



Τεχνική Έκθεση Έρευνας Πεδίου με Θέμα:

Οι επιπτώσεις της Εγνατίας Οδού στις τοπικές αγορές της Βέροιας, της Κοζάνης και των Γρεβενών



Θεσσαλονίκη, Μάιος 2005



Πρόλογος

Η παρούσα έκθεση παρουσιάζει τα αποτελέσματα της έρευνας πεδίου με τη χρήση ερωτηματολογίου, που έχει ως θέμα τις «Επιπτώσεις της Εγνατίας Οδού στις τοπικές αγορές της Βέροιας, της Κοζάνης και των Γρεβενών». Η επιμέλεια της έρευνας και της παρούσας Έκθεσης έγινε από το Μανόλη Τρανό (επιστημονικός συνεργάτης Παρατηρητηρίου – Μηχανικός Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης). Στη διεξαγωγή της έρευνας και στη σύνταξη της Έκθεσης συνέβαλαν τα ακόλουθα στελέχη και συνεργάτες του Παρατηρητηρίου: Αθηνά Γιαννακού (επιστημονική σύμβουλος – Δρ Χωροταξίας – Πολεοδομίας), Βασίλης Φούρκας (προϊστάμενος – Δρ Χωροταξίας-Ψηφιακής Πολεοδομίας), Θεόφιλος Μουρατίδης (Μηχανικός Γεωπληροφορικής) και η Ιωάννα Καραμανώλη (γραμματειακή υποστήριξη). Η επιμέλεια του εξώφυλλου έγινε από το Μανούσο Τρουλινό (διαχειριστής GIS). Τέλος, θερμές ευχαριστίες οφείλονται στο καθηγητή του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας Γιώργο Πετράκο, για τις εποικοδομητικές παρατηρήσεις του.

Τα περιεχόμενα και οι τυχόν απόψεις που φιλοξενούνται στις εκθέσεις και τα κείμενα εργασίας του Παρατηρητηρίου δεν αντανακλούν απαραίτητα την σύμφωνη γνώμη της εταιρείας Εγνατία Οδός Α.Ε. Επιτρέπεται η αναπαραγωγή για μη εμπορικούς σκοπούς με την προϋπόθεση ότι θα αναφέρεται η πηγή (Παρατηρητήριο – Εγνατία Οδός Α.Ε.).

Internet:

<http://www.egnatia.gr>

<http://observatory.egnatia.gr>

© Εγνατία Οδός Α.Ε. 2005

Η ΕΓΝΑΤΙΑ ΟΔΟΣ χρηματοδοτείται από:



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΕΝΩΣΗ



ΕΛΛΗΝΙΚΟ
ΔΗΜΟΣΙΟ
(Υ.Π.Ε.Χ.Ω.Δ.Ε.)



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΤΡΑΠΕΖΑ
ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ



ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ
ΠΛΑΙΣΙΟ
ΣΤΗΡΙΞΗΣ
2000-2006

Σύνοψη

Ερευνητικός στόχος του παρόντος είναι οι επιδράσεις που επιφέρει η Εγνατία Οδός στις τοπικές αγορές της Βέροιας, της Κοζάνης και των Γρεβενών. Είναι γνωστό από τη σύγχρονη βιβλιογραφία πως οι νέες μεταφορικές υποδομές μπορεί να προκαλέσουν φαινόμενα οικονομικής αφαίμαξης, αφού η βελτίωση της σύνδεσης ενός ισχυρού οικονομικού κέντρου με μια λιγότερο ανεπτυγμένη περιφέρεια θα αυξήσει το χωρικό ανταγωνισμό, θα ενισχύσει τη διεισδυτικότητα των επιχειρήσεων του κέντρου, περιορίζοντας προφανώς τα μονοπωλιακά πλεονεκτήματα κάποιων επιχειρήσεων των λιγότερο ανεπτυγμένων περιφερειών και θα εντείνει την απομύζηση των παραγωγικών συντελεστών τους. Η δράση των φαινομένων οικονομικής αφαίμαξης δεν περιορίζεται προφανώς στην τοπική αγορά. Αφορά ποικίλες οικονομικές δραστηριότητες και παραγωγικούς συντελεστές. Αυτό που μπορεί να προκύψει από μία έρευνα σχετικά με την τοπική αγορά είναι η αύξηση των μετακινήσεων μεταξύ πόλεων με σκοπό την αγορά αγαθών ή υπηρεσιών.

Η έρευνα έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίου σε 193 επιχειρήσεις των τριών πόλεων, που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο και εδρεύουν στα πολεοδομικά κέντρα των πόλεων. Συγκεκριμένα, διερευνήθηκε η αύξηση των μετακινήσεων για καταναλωτικές δαπάνες, ο προσδιορισμός των πόλεων από τις προέρχονται και προς τις οποίες κατευθύνονται οι νέες μετακινήσεις των καταναλωτών, οι λόγοι της αύξησης των μετακινήσεων, η επίδραση της αύξησης των μετακινήσεων στην πελατεία της επιχείρησης και τέλος οι προσδοκίες που δημιουργούνται στους επιχειρηματίες του δείγματος από την ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού, σχετικά με την τοπική αγορά και την πορεία της προσωπικής τους επιχείρησης.

Η Εγνατία Οδός, ως νέα μεταφορική υποδομή, προκαλεί ποικίλες μεταβολές στη διασύνδεση των κόμβων του αστικού δικτύου της περιοχής μελέτης, αφού εκτρέπει αλλά και δημιουργεί νέες ροές. Στόχος της έρευνας αυτής δεν είναι η αποτύπωση της μεταβολής του όγκου των οδικών μετακινήσεων αλλά η εκτίμηση των επιδράσεων που προκαλεί η μεταβολή της προσπελασιμότητας και οι συνδεδεμένες με αυτή νέες ροές, στις τοπικές αγορές των πόλεων που διατρέχει η Εγνατία Οδός. Τα οφέλη των τοπικών αγορών των πόλεων συνδέονται με την έλξη που ασκούν αυτές σε μετακινήσεις για καταναλωτικούς σκοπούς από άλλες πόλεις, ενώ οι απώλειες με τη διαφυγή καταναλωτών προς άλλες πόλεις για την αγορά αγαθών ή υπηρεσιών.

Επιγραμματικά, τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας είναι τα εξής:

- Η Θεσσαλονίκη απορροφάει το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων μετακινήσεων.
- Οι απώλειες καταναλωτικού κοινού καταγράφονται χαμηλότερες για τη Βέροια, η τοπική αγορά της οποίας οποία χαρακτηρίζεται ως η πιο ανταγωνιστική μεταξύ των τριών πόλεων του δείγματος, και εντονότερες για την Κοζάνη και τα Γρεβενά.
- Τα Γρεβενά και η Κοζάνη, προσελκύουν καταναλωτές από άλλες πόλεις λόγω των τουριστικών δραστηριοτήτων που προσφέρονται στην ευρύτερη περιοχή, ενώ η Βέροια λόγω της ανταγωνιστικότητας της τοπικής της αγοράς.
- Παρατηρείται αύξηση της διασύνδεσης μεταξύ Βέροιας και Κοζάνης.
- Οι επιχειρηματίες της Βέροιας εμφανίζονται περισσότερο ευνοημένοι και αισιόδοξοι σε σχέση με τους αντίστοιχους της Κοζάνης και των Γρεβενών.

1. Εισαγωγή – ταυτότητα της έρευνας

Στόχος της έρευνας αυτής είναι η διερεύνηση των επιδράσεων που επιφέρει η Εγνατία Οδός στις τοπικές αγορές των πόλεων που διέρχεται. Είναι γνωστό από τη σύγχρονη βιβλιογραφία πως οι νέες μεταφορικές υποδομές μπορεί να προκαλέσουν φαινόμενα οικονομικής αφαίμαξης ή άντλησης (bump effects), αφού η βελτίωση της σύνδεσης ενός ισχυρού οικονομικού κέντρου με μια λιγότερο ανεπτυγμένη περιφέρεια θα αυξήσει το χωρικό ανταγωνισμό, θα ενισχύσει τη διεισδυτικότητα των επιχειρήσεων του κέντρου περιορίζοντας προφανώς τα μονοπωλιακά πλεονεκτήματα κάποιων επιχειρήσεων και ίσως προκαλέσει φαινόμενα οικονομικής αποδυνάμωσης της λιγότερο ανεπτυγμένης περιφέρειας¹.

Η μείωση της απόστασης, της χρονοαπόστασης και του μεταφορικού κόστους που προκαλεί μια νέα μεταφορική υποδομή, έχει ως αποτέλεσμα, πέραν των άλλων και την αύξηση της κινητικότητας των παραγωγικών συντελεστών. Έτσι, διευκολύνεται η εγκατάσταση ή η δραστηριοποίηση των παραγωγικών συντελεστών των λιγότερο ανεπτυγμένων περιφερειών στις πιο πλούσιες περιφέρειες, όπου η παραγωγικότητά τους είναι μεγαλύτερη. Το τελευταίο συμβαίνει γιατί η παραγωγική δομή της πιο πλούσιας περιφέρειας χαρακτηρίζεται συνήθως από εκτεταμένες οικονομίες συγκέντρωσης, υψηλό παραγωγικό δυναμικό, ενσωμάτωση της τεχνολογίας και της καινοτομίας στην παραγωγική διαδικασία και άρα από αυξημένη ανταγωνιστικότητα. Αποτέλεσμα των παραπάνω διεργασιών είναι η επέκταση της ζώνης επιρροής των κεντρικών περιφερειών και η αύξηση της συγκέντρωσης των παραγωγικών δραστηριοτήτων σε αυτές τις περιφέρειες. Αντίστοιχα, μειώνεται η παραγωγική δραστηριότητα στις λιγότερο ανεπτυγμένες και αυξάνεται η εξάρτησή τους από τις κεντρικές.

