



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών

Τομέας Γεωγραφίας και Περιφερειακού Σχεδιασμού

Χωροχρονική Ανάλυση Προτύπων Εγκατάστασης και Αναδιάρθρωση του Λιανικού Εμπορίου:

Μελέτη περίπτωσης στον εμπορικό πόλο της
οδού Πατησίων

Επιβλέπων Καθηγητής:
Ιωάννης Σαγιάς

Γαρυφαλλιά Τσούτσουρα

Αθήνα, Φεβρουάριος 2019

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η κοινωνία των ανθρώπων εμφανίζει κάποια εγγενή χαρακτηριστικά τα οποία της προσδίδουν συνεκτικότητα και μακροβιοσιμότητα, ανεξαρτήτως της γεωγραφικής θέσης που εμφανίζεται. Ένα από αυτά είναι η ανάγκη για ανταλλαγή πραγμάτων τα οποία κάποιοι κατέχουν σε περίσσια και κάποιοι άλλοι σε έλλειψη. Αυτή η ανάγκη αποτελεί και βασική κινητήρια δύναμη για την ενεργοποίηση των μελών της κοινωνίας να εργάζονται και να παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες. Το εμπόριο όπως μεταφράζεται ως μια έκφανση της παραπάνω πρακτικής, λειτουργεί ρυθμιστικά για τον τρόπο ανάπτυξης της κοινωνίας και τούμπαλιν. Στην αντίστροφη περίπτωση, ο μετασχηματισμός μίας οποιαδήποτε κοινωνίας σε αστικό κέντρο επηρεάζει τον τρόπο εμφάνισης και εξέλιξης του εμπορίου. Συνεπώς η μελέτη του συσχετισμού του λιανικού εμπορίου και των αστικών περιοχών μέσα από ανάλυση της διάρθρωσης που παρουσιάζει το πρώτο εντός των δευτέρων, είναι υψίστης σημασίας για την κατανόηση των μηχανισμών που ορίζουν την εμπορική δραστηριότητα σε μία περιοχή, δίνοντας παράλληλα την δυνατότητα για εύρεση προτάσεων για την ανάπτυξή της.

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε κατά το ακαδημαϊκό έτος 2018-2019 στα πλαίσια της φοίτησης μου στην Σχολή Αγρονόμων και Τοπογράφων Μηχανικών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου. Σκοπός της πτυχιακής είναι να αποτυπώσει, καταρχάς, την πραγματικότητα του ελληνικού εμπορίου σε μία μεσοαστική κεντρική περιοχή στην πόλη των Αθηνών και στη συνέχεια να απεικονίσει τα ευρήματα της μελέτης σε γεωπληροφοριακό σύστημα GIS, αναλύοντας παράλληλα τους τρόπους λειτουργικής αναδιάρθρωσης του εμπορίου στην περιοχή.

Η εκπόνηση της εργασίας αποτέλεσε ένα δύσκολο έργο, στην διάρκεια του οποίου πολύτιμος αρωγός στάθηκε ο επιβλέπων καθηγητής Ιωάννης Σαγιάς, χωρίς την βοήθεια του οποίου δεν θα μπορούσε να έχει παραχθεί το παρών αποτέλεσμα. Σε δεύτερο επίπεδο θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και τους φίλους μου για την σημαντική συμβολή στην προσπάθειά μου, μέσω της αμέριστης εμπιστοσύνης και συμπαράστασης που επέδειξαν.

Πίνακας Περιεχομένων

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	6
ABSTRACT	7
ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	8
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	12
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	13
2. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	17
2.1 Ορισμός Λιανικού εμπορίου	17
2.2 Διεθνές Λιανικό εμπόριο.....	18
2.3 Η Πορεία εξέλιξης του λιανικού εμπορίου στην ευρύτερη περιοχή της Ευρώπης 21	
2.3.1 Αστική ανάπτυξη και Εμπορική Δραστηριότητα.....	22
2.3.2 Ιστορία της Αστικοποίησης και Λιανικό εμπόριο	23
2.3.3 Λιανικό εμπόριο στη σύγχρονη εποχή.....	28
2.4 Λιανικό Εμπόριο στην Ελλάδα	29
2.5 Χωρικές Τάσεις Ανάπτυξης του Λιανικού Εμπορίου	32
2.5.1 Τάση Διεθνοποίησης	32
2.5.2 Τάση Συγκεντρωτισμού της ιδιοκτησίας.....	34
2.6 Γεωγραφική Αποκέντρωση Λιανικού Εμπορίου	39
3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	44
3.1 Γεωστατιστικοί δείκτες.....	45
3.2 Χωρικά πρότυπα.....	46
3.3 Επιφανειακά Χωρικά Πρότυπα.....	47

3.4	Μεθοδολογία Χωρικής Ανάλυσης και Απεικόνιση	48
4	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ	54
4.1	Κριτήρια επιλογής και οριοθέτηση της περιοχής μελέτης	54
4.2	Περιγραφή της Ευρύτερης Περιοχής Μελέτης	57
4.2.1	Ιστορική εξέλιξη και Εμπορική Δραστηριότητα της Αθήνας	59
4.2.2	Ιστορική Εξέλιξη και Εμπορική Δραστηριότητα της Περιοχής Μελέτης	63
4.2.3	Εμπορική Δραστηριότητα κατά τη Διάρκεια της Ύφεσης	66
4.3	Διαχείριση Δεδομένων.....	68
4.3.1	Διαδικασία καταγραφής	68
4.3.2	Δημιουργία χαρτογραφικού υποβάθρου	70
4.3.3	Τεχνικές Διαχείρισης και Ανάλυσης των Δεδομένων	73
4.3	Διενέργεια χωρικής Ανάλυσης.....	75
4.3.1	Γεωστατιστικοί Δείκτες ανά Χρήση Γης.....	75
4.3.1.1	Παρουσίαση Δεδομένων.....	75
4.3.1.2	Ερμηνεία Αποτελεσμάτων	100
4.3.2	Πυκνότητα Πυρήνα	102
4.3.2.1	Παρουσίαση Δεδομένων.....	103
4.3.2.2	Ερμηνεία Αποτελεσμάτων	118
4.3.3	Μέθοδος Εγγύτερου Γείτονα.....	119
4.4.3.1	Παρουσίαση Δεδομένων.....	120
4.4.3.1	Ερμηνεία Αποτελεσμάτων	122
4.4	Ειδικά Συμπεράσματα και Προτάσεις.....	123
5	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ	127
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	134

Ελληνική Βιβλιογραφία.....	134
Ιστοσελίδες.....	141
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία.....	143
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α	144
Απεικονίσεις Πληροφοριών Ανάλυσης Εγγύτερου Γείτονα ανά Χρήση	144

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα διπλωματική παρουσιάζεται μια προσπάθεια για την εξαγωγή προτάσεων σχετικά με την ενίσχυση του εμπορίου σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Η μελέτη έγινε στην περιοχή που περιβάλλει το πιο κεντρικό τμήμα της οδού Πατησίων και αφορά στην αποτύπωση και ανάλυση της διάρθρωσης των χρήσεων, ήτοι δραστηριοτήτων, που αναπτύσσονται εκεί. Η εν λόγω περιοχή αποτελεί μία κεντρική «νησίδα» στην ευρύτερη περιοχή της πόλης των Αθηνών, με ιστορικότητα στην εμπορική δραστηριότητα, μεγάλο μέρος της οποίας έχει παρακμάσει ως αποτέλεσμα μία σωρείας παραγόντων.

Η παρούσα εργασία αποτελείται από δύο τμήματα. Το πρώτο, αφορά στην παρουσίαση του πλαισίου των εννοιών σε όλους του άξονες (ιστορία, οικονομία, κοινωνία, θεσμοί και γεωγραφία), εντός του οποίου πραγματοποιείται η παρατήρηση, η ερμηνεία και πρόταση εισηγήσεων για βελτίωση της υπάρχουσας κατάστασης. Στο δεύτερο τμήμα η εργασία πραγματεύεται την πραγματοποίηση των παραπάνω ενεργειών που εξυπηρετούν τον στόχο της διπλωματικής εργασίας.

Στην διαδικασία της ανάλυσης των συλλεχθέντων δεδομένων, χρησιμοποιήθηκαν τα κατάλληλα Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφοριών (ΓΣΠ), με την βοήθεια των οποίων γίνεται απολύτως λεπτομερής και κατανοητή τόσο η απεικόνιση των δεδομένων στον χώρο, όσο και η ανάλυση των ιδιοτήτων συσχέτισής τους για την εκπόνηση αποτελεσμάτων. Κατάλληλες μαθηματικές μέθοδοι χρησιμοποιήθηκαν, οι δείκτες των οποίων ερμηνεύτηκαν στα πλαίσια της βελτιστοποίησης που είναι στόχος της εργασίας.

Εν κατακλείδι, με χρήση ενδεδειγμένης εξέτασης των παρατηρήσεων που εξήχθησαν, έγιναν ρεαλιστικές προτάσεις βελτιστοποίησης της εμπορικής δραστηριότητας, σε άμεση συνάφεια με την ανάγκη για την εξάλειψη μίας πιθανής διατάραξης των υπολοίπων χρήσεων που είναι συνυφασμένες με την ομαλή κοινωνική δραστηριότητα στην ευρύτερη περιοχή.

ABSTRACT

The present thesis is an attempt to produce some innovative suggests to improve the retail market in a specific area within a big urban center. The collection of the raw data has taken place in the center part of Patision Street in Athens of Greece. The raw data consists of the structure of the activities –uses of the land (retail, services, education etc.) that take place in the area, given a specific categorization. The study of the collected raw data produced some interesting results, the evaluation and description of which gave us an insight of what really happens in the area, in terms of retail growth and prosperity. The area was chosen due to the centrality it has inside the city center of Athens and the regulative importance it has in respect to the retail in the city.

The thesis consists of two parts. First comes the part which presents the theoretical background which is necessary to understand and expound the collected data. This part aims to prepare the reader with the necessary information, in order to be able to make suggestions for improvement. Second comes the practical part, which presents all the actual research which took place, regarding the land activities of the area, with the help of the appropriate information Systems, as the Geographic Information System. During the procedure of evaluation the results from the GIS some fundamental mathematical tools where used. Finally comes the results and realistic suggestions for a better retail activity in the area with many prospects of improvement.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Εμπορική κίνηση Προϊόντων ανά κύρια Χώρα [41].....	19
Εικόνα 2: Εμπορική κίνηση Υπηρεσιών ανά κύρια Χώρα [41].....	20
Εικόνα 3: Αστικές συγκεντρώσεις στην Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία (after 117 AD) [42]	24
Εικόνα 4: Δείκτες αστικοποίησης της Ευρώπης την περίοδο της Βιομηχανικής Επανάστασης [43].....	25
Εικόνα 5: Κάτοψη του Παρισιού το 1907. Κλασσικό παράδειγμα Ευρωπαϊκής μητρόπολης με υψηλή συγκέντρωση στο κέντρο και ανεπτυγμένα προάστια	27
Εικόνα 6: Κύκλος Εργασιών Εμπορίου Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ [54]	30
Εικόνα 7: Οι 12 πρώτες πολυεθνικές εταιρείας Λιανικού Εμπορίου.	35
Εικόνα 8: Τάσεις Διεθνοποίησης του Εμπορίου	37
Εικόνα 9: Συγκεντρωτισμός και εξαγορές στην Αμερικάνικη αγορά το διάστημα 1940-2015	38
Εικόνα 10: Το παλαιότερο εμπορικό κέντρο στην Ευρώπη - Γκαλερία Βιτόριο Εμανουέλε Β΄ [45].....	40
Εικόνα 11: Εμπορικό κέντρο εν μέσω αεροδρομίου στην πρωτεύουσα της Ταϊλάνδης [46]	41
Εικόνα 12: Εμπορικό Κέντρο των νοτίων προαστίων της Αθήνας [47].....	42
Εικόνα 13: Ανάλυση Εγγύτερου Γείτονα.....	47
Εικόνα 14: Μέθοδος Kernel Density σε σημειακά Δεδομένα και απεικόνιση σε Heat Map με χρωματικό εύρος για την διαφοροποίηση των συγκεντρώσεων	48
Εικόνα 15: Οικοδομικά Τετράγωνα της περιοχής μελέτης	55
Εικόνα 16: Απεικόνιση της περιοχής μελέτης στους χάρτες της Google.	56
Εικόνα 17: Δημοτικά Διαμερίσματα Δήμου Αθηναίων [48].....	58
Εικόνα 18: Κάτοψη της αγοράς της Αθήνας τον 2 αιώνα μ.Χ. [49]	60
Εικόνα 19: Λεωφόρος Πατησίων με κατεύθυνση προς Ακρόπολη (Σήμερα).....	63
Εικόνα 20: Οδός Πατησίων στις αρχές του προηγούμενου αιώνα [50].....	65
Εικόνα 21: Οι διαφορετικές χρωματικές κωδικοποιήσεις που αντιστοιχούν στις διάφορες χρήσης γης.....	69
Εικόνα 22: Καταγραφή διαφόρων χρήσεων γης στα ισόγεια στο AutoCad	71

Εικόνα 23: Καταγραφή διαφόρων χρήσεων γης στους ορόφους στο AutoCad	72
Εικόνα 24: Χαρτογραφικό υπόβαθρο για τα δεδομένα καταγραφής	73
Εικόνα 25: Χαρτογραφικό Υπόβαθρο προσαρμοσμένο στην Περιοχή Μελέτης	74
Εικόνα 26: Χωρικός Μέσος των επιχειρήσεων Λιανικού εμπορίου.....	75
Εικόνα 27: Χωρικός Μέσος των Κατοικιών	76
Εικόνα 28: Χωρικός Μέσος των Υπηρεσιών	77
Εικόνα 29: Χωρικός Μέσος της χρήσης της Εκπαίδευσης	78
Εικόνα 30: Χωρικός Μέσος της χρήσης της Υγείας - Πρόνοιας.....	79
Εικόνα 31: Χωρικός Μέσος της χρήσης Πολιτισμού – Αναψυχής - Αθλητισμού.....	80
Εικόνα 32: Χωρικός Μέσος της χρήσης Γκαράζ.....	81
Εικόνα 33: Χωρικός Μέσος της χρήσης Πράσινο	82
Εικόνα 34: Χωρικός Μέσος της Κενής Χρήσης	83
Εικόνα 35: Χωρικός Μέσος της χρήσης Βιομηχανία.....	84
Εικόνα 36: Χωρικός μέσος των Άλλων χρήσεων	85
Εικόνα 37: Χωρικοί Μέσοι όλων των χρήσεων γης	86
Εικόνα 38: Χωρικοί μέσοι συνολικού Λιανικού Εμπορίου και των 4 βασικών υποκατηγοριών	88
Εικόνα 39: Χωρικοί Μέσοι των επικρατέστερων χρήσεων Λιανικού Εμπορίου και των άλλων χρήσεων.....	89
Εικόνα 40: : Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο της ένδυσης.....	90
Εικόνα 41: Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο της Υπόδησης	91
Εικόνα 42: : Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο των τροφίμων.....	92
Εικόνα 43: Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο των ειδών οικιακού εξοπλισμού.....	93
Εικόνα 44: Τυπική απόσταση για το Λιανικό Εμπόριο.....	94
Εικόνα 45: Τυπική απόσταση για το λιανικό εμπόριο των επικρατέστερων κατηγοριών	95
Εικόνα 46: Τυπική απόσταση για τις Κατοικίες.....	95

Εικόνα 47: Τυπική απόσταση για τις Υπηρεσίες	96
Εικόνα 48: Τυπική απόσταση για τη χρήση Βιομηχανία.....	96
Εικόνα 49: Τυπική απόσταση για τη χρήση Πολιτισμός	97
Εικόνα 50: Τυπική απόσταση για τη χρήση Υγεία	97
Εικόνα 51: Τυπική απόσταση για τη χρήση Πράσινο	98
Εικόνα 52: Τυπική απόσταση για τη χρήση Εκπαίδευση.....	98
Εικόνα 53: Τυπική απόσταση για τις Κενές Χρήσεις	99
Εικόνα 54: Τυπική απόσταση για τη χρήση Γκαράζ	99
Εικόνα 55: Τυπική απόσταση για τις άλλες/λοιπές χρήσεις.....	100
Εικόνα 56: Χρωματική κωδικοποίηση του εύρους συγκεντρώσεων	103
Εικόνα 57: :Μέθοδος Kernel Density για Λιανικό εμπόριο	104
Εικόνα 58: Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Ένδυση	105
Εικόνα 59: : Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Υπόδηση.....	106
Εικόνα 60: Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Οικιακός Εξοπλισμός	107
Εικόνα 61: Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Τρόφιμα	108
Εικόνα 62: Μέθοδος Kernel Density για τη χρήση Κατοικίες	109
Εικόνα 63: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Υπηρεσίες.....	110
Εικόνα 64: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Πολιτισμός	111
Εικόνα 65: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Υγεία	112
Εικόνα 66: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Εκπαίδευση	113
Εικόνα 67: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Γκαράζ.....	114
Εικόνα 68: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Πράσινο	115
Εικόνα 69: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Βιομηχανία.....	116
Εικόνα 70: : Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Κενή Χρήση	117
Εικόνα 71: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία Άλλες Χρήσεις	118
Εικόνα 72: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Λιανικό Εμπόριο	144
Εικόνα 73: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Ένδυση.....	145
Εικόνα 74: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Υπόδηση	145
Εικόνα 75: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Τρόφιμα	145
Εικόνα 76: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Οικιακός Εξοπλισμός....	145
Εικόνα 77: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Κατοικίες.....	145

Εικόνα 78: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Υπηρεσίες	145
Εικόνα 79: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Πολιτισμός	145
Εικόνα 80: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Εκπαίδευση	145
Εικόνα 81: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Βιομηχανία	145
Εικόνα 82: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Υγεία.....	145
Εικόνα 83: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Γκαράζ.....	145
Εικόνα 84: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Πράσινο	145
Εικόνα 85: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στην Κενή Χρήση	145
Εικόνα 86: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στις Άλλες Χρήσεις.....	145

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Κατηγοριοποίηση χρήσεων κατά ΣΤΑΚΟΔ, με χρωματική απεικόνιση.....	51
Πίνακας 2: Στοιχεία χρήσεων Γης από ανάλυση Average Nearest Neighbor και συμμόρφωση στοιχείων με χωρικά πρότυπα.....	122

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η μελέτη της εμπορικής δραστηριότητας με τη μορφή του λιανικού εμπορίου είναι μία πολυεπίπεδη και σύνθετη διαδικασία που απαιτεί μια σοβαρή και ενδεδειγμένη προσπάθεια καταγραφής, συγκέντρωσης, συσχετισμού και μελέτης όλων των συνιστωσών που επιμερίζουν και επιδρούν σε αυτό το είδος της δραστηριότητας. Η επιλογή της περιοχής μελέτης εξαρτάται από την ανάγκη για την εξαγωγή συμπερασμάτων και προτάσεων για την μεταβολή των χαρακτηριστικών της, με αφορμή την εξέλιξη σε οικονομικό ή κοινωνικό επίπεδο. Ο χρόνος διεξαγωγής της καταγραφής των γεωπληροφοριακών δεδομένων καθορίζεται από μία πληθώρα κινήτρων που εφάπτονται σε πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό ή και ερευνητικό επίπεδο. Η επιλογή των μεθόδων ανάλυσης των δεδομένων είναι μία δυναμική και προσαρμόσιμη διαδικασία που στοχεύει στην εγκυρότητα και επικαιρότητα των αποτελεσμάτων. Τέλος, η αξιολόγηση και η παραγωγή προτάσεων και λύσεων σε θέματα που χρίζουν βελτίωσης είναι προϊόν της μελέτης της ιστορικότητας της εκάστοτε περιοχής, της συνάφειάς της με άλλες παρόμοιες αλλά και ενός μεγάλου αριθμού ιδιοτήτων του παρελθόντος, του παρόντος και του μέλλοντος που σχετίζονται με αυτήν.

Στόχος της Διπλωματικής Εργασίας είναι, κατόπιν έκθεσης του εννοιολογικό πλαισίου που άπτεται της διάρθρωσης των δραστηριοτήτων μίας επιλεγμένης περιοχής, με κεντρική αυτή του Λιανικού εμπορίου, η παροχή κάποιων ρεαλιστικών και βιώσιμων προτάσεων προς την κατεύθυνση της εμπορικής ανάπτυξης, με την διορατικότητα που προσφέρει η μαθηματική ανάλυση των δεδομένων σε Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφοριών. Η επιλογή του θέματος της συγκεκριμένης πτυχιακής αφορά στη σημασία που έχει η εν λόγω ανάλυση στην συγκεκριμένη περιοχή, καθώς αυτή προσδιορίζεται ως πρότυπο μεσοαστικής περιοχής, εμπορικά παρηκμασμένης υπό τις επιπτώσεις της μεγάλης οικονομικής κρίσης των προηγούμενων ετών. Η μελέτη της περιοχής δύναται να εμφανίσει την πραγματικότητα που ισχύει και σε άλλες παρόμοιες περιοχές της πόλης μέσω της προτυποποίησής της, σε σχέση με τα χωρικά πρότυπα που μπορούν να συσχετιστούν με αυτή. Η παραγωγή ενός προτύπου περιοχής στην οποία εμφανίζονται

συγκεκριμένοι παράγοντες βιωσιμότητας του λιανικού εμπορίου, δίνει τη δυνατότητα να κατανοήσουμε την εξέλιξη του εμπορίου και σε άλλες περιοχές του κέντρου της Αθήνας.

Πιο συγκεκριμένα, η περιοχή των Πατησίων είναι ένα πολυσύχναστο τμήμα της Αθήνας με ιδιαίτερη εμπορική δραστηριότητα ειδικά τον προηγούμενο αιώνα. Αποτελεί κεντρικό σημείο της πόλης με πολλές προϋποθέσεις ανάπτυξης του λιανικού εμπορίου. Ωστόσο, σταδιακά έχει συντελεστεί υποβάθμιση της περιοχής με άμεση συνέπεια σε όλο τον τομέα των επιχειρήσεων. Διάφοροι παράγοντες συνείσφεραν στην υποβάθμιση αυτή και μέρος της εργασίας αυτής είναι οι προτάσεις τρόπων ανάδρασης αυτών των παραγόντων. Παράλληλα, κατόπιν εξέτασης των συγκεντρώσεων και των κατανομών των χρήσεων των κτιρίων στην προς μελέτη περιοχή, προτάθηκαν τρόποι διαφοροποίησης ορισμένων μεταβλητών που θα οδηγήσουν σε ουσιώδης μεταβολές των μετρικών με αντίκτυπο στην ενίσχυση του εμπορίου.

Παρόμοια μελέτη με αυτή που διεξήχθη στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας έχει γίνει και στο παρελθόν, σε διαφορετικές περιοχές μελέτης αλλά και με διαφορετική, πολλές φορές προσέγγιση. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι στις διπλωματικές [4], [6], [10] και [12] έχει γίνει παρόμοια προσπάθεια καταγραφής και ανάλυσης στοιχείων εμπορίου σε διάφορες περιοχές με σκοπό την εξαγωγή προτύπων ανάλυσης για την επέκταση των αποτελεσμάτων και σε άλλες περιοχές. Όλες οι προσπάθειες αφορούν σε μελέτη συγκεκριμένων περιοχών οι οποίες σε κάθε περίπτωση έχουν επιλεχθεί κατάλληλα. Η καταλληλότητα κάθε περιοχής συνίσταται στο σύνολο των παραγόντων που συνθέτουν το πλαίσιο εντός του οποίου εμφανίζεται και εξελίσσεται χωροχρονικά το εμπόριο. Σε κάθε περίπτωση γίνεται ανάλυση με την βοήθεια γεωστατικών δεικτών και χωρικών προτύπων και εξάγονται αποτελέσματα, η συγκεντροποίηση των οποίων αφορά στην σύσταση συμπερασμάτων και την εξαγωγή προτάσεων τόσο για την αναδιάρθρωση του εμπορίου στην περιοχή μελέτης όσο και σε άλλες με ίδια εγγενή χαρακτηριστικά. Η παρούσα διπλωματική πραγματεύεται μία παρόμοια προς τις άλλες μελέτη, σε μία περιοχή όμως προσεκτικά επιλεγμένη ώστε να αντικατοπτρίζει με απόλυτο ρεαλισμό το αντίκτυπο της οικονομικής ύφεσης στο λιανικό εμπόριο, σε σχέση πάντα και με άλλες σημαντικές χρήσεις γης του ΣΤΑΚΟΔ, σε ένα από τα κεντρικότερα και δημοφιλέστερα μέρη στο κέντρο της Αθήνα. Η όλη πραγματικότητα αποτυπώνεται σε επίπεδο δεδομένων

σε γεωπληροφοριακό σύστημα GIS και έτσι η ερμηνεία των παραγόμενων εικόνων δίνει με σαφήνεια και παραστατικότητα τα στοιχεία που σκοπεύει να αναδείξει αυτή η μελέτη.

Η πολυεπίπεδη ανάλυση και αναπαράστασή τους στον χώρο με την βοήθεια ενός ενιαίου πληροφοριακού συστήματος και εν γένει, οι εφαρμογές της χωρικής ανάλυσης, οπτικοποίησης και χαρτογράφησης των προτύπων σε συνδυασμό με την μελέτη των επιπτώσεων και την κατηγοριοποίηση τους, μπορούν να αποτελέσουν μια ενδιαφέρουσα πρακτική στην ορθή λήψη των αποφάσεων. Η ανάλυση, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, δεν περιορίστηκε στο λιανικό εμπόριο. Ο εμπορικός τομέας αναπτύσσεται ταυτόχρονα με διάφορες λειτουργίες της πόλης και αποτελεί κύριο παράγοντα διαβίωσης των κατοίκων καθώς καλύπτει τις ανάγκες τους και συνδυάζεται με τις τέσσερες βασικές πολεοδομικές λειτουργίες, την κατοικία, την εργασία, την αναψυχή και την κυκλοφορία [2]. Επομένως, για την μελέτη του εμπορίου στην περιοχή πλησίον της οδού Πατησίων πραγματοποιήθηκε ολική αναγνώριση χρήσεων που περιέχουν έντονες συγκεντρώσεις λιανικού εμπορίου και ανάμιξη με ένα πλήθος βασικών δραστηριοτήτων. Αυτές οι χρήσεις αποτυπώθηκαν στο πρόγραμμα AutoCad και στο γεωπληροφοριακό σύστημα ArcGis. Η ανάλυση των απεικονιζόμενων δεδομένων έγινε με χρήση της μεθόδου του εγγύτερου γείτονα και η εξαγωγή των συμπερασμάτων έγινε κατόπιν μελέτης των δεικτών της μεθόδου σε συνδυασμό με παρατήρηση των κατανομών των δεδομένων με χρωματική απεικόνιση. Η πρόταση των εισηγήσεων έγινε σε συνάρτηση ποικίλων παραγόντων που δύναται να επηρεάσουν την δραστηριότητα σε μία περιοχή και σε συνέχεια παρόμοιων δράσεων που έχουν επιτελεστεί σε προσπάθειες ανάπτυξης της εμπορικής δραστηριότητας σε παρόμοιες περιπτώσεις.

Η διάρθρωση των κεφαλαίων ακολουθεί μία ροή από τις πιο γενικές πληροφορίες στις πιο ειδικές από το θεωρητικό υπόβαθρο στην πρακτική μελέτη και τα συμπεράσματα, καταλήγοντας σε μία γενικευμένη αξιολόγηση της μεθόδου που ακολουθήθηκε.

Συγκεκριμένα, το δεύτερο κεφάλαιο αφορά στην παρουσίαση της έννοιας του λιανικού εμπορίου μέσα από μία ιστορική αναφορά στη σύνδεσή του με έννοιες όπως η αστική ανάπτυξη και η παγκοσμιοποίηση. Η εν λόγω αναφορά σχετίστηκε με διαφορετικές περιόδους και διαφορετικά γεωγραφικά πλαίσια, ξεκινώντας από τον διεθνή χώρο, συνεχίζοντας στον χώρο της Ευρώπης και καταλήγοντας στην Ελλάδα. Τέλος, έγινε

ανάλυση των σύγχρονων τάσεων που επηρεάζουν το λιανικό εμπόριο σε παγκόσμια κλίμακα.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση της γενικότερης Μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε στη διάρκεια εκπόνησης της υφιστάμενης διπλωματικής εργασίας, χωρίς να γίνεται μνεία σε συγκεκριμένα στοιχεία και την παραμετροποίηση που πραγματοποιήθηκε. Σκοπός του κεφαλαίου είναι να αναδειχθεί η μέθοδος που αξιοποιήθηκε και η οποία μπορεί να αξιοποιηθεί από οποιαδήποτε παρόμοια έρευνα με τους ίδιους στόχους.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναλυτική περιγραφή της εφαρμογής της προαναφερθείσας μεθοδολογίας πάνω στα δεδομένα που αφορούν στην υφιστάμενη διπλωματική εργασία. Αρχικά, γίνεται ειδική μνεία στα δεδομένα και την διαχείρισή τους ώστε να καταλήξουν σε κατάλληλη μορφή προς ανάλυση. Εν συνεχεία, περιγράφεται η διαδικασία της διενέργειας της χωρικής ανάλυσης που έλαβε μέρος, με την αρωγή των Πληροφοριακών Συστημάτων ArcGis και AutoCad. Σε αυτό το σημείο έγινε εκτεταμένη παρουσίαση και σχολιασμός των απεικονίσεων των δεδομένων και των αποτελεσμάτων της εφαρμογής των μαθηματικών εργαλείων πάνω σε αυτά, μέσω των εν λόγω Πληροφοριακών Συστημάτων. Στο τέλος του κεφαλαίου παρουσιάζονται τα ειδικά συμπεράσματα που προέκυψαν από την χωρική ανάλυση και δίνονται συγκεκριμένες προτάσεις αναδιάρθρωσης του λιανικού εμπορίου στην περιοχή μελέτης.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που εξήχθησαν και αφορούσαν ολόκληρη τη διαδικασία της έρευνας και ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε. Παράλληλα αξιολογήθηκε η αποτελεσματικότητα της μεθοδολογίας που χρησιμοποιήθηκε και έγιναν προτάσεις για βελτίωση των αδύναμων, κατά την γνώμη της συγγραφέως της υφιστάμενης διπλωματικής εργασίας, σημείων μέσω περαιτέρω έρευνας και παρόμοιας αξιοποίησης της χρησιμοποιούμενης μεθοδολογίας.

2. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει μία παρουσίαση όλου του εννοιολογικού υποβάθρου που αφορά στο λιανικό εμπόριο. Αρχικά κατόπιν παρουσίασης των βασικών εννοιών, εκτίθεται μία αναφορά στην πορεία του λιανικού εμπορίου σε διεθνές επίπεδο. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η πορεία του λιανικού εμπορίου στην ευρύτερη περιοχή της Ευρώπης με χρονολογική σειρά. Στο τέλος της ιστορικής αναδρομής, τοποθετείται αναφορά για το γίνεσθαι του εμπορίου στον Ελληνικό χώρο στη σύγχρονη μεταπολεμική εποχή. Στο τέλος του κεφαλαίου περιγράφονται οι σύγχρονες τάσεις που έχουν επικρατήσει στην ανάπτυξη και διάρθρωση του λιανικού εμπορίου σε παγκόσμιο επίπεδο.

2.1 Ορισμός Λιανικού εμπορίου

Το λιανικό εμπόριο είναι μία έννοια, η ύπαρξη της οποίας τοποθετείται στην εποχή του Αριστοτέλη, ίσως και παλαιότερα. Σύμφωνα με τον αρχαίο φιλόσοφο, το λιανικό εμπόριο ("καπηλικόν") παρουσιάστηκε όταν επινοήθηκε το νόμισμα για της ανάγκες των συναλλαγών, όπου συναλλαγή είναι η ανταλλαγή αξιών ανάμεσα σε δύο η περισσότερες πλευρές.

"Το λιανικό εμπόριο (retailing) περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες πώλησης αγαθών ή υπηρεσιών απευθείας στους τελικούς καταναλωτές για προσωπική, μη επαγγελματική, χρήση. Λιανοπωλητής (retailer) ή κατάστημα λιανικού εμπορίου (retail store) είναι κάθε επιχείρηση της οποίας ο όγκος των πωλήσεων, προέρχεται κυρίως από το λιανικό εμπόριο" [57]. Αυτού του τύπου το εμπόριο αποτελεί το τελευταίο στάδιο της αλυσίδας διανομής (supply chain) και ασχολείται τόσο με την πώληση απτών, φυσικών προϊόντων όσο και με την παροχή (άυλων) υπηρεσιών.

Το λιανεμπόριο αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο του παγκόσμιου εμπορίου. Οι τάσεις που εμφανίζονται στην λιανική πώληση και οι καταναλωτικές συνήθειες που συνδέονται με

αυτήν, συχνά αποτελούν ισχυρότατο δείκτη των τάσεων της συνολικής οικονομίας ενός έθνους. Ενδεικτικά, στις ΗΠΑ, το ένα τρίτο των συνολικών εισοδημάτων της χώρας προέρχονται από της πωλήσεις στα καταστήματα λιανικής πώλησης. Οι πολυεθνικές εταιρείες, οι οποίες βρίσκονται πίσω από μια πληθώρα καταστημάτων λιανικού εμπορίου, αυξηθήκαν από 7000 το 1969 σε 111000 το 2014 [40].

2.2 Διεθνές Λιανικό εμπόριο

Ο όρος "Διεθνές" που προσαρτάται στο λιανικό εμπόριο αφορά στον προσδιορισμό του εμπορίου όταν στην δραστηριότητα εμπλέκονται περισσότερα του ενός έθνη. Επαγωγικά, διεθνές λιανικό εμπόριο μπορεί να θεωρηθούν οι διαδικασίες που συνδέονται με την λιανική πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών σε διεθνείς τελικούς καταναλωτές (ανήκουν σε διαφορετικές από το κατάστημα χώρες) για προσωπική χρήση.

Εν γένει, το διεθνές εμπόριο στην νεότερη εποχή γνώρισε πολλές διακυμάνσεις και άλλαξε πολλές μορφές ως την εποχή της επανάστασης (τέλη 18^{ου} – αρχές 19^{ου} αιώνα), όπου πλέον κάθε διακύμανση σε οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό επίπεδο επηρέαζε θετικά την επέκτασή του. Ήδη από τον 19^{ου} αιώνα, ορισμένοι λιανέμποροι ξεκίνησαν να αναπτύσσουν δραστηριότητα και εκτός των συνόρων της χώρας τους, σε αντίθεση με συναδέλφους τους οι οποίοι περιορίζονταν την τοπική αγορά. Κατόπιν, τη δεκαετία που ακολούθησε τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, ξεκίνησε να εμφανίζεται μία νέα έκφραση λιανικού εμπορίου, τα πολυκαταστήματα (εκφραστές πολυεθνικών εταιριών), τα οποία τις επόμενες δεκαετίες άρχισαν να αναπτύσσουν δραστηριότητα και σε χώρες του εξωτερικού ως προς την έδρα τους. Η οικονομική ύφεση του 2007-2009 και η κρίση στη ζώνη του ευρώ το 2011-2012 σήμανε μία εποχή σημαντικής επιβράδυνσης του όγκου των εμπορικών συναλλαγών και συνεπακόλουθα μερική παρακμή του λιανικού εμπορίου. Σήμερα, η παγκόσμια οικονομία δείχνει ορισμένα σημάδια ανάκαμψης από τη δυσμενή προηγούμενη δεκαετία, ενώ παράλληλα το διεθνές λιανικό εμπόριο παρουσιάζει αυξητικές τάσεις.

Rank	Exporters	Value	Share	Annual percentage change	Rank	Importers	Value	Share	Annual percentage change
1	United States of America	762	14.4	4	1	United States of America	516	10.2	7
2	United Kingdom	347	6.6	6	2	China	464	9.1	3
3	Germany	300	5.7	8	3	Germany	322	6.3	6
4	France	248	4.7	6	4	France	240	4.7	2
5	China	226	4.3	9	5	Netherlands	211	4.2	14
6	Netherlands	216	4.1	16	6	United Kingdom	210	4.1	4
7	Ireland	186	3.5	20	7	Ireland	199	3.9	-3
8	India	183	3.5	14	8	Japan	189	3.7	4
9	Japan	180	3.4	7	9	Singapore	171	3.4	5
10	Singapore	164	3.1	4	10	India	153	3.0	15
11	Spain	139	2.6	10	11	Korea, Republic of	120	2.4	8
12	Switzerland	119	2.3	2	12	Belgium	117	2.3	8
13	Belgium	117	2.2	5	13	Italy	113	2.2	11
14	Italy	110	2.1	10	14	Canada	105	2.1	6
15	Hong Kong, China	104	2.0	5	15	Switzerland	101	2.0	2
16	Luxembourg	102	1.9	7	16	Russian Federation	87	1.7	20
17	Korea, Republic of	86	1.6	-8	17	United Arab Emirates	84	1.7	2
18	Canada	86	1.6	6	18	Hong Kong, China	77	1.5	4
19	Thailand	75	1.4	12	19	Luxembourg	76	1.5	6
20	Sweden	73	1.4	2	20	Spain	76	1.5	9
21	United Arab Emirates	70	1.3	8	21	Sweden	68	1.3	11
22	Austria	66	1.2	9	22	Australia	67	1.3	9
23	Denmark	65	1.2	8	23	Brazil	66	1.3	8
24	Australia	64	1.2	12	24	Denmark	62	1.2	6
25	Poland	59	1.1	19	25	Austria	55	1.1	12
26	Russian Federation	57	1.1	15	26	Saudi Arabia, Kingdom of	54	1.1	7
27	Chinese Taipei	45	0.8	9	27	Chinese Taipei	53	1.0	3
28	Israel	44	0.8	11	28	Norway	49	1.0	2
29	Turkey	43	0.8	17	29	Thailand	46	0.9	6
30	Macao, China	38	0.7	16	30	Malaysia	42	0.8	5
31	Norway	37	0.7	-1	31	Poland	38	0.7	12
32	Malaysia	37	0.7	4	32	Mexico	37	0.7	10
33	Philippines	36	0.7	14	33	Indonesia	32	0.6	7
34	Portugal	34	0.6	17	34	Finland	31	0.6	5
35	Brazil	34	0.6	3	35	Qatar	30	0.6	0
36	Greece	32	0.6	17	36	Israel	29	0.6	12
37	Finland	29	0.5	10	37	Kuwait, the State of	28	0.5	8
38	Mexico	27	0.5	10	38	Philippines	26	0.5	8
39	Czech Republic	27	0.5	12	39	Argentina	24	0.5	14
40	Hungary	26	0.5	9	40	Turkey	23	0.4	9
	Total of above	4692	88.9	-		Total of above	4488	88.4	-
	World	5279	100.0	8		World	5074	100.0	6

Note: Figures for a number of countries and territories have been estimated by the Secretariat. Annual percentage changes and rankings are affected by continuity breaks in the series for a large number of economies, and by limitations in cross-country comparability. See the Metadata. For more annual data, see Tables A60 and A61.

Εικόνα 1: Εμπορική κίνηση Προϊόντων ανά κύρια Χώρα [41]

Rank	Exporters	Value	Share	Annual percentage change	Rank	Importers	Value	Share	Annual percentage change
1	United States of America	762	14.4	4	1	United States of America	516	10.2	7
2	United Kingdom	347	6.6	6	2	China	464	9.1	3
3	Germany	300	5.7	8	3	Germany	322	6.3	6
4	France	248	4.7	6	4	France	240	4.7	2
5	China	226	4.3	9	5	Netherlands	211	4.2	14
6	Netherlands	216	4.1	16	6	United Kingdom	210	4.1	4
7	Ireland	186	3.5	20	7	Ireland	199	3.9	-3
8	India	183	3.5	14	8	Japan	189	3.7	4
9	Japan	180	3.4	7	9	Singapore	171	3.4	5
10	Singapore	164	3.1	4	10	India	153	3.0	15
11	Spain	139	2.6	10	11	Korea, Republic of	120	2.4	8
12	Switzerland	119	2.3	2	12	Belgium	117	2.3	8
13	Belgium	117	2.2	5	13	Italy	113	2.2	11
14	Italy	110	2.1	10	14	Canada	105	2.1	6
15	Hong Kong, China	104	2.0	5	15	Switzerland	101	2.0	2
16	Luxembourg	102	1.9	7	16	Russian Federation	87	1.7	20
17	Korea, Republic of	86	1.6	-8	17	United Arab Emirates	84	1.7	2
18	Canada	86	1.6	6	18	Hong Kong, China	77	1.5	4
19	Thailand	75	1.4	12	19	Luxembourg	76	1.5	6
20	Sweden	73	1.4	2	20	Spain	76	1.5	9
21	United Arab Emirates	70	1.3	8	21	Sweden	68	1.3	11
22	Austria	66	1.2	9	22	Australia	67	1.3	9
23	Denmark	65	1.2	8	23	Brazil	66	1.3	8
24	Australia	64	1.2	12	24	Denmark	62	1.2	6
25	Poland	59	1.1	19	25	Austria	55	1.1	12
26	Russian Federation	57	1.1	15	26	Saudi Arabia, Kingdom of	54	1.1	7
27	Chinese Taipei	45	0.8	9	27	Chinese Taipei	53	1.0	3
28	Israel	44	0.8	11	28	Norway	49	1.0	2
29	Turkey	43	0.8	17	29	Thailand	46	0.9	6
30	Macao, China	38	0.7	16	30	Malaysia	42	0.8	5
31	Norway	37	0.7	-1	31	Poland	38	0.7	12
32	Malaysia	37	0.7	4	32	Mexico	37	0.7	10
33	Philippines	36	0.7	14	33	Indonesia	32	0.6	7
34	Portugal	34	0.6	17	34	Finland	31	0.6	5
35	Brazil	34	0.6	3	35	Qatar	30	0.6	0
36	Greece	32	0.6	17	36	Israel	29	0.6	12
37	Finland	29	0.5	10	37	Kuwait, the State of	28	0.5	8
38	Mexico	27	0.5	10	38	Philippines	26	0.5	8
39	Czech Republic	27	0.5	12	39	Argentina	24	0.5	14
40	Hungary	26	0.5	9	40	Turkey	23	0.4	9
Total of above		4692	88.9	-	Total of above		4488	88.4	-
World		5279	100.0	8	World		5074	100.0	6

Note: Figures for a number of countries and territories have been estimated by the Secretariat. Annual percentage changes and rankings are affected by continuity breaks in the series for a large number of economies, and by limitations in cross-country comparability. See the Metadata. For more annual data, see Tables A60 and A61.

Εικόνα 2: Εμπορική κίνηση Υπηρεσιών ανά κύρια Χώρα [41]

Τη δεκαετία του 1960 παρατηρήθηκε η επέκταση των γεωγραφικών ορίων των αγορών εκτός της χώρας στην οποία βρίσκονται οι επιχειρήσεις και τη δεκαετία του 1990 έγινε πιο έντονο το φαινόμενο της διεθνοποίησης στην Ευρώπη. Η επιλογή των χωρών από τους λιανοπωλητές δεν είναι τυχαία, καθώς γίνεται με βάση κάποια στοιχεία όπως το μειωμένο

λειτουργικό κόστος, τις οικονομικές προοπτικές και το χαμηλό επίπεδο ανταγωνισμού. Οι επιχειρήσεις που αποφασίζουν να επεκταθούν σε άλλες χώρες και τελικά καταφέρνουν να έχουν αύξηση των κερδών τους είναι λίγες. Η ευρωπαϊκή αγορά έχει κατακλιστεί από πολλές ξένες επιχειρήσεις ενώ ισχύει και το αντίθετο.

Η διεθνοποίηση εκφράζεται από τέσσερις βασικές τάσεις:

- Οι λιανοπωλητές αναγκάζονται να επεκταθούν σε άλλες χώρες λόγω του κορεσμού των αγορών.
- Οι χώρες με μεγάλη δημογραφική επιφάνεια κινούν το ενδιαφέρον των μικροπωλητών για την επέκταση των επιχειρήσεών τους.
- Τα κοινά στοιχεία πολιτισμού, όπως η γλώσσα, μεταξύ των χωρών βοηθούν τη διεθνοποίηση.
- Η επέκταση των επιχειρήσεων σε άλλες χώρες οφείλεται επίσης στην πολιτική αστάθεια και στη μειωμένη αγοραστική δύναμη.

Αφού, λοιπόν, είδαμε μία γενική εικόνα της έννοιας του λιανικού εμπορίου, στην διεθνή του έκφραση, θα προχωρήσουμε στη συνέχεια σε αναλυτική εξέταση της εξελικτικής πορείας του λιανικού εμπορίου στον ευρωπαϊκό χώρο, ο οποίος αποτελεί το πλαίσιο στο οποίο οριοθετείται το ελληνικό λιανικό εμπόριο.

2.3 Η Πορεία εξέλιξης του λιανικού εμπορίου στην ευρύτερη περιοχή της Ευρώπης

Η εξελικτική πορεία του εμπορίου στον ευρωπαϊκό χώρο είναι απόλυτα συνυφασμένη με τη έννοια της αστικής ανάπτυξης, από τα αρχαία ακόμα χρόνια, καθώς η αύξηση της επικοινωνιακής δραστηριότητας του ανθρώπου πυροδοτεί και την ανάγκη για ανταλλαγή αξιών. Η χρονική κατηγοριοποίηση της αστικοποίησης, προσδιορίζει και της μεταλλαγές που υπέστη η μορφή και η έκταση του εμπορίου ανά τους αιώνες.

2.3.1 Αστική ανάπτυξη και Εμπορική Δραστηριότητα

Η αστική ανάπτυξη διαδραμάτισε κυρίαρχο ρόλο στην ανάπτυξη του εμπορίου. Κατ' αρχάς, η έμφυτη ανάγκη του ανθρώπου για επικοινωνία και συνοίκηση εκδηλώθηκε στην δράση της δημιουργίας πόλεων. Εντός των χωρικών αυτών ενοτήτων, 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 [2].

Σε αντίθεση με το παρελθόν στο οποίο οι κυρίαρχοι παράγοντες οι οποίοι καθόριζαν την τοποθεσία δημιουργίας των πόλεων ήταν οι κλιματικές συνθήκες, ο φυσικός πλούτος, η προσβασιμότητα σε υλικά αγαθά, η φυσική οχύρωση για σκοπούς άμυνας και η εγγύτητα με άλλους φιλικά προσκείμενους χωρικούς σχηματισμούς, πλέον οι χώροι διαχωρίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες. Οι κατηγορίες αυτές αφορούν κυρίως εκφράσεις της πολιτικής και εμπορικής γραμμής που ακολουθείται από το κοινωνικό σύνολο της εκάστοτε περιοχής. Αρχικά είναι οι περιοχές στις οποίες εφαρμόζεται ένα καθεστώς ελευθερίας της οικονομίας, στις οποίες η ανάπτυξη είναι στενά συνδεδεμένη με τα συμφέροντα της ιδιωτικής εμπορικής δραστηριότητας, σε συνδυασμό, όμως, με την σχεδίαση για ικανοποίηση πολιτικών συμφερόντων. Δεύτερον, υπάρχουν οι χώροι στους οποίους εφαρμόζεται μια κεντρικά σχεδιασμένη ανάπτυξη υπό την αυστηρή οριοθέτηση του δημοσίου τομέα βάση ποικιλόμορφων παραγόντων εθνικού συμφέροντος. Τρίτον, κάνουμε λόγο για χώρους στους οποίους επιτελείται μία άναρχη και μη σχεδιασμένη ανάπτυξη με όρους που τίθενται αποκλειστικά από την ικανοποίηση της κερδοφορίας του ιδιωτικού επιχειρηματικού τομέα.

