφορά όλους τους τύπους περιοχών καθώς δεν παρεμποδίζεται μόνο η διέλευση των αυτοκινήτων και των πεζών αλλά αποτελούν εμπόδια και για την κίνηση των λεωφορείων και των τρόλεϊ

Προχωρώντας στις παρεμβάσεις για τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, για τις περιοχές τύπου Α προτείνονται καλύτερες συνδέσεις λεωφορείων και τρόλεϊ με στάσεις του μετρό καθώς αναβάθμιση των διαδρομών που ακολουθούν οι πεζοί από τις εξόδους αυτών των στάσεων μέχρι το εμπορικό κέντρο. Για τις περιοχές τύπου Β, είναι σημαντική η δημιουργία στάσεων μέσω σταθερής τροχιάς και ενίσχυση των μέσων κινητής τροχιάς μέσω εύρεσης καλύτερων διαδρομών για τα λεωφορεία/ τρόλεϊ, αύξησης των δρομολογίων και ενημέρωσης του επιβατικού κοινού. Τέλος, όσον αφορά τον τρίτο τύπο περιοχών, θεωρείται αναγκαία η καλύτερη σύνδεση των περιοχών με στάσεις σταθερής τροχιάς μέσω λεωφορειακών γραμμών, η αύξηση της συχνότητας των δρομολογίων και η ενημέρωση του επιβατικού κοινού.

Σε αυτόν τον τύπο περιοχών ή έλλειψη διαμορφωμένων πεζοδρόμων αλλά και η σημαντική χρήση του ΙΧ προκαλεί εμπόδια στην ανάπτυξη δικτύου ποδηλάτων.

Παρόλα αυτά, η μετακίνηση μέσα στην περιοχή είναι εφικτή, σε συνδυασμό πάντα με τις υπόλοιπες κατευθύνσεις, μέσω του καθορισμού διαδρομών/ λωρίδων για ποδήλατα. Επιπλέον, απαραίτητη κρίνεται η σύνδεση των περιοχών με τους πλησιέστερους σταθμούς Μέσων Σταθερής Τροχιάς με τα ποδήλατα με αντίστοιχη δημιουργία ασφαλείς διαδρομών για τους κατοίκους αλλά και τους επισκέπτες.

Όσον αφορά τους πεζόδρομους, για τις περιοχές Α και Β προτείνεται η αναβάθμιση παλαιού δικτύου πεζοδρόμων και η αντικατάσταση ακατάλληλων υλικών και φθαρμένων τμημάτων. Επιπλέον, σημαντική είναι η ενίσχυση του φωτισμού, η απομάκρυνση διαφημιστικών ταμπελών και τραπεζοκαθισμάτων. Μάλιστα, ο δήμος από την μεριά του οφείλει να περιορίσει στο ελάχιστο τις άδειες που χορηγεί για εγκατάσταση τραπεζοκαθισμάτων σε πεζόδρομους και πεζοδρόμια και πλατείες. Επιπλέον, μεγάλη φροντίδα πρέπει να δοθεί σε διαδρομές και διαβάσεις για άτομα με κινητικές δυσκολίες έτσι ώστε να μην αποκλείονται από τέτοιους χώρους συνάθροισης αλλά και κάλυψης αναγκών. Ιδιαίτερα, για τις περιοχές τύπου Β, χρήσιμη θα ήταν και η δημιουργία νέων πεζοδρομήσεων για δημιουργία δικτύων με τις ήδη υπάρχουσες με σκοπό την εξυπηρέτηση των χρήσεων του κέντρου αλλά και αποτροπή εισόδου οχημάτων και δικύκλων στα παραδοσιακά κέντρα.

Ένα βήμα παρακάτω για την ενίσχυση της κίνησης των πεζών, το οποίο αφορά όλες τις περιοχές είναι η ανάπλαση των πεζοδρομίων μέσω βελτίωση των πλακοστρώσεων και της φύτευσης ενώ σε περιπτώσεις που χρειάζονται πρέπει να γίνουν και διανοίξεις έτσι ώστε να εξασφαλιστεί ικανό πλάτος που θα αυξήσει την οδική ασφάλεια των αυτοκινήτων και των πεζών. Απαραίτητες κινήσεις για την σωστή κίνηση των πεζών πάνω σε αυτά είναι η απομάκρυνση κάδων, σταθμευμένων αυτοκινήτων και άλλων εμποδίων που υπάρχουν καθώς και η τοποθέτηση σηματοδοτών ώστε οι διαβάσεις των πεζών να ορίζονται σαφώς και να επιτυγχάνεται καλύτερη κυκλοφοριακή ροή. Χρήσιμος στοιχείο αποτελούν ο φωτισμός και η χωροθέτηση πινακίδων στις διαβάσεις. Για τις περιοχές τύπου Γ, πέρα από την βελτίωση των πεζοδρομίων απαραίτητη κρίνεται, λόγω της τοποθεσίας τους, η δημιουργία υπόγειων διαβάσεων και ανισόπεδων κόμβων σε μεγάλες αρτηρίες για την διευκόλυνση της κίνησης των πεζών και την αποφυγή ατυχημάτων

Τέλος, απαραίτητες είναι και οι κινήσεις δημιουργίας και ενίσχυσης δικτύων ποδηλάτων, ιδιαίτερα για τους πρώτους δύο τύπους περιοχών. Έτσι, πρέπει να δοθούν κατευθύνσεις ως προς την δημιουργία ειδικών ασφαλών διαδρομών πάνω στους πεζόδρομους και όχι μόνο, οι οποίες θα είναι ικανές να συνδέονται με τις στάσεις των Μέσων Σταθερής Τροχιάς. Για την ενίσχυση αυτής της κατεύθυνσης χρειάζεται και η δημιουργία θέσεων στάθμευσης ποδηλάτων σε σταθμούς μετρό και στους πεζόδρομους.

9.3. Βελτιώσεις Κοινωνικού και Οικονομικού Χαρακτήρα

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ/ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Οικονομικά κίνητρα ανάπλαση όψεων κτιρίων παραδοσιακών κέντρων

Χορήγηση δανείων για αναβάθμιση υπάρχοντων καταστημάτων και κάλυψη κενών κελυφών

Μειωμένα κόμιστρα και προσφορές για χρήση των ΜΜΜ

ΤΥΠΟΣ Α Νέες θέσεις εργασίας για μείωση της ανεργίας

Εκπτώσεις και προσφορές στα καταστήματα για οικονομική ενίσχυση

Ενίσχυση του πολιτιστικού στοιχείου και οργάνωση ανοικτών θεαμάτων στους πεζόδρομους

Δημιουργία κέντρων πρόνοιας για μετεγκατάσταση των ευπαθών ομάδων που συγκεντρώνονται εκεί

Χορήγηση δανείων για αναβάθμιση υπάρχοντων καταστημάτων και κάλυψη κενών κελυφών

Μειωμένα κόμιστρα και προσφορές για χρήση των ΜΜΜ

ΤΥΠΟΣ Β Ενίσχυση της έννοιας της γειτονιάς και σύμφιξη σχέσεων

Νέες θέσεις εργασίας για μείωση της ανεργίας

Εκπτώσεις και προσφορές στα καταστήματα για οικονομική ενίσχυση

Κάλυψη αναγκών μέσω της ενίσχυσης των δραστηριοτήτων τοπικής εξυπηρέτησης

ΤΥΠΟΣ Γ Μειωμένα κόμιστρα και προσφορές για χρήση των ΜΜΜ

Ενίσχυση της έννοιας της γειτονιάς και σύμφιξη σχέσεων

Νέες θέσεις εργασίας για μείωση της ανεργίας

Πίνακας 23: Προτεινόμενες παρεμβάσεις για το οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον

Πολλές από τις κατευθύνσεις έχουν ήδη αναφερθεί στις προηγούμενες δράσεις. Οι περισσότερες αφορούν οικονομικά κίνητρα και διευκολύνσεις έτσι ώστε:

- Να καλυφθούν κενά κελύφη δραστηριοτήτων, ιδιαίτερα μετά την τρομακτική αύξηση των λουκέτων στα εμπορικά καταστήματα. Μεγάλα πλήγματα τέτοιου τύπου δέχονται τόσο οι περιοχές κεντρικών λειτουργιών και υπερτοπικού εμπορίου όσο και αυτές που περιλαμβάνουν και τοπική αγορά. Ιδιαίτερα οι τελευταίες, οι οποίες είναι εμφανείς σαν έννοια στους τύπους Β και Γ, συνδέονται και με φαινόμενα της διάσπασης του χαρακτήρα της γειτονιάς λόγω της αδυναμίας κάλυψης αναγκών των κατοίκων. Έτσι, προτεραιότητα θα πρέπει να αποτελέσουν τα καταστήματα τοπικών εξυπηρέτησεων για τις πρώτες ανάγκες του πληθυσμού. Σαν αποτέλεσμα, έρχεται και η αύξηση των θέσεων εργασίας δίνοντας μια ανάσα στα μεγάλα προβλήματα ανεργίας που παρουσιάζονται τα τελευταία χρόνια.
- Να αυξηθεί η χρήση των Μ.Μ.Μ. μέσω μειωμένων κομίστρων και προσφορών για να αναβαθμιστεί το επίπεδο διαβίωσης.
- Να γίνει ανάπλαση των όψεων των κτιρίων των παραδοσιακών κέντρων, κάτι το οποίο θα βελτιώσει την εικόνα των περιοχών αλλά και θα προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες δίνοντας οικονομική τόνωση στις περιοχές. (κυρίως περιοχές τύπου Α και Β)

Σημαντικές θεωρούνται και η εκπτώσεις και προσφορές στα είδη που πουλούν τα είδη υπάρχοντα καταστήματα καθώς και στις υπηρεσίες έτσι ώστε να αυξηθεί η αγοραστική κίνηση και να βελτιωθεί η οικονομία όλων των τύπων περιοχών.