Η παρούσα έρευνα εστιάστηκε στην επίδραση που έχει η Εγνατία Οδός στην τοπική αγορά τριών πόλεων και συγκεκριμένα της Βέροιας, της Κοζάνης και των Γρεβενών. Η επιλογή των τριών αυτών πόλεων έγινε με βάση την εγγύτητα στον άξονα και τη μεταβολή της προσπελασιμότητας λόγω της Εγνατίας Οδού, που είναι ιδιαίτερα μεγάλη στα Γρεβενά και στην Κοζάνη. Η δράση των φαινομένων οικονομικής αφαίμαξης δεν περιορίζεται προφανώς στην τοπική αγορά. Αφορά ποικίλλες οικονομικές δραστηριότητες και παραγωγικούς συντελεστές. Αυτό που μπορεί να προκύψει από μία έρευνα σχετικά με την τοπική αγορά είναι η αύξηση των μετακινήσεων μεταξύ πόλεων με σκοπό την αγορά αγαθών ή υπηρεσιών. Το τελευταίο έχει ως αποτέλεσμα τμήμα της αγοραστικής δύναμης μιας τοπικής αγοράς να καταναλώνεται σε μια άλλη πόλη/περιφέρεια, μεταφέροντας έτσι εισόδημα από μια πόλη/περιφέρεια σε μία άλλη. Με απλά λόγια, η παρούσα έρευνα εστιάζεται στην αύξηση των μετακινήσεων κατοίκων, για παράδειγμα των Γρεβενών, προς την Κοζάνη, τη Βέροια ή τη Θεσσαλονίκη για καταναλωτικούς λόγους. Για να ξοδέψουν δηλαδή χρήματα για αγορά προϊόντων και υπηρεσιών.

¹ Πολύζος Σ. 2003, «Διαπεριφερειακές μεταφορικές υποδομές και περιφερειακή ανάπτυξη: Μια θεωρητική προσέγγιση». ΤΟΠΟΣ 20-21, σσ. 25-49.

2. Μεθοδολογία

Η μέθοδος που επιλέχτηκε για την εκτίμηση των επιδράσεων της Εγνατίας Οδού στις τοπικές αγορές ήταν η διεξαγωγή έρευνας με ερωτηματολόγιο στους επιχειρηματίες των τριών πόλεων, που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο. Η έρευνα έγινε με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου και επιλεγμένου δείγματος.

Το ερωτηματολόγιο επικεντρώθηκε στις εξής πέντε παραμέτρους: (α) αύξηση των μετακινήσεων για καταναλωτικές δαπάνες, (β) πόλεις από τις προέρχονται και προς τις οποίες κατευθύνονται οι νέες μετακινήσεις των καταναλωτών, (γ) λόγους της αύξησης των μετακινήσεων, (δ) επίδραση της αύξησης των μετακινήσεων στην πελατεία της επιχείρησης και τέλος (ε) προσδοκίες που δημιουργούνται στους επιχειρηματίες του δείγματος από την ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού, σχετικά με την τοπική αγορά και την πορεία της προσωπικής τους επιχείρησης. Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο Παράρτημα 1.

Το δείγμα που επιλέχτηκε αφορούσε επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου που εντάσσονται στις κατηγορίες 524 (Λιανικό εμπόριο καινούριων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα) και 525 (Άλλο λιανικό εμπόριο καινούριων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα) του ΣΤΑΚΟΔ², εδρεύουν στο πολεοδομικό κέντρο των πόλεων και βρίσκονται στο ισόγειο. Το δείγμα ανέρχεται συνολικά σε 193 άτομα – επιχειρήσεις. Από αυτά τα 63 βρίσκονται στη Βέροια, τα 66 στα Γρεβενά και τα 64 στην Κοζάνη. Η επιλογή έγινε με βάση το μέγεθος των επιχειρήσεων, επιλέγοντας πρώτα τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Πέρα από αυτούς τους περιορισμούς, η επιλογή έγινε με τυχαίο τρόπο. Η κλαδική σύνθεση του δείγματος παρατίθεται στο Παράρτημα 2.

Τα ερωτηματολόγια συλλέχθηκαν με προσωπικές συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν την Πέμπτη 24/3/2005 στη Βέροια, τη Δευτέρα 7/4/2005 στα Γρεβενά και τη Δευτέρα 18/4/2005 στην Κοζάνη. Επιπλέον, πρέπει να αναφέρουμε πως η παράδοση των τμημάτων που συνδέουν τις πόλεις που μελετάμε έχει ως εξής: Κοζάνη – Γρεβενά: 2001, Βέροια – Θεσσαλονίκη: 2003 (πλήρως) και Βέροια – Κοζάνη: 2004 (υπολείπονται 10 km στον Πολύμυλο). Οπότε, ακόμα και για το πιο πρόσφατο τμήμα, η ημερομηνία διεξαγωγής της έρευνας απέχει 4 μήνες από την ημερομηνία παράδοσης του έργου και άρα μπορούμε να θεωρήσουμε πως η χωρική διασύνδεση λειτουργεί σχετικά ισορροπημένα χωρίς να επηρεάζεται από αυξημένες μετακινήσεις λόγω περιέργειας ή ενθουσιασμού. Επιπλέον, σημαντικό είναι και το γεγονός ότι μέχρι και τη διεξαγωγή της έρευνας δεν είχαν επιβληθεί ακόμα διόδια, τα οποία είναι πιθανό να επηρεάσουν τις διανομαρχιακές μετακινήσεις.

3. Αναλυτικά αποτελέσματα

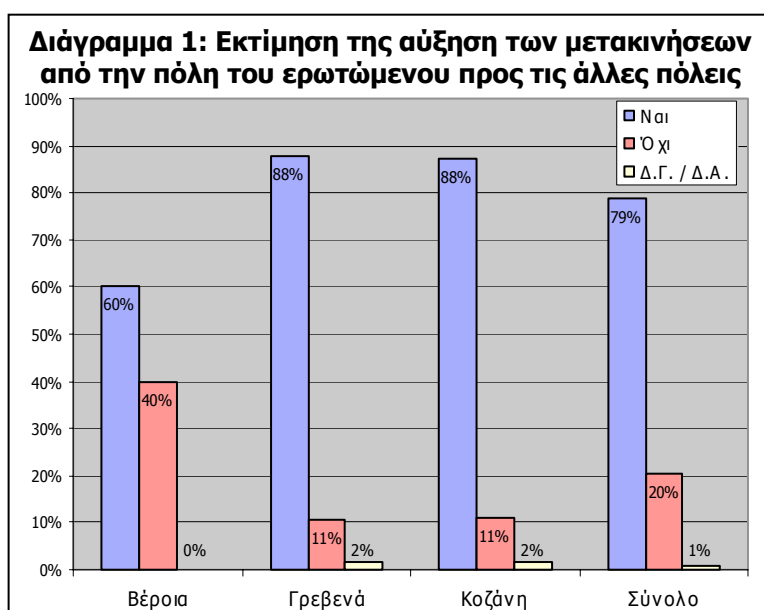
Παρακάτω παρουσιάζουμε τα αποτελέσματα αναλυτικά. Το ερωτηματολόγιο καθώς και ο συνολικός πίνακας με τα αποτελέσματα ανά πόλη και για το σύνολο του δείγματος παρατίθεται στο Παράρτημα (1 και 3 αντίστοιχα).

² Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας.

3.1. Αύξηση των μετακινήσεων για καταναλωτικές δαπάνες

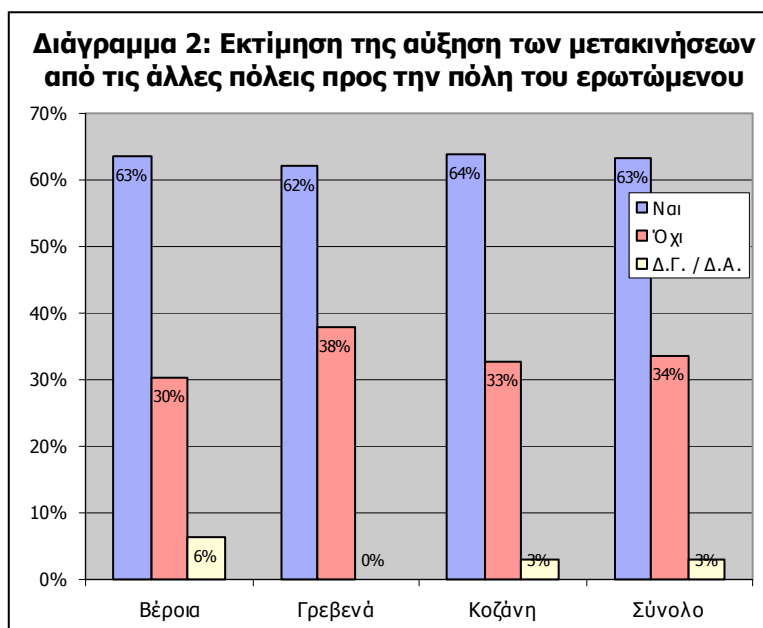
Στο τμήμα αυτό παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των ερωτήσεων που αφορούν στη μεταβολή των μετακινήσεων από την πόλη του ερωτώμενου προς άλλες πόλεις και στη μεταβολή των μετακινήσεων από άλλες πόλεις προς την πόλη του ερωτώμενου για καταναλωτικές δαπάνες.

Στο Διάγραμμα 1 παρουσιάζονται οι απόψεις των επιχειρηματιών σχετικά με το αν η παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού οδηγεί σε αύξηση των μετακινήσεων των συμπολιτών τους από την πόλη τους προς όλες τις άλλες για να αγοράσουν αγαθά ή να απολαύσουν υπηρεσίες.



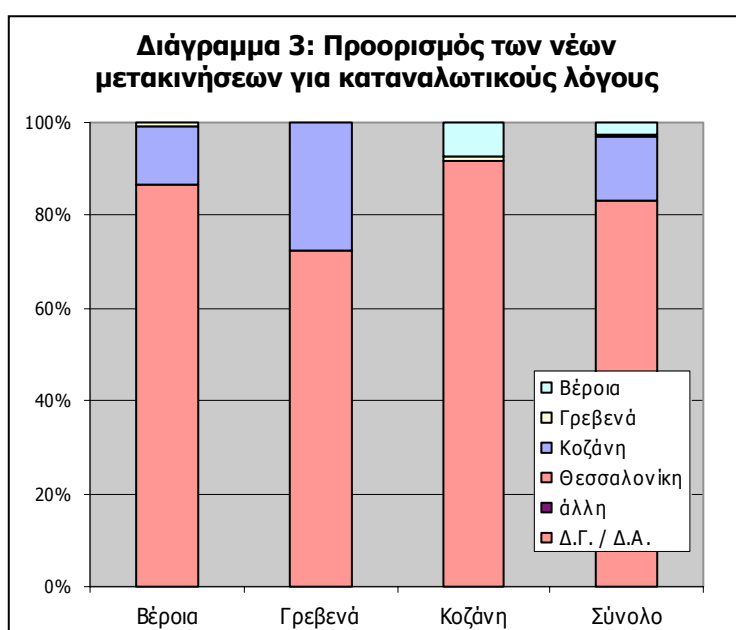
Φαίνεται πως οι δύο δυτικότερες πόλεις (Κοζάνη και Γρεβενά), οι οποίες δέχονται μεγάλη μεταβολή της προσπελασιμότητας λόγω της παράδοσης τμημάτων της Εγνατίας οδού, είναι αυτές στις οποίες παρατηρείται και η μεγαλύτερη έξοδος καταναλωτών. Το ποσοστό των θετικών απαντήσεων στα Γρεβενά και στην Κοζάνη φτάνει το 88% και των αρνητικών μόλις το 11%. Η Βέροια φαίνεται πως υπολείπεται αρκετά στην αύξηση των μετακινήσεων για καταναλωτικούς λόγους, καθώς το 60% των επιχειρηματιών δηλώνει πως έχει παρατηρήσει αύξηση της εξόδου των καταναλωτών ενώ το 40% δεν παρατήρησε κάτι τέτοιο.

