



**ΑΝΟΙΚΤΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

**Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
ΣΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ
– ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΚΙΤΙΟΥ**

ΑΒΡΑΑΜ ΠΑΠΑΜΙΧΑΗΛ

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:
Δρ. ΠΑΡΙΣ ΚΛΕΑΝΘΟΥΣ**

ΛΕΥΚΩΣΙΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ 2019

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
«Διοίκηση Επιχειρήσεων»**

Μεταπτυχιακή Διατριβή



**Ο Ρόλος του Στρατηγικού Μάρκετινγκ στις Αρχές Τοπικής
Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο. Μελέτη Περίπτωσης –
Κοινοτικό Συμβούλιο Κιτίου**

Αβραάμ Παπαμιχαήλ

**Επιβλέπων Καθηγητής
Δρ. Πάρις Κλεάνθους**

Λευκωσία, Ιούνιος 2019

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
«Διοίκηση Επιχειρήσεων»**

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Ο Ρόλος του Στρατηγικού Μάρκετινγκ στις Αρχές Τοπικής
Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο. Μελέτη Περίπτωσης –
Κοινοτικό Συμβούλιο Κιτίου**

Αβραάμ Παπαμιχαήλ

**Επιβλέπων Καθηγητής
Δρ. Πάρις Κλεάνθους**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης, του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Λευκωσία, Ιούνιος 2019



Ιδιαίτερη αφιέρωση στους **Φάρους** της ζωής μου...

Ο Φάρος συμβολίζει την ελπίδα. Αντιμετωπίζει τα κύματα των υποχρεώσεων και την καθημερινότητα, φωτοβολώντας στην πάροδο των χρόνων. Είναι αυτός που δείχνει το δρόμο, την ορθή κατεύθυνση, αποφεύγοντας τις ξέρες και τους υφάλους.

Περίληψη

Η παρούσα Μεταπτυχιακή Διατριβή εξετάζει το ρόλο του Στρατηγικού Μάρκετινγκ στις Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΑΤΑ) στην Κύπρο, με την μελέτη περίπτωσης του Κοινοτικού Συμβουλίου (ΚΣ) Κιτίου.

Σκοπός της Διατριβής είναι η καταγραφή των δυνατοτήτων εφαρμογής του μάρκετινγκ στις ΑΤΑ στην Κύπρο και η διατύπωση συγκεκριμένων προτάσεων προς το ΚΣ Κιτίου, που είναι δυνατόν να εφαρμοστούν και ευρύτερα, ώστε να αναβαθμιστούν οι παρεχόμενες υπηρεσίες.

Μέσα από βιβλιογραφική έρευνα εξετάζονται ο ορισμός του μάρκετινγκ, το πλαίσιο λειτουργίας της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο και σε άλλα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στην υπό διαβούλευση μεταρρύθμιση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο, καθώς και στη διεύρυνση του ρόλου του στρατηγικού μάρκετινγκ σε οντότητες ιδιαίτερου χαρακτήρα και σκοπού, όπως είναι οι ΑΤΑ ως Μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί, διαθέτοντας ως «προϊόν» τις παρεχόμενες τους υπηρεσίες και ως «πελάτες» τον τοπικό πληθυσμό.

Η μελέτη περίπτωσης του ΚΣ Κιτίου περιλαμβάνει την καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης, την πραγματοποίηση ποιοτικών συνεντεύξεων καθώς και τις αναλύσεις SWOT και PEST. Περιλαμβάνει ακόμα την πραγματοποίηση Πρωτογενούς Έρευνας, η οποία αναδεικνύει σημαντικά στοιχεία σχετικά με τα εργαλεία που το ΚΣ Κιτίου μπορεί να χρησιμοποιήσει, προκειμένου να αναβαθμίσει τις υπηρεσίες που παρέχει, καθώς και στοιχεία που αναδεικνύουν την ανάγκη εφαρμογής στρατηγικού μάρκετινγκ σε επίπεδο Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Στο τέλος καταγράφονται συγκεκριμένες προτάσεις σχετικά με τα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ (7Ps) για ενδεχόμενη μελλοντική εφαρμογή από το ΚΣ Κιτίου, προτεινόμενο σχέδιο δράσης καθώς και γενικότερα συμπεράσματα.

Summary

The current Thesis studies the role of Strategic Marketing in Local Authorities (LA) in Cyprus, using as a case study the Community Council (CC) of Kiti.

The Aim of this Thesis is to identify the potential applicability of marketing on the LAs in Cyprus and also to formulate specific proposals to the CC of Kiti, which can be applied more widely, in order to upgrade the provided services.

A bibliographic research studies the definition of marketing, the legal framework of LAs in Cyprus and in other member states of the European Union. Particular reference is made to the on-going reform of the LAs in Cyprus, as well as to the widening role of the strategic marketing in entities of a particular nature and purpose, such as LAs as Non-Profit Organizations, providing as a "product" their services and having as "customers" the local population.

The case study of the CC of Kiti includes the study of the current situation, the undertaking of quality interviews and the deriving of SWOT and PEST analysis. It also captures the implementation of Primary Research, which highlight important evidences on the tools that the CC of Kiti can make use of so as to upgrade its services, as well as other evidences that highlight the need for strategic marketing at LAs level.

Finally, specific suggestions are made, regarding the marketing mix elements (7Ps) for eventual future implementation by the CC of Kiti, specific action plan, as well as more general conclusions.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον Επιβλέποντα Καθηγητή μου, Δρ. Πάρι Κλεάνθους, Διευθυντή των Προγραμμάτων MBA και MPSPM και Καθηγητή Στρατηγικής και Μάρκετινγκ στο Cyprus International Institute of Management, καθώς και Επισκέπτη Ακαδημαϊκό στο London School of Economics and Political Science (LSE) και στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου. Η επιστημονική καθοδήγηση του και οι επισημάνσεις του ήταν καθοριστικές, καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής.

Ευχαριστίες εκφράζω επίσης στα στελέχη του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου, τον Γραμματέα, κ. Βάκη Σαββουρή και τον Πολιτικό Μηχανικό, κ. Κυριάκο Σωτηρίου, καθώς από την πρώτη μας συνάντηση για συζήτηση της αξιοποίησης και μελέτης του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου ως «μελέτη περίπτωσης» στην παρούσα διατριβή, είχαν θετική ανταπόκριση και συνεργάστηκαν πλήρως ως προς τις διάφορες ενέργειες επιτυχούς ολοκλήρωσης της παρούσας διατριβής.

Τέλος, ιδιαίτερες ευχαριστίες εκφράζω στη σύζυγο μου Ελένη, για την κατανόηση, την πολύτιμη στήριξη και τη βοήθεια που μου πρόσφερε.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ	7
1.3 ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ	8
1.4 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	9
ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	9
2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΟΡΙΣΜΟΣ	9
2.2 ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ & ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	10
2.3 ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	
Η ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ	13
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΟΡΙΣΜΟΣ	13
3.2 Η ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ	15
3.2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	15
3.2.2 ΟΙ ΔΗΜΟΙ	15
3.2.3 ΟΙ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ	17
3.3 Η ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΣΕ ΆΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ	18
3.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	18
3.3.2 ΓΑΛΛΙΑ	19
3.3.3 ΔΑΝΙΑ	20
3.3.4 ΕΛΛΑΔΑ	20
3.4 Η ΕΠΙΚΕΙΜΕΝΗ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ – ΚΙΤΙ	24
4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	24
4.2 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	26
4.3 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	29
4.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	30
4.5 ΠΡΟΚΥΠΤΟΝΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	
SWOT ΚΑΙ PEST ANALYSIS	36
5.1 SWOT ANALYSIS	36
5.1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	36
5.1.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ / STRENGTHS	37
5.1.3 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ / WEAKNESSES	38
5.1.4 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ / OPPORTUNITIES	38
5.1.5 ΑΠΕΙΛΕΣ / THREATS	39
5.2 PEST ANALYSIS	39
5.2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	39
5.2.2 ΠΟΛΙΤΙΚΟ – ΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (POLITICAL)	40
5.2.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (ECONOMICAL)	40

5.2.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (SOCIOLOGICAL).....	41
5.2.5 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (TECHNOLOGICAL).....	41
5.2.6 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (DEMOGRAPHICAL).....	41
5.2.7 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (CULTURAL).....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΈΡΕΥΝΑΣ.....	43
6.1 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ.....	43
6.2 ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΈΡΕΥΝΑ.....	43
6.3 ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ.....	44
6.4 ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ.....	44
6.5 ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....	44
6.6 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΈΡΕΥΝΑΣ.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7	
ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΈΡΕΥΝΑ.....	46
7.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	46
7.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ.....	46
7.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΈΡΕΥΝΑΣ.....	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8	
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΕΙΓΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	68
8.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	68
8.2 ΠΡΟΪΟΝ – PRODUCT.....	68
8.3 ΤΙΜΗ – PRICE.....	69
8.4 ΔΙΑΝΟΜΗ – PLACE.....	70
8.5 ΠΡΟΒΟΛΗ – PROMOTION.....	70
8.6 ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ – PEOPLE.....	71
8.7 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ – PROCESS.....	72
8.8 ΦΥΣΙΚΕΣ / ΥΛΙΚΕΣ ΑΠΟΔΕΙΞΕΙΣ – PHYSICAL EVIDENCE.....	73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9	
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ.....	75
9.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	75
9.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	75
9.3 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	76
9.4 ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΡΑΣΗΣ.....	80
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10	
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	83
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	86
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι	
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΈΡΕΥΝΑΣ ΠΕΔΙΟΥ.....	91
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ	
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΟ SURVEYMONKEY.COM.....	101
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ	
ΠΡΩΘΗΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	103

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

1.1 Εισαγωγή

Στο πλαίσιο της παρούσας Μεταπτυχιακής Διατριβής εξετάζεται ο ρόλος του Στρατηγικού Μάρκετινγκ στις Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΑΤΑ) στην Κύπρο, με την μελέτη περίπτωσης του Κοινοτικού Συμβουλίου (ΚΣ) Κιτίου.

Αρχικά, ορίζεται η έννοια του μάρκετινγκ στη γενική της διάσταση και ακολούθως γίνεται διάκριση της εφαρμογής του στους τομείς των προϊόντων και των υπηρεσιών, καθώς οι ΑΤΑ εστιάζουν αποκλειστικά το έργο τους στην παροχή υπηρεσιών, χωρίς να έχουν ως αυτοσκοπό το κέρδος, παράγοντας που συναντάται ως κανόνας στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Ως εκ τούτου, οι ΑΤΑ στην Κύπρο προσεγγίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό τα χαρακτηριστικά ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού, παρά αυτά μιας συμβατικής επιχείρησης παροχής υπηρεσιών.

Ακολούθως, γίνονται αναφορές στο ρόλο της τοπικής αυτοδιοίκησης / διακυβέρνησης στην Κύπρο, διαχρονικά αλλά και σήμερα, κάτω από το πρίσμα της ανοικτής και εξελισσόμενης διαβούλευσης για την αναδιάρθρωση της. Εξετάζεται συγκεκριμένα το έργο που μπορεί το μάρκετινγκ και οι στρατηγικές του να διαδραματίσουν σήμερα στη δημόσια διοίκηση και ειδικότερα στην τοπική αυτοδιοίκηση στην Κύπρο.

Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στην μελέτη περίπτωσης, το ΚΣ Κιτίου. Καταγράφονται ορισμένα ιστορικά και σημαντικά στοιχεία για την Κοινότητα, τα δημογραφικά της στοιχεία και άλλα στοιχεία που προκύπτουν από την Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου. Ακολούθως καταγράφονται στοιχεία που αφορούν κυρίως στην οργάνωση και στη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου, που

προκύπτουν κυρίως μέσω της πραγματοποίησης προσωπικών συνεντεύξεων, επισημαίνοντας τις δυνατότητες και τις αδυναμίες του, καθώς και τις ευκαιρίες και τις απειλές που προκύπτουν.

Ιδιαίτερης σημασίας είναι η πρωτογενής έρευνα και η αντίστοιχη ανάλυση της, που παρουσιάζονται στη συνέχεια. Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ των κατοίκων, αλλά και των εργαζόμενων εντός των διοικητικών ορίων του Κιτίου. Βασικό αντικείμενο της έρευνας ήταν η εικόνα και η εντύπωση που ο τοπικός πληθυσμός έχει για τη δραστηριότητα του ΚΣ και τις παρεχόμενες από αυτό υπηρεσίες.

Στο τέλος, διατυπώνονται συγκεκριμένες προτάσεις που αφορούν τα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ του ΚΣ Κιτίου, ενώ προτείνεται συγκεκριμένο σχέδιο δράσης, στη βάση των αποτελεσμάτων της έρευνας και τις αρχές του μάρκετινγκ.

1.2 Σκοπός της Μεταπτυχιακής Διατριβής

Σκοπός της Μεταπτυχιακής Διατριβής είναι η καταγραφή των δυνατοτήτων εφαρμογής του μάρκετινγκ στις ΑΤΑ στην Κύπρο και η διατύπωση συγκεκριμένων προτάσεων για βελτίωση της εικόνας του ΚΣ Κιτίου, για την επικοινωνία, για την ανατροφοδότηση και για την αριστοποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που αρχικά είχαν τεθεί, αφορούσαν:

- ✓ Οι ΑΤΑ στην Κύπρο εφαρμόζουν Στρατηγικές Μάρκετινγκ; Ποιες οι δυνατότητες εφαρμογής;
- ✓ Τι εξυπηρετεί η εφαρμογή Στρατηγικών Μάρκετινγκ σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς;
- ✓ Η Μελέτη Περίπτωσης του ΚΣ Κιτίου. Τι γίνεται σε τοπικό επίπεδο, πως το αντιλαμβάνεται ο τοπικός πληθυσμός και τι βελτιώσεις μπορούν να γίνουν;

1.3 Θέση της Μεταπτυχιακής Διατριβής

Τα αρχικά ερωτήματα έχουν απαντηθεί, αναδεικνύοντας με τον πλέον εμφαντικό τρόπο την ανάγκη υιοθέτησης, ίσως και θεσμοθέτησης, των Στρατηγικών Μάρκετινγκ στην Τοπική Αυτοδιοίκηση, καθ' όσον από τη φύση της αποτελεί εκείνο το επίπεδο διακυβέρνησης που βρίσκεται πιο κοντά στον πολίτη, όπου ο πολίτης μπορεί να συμμετάσχει πιο ενεργά, να παρέμβει και να αντιληφθεί άμεσα τη συμβολή του. Η επικείμενη αναδιάρθρωση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο προσφέρεται ώστε να υιοθετηθούν εκείνες οι πρακτικές και υποχρεώσεις, ώστε οι τοπικές αρχές να εφαρμόζουν Στρατηγικές Μάρκετινγκ, αναλόγως των δυνατοτήτων τους και αναλόγως των αναγκών του πελάτη / του τοπικού πληθυσμού και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτές.

1.4 Μεθοδολογία Εκπόνησης

Η εκπόνηση της μεταπτυχιακής διατριβής έχει βασιστεί στην ακόλουθη μεθοδολογία:

- ✓ Ανασκόπηση της υφιστάμενης βιβλιογραφίας.
- ✓ Ανασκόπηση του υφιστάμενου θεσμικού πλαισίου.
- ✓ Ανασκόπηση των διαδικασιών, των μελετών και των συζητήσεων που γίνονται σχετικά με την μεταρρύθμιση της τοπικής αυτοδιοίκησης στην Κύπρο.
- ✓ Καταγραφή υφιστάμενης κατάστασης στη μελέτη περίπτωσης – ΚΣ Κιτίου.
- ✓ Πραγματοποίηση Προσωπικών Συνεντεύξεων με στελέχη και αιρετούς του ΚΣ Κιτίου, καθώς και με εκπροσώπους των οργανωμένων συνόλων.
- ✓ Πραγματοποίηση SWOT Analysis.
- ✓ Πραγματοποίηση PEST Analysis.
- ✓ Διεξαγωγή Έρευνας Πεδίου με τη χρήση ερωτηματολογίων. Συμπλήρωση ερωτηματολογίων με απλή τυχαία δειγματοληψία.
- ✓ Ανάλυση αποτελεσμάτων και καταγραφή συμπερασμάτων
- ✓ Καταγραφή προτάσεων μείγματος μάρκετινγκ και σχεδίου δράσης.

Κεφάλαιο 2

Ορισμός του Μάρκετινγκ

2.1 Εισαγωγή – Ορισμός

Η έννοια του «μάρκετινγκ» καταγράφεται στη βιβλιογραφία με διάφορους τρόπους. Οι Kotler και Keller (2016) ορίζουν το μάρκετινγκ ως τη διαδικασία εντοπισμού και ικανοποίησης των ανθρώπινων και κοινωνικών αναγκών. Ακόμα πιο περιεκτικά ορίζουν το μάρκετινγκ ως την κερδοφόρα ικανοποίηση των αναγκών («marketing is meeting needs profitably»). Παράλληλα στο ευρύ κοινό, μια αντίληψη ιδιαίτερη διαδεδομένη, αλλά και λανθασμένη, συνδέει το μάρκετινγκ αποκλειστικά με την αξιοποίηση του ως εργαλείου πωλήσεων και διαφήμισης και ως εκ τούτου αφορά αποκλειστικά την ικανότητα επίτευξης πωλήσεων σε αγαθά ή υπηρεσίες.

Το Διοικητικό Συμβούλιο της Αμερικάνικης Ένωσης Μάρκετινγκ (American Marketing Association, 2018) όρισε τον Ιούλιο του 2013 το μάρκετινγκ ως τη δραστηριότητα, το σύνολο των θεσμών και των διαδικασιών για τη δημιουργία, την επικοινωνία, την παράδοση και την ανταλλαγή προσφορών, που έχουν αξία για τους πελάτες, τους συνεργάτες και την κοινωνία γενικότερα.

Οι Kotler και Keller (2006) περιέγραψαν με πιο αναλυτικό τρόπο το μάρκετινγκ, αναφέροντας ότι «το μάρκετινγκ περιλαμβάνει την ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών. Το έργο οποιασδήποτε επιχείρησης είναι να παραδίδει αξία στον πελάτη έναντι κάποιου κέρδους. Σε μια πάρα πολύ ανταγωνιστική οικονομία, με ολοένα πιο ορθολογικούς αγοραστές που έχουν πληθώρα επιλογών, μια εταιρεία μπορεί να προοδεύει μόνο με τη βελτίωση της διαδικασίας παροχής αξίας και με την επιλογή, την παροχή και την επικοινωνία ανώτερης αξίας.

2.2 Μάρκετινγκ Προϊόντων & Υπηρεσιών

Η εφαρμογή του μάρκετινγκ προαπαιτεί την ύπαρξη προϊόντων ή υπηρεσιών, που θα καλύψουν την ανάγκη των πελατών – καταναλωτών.

Σύμφωνα με τους Γούναρη και Καραντίνου (2014) «ένα προϊόν από οικονομικής σκοπιάς είναι το χειροπιαστό αποτέλεσμα μιας παραγωγικής διαδικασίας το οποίο εμπεριέχει προστιθέμενη αξία και από φυσιολογικής πλευράς έχει συγκεκριμένη μορφή και χαρακτηριστικά, συγκεκριμένες τεχνικές προδιαγραφές και όρια λειτουργίας και κατ' επέκταση είναι ευθέως συγκρίσιμο με άλλα προϊόντα, ευθέως ανταγωνιστικά ή υποκατάστατα του». Οι τακτικές μάρκετινγκ, όπως ορίζονται από τους Αυλωνίτη και Παπασταθόπουλο (2010), πρέπει να ακολουθούν κάποιο σχέδιο δράσης, το οποίο να περιλαμβάνει την ανάπτυξη του μείγματος μάρκετινγκ, γνωστό και ως τα 4 Ps, δηλ.:

- ✓ Το Προϊόν – Product,
- ✓ Την Τιμή – Price,
- ✓ Τη Διανομή – Place και
- ✓ Την Προβολή – Promotion.

Πέραν των πιο πάνω στοιχείων του μείγματος μάρκετινγκ που αφορούν τα προϊόντα, το μείγμα μάρκετινγκ που αφορά τις υπηρεσίες, σύμφωνα με τους Γούναρη και Καραντίνου (2014), περιλαμβάνει επιπλέον στοιχεία ή τα 3 επιπλέον Ps, δηλ.:

- ✓ Τους Ανθρώπους – People,
- ✓ Τη Διαδικασία – Process και
- ✓ Τις Φυσικές / Υλικές Αποδείξεις – Physical Evidence.

Όλα τα πιο πάνω στοιχεία αποτελούν τα εργαλεία προκειμένου μια επιχείρηση να κερδίσει τον καταναλωτή κάποιου προϊόντος ή υπηρεσίας, ώστε αυτός να καταστεί ικανοποιημένος και σταθερός πελάτης της.

Τα βασικά χαρακτηριστικά των υπηρεσιών, τα οποία και τις διαφοροποιούν από τα προϊόντα, σύμφωνα με τους Γούναρη και Καραντίνου (2015), είναι:

- ✓ Η Αϋλότητα, καθώς οι υπηρεσίες δεν γίνονται αντιληπτές με την αφή ή τις ανθρώπινες αισθήσεις, με τον τρόπο που γίνεται για τα φυσικά αγαθά.
- ✓ Η Φθαρτότητα, καθώς οι υπηρεσίες δεν μπορούν να αποθηκευτούν και η δυναμικότητα που δεν αξιοποιείται πρακτικά χάνεται.
- ✓ Η Αδαιρετότητα, λόγω της αδυναμίας διαχωρισμού της παραγωγής της υπηρεσίας από τον τόπο κατανάλωσης της, της παραγωγής της υπηρεσίας από τη συμμετοχή του καταναλωτή στην παραγωγή και των εμπειριών των υπολοίπων καταναλωτών που παρευρίσκονται στη διαδικασία της παραγωγής από το τελικό αποτέλεσμα της παραγωγής.
- ✓ Η Ετερογένεια, λόγω της αδυναμίας συστηματικοποίησης της ποιότητας των εκροών μιας επιχείρησης παροχής υπηρεσιών.

2.3 Μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί

Ο όρος του «Μη Κερδοσκοπικού Οργανισμού (ΜΚεΟ)» ορίζεται από την εθνική νομοθεσία (2017) σχετικά με τα σωματεία ή τα ιδρύματα, τα οποία δεν διανέμουν οποιαδήποτε κέρδη, τα οποία δυνατόν να προκύψουν από τις δραστηριότητές τους, στα μέλη, στους ιδρυτές, στη διοίκηση ή στους αξιωματούχους τους, αλλά τα επενδύουν ή τα χρησιμοποιούν για τη συνέχιση και επίτευξη των σκοπών τους.

Ο όρος είναι συγγενικός με τον αντίστοιχο που αναφέρεται σε Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚυΟ) και αποδίδει στα ελληνικά τον αγγλικό όρο Non-Governmental Organisations (NGOs). Το NGO Global Network (2018), σε συνεργασία με τα Ηνωμένα Έθνη, ορίζουν τις ΜΚυΟ ως «οποιαδήποτε μη κερδοσκοπική ομάδα εθελοντών πολιτών που οργανώνεται σε τοπικό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο. Εξειδικευμένες και καθοδηγούμενες από άτομα κοινού ενδιαφέροντος, οι ΜΚυΟ εκτελούν ποικίλες υπηρεσίες και ανθρωπιστικές λειτουργίες, φέρνουν τις ανησυχίες των πολιτών στις κυβερνήσεις, υποστηρίζουν και παρακολουθούν πολιτικές και ενθαρρύνουν την πολιτική συμμετοχή μέσω της παροχής πληροφοριών. Ορισμένες οργανώνονται γύρω από συγκεκριμένα θέματα, όπως τα ανθρώπινα δικαιώματα, το περιβάλλον ή η υγεία. Παρέχουν ανάλυση και τεχνογνωσία, χρησιμεύουν ως μηχανισμοί

έγκαιρης προειδοποίησης και συμβάλλουν στην παρακολούθηση και εφαρμογή διεθνών συμφωνιών. Η σχέση τους με τα γραφεία και τους οργανισμούς του συστήματος των Ηνωμένων Εθνών διαφέρει ανάλογα με τους στόχους τους, τον τόπο τους και την εντολή ενός συγκεκριμένου θεσμού».

Καθότι οι ΜΚεΟ έχουν σκοπούς και στόχους που επικεντρώνονται στις υπηρεσίες και την ποιότητα τους και ιδιαίτερα στην εξυπηρέτηση των συμφερόντων του πολίτη, εκεί όπου παρατηρείται είτε αδυναμία, είτε ολιγωρία από κερδοσκοπικές επιχειρήσεις και κυβερνητικές οργανώσεις, τότε σημαντικό ρόλο διαδραματίζει το μάρκετινγκ, καθώς επιβάλλεται ο σχεδιασμός και η υλοποίηση στρατηγικών μάρκετινγκ, ώστε να επιτευχθούν οι σχετικοί σκοποί και στόχοι. Ενδεικτικά παραδείγματα επιτυχημένων ΜΚεΟ που εφαρμόζουν στρατηγικές μάρκετινγκ αποτελούν η Eurora Donna Κύπρου, το Σώμα Προσκόπων Κύπρου, ο Σύνδεσμος Φίλων Αγίας Σκέπης, οι Φίλοι της Γης, ο Παγκύπριος Αντιλευχαιμικός Σύνδεσμος «ΖΩΗ», οι Αλκυονίδες - Φιλανθρωπικό Σωματείο κ.α.

Σε κάθε περίπτωση, προκύπτει ότι ο ρόλος του στρατηγικού μάρκετινγκ διευρύνεται συνεχώς, συμπεριλαμβάνοντας πέραν των κερδοσκοπικών επιχειρήσεων ή των επαγγελματιών και οντότητες διαφορετικού χαρακτήρα και σκοπού, όπως π.χ. εκκλησίες, σχολές, μουσεία, κέντρα απασχόλησης παιδιών και ηλικιωμένων, αλλά και τις Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης, φορείς οι οποίοι μπορεί σήμερα στην Κύπρο να είναι άμεσα συνδεδεμένοι με το κεντρικό κράτος, βρίσκονται όμως σε μια διαδικασία μετάβασης και μεταρρύθμισης, ώστε να ανεξαρτητοποιηθούν και να αποκεντρωθούν, διατηρώντας στοιχεία ΜΚεΟ, διαθέτοντας ως «προϊόν» τις παρεχόμενες τους υπηρεσίες και ως «πελάτες» τους κατοίκους τους και όσους δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στα διοικητικά τους όρια.

Κεφάλαιο 3

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση

3.1 Εισαγωγή – Ορισμός

Οι διάφοροι ορισμοί της έννοιας της Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΤΑ) έχουν σε κάθε περίπτωση αναφορές στη «δημόσια διοίκηση» και στον «τοπικό πληθυσμό – λαό». Η έννοια της ΤΑ συναντάται στην αγγλική βιβλιογραφία ως «Local Governance / Government», παράγοντας που οδηγεί πλέον στην εναλλαγή της έννοιας της ΤΑ με αυτήν της Τοπικής Διακυβέρνησης. Παράλληλα, οι τοπικοί φορείς που την εκφράζουν αναφέρονται ως Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΑΤΑ), που συναντάται στην αγγλική βιβλιογραφία ως «Local Authorities».

Ως Τοπική Αυτοδιοίκηση ορίζεται από τον Παπαχαντζή (1991) «η διενέργεια του έργου της δημόσιας διοίκησης κατά ένα μέρος ανατιθέμενη σε χωριστούς αυτοδιοικούμενους οργανισμούς, που ασκούν το εν λόγω έργο με τα δικά τους όργανα. Χαρακτηριστικό αυτού του συστήματος είναι ότι δυνάμει νόμων, το Κράτος δημιουργεί μικρότερα Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου και τους δίνει το δικαίωμα να ασκούν επί ορισμένων αντικειμένων το λεγόμενο *imperium* δημοσία, δηλαδή την καθ' αυτό πολιτική εξουσία».

Ο Λουκαΐδης (1986) καταγράφει τον νομικό ορισμό της ΤΑ ως «το σύστημα σύμφωνα με το οποίο το Κράτος αναθέτει τη διοίκηση υποθέσεων που ενδιαφέρουν ορισμένες εδαφικές περιοχές, σε όργανα που συνήθως εκλέγονται από το λαό της περιοχής και ασκούν την εξουσία αυτή κατά την κρίση τους και με δική τους πρωτοβουλία και ευθύνη, αλλά πάντοτε μέσα στα όρια της σχετικής νομοθεσίας που τα δημιουργεί. Η ΤΑ είναι δημοκρατικός θεσμός ή ορθότερα, θα πρέπει η οργάνωση και η λειτουργία του θεσμού να προάγει τη δημοκρατία, την εξυπηρέτηση δηλαδή των συμφερόντων του λαού, μέσω οργάνων που τυγχάνουν της έγκρισης αυτού».

Ένας πιο συνοπτικός ορισμός του Ράικου (2018) ορίζει την ΤΑ ως «το νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου, που προσδιορίζεται στη βάση εδαφικών περιορισμών και της σύμπραξης του συνόλου των μελών του (λαού). Η ΤΑ καλείται να ασκήσει αυτοτελή Τοπική Δημόσια Διοίκηση, κάτω από την εποπτεία του Κράτους».

Ο σύγχρονος ρόλος των ΑΤΑ περιγράφεται μέσα από την Ευρωπαϊκή Χάρτα Τοπικής Αυτοδιοίκησης του Συμβουλίου της Ευρώπης (Υπουργείο Εσωτερικών, 2018), σύμφωνα με την οποία «οι ΑΤΑ θα πρέπει να είναι σε θέση να ρυθμίζουν και να διαχειρίζονται ένα σημαντικό μέρος των δημοσίων υποθέσεων με δική τους αποκλειστική ευθύνη και προς το συμφέρον του τοπικού πληθυσμού. Ο Χάρτης θεωρεί ότι οι δημόσιες υποθέσεις θα πρέπει να ασκούνται κατά προτίμηση από τις αρχές που είναι εγγύτερα προς τους πολίτες, ενώ ένα υψηλότερο επίπεδο διοίκησης θεωρείται κατάλληλο μόνο όταν ο συντονισμός ή η παραχώρηση των αρμοδιοτήτων είναι αδύνατη ή λιγότερο αποτελεσματική στο αμέσως κατώτερο διοικητικό επίπεδο... Οι ΑΤΑ θα πρέπει να προάγουν την οικονομική ανάπτυξη και να παρέχουν αποδοτικές και καλής αξίας υπηρεσίες».