Όσον αφορά τον τύπο Α, για την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δοθεί στις ευπαθείς ομάδες πληθυσμού που συγκεντρώνονται για να βοηθηθούν από τους επισκέπτες των περιοχών. Μια πρόταση αφορά την μετεγκατάσταση τους σε κέντρα πρόνοιας έτσι ώστε να βελτιωθεί και η δική τους ποιότητα ζωής.

Τέλος, για τις περιοχές κυρίως των δύο πρώτων κατηγοριών σημαντική είναι και η ενίσχυση του πολιτιστικού στοιχείου και η οργάνωση ανοικτών θεαμάτων στους πεζόδρομους έτσι ώστε να αυξηθούν οι κοινωνικές συναναστροφές αλλά και οι επισκέπτες στις περιοχές αυτές.

9.4. Φυσικό Περιβάλλον

ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Μείωση ρύπων και θορύβου από την χρήση ΙΧ

Δημιουργία χώρων πρασίνου

ΤΥΠΟΣ Α

Έλεγχος σε χρήσεις αναψυχής έτσι ώστε να περιοριστεί η ηχορύπανση

Συχνότερος και πιο αποτελεσματικό καθαρισμός δρόμων - πεζόδρομων από την πλευρά του δήμου

Καλύτερη συγκομιδή απορριμμάτων

Μείωση ρύπων και θορύβου από την χρήση ΙΧ

Δημιουργία χώρων πρασίνου

ΤΥΠΟΣ Β

Έλεγχος σε χρήσεις αναψυχής έτσι ώστε να περιοριστεί η ηχορύπανση

Συχνότερος και πιο αποτελεσματικό καθαρισμός δρόμων - πεζόδρομων από την πλευρά του δήμου

Καλύτερη συγκομιδή απορριμμάτων

Μείωση ρύπων και θορύβου από την χρήση ΙΧ

ΤΥΠΟΣ Γ

Αναβάθμιση υπάρχοντων χώρων πρασίνου και δημιουργία δικτύων μεταξύ τους

Απομάκρυνση ασύμβατων χρήσεων που υποβαθμίζουν την ποιότητα που περιβάλλοντος

Πίνακας 24: Προτεινόμενες παρεμβάσεις για το φυσικό περιβάλλον

Οι χώροι πρασίνου πρέπει να αποτελούν αναπόσπαστων κομμάτι του περιβάλλοντος των αστικών περιοχών καθώς δημιουργούν ένα πνεύμονα οξυγόνου, βελτιώνουν την εικόνα των περιοχών και αποτελούν χώρους συνάθροισης και κοινωνικών συναναστροφών. Για τους τύπους Α και Β, όπου είναι εμφανής η απουσία τέτοιων χώρων προτείνεται η δημιουργία πλατειών και πάρκων. Ακόμη και σε περιπτώσεις που δεν είναι εφικτό αυτό θα μπορούσαν να αυξηθούν οι δενδροφυτεύσεις στα πεζοδρόμια και όχι μόνο. Για τις περιοχές Γ, όπου εντοπίζονται αρκετοί τέτοιοι χώροι, σημαντική είναι η φροντίδα και αναβάθμισή τους καθώς και η δημιουργία δικτύων πρασίνου.

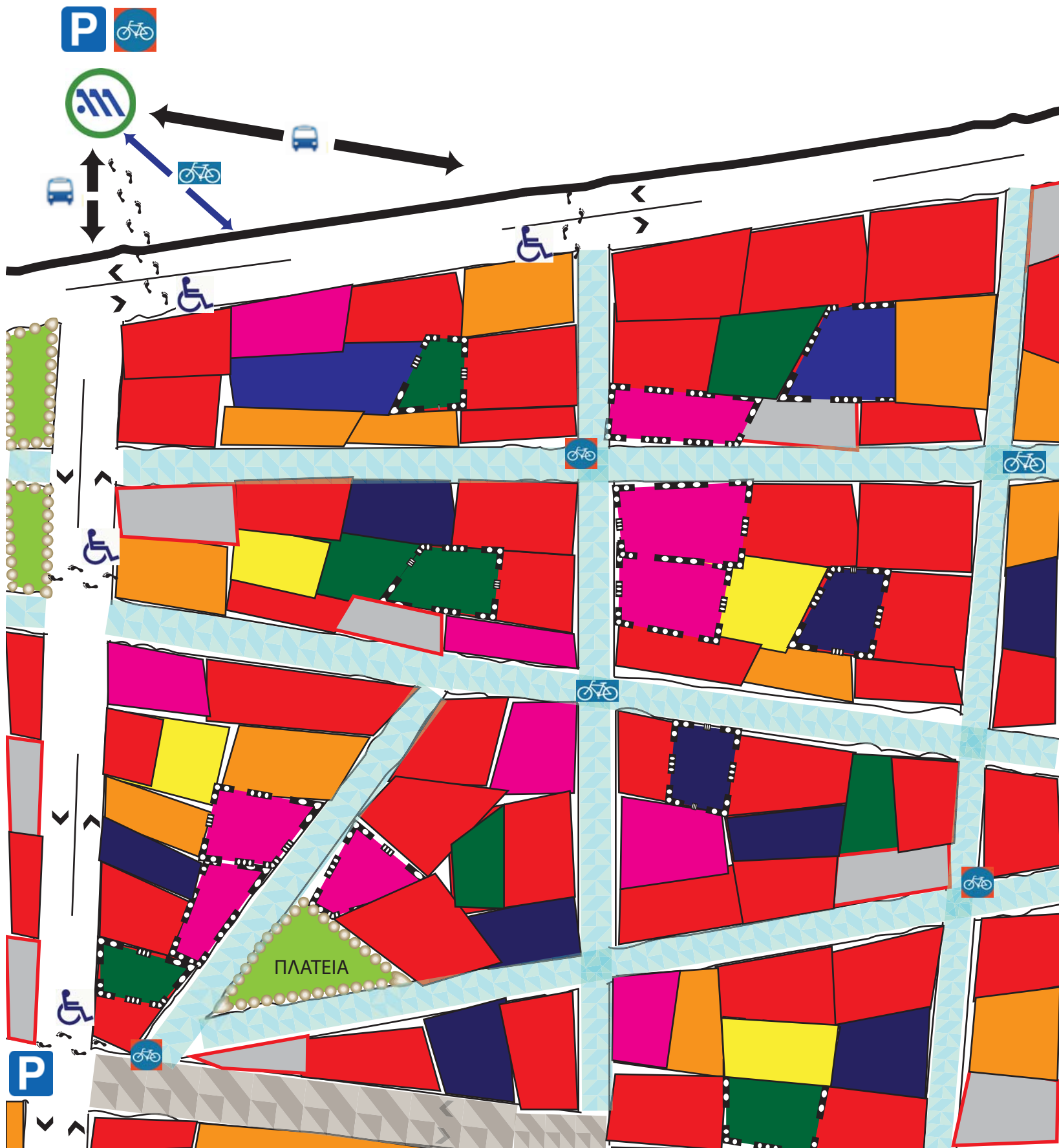
Όπως ήδη αναφέρθηκε στις μεταφορικές κατευθύνσεις , η μείωση της χρήσης του ΙΧ θα οδηγήσει σε μείωση κυκλοφοριακής συμφόρησης που δημιουργείται στους δρόμους, μείωση έλκυσης αέριων ρύπων, παραγωγής θορύβου, βελτίωση της ποιότητας της ατμόσφαιρας και του επιπέδου ζωής των κατοίκων και προστασία του περιβάλλοντος. Έτσι ιδιαίτερη προσοχή δίνεται προς αυτήν την κατεύθυνση σε όλους τους τύπους των περιοχών.

Στην κατεύθυνση της μείωσης της όχλησης που παρατηρείται στις περιοχές είτε αυτή εκφράζεται ως ηχορύπανση είναι ως οπτική δυσλειτουργία σημαντικός θεωρείται ο περιορισμός ακόμη και η απομάκρυνση ανεπιθύμητων χρήσεων αλλά και δραστηριοτήτων που εμφανίζουν υπερβολικά μεγάλες συγκεντρώσεις και συγκρούονται με άλλες χρήσεις. Στις περιπτώσεις Α και Β η όχληση προκύπτει από τις χρήσεις αναψυχής ενώ στην τρίτη περίπτωση από εξάπλωση υπερτοπικών χρήσεων και παλαιών εργαστηρίων (συνεργία, όχι τόσο ήπιες μεταποιητικές δραστηριότητες, κλπ)

Τέλος, μεγάλη σημασία στην βελτίωση του φυσικού περιβάλλοντος πρέπει να δοθεί στον καθαρισμό των δρόμων και των πεζόδρομων αλλά και στην καλύτερη συγκομιδή των απορριμμάτων ιδιαίτερα για τους πρώτους δύο τύπους περιοχών. Στην επόμενη και τελευταία ενότητα ακολουθεί οπτική αναπαράσταση των πιθανών τύπων περιοχών με τις προτεινόμενες κατευθύνσεις. Οι χάρτες δημιουργήθηκαν σε περιβάλλον **Adobe Illustrator CC**.

9.5. Οπτική Αναπαράσταση Κατευθύνσεων στους Τύπους Περιοχών

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΥΠΟΥ Α



ΥΠΟΜΝΗΜΑ



ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΜΕΣΩΝ
ΣΤΑΘΕΡΗΣ ΤΡΟΧΙΑΣ



ΓΡΑΜΜΕΣ ΟΔΙΚΩΝ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΩΝ



ΘΕΣΕΙΣ ΣΤΑΘΜΕΥΣΗΣ ΠΟΔΗΛΑΤΩΝ



ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΠΟΔΗΛΑΤΩΝ



ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕΣΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ



ΔΙΑΒΑΣΗ Α.Μ.Ε.Α.