Στο Διάγραμμα 2, που ακολουθεί, παρουσιάζεται η έλξη που ασκούν οι τρεις πόλεις προς τους καταναλωτές όλων των υπόλοιπων. Και στις τρεις πόλεις 62% - 64% των επιχειρηματιών λιανικού εμπορίου διαπίστωσε αύξηση των μετακινήσεων κατοίκων άλλων πόλεων προς τη δική τους για να αγοράσουν αγαθά ή να απολαύσουν υπηρεσίες. Αυτό είναι πολύ σημαντικό για τις τοπικές οικονομίες αφού σημαίνει πως μπορούν να προσελκύσουν αγοραστικό κοινό από άλλες πόλεις. Έχει μεγάλη αξία όμως η διερεύνηση των λόγων που οδηγούν σε αυτή την αύξηση, κάτι που εξετάζεται στη συνέχεια.



3.2 Πόλεις προορισμού και προέλευσης της αύξησης των μετακινήσεων για καταναλωτικούς λόγους

Στο τμήμα αυτό παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των ερωτήσεων που αφορούν στις πόλεις από τις οποίες ή προς τις οποίες αυξήθηκαν οι μετακινήσεις για καταναλωτικούς σκοπούς. Στο διάγραμμα 3 παρουσιάζονται οι απαντήσεις στην ερώτηση 1.2, που αναφέρεται στις πόλεις προς τις οποίες έχει αυξηθεί η κίνηση για καταναλωτικούς λόγους. Στον οριζόντιο άξονα αντιστοιχούν οι πόλεις του δείγματος και στον κατακόρυφο οι πόλεις προς τις οποίες αυξήθηκαν οι μετακινήσεις από τις πόλεις του δείγματος. Τα ποσοστά δεν αντιστοιχούν στο σύνολο του δείγματος σε κάθε πόλη, αλλά στο σύνολο αυτών που σε κάθε πόλη πιστεύουν πως η Εγνατία Οδός συμβάλλει στην αύξηση των μετακινήσεων, δηλαδή σε αυτούς που στην ερώτηση 1 απάντησαν θετικά.



Η Θεσσαλονίκη είναι ο βασικός πόλος έλξης των νέων μετακινήσεων. Πάνω από το 80% των επιχειρηματιών του δείγματος των τριών πόλεων που πιστεύουν πως έχουν αυξηθεί οι μετακινήσεις για καταναλωτικούς λόγους, θεωρούν τη Θεσσαλονίκη ως το βασικό προορισμό των καταναλωτών. Η μεγαλύτερη αύξηση της έλξης της Θεσσαλονίκης εμφανίζεται στην Κοζάνη, αφού πάνω από το 90% αυτών που πιστεύουν πως αυξήθηκε η έξοδος των καταναλωτών από την πόλη της Κοζάνης, θεωρούν ως βασικό αποδέκτη των νέων μετακινήσεων τη Θεσσαλονίκη. Ακολουθεί με μικρή διαφορά η Βέροια (87%) ενώ η έλξη που ασκεί η Θεσσαλονίκη στα Γρεβενά φαίνεται ελαφρώς μικρότερη (72%).

Η Κοζάνη παρουσιάζεται ως η δεύτερη πιο ευνοημένη πόλη λόγω της ολοκλήρωσης της Εγνατίας Οδού, αφού συνολικά φαίνεται να προσελκύει το 14% των νέων μετακινήσεων. Τη μεγαλύτερη έλξη την ασκεί στα Γρεβενά. Το 28% των επιχειρηματιών που πιστεύουν πως αυξάνονται οι μετακινήσεις για καταναλωτικούς λόγους από τα Γρεβενά, θεωρεί πως αυτή η αύξηση κατευθύνεται προς την Κοζάνη.

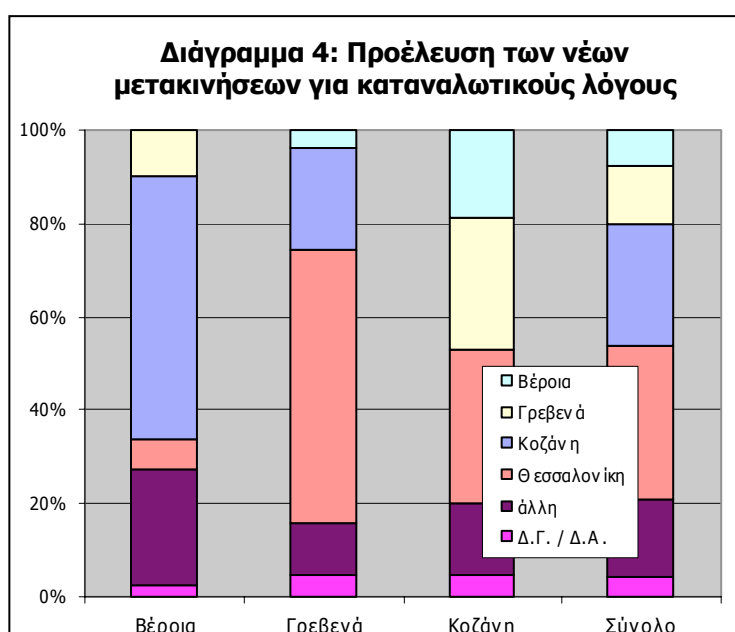
Εκείνο όμως που προκαλεί εντύπωση είναι αύξηση των μετακινήσεων που παρατηρούνται από τη Βέροια προς την Κοζάνη. Το 13% του δείγματος στη Βέροια που διακρίνει αύξηση των μετακινήσεων, θεωρεί ως σημείο προορισμού της αύξησης την Κοζάνη. Το σημαντικό είναι πως η αύξηση έχει την αντίθετη κατεύθυνση προς όλες τις υπόλοιπες κινήσεις που έχουν καταγραφεί και είναι αντίρροπη προς την ελκτική δύναμη της Θεσσαλονίκης. Από τα παραπάνω μπορούμε να συμπεράνουμε πως ο προορισμός της αύξησης των μετακινήσεων για καταναλωτικούς σκοπούς φαίνεται να ακολουθεί τη λειτουργική ιεραρχία των τριών αστικών κέντρων. Μετά τη Θεσσαλονίκη, η Κοζάνη είναι η πόλη που δέχεται τη δεύτερη μεγαλύτερη αύξηση των μετακινήσεων και ακολουθεί η Βέροια. Σε ότι αφορά στη λειτουργική ιεραρχία των τριών αστικών κέντρων, μπορούμε να πούμε πως η Κοζάνη βρίσκεται στην πρώτη θέση μεταξύ των τριών κέντρων, αφού είναι έδρα Περιφέρειας και η Βέροια βρίσκεται πάνω από τα Γρεβενά, γιατί παρά το γεγονός πως και οι δύο πόλεις είναι πρωτεύουσες Νομών, ο πληθυσμός της Βέροιας είναι τετραπλάσιος των Γρεβενών.

Στο διάγραμμα 4 παρουσιάζονται οι απαντήσεις στην ερώτηση 3.2, που αναφέρεται στις πόλεις από τις οποίες έχουν αυξηθεί οι μετακινήσεις για καταναλωτικούς λόγους. Στον οριζόντιο άξονα αντιστοιχούν οι πόλεις του δείγματος και στον κατακόρυφο οι πόλεις από τις οποίες αυξήθηκαν οι μετακινήσεις προς τις πόλεις του δείγματος. Τα ποσοστά δεν αντιστοιχούν στο σύνολο του δείγματος σε κάθε πόλη, αλλά στο σύνολο αυτών που σε κάθε πόλη πιστεύουν πως η Εγνατία Οδός συμβάλλει στην αύξηση των μετακινήσεων, δηλαδή σε αυτούς που στην ερώτηση 3 απάντησαν θετικά.

Στο σύνολο της περιοχής μελέτης, το μεγαλύτερο τμήμα της όποιας αύξησης προέρχεται από τη Θεσσαλονίκη (33%) και ακολουθεί πολύ κοντά η Κοζάνη (26%) και τα Γρεβενά (13%). Στη Βέροια, το μεγαλύτερο τμήμα της αύξησης φαίνεται πως προέρχεται από την Κοζάνη, ενώ σημαντικό ποσοστό καταλαμβάνουν και άλλες πόλεις. Στα Γρεβενά, το μεγαλύτερο μέρος της αύξησης των μετακινήσεων φαίνεται πως προέρχεται από τη Θεσσαλονίκη. Συγκεκριμένα, το 59% της αύξησης προέρχεται από τη Θεσσαλονίκη και το 22% από την Κοζάνη. Παρόμοια εμφανίζεται η κατάσταση και στην Κοζάνη. Το μεγαλύτερο τμήμα των νέων μετακινήσεων φαίνεται

να προέρχεται από τη Θεσσαλονίκη (33%) και πολύ κοντά φαίνεται να ακολουθούν τα Γρεβενά.

Συμπεραίνεται λοιπόν, πως η αύξηση των επισκεπτών στα Γρεβενά προέρχεται κυρίως από τη Θεσσαλονίκη ενώ η αύξηση των μετακινήσεων προς τη Βέροια τροφοδοτείται κατά βάση από την Κοζάνη. Η πρώτη ροή ήταν αναμενόμενη και όπως θα δούμε και στη συνέχεια οφείλεται κυρίως σε λόγους αναψυχής, μιας και ο Νομός Γρεβενών θεωρείται τουριστικός προορισμός. Αυτό που προκαλεί εντύπωση είναι η αύξηση των ροών ανάμεσα στην Κοζάνη και στη Βέροια, όπως αυτή απεικονίζεται και στα δύο διαγράμματα. Αποδεικνύεται λοιπόν πως η Εγνατία Οδός συμβάλλει όχι μόνο στην αύξηση των ροών από και προς τη Θεσσαλονίκη αλλά και στην αύξηση της διασύνδεσης των πόλεων που διατρέχει, τουλάχιστον όπως αυτή απεικονίζεται από την αύξηση των μετακινήσεων για καταναλωτικούς σκοπούς.