Ο Χάρτης, που αποτελεί δεσμευτικό διεθνές νομικό όργανο, υπογράφηκε από την Κυπριακή Δημοκρατία στις 8 Οκτωβρίου 1986 και έχει ως βασικές αρχές τις ακόλουθες:

- Οι Τοπικές Αρχές αποτελούν ένα από τα κύρια θεμέλια οποιουδήποτε δημοκρατικού καθεστώτος.
- Οι Τοπικές Αρχές συμβάλλουν στη δημιουργία μιας Ευρώπης βασισμένες στις αρχές της δημοκρατίας και της αποκέντρωσης της εξουσίας.
- Ύπαρξη Τοπικών Αρχών προικισμένων με όργανα λήψης αποφάσεων που δημοκρατικά συνεστημένα και με ευρεία αυτονομία αναφορικά με τις ευθύνες τους, τους τρόπους και τα μέσα με τα οποία ασκούνται οι ευθύνες αυτές και τους πόρους που απαιτούνται για την εκπλήρωσή τους. Οι εξουσίες των Τοπικών Αρχών πρέπει να αναγνωρίζονται στην νομοθεσία ή όπου είναι δυνατόν, στο Σύνταγμα.

3.2 Η Τοπική Αυτοδιοίκηση στην Κύπρο

3.2.1 Εισαγωγή

Το σύστημα της ΤΑ στην Κύπρο περιλαμβάνει δυο οντότητες. Τις Τοπικές Αρχές – ΑΤΑ, που περιλαμβάνουν τους Δήμους και τις Κοινότητες, καθώς και τις Επαρχιακές Διοικήσεις. Αναλυτικότερα, ως ΑΤΑ καταγράφονται σήμερα 30 Δήμοι στις ελεύθερες περιοχές της Κύπρου και 9 Δήμοι στις κατεχόμενες περιοχές, καθώς και 349 Κοινότητες στις ελεύθερες περιοχές της Κύπρου και 185 Κοινότητες στις κατεχόμενες περιοχές.

Οι Επαρχιακές Διοικήσεις ασκούν συντονιστικό ρόλο και είναι ο σύνδεσμος για τις δραστηριότητες του Κεντρικού Κράτους και των Υπουργείων του με τις ΑΤΑ. Δεν αποτελούν μορφή Τοπικής Αρχής, καθ' ότι ο προϊστάμενος και τα μέλη τους δεν είναι εκλεγμένοι από τον τοπικό πληθυσμό, αλλά δημόσιοι υπάλληλοι, διορισμένοι από το Κράτος, αναπόσπαστο μέρος της δημόσιας υπηρεσίας. Σήμερα στη Κύπρο διακρίνονται έξι Επαρχίες, εκ των οποίων η Επαρχία Κερύνειας δεν ελέγχεται καθόλου από την Κυπριακή Δημοκρατία – είναι πλήρως κατεχόμενη, μετά την τουρκική εισβολή του 1974.

Στους Δήμους είναι εγκατεστημένο το 70% περίπου του πληθυσμού της Κύπρου, ενώ το υπόλοιπο 30% είναι εγκατεστημένο στις Κοινότητες. Καθ' ότι το μεγαλύτερο μέρος της Κύπρου αποτελεί αγροτική γη, οι Κοινότητες διαθέτουν το 85% περίπου της συνολικής έκτασης της Κύπρου.

3.2.2 Οι Δήμοι

Οι Δήμοι διέπονται από τον περί Δήμων Νόμο του 1985 (Ν. 111/85), σύμφωνα με τον οποίο οποιαδήποτε Κοινότητα μπορεί να γίνει Δήμος μετά από τοπικό δημοψήφισμα και έγκριση του Υπουργικού Συμβουλίου, εφόσον έχει πληθυσμό πέραν των 5.000 ή έχει την οικονομική δυνατότητα να λειτουργεί ως Δήμος.

Ο Δήμαρχος εκλέγεται απευθείας από το λαό για πενταετή θητεία και αποτελεί την εκτελεστική αρχή του Δήμου. Εκπροσωπεί το Δήμο, προεδρεύει των

συνεδριάσεων του Δημοτικού Συμβουλίου και άλλων επιτροπών του Δήμου. Εκτελεί τις αποφάσεις του Δημοτικού Συμβουλίου και προΐσταται όλων των υπηρεσιών του Δήμου, τις οποίες καθοδηγεί, κατευθύνει και ελέγχει.

Το Δημοτικό Συμβούλιο εκλέγεται απευθείας από το λαό για πενταετή θητεία, διαδικασία που γίνεται ταυτόχρονα με την εκλογή του Δημάρχου. Το Συμβούλιο διορίζει από τα μέλη του τη διαχειριστική επιτροπή, στα καθήκοντα της οποίας περιλαμβάνονται η ετοιμασία των προϋπολογισμών του Δήμου, της ετήσιας έκθεσης και των ετήσιων λογαριασμών, η συμβουλευτική υποστήριξη στο Δήμαρχο κατά την άσκηση των καθηκόντων του κ.α. Το Συμβούλιο μπορεί να διορίζει ειδικές ή μόνιμες επιτροπές, οι οποίες επίσης έχουν συμβουλευτικό χαρακτήρα.

Στο Νόμο καθορίζονται ακόμα οι ανώτερες θέσεις της δημοτικής υπηρεσίας, που είναι οι θέσεις του Δημοτικού Γραμματέα, του Δημοτικού Μηχανικού, του Δημοτικού Ταμία και του Δημοτικού Ιατρού.

Οι βασικές αρμοδιότητες των Δήμων είναι:

- Η κατασκευή, η συντήρηση και ο φωτισμός των δρόμων.
- Η συλλογή, η απόθεση και η επεξεργασία των σκουπιδιών.
- Η προστασία και η βελτίωση του περιβάλλοντος και της καλής εμφάνισης του Δήμου.
- Η κατασκευή, η βελτίωση και η συντήρηση πάρκων και χώρων πρασίνου και η προστασία της δημόσιας υγείας.

Το Δημοτικό Συμβούλιο έχει εξουσία να προωθεί, ανάλογα με τις οικονομικές δυνατότητές του, αρκετούς άλλους τομείς και δραστηριότητες όπως οι τέχνες, η παιδεία, ο αθλητισμός και οι κοινωνικές υπηρεσίες. Εκτός από τον περί Δήμων Νόμο, υπάρχουν και διάφοροι άλλοι νόμοι που δίδουν στους Δήμους σημαντικές εξουσίες, πέραν αυτών που έχουν ήδη αναφερθεί. Τέτοιοι νόμοι είναι, για παράδειγμα, ο περί Οδών και Οικοδομών Νόμος, ο περί Πολεοδομίας Νόμος, ο περί Γάμου Νόμος και ο περί Αποχετευτικών Συστημάτων Νόμος.

Οι κυριότερες πηγές εσόδων των Δήμων είναι οι διάφορες δημοτικές φορολογίες, τέλη και δικαιώματα (επαγγελματικές άδειες, τέλος ακίνητης ιδιοκτησίας, τέλη διανυκτέρευσης σε ξενοδοχεία, δικαιώματα έκδοσης αδειών, τέλη αποκομιδής σκυβάλων, πρόστιμα, κ.α.), καθώς και κρατικές χορηγίες. Οι φορολογίες, τα τέλη και τα δικαιώματα αποτελούν τη σημαντικότερη πηγή εσόδων για τους Δήμους ενώ οι κρατικές χορηγίες αντιπροσωπεύουν μόνο μικρό ποσοστό των τακτικών εσόδων τους. Η Κυβέρνηση επιχορηγεί έργα υποδομής που αναλαμβάνουν οι Δήμοι και το ύψος της κρατικής χορηγίας εξαρτάται από το είδος του συγκεκριμένου έργου και τις ανάγκες και δυνατότητες του κάθε Δήμου. Οι ετήσιοι προϋπολογισμοί των Δήμων υποβάλλονται μέσω του Έπαρχου για έγκριση στο Υπουργικό Συμβούλιο και οι λογαριασμοί τους υπόκεινται σε ετήσιο έλεγχο από το Γενικό Ελεγκτή της Δημοκρατίας.

3.2.3 Οι Κοινότητες

Η σύσταση και λειτουργία των Κοινοτήτων στην Κύπρο διέπεται από τον Περί Κοινοτήτων Νόμο του 1999 (Ν.86(1)/99), που τέθηκε σε ισχύ στις 9/7/1999. Οι αρμοδιότητες των Κοινοτήτων, γενικά, είναι παρόμοιες με αυτές των Δήμων, αλλά με μικρότερη αυτοτέλεια. Ο πρόεδρος της Κοινότητας και το Κοινοτικό Συμβούλιο εκλέγονται από τους κατοίκους της Κοινότητας για πενταετή θητεία. Με εξαίρεση τις εύπορες ή και μεγάλες Κοινότητες, η Κυβέρνηση παρέχει ουσιαστική διοικητική και τεχνική βοήθεια, όπως επίσης και άλλες αναγκαίες υπηρεσίες στις πλείστες Κοινότητες, μέσω των Επαρχιακών Διοικήσεων. Τα έσοδα των Κοινοτήτων αποτελούνται από κρατικές χορηγίες και από φόρους, τέλη και δικαιώματα που εισπράττονται από τους κατοίκους της περιοχής τους.

Σημαντική διαφοροποίηση με τους Δήμους καταγράφεται ως προς τη στελέχωση των Κοινοτήτων. Καθ' ότι οι περισσότερες εξ αυτών έχουν περιορισμένους πόρους, αλλά και σχετικά περιορισμένο αριθμό πολιτών προς εξυπηρέτηση, στερούνται στελεχιακής δομής και οργανωτικής διάρθρωσης.

Οι βασικές αρμοδιότητες των Κοινοτήτων είναι:

- Η παροχή κατάλληλης και επαρκούς υδατοπρομήθειας για οικιακούς σκοπούς.
- Η κατασκευή, η συντήρηση και ο φωτισμός των δρόμων.
- Η συλλογή, η απόθεση και η επεξεργασία των σκουπιδιών.
- Η προστασία και η βελτίωση του περιβάλλοντος και της καλής εμφάνισης της Κοινότητας.
- Η κατασκευή, η βελτίωση και η συντήρηση πάρκων και χώρων πρασίνου και η προστασία της δημόσιας υγείας.

Οι κυριότερες πηγές εσόδων των πλείστων Κοινοτήτων είναι η κρατική χορηγία, τα τέλη αποκομιδής σκουβάλων, καθώς και οι φορολογίες. Οι ετήσιοι προϋπολογισμοί των Κοινοτήτων υποβάλλονται στον Έπαρχου για έγκριση και οι λογαριασμοί τους υπόκεινται σε ετήσιο έλεγχο από το Γενικό Ελεγκτή της Δημοκρατίας.

3.3 Η Τοπική Αυτοδιοίκηση σε Άλλες Χώρες

3.3.1 Εισαγωγή

Η δομή της ΤΑ, η οργάνωση και η λειτουργία της διαφέρει σημαντικά στα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι σύγχρονες κοινωνικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις αναδεικνύουν την πορεία που θα έχει η εξέλιξη του θεσμού. Συγκεκριμένα καταγράφονται οι τάσεις για:

- ✓ Μείωση του αριθμού των οντοτήτων των ΑΤΑ, κυρίως μέσα από συγχωνεύσεις μικρότερων οντοτήτων,
- ✓ Ενίσχυση των ΑΤΑ με αρμοδιότητες και εξουσίες, αλλά και με εξειδικευμένα στελέχη και
- ✓ Δημιουργία περιφερειακών διοικήσεων.

Σύμφωνα με το Συμβούλιο των Ευρωπαϊκών Δήμων και των Περιφερειών – CEMR (2016), ο αριθμός των τοπικών αρχών στην Ευρώπη έχει μειωθεί κατά 15% την τελευταία πενταετία, ενώ αυξήθηκε κατά 10% ο αριθμός των περιφερειών. Μέρος της αυξανόμενης σημαντικότητας των τοπικών και

περιφερειακών αυτοδιοικήσεων για την ευρωπαϊκή οικονομία και τη ζωή των πολιτών, προκύπτει λαμβάνοντας υπόψη τα ακόλουθα στοιχεία:

- ✓ 60% των αποφάσεων που λαμβάνονται σε τοπικό επίπεδο επηρεάζονται από την ευρωπαϊκή νομοθεσία και
- ✓ 70% των δημόσιων επενδύσεων στην Ευρώπη προέρχονται από τοπικές και περιφερειακές αυτοδιοικήσεις.

Ενδεικτικά παραδείγματα αρμοδιοτήτων των ΑΤΑ σε ευρωπαϊκό επίπεδο καταγράφονται στη συνέχεια στη βάση στοιχείων που έχουν δημοσιοποιηθεί από το CEMR (2016).

3.3.2 Γαλλία

Στη Γαλλία καταγράφονται 16 Περιφέρειες, 99 Περιφερειακά Συμβούλια και 36.658 Δήμοι.

Οι Δήμοι έχουν ευρύ φάσμα αρμοδιοτήτων, αναλόγως των αναγκών της περιοχής τους. Οι βασικές τους αρμοδιότητες περιλαμβάνουν τη συντήρηση του οδικού δικτύου, τη διασφάλιση δημόσιας τάξης και τη διοργάνωση εκλογών. Οι αποκεντρωμένες αρμοδιότητες τους αφορούν στον αστικό σχεδιασμό, την εκπαίδευση (νηπιαγωγεία και δημοτικά), τις κοινωνικές παροχές, το περιβάλλον (υγειονομία και υδατοπρομήθεια), τον πολιτισμό και τον αθλητισμό. Οι Δήμοι συνεργάζονται σε άλλες Διακοινοτικές Δομές, αναλόγως του πληθυσμού τους:

- ✓ Στις Μητροπόλεις, με 400.000 ελάχιστο πληθυσμό,
- ✓ Στις Αστικές Κοινότητες, με 250.000 ελάχιστο πληθυσμό,
- ✓ Στις Περιαστικές Κοινότητες, με 50.000 ελάχιστο πληθυσμό και
- ✓ Στις Αγροτικές Κοινότητες, με 15.000 ελάχιστο πληθυσμό.

Τα Περιφερειακά Συμβούλια έχουν συμβουλευτικό ρόλο προς τις Διακοινοτικές Δομές και έχουν αρμοδιότητες σε θέματα διαχείρισης των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών Ταμείων, εκπαίδευσης (κολλέγια), πολιτισμού και τουρισμού, πυρασφάλειας, αστικού σχεδιασμού και κοινωνικής πρόνοιας

(παραπληγικούς, συνταξιούχους κ.λπ.). Είναι ακόμα αρμόδια για τον έλεγχο της νομιμότητας των πράξεων των Δήμων.

Οι Περιφέρειες έχουν επίσης αρμοδιότητες σε θέματα διαχείρισης των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών Ταμείων, εκπαίδευσης (επαγγελματικής και δευτεροβάθμιας), οικονομικής ανάπτυξης και προγραμματισμού, Μέσων Μαζική Μεταφοράς, χωροταξίας, πολιτισμού και τουρισμού.

3.3.3 Δανία

Στη Δανία καταγράφεται ένα από τα πλέον αναβαθμισμένα συστήματα ΤΑ στην Ευρώπη. Καταγράφονται 98 Δήμοι και 5 Περιφέρειες.

Οι Δήμοι έχουν ευρύ φάσμα αρμοδιοτήτων και είναι κυρίως υπεύθυνοι για τον προϋπολογισμό τους, τη λειτουργία των τοπικών ιδρυμάτων και την υιοθέτηση τοπικών πολιτικών. Οι βασικές τους αρμοδιότητες περιλαμβάνουν την εκπαίδευση (δημοτική και ειδική εκπαίδευση σε ενήλικες), τη φροντίδα των ηλικιωμένων, την υγεία (αποκατάσταση, κατ' οίκον φροντίδα, ναρκωτικά και αλκοολισμό), την ένταξη των μεταναστών και των προσφύγων, την προστασία του περιβάλλοντος και τη διαχείριση του ύδατος, τις υπηρεσίες υποστήριξης ανέργων, την οικονομική ανάπτυξη, τον πολιτισμό, τον αθλητισμό, την ανάπτυξη και στήριξη της επιχειρηματικότητας, τον τουρισμό και το οδικό δίκτυο.

Στις αρμοδιότητες των Περιφερειών περιλαμβάνονται η νοσοκομειακή υποστήριξη, η ασφάλιση υγείας, η παροχή υπηρεσιών ψυχικής υγείας, η περιφερειακή ανάπτυξη, ο τουρισμός, η διαχείριση των φυσικών πόρων, τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς και ο πολιτισμός.

3.3.4 Ελλάδα

Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί διάφορες μεταρρυθμίσεις σε επίπεδο ΤΑ. Σήμερα καταγράφονται 325 Δήμοι και 13 Περιφέρειες.

Οι Δήμοι έχουν αρμοδιότητες που άπτονται κυρίως του χωροταξικού σχεδιασμού, της έκδοσης αδειών οικοδομής και άλλων πολεοδομικών αδειών. Επιπρόσθετες αρμοδιότητες αφορούν στην κοινωνική πρόνοια, την εκπαίδευση, την έκδοση επαγγελματικών αδειών, τη δημόσια υγεία, τις μεταφορές, το περιβάλλον και την φροντίδα ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού.

Στις αρμοδιότητες των Περιφερειών περιλαμβάνονται η περιφερειακή ανάπτυξη, η προώθηση της «πράσινης» ανάπτυξης και η διαχείριση των πιστώσεων των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών Ταμείων.

3.4 Η Επικείμενη Αναδιάρθρωση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο

Μετά από πολλά χρόνια συζητήσεων και την εκπόνηση διάφορων μελετών, διαφαίνεται ότι το 2019 θα είναι το έτος κορύφωσης της συζήτησης, της διαπραγμάτευσης και της οριστικοποίησης σχετικού νομοσχεδίου για τη μεταρρύθμιση της τοπικής αυτοδιοίκησης στην Κύπρο. Σύμφωνα με δηλώσεις του Υπουργού Εσωτερικών, κ. Κωνσταντίνου Πετρίδη (2018), «Πρόκειται για ένα ριζοσπαστικό νομοσχέδιο, μια τολμηρή μεταρρύθμιση της τοπικής αυτοδιοίκησης που θα επανακαθορίσει τις σχέσεις του κράτους με τον πολίτη... Η μεταρρύθμιση θα τεθεί σε εφαρμογή με τις νέες δημοτικές εκλογές τον Δεκέμβριο του 2021 ή τον Μάιο του 2024, σε περίπτωση που αποφασιστεί η παράλληλη εκλογική διαδικασία δημοτικών εκλογών και ευρωεκλογών».

Το Υπουργείο Εσωτερικών τροχοδρόμησε τη ριζική μεταρρύθμιση του Χάρτη της Τοπικής Αυτοδιοίκησης από το 2009, όταν και ανέθεσε στο Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης της Ελλάδας την ετοιμασία σχετικής μελέτης (2010). Όπως αναφέρεται στην ιστοσελίδα του Υπουργείου (2019) «μέσα από τη μελέτη, έχουν εντοπισθεί οι αδυναμίες, τα προβλήματα και οι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά τη δυνατότητα άσκησης κατά αποτελεσματικό τρόπο του ρόλου και των αρμοδιοτήτων των Τοπικών Αρχών.

Έχουν, ταυτόχρονα, επισημανθεί και τα δυνατά σημεία και θετικά χαρακτηριστικά του θεσμού, τα οποία πρέπει να διαφυλαχθούν και να αναπτυχθούν περαιτέρω. Επιπρόσθετα, η μελέτη περιέχει ενδελεχή ανάλυση του ευρωπαϊκού και ευρύτερου περιβάλλοντος στον τομέα αυτό και κωδικοποιεί τις βέλτιστες διαθέσιμες πρακτικές. Στη μελέτη περιέχεται ένα δεκαετές πρόγραμμα μεταρρύθμισης, του οποίου στρατηγικός στόχος είναι η σταδιακή ενίσχυση των Τοπικών Αρχών με νέες αρμοδιότητες και εξουσίες, παράλληλα με τη δημιουργία και νέων δομών Τοπικής Αυτοδιοίκησης».

Σημαντική είναι η μελέτη που εκπονήθηκε για την Κυπριακή Δημοκρατία (2014) από το National School of Government International, ανέδειξε την ανάγκη αναδιάρθρωσης των Τοπικών Αρχών, μέσα από τη συμπλεγματοποίηση υπηρεσιών ή και τη συγχώνευση, με την παράλληλη δημιουργία των Επαρχιακών Συμβουλίων, με εξουσίες και αρμοδιότητες που θα αντληθούν από τις υφιστάμενες Επαρχιακές Διοικήσεις.

Ιδιαίτερης σημασίας για τις Κοινότητες είναι η μελέτη που εκπονήθηκε για την Ένωση Κοινοτήτων Κύπρου (2018), στο πλαίσιο της οποίας καταγράφηκε η υπάρχουσα κατάσταση στις Κοινότητες, ενώ προτάθηκαν συγκεκριμένα συμπλέγματα, καθώς και στοιχεία για τη δομή του κάθε συμπλέγματος με την αντίστοιχη οργάνωση του προσωπικού του.

Αυτό που σήμερα προωθείται, σύμφωνα με δημοσιεύματα στον τύπο (Νικολάου, 2019 και Μανώλη, 2018) προβλέπει:

- (α) τη μείωση του αριθμού των Δήμων από 30 σε 15, μέσα από τη συγχώνευση με μεγάλων Δήμων με άλλους πιο μικρούς ή και με άλλες γειτνιάζουσες Κοινότητες και
- (β) τη δημιουργία 37 συμπλεγμάτων υπηρεσιών για τις Κοινότητες.

Η υπό σχεδιασμό μεταρρύθμιση στηρίζεται σε τέσσερις βασικούς πυλώνες:

- ✓ Στην οικονομική αυτοτέλεια των Δήμων, λαμβάνοντας υπόψη τους πόρους που χρειάζονται ώστε να ανταποκριθούν στο έργο τους.

- ✓ Στη διοικητική τους αυτοτέλεια, που αφορά την απεξάρτηση από την κεντρική κυβέρνηση και τη γραφειοκρατία.
- ✓ Στην αναβάθμιση των αρμοδιοτήτων, ώστε να εξυπηρετείται καλύτερα ο πολίτης.
- ✓ Στη δημιουργία μεγαλύτερων διοικητικών οντοτήτων, στη βάση των συγχωνεύσεων.

Οι βασικές αρμοδιότητες που αναμένεται να προκύψουν για τους Δήμους αφορούν:

- ✓ Έκδοση πολεοδομικών αδειών και αδειών οικοδομής,
- ✓ Έκδοση άλλων αδειών, όπως άδειες λειτουργίας εστιατορίων, άδειες και έλεγχος ήχου, άδειες πώλησης καπνικών προϊόντων,
- ✓ Επαυξημένες αρμοδιότητες σε υπηρεσίες όπως νηπιαγωγεία, γηροκομεία και εκπαιδευτήρια και
- ✓ Δημοτική Αστυνομία.

Οι βασικές αρμοδιότητες που αναμένεται να προκύψουν για τα Συμβούλια των Συμπλεγμάτων των Κοινοτήτων αφορούν:

- ✓ Αποκομιδή και διαχείριση των σκυβάλων,
- ✓ Υλοποίηση αναπτυξιακού σχεδιασμού,
- ✓ Παροχή λογιστικών υπηρεσιών και
- ✓ Διάφορες υπηρεσίες, όπως γραμματειακές, τεχνικές, υγειονομικές, τροχαίας.

Κεφάλαιο 4

Μελέτη Περίπτωσης – Κίτι

4.1 Εισαγωγή

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παραθέτονται στην ιστοσελίδα του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου (Το Κίτι μέσα από τα χρόνια, 2018), το Κίτι βρίσκεται 11 περίπου χιλιόμετρα νοτιοδυτικά της Λάρνακας και είναι κτισμένο σε μέσο υψόμετρο 20 μέτρων από την επιφάνεια της θάλασσας. Η μικρή απόσταση της Κοινότητας από τη Λάρνακα, η καλή οδική σύνδεση και η αξιολογη γεωργική και κτηνοτροφική του ανάπτυξη, είναι παράγοντες που συνέβαλαν στην αλματώδη πληθυσμιακή του αύξηση.

Η Κοινότητα διασώζει με την ονομασία της, την ονομασία της αρχαίας πόλης του Κιτίου που βρισκόταν βορειότερα της. Με την ονομασία Κίτιο το χωριό ήταν γνωστό και κατά τα μεσαιωνικά χρόνια. Ο χρονογράφος Λεόντιος Μαχαιράς αναφέρει ότι ο βασιλιάς της Κύπρου Πέτρος αποβιβάστηκε στο Κίτι κατά την επιστροφή του στο νησί από την Μικρά Ασία. Αυτό υποδηλώνει ότι στην παραθαλάσσια περιοχή του χωριού υπήρχε αγκυροβόλιο. Ο λόγος όμως που ο Βασιλιάς Πέτρος αποβιβάστηκε στο Κίτι ήταν γιατί διέθετε εκεί παλάτι που το είχε κτίσει γύρω στο 1367. Ο ίδιος συγγραφέας αναφέρει ότι το Κίτι ήταν ένα από τα χωριά που πυρπολήθηκαν από τους Σαρακηνούς κατά τη διάρκεια της εισβολής τους στη Κύπρο το 1425.

Το Κίτι κατά την περίοδο της Φραγκοκρατίας ήταν φέουδο που ανήκε στη βασιλική οικογένεια της Κύπρου και αναφέρεται σε παλιούς χάρτες ως Chiti, Chitus και Ciiti. Τελευταίος κάτοχος του Κιτίου ήταν ο Κάρολος Λουζινιανός. Όμως το χωριό αφαιρέθηκε από αυτόν από τον βασιλιά της Κύπρου Ιάκωβο Β΄ επειδή ο Κάρολος είχε μείνει πιστός στην αντίπαλο του Ιακώβου, νόμιμη βασίλισσα της Κύπρου Καρλόττα. Κατά τα μεσαιωνικά χρόνια το Κίτι διέθετε οχυρώσεις που προστάτευαν την βασιλική έπαυλη. Στη διοικητική έκταση του

χωριού υπάρχουν και αρχαιολογικά κατάλοιπα της Νεολιθικής περιόδου. Το Κίτι πιθανό να πρωτοκτίστηκε κατά τον 3^{ov}-4^{ov} αιώνα από κατοίκους της αρχαίας πόλης του Κιτίου που αγανακτισμένοι από τις συνεχείς επιδρομές που δέχονταν από τους πειρατές μετακινήθηκαν νοτιότερα και δημιούργησαν το σημερινό Κίτι.

Το Κίτι σήμερα είναι μια σύγχρονη κωμόπολη με όλες τις διευκολύνσεις που παρέχει η καθημερινότητα. Διαθέτει νηπιαγωγεία, δημοτικό σχολείο και γυμνάσιο, αστυνομικό σταθμό, τράπεζες, υπεραγορές, εστιατόρια, ιατρεία, συλλόγους, οργανώσεις, πολιτιστικό όμιλο, αθλητικά σωματεία και τη μοναδική εκκλησία της Παναγίας της Αγγελόκτιστης που είναι προστατευμένη ως μνημείο ΟΥΝΕΣΚΟ.

Σύμφωνα με τον Φούλια (2015) «ο ναός της Παναγίας Αγγελόκτιστης στο Κίτι είναι ένα σημαντικό μνημείο, γνωστό όχι μόνο στην Κύπρο αλλά και στο εξωτερικό λόγω κυρίως του σημαντικού προεικονομαχικού ψηφιδωτού που κοσμεί το τεταρτοσφαίριο της αφίδας του... Ο σημερινός ναός της Παναγίας της Αγγελόκτιστης είναι ρυθμού εγγεγραμμένου σταυροειδούς με τρούλλο, κτίσμα του 11^{ov} αιώνα, που οικοδομήθηκε πάνω στα ερείπια τρίκλιτης ξυλόστεγης παλαιοχριστιανικής βασιλικής του 5^{ov} αιώνα... Το ψηφιδωτό παρουσιάζει την Παναγία όρθια να κρατά το μικρό Χριστό στο αριστερό της χέρι, ενώ την παραστέκουν οι αρχάγγελοι Μιχαήλ και Γαβριήλ. Είναι η αρχαιότερη σωζόμενη μνημειώδης απεικόνιση της Παναγίας Βρεφοκρατούσας».

Το Κοινοτικό Συμβούλιο Κιτίου επιλέγηκε ως «μελέτη περίπτωσης» καθώς λήφθηκαν υπόψη:

- ✓ το συγκριτικά σημαντικό μέγεθος της Κοινότητας,
- ✓ ο ρυθμός ανάπτυξης της Κοινότητας,
- ✓ η δράση και το έργο του Συμβουλίου,
- ✓ καθώς και η υφιστάμενη αξιοποίηση των μέσων επικοινωνίας και ενημέρωσης.

4.2 Δημογραφικά Στοιχεία

Τα διοικητικά όρια του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου καλύπτουν μια έκταση που ανέρχεται στα εννέα (9) τετραγωνικά χιλιόμετρα – 8,843 τετρ. χλμ. ο ακριβής αριθμός.

Στον ακόλουθο Πίνακα καταγράφονται τα στοιχεία από τις τελευταίες Απογραφές Πληθυσμού (1992, 2001, 2011) της Στατιστικής Υπηρεσίας Κύπρου για τον πληθυσμό και την εξέλιξη του, στην περιοχή μελέτης, σε ορισμένες αστικές περιοχές της Επαρχίας Λάρνακας, σε γειτνιάζουσες Κοινότητες με την περιοχή μελέτης, σε επίπεδο Επαρχίας και σε επίπεδο Χώρας.