Σε συνάρτηση με τα παραπάνω, ένα εύκολα παραγόμενο συμπέρασμα είναι ότι η ανάπτυξη και η επιβίωση των πόλεων είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την οικονομική ακμή ή παρακμή που εμφανίζεται σε συνάρτηση με μία σειρά δευτερευουσών παραγόντων, όπως ο τουριστικός ή ο κοινωνικός.

2.3.2 Ιστορία της Αστικοποίησης και Λιανικό εμπόριο

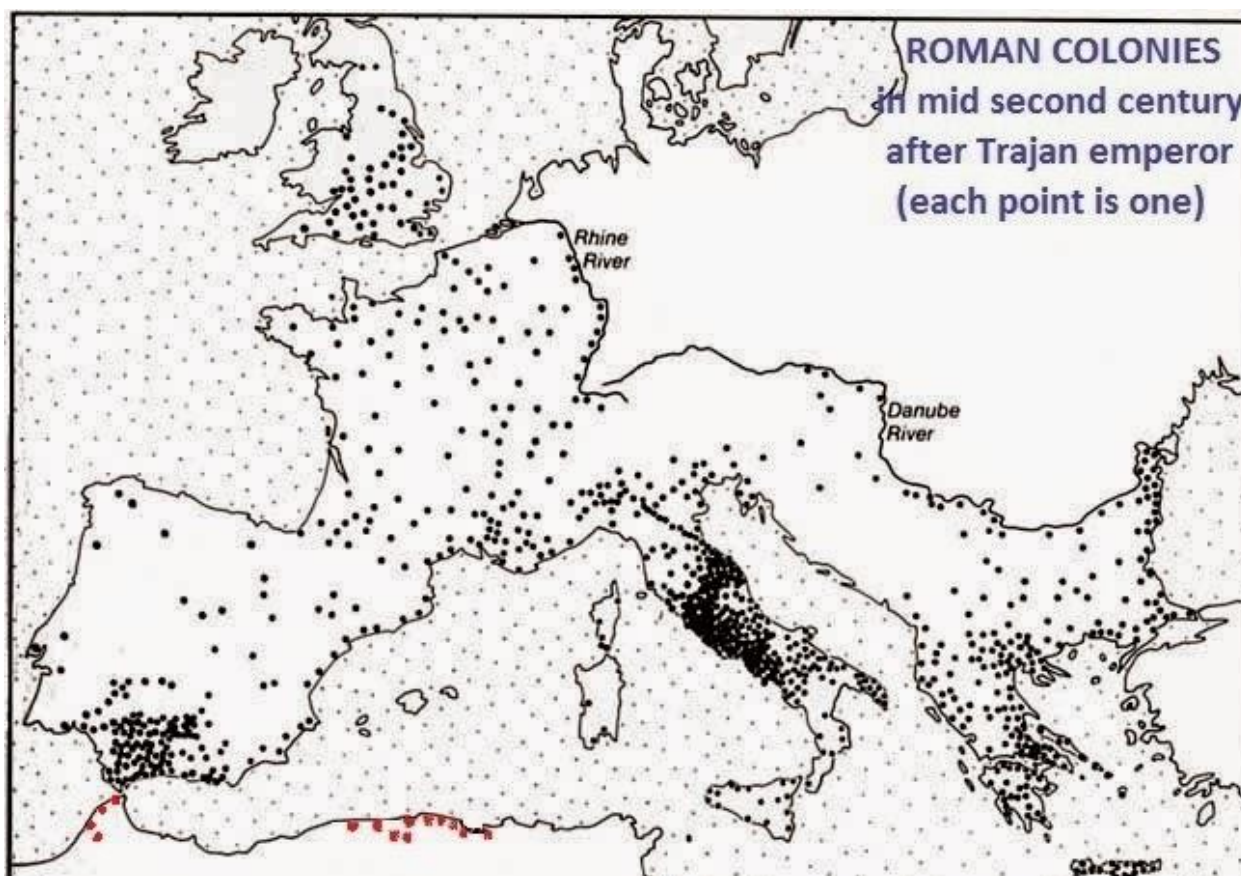
Η αστικοποίηση αναφέρεται στην εναλλαγή της πληθυσμιακής συγκέντρωσης από την ύπαιθρο στις πόλεις, την αύξηση του ποσοστού της αστικής πληθυσμιακής πλήρωσης καθώς και των τρόπων που επιστρατεύει η κάθε κοινωνία για να προσαρμοστεί σε αυτήν την αλλαγή.

Η εν λόγω πληθυσμιακή ολίσθηση επιταχύνεται με ταχύτερους ρυθμούς σε αναπτυσσόμενες περιοχές με μεσαίο μέσο εισόδημα, σε αντίθεση με τις ανεπτυγμένες περιοχές. Το εν λόγω φαινόμενο ερμηνεύεται εύκολα να αναλογιστούμε τις τεράστιες δυνάμεις που δρουν στις πρώτες περιοχές στην διαδικασία των δραστικών οικονομικών αλλαγών που υπόκεινται, σε αντίθεση με τις δεύτερες στις οποίες δεν συντρέχουν λόγοι για ανακατανομή των οικονομικών κατανομών. Στην ευρύτερο ευρωπαϊκό χώρο, το φαινόμενο της ραγδαίας αστικής συγκέντρωσης πρωτοεμφανίστηκε περί το 700 π.χ σε συγκεκριμένες αστικές εστίες και εξαπλώθηκε σταδιακά σε όλο το γεωγραφικό εύρος της ευρωπαϊκής ηπείρου. Βασικός παράγοντας που συνετέλεσε στη ραγδαία αύξηση της αστικοποίησης ήταν η εξέλιξη των μεταφορών, όπως η εφεύρεση του σιδηροδρόμου, που ενεργοποίησε την δυνατότητα μαζικών μεταφορών. Κατόπιν το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, εφευρέσεις μετακίνησης, όπως το αυτοκίνητο, λειτούργησε συνεπικουρικά με την εμφάνιση των δυνάμεων της παγκοσμιοποίησης και συντελέστηκε μία έκρηξη μετεγκατάστασης μεγάλων πληθυσμιακών ομάδων στα αστικά κέντρα, χωρίς να μπορεί να υπάρξει έλεγχος από τις εκάστοτε κεντρικές διοικήσεις.

Η Ανατολική Μεσόγειος ήταν η πρώτη περιοχή στην οποία ξεκίνησε, περί το 700 π.Χ., το φαινόμενο της αστικοποίησης. Στην περίοδο της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας, η Ρώμη αποτέλεσε το πρώτο μεγάλο αστικό και πολυπολιτισμικό αστικό κέντρο. Σε αυτήν, από την αρχή της ιστορίας της ως πρωτεύουσα μέχρι και τα ύστερα χρόνια της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας, επιτελέστηκε αστικοποίηση η οποία συνετέλεσε σε μια διαρκή αλλαγή του αστικού της χαρακτήρα. Σύμφωνα με τους ιστορικούς, η Ρώμη θεωρήθηκε ως η μεγαλύτερη σε πληθυσμό πολύ προ καπιταλισμού, στην οποία παρατηρήθηκαν οικιστικές δομές παρόμοιες με τις σημερινές πολυκατοικίες. Η συγκεκριμένη πόλη,

αποτέλεσε κοιτίδα της αστικής ανάπτυξης ως και την παρακμή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας.

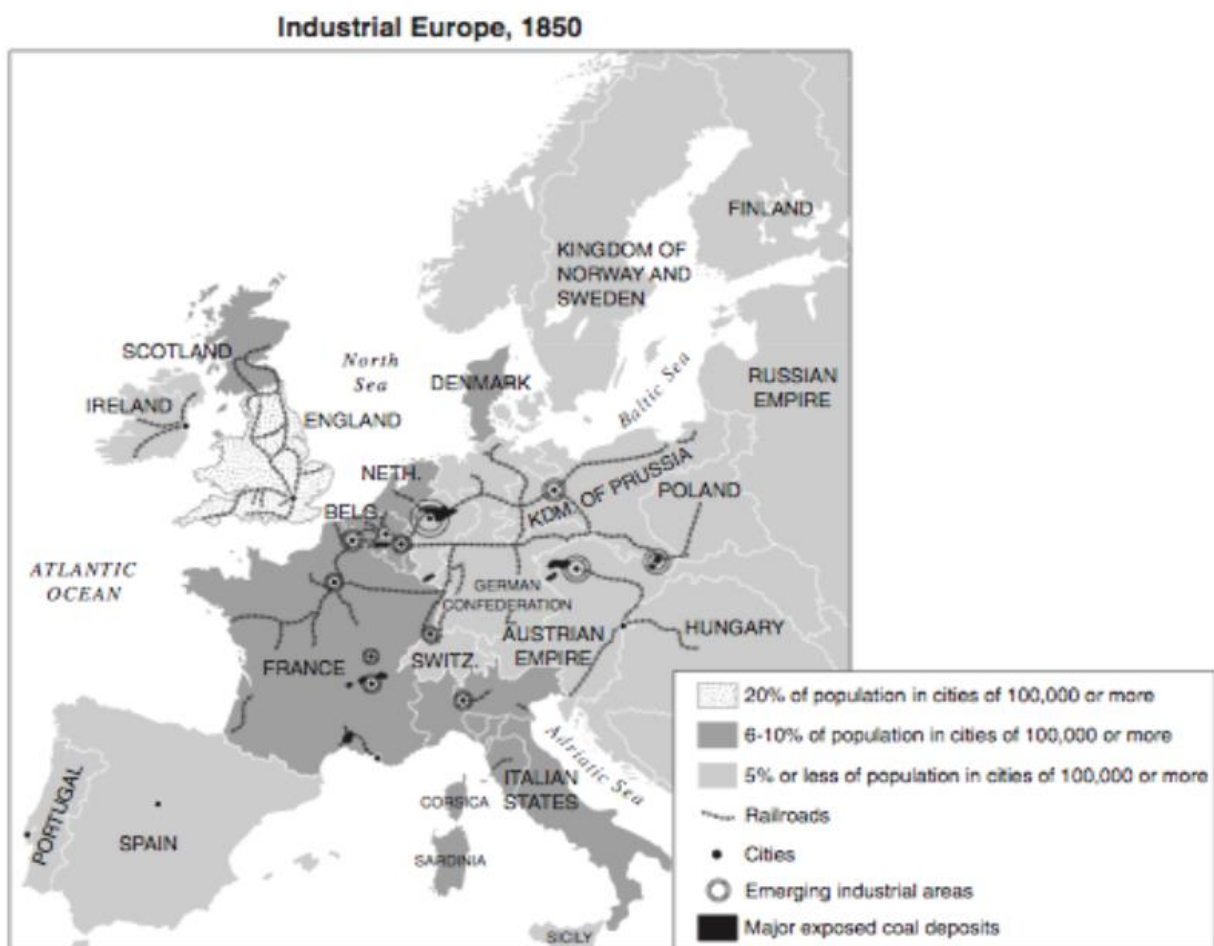
Σε χρονολογική σειρά, την περίοδο του Μεσαίωνα δεν παρατηρήθηκαν έντονες μετακινήσεις, καθώς η έλλειψη κινητήριων οικονομικών δυνάμεων συντέλεσε σε ένα «χειμώνα» εξελίξεων. Την περίοδο που ακολούθησε τον Μεσαίωνα, παρατηρήθηκε μία μεταλλαγή της Μεσαιωνικής πόλης και μίας στροφής σε πιο παραγωγικές δυνάμεις που έλκυαν πληθυσμό σε αστικές συγκεντρώσεις. Τότε αρχίζει και διαφαίνεται μία αγοροκεντρική πολεοδομική ανάπτυξη, στην οποία εγκαταλείπεται η άναρχη και δαιδαλώδη δόμηση και υιοθετείται το πλέγμα ως σχέδιο οικιστικής δόμησης. Οι ευρωπαϊκές πόλεις μεγαλώνουν και οι πληθυσμιακές συγκεντρώσεις πλησιάζουν τις 200.000.



Εικόνα 3: Αστικές συγκεντρώσεις στην Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία (after 117 AD) [42]

Η άνθηση του εμπορίου τον 17^ο αιώνα και η συνεπακόλουθη απελευθέρωση της ανάπτυξης της αστικής γης από τοπικές κηδεμονίες δημιουργεί ακόμα μεγαλύτερη συγκέντρωση πληθυσμού και εφαρμογή περαιτέρω σχεδιασμού για την επιτυχή αποτελεσματικής διαβίωσης. Στα τέλη του 18^{ου} αιώνα μεγάλες αστικές πρωτεύουσες της Ευρώπης ξεπερνούν τον πληθυσμό των 200.000 κατοίκων, ενώ λαμβάνουν χώρα έργα για αξιοποίηση των δημόσιων χώρων για επέκταση έργων μεταφορών και οδικών δικτύων. Τα οδικά δίκτυα έχουν πλέον ως κυρίαρχη χρήση την εμπορική.

Τους επόμενους δύο αιώνες συντελείται η μεγαλύτερη και βιαιότερη πολυεπίπεδη αλλαγή που έχει λάβει ποτέ χώρα, με ονομασία Βιομηχανική Επανάσταση (18^ο-19^ο αιώνας). Σε συνέχεια γιγαντιαίων αλλαγών στην οικονομία, στο εμπόριο και στην τεχνολογική ανάπτυξη, συντελέστηκε μία ραγδαία αύξηση του φαινομένου της αστικοποίησης. Ο αστικός πληθυσμός αυξάνεται με μεγάλους ρυθμούς, τα ανώτερα κοινωνικά στρώματα



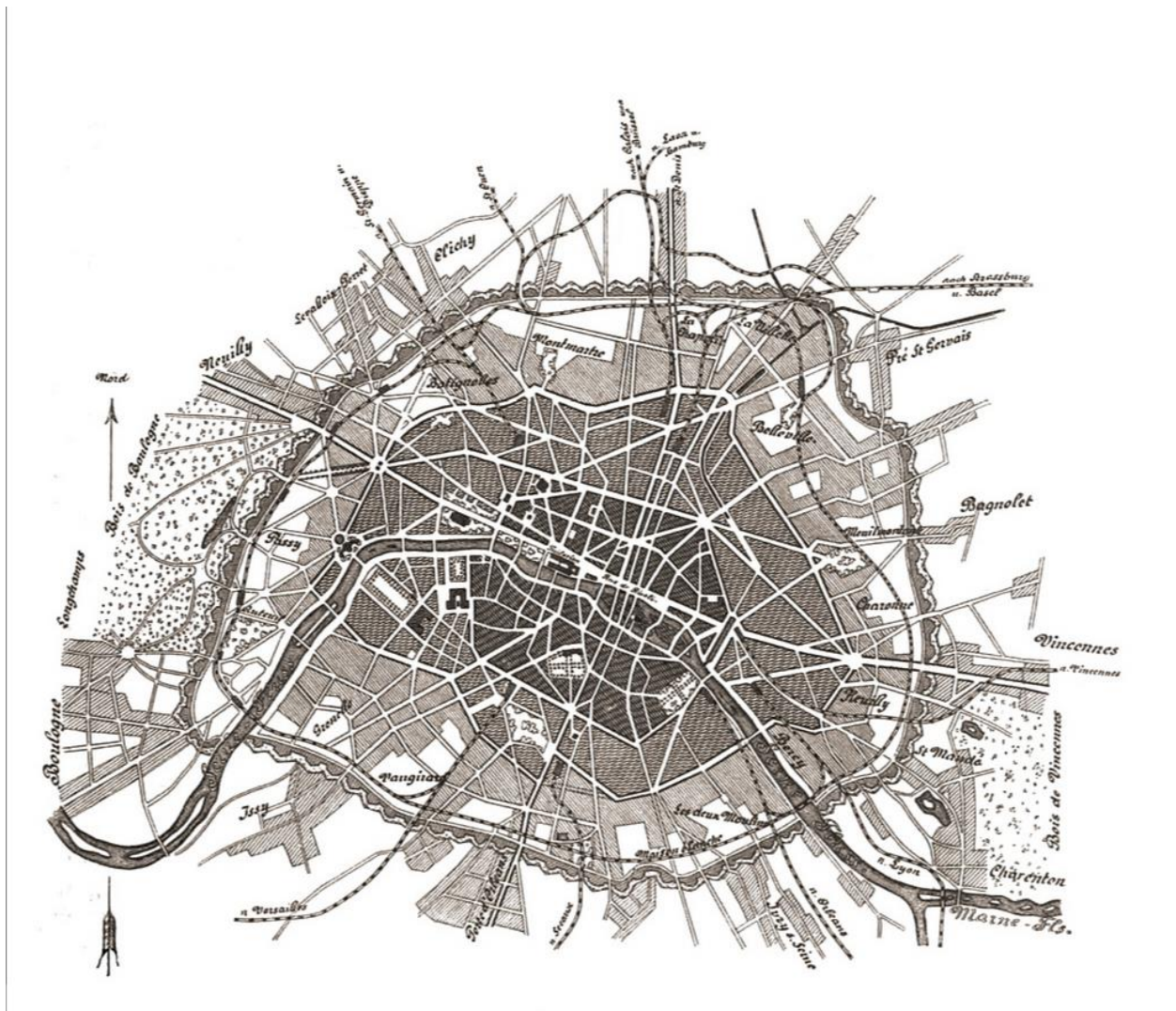
Εικόνα 4: Δείκτες αστικοποίησης της Ευρώπης την περίοδο της Βιομηχανικής Επανάστασης [43]

στρέφονται προς τα προάστια και παρουσιάζονται ριζοσπαστικές πολεοδομικές αλλαγές που θα οδηγήσουν σταδιακά στην εμφάνιση των μητροπολιτικών πόλεων.

Συνέχεια της προαναφερθείσας κατάστασης είναι η εμφάνιση της «ευρωπαϊκής μητρόπολης» η οποία προσδιορίζεται από μεγάλο γεωγραφικό εύρος, υψηλή πληθυσμιακή πυκνότητα και σημαντική οικιστική ανάπτυξη των προαστίων. Αυτή είναι η μορφή, η οποία στην πιο αναπτυγμένη της μορφή συναντάται σήμερα στις ευρωπαϊκές μεγαλουπόλεις με έντονη εμπορική δραστηριότητα.

Στην σημερινή εποχή, οι μητροπόλεις αποτελούν κορωνίδες στην οικονομική δραστηριότητα των καπιταλιστικών κρατών. Η πολεοδομική μορφή που συναντάται συχνότερα είναι η ακτινική ανάπτυξη του κέντρου δια μήκος των οδικών αξόνων. Η περαιτέρω αστικοποίηση των σημερινών αστικών κέντρων δεν αποτελεί πλέον μία διαδικασία η οποία οδηγεί σε περαιτέρω ανάπτυξη του ίδιου του κέντρου, αλλά επηρεάζει σε ένα μεγάλο βαθμό την διαμόρφωση της υπερβάλλουσας περιοχής. Η δόμηση των περιβάλλοντων περιοχών δεν ακολουθεί τα πρότυπα των κέντρων αλλά εξυπηρετεί ιδιωτικούς σκοπούς.

Η εξέλιξη της αστικής ανάπτυξης μέσα από τους όρους της αστικοποίησης, παρέμεινε άρρηκτα συνδεδεμένη με την εξέλιξη του λιανικού εμπορίου. Το είδος αυτό του εμπορίου ξεκινάει από τις απαρχές του αρχαίου κόσμου και παραμένει συνυφασμένο με την οικιστική και οικονομική ανάπτυξη που συντελέστηκε στον ευρωπαϊκό χώρο. Τον 19^ο αιώνα, σε συνέχεια της εκρηκτικής αστικοποίησης παρατηρήθηκε και πρωτόγνωρη ανάπτυξη αυτού του είδους του εμπορίου. Σήμερα, το λιανικό εμπόριο έχει αναπτυχθεί σε βαθμό που στα μεγάλα αστικά κέντρα προσφέρει τεράστια ποικιλία προϊόντων και καλύπτει κάθε επιθυμία των καταναλωτών.



Εικόνα 5: Κάτοψη του Παρισιού το 1907. Κλασικό παράδειγμα Ευρωπαϊκής μητρόπολης με υψηλή συγκέντρωση στο κέντρο και ανεπτυγμένα προάστια

Στην πιο σύγχρονη μορφή του το λιανικό εμπόριο έχει υποστεί σημαντικές μετατοπίσεις. Καταρχάς, αυτού του είδους η οικονομική δραστηριότητα έχει σημαντική επίδραση στην λειτουργία της πόλης και στον τρόπο με τον οποίο αναπτύσσεται η δόμησή της. Στο πολεοδομικό σχέδιο μίας πόλης, τα σημεία λιανικού εμπορίου αποτελούν βασικές εστίες γύρω από τις οποίες διαμορφώνεται αναλόγως το περιβάλλον εξαιτίας της οικονομικής επίδρασης που ασκούν. Τα εν λόγω σημεία παρουσιάζουν στενή γεωγραφική σχέση με τους μεγάλους οδικούς άξονες στους οποίους περιπλέκονται με γραμμική σχέση. Η επίδραση των εμπορικών εστιών στην οικιστική ανάπτυξη μίας πόλης δημιουργεί περιορισμούς στον πολεοδομικό σχεδιασμό της [4].

2.3.3 Λιανικό εμπόριο στη σύγχρονη εποχή

Το λιανικό εμπόριο κατέχει εξαιρετικά σημαντική θέση στην οικονομία των ευρωπαϊκών χωρών και παρουσιάζει έναν δυναμισμό και μία ποικιλομορφία. Ο ευρωπαϊκός χώρος αποτελείται από πολλά κράτη-έθνη και πολλές διαφορετικές υπο-αγορές. Η ευρωπαϊκή αγορά χαρακτηρίζεται λοιπόν, αρκετά περίπλοκη και κατακερματισμένη, ενώ ικανοποιείται από ένα τεράστιο αριθμό ποικιλόμορφων επιχειρήσεων, εντός και εκτός συνόρων. Το λιανικό εμπόριο παρουσιάζει διαφορετικό πρόσωπο στα βόρεια κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και στα νότια, όπως η Ελλάδα. Οι συγκεντρώσεις του λιανικού εμπορίου στο στη νότια και ανατολική Ευρώπη είναι πολύ χαμηλότερες από τον ευρωπαϊκό βορρά, στον οποίο παρουσιάζεται πολύ ανεπτυγμένο λόγω δυτικοευρωπαϊκών επενδύσεων.

Το περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσεται το λιανικό εμπόριο είναι διαρκώς μεταβαλλόμενο. Στα πλαίσια του στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη του λιανικού εμπορίου πρέπει να γίνει πρόβλεψη τόσο για την επίδραση παραγόντων που δύνανται να επηρεάσουν τις επιχειρήσεις, όσο και για τους τρόπους με τους οποίους αντιδρούν οι εκπρόσωποι του λιανικού εμπορίου. Παράγοντες που επηρεάζουν τον παραπάνω σχεδιασμό είναι τα δημογραφικά στοιχεία, οι τρόποι ζωής, ο καταναλωτισμός, οι νέες τεχνολογίες που αναπτύσσονται και οι θεσμικές αλλαγές που λαμβάνουν χώρα στα πλαίσια ενός φαινομένου, ευρύτερης κλίμακας από την αστικοποίηση, που ονομάζεται παγκοσμιοποίηση.

Οι προαναφερθέντες παράγοντες εκφράζονται από μία πληθώρα παραδειγμάτων. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η εγκαθίδρυση των αρχών του μάρκετινγκ ως γνώμονα της επιχειρησιακής ανάπτυξης και η εφαρμογή νέων τεχνολογιών. Αυτό αποτελεί μία καινοτομία αν αναλογιστεί κανείς ότι το λιανικό εμπόριο αποτελούσε μέχρι προσφάτως μία οικονομική δραστηριότητα η οποία δεν υιοθετούσε βασικές αρχές του μάρκετινγκ, όπως η θέσπιση της μεγιστοποίησης της ικανοποίησης των πελατών ως υψίστης σημασίας προτεραιότητα. Ο τρόπος με τον οποίο ασκείται το λιανικό εμπόριο έχει αλλάξει ραγδαία τα τελευταία χρόνια. Στις ανεπτυγμένες οικονομίες έχει προσανατολιστεί στη φιλικότητά του προς τον πελάτη. Ένα παράδειγμα είναι η συνεργασία λιανικών

επιχειρήσεων με ερευνητικά κέντρα που ασχολούνται με το χώρο αυτό. Οι εμπορικές αλυσίδες που επικεντρώθηκαν στην ικανοποίηση του πελάτη βρίσκονται σε χώρες με ανεπτυγμένη ερευνητική δραστηριότητα και άριστη συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου και ερευνητικών φορέων. Οι τεχνικές που χρησιμοποίησαν οι λιανέμποροι για την ικανοποίηση των πελατών τους είχαν ως βάση την τεχνολογία. Ένα παράδειγμα είναι οι γραμμωτοί κώδικες (barcodes) και τα ηλεκτρονικά σημεία πώλησης. Επίσης, παρατηρούμε ότι στον τομέα της απασχόλησης το λιανικό εμπόριο αποτελεί δημοφιλή επιλογή για τις γυναίκες και τους νέους [21].

2.4 Λιανικό Εμπόριο στην Ελλάδα

Η ελληνική οικονομία της χώρας στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στο λιανικό εμπόριο για την ευημερία της. Το ειδικό βάρος του εμπορίου είναι μεγάλο τόσο σε οικονομικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο και αποτελεί βασικό ρυθμιστικό παράγοντα ελκυστικότητας των πόλεων της χώρας. Το εμπόριο αποτελεί κύριο εκφραστή της ελληνικής οικονομίας και αυτό φαίνεται από το ποσοστό των ελληνικών επιχειρήσεων που αφορούν το λιανικό εμπόριο. Χαρακτηριστικά, κατά το έτος 2015 δραστηριοποιήθηκαν στην Ελλάδα συνολικά 789.975 επιχειρήσεις στους τομείς της βιομηχανίας, των κατασκευών, του εμπορίου και των υπηρεσιών (πλην των προσωπικών υπηρεσιών), από τις οποίες το χονδρικό και λιανικό εμπόριο αφορούσαν στις 253.167 επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν το 32,0% [53]. Το πλήθος του εργατικού δυναμικού το οποίο απασχολείται από αυτές καθιστά το λιανικό εμπόριο ως σημαντικό κοινωνικό αρωγό, ειδικά στα χρόνια της κρίσης.

Χρονικά το λιανικό εμπόριο άλλαξε σημαντικά πρόσωπο στο πέρασμα των δεκαετιών του προηγούμενου αιώνα. Συγκεκριμένα μπορεί να γίνει διαχωρισμός σε τρεις περιόδους στις οποίες το εμπόριο πέρασε από διαφορετικές εξελικτικές φάσεις. Αρχικά, διαχωρίζεται η περίοδος πριν το 1990, στη συνέχεια από το 1990 μέχρι τα πρώτα χρόνια της οικονομικής ύφεσης και τρίτον από τα χρόνια αυτά ως σήμερα (2010-2019).

Την περίοδο 1950 ως 1990 το εμπόριο βρισκόταν σε μία πρώιμη και υποανάπτυκτη μορφή για τα παγκόσμια δεδομένα της εποχής. Την εποχή αυτή, ενώ στον κόσμο το εμπόριο ξέφευγε από τα δεσμά του πολέμου και επεκτεινόταν σε παγκόσμιο επίπεδο οδεύοντας προς την δημιουργία των μεγάλων τάσεων της διεθνοποίησης και του καταναλωτισμού, στην Ελλάδα τα πράγματα ήταν πολύ διαφορετικά. Το λιανικό εμπόριο αφορούσε σε μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις με περιορισμένους πόρους, εμπορική τεχνογνωσία (μάρκετινγκ) και δυνατότητες εξέλιξης και επέκτασης. Η ελλείψεις σε οδικές υποδομές, η περιοριστική πολιτική ή παντελής απουσία αυτής (έλλειψη ενδιαφέροντος για τον τομέα αυτό της οικονομίας), το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο των εμπόρων, η οικογενειακή διαδοχή των επιχειρήσεων καθώς και οι αργοί ρυθμοί συγκέντρωσης πλούτου στα χέρια των εμπόρων ήταν οι βασικοί παράγοντες που διαμόρφωσαν την μεταπολεμική μορφή του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα [4]. Παράλληλα για τους ίδιους λόγους υπήρξε απουσία ξένης παρέμβασης στα πράγματα του λιανικού εμπορίου σε μία χώρα που θεωρούσε ως μόνους πυλώνες της ανάπτυξης την εκβιομηχάνιση της παραγωγής και την γεωργία.

Την περίοδο 1990-2010 το λιανικό εμπόριο άλλαξε τελείως προσανατολισμό και η δυναμική του εκτοξεύτηκε σε πρωτόγνωρα επίπεδα για την χώρα. Υπεραγορές άρχισαν να κάνουν την εμφάνισή τους στην ελληνική αγορά. Ξένες εταιρείες λιανικού εμπορίου

(δισ. ευρώ)

2002	112,6
2004	124,9
2008	171,0
2011	137,9
2013	114,4

Εικόνα 6: Κύκλος Εργασιών Εμπορίου
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ [54]

άρχισαν να κάνουν την εμφάνισή τους εκμεταλλευόμενες τον μειωμένο εγχώριο ανταγωνισμό, έχοντας το πάνω χέρι απέναντι στις τοπικές επιχειρήσεις λόγω κατοχής της σύγχρονης τεχνογνωσίας. Οι μικρές επιχειρήσεις προσπάθησαν να ανταποκριθούν κάνοντας συγχωνεύσεις. Το εμπόριο φαινόταν να έχει προσέλθει σε μία περίοδο ανάπτυξης και επέκτασης από τα βασικά αστικά κέντρα (Αθήνα, Θεσσαλονίκη) στην

επαρχία. Το λιανικό εμπόριο εκσυγχρονίζεται, η πολιτική αρχίζει και στρέφεται προς την υποβοήθησή του και παράγοντες όπως η εξυγίανση του οδικού δικτύου και η αύξηση της χρήσης Ι.Χ συμβάλουν στην πυροδότηση της ανάπτυξής του [4]. Η περίοδος, μάλιστα, 2001 με 2008 χαρακτηρίστηκε από την καταγιμιστική καπιταλιστική ανάπτυξη, καθώς οι λιανο-επιχειρήσεις παρουσίαζαν έναν ολοένα και μεγαλύτερο κύκλο εργασιών (Εικόνα 6), θέτοντας την Ελλάδα σε μία τροχιά ανάπτυξης που ξεπέρασε το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής ένωσης [54].

Η παραπάνω εικόνα φανερώνει και το σημείο καμπής του λιανικού εμπορίου, που χρονικά δεν είναι άλλο από το 2010. Το λιανικό εμπόριο ακολούθησε σε ρυθμούς ανάπτυξης την γενική εικόνα της οικονομικής ύφεσης σημειώνοντας μεγάλη πτώση στο κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων που το εκφράζουν. Η παρατεταμένη και άνευ προηγουμένου για την χώρα οικονομική ύφεση έχει προκαλέσει το κλείσιμο και την συρρίκνωση σε πολλές εμπορικές επιχειρήσεις στα κέντρα των πόλεων, επιφέροντας μεγάλα προβλήματα στην απασχόληση, εκτινάσσοντας την ανεργία στα ύψη, επηρεάζοντας τα εισοδήματα ενός μεγάλου ποσοστού νοικοκυριών και προσδίδοντας μια εικόνα εγκατάλειψης, παρακμής και θλίψης των αστικών κέντρων. Χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας, από το 2010 και έπειτα, το λιανικό εμπόριο έχει απωλέσει περίπου το 25% του συνολικού του τζίρου, γεγονός το οποίο μεταφράστηκε σε πτώση της απασχόλησης κατά περίπου 5%.

Όμως, το λιανικό εμπόριο, δεν πλήττεται μόνο από την πρόσφατη κρίση. Η αλματώδης ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά και μεγάλων εμπορικών κέντρων, κατά κανόνα στα προάστια των πόλεων λειτουργούσαν απ' ανέκαθεν διαλυτικά για το κεντρικό εμπόριο, επιδεινώνοντας σήμερα, την ήδη επιβαρυσμένη κατάσταση. Η έλλειψη χωροταξικής και πολεοδομικής πολιτικής του εμπορίου, παρά την εμφάνιση κάποιων προσπάθειών στοιχειώδους οργάνωσής του, εκθέτει τα ελληνικά αστικά κέντρα σε κάθε είδους αποσταθεροποιητική τάση, όντας σε πλήρη αντίθεση με ό,τι συμβαίνει σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Σε αυτό εντοπίζονται αρκετές προσπάθειες εθνικού, περιφερειακού ή αστικού επιπέδου για προστασία των πολύτιμων αστικών τους κέντρων, μέσω ρυθμιστικών νομοθεσιών ή κατευθύνσεων [55].

Σήμερα και κατά τη διάρκεια των ετών 2017 και 2018 φαίνεται πως το λιανικό εμπόριο εισήλθε σε μία φάση σταθεροποίησης του κύκλου εργασιών του. Αυτό το στατιστικό γεγονός αναδεικνύει πως μετά την περίοδο της έντονης οικονομικής κρίσης αρχίζει με αργούς και σταθερούς ρυθμούς το λιανικό εμπόριο να εγκαθιδρύεται και ως βασικός πυλώνας της οικονομίας και της κοινωνίας προσφέροντας απασχόληση σε ένα τάλαιπωρημένο οικονομικά πληθυσμό. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Ινστιτούτου Εμπορίου και υπηρεσιών (INEMY) της ΕΣΕΕ, το 26% των επιχειρήσεων παρουσίασε αύξηση του κύκλου εργασιών το β' εξάμηνο του 2017 σε σχέση με το α' εξάμηνο του έτους και ο μέσος κύκλος εργασιών αυξήθηκε κατά 3%. Τα δεδομένα αυτά συνθέτουν το σύγχρονο ελληνικό τοπίο στο οποίο το λιανικό εμπόριο παρόλες τις πληγές που έχει δεχθεί παραμένει βασική πρώτη ύλη στο χτίσιμο μιας υγιούς και αναπτυσσόμενης ελληνικής οικονομίας.

2.5 Χωρικές Τάσεις Ανάπτυξης του Λιανικού Εμπορίου

2.5.1 Τάση Διεθνοποίησης

Η διεθνοποίηση ως φαινόμενο παρατηρήθηκε τη δεκαετία του 1960 και είναι η επέκταση των επιχειρήσεων σε αγορές εκτός της χώρας που έδρευαν. Στην Ευρώπη, παρατηρήθηκε με την εγκαθίδρυση της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς (Ε.Ε.Α) την δεκαετία του 1990. Οι επιχειρήσεις επεκτείνουν τη δραστηριότητά τους, στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης της αγοράς και ζήτησης καταναλωτικών αγαθών και το λιανικό εμπόριο γίνεται διεθνές. Οι χώρες με αναπτυσσόμενη οικονομία γίνονται κοιτίδες του διεθνούς εμπορίου λόγω του χαμηλού λειτουργικού κόστους και μικρού επιπέδου ανταγωνισμού [36]. Περίπου το 30% των μεγάλων καταστημάτων σε παγκόσμιο επίπεδο διατηρούν την έδρα τους στην χώρα προέλευσης, ενώ παρόμοιο ποσοστό είναι αυτές οι οποίες μεταφέρουν την έδρα τους σε γειτονικές χώρες.

Η τάση της Διεθνοποίησης, βέβαια, δεν καθορίζει μία καθολική ροή, καθώς δεν είναι οικονομικά και διαδικαστικά δυνατόν όλες οι επιχειρήσεις να κάνουν βήματα στην

επέκτασή τους. Συγκεκριμένα η «μεταναστευτική» ροή της διεθνοποίησης προσδιορίζεται από τους εξής παράγοντες:

- Πρωταρχικό έναυσμα της εφαρμογής των τάσεων της παγκόσμιας αγοράς είναι η δημογραφική ανάπτυξη. Χαρακτηριστικά, σε χώρες με υπογεννητικότητα παρατηρείται παράλληλη μείωση των ευκαιριών ανάπτυξης του λιανικού εμπορίου με την φθίνουσα δημογραφική πορεία. Αντίθετα, σε χώρες, όπως η Κίνα, στις οποίες συμβαίνει εκρηκτική δημογραφική εξάπλωση, ταυτόχρονα πολλαπλασιάζονται και οι ευκαιρίες εδραίωσης επαγγελματικών τολμημάτων.
- Σε συνέχεια της δημογραφικής ανάπτυξης και της συγκέντρωσης όλο και περισσότερων επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου σε συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο, οι εκπρόσωποι του κλάδου επιλέγουν την περαιτέρω επέκταση σε άλλες χώρες με αναπτυσσόμενες οικονομικές προοπτικές αλλά λιγότερο πυκνές συγκεντρώσεις επιχειρήσεων τέτοιου τύπου.
- Καταλυτικός παράγοντας επηρεασμού των τάσεων διεθνοποίησης είναι η πολιτιστική ομαδοποίηση των χωρών. Η ομοιότητα που παρουσιάζουν σε πολιτιστικούς όρους, θρησκεία και κουλτούρα, προσδιορίζει την ευκολία επέκτασης μίας επιχείρησης με διαφορετική εντοπιότητα και διαφορετικό προσανατολισμό.
- Το νομικό πλαίσιο, η πολιτική στρατηγική και οι κοινωνικές συνθήκες είναι παράγοντες που αποτελούν βάρομετρο για τη διαμόρφωση των τάσεων εκφυγής από μία χώρα με αυστηρό πλαίσιο, οριοθετημένο από τις παραπάνω μεταβλητές.

Κάνοντας μία ιστορική αναδρομή στο πρόσφατο παρελθόν της Ευρώπης της δεκαετίας του 1990, παρατηρούμε ότι η διεθνοποίηση του λιανικού εμπορίου περιοριζόταν στις πιο αναπτυγμένες χώρες όπως η Γερμανία, η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Στο πέρασμα των χρόνων εντοπίστηκε ως το πλέον προσοδοφόρο έδαφος για την άνθηση του λιανικού εμπορίου ο Ευρωπαϊκός Νότος και χώρες στα ανατολικά της Ευρωπαϊκής ένωσης, όπως η Ελλάδα, η Βουλγαρία και η Λετονία. Η οικονομία αυτών των χωρών παρουσίαζε την ιδιαιτερότητα της ύπαρξης ισχυρής καταναλωτικής δύναμης απελευθερωμένης από θεσμικούς περιορισμούς, ενώ τα εργατικά χέρια ήταν σημαντικά φθηνότερα από τον Ευρωπαϊκό Βορρά. Τα περιθώρια εκτέλεσης αναπτυξιακών σχεδίων στις εν λόγω

αναπτυσσόμενες χώρες ήταν πολλά και πολλά υποσχόμενα και το λιανικό εμπόριο βρήκε ένα δρόμο εκτόνωσης [36].

2.5.2 Τάση Συγκεντρωτισμού της Ιδιοκτησίας

Το λιανικό εμπόριο από την αρχή της έκφρασής από τα αρχαία κιάλας χρόνια αντιπροσώπευε την πολυμορφία στα είδη που ανταλλάσσονταν και στο είδος των φορέων που το εξασκούσαν, αρχίζοντας από μονοκύτταρες επιχειρήσεις του ενός ατόμου έως (αρκετά αργότερα) συνεταιριστικές προσπάθειες με μεγαλύτερο εύρος κινήσεων. Στην σύγχρονη εποχή, περί την δεκαετία του 1980, οι πολλές συνιστώσες του εμπορίου αρχίζουν και ενώνονται για να συνθέσουν μία συνισταμένη δύναμη, τις μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων, οι οποίες αποτελούν πλέον τον βασικό εκφραστή της οικονομικής δραστηριότητας αυτού του είδους. Η ενίσχυση της ανάπτυξης των μεγάλων αλυσίδων ήρθε ως συνέπεια της επενδυτικής επέκτασης κάποιων επιχειρήσεων σε συνάρτηση με την εξαγορά κάποιων άλλων πιο αδύναμων.

Ο επενδυτικός ιμπεριαλισμός διακρίνεται σε δύο κατηγορίες ως προς τον τρόπο με τον οποίο εξάγεται. Πρώτον, διακρίνουμε την περίπτωση της άμεσης επέκτασης μίας επιχείρησης μέσω της εξ' ολοκλήρου χρηματοδότησης μίας τέτοιας πράξης από πλευρά της. Συνεπώς, με αυτόν τον τρόπο, μία επεκτεινόμενη επιχείρηση πραγματοποιεί έναν σχεδιασμό για την πλήρωση όλων των αναγκαίων προϋποθέσεων για την δημιουργία μίας θυγατρικής μονάδας, μέσω της επιλογής της θέσης του οικοπέδου, της λειτουργικής και διαθρωπικής αρχιτεκτονικής, του μεγέθους κ.λπ. Η μέθοδος αυτή έχει αρκετά θετικά στοιχεία στην περίπτωση που η αγορά στην οποία θα γίνει είναι αναπτυσσόμενη με προοπτικές. Τα πλεονεκτήματα είναι τα εξής:

Rank	Company	2017 retail sales (billions)	Headquarters/U.S. Headquarters	2017 stores
1	Walmart	\$374.80	Bentonville, Ark.	5,328
2	The Kroger Co.	\$115.89	Cincinnati	3,902
3	Amazon	\$102.96	Seattle	456
4	Costco	\$93.08	Issaquah, Wash.	510
5	The Home Depot	\$91.91	Atlanta	1,968
6	Walgreens Boots Alliance	\$82.75	Deerfield, Ill.	7,980
7	CVS Health Corporation	\$79.54	Woonsocket, R.I.	9,778
8	Target	\$71.88	Minneapolis	1,822
9	Lowe's Companies	\$63.13	Mooresville, N.C.	1,839
10	Albertsons Companies	\$59.72	Boise, Idaho	2,318
11	Royal Ahold Delhaize USA	\$43.20	Carlisle, Pa.	1,962
12	Apple Stores / iTunes	\$38.60	Cupertino, Calif.	272

Εικόνα 7: Οι 12 πρώτες πολυεθνικές εταιρείες Λιανικού Εμπορίου.

- Η επιχείρηση αποκτά πρόσβαση σε φθινό εργατικό δυναμικό, φθινές πρώτες ύλες
- Η επιχείρηση δρα μέσα σε ένα ευνοϊκότερο θεσμικό πλαίσιο, διότι θα πριμοδοτείται από την τοπική κυβέρνηση για λόγους ανάπτυξης. Συνεπώς θα της παρέχονται ελαφρύνσεις, όπως στην φορολογία ή σε νομικά ζητήματα.
- Η επιχείρηση χαίρει της εκτίμησης και αποδοχής της τοπικής κοινωνίας καθώς προβάλλεται ως ευεργέτης που δημιουργεί θέσεις εργασίας.
- Η κίνηση εμπιστοσύνης που δείχνει η εταιρεία με το να επενδύει στην τοπική αγορά της επιφέρει καλύτερες συνθήκες συνεργασίας με τους τοπικούς παράγοντες, οι

οποίοι με τη σειρά τους τη διευκολύνουν στην προσαρμογή των προϊόντων της με τέτοιο τρόπο ώστε να συμβαδίζουν με της ανάγκες της τοπικής αγοράς.

Δεύτερον, διακρίνουμε την περίπτωση της έμμεσης επέκτασης η οποία δύναται να συντελεστεί με τους εξής τρεις τρόπους [10]:

- Συγχώνευση με άλλη επιχείρηση
- Εξαγορά μίας άλλης επιχείρησης
- Εκχώρηση Δικαιωμάτων

Η συγχώνευση μίας επιχείρησης με μία άλλη αποτελεί πρακτική η οποία αποσκοπεί στην μεγιστοποίηση των δυνατοτήτων, οικονομικών, υλικοτεχνικών και ανθρώπινου δυναμικού, και των δύο συμβαλλόμενων μερών σε τέτοιο επίπεδο που θα επιτρέψει την υγιή ανάπτυξη των νέων επεκτεινόμενων μονάδων. Ο δεύτερος τρόπος επέκτασης αφορά στην πρακτική στην οποία μία από τις δύο επιχειρήσεις αποτελεί τον ισχυρό μέτοχο, ο οποίος ουσιαστικά θα απορροφήσει μία αναπτυσσόμενη επιχείρηση σε μία περιοχή η οποία έχει επιλέγει από την πρώτη σαν στόχος επέκτασης, δίνοντας της την δυνατότητα να επεκταθεί στην αγορά-στόχο αξιοποιώντας την γεωγραφική θέση και την τεχνογνωσία της απορριφθείσας.

Τρίτον, υπάρχει η διαδικασία τη εκχώρησης δικαιωμάτων ή δικαιοχρησία. Η δικαιοχρησία αφορά «τεχνική της υιοθέτησης και χρήσης ενός επιτυχημένου επιχειρηματικού μοντέλου και η επανομασία κάποιου άλλου έναντι ενός αντιτίμου» [44]. Το επανομαζόμενο «franchising» αναφέρεται σε ένα σύνολο των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας τα οποία εμπεριέχουν μία πληθώρα χαρακτηριστικών μίας επιχείρησης, όπως η επωνυμία, το λογότυπο και η επιχειρηματική σχεδίαση και τρόπος λειτουργίας της, τα οποία διατίθενται για αξιοποίηση από μία άλλη επιχείρηση με τελικό σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών και της ζήτησης της αγοράς. Οι όροι με τους οποίους ρυθμίζεται η σχέση μεταξύ της αρχικής ιδιοκτησίας και της μεταβιβαζόμενης δικαιοδοσίας επί των πνευματικών δικαιωμάτων της πρώτης συμπεριλαμβάνονται σε συμφωνητικό μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών. Η εν λόγω συμφωνία, συνήθως, έχει και καθορισμένο χρόνο ισχύος. Η πρακτική αυτή δίνει τη δυνατότητα σε ένα σχήμα ιδιοκτησίας μίας εμπορικά επιτυχημένης επιχείρησης να επεκταθεί και σε άλλες γεωγραφικές τοποθεσίες και αγορές χωρίς να σπαταλήσει πόρους, λαμβάνοντας

παράλληλα οικονομική αμοιβή. Ωστόσο, εμπεριέχει το ρίσκο το εγχείρημα να μην τύχει ικανής διαχείρισης, η επιχείρηση να μην ανταποκριθεί στα στάνταρ της αρχικής, με αποτέλεσμα να πληγούν τα οφέλη από την φήμη της ίδιας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Το σχήμα ιδιοκτησίας το οποίο γίνεται αποδέκτης της δικαιοχρησίας αποκτά τον έλεγχο διαχείρισης ενός επιτυχημένου «Brand», δίνοντας του την δυνατότητα εισόδου στην αγορά με μικρότερες πιθανότητες αποτυχίας.

