

«Θεσσαλονίκη, η πόλη που ζούμε. Πως μπορεί να γίνει καλύτερη;»

Έρευνα των σπουδαστών Οικονομίας & Διοίκησης του ΙΕΚ ΞΥΝΗ Μακεδονίας

Τις απόψεις των κατοίκων της Θεσσαλονίκης για την πόλη τους κατέγραψαν με ειδική έρευνα οι σπουδαστές του τομέα Οικονομίας & Διοίκησης του ΙΕΚ ΞΥΝΗ Μακεδονίας. Ο σκοπός της επιλογής του συγκεκριμένου θέματος ήταν να εξεταστεί η στάση των κατοίκων της πόλης σε σχέση με την εικόνα της, ώστε να εντοπιστούν οι πιθανές δυνάμεις και αδυναμίες, που είτε βοηθούν είτε υποθάλλουν την αναπτυξιακή πορεία της πόλης.

Προφίλ δείγματος

Τα κύρια χαρακτηριστικά του δείγματος που συμμετείχε στην έρευνα ήταν τα εξής:

- ✓ Η πλειοψηφία του δείγματος ήταν γυναίκες αντιπροσωπεύοντας το 58% του συνόλου και 42% ήταν άντρες.
- ✓ Η πλειοψηφία του δείγματος είναι από 21 έως 35 ετών (57%) ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό συμμετοχής των ατόμων κάτω των 20 ετών (19%) και των ατόμων από 36 έως 50 ετών (16%).
- ✓ Η πλειοψηφία του δείγματος ήταν απόφοιτοι ΙΕΚ και Τεχνικών σχολών (28%) ενώ σημαντική είναι η συμμετοχή των ατόμων που είναι απόφοιτη λυκείου (22%), των αποφοίτων ΑΕΙ (15%) και των ΑΤΕΙ (17%).
- ✓ Αναφορικά με την οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων, το 64% ήταν ανύπαντροι ενώ το 31% ήταν παντρεμένοι.
- ✓ Τέλος, σχετικά με το εισόδημα των πολιτών η πλειοψηφία του δείγματος έχει μηνιαίο εισόδημα από 601 έως 1200 ευρώ, αντιπροσωπεύοντας το 38% του δείγματος. Από εκεί και πέρα, το 19% του δείγματος παρουσιάζει μηνιαίο εισόδημα άνω των 1501 ευρώ.

Το πρώτο στοιχείο που διερευνήθηκε σχετίζεται με την ελκυστικότητα της πόλης. Σε αυτό το σημείο, εξετάστηκε η συχνότητα με την οποία οι κάτοικοι της Θεσσαλονίκης επισκέπτονται τους δημόσιους χώρους. Το κύριο συμπέρασμα που προέκυψε είναι ότι η Θεσσαλονίκη είναι ένας τόπος ελκυστικός, καθώς το 83% των κατοίκων της αποκρίθηκε πως επισκέπτονται τους δημόσιους χώρους τουλάχιστον μια φορά το μήνα.

Κάθε τι που έχει παρελθόν για να έχει παρόν και μέλλον πρέπει να σέβεται την ιστορία του. Κάτι τέτοιο φαίνεται να ισχύει στην περίπτωση της Θεσσαλονίκης, όπου η πλειοψηφία των πολιτών της (ποσοστό 60% του δείγματος) απάντησε πως σέβεται την ιστορία της πόλης όπου διαμένει. Εξίσου

σημαντικό είναι το εύρημα ότι οι πολίτες ενδιαφέρονται για να γνωρίσουν καλύτερα την ιστορία της πόλης τους. Πιο συγκεκριμένα, ένα ποσοστό 89% του δείγματος απάντησε πως επιθυμεί να εμπλουτίσει τις γνώσεις του σχετικά με ιστορικά μνημεία και δρώμενα. Μέσα στα πλαίσια αυτά θα πρέπει να αναφερθεί το γεγονός ότι η πλειοψηφία του δείγματος έχει επισκεφτεί το ιστορικό σύμβολο της Θεσσαλονίκης, τον Λευκό Πύργο, πριν κλείσει τα 18 έτη.