Πίνακας 1. Επίπεδο και Εξέλιξη Πληθυσμού

	1992	2001	2011	% 1992- 2001	% 2001- 2011
Κίτι	2.621	3.140	4.252	20	35
Δήμος Λάρνακας	43.586	46.666	51.468	7	10
Δήμος Λιβαδιών	3.936	4.883	7.206	24	48
Βορόκληνη	1.663	3.310	6.134	99	85
Δήμος Δρομολαξιάς - Μενεού	5.373	6.190	6.689	15	8
Περβόλια	1.507	1.801	3.009	19	67
Τερσεφάνου	739	967	1.299	32	34
Επαρχία Λάρνακας	99.640	115.257	142.993	15	24
Κύπρος	615.013	689.565	840.407	12	22

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου, Απογραφές Πληθυσμού 1992, 2001, 2011

Όπως φαίνεται από τον πιο πάνω Πίνακα, ο πληθυσμός στο Κίτι σημειώνει ανοδική πορεία κατά τις δυο τελευταίες δεκαετίες για τις οποίες υπάρχουν στοιχεία. Εκτιμάται ότι η ανοδική πορεία θα συνεχίσει και θα καταγραφεί και στην επόμενη Απογραφή Πληθυσμού – το 2021, λαμβάνοντας κυρίως υπόψη την παρατηρούμενη οικιστική ανάπτυξη. Αξιοσημείωτο το γεγονός ότι η ποσοστιαία πληθυσμιακή αύξηση στο Κίτι, για τις εν λόγω δεκαετίες, είναι μεγαλύτερη από ότι οι αντίστοιχες σε επίπεδο Επαρχίας Λάρνακας και Χώρας. Είναι μεγαλύτερη και από ορισμένες αστικές περιοχές της Επαρχίας Λάρνακας, αλλά μικρότερη από τη γειτνιάζουσα Κοινότητα των Περβολιών και τις Κοινότητες / Δήμους που βρίσκονται ανατολικά του Δήμου Λάρνακας, όπως ο Δήμος Λιβαδιών και η Βορόκληνη.

Η πληθυσμιακή πυκνότητα αποτελεί έναν δημογραφικό δείκτη ο οποίος εκφράζει τη σχέση μεταξύ του πληθυσμού και της γεωγραφικής έκτασης όπου αυτός διαμένει. Ανάλογα με την τιμή του δείκτη προκύπτουν συμπεράσματα σχετικά με τα χαρακτηριστικά της χωρικής ενότητας (πυκνοκατοίκηση ή αραιοκατοίκηση).

Πίνακας 2. Επίπεδο και Εξέλιξη Πληθυσμιακής Πυκνότητας

	Πληθυσμιακή Πυκνότητα 2001	Πληθυσμιακή Πυκνότητα 2011	Εξέλιξη Πληθυσμιακής Πυκνότητας 2001-2011 %
Κίτι	355	480	35
Δήμος Λάρνακας	522	576	10
Δήμος Λιβαδιών	627	901	44
Βορόκληνη	218	404	85

Δήμος Δρομολαξιάς – Μενεού	263	292	11
Περβόλια	213	356	67
Τερσεφάνου	50	66	32
Επαρχία Λάρνακας	110	136	27
Κύπρος	75	91	21

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου, Απογραφές Πληθυσμού 2001, 2011

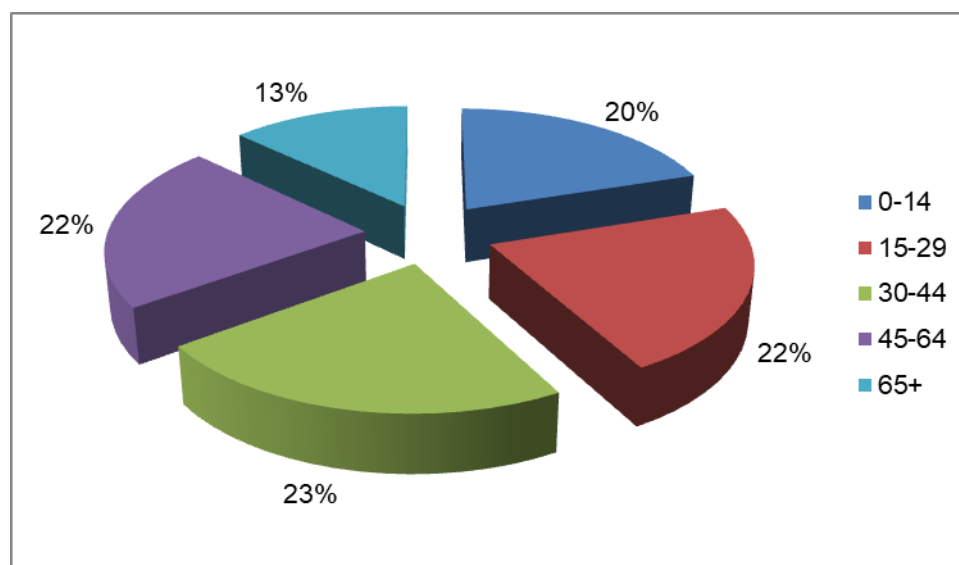
Με βάση τα στοιχεία του πιο πάνω Πίνακα, η πληθυσμιακή πυκνότητα της περιοχής μελέτης παρουσιάζει αυξητική τάση, μια τάση όμως η οποία όμως δύναται να χαρακτηριστεί ως ενδιάμεσης δυναμικής, καθ' ότι καταγράφονται υψηλότερες τάσεις σε ορισμένες άλλες περιοχές (π.χ. Βορόκληνη και Περβόλια) και χαμηλότερες τάσεις σε άλλες περιοχές (π.χ. Δήμοι Δρομολαξιάς / Μενεού και Λάρνακας).

Το δημογραφικό προφίλ, βάσει των στοιχείων της Απογραφής Πληθυσμού του 2011 είναι ικανοποιητικό.

Με βάση τα στοιχεία του πιο κάτω Διαγράμματος, ο πληθυσμός της περιοχής μελέτης έχει υψηλά ποσοστά παραγωγικού πληθυσμού (Ηλικιακή Ομάδα: 15-64, 67%) και χαμηλό ποσοστό ατόμων τρίτης ηλικίας (Ηλικιακή Ομάδα: 65+, 13%), στοιχείο που τεκμηριώνει ότι η περιοχή δεν αντιμετωπίζει δημογραφικό πρόβλημα και δυσκολία ανανέωσης πληθυσμού.

Η συγκεκριμένη δομή του πληθυσμού ευνοεί τυχόν αναπτυξιακές ενέργειες, δεδομένου ότι τα νεαρά άτομα διαθέτουν πιο δημιουργική αντίληψη και πιο θετική ανταπόκριση στο καινούργιο, στο νέο και στο καινοτόμο, σε σύγκριση με τα άτομα προχωρημένης ηλικίας.

**Διάγραμμα 1. Ποσοστιαία Κατανομή Πληθυσμού
κατά Ηλικιακή Ομάδα στο Κίτι**



Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου, Απογραφή Πληθυσμού 2011

4.3 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Το εκπαιδευτικό επίπεδο ενός πληθυσμού είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού, καθώς το προσδοκώμενο είναι να αυξάνεται το επίπεδο της παιδείας, οι περιβαλλοντικές ανησυχίες, η εξισορρόπηση τυχόν κοινωνικών ανισοτήτων και το αίσθημα ευθύνης έναντι της τοπικής κοινωνίας.

Στον ακόλουθο Πίνακα καταγράφεται η ποσοστιαία κατανομή για τα διάφορα επίπεδα εκπαίδευσης του πληθυσμού, στη βάση στοιχείων που προκύπτουν από την τελευταία Απογραφή Πληθυσμού του 2011.

Πίνακας 3. Επίπεδο Εκπαίδευσης Πληθυσμού – Ποσοστιαία Κατανομή

%	Κατώτερη Δευτεροβάθμια	Ανώτερη Δευτεροβάθμια	Μεταλυκειακή Μη τριτοβάθμια	Τριτοβάθμια Μη Πανεπιστημιακή	Τριτοβάθμια Πανεπιστήμιο	Δε δηλώθηκε
Κίτι	37	37	6	5	14	1

Δήμος Λάρνακας	31	37	5	6	20	1
Δήμος Λιβαδιών	37	38	4	5	15	1
Βορόκληνη	28	38	5	9	19	1
Δήμος Δρομολαξιάς - Μενεού	46	33	3	5	12	1
Περβόλια	39	36	4	5	14	2
Τερσεφάνου	42	39	6	2	7	4
Επαρχία Λάρνακας	38	36	4	5	16	1
Κύπρος	32	36	5	6	20	1

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου, Απογραφή Πληθυσμού 2011

Όπως προκύπτει από τον πιο πάνω Πίνακα, στο Κίτι δεν καταγράφονται διαφοροποιήσεις από τα αντίστοιχα επίπεδα εκπαίδευσης σε επίπεδο Επαρχίας Λάρνακας. Αποκλίσεις καταγράφονται σε επίπεδο Χώρας, καθ' ότι στις αστικές περιοχές καταγράφονται υψηλότερα ποσοστά πληθυσμού που έχουν τύχει τριτοβάθμιας εκπαίδευσης – 26% σε επίπεδο Χώρας, έναντι 19% στο Κίτι.

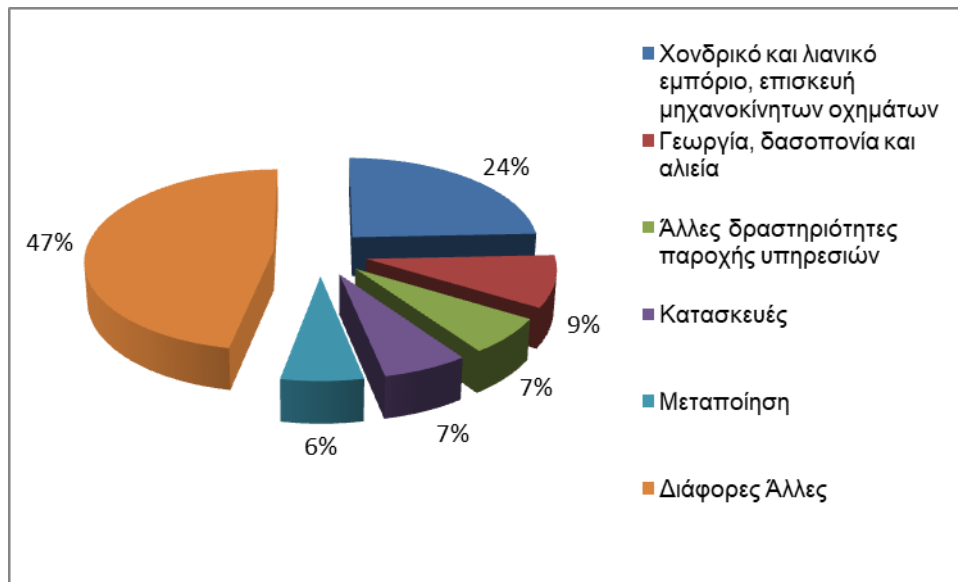
4.4 Οικονομικά Χαρακτηριστικά

Η Κύπρος θεωρείται στατιστικά ως μια περιφέρεια (region) και ως εκ τούτου δεν υπάρχουν επαρκή στατιστικά στοιχεία για την οικονομία σε επίπεδο Δήμων / Κοινοτήτων ή Επαρχιών, αλλά σε επίπεδο Χώρας.

Αναλύοντας στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας, προκύπτει το ακόλουθο Διάγραμμα, το οποίο απεικονίζει τη σημαντικότητα, για την περιοχή μελέτης, του κλάδου «Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο, Επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων», καθώς και το σημαντικό ποσοστό των υποστατικών που αφορούν στον πρωτογενή τομέα της οικονομίας, αναδεικνύοντας μια

σημαντική διαφοροποίηση της περιοχής μελέτης. Ενδεικτικά καταγράφεται ότι αυτό το ποσοστό για το Κίτι ανέρχεται στο 9%, ενώ σε επίπεδο Χώρας, το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται μόλις στο 3,5%.

Διάγραμμα 2. Ποσοστό Υποστατικών ανά Κλάδο Οικονομικής Δραστηριότητας NACE (A-U), Κ.Σ. Κιτίου



Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου, Μητρώο Επιχειρήσεων 2016

Το επίπεδο της απασχόλησης κατά τη δεκαετία 2001-2011 εμφανίζει ιδιαίτερα θετική εξέλιξη, καθώς καταγράφεται αύξηση στην περιοχή μελέτης της τάξης του 44% (αύξηση σε 1.766 απασχολούμενος το 2011, από 1.226 απασχολούμενους το 2001), σύμφωνα με τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας και της Απογραφής Πληθυσμού του 2011. Το αντίστοιχο ποσοστό σε επίπεδο Χώρας ανέρχεται στο 27%.

Αντίστοιχα, ο Δείκτης Ανεργίας παρουσιάζεται σε παρόμοια επίπεδα με αυτά της χώρας (Απογραφή Πληθυσμού, 2011), καθώς ανέρχεται στο 10% στην περιοχή μελέτης και στο 11% στο σύνολο της Χώρας.

Μικρή διαφοροποίηση καταγράφεται επίσης στην περιοχή μελέτης σε σχέση με το σύνολο της Χώρας, στην ποσοστιαία κατανομή της απασχόλησης ανά παραγωγικό τομέα. Όπως καταγράφεται στον πιο κάτω Πίνακα, στην περιοχή

μελέτης καταγράφονται πιο ψηλά ποσοστά απασχόλησης στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα της οικονομίας.

Πίνακας 4. Ποσοστιαία Κατανομή Απασχόλησης

	Οικονομική Δραστηριότητα			
	Πρωτογενής Τομέας %	Δευτερογενής Τομέας %	Τριτογενής Τομέας %	Δεν Δηλώθηκε %
Κίτι	3,4	21,2	72,7	2,7
Δήμος Λάρνακας	0,7	18,6	79,2	1,5
Περβόλια	4,3	26,5	67,9	1,3
Τερσεφάνου	2,3	30,4	64,2	3,1
Επαρχία Λάρνακας	4	21,4	73,1	1,5
Κύπρος	2,5	19,1	76,8	1,6

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου, Απογραφή Πληθυσμού 2011

4.5 Προκύπτοντα Στοιχεία από Προσωπικές Συνεντεύξεις

Στο πλαίσιο εκπόνησης της διατριβής πραγματοποιήθηκαν πέντε (5) προσωπικές συνεντεύξεις. Η βασική συνέντευξη αφορούσε τον προϊστάμενο του Κοινοτικού Συμβουλίου, τον Γραμματέα κ. Βάκη Σαββουρή και οι υπόλοιπες απευθύνθηκαν προς εκπροσώπους οργανωμένων συνόλων που δραστηριοποιούνται στα διοικητικά όρια του Κοινοτικού Συμβουλίου. Τα οργανωμένα σύνολα που συμμετείχαν αφορούσαν:

- ✓ Τον Πολιτιστικό Όμιλο «Αρχάγγελος» Κιτίου,
- ✓ Το Σωματείο «Σπάρτακος» Κιτίου,
- ✓ Τη Φιλόπτωχο και
- ✓ Τη Σχολική Εφορεία.

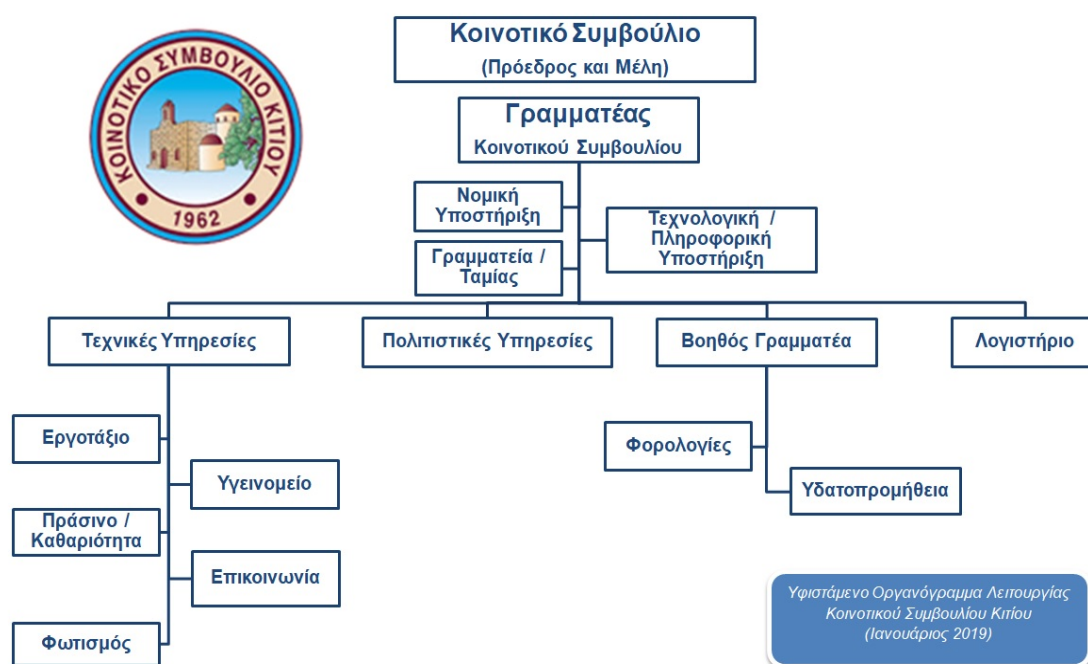
Τα σημαντικότερα στοιχεία που έχουν προκύψει από τη συνέντευξη του Γραμματέα του Κοινοτικού Συμβουλίου καταγράφονται ως ακολούθως:

- ✓ Η Τοπική Αρχή (το Κοινοτικό Συμβούλιο) λειτουργεί στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων και των δυνατοτήτων που της παρέχονται, όπως αυτές περιγράφονται στον Περί Κοινοτήτων Νόμο και όπως αυτές προδιαγράφονται από τους ετήσιους προϋπολογισμούς που εγκρίνονται από τον Έπαρχο.
- ✓ Ο σχεδιασμός αναπτυξιακής πολιτικής είναι πολυδιάστατος και η υλοποίηση του εξαρτάται από διάφορους παράγοντες. Οι παράγοντες αυτοί μπορεί να είναι κοινωνικοί, οικονομικοί ή και πολιτικοί. Αντίστοιχα επηρεάζεται και το επίπεδο των καθιερωμένων παρεχόμενων υπηρεσιών.
- ✓ Η Τοπική Αρχή λαμβάνει ανατροφοδότηση από τον τοπικό πληθυσμό, σχετικά με το περιεχόμενο και την ποιότητα των παρεχομένων της υπηρεσιών, μέσω των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και μέσω των καθημερινών επαφών των στελεχών του Κοινοτικού Συμβουλίου με τον τοπικό πληθυσμό.
- ✓ Σε γενικές γραμμές το Συμβούλιο εισπράττει θετική ανατροφοδότηση από τον τοπικό πληθυσμό για τις παρεχόμενες υπηρεσίες.
- ✓ Η ικανοποίηση του τοπικού πληθυσμού για το έργο του Συμβουλίου εκφράζεται και από τους εκπροσώπους των οργανωμένων συνόλων που συμμετείχαν στις προσωπικές συνεντεύξεις.
- ✓ Η ανάγκη για μεταρρύθμιση της τοπικής αυτοδιοίκησης στην Κύπρο, ούτως ώστε οι ΑΤΑ να εξέλθουν από αυτήν ενισχυμένες και αυτοτελείς, ικανές να διακυβερνήσουν σε τοπικό επίπεδο, κρίνεται ως επιτακτική. Δεν υπάρχει το περιθώριο για συγκαταβατικές ή μεταβατικές λύσεις. Η μεταρρύθμιση πρέπει να είναι ουσιαστική και ριζική.
- ✓ Το Κοινοτικό Συμβούλιο είναι διατεθειμένο να συνεργαστεί με κάθε οργανωμένο σύνολο που εμπλέκεται στα θέματα της τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς και με γειτονικές ΑΤΑ. Δυστυχώς, δεν καταγράφονται σημαντικά επίπεδα συνεργασίας και επικοινωνίας με γεινιάζουσες ΑΤΑ. Ως εποικοδομητική και αποτελεσματική χαρακτηρίζεται η συνεργασία με την Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής Λάρνακας, η οποία περιλαμβάνει το Κίτι σε διάφορες δράσεις

της, προβάλλοντας παράλληλα τα στοιχεία της Κοινότητας που αποτελούν πόλο έλξης για τους επισκέπτες. Αντίθετα, δεν παρατηρείται η οποιαδήποτε συνεργασία με την Αναπτυξιακή Εταιρεία Επαρχιών Λάρνακας και Αμμοχώστου ΛΤΔ.

- ✓ Όραμα του Κοινοτικού Συμβουλίου, κάτω από τις αντίξοες υφιστάμενες οικονομικές συνθήκες, είναι η περαιτέρω πρόοδος και ανάπτυξη της Κοινότητας, η ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη μέσα από την αξιοποίηση και ανάδειξη και του παραθαλάσσιου τουριστικού μετώπου, η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και του επιπέδου καθαριότητας, η βελτίωση των κοινωνικών παροχών και η καθιέρωση της Κοινότητας ως περιφερειακό κέντρο της ευρύτερης περιοχής.
- ✓ Ο στελεχιακός πυρήνας του Κοινοτικού Συμβουλίου αποτελείται από δεκατέσσερα (14) άτομα. Τα επτά (7) άτομα αποτελούν το διοικητικό / γραφειακό προσωπικό του Συμβουλίου και τα υπόλοιπα επτά (7) στελεχώνουν το εργοτάξιο / εργατικό προσωπικό. Το υφιστάμενο οργανόγραμμα λειτουργίας του Κοινοτικού Συμβουλίου σκιαγραφείται στο ακόλουθο διάγραμμα. Όπως προκύπτει από αυτό, σημαντικές ευθύνες και αρμοδιότητες αντιστοιχούν στο τμήμα των Τεχνικών Υπηρεσιών.

Διάγραμμα 3. Υφιστάμενο Οργανόγραμμα Λειτουργίας ΚΣ Κιτίου



Πηγή: Ανάλυση Δεδομένων, Ιανουάριος 2019

Τα σημαντικότερα στοιχεία που έχουν προκύψει από τις συνεντεύξεις των εκπροσώπων των οργανωμένων συνόλων που δραστηριοποιούνται στα διοικητικά όρια του Κοινοτικού Συμβουλίου καταγράφονται ως ακολούθως:

- ✓ Ο βαθμός ικανοποίησης του τοπικού πληθυσμού από τις παρεχόμενες υπηρεσίες του Κοινοτικού Συμβουλίου είναι ιδιαίτερα υψηλός.
- ✓ Τα επίπεδα συνεργασίας και επικοινωνίας ανάμεσα στο Κοινοτικό Συμβούλιο και τα οργανωμένα σύνολα είναι επίσης υψηλά.
- ✓ Υπάρχει ικανοποίηση για την αποδοτικότητα των έργων υποδομής που έχουν υλοποιηθεί στην Κοινότητα τα τελευταία χρόνια.
- ✓ Υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης, ιδιαίτερα όσον αφορά την ανάπτυξη του παραθαλάσσιου μετώπου της Κοινότητας.
- ✓ Επιστημάνθηκε η ανάγκη ανάπτυξης του εθελοντισμού στην Κοινότητα, ειδικότερα σε θέματα που άπτονται της καθαριότητας, της ασφάλειας και της παιδείας.
- ✓ Άξιες αναφοράς οι εισηγήσεις για υιοθέτηση θεσμών όπως:
 - Το Ελεύθερο Πανεπιστήμιο, με σειρά εκλαϊκευμένων διαλέξεων που θα είναι ανοικτές στον τοπικό πληθυσμό και κάθε ενδιαφερόμενο, με επίκαιρη θεματολογία γενικότερου ενδιαφέροντος.
 - Την καθιέρωση ετήσιου κύκλου διαλέξεων ειδικού ενδιαφέροντος, με ενδεικτικές θεματολογίες αυτές της οικογενειακής καθοδήγησης / διαχείρισης, της κοινωνικής ένταξης μεταναστών, της γεωργίας, των χορηγήσεων / επιδοτήσεων κ.α.
 - Κοινοτικού Συμβουλίου Νεολαίας.
 - Κοινοτικού Συμβουλίου Γυναικών.

Κεφάλαιο 5

SWOT και PEST Analysis

5.1 SWOT Analysis

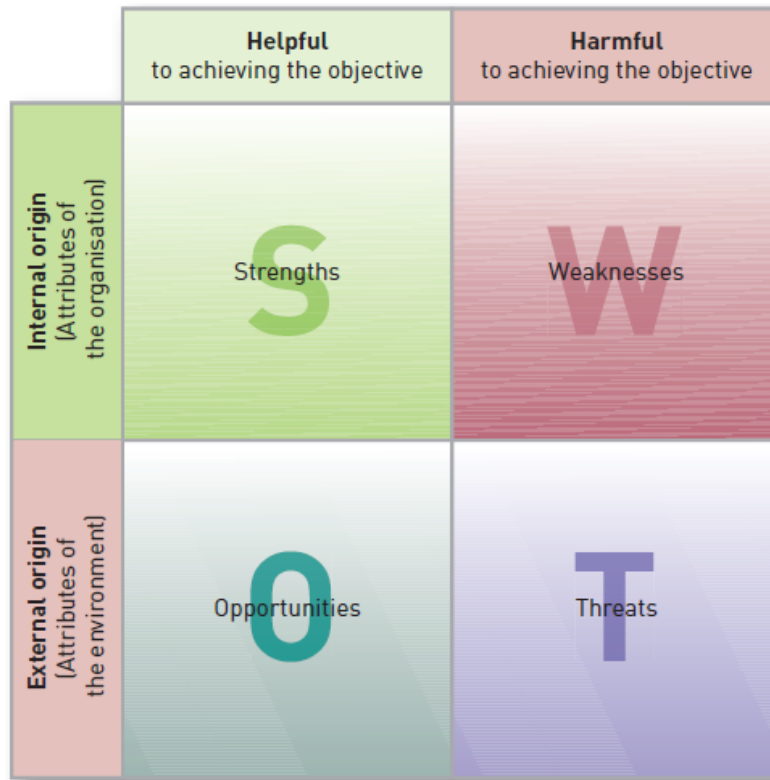
5.1.1 Εισαγωγή

Σύμφωνα με τους Kotler κ.α. (2009) «η συνολική αξιολόγηση των πλεονεκτημάτων (Strengths), των αδυναμιών (Weaknesses), των ευκαιριών (Opportunities) και των απειλών (Threats) μιας επιχείρησης καλείται ανάλυση SWOT. Είναι ένας τρόπος παρακολούθησης του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μάρκετινγκ».

Όπως σκιαγραφείτε και στο ακόλουθο διάγραμμα, η ανάλυση SWOT περιλαμβάνει τους επιβοηθητικούς παράγοντες για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης (Πλεονεκτήματα / Strengths και Ευκαιρίες / Opportunities), καθώς και τους επιβλαβείς ως προς αυτή την κατεύθυνση (Αδυναμίες / Weaknesses και Απειλές / Threats).

Παράλληλα οι παράγοντες και τα στοιχεία της ανάλυσης διακρίνονται σε αυτούς του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος. Οι παράγοντες του εσωτερικού περιβάλλοντος (Πλεονεκτήματα / Strengths και Αδυναμίες / Weaknesses) είναι αυτοί που εντοπίζονται και χαρακτηρίζουν τον ίδιο τον οργανισμό ή την επιχείρηση, ενώ οι παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος (Ευκαιρίες / Opportunities και Απειλές / Threats) είναι αυτοί που εντοπίζονται και χαρακτηρίζουν το περιβάλλον ή την περιρρέουσα κατάσταση του οργανισμού ή της επιχείρησης.

Η αναγνώριση και καταγραφή των ευκαιριών είναι ιδιαίτερα σημαντική για έναν οργανισμό, καθώς όπως καταγράφουν οι Kotler κ.α. (2009) «το καλό μάρκετινγκ είναι η τέχνη της εύρεσης, της ανάπτυξης και της αξιοποίησης αυτών των ευκαιριών».

Διάγραμμα 4. Ανάλυση SWOT

Πηγή: Kotler, Keller, Brandy, Goodman και Hanson, 2009

5.1.2 Πλεονεκτήματα / Strengths

Τα πλεονεκτήματα αποτελούν επιβλητικούς εσωτερικούς παράγοντες για τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου και την εφαρμογή στρατηγικής μάρκετινγκ. Ακολούθως καταγράφονται τα κυριότερα που έχουν εντοπιστεί:

- ✓ Η ιδιομορφία της Κοινότητας, που ενώ χαρακτηρίζεται ως αγροτική περιοχή, διαθέτει ανεκμετάλλετο παραλιακό μέτωπο, ενώ η ανάπτυξη των τελευταίων χρόνων προσφέρει στον τοπικό πληθυσμό ένα ευρύ φάσμα παρεχόμενων υπηρεσιών.
- ✓ Η προσέλκυση νέων ζευγαριών για οικιστική ανάπτυξη στην περιοχή, που παράλληλα δημιουργεί ανάγκες και ευνοϊκές συνθήκες ανάπτυξης συμπληρωματικών επενδύσεων και υπηρεσιών.
- ✓ Η γειτνίαση με το Αεροδρόμιο Λάρνακας.
- ✓ Η φήμη περί εργατικότητας και αποτελεσματικότητας που έχει κερδίσει το Κοινοτικό Συμβούλιο.
- ✓ Ο σχετικά ικανοποιητικό βαθμός στελέχωσης (ποσοτικά και ποιοτικά) του Κοινοτικού Συμβουλίου, σε σχέση με άλλες Κοινότητες.

5.1.3 Αδυναμίες / Weaknesses

Οι αδυναμίες αποτελούν επιβλαβείς εσωτερικούς παράγοντες για τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου και την εφαρμογή στρατηγικής μάρκετινγκ.

Ακολούθως καταγράφονται οι κυριότερες που έχουν εντοπιστεί:

- ✓ Οι περιορισμένοι χρηματοδοτικοί πόροι.
- ✓ Οι περιορισμένες πηγές εσόδων για το Κοινοτικό Συμβούλιο.
- ✓ Η απαγόρευση προσλήψεων στο δημόσιο και ευρύτερο δημόσιο τομέα, που αποτρέπει την περαιτέρω ενίσχυση της στελεχιακής δομής του Κοινοτικού Συμβουλίου.
- ✓ Τα ελάχιστα «εργαλεία» που παρέχει το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο, ώστε το Κοινοτικό Συμβούλιο να μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις και στις αρμοδιότητες που αναλογούν σε ένα ευρωπαϊκό οργανισμό Τοπικής Διακυβέρνησης.
- ✓ Η απουσία στο επίπεδο διοίκησης – μελών του Κοινοτικού Συμβουλίου, γυναικών.

5.1.4 Ευκαιρίες / Opportunities

Οι ευκαιρίες αποτελούν επιβροηθικούς εξωτερικούς παράγοντες για τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου και την εφαρμογή στρατηγικής μάρκετινγκ.