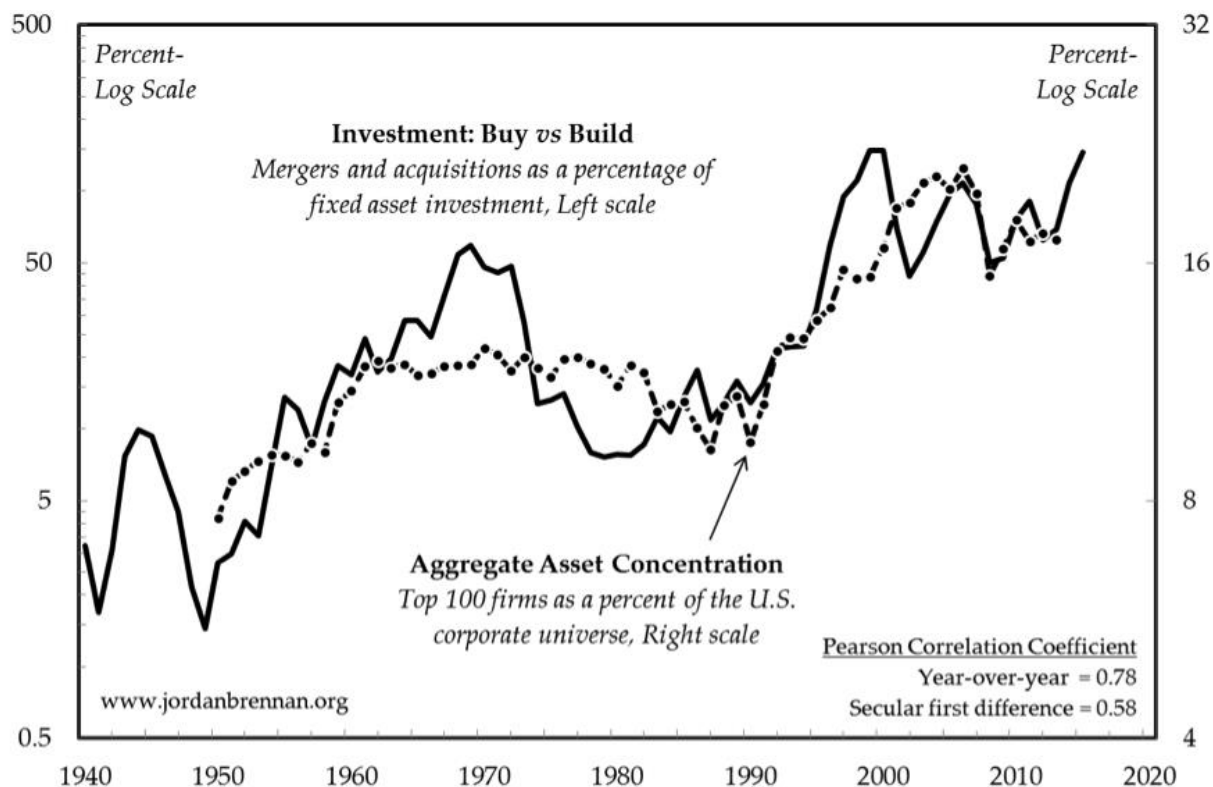


Εικόνα 8: Τάσεις Διεθνοποίησης του Εμπορίου

Η εφαρμογή των παραπάνω τρόπων την τελευταία εικοσαετία έχει οδηγήσει σε μεταμόρφωση του παγκόσμιου χάρτη του λιανικού εμπορίου. Η δυναμική που έχει αποκτήσει και ο γιγαντιαίος τζίρος που αποφέρει οφείλεται κυρίως στη μετατόπιση της ιδιοκτησίας της λιανικής εκπροσώπησης σε κεντρικά διοικούμενες επιχειρήσεις οι οποίες έχουν την οργάνωση και τεχνογνωσία που αντιστοιχεί σε μία πολυεθνική εταιρεία. Συγκεκριμένα, μία μεγάλη πολυεθνική εταιρεία εφαρμόζει τεχνικές μείωσης του κόστους παραγωγής ενός προϊόντος αυξάνοντας την παραγωγή αυτού του προϊόντος, πρακτική

που είναι δύσκολο να εφαρμοστεί από μία μικρή επιχείρηση με περιορισμένους πόρους. Η εν λόγω πρακτική συνεισφέρει και στην μείωση της μέση τιμής των προϊόντων, γεγονός που συμφέρει και τον τελικό καταναλωτή. Στη συνέχεια, η εφαρμογή των αρχών του μάρκετινγκ αυξάνουν δραματικά της προϋποθέσεις επιτυχίας του λανσαρίσματος ενός προϊόντος σε μία αγορά με συνεπακόλουθη αύξηση του περιθωρίου του κέρδους. Επιπροσθέτως, άλλο ένα πλεονέκτημα της συγκεντροποίησης του λιανικού εμπορίου σε μεγάλες αλυσίδες είναι η δυνατότητα που έχει η κεντρική εταιρεία να ανταποκριθεί ταχύτερα στους ρυθμούς αυξομείωσης της ζήτησης των αγαθών, έχοντας παράλληλα την ικανότητα να προσαρμόζει με οικονομικούς αλγορίθμους τις τιμές συναρτήσει των οικονομικών μεταβλητών που ορίζουν την καταναλωτική αγορά.

Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνεται η διαρκώς αυξανόμενη τάση συγκεντρωτισμού της δύναμης του λιανικού εμπορίου των Ηνωμένων Πολιτειών στην ιδιοκτησία μερικών «γιγάντων» στο χώρο της παγκόσμιας αγοράς, το οποίο καλύπτει διάστημα από την μεταπολεμική περίοδο ως και την σημερινή εποχή.



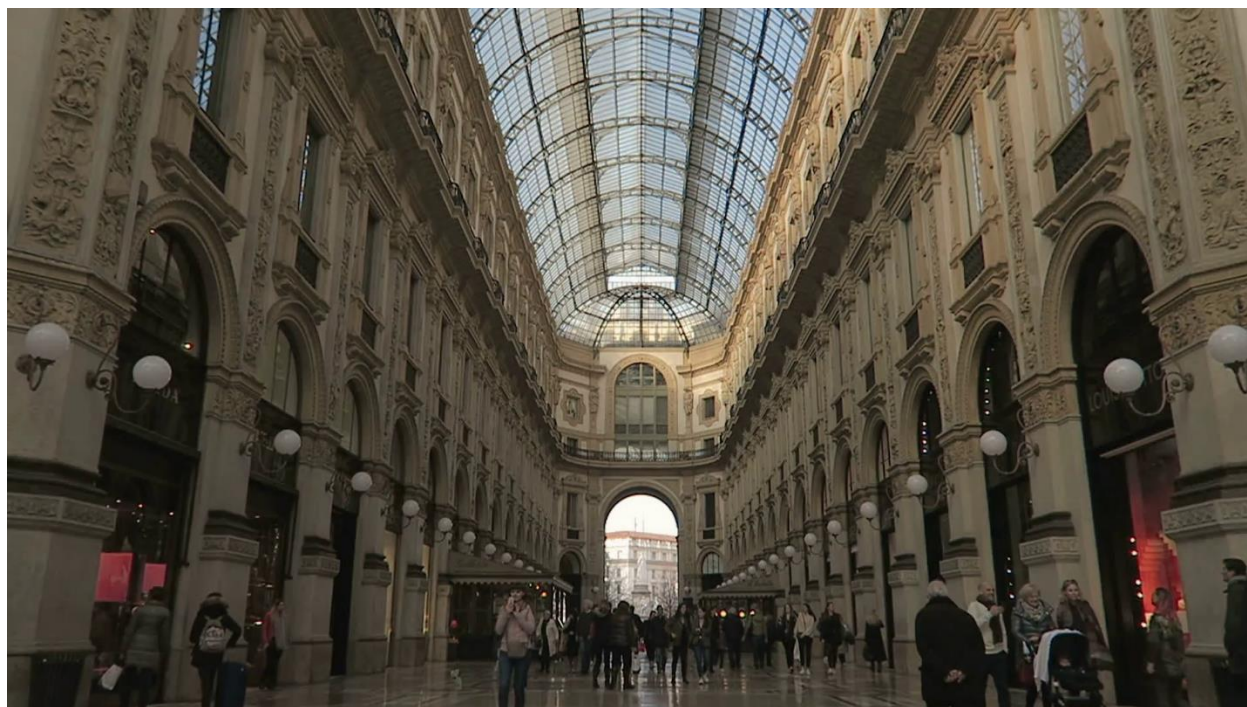
Εικόνα 9: Συγκεντρωτισμός και εξαγορές στην Αμερικάνικη αγορά το διάστημα 1940-2015

2.6 Γεωγραφική Αποκέντρωση Λιανικού Εμπορίου

Οι δεκαετίες που ακολούθησαν την περίοδο του Β΄ παγκοσμίου πολέμου ήταν δεκαετίες πρωτόγνωρων αλλαγών στο παγκόσμιο οικονομικό γίγνεσθαι. Η οικονομική και συνάμα η κοινωνική πραγματικότητα άλλαξε και η μορφή του λιανικού εμπορίου ακολούθησε στενά της μεταβολές. Οι αλλαγές εμφανίστηκαν τόσο στην μορφή του (ακολούθησε τις τεχνολογικές αλλαγές) όσο και στην χωρική διάρθρωση του. Είναι χαρακτηριστική η μετατόπιση μέρους της εμπορικής δραστηριότητας από το κέντρο στα προάστια. Έτσι, παρουσιάζεται αποδυνάμωση του εμπορικού κέντρου. Αρχικά, μέχρι τα μέσα του προηγούμενου αιώνα το λιανικό εμπόριο εμφανιζόταν σε δύο διαφορετικές ζώνες. Η μία ζώνη αφορούσε σε έναν κλοιό εντός της κεντρικής αγοράς της κάθε πόλης και σχετιζόταν με καταστήματα ένδυσης, υπόδησης, κοσμηματοπωλεία και άλλα σχετικά, ενώ η δεύτερη ζώνη διασπειρόταν περιμετρικά του κέντρου και εντός των κατοικημένων περιοχών και σχετιζόταν με καταστήματα πώλησης τροφίμων και είδη οικιακών ειδών, είδη δηλαδή που αφορούν στη ικανοποίηση των βασικών και καθημερινών καταναλωτικών ειδών. Παράλληλα εμφανίστηκαν νέες μορφές εμπορικών δραστηριοτήτων όπως οι επιχειρήσεις πώλησης «γρήγορου φαγητού» και υπηρεσίες διοργάνωσης ταξιδιωτικών εκδρομών.

Η ανάπτυξη νέων μορφών διάρθρωσης της εμπορικής δραστηριότητας έφτασε στο ζενίθ της με την εμφάνιση των πρώτων πολυκαταστημάτων. Πρόκειται για μία νέα μορφή λιανικού εμπορίου στην οποία εμφανίζεται μεγάλη συγκέντρωση ποικιλόμορφων εκφράσεων αυτού σε ένα συγκεκριμένο χώρο. Αφορά ουσιαστικά σε μία συμπυκνωμένη μορφή εμπορικής δραστηριότητας, στην οποία απασχολείται μεγάλος αριθμός εργαζομένων και σε διαφορετικά κατανομημένες στο ίδιο χώρο επιχειρήσεις και συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό προσέλευσης καταναλωτών. Μία τέτοια έκφραση του εμπορίου προκαλεί σημαίνουσα αλλαγή στο εμπορικό και οικονομικό γίγνεσθαι της εκάστοτε περιοχής, αλλάζοντας τις ισορροπίες σε όλους του σχετικούς τομείς. Ουσιαστικά αυτή η μορφή της εμπορικής δραστηριότητας εμφανίζεται από τα μέσα του 17^{ου} αιώνα, αλλά αυτή την εποχή έλαβε μία μορφή της οποίας η εξέλιξη αποτέλεσε τα σημερινά

εμπορικά κέντρα. Οι συμπυκνωμένες αυτές εμπορικές εστίες έφτασαν να αποτελούν τις πιο σημαντικές εμπορικές εκφάνσεις και να δημιουργούν αλυσιδωτές αντιδράσεις στην αναδιάρθρωση των περιοχών που τις περιβάλλουν. Τα κέντρα αυτά, ενώ στις αρχικές μορφές τους τοποθετούνταν στα κέντρα των πόλεων, στην συνέχεια και μετά τα μέσα του προηγούμενου αιώνα παρατηρείται σταδιακή μετακίνηση τους εκτός των αστικών κέντρων και περιμετρικά αυτών. Συγκεκριμένα, οι περιοχές που επιλέγονταν ήταν και είναι



Εικόνα 10: Το παλαιότερο εμπορικό κέντρο στην Ευρώπη - Γκαλερία Βιτόριο Εμανουέλε Β΄ [45]

περιοχές με χαμηλή πολεοδομική πυκνότητα και μεγάλους ελεύθερους χώρους για εύκολο σχεδιασμό και ανάπτυξη του κέντρου αλλά και την ύπαρξη προϋποθέσεων μεγάλων χώρων στάθμευσης. Επιπροσθέτως, η ύπαρξη υποδομών οδικών δικτύων και μέσων μαζικής μεταφοράς είναι δύο παράγοντες βαρύνουσας σημασίας. Παράλληλα, λαμβάνονται υπόψιν και οι προϋποθέσεις ανάπτυξης που παρουσιάζει η περιοχή καθώς αυτό είναι ένα στοιχείο επιτυχίας και μακροβιότητας του κέντρου.

Στα πλαίσια της αποκέντρωσης του λιανικού εμπορίου εντοπίζουμε και μία άλλη μορφή αυτής, άμεσα συνδεδεμένης με την ύπαρξη μεγάλων σταθμών μετακίνησης, όπως είναι τα αεροδρόμια, τα λιμάνια και οι μεγάλοι σιδηροδρομικοί σταθμοί των αστικών κέντρων. Χαρακτηριστικά σε κάθε μία από τις παραπάνω περιπτώσεις και συγκεκριμένα στα



Εικόνα 11: Εμπορικό κέντρο εν μέσω αεροδρομίου στην πρωτεύουσα της Ταϊλάνδης [46]

αεροδρόμια παρουσιάζεται μία έντονη συγκέντρωση επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου γύρω από αυτούς τους σταθμούς, με σκοπό την προσέλευση των καταναλωτών κατά τις ώρες αναμονής τους, οι οποίες παρουσιάζονται σε σταθερή βάση. Η αποκέντρωση συνίσταται στο γεγονός ότι οι εν λόγω σταθμοί εμφανίζονται κατά βάση σε απόσταση από το κέντρο των μεγαλουπόλεων και περιμετρικά αυτών.

Οι εν λόγω αποκεντρωτικές τάσεις (ως προς την εμφάνιση συγκεντρώσεων λιανικού εμπορίου στα κέντρα) που εκφράζονται μέσω των εμπορικών κέντρων ξεκίνησαν την εμφάνισή τους από την Ευρώπη. Στη συνέχεια, επεκτάθηκαν και γιγαντώθηκαν σε χώρες όπως οι ΗΠΑ και η Κίνα και πλέον αποτελούν τον βασικό άξονα του λιανικού εμπορίου σε αυτές τις χώρες. Στην Ελλάδα, η εξέλιξη αυτή άργησε να εμφανιστεί, αλλά πλέον εμπορικά κέντρα υπάρχουν και στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη προσελκύοντας πληθώρα καταναλωτών και διαμορφώνοντας τον περιβάλλοντα χώρο με αναπτυξιακά έργα.



Εικόνα 12: Εμπορικό Κέντρο των νοτίων προαστίων της Αθήνας [47]

Σε όλες τις προαναφερθείσες περιοχές και εν γένει ανά τον κόσμο η γεωγραφικά αποκεντρωτική τάση του λιανικού εμπορίου υποβοηθήθηκε από μία σειρά γενικών και ειδικών παραγόντων. Γενικά, στα περίξ των πόλεων, ήτοι στα προάστια, δημιουργούνται ευνοϊκότερες συνθήκες διαβίωσης. Καταρχάς, υπάρχουν χαμηλότερες τιμές για αγορά γης. Συνεπώς, είναι ευκολότερη τόσο η ανέγερση κατοικιών όσο και εμπορικών εστιών που θα εξυπηρετούν τον πληθυσμό που θα διαμένει εκεί. Παράλληλα με την φθηνότερη γη, υπάρχει η έλλειψη της συμφόρησης (κυκλοφοριακής, πολεοδομικής και πληθυσμιακής) και ηχορύπανσης. Αυτά, συνεισφέρουν στην διαμόρφωση υψηλότερου επιπέδου ζωής, διαμορφώνοντας μία ροή πολιτών να επιλέγει να ζήσει στα προάστια. Βοηθητικά σε αυτή την δράση δρα και η ανάπτυξη οδικών δικτύων που εξυπηρετούν τις περιοχές αυτές και τις συνδέουν με το κέντρο. Άλλος ένας παράγοντας που συντέλεσε αποφασιστικά στην ανάπτυξη των προαστίων είναι διάδοση και εξέλιξη των Ι.Χ οχημάτων. Αυτά έδωσαν την δυνατότητα στους κατοίκους να αυτοεξυπηρετούνται ακόμα και αν μένουν σε απομακρυσμένα σημεία των πόλεων. Επιπρόσθετα, τα Ι.Χ έδωσαν και την δυνατότητα σε κατοίκους εντός των πόλεων να μετακινούνται απροβλημάτιστα στις εμπορικές εστίες που διαμορφώθηκαν στα προάστια για να ικανοποιήσουν τις καταναλωτικές τους ανάγκες. Τέλος, η ανάπτυξη των βιομηχανικών εργοστασίων στις περιοχές πλησίον των προαστίων δημιουργεί πλήθος θέσεων εργασίας και μαγνητίζει τον πληθυσμό των πόλεων προς την αποκέντρωση. Η προαναφερθείσα, λοιπόν, αστική αποκέντρωση του πληθυσμού είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την γεωγραφική αποκέντρωση του λιανικού εμπορίου προς τα προάστια των πόλεων.

Συνεπώς, συνάγεται ξεκάθαρα το συμπέρασμα ότι η ενίσχυση του λιανικού εμπορίου της περιφέρειας των πόλεων προκαλεί αποδυνάμωση του λιανικού εμπορίου των κέντρων των πόλεων. Γενικά αυτό διαφαίνεται έντονα και στην Ελλάδα και συγκεκριμένα όσον αφορά στην Αθήνα (στην οποία βρίσκεται η περιοχή μελέτης της πτυχιακής) παρατηρείται ότι το παραδοσιακό κέντρο χάνει συνεχώς σε εμπορική δύναμη καθώς το λιανικό εμπόριο αναπτύσσεται είτε σε εμπορικά κέντρα σε περιοχές στην περιφέρεια του κέντρου (Athens Mall στο Μαρούσι και Athens Metro Mall στο ελληνικό) είτε σε εμπορικά πάρκα όπως το εμπορικό McArthurGlen και το SmartPark στην περιοχή του αεροδρομίου. Η επιπτώσεις από αυτή την αποκέντρωση του λιανικού εμπορίου στην περιοχή μελέτης θα αναφερθεί και θα αναλυθεί στην συνέχεια.

3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε στη διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας, αφορά σε τέσσερα βασικά στάδια τα οποία προσαρμόζονται κατά περίπτωση, με στόχο την εφαρμογή των γενικών πρακτικών που εμπεριέχουν στην εκάστοτε περιοχή μελέτης. Τα στάδια αυτά είναι:

1. Εισαγωγή Δεδομένων, η οποία αφορά στην φυσική καταγραφή πληροφοριών από την περιοχή μελέτης και την κατάλληλη εισαγωγή τους σε ένα Γεωπληροφοριακό Σύστημα.
2. Διαχείριση Δεδομένων, δηλαδή η κατάλληλη μορφοποίηση των παραπάνω δεδομένων, ώστε να εξυπηρετούν τους σκοπούς της ανάλυσης επί αυτών.
3. Ανάλυση των Δεδομένων, τούτέστιν η εφαρμογή των κατάλληλων μαθηματικών εργαλείων στα μορφοποιημένα δεδομένα για την εξαγωγή προτύπων και συμπερασμάτων.
4. Απεικόνιση Δεδομένων και αποτελεσμάτων της ανάλυσης σε ένα Γεωπληροφοριακό Σύστημα.

Όσον αφορά στη χωρική ανάλυση, αυτή ξεκινάει με τη βοήθεια ορισμένων γεωστατικών δεικτών όπως είναι ο χωρικός μέσος και η τυπική απόκλιση (ο δεύτερος δείκτης λειτουργεί συμπληρωματικά στον πρώτο) έτσι ώστε να εξεταστεί ο τρόπος με τον οποίο οι διαφορετικές εμπορικές λειτουργίες και οι υπόλοιπες χρήσεις αναπτύσσονται στις περιοχές μελέτης.

Στην συνέχεια, ακολουθεί η αναγνώριση των χωρικών προτύπων που σχηματίζουν οι διάφορες χρήσεις, με έμφαση στα χωρικά πρότυπα (ομαδοποιημένο ή διεσπαρμένο) της κάθε χωρικής ενότητας που μελετάται με την μέθοδο του εγγύτερου γείτονα (Nearest Neighbor). Ιδιαίτερη, όμως, σημασία πρέπει να δοθεί και στον βαθμό συγκέντρωσης των επιμέρους εμπορικών λειτουργιών και δραστηριοτήτων εστίασης, με τη βοήθεια της μεθόδου Πυκνότητα Πυρήνα (Kernel Density).

Στη συνέχεια του κεφαλαίου αυτού θα παρουσιαστεί μία καταγραφή όλης της προσπάθειας που έγινε για την ανάλυση των καταγεγραμμένων χρήσεων γης στην

περιοχή μελέτης, η οποία ανάγεται εύκολα σε οποιαδήποτε περιοχή μελέτης, με τη βοήθεια των Γεωγραφικών Συστημάτων Πληροφοριών. Γίνεται αναλυτική περιγραφή των τεχνικών ανάλυσης που χρησιμοποιήθηκαν καθώς και εκτενής παρουσίαση της διαδικασίας της χωρικής ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε. Σε κάθε περίπτωση πρώτα παρουσιάζεται το απαραίτητο και σύντομο μαθηματικό υπόβαθρο για κάθε εργαλείο ή μέθοδο και στη συνέχεια μελετάται η αξιοποίηση το εργαλείου αυτού πάνω στα δεδομένα.

3.1 Γεωστατιστικοί δείκτες

Χωρικός Μέσος

Ο χωρικός μέσος συγκαταλέγεται μαζί με την χωρική διάμεσο και την χωρική κορυφή στους δείκτες χωρικής κεντρικότητας. Η έννοια του χωρικού μέσου είναι αντίστοιχη με την έννοια του αριθμητικού μέσου. Αντιπροσωπεύει δηλαδή μία μέση θέση, η οποία έχει το πλεονέκτημα να παρουσιάζει την κατανομή συγκεντρωμένη. Ωστόσο, σε αντίθεση με τον αριθμητικό μέσο δεν παρέχει τις επιθυμητές πληροφορίες όταν παρουσιάζεται απλά η αριθμητική του τιμή. Επομένως, αποκτά νόημα μόνον όταν οι γεωγραφικές του συντεταγμένες παρουσιαστούν ως σημείο σε έναν χάρτη. Ο χωρικός μέσος χρησιμοποιείται για την παρατήρηση χρονικά μεταβαλλόμενων χωρικών κατανομών μέσω της μετακίνησής τους σε διαφορετικά σημεία στο χάρτη. Στη δική μας μελέτη έγινε χρήση αυτού του δείκτη για κάθε μία από τις χρήσεις, για μία δεδομένη χρονική στιγμή, προκειμένου να τεθεί η βάση για μελλοντική μελέτη των ίδιων χρήσεων γης στην ίδια περιοχή.

Τυπική Απόσταση

Η τυπική απόσταση είναι ο δείκτης μέτρησης του βαθμού συγκέντρωσης ή διασποράς των σημείων γύρω από τον χωρικό (ή σταθμισμένο) μέσο. Για παράδειγμα, τα καταστήματα τροφίμων είναι διεσπαρμένα (μεγάλη τυπική απόσταση) ενώ τα εμπορικά

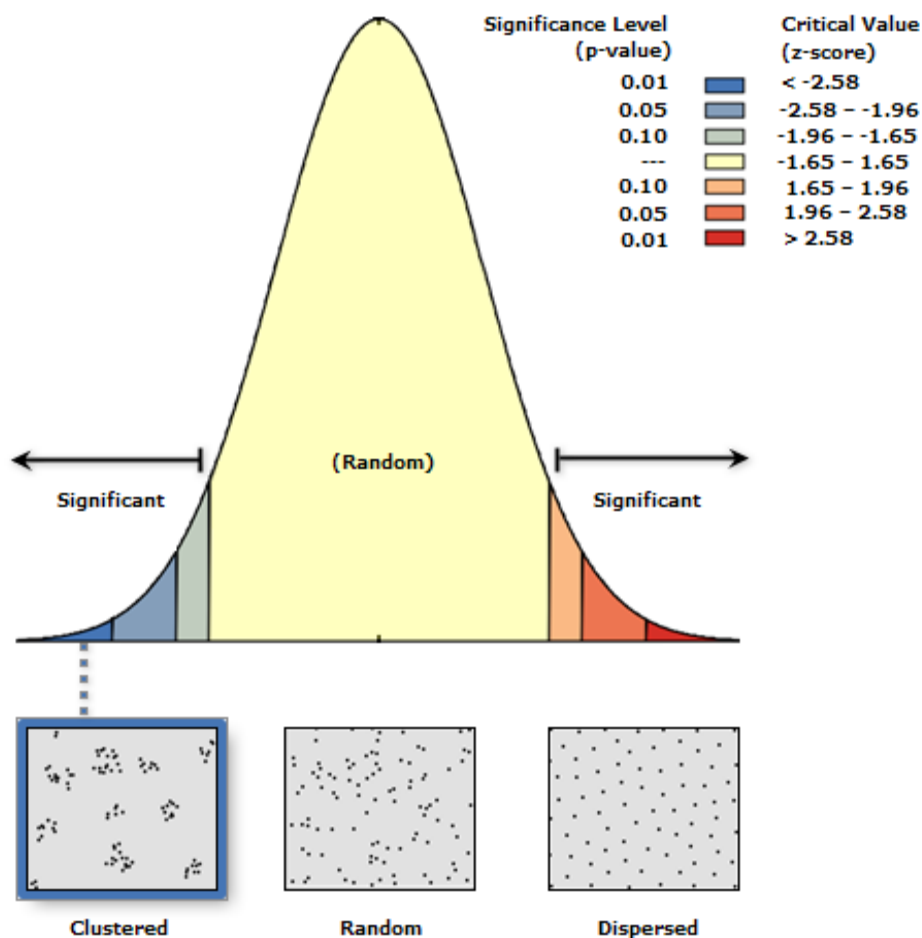
κέντρα, οι ασφαλιστικές επιχειρήσεις, κ.λπ. είναι συγκεντρωμένα (μικρή τυπική απόσταση). Δίνει καλύτερη περιγραφή της χωρικής πραγματικότητας από τον χωρικό μέσο. Χαρακτηριστικά, με την χρήση του δείκτη αυτού αντιλαμβάνεται κανείς το μέγεθος της διασποράς των επιχειρήσεων για κάθε κατηγορία καθώς και ποια είναι η τάση συγκέντρωσής τους.

3.2 Χωρικά πρότυπα

Ανάλυση Εγγύτερου Γείτονα (Average Nearest Neighbor)

Μια μέθοδος που χρησιμοποιείται συνήθως για την περιγραφή της χωρικής συγκέντρωσης των γεωγραφικών φαινομένων είναι αυτή του εγγύτερου γείτονα. Η μέθοδος αυτή υπολογίζει την απόσταση μεταξύ των σημειακών δεδομένων και των πιο κοντινών γειτονικών σημείων του φαινομένου που εξετάζεται. Στη συνέχεια, βγάζει το μέσο όρο από τις αποστάσεις όλων των εγγύτερων γειτόνων και συγκρίνει τις παρατηρούμενες μέσες αποστάσεις με υποθετικές τυχαίες κατανομές. 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 [29]. 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.

Με τη χρήση του δείκτη αυτού δημιουργείται μια κλίμακα που αρχίζει από ομαδοποιημένο και δια μέσου του τυχαίου καταλήγει σε διεσπαρμένο πρότυπο με εύρος τιμών από 0 έως 2.149 [58].



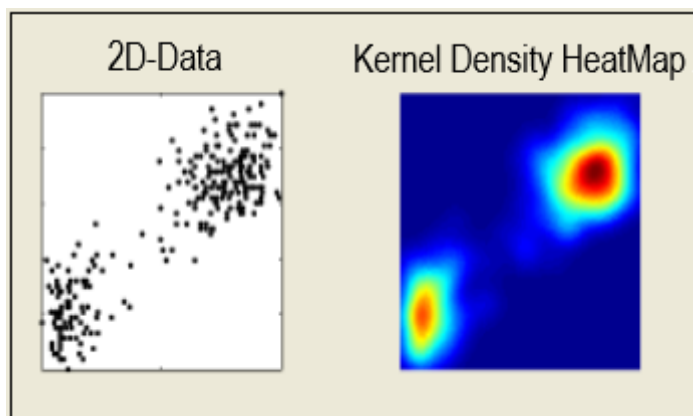
Εικόνα 13: Ανάλυση Εγγύτερου Γείτονα

3.3 Επιφανειακά Χωρικά Πρότυπα

Ανάλυση Πυκνότητας Πυρήνα

Η χρήση της μεθόδου Kernel Density Estimator (KDE) στοχεύει στο να δημιουργήσει, σε μια δισδιάστατη μορφή, την πυκνότητα των σημειακών δεδομένων στο γεωγραφικό χώρο και αποτελεί τη πιο σύνηθες χρησιμοποιούμενη μέθοδο για την ανάλυση σημειακών γεγονότων. Ο σκοπός της χρήσης της μεθόδου KDE, είναι η παραγωγή μιας επιφάνειας που να δείχνει την πυκνότητα των σημειακών γεγονότων στο γεωγραφικό χώρο,

υπολογίζοντας την «ένταση» των γεγονότων ως εκτίμηση της πυκνότητας. Ουσιαστικά υπολογίζει το μέγεθος ανά μονάδα επιφάνειας από τα χαρακτηριστικά σημεία, χρησιμοποιώντας την συνάρτηση πυρήνα για να δημιουργήσει ένα είδος κωνικής επιφάνειας, στην κορυφή της οποίας υπάρχει μεγαλύτερη πυκνότητα. Οι χωρικές συγκεντρώσεις μπορούν να αναδείξουν τόσο την δυναμική των υπαρχουσών χρήσεων στις περιοχές μελέτης, όσο και την χωρική συσσώρευση κλειστών επιχειρήσεων και «ανενεργού» κτιριακού αποθέματος [29].



Εικόνα 14: Μέθοδος Kernel Density σε σημειακά Δεδομένα και απεικόνιση σε Heat Map με χρωματικό εύρος για την διαφοροποίηση των συγκεντρώσεων

3.4 Μεθοδολογία Χωρικής Ανάλυσης και Απεικόνιση

Κατά την διάρκεια της καταγραφής των δεδομένων, έγινε ταυτόχρονα κατηγοριοποιημένος διαχωρισμός, σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα, ο οποίος αποτελεί αποτύπωση των πιο σημαντικών κατηγοριών χρήσεων γης του ΣΤΑΚΟΔ.





Μεσιτικά Γραφεία

Δικηγόροι, Γιατροί, Μηχανικοί, διαφημίσεις,
Ταξιδιωτικά γραφεία, Φωτοτυπεία

Προσωπικές Υπηρεσίες -Πλυντήρια,
Καθαριστήρια, Βαφεία, Κουρέια, Γυμναστήρια,
Ινστιτούτα Καλλονής, Γραφεία τελετών, Γραφεία
συνοικεσίων κλπ.

Δημόσιες, Δημοτικές υπηρεσίες (Δήμος, ΔΟΥ)

Επιχειρήσεις Κοινής Ωφέλειας (ΔΕΗ, ΟΤΕ,
ΕΥΔΑΠ, TIM, Cosmote, Vodafone)

Πρόνοια -Υγεία

Υγεία, Περίθαλψη, Πρόνοια Δημόσια
(Νοσοκομεία, Κλινικές, Κέντρα Υγείας, ΚΑΠΗ,
Βρεφονηπιακοί σταθμοί)

Υγεία, Περίθαλψη, Πρόνοια Ιδιωτική

Εκπαίδευση

Εκπαίδευση δημόσια Πρωτοβάθμια

Εκπαίδευση δημόσια Δευτεροβάθμια

Εκπαίδευση δημόσια Τριτοβάθμια

	Εκπαίδευση ιδιωτική Πρωτοβάθμια
	Εκπαίδευση ιδιωτική Δευτεροβάθμια
	Εκπαίδευση ιδιωτική Τριτοβάθμια
	Ειδική Εκπαίδευση
Πράσινο - Ελεύθεροι & Ανοιχτοί Χώροι	Ελεύθεροι χώροι, Πράσινο, άλση
Κατοικία	Κατοικίες παντός τύπου
Γκαράζ	Γκαράζ (Δημόσιοι χώροι στάθμευσης) – Βενζινάδικα
Κενή Χρήση	Άδειος Εμπορικός χώρος Κενό οικόπεδο
Άλλες χρήσεις	Χρήσεις που επιδέχονται περαιτέρω ερμηνείας

Πίνακας 1: Κατηγοριοποίηση χρήσεων κατά ΣΤΑΚΟΔ, με χρωματική απεικόνιση

Καταρχάς, θα πρέπει να ορισθεί μία πρωτεύουσα χρήση, ως σημείο αναφοράς, και οι υπόλοιπες ως δευτερεύουσες. Στην υφιστάμενη περίπτωση, παραδείγματος χάριν,

ορίζουμε ως πρωτεύουσα χρήση αυτή που συνδέεται με το λιανικό εμπόριο, ενώ ως δευτερεύουσες όλες τις υπόλοιπες. Σκοπός της μελέτης των χρήσεων είναι η εξέταση του τρόπου με τον οποίο οι διαφορετικές εμπορικές λειτουργίες αναπτύσσονται στην περιοχή συναρτήσεως των υπολοίπων, «δευτερευουσών» για τη διπλωματική αυτή, χρήσεων. Σε κάθε περίπτωση αυτή η επιλογή αφορά τα επιθυμητά αποτελέσματα στην εκάστοτε έρευνα. Η μελέτη, επίσης, της ανάπτυξης των δευτερευουσών χρήσεων προσφέρει σημαντικά στοιχεία κατανόησης όλων των παραγόντων που επηρεάζουν κάθε είδους δραστηριότητα στην περιοχή, ενώ δύναται να εξαχθούν συμπεράσματα για παρεμβάσεις εξυγίανσης προβληματικών τομέων. Γεωστατιστικοί δείκτες, όπως ο χωρικός μέσος και η τυπική απόσταση, δύναται να βοηθήσουν στην κατανόηση των προαναφερθέντων κατανομών. Ουσιαστικά, οι γεωστατιστικοί δείκτες θα οδηγήσουν στην κατανόηση της απεικόνισης των χωρικών προτύπων κάθε χρήσης στη συγκεκριμένη περιοχή, γεγονός που θα αποτελέσει την βάση για τη σύγκριση με χωρικά πρότυπα της ίδιας περιοχής σε διαφορετικές χρονικές στιγμές ή και χωρικά πρότυπα άλλων περιοχών. Συνεπώς, έχει νόημα να εξεταστούν, στην παρούσα χρονική στιγμή, οι χωρικοί μέσοι όλων των χρήσεων καθώς και οι τυπικές αποστάσεις αυτών στην περιοχή μελέτης έτσι ώστε να φανερωθεί, σε πρώτη φάση, ο διαφορετικός τρόπος κατανομής των χωρικών, προτύπων μέσω της διαφοροποίησης στη διασπορά και στην πυκνότητα.

Στην συνέχεια, ακολουθεί η ταύτιση των χωρικών προτύπων που σχηματίζουν οι διάφορες χρήσεις, με επίκεντρο την πρωτεύουσα χρήση, με τη μέθοδο του εγγύτερου γείτονα (Nearest Neighbor). Η εστίαση αυτή καταδεικνύει τον τρόπο κατανομής των καταγεγραμμένων κατηγοριών χρήσεων στην περιοχή και ποιες από αυτές ακολουθούν «στενότερα» την κατανομή της πρωτεύουσας χρήσης.

Ουσιαστικά, το ομαδοποιημένο χωρικό πρότυπο σύμφωνα με την μέθοδο αυτή, φαίνεται να εκφράζει μία μεγαλύτερη σχέση των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τις εκφάνσεις της πρωτεύουσας. Σε αντίθεση το διεσπαρμένο χωρικό πρότυπο αφορά στην έλλειψη στενής σύνδεσης των σημείων των διαφόρων χρήσεων.

Η μελέτη αφορά στην εξέταση της διάρθρωσης στο χώρο των διαφόρων χρήσεων γης, συνεξετάζοντας παράλληλα τις σχέσεις των αποτελεσμάτων όλων των δευτερευουσών χρήσεων συναρτήσεως των αποτελεσμάτων της βασικής χρήσης. Ωστόσο, σημαντική

πληροφορία δίνει και ο βαθμός συγκέντρωσης της κάθε χρήσης γης. Η χρήση της χωρικής μεθόδου ανάλυσης της πυκνότητας πυρήνα (Kernel Density) μας φανερώνει τις χωρικές πυκνότητες στο γεωγραφικό χώρο της περιοχής μελέτης για τις διάφορες χρήσεις. Έτσι, γίνεται οπτική απεικόνιση των περιοχών στο χάρτη, οι οποίες παρουσιάζουν υψηλές χωρικές συγκεντρώσεις χρήσεων, αναδεικνύοντας τις περιοχές αυτές ως κέντρα κάποιας χρήσης. Για παράδειγμα, σε σημείο που παρουσιάζεται υψηλή συγκέντρωση εμπορικής χρήσης γης, αυτή αποτελεί μία εμπορική πιάτσα.

Τελικό στάδιο της μελέτης είναι η εξέταση των παραγόμενων αποτελεσμάτων (χωρικά πρότυπα, χωρικές συγκεντρώσεις και κατανομές, χρωματικά διαγράμματα) και η ανάδειξη των προβλημάτων και των αιτιών αυτών που σχετίζονται με τη βασική χρήση. Στη συνέχεια, γίνεται μία προσπάθεια πρότασης διαθρωτικών αλλαγών για την εξυγίανση του προς μελέτη τομέα στην συγκεκριμένη περιοχή.

4 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ

Το κεφάλαιο αυτό κάνει μία εκτενή παρουσίαση της κατάστασης του λιανικού εμπορίου σε μία περιοχή των Αθηνών, με έντονο το στοιχείο της ιστορικής αναφοράς. Στη συνέχεια, γίνεται μία ενδελεχής αναφορά στην περιοχή μελέτης, ήτοι οδός Πατησίων, ενώ παράλληλα γίνεται συσχετισμός της εξέλιξης του εμπορίου στην περιοχή αυτή σε συνάρτηση με τα διάφορα οικονομικά και κοινωνικά φαινόμενα τα οποία επηρέασαν την περιοχή στην σύγχρονη ιστορία της. Έπειτα, θα παρουσιαστεί η διαδικασία διενέργειας τη χωρικής ανάλυσης πάνω στα συλλεχθέντα δεδομένα, από το στάδιο της καταγραφής. Η ανάλυση θα παρουσιαστεί με τρόπο ώστε να υπάρχει λογική ακολουθία και να καταστεί εύκολη η κατανόηση των συμπερασμάτων. Τέλος, θα παρουσιαστούν ειδικά συμπεράσματα και προτάσεις για αναδιάρθρωση του λιανικού εμπορίου στην περιοχή.

4.1 Κριτήρια επιλογής και οριοθέτηση της περιοχής μελέτης

Στο προπαρασκευαστικό τμήμα της διπλωματικής εργασίας πρόκυψαν δύο ζητήματα που αφορούσαν στην επιλογή του γεωγραφικού πολυγώνου στο οποίο θα πραγματοποιούνταν η μελέτη και ανάλυση των χρήσεων γης. Αρχικά, η επιλογή αφορά τον δήμο στον οποίο θα γίνει η καταγραφή, καθώς αποτελεί το Κοινωνικό, Δημογραφικό, Νομικό και Πολιτιστικό πλαίσιο το οποίο επηρεάζει τον τύπο και την κατανομή των αστικών χρήσεων γης. Κατά δεύτερον, η προσεκτική επιλογή των οικοδομικών τετραγώνων που θα μελετηθούν είναι μία διαδικασία μεγάλης σημασίας, καθώς εντός του κάθε Δήμου υπάρχουν υποδιαιρέσεις στον τρόπο κατανομής της ζωής των δημοτών, που αφορούν σε μία πληθώρα παραγόντων. Για παράδειγμα, εντός του δήμου Αθηναίων βρίσκεται και η ευρύτερη περιοχή της Ομόνοιας και η περιοχή του Κολωνακίου. Παρόλο

που και οι δύο περιοχές ανήκουν στην ίδια οργανωτική δικαιοδοσία, παρουσιάζουν τεράστιες διακυμάνσεις σε όλες τις εκφάνσεις των οικονομικών δραστηριοτήτων που διενεργούνται εντός αυτών. Το είδος, η ποιότητα και η κατανομή των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου σε αυτές τις δύο περιοχές είναι πολύ διαφορετικό, καθώς η πρώτη θεωρείται υποβαθμισμένη και η δεύτερη ακμάζουσα.

Για τη διπλωματική αυτή αποφασίστηκε η μελέτη ενός τμήματος της οδού Πατησίων, το οποίο είναι ένα πολύγωνο που οροθετείται ως εξής:

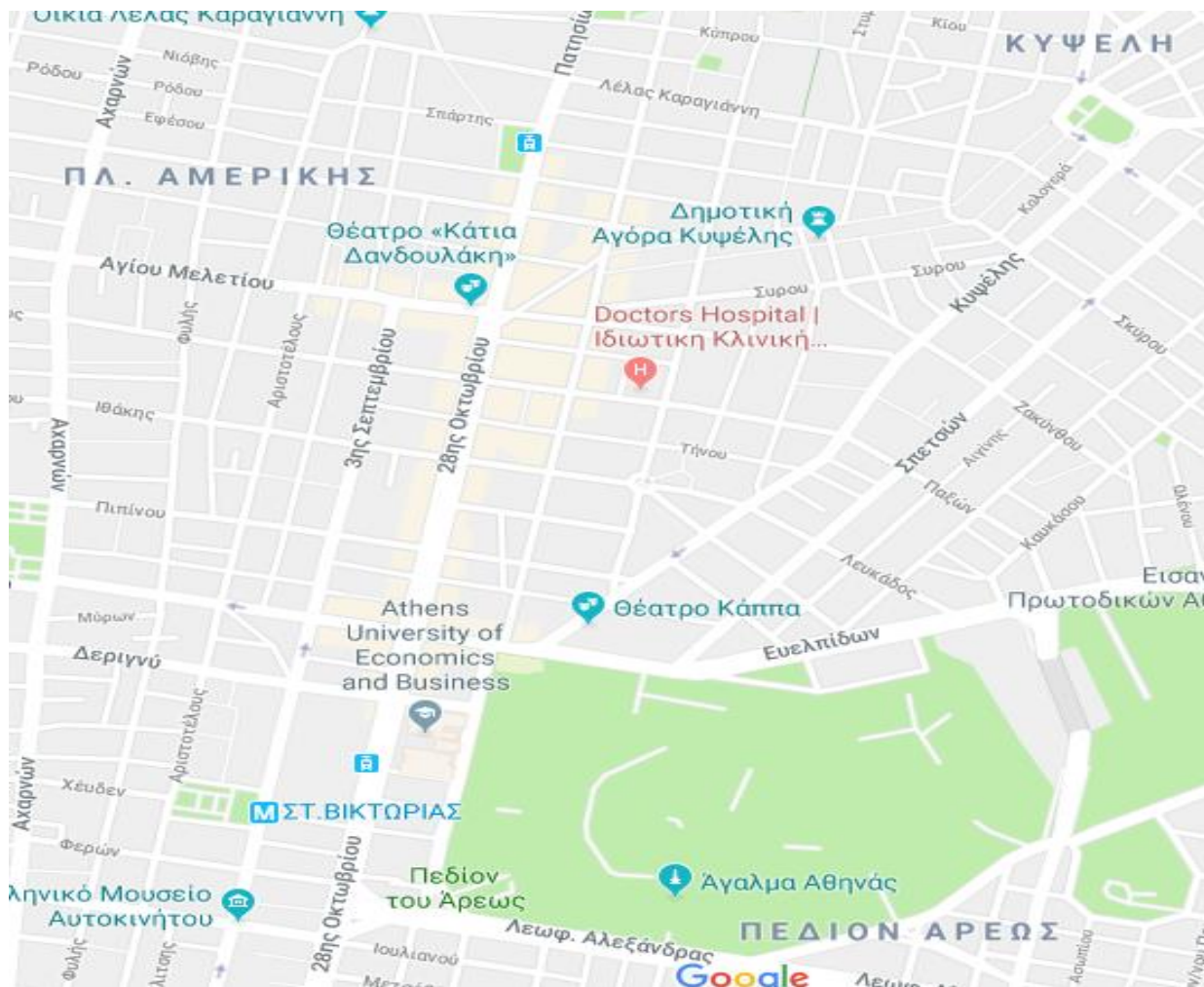
- Βόρεια → οδός Πατησίων μέχρι την τομή με την οδό Λέλας Καραγιάννη
- Νότια → οδός Πατησίων μέχρι την τομή με την Λεωφόρο Αλεξάνδρας
- Ανατολικά → οδός κυψέλης από το ύψος της Λεωφόρου Αλεξάνδρας μέχρι και την πλατεία Κανάρη της Κυψέλης



Εικόνα 15: Οικοδομικά Τετράγωνα της περιοχής μελέτης

- Δυτικά → οδός Αριστοτέλους από το ύψος της Λεωφόρου Αλεξάνδρας ως την οδό Λέλας Καραγιάννη

Το τμήμα που μελετήθηκε και για το οποίο εξήχθησαν συμπεράσματα αποτελεί περιοχή του Δήμου Αθηναίων. Ο δήμος Αθηναίων αποτελεί το κέντρο της πρωτεύουσας των Αθηνών. Είναι ένας δήμος ιστορικός με μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά. Τα δημογραφικά στοιχεία του δήμου είναι ευμετάβλητα με μεγάλες μεταβολές που συνδέονται με πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές μεταβολές. Η δυναμική του δήμου σε οικονομικούς όρους είναι μεγάλη καθώς αποτελεί πόλο έλξης τόσο των Ελλήνων, όσο και ξένων τουριστών. Τα τελευταία χρόνια μία νέα μεταβλητή είναι η συσσώρευση μεταναστών σε μεγάλη συγκέντρωση, η οποία μεταβάλλει πολλές παραμέτρους που επηρεάζουν το δήμο, όπως η πληθυσμιακή συσσώρευση και ανομοιομορφία. Συγκεκριμένα η περιοχή μελέτης κατά



Εικόνα 16: Απεικόνιση της περιοχή μελέτης στους χάρτες της Google.

μήκος της οδού Πατησίων είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα του Δήμου και της υποβάθμισης που έχει δειχθεί, σε αντίθεση με την δυναμική που δείχνει λόγω της πληθώρας των εμπορικών δραστηριοτήτων που λαμβάνει χώρα εκεί.