ΔΙΑΒΑΣΗ ΠΕΖΩΝ



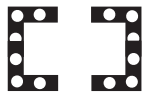
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΠΕΖΟΔΡΟΜΟΣ



ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΣ ΠΕΖΟΔΡΟΜΟΣ



ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΡΟΗ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ



ΑΠΟΜΑΚΡΥΝΣΗ/ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΧΡΗΣΕΩΝ



ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ



ΕΜΠΟΡΙΟ



ΕΣΤΙΑΣΗ - ΑΝΑΨΥΧΗ



ΓΡΑΦΕΙΑ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ



ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ



ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ



ΚΑΤΟΙΚΙΑ

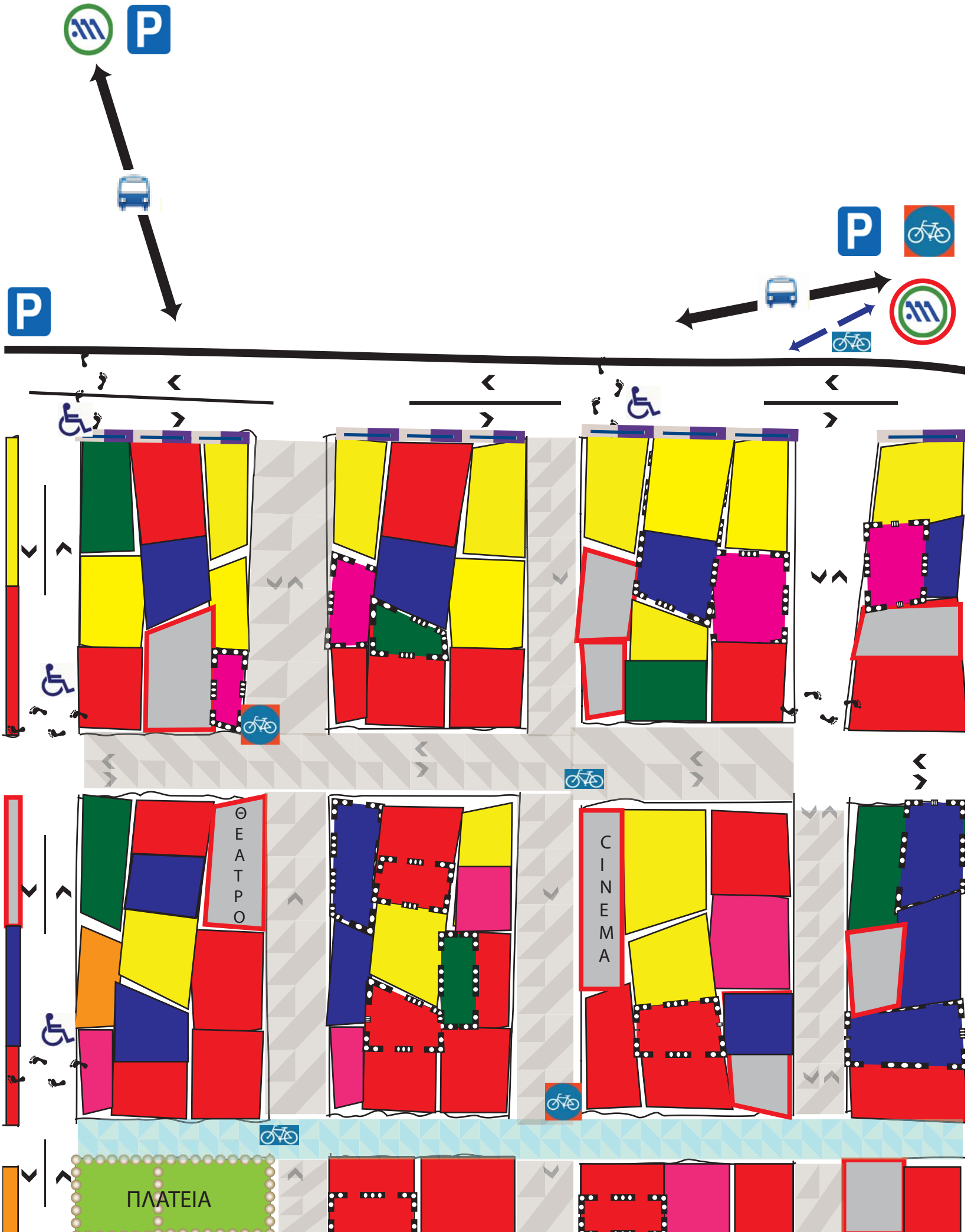


ΑΣΤΙΚΟ ΠΡΑΣΙΝΟ



ΕΠΑΝΑΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΕΝΩΝ ΚΕΛΥΦΩΝ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΥΠΟΥ Β



ΥΠΟΜΝΗΜΑ



ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΣ / ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ
ΣΤΑΘΜΟΣ ΜΕΣΩΝ ΣΤΑΘΕΡΗΣ ΤΡΟΧΙΑΣ



ΓΡΑΜΜΕΣ ΟΔΙΚΩΝ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΩΝ



ΘΕΣΕΙΣ ΣΤΑΘΜΕΥΣΗΣ ΠΟΔΗΛΑΤΩΝ



ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΠΟΔΗΛΑΤΩΝ



ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕΣΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ



ΔΙΑΒΑΣΗ Α.Μ.Ε.Α.



ΔΙΑΒΑΣΗ ΠΕΖΩΝ



ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΠΕΖΟΔΡΟΜΟΣ



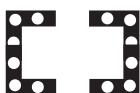
ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΣ ΠΕΖΟΔΡΟΜΟΣ



ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΡΟΗ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ



ΘΕΣΕΙΣ ΣΤΑΘΜΕΥΣΗΣ ΓΙΑ ΚΑΤΟΙΚΟΥΣ



ΑΠΟΜΑΚΡΥΝΣΗ/ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΧΡΗΣΕΩΝ



ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ



ΕΜΠΟΡΙΟ



ΕΣΤΙΑΣΗ - ΑΝΑΨΥΧΗ



ΓΡΑΦΕΙΑ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ



ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ



ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ



ΚΑΤΟΙΚΙΑ

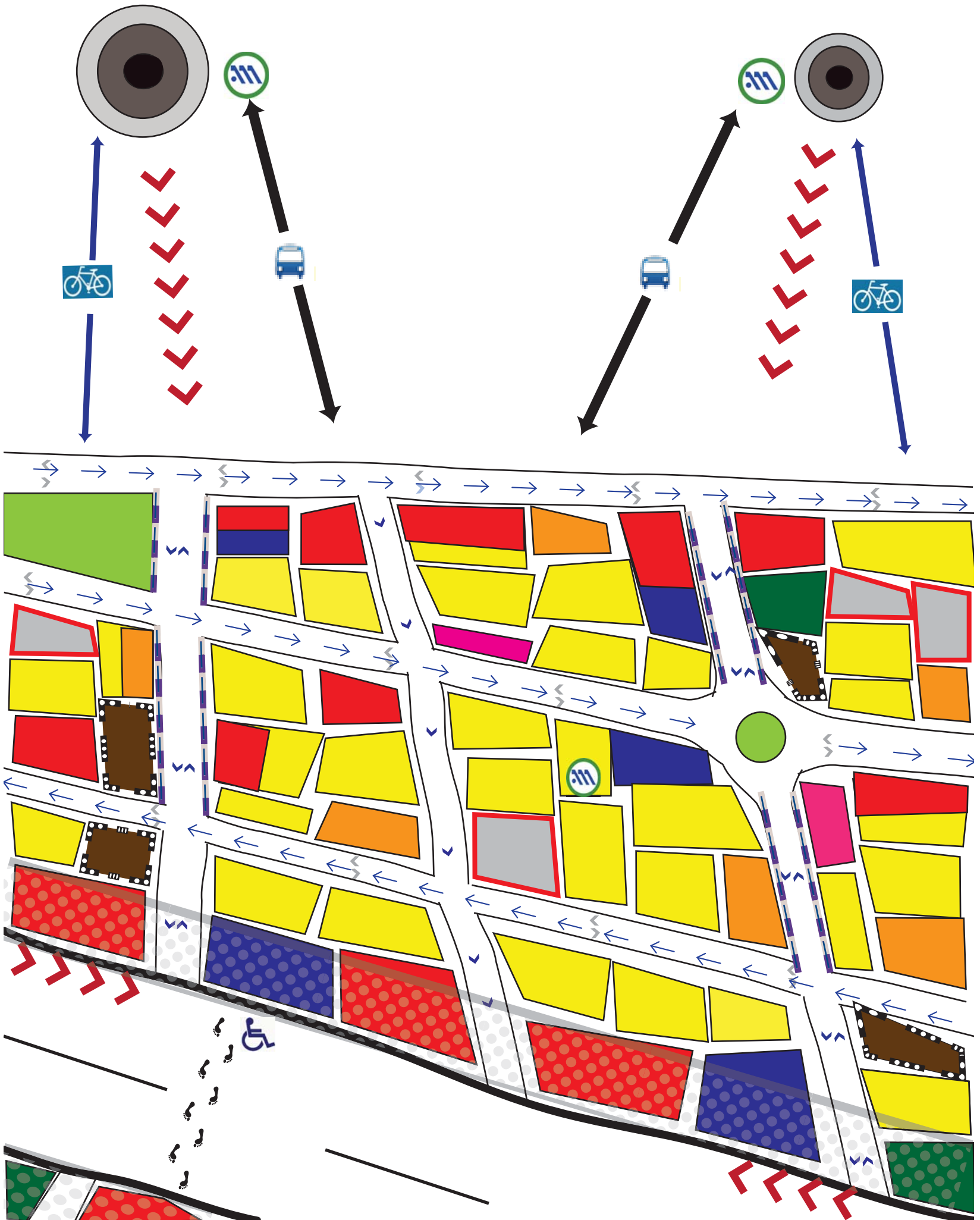


ΑΣΤΙΚΟ ΠΡΑΣΙΝΟ



ΕΠΑΝΑΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΕΝΩΝ ΚΕΛΥΦΩΝ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΥΠΟΥ Γ



ΥΠΟΜΝΗΜΑ



ΣΤΑΘΜΟΣ ΜΕΣΩΝ ΣΤΑΘΕΡΗΣ ΤΡΟΧΙΑΣ



ΓΡΑΜΜΕΣ ΟΔΙΚΩΝ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΩΝ



ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕΣΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ



ΔΙΑΒΑΣΗ Α.Μ.Ε.Α.