Ακολούθως καταγράφονται οι κυριότερες που έχουν εντοπιστεί:

- ✓ Η επικείμενη μεταρρύθμιση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και η προωθούμενη συμπλεγματοποίηση υπηρεσιών του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου με τα αντίστοιχα των Περβολιών και του Τερσεφάνου.
- ✓ Οι πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη, μέσω των οποίων διάφορα προγράμματα και κονδύλια εστιάζονται σε περιοχές με ειδικά μειονεκτήματα, πολιτιστικό υπόβαθρο και παραδοσιακό χαρακτήρα.
- ✓ Η συμμετοχή του Κοινοτικού Συμβουλίου στην Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής Λάρνακας και η προβολή και ανάδειξη που είναι δυνατό να τύχει μέσα από διάφορες συνεργασίες.
- ✓ Η συμμετοχή του Κοινοτικού Συμβουλίου στην Αναπτυξιακή Εταιρεία Επαρχιών Λάρνακας και Αμμοχώστου και η ενδεχόμενη αξιοποίηση

ευρωπαϊκών και συγχρηματοδοτούμενων πόρων για την υλοποίηση έργων δημοσίου συμφέροντος από το ίδιο το Συμβούλιο ή άλλων επενδύσεων από τον τοπικό πληθυσμό.

5.1.5 Απειλές / Threats

Οι απειλές αποτελούν επιβλαβείς εξωτερικούς παράγοντες για τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου και την εφαρμογή στρατηγικής μάρκετινγκ. Ακολούθως καταγράφονται οι κυριότερες που έχουν εντοπιστεί:

- ✓ Οι αντιδράσεις κατά της μεταρρύθμισης της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, που θέτουν σε αμφιβολία την εξέλιξη της από τη σημερινή της μορφή, σε μορφή Τοπικής Διακυβέρνησης.
- ✓ Ενδεχόμενη άσκηση πιέσεων για ανάπτυξη του παραλιακού μετώπου, χωρίς να ληφθεί υπόψη η φέρουσα ικανότητα της περιοχής και η αειφορία.
- ✓ Ο βαθμός αποδοχής και ανταπόκρισης, σε ενδεχόμενη αναδιάρθρωση του τρόπου λειτουργίας των Αρχών Τοπικής Αυτοδιοίκησης, σε καινοτόμες προτάσεις αναπτυξιακού σχεδιασμού και στην εφαρμογή των αρχών του μάρκετινγκ σε επίπεδο Τοπικής Αυτοδιοίκησης.
- ✓ Η γραφειοκρατία, η νοοτροπία (κουλτούρα) και οι ρυθμοί λειτουργίας που χαρακτηρίζουν την πλειοψηφία των υπηρεσιών / τμημάτων στο δημόσιο και ευρύτερο δημόσιο τομέα.

5.2 PEST Analysis

5.2.1 Εισαγωγή

Η ανάλυση PEST αποτελεί ακόμα ένα επιβοηθητικό εργαλείο που αξιοποιείται κατά το σχεδιασμό στρατηγικών μάρκετινγκ. Σύμφωνα με τους Πανταβούκη κ.α. (2015) «η ανάλυση PEST είναι ένα στρατηγικό εργαλείο του μάρκετινγκ που χρησιμοποιείται για την ανάλυση του μακροπεριβάλλοντος μιας επιχείρησης / ενός οργανισμού». Συγκεκριμένα αναλύεται ως ακολούθως:

- ✓ Πολιτικό – Νομικό Περιβάλλον (Political),
- ✓ Οικονομικό Περιβάλλον (Economical),

- ✓ Κοινωνικό Περιβάλλον (Sociological) και
- ✓ Τεχνολογικό Περιβάλλον (Technological).

Επιπρόσθετα των πιο πάνω παραγόντων, τελευταία προστέθηκαν και άλλοι δυο παράγοντες που επίσης διαμορφώνουν το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν οι επιχειρήσεις / οργανισμοί και αφορούν:

- ✓ Δημογραφικό Περιβάλλον (Demographical) και
- ✓ Πολιτιστικό Περιβάλλον (Cultural).

5.2.2 Πολιτικό – Νομικό Περιβάλλον (Political)

Οι κυριότεροι παράγοντες του πολιτικού – νομικού περιβάλλοντος που έχουν εντοπιστεί και επηρεάζουν τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου αφορούν:

- ✓ Στο υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο (Περί Κοινοτήτων Νόμος) που περιλαμβάνει στενό φάσμα εξουσιών και αρμοδιοτήτων για την Τοπική Αυτοδιοίκηση.
- ✓ Στην επικείμενη μεταρρύθμιση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και στην προωθούμενη συμπλεγματοποίηση υπηρεσιών του ΚΣ Κιτίου με τα αντίστοιχα των Περβολιών και του Τερσεφάνου.
- ✓ Στη διασφάλιση συνθηκών χρηστής διοίκησης για το δημόσιο και τον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

5.2.3 Οικονομικό Περιβάλλον (Economic)

Οι κυριότεροι παράγοντες του οικονομικού περιβάλλοντος που έχουν εντοπιστεί και επηρεάζουν τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου αφορούν:

- ✓ Στην οικονομική σταθερότητα σε επίπεδο Χώρας, καθότι σε περιόδους ύφεσης οι συνέπειες είναι οδυνηρές για όλα τα επίπεδα διακυβέρνησης.
- ✓ Στους περιορισμένους οικονομικούς πόρους που διαθέτει το ΚΣ Κιτίου.
- ✓ Στην προοπτική περαιτέρω ανάπτυξης και ιδιαίτερα στην αξιοποίηση περιοχών που είναι δυνατόν να προσελκύσουν τουριστικό ενδιαφέρον (παραλιακό μέτωπο).

5.2.4 Κοινωνικό Περιβάλλον (Sociological)

Οι κυριότεροι παράγοντες του κοινωνικού περιβάλλοντος που έχουν εντοπιστεί και επηρεάζουν τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου αφορούν:

- ✓ Στην αναζήτηση ποιοτικότερου τρόπου ζωής, που συνεπάγεται αριστοποίηση του επιπέδου των παρεχόμενων υπηρεσιών και στην εστίαση στο τρίπτυχο Παιδεία – Υγεία – Περιβάλλον.
- ✓ Στην ανάγκη εφαρμογής δομών, από τα κατώτερα επίπεδα διακυβέρνησης – την Τοπική Αυτοδιοίκηση, που να έχουν στο επίκεντρο τους την κοινωνική πρόνοια. Με ιδιαίτερη έμφαση να δίνεται στα παιδιά, στις νεαρές μητέρες, στους ηλικιωμένους και στους ανέργους.
- ✓ Στην κουλτούρα του πληθυσμού στην Κύπρο ευρύτερα, που δεν το χαρακτηρίζει το ενδιαφέρον για τα κοινά, τον εθελοντισμό κ.λπ.
- ✓ Στην αυξητική τάση του αριθμού των μακράς διάρκειας επισκεπτών – παραθεριστών, που επιλέγουν την περιοχή για σκοπούς εξοχικής κατοικίας, κυρίως κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, αλλά και κατά τη συνταξιοδότηση τους.

5.2.5 Τεχνολογικό Περιβάλλον (Technological)

Οι κυριότεροι παράγοντες του τεχνολογικού περιβάλλοντος που έχουν εντοπιστεί και επηρεάζουν τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου αφορούν:

- ✓ Στην αυξανόμενη χρήση νέων τεχνολογιών (έξυπνα τηλέφωνα, εφαρμογές) στον τομέα της ενημέρωσης, της πληροφόρησης, αλλά και της παροχής υπηρεσιών, κυρίως από άτομα μικρότερα των 50 ετών σήμερα.
- ✓ Στην προωθούμενη ηλεκτρονική διακυβέρνηση.
- ✓ Στην αυξανόμενη δημοτικότητα και δυναμικότητα που αποκτούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

5.2.6 Δημογραφικό Περιβάλλον (Demographical)

Οι κυριότεροι παράγοντες του δημογραφικού περιβάλλοντος που έχουν εντοπιστεί και επηρεάζουν τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου αφορούν:

- ✓ Στην αυξητική τάση που χαρακτηρίζει τον πληθυσμό της Κοινότητας.

- ✓ Στην αυξητική τάση που παρουσιάζει το ενδιαφέρον οικιστικής ανάπτυξης στην Κοινότητα από νεαρά ζευγάρια.

5.2.7 Πολιτιστικό Περιβάλλον (Cultural)

Οι κυριότεροι παράγοντες του πολιτιστικού περιβάλλοντος που έχουν εντοπιστεί και επηρεάζουν τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου αφορούν:

- ✓ Στο υφιστάμενο πολιτιστικό υπόβαθρο της Κοινότητας και στο στόχο για περαιτέρω αξιοποίηση του, λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία του και το ενδιαφέρον των επισκεπτών / τουριστών, όσο και του τοπικού πληθυσμού.
- ✓ Στην πολυπολιτισμικότητα που χαρακτηρίζει τις σύγχρονες κοινωνίες, όπου η μετανάστευση (εσωτερική και εξωτερική) και η συνύπαρξη της με τον τοπικό πληθυσμό, αποτελούν πλέον τον κανόνα και όχι την εξαίρεση.

Κεφάλαιο 6

Μεθοδολογία Έρευνας

6.1 Σκοπός και Στόχοι της Έρευνας

Σκοπός της Μεταπτυχιακής Διατριβής είναι η καταγραφή των δυνατοτήτων εφαρμογής του μάρκετινγκ στις ΑΤΑ στην Κύπρο και η διατύπωση συγκεκριμένων προτάσεων για βελτίωση της εικόνας του ΚΣ Κιτίου, για την επικοινωνιακή πολιτική, για την ανατροφοδότηση και για την αριστοποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η διεξαγωγή Πρωτογενούς Έρευνας με τη χρήση ερωτηματολογίων, αποτελεί το πλέον σημαντικό στάδιο της Μεταπτυχιακής Διατριβής.

Οι ειδικοί στόχοι της Πρωτογενούς Έρευνας περιλαμβάνουν την απάντηση των ακόλουθων ερωτημάτων:

- ✓ Ποια η συχνότητα επικοινωνίας του τοπικού πληθυσμού με το Κοινοτικό Συμβούλιο; Με ποια μέσα γίνεται και με προς ποια κατεύθυνση;
- ✓ Ο πελάτης – τοπικός πληθυσμός συμμετέχει ή ενημερώνεται για τους σχεδιασμούς του Κοινοτικού Συμβουλίου;
- ✓ Πως αξιολογεί ο τοπικός πληθυσμός την ποσότητα και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών;

Απώτερος στόχος, μέσα από τη μελέτη περίπτωσης, είναι να δοθούν απαντήσεις σχετικά με την εφαρμογή Στρατηγικών Μάρκετινγκ σε επίπεδο Τοπικής Αυτοδιοίκησης και να γίνουν εκείνες οι εισηγήσεις ώστε ο ρόλος του Στρατηγικού Μάρκετινγκ να είναι ουσιώδης, κατανοητός και επιθυμητός.

6.2 Πρωτογενής Έρευνα

Πραγματοποιήθηκε Πρωτογενής Έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου. Σύμφωνα με τον Robson (2007) ορισμένα από τα πλεονεκτήματα των

δειγματοληπτικών ερευνών που βασίζονται σε ερωτηματολόγια αφορούν στο ότι αυτές «μπορεί να είναι εξαιρετικά αποτελεσματικές για την παραγωγή μεγάλων συνόλων δεδομένων, με σχετικά χαμηλό κόστος, σε σύντομο χρονικό διάστημα, ενώ επιτρέπουν την ανωνυμία, η οποία ενθαρρύνει την ειλικρίνεια». Επιπρόσθετα, μπορούν να τυποποιηθούν τα δεδομένα και να αναλυθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα.

6.3 Μέθοδος Δειγματοληψίας

Το ερωτηματολόγιο παράχθηκε σε έντυπη (Παράρτημα Ι) και ηλεκτρονική μορφή. Ηλεκτρονικά το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στην ιστοσελίδα surveymonkey.com και προωθήθηκε κυρίως μέσα από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Το έντυπο ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε σε διάφορα σημεία της Κοινότητας (γραφεία ΚΣ, υπεραγορές, καφενεία κ.α.). Η όλη διαδικασία είχε διάρκεια ενός μήνα και πραγματοποιήθηκε το Φεβρουάριο του 2019.

6.4 Πληθυσμός της Έρευνας

Η Πρωτογενής Έρευνα στοχεύει στον τοπικό πληθυσμό του Κιτίου, που για σκοπούς της έρευνας αυτός ορίζεται από:

- Τους κατοίκους στα διοικητικά όρια του ΚΣ Κιτίου και
- Τους εργαζόμενους / επιχειρηματίες που εργάζονται / δραστηριοποιούνται εντός των διοικητικών ορίων του ΚΣ Κιτίου.

Συνολικά το ερωτηματολόγιο απάντησαν 150 ερωτώμενοι. Τα πλήρως συμπληρωμένα ερωτηματολόγια που αξιοποιήθηκαν για σκοπούς ανάλυσης ανήλθαν σε 107. Τα 81 ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν ηλεκτρονικά και τα υπόλοιπα 26 συμπληρώθηκαν στην έντυπη τους μορφή.

6.5 Κωδικοποίηση Δεδομένων

Αξιοποιήθηκαν τα στατιστικά εργαλεία που παρέχει το surveymonkey.com για εξαγωγή των στατιστικών στοιχείων, καθώς και το πρόγραμμα υπολογιστικών φύλλων της Microsoft Excel για σκοπούς περαιτέρω ανάλυσης των δεδομένων.

6.6 Περιορισμοί Έρευνας

Η εκπόνηση της παρούσας Διατριβής γενικότερα, αλλά και της πρωτογενούς έρευνας ειδικότερα, χαρακτηρίζεται από περιορισμούς, όπως:

- ✓ Περιορισμοί σχετικοί με τη διαθεσιμότητα του χρόνου, καθ' ότι η Διατριβή εκπονήθηκε στον περιορισμένο ελεύθερο χρόνο του μελετητή, σε συγκεκριμένα και στενά χρονοδιαγράμματα.
- ✓ Περιορισμοί σχετική με τη διαθεσιμότητα των πόρων, οικονομικών και ανθρώπινων. Ενδεχόμενη επάρκεια οικονομικών πόρων θα ενίσχυε την προβολή και προώθηση της έρευνας και του ερωτηματολογίου, ενώ ενδεχόμενη επάρκεια ανθρώπινων πόρων και χρόνου (όπως έχει προαναφερθεί), θα καθιστούσε δυνατή τη συγκέντρωση περισσότερων έντυπων ερωτηματολογίων.
- ✓ Περιορισμού σχετικοί με την κουλτούρα του πληθυσμού, καθ' ότι καταγράφεται μια γενικότερη αδιαφορία και άρνηση συμμετοχής σε έρευνες που περιλαμβάνουν τη χρήση ερωτηματολογίου, αλλά και έρευνες που σχετίζονται με θέματα διακυβέρνησης ευρύτερα.

Κεφάλαιο 7

Πρωτογενής Έρευνα

7.1 Εισαγωγή

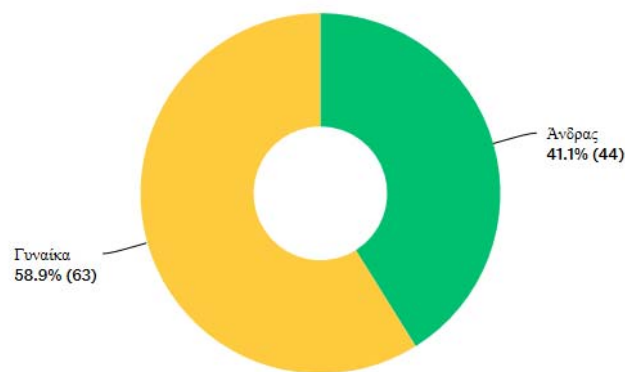
Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε 18 συνολικά ερωτήσεις. Οι πλείστες ερωτήσεις ήταν κλειστού τύπου. Τα ερωτηματολόγια ήταν ανώνυμα και ο μέσος χρόνος συμπλήρωσης τους ανήλθε στα 7 λεπτά.

7.2 Ανάλυση Απαντήσεων

Το Α' Μέρος του Ερωτηματολογίου συμπεριελάμβανε ερωτήσεις που αφορούσαν τα δημογραφικά στοιχεία και το προφίλ των ερωτούμενων.

Η 1^η ερώτηση αφορούσε στην καταγραφή του φύλου. Όπως σκιαγραφείται στο ακόλουθο διάγραμμα, η πλειοψηφία του δείγματος είναι γυναίκες, καθώς στο σύνολο των 107 μελών του δείγματος οι 63 (59%) είναι γυναίκες.

Διάγραμμα 5. Φύλο

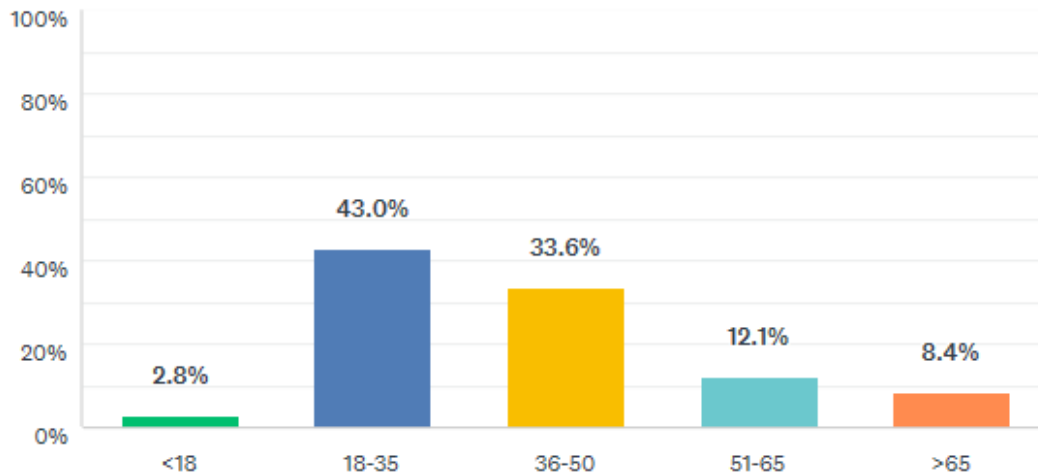


ANSWER CHOICES	RESPONSES	
▼ Άνδρας	41.1%	44
▼ Γυναίκα	58.9%	63
TOTAL		107

Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 2^η ερώτηση αφορούσε στην καταγραφή της ηλικιακής σύνθεσης των μελών του δείγματος. Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος αφορά στην ηλικιακή κλάση 18-35, καθότι ανέρχεται στο 43%, ενώ αρκετά υψηλό ποσοστό (33,6%) καταγράφει και η ηλικιακή κλάση 36-50. Στο ακόλουθο διάγραμμα καταγράφονται αναλυτικά όλες οι ηλικιακές κλάσεις.

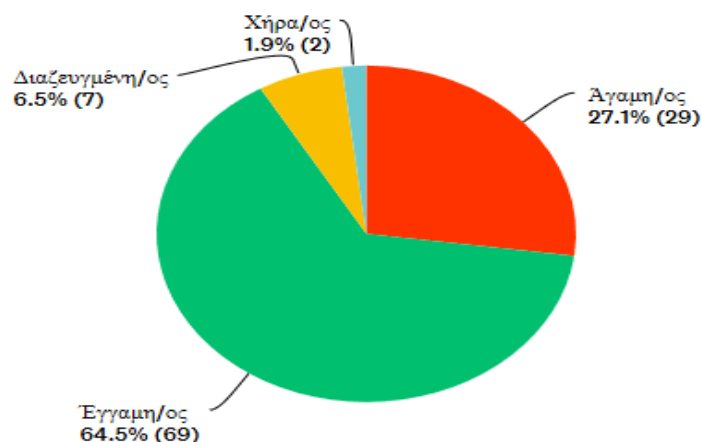
Διάγραμμα 6. Ηλικία



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Στην 3^η ερώτηση καταγράφηκε η οικογενειακή κατάσταση των μελών του δείγματος. Η πλειοψηφία δήλωσε «Έγγαμη/ος» σε ποσοστό 64,5%.

Διάγραμμα 7. Οικογενειακή Κατάσταση



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 4^η ερώτηση κατέγραψε το εκπαιδευτικό επίπεδο των μελών του δείγματος. Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (26,2%) αφορά «Πτυχιούχους Πανεπιστημίου» και το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό (24,3%) αφορά απόφοιτους «Λυκείου». Συγκεντρωτικά, τα μέλη του δείγματος συγκαταλέγονται στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση σε ποσοστό 33,6% και στην ανώτερη εκπαίδευση σε ποσοστό 66,4%.

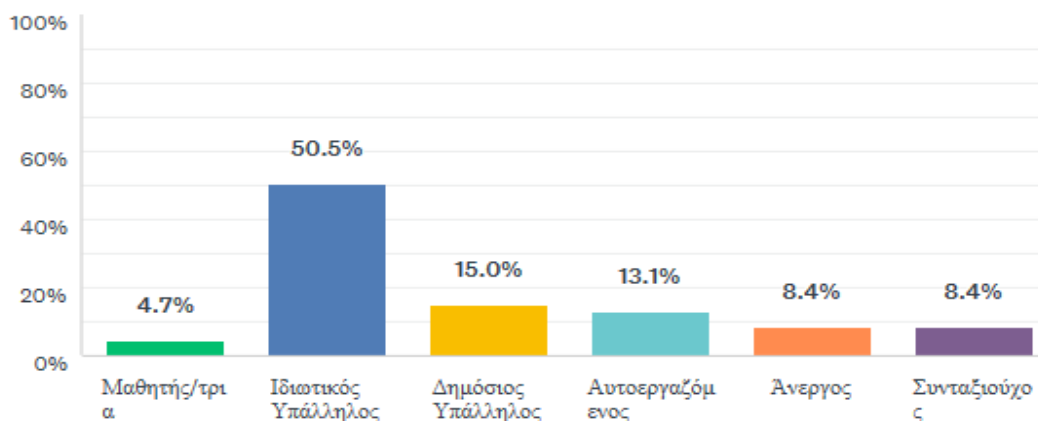
Πίνακας 5. Εκπαιδευτικό Επίπεδο

Εκπαιδευτικό Επίπεδο	Ποσοστό	Απαντήσεις
Πτυχίο Πανεπιστημίου	26,2%	28
Λύκειο	24,3%	26
Μεταπτυχιακό Δίπλωμα	19,6%	21
Μεταλυκειακή Εκπαίδευση / Κολλέγιο κ.α.	17,8%	19
Δημοτικό	4,7%	5
Γυμνάσιο	4,7%	5
Διδακτορικό Δίπλωμα	2,8%	3
Χωρίς Εκπαίδευση	0,0%	0
Σύνολο	100,0%	107

Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Στην 5^η ερώτηση καταγράφηκε η επαγγελματική ιδιότητα των μελών του δείγματος. Η πλειοψηφία των μελών του δείγματος δήλωσε «Ιδιωτική/ός Υπάλληλος», σε ποσοστό 50,5%.

Διάγραμμα 8. Επαγγελματική Ιδιότητα



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 6^η ερώτηση κατέγραψε τη σχέση των μελών του δείγματος με το Κίτι. Η συντριπτική πλειοψηφία (77%) αφορά μόνιμους κατοίκους στην περιοχή, ενώ το 20% περίπου των μελών του δείγματος έχει επαγγελματική συσχέτιση με το Κίτι. Πολύ μικρότερο ποσοστό δήλωσε άλλη σχέση με το Κίτι, που αυτό αφορούσε παντρεμένους στο Κίτι και άρα κατοίκους Κιτίου ή εξοχική κατοικία στο Κίτι, στην οποία διαμένουν όμως πέραν των 6 μηνών του χρόνου. Ως εκ τούτων το ποσοστό των «Κατοίκων» ανέρχεται επί της ουσίας σε 80,4%.

Πίνακας 6. Σχέση με το Κίτι

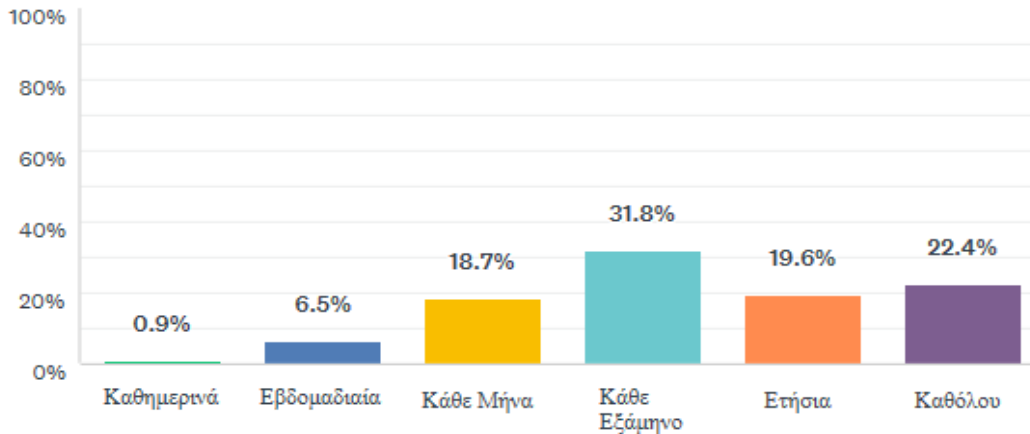
Σχέση με το Κίτι	Ποσοστό	Απαντήσεις
Κάτοικος	76,6%	82
Εργαζόμενη/ος στο Κίτι	13,1%	14
Επιχειρηματίας στο Κίτι	6,5%	7
Άλλο (παρακαλώ διευκρινίστε)	3,7%	4
Σύνολο	100,00%	107

Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Σε συνέχεια του Α' Μέρους του Ερωτηματολογίου, το Β' Μέρος συμπεριελάμβανε ερωτήσεις που αφορούσαν στην καταγραφή της άποψης ή της στάσης των ερωτούμενων, στα θέματα λειτουργίας, επικοινωνίας, έργου και προγραμματισμού του ΚΣ Κιτίου.

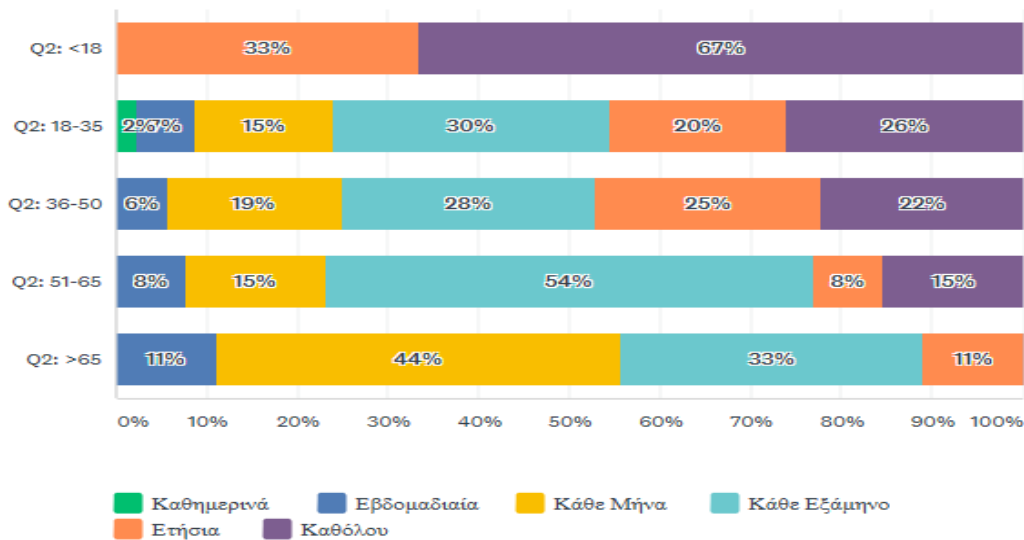
Η 1^η ερώτηση του Β' Μέρους και 7^η ερώτηση του ερωτηματολογίου αφορούσε τη συχνότητα επικοινωνίας των μελών του δείγματος με το Κοινοτικό Συμβούλιο. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων καταγράφει ότι το 22,4% των μελών του δείγματος δεν επικοινωνεί καθόλου με το ΚΣ Κιτίου, ενώ η πλειοψηφία, το 51,4%, επικοινωνεί με το ΚΣ Κιτίου ελάχιστες φορές (ετήσια ή εξαμηνιαία). Τακτική επικοινωνία με το ΚΣ Κιτίου καταγράφει το υπόλοιπο 26,2% των μελών του δείγματος, καθώς επικοινωνεί με το ΚΣ Κιτίου είτε σε μηνιαία βάση, είτε σε εβδομαδιαία βάση, είτε και καθημερινά. Περαιτέρω ανάλυση της 7^{ης} ερώτησης αναδεικνύει τη φθίνουσα πορεία της επιλογής «Καθόλου επικοινωνία» καθώς αυξάνεται η ηλικιακή κλάση των μελών του δείγματος.