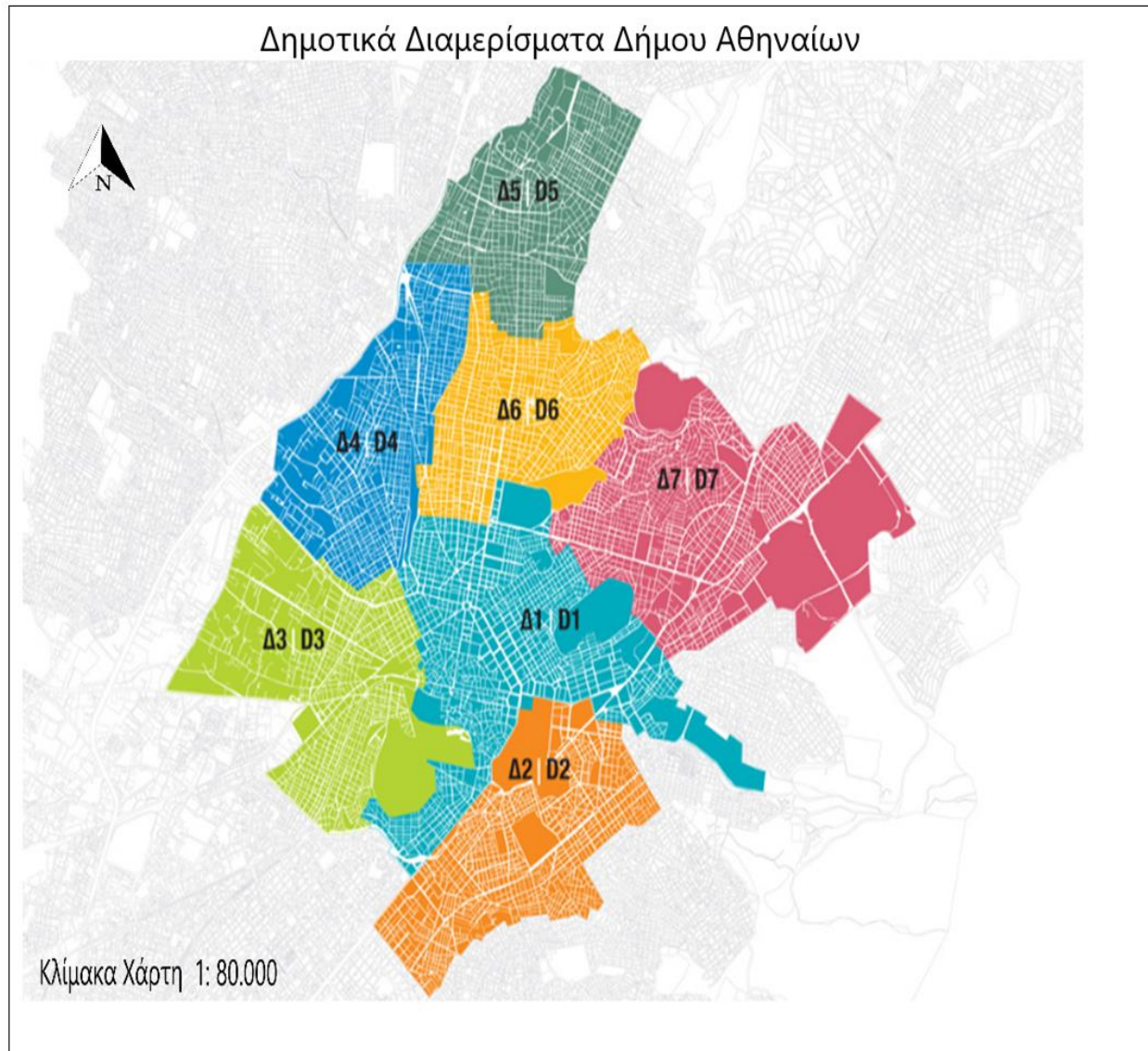
Εν γένει η εμπορική δραστηριότητα στην περιοχή είναι ποικιλόμορφη με κατανομές και συγκεντρώσεις, η μελέτη των οποίων παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Με την αρωγή της μελέτης αυτής γίνεται η εξαγωγή συμπερασμάτων για την ανάπτυξη της περιοχής μέσα από την εξυγίανση του λιανικού εμπορίου.

4.2 Περιγραφή της Ευρύτερης Περιοχής Μελέτης

Ο Δήμος Αθήνας είναι έδρα του Κεντρικού Τομέα Αθηνών. Καταλαμβάνει έκταση 38,96 τ.χλμ. και έχει πληθυσμό 664.046 κατοίκους, σύμφωνα με την απογραφή του 2011. Παρουσιάζει ομαλό γεωμορφολογικό ανάγλυφο και το μέσο υψόμετρό του ανέρχεται στα 90μ. Ο Δήμος χωρίζεται διοικητικά σε επτά Δημοτικές Κοινότητες (Εικόνα 17), πρώην δημοτικά διαμερίσματα:

- Δ1: Περιλαμβάνει το κέντρο του Δήμου με το λεγόμενο εμπορικό τρίγωνο (Εξάρχεια, Νεάπολη, Κολωνάκι, Ιλίσια, Κουκάκι, Μακρυγιάννη, Πλάκα, Ψυρρή, Εμπορικό Τρίγωνο, πλατεία Βάθης).
- Δ2: Περιλαμβάνει τις Ν.Α. συνοικίες (Νέος Κόσμος, Παγκράτι).
- Δ3: Περιλαμβάνει τις Ν.Δ. συνοικίες (Αστεροσκοπείο, Πετράλωνα, Θησείο, Μεταξουργείο).
- Δ4: Περιλαμβάνει τις Δ. συνοικίες (Κολωνός, Ακαδημία Πλάτωνος, Βοτανικός, Προφ. Δανιήλ, Σεπόλια).
- Δ5: Περιλαμβάνει τις Β.Δ. συνοικίες από τα Κάτω Πατήσια μέχρι τον Προμπονά (Αγ. Ελευθέριος, Α. Πατήσια, Πατήσια, Προμπονά, Ριζούπολη).
- Δ6: Περιλαμβάνει τις βόρειες κεντρικές συνοικίες (Κυψέλη, Άνω Κυψέλη, πλατεία Αττικής, Βικτώρια, Αγ. Παντελεήμονας, Αγ. Νικόλαος, πλατεία Αμερικής).

- Δ7: Περιλαμβάνει τις Β.Α. συνοικίες (Γκύζη, Πολύγωνο, Γηροκομείο, Τουρκοβούνια, Αμπελόκηποι, Κουντουριώτικα, Γουδί, Ελληνορώσων, Ερυθρός Σταυρός).



Εικόνα 17: Δημοτικά Διαμερίσματα Δήμου Αθηναίων [48]

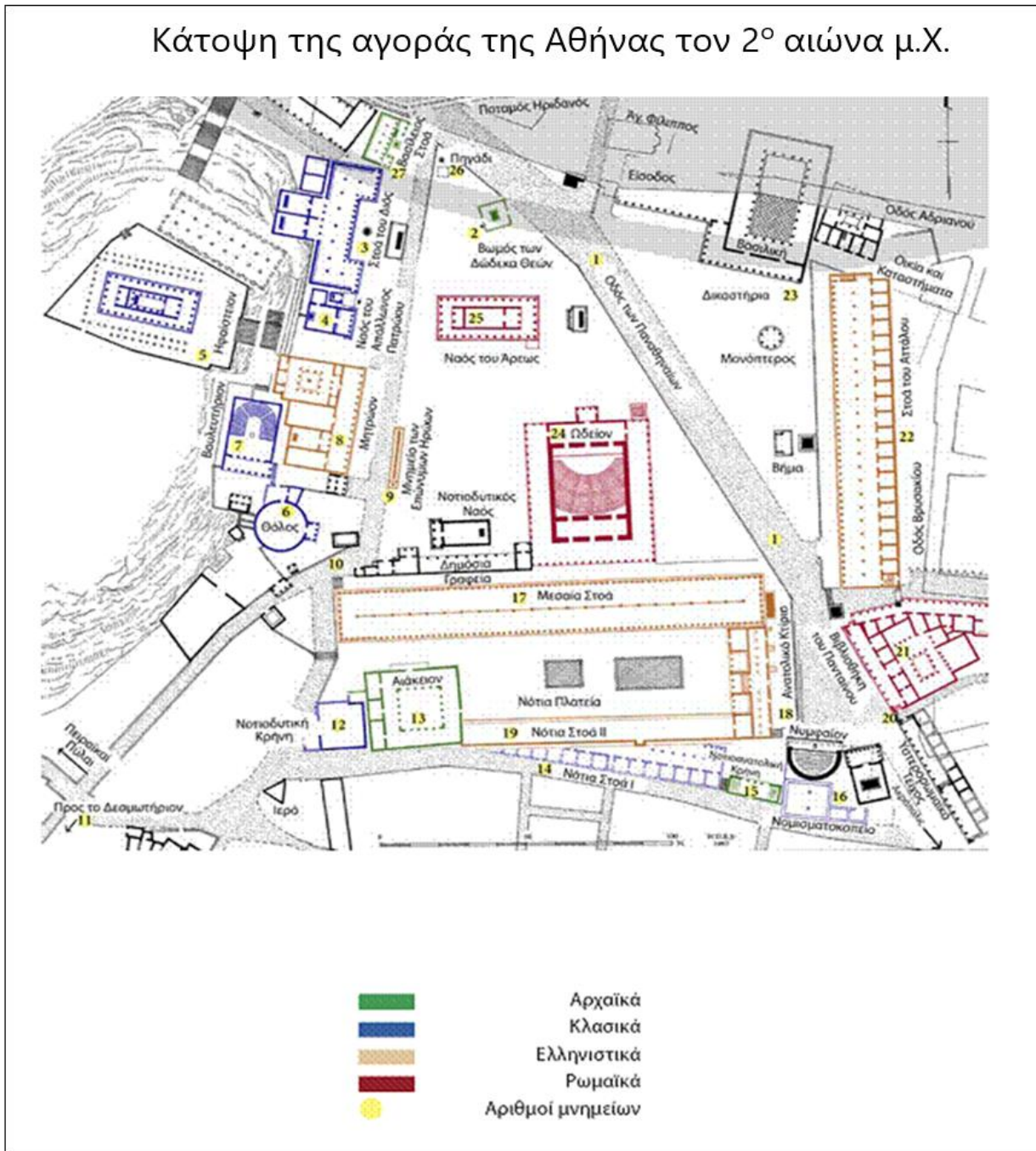
4.2.1 Ιστορική εξέλιξη και Εμπορική Δραστηριότητα της Αθήνας

Η Αθήνα είναι η πρωτεύουσα της Ελλάδας από το 1834 και η μεγαλύτερη πόλη της. Βρίσκεται στην Αττική, στην ανατολική Στερεά Ελλάδα, και είναι από τις αρχαιότερες πόλεις του κόσμου. Η Αρχαία Αθήνα, αρχικά οικισμός πάνω στην Ακρόπολη, εξελίχθηκε τον 6ο αιώνα π.Χ. σε μία πανίσχυρη πόλη-κράτος, που αναπτύχθηκε παράλληλα με το λιμάνι της, το οποίο αρχικά ήταν το Φάληρο και αργότερα ο Πειραιάς. Η σύγχρονη Αθήνα είναι το κέντρο της οικονομικής, βιομηχανικής, πολιτικής και πολιτιστικής ζωής της Ελλάδας.

Η Αθήνα τις αρχές του 20ου αιώνα, είχε μικρή έκταση και μόλις είχε αρχίσει να επεκτείνεται προς τις περιοχές του Κολωνακίου, της Νεάπολης και του Μεταξουργείου. Η πόλη παρόλο που ακολουθούσε τα δυτικά πολεοδομικά πρότυπα, διατηρούσε τον ελληνικό της χαρακτήρα καθώς ήταν δομημένη με βάση το σχέδιο Κλεάνθη – Σάουμπερτ. Το σχέδιο αυτό ακολουθεί τις πιο εξελιγμένες για την εποχή αντιλήψεις σχετικά με την οργάνωση του ιστού του, προτείνοντας ένα συνδυασμό ορθογωνίου Κανάβου και ακτινικών συνδέσεων των κεντρικών σημείων με 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 συνεχόμενες τροποποιήσεις γεγονός που αναιρεί την αρχική του δομή εκτός από τη θέση και τη διάταξη των βασικών αξόνων του ιστορικού τριγώνου (Πανεπιστημίου, Πειραιώς, Ερμού, Αθηνάς) [31].

Κατά την περίοδο 1864-1909, μέχρι 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. Η Αθήνα όμως, δέχθηκε ισχυρές οικιστικές πιέσεις σε δύο περιόδους. Η πρώτη αφορά την εποχή μετά τη Μικρασιατική καταστροφή ενώ η δεύτερη τις δεκαετίες 50' και 60' με την έκρηξη της εσωτερικής μετανάστευσης (αστυφιλία). [32]. Από το 1922 έως και την έναρξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, η

Κάτοψη της αγοράς της Αθήνας τον 2^ο αιώνα μ.Χ.



Εικόνα 18: Κάτοψη της αγοράς της Αθήνας τον 2^ο αιώνα μ.Χ. [49]

οικονομική πραγματικότητα στην Αθήνα χαρακτηρίζεται από δύο διαδικασίες. Η πρώτη αφορά στην ανάπτυξη της βιομηχανικής παραγωγής ενώ η δεύτερη στην 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

τη δεκαετία του '70 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 τη 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 1960 αρχίζει να παρατηρείται το φαινόμενο της εισόδου χαμηλών στρωμάτων σε περιοχές κατοικίας υψηλότερων στρωμάτων και ειδικότερα ακόμη στα προηγούμενα σπίτια αυτών. Έτσι, 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. [30]

Οι σημαντικότερες πολεοδομικές διατάξεις που σχετίζονται με τις χρήσεις γης αυτής της περιόδου είναι [39] :

- Η συγκρότηση της επιτροπής Καλλιγιά, μετά την έλευση των προσφύγων το 1922, η οποία έκανε προσπάθεια να οργανώσει τις χρήσεις γης της Αθήνας. Αυτή πρότεινε το διαχωρισμό του κέντρου σε έξι κέντρα (εμπορικό, χρηματιστηριακό, πανεπιστημιακό, νοσοκομειακό, διοικητικό και δικαστικό).
- Η δημιουργία ζωνών για τις χρήσεις γης αλλά και ένα αναβαθμισμένο οδικό δίκτυο που ενώνει τις απομακρυσμένες περιοχές εξοχικής κατοικίας της Κηφισιάς, της Γλυφάδας, του Αλίμου, του Αιγαλέου και του Περιστερίου με το εμπορικό κέντρο Αθηνών και διακρίνεται μεταπολεμικά, στα σχέδια από το Υπουργείο Ανοικοδομήσεως .

Από το 1980, παρατηρούνται σημαντικές εξελίξεις στη σημερινή πρωτεύουσα, όπως η αποβιομηχανοποίηση της Ελλάδας, η μείωση της γεωργικής γης και η ταυτόχρονη μεγέθυνση του τριτογενούς τομέα. Στην προσπάθεια της Ελλάδας να αναδειχθεί ως κέντρο οικονομικής εξόρμησης και διαχείρισης των χωρών της περιφέρειας των

Βαλκανίων και της νοτιοανατολικής Μεσογείου, παρατηρούνται έντονες αλλαγές στην οικονομική βάση της Αθήνας. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, των πολυεθνικών εταιριών, των ασφαλιστικών ομίλων, των συνεδριακών χώρων και των καταστημάτων τραπεζών στην περιοχή του κέντρου και κατά μήκος βασικών οδικών αρτηριών όπως η Κηφισίας 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. Ο μεγάλος αριθμός πολυκατοικιών που ήταν αποτέλεσμα της εμπορευματοποίησης της κατοικίας και της κερδοσκοπίας της γης σε κεντρικές περιοχές όπως η Πλατεία Βικτωρίας, η Πλατεία Αττικής και 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 στην περιοχή του Ψυρρή και στην οδό Αιόλου, όπου οι παραδοσιακές βιοτεχνίες έχουν αντικατασταθεί από πολυώροφα κτίρια γραφείων. 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, όσον αφορά τις περιοχές Γκάζι, Αιόλου, Μεταξουργείο και Ψυρρή, μεταλλάσσεται ο παραδοσιακός τους χαρακτήρας και οι χρήσεις γης από βιομηχανικές/βιοτεχνικές/εμπορικές μετατρέπονται σε τουριστικές/αναψυχής. Την περίοδο αυτή, γίνεται προσπάθεια ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων, κατασκευάζεται το δίκτυο του 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 [39].

4.2.2 Ιστορική Εξέλιξη και Εμπορική Δραστηριότητα της Περιοχής Μελέτης

Από τις κεντρικές αρτηρίες της Αθήνας, η οδός Πατησίων είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με σημαντικά ιστορικά γεγονότα που σημάδεψαν ανεξίτηλα την πολιτισμική ταυτότητά της. Παράλληλα στις καθέτους της και στον ευρύτερο χώρο που περικλείει, χτίστηκαν μερικά από τα ωραιότερα αρχιτεκτονικά αριστουργήματα της πόλης. Η Πατησίων αποτελεί το συνδετικό κρίκο της Ομόνοιας με τα Πατήσια. Στο χώρο της προϋπήρχε αγροτικός δρόμος που οδηγούσε στην Πάρνηθα. Η χωροταξική διαμόρφωση της οδού ξεκίνησε το 1841 και βασιζόταν στον προϋπάρχον αγροτικό δρόμο. Εκεί πραγματοποιήθηκαν την εποχή εκείνη και πολλές δενδροφυτεύσεις με την μέριμνα της βασίλισσας Όλγας, παρόλο το πράσινο που περιστοιχίζει την οδό. Με την πάροδο του χρόνου, πραγματοποιήθηκαν πολλές προεκτάσεις στο Σχέδιο Πόλεως της Αθήνας, που εμπλούτισαν χωροταξικά την οδό με μεγαλύτερα τμήματα και νεόδμητες κατοικίες. Τη δεκαετία του 1870 τα Πατήσια που μέχρι τότε αποτελούσαν μικρό χωριό, ενσωματώθηκαν σαν προάστιο της πόλης, χωρισμένο σε Άνω και Κάτω Πατήσια. Το 1946 αποτέλεσε σημείο καμπής για την ιστορία της οδού, αφού μετονομάστηκε από Πατησίων σε 28-ης Οκτωβρίου, προφανώς για να τιμηθεί η εθνική επέτειος της απελευθέρωσης.



Εικόνα 19: Λεωφόρος Πατησίων με κατεύθυνση προς Ακρόπολη (Σήμερα)

Στα χρόνια του βασιλέως Όθωνος, η Πατησίων αποτέλεσε το κεντρικό σημείο ψυχαγωγίας για τις κυρίες και τους νέους όλων των κοινωνικών τάξεων, αλλά και τους ξένους προσκεκλημένους που κατέφευγαν σε αυτήν και το Πεδίον του Άρεως για περίπατο κατά τις Κυριακές και τις αργίες. Επί της οδού εγκαθίστατο η στρατιωτική μπάντα που παιάνιζε σύγχρονα για την εποχή μουσικά εμβατήρια, πάνω σε μια πολυγωνική εξέδρα. Ο τρόπος αυτός διασκέδασης είχε οικογενειακό χαρακτήρα και ειδικότερα για τις γυναίκες των χαμηλότερων εισοδηματικών στρωμάτων της εποχής, η έξοδος στην Πατησίων αποτελούσε μοναδική ευκαιρία για να ξεφύγουν από το σπίτι. Η επίσκεψη στην οδό γινόταν είτε με τα πόδια, είτε με άμαξες. Αποτελούσε κεντρικό κοσμικό γεγονός στη ζωή της πόλης και το τιμούσε και το βασιλικό ζεύγος. Έως τη δεκαετία του 1880, η Πατησίων, αλλά και το Πεδίον του Άρεως, μονοπωλούσαν την αγάπη του κόσμου, ενώ ήταν και ιδεώδης χώρος στην πόλη για τους έφιππους. Συνεπώς, αυτά τα δύο σημεία αποτελούσαν τους δύο κεντρικούς πόλους έλξης όλης της κοινωνικής και συνάμα εμπορικής δραστηριότητας των κατοίκων της Αθήνας.

Με την έλευση του 20ού αιώνα, άρχισαν να χτίζονται με ταχείς ρυθμούς στην Πατησίων καλαίσθητα κτίρια και κατοικίες που κατέστησαν την οδό μια από τις πιο πυκνοδομημένες οδούς της Αθήνας. Σε όλο το μήκος της οδού, υπάρχουν διάσπαρτα πολλά αρχιτεκτονικά οικοδομήματα σπάνιας αισθητικής και ποικίλων ρυθμών, που μαρτυρούν το υψηλό κύρος και τη μεγάλη κοινωνική αίγλη της, τις προηγούμενες δεκαετίες. Χαρακτηριστικά είναι τα παρακάτω κτίρια : Μέγαρο Λιβιεράτου (Πατησίων 55 και Ηπείρου 2) της περιόδου 1908-1909, σε ρυθμό νεομπαρόκ και σε σχέδια του αρχιτέκτονα Αλέξανδρου Νικολούδη, που αποτελεί το πρώτο και χαρακτηριστικότερο έργο του. Το Μέγαρο Γ. Ησαΐα (Πατησίων 65 και Ιουλιανού), της μεσοπολεμικής δεκαετίας του 1920, πολυκατοικία πλουσίων αστών σε σχέδια του Παναγιώτη Ζίζηλα, που σήμερα φιλοξενεί τη Σχολή Κινηματογράφου «Λυκούργου Σταυράκου». Η τετραώροφη πολυκατοικία του μεσοπολέμου (Ιουλιανού 26) του 1926, σε σχέδια του αρχιτέκτονα Β. Τσαγρή (1882-1941), η οποία συναιρεί αρχιτεκτονικά στοιχεία κλασικά και αρ νουβό. Το 1996 το κτίριο χαρακτηρίστηκε διατηρητέο. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως ένα διαμέρισμα της πολυκατοικίας διασώζει πλήρως τα στοιχεία της αστικής ζωής της εποχής, όπως έπιπλα, σερβίτσια, λουτρό, ηλεκτρικές συσκευές και άλλα χρηστικά αντικείμενα, τα οποία διατηρούνται αναλλοίωτα από την εποχή κατοίκησης του διαμερίσματος, δίνοντας πλήρως την

αισθητική εικόνα και τον τόνο ζωής της εποχής. Αξίζει να αναφερθεί επίσης, η τετραώροφη πολυκατοικία του 1924 επί της οδού Πατησίων 75 και Γκυιλφόρδου, σε σχέδια του αρχιτέκτονα Κ. Κιτσίκη. Τα αρχιτεκτονικά αριστουργήματα στην Πατησίων, μερικά εκ των οποίων διασώζονται ακόμη και σήμερα, υπήρξαν ορισμένα από τα σπουδαιότερα και ακμάζοντα θέατρα των Αθηνών, που καταδεικνύουν και την αστική ανάπτυξη και κοινωνική ευημερία της περιοχής της οδού. Χαρακτηριστικά αναφέρονται τα παρακάτω θέατρα: Θέατρο «Αλάμπρα» (Πατησίων 27), που υπάρχει από το 1909. Το θέατρο «Βεάκη» (Πατησίων και Στουρνάρα). Το θέατρο «Άλφα», επίσης Πατησίων και Στουρνάρα. Το θέατρο «Παπαϊωάννου» στα νεότερα χρόνια «Μπουρνέλη» (Πατησίων και Καποδιστρίου), που πρωτοξεκίνησε το 1909 ως θερινό, για να μετατραπεί σε χειμερινό στο τέλος της δεκαετίας του 1920. Την περίοδο 1957-1969 λειτούργησε ως «θέατρο Μπουρνέλη». Όμως παράλληλα με τα ιστορικά θέατρα των Αθηνών στην οδό Πατησίων, λειτούργησαν και ήκμασαν μερικοί από τους πιο γνωστούς ιστορικούς κινηματογράφους της Αθήνας.



Εικόνα 20: Οδός Πατησίων στις αρχές του προηγούμενου αιώνα [50]

Ενδεικτικά αναφέρονται οι: «Ροζικλαίρ» (Πατησίων 12), που εγκαινιάστηκε το 1916 και λειτούργησε μέχρι το 1968. Έφερε το όνομά του προς τιμήν της συζύγου και της κόρης του ιδιοκτήτη του. Ο κινηματογράφος «Έσπερος» (Πατησίων 159), ο οποίος εγκαινιάστηκε το 1929 και λειτούργησε έως το 1945 με αυτή την ονομασία. Από το 1946, άλλαξε ονομασία σε «Μετροπόλ» και χρόνια αργότερα στεγάστηκε στην οδό Θήρας. Ο κινηματογράφος «Τριανόν» επί της οδού Κορδιγκτώνος, που έχει κριθεί διατηρητέος με αποσπώμενη οροφή, ώστε να λειτουργεί και τη θερινή περίοδο, ο οποίος άνοιξε τις πύλες του στο κοινό το 1960. [58] Ο κινηματογράφος «Αελώ» (Πατησίων 140), από τις ιστορικότερες θερινές αίθουσες της Αθήνας. Εγκαινιάστηκε το 1939 και λειτούργησε μέχρι το 1963. Το 1964 στη θέση του οικοδομήθηκε νέος με το ίδιο όνομα χειμερινός κινηματογράφος και στην ταράτσα του λειτούργησε και ο θερινός. Το 2000 ο χώρος μετατράπηκε σε πολυκινηματογράφο. Ως θερινός μάλιστα, έχει κριθεί διατηρητέος. Ο κινηματογράφος «Ράδιο Σίτυ» (Πατησίων 238), ο οποίος ανεγέρθη το 1954, σε σχέδια του Δημ. Τριανταφυλλόπουλου και έκλεισε τις πύλες του για το κοινό το 2003.

4.2.3 Εμπορική Δραστηριότητα κατά τη Διάρκεια της Ύφεσης

Το 2016 ήταν χρονιά ανακατατάξεων για τις εμπορικές πιάτσες της Αθήνας. Πολλές εμπορικές αλυσίδες και άλλα καταστήματα, εκμεταλλευόμενες τις ευκαιρίες που έχουν διαμορφωθεί μετά από μια επταετία συνεχούς πτώσης των τιμών, μεταφέρονται σε περιοχές υψηλής προβολής που σε παλαιότερες εποχές θα ήταν ανέφικτες. Τη χρονιά αυτή καταγράφηκε σημαντική δραστηριότητα στην αγορά εμπορικών καταστημάτων της Αθήνας, καθώς μεγάλα καταστήματα λιανικού εμπορίου έκλεισαν, μετέφεραν ή άνοιξαν νέα καταστήματα. Πολλές πολυεθνικές αλυσίδες ενίσχυσαν τη θέση τους σε βασικούς εμπορικούς δρόμους, με αποτέλεσμα να παρουσιαστεί ισχυρή ζήτηση στις παραδοσιακές εμπορικές αγορές της Αθήνας, ενώ η προσφορά παραμένει χαμηλή.

Έτσι, το τελευταίο διάστημα έχει διευρυνθεί ένα φαινόμενο που έκανε την εμφάνιση του τα χρόνια της κρίσης. Από τη μία υπάρχουν οι παραδοσιακοί εμπορικοί δρόμοι που παραμένουν γεμάτοι και τα ενοίκια των καταστημάτων σε αυτούς αυξάνονται. Από την

άλλη, συνήθως λίγα μέτρα πιο πέρα από τους δρόμους υψηλής προβολής, στις λεγόμενες και δευτερεύουσες περιοχές, η κατάσταση είναι τελείως διαφορετική με τα καταστήματα να είναι κενά και τις τιμές να πέφτουν συνεχώς. Τα κενά καταστήματα στις αγορές του κέντρου (Σταδίου, Πανεπιστημίου και Πατησίων) αυξήθηκαν, σε αντίθεση με την Ερμού στην οποία μειώθηκαν [51].

Όσον αφορά την αγορά στην οδό Πατησίων, η αλλαγή είναι μεγάλη. Αξιοσημείωτο είναι το απόσπασμα: «Το MINION είναι ένα από τα παλαιότερα εμπορικά καταστήματα της Πατησίων. Σήμερα, η εμπορική αγορά του δρόμου είναι από τις πλέον εύρωστες». όπως αποτυπώθηκε στο αφιέρωμα «Οδός Πατησίων» του κυριακάτικου ενθέτου «Επτά Ημέρες» της «Κ» στις 28/3/1999. Η αξιοποίηση του πολυκαταστήματος μέχρι σήμερα δεν έχει ολοκληρωθεί, όχι επειδή η Πατησίων έχασε αρκετούς από τους κινηματογράφους της (Ράδιο Σίτυ, Άττικα, Αθηνά), το Θέατρο Καλουτά, τα απομεινάρια του παγοποιείου Φιξ στην περιοχή Κλωνναρίδου (κατεδαφίστηκαν το 2000) και ένα πάρκο στη γωνία με την οδό Κύπρου. Αλλά και επειδή η συγκυρία της οικονομικής κρίσης έχει οδηγήσει πολλά μικρά καταστήματα να κλείσουν. Διασχίζοντας την Πατησίων, πολύ εύκολα κάποιος τα παρατηρεί. Έρευνα που διενήργησε η Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου έδειξε ότι η αναλογία κλειστών και καταστημάτων σε λειτουργία στη συγκεκριμένη οδό είναι 15%. Λόγω νέων αγορών που μετατόπισαν τους καταναλωτές γεωγραφικά, η Πατησίων έχασε μεγάλο κομμάτι της εμπορικότητάς της. Σε σύγκριση με κάποια χρόνια πριν, η πτώση του τζίρου υπολογίζεται στο 60% [52]. Η υποβάθμιση αυτή οφείλεται στην αλλαγή της πληθυσμιακής σύνθεσης και στις πορείες διαμαρτυρίας. Ωστόσο, ορισμένοι ελεύθεροι επαγγελματίες που ασχολούνται με επισκευές και επιδιορθώσεις, όπως συσκευών, ρούχων και υποδημάτων, βλέπουν την επιχείρησή τους να πηγαίνει καλά και ανοίγουν υποκαταστήματα. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο κόσμος λόγω οικονομικής στενότητας δεν πετάει ό,τι του χαλάει αλλά προσπαθεί πρώτα να το επιδιορθώσει.

4.3 Διαχείριση Δεδομένων

Τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν προέρχονται από επιτόπια καταγραφή χρήσεων για ισόγεια και ορόφους κτιρίων σε τμήμα του Δήμου Αθηναίων, σε επιλεγμένο πλέγμα κτιρίων με άξονα την λεωφόρο 28^{ης} Οκτωβρίου, ξεκινώντας από το ύψος της συμβολής με την Λεωφόρο Αλεξάνδρας ως περίπου το ύψος της Κυψέλης.

Η καταγραφή των χρήσεων στην επιτόπια έρευνα πραγματοποιήθηκε με καταγραφή σε πίνακες όπου σημειώθηκε η διεύθυνση, τομέας - κατηγορία – τύπος δραστηριότητας (σύμφωνα με τα πρότυπα ΣΤΑΚΟΔ), status δραστηριότητας (ανοιχτό – κλειστό) και επιπλέον πληροφορίες (κατοικία, όροφος, υποσημειώσεις). Για την εισαγωγή των δεδομένων καταγραφής σε περιβάλλον ArcMap χρειάστηκε επεξεργασία τους έτσι ώστε να συγκροτηθούν ολοκληρωμένοι πίνακες των μετρήσεων από όλη την περιοχή μελέτης. Παράλληλα έγινε αποτύπωση των δεδομένων και σε AutoCad Map ως χρωματισμένα Hatches σύμφωνα με συγκεκριμένη κατηγοριοποίηση των χρήσεων.

Η βασική κατηγοριοποίηση έγκειται στις κατηγορίες χρήσεων γης του ΣΤΑΚΟΔ που αναγνωρίστηκαν και αφορούν στο λιανικό εμπόριο, στην εστίαση-αναψυχή, στις επιδιορθώσεις-μεταποίηση, στις δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών, στα γραφεία-τράπεζες, στα πρατήρια καυσίμων-παρκινγκ, στην κατοικία και στην έλλειψη δραστηριότητας.

Ακολουθεί μία παρουσίαση της προετοιμασίας των δεδομένων ώστε να αποτελέσουν μία στέρεη και έγκυρη βάση για την επιτέλεση της ανάλυσης στην γεωγραφική περιοχή.

4.3.1 Διαδικασία καταγραφής

Η διαδικασία καταγραφής των χρήσεων γης στην περιοχή μελέτης πραγματοποιήθηκε με επιτόπια καταγραφή αυτών. Έγινε επίσκεψη όλων των οικοδομικών τετραγώνων που ανήκουν στην περιοχή μελέτης και κατόπιν προσεκτικής παρατήρησης των χρήσεων έγινε διαχωρισμός και καταγραφή των σημαντικών πληροφοριών για κάθε μία χρήση. Η καταγραφή αφορά σε τρία επίπεδα, ισόγεια, ορόφους και υπόγεια. Ωστόσο

παρατηρήθηκε, κατόπιν προσεκτικής παρατήρησης, ότι το επίπεδο των υπογείων παρουσίαζε κατά ένα συντριπτικό ποσοστό ταύτιση με την χρήση κατοικίες που υπήρχαν καταγεγραμμένα στα πιο πάνω επίπεδα. Αυτή η πληροφορία σε συσχέτιση με το μικρό πλήθος των υπογείων, μας οδήγησε στην αφαίρεση αυτών των στοιχείων από την ανάλυση. Οι πληροφορίες που αφορούν σε κάθε χρήση είναι οι εξής:

- Κωδικός Οικοδομικού Τετραγώνου
- Κωδικός Κτιρίου
- Διεύθυνση
- Κατάσταση κτιρίου
- Όροφοι
- Κατοικίες
- Χρήσεις

Βιομηχανία
Εμπόριο
Πολιτισμός - Αναψυχή - Αθλητισμός
Υπηρεσίες
Πρόνοια -Υγεία
Εκπαίδευση
Πράσινο - Ελεύθεροι & Ανοιχτοί Χώροι
Κατοικία
Γκαράζ
Κενή Χρήση
Άλλες Χρήσεις

Εικόνα 21: Οι διαφορετικές χρωματικές κωδικοποιήσεις που αντιστοιχούν στις διάφορες χρήσης γης

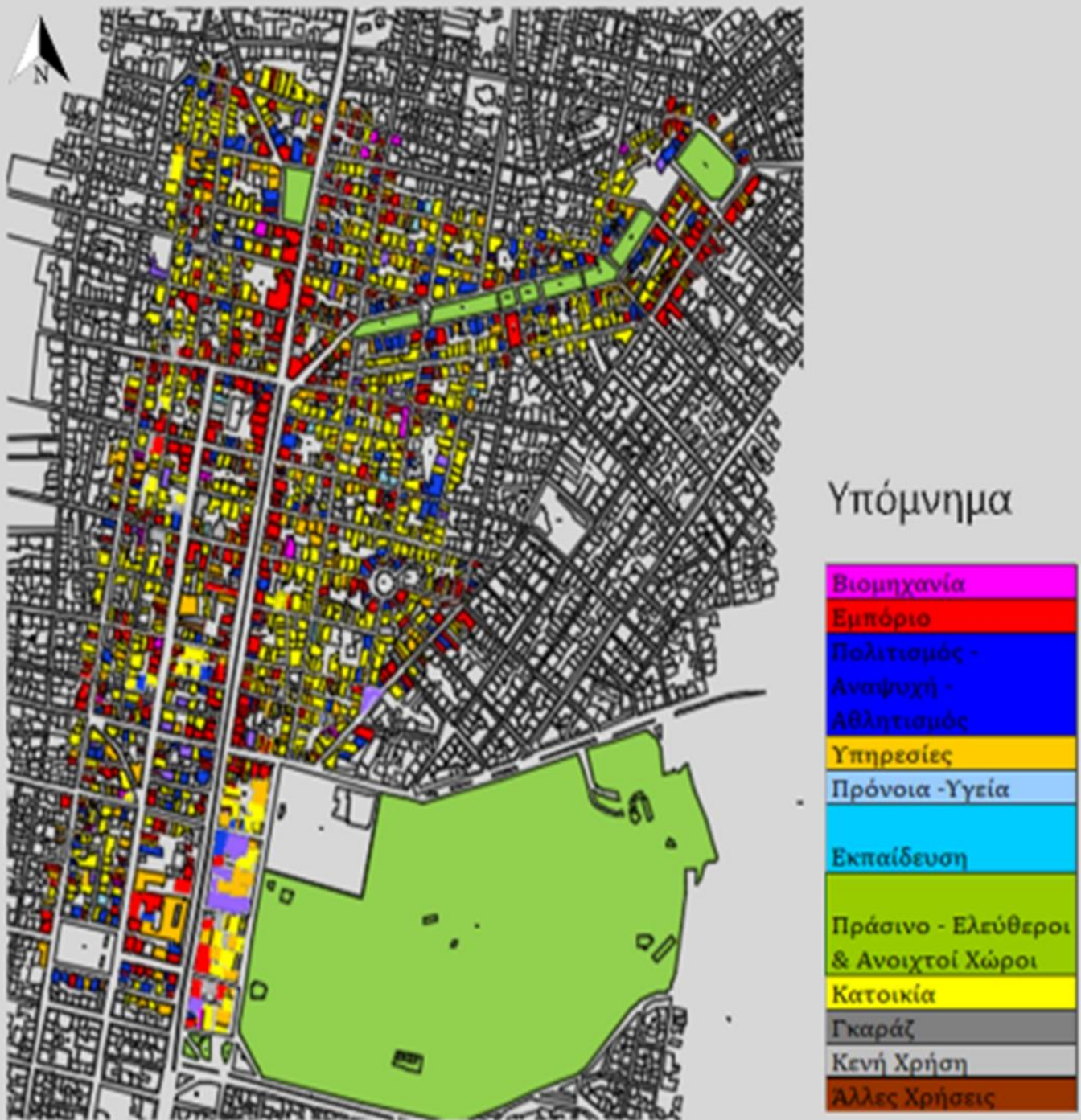
4.3.2 Δημιουργία χαρτογραφικού υποβάθρου

Στην παρούσα διπλωματική έγινε αποτύπωση δεδομένων και σε περιβάλλον ArcMap και σε περιβάλλον AutoCad. Αρχικά, έγινε αποτύπωση όλων των χρήσεων γης, με διαφορετικά χρώματα για κάθε μία χρήση στην περιοχή μελέτης, σε χάρτη AutoCad. Συγκεκριμένα, δημιουργήθηκαν χάρτες για τα επίπεδα των ισογείων και των ορόφων στους οποίους αποτυπώθηκαν με χρωματικές διαφοροποιήσεις οι διάφορες χρήσεις γης. Παράλληλα, έγινε εκχώρηση των δεδομένων του λιανικού εμπορίου που είχαν συλλεχθεί σε πίνακα ορισμάτων μίας μεταβλητής στο ArcGis με τα ακόλουθα να αποτελούν τις πιο σημαντικές στήλες :

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

Ο χάρτης του ArcMap ήταν όλη περιοχή των Αθηνών στην οποία έγινε προσαρμογή για να ταιριάζει με την περιοχή μελέτης και το γεωδαιτικό σύστημα αναφοράς ΕΓΣΑ 87. Στην συνέχεια, έγινε σύνδεση των δεδομένων που καταγράφηκαν με διαφορετικούς τρόπους στις δύο σουίτες AutoCad και ArcGis και εν τέλει όλα τα δεδομένα αποτυπώθηκαν ενοποιημένα μέσω μεταβλητών στο ArcMap, οι ιδιότητες των οποίων σημειώθηκαν στους αντίστοιχους πίνακες ιδιοτήτων.

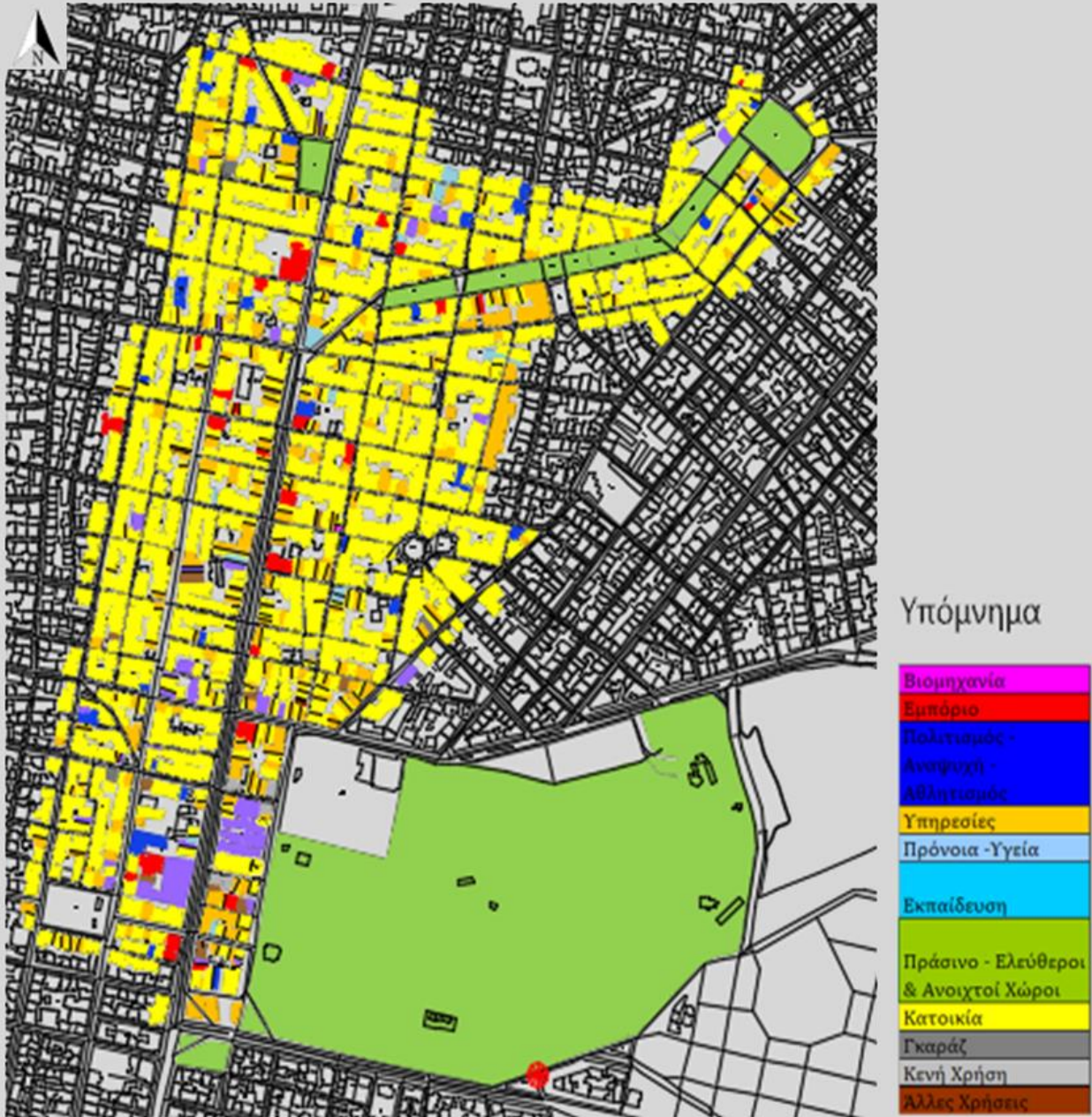
Καταγραφή διαφόρων χρήσεων γης στα ισόγεια στο AutoCad



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 22: Καταγραφή διαφόρων χρήσεων γης στα ισόγεια στο AutoCad

Καταγραφή διαφόρων χρήσεων γης στους ορόφους στο AutoCad



Κλίμακα Χάρτη 1:10.000

Εικόνα 23: Καταγραφή διαφόρων χρήσεων γης στους ορόφους στο AutoCad

4.3.3 Τεχνικές Διαχείρισης και Ανάλυσης των Δεδομένων

Για την ανάλυση της συσχέτισης των δεδομένων και την ανάδειξη ιδιοτήτων των καταγεγραμμένων χρήσεων χρησιμοποιήθηκαν μέθοδοι χωρικής ανάλυσης. Αυτοί είναι οι γεωστατιστικοί δείκτες, τα χωρικά πρότυπα και τα επιφανειακά χωρικά πρότυπα. Η ανάλυση με την χρήση των παραπάνω τεχνικών αποσκοπεί στην μελέτη της κατανομής των χρήσεων στην περιοχή μελέτης. Η σύγχρονη χωρική ανάλυση αξιοποιεί τις δυνατότητες των Γεωγραφικών Συστημάτων Πληροφοριών και πραγματοποιείται μέσω των τεχνικών που αυτά παρέχουν λόγω του μεγάλου όγκου και της αυξημένης πολυπλοκότητας των στοιχείων [38].



Εικόνα 24: Χαρτογραφικό υπόβαθρο για τα δεδομένα καταγραφής

Χαρτογραφικό Υπόβαθρο προσαρμοσμένο στην Περιοχή Μελέτης



Εικόνα 25: Χαρτογραφικό Υπόβαθρο προσαρμοσμένο στην Περιοχή Μελέτης

Τα Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφοριών (ΓΣΠ) (Geographical Information Systems) συμβάλουν σημαντικά στην αποτελεσματική και γρήγορη διαχείριση και προσαρμογή των δεδομένων. Επιπρόσθετα, τα συστήματα αυτά είναι ικανά να ενσωματώσουν, να αποθηκεύσουν, να προσαρμόσουν, να αναλύσουν και να παρουσιάσουν γεωγραφικά συσχετισμένες (geographically-referenced) πληροφορίες. Τέλος, μέσω των πολύπλοκων αναλύσεων τους δημιουργούν τις απαραίτητες πληροφορίες για την επίλυση χωρικών προβλημάτων [29].

4.3 Διενέργεια χωρικής Ανάλυσης

4.3.1 Γεωστατιστικοί Δείκτες ανά Χρήση Γης

4.3.1.1 Παρουσίαση Δεδομένων

Αρχικά υπολογίστηκε ο χωρικός μέσος της πρωτεύουσας και βασικής χρήσης γης του λιανικού εμπορίου. Στη συνέχεια, υπολογίστηκαν και οι χωρικοί μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων γης, ώστε να μπορεί να είναι εφικτή η σύγκρισή τους και η εξαγωγή κάποιων πρώτων συμπερασμάτων. Παρακάτω παρατίθενται γραφικά οι χωρικοί μέσοι όλων των χρήσεων γης ξεχωριστά, όπως επίσης και ο συνδυασμός τους.