ΔΙΑΒΑΣΗ ΠΕΖΩΝ



ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΠΟΔΗΛΑΤΩΝ



ΠΙΕΣΕΙΣ ΥΠΕΡΤΟΠΙΚΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ



ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ/
ΥΠΕΡΤΟΠΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ



ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΡΟΗ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ



ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΡΟΗ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ



ΘΕΣΕΙΣ ΣΤΑΘΜΕΣΗΣ ΓΙΑ ΚΑΤΟΙΚΟΥΣ



ΑΠΟΜΑΚΡΥΝΣΗ/ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΧΡΗΣΕΩΝ



ΖΩΝΗ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΥ ΥΠΕΡΤΟΠΙΚΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ



ΕΜΠΟΡΙΟ



ΕΣΤΙΑΣΗ - ΑΝΑΨΥΧΗ



ΓΡΑΦΕΙΑ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ



ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ



ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ



ΚΑΤΟΙΚΙΑ



ΑΣΥΜΒΑΤΕΣ / ΟΧΛΟΥΣΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ



ΑΣΤΙΚΟ ΠΡΑΣΙΝΟ



ΕΠΑΝΑΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΕΝΩΝ ΚΕΛΥΦΩΝ

10. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Αθανασίου, Α. (2010). *Θέση Κατοικίας και Οικειοποίηση του Κέντρου της Αθήνας*. Διπλωματική Εργασία, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών, Τομέας Περιφερειακού – Αστικού Σχεδιασμού και Ανάπτυξης

Αραβαντινός Α. (2007): *Πολεοδομικός Σχεδιασμός, Για μια βιώσιμη ανάπτυξη του αστικού χώρου*, 2η Έκδοση, Αθήνα, Εκδόσεις Συμμετρία

Αρανίτου, Β., Σαγιάς, Ι. (2011). *Εξέλιξη του Λιανικού Εμπορίου. Προς Νέες Κεντρικότητες στον Αστικό Χώρο*. Διάλεξη για τον ΟΡΣΑ-ΕΣΕΕ. Θέμα: Εμπόριο και πόλη. Η σχέση του με το νέο ρυθμιστικό σχέδιο Αττικής 2020.

Βασίλη, Ζ. (2011). *Οι Νέες Μορφές Εμπορίου και τα Κέντρα των Πόλεων. Το Παράδειγμα του Παραδοσιακού Κέντρου Αμαρουσίου*. Διπλωματική Εργασία, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών, Τομέας Περιφερειακού – Αστικού Σχεδιασμού και Ανάπτυξης

Γιαννίτσα, Σ. , Γκιθώνα, Σ. , Σκριμιζέα, Ε. (2012). *Χωρικά Πρότυπα και Γειτνιάσεις Εμπορικών Δραστηριοτήτων Αστικών Περιοχών. Εφαρμογή στις περιοχές: Καισαριανή – Ζωγράφου*. ΔΠΜΣ Περιβάλλον και Ανάπτυξη. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών

Γιαουτζή Μ., Στρατηγέα Α. (2006). *Οικονομική Γεωγραφία*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών

Γκιθώνα, Σ. (2011). *Νέες κεντρικότητες και Αστική Διάχυση στην Πόλη της Λάρισας*. Διπλωματική Εργασία, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών, Τομέας Περιφερειακού – Αστικού Σχεδιασμού και Ανάπτυξης

Γοσποδίνη, Α., Μπεριάτος, Η., Λεοντίδου, Λ., Καρύδης, Δ., Αίσωπος, Γ., Στεφάνου, Ι. (2006). *Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη*. Αθήνα, Κριτική

Δημόπουλος, Κ. (2006). *Προσεγγίσεις της Μητρόπολης στο Σχεδιασμό*. Μεταπτυχιακή μελέτη, ΔΠΜΣ Αρχιτεκτονική-Σχεδιασμός του Χώρου -Κατεύθυνση ΙΙ: Πολεοδομία-Χωροταξία

Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (2012). *Απογραφή του Εμπορικού Κέντρου της Αθήνας και Καταγραφή των Λουκέτων στο Πλαίσιο της Γεωβάσης*. Μελέτη για το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης. Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (ΙΝ.ΕΜ.Υ.), Αθήνα 2012

Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (2012). *Απογραφή του Εμπορικού Κέντρου της Θεσσαλονίκης και Καταγραφή των Λουκέτων στο Πλαίσιο της Γεωβάσης*. Μελέτη για το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης. Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών, Αθήνα 2012

Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (2010). *Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2010*. Μελέτη για το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης. Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών, Αθήνα, Νοέμβριος 2010

Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (2011). *Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2011*. Μελέτη για το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης. Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών, Αθήνα, Δεκέμβριος 2011

Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (2012). *Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2012*. Μελέτη για το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης. Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών, Αθήνα, Δεκέμβριος 2012

Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (2012): *Η Εξέλιξη του Λιανικού Εμπορίου 1978 – 2011. Οργανωτική – Λειτουργική Αναδιάρθρωση και Χωροχρονικές Επιπτώσεις*. Ερευνητική Μελέτη για την Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου, Αθήνα

Ζγέρα, Χ. (2008). *Το Λιανικό Εμπόριο στις Σέρρες*. Πτυχιακή Εργασία, Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης

Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (2013). *Η Εξέλιξη των Τιμών στο Λιανικό Εμπόριο*. Έρευνα, Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου. Αθήνα, Απρίλιος 2013

Καζάνα, Φ. (2011). *Η Γεωγραφία των Επιχειρήσεων στην Ελλάδα*. Πτυχιακή εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Γεωγραφίας

Κακάτση, Ν. (2012). *Διερεύνηση Χωροχρονικής Εξέλιξης των Χρήσεων Γης στο Δήμο Περιστερίου, με τη Χρήση της Τεχνολογίας Γεωγραφικών Συστημάτων Πληροφοριών (ΓΣΠ)*. Διπλωματική Μελέτη, ΔΠΜΣ Γεωπληροφορική, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών

Καφαντάρης, Φ. (2011). *Η Ανάδυση των Εμπορικών Κέντρων στην Ελλάδα: Λεκανοπέδιο Αττικής, κέντρο ή προάστια; Διάλεξη για τον ΟΡΣΑ-ΕΣΕΕ*. Θέμα: Εμπόριο και πόλη. Η σχέση του με το νέο ρυθμιστικό σχέδιο Αττικής 2020

Κολοβού, Ι. , Μαλλίρη, Μ. (2013). *Ζώνη Κεντρικής Αγοράς. Επέμβαση στην πλατεία Βαρβακείου*. Διπλωματική Εργασία. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών

Κουσιδώνης, Χ. (2007). *Η Οργάνωση του Χώρου και ο Προγραμματισμός. Μια Εισαγωγή*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Τομέας Πολεοδομίας – Χωροταξίας

Κουτσόπουλος, Κ. (2002). *Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφοριών και Ανάλυση Χώρου*, Αθήνα, Εκδόσεις Παπασωτηρίου

Λιβερέτος, Ι. (2013). *Ευρωπαϊκές Πόλεις – Αθήνα 19^{ος} – 20^{ος} Αιώνας. Παράγοντες Επιρροής στην Πολεοδομική Εξέλιξη και στον Τόπο Κατοικίας*. Διπλωματική Εργασία, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Πολιτικών Μηχανικών

Μαντουβάλου, Μ. (1988). *Ο Πολεοδομικός Σχεδιασμός της Αθήνας 1830-1940*. Άρθρο από το «Από την Ακρόπολη της Αθήνας στο λιμάνι του Πειραιά. Σχέδια Ανάπλασης Αστικών Περιοχών». Επιμέλεια: Χριστόφορος Σακελλαρόπουλος, Έκδοση Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο – Politecnico di Milano

Μοσχίδου, Α. (2011). *Η Αστική Ανάπλαση στο Ευρωπαϊκό και Ελληνικό Χώρο – Παράδειγμα του Ιστορικού Κέντρου της Αθήνας*. Διπλωματική Εργασία, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών, Τομέας Ανθρωπιστικών Κοινωνικών Επιστημών και Δικαίου.