Από την άλλη όμως μεριά, η Θεσσαλονίκη αποδείχτηκε πως δημιουργεί εμπόδια σε όσους πολίτες προσπαθούν να χαρούν τους δημόσιους χώρους της και οτιδήποτε άλλο αξιόλογο έχει αυτή. Ειδικότερα, η έρευνα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι πολίτες της πόλης αντιμετωπίζουν ένα σημαντικό πρόβλημα που σχετίζεται με την έλλειψη της ασφάλειας (πάνω από το 50% του δείγματος δήλωσε πως αισθάνεται ανασφαλής στην πόλη που διαμένει!).

Το γεγονός αυτό προτρέπει τους Θεσσαλονικείς να καταικήσουν την ανασφάλεια τους, επιλέγοντας ενδιαφέρουσες και ευχάριστες δραστηριότητες. Μια από αυτές τις επιλογές αποτελεί και το λεγόμενο “shopping therapy”. Η αναζήτηση καθώς και η ανεύρεση κατάλληλων εμπορικών σημείων αγοράς όμως, θα πρέπει να γίνεται σχολαστικά γιατί όπως προκύπτει από την έρευνα, πολλοί θεωρούν τις τιμές κανονικές (46%) αλλά και πολλοί τις θεωρούν υψηλές ως πολύ υψηλές (37%).

Η ανασφάλεια αυτή των κατοίκων και οι γρήγοροι ρυθμοί της πόλης προκαλούν πρόσθετο άγχος στην καθημερινότητα, ρίχνοντας έτσι τα επίπεδα υγείας των πολιτών. Οι περισσότεροι όμως αισθάνονται ότι οι παρεχόμενες υπηρεσίες υγιεινής στην πόλη μας είναι ανεπαρκείς για την προστασία της υγείας τους καθώς το 54% απαντά αρνητικά στην ερώτηση «αν η Θεσσαλονίκη φροντίζει για την υγεία των κατοίκων της».

Αυτό έχει ως αντίκτυπο οι πολίτες να στερούνται από το εισόδημα τους, προκειμένου να προσφέρουν στον εαυτό τους υπηρεσίες που η πόλη δεν τους παρέχει. Πράγμα αρκετά δύσκολο καθώς η αναζήτηση και η εύρεση εργασιακών θέσεων δεν προσφέρεται. Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει από το γεγονός ότι το 84% του δείγματος απάντησε πως η Θεσσαλονίκη δεν παρέχει ευκαιρίες εργασιακής απασχόλησης, και από έρευνες που αποδεικνύουν πως το εισόδημα του μέσου πολίτη συρρικνώνεται.

Κατά ένα αδιευκρίνιστο τρόπο οι κάτοικοι της Θεσσαλονίκης (όπως και άλλοι Έλληνες) έχουν την ικανότητα να κατέχουν περισσότερα από ένα Ι.Χ. Έτσι, ένα επιπρόσθετο άγχος που δημιουργείται από την κατοχή αυτοκινήτου είναι η εξεύρεση χώρων στάθμευσης. Αποδεικνύεται όμως ότι είναι πιο εύκολο να πουλήσεις ψυγείο σε Εσκιμώους, παρά να βρεις χώρο στάθμευσης καθώς το 83% των ερωτηθέντων δήλωσε πως στην πόλη μας είναι αδύνατο να παρκάρεις.

Όταν μία πόλη έχει τόσα προβλήματα, η μόνη διέξοδος είναι να διασκεδάσεις και να εκπαιδεύεσαι

Η Θεσσαλονίκη δεν παύει να παρέχει αξιόλογες ευκαιρίες μόρφωσης (Πανεπιστήμια, ΤΕΙ και ιδιωτικά ιδρύματα), κάτι στο οποίο συμφωνεί περισσότερο από το μισό του δείγματος, 57%.