Εικόνα 26: Χωρικός Μέσος των επιχειρήσεων Λιανικού εμπορίου

Χωρικός Μέσος των κατοικιών



Υπόμνημα

Χωρικός Μέσος
Κατοικιών

Κατοικίες



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 27: Χωρικός Μέσος των Κατοικιών

Χωρικός Μέσος της χρήσης των Υπηρεσιών



Υπόμνημα

-  Χωρικός Μέσος των Υπηρεσιών
-  Υπηρεσίες

Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000,

Εικόνα 28: Χωρικός Μέσος των Υπηρεσιών

Χωρικός Μέσος της χρήσης της Εκπαίδευσης



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000,

Εικόνα 29: Χωρικός Μέσος της χρήσης της Εκπαίδευσης

Χωρικός Μέσος της χρήσης Πρόνοια -Υγεία



Εικόνα 30: Χωρικός Μέσος της χρήσης της Υγείας - Πρόνοιας

Χωρικός Μέσος της χρήσης Πολιτισμού – Αναψυχής - Αθλητισμού



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000,

Εικόνα 31: Χωρικός Μέσος της χρήσης Πολιτισμού – Αναψυχής - Αθλητισμού

Χωρικός Μέσος της χρήσης γκαράζ



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 32: Χωρικός Μέσος της χρήσης Γκαράζ

Χωρικός Μέσος της χρήσης Πράσινο



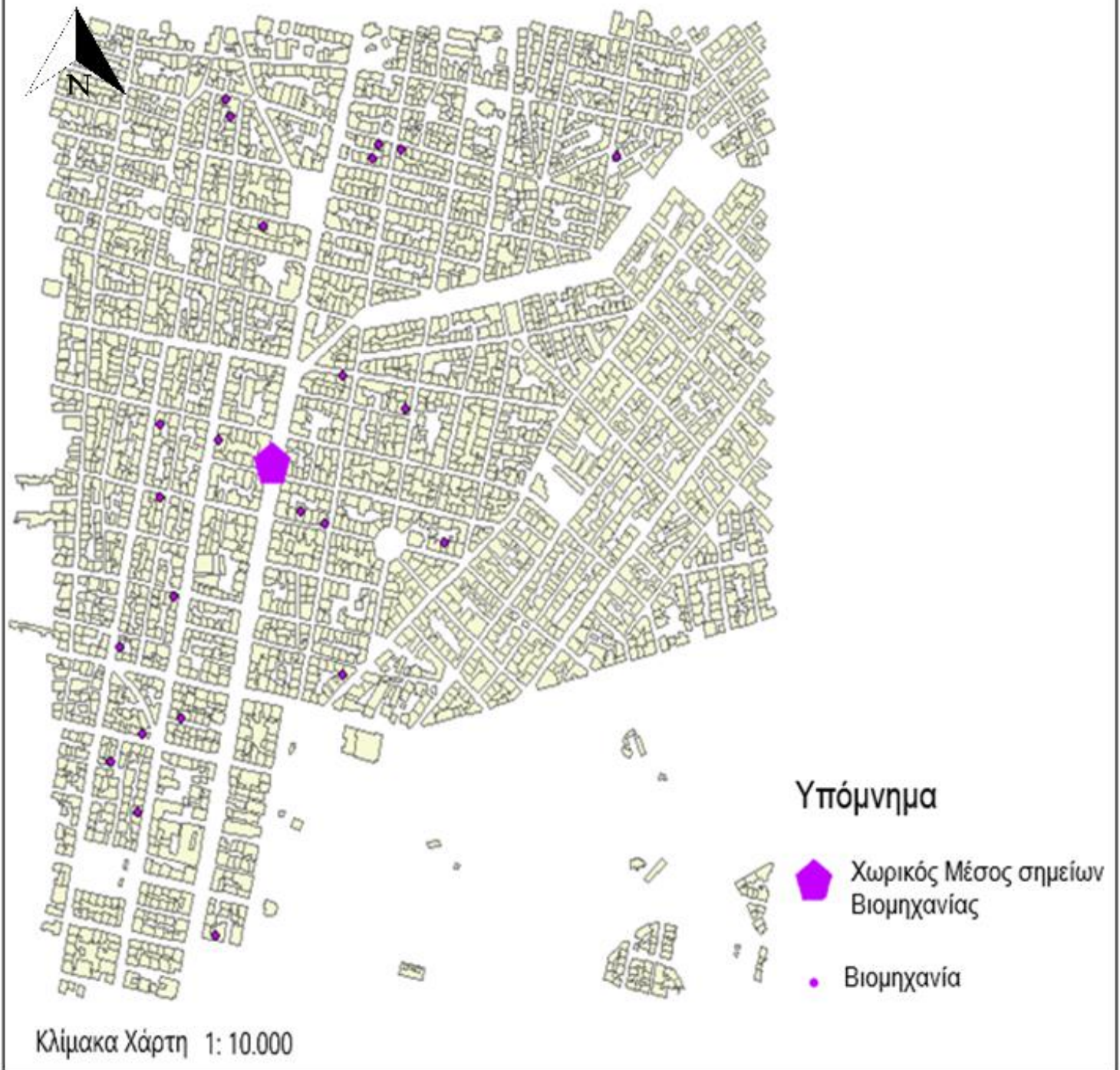
Εικόνα 33: Χωρικός Μέσος της χρήσης Πράσινο

Χωρικός Μέσος της Κενής Χρήσης



Εικόνα 34: Χωρικός Μέσος της Κενής Χρήσης

Χωρικός Μέσος της χρήσης Βιομηχανία



Εικόνα 35: Χωρικός Μέσος της χρήσης Βιομηχανία

Χωρικός μέσος των Άλλων χρήσεων



Εικόνα 36: Χωρικός μέσος των Άλλων χρήσεων

Χωρικοί μέσοι όλων των χρήσεων γης



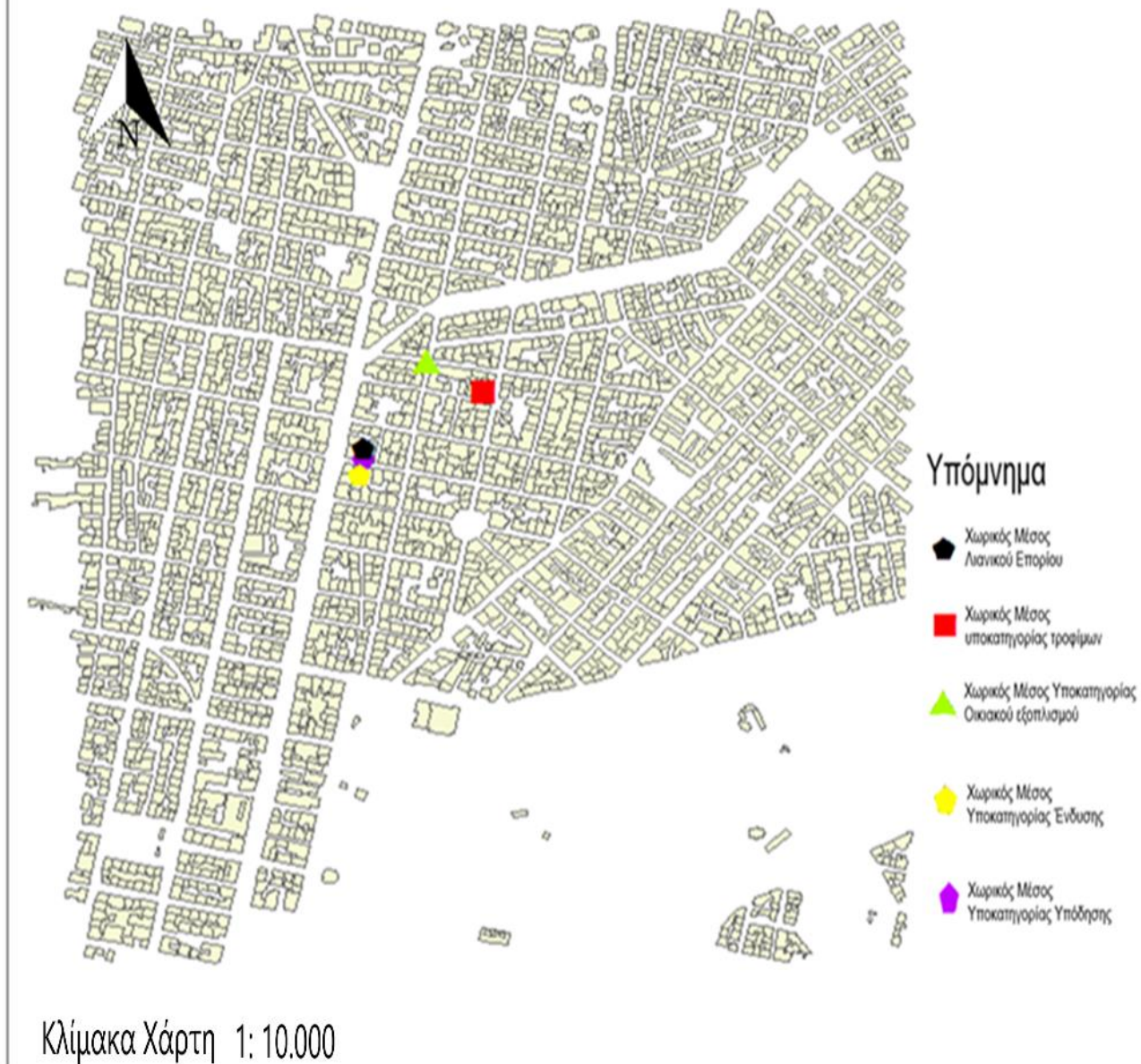
Εικόνα 37: Χωρικοί Μέσοι όλων των χρήσεων γης

Στη συνέχεια έγινε επιλογή των τεσσάρων πιο βασικών υποκατηγοριών του λιανικού εμπορίου της περιοχής μελέτης. Η επιλογή αυτή βασίστηκε στο γεγονός ότι οι επιλεχθείσες κατηγορίες αφορούσαν και τις επικρατέστερες από άποψη ποσότητας εμφάνισης. Συγκεκριμένα, οι κατηγορίες αυτές είναι οι εξής:

- Λιανικό εμπόριο καταστημάτων ένδυσης
- Λιανικό εμπόριο καταστημάτων υπόδησης
- Λιανικό εμπόριο καταστημάτων τροφίμων
- Λιανικό εμπόριο καταστημάτων οικιακού εξοπλισμού

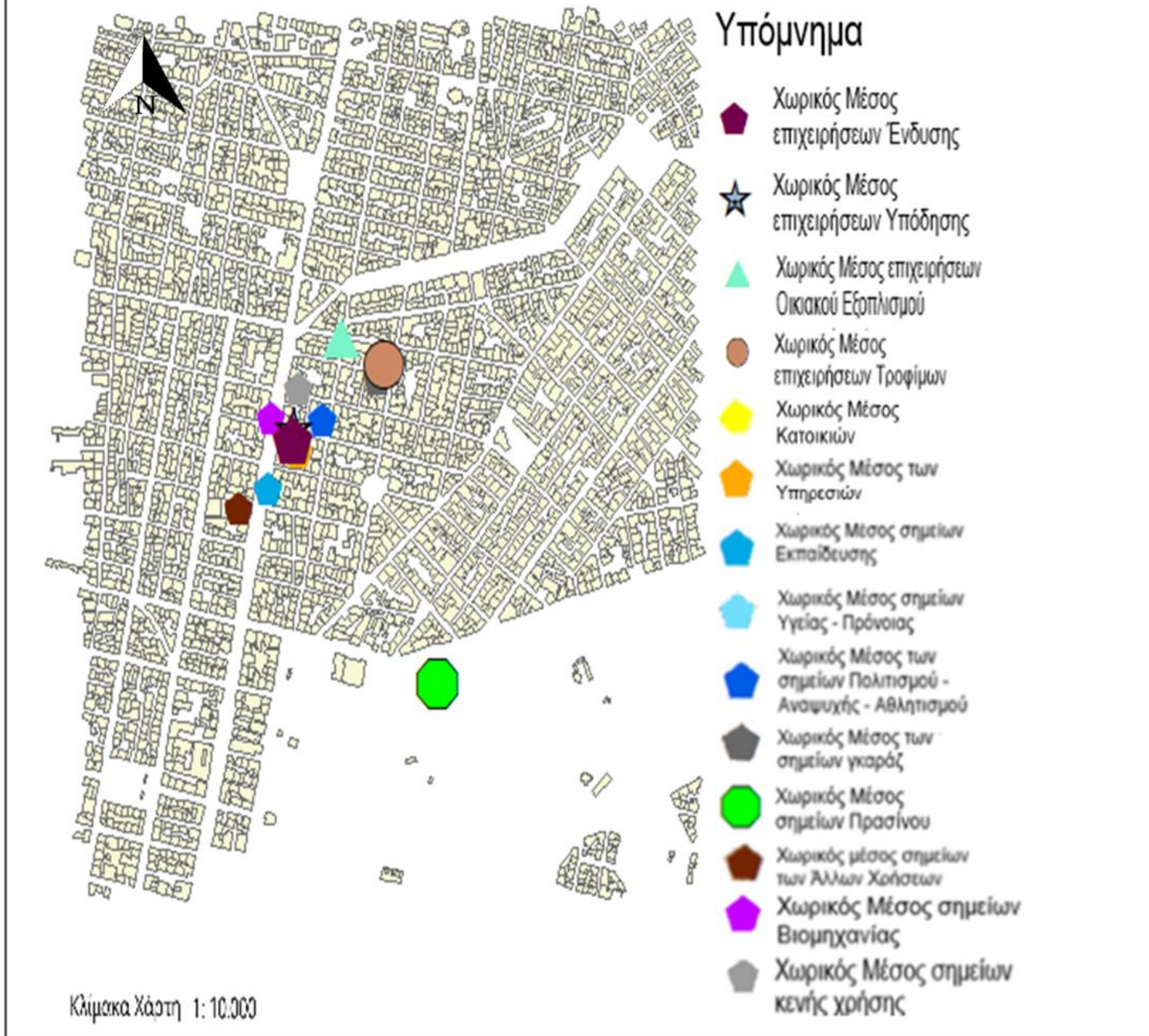
Για αυτές τις υποκατηγορίες, υπολογίστηκε ο χωρικός μέσος και απεικονίστηκε, για σκοπούς σύγκρισης, με τον χωρικό μέσο των συνολικών καταστημάτων λιανικού εμπορίου. Επίσης, είναι πολύ σημαντική η συσχέτιση των τεσσάρων επικρατέστερων χρήσεων λιανικού εμπορίου με τις υπόλοιπες δευτερεύουσες χρήσεις για την εξαγωγή συμπερασμάτων ομοιόστασης της ζωής στην περιοχή μελέτης. Σύμφωνα με τον συσχετισμό αυτό μπορούμε να προτείνουμε διαρθρωτικές αλλαγές πολεοδομικής φύσεως χωρίς να διαταράσσουμε την ομαλότητα της ζωής στην περιοχή.

Χωρικοί μέσοι συνολικού Λιανικού Εμπορίου και των 4 βασικών υποκατηγοριών



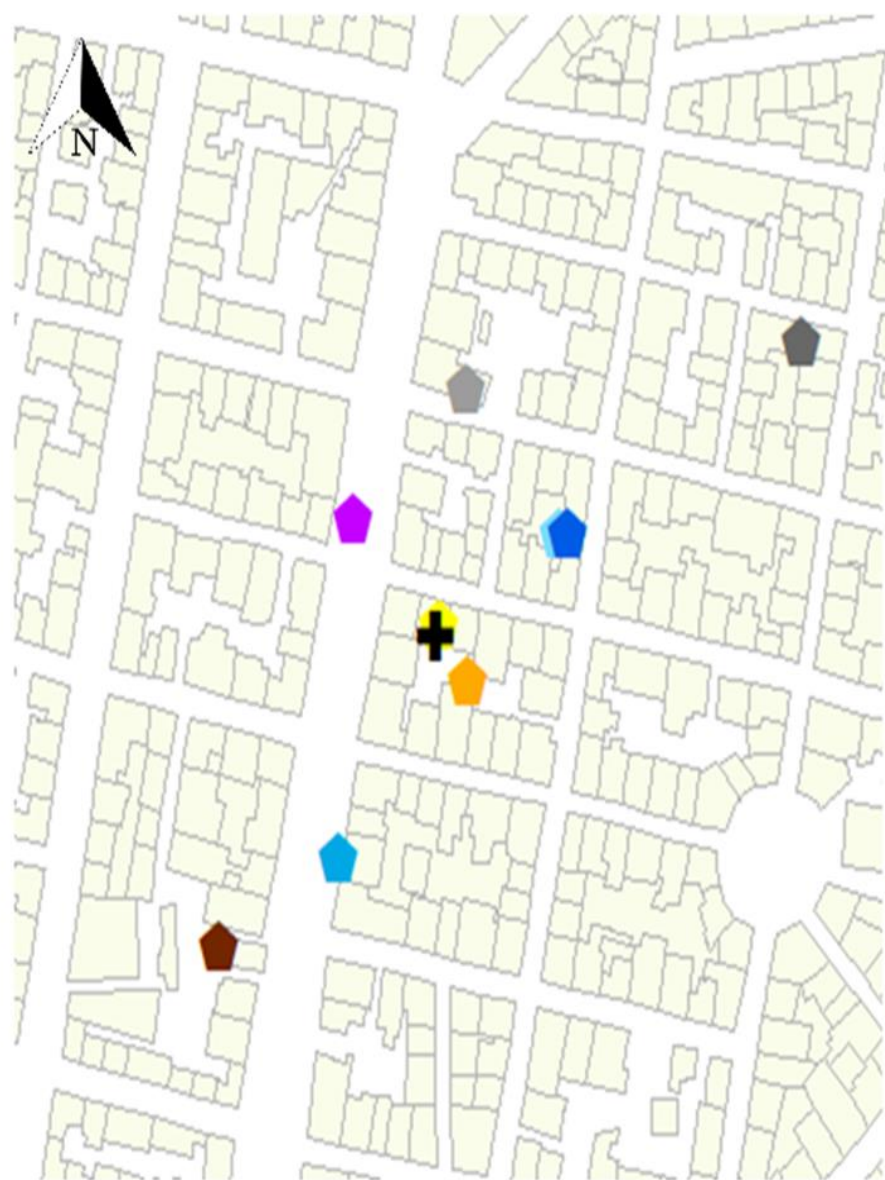
Εικόνα 38: Χωρικοί μέσοι συνολικού Λιανικού Εμπορίου και των 4 βασικών υποκατηγοριών

Οι χωρικοί Μέσοι των επικρατέστερων χρήσεων Λιανικού Εμπορίου και των άλλων χρήσεων



Εικόνα 39: Χωρικοί Μέσοι των επικρατέστερων χρήσεων Λιανικού Εμπορίου και των άλλων χρήσεων

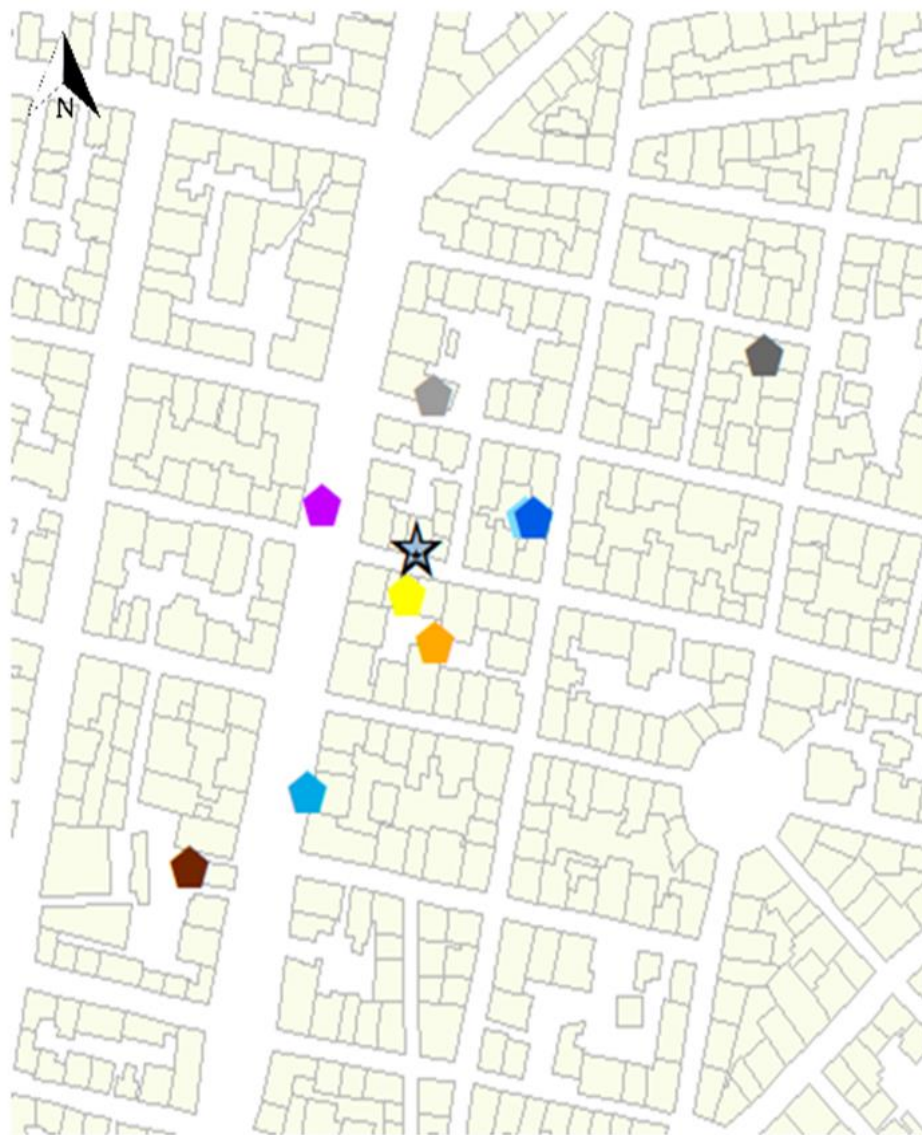
Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο της ένδυσης



Κλίμακα Χάρτη 1: 6.000

Εικόνα 40: : Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο της ένδυσης

: Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο της Υπόδησης



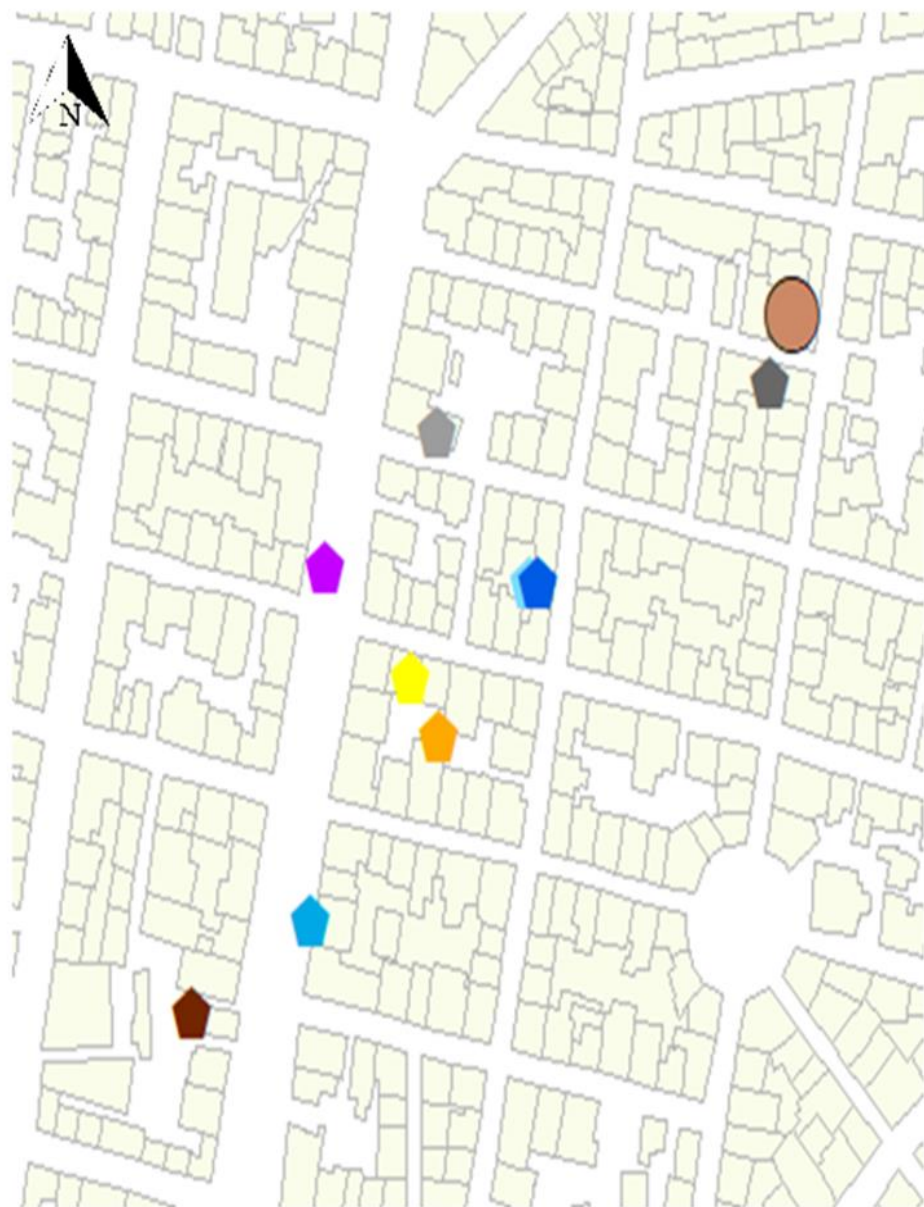
Υπόμνημα

- ★ Χωρικός Μέσος επιχειρήσεων Υπόδησης
- Χωρικός Μέσος Κατοικιών
- Χωρικός Μέσος των Υπηρεσιών
- Χωρικός Μέσος σημείων Εκπαίδευσης
- Χωρικός Μέσος σημείων Υγείας - Πρόνοιας
- Χωρικός Μέσος των σημείων Πολιτισμού - Αναψυχής - Αθλητισμού
- Χωρικός Μέσος των σημείων γκαράζ
- Χωρικός Μέσος σημείων Πρασίνου
- Χωρικός μέσος σημείων των Άλλων Χορήσεων
- Χωρικός Μέσος σημείων Βιομηχανίας
- Χωρικός Μέσος σημείων κενής χρήσης

Κλίμακα Χάρτη 1: 6.000

Εικόνα 41: Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο της Υπόδησης

Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο των τροφίμων



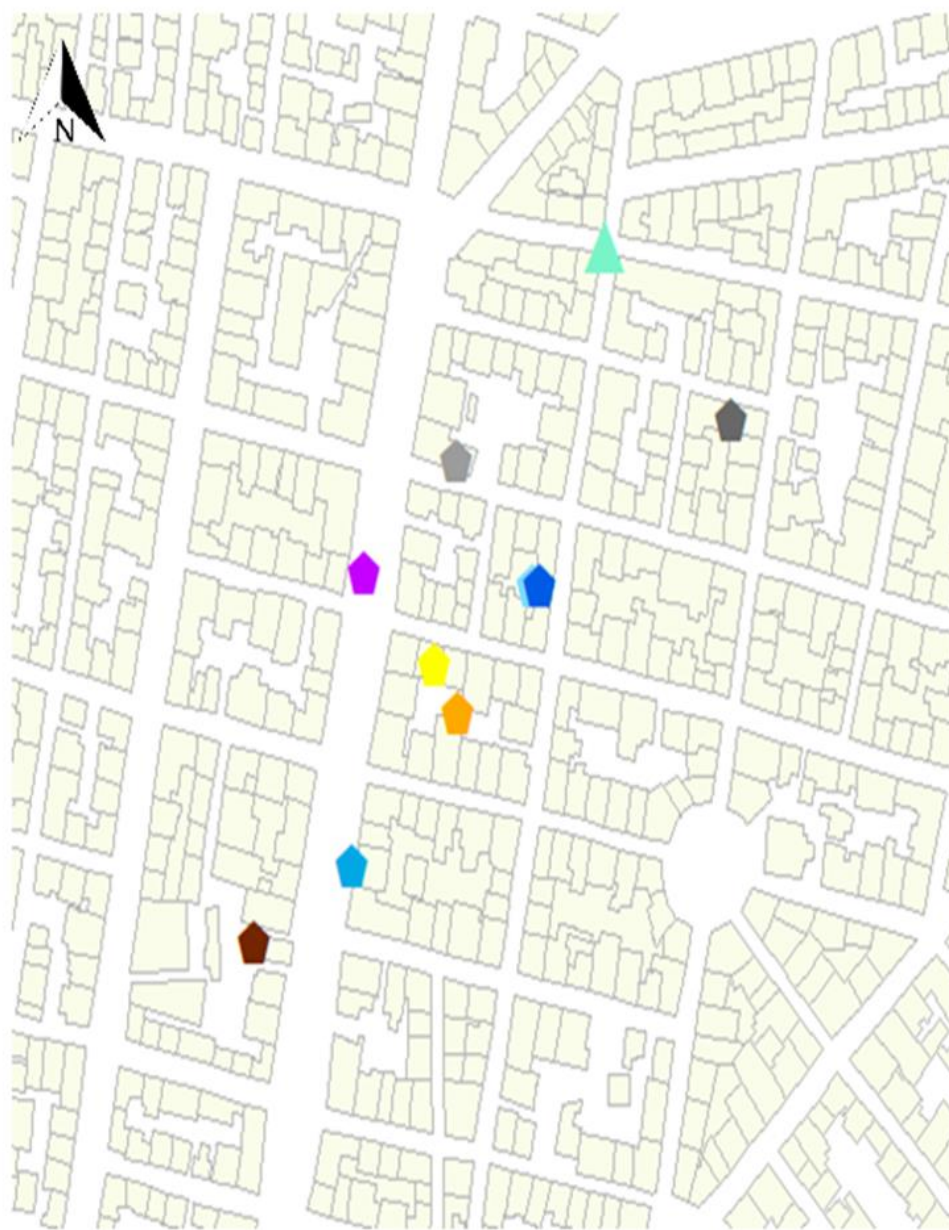
Υπόμνημα

- Χωρικός Μέσος επιχειρήσεων Τροφίμων
- Χωρικός Μέσος Κατοικιών
- Χωρικός Μέσος των Υπηρεσιών
- Χωρικός Μέσος σημείων Εκπαίδευσης
- Χωρικός Μέσος σημείων Υγείας - Πρόνοιας
- Χωρικός Μέσος των σημείων Πολιτισμού - Αναψυχής - Αθλητισμού
- Χωρικός Μέσος των σημείων γκαράζ
- Χωρικός Μέσος σημείων Πρασίνου
- Χωρικός μέσος σημείων των Άλλων Χρήσεων
- Χωρικός Μέσος σημείων Βιομηχανίας
- Χωρικός Μέσος σημείων κενής χρήσης

Κλίμακα Χάρτη 1: 6.000

Εικόνα 42: : Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο των τροφίμων

Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο των ειδών οικιακού εξοπλισμού



Υπόμνημα

- Χωρικός Μέσος επιχειρήσεων Οικιακού Εξοπλισμού
- Χωρικός Μέσος Κατοικιών
- Χωρικός Μέσος των Υπηρεσιών
- Χωρικός Μέσος σημείων Εκπαίδευσης
- Χωρικός Μέσος σημείων Υγείας - Πρόνοιας
- Χωρικός Μέσος των σημείων Πολιτισμού - Αναψυχής - Αθλητισμού
- Χωρικός Μέσος των σημείων γκαράζ
- Χωρικός Μέσος σημείων Πρασίνου
- Χωρικός μέσος σημείων των Άλλων Χρήσεων
- Χωρικός Μέσος σημείων Βιομηχανίας
- Χωρικός Μέσος σημείων κενής χρήσης

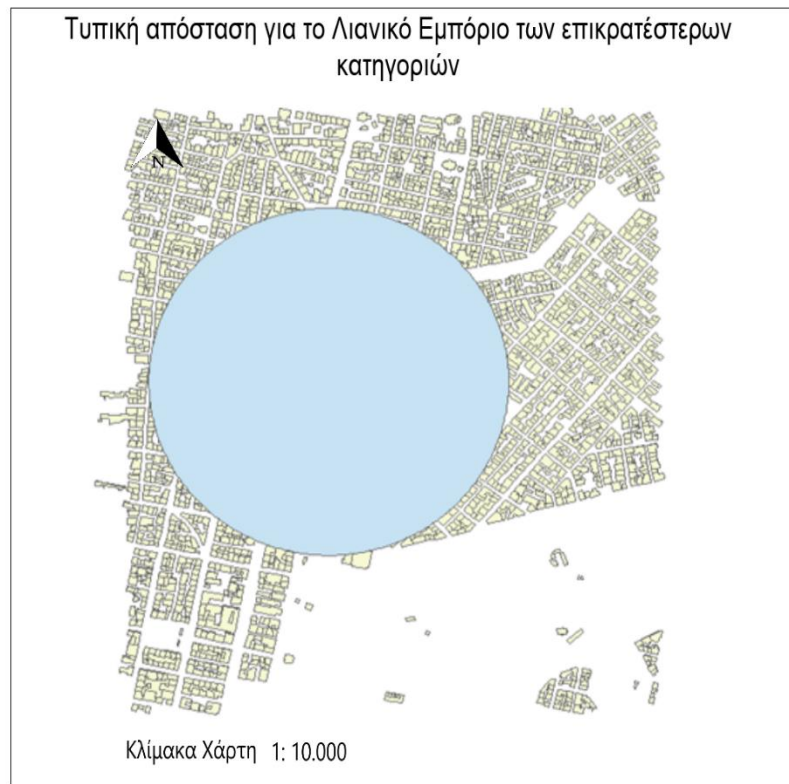
Κλίμακα Χάρτη 1: 6.000

Εικόνα 43: Χωρικοί Μέσοι των δευτερευουσών χρήσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο των ειδών οικιακού εξοπλισμού

Παράλληλα, κρίθηκε αναγκαίο στην μελέτη της περιοχής να υπολογιστεί και ο η τυπική απόσταση των καταγεγραμμένων χρήσεων. Αυτή η πληροφορία μας αποκαλύπτει το βαθμό διασποράς των σημείων της εκάστοτε χρήσης σε σχέση με τον αντίστοιχο χωρικό μέσο. Η πληροφορία αυτή με την βοήθεια του Γ.Π.Σ. ArcGis αποτυπώθηκε γραμμικά πάνω στον ArcMap χάρτη. Σε αυτές τις απεικονίσεις μπορούμε να δούμε πόσο στενά συνδεδεμένες είναι οι χρήσεις με το κέντρο βάρους τους.



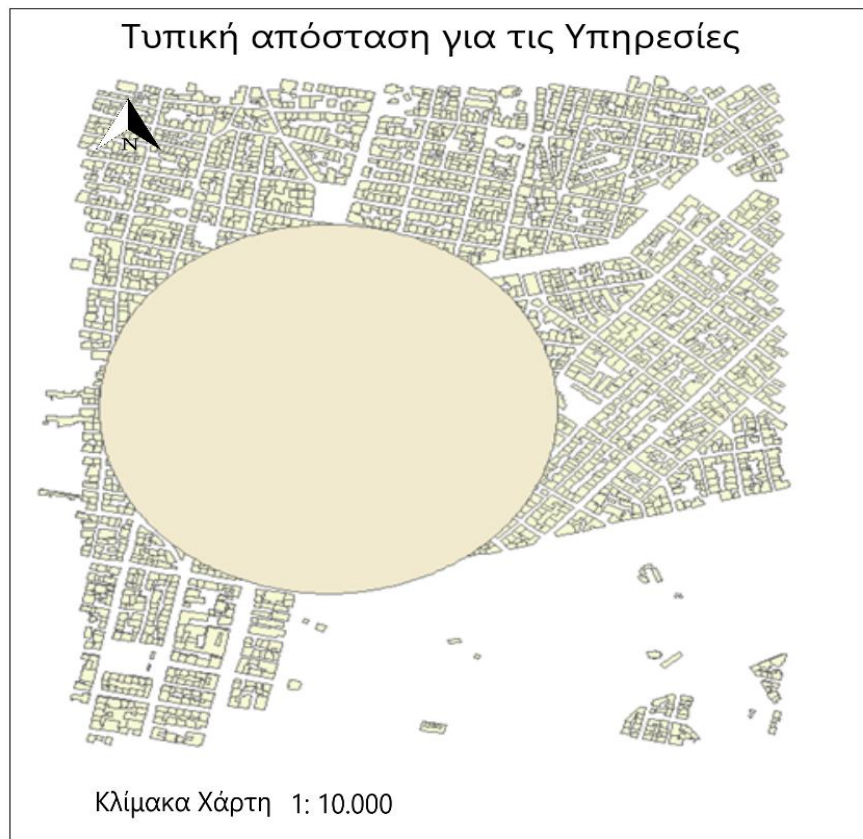
Εικόνα 44: Τυπική απόσταση για το Λιανικό Εμπόριο



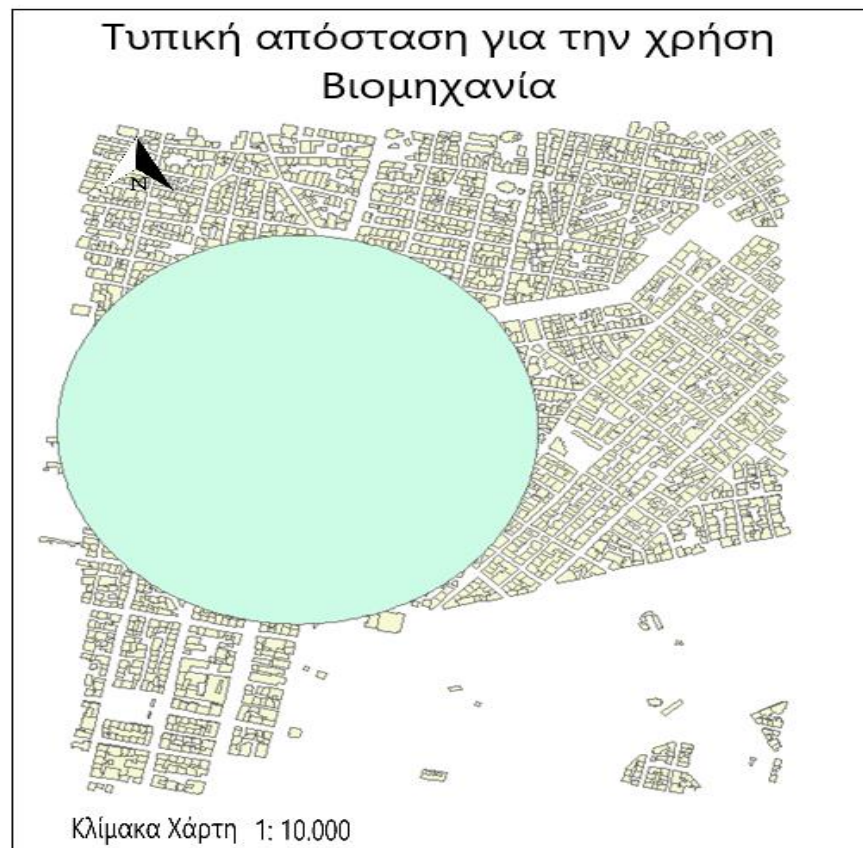
Εικόνα 45: Τυπική απόσταση για το λιανικό εμπόριο των επικρατέστερων κατηγοριών



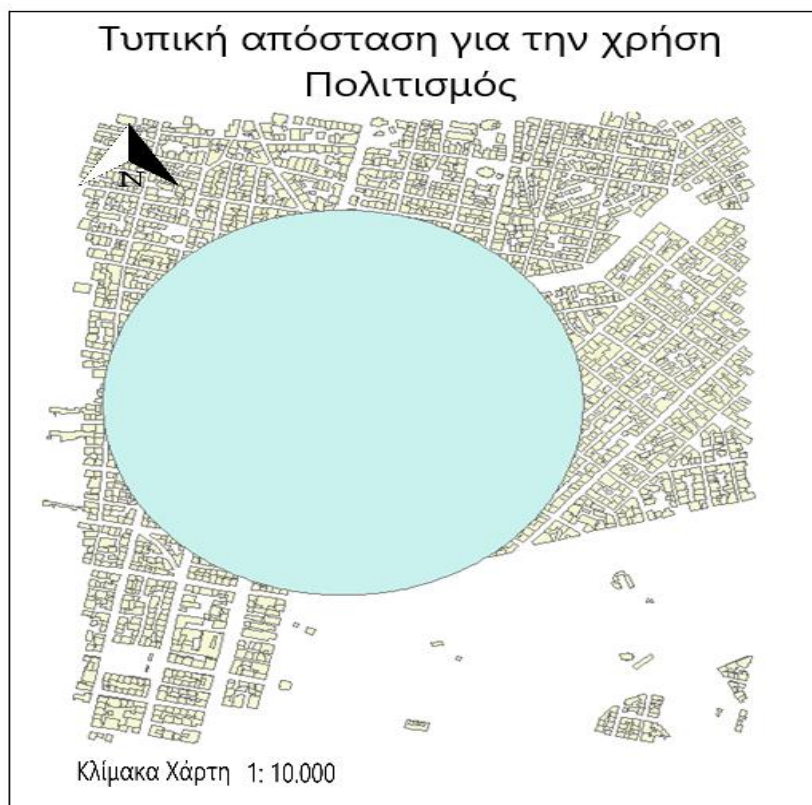
Εικόνα 46: Τυπική απόσταση για τις Κατοικίες



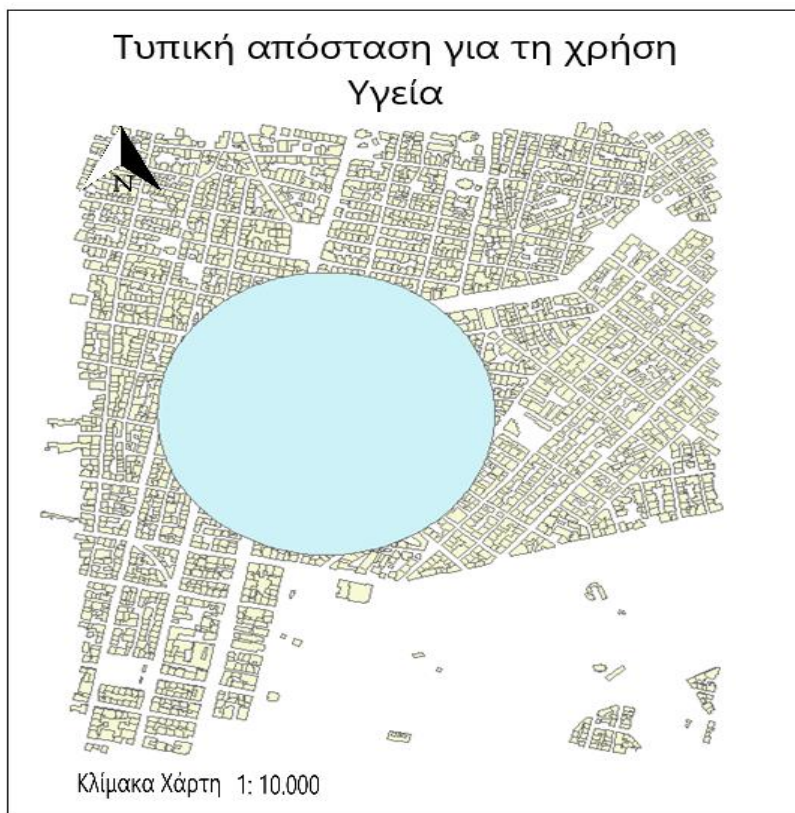
Εικόνα 47: Τυπική απόσταση για τις Υπηρεσίες



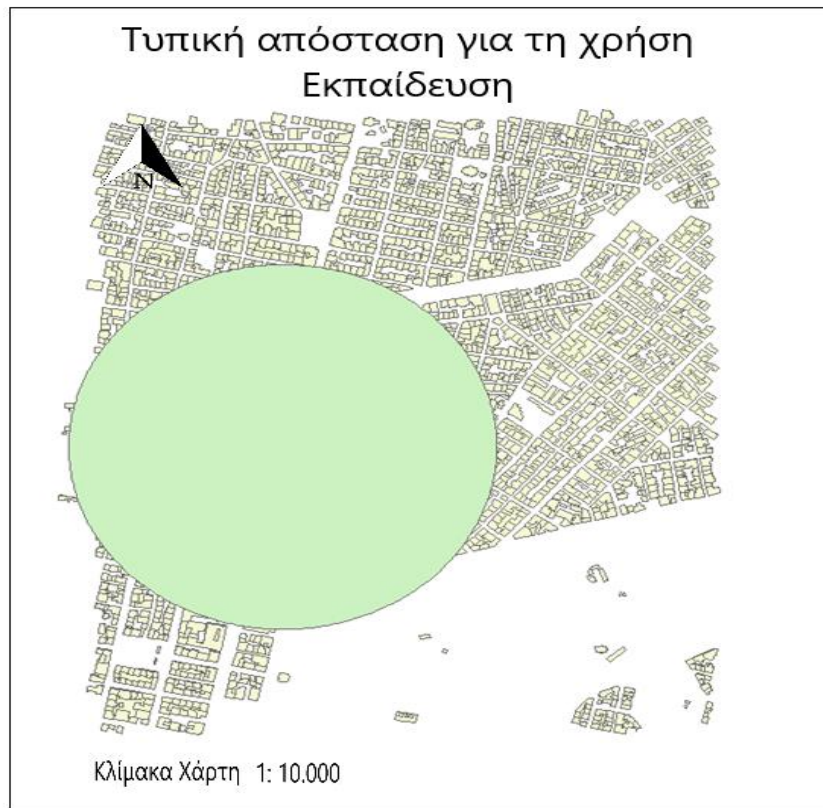
Εικόνα 48: Τυπική απόσταση για τη χρήση Βιομηχανία



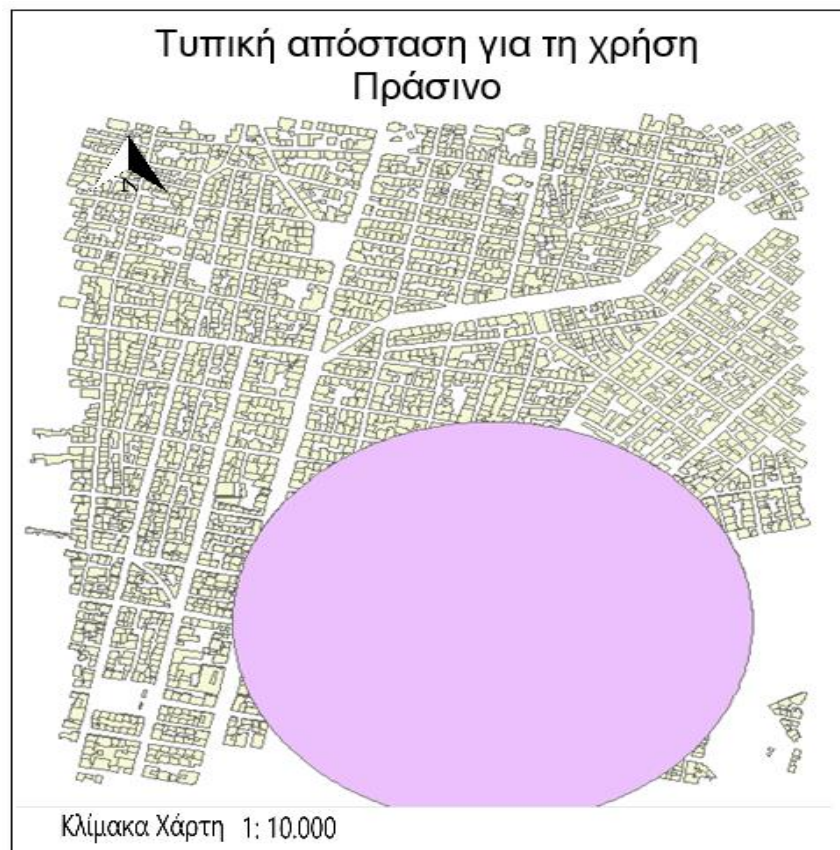
Εικόνα 49: Τυπική απόσταση για τη χρήση Πολιτισμός



Εικόνα 50: Τυπική απόσταση για τη χρήση Υγεία



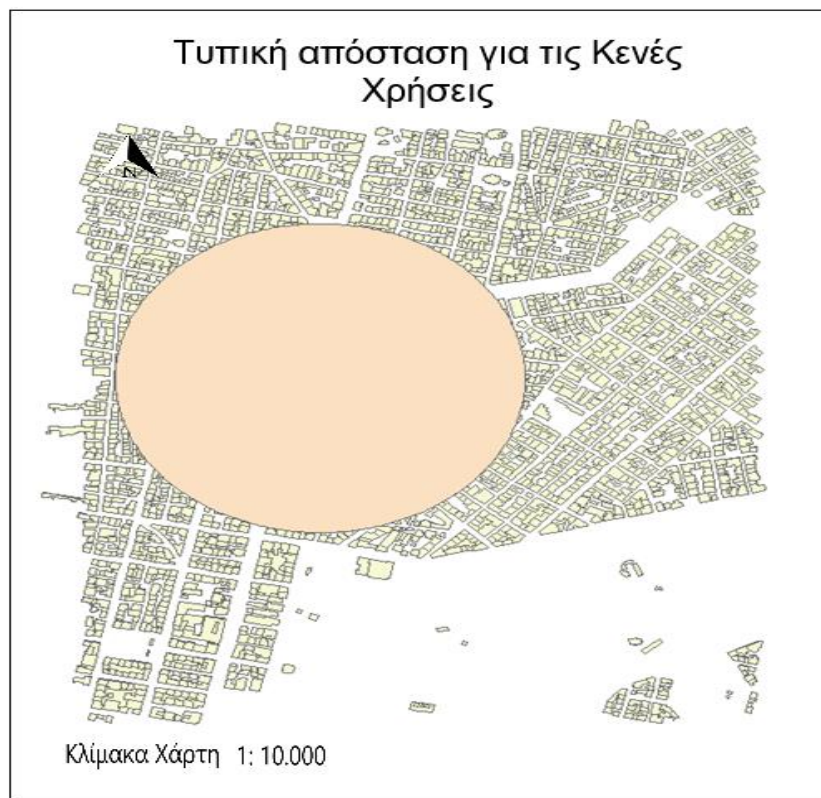
Εικόνα 52: Τυπική απόσταση για τη χρήση Εκπαίδευση



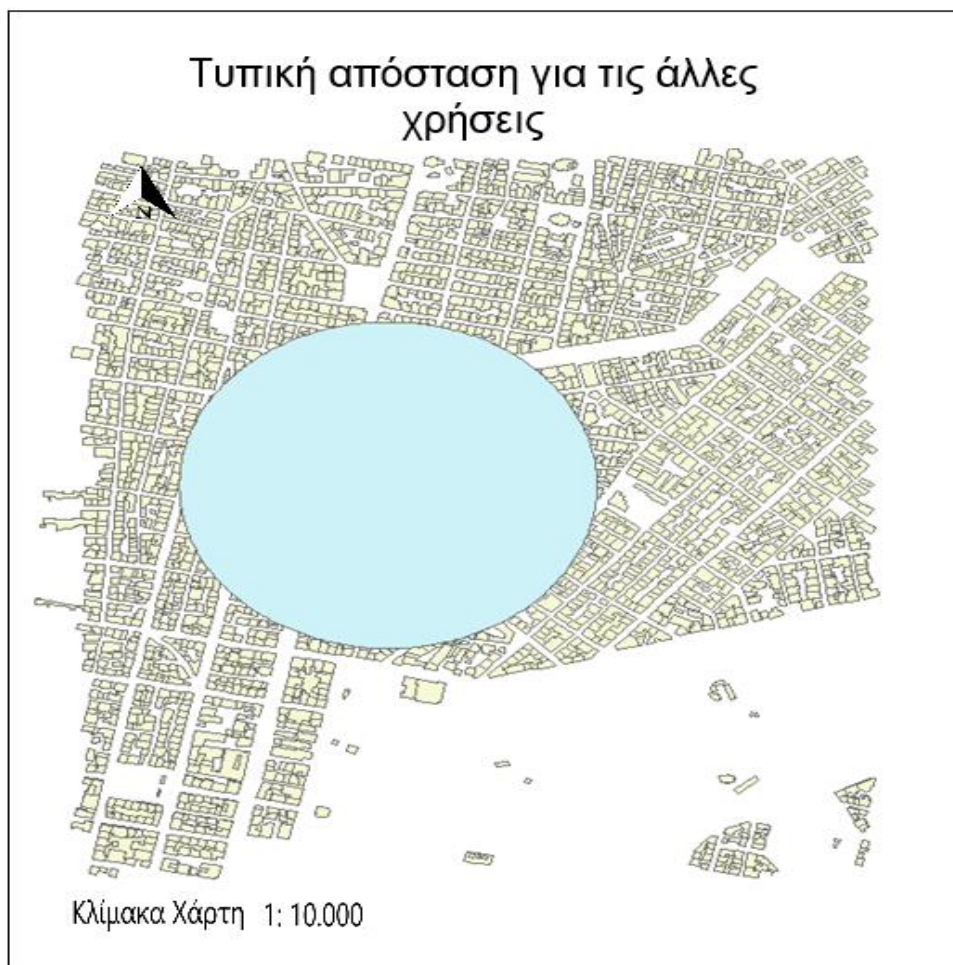
Εικόνα 51: Τυπική απόσταση για τη χρήση Πράσινο



Εικόνα 54: Τυπική απόσταση για τη χρήση Γκαράζ



Εικόνα 53: Τυπική απόσταση για τις Κενές Χρήσεις



Εικόνα 55: Τυπική απόσταση για τις άλλες/λοιπές χρήσεις

4.3.1.2 Ερμηνεία Αποτελεσμάτων

Αρχικά θα παρουσιάσουμε τα ευρήματα τα οποία σχετίζονται με τον γεωστατικό δείκτη χωρικός μέσος. Για τον χωρικό μέσο όλων σχεδόν των χρήσεων (εκτός του Πρασίνου) παρατηρούμε ότι λόγω της εμφάνισής τους σε κεντρικό σημείο της περιοχής μελέτης, οι χρήσεις αυτές καλύπτουν με ομοιόμορφη κεντρικότητα την έκταση που επιλέχθηκε (Εικόνα 37). 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 χωρικών μέσων για τις χρήσεις σε χάρτες του ArcGis προέκυψαν κάποια διαφωτιστικά συμπεράσματα για τις συγκεντρώσεις των χρήσεων.