Πάλλα, Λ. (2010). *Νέες Προκλήσεις στο Χώρο του Λιανικού Εμπορίου και Χωρικές Στρατηγικές*. Διάλεξη για τον ΟΡΣΑ-ΕΣΕΕ. Θέμα: Εμπόριο και πόλη. Η σχέση του με το νέο ρυθμιστικό σχέδιο Αττικής 2020

Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών (2003). *Μια βόλτα στους δρόμους της Αθήνας. Θέματα Αστικού Σχεδιασμού*. Συλλογή Εργασιών Σπουδαστών, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, ΔΠΜΣ Αρχιτεκτονική-Σχεδιασμός του Χώρου -Κατεύθυνση ΙΙ: Πολεοδομία-Χωροταξία

Υπουργείο Περιβάλλοντος Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων (2004). *Στρατηγικό Πλαίσιο Χωρικής Ανάπτυξης για την Αθήνα - Αττική*. Ερευνητικό Πρόγραμμα. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Τομέας Πολεοδομίας – Χωροταξίας

Φάκα, Α. (2004). *Γεωγραφική Αναδιάρθρωση του Τομέα του Λιανικού Εμπορίου στην Κατερίνη*. Πτυχιακή Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Γεωγραφίας

Φραγκόπουλος, Γ. , Παπασυμέων, Χ. (2013). *Μετασχηματισμοί στις πόλεις: Από την Αρχαία αγορά στα mall*. Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Φώτης, Γ. (2011). *Διδακτικές Σημειώσεις Μαθήματος Εφαρμογές Γεωπληροφορικής*. ΔΠΜΣ Γεωπληροφορική, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών

Χατζοπούλου – Τζήκα, Α. (2012). *Ιστορική και Πολεοδομική Εξέλιξη του Πειραιά*. Διπλωματική Εργασία, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Πολιτικών Μηχανικών

Ξενόγλωσση

Antrop, M. (2004): “Landscape change and the urbanization process in Europe”. *Urban Planning*, 67(1-4), 9-26

Ιστοσελίδες

Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛ.ΣΤΑΤ), 2008: www.statistics.gr

Υπουργείο Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής αλλαγής, 2009: <http://www.ypeka.gr/>
<http://www.minenv.gr/>

Google Maps,2011: <http://maps.google.com/>

Οργανισμός Ρυθμιστικού Σχεδίου και Προστασία Περιβάλλοντος Αθήνας, 2011:
<http://www.organismosathinas.gr>

Εικόνες:

www.neolaia.gr

www.skyscrapercity.com

Δημόσιος λόγος:

www.magnesianews.gr

www.sportandbusiness.gr

news.kathimerini.gr

www.tovima.gr

www.eea.gr

<http://www.ethnos.gr>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ ΓΗΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ, ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΠΟΛΗΣ, ΤΟΠΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΣΥΝΟΙΚΙΑΣ, ΓΕΙΤΟΝΙΑΣ

1. Κατοικία.
2. Ξενώνες, ξενοδοχεία και λοιπές τουριστικές εγκαταστάσεις.
3. Εμπορικά καταστήματα.
4. Γραφεία, τράπεζες, ασφάλειες, κοινωφελείς οργανισμοί.
5. Διοίκηση (στα κέντρα γειτονιάς επιτρέπονται μόνο κτίρια διοίκησης επιπέδου γειτονιάς).
6. Εστιατόρια
7. Αναψυκτήρια.
8. Κέντρα διασκέδασης αναψυχής.
9. Χώροι συνάθροισης κοινού.
10. Πολιτιστικά κτίρια και εν γένει πολιτιστικές εγκαταστάσεις.
11. Κτίρια εκπαίδευσης.
12. Θρησκευτικοί χώροι.
13. Κτίρια κοινωνικής πρόνοιας.
14. Επαγγελματικά εργαστήρια χαμηλής όχλησης.
15. Κτίρια, γήπεδα στάθμευσης.
16. Πρατήρια βενζίνης.
17. Αθλητικές εγκαταστάσεις.
18. Εγκαταστάσεις εμπορικών εκθέσεων.
19. Εγκαταστάσεις μέσω των μαζικών μεταφορών

ΓΕΝΙΚΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑ

1. Κατοικία.
2. Ξενοδοχεία μέχρι 100 κλινών και ξενώνες.
3. Εμπορικά καταστήματα (με εξαίρεση τις υπεραγορές και τα πολυκαταστήματα).
4. Γραφεία, Τράπεζες, Ασφάλειες, κοινωφελείς οργανισμοί.
5. Κτίρια εκπαίδευσης.
6. Εστιατόρια
7. Αναψυκτήρια.
8. Θρησκευτικοί χώροι.
9. Κτίρια κοινωνικής πρόνοιας.
10. Επαγγελματικά εργαστήρια χαμηλής όχλησης.
11. Πρατήρια βενζίνης (Σε περιοχές προς πολεοδόμηση, ο χαρακτηρισμός είναι ενδεικτικός, αφορά ευρύτερη περιοχή και εξειδικεύεται από την

αρμόδια πολεοδομική υπηρεσία και ακολούθως από την πολεοδομική μελέτη)

12. Αθλητικές εγκαταστάσεις.
13. Κτίρια, γήπεδα στάθμευσης.
14. Πολιτιστικά κτίρια (και εν γένει πολιτιστικές εγκαταστάσεις)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΟΔΙΚΩΝ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΩΝ

021	ΚΑΝΙΤΟΣ - ΓΚΥΖΗ
022	Ν.ΚΥΨΕΛΗ - ΜΑΡΑΣΛΕΙΟΣ
024	ΑΓ.ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ - ΣΤ.ΑΤΤΙΚΗΣ - ΣΤ.ΛΑΡΙΣΗΣ
025	ΠΗΠΟΚΡΑΤΟΥΣ - ΠΡΟΦ. ΔΑΝΙΗΛ
026	ΠΗΠΟΚΡΑΤΟΥΣ - ΒΟΤΑΝΙΚΟΣ
027	ΠΗΠΟΚΡΑΤΟΥΣ - ΟΡΦΕΟΣ
032	ΓΟΥΔΗ - ΜΑΡΑΣΛΕΙΟΣ
035	ΑΝΩ ΚΥΨΕΛΗ - ΠΕΤΡΑΛΩΝΑ - ΤΑΥΡΟΣ
036	ΣΤ.ΚΑ ΤΕΧΑΚΗ - ΣΤ.ΠΑΝΟΡΜΟΥ - ΓΑΛΑΤΣΙ - ΚΥΨΕΛΗ
040	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΣΥΝΤΑΓΜΑ
046	ΜΟΥΣΕΙΟ - ΕΛΛΗΝΟΡΩΣΩΝ
049	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΟΜΟΝΟΙΑ
051	ΟΜΟΝΟΙΑ - ΣΤΑΘ.ΥΠΕΡ.ΛΕΩΦ.ΚΗΦΙΣΟΥ
054	ΠΕΡΙΣΣΟΣ - ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ
057	ΟΜΟΝΟΙΑ - ΛΟΦΟΣ ΣΚΟΥΖΕ
060	ΜΟΥΣΕΙΟ - ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΛΥΚΑΒΗΤΤΟΣ
070	ΓΗΡΟΚΟΜΕΙΟ - ΑΡ.ΠΑΓΟΣ - ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΑ ΕΥΕΛΠΙΔΩΝ
100	ΠΛ.ΚΟΥΜΟΥΝΔΟΥΡΟΥ - ΚΟΛΩΝΑΚΙ - ΑΓΟΡΑ
106	ΑΓ.ΒΑΡΒΑΡΑ - ΣΤ.ΣΥΓΓΡΟΥ ΦΙΞ
126	ΠΑΛ.ΦΑΛΗΡΟ - ΣΤ.ΣΥΓΓΡΟΥ ΦΙΞ
136	ΑΝΩ Ν.ΣΜΥΡΝΗ Β - ΣΤ.ΣΥΓΓΡΟΥ ΦΙΞ
137	ΑΝΩ Ν.ΣΜΥΡΝΗ Α - ΣΤ.ΣΥΓΓΡΟΥ ΦΙΞ
140	ΠΟΛΥΓΩΝΟ - ΓΛΥΦΑΔΑ
203	ΚΑΡΕΑΣ - ΑΚΑΔΗΜΙΑ
204	ΣΤΡ.ΣΑΚΕΤΑ - ΑΚΑΔΗΜΙΑ
209	ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ - ΠΛ.ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΟΣ
220	ΑΝΩ ΙΛΙΣΙΑ - ΑΚΑΔΗΜΙΑ
221	ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ - ΑΚΑΔΗΜΙΑ
224	ΚΑΙΣΑΡΙΑΝΗ - ΕΛ.ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ
227	ΑΝΩ - ΠΕΤΡΑΛΩΝΑ - ΑΓ.ΑΡΤΕΜΙΟΣ
230	ΑΚΡΟΠΟΛΗ - ΖΩΓΡΑΦΟΥ
235	ΖΩΓΡΑΦΟΥ - ΑΚΑΔΗΜΙΑ
242	ΣΤ.ΚΑ ΤΕΧΑΚΗ - ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥΠΟΛΗ
250	ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ - ΣΤ.ΕΥΑΓΓΕΛΙΣΜΟΥ
402	ΣΤ. ΚΑΤΕΧΑΚΗ - ΠΟΛΥΔΡΟΣΟ
409	ΠΑΠΑΓΟΥ - ΣΤ.ΕΘΝ.ΑΜΥΝΑΣ - ΣΤ.ΚΑΤΕΧΑΚΗ
413	ΠΑΠΑΓΟΥ - ΣΤ.ΚΑΤΕΧΑΚΗ - ΣΤ.ΕΘΝ.ΑΜΥΝΑΣ
420	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΓ.ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ
444	ΣΤ.ΧΑΛΑΝΔΡΙ - ΓΑΛΑΤΣΙ - ΣΤ.Α.ΠΑΤΗΣΙΩΝ
500	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΚΗΦΙΣΙΑ
550	Π.ΦΑΛΗΡΟ - ΚΗΦΙΣΙΑ
602	Ν.ΙΩΝΙΑ - ΚΑΛΟΓΡΕΖΑ - ΣΤ.ΠΑΝΟΡΜΟΥ
605	ΑΝΩ ΠΑΤΗΣΙΑ - ΠΕΡΙΣΣΟΣ
608	ΓΑΛΑΤΣΙ - ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΝΕΚΡ.ΖΩΓΡΑΦΟΥ
610	ΦΙΛΟΘΕΗ - ΑΜΠΕΛΟΚΗΠΟΙ
622	ΓΟΥΔΙ - ΑΝΩ ΓΑΛΑΤΣΙ
651	ΨΥΧΙΚΟ - ΠΑΝΟΡΜΟΥ Α
653	ΨΥΧΙΚΟ - ΠΑΝΟΡΜΟΥ Β
701	ΚΑΜΑΤΕΡΟ - ΙΛΙΟΝ - ΣΤΑΘ.ΑΤΤΙΚΗΣ
703	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΓ.ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ - ΑΓ.ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ
704	ΚΑΜΑΤΕΡΟ - ΣΤΑΘ.ΑΤΤΙΚΗΣ
711	ΖΩΦΡΙΑ - ΑΤΤΙΚΗ
719	ΚΗΠΟΥΠΟΛΗ - ΠΑΛΑΤΙΑΝΗ - ΣΤ.ΛΑΡΙΣΗΣ
732	ΑΓ.ΦΑΝΟΥΡΙΟΣ - ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΖΩΟΔ. ΠΗΓΗ
747	ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΗ - ΠΑΝΟΡΑΜΑ - ΣΤΑΘ.ΑΤΤΙΚΗΣ
790	ΓΛΥΦΑΔΑ - ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ
813	ΑΒΕΡΩΦ - ΠΡΟΥΣΣΗΣ
815	ΓΟΥΔΗ - ΤΑΥΡΟΣ
836	ΠΛ.ΚΟΥΜΟΥΝΔΟΥΡΟΥ - ΠΑΛΑΣΚΑ
838	ΟΜΟΝΟΙΑ - ΡΕΝΤΗΣ - ΠΑΛ.ΚΟΚΚΙΝΙΑ
856	ΑΙΓΑΛΕΩ - ΥΜΗΤΤΟΣ - ΔΑΦΝΗ
865	ΠΛ.ΚΟΥΜΟΥΝΔΟΥΡΟΥ - ΜΑΝΔΡΑ
891	ΑΙΓΑΛΕΩ - ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ - ΣΤΑΘ.ΑΤΤΙΚΗΣ
910	ΣΤ.ΣΥΓΓΡΟΥ ΦΙΞ - ΤΖΙΤΖΙΦΙΞ