Διάγραμμα 9. Πόσο τακτικά επικοινωνείτε με το ΚΣ Κιτίου;



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

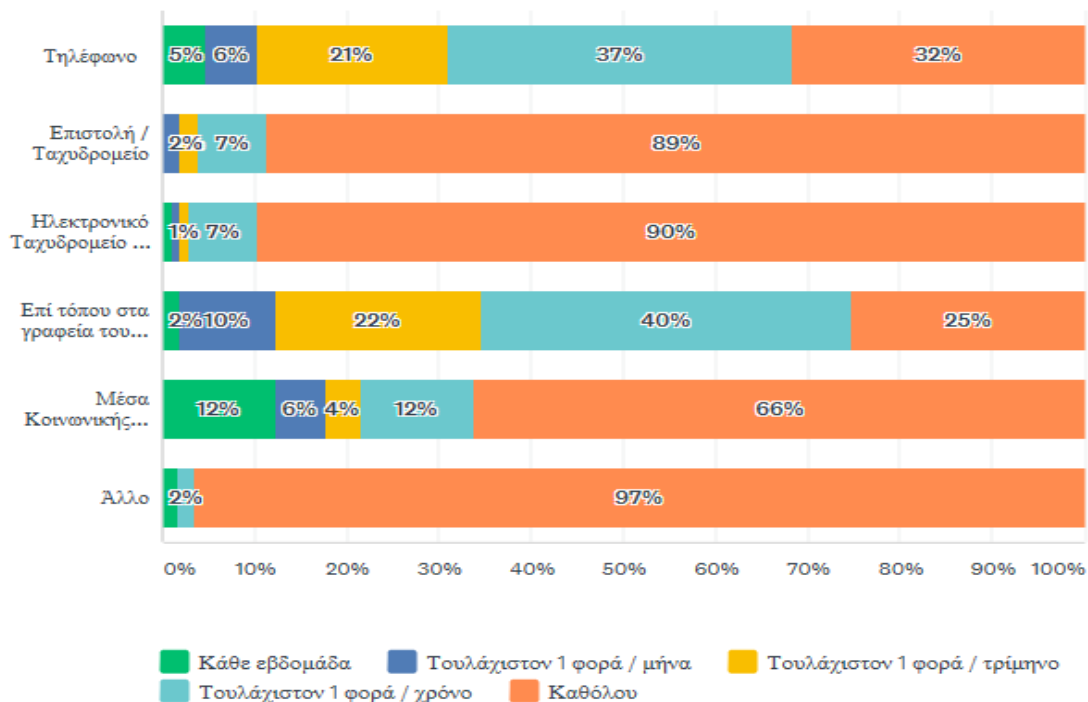
**Διάγραμμα 10. Πόσο τακτικά επικοινωνείτε με το ΚΣ Κιτίου;
(ανά ηλικιακή κλάση)**



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 8^η ερώτηση κατέγραψε τους τρόπους που τα μέλη του δείγματος επιλέγουν για να επικοινωνούν με το ΚΣ Κιτίου. Τα πιο σύνηθες μέσα / τρόποι επικοινωνίας αφορούν την «τηλεφωνική επικοινωνία» και την «επί τόπου επίσκεψη στα γραφεία του ΚΣ Κιτίου». Ιδιαίτερα χαμηλά ποσοστά καταγράφονται στην «αλληλογραφία» ως επιλογή επικοινωνίας, είτε όταν αυτή αφορά τον παραδοσιακό έντυπο τρόπο, είτε όταν αυτή αφορά την ηλεκτρονική αλληλογραφία (e-mail).

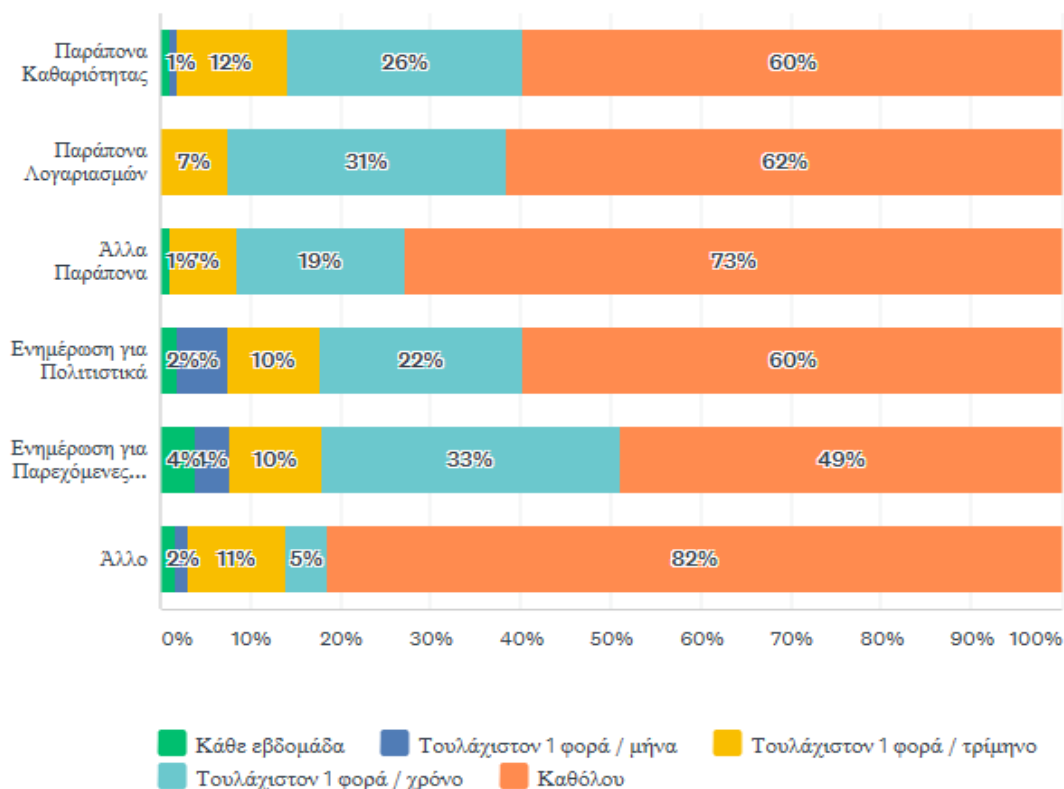
Διάγραμμα 11. Όταν επικοινωνείτε με το ΚΣ Κιτίου, με ποιο τρόπο πραγματοποιείται αυτή την επικοινωνία; Χαρακτηρίστε τη συχνότητα αξιοποίησης των πιο κάτω μέσων επικοινωνίας.



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η επόμενη ερώτηση, η 9^η, κατέγραψε το λόγο επικοινωνίας των μελών του δείγματος με το ΚΣ Κιτίου και τη συχνότητα αυτής της επικοινωνίας. Αυτό που προκύπτει είναι ότι σπάνια γίνεται επικοινωνία για έκφραση παραπόνων γενικότερα, καθώς το 60% των μελών του δείγματος δεν επικοινωνεί «Καθόλου» για σκοπούς έκφρασης παραπόνων με το ΚΣ Κιτίου. Όταν αυτό γίνεται, τα παράπονα επικεντρώνονται στην καθαριότητα και στους λογαριασμούς. Επικοινωνία πραγματοποιείται κυρίως για σκοπούς «ενημέρωσης για τις παρεχόμενες υπηρεσίες» (51%), καθώς και για σκοπούς «ενημέρωσης για τα πολιτιστικά» (40%). Σημειώνεται ότι το 18% των μελών του δείγματος αναζητά ενημέρωση για τους πιο πάνω λόγους σε καθημερινή, εβδομαδιαία ή τριμηνιαία βάση. Η επιλογή «άλλος λόγος» που δόθηκε ως επιλογή στο δείγμα, κατέγραψε ότι σχετικά συχνή επικοινωνία γίνεται και για σκοπούς εξόφλησης ή άλλης διευθέτησης λογαριασμών.

Διάγραμμα 12. Όταν επικοινωνείτε με το ΚΣ Κιτίου, για ποιο λόγο το κάνετε; Χαρακτηρίστε τη συχνότητα των πιο κάτω λόγων επικοινωνίας.



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

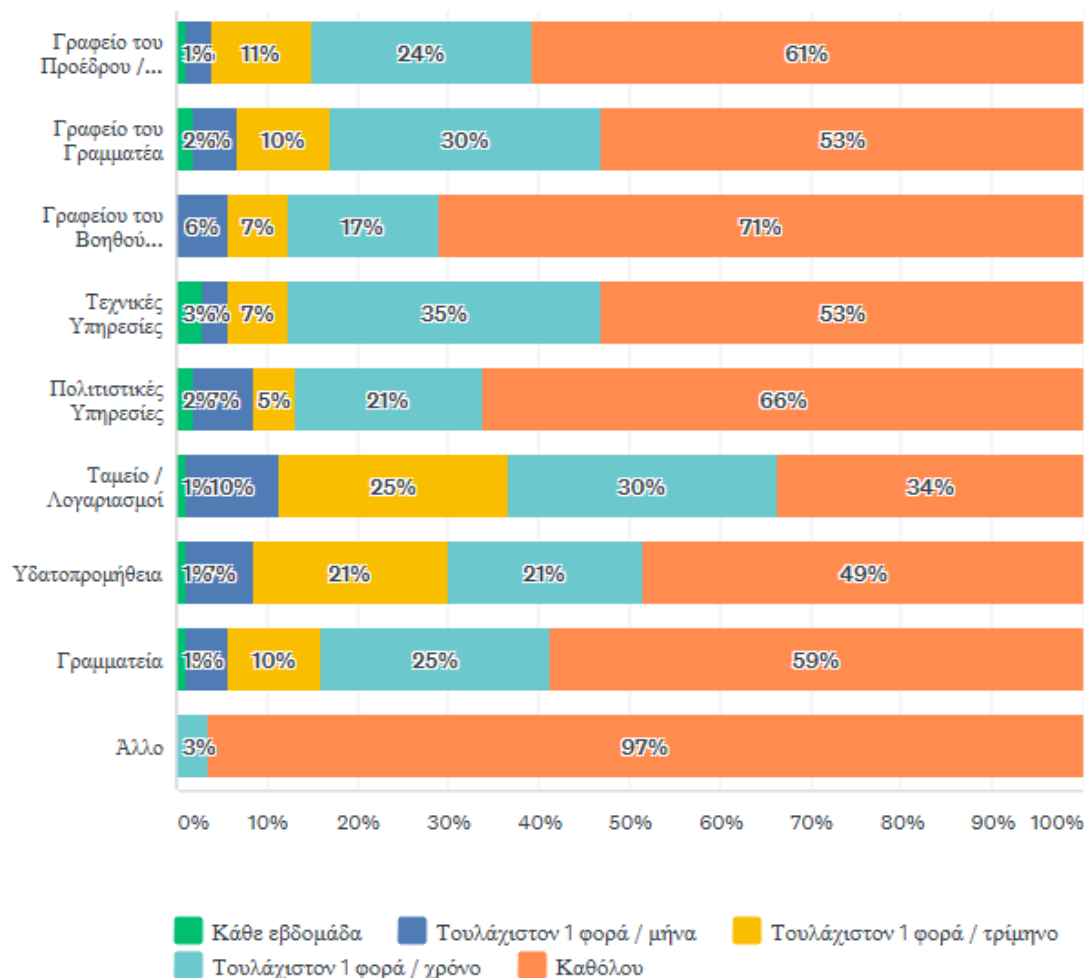
Η 10^η ερώτηση ζητούσε την καταγραφή της συχνότητας επικοινωνίας των μελών του δείγματος, με τα διάφορα Τμήματα του ΚΣ Κιτίου. Τα διάφορα Τμήματα του ΚΣ Κιτίου, καταγράφουν την ακόλουθη αύξουσα σειρά συχνότητας επικοινωνίας:

Γραφείου Βοηθού Γραμματέα – Πολιτιστικές Υπηρεσίες – Γραφείο του Προέδρου – Γραμματεία – Τεχνικές Υπηρεσίες και Γραφείο Γραμματέα – Υδατοπρομήθεια – Ταμείο / Λογαριασμοί.

Όταν η συχνότητα επικοινωνίας συγκεκριμενοποιείται περισσότερο σε επίπεδο εβδομαδιαίας και μηνιαίας επικοινωνίας, τότε η αύξουσα σειρά συχνότητας επικοινωνίας αναδιαμορφώνεται ως ακολούθως:

Γραφείο του Προέδρου – Γραμματεία και Τεχνικές Υπηρεσίες – Γραφείου Βοηθού Γραμματέα – Γραφείο Γραμματέα – Υδατοπρομήθεια και Πολιτιστικές Υπηρεσίες – Ταμείο / Λογαριασμοί.

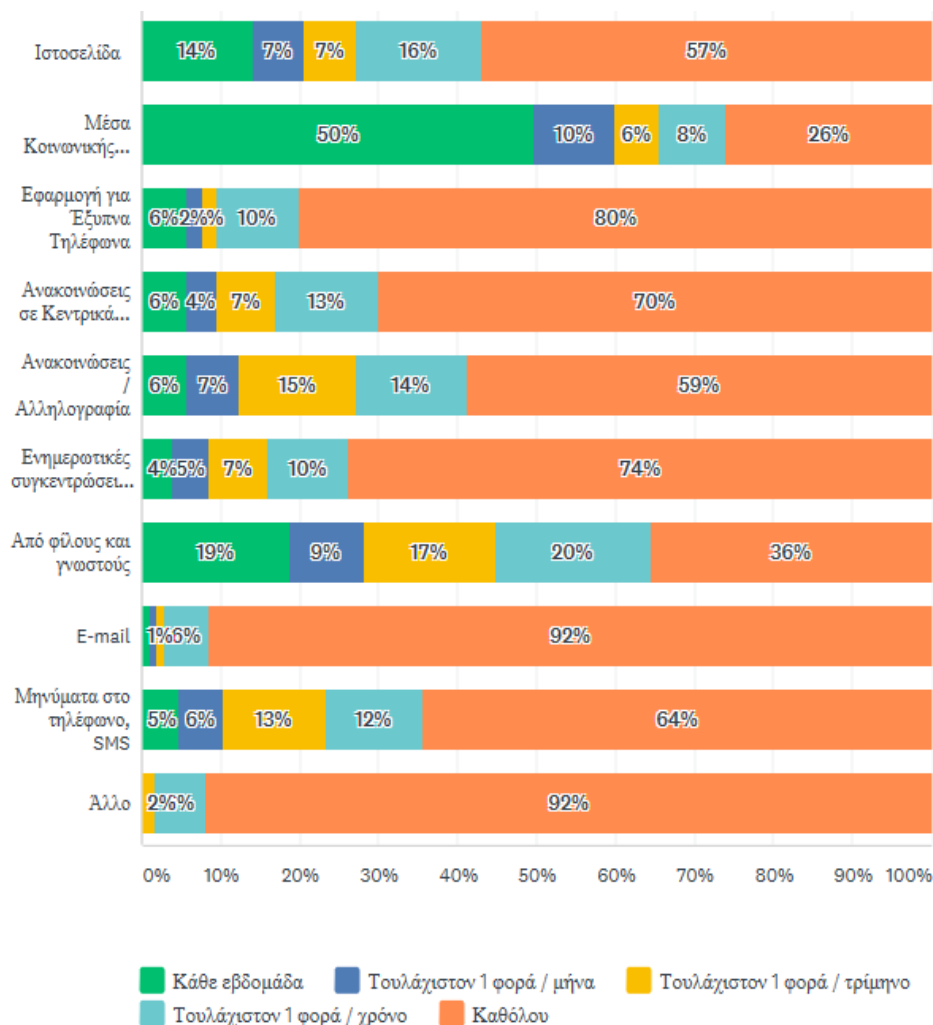
Διάγραμμα 13. Χαρακτηρίστε τη συχνότητα της επικοινωνίας με τα πιο κάτω Τμήματα του ΚΣ Κιτίου.



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 11^η ερώτηση αφορούσε την καταγραφή της συχνότητας αξιοποίησης / ενημέρωσης των μελών του δείγματος από τα Μέσα Επικοινωνίας του ΚΣ Κιτίου. Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις, το πιο διαδεδομένο μέσο ενημέρωσης είναι τα «Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης», το οποίο παράλληλα χρησιμοποιείτε και πιο συχνά από όλα. Αξιοσημείωτο το αποτέλεσμα που δηλώνει ότι το 50% των μελών του δείγματος ενημερώνονται από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης του ΚΣ Κιτίου σε εβδομαδιαία βάση. Ακολουθεί η ενημέρωση μέσω «Γνωστών και Φίλων». Ως τα λιγότερο χρησιμοποιούμενα Μέσα Επικοινωνίας καταγράφονται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), η εφαρμογή για έξυπνα κινητά και οι ενημερωτικές συγκεντρώσεις / διαβουλεύσεις.

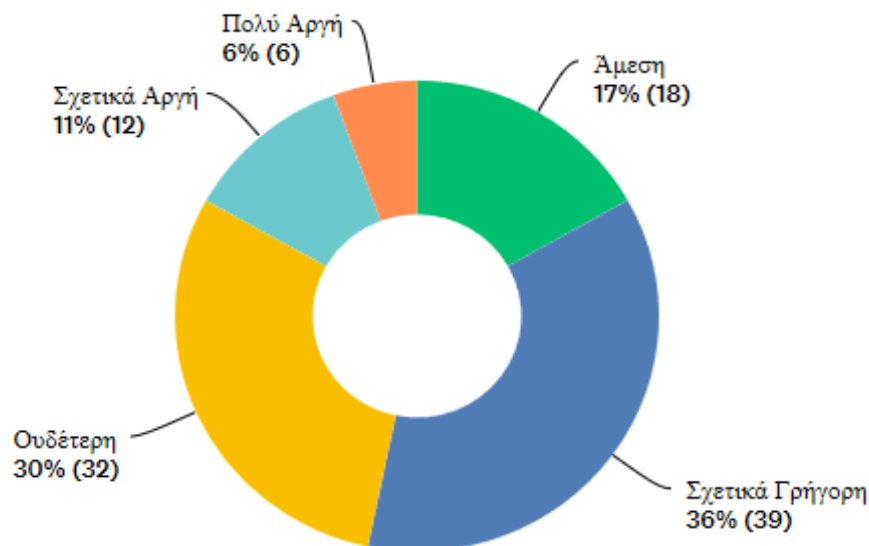
Διάγραμμα 14. Χαρακτηρίστε τη συχνότητα που αξιοποιείτε / ενημερώνεστε από τα πιο κάτω Μέσα Επικοινωνίας του ΚΣ Κιτίου.



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 12^η ερώτηση αφορούσε τον χαρακτηρισμό του βαθμού ανταπόκρισης του ΚΣ Κιτίου σε επίπεδο χρόνου, όταν τα μέλη του δείγματος απευθύνονται σε αυτό για παράπονα ή ενημέρωση ή βοήθεια. Οι θετικές απόψεις ξεπέρασαν το 50%, καθώς ανήλθαν στο 53%. Η επιλογή «Σχετικά Γρήγορη» επιλέχθηκε από το 36% των μελών του δείγματος, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό της επιλογής «Άμεση» ανήλθε στο 17%. «Ουδέτερο» χαρακτηρισμό επέλεξε το 30%. Στις απαντήσεις περιλαμβάνονται και αρνητικοί χαρακτηρισμοί, το ποσοστό των οποίων όμως είναι σχετικά χαμηλό, καθώς αυτό ανήλθε στο 17% των μελών του δείγματος.

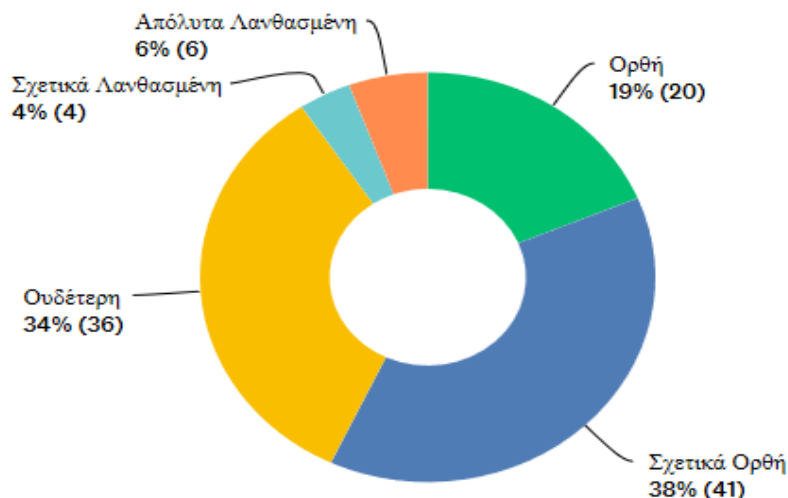
Διάγραμμα 15. Χαρακτηρίστε την ανταπόκριση του ΚΣ Κιτίου, όταν απευθύνεστε σε αυτό για παράπονα ή ενημέρωση ή βοήθεια, ως προς το ΧΡΟΝΟ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ.



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 13^η ερώτηση αφορούσε τον χαρακτηρισμό του βαθμού ανταπόκρισης του ΚΣ Κιτίου σε επίπεδο ορθότητας της ενημέρωσης / πληροφορίας, όταν τα μέλη του δείγματος απευθύνονται σε αυτό για παράπονα ή ενημέρωση ή βοήθεια. Οι θετικές απόψεις ξεπέρασαν και πάλι το 50%, καθώς ανήλθαν στο 57%. Η επιλογή «Σχετικά Γρήγορη» επιλέχθηκε από το 38% των μελών του δείγματος, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό της επιλογής «Άμεση» ανήλθε στο 19%. «Ουδέτερο» χαρακτηρισμό επέλεξε το 34%. Στις απαντήσεις περιλαμβάνονται και αρνητικοί χαρακτηρισμοί, το ποσοστό των οποίων όμως είναι σχετικά χαμηλό, καθώς αυτό ανήλθε στο 10% των μελών του δείγματος. Λαμβάνοντας υπόψη την ηλικιακή κλάση των μελών του δείγματος, αυτό που αναδεικνύεται είναι ότι πιο αυστηροί κριτές σχετικά με την ορθότητα της ενημέρωσης / πληροφόρησης που παρέχεται από το ΚΣ Κιτίου, είναι ο μεγαλύτερος σε ηλικία πληθυσμός (ηλικία>50 χρονών). Περισσότερη ανάλυση για τα πιο πάνω, σκιαγραφείται στα διαγράμματα που ακολουθούν.

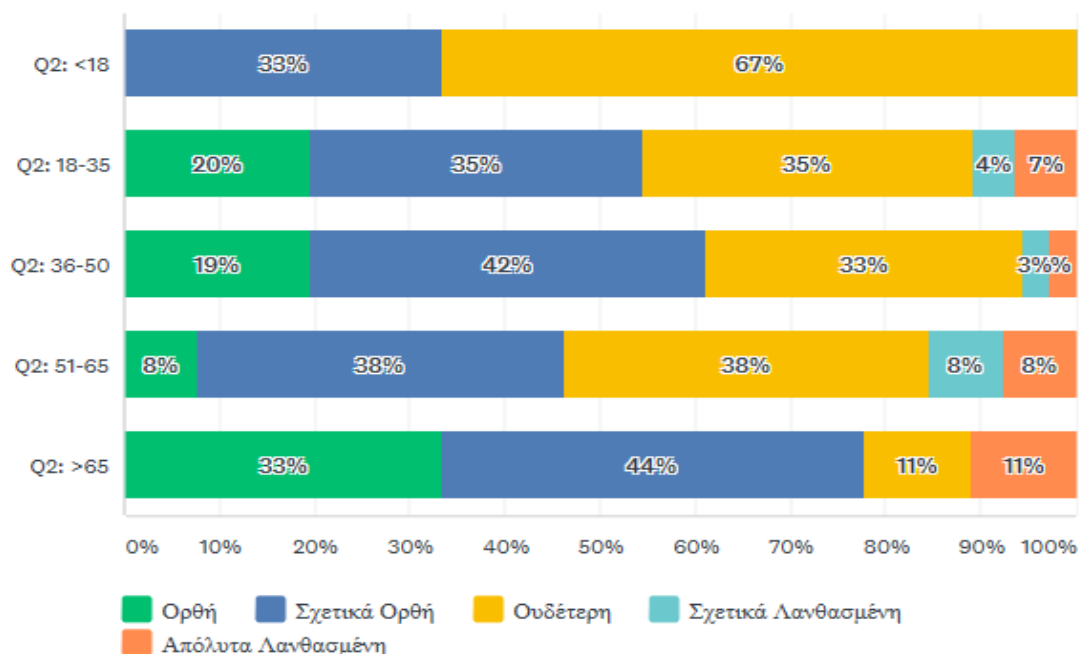
Διάγραμμα 16. Χαρακτηρίστε την ανταπόκριση του ΚΣ Κιτίου, όταν απευθύνεστε σε αυτό για παράπονα ή ενημέρωση ή βοήθεια, ως προς την ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ / ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ;



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Διάγραμμα 17. Χαρακτηρίστε την ανταπόκριση του ΚΣ Κιτίου, όταν απευθύνεστε σε αυτό για παράπονα ή ενημέρωση ή βοήθεια, ως προς την ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ / ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ;

(ανά ηλικιακή κλάση)

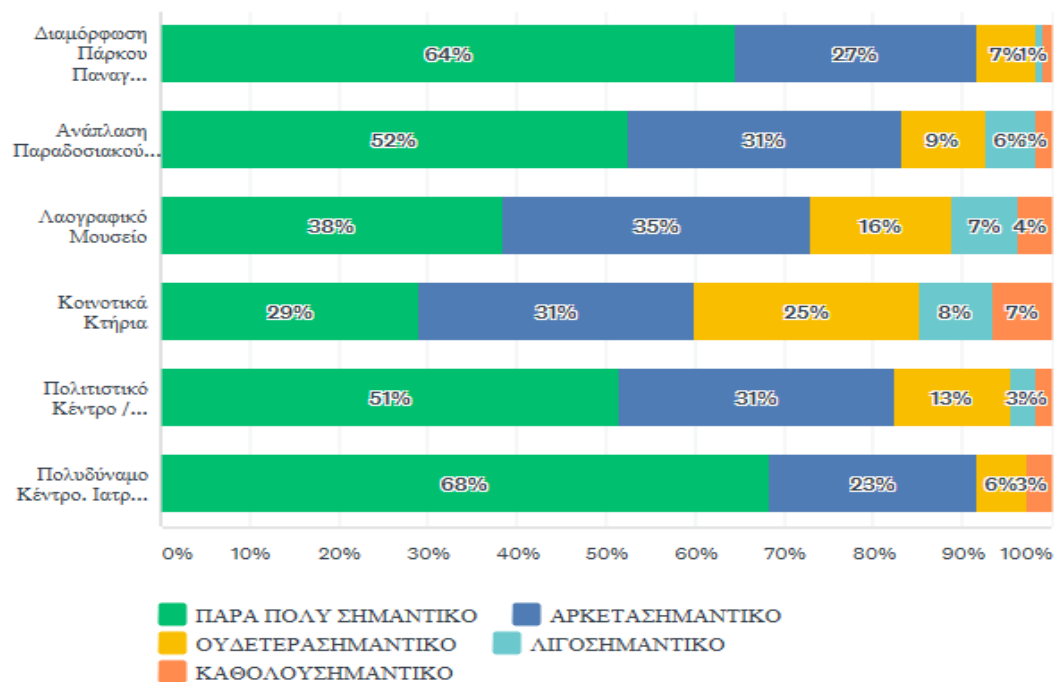


Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 14^η ερώτηση αφορούσε τον χαρακτηρισμό του βαθμού σημαντικότητας / σπουδαιότητας συγκεκριμένων έργων, που έχουν υλοποιηθεί στο Κίτι τα τελευταία χρόνια ή και που υλοποιούνται σήμερα. Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων προκύπτει ότι όλα τα έργα που έχουν υλοποιηθεί τυγχάνουν θετικής αξιολόγησης ως προς το βαθμό σημαντικότητας και σπουδαιότητας. Τα πιο ψηλά ποσοστά θετικής αξιολόγησης συγκεντρώνουν τα έργα της «Διαμόρφωσης του Πάρκου της Παναγίας Αγγελόκτιστης» και το «Πολυδύναμο Κέντρο. Ιατρικό Κέντρο και Χώρος Αναψυχής για όλες τις ηλικίες», του οποίου η υλοποίηση βρίσκεται σε εξέλιξη. Τα πιο ψηλά ποσοστά ουδετερότητας αλλά και αρνητικής αξιολόγησης συγκεντρώνουν τα «Κοινοτικά Κτήρια» και το «Λαογραφικό Μουσείο». Συμπερασματικά, τα έργα λαμβάνουν την ακόλουθη αύξουσα σειρά θετικής αξιολόγησης:

Κοινοτικά Κτήρια – Λαογραφικό Μουσείο – Πολιτιστικό Κέντρο / Δημόσιο Νηπιαγωγείο – Ανάπλαση Παραδοσιακού Πυρήνα Κιτίου – Πολυδύναμο Κέντρο – Πάρκο της Παναγίας Αγγελόκτιστης.

Διάγραμμα 18. Χαρακτηρίστε το βαθμό σημαντικότητας / σπουδαιότητας των πιο κάτω έργων, που έχουν υλοποιηθεί στο Κίτι τα τελευταία χρόνια ή υλοποιούνται σήμερα.



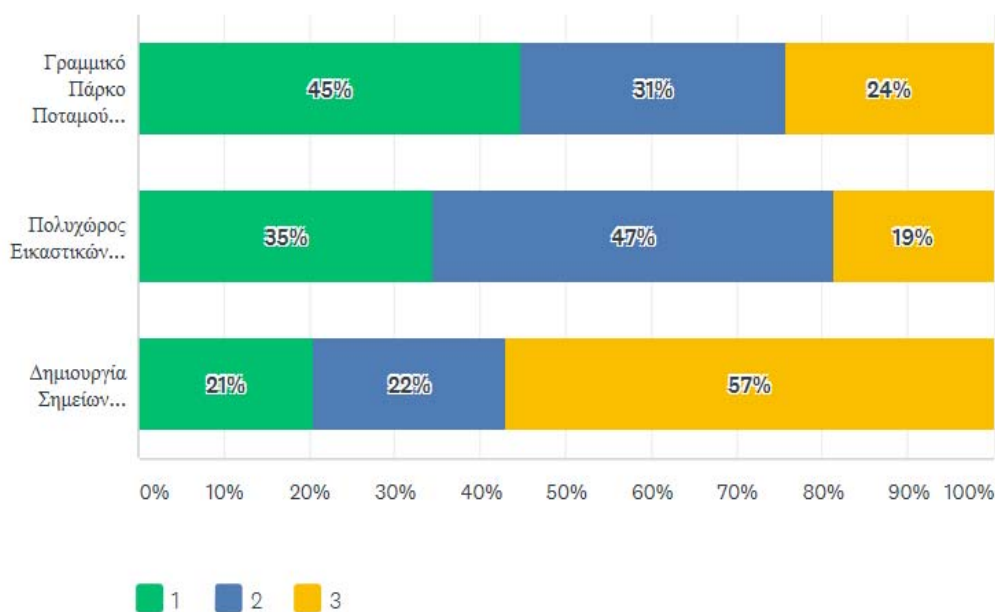
Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 15^η ερώτηση αφορούσε την κατάταξη με σειρά σημαντικότητας / σπουδαιότητας συγκεκριμένων προτεινόμενων έργων, ξεκινώντας από το πιο σημαντικό και καταλήγοντας στο λιγότερο σημαντικό. Τα έργα αφορούσαν:

- ✓ το Γραμμικό Πάρκο Ποταμού Τρέμιθου,
- ✓ τον Πολυχώρο Εικαστικών Δημιουργιών και Τεχνών και
- ✓ τη Δημιουργία Σημείων Αναφοράς, σε διάφορα σημεία της Κοινότητας (π.χ. Ντεπόζιτο Νερού, Σχεδιασμός Επιφανειών/Γκράφιτι).