Για τις συγκεντρώσεις των χρήσεων αναλυτικά έχουμε:

- Η συγκέντρωση της χρήσης του συνολικού εμπορίου τοποθετείται στο κέντρο του χάρτη της περιοχής μελέτης, δηλαδή στο κεντρικό τμήμα της Πατησίων. Σε σχέση με τις βασικές υποκατηγορίες του, παρατηρούμε ότι οι χρήσεις της ένδυσης και της υπόδησης ακολουθούν σχεδόν ταυτόσημα την εικόνα της κάλυψης της περιοχής του συνολικού λιανικού εμπορίου. Οι άλλες δύο χρήσεις, δε, των τροφίμων και του οικιακού εξοπλισμού, παρουσιάζουν μία απόκλιση στο γεωγραφικό σημείο σύγκλισης της κατανομής τους σε σχέση με το συνολικό εμπόριο της περιοχής.
- Η υποκατηγορία της ένδυσης σε σχέση με τις δευτερεύουσες χρήσεις φαίνεται να έχει παρόμοιο χωρικό μέσο με τις υπηρεσίες, την βιομηχανία, τον πολιτισμό και την υγεία, ενώ σχεδόν ταυτόσημο με τις κατοικίες.
- Η υποκατηγορία της υπόδησης σε σχέση με τις δευτερεύουσες χρήσεις φαίνεται να έχει παρόμοιο χωρικό μέσο με τις υπηρεσίες, τις κατοικίες, την βιομηχανία, τους χώρους κενής χρήσης, τον πολιτισμό και την υγεία.
- Η υποκατηγορία των τροφίμων σε σχέση με τις δευτερεύουσες χρήσεις φαίνεται να έχει παρόμοιο χωρικό μέσο μόνο με την χρήση των γκαράζ.
- Η υποκατηγορία των ειδών οικιακού εξοπλισμού σε σχέση με τις δευτερεύουσες χρήσεις φαίνεται να μην έχει παρόμοιο χωρικό μέσο με κάποια από αυτές.
- Οι χρήσεις των κατοικιών, των υπηρεσιών, της βιομηχανίας και της κενής χρήσης μοιάζουν ως προς την τοποθέτηση του χωρικού μέσου τους με το λιανικό εμπόριο και είναι στο κεντρικό τμήμα της Πατησίων.
- Οι χρήσεις των υπηρεσιών Υγείας και του πολιτισμού έχουν κάλυψη του χάρτη με κέντρο μετατοπισμένο ελαφρώς δεξιά της Πατησίων και σε κεντρικό σημείο.
- Η χρήση των Γκαράζ έχει μετατοπισμένο αρκετά δεξιότερα της Πατησίων τον χωρικό της μέσο.
- Η χρήση των χώρων πρασίνου έχει χωρικό μέσο κοντά στο Πεδίον του Άρεως, καθώς εκεί βρίσκεται ο μεγαλύτερος «πνεύμονας» της περιοχής.

- Ο χωρικός μέσος των άλλων χρήσεων εντοπίζεται αριστερά στις Πατησίων και πιο νότια από το κέντρο, γεγονός που καταδεικνύει μεγαλύτερη κάλυψη της αριστερή πλευρά της περιοχής μελέτης.

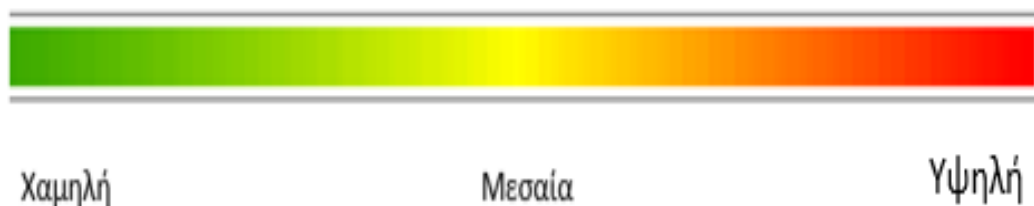
Όσον αφορά στις τυπικές αποστάσεις αυτές έχουν δύο άξονες. Ο ένας είναι το κέντρο του κύκλου που σχηματίζει η κάθε μία ξεχωριστά και αυτό ταυτίζεται με την ανάλυση που κάναμε προηγουμένως σχετικά τους χωρικούς μέσους. Ο άλλος αφορά το μέγεθος της ακτίνας του εν λόγω κύκλου, το οποίο ισούται με το μέτρο της τυπικής απόστασης. Όσο πιο μεγάλη η ακτίνα του κύκλου τόσο μεγαλύτερη και η τυπική απόσταση της κάθε χρήσης. Οι τυπικές αποστάσεις όλων των χρήσεων εμφανίζονται σχετικά μεγάλες (με μεγαλύτερες τις χρήσεις της εκπαίδευσης, του πολιτισμού, της βιομηχανίας και των πράσινων χώρων) πληροφορία που φανερώνει τη μεγάλη διασπορά τους στην περιοχή μελέτης.

4.3.2 Πυκνότητα Πυρήνα

Η εφαρμογή της ανάλυσης του επιφανειακού χωρικού προτύπου «Kernel Density» στα δεδομένα της περιοχής μελέτης έχει ως σκοπό της την ανάδειξη των συγκεντρώσεων των σημειακών δεδομένων της εκάστοτε χρήσης. Η μελέτη των αποτελεσμάτων θα οδηγήσει σε συμπεράσματα σχετικά με τη γεωγραφική τοποθέτηση των πυκνοτήτων των χρήσεων και θα αναδείξει ιδιότητές τους σημαντικές, όταν θα συσχετιστούν με αντίστοιχες άλλων χρήσεων.

4.3.2.1 Παρουσίαση Δεδομένων

Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιάσουμε τις γραφικές απεικονίσεις που προκύπτουν από τη εφαρμογή της μεθόδου της πυκνότητας πυρήνα πάνω στα δεδομένα καταγραφής των χρήσεων γης. Βαρύνουσα σημασία θα δοθεί και εδώ τόσο στη χρήση του λιανικού εμπορίου στο σύνολό του, όσο και στο διάγραμμα που αφορά στις τέσσερις επικρατέστερες υποκατηγορίες αυτού. Στις διαγραμματικές απεικονίσεις έχουμε την εξής χρωματική κλίμακα:



Εικόνα 56: Χρωματική κωδικοποίηση του εύρους συγκεντρώσεων

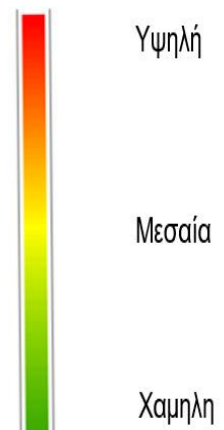
Παρακάτω παρατίθενται τα διαγράμματα που απεικονίζουν την εν λόγω μέθοδο:

Μέθοδος Kernel Density για Λιανικό εμπόριο



Υπόμνημα

Χρωματική κλίμακα Συγκέντρωσης χρήσεων



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 57: Μέθοδος Kernel Density για Λιανικό εμπόριο

Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Ένδυση



Υπόμνημα

Χρωματική κλίμακα Συγκέντρωσης χρήσεων



Υψηλή

Μεσαία

Χαμηλή

Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

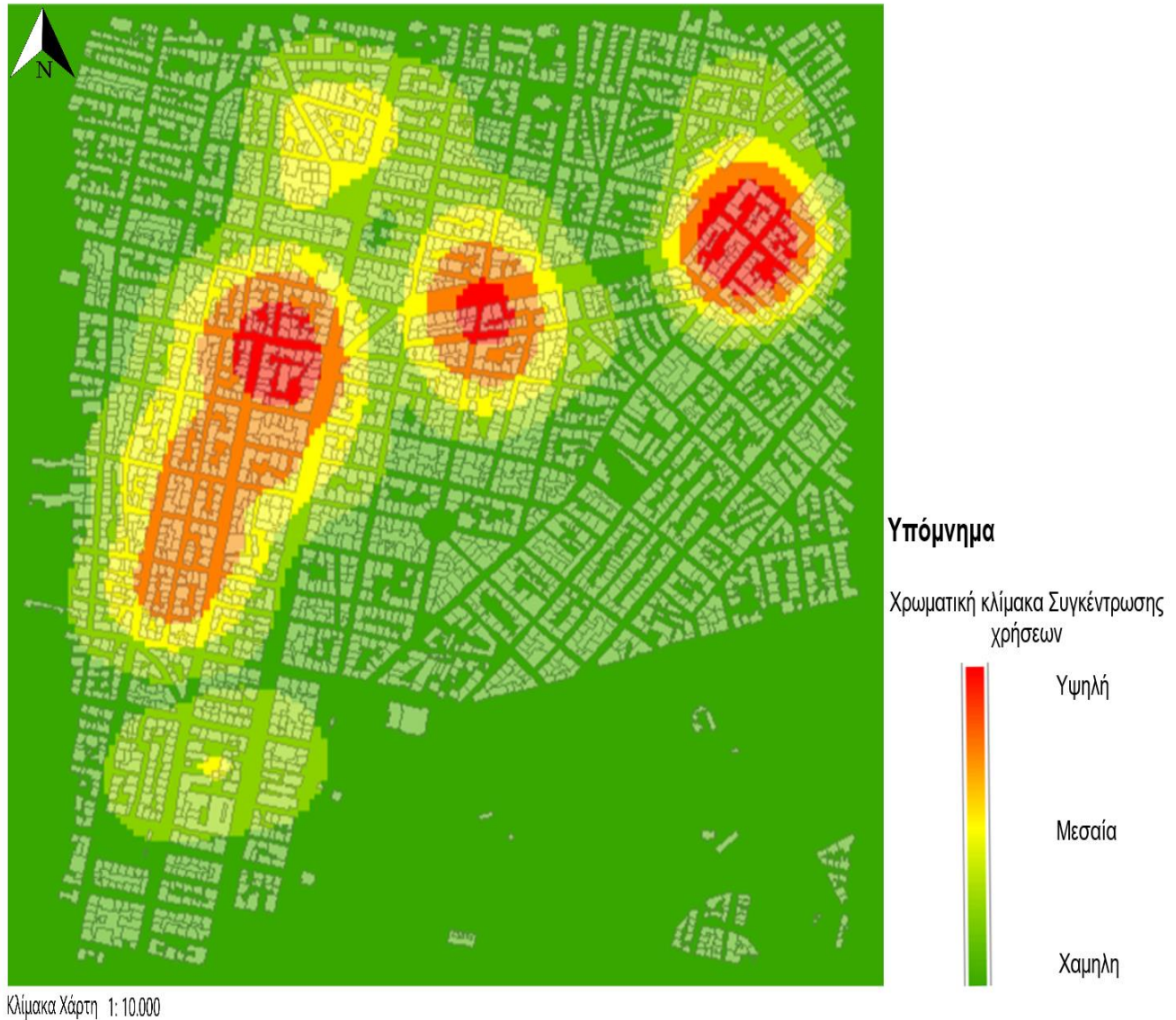
Εικόνα 58: Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Ένδυση

Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Υπόδηση



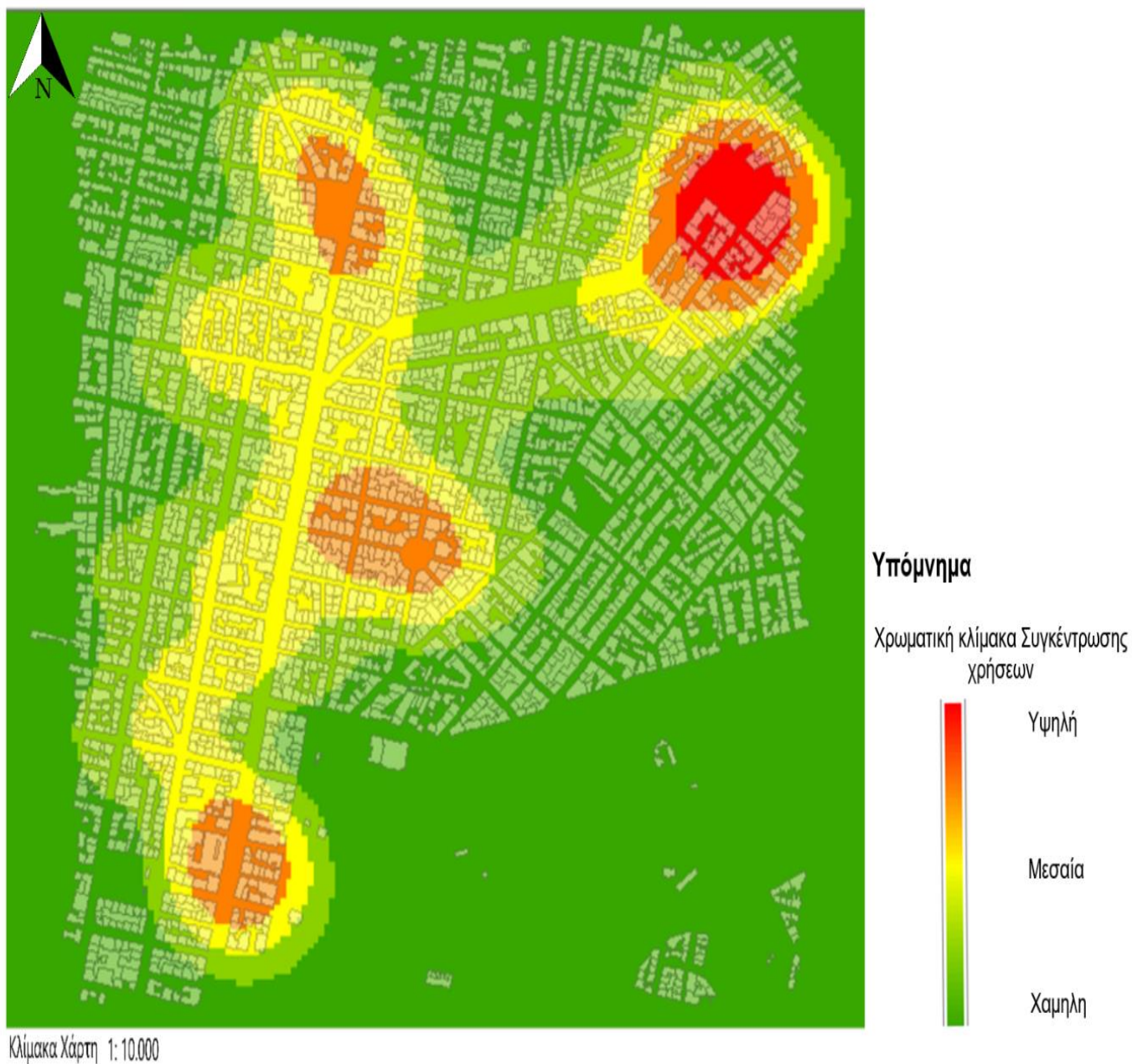
Εικόνα 59: : Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Υπόδηση

Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Οικιακός Εξοπλισμός



Εικόνα 60: Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Οικιακός Εξοπλισμός

Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Τρόφιμα



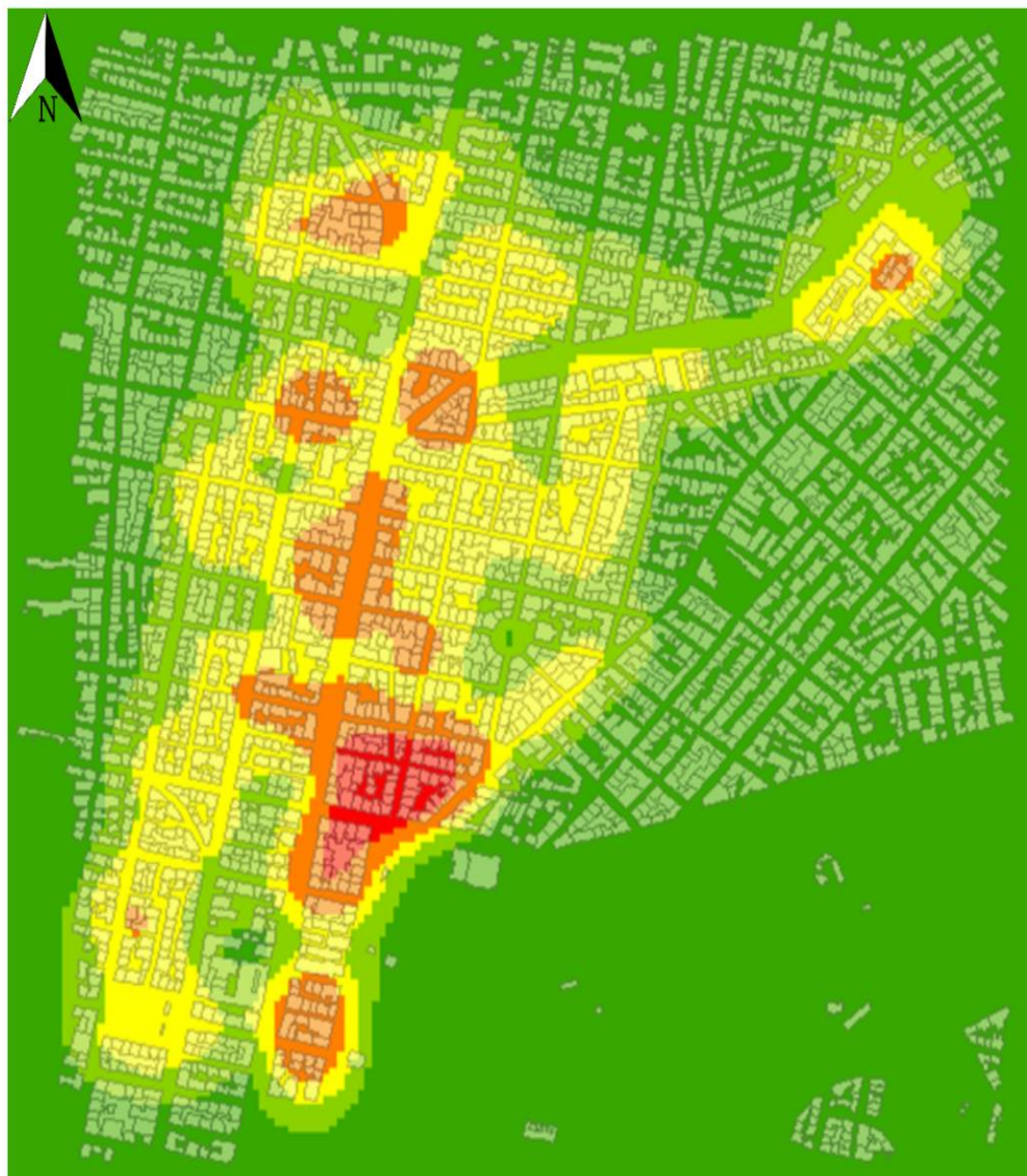
Εικόνα 61: Μέθοδος Kernel Density για την υποκατηγορία Τρόφιμα

Μέθοδος Kernel Density για τη χρήση Κατοικίες



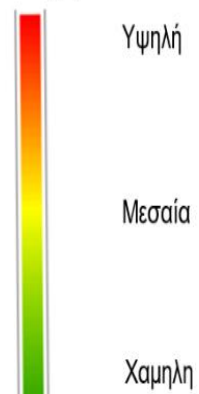
Εικόνα 62: Μέθοδος Kernel Density για τη χρήση Κατοικίες

Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Υπηρεσίες



Υπόμνημα

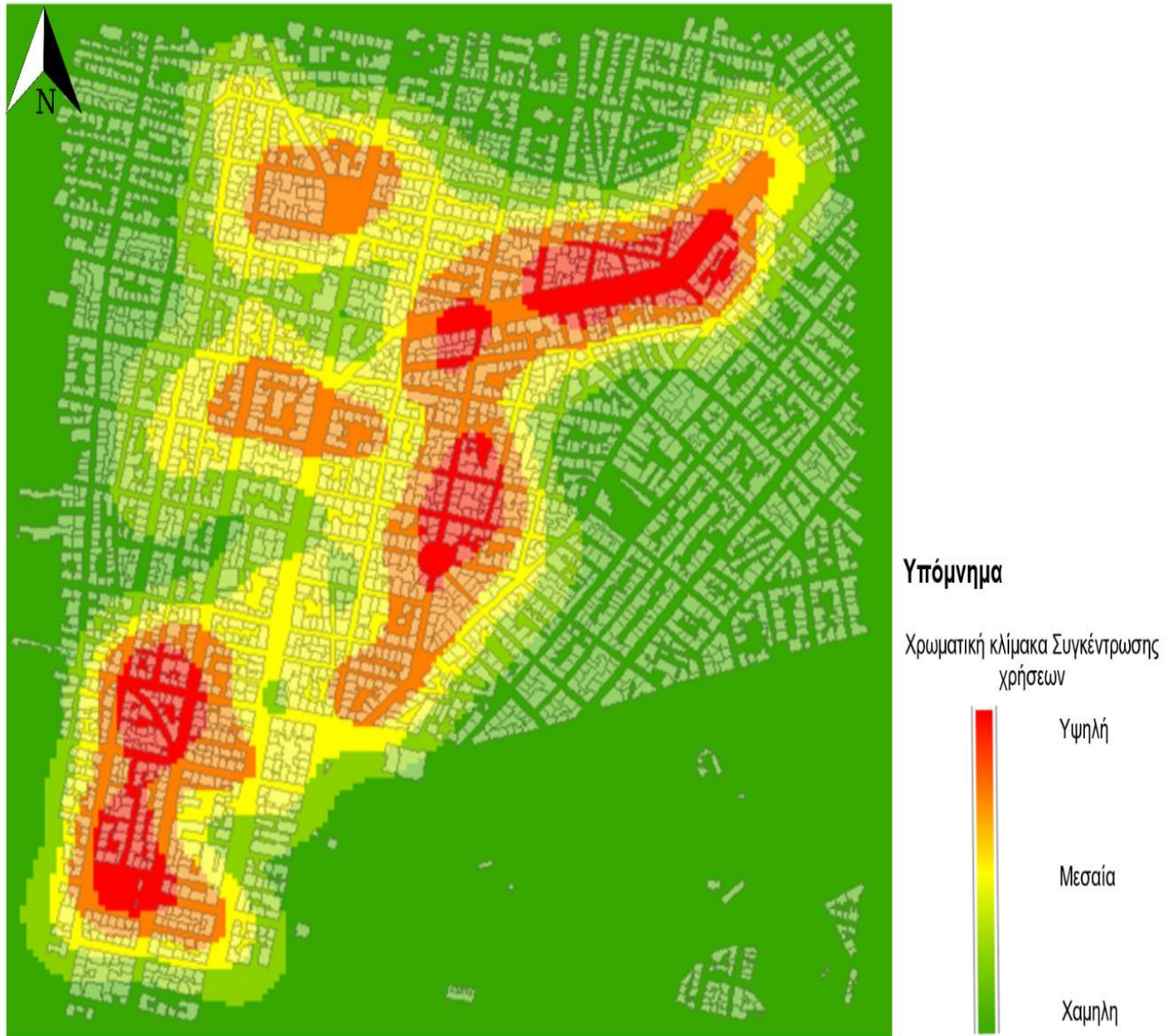
Χρωματική κλίμακα Συγκέντρωσης χρήσεων



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 63: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Υπηρεσίες

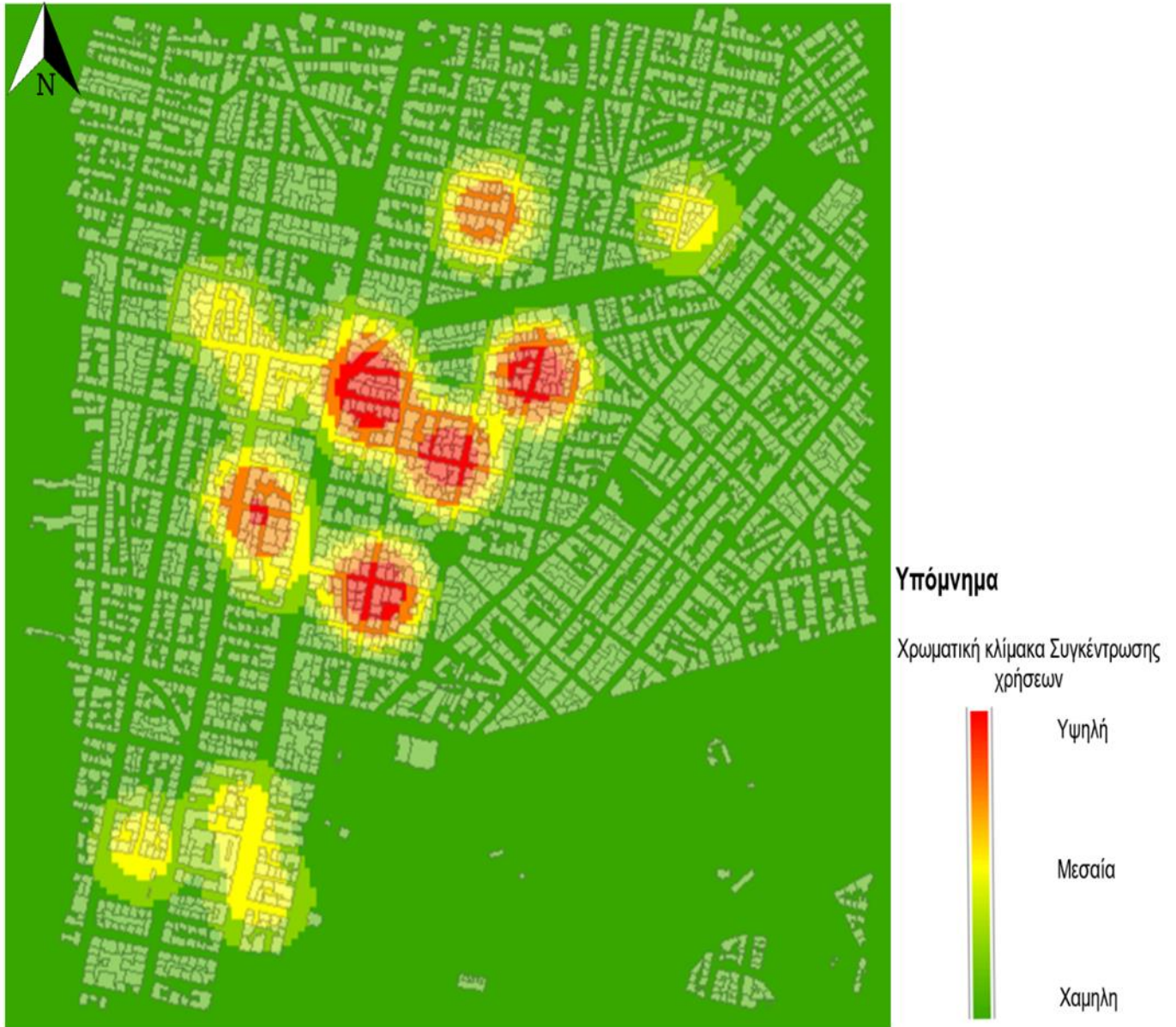
Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Πολιτισμός



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 64: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Πολιτισμός

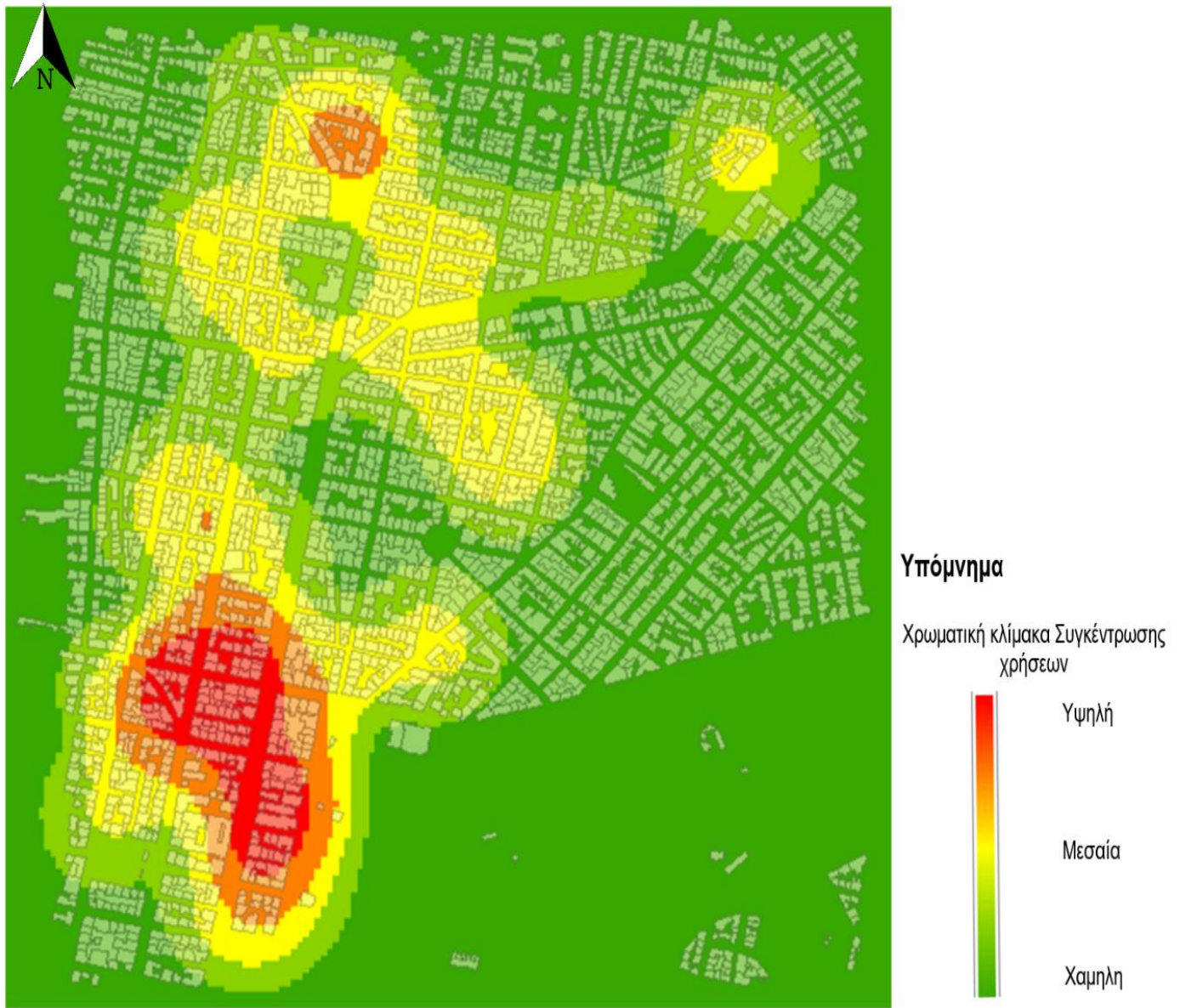
Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Υγεία



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 65: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Υγεία

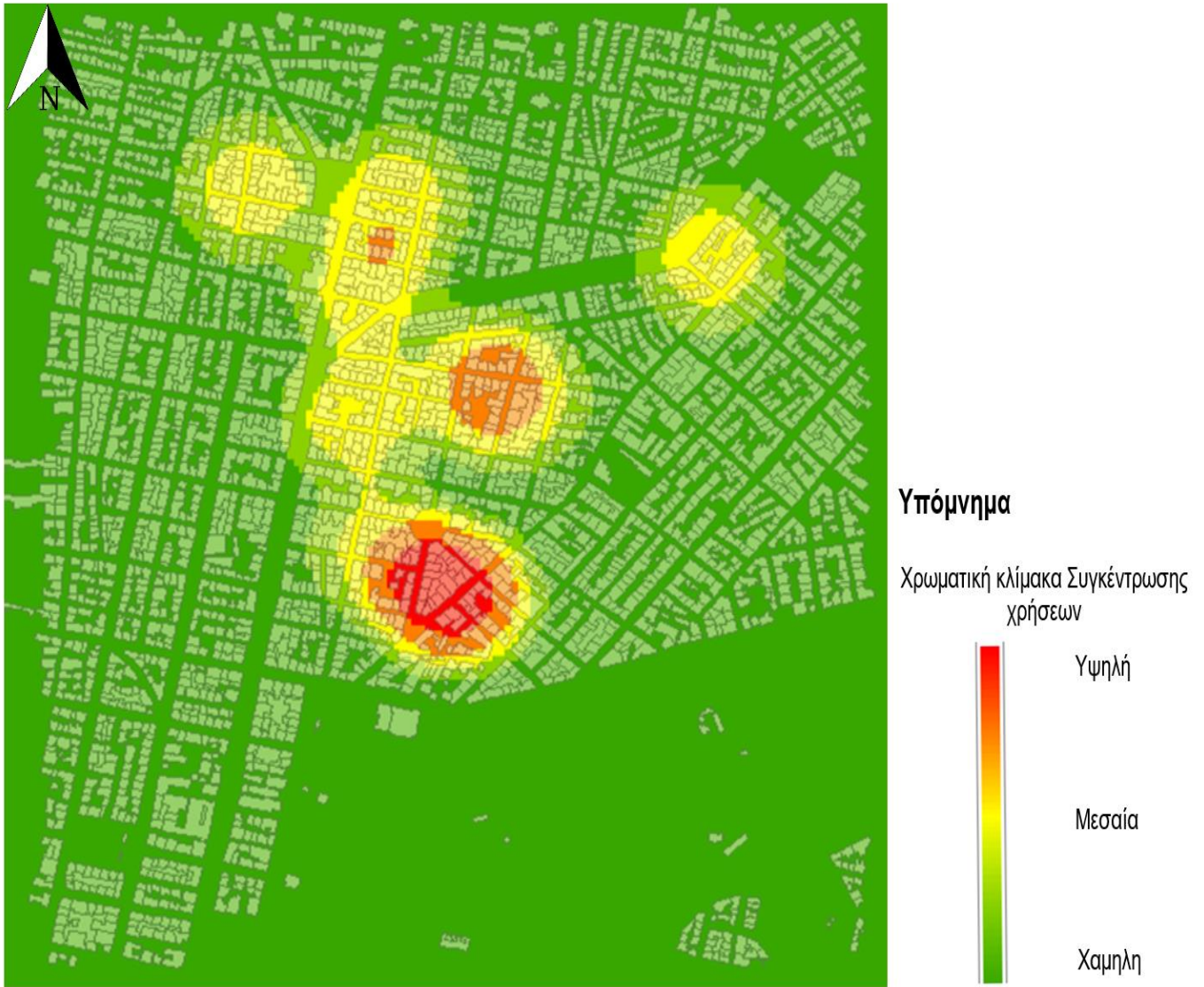
Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Εκπαίδευση



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 66: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Εκπαίδευση

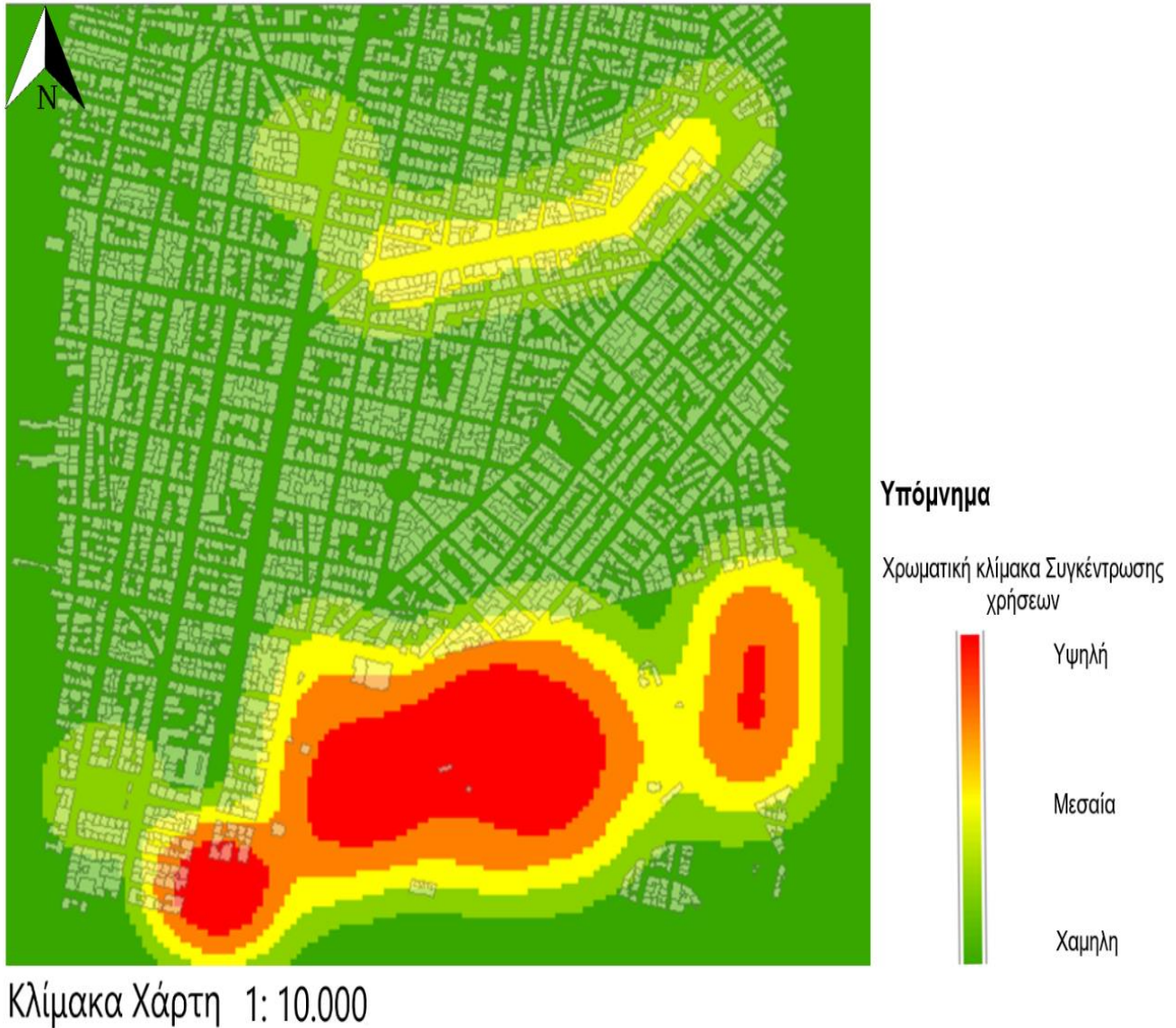
Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Γκαράζ



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 67: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Γκαράζ

Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Πράσινο



Εικόνα 68: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Πράσινο

Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Βιομηχανία



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 69: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Βιομηχανία

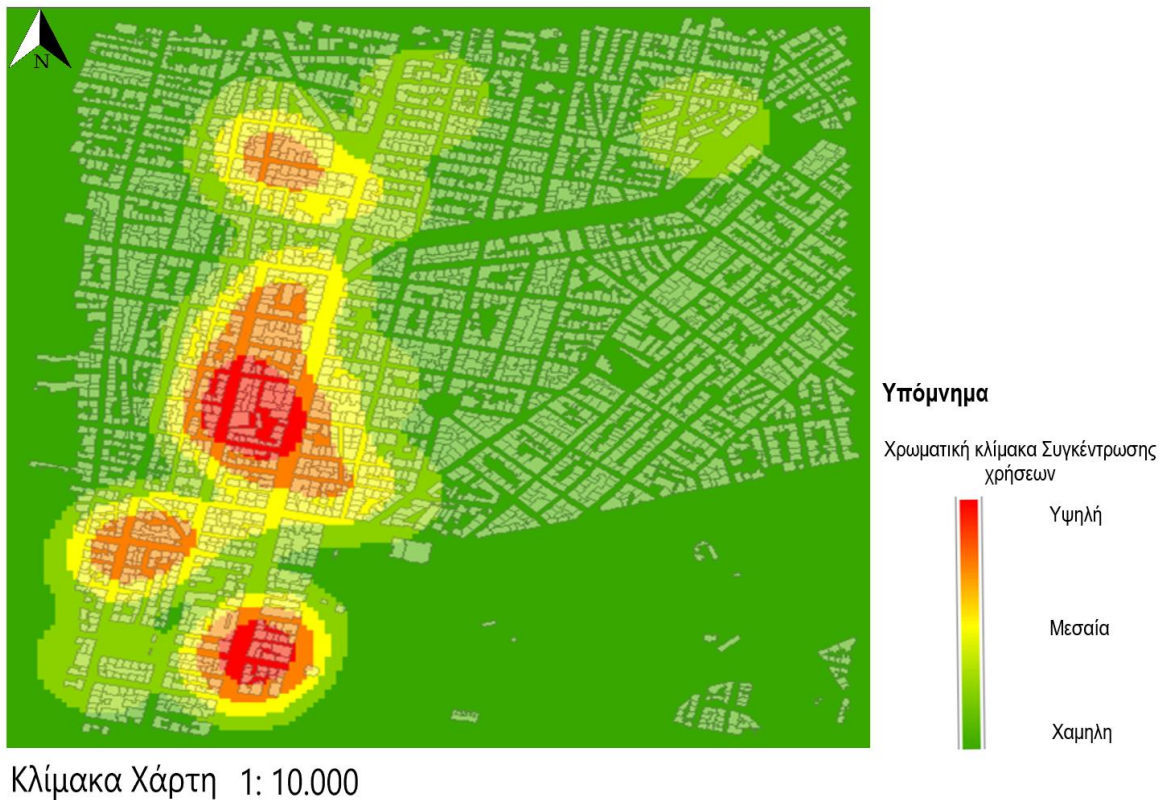
Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Κενή Χρήση



Κλίμακα Χάρτη 1: 10.000

Εικόνα 70: : Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία χρήσης Κενή Χρήση

Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία Άλλες Χρήσεις



Εικόνα 71: Μέθοδος Kernel Density για την κατηγορία Άλλες Χρήσεις

4.3.2.2 Ερμηνεία Αποτελεσμάτων

Η ερμηνεία των διαγραμμάτων της εφαρμογής της μεθόδου της πυκνότητας πυρήνα για κάθε χρήση μας δείχνει μία άριστη διαισθητική προοπτική για τα σημεία συγκέντρωσης των πυρήνων εντός κάθε χρήσης καθώς και το βαθμό και την έκταση αυτής της συγκέντρωσης. Συγκεκριμένα για κάθε χρήση έχουμε τα εξής:

- Για τη χρήση λιανικού εμπορίου παρατηρούμε ότι η συγκέντρωση είναι πολυεστιακή. Υπάρχουν πολλοί πυρήνες συγκέντρωσης με μεγάλη έκταση και τοποθετούνται κυρίως στην αριστερή πλευρά της Πατησίων κατά μήκος της οδού

και σε σχετική απόσταση από αυτήν. Οι πλατείες παρουσιάζουν εστίες συγκέντρωσης (όπως πλατεία Βικτωρίας και πλατεία Κανάρη της Κυψέλης). Οι περιοχές με αυξημένες συγκεντρώσεις αποτελούν εμπορικές πιάτσες.