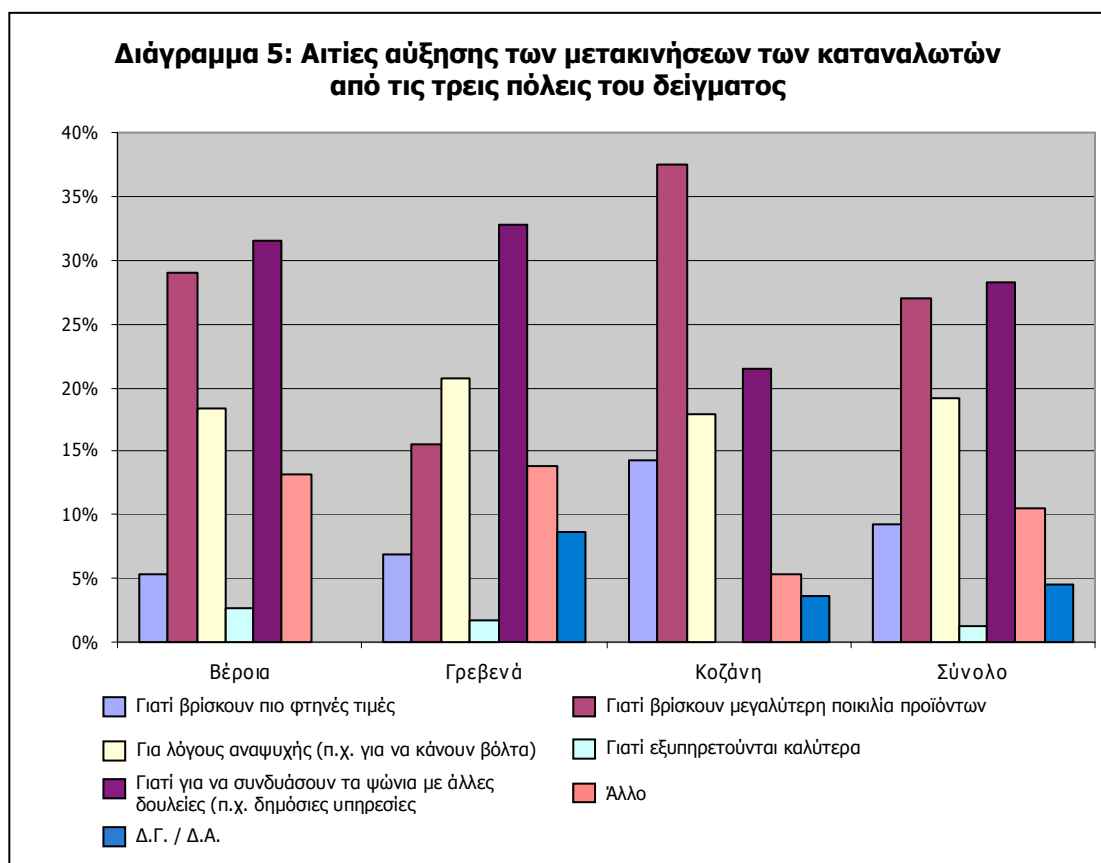
3.3. Αιτίες αύξησης των μετακινήσεων για καταναλωτικούς σκοπούς

Στο τμήμα αυτό παρουσιάζουμε τα αποτελέσματα των ερωτήσεων που αφορούν τις αιτίες αύξησης των μετακινήσεων για καταναλωτικούς σκοπούς. Οι ερωτήσεις και οι προκαθορισμένες απαντήσεις φαίνονται στο Παράρτημα 1. Στον Πίνακα 1 παρουσιάζουμε μια ομαδοποίηση των απαντήσεων που περιλαμβάνει το ερωτηματολόγιο. Μπορούμε να πούμε πως οι τρεις πρώτες απαντήσεις αντιστοιχούν στην ανταγωνιστικότητα της τοπικής αγοράς της πόλης προορισμού, ενώ οι υπόλοιπες αναφέρονται στη συνολική ελκτική ικανότητα της πόλης ή της ευρύτερης περιοχής προορισμού λόγω των υπηρεσιών ή των δραστηριοτήτων που προσφέρει, πέρα από την τοπική αγορά. Στην περίπτωση αυτή αναφερόμαστε και στην ευρύτερη περιοχή, γιατί οι δραστηριότητες αναψυχής συνδέονται εξ ορισμού και με τουριστικούς πόρους που μπορεί να βρίσκονται εκτός των ορίων της πόλης.

Πίνακας 1: Αιτίες αύξησης των μετακινήσεων

Προκαθορισμένες απαντήσεις στις ερωτήσεις 1.1 και 3.1	Συμπέρασμα σχετικά με την ανταγωνιστικότητα
Γιατί βρίσκουν πιο φτηνές τιμές	Ανταγωνιστικότητα της τοπικής αγοράς (της πόλης προορισμού)
γιατί βρίσκουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων	
Γιατί εξυπηρετούνται καλύτερα	
για λόγους αναψυχής (π.χ. για να κάνουν βόλτα)	Προσφερόμενες υπηρεσίες - δραστηριότητες (της πόλης ή της ευρύτερης περιοχής προορισμού)
για να συνδυάσουν τα ψώνια με άλλες δουλειές (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες)	

Στο Διάγραμμα 5 παρουσιάζονται οι λόγοι που ωθούν τους καταναλωτές των τριών πόλεων να μετακινηθούν προς άλλες πόλεις για να απολαύσουν υπηρεσίες ή να αγοράσουν αγαθά. Τα ποσοστά και σε αυτή την περίπτωση είναι εκφρασμένα σε σχέση με το πλήθος των ερωτώμενων που απάντησαν θετικά στην ερώτηση 1. Συνολικά, η πιο συχνή αιτία που ωθεί τους καταναλωτές να μετακινηθούν είναι ο συνδυασμός των αγορών με άλλες δουλειές, όπως οι συναλλαγές με δημόσιες υπηρεσίες (28,3%) και ακολουθεί η πεποίθηση ότι στις πόλεις προορισμού μπορεί κανείς να βρει μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων (27%). Ως τρίτη αιτία παρουσιάζεται η αναψυχή (19,1%) και στη συνέχεια αναφέρονται οι φθηνότερες τιμές που βρίσκουν οι μετακινούμενοι στις πόλεις προορισμού (9,2%).



Μπορούμε δηλαδή να πούμε πως το 47,4% της αύξησης των μετακινήσεων οφείλεται στις προσφερόμενες υπηρεσίες – δραστηριότητες της πόλης ή της ευρύτερης περιοχής προορισμού και το 37,5% σε λόγους ανταγωνιστικότητας της τοπικής αγοράς.

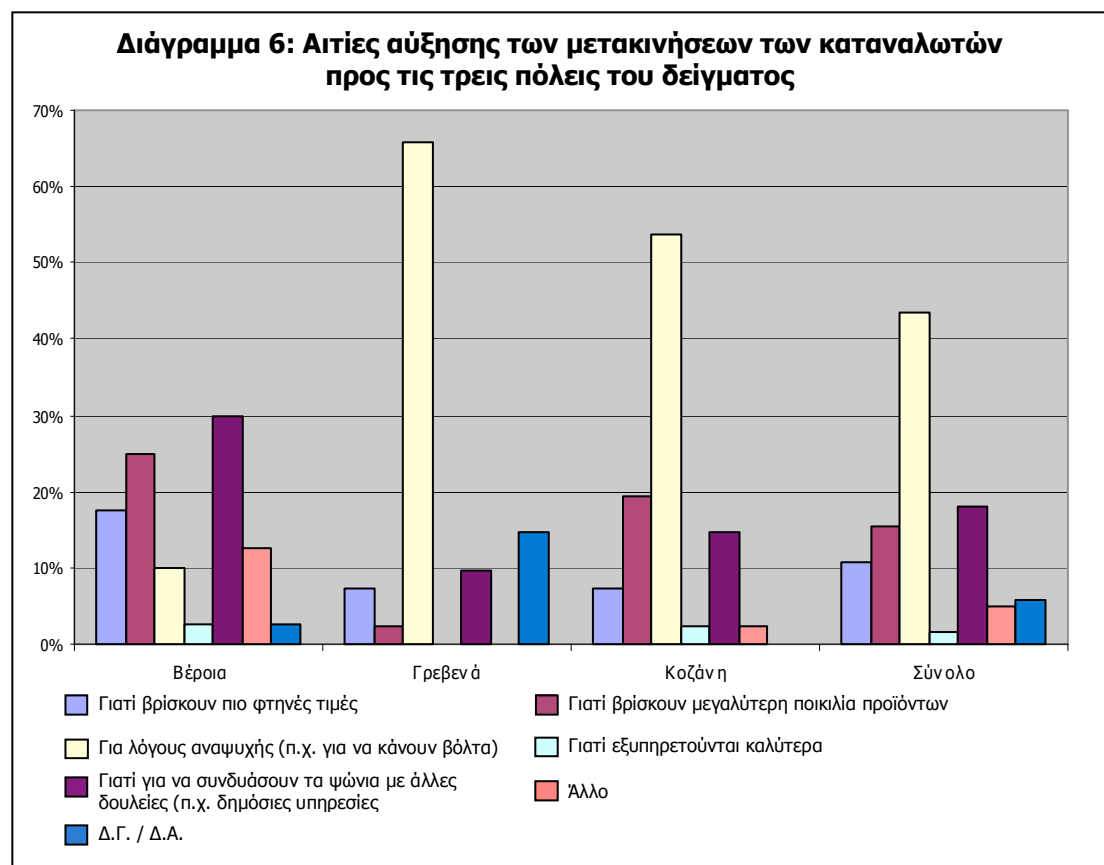
Στη Βέροια, το 32% θεωρεί πως η αύξηση των μετακινήσεων γίνεται για να συνδυαστούν οι αγορές με άλλες δουλειές, το 29% γιατί στις άλλες πόλεις βρίσκουν μεγαλύτερη ποικιλία, το 18% για λόγους αναψυχής και το 5% γιατί βρίσκουν πιο φτηνές τιμές. Δηλαδή, σύμφωνα με τις απαντήσεις το 50% της αύξησης της εξόδου των καταναλωτών της Βέροιας οφείλεται στις δραστηριότητες και στις υπηρεσίες που προσφέρονται και το 37% στην ανταγωνιστικότητα της τοπικής αγοράς στην πόλη προορισμού.