914	ΟΜΟΝΟΙΑ - ΛΑΧΑΝΑΓΟΡΑ - ΠΑΛ.ΚΟΚΚΙΝΙΑ
A10	ΣΤΑΘΜΟΣ ΛΑΡΙΣΗΣ - ΑΧΑΡΝΑΙ
A11	ΠΛ.ΒΑΘΗ - ΙΛΙΟΝ - ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΗ
A13	ΟΜΟΝΟΙΑ - ΚΗΦΟΥΠΟΛΗ
A15	ΣΤ.ΛΑΡΙΣΗΣ - ΔΑΣΟΣ
A16	ΠΛ.ΚΟΥΜΟΥΝΔΟΥΡΟΥ - ΕΛΕΥΣΙΝΑ
A2	ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΒΟΥΛΑ
A3	ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΓΛΥΦΑΔΑ
A4	ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΚΑΤΩ ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ - ΤΕΡΨΙΘΕΑ
A5	ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΑΓ.ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ - ΑΝΘΟΥΣΑ
A7	ΣΤΟΥΡΝΑΡΗ - ΚΗΦΙΣΙΑ
A8	ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ - Ν.ΙΩΝΙΑ - ΜΑΡΟΥΣΙ
B10	ΣΤ.ΛΑΡΙΣΗΣ - ΑΧΑΡΝΑΙ
B11	ΠΛ.ΒΑΘΗ - ΙΛΙΟΝ - ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΗ
B12	ΜΑΡΝΗ - ΑΝΩ ΛΙΟΣΙΑ
B15	ΣΤ.ΛΑΡΙΣΗΣ - ΠΑΛΑΤΑΚΙ
B16	ΠΛ.ΚΟΥΜΟΥΝΔΟΥΡΟΥ - ΕΛΕΥΣΙΝΑ
B18	ΟΜΟΝΟΙΑ - ΠΕΡΑΜΑ
B2	ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΑΓΙΟΣ ΚΟΣΜΑΣ
B3	ΑΚΑΔΗΜΙΑ - ΓΛΥΦΑΔΑ
B5	ΣΤ.ΛΑΡΙΣΗΣ - Λ.ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΣ - ΑΓ.ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
B8	ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ - Ν.ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑ - ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ
B9	ΧΑΛΚΟΚΟΝΔΥΛΗ - ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ - Ν.ΚΗΦΙΣΙΑ
Γ10	ΑΝΑΚΑΣΑ - ΑΓ.ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ - ΠΛ.ΒΑΘΗ
Γ12	ΚΑΜΑΤΕΡΟ - ΑΓ.ΝΙΚΟΛΑΟΣ - ΙΛΙΟΝ - ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
Γ16	ΠΛ.ΚΟΥΜΟΥΝΔΟΥΡΟΥ - ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟΣ
Γ18	ΟΜΟΝΟΙΑ - ΠΕΡΑΜΑ
Γ9	ΧΑΛΚΟΚΟΝΔΥΛΗ - Κ.ΜΥΛΟΣ - ΑΧΑΡΝΑΙ
E14	ΣΥΝΤΑΓΜΑ - ΟΑΚΑ - ΥΠ.ΠΑΙΔΕΙΑΣ
E15	ΣΤ.ΛΑΡΙΣΗΣ - ΤΕΙ ΑΘΗΝΩΝ
E90	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ
X14	ΣΥΝΤΑΓΜΑ - ΚΗΦΙΣΙΑ
X93	ΣΤ.ΚΗΦΙΣΙΟΥ - ΑΕΡ/ΝΑΣ ΑΘΗΝΩΝ
X95	ΣΥΝΤΑΓΜΑ - ΑΕΡΟΔ.ΑΘΗΝΩΝ
ΤΡΟΛΕΪ 1	ΠΛΑΤ.ΑΤΤΙΚΗΣ - ΤΖΙΤΖΙΦΙΕΣ - ΜΟΣΧΑ ΤΟ
ΤΡΟΛΕΪ 10	ΤΖΙΤΖΙΦΙΕΣ - ΧΑΛΑΝΔΡΙ
ΤΡΟΛΕΪ 11	Α.ΠΑΤΗΣΙΑ - Ν.ΠΑΓΚΡΑΤΙ - Ν.ΕΛΒΕΤΙΑ
ΤΡΟΛΕΪ 12	ΖΑΠΠΕΙΟ - ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ
ΤΡΟΛΕΪ 13	ΛΑΜΠΡΙΝΗ - ΠΛ.ΚΑΝΙΓΤΟΣ - Ν.ΨΥΧΙΚΟ
ΤΡΟΛΕΪ 14	ΠΛ.ΠΑΠΑΔΙΑΜΑΝΤΗ - Λ.ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΣ - ΓΗΡΟΚΟΜΕΙΟ
ΤΡΟΛΕΪ 15	ΠΕΤΡΑΛΩΝΑ - ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΑ - ΕΛ.ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ
ΤΡΟΛΕΪ 18	ΜΟΥΣΕΙΟ - ΧΑΛΑΝΔΡΙ
ΤΡΟΛΕΪ 19	ΜΟΥΣΕΙΟ - ΣΤ.ΧΑΛΑΝΔΡΙΟΥ
ΤΡΟΛΕΪ 2	ΑΝΩ ΚΥΨΕΛΗ - ΠΑΓΚΡΑΤΙ - ΚΑΙΣΑΡΙΑΝΗ
ΤΡΟΛΕΪ 21	ΝΙΚΑΙΑ - Π.ΡΑΛΛΗ - ΟΜΟΝΟΙΑ
ΤΡΟΛΕΪ 3	Ν.ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑ - ΑΝΩ ΠΑΤΗΣΙΑ - ΓΗΡΟΚΟΜΕΙΟ
ΤΡΟΛΕΪ 4	ΑΝΩ ΚΥΨΕΛΗ - ΑΓ.ΑΡΤΕΜΙΟΣ - ΣΤ.ΜΕΤΡΟ ΑΓ.ΙΩΑΝΝΗΣ
ΤΡΟΛΕΪ 5	ΛΑΜΠΡΙΝΗ - ΠΛ.ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΟΣ - ΤΖΙΤΖΙΦΙΕΣ
ΤΡΟΛΕΪ 6	ΠΗΠΟΚΡΑΤΟΥΣ - Ν.ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑ - ΚΟΚ.ΜΥΛΟΣ