- Οι υποκατηγορίες του λιανικού εμπορίου που αφορούν την ένδυση και την υπόδηση, παρουσιάζουν ένα σχεδόν μονοεστιακό κέντρο ορθογωνικής φύσης κατά μήκος της οδού Πατησίων. Αυτή η εικόνα είναι αναμενόμενη, καθώς τα περισσότερα καταστήματα με αντικείμενο τα ρούχα και τη μόδα συνήθως εμφανίζονται συγκεντρωμένα κατά μήκος κεντρικών δρόμων της πόλης, μιας και το θέλγητρο που επιστρατεύουν ενάντια στον ανταγωνισμό είναι μία καλοσχεδιασμένη και σε κεντρικό σημείο τοποθετημένη βιτρίνα.
- Η υποκατηγορία του οικιακού εξοπλισμού παρουσιάζει τρία βασικά σημεία συγκεντρώσεων κατά μήκος μίας νοητής γραμμής στο άξονα της Φωκίωνος Νέγρη.
- Η υποκατηγορία του τροφίμων παρουσιάζει ένα βασικό κέντρο στην πλατεία Κανάρη, η οποία αποτελεί ένα είδος «street market» - υπαίθρια αγορά της περιοχής. Τα άλλα τρία κέντρα παρουσιάζονται διεσπαρμένα με ίσες αποστάσεις μεταξύ τους αλλά και με μικρότερη πυκνότητα πυρήνα.
- Η χρήση γης που αφορά στις κατοικίες παρουσιάζει μόνο ένα πολύ ισχυρό πυρήνα στην περιοχή κοντά στο Πεδίον του Άρεως. Από τη μελέτη του σχετικού διαγράμματος φαίνεται πως οι κατοικίες έχουν μεγάλες συγκεντρώσεις σε όλο το γεωγραφικό αποτύπωμα του χάρτη.
- Οι υπόλοιπες δευτερεύουσες χρήσεις δεν ακολουθούν κάποια πολύ συγκεκριμένη νόρμα ως προς τις συγκεντρώσεις που παρουσιάζουν.

4.3.3 Μέθοδος Εγγύτερου Γείτονα

Στη μελέτη που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής κρίθηκε αρκετά σκόπιμη η ανάλυση των δεδομένων υπό το πρίσμα της μεθόδου του εγγύτερου

γείτονα ή αλλιώς Average Nearest Neighbor η οποία μας καταδεικνύει κατά πόσο τα δεδομένα μας ακολουθούν ένα ομαδοποιημένο ή διεσπαρμένο χωρικό πρότυπο. Στην περίπτωση της μελέτης αυτής, η περιοχή ήταν συγκεκριμένη. Συνεπώς, η μέθοδος εφαρμόστηκε για όλες τις χρήσεις με τον ίδιο τρόπο στην ίδια περιοχή της Αθήνας. Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζεται ο συγκεντρωτικός πίνακας που συνθέτει τη συνολική πληροφορία που έχει εξαχθεί από την εφαρμογή της μεθόδου σε γεωπληροφοριακό περιβάλλον ArcGis. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται ένας σχολιασμός της εικόνας που αυτός παρουσιάζει.

4.4.3.1 Παρουσίαση Δεδομένων

Η απεικόνιση της συμμόρφωσης με κάποιο χωρικό πρότυπο (ομαδοποιημένο, διεσπαρμένο ή τυχαίο) των δεδομένων χρήσης γης αποτυπώνεται στον παρακάτω συγκεντρωτικό πίνακα. Οι χρήσεις παρουσιάζονται κάθε μία ξεχωριστά, ενώ έχει γίνει μελέτη και για τις τέσσερις υποκατηγορίες λιανικού εμπορίου που παρουσιάζουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον (και έχουν οριστεί στην αρχή της ανάλυσης).

Εν γένει, τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση εγγύτερου γείτονα της κάθε χρήσης για την περιοχή της Πατησίων δεν εμφανίζουν ιδιαίτερες αποκλίσεις μεταξύ τους αλλά αναφέρονται κυρίως σε ομαδοποιημένα πρότυπα στον χώρο. Συγκεκριμένα, για τις περισσότερες ομάδες χρήσεων μπορούμε με ασφάλεια να πούμε ότι ακολουθούν το ομαδοποιημένο χωρικό πρότυπο. Το επίπεδο εμπιστοσύνης των αποτελεσμάτων είναι στις περισσότερες περιπτώσεις 99%, αφού οι μετρικές z-score και p-value παρουσιάζουν την εξής εικόνα:

- z-score < -2.58
- pvalue < 0.01

Παρόλα αυτά για όλα τα παραπάνω υπάρχουν εξαιρέσεις. Τα αποτελέσματα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

Ομαδες Χρήσεων Γης	z-score	p-value	Nearest Neighbor Ratio	Τύπος Προτύπου
Λιανικό Εμπόριο	-18.260006	0	0.539169	Ομαδοποιημένο
Λιανικό Εμπόριο - Ένδυση	-13.824388	0	0.439132	Ομαδοποιημένο
Λιανικό Εμπόριο - Υπόδηση	-7.004042	0	0.421121	Ομαδοποιημένο
Λιανικό Εμπόριο - Τρόφιμα	-2.126159	0.033490	0.851485	Ομαδοποιημένο
Λιανικό Εμπόριο - Οικιακός Εξοπλισμός	-3.272514	0.001066	0.722503	Ομαδοποιημένο
Κατοικίες	-25.544278	0	0.558097	Ομαδοποιημένο
Υπηρεσίες	-13.199348	0	0.668428	Ομαδοποιημένο
Πολιτισμός	-10.415425	0	0.615026	Ομαδοποιημένο
Εκπαίδευση	-5.480142	0	0.613740	Ομαδοποιημένο
Υγεία	-2.934072	0.003345	0.686935	Ομαδοποιημένο
Βιομηχανία	1.256117	0.209074	1.136910	Τυχαίο

Γκαράζ	1.660597	0.096794	1.261720	Διεσπαρμένο
Κενή Χρήση	-11.732741	0	0.668369	Ομαδοποιημένο
Πράσινο	-1.079161	0.280516	0.921010	Τυχαίο
Άλλη Χρήση	-0.340561	0.733434	0.967498	Τυχαίο

Πίνακας 2: Στοιχεία χρήσεων Γης από ανάλυση Average Nearest Neighbor και συμμόρφωση στοιχείων με χωρικά πρότυπα

4.4.3.1 Ερμηνεία Αποτελεσμάτων

Ο συγκεντρωτικός πίνακας που πρόκυψε από την ανάλυση του εγγύτερου γείτονα φανερώνει κατά πόσο ακολουθεί η κάθε χρήση ένα ομαδοποιημένο χωρικό πρότυπο, συμπέρασμα που μας φανερώνει πληροφορίες για την κατανομή του στο χώρο. Πιο συγκεκριμένα για κάθε χρήση έχουμε τα εξής:

- Το συνολικό λιανικό εμπόριο και οι υποκατηγορίες του ακολουθούν το ομαδοποιημένο χωρικό πρότυπο με την ελάχιστη τυχαιότητα.
- Το ίδιο ομαδοποιημένες εμφανίζονται και οι χρήσεις των κατοικιών, των υπηρεσιών, του πολιτισμού, της εκπαίδευσης, της κενής χρήσης και της υγείας με ελάχιστα ποσοστά τυχαιότητας.
- Οι χρήσεις των βιομηχανικών και των πράσινων χώρων ακολουθούν το τυχαίο χωρικό πρότυπο χωρίς να παρουσιάζουν κάποια ιδιαίτερη ιδιότητα ομαδοποίησης ή διασποράς.
- Η χρήση των γκαράζ φαίνεται πως ακολουθεί το διεσπαρμένο χωρικό πρότυπο.

4.4 Ειδικά Συμπεράσματα και Προτάσεις

Στο υποκεφάλαιο αυτό γίνεται, καταρχάς, καταγραφή των αποτελεσμάτων που εξήχθησαν από το προηγούμενο κεφάλαιο. Στη συνέχεια, τα συμπεράσματα αξιολογούνται. Έπειτα, συσχετίζονται με τέτοιο τρόπο με την ήδη υπάρχουσα γνώση σχετικά με την εμπορική δραστηριότητα στην περιοχή, καθώς και τις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές δυνάμεις που δρουν επ' αυτής, ώστε να προταθούν κάποιες λύσεις με κατεύθυνση την εξυγίανση του λιανικού εμπορίου της περιοχής.

Η περιοχή μελέτης αποτελεί έναν από τους κεντρικότερους δρόμους της Αττικής. Ειδικότερα, χαρακτηρίζεται από μεγάλη ποικιλομορφία σε οικιστικούς, εμπορικούς και δημογραφικούς όρους. Αυτή όμως προκαλεί τόσο αρνητικές όσο και θετικές επιπτώσεις στον χώρο. Από τη μία, η συνύπαρξη λιανικού εμπορίου, αναψυχής, υπηρεσιών και παροχών εκπαίδευσης με χρήσεις κατοικίας δημιουργεί συγκρούσεις στην ομαλότητα της συμβίωσης. Τα οικόπεδα τα οποία έχουν μπροστινή όψη προς τον κεντρικό άξονα της Πατησίων επηρεάζουν και τα γειτονικά κτίρια που συνορεύουν και βρίσκονται από την πίσω μεριά των οικοδομικών τετραγώνων. Εφόσον ένα οικόπεδο περιλαμβάνει χρήσεις γης λιανικού εμπορίου και αναψυχής δεν μπορεί να συνυπάρξει αρμονικά με ένα όμορο με πιο «ήσυχες» χρήσεις, όπως η κατοικίες. Συνεπώς, με τον τρόπο αυτό μεταβάλλονται αλυσιδωτά οι χρήσεις και των γειτονικών οικοπέδων. Επομένως, υπάρχει ο κίνδυνος αλλοίωσης του χαρακτήρα πολλών οικοδομικών τετραγώνων που προορίζονται για μία χρήση από μία άλλη.

Στην περιοχή μελέτης διαπιστώθηκε μεγάλη συγκέντρωση πολλών χρήσεων σε περιορισμένη γεωγραφική έκταση. Παρατηρήθηκε πως το λιανικό εμπόριο στην περιοχή έχει καλή γεωγραφική κάλυψη όλου του χώρου, χαρακτηρίζοντας εν γένει την περιοχή ως εμπορική. Παράλληλα όμως, παρατηρήθηκε και μεγάλος αριθμός κενών καταστημάτων, είτε προς πώληση, είτε προς ενοικίαση, και μάλιστα με παρόμοια διασπορά και γεωγραφική κάλυψη με αυτή των ενεργών εμπορικών επιχειρήσεων. Η συγκέντρωση πολλών τέτοιων κλειστών καταστημάτων και χώρων χωρίς δραστηριότητα δημιουργεί πολλά προβλήματα στην περιοχή. Συγκεκριμένα, εκτός των κοινωνικών επιπτώσεων που

δύναται να έχει λόγω σταδιακής αύξησης της τοπικής ανεργίας, προκαλεί και υποβάθμιση της εμπορικότητας της περιοχής. Το σταδιακό κλείσιμο καταστημάτων κατά μήκος της οδού Πατησίων συνθέτει μία εικόνα ερήμωσης και εγκατάλειψης. Επίσης, η κατάσταση αυτή ανατροφοδοτεί την παρακμή της περιοχής, διότι μειώνονται και οι επιλογές σε είδη λιανικού εμπορίου. Οπότε, μειώνεται και ο αριθμός των καταναλωτών που επιλέγει να επισκεφθεί την περιοχή.

Οι επικρατέστερες κατηγορίες λιανικού εμπορίου στην περιοχή που ορίστηκαν κατά την μελέτη είναι οι χρήσεις της ένδυσης και υπόδησης, των τροφίμων και των ειδών οικιακών εξοπλισμού. Από αυτές παρατηρήθηκε ότι μόνο η ένδυση και η υπόδηση κατανέμονται κατά μήκος της κεντρικής οδού, ενώ οι άλλες δύο έχουν συγκεντρώσεις απομακρυσμένα και εκατέρωθεν της οδού Πατησίων. Η αποδυνάμωση της συγκεκριμένης εμπορικής αρτηρίας με το πέρασμα των χρόνων, οδηγεί στην αδυναμία της συγκέντρωσης όλων των εμπορικών χρήσεων κατά μήκος της και παρατηρείται το φαινόμενο της διαφυγής προς τους φυσικούς χώρους άλλων χρήσεων, όπως είναι οι κατοικίες. Έτσι, εκλείπει η δυνατότητα της δημιουργίας ισχυρών αστικών συγκεντρώσεων σε εμπορικά κραταιούς άξονες, γεγονός που θα μπορούσε να συνεισφέρει με πολλούς τρόπους στην οικονομία της εκάστοτε περιοχής. Η εν λόγω συγκέντρωση θα μπορούσε να συντελέσει αφενός στην ανάπτυξη του εμπορίου στα πρότυπα των ανοιχτών εμπορικών κέντρων (open mall) και αφετέρου στην εξυγίανση της άναρχης δόμησης, με τη διασπορά των κατοικιών να παρουσιάζεται αποκλειστικά εκατέρωθεν του κεντρικού άξονα.

Αναφορικά με τα προαναφερθέντα, στόχος της διπλωματικής είναι η πρόταση μίας σειράς από βελτιώσεις για την αύξηση της λειτουργικότητας των χρήσεων στο χώρο, όπως επίσης και βελτίωση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ τους αλλά και σε μεγαλύτερη κλίμακα της γεωγραφικής περιοχής που αφορούν:

- Αναδιάρθρωση της πολεοδομικής οργάνωσης της περιοχής, μέσα από παρεμβάσεις στις χρήσεις γης, με άμεσο στόχο την υποβοήθηση της άνθησης του λιανικού εμπορίου.

- Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των καταστημάτων λιανικού εμπορίου σε σχέση με άλλες περιοχές.
- Αναβάθμιση της κοινωνικής μέριμνας για την εξυγίανση της περιοχής.
- Πραγματοποίηση εκτεταμένης πεζοδρόμησης σε τμήματα της περιοχής με υψηλή συγκέντρωση εμπορικής δραστηριότητας.
- Δημιουργία προϋποθέσεων μετακίνησης, στην ευρύτερη περιοχή της Πατησίων και ιδιαίτερα κατά μήκος του δρόμου, με ποδήλατο (π.χ. ποδηλατόδρομος) .
- Προσπάθεια μείωσης των ρύπων, της όχλησης και της ηχορύπανσης μέσω της ομαλοποίησης της ασυμβατότητας χρήσεων και των κυκλοφοριακών προβλημάτων.
- Μέριμνα για τις ευπαθείς κοινωνικές ομάδες.

Από τα παραπάνω, σημαντικό και άμεσο μέτρο για την υποβοήθηση της ανάπτυξης του λιανικού εμπορίου θα μπορούσε να είναι η πεζοδρόμηση αξόνων που παρουσιάζουν υψηλές συγκεντρώσεις εμπορικής δραστηριότητας. Παρόλα αυτά, αυτοί οι άξονες είναι συνήθως και σημαντικά τμήματα του οδικού δικτύου. Συνεπώς, η πεζοδρόμησή τους καθίσταται δύσκολη και μη συμφέρουσα, αφού θα δημιουργούσε παρακάμψεις και συμφόρηση του υπόλοιπου οδικού δικτύου της περιοχής, με αποτέλεσμα την περεταίρω υποβάθμισή της. Ωστόσο, η μελέτη της χωρικής συσχέτισης των συγκεντρώσεων εμπορίου και των κενών χρήσεων από τα αποτελέσματα της ανάλυσης Kernel Density, φανερώνει εναλλακτικούς δρόμους ικανούς να πεζοδρομηθούν, με σκοπό να γίνει παράλληλα και προώθηση της δημιουργίας εμπορικών καταστημάτων στις κενές χρήσεις αυτών.

Συγκεκριμένα, στις οδούς 3^{ης} Σεπτεμβρίου, σε τμήμα της Καλύμνου και τμήμα της Κυψέλης εντοπίζεται υψηλή συγκέντρωση εμπορικής δραστηριότητας που αφορά στο λιανεμπόριο. Παράλληλα, σε μεγάλα τμήματα των οδών Μοσχονησίων, Αγ. Μελετίου, Αγαθουπόλεως, Καλύμνου, Δροσοπούλου και Αριστοτέλους εντοπίστηκαν αρκετά υψηλές συγκεντρώσεις της κενής χρήσης. Συνδυάζοντας τα παραπάνω και λαμβάνοντας υπόψιν την κεντρικότητα των πρώτων και την δυνατότητα πεζοδρόμησης τμημάτων των δεύτερων, μπορεί να πραγματοποιηθεί κατάλληλος πολεοδομικός σχεδιασμός για την

υλοποίηση του εν λόγω έργου. Η υλοποίηση αυτή θα προωθούσε την εξυγίανση της φήμης της περιοχής, ως ένα κατάλληλο κέντρο υποδοχής των καταναλωτών.

Παράλληλα με την πεζοδρόμηση δύναται να σχεδιαστεί και η δημιουργία ποδηλατοδρόμων τόσο στην κεντρική οδική αρτηρία της περιοχής (Πατησίων), όσο και στο οδικό χωροδικτύωμα εκατέρωθεν αυτής. Αυτό το έργο πέρα από τη γενική αναβάθμιση της μετακίνησης στην περιοχή, θα μπορούσε να προσελκύσει πολλούς καταναλωτές που θα επιλέξουν να κάνουν βόλτα σε αυτήν και εν τέλει να ψωνίσουν από κάποιο κατάστημα.

Τέλος, μία ιδέα δύσκολη στην υλοποίηση αλλά με πολλές προοπτικές πολύπλευρης βελτίωσης της περιοχής, είναι η αποσυμφόρηση του οδικού δικτύου και η απελευθέρωση χώρων για πλατείες και επεκτάσεις πεζοδρομίων μέσω της υπογειοποίησης των παράπλευρων κεντρικών οδών της Πατησίων, όπως είναι η 3^{ης} Σεπτεμβρίου. Τότε η πεζοδρόμηση της 3^{ης} Σεπτεμβρίου θα οδηγούσε στη δημιουργία μίας εμπορικής εστίας παρόμοιας της Ερμού.

5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Στα πλαίσια αυτής της διπλωματικής εργασίας έγινε προσπάθεια για την ευρύτερη κατανόηση μίας συγκεκριμένης περιοχής σχετικά με την εμπορική δραστηριότητα και την αλληλεπίδραση αυτής με κάποιες βασικές χρήσεις γης στον ίδιο γεωγραφικό χώρο. Σκοπός ήταν να βρεθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν το λιανικό εμπόριο σε μία περιοχή, ο τρόπος με τον οποίο διαμορφώνουν την εξέλιξή του, να μελετηθεί η υπάρχουσα ανάπτυξή του στο χώρο και να εξαχθούν συμπεράσματα για τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να αναδιαρθρωθεί στα πλαίσια εξυγίανσης, κατόπιν της οικονομικής ύφεσης που έχει πλήξει γενικότερα τη χώρα. Ως ένα βαθμό αυτό επιτεύχθηκε με τους εξής τρόπους:

- Επιλογή κατάλληλης και αντιπροσωπευτικής περιοχής μελέτης (μεσοαστική περιοχή που να είναι εμφανή και έντονα τα σημάδια των οικονομικών και κοινωνικών αλλαγών που συντελέστηκαν στην Ελλάδα το προηγούμενο χρονικό διάστημα, όντας παράλληλα στο κέντρο του πληθυσμιακά πιο συμπυκνωμένου αστικού κέντρου της χώρας).
- Επιλογή κατάλληλης κατηγοριοποίησης των χρήσεων γης, οι οποίες δύναται να φανερώσουν όλους του παράγοντες που επηρεάζουν το λιανικό εμπόριο. Για παράδειγμα, η συγκέντρωση των κατοικιών σε μία γειτονιά μπορεί να δημιουργήσει πόλους εμπορικής δραστηριότητας για ικανοποίηση των βασικών αναγκών των νοικοκυριών (π.χ. πώληση ψιλικών, πώληση καθαριστικών ειδών και άλλων οικιακών βοηθημάτων κ.λπ.), ενώ η συγκέντρωση εκπαιδευτικών κέντρων προκαλεί την ανάπτυξη εμπορικής δραστηριότητας με τη μορφή βιβλιοπωλείων. Συνεπώς, οι επιλογές των χρήσεων που αναλύονται κάθε φορά δίνει συγκεκριμένες πληροφορίες για την αξιολόγηση της εμπορικής δραστηριότητας.
- Επιλογή κατάλληλου λογισμικού το οποίο προσφέρει όλες τις απαραίτητες δυνατότητες για την απεικόνιση και την ανάλυση των δεδομένων. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, γίνεται η χρήση του λογισμικού AutoCad για απεικόνιση όλων των χρήσεων και του Γεωπληροφοριακού Συστήματος ArcGIS για τη

λεπτομερή καταγραφή της χρήσης του λιανικού εμπορίου, την συνδυαστική απεικόνιση όλων των χρήσεων και την εφαρμογή των μαθηματικών εργαλείων που επιτάσσει η μελέτη.

- Επιλογή των κατάλληλων μαθηματικών μεθόδων για τη διενέργεια της ανάλυσης πάνω στα ψηφιακά δεδομένα του Γ.Π.Σ.
- Ερμηνεία των αποτελεσμάτων και δημιουργία λογικής σύνδεσης τόσο με την υφιστάμενη οικονομική κατάσταση της χώρας, όσο και με την οικονομική κατάσταση της συγκεκριμένης περιοχής.

Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της μελέτης ακολούθησε την παραπάνω διάρθρωση και ως ένα βαθμό κρίθηκε ικανοποιητική. Ωστόσο, υπάρχουν αρκετά περιθώρια βελτίωσης, ώστε, με εφιαλτήριο την υφιστάμενη διπλωματική εργασία, να ολοκληρωθεί μία σειρά μελετών σχετικά με την ανάδειξη πάγιων χωρικών προτύπων μιας μεσοαστικής περιοχής και να εξαχθούν και γενικότερα και πιο διαχρονικά συμπεράσματα.

Καταρχάς, όσον αφορά την επιλογή της περιοχής, αυτή θα μπορούσε να επεκταθεί και σε άλλες παρόμοιες περιοχές ώστε να καθίσταται δυνατή η άμεση σύγκριση των εξαγόμενων αποτελεσμάτων. Παρόλο, που η μελέτη μίας περιορισμένης κεντρικής και αντιπροσωπευτικής περιοχής για την εξαγωγή συμπερασμάτων για το σύνολο των μεσοαστικών περιοχών είναι μία θεμιτή και χρήσιμη τακτική, έχει ως βασικό μειονέκτημα ότι στερείται της δυνατότητας για επαλήθευση αυτών. Συνεπώς, κρίνεται χρήσιμη και η μελέτη άλλων περιοχών με παρόμοια χαρακτηριστικά, όπως άλλωστε έχει ήδη γίνει σε κάποιες περιπτώσεις ([4], [6], [10] και [12]). Επίσης, αξίζει να γίνει μία προσπάθεια πραγματοποίησης μίας παρόμοιας προσέγγισης σε κάποιες χώρες και πόλεις του εξωτερικού, οι οποίες να διαθέτουν τα ίδια γνωρίσματα με αυτά του ευρύτερου πλαισίου της περιοχής μελέτης. Με αυτό τον τρόπο, θα είμασταν σε θέση να συγκρίνουμε τα αποτελέσματα έχοντας μία πιο ευρεία βάση, να εξαγάγουμε πιο ασφαλή συμπεράσματα και να προβούμε σε πιο έγκυρες προτάσεις αναδιάρθρωσης της χρήσης γης που μας ενδιαφέρει. Παράλληλα, θα ήταν χρήσιμη η δημιουργία μίας ενιαίας βάσης δεδομένων, από την οποία θα ήταν δυνατόν να αντληθούν όσες πληροφορίες χρειάζονται για την

μελέτη κάθε περίπτωσης, προσφέροντας μία πηγή με πληροφορίες που θα περιέχουν και χωρικό και χρονικό αποτύπωμα.

Η επιλογή των πιο βασικών χρήσεων γης που θα πλαισιώσουν την έρευνα για τη βασική χρήση, στην περίπτωση μας το λιανικό εμπόριο, έγινε με βάση μία ουσιαστική θεώρηση των μεταξύ τους αλληλεπιδράσεων. Ωστόσο, σε δεύτερο επίπεδο θα ήταν χρήσιμο, σε μία μελλοντική μελέτη, να προστεθούν και άλλες μεταβλητές, ώστε να μετρηθούν και να αναλυθούν περαιτέρω αλληλεπιδράσεις με τη βασική χρήση του λιανικού εμπορίου. Για παράδειγμα, θα είχε αρκετό ενδιαφέρον να προστεθεί στη μελέτη η μέση τιμή των ενοικίων. Τα σημεία των ενοικιαζόμενων κατοικιών στην περιοχή μελέτης δίνουν μία πληροφορία για το είδος των καταναλωτών, οι οποίοι παρουσιάζουν διαφορετικές συμπεριφορές και ανάγκες από τα άτομα που ασκούν ιδιοκατοίκηση. Συνεπώς, γύρω από μία περιοχή με υψηλό βαθμό συγκέντρωσης ενοικιαζόμενων κατοικιών, αναπτύσσεται εμπορική δραστηριότητα που αρμόζει στην ικανοποίηση των αναγκών των ενοικιαστών. Παράλληλα, η ρύθμιση των τιμών των ενοικίων από του ιδιοκτήτες διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο για την διαμόρφωση της καταναλωτικής βάσης της περιοχής και συνεπακόλουθα επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την διάρθρωση του λιανικού εμπορίου.

Για την υλοποίηση του αντικειμενικού σκοπού της εργασίας επιστρατεύτηκαν, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, ορισμένα μαθηματικά εργαλεία, τα οποία εφαρμόστηκαν πάνω στα μορφοποιημένα δεδομένα για την παραγωγή αποτελεσμάτων. Τα μαθηματικά εργαλεία αφορούν σε κάποιους δείκτες και κάποιες μαθηματικές μεθόδους, η επιλογή των οποίων αφορούσε στη δυνατότητα που δίνουν για καλή ερμηνεία των απεικονιζόμενων σε χάρτη GIS δεδομένων. Αυτά ήταν:

- Χωρικός Μέσος
- Τυπική απόσταση
- Ανάλυση Εγγύτερου Γείτονα (Average Nearest Neighbor)
- Ανάλυση Πυκνότητας Πυρήνα (Kernel Density)

Το επίπεδο ανάλυσης που προσφέρουν τα παραπάνω μαθηματικά εργαλεία αφορά στην μελέτη των χωρικών ιδιοτήτων των δεδομένων που έχουν αποτυπωθεί στον χάρτη του ArcGIS. Ο χωρικός μέσος προσφέρει μία αρκετά καλή εικόνα για την κεντρικότητα της διασποράς των δεδομένων σε σχέση με τα όρια της περιοχής μελέτης. Η τυπική απόσταση αποτυπώνει τη διασπορά των δεδομένων σε σχέση με τον χωρικό τους μέσο. Οι εν λόγω δύο αναλύσεις αφορούν στην αποτύπωση της συσχέτισης των δεδομένων με χωρικά πρότυπα (π.χ. «ομαδοποιημένο» ή «δισπαρμένο») και προσδίδουν πληροφορία για τις χωρικές ιδιότητες των δεδομένων σε σχέση με την περιοχή μελέτης.

Τα εν λόγω μαθηματικά εργαλεία μπορεί να μας έδωσαν αρκετή πληροφόρηση για τις χωρικές ιδιότητες των σημείων που αφορούν στο λιανικό εμπόριο της περιοχής αλλά και των άλλων χρήσεων γης, η οποία στερείται ωστόσο τον σημαντικό παράγοντα του χρόνου. Η μελέτη αφορούσε σε χρονικά στατική εφαρμογή όλων των μεθόδων. Η αποτύπωση και η μελέτη των αποτελεσμάτων δύναται να δώσει πληροφορίες που αφορούν το παρόν. Παρόλα αυτά, για την εξαγωγή συμπερασμάτων για την εξέλιξη του λιανικού εμπορίου της περιοχής και για να υπάρξει η δυνατότητα να προταθούν λύσεις αναδιάρθρωσης του λιανικού εμπορίου, στο πλαίσιο της γενικότερης προσπάθειας οικονομικής εξυγίανσης της εμπορικής δραστηριότητας της περιοχής, θα πρέπει να γίνει ανάλυση σύμφωνα με τα ίδια μαθηματικά εργαλεία και σε άλλες παλαιότερες περιόδους. Εναλλακτικά, καθώς μπορεί να μην υπάρχει η δυνατότητα να μελετηθούν χρονικά παλαιότερες περίοδοι λόγω έλλειψης δεδομένων, κρίνεται χρήσιμη η επανάληψη της ίδιας μελέτης στην ίδια περιοχή σε μεταγενέστερες χρονικές περιόδους. Η μελέτη, κατόπιν, των αποτελεσμάτων θα μπορούσε να αποτυπώσει μία δυναμική εικόνα της εξέλιξης και της αλληλεπίδρασης του λιανικού εμπορίου με άλλους παράγοντες στην συγκεκριμένη περιοχή. Στη περίπτωση αυτή της διπλωματικής εργασίας, η μελέτη των αποτελεσμάτων των μαθηματικών εργαλείων που χρησιμοποιήθηκαν συσχετίστηκε με γνώσεις που έχουμε, μέσω βιβλιογραφίας, για τις προγενέστερες περιόδους, ώστε να μπορεί να γίνει μία σύγκριση του λιανικού εμπορίου την περίοδο πριν την οικονομική ύφεση, στην διάρκεια αυτής και σήμερα.

Παρατηρούμε ότι το λιανικό εμπόριο στην περιοχή μελέτης παρουσιάζει μία συμπεριφορά η οποία μπορεί να αναχθεί σαν πρότυπο για παρόμοιες συμπεριφορές σε άλλες

παρόμοιες περιοχές. Συγκεκριμένα, η περιοχή μελέτης παρουσιάζει όλα τα γνωρίσματα τα οποία την προσδιορίζουν ως μεσοαστική περιοχή. Η μελέτη των χρήσεων γης στην περιοχή αναδεικνύει μία συγκεκριμένη διασπορά των σημείων του λιανικού εμπορίου στον χάρτη. Το χωρικό πρότυπο που εξάγεται σύμφωνα με τις αναλύσεις και του οποίου τα χαρακτηριστικά περιγράφησαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, μπορεί να αναγνωρισθεί και σε άλλες περιοχές του κέντρου της Αθήνας. Σύμφωνα με τις πληροφορίες που συλλέχθηκαν από συζήτηση με εμπόρους της περιοχής, κατά την φάση καταγραφής των δεδομένων, καθώς και κατόπιν μελέτης προηγούμενων εργασιών με παρόμοια θεματολογία που αφορούν άλλες περιοχές της Ελλάδας, εξήχθησαν κάποια γενικά συμπεράσματα για την εξέλιξη του λιανικού εμπορίου στα χρόνια της οικονομικής ύφεσης.

Το λιανικό εμπόριο που αναπτύσσεται περιμετρικά της οδού Πατησίων (χαρακτηριστικό παράδειγμα μεσοαστικής περιοχής) είχε, ακόμα και πριν το 2010, ακολουθήσει φθίνουσα πορεία. Οι λόγοι για αυτή την φθορά του εμπορίου της περιοχής συνίσταται στους ίδιους λόγους υποβάθμισής της, οι οποίοι έχουν αναφερθεί ανωτέρω. Η περιοχή «της Πατησίων», στα χρόνια της οικονομικής κρίσης, δέχθηκε περαιτέρω υποβάθμιση, με το πληθυσμιακό ισοζύγιο, που χαρακτηρίζει την περιοχή ως μεσοαστική, να διαταράσσεται. Χαρακτηριστικά, η συρροή πολλών μεταναστών και κατοίκων με πολλές οικονομικές δυσκολίες, λόγω των χαμηλών ενοικίων της περιοχής, οδηγεί στην οικονομική υποβάθμιση της καταναλωτικής βάσης, γεγονός που οδηγεί στην παρακμή ή αναγκαστική αναδιάρθρωση του λιανικού εμπορίου. Οι συγκεντρώσεις των καταστημάτων του λιανικού εμπορίου και ο χαρακτηρισμός ως ομαδοποιημένες, διεσπαρμένες ή τυχαίες ακολούθησε πολλά στάδια και ακολουθούσε τις εξελίξεις σε κοινωνικό και οικονομικό τομέα. Οι ιδιότητες των χωρικών προτύπων που εμφανίζονται στην περιοχή παραμένουν σχετικά σταθερές ως προς την διάρθρωσή τους, απλά αλλάζουν εσωτερικά της περιοχής μελέτης οι μεταβλητές που το προσδιορίζουν.

Εν γένει, λοιπόν, κατόπιν της έρευνας που έγινε και των πληροφοριών που συλλέχθηκαν, συμπεραίνουμε ότι, τα χωρικά πρότυπα σε μία μεσοαστική περιοχή εμπεριέχουν τις παρακάτω ιδιότητες:

- Μεγάλη ποικιλομορφία χρήσεων εμφανίζεται στις χωρικές ενότητες στις οποίες παρατηρείται υψηλή διασπορά χρήσεων λιανικού εμπορίου. Σε αντιστοιχία ο

χαρακτηρισμός της διασποράς ως μεσαία και χαμηλή έχει αντίκτυπο στην μείωση της ποικιλομορφίας των χρήσεων.

- Ο βαθμός συγκέντρωσης τόσο της συνολικής χρήσης λιανικού εμπορίου όσο και των επιμέρους βασικών εμπορικών χρήσεων δεν φαίνεται να συνδέεται με το χωρικό πρότυπο. Αντίθετα, όπως αναφέρθηκε, η διασπορά των χρήσεων αυτών φαίνεται να επηρεάζει το πρότυπο.
- Η διασπορά της χρήσης του λιανικού εμπορίου φαίνεται να συνδέεται με τον αριθμό των διαφορετικών υποκατηγοριών εμπορικών χρήσεων που εμφανίζονται στην περιοχή μελέτης. Όσο περισσότερες υποκατηγορίες εμπορικών χρήσεων εμφανίζονται, τόσο μεγαλύτερη διασπορά εμφανίζουν στο χώρο.
- Ο χαρακτηρισμός ενός χωρικού προτύπου ως ομαδοποιημένο σχετίζεται άμεσα με την εμφάνιση υψηλών συγκεντρώσεων των χρήσεων στις οποίες αναφέρεται.

Οι παραπάνω ιδιότητες των χωρικών προτύπων παρουσιάζουν μία διαχρονικότητα η οποία φαίνεται να διατηρήθηκε, τουλάχιστον, στα χρόνια της οικονομικής ύφεσης. Μπορεί στο πέρασμα των χρόνων να σημειώθηκαν αλλαγές στις συγκεντρώσεις των χρήσεων καθώς και στην διασπορά τους σε βάθος χρόνου, ωστόσο τα χωρικά πρότυπα διατηρήθηκαν ως ένα βαθμό. Παρόλα αυτά, το συμπέρασμα αυτό αποτελεί πιο πολύ το προϊόν από τον συγκερασμό των πληροφοριών από προηγούμενες εργασίες (αναφέρονται στην βιβλιογραφία – ενδεικτικά [4], [6], [10], [12]), σε διαφορετικές περιοχές, οι οποίες όμως σε γενικές γραμμές έχουν τα γνωρίσματα που προσδιορίζουν μία μεσοαστική περιοχή. Έτι μία φορά, λοιπόν, εξάγεται το συμπέρασμα ότι μία βασική εξέλιξη στην υφιστάμενη διπλωματική εργασία θα ήταν η μελέτη της ίδιας περιοχής (ή επιλογή παρόμοιων περιοχών) σε διαφορετικά χρονικά στιγμιότυπα, ώστε να μπορέσουν να εξαχθούν ακλόνητα συμπεράσματα για την εξέλιξη των χωρικών προτύπων σε μία περιοχή μελέτης.

Εν κατακλείδι, η προσπάθεια που έγινε στα πλαίσια αυτής της διπλωματικής εργασίας, αφορά στη μελέτη του λιανικού εμπορίου μίας γεωγραφικής περιοχής και την εξαγωγή συμπερασμάτων ειδικών και γενικών, σχετικά με τον σχηματισμό χωρικών προτύπων σε μία πρότυπη μεσοαστική περιοχή. Η ανάλυση αυτών δύναται να μας φανερώσει τρόπους αναδιάρθρωσής του, θέτοντας την βάση για περαιτέρω έρευνα. Η πραγματοποίηση μίας

όμοιας μελέτης στην ίδια περιοχή σε άλλες χρονικές στιγμές ή μίας μελέτης σε άλλες παρόμοιες περιοχές, είναι κάποιες παραλλαγές για εμπλουτισμό και παγίωση των αποτελεσμάτων που έδωσε η υφιστάμενη μελέτη. Η χρήση των συμπερασμάτων που παρήχθησαν, μπορεί να αποτελέσει τη βάση για μία γενικότερη αναδιάρθρωση του λιανικού εμπορίου στη χώρα, σε μεσοαστικές περιοχές οι οποίες παρουσιάζουν τα ίδια γνωρίσματα, επιφέροντας αλλαγές σε ένα πυλώνα της ελληνικής οικονομίας που υπέστη σοβαρά πλήγματα από την επέλαση της οικονομικής κρίσης του προηγούμενου χρονικού διαστήματος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

[1] 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

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

[3] 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.

[4] 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

[5] Βασιλείου Θεοδώρα, (2012). Χώρο-χρονικά πρότυπα μετακινήσεων σε αστικές περιοχές. Προσδιορισμός ενός αναλυτικού μεθοδολογικού πλαισίου σε περιβάλλον GIS. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας - πολυτεχνική σχολή, Τμήμα μηχανικών χωροταξίας πολεοδομίας & περιφερειακής ανάπτυξης.

[6] 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

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

[8] Γιαννίας Γ Νικόλαος, (2013). Χωροχρονική Ανάλυση προτύπων Εμπορικών Δραστηριοτήτων σε περιβάλλον GIS: Η περίπτωση της πόλης της Καρδίτσας. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Δ.Π.Μ.Σ Γεωπληροφορικής.

[9] 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

[10] Γκιθώνα, Σ. (2013). Οι Μεταλλαγές Του Λιανικού Εμπορίου Σε Εμπορικούς Πόλους Της Αθήνας. Επιπτώσεις Στην Οργάνωση Του Χώρου. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών Δ.Π.Μ.Σ. Αρχιτεκτονική & Σχεδιασμός Του Χώρου Κατεύθυνσή: Πολεοδομία - Χωροταξία.

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

[12] Γραμμένου Κρυστάλλω, (2012). Χώρο - χρονική ανάλυση προτύπων λιανικού εμπορίου σε περιβάλλον GIS: Η περίπτωση της πόλης της Θεσσαλονίκης. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας - Πολυτεχνική σχολή, Τμήμα μηχανικών χωροταξίας πολεοδομίας & περιφερειακής ανάπτυξης.

[13] Γρυμπογιάννη Αικατερίνη, (2012). Από τα παραδοσιακά εμπορικά κέντρα στα Open Mall. Η περίπτωση του δήμου Κηφισιάς. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο Σχολή Αγρονόμων Και Τοπογράφων Μηχανικών, Τομέας Γεωγραφίας Και Περιφερειακού Σχεδιασμού.

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

[15] 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

[16] 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

[17] 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

[18] 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

[19] 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

[20] 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

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

[22] Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (2015). Μελέτη Προετοιμασίας και Εκπόνησης Σεναρίων Επιχειρηματικών Διαδρομών & Σχεδιασμού και Ανάλυσης για την Ανάδειξη 6 Επιχειρηματικών Διαδρομών στο Δήμο Αθηναίων. Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου.

[23] Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών της ΕΣΣΕ (2013). Η Εξέλιξη των Τιμών στο Λιανικό Εμπόριο. Έρευνα, Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου. Αθήνα, Απρίλιος 2013

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

[25] 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

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

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

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

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

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

[31] 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

[32] 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.

[33] 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

[34] 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 II: Πολεοδομία-Χωροταξία

[35] 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

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

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

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

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

Ιστοσελίδες

[40] https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2014_en.pdf

[41] www.wto.org

[42] https://en.wikipedia.org/wiki/Demography_of_the_Roman_Empire

[43] Bentley and Ziegler, Traditions and Encounters a global Perspective on the Past, McGraw-Hill,, 2003

[44] <https://el.wikipedia.org/wiki/Franchising>

[45] <https://wwd.com/fashion-news/fashion-scoops/moncler-store-milan-galleria-1202916568/>

[46] http://www.thaismile.jp/FotoGallary/ThaiPics/e_ThaiPhoto_Terminal21.html

[47] http://www.temek.gr/myportfolio/athens_metro_mall/

[48] <file:///D:/tmhma-a-sxediasmos-k-ylopoihs-epix-diadromon.pdf>

[49] <https://teachingthepast.wordpress.com/2011/01/12/η-ερώτηση-της-εβδομάδας-αρχαία-ιστορί-4>

[50] www.ypervasinews.gr/news/2016/06/09/πατησιων-ιστορικη-αναδρομη/

[51] <https://www.insider.gr/epiheiriseis/real-estate/51559/allazei-o-hartis-toy-lianemporioy-poso-noikiazontai-ta-katastimata>

[52] <http://www.kathimerini.gr/407981/article/epikairothta/ellada/megalh-h-allagh-sthn-agera-ths-odoy-pathsiwn>

[53] <https://www.cnn.gr/oikonomia/story/107832/elstat-789-975-ellinikes-epixeiriseis-me-tziro-236-2-dis-eyro-to-2015>

[54] <https://www.komep.gr/2016-teyxos-2/o-klados-toy-emporioy-thn-periodo-2001-2015>

[55] https://www.citybranding.gr/2015/12/blog-post_7.html

[56] https://www.typosthes.gr/oikonomia/152912_esee-taseis-statheropoiisis-gia-lianiko-emporio-stin-ellada

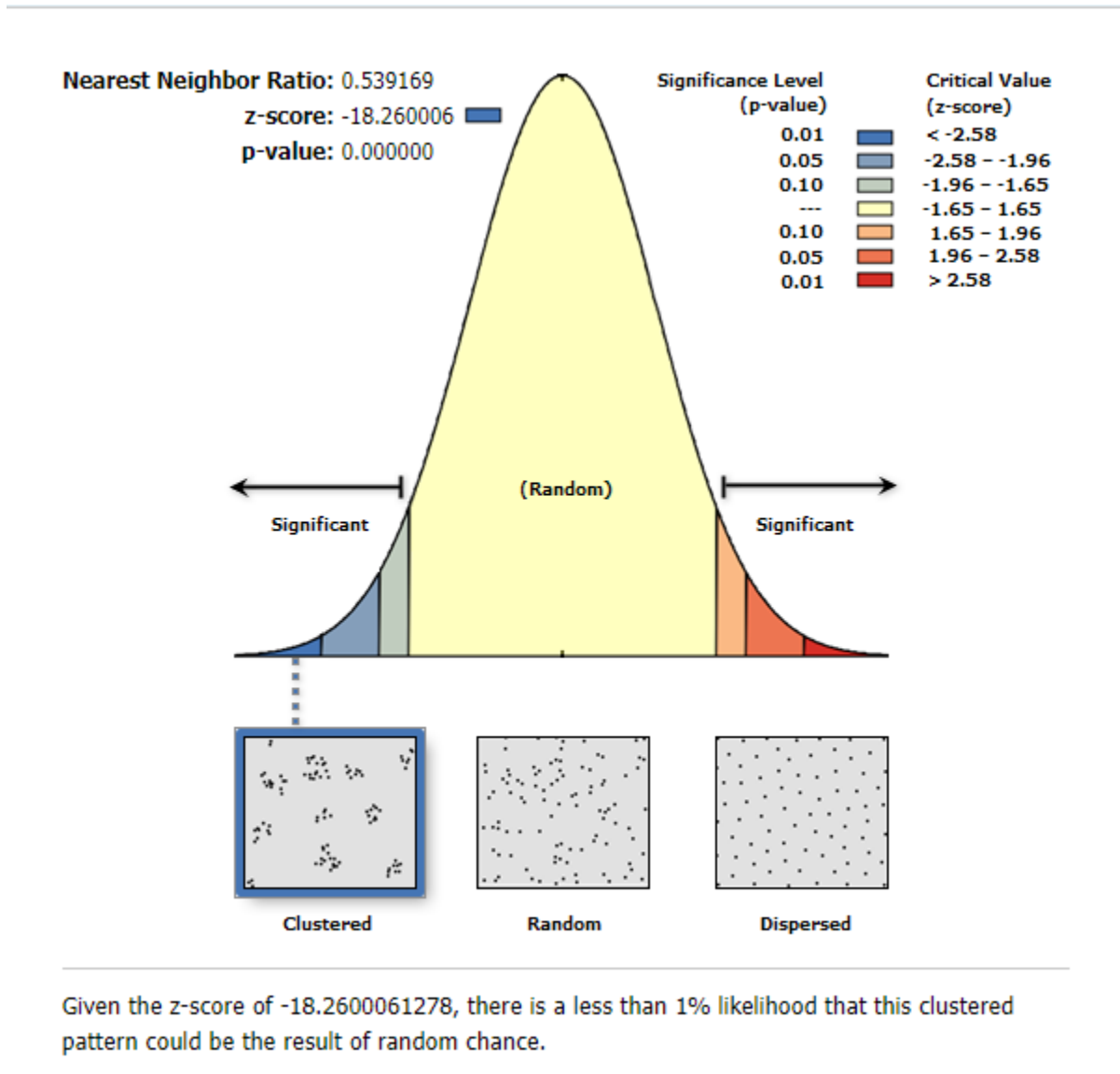
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

[57] Kotler, P. and Keller, K. (2006) Marketing Management. 12th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.