Το «Γραμμικό Πάρκο Ποταμού Τρέμιθου» συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό στην 1^η σειρά κατάταξης, λαμβάνοντας ποσοστό που ανέρχεται στο 45%. Ακολουθεί με ποσοστό 35% για την 1^η σειρά κατάταξης ο «Πολυχώρος Εικαστικών Δημιουργιών και Τεχνών», ενώ το αντίστοιχο ποσοστό που συγκεντρώνει η «Δημιουργία Σημείων Αναφοράς, σε διάφορα σημεία της Κοινότητας» ανέρχεται στο 21%. Ιδιαίτερο υψηλό ποσοστό για τη 2^η σειρά κατάταξης συγκεντρώνει ο «Πολυχώρος Εικαστικών Δημιουργιών και Τεχνών», λαμβάνοντας ποσοστό που ανέρχεται στο 47%.

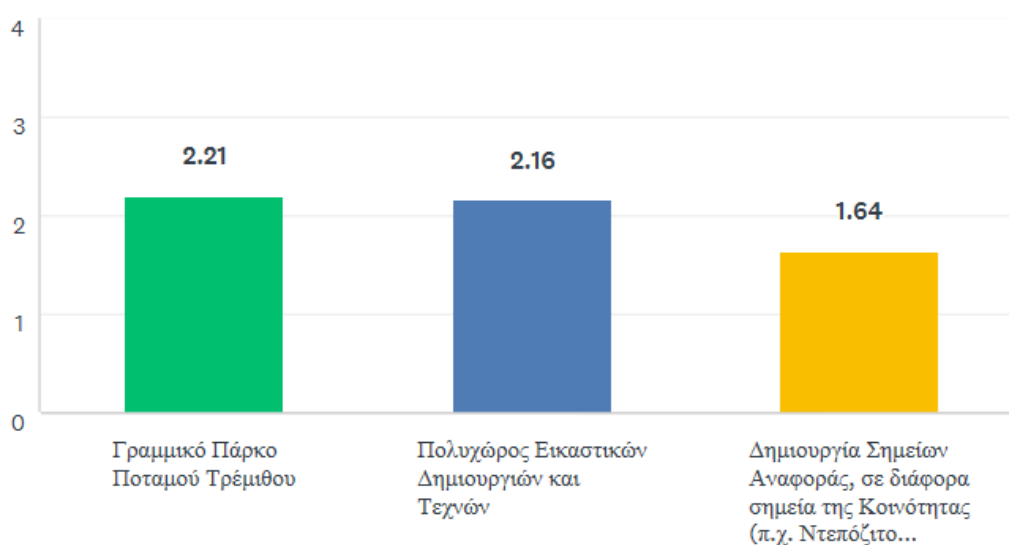
Διάγραμμα 19. Τοποθετήστε με σειρά σημαντικότητας / σπουδαιότητας τα πιο κάτω προτεινόμενα έργα, ξεκινώντας από το πιο σημαντικό και καταλήγοντας στο λιγότερο σημαντικό.



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Σταθμίζοντας τα πιο πάνω αποτελέσματα με βάση τη βαρύτητα των επιλογών κατάταξης ως 1^ο, 2^ο και 3^ο έργο, τότε και πάλι το «Γραμμικό Πάρκο Ποταμού Τρέμιθου» συγκεντρώνει τη μεγαλύτερη βαθμολογία, ακολουθεί ο «Πολυχώρος Εικαστικών Δημιουργιών και Τεχνών», ενώ τη χαμηλότερη βαθμολογία συγκεντρώνει η «Δημιουργία Σημείων Αναφοράς, σε διάφορα σημεία της Κοινότητας».

Διάγραμμα 20. Στάθμιση της σειράς σημαντικότητας / σπουδαιότητας στα πιο κάτω προτεινόμενα έργα.



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 16^η ερώτηση αποτελούσε συνέχεια της προηγούμενης ερώτησης. Ήταν ανοιχτή ερώτηση, δίνοντας τη δυνατότητα στους ερωτούμενους να καταγράψουν άλλα προτεινόμενα έργα που δεν είχαν περιληφθεί στον πιο πάνω κατάλογο. Το 34% των μελών του δείγματος κατέγραψε τις προτάσεις του, οι οποίες συγκεντρώνονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 7. Προτεινόμενα Έργα (ανοιχτή ερώτηση)

α/α	ΕΡΓΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ
1	Ανάπλαση Χώρου Γηπέδου σε Θεματικό Πάρκο με καφετέρια και Χώρους Στάθμευσης	9

2	Γηροκομείο / Κέντρο Ημερήσιας Φροντίδας Ηλικιωμένων	7
3	Βελτίωση / Αναδιαμόρφωση Δυτικού Παραλιακού Μετώπου	6
4	Οργανωμένοι / Σηματοδοτημένοι Ποδηλατοδρόμοι	5
5	Αίθουσα Εκδηλώσεων για την Εκκλησία της Παναγίας Αγγελόκτιστης	2
6	Νέο Δημοτικό Σχολείο	2
7	Νέο Δημόσιο Νηπιαγωγείο	2
8	Κοινοτικό Κολυμβητήριο	2
9	Πολιτιστικό Κέντρο	1
10	Κέντρο Νεότητας	1
11	Διαμόρφωση Κοινοτικού Σταδίου για φιλοξενία αγωνισμάτων στίβου	1
12	Κοινοτική Βιβλιοθήκη	1

Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 17^η ερώτηση ζητούσε τον χαρακτηρισμό του βαθμού ικανοποίησης από το επίπεδο συγκεκριμένων υπηρεσιών του ΚΣ Κιτίου. Η πλειοψηφία των παρεχόμενων υπηρεσιών συγκεντρώνει θετικό βαθμό ικανοποίησης και καταγράφεται η ακόλουθη αύξουσα σειρά θετικού βαθμού:

Καθαριότητα Ανεκμετάλλεωτων / Άδειων Οικοπέδων – Ενημέρωση / Μέσα Επικοινωνίας – Καθαριότητα Χώρων Πρασίνου – Συλλογή Σκουβάλων / Ανακύκλωση – Υδατοπρομήθεια – Καθαριότητα Κοινόχρηστων Χώρων – Πολιτιστικές Εκδηλώσεις.

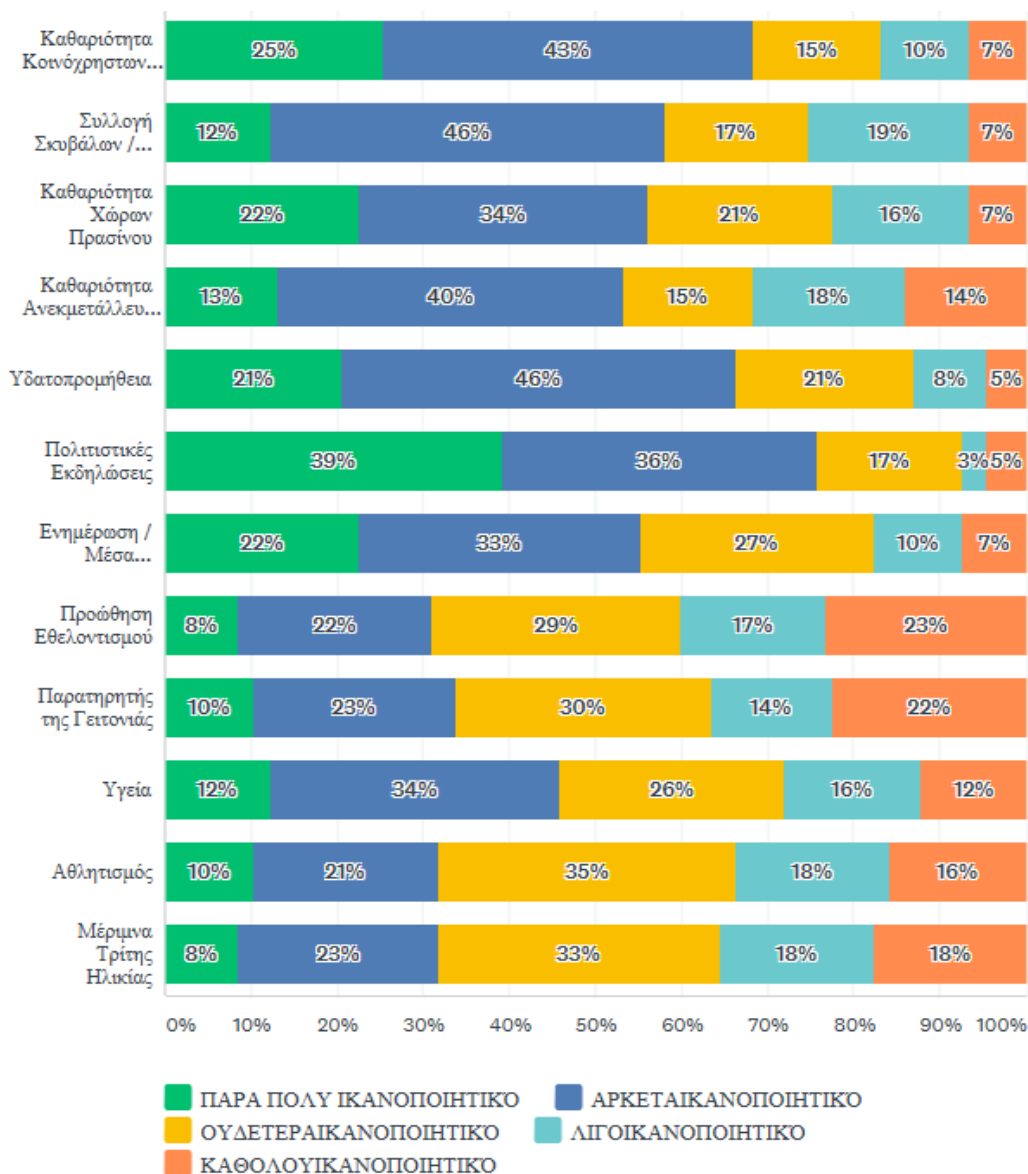
Αξιοσημείωτο το γεγονός ότι οι «Πολιτιστικές Εκδηλώσεις» συγκέντρωσαν ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό (39%) στην επιλογή της απόλυτα θετικής ικανοποίησης, που στο ερωτηματολόγιο αφορούσε την επιλογή «Πάρα Πολύ Ικανοποιητικός».

Αξιοσημείωτο το γεγονός ότι ελάχιστες υπηρεσίες κατέγραψαν ποσοστό >10% στην επιλογή «Καθόλου Ικανοποιητικό». Παράλληλα όμως καταγράφονται υπηρεσίες που συγκεντρώνουν σχετικά υψηλά ποσοστά αρνητικού βαθμού ικανοποίησης. Το ποσοστό του αρνητικού βαθμού ικανοποίησης της υπηρεσίας «Πρωώθηση του Εθελοντισμού» ανήλθε στο

40%, του «Παρατηρητή της Γειτονιάς» και της «Μέριμνας της 3^{ης} Ηλικίας» στο 36% και του «Αθλητισμού» στο 34%.

Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στην υπηρεσία «Καθαριότητα Ανεκμετάλλευτων / Άδειων Οικοπέδων», η οποία ενώ συγκεντρώνει στο θετικό βαθμό ικανοποίησης ποσοστό 53%, παράλληλα διαθέτει σχετικά υψηλό ποσοστό αρνητικού βαθμού ικανοποίησης, το οποίο ανέρχεται στο 32%.

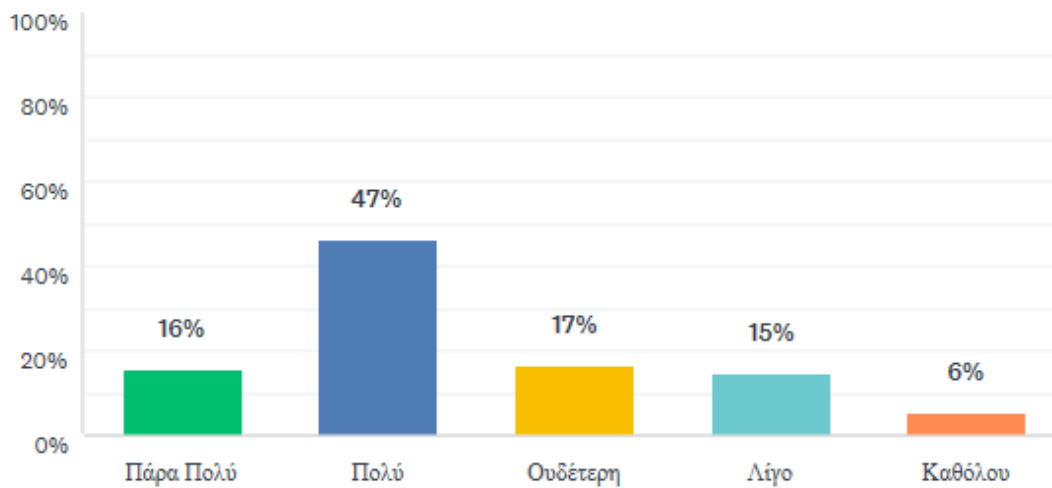
Διάγραμμα 21. Χαρακτηρίστε το βαθμό ικανοποίησης σας από το επίπεδο των πιο κάτω υπηρεσιών του ΚΣ Κιτίου.



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 18^η ερώτηση αφορούσε στην καταγραφή της ικανοποίησης των μελών του δείγματος σχετικά με τη συνολική παρουσία και τις δραστηριότητες του ΚΣ Κιτίου. Οι θετικές απόψεις συγκέντρωσαν ποσοστό που ανήλθε στο 63%, ενώ το ποσοστό των αρνητικών απόψεων ανήλθε στο 21%. Το 47% των μελών του δείγματος επέλεξε ως απάντηση το «Πολύ Ικανοποιητικές», ενώ το 17% προτίμησε τον πιο «Ουδέτερο» βαθμό ικανοποίησης, ούτε θετικό, ούτε όμως και αρνητικό.

Διάγραμμα 22. Πιστεύετε ότι η συνολική παρουσία και δραστηριότητες του ΚΣ Κιτίου είναι ικανοποιητικές;

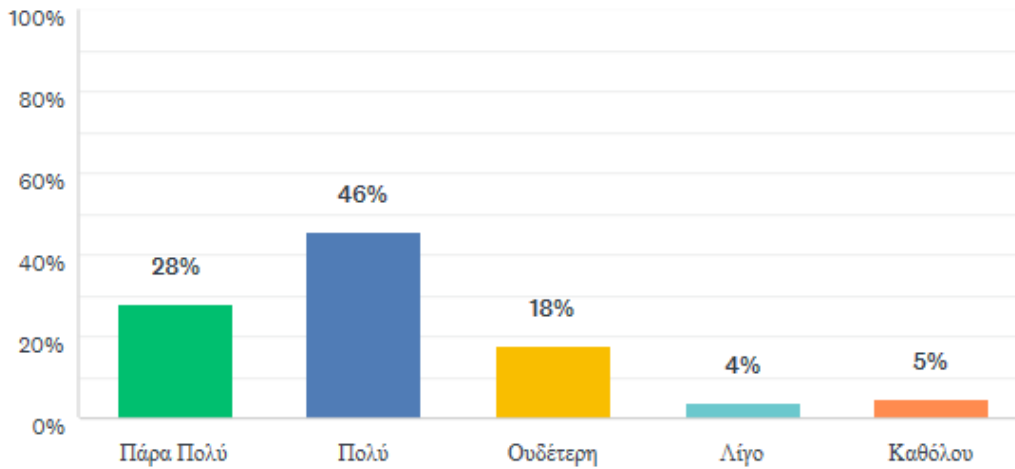


Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 19^η ερώτηση αφορούσε στην καταγραφή της ικανοποίησης των μελών του δείγματος σχετικά με τη ποιότητα ζωής στην περιοχή του ΚΣ Κιτίου. Οι θετικές απόψεις συγκέντρωσαν ποσοστό που ανήλθε στο 74%, ενώ το ποσοστό των αρνητικών απόψεων ανήλθε μόλις στο 9%. Το 46% των μελών του δείγματος επέλεξε ως απάντηση το «Πολύ Ικανοποιητική», ενώ το 18% προτίμησε τον πιο «Ουδέτερο» βαθμό ικανοποίησης, ούτε θετικό, ούτε όμως και αρνητικό.

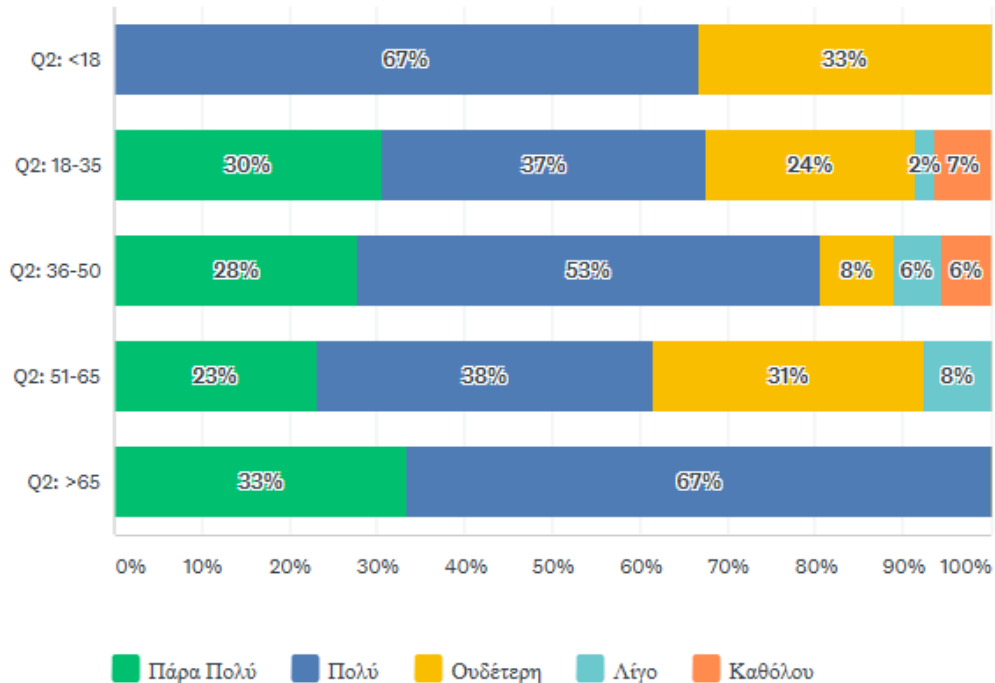
Αρνητικό βαθμό ικανοποίησης για την ποιότητα ζωής στ Κίτι πέραν του 10%, κατέγραψαν μόνον τα μέλη του δείγματος που ανήκουν στην ηλικιακή κλάση 36-50, με το σχετικό ποσοστό να ανέρχεται στο 12%.

Διάγραμμα 23. Συνολικά, πιστεύετε ότι η ποιότητα ζωής στην περιοχή του ΚΣ Κιτίου είναι ικανοποιητική;



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Διάγραμμα 24. Συνολικά, πιστεύετε ότι η ποιότητα ζωής στην περιοχή του ΚΣ Κιτίου είναι ικανοποιητική; (ανά ηλικιακή κλάση)



Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Η 20^η και τελευταία ερώτηση ήταν ανοιχτή ερώτηση, δίνοντας τη δυνατότητα στους ερωτούμενους να καταγράψουν άλλες εισηγήσεις ή προτάσεις που αφορούν στη βελτίωση του τρόπου λειτουργίας του ΚΣ Κιτίου. Το 23% των μελών του δείγματος κατέγραψε τις προτάσεις του, οι οποίες συγκεντρώνονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 8. Καταγράψετε τυχόν άλλες εισηγήσεις ή προτάσεις που αφορούν τη βελτίωση στον τρόπο λειτουργίας του ΚΣ Κιτίου.

(ανοιχτή ερώτηση)

α/α	ΕΡΓΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ
1	Βελτίωση Επικοινωνίας / Επαφής με την Τοπική Κοινωνία	8
2	Υπερβολική / Αχρείαστη προβολή των Τοπικών Επιχειρήσεων από το λογαριασμό του ΚΣ Κιτίου στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	6
3	Εισαγωγή του θεσμού των Ετήσιων Διαβουλεύσεων / Ενημερώσεων του τοπικού πληθυσμού από το ΚΣ Κιτίου	4
4	Διαφάνεια κατά τη λήψη αποφάσεων	4
5	Κίνητρα Προσέλκυσης νέων επιχειρήσεων	3
6	Συντήρηση πάρκων στις γειτονιές και έλεγχος / επιδιόρθωση των παιχνιδιών που είναι επικίνδυνα	3
7	Μείωση χρεώσεων	1
8	Καθαριότητα σε όλους τους δρόμους. Όχι μόνο στους κεντρικούς	1
9	Εισαγωγή του θεσμού του «Προϋπολογισμού του Πολίτη»	1
10	Έμφαση στην ανακύκλωση	1
11	Προτεραιότητα στις παρεχόμενες υπηρεσίες για παιδιά και ηλικιωμένους	1

Πηγή: Ανάλυση Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

7.3 Συμπεράσματα Πρωτογενούς Έρευνας

Η Πρωτογενής Έρευνα ανέδειξε σημαντικά στοιχεία σχετικά με τα εργαλεία που το ΚΣ Κιτίου μπορεί να χρησιμοποιήσει, προκειμένου να κερδίσει τον πελάτη / καταναλωτή της υπηρεσίας που παρέχει, δηλαδή να ικανοποιήσει

τον τοπικό πληθυσμό. Ακολούθως, καταγράφονται τα σημαντικότερα αποτελέσματα της Πρωτογενούς Έρευνας.

- ✓ Τακτική επικοινωνία με το ΚΣ Κιτίου καταγράφει το 26,2% των μελών του δείγματος. Το 22,4% δεν επικοινωνεί καθόλου, ενώ η πλειοψηφία, το υπόλοιπο 51,4%, επικοινωνεί με το ΚΣ Κιτίου ελάχιστες φορές. Όσο μειώνεται η ηλικιακή κλάση των μελών του δείγματος παρατηρείται αύξηση του ποσοστού που δεν επικοινωνεί καθόλου.
- ✓ Τα πιο σύνηθες μέσα / τρόποι επικοινωνίας αφορούν τις συμβατικές μεθόδους, που είναι η τηλεφωνική επικοινωνία και η επί τόπου επίσκεψη στα γραφεία του ΚΣ.
- ✓ Επικοινωνία πραγματοποιείται κυρίως για σκοπούς «ενημέρωσης για τις παρεχόμενες υπηρεσίες», ενώ σπάνια γίνεται επικοινωνία για έκφραση παραπόνων γενικότερα, καθώς το 60% των μελών του δείγματος δεν επικοινωνεί «Καθόλου» για σκοπούς έκφρασης παραπόνων με το ΚΣ Κιτίου. Όταν αυτό γίνεται, τα παράπονα επικεντρώνονται στην καθαριότητα και στους λογαριασμούς.
- ✓ Τη μεγαλύτερη συχνότητα επικοινωνίας των μελών του δείγματος, με τα διάφορα Τμήματα του ΚΣ κατέγραψαν τα τμήματα «Ταμείο / Λογαριασμοί», η «Υδατοπρομήθεια», οι «Τεχνικές Υπηρεσίες» και το «Γραφείο του Γραμματέα».
- ✓ Το πιο διαδεδομένο μέσο του ΚΣ Κιτίου από όπου τα μέλη του δείγματος ενημερώνονται για θέματα του ΚΣ είναι τα «Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης», το οποίο παράλληλα χρησιμοποιείτε και πιο συχνά από όλα. Ιδιαίτερα διαδεδομένος τρόπος ενημέρωσης είναι η ενημέρωση μέσω «Γνωστών και Φίλων».
- ✓ Το 53% των μελών του δείγματος εξέφρασε θετική άποψη σχετικά με το βαθμό ανταπόκρισης του ΚΣ Κιτίου σε επίπεδο χρόνου, όταν τα μέλη του δείγματος απευθύνονται σε αυτό για παράπονα ή ενημέρωση ή βοήθεια.
- ✓ Σε αντίστοιχη ερώτηση που αφορούσε τον χαρακτηρισμό του βαθμού ανταπόκρισης του ΚΣ Κιτίου σε επίπεδο ορθότητας της ενημέρωσης / πληροφορίας, το ποσοστό της θετικής άποψης ανήλθε στο 57%.

- ✓ Σε ερώτηση που αφορούσε τον χαρακτηρισμό του βαθμού σημαντικότητας / σπουδαιότητας συγκεκριμένων έργων, που έχουν υλοποιηθεί στο Κίτι τα τελευταία χρόνια ή και που υλοποιούνται σήμερα, προκύπτει ότι όλα τα έργα που έχουν υλοποιηθεί τυγχάνουν θετικής αξιολόγησης ως προς το βαθμό σημαντικότητας και σπουδαιότητας. Τα πιο ψηλά ποσοστά θετικής αξιολόγησης συγκεντρώνουν τα έργα της «Διαμόρφωσης του Πάρκου της Παναγίας Αγγελόκτιστης» και το «Πολυδύναμο Κέντρο. Ιατρικό Κέντρο και Χώρος Αναψυχής για όλες τις ηλικίες», του οποίου η υλοποίηση βρίσκεται σε εξέλιξη. Τα πιο ψηλά ποσοστά ουδετερότητας αλλά και αρνητικής αξιολόγησης συγκεντρώνουν τα «Κοινοτικά Κτήρια» και το «Λαογραφικό Μουσείο».
- ✓ Σχετικά με το βαθμό σημαντικότητας / σπουδαιότητας συγκεκριμένων προτεινόμενων έργων, τα αποτελέσματα κατέταξαν τα προτεινόμενα έργα με την ακόλουθη σειρά:
 - το Γραμμικό Πάρκο Ποταμού Τρέμιθου,
 - τον Πολυχώρο Εικαστικών Δημιουργιών και Τεχνών και
 - τη Δημιουργία Σημείων Αναφοράς, σε διάφορα σημεία της Κοινότητας (π.χ. Ντεπόζιτο Νερού, Σχεδιασμός Επιφανειών/Γκράφιτι).
- ✓ Σε συνέχεια της προηγούμενης ερώτησης, σε ανοιχτή ερώτηση έχουν καταγραφεί προτεινόμενα έργα. Τα πιο δημοφιλή αφορούν τα έργα:
 - Ανάπλαση Χώρου Γηπέδου σε Θεματικό Πάρκο με καφετέρια και Χώρους Στάθμευσης,
 - Γηροκομείο / Κέντρο Ημερήσιας Φροντίδας Ηλικιωμένων,
 - Βελτίωση / Αναδιαμόρφωση Δυτικού Παραλιακού Μετώπου και
 - Οργανωμένοι / Σηματοδοτημένοι Ποδηλατοδρόμοι.
- ✓ Η πλειοψηφία των παρεχόμενων υπηρεσιών του ΚΣ Κιτίου συγκεντρώνει θετικό βαθμό ικανοποίησης και καταγράφεται η ακόλουθη αύξουσα σειρά θετικού βαθμού:
Καθαριότητα Ανεκμετάλλευτων / Άδειων Οικοπέδων – Ενημέρωση / Μέσα Επικοινωνίας – Καθαριότητα Χώρων Πρασίνου – Συλλογή

Σκυβάλων / Ανακύκλωση – Υδατοπρομήθεια – Καθαριότητα Κοινόχρηστων Χώρων – Πολιτιστικές Εκδηλώσεις.

Αξιοσημείωτο το γεγονός ότι οι «Πολιτιστικές Εκδηλώσεις» συγκέντρωσαν ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό (39%) στην επιλογή της απόλυτα θετικής ικανοποίησης.

Το ποσοστό του αρνητικού βαθμού ικανοποίησης της υπηρεσίας «Προώθηση του Εθελοντισμού» ανήλθε στο 40%, του «Παρατηρητή της Γειτονιάς» και της «Μέριμνας της 3^{ης} Ηλικίας» στο 36% και του «Αθλητισμού» στο 34%.

- ✓ Οι θετικές απόψεις σχετικά με την ικανοποίηση των μελών του δείγματος, για τη συνολική παρουσία και τις δραστηριότητες του ΚΣ Κιτίου, συγκέντρωσαν ποσοστό που ανήλθε στο 63%.
- ✓ Ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό, που ανήλθε στο 74%, συγκέντρωσαν οι θετικές απόψεις σχετικά με τη ποιότητα ζωής στην περιοχή του ΚΣ Κιτίου.
- ✓ Η τελευταία ερώτηση ήταν ανοιχτή και έδινε τη δυνατότητα στους ερωτούμενους να καταγράψουν άλλες εισηγήσεις ή προτάσεις που αφορούν στη βελτίωση του τρόπου λειτουργίας του ΚΣ Κιτίου. Οι πιο δημοφιλείς εισηγήσεις αφορούν:
 - Βελτίωση Επικοινωνίας / Επαφής με την Τοπική Κοινωνία,
 - Υπερβολική / Αχρείαστη προβολή των Τοπικών Επιχειρήσεων από το λογαριασμό του ΚΣ Κιτίου στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης,
 - Εισαγωγή του θεσμού των Ετήσιων Διαβουλεύσεων / Ενημερώσεων του τοπικού πληθυσμού από το ΚΣ Κιτίου και
 - Διαφάνεια κατά τη λήψη αποφάσεων.

Κεφάλαιο 8

Σχεδιασμός Μείγματος Μάρκετινγκ

8.1 Εισαγωγή

Όπως έχει καταγραφεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, το μείγμα μάρκετινγκ που αφορά τις υπηρεσίες περιλαμβάνει τα 7 Ps, δηλ.:

- ✓ Το Προϊόν – Product,
- ✓ Την Τιμή – Price,
- ✓ Τη Διανομή – Place,
- ✓ Την Προβολή – Promotion,
- ✓ Τους Ανθρώπους – People,
- ✓ Τη Διαδικασία – Process και
- ✓ Τις Φυσικές / Υλικές Αποδείξεις – Physical Evidence.

Λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα της Πρωτογενούς Έρευνας, τις απαιτήσεις του τοπικού πληθυσμού όπως αυτές καταγράφηκαν και την ιδιαιτερότητα που χαρακτηρίζει τη λειτουργία των Αρχών Τοπικής Αυτοδιοίκησης, καταγράφονται στη συνέχεια προτάσεις σχετικά με τα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ για εφαρμογή στο μέλλον από το ΚΣ Κιτίου.