Ακόμη, η Θεσσαλονίκη προσφέρει απλόχερα ευκαιρίες για ψυχαγωγία, είναι όμως και μία πόλη με κουλτούρα καθώς ένα ποσοστό 69% των κατοίκων της το υποστηρίζει και ένα 64% θεωρεί ότι είναι κοσμοπολίτισσα.

Η πόλη προσφέρεται για ένα ρομαντικό δείπνο κάτι που εκτιμά το 60% των ερωτηθέντων, για παρακολούθηση συναυλιών ποσοστό 82%, για στιγμές χαλάρωσης σε ένα παραθαλάσσιο μπαρ 77% και ικανοποιεί και την ανάγκη των πολιτών της να εκδράμουν στην εξοχή 46% ή να παρακολουθήσουν εκθέσεις ζωγραφικής. Δυστυχώς όμως, για τους λάτρεις της κλασσικής μουσικής παρέχει περιορισμένες ευκαιρίες ψυχαγωγίας.

Οι πολίτες της εκτιμούν πως η Θεσσαλονίκη θέλει αλλά δεν μπορεί να πάρει αποφάσεις που είναι ικανές να αλλάξουν τον ρόλο της και την ποιότητα ζωής των πολιτών της. Μάλιστα το 76% υποστηρίζει πως η πόλη δεν έχει τη δύναμη να αποφασίσει για όλα τα θέματα που την αφορούν.

Δυστυχώς, μόνο ένα ποσοστό 21% πιστεύει πως αυτή η πόλη μπορεί να κάνει διαφορετικά πράγματα από όσα κάνει. Έτσι διαπιστώνουμε πως η Θεσσαλονίκη όχι μόνο δεν αποφασίζει για τον εαυτό της αλλά είναι και μία πόλη συντηρητική καθώς οι πολίτες της δεν θεωρούν πως μπορεί να αλλάξει κάτι άμεσα για να αποκτήσει η πόλη πρωταγωνιστικό ρόλο.

Η Θεσσαλονίκη είναι μία πόλη με ιστορία, δυνατότητες εκπαίδευσης, πολλαπλές ευκαιρίες ψυχαγωγίας. Είναι όμως και μία πόλη που χρειάζεται βελτίωση στην οργάνωση καθώς ασφυκτιά από το πρόβλημα εξεύρεσης χώρων στάθμευσης, δεν παρέχει τις δέουσες συνθήκες ασφάλειας για τους πολίτες της, αδυνατεί να παρέχει αξιόπιστες υπηρεσίες υγείας. Δεν προσφέρει αξιόλογες ευκαιρίες απασχόλησης και αναγκάζει τους πολίτες της να κάνουν έρευνα για τις αγορές τους. Παρόλα αυτά είναι και μία πόλη που σε χαλαρώνει, σε κάνει να αισθάνεσαι ελεύθερος και αποτελεί έναν ενδιαφέρον τόπο διαμονής για τον καθένα. Αν αυτή η πόλη βρει τον τρόπο να παίρνει και να υλοποιεί σημαντικές αποφάσεις για τον εαυτό της, τότε μπορεί να ελπίζει σε μία ολοκληρωτική αλλαγή της εικόνας της.

Η τελευταία ερώτηση της έρευνας προς τους συμμετέχοντες ήταν **«με ποιες εκφράσεις συνδέουν την πόλη της Θεσσαλονίκης»**. Οι φράσεις που έδειξαν να ταυτίζονται περισσότερο με την λέξη Θεσσαλονίκη ήταν:

- ✓ Χαλάρωση (Ποσοστό 14%)
- ✓ Ελευθερία (Ποσοστό 12%)
- ✓ Πόλη για τον καθένα (Ποσοστό 11%)
- ✓ Αισθησιασμός (Ποσοστό 10%)
- ✓ Αθλητισμός (Ποσοστό 10%)