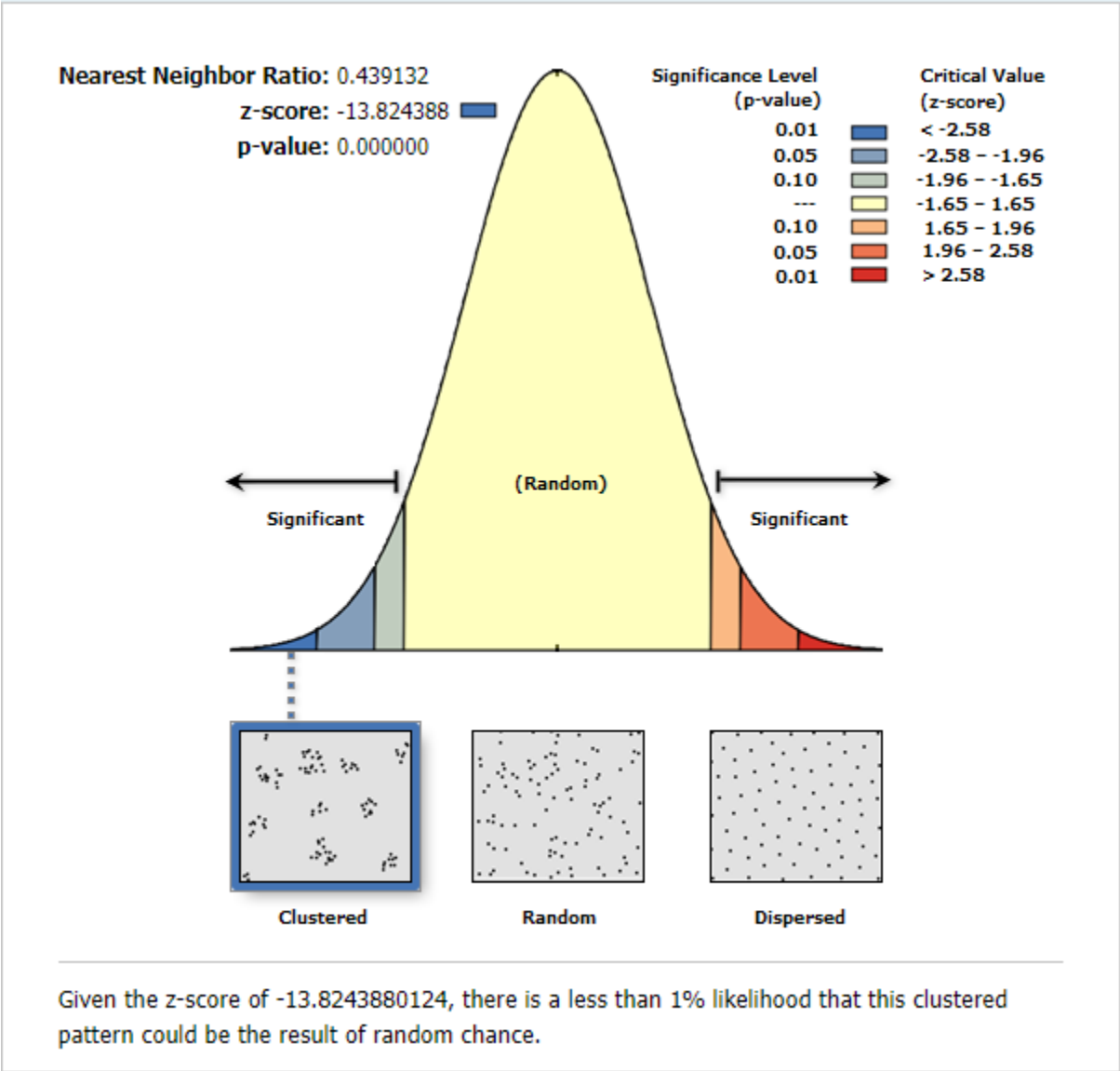
[58] A. Sevtsuk (2010), "Path and Place: A Study of Urban Geometry and Retail Activity in Cambridge and Somerville, MA", PhD dissertation in Urban Design and Planning, Massachusetts Institute of Technology

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

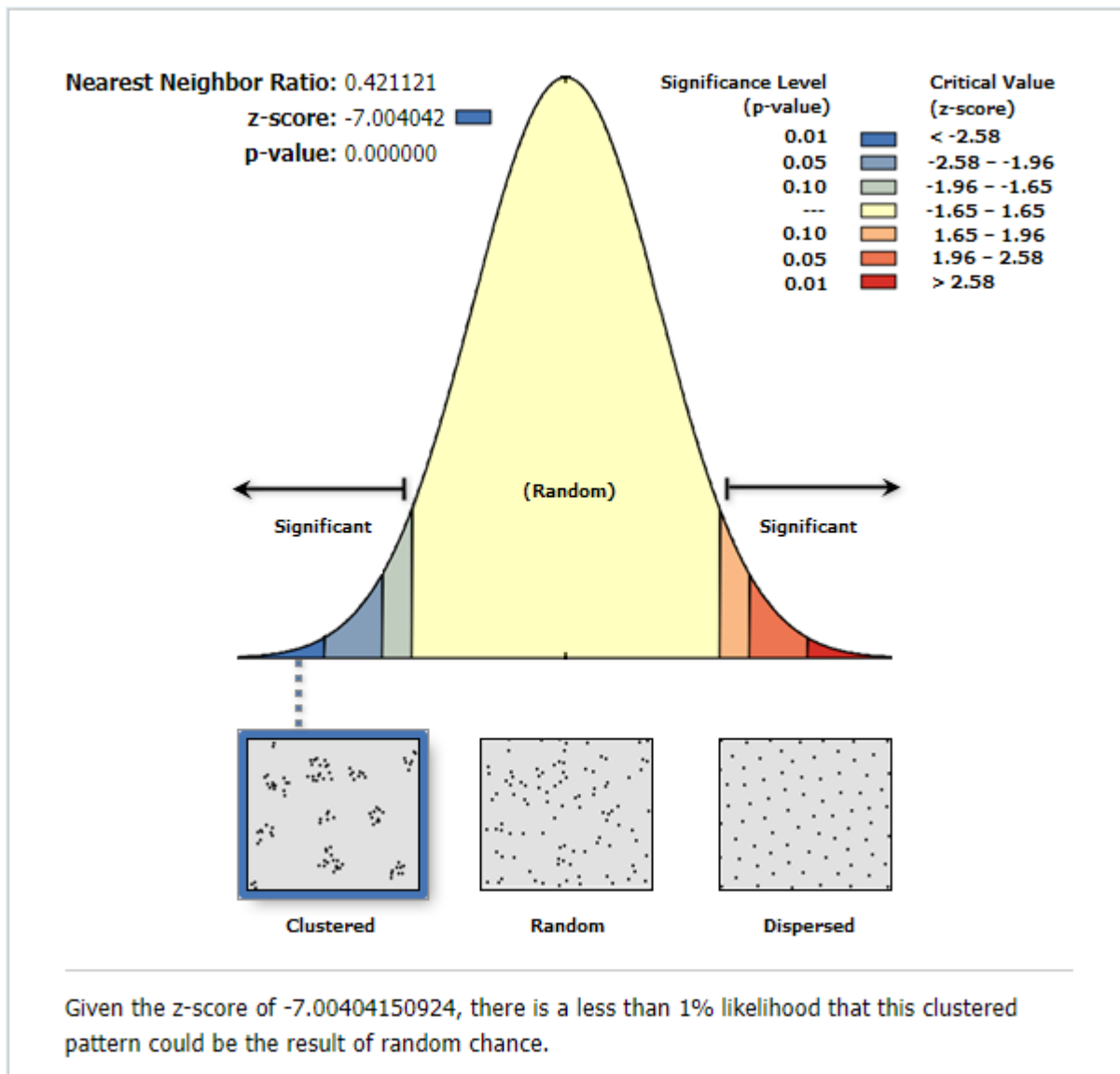
Απεικονίσεις Πληροφοριών Ανάλυσης Εγγύτερου Γείτονα ανά Χρήση



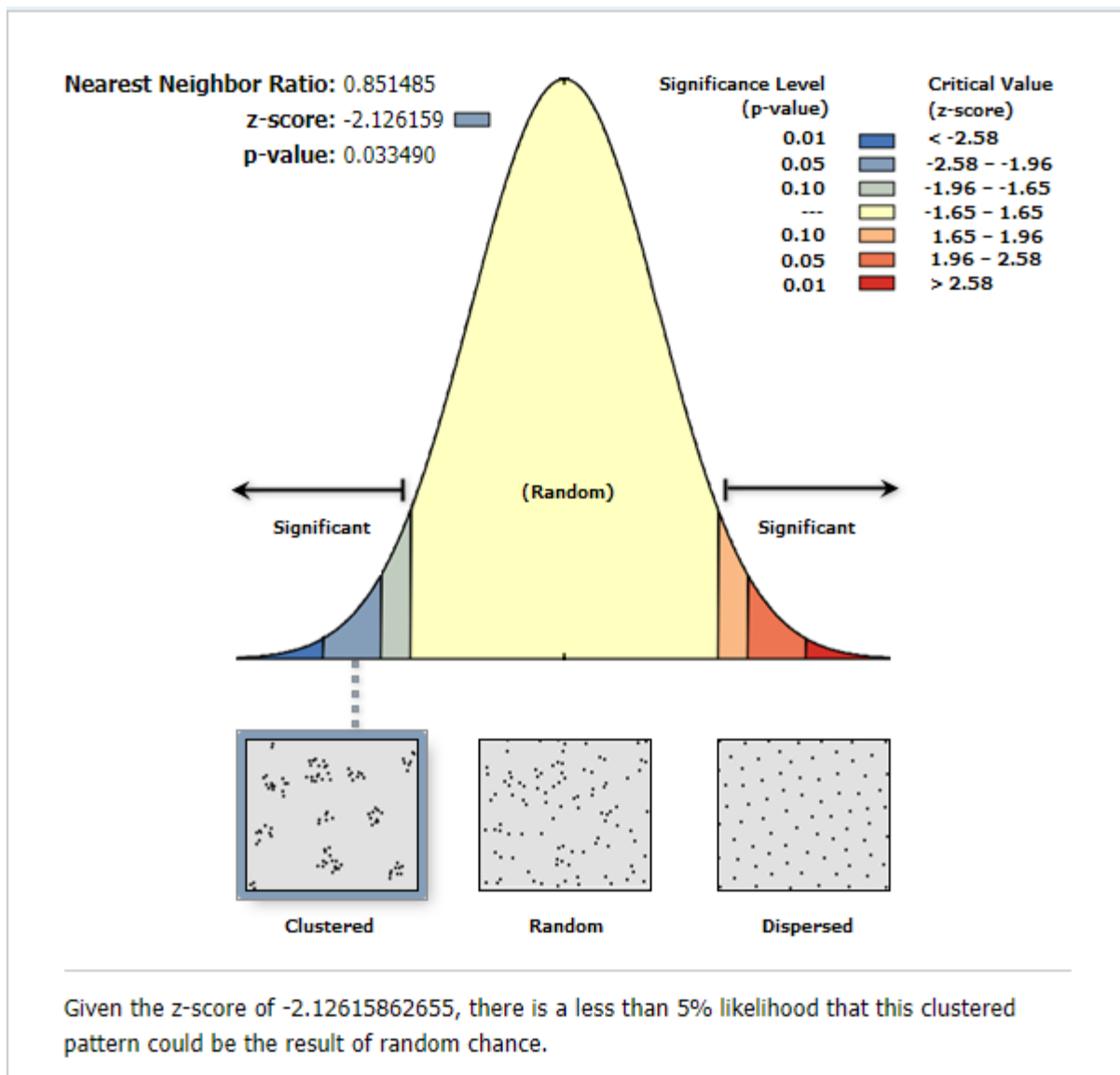
Εικόνα 72: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Λιανικό Εμπόριο



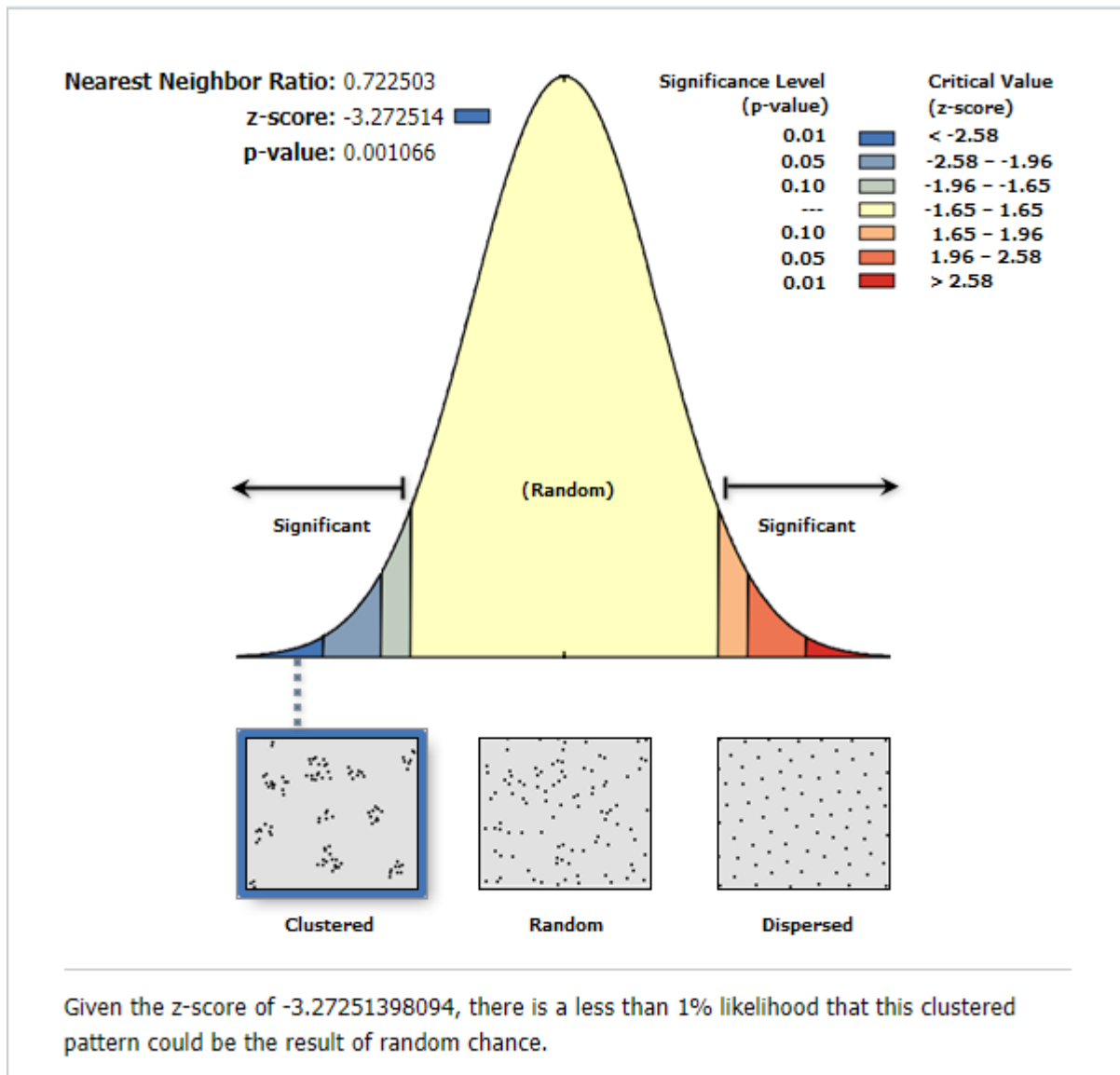
Εικόνα 73: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Ένδυση



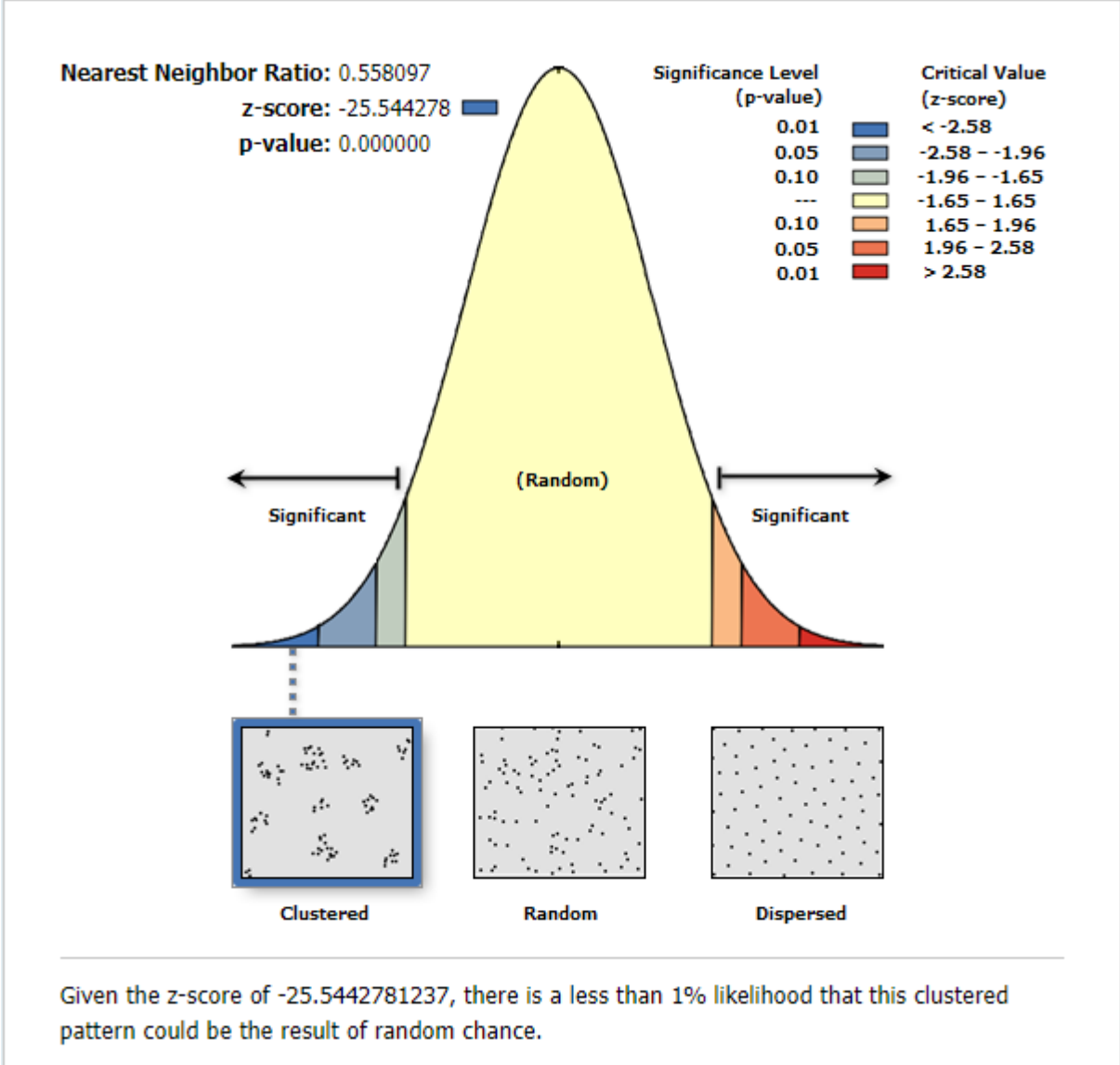
Εικόνα 74: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Υπόδηση



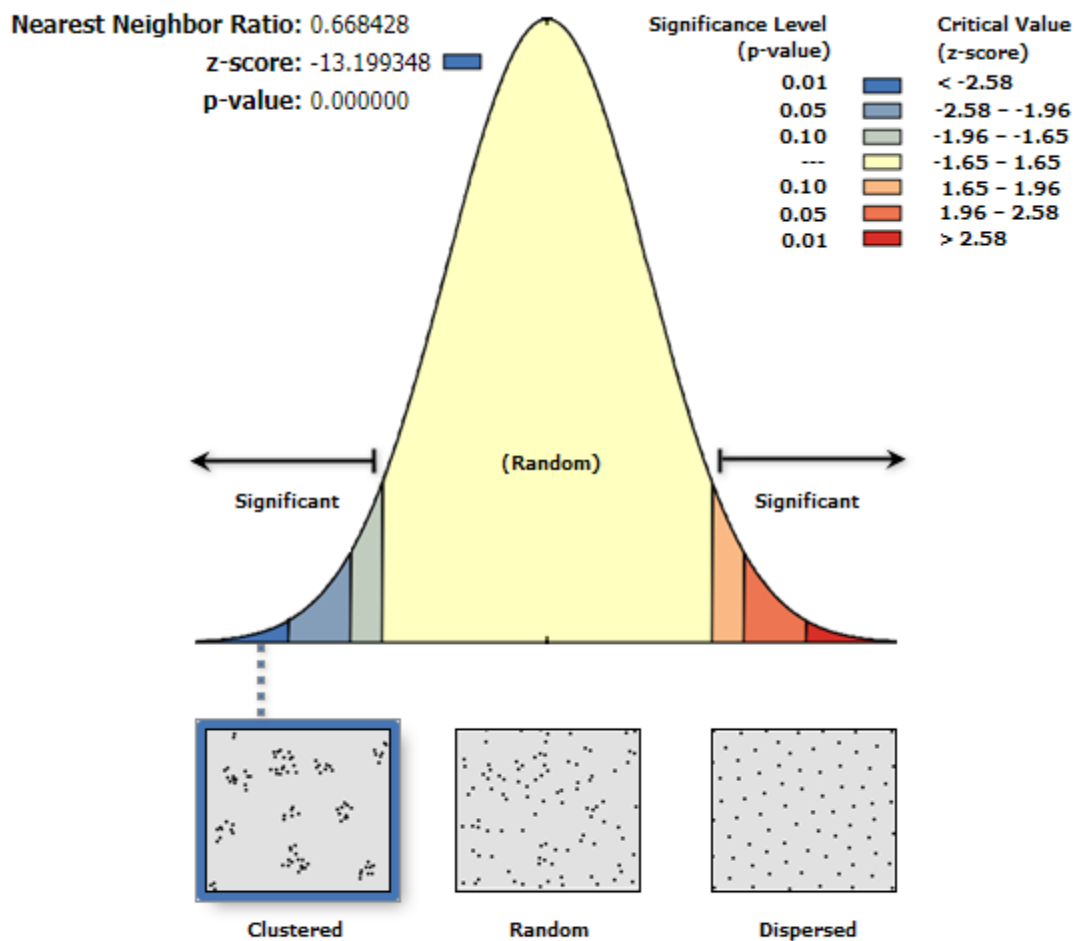
Εικόνα 75: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Τρόφιμα



Εικόνα 76: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Οικιακός Εξοπλισμός

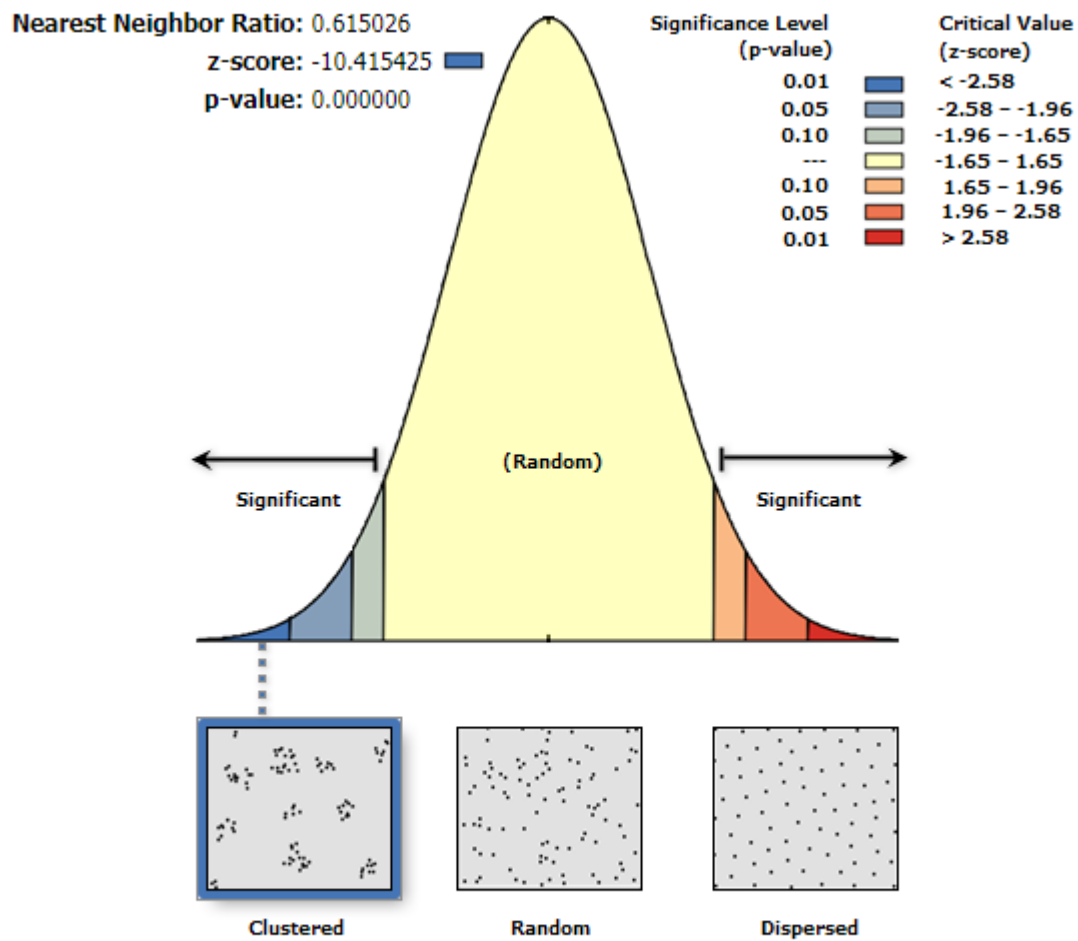


Εικόνα 77: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Κατοικίες



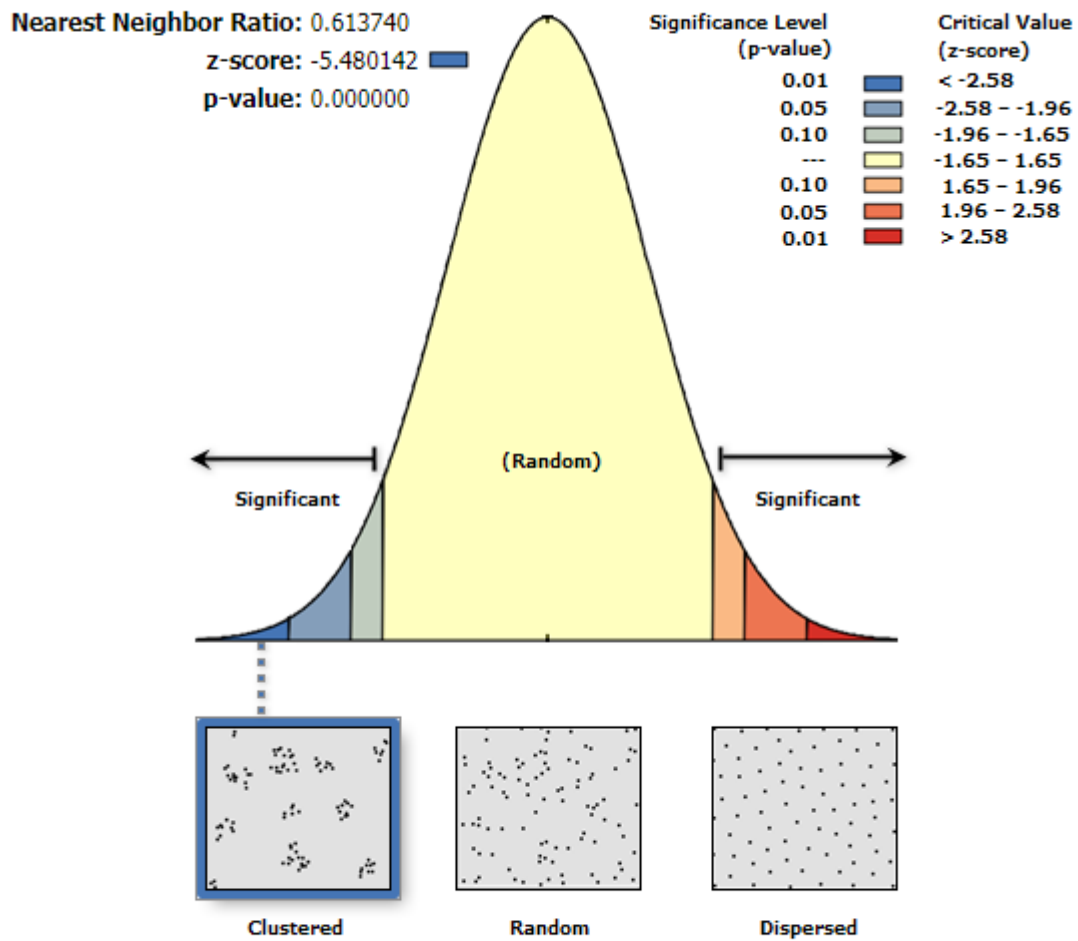
Given the z-score of -13.1993478495, there is a less than 1% likelihood that this clustered pattern could be the result of random chance.

Εικόνα 78: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Υπηρεσίες



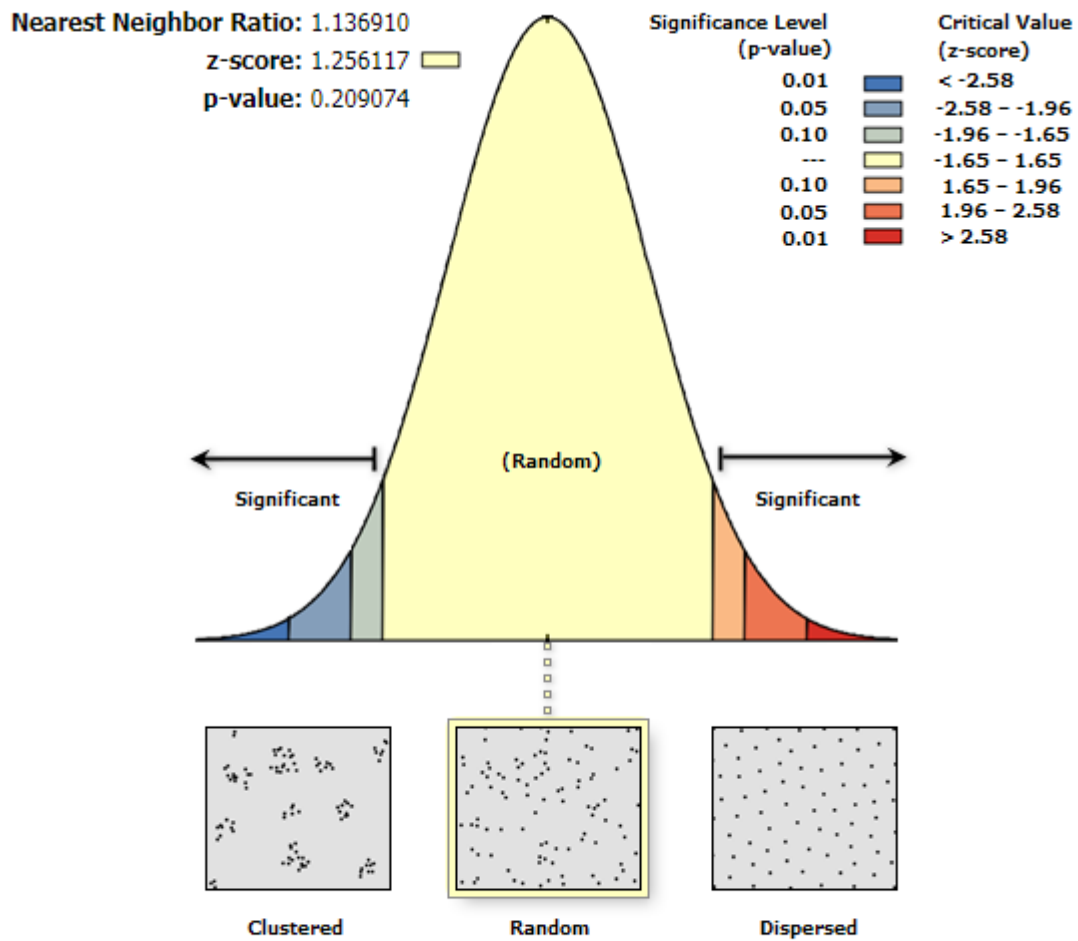
Given the z-score of -10.4154251331, there is a less than 1% likelihood that this clustered pattern could be the result of random chance.

Εικόνα 79: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Πολιτισμός



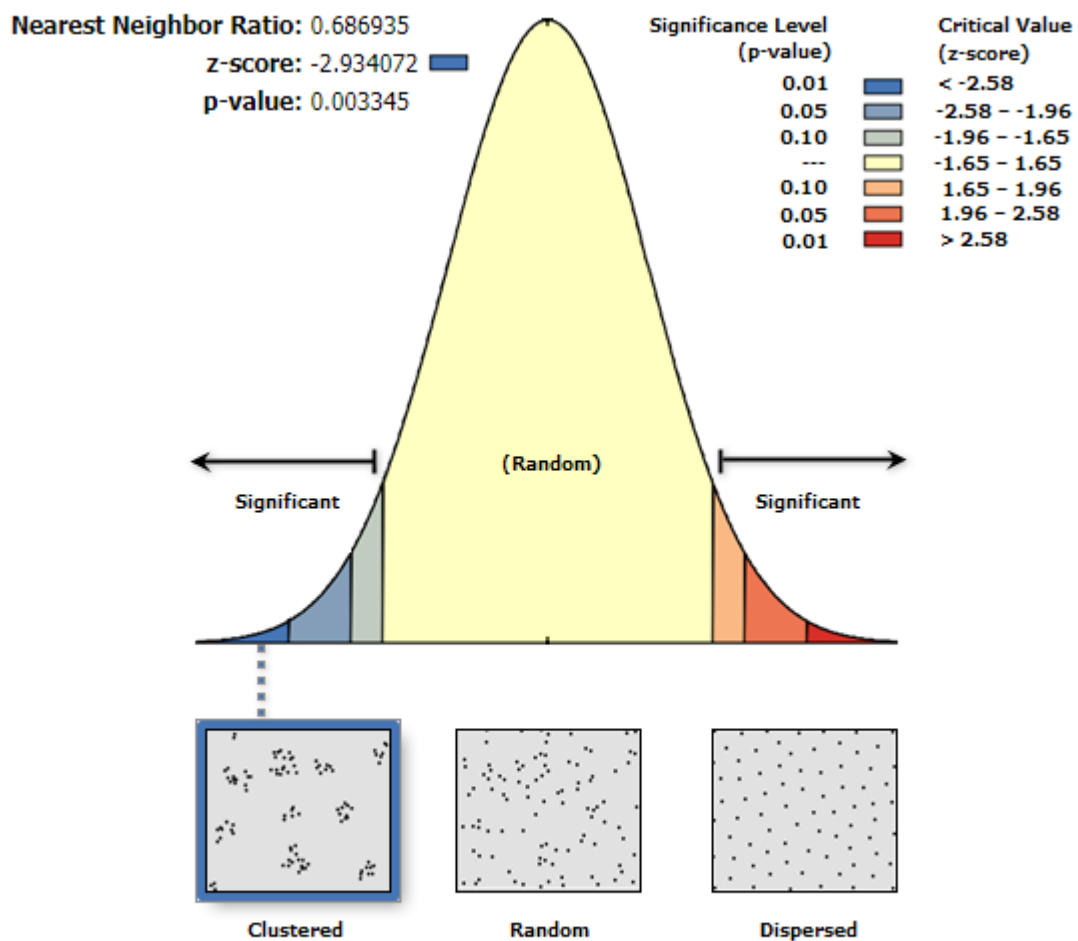
Given the z-score of -5.48014153588, there is a less than 1% likelihood that this clustered pattern could be the result of random chance.

Εικόνα 80: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Εκπαίδευση



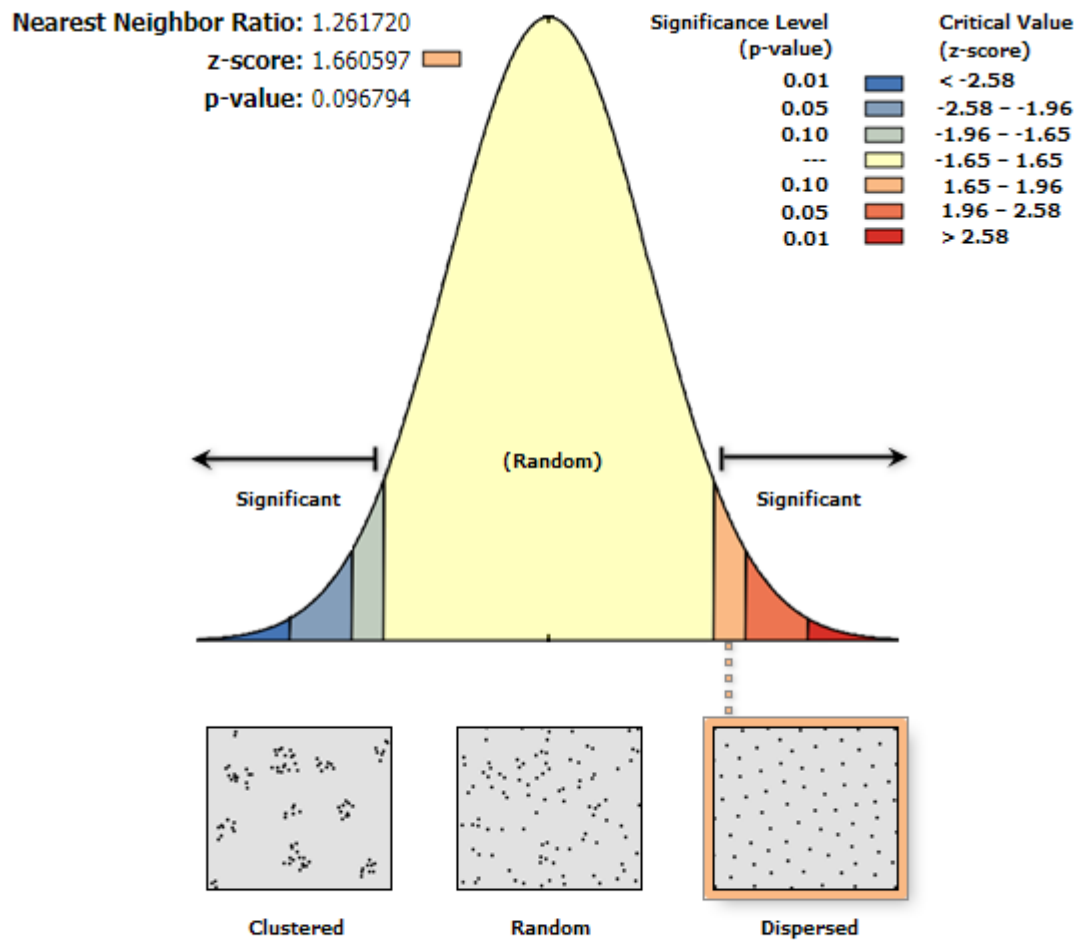
Given the z-score of 1.25611706903, the pattern does not appear to be significantly different than random.

Εικόνα 81: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Βιομηχανία



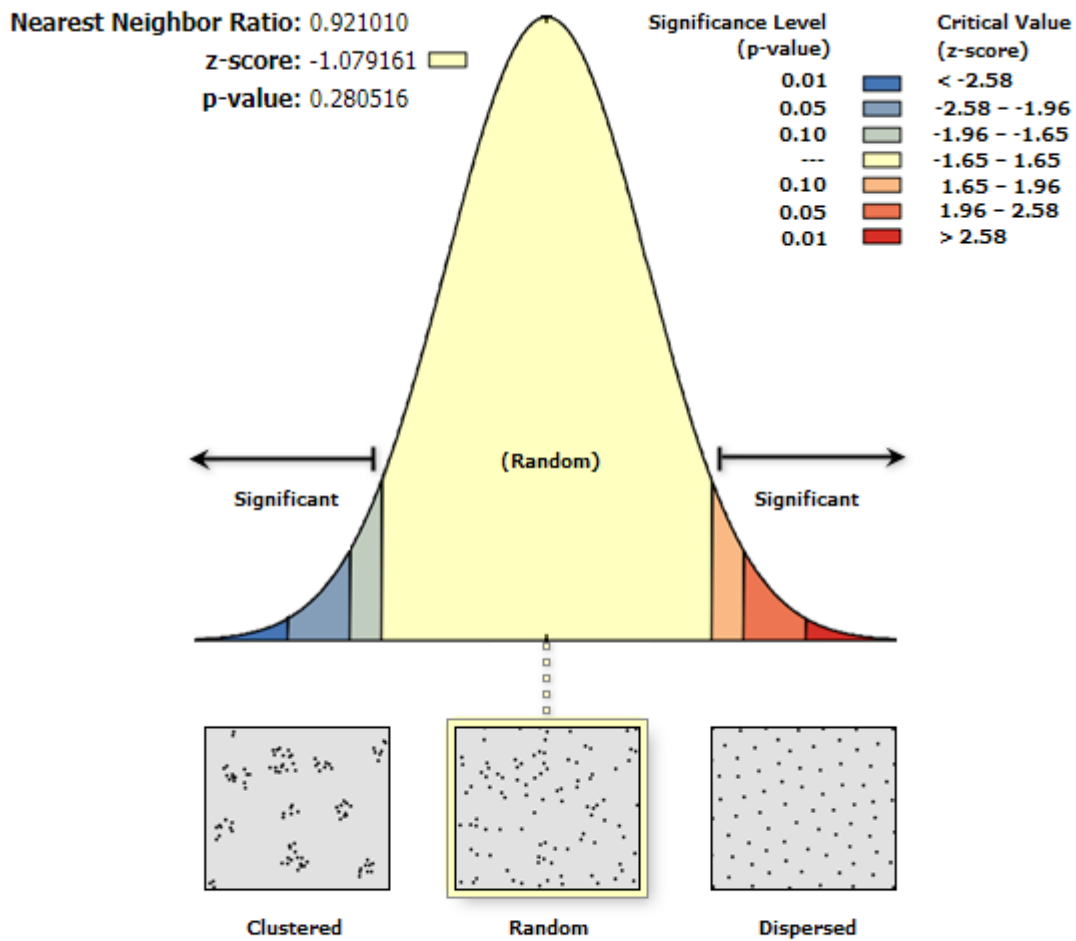
Given the z-score of -2.93407237489, there is a less than 1% likelihood that this clustered pattern could be the result of random chance.

Εικόνα 82: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Υγεία



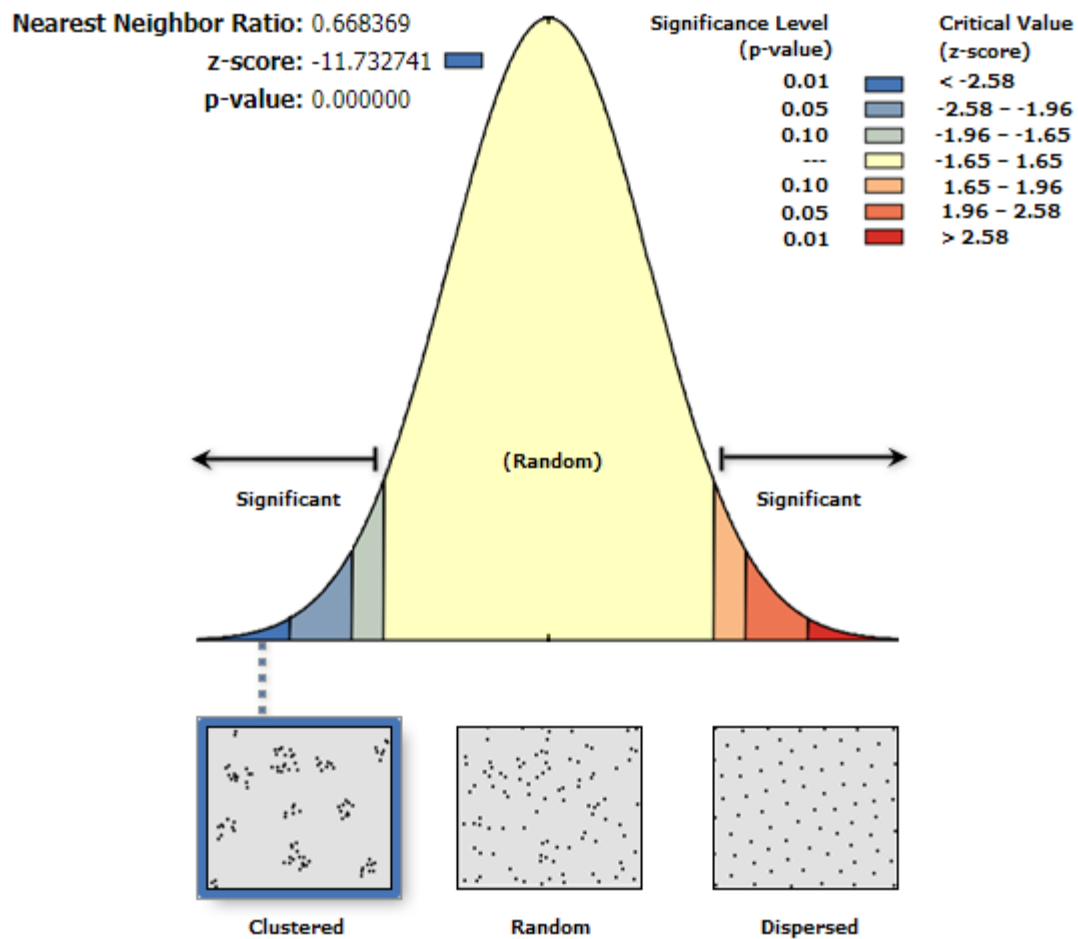
Given the z-score of 1.66059712956, there is a less than 10% likelihood that this dispersed pattern could be the result of random chance.

Εικόνα 83: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Γκαράζ



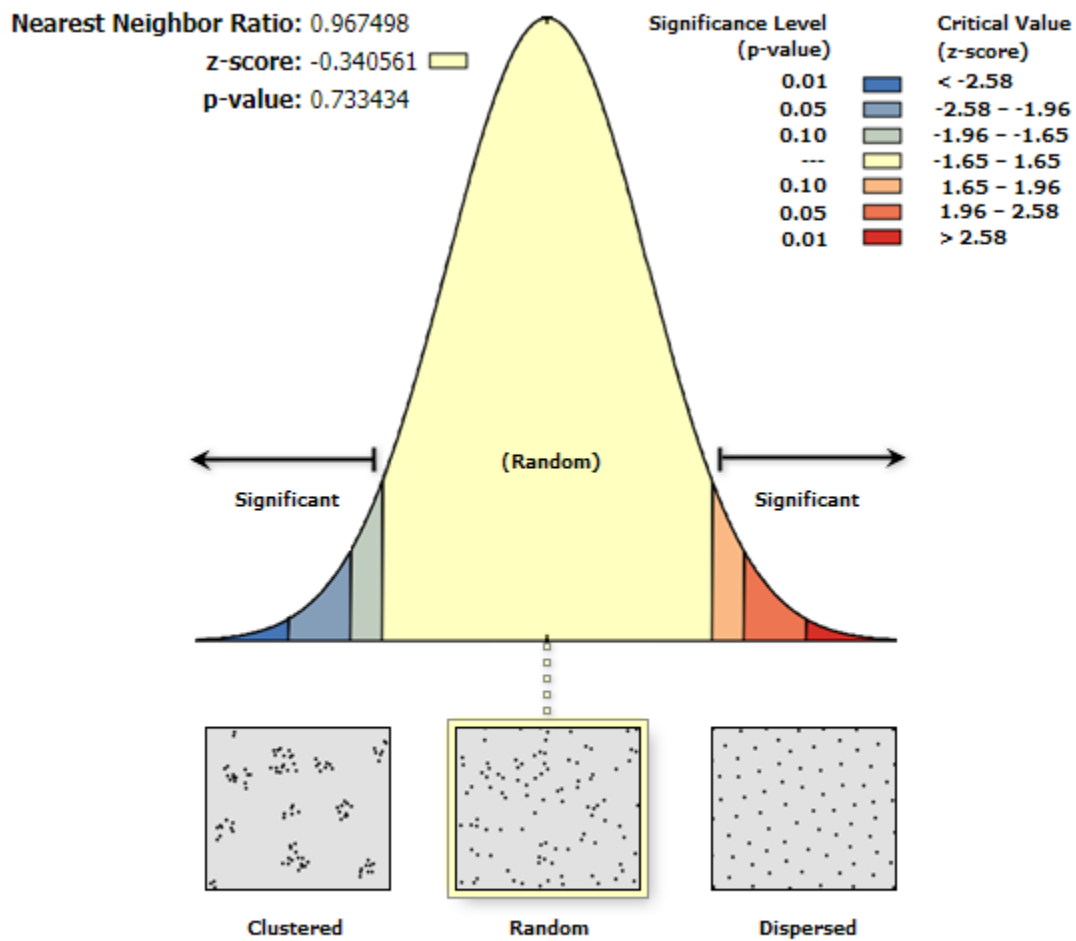
Given the z-score of -1.07916122396, the pattern does not appear to be significantly different than random.

Εικόνα 84: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στη χρήση Πράσινο



Given the z-score of -11.7327408221, there is a less than 1% likelihood that this clustered pattern could be the result of random chance.

Εικόνα 85: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στην Κενή Χρήση



Given the z-score of -0.340561069194, the pattern does not appear to be significantly different than random.

Εικόνα 86: Average Nearest Neighbor Ανάλυση στις Άλλες Χρήσεις