Στα Γρεβενά, το 33% θεωρεί πως η αύξηση των μετακινήσεων γίνεται για να συνδυαστούν τα ψώνια με άλλες δουλειές, το 21% για λόγους αναψυχής, το 16% γιατί βρίσκουν στις πόλεις προορισμού μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων και το 7% γιατί βρίσκουν πιο φτηνές τιμές. Το 54% δηλαδή αποδίδει την αύξηση των μετακινήσεων στις υπηρεσίες που προσφέρουν οι πόλεις προορισμού.

Στην Κοζάνη, ως πρώτη αιτία για την αύξηση των μετακινήσεων θεωρείται η μεγαλύτερη ποικιλία που μπορούν να βρουν οι καταναλωτές στην πόλη προορισμού (32%), ως δεύτερη ο συνδυασμός των αγορών με άλλες δουλειές (21%) και ακολουθούν οι λόγοι αναψυχής (18%) και οι φθηνότερες τιμές στην αγορά προορισμού (14%). Συνολικά δηλαδή, το 52% της αύξησης των μετακινήσεων οφείλεται σε λόγους ανταγωνιστικότητας της τοπικής αγοράς της πόλης προορισμού.

Παρατηρούμε πως μόνο οι επιχειρηματίες της Κοζάνης αποδίδουν την αύξηση των μετακινήσεων για καταναλωτικούς σκοπούς στην ανταγωνιστικότητα των αγορών των άλλων πόλεων και όχι στην ελκτική ικανότητα της περιοχής προορισμού λόγω των υπηρεσιών και των δραστηριοτήτων που προσφέρει. Άρα, σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, η τοπική αγορά της Κοζάνης είναι η λιγότερο ανταγωνιστική της περιοχής μελέτης, αφού είναι η μόνη πόλη της οποίας οι μετακινήσεις των κατοίκων αυξήθηκαν μετά την Εγνατία Οδό επειδή οι αγορές των πόλεων προορισμού είναι περισσότερο ανταγωνιστικές της δικής της.

Στο Διάγραμμα 6 παρουσιάζονται οι αιτίες αύξησης της έλξης των πόλεων μετά την παράδοση των τμημάτων. Ως σημαντικότερη αιτία αύξησης των μετακινήσεων προς τις τρεις πόλεις που εξετάζουμε θεωρούνται οι λόγοι αναψυχής (43%) και ακολουθεί με μεγάλη διαφορά ο συνδυασμός των αγορών με άλλες δουλειές (18%). Ως τρίτη αιτία παρουσιάζεται η μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων στις πόλεις προορισμού (16%) και ως τέταρτη οι φθηνότερες τιμές αγοράς (11%). Βλέπουμε δηλαδή, πως η αύξηση της ελκτικής ικανότητας των πόλεων μετά την παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού οφείλεται κυρίως στην ανάδειξη των προσφερόμενων δυνατοτήτων αναψυχής στην ευρύτερη περιοχή των πόλεων.



Αναλυτικά ανά πόλη προορισμού, η Βέροια φαίνεται πως έλκει μετακινήσεις γιατί οι επισκέπτες μπορούν να συνδυάσουν τις αγορές τους με άλλες δουλειές (30%). Δεύτερη αιτία θεωρείται η ποικιλία των προσφερόμενων προϊόντων στην αγορά της (25%) και ακολουθούν οι φθηνές τιμές της αγοράς της (18%) και τέλος οι λόγοι αναψυχής. Το 45% δηλαδή της αύξησης των μετακινήσεων προς τη Βέροια αποδίδεται σε λόγους ανταγωνιστικότητας της τοπικής αγοράς και το 40% στην ελκτικότητα της ευρύτερης περιοχής. Ιδιαίτερη αξία έχει το ότι η Βέροια είναι η μόνη πόλη που αυξάνει τις μετακινήσεις καταναλωτών από άλλες πόλεις προς αυτήν εξαιτίας της ανταγωνιστικότητας της αγοράς της.

Η αύξηση των μετακινήσεων προς τα Γρεβενά οφείλεται κατά κύριο λόγο στη δυνατότητα που προσφέρεται για δραστηριότητες αναψυχής (66%) και ακολουθούν με μεγάλη διαφορά, οι φθηνές τιμές της τοπικής αγοράς (7%). Συνολικά, η αύξηση των μετακινήσεων προς τα Γρεβενά εξηγείται κατά 76% από τις προσφερόμενες δραστηριότητες και μόλις κατά 10% από την ανταγωνιστικότητά της.

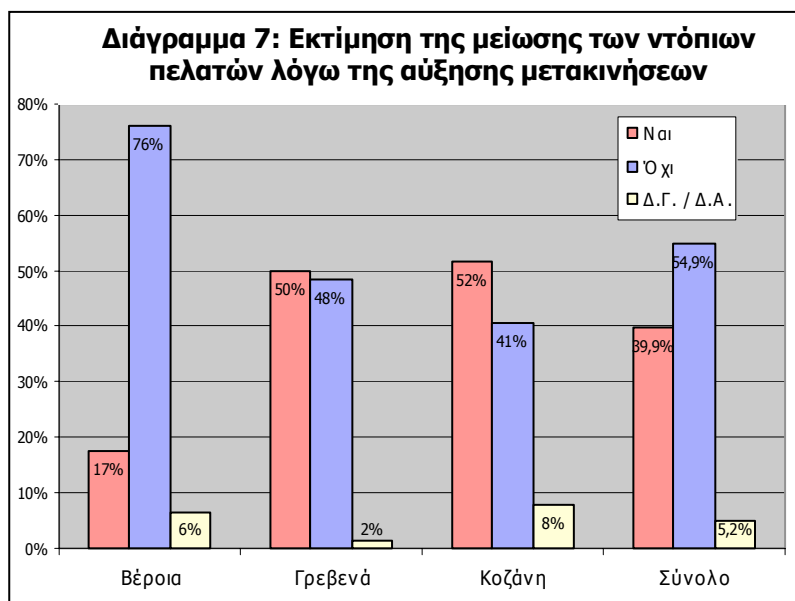
Παρόμοια παρουσιάζεται η εικόνα και στην Κοζάνη, με το 68% της αύξησης των μετακινήσεων να εκτιμάται πως οφείλεται στις προσφερόμενες δραστηριότητες και υπηρεσίες και το 29% σε αιτίες που άπτονται της ανταγωνιστικότητας της αγοράς. Αναλυτικά, το 54% θεωρεί ως πρώτη αιτία αύξησης των μετακινήσεων την αναψυχή, το 20% την ποικιλία των προϊόντων της αγοράς της Κοζάνης και το 7% τις φθηνές τιμές.

Συνοψίζοντας, βλέπουμε πως η μεγάλη αύξηση των μετακινήσεων του αγοραστικού κοινού των πόλεων της Δυτικής Μακεδονίας οφείλεται σε διαφορετικούς

λόγους. Η χαμηλή ή η υψηλή ανταγωνιστικότητα της τοπικής αγοράς απωθεί ή έλκει καταναλωτές (Κοζάνη και Βέροια αντίστοιχα) ενώ οι προσφερόμενες δραστηριότητες αναψυχής των Γρεβενών κατά κύριο λόγο και της Κοζάνης δευτερευόντως, είναι η βασική αιτία αύξησης των μετακινήσεων προς αυτές.

3.4. Η επίδραση της αύξησης των μετακινήσεων στην επιχείρηση

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζουμε τα αποτελέσματα των ερωτήσεων 2 και 4 (παράρτημα 1). Αυτές αφορούν τις επιδράσεις που επιφέρει η παράδοση τμημάτων



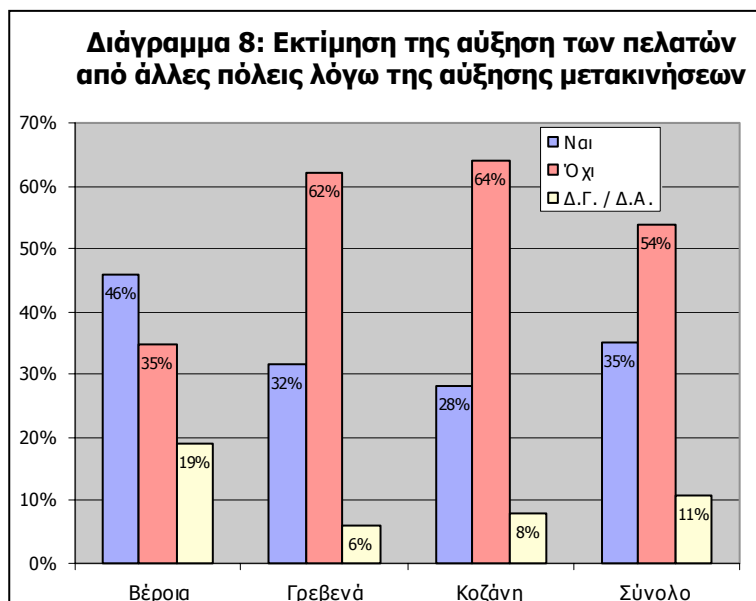
της Εγνατίας Οδού στην πελατεία των επιχειρήσεων που θεωρούν πως έχει παρατηρηθεί αύξηση των μετακινήσεων. Συγκεκριμένα, στην ερώτηση 2 εξετάζεται το αν η αύξηση της εξόδου των καταναλωτών έχει ως αποτέλεσμα να μειωθεί το αγοραστικό κοινό της επιχείρησης που κατοικεί στην πόλη του

ερωτώμενου. Στην ερώτηση 4 εξετάζεται το αν η αύξηση των μετακινήσεων καταναλωτών από άλλες πόλεις προς την πόλη του ερωτώμενου έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των πελατών της επιχείρησης που προέρχονται από τις πόλεις αυτές.

Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 7, περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις του δείγματος (54,9%) δε φαίνεται να φοβούνται το ενδεχόμενο μείωση της πελατείας τους λόγω της Εγνατίας Οδού, ενώ το 40% θεωρεί πως η αύξηση των μετακινήσεων λόγω της Εγνατίας Οδού έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των πελατών της. Οι απαντήσεις είναι εκφρασμένες ως ποσοστά αυτών που στην ερώτηση 1 απάντησαν θετικά.

Περισσότερο σίγουροι εμφανίζονται οι επιχειρηματίες της Βέροιας, αφού το 76% δε θεωρεί πως η παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των πελατών της επιχείρησης. Στα Γρεβενά τα ποσοστά μεταξύ του «ναι» και του «όχι» είναι μοιρασμένα ενώ το 52% στην Κοζάνη θεωρεί πως θα μειωθούν οι πελάτες της επιχείρησής τους.