8.2 Προϊόν – Product

Το προϊόν αποτελείται από τις διάφορες υπηρεσίες που παρέχει το ΚΣ Κιτίου, οι οποίες καθορίζονται από εξωγενείς παράγοντες, όπως είναι το θεσμικό πλαίσιο. Ταυτόχρονα όμως, το ΚΣ έχει τη δυνατότητα ιεράρχησης των προτεραιοτήτων του και διαφοροποίησης της έμφασης που δίνει στις διάφορες υπηρεσίες και δραστηριότητες του, ώστε αυτές να ανταποκρίνονται στις επιθυμίες και τις ανάγκες του τοπικού πληθυσμού – πελατών του.

Σε κάθε περίπτωση, ο καθορισμός των προτεραιοτήτων αποτελεί μια δυναμική διαδικασία, που απαιτεί αλληλεπίδραση, ανατροφοδότηση, ανανέωση, έλεγχο, αξιολόγηση και εκσυγχρονισμό.

Οι επιθυμίες και ανάγκες του τοπικού πληθυσμού έχουν καταγραφεί στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας. Ο τοπικός πληθυσμός δηλώνει ικανοποιημένος από τις παρεχόμενες υπηρεσίες και την ποιότητα ζωής στο Κίτι, όμως αναζητά ακόμα καλύτερα επίπεδα καθαριότητας, περισσότερη ευαισθητοποίηση και δραστηριότητες σε θέματα που αφορούν στη μέριμνα της τρίτης ηλικίας, στον εθελοντισμό, στον παρατηρητή της γειτονιάς, στην υγεία και στον αθλητισμό.

Η θετική εικόνα και η φήμη που έκτισε και διαθέτει σήμερα το ΚΣ πρέπει να τύχει ορθής αξιοποίησης, ώστε με ανάλογη προσπάθεια να διατηρηθεί και να ενισχυθεί περαιτέρω. Η ανταπόκριση στις ανάγκες του τοπικού πληθυσμού, η ιεράρχηση των στόχων, η βέλτιστη αξιοποίηση των πόρων (οικονομικών και ανθρώπινων), η χρηστή διοίκηση και η διαφάνεια, αποτελούν εκείνα τα εργαλεία που θα συμβάλουν στην παραγωγή και στην παράδοση του προϊόντος / της υπηρεσίας που ο καταναλωτής / ο τοπικός πληθυσμός επιθυμεί.

8.3 Τιμή – Price

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες του ΚΣ Κιτίου κοστολογούνται μέσα από τις διάφορες φορολογίες και τέλη που καταβάλλονται άμεσα από τον τοπικό πληθυσμό και έμμεσα διαμέσου κάθε άλλης φορολογίας, λαμβάνοντας υπόψη ότι η κρατική χορηγία αποτελεί βασική πηγή εισροής στους προϋπολογισμούς του ΚΣ. Ταυτόχρονα η παρούσα έρευνα έχει καταγράψει ότι η πλειοψηφία του πληθυσμού (μελών του δείγματος) δεν εκφράζει παράπονα σχετικά με τις χρεώσεις και τους λογαριασμούς του ΚΣ.

Η επικείμενη αναδιάρθρωση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο, αναμένεται να διαφοροποιήσει σημαντικά το στοιχείο της «τιμής» του

μείγματος μάρκετινγκ, καθότι η ανάληψη περισσότερων αρμοδιοτήτων από τις ΑΤΑ προβλέπεται να συνοδευθεί με αντίστοιχες επιπρόσθετες πηγές εσόδων.

8.4 Διανομή – Place

Η προσβασιμότητα στις υπηρεσίες του ΚΣ βρίσκεται σε υψηλό επίπεδο, λαμβάνοντας υπόψη το μέγεθος της Κοινότητας και τον αριθμό του τοπικού πληθυσμού.

Πάρα ταύτα και εν αναμονή της αναδιάρθρωσης της τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς και της δυναμικής που αναπτύσσει τα τελευταία χρόνια η τεχνολογία και ειδικότερα λειτουργίες όπως η ηλεκτρονική διακυβέρνηση, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι έξυπνες συσκευές και ιδιαίτερα τα έξυπνα τηλέφωνα και οι εφαρμογές που τα συνοδεύουν, αναδεικνύουν την ανάγκη συμπόρευσης με τις ανάγκες της εποχής.

Πέραν των άλλων, προκύπτει ότι μέσα από την εκμετάλλευση των εργαλείων που παρέχει σήμερα η τεχνολογία, αναδύονται οφέλη περιβαλλοντικά και οφέλη εξοικονόμησης χρόνου και χρήματος.

8.5 Προβολή – Promotion

Η ορθή παροχή πληροφοριών για τις παρεχόμενες υπηρεσίες και δραστηριότητες του ΚΣ αναμένεται να επιβληθεί σημαντικά στη μείωση της ταλαιπωρίας των πελατών / τοπικού πληθυσμού και στην επιπρόσθετη απασχόληση του προσωπικού του ΚΣ.

Σημειώνεται ότι, όπως προκύπτει από την Πρωτογενή Έρευνα, ο τοπικός πληθυσμός επιθυμεί βελτίωση της επικοινωνίας και περισσότερη διαφάνεια στη λήψη αποφάσεων. Έχουν υποβληθεί εισηγήσεις για εισαγωγή του θεσμού των Ετήσιων Διαβουλεύσεων, ώστε ο τοπικός πληθυσμός να ενημερώνεται για την πορεία του αναπτυξιακού σχεδιασμού και της πολιτικής που το ΚΣ ακολουθεί.

Η περιορισμένη χρήση της ιστοσελίδας του ΚΣ ως εργαλείου ενημέρωσης, αναδεικνύει τα περιθώρια βελτίωσης που υπάρχουν για περαιτέρω αξιοποίηση της, ιδιαίτερα στα θέματα που αφορούν τις «παρεχόμενες υπηρεσίες», αλλά και τις «πολιτιστικές δραστηριότητες». Παράλληλα η ιστοσελίδα του ΚΣ μπορεί να αποτελέσει μέσο περισσότερης διαφάνειας, μέσα από την ανάρτηση ανακοινώσεων, αποφάσεων πολιτικής, διαγωνισμών, προσφορών κ.α.

Στη σύγχρονη εποχή, απαραίτητη είναι η αξιοποίηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης για σκοπούς προβολής και ενημέρωσης. Η Πρωτογενής Έρευνα κατέγραψε ότι η πλειοψηφία του τοπικού πληθυσμού ενημερώνεται πολύ τακτικά από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης του ΚΣ Κιτίου (Facebook), όμως παράλληλα προκύπτουν και αναφορές για την υπερβολική και ίσως αχρείαστη προβολή των τοπικών επιχειρήσεων μέσα από το εν λόγω μέσο. Σε κάθε περίπτωση και λαμβάνοντας υπόψη τον τρόπο αξιοποίησης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από άλλες ΑΤΑ, προτείνεται η χρήση τους για σκοπούς άμεσα συνδεδεμένους με τη δράση, το έργο και τις παρεχόμενες υπηρεσίες του ΚΣ Κιτίου.

8.6 Ανθρώπους – People

Ο ανθρώπινος παράγοντας διαδραματίζει πολυσήμαντο ρόλο στο μείγμα μάρκετινγκ υπηρεσιών. Η ικανοποίηση των πελατών / τοπικού πληθυσμού εξαρτάται, πέραν των άλλων, από τις γνώσεις, τη συμπεριφορά και το βαθμό εξυπηρέτησης των εργαζομένων. Ιδιαίτερα στην περίπτωση των ΑΤΑ, η μετάδοση του αισθήματος της συμμετοχής σε επίπεδο διακυβέρνησης και της «συνιδιοκτησίας» σε επίπεδο έργου, επαυξάνει σημαντικά τα επίπεδα ικανοποίησης, που είναι και το ζητούμενο. Σε κάθε περίπτωση, η ικανοποίηση εργαζόμενου και πελάτη είναι αλληλένδετη, καθώς όταν κάποιος παράγοντας αλλοιώσει τα επίπεδα ικανοποίησης ενός εκ των δυο, είτε του εργαζομένου, είτε του πελάτη, τότε αυτή η σχέση, λειτουργώντας σαν συγκοινωνούν δοχείο, διαφοροποιεί αντίστοιχα το επίπεδο ικανοποίησης του άλλου στοιχείου.

Τα στοιχεία που αφορούν στην ικανοποίηση από το βαθμό εξυπηρέτησης του τοπικού πληθυσμού από τους εργαζόμενους στο ΚΣ Κιτίου, έχουν καταγραφεί στην Πρωτογενή Έρευνα και βρίσκονται σε υψηλό επίπεδο. Αυτό που οι εξελίξεις της σύγχρονης εποχής υπαγορεύουν είναι η συνεχής επιμόρφωση και η ανάπτυξη των δεξιοτήτων των εργαζομένων, καθώς και η καλλιέργεια εκείνης της κουλτούρας που να αναδεικνύει τη σημαντικότητα και την ευθύνη του εργαζόμενου σε ένα τομέα της ευρύτερης δημόσιας υπηρεσίας, καθώς και την υποχρέωση της κατεύθυνσης των ενεργειών στο μονόδρομο της βελτιστοποίησης της εξυπηρέτησης του δημοσίου συμφέροντος.

Η Πρωτογενής Έρευνα έχει παράλληλα καταγράψει την επιθυμία του τοπικού πληθυσμού για περισσότερη συμμετοχικότητα. Η συμμετοχικότητα ενισχύει το αίσθημα του ενεργού πολίτη, καθώς και το επίπεδο ικανοποίησης του αποδέκτη της υπηρεσίας, όταν π.χ. αυτή εμπεριέχει στοιχεία τα οποία ο ίδιος έχει προτείνει. Στην Έρευνα έχουν καταγραφεί προτάσεις που αφορούν στον «Προϋπολογισμό του Πολίτη», στην ανάληψη πρωτοβουλιών από το ΚΣ Κιτίου ώστε να ενισχυθεί ο θεσμός του εθελοντισμού (π.χ. σε θέματα κοινωνικά, περιβαλλοντικά, παρατηρητή της γειτονιάς κ.α.) και στην ενίσχυση του ρόλου των διαβουλεύσεων.

8.7 Διαδικασία – Process

Ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο του μείγματος μάρκετινγκ υπηρεσιών είναι η διαδικασία που οι παρεχόμενες υπηρεσίες παράγονται και προσφέρονται στον τοπικό πληθυσμό. Κάθε σύγχρονη ΑΤΑ οφείλει να λαμβάνει διαδικασίες πέραν αυτών που επιβάλλονται από το θεσμικό πλαίσιο, εμπλουτίζοντας τις με στοιχεία όπως:

- ✓ Την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και των νέων εφαρμογών σε επίπεδο πληροφορικής και επικοινωνίας, ώστε οι διαδικασίες να τυποποιηθούν και να καταστούν πιο αποδοτικές και αποτελεσματικές.
- ✓ Τον συνεχή έλεγχο λειτουργίας και τη συνεχή αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας των διαδικασιών, ώστε αυτές να αναθεωρούνται και να βελτιώνονται όταν αυτό απαιτείται.

- ✓ Τη ξεκάθαρη ανάθεση αρμοδιοτήτων στα στελέχη, τα οποία θα συμμετέχουν στη διαδικασία σχεδιασμού και διαχείρισης των διαδικασιών.
- ✓ Την τυποποίηση και κωδικοποίηση του εφαρμοσμένου θεσμικού πλαισίου (Περί Κοινοτήτων Νόμος, Νόμος Δημοσίων Συμβάσεων κ.α.) ώστε να τυποποιηθούν και να επιταχυνθούν οι εφαρμοζόμενες διαδικασίες, στα πρότυπα προδιαγραφών ποιότητας υπηρεσιών του ιδιωτικού τομέα (π.χ. ISO 9001).
- ✓ Την υιοθέτηση περαιτέρω Συστημάτων Ποιότητας, όπως το Σύστημα Διαχείρισης για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, το ISO 37101, που περιλαμβάνει τις απαιτήσεις και τις κατευθυντήριες οδηγίες ώστε οι Κοινότητες να πετύχουν τη βιώσιμη ανάπτυξη τους. Επικεντρώνεται στην αειφορία και σε θέματα όπως η εκπαίδευση, η κινητικότητα, η ασφάλεια, η υγεία, η μέριμνα, ο πολιτισμός κ.α.
- ✓ Την εφαρμογή μετρήσιμων δεικτών για την παρακολούθηση και αξιολόγηση των διαδικασιών και των διοικητικών πρακτικών.
- ✓ Την αξιοποίηση τεχνολογικών εφαρμογών, όπως η ηλεκτρονική διακυβέρνηση και στις διαδικασίες του ΚΣ, ώστε να προκύπτουν άμεσα και τυποποιημένα δεδομένα και πληροφόρηση.

Σε κάθε περίπτωση, η κάθε διαδικασία που σχεδιάζεται πρέπει να έχει στο επίκεντρο της τον πελάτη / τοπικό πληθυσμό και πως αυτή η διαδικασία θα τον εξυπηρετεί καλύτερα, παρέχοντας του την κατάλληλη πληροφορία και ενημέρωση, εντός αποδεκτών χρονοδιαγραμμάτων.

8.8 Φυσικές / Υλικές Αποδείξεις – Physical Evidence

Η έδρα του παρόχου της υπηρεσίας, διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της άποψης του πελάτη / τοπικού πληθυσμού, σχετικά με την ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας.

Η έδρα του ΚΣ Κιτίου, τα γραφεία του ΚΣ, έχουν κηρυχθεί από τον Κλάδο Διατήρησης του Τμήματος Πολεοδομίας και Οικήσεως, ως διατηρητέα οικοδομή. Οι εργασίες αναπαλαίωσης του κτιρίου άρχισαν στα τέλη του 2010 και ολοκληρώθηκαν στα μέσα του 2013, καθώς η προηγούμενη του χρήση αφορούσε τη λειτουργία του πρώτου Δημοτικού Σχολείου του Κιτίου.

Το αναπαλαιωμένο σήμερα κτίριο αποτελεί μια σύγχρονη υποδομή παροχής υπηρεσιών, που συνδυάζει την κλασική του αρχιτεκτονική και τα χαρακτηριστικά της διατηρητέας οικοδομής, με ένα σύγχρονα διαμορφωμένο εργασιακό περιβάλλον και έναν σύγχρονο χώρο παροχής υπηρεσιών, διαθέτοντας όλους του απαραίτητους χώρους (υποδοχή, γραφεία, αίθουσα συνεδριάσεων κ.α.) και τεχνολογίες.

Κεφάλαιο 9

Προτεινόμενο Σχέδιο Δράσης

9.1 Εισαγωγή

Το προτεινόμενο Σχέδιο Δράσης για το ΚΣ Κιτίου καταγράφει το πλάνο εισηγήσεων που είναι δυνατόν να υλοποιηθούν στο άμεσο μέλλον, έχοντας ως γνώμονα τόσο τα αποτελέσματα της Πρωτογενούς Έρευνας, αλλά και τις συνεχόμενες εξελίξεις σε επίπεδο θεσμικού πλαισίου, τεχνολογίας, πληροφορικής, καθώς και του μείγματος μάρκετινγκ.

Οι προτεινόμενες ενέργειες του Σχεδίου Δράσης εξαρτώνται από παράγοντες του εξωτερικού και του εσωτερικού περιβάλλοντος του ΚΣ Κιτίου.

9.2 Παράγοντες Εξωτερικού Περιβάλλοντος

Στο εξωτερικό περιβάλλον του ΚΣ Κιτίου εναπόκειται, κυρίως, η μεταρρύθμιση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο. Μιας μεταρρύθμισης, που εφόσον σχεδιαστεί και υλοποιηθεί στη βάση της Ευρωπαϊκής Χάρτας Τοπικής Αυτοδιοίκησης, αναμένεται να μεταφέρει αρμοδιότητες στην Τοπική Αυτοδιοίκηση, ενισχύοντας παράλληλα το ρόλο της στην Τοπική Διακυβέρνηση, αλλά και αυξάνοντας τις πηγές εσόδων, ως αποτέλεσμα του αυξημένου εύρους καθηκόντων που οι ΑΤΑ θα επωμιστούν.

Ταυτόχρονα, η συζήτηση που πραγματοποιείται σήμερα για τη μεταρρύθμιση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης αποτελεί ευνοϊκή συγκυρία ώστε να συμπεριληφθεί στη συζήτηση και το ενδεχόμενο θεσμοθέτησης των στρατηγικών μάρκετινγκ σε επίπεδο Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Η αναβάθμιση του ρόλου των ΑΤΑ σε φορείς Τοπικής Διακυβέρνησης υπαγορεύει την ανάγκη σχεδιασμού και υλοποίησης αναπτυξιακών στρατηγικών σε τοπικό

επίπεδο. Οι στρατηγικές μάρκετινγκ λειτουργούν ενισχυτικά στις προσπάθειες προσδιορισμού των τοπικών αναγκών και των ευκαιριών, ώστε να διατυπωθούν επακριβώς τα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ και να εκπονηθούν υλοποιήσιμα σχέδια δράσης.

Τελευταίος παράγοντας του εξωτερικού περιβάλλοντος είναι ο άνθρωπος. Ο τοπικός πληθυσμός αποτελεί τον καταναλωτή της υπηρεσίας που παράγεται. Η απουσία του κατά το στάδιο της παραγωγής της υπηρεσίας μεταφράζεται σε αδιαφορία και ως εκ τούτου, επέρχεται ο εφησυχασμός και ενδεχομένως η αδιαφορία στον παραγωγό της υπηρεσίας, τα στελέχη. Η αλλαγή της φιλοσοφίας και της κουλτούρας του τοπικού πληθυσμού, ώστε να ενισχυθεί η συμμετοχικότητα και το ενδιαφέρον για τα δρώμενα σε τοπικό επίπεδο, μόνο οφέλη προστιθέμενης αξίας μπορεί να προσφέρει στο παραγόμενο αποτέλεσμα, δηλαδή την προκύπτουσα υπηρεσία.

9.3 Παράγοντες Εσωτερικού Περιβάλλοντος

Στο εσωτερικό περιβάλλον του ΚΣ Κιτίου περιλαμβάνονται παράγοντες που είτε έχουν ελάχιστες απαιτήσεις σε πόρους και αφορούν κυρίως τη λειτουργία του ΚΣ Κιτίου, είτε έχουν σημαντικές απαιτήσεις σε πόρους, επιπλέον των υφιστάμενων διαθέσιμων πόρων, που διακρίνονται σε ανθρώπινους και σε χρηματοοικονομικούς.

Οι προτεινόμενες ενέργειες που αφορούν στην αναβάθμιση της λειτουργίας του ΚΣ Κιτίου έχουν στο επίκεντρο τα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ, ενώ οι απαιτήσεις τους σε επιπλέον πόρους είναι ελάχιστες.

Ιδιαίτερης σημασίας για έναν οργανισμό παροχής υπηρεσιών είναι τα στελέχη του, που παρέχουν και επικοινωνούν την υπηρεσία. Η δια βίου μάθηση καθιερώνεται ως μια σύγχρονη φιλοσοφία. Αποτελεί μια αναγκαία διαδικασία που εξυπηρετεί την ανάγκη ανταπόκρισης του ανθρώπινου δυναμικού στις συνεχείς εξελίξεις και στη νέα γνώση που αναδύεται συνεχώς. Η εκπαίδευση και η κατάρτιση του προσωπικού σε θέματα δημόσιας διοίκησης, διαχείρισης,

πληροφορικής κ.α., μπορεί να τύχει υποστήριξης από διάφορα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα, όπως, για παράδειγμα, είναι τα προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού.

Η υιοθέτηση διαδικασιών διαβούλευσης έχει διπλό όφελος, καθώς διασφαλίζει συνθήκες συμμετοχικότητας και συνιδιοκτησίας των αποφάσεων με τον τοπικό πληθυσμό, ενώ παράλληλα προάγεται η διαφάνεια και η λήψη αποφάσεων στη βάση των αρχών της Τοπικής Διακυβέρνησης. Ενδεικτικά καταγράφεται ότι σε διάφορες ΑΤΑ στην Κύπρο πραγματοποιούνται διαβουλεύσεις υπό τύπο συγκεντρώσεων για σκοπούς παρουσίασης και συζήτησης προτεινόμενων αναπτυξιακών έργων ή παρουσίασης και αξιολόγησης του έργου του τοπικού Συμβουλίου ή του Δημάρχου / Κοινοτάρχη. Ταυτόχρονα καταγράφονται πλέον διαβουλεύσεις υπό τύπο ηλεκτρονικής αποτύπωσης των απόψεων και των εισηγήσεων. Ενδεικτικά καταγράφεται η διεξαγωγή ηλεκτρονικής δημόσιας διαβούλευσης που διεξήγε τον Μάρτιο του 2019 ο Δήμος Αγίας Νάπας (2019) και αφορούσε την οχληρία και την ηχορύπανση που προκαλεί η κυκλοφορία των τετράτροχων οχημάτων στο Δήμο, κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Τυχόν απόφαση για περιορισμούς στη χρήση και ενοικίαση των τετράτροχων θα χαρακτηρίζεται από τη διαφάνεια των διαδικασιών και από το σεβασμό της άποψης του επηρεαζόμενου πληθυσμού, ντόπιων και επισκεπτών.

Ενισχυτική ενέργεια ως προς την προώθηση της διαφάνειας αποτελεί ακόμα η δημοσίευση της ημερήσιας διάταξης των συνεδριάσεων του Συμβουλίου και των θεματικών Επιτροπών (Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων, Πολιτιστική κ.α.) που ενδεχομένως συσταθούν στο μέλλον. Αυτή την πρακτική εφαρμόζουν ορισμένοι Δήμοι στην Κύπρο, όπως π.χ. ο Δήμος Στροβόλου (2019) και ο Δήμος Παραλιμνίου (2019).

Πετυχημένος κρίνεται ο θεσμός του «Προϋπολογισμού του Πολίτη», καθώς προωθείται η συμμετοχικότητα του τοπικού πληθυσμού, ενώ παράλληλα ενισχύεται το αίσθημα της συνιδιοκτησίας των έργων και των δράσεων. Ο

θεσμός ξεκίνησε στη Βραζιλία και συγκεκριμένα στο Δήμο του Πόρτο Αλέγκρε το 1989 και πλέον έχει εξαπλωθεί με διάφορες παραλλαγές σε πολλές πόλεις, πολιτείες και περιφέρειες σε όλο τον κόσμο. Η διαδικασία προβλέπει την απόφαση των πολιτών για τον τρόπο αξιοποίησης μέρους του προϋπολογισμού. Στην Κύπρο εφαρμόζεται τα τελευταία χρόνια από διάφορους Δήμους, όπως ο Δήμος Πάφου (2019) και ο Δήμος Αγίας Νάπας (2019) με τις δυνατότητες να διαφοροποιούνται αναλόγως διαθέσιμων πιστώσεων. Χαρακτηριστικό είναι το σύνθημα που έχει επιλέξει ο Δήμος Αγίας Νάπας για προώθηση της εν λόγω ενέργειας, που αναφέρει «Συμμετέχω στον Προϋπολογισμό, γιατί η δύναμη ανήκει στο Δημότη».

Η δυναμική που αναπτύσσουν τα τελευταία χρόνια η τεχνολογία και η πληροφορική επιβάλλει την υιοθέτηση από τις ΑΤΑ λειτουργιών που αφορούν την ηλεκτρονική διακυβέρνηση. Οι ανάγκες της εποχής και η χρησιμότητα των λειτουργιών της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης υπαγορεύουν την ανάγκη για άμεση αξιοποίηση εργαλείων όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, π.χ. για σκοπούς αλληλογραφίας, ενημέρωσης και αποστολής λογαριασμών, τα μαζικά μηνύματα στα τηλέφωνα του τοπικού πληθυσμού σε περιπτώσεις έκτακτων και σύντομων ενημερώσεων, την ηλεκτρονική υποβολή εισηγήσεων, αιτημάτων, παραπόνων κ.α. Πέραν των άλλων, προκύπτει ότι μέσα από την εκμετάλλευση των εργαλείων που παρέχει σήμερα η τεχνολογία, αναδύονται οφέλη περιβαλλοντικά και οφέλη εξοικονόμησης χρόνου και χρήματος.

Ιδιαίτερης σημασίας είναι το πλάνο Προώθησης και Προβολής που ένας οργανισμός υιοθετεί, καθώς πέραν των άλλων, αποτελεί σημαντικότερο στοιχείο του μείγματος μάρκετινγκ. Η ιστοσελίδα του ΚΣ έχει πολλά περιθώρια βελτίωσης ώστε να καταστεί το βασικό εργαλείο ενημέρωσης για τις παρεχόμενες υπηρεσίες, τις πολιτιστικές δραστηριότητες, την ηλεκτρονική διακυβέρνηση, την ανάδειξη των σημείων ενδιαφέροντος της περιοχής (ιστορικών, πολιτιστικών κ.λπ.), τη διαφάνεια κ.α. Ακολούθως οι σχετικές ενημερώσεις θα μπορούν να προωθούνται στους λογαριασμούς των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης του ΚΣ Κιτίου. Λαμβάνοντας υπόψη τον τρόπο αξιοποίησης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από άλλες ΑΤΑ, προτείνεται

η χρήση τους για σκοπούς άμεσα συνδεδεμένους με τη δράση, το έργο και τις παρεχόμενες υπηρεσίες του ΚΣ Κιτίου και κατάργηση της σημερινής πρακτικής που περιλαμβάνει την επαναλαμβανόμενη προβολή των τοπικών επιχειρήσεων.

Πέραν των πιο πάνω, στο προτεινόμενο Σχέδιο Δράσης περιλαμβάνονται ενέργειες που εξαρτώνται από παράγοντες του εσωτερικού περιβάλλοντος με απαιτήσεις σε επιπλέον πόρους από τους υφιστάμενους, ανθρώπινους και χρηματοοικονομικούς.

Σε αυτό το πλαίσιο, προτείνεται η προώθηση του εθελοντισμού, αποστολή του οποίου είναι η ανάληψη πρωτοβουλιών από τον τοπικό πληθυσμό για ανιδιοτελή προσφορά προς το συνάνθρωπο και τον τόπο. Πρακτικές που καταγράφονται σε άλλες ΑΤΑ της Κύπρου και τυγχάνουν επιτυχούς εφαρμογής περιλαμβάνουν τους θεσμούς του Συμβουλίου Νεολαίας, με πεδίο ενδιαφέροντος τη νεολαία, του Συμβουλίου των Γυναικών, με πεδίο ενδιαφέροντος τη γυναίκα, του Παρατηρητή της Γειτονιάς, με πεδίο ενδιαφέροντος την ασφάλεια, του Συμβουλίου Περιβάλλοντος, με πεδίο ενδιαφέροντος το περιβάλλον και την καθαριότητα και το Ελεύθερο Πανεπιστήμιο, με πεδίο ενδιαφέροντος την εκπαίδευση και την ενημέρωση σε επίκαιρα και ιδιαίτερου ενδιαφέροντος θέματα.

Ιδιαίτερα χρήσιμο εργαλείο αποτελεί ενδεχόμενη υιοθέτηση του Συστήματος Διαχείρισης για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, του ISO 37101. Το Σύστημα περιλαμβάνει τις απαιτήσεις και τις κατευθυντήριες οδηγίες ώστε οι Κοινότητες να πετύχουν τη βιώσιμη ανάπτυξη τους. Ο ρόλος του είναι επιβοηθητικός ως προς τον καθορισμό των στόχων και τη διαμόρφωση στρατηγικής αειφόρου ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο, λαμβάνοντας υπόψη τις απόψεις των εμπλεκόμενων φορέων και εξασφαλίζοντας τη συμμετοχή, όλων των ενδιαφερόμενων μερών.

Τέλος, προτείνεται η τροχοδρόμηση της υλοποίησης του έργου του «Γραμμικού Πάρκου του Ποταμού Τρέμιθου». Το προτεινόμενο έργο έχει

αναδειχθεί, κατά την πραγματοποίηση της Πρωτογενούς Έρευνας της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής, ως το πλέον επιθυμητό από τον τοπικό πληθυσμό. Ο σχεδιασμός του έργου αποτελεί το πρώτο βήμα ώστε το έργο να εξασφαλίσει τις απαραίτητες άδειες και συγκαταθέσεις, ώστε ακολούθως να είναι δυνατή η διεκδίκηση συγχρηματοδότησης του έργου από εθνικούς ή ευρωπαϊκούς πόρους.