Πίνακας 1: Οι λεωφορειακές γραμμές που εξυπηρετούν τον Δήμο Αθηναίων. Πηγή: ΟΑΣΑ

040	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΣΥΝΤΑΓΜΑ
049	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΟΜΟΝΟΙΑ
130	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - Ν.ΣΜΥΡΝΗ
217	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΓ.ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
218	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΥΜΗΤΤΟΣ - ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ
229	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΓ.ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
232	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΥΜΗΤΤΟΣ - ΒΥΡΩΝΑΣ
300	ΠΛ.ΚΑΡΑΙΣΚΑΚΗ - ΤΖΑΝΕΙΟ
420	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΓ.ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ
500	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΚΗΦΙΣΙΑ
703	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΓ.ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ - ΑΓ.ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ
800	ΝΙΚΑΙΑ - ΠΕΙΡΑΙΑΣ
801	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΠΑΛΛΑΣΚΑ
803	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΔΑΣΟΣ Β
809	ΣΧΙΣΤΟ - ΚΟΡΥΔΑΛΛΟΣ - ΠΕΙΡΑΙΑΣ Α
810	ΣΧΙΣΤΟ - ΚΟΡΥΔΑΛΛΟΣ - ΠΕΙΡΑΙΑΣ Β
814	ΣΧΙΣΤΟ - ΚΑΡΑΒΑΣ - ΠΕΙΡΑΙΑΣ
824	ΑΓ.ΑΝΤΩΝΙΟΣ Α - ΠΕΙΡΑΙΑΣ
825	ΑΓ.ΑΝΤΩΝΙΟΣ Β - ΠΕΙΡΑΙΑΣ
826	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΓ.ΜΗΝΑΣ
827	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - Γ'ΝΕΚΡΟΤΑΦΕΙΟ - ΑΣΠΡΑ ΧΩΜΑΤΑ
828	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΣΠΡΑ ΧΩΜΑΤΑ - Γ'ΝΕΚΡΟΤΑΦΕΙΟ
830	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΓ.ΒΑΡΒΑΡΑ
831	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΙΓΑΛΕΩ
832	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΕΥΓΕΝΕΙΑ - ΧΑΡΑΥΓΗ

833	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΧΑΡΑΥΓΗ - ΕΥΓΕΝΕΙΑ
838	ΟΜΟΝΟΙΑ - ΡΕΝΤΗΣ - ΠΑΛ.ΚΟΚΚΙΝΙΑ
843	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΠΕΡΑΜΑ
845	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΕΛΕΥΣΙΝΑ
846	ΝΕΑΠΟΛΗ - ΠΕΙΡΑΙΑΣ Α
847	ΝΕΑΠΟΛΗ - ΠΕΙΡΑΙΑΣ Β
859	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΔΕΞΑΜΕΝΕΣ
860	Π.ΦΑΛΗΡΟ - ΓΕΝ.ΚΡΑΤΙΚΟ ΝΙΚΑΙΑΣ - ΣΧΙΣΤΟ ΚΕΡΑΤΣΙΝΙΟΥ
871	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΕΛΕΥΣΙΝΑ
875	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - Ν.ΜΩΛΟΣ ΔΡΑΠΕΤΣΩΝΑΣ
904	Π.Α.ΚΑΡΑΙΣΚΑΚΗ - ΚΑΛΛΙΠΟΛΗ
909	ΑΓ.ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ - ΑΓ.ΣΟΦΙΑ - ΚΡΑΤ.ΝΙΚΑΙΑΣ
914	ΟΜΟΝΟΙΑ - ΔΑΧΑΝΑΓΟΡΑ - ΠΑΛ.ΚΟΚΚΙΝΙΑ
915	ΛΟΦΟΣ ΒΩΚΟΥ - ΠΡ.ΗΛΙΑΣ
Α1	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΒΟΥΛΑ
Β1	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΝΩ ΓΛΥΦΑΔΑ
Ε90	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ
Χ96	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΕΡΟΛ. ΑΘΗΝΩΝ
ΤΡΟΛΕΪ 16	ΑΓ.ΙΩΑΝΝΗΣ ΡΕΝΤΗΣ - ΠΕΙΡΑΙΑΣ
ΤΡΟΛΕΪ 17	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΑΓ.ΓΕΩΡΓΙΟΣ
ΤΡΟΛΕΪ 20	Ν.ΦΑΛΗΡΟ - ΚΑΣΤΕΛΛΑ - ΔΡΑΠΕΤΣΩΝΑ

Πίνακας 2: Οι λεωφορειακές γραμμές που εξυπηρετούν τον Δήμο Πειραιά. Πηγή: ΟΑΣΑ

402	ΣΤ.ΚΑΤΕΧΑΚΗ - ΠΟΛΥΔΡΟΣΟ
410	ΑΝΩ ΜΕΛΙΣΣΙΑ - ΟΑΚΑ
411	ΣΤ.ΔΟΥΚ.ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ - ΣΙΣΜΑΝΟΓΛΕΙΟ - ΧΑΛΑΝΔΡΙ
412	ΠΟΛΥΔΡΟΣΟ - ΝΕΑ ΠΕΝΤΕΛΗ
421	ΑΓΙΟΙ ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ - ΑΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
441	ΣΤ.ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ - ΧΑΛΑΝΔΡ Ι - ΑΓ.ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
444	ΣΤ.ΧΑΛΑΝΔΡΙ - ΓΑΛΑΤΣΙ - ΣΤ.ΑΝΩ ΠΑΤΗΣΙΩΝ
448	ΣΤ.ΑΜΑΡΟΥΣΙΟΥ - ΝΟΣ.ΠΕΝΤΕΛΗΣ
500	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΚΗΦΙΣΙΑ
501	ΠΕΥΚΗ - ΜΑΡΟΥΣΙ Α
527	ΠΕΥΚΗ - ΜΑΡΟΥΣΙ Β
541	ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ - ΣΤ.ΑΜΑΡΟΥΣΙΟΥ
550	Π.ΦΑΛΗΡΟ - ΚΗΦΙΣΙΑ
555	ΔΙΑΔΙΜΟΤΙΚΗ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑ ΒΟΡΕΙΩΝ ΠΡΟΑΣΤΙΩΝ
602	ΝΕΑ ΙΩΝΙΑ - ΚΑΛΟΓΡΕΖΑ - ΣΤ.ΠΑΝΟΡΜΟΥ
642	ΝΕΑ ΙΩΝΙΑ - ΗΡΑΚΛΕΙΟ - ΠΕΥΚΗ
Α7	ΚΑΝΙΓΓΟΣ - ΚΗΦΙΣΙΑ
Α8	ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ - ΝΕΑ ΙΩΝΙΑ - ΜΑΡΟΥΣΙ
Β7	ΚΑΝΙΓΓΟΣ - ΚΗΦΙΣΙΑ - ΝΕΑ ΚΗΦΙΣΙΑ
Ε14	ΣΥΝΤΑΓΜΑ - ΟΑΚΑ - ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ
Μ1	ΠΕΙΡΑΙΑΣ - ΚΗΦΙΣΙΑ
Π2	ΑΝΩ ΛΙΟΣΙΑ - ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ
Χ14	ΣΥΝΤΑΓΜΑ - ΚΗΦΙΣΙΑ
Χ40	ΟΑΚΑ-ΑΧΑΡΝΑΙ - ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ-ΧΩΡΙΟ
Χ41	ΟΑΚΑ - ΑΧΑΡΝΑΙ - ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΧΩΡΙΟ
Χ93	ΣΤ.ΥΠΕΡ.ΛΕΩΦ.ΚΗΦΙΣΙΟΥ - ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΑΘΗΝΩΝ

Πίνακας 3: Οι λεωφορειακές γραμμές που εξυπηρετούν τον Δήμο Αμαρουσίου. Πηγή: ΟΑΣΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΜΕΘΟΔΩΝ ΧΩΡΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

Χρήση/Δείκτης	NN Ratio	Z Score	p-value
ΟΛΕΣ ΟΙ ΠΕΡΙΟΧΕΣ			
Λιανικό Εμπόριο	0.011082	-39.230.648	0
Εστίαση - Αναψυχή	0.018092	-12.878.061	0
Γραφεία-Τράπεζες	0.007656	-23.095.320	0
Παροχή Υπηρεσιών	0.022896	-15.070.519	0
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις	0.020621	-11.549.778	0
Κατοικία	0.015609	-20.456.892	0
Πρατήρια-Πάρκινγκ	0.020621	-11.549.778	0

Έλλειψη Δραστηριότητας	0.017014	-19.542.947	0
ΕΡΜΟΥ			
Λιανικό Εμπόριο	0.275331	-17.370.820	0
Ενδύματα	0.376982	-9.755.935	0
Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα	0.758107	-1.463.373	0.143365
Ρολόγια - Κοσμήματα	0.763560	-2.896.300	0.003776
Υποδήματα - δερμάτινα είδη	0.821699	-1.406.398	0.159606
Εστίαση - Αναψυχή	0.607691	-3.184.164	0.001452
Γραφεία-Τράπεζες	0.220606	-8.565.342	0
Παροχή Υπηρεσιών	0.844226	-1.365.639	0.172052
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις	0.755635	-2.192.713	0.028328
Κατοικία	2.001.737	4.285.185	0.000018
Πρατήρια-Πάρκινγκ			
Έλλειψη Δραστηριότητας	0.914665	-0.541444	0.588202
ΑΙΟΛΟΥ			
Λιανικό Εμπόριο	0.707163	-3.881.297	0.000104
Ενδύματα	1.023.134	0.187769	0.851058
Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα	1.203.658	1.349.656	0.177126
Ρολόγια - Κοσμήματα	1.514.219	2.782.429	0.005395
Υποδήματα - δερμάτινα είδη	2.742.811	6.668.240	0
Εστίαση - Αναψυχή	2.027.760	4.816.129	0.000001
Γραφεία-Τράπεζες	0.528296	-2.707.209	0.006785
Παροχή Υπηρεσιών			
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις	6.223.697	17.308.902	0
Κατοικία	3.319.005	7.684.105	0
Πρατήρια-Πάρκινγκ			
Έλλειψη Δραστηριότητας	0.906564	-0.592846	0.553284
ΜΑΡΟΥΣΙ 1			
Λιανικό Εμπόριο	0.516667	-8.166.282	0
Ενδύματα	0.837813	-1.641.821	0.100627
Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα			
Ρολόγια - Κοσμήματα	1.482.109	3.058.950	0.002221
Υποδήματα - δερμάτινα είδη	1.486.189	3.222.011	0.001273