Στο Διάγραμμα 8 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ερώτησης 4. Συνολικά φαίνεται πως το 54% των επιχειρηματιών που θεωρούν πως έχουν αυξηθεί οι μετακινήσεις προς την πόλη τους, δεν έχει παρατηρήσει αύξηση των πελατών τους που προέρχονται από άλλη πόλη, ενώ το 35% έχει παρατηρήσει τέτοια αύξηση. Χαρακτηριστικό είναι πως το 11% δεν απάντησε σε αυτή την ερώτηση.



Τα αποτελέσματα ανά πόλη διαφοροποιούνται αισθητά. Το 46% των επιχειρηματιών της Βέροιας που απάντησε θετικά στην ερώτηση 1, θεωρεί πως έχουν αυξηθεί οι πελάτες που κατοικούν σε άλλες πόλεις, το 35% δεν έχει παρατηρήσει αύξηση ενώ το 19% απάντησε «Δεν Γνωρίζω / Δεν Απαντώ». Αντίθετα, στις δύο πόλεις της Δυτικής Μακεδονίας, πάνω από

το 60% των επιχειρηματιών απάντησαν πως δε έχει σημειωθεί αύξηση των πελατών τους από άλλες πόλεις. Οι επιχειρηματίες των Γρεβενών εμφανίζονται ελαφρώς πιο ευνοημένοι, καθώς το 32% θεωρεί πως έχουν αυξηθεί οι μη ντόπιοι πελάτες, έναντι του 28% στην Κοζάνη.

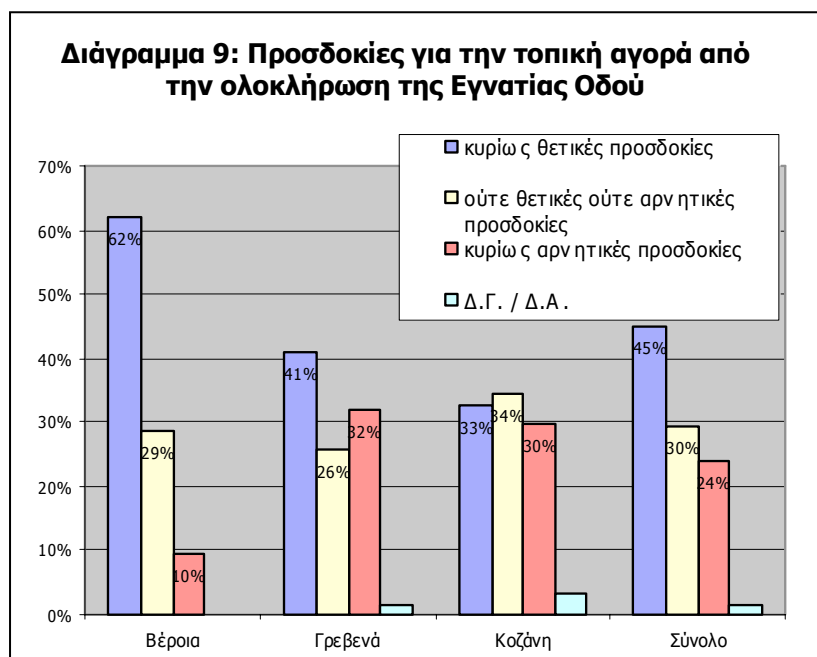
Συνοψίζοντας, φαίνεται πως τα αποτελέσματα των ερωτήσεων 2 και 4 επαληθεύουν την προηγούμενη ενότητα. Οι επιχειρηματίες της Βέροιας φέρονται ως οι πιο ευνοημένοι, κάτι που προφανώς συνδέεται με το ότι η αγορά της Βέροιας εμφανίζεται ως η πιο ανταγωνιστική. Οι επιχειρήσεις της Κοζάνης εμφανίζονται ως οι λιγότερο ευνοημένοι ενώ σε λίγο καλύτερη θέση φαίνεται πως βρίσκονται οι επιχειρηματίες των Γρεβενών, λόγω του ότι προσελκύουν επισκέπτες για τις προσφερόμενες τουριστικές δραστηριότητες.

3.5. Προσδοκίες από την Εγνατία Οδό

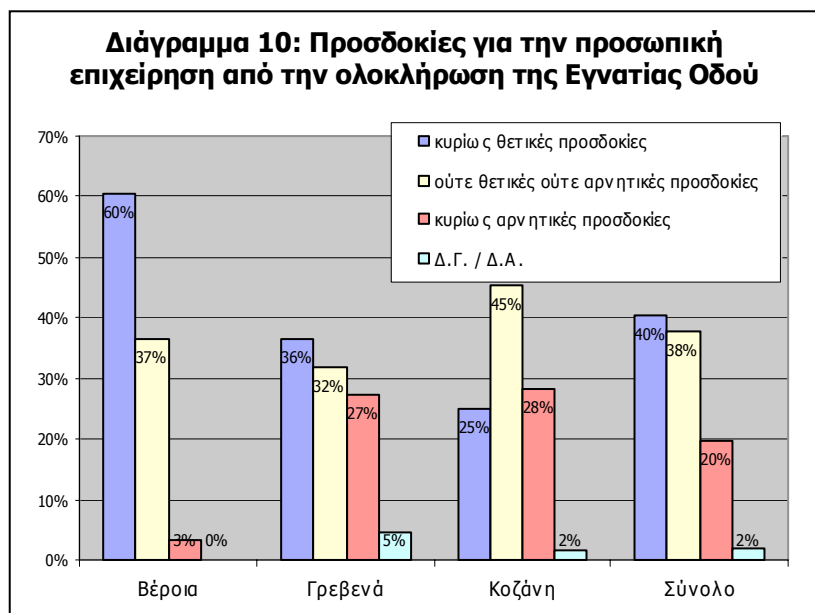
Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι προσδοκίες των επιχειρηματιών από την ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού τόσο ως προς την τοπική αγορά όσο και ως προς τη δικιά τους επιχείρηση.

Στο Διάγραμμα 9 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στην ερώτηση 4, σχετικά με τις προσδοκίες για την τοπική αγορά. Συνολικά, το 45% προσμένει σε θετικές εξελίξεις στην τοπική αγορά. Περισσότερο αισιόδοξοι εμφανίζονται οι επιχειρηματίες της Βέροιας, το 62% των οποίων θεωρεί πως η Εγνατία Οδός θα επιφέρει θετικές επιδράσεις στην αγορά της πόλης τους. Αντίθετα, το 29% δεν προσμένει σε θετικές εξελίξεις ενώ το 10% έπλεξε την απάντηση «Δ.Γ. / Δ.Α». Οι επιχειρηματίες των δύο πόλεων της Δυτικής Μακεδονίας εμφανίζονται και πάλι λιγότερο αισιόδοξοι. Το 41% του δείγματος στα Γρεβενά, θεωρεί περιμένει θετικές εξελίξεις, ενώ το 32% θεωρεί πως η ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού θα έχει αρνητικές συνέπειες για την τοπική αγορά. Στην Κοζάνη, οι τρεις απαντήσεις συγκέντρωσαν παρόμοια ποσοστά, με το υψηλότερο να σημειώνεται στην απάντηση ότι δε θα επιφέρει ούτε θετικές ούτε

αρνητικές συνέπειες. Το δείγμα της τελευταίας εμφανίζεται και πάλι το λιγότερο αισιόδοξο.



Στο Διάγραμμα 10 παρουσιάζονται οι απαντήσεις στην ερώτηση 6 σχετικά με τις προσδοκίες για τη δική τους επιχείρηση από την ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού. Οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή χαρακτηρίζονται πιο συγκρατημένες. Στο σύνολο του δείγματος, το 40% θεωρεί πως η Εγνατία Οδός θα επιφέρει θετικές επιδράσεις, το 38% δεν αναμένει ούτε θετικές ούτε αρνητικές επιπτώσεις ενώ το 20% θεωρεί πως η επιχείρησή του θα υποστεί αρνητικές συνέπειες.



Αναλυτικά ανά πόλη, οι επιχειρηματίες της Βέροιας εμφανίζονται και πάλι οι πιο αισιόδοξοι, καθώς το 60% του δείγματος θεωρεί πως η ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού θα συμβάλει θετικά στις επιχειρήσεις τους, ενώ μόλις το 3% περιμένει

αρνητικές συνέπειες. Στα Γρεβενά μόνο το 36% των επιχειρηματιών αναμένουν θετικές εξελίξεις για τις επιχειρήσεις τους λόγω της Εγνατίας Οδού, ενώ το 59% αναμένει αρνητικές ή καθόλου επιδράσεις. Τέλος, οι επιχειρηματίες της Κοζάνης είναι οι λιγότερο αισιόδοξοι, αφού μόλις ένας στους τέσσερις έχει θετικές προσδοκίες.

Συνοψίζοντας, οι προσδοκίες των επιχειρηματιών του δείγματος των τριών πόλεων ακολουθούν το διαφαινόμενο πρότυπο. Το δείγμα της Βέροιας αναμένει θετικές εξελίξεις τόσο για την τοπική αγορά της πόλης όσο και τις προσωπικές επιχειρήσεις. Οι επιχειρηματίες των Γρεβενών και της Κοζάνης είναι λιγότερο αισιόδοξοι με τους τελευταίους να αναμένουν αρνητικές εξελίξεις για τις προσωπικές τους επιχειρήσεις.

4. Γενικά συμπεράσματα

Από τα παραπάνω μπορεί κανείς να συμπεράνει πως η Εγνατία Οδός προκαλεί ποικίλες μεταβολές στη διασύνδεση των κόμβων του αστικού δικτύου της περιοχής μελέτης. Ως νέα μεταφορική υποδομή εκτρέπει αλλά και δημιουργεί νέες ροές. Στόχος της έρευνας αυτής δεν είναι η αποτύπωση της μεταβολής του όγκου των οδικών μετακινήσεων αλλά η εκτίμηση των επιδράσεων που προκαλεί η μεταβολή της προσπελασιμότητας και οι συνδεδεμένες με αυτή νέες ροές, στις τοπικές αγορές των πόλεων που διατρέχει η Εγνατία Οδός. Έτσι, μπορούμε να εξάγουμε κάποια αρχικά συμπεράσματα σχετικά με το ποιες αγορές και γιατί διαφαίνεται πως αποκομίζουν οφέλη από το νέο χωρικό πρότυπο που δημιουργείται από τη σταδιακή ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού, και ποιες όχι. Τα οφέλη των τοπικών αγορών των πόλεων συνδέονται με την έλξη που ασκούν αυτές σε μετακινήσεις για καταναλωτικούς σκοπούς από άλλες πόλεις, ενώ οι απώλειες με τη διαφυγή καταναλωτών προς άλλες πόλεις για την αγορά αγαθών ή υπηρεσιών.