9.4 Διαγράμματα Προτεινόμενου Σχεδίου Δράσης

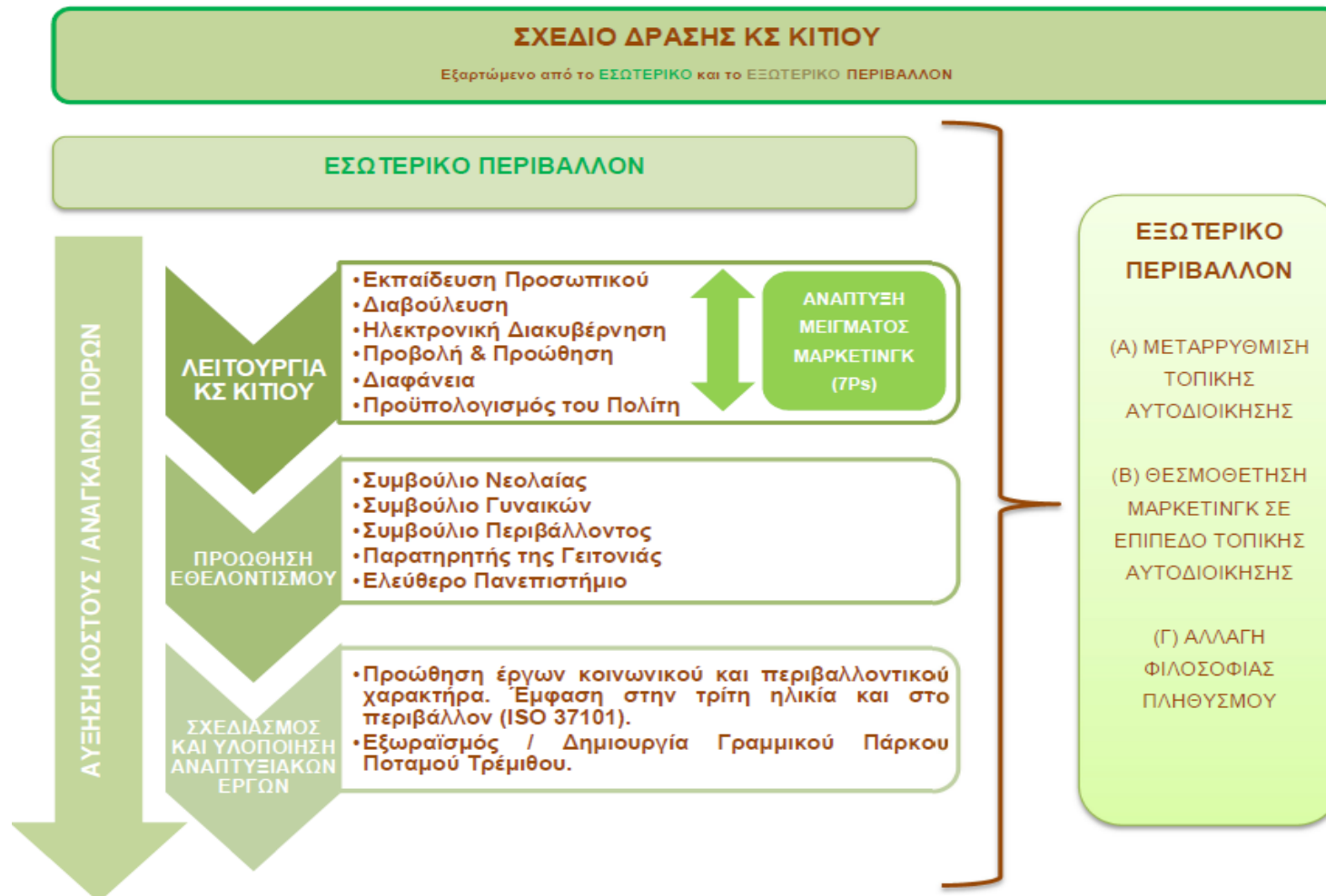
Στη συνέχεια, σε δυο διαφορετικά διαγράμματα σκιαγραφείται το προτεινόμενο Σχέδιο Δράσης. Το πρώτο διάγραμμα καταγράφει τις προτεινόμενες ενέργειες του Σχεδίου Δράσης με σειρά προτεραιότητας, λαμβάνοντας υπόψη τους απαιτούμενους πόρους και τις απαιτούμενες διαδικασίες για υιοθέτηση και εφαρμογή των ενεργειών. Το δεύτερο διάγραμμα απεικονίζει τις προτεινόμενες ενέργειες ως εξαρτώμενες των απαιτούμενων πόρων και του απαιτούμενου χρόνου.

Στο ακόλουθο διάγραμμα διαχωρίζονται οι προτεινόμενες ενέργειες στη βάση αυτών που ελέγχονται και εξαρτώνται από παράγοντες του εσωτερικού περιβάλλοντος, από αυτές που ελέγχονται και εξαρτώνται από παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος.

Παράλληλα ιεραρχούνται οι ενέργειες που εξαρτώνται από τους παράγοντες του εσωτερικού περιβάλλοντος με βάση τις απαιτήσεις τους σε πόρους, ανθρώπινους και χρηματοοικονομικούς, καθώς και τις απαιτούμενες διαδικασίες. Όπως σκιαγραφείται στο ακόλουθο διάγραμμα, προτείνεται όπως δοθεί προτεραιότητα σε θέματα που άπτονται της λειτουργίας του ΚΣ Κιτίου και δεν έχουν ιδιαίτερες απαιτήσεις σε επιπλέον πόρους.

Ταυτόχρονα σκιαγραφούνται και οι ενέργειες που εξαρτώνται από τους παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος και επηρεάζουν την εφαρμογή του Σχεδίου Δράσης.

Διάγραμμα 25. Σχέδιο Δράσης ΚΣ Κιτίου



Πηγή: Επεξεργασία Αποτελεσμάτων, Απρίλιος 2019

Στο ακόλουθο διάγραμμα οι προτεινόμενες ενέργειες σκιαγραφούνται ως γραφική παράσταση της συνάρτησης:

$$\text{Προτεινόμενες Ενέργειες} = f(\text{Απαιτούμενοι Πόροι}, \text{Χρόνος})$$

Όπως σκιαγραφείται και στο ακόλουθο διάγραμμα, προτείνεται όπως δοθεί προτεραιότητα σε θέματα που άπτονται της λειτουργίας του ΚΣ Κιτίου και περιλαμβάνουν κυρίως την ανάπτυξη του μείγματος μάρκετινγκ. Σημαντικές απαιτήσεις σε πόρους χαρακτηρίζουν τις ενέργειες για την προώθηση του εθελοντισμού, καθώς απαιτούνται ανθρώπινοι πόροι, επιπλέον των υφιστάμενων, ενώ σημαντικές απαιτήσεις σε πόρους, κυρίως χρηματοοικονομικούς, διαθέτουν οι δράσεις για το σχεδιασμό και την υλοποίηση αναπτυξιακών έργων, καθώς και η υιοθέτηση του προτεινόμενου συστήματος ποιότητας.

Διάγραμμα 26. Σχέδιο Δράσης ΚΣ Κιτίου



Πηγή: Επεξεργασία Αποτελεσμάτων, Απρίλιος 2019

Κεφάλαιο 10

Συμπεράσματα

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση στην Κύπρο αντιμετωπίζει σήμερα τη μεγαλύτερη της πρόκληση. Η επικείμενη μεταρρύθμιση της δεν στοχεύει απλά σε μια γεωγραφικού περιεχομένου αναμόρφωση, αλλά σε μια ουσιαστική αναδιαμόρφωση του πλαισίου λειτουργίας της, των υποχρεώσεων, των ευθυνών και των ωφελημάτων που αναλογούν σε ένα φορέα που διοικεί μια περιοχή αποκεντρωμένα, σε τοπικό επίπεδο. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, η μεγαλύτερη πρόκληση που παρουσιάζεται αφορά στην εξέλιξη της Τοπικής Αυτοδιοίκησης σε βασικό αναπτυξιακό εργαλείο, που θα στοχεύει στην ευημερία, στον εκσυγχρονισμό και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του τοπικού πληθυσμού και των εργαζομένων στην κάθε περιοχή.

Το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο όχι μόνο δεν δίνει τις δυνατότητες άσκησης αρμοδιοτήτων τοπικής διοίκησης και διακυβέρνησης, αλλά αποτελεί τροχοπέδη στην κάθε καταβαλλόμενη προσπάθεια χάραξης συγκεκριμένης στρατηγικής και αναπτυξιακού σχεδιασμού.

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση χρειάζεται εκείνα τα μέσα και τους πόρους, κυρίως οικονομικούς (έσοδα), αλλά και ανθρώπινους (προσωπικό), ώστε να ανταποκριθεί στο ρόλο της και στις απαιτήσεις των πελατών της – του τοπικού πληθυσμού. Οι απαιτήσεις των πελατών αυξάνονται συνεχώς, ενώ παράλληλα η αναζήτηση καλύτερης ποιότητα ζωής, βελτιστοποίησης της επικοινωνίας, του βαθμού ανταπόκρισης και της διαφάνειας, αποτελούν τον οδηγό για την επιτακτική ανάγκη σχεδιασμού Στρατηγικών Μάρκετινγκ σε τοπικό επίπεδο, ώστε να περιγραφεί και να καταγραφεί μια συνεχής διαδικασία αναβάθμισης, στοχοθέτησης και εκσυγχρονισμού των διαδικασιών και των παρεχομένων υπηρεσιών.

Οι Στρατηγικές Μάρκετινγκ αποτελούν ένα πολύτιμο και μέχρι σήμερα αναξιοποίητο εργαλείο για τις Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Η εστίαση στον άνθρωπο, η διερεύνηση όλων των στοιχείων που συναποτελούν το μείγμα του μάρκετινγκ των υπηρεσιών, όπως η τιμή, το προϊόν / παρεχόμενες υπηρεσίες, η προβολή, η προσβασιμότητα στις υπηρεσίες, η έδρα του παρόχου της υπηρεσίας και οι διαδικασίες, αποτελούν μια ανεξάντλητη πηγή εισηγήσεων, απόψεων και ιδεών που προέρχονται από τη βάση, τον τοπικό πληθυσμό / τον πελάτη και αποσκοπούν στη βελτιστοποίηση των παρεχομένων υπηρεσιών και στην ικανοποίηση των αναγκών και των απαιτήσεων του δέκτη της υπηρεσίας.

Τα εν δυνάμει εμπόδια για την αποδοχή της εξέλιξης και του εκσυγχρονισμού μπορούν να υπερπηδηθούν, λαμβάνοντας υπόψη ότι στην ιδιομορφία της κουλτούρας του πληθυσμού (στελεχών και πελατών), στα τυχόν κατάλοιπα γραφειοκρατικών πρακτικών, ελλιπούς τεχνογνωσίας και αδυναμίας υιοθέτησης της σύγχρονης τεχνολογίας, έλλειψης διαδικασιών και ερευνών καταγραφής των απόψεων του τοπικού πληθυσμού, οι λύσεις υπάρχουν, είναι δοκιμασμένες και επιτυχημένες.

Τα αρχικά ερωτήματα της παρούσας Μεταπτυχιακής Διατριβής έχουν απαντηθεί, αναδεικνύοντας με τον πλέον εμφαντικό τρόπο την ανάγκη υιοθέτησης, ίσως και θεσμοθέτησης, των Στρατηγικών Μάρκετινγκ στην Τοπική Αυτοδιοίκηση, καθ' ότι από τη φύση της αποτελεί εκείνο το επίπεδο διακυβέρνησης που βρίσκεται πιο κοντά στον πολίτη, όπου ο πολίτης μπορεί να συμμετάσχει πιο ενεργά, να παρέμβει και να αντιληφθεί άμεσα τη συμβολή του, να καταστεί δηλαδή συνιδιοκτήτης των αποφάσεων και των έργων.

Η επικείμενη αναδιάρθρωση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο προσφέρεται ώστε να υιοθετηθούν εκείνες οι πρακτικές και υποχρεώσεις, ώστε οι τοπικές αρχές να εφαρμόζουν Στρατηγικές Μάρκετινγκ, αναλόγως των δυνατοτήτων τους και αναλόγως των αναγκών του πελάτη / του τοπικού πληθυσμού και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτές.

Η χρονική συγκυρία της επικείμενης αναδιάρθρωσης της Τοπικής Αυτοδιοίκησης ενισχύει τις προοπτικές για περαιτέρω διερεύνηση του ρόλου του Στρατηγικού Μάρκετινγκ στις Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Ως εκ τούτου, χρήσιμη κρίνεται η τυχόν εκπόνηση αντίστοιχης μελέτης με τη διερεύνηση μελέτης περίπτωσης σε Δήμο ή ακόμα η συγκεκριμενοποίηση προνοιών που θα δύναται να προταθούν για σκοπούς συμπερίληψης του Στρατηγικού Μάρκετινγκ ή στοιχείων του, στο υπό διαμόρφωση θεσμικό πλαίσιο για την Τοπική Αυτοδιοίκηση,

Βιβλιογραφία

Αυλωνίτης, Γ. και Παπασταθόπουλος, Π. (2010), Marketing Plans, Πώς να σχεδιάζετε αποτελεσματικά προγράμματα μάρκετινγκ, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.

Γούναρης, Σ. και Καραντίνου, Κ. (2015), Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, Γ' Έκδοση, Αθήνα: Εκδόσεις Rosili

Δήμος Αγίας Νάπας (2019), «Σε δημόσια διαβούλευση η απαγόρευση κυκλοφορίας τετράτροχων και μεγάλου κυβισμού μοτοσυκλετών στα όρια του Δήμου Αγίας Νάπας». Διαθέσιμό στο: <http://www.ayianapa.org.cy/articles.php?id=1233>, [Πρόσβαση: Μάρτιος 2019]

Δήμος Αγίας Νάπας (2019), «Συμμετέχω στον Προϋπολογισμό. Γιατί η δύναμη ανήκει στο Δημότη». Διαθέσιμό στο: <http://www.ayianapa.org.cy/articles.php?id=1185>, [Πρόσβαση: Απρίλιος 2019]

Δήμος Παραλιμνίου (2019), «Πρακτικά Συνεδριάσεων ΔΣ». Διαθέσιμό στο: <http://www.paralimni.org.cy/index.php/el/municipality-2/municipal-council-2/proceedings-council/871-proceedings34-18>, [Πρόσβαση: Απρίλιος 2019]

Δήμος Πάφου (2019), «Πρόσκληση για συμμετοχή σε ψηφοφορία για προτάσεις στο πλαίσιο του Συμμετοχικού Προϋπολογισμού για το 2019». Διαθέσιμό στο: <http://www.pafos.org.cy/el/events/details/event-276>, [Πρόσβαση: Απρίλιος 2019]

Δήμος Στροβόλου (2019), «Συνεδρίες Δημοτικού Συμβουλίου. Ημερήσιες Διατάξεις». Διαθέσιμό στο: <https://www.strovolos.org.cy/archiki->

selida/dimotiko-simvoulio/sinedries-epitropon-ke-dimotikou-simvouliou/sinedries-dimotikou-simvouliou/, [Πρόσβαση: Απρίλιος 2019]

Ένωση Κοινοτήτων Κύπρου (2018), Αποτελέσματα τεχνοοικονομικής μελέτης όσον αφορά τη λειτουργία Συμπλεγμάτων Υπηρεσιών, Λευκωσία: PricewaterhouseCoopers Ltd

Κοινοτικό Συμβούλιο Κιτίου (2018), «Το Κίτι μέσα από τα χρόνια». Διαθέσιμο στο: <http://www.kiti.org.cy/kiti-c552> [Πρόσβαση: Νοέμβριος 2018]

Κυπριακή Δημοκρατία (2002), ΚΔΠ 278/2002, Ο Περί Κοινοτήτων Νόμος (Νόμοι 86(I) του 1999, 5(I) του 2000 και 5(I) του 2001), Οι Περί Κοινοτικές Υπηρεσίες Κανονισμοί του Κοινοτικού Συμβουλίου της Σωτήρας του 2002

Κυπριακή Δημοκρατία (2002), ΚΔΠ 294/2002, Οι Περί Κοινοτήτων Νόμοι του 1999 έως 2001, Οι Περί Διοίκησης των Τοπικών Υποθέσεων (Γενικοί) Κανονισμοί του Κοινοτικού Συμβουλίου Κοκκινοτριμιθιάς

Κυπριακή Δημοκρατία (2002), Ο Περί Κοινοτήτων Νόμος 86(I) του 1999, Νόμος που προνοεί για τη Διοίκηση των Κοινοτήτων

Κυπριακή Δημοκρατία (2014), Μεταρρύθμιση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο: Τελική Έκθεση (8 Απριλίου 2014), Λευκωσία: National School of Government International

Κυπριακή Δημοκρατία (2017), Ο Περί Σωματείων και Ιδρυμάτων και για Άλλα Συναφή Θέματα Νόμος του 2017 (104(I)/2017)

Κυπριακή Δημοκρατία (2018), Ο Περί Δήμων Νόμος 111 του 1985

Κυπριακή Δημοκρατία, Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου (1995), Απογραφή Πληθυσμού 1992

Κυπριακή Δημοκρατία, Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου (2004), Απογραφή Πληθυσμού 2001

Κυπριακή Δημοκρατία, Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου (2015), Απογραφή Πληθυσμού 2011

Κυπριακή Δημοκρατία, Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου (2017), Μητρώο Επιχειρήσεων 2016

Κυπριακή Δημοκρατία, Υπουργείο Εσωτερικών (2010), Μελέτη Αναδιάρθρωσης της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κυπριακή Δημοκρατία, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης

Κυπριακή Δημοκρατία, Υπουργείο Εσωτερικών (2018), «Η Ευρωπαϊκή Χάρτα Τοπικής Αυτοδιοίκησης του Συμβουλίου της Ευρώπης». Διαθέσιμο στο: www.moi.gov.cy/moi/moi.nsf/All/841A51EE209B21BCC2257AB8003895A8?OpenDocument, [Πρόσβαση: Νοέμβριος 2018]

Κυπριακή Δημοκρατία, Υπουργείο Εσωτερικών (2019), «Η μεταρρύθμιση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο». Διαθέσιμο στο: <http://www.moi.gov.cy/moi/moi.nsf/All/ABC6920BD62AF4CDC2257AAF002FAED5?OpenDocument>, [Πρόσβαση: Ιανουάριος 2019]

Κυπριακή Δημοκρατία, Υπουργείο Εσωτερικών (2018). Ο περί του Ευρωπαϊκού Χάρτη Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Κυρωτικός) Νόμος – Ν.27/88 – 08/05/2018

Λουκαΐδης, Λ. (1986), "Η Τοπική Αυτοδιοίκηση στην Κύπρο, Λευκωσία: Ανάπτυγον από τα (Κυπριακά: 1878-1955), Διαλέξεις Λαϊκού Πανεπιστημίου Αρ. 2

Μανώλη, Χ. (2018), «Ίδού τα 37 Συμπλέγματα Κοινοτήτων», Εφημερίδα *ΠΟΛΙΤΗΣ*, 26 Νοεμβρίου, σελ. 7

Νικολάου, Θ. (2019), «Άνοιξε ξανά το μεγάλο κεφάλαιο της Τοπικής Αυτοδιοίκησης – Ξανασχεδιάζουν την Κύπρο», Εφημερίδα *Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ*, 13 Ιανουαρίου, σελ. 26-27

Πανταβούκης, Α., Σιώγκος, Γ. και Χρήστου, Ε. (2015), Μάρκετινγκ, Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνης

Παπαχατζή, Γ., (1991), Σύστημα του ισχύοντος στην Ελλάδα Διοικητικού Δικαίου, 7^η Έκδοση, Αθήνα: Εκδόσεις Αυτοέκδοση

Πετρίδης, Κ. (2015), «Υπάρχει μομέντουμ για την τοπική αυτοδιοίκηση», 16 Δεκεμβρίου 2018. Συνέντευξη στην Εφημερίδα Πολίτης

Ράικος, Α., (2018), Γενική πολιτειολογία και συνταγματικό δίκαιο: Γενική πολιτειολογία – Εισαγωγή στο συνταγματικό δίκαιο και οργανωτικό μέρος, 5^η Έκδοση, Αθήνα: Εκδόσεις Νομικής Βιβλιοθήκης

Φούλιας, Α. (2015), «Ο Ναός της Παναγίας της Αγγελόκτιστης στο Κίτι', Εκκλησία της Κύπρου», 11 Νοεμβρίου 2015. Διαθέσιμο στο: <http://churchofcyprus.org.cy/6649> [Πρόσβαση: Νοέμβριος 2018]

American Marketing Association (2018), Definition of Marketing. Διαθέσιμο στο: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>, [Πρόσβαση: Δεκέμβριος 2018]

Council of European Municipalities and Regions, CEMR (2016), Local and Regional Governments in Europe, Brussels: Europe for Citizens Publications

Kotler, P. και Keller, K. (2006), Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, 12η Αμερικανική έκδοση, Essex: Pearson Education Limited, Αποκλειστικότητα για την ελληνική γλώσσα: Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος

Kotler, P. και Keller, K. (2016), A Framework for Marketing Management, 6th edition, Global edition, Essex: Pearson Education Limited

Kotler, P., Keller, K., Brandy, M., Goodman, M. και Hanson. T., (2009), Marketing Management, 13th edition, United States edition, Essex: Pearson Education Limited

NGO Global Network. (2018), «NGO Definition». Διαθέσιμο στο: <http://www.ngo.org/ngoinfo/define.html>, [Πρόσβαση: Δεκέμβριος 2018]

Price Waters Coopers CY (2018), Αποτελέσματα Τεχνοοικονομικής Μελέτης όσο αφορά τη Λειτουργία Συμπλεγμάτων Υπηρεσιών, Παρουσίαση Μελέτης για Ένωση Κοινοτήτων Κύπρου, Λευκωσία: Απρίλιος 2018

Robson, C. (2007), Real World Research, Η Έρευνα του Πραγματικού Κόσμου: Ένα μέσο για κοινωνικούς επιστήμονες και επαγγελματίες ερευνητές, Αθήνα: Βιβλιοθήκη Κοινωνικής Επιστήμης και Κοινωνικής Πολιτικής – Gutenberg

Παράρτημα I

Ερωτηματολόγιο Έρευνας

Πεδίου

Ακολουθεί στην επόμενη σελίδα αυτούσιο όπως είχε δημοσιευθεί.



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Αγαπητές/οι φίλες/οι,

Το παρόν ερωτηματολόγιο εξυπηρετεί τη διαδικασία εκπόνησης της μεταπτυχιακής μου διατριβής με θέμα «Ο Ρόλος του Στρατηγικού Μάρκετινγκ στις Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο. Μελέτη Περίπτωσης – Κοινοτικό Συμβούλιο Κιτίου». Η μελέτη εντάσσεται στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών «Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA)», του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου και υλοποιείται με την έγκριση του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου.

Η μελέτη αποσκοπεί στην καταγραφή των δυνατοτήτων εφαρμογής του μάρκετινγκ στις Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Κύπρο και στη διατύπωση συγκεκριμένων προτάσεων για βελτίωση της εικόνας του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου, για σχεδιασμό επικοινωνιακής πολιτικής, για αριστοποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών κ.α.

Το ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε κατοίκους Κιτίου και σε επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται/εργάζονται στο Κίτι. Είναι ανώνυμο. Απαιτεί την ειλικρίνεια σας και το ενδιαφέρον σας για τον τόπο που διαμένετε ή/και δραστηριοποιείστε. Η συμβολή και η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την εκπόνηση της μελέτης.

Χρονοδιάγραμμα Έρευνας Πεδίου: Φεβρουάριος 2019

Εκτιμώμενος Χρόνος Συμπλήρωσης Ερωτηματολογίου: 10 λεπτά

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τον πολύτιμο χρόνο σας και τη βοήθεια σας.

Με εκτίμηση,

Μάκης Παπαμιχαήλ

B.Sc. Γεωπόνος – Αγροοικονομολόγος

M.Sc. Ανάπτυξη και Διαχείριση Αγροτικού Χώρου

Το ερωτηματολόγιο μπορεί να συμπληρωθεί και ηλεκτρονικά στον ακόλουθο σύνδεσμο:

<https://www.surveymonkey.com/r/FRVVD8K>





Α. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Παρακαλώ σημειώστε ✓ στην επιλογή σας.

Α1. Φύλο

Ανδρας	
Γυναίκα	

Α2. Ηλικία

<18	
18-35	
36-50	
51-65	
>65	

Α3. Οικογενειακή Κατάσταση

Άγαμος/ος	
Έγγαμος/ος	
Διαζευγμένη/ος	
Χήρα/ος	
Αριθμός εξαρτώμενων παιδιών (αν υπάρχουν κάτω των 18 χρονών)	



A4. Εκπαιδευτικό Επίπεδο

Χωρίς Εκπαίδευση	
Δημοτικό	
Γυμνάσιο	
Λύκειο	
Μεταλυκειακή Εκπαίδευση / Κολέγιο κ.α.	
Πτυχίο Πανεπιστημίου	
Μεταπτυχιακό Δίπλωμα	
Διδακτορικό Δίπλωμα	

A5. Επαγγελματική Ιδιότητα

Μαθητής/τρια	
Ιδιωτικός Υπάλληλος	
Δημόσιος Υπάλληλος	
Αυτοεργαζόμενος	
Άνεργος	
Συνταξιούχος	

A6. Σχέση με το Κίτι

Κάτοικος	
Εργαζόμενος στο Κίτι	
Επιχειρηματίας στο Κίτι	
Άλλο	



Β. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΑΠΟΨΗΣ / ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ

Παρακαλώ σημειώστε ✓ στην επιλογή σας.

Β1. Πόσο τακτικά επικοινωνείτε με το Κοινοτικό Συμβούλιο Κτιτίου;

Καθημερινά	
1 φορά την εβδομάδα	
2-3 φορές το μήνα	
1 φορά το εξάμηνο	
1 φορά το χρόνο	
Καθόλου	

Β2. Όταν επικοινωνείτε με το Κοινοτικό Συμβούλιο, με ποιο τρόπο πραγματοποιείται αυτή την επικοινωνία;

Χαρακτηρίστε τη συχνότητα αξιοποίησης των πιο κάτω μέσων επικοινωνίας, σημειώνοντας ένα μόνο ✓ σε κάθε γραμμή.

	Καθε εβδομάδα	Τουλάχιστον 1 φορά / μήνα	Τουλάχιστον 1 φορά / τρίμηνο	Τουλάχιστον 1 φορά / χρόνο	Καθόλου
Τηλέφωνο					
Επιστολή / Ταχυδρομείο					
Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο					
Επί τόπου στα γραφεία του Κοινοτικού Συμβουλίου					
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, κ.λπ.)					
Άλλο. Καταγράψτε:					



B3. Όταν επικοινωνείτε με το Κοινοτικό Συμβούλιο, για ποιο λόγο το κάνετε; Χαρακτηρίστε τη συχνότητα των πιο κάτω λόγων επικοινωνίας, σημειώνοντας ένα μόνο ✓ σε κάθε γραμμή.

	Καθε εβδομάδα	Τουλάχιστον 1 φορά / μήνα	Τουλάχιστον 1 φορά / τρίμηνο	Τουλάχιστον 1 φορά / χρόνο	Καθόλου
Παράπονα Καθαριότητας					
Παράπονα Λογαριασμών					
Άλλα Παράπονα					
Ενημέρωση για Πολιτιστικά					
Ενημέρωση για Παρεχόμενες Υπηρεσίες					
Άλλο. Καταγράψτε:					

B4. Χαρακτηρίστε τη συχνότητα της επικοινωνίας με τα πιο κάτω Τμήματα του Κοινοτικού Συμβουλίου, σημειώνοντας ένα μόνο ✓ σε κάθε γραμμή.

	Καθε εβδομάδα	Τουλάχιστον 1 φορά / μήνα	Τουλάχιστον 1 φορά / τρίμηνο	Τουλάχιστον 1 φορά / χρόνο	Καθόλου
Γραφείο του Προέδρου / Κοινοτάρχη					
Γραφείο του Γραμματέα					
Γραφείου του Βοηθού Γραμματέα					
Τεχνικές Υπηρεσίες					
Πολιτιστικές Υπηρεσίες					
Ταμείο / Λογαριασμοί					
Υδατοπρομήθεια					
Γραμματεία					
Άλλο. Καταγράψτε:					



B5. Χαρακτηρίστε τη συχνότητα που αξιοποιείτε / ενημερώνεστε από τα πιο κάτω Μέσα Επικοινωνίας του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου, σημειώνοντας ένα μόνο ✓ σε κάθε γραμμή.

	Κάθε εβδομάδα	Τουλάχιστον 1 φορά / μήνα	Τουλάχιστον 1 φορά / τρίμηνο	Τουλάχιστον 1 φορά / χρόνο	Καθόλου
Ιστοσελίδα					
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης / Facebook					
Εφαρμογή για Έξυπνα Τηλέφωνα					
Ανακοινώσεις σε Κεντρικά Σημεία					
Ανακοινώσεις / Αλληλογραφία					
Ενημερωτικές συγκεντρώσεις / διαβουλεύσεις					
Από φίλους και γνωστούς					
E-mail					
Μηνύματα στο τηλέφωνο, SMS					
Άλλο. Καταγράψτε:					

B6. Πώς θα χαρακτηρίζατε την ανταπόκριση του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου, όταν απευθύνεστε σε αυτό για παράπονα ή ενημέρωση ή βοήθεια; Σημειώστε ένα μόνο ✓ στην επιλογή σας.

(A) Ως προς το χρόνο ανταπόκρισης		(B) Ως προς την ορθότητα της ενημέρωσης	
Άμεση		Ορθή	
Σχετικά Γρήγορη		Σχετικά Ορθή	
Ουδέτερη		Ουδέτερη	
Σχετικά Αργή /		Λανθασμένη	
Πολύ Αργή		Απόλυτα Λανθασμένη	



B7. Χαρακτηρίστε το βαθμό σημαντικότητας / σπουδαιότητας των πιο κάτω έργων, που έχουν υλοποιηθεί στο Κίτι τα τελευταία χρόνια ή υλοποιούνται σήμερα, σημειώνοντας ένα μόνο √ σε κάθε γραμμή.

ΕΡΓΟ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΟΥΔΕΤΕΡΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ
Διαμόρφωση Πάρκου Παναγίας Αγγελόκτιστης					
Ανάπλαση Παραδοσιακού Πυρήνα Κτίου					
Λαογραφικό Μουσείο					
Κοινοτικά Κτήρια					
Πολιτιστικό Κέντρο / Δημόσιο Νηπιαγωγείο					
Πολυδύναμο Κέντρο, Ιατρικό Κέντρο και Χώρος Αναψυχής για όλες τις ηλικίες (εν εξελίξει)					

B8. Βαθμολογήστε από 1-3 το βαθμό σημαντικότητας / σπουδαιότητας των πιο κάτω προτεινόμενων έργων. Χρησιμοποιείστε τους αριθμούς 1, 2 και 3 μόνο μια φορά. Με 3 βαθμολογήστε το πιο σημαντικό έργο, με 1 το λιγότερο σημαντικό έργο και αναλόγως τα υπόλοιπα.

ΕΡΓΟ	ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ (1-3)
Γραμμικό Πάρκο Ποταμού Τρέμιθου	
Πολυχώρος Εικαστικών Δημιουργιών και Τεχνών	
Δημιουργία Σημείων Αναφοράς, σε διάφορα σημεία της Κοινότητας (π.χ. Νηπόζιτο Νερού, Σχεδιασμός Επιφανειών/Γκράφιτ)	
Εάν έχετε να προτείνετε άλλα έργα, παρακαλώ καταγράψτε τα πιο κάτω, με σειρά προτεραιότητας:	
.....	
.....	



B9. Χαρακτηρίστε το βαθμό ικανοποίησης σας από το επίπεδο των πιο κάτω υπηρεσιών του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου, σημειώνοντας ένα μόνο ✓ σε κάθε γραμμή.

ΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ	ΑΡΚΕΤΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ	ΟΥΔΕΤΕΡΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ	ΛΙΓΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ
Καθαριότητα Κοινόχρηστων Χώρων					
Συλλογή Σκουβάλων / Ανακύκλωση					
Καθαριότητα Χώρων Πρασίνου					
Καθαριότητα Ανεκμετάλλευτων Οικοπέδων					
Υδατοπρομήθεια					
Πολιτιστικές Εκδηλώσεις					
Ενημέρωση / Μέσα Επικοινωνίας					
Πρωίθηση Εθελοντισμού					
Παρατηρητής της Γειτονιάς