Εστίαση - Αναμυχή	1.491.113	2.818.601	0.004823
Γραφεία-Τράπεζες	0.775363	-2.015.692	0.043832
Παροχή Υπηρεσιών	1.094.793	0.628197	0.529875
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις	13.201.614	33.011.341	0
Κατοικία	0.855814	-0.675663	0.499255
Πρατήρια-Πάρκινγκ			
Έλλειψη Δραστηριότητας	1.022.219	0.170028	0.864988
ΜΑΡΟΥΣΙ 2			
Λιανικό Εμπόριο	0.694982	-2.259.967	0.023823
Εστίαση - Αναμυχή			
Γραφεία-Τράπεζες	1.031.155	0.168580	0.866127
Παροχή Υπηρεσιών	2.191.843	4.560.158	0.000005
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις	5.654.736	15.423.627	0
Κατοικία	0.266249	-6.731.989	0
Πρατήρια-Πάρκινγκ			
Έλλειψη Δραστηριότητας	0.605086	-1.998.859	-1.998.859
ΠΑΝΟΡΜΟΥ			
Λιανικό Εμπόριο	0.547960	-5.928.657	0
Ενδύματα	0.632176	-2.725.312	0.006424
Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα			
Ρολόγια - Κοσμήματα	3.273.980	7.534.910	0
Υποδήματα - δερμάτινα είδη	20.691.575	65.248.716	0
Εστίαση - Αναμυχή	3.609.999	8.648.323	0
Γραφεία-Τράπεζες	0.464835	-4.691.677	0.000003
Παροχή Υπηρεσιών	1.438.629	2.373.411	0.017625
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις	1.467.383	2.529.001	0.011439
Κατοικία	0.621379	-4.965.740	0.000001
Πρατήρια-Πάρκινγκ			
Έλλειψη Δραστηριότητας	1.037.904	0.340112	0.733772
ΠΕΙΡΑΙΑΣ			
Λιανικό Εμπόριο	0.492662	-8.948.243	0
Ενδύματα	0.479436	-5.891.678	0
Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα	3.270.691	7.524.015	0
Ρολόγια - Κοσμήματα			
Υποδήματα - δερμάτινα είδη	0.900353	-0.808778	0.418643

Εστίαση - Αναυυχή	1.610.987	3.506.586	0.000454
Γραφεία-Τράπεζες	0.217131	-11.107.116	0
Παροχή Υπηρεσιών	0.911912	-0.734557	0.462609
Μεταποίηση-Επιδιορθώσεις			
Κατοικία	0.640596	-4.009.161	0.000061
Πρατήρια-Πάρκινγκ	1.587.790	3.895.327	0.000098
Έλλειψη Δραστηριότητας	0.578221	-5.166.635	0

Πίνακας 4: Αποτελέσματα της μεθόδου NNA

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4: ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΧΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΕΠΤΟΠΙΑ ΕΡΕΥΝΑ

id	dromos	arith mos	status	name	tomeas	category	type	typecode	lat	lon	acc
1	ΛΑΡΙΣΗΣ	19	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.71	37,9923263	23,7640184	20
2	ΛΑΡΙΣΗΣ	19	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.71	37,9923263	23,7640184	20
3	ΛΑΡΙΣΗΣ	19	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.71	37,9923263	23,7640184	20
4	ΛΑΡΙΣΗΣ	19	Ανοιχτό	ΟΡΟΦΟΣ	(13 ΙΓ) ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	(69) Νομικές και λογιστικές δραστηριότητες	Νομικές δραστηριότητες	69.10	37,9923263	23,7640184	20
5	ΛΑΡΙΣΗΣ	19	Ανοιχτό	ΟΡΟΦΟΣ	(17 ΙΖ) ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ	(86) Δραστηριότητες ανθρώπινης υγείας	Δραστηριότητες άσκησης ειδικών ιατρικών επαγγελματιών	86.22	37,9923263	23,7640184	20
6	ΛΑΡΙΣΗΣ	19	Ανοιχτό	ΟΡΟΦΟΣ	ΚΑΤΟΙΚΙΑ				37,9923263	23,7640184	20
7	ΛΑΡΙΣΗΣ	19	Κλειστό	ΟΡΟΦΟΣ	(22 ΚΒ) ΕΛΛΕΙΨΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	(00) Έλλειψη δραστηριότητας	Έλλειψη δραστηριότητας λόγω αδρανοποίησης	00.02	37,9923263	23,7640184	20
8	ΛΑΡΙΣΗΣ	17	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Λιανικό εμπόριο φαρμακευτικών ειδών (φαρμακεία)	47.73	37,9921971	23,7642626	22
9	ΛΑΡΙΣΗΣ	17	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Λιανικό εμπόριο ιατρικών και ορθοπεδικών ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.74	37,992144	23,7643647	16
10	ΛΑΡΙΣΗΣ	17	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Λιανικό εμπόριο ψωμιού αρτοποιίας και λουτών ειδικών αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.24	37,9921532	23,7643467	9
11	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	51 53 55	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων	Λιανικό εμπόριο κρέατος και προϊόντων κρέατος σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.22	37,9919182	23,7644142	13

					ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	οχημάτων και μοτοσικλετών					
12	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	51 53 55	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(18 ΙΗ) ΤΕΧΝΕΣ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ	(92) Τυχερά παιχνίδια και στοιχήματα	Τυχερά παιχνίδια και στοιχήματα	92.00	37,9919181	23,7644128	9
13	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	51 53 55	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Λιανικό εμπόριο αθλητικού εξοπλισμού σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.64	37,9919224	23,7643935	20
14	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	51 53 55	Κλειστό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(22 ΚΒ) ΕΛΛΕΙΨΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	(00) Έλλειψη δραστηριότητας	Έλλειψη δραστηριότητας λόγω αδρανοποίησης	00.02	37,9919175	23,7643899	43
15	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	51 53 55	Ανοιχτό	ΟΡΟΦΟΣ	(12 ΙΒ) ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΚΙΝΗΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ	(68) Διαχείριση ακίνητης περιουσίας	Μεσσιτικά γραφεία ακινήτων	68.31	37,9919158	23,7643891	30
16	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	51 53 55	Ανοιχτό	ΟΡΟΦΟΣ	(17 ΙΖ) ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ	(86) Δραστηριότητες ανθρώπινης υγείας	Δραστηριότητες άσκησης ειδικών ιατρικών επαγγελμάτων	86.22	37,9919152	23,7643893	28
17	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	51 53 55	Ανοιχτό	ΟΡΟΦΟΣ	ΚΑΤΟΙΚΙΑ				37,9919152	23,7643893	28
18	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	51 53 55	Κλειστό	ΟΡΟΦΟΣ	(22 ΚΒ) ΕΛΛΕΙΨΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	(00) Έλλειψη δραστηριότητας	Έλλειψη δραστηριότητας λόγω αδρανοποίησης	00.02	37,9919104	23,7643878	60
19	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	47 49	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	ΚΑΤΟΙΚΙΑ				37,9916333	23,764169	24
20	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	47 49	Ανοιχτό	ΟΡΟΦΟΣ	ΚΑΤΟΙΚΙΑ				37,9916333	23,764169	24
21	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	45	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(13 ΙΓ) ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	(69) Νομικές και λογιστικές δραστηριότητες	Δραστηριότητες λογιστικής τήρησης βιβλίων και λογιστικού ελέγχου· παροχή φορολογικών συμβουλών	69.20	37,991774	23,7639923	13
22	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	45	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(19 ΙΘ) ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	(95) Επισκευή ηλεκτρονικών υπολογιστών και ειδών ατομικής ή οικιακής χρήσης	Επισκευή ηλεκτρονικών ειδών ευρείας κατανάλωσης	95.21	37,9917753	23,763991	21
23	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	45	Ανοιχτό	ΟΡΟΦΟΣ	ΚΑΤΟΙΚΙΑ				37,9917724	23,7639936	12
24	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	41 43	Κλειστό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Λιανικό εμπόριο σε μη εξειδικευμένα καταστήματα που πωλούν κυρίως τρόφιμα ποτά ή καπνό	47.11	37,9913936	23,7640548	19
25	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	41 43	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(03 Γ) ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ	(15) Βιομηχανία δέρματος και δερμάτινων ειδών	Κατασκευή υποδημάτων	15.20	37,9913921	23,7640556	15
26	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	41 43	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ, ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Άλλο λιανικό εμπόριο καινούργιων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.78	37,9913907	23,7640583	10
27	ΔΟΥΚΙΣΣΗΣ ΠΛΑΚΕΝΤΙΑΣ	41 43	Ανοιχτό	ΟΡΟΦΟΣ	ΚΑΤΟΙΚΙΑ				37,9913913	23,7640583	13
28	ΛΑΚΩΝΙΑΣ	18	Κλειστό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Λιανικό εμπόριο κρέατος και προϊόντων κρέατος σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.22	37,9913922	23,7640465	10
29	ΛΑΚΩΝΙΑΣ	20	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Λιανικό εμπόριο άλλων τροφίμων σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.29	37,9913883	23,7636943	11
30	ΛΑΚΩΝΙΑΣ	20	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(07 Ζ) ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ, ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	(47) Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	Άλλο λιανικό εμπόριο καινούργιων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα	47.78	37,9913894	23,7636898	13
31	ΛΑΚΩΝΙΑΣ	20	Ανοιχτό	ΙΣΟΓΕΙΟ	(03 Γ) ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ	(14) Κατασκευή ειδών ένδυσης	Κατασκευή άλλων ενδυμάτων και εξαρτημάτων ένδυσης	14.19	37,9913896	23,7636843	14

Πίνακας 4: Μέρος της επιτόπιας καταγραφής των χρήσεων για την Πανόρμου