Παρενθετικά να αναφέρουμε πως η ορθότερη μεθοδολογία για την εκπλήρωση του παραπάνω στόχου είναι η έρευνα κοινής γνώμης σε κομβικά σημεία του οδικού δικτύου της Εγνατίας Οδού για τις αιτίες της μετακίνησης. Η σύγκριση των ευρημάτων μιας τέτοιας έρευνας θα μπορούσε να γίνει με τα αποτελέσματα της τελευταίας 10ετούς Έρευνας Προέλευσης – Προορισμού (2003), όταν αυτά δημοσιοποιηθούν. Λόγω όμως του κόστους μιας τέτοιας εκτεταμένης έρευνας πεδίου αλλά και της μη ολοκλήρωσης της επεξεργασίας των αποτελεσμάτων της Έρευνας Προέλευσης – Προορισμού του 2003, διερευνήθηκαν οι απόψεις μιας επαγγελματικής ομάδας που συνδέεται άμεσα με το ερευνητικό ερώτημα, τους επιχειρηματίες που ασχολούνται με το λιανικό εμπόριο. Και για να ξεπεράσουμε το πρόβλημα της σύγκρισης των αποτελεσμάτων με αντίστοιχα στοιχεία πριν την παράδοση των τμημάτων της Εγνατίας Οδού, τα ερωτήματα της έρευνας εστιάστηκαν στη μεταβολή των ροών. Πρέπει επίσης να αναφέρουμε πως τα αποτελέσματα αυτής της εμπειρικής μελέτης είναι δύσκολο να γενικευτούν. Αναφέρονται στην εκτίμηση των επιδράσεων που δέχεται μια συγκεκριμένη χωρική ενότητα από ένα συγκεκριμένο μεταφορικό δίκτυο σε ορισμένη χρονική περίοδο και με βάση συγκεκριμένο δείγμα.

Γενικά μπορούμε να πούμε πως στο αναδυόμενο χωρικό πρότυπο συνυπάρχουν τόσο κεντρομόλες όσο και φυγόκεντρες ροές. Μεγάλο ποσοστό των επιχειρηματιών

του δείγματος θεωρούν πως έχουν αυξηθεί οι μετακινήσεις των συμπολιτών τους προς άλλες πόλεις για καταναλωτικούς σκοπούς, με τη Θεσσαλονίκη να απορροφάει το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών. Χαρακτηριστικό είναι όμως πως οι απώλειες καταγράφονται χαμηλότερες για τη Βέροια, η οποία χαρακτηρίζεται ως η πιο ανταγωνιστική αγορά των μεταξύ των τριών πόλεων του δείγματος (παρά την εγγύτητα με τη Θεσσαλονίκη). Σημαντική είναι επίσης, η αύξηση της διασύνδεσης Βέροιας – Κοζάνης. Στην πρώτη κατευθύνονται οι καταναλωτές λόγω της ανταγωνιστικής αγοράς της ενώ στη δεύτερη για λόγους αναψυχής. Αντίστοιχα, σε όλες τις πόλεις σημειώνεται αύξηση των μετακινήσεων προς αυτές. Στα Γρεβενά και στην Κοζάνη κύριος πόλος έλξης είναι οι προσφερόμενες δραστηριότητες αναψυχής ενώ στη Βέροια η αγορά της.

Η ανταγωνιστικότητα της αγοράς της Βέροιας έχει ως αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις της να χαρακτηρίζονται ως οι πιο ευνοημένες, λόγω της αύξησης των πελατών τους από άλλες πόλεις και της αποφυγής, σε ικανοποιητικό βαθμό, της εκτροπής των καταναλωτών της προς αυτές. Επιπλέον, οι επιχειρηματίες της εμφανίζονται ως οι πιο αισιόδοξοι. Ως λιγότερο ευνοημένοι και αισιόδοξοι εμφανίζονται οι επιχειρηματίες της Κοζάνης, με μικρές όμως διαφορές σε σχέση με τα Γρεβενά.

Επιγραμματικά, τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας είναι τα εξής:

- Η Θεσσαλονίκη απορροφάει το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων μετακινήσεων.
- Οι απώλειες καταναλωτικού κοινού καταγράφονται χαμηλότερες για τη Βέροια, η τοπική αγορά της οποίας οποία χαρακτηρίζεται ως η πιο ανταγωνιστική μεταξύ των τριών πόλεων του δείγματος, και εντονότερες για την Κοζάνη και τα Γρεβενά.
- Τα Γρεβενά και η Κοζάνη, προσελκύουν καταναλωτές από άλλες πόλεις λόγω των τουριστικών δραστηριοτήτων που προσφέρονται στην ευρύτερη περιοχή, ενώ η Βέροια λόγω της ανταγωνιστικότητας της τοπικής της αγοράς.
- Παρατηρείται αύξηση της διασύνδεσης μεταξύ Βέροιας και Κοζάνης.
- Οι επιχειρηματίες της Βέροιας εμφανίζονται περισσότερο ευνοημένοι και αισιόδοξοι σε σχέση με τους αντίστοιχους της Κοζάνης και των Γρεβενών.

Τα φαινόμενα οικονομικής αφάιμαξης, στο βαθμό που αυτά συνδέονται με τις τοπικές αγορές, στην περίπτωση μας ισοδυναμούν με μεγάλη αύξηση των ροών προς τη Θεσσαλονίκη, οι οποίες εντείνονται με την παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού. Συνοδεύονται όμως και μια αύξηση των μετακινήσεων από το κέντρο προς την περιφέρεια, λόγω κυρίως των τουριστικών πόρων της (Νομός Γρεβενών αλλά και Νομός Κοζάνης). Είναι δύο ξεχωριστές διαδικασίες που συμβαίνουν ταυτόχρονα στο χώρο. Το σημείο στο οποίο θα ισορροπήσει το χωρικό σύστημα είναι πολύ δύσκολο να προβλεφθεί, μιας και υπεισέρχονται εξωτερικοί παράγοντες. Προφανώς, η περιφερειακή πολιτική θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη των δύο παράλληλων φαινομένων και άρα στα οφέλη που θα αποκομίσουν οι πόλεις και οι νομοί της περιοχής μελέτης από τη νέα μεταφορική υποδομή.

Παράρτημα 1: Ερωτηματολόγιο

ΟΔΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Οι αναπτυξιακές επιπτώσεις της Εγνατίας Οδού με τη χρήση δεικτών προσπελασιμότητας

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το παρόν ερωτηματολόγιο πλαισιώνει μία ευρύτερη έρευνα που διεξάγεται από το ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ της ΕΓΝΑΤΙΑ ΟΔΟΣ Α.Ε. σχετικά με τις αναπτυξιακές επιδράσεις του άξονα στη Βόρεια Ελλάδα. Τα αποτελέσματα που θα προκύψουν από το ερωτηματολόγιο αυτό θα τροφοδοτήσουν την έρευνα με στοιχεία σχετικά με την επίδραση του άξονα στην εμπορική δραστηριότητα των βασικών αστικών κέντρων που διατρέχει. Απώτερος στόχος της έρευνα αυτής είναι να αποτελέσει εισροή στην περιφερειακή πολιτική έτσι ώστε να ενδυναμωθεί ο αναπτυξιακός χαρακτήρας του έργου.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ! Οι παρεχόμενες πληροφορίες σ' αυτό το ερωτηματολόγιο είναι απολύτως εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για στατιστικές αναλύσεις

Θα επιθυμούσατε να σας ενημερώσουμε για τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας;

Ναι

Όχι

0. Στοιχεία του ερωτώμενου			
Όνοματεπώνυμο:			
Όνομα Επιχείρησης:			
Θέση στην Επιχείρηση:			
Κλάδος Επιχείρησης:			
Επικοινωνία:		Τηλ:	e-mail:
Όνομα πόλης:			
Φύλο:	Άνδρας <input type="checkbox"/>	Γυναίκα <input type="checkbox"/>	
Ηλικία:			
Σπουδές:		Δημοτικό <input type="checkbox"/>	Λύκειο <input type="checkbox"/>
		Γυμνάσιο <input type="checkbox"/>	Πανεπιστήμιο / Κολλέγιο <input type="checkbox"/>

1. Θεωρείτε πως η παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού, που συνδέουν την πόλη σας με τις γειτονικές, έχει ως αποτέλεσμα να αυξηθεί ο αριθμός των συμπολιτών σας που πηγαίνουν σε αυτές για να αγοράσουν προϊόντα ή να απολαύσουν υπηρεσίες; (μία απάντηση)

Ναι

Όχι

1.1 Αν θεωρείτε πως μετά την παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού, οι συμπολίτες σας προτιμούν άλλες πόλεις για να αγοράσουν προϊόντα ή να απολαύσουν υπηρεσίες περισσότερο από ότι πριν, αυτό πιστεύεται πως γίνεται: (μία απάντηση)	
γιατί βρίσκουν πιο φτηνές τιμές	
γιατί βρίσκουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων	
για λόγους αναψυχής (π.χ για να κάνουν βόλτα)	
γιατί εξυπηρετούνται καλύτερα	
για να συνδυάσουν τα ψώνια με άλλες δουλειές (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες)	
... (άλλο)	
Δ.Γ. / Δ.Α.	

1.2 Αν θεωρείτε πως μετά την παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού, οι συμπολίτες σας προτιμούν άλλες πόλεις για να αγοράσουν προϊόντα ή να απολαύσουν υπηρεσίες περισσότερο από ότι πριν, τότε ποιες είναι αυτές; (μέχρι δύο απαντήσεις, 1=περισσότερο, 2=λιγότερο)			
Βέροια		Θεσσαλονίκη	
Γρεβενά		Κοζάνη	
... (άλλη)		Δ.Γ. / Δ.Α.	

2. Θεωρείτε πως η παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού, που συνδέουν την πόλη σας με τις γειτονικές, έχει ως αποτέλεσμα να μειωθούν οι πελάτες της επιχείρησής σας που κατοικούν στην πόλη σας; (μία απάντηση)	
Ναι	
Όχι	
Δ.Γ. / Δ.Α.	

3. Θεωρείται πως η παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού, που συνδέουν την πόλη σας με τις γειτονικές, έχει ως αποτέλεσμα να μετακινούνται περισσότεροι κάτοικοι από άλλες πόλεις στη δικιά σας για να αγοράσουν προϊόντα ή να απολαύσουν υπηρεσίες; (μία απάντηση)	
Ναι	
Όχι	
Δ.Γ. / Δ.Α.	

3.1 Αν θεωρείτε πως μετά την παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού, κάτοικοι από άλλες πόλεις μετακινούνται στη δικιά σας για να αγοράσουν προϊόντα ή να απολαύσουν υπηρεσίες περισσότερο από ότι πριν, αυτό πιστεύεται πως γίνεται: (μία απάντηση)	
γιατί βρίσκουν πιο φτηνές τιμές	
γιατί βρίσκουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων	
για λόγους αναψυχής (π.χ για να κάνουν βόλτα)	
γιατί εξυπηρετούνται καλύτερα	
για να συνδυάσουν τα ψώνια με άλλες δουλειές (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες)	
... (άλλο)	
Δ.Γ. / Δ.Α.	

3.2 Αν θεωρείτε πως μετά την παράδοση Εγνατίας Οδού, κάτοικοι από άλλες πόλεις προτιμούν τη δικιά σας για να αγοράσουν προϊόντα ή να απολαύσουν υπηρεσίες περισσότερο από ότι πριν, τότε ποιες είναι οι πόλεις από τις οποίες προέρχονται; (μέχρι δύο απαντήσεις, 1=περισσότερο, 2=λιγότερο)			
Βέροια		Θεσσαλονίκη	
Γρεβενά		Κοζάνη	
... (άλλη)		Δ.Γ. / Δ.Α.	

4. Θεωρείτε πως η παράδοση τμημάτων της Εγνατίας Οδού, που συνδέουν την πόλη σας με τις γειτονικές, έχει ως αποτέλεσμα να αυξηθούν οι πελάτες της επιχείρησής σας που κατοικούν σε γειτονικές πόλεις; (μία απάντηση)	
Ναι	
Όχι	
Δ.Γ. / Δ.Α.	

5. Γενικά και ανεξάρτητα από τη δικιά σας επιχείρηση, πιστεύεται πως η Εγνατία Οδός:	
θα επιφέρει κυρίως θετικές επιδράσεις στην τοπική αγορά της πόλης σας, καθώς η πιθανή προσέλκυση πελατών από γειτονικές πόλεις αναμένεται να είναι μεγαλύτερη από πιθανές απώλειες προς αυτές.	
δε θα επιφέρει ούτε θετικές ούτε αρνητικές επιδράσεις στην τοπική αγορά της πόλης σας, καθώς η πιθανή προσέλκυση πελατών από γειτονικές πόλεις θα ισούται με τις πιθανές απώλειες πελατών προς αυτές.	
θα επιφέρει κυρίως αρνητικές επιδράσεις στην τοπική αγορά της πόλης σας, καθώς η πιθανή προσέλκυση πελατών από γειτονικές πόλεις αναμένεται να είναι μικρότερη από τις πιθανές απώλειες προς αυτές;	
Δ.Γ. / Δ.Α.	

6. Σε ότι αφορά τη δικιά σας επιχείρηση, πιστεύεται πως η Εγνατία Οδός:	
θα επιφέρει κυρίως θετικές επιδράσεις, καθώς η πιθανή προσέλκυση πελατών από γειτονικές πόλεις αναμένεται να είναι μεγαλύτερη από πιθανές απώλειες προς αυτές;	
δε θα επιφέρει ούτε θετικές ούτε αρνητικές επιδράσεις, καθώς η πιθανή προσέλκυση πελατών από γειτονικές πόλεις θα ισούται με τις πιθανές απώλειες πελατών προς αυτές;	
θα επιφέρει κυρίως αρνητικές επιδράσεις, καθώς η πιθανή προσέλκυση πελατών από γειτονικές πόλεις αναμένεται να είναι μικρότερη από τις πιθανές απώλειες προς αυτές;	
Δ.Γ. / Δ.Α.	

Ευχαριστούμε για το χρόνο σας

Παράρτημα 2:Κλαδική σύνθεση του δείγματος

Κλάδοι επιχειρήσεων δείγματος	Συχνότητα	Σχετική Συχνότητα
Ενδύματα	79	40,9%
Κοσμήματα	14	7,3%
Υποδήματα	14	7,3%
Λευκά Είδη	10	5,2%
Ηλεκτρικά	6	3,1%
Οπτικά	6	3,1%
Είδη δώρων	5	2,6%
Υαλικά	5	2,6%
Δερμάτινα	4	2,1%
Έπιπλα	4	2,1%
Βιβλία	4	2,1%
Αξεσουάρ	3	1,6%
Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές	3	1,6%
Μουσικά είδη	3	1,6%
Παιχνίδια	3	1,6%
Τσάντες	3	1,6%
Φωτογραφικά	3	1,6%
Δεν δήλωσαν κλάδο	3	1,6%
Δισκοπωλείο	2	1,0%
Νυφικά	2	1,0%
Σιδηρικά	2	1,0%
Υφάσματα	2	1,0%
Είδη εκδρομής	1	0,5%
Ηλεκτρολογικά	1	0,5%
Ηλεκτρονικά	1	0,5%
Καύσιμα	1	0,5%
Κλωστές	1	0,5%
Κυνηγετικά είδη	1	0,5%
Μπαταρίες	1	0,5%
Πίνακες ζωγραφικής	1	0,5%
Τηλεπικοινωνίες	1	0,5%
Χαλιά	1	0,5%
Χαρακτικό εμπόριο	1	0,5%
Κουφώματα	1	0,5%
Ενδύματα, Βιοτεχνία	1	0,5%
Σύνολο	193	100,0%

Παράρτημα 3: Συνολικά αποτελέσματα

Ερώτηση	Απάντηση	Βέροια		Γρεβενά		Κοζάνη		Σύνολο	
		Απόλυτη συχνότητα	σχετική συχνότητα	απόλυτη συχνότητα	σχετική συχνότητα	απόλυτη συχνότητα	σχετική συχνότητα	απόλυτη συχνότητα	σχετική συχνότητα
1	Ναι	38	60%	58	88%	56	88%	152	79%
	Όχι	25	40%	7	11%	7	11%	39	20%
	ΔΓ/ΔΑ	0	0%	1	2%	1	2%	2	1%
1.1	γιατί βρίσκουν πιο φτηνές τιμές	2	5%	4	7%	8	14%	14	9,2%
	γιατί βρίσκουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων	11	29%	9	16%	21	38%	41	27,0%
	για λόγους αναψυχής (π.χ για να κάνουν βόλτα)	7	18%	12	21%	10	18%	29	19,1%
	γιατί εξυπηρετούνται καλύτερα	1	3%	1	2%	0	0%	2	1,3%
	για να συνδυάσουν τα ψώνια με άλλες δουλειές (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες)	12	32%	19	33%	12	21%	43	28,3%
	... (άλλο)	5	13%	8	14%	3	5%	16	10,5%
	Δ.Γ. / Δ.Α.	0	0%	5	9%	2	4%	7	4,6%
1.2	Βέροια	0	0%	0	0%	4	7%	4	2,6%
	Γρεβενά	0,25	1%	0	0%	0,5	1%	0,75	0,5%
	Θεσσαλονίκη	33	87%	42	72%	51,5	92%	126,5	83,2%
	Κοζάνη	4,75	13%	16	28%	0	0%	20,75	13,7%
	... (άλλη)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,0%
	Δ.Γ. / Δ.Α.	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,0%
2	Ναι	11	17%	33	50%	33	52%	77	39,9%
	Όχι	48	76%	32	48%	26	41%	106	54,9%
	ΔΓ/ΔΑ	4	6%	1	2%	5	8%	10	5,2%
3	Ναι	40	63%	41	62%	41	64%	122	63%
	Όχι	19	30%	25	38%	21	33%	65	34%
	ΔΓ/ΔΑ	4	6%	0	0%	2	3%	6	3%
3.1	γιατί βρίσκουν πιο φτηνές τιμές	7	18%	3	7%	3	7%	13	11%
	γιατί βρίσκουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων	10	25%	1	2%	8	20%	19	16%
	για λόγους αναψυχής (π.χ για να κάνουν βόλτα)	4	10%	27	66%	22	54%	53	43%
	γιατί εξυπηρετούνται καλύτερα	1	3%	0	0%	1	2%	2	2%
	για να συνδυάσουν τα ψώνια με άλλες δουλειές (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες)	12	30%	4	10%	6	15%	22	18%
	... (άλλο)	5	13%	0	0%	1	2%	6	5%
	Δ.Γ. / Δ.Α.	1	3%	6	15%	0	0%	7	6%

Σχετική συχνότητα ως ποσοστό του "Ναι" στην ερώτηση 1

Σχετική συχνότητα ως ποσοστό του "Ναι" στην ερώτηση 3

Ερώτηση	Απάντηση	Βέροια		Γρεβενά		Κοζάνη		Σύνολο	
		Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
3.2	Βέροια	0	0%	1,5	4%	7,75	19%	9,25	8%
	Γρεβενά	4	10%	0	0%	11,5	28%	15,5	13%
	Θεσσαλονίκη	2,5	6%	24	59%	13,5	33%	40	33%
	Κοζάνη	22,5	56%	9	22%	0	0%	31,5	26%
	... (άλλη)	10	25%	4,5	11%	6,25	15%	20,75	17%
	Δ.Γ. / Δ.Α.	1	3%	2	5%	2	5%	5	4%
4	Ναι	29	46%	21	32%	18	28%	68	35%
	Όχι	22	35%	41	62%	41	64%	104	54%
	ΔΓ/ΔΑ	12	19%	4	6%	5	8%	21	11%
5	θα επιφέρει κυρίως θετικές ...	39	62%	27	41%	21	33%	87	45%
	δε θα επιφέρει ούτε θετικές ούτε αρνητικές...	18	29%	17	26%	22	34%	57	30%
	θα επιφέρει κυρίως αρνητικές ...	6	10%	21	32%	19	30%	46	24%
	ΔΓ/ΔΑ	0		1	2%	2	3%	3	2%
6	θα επιφέρει κυρίως θετικές ...	38	60%	24	36%	16	25%	78	40%
	δε θα επιφέρει ούτε θετικές ούτε αρνητικές...	23	37%	21	32%	29	45%	73	38%
	θα επιφέρει κυρίως αρνητικές ...	2	3%	18	27%	18	28%	38	20%
	ΔΓ/ΔΑ	0		3	5%	1	2%	4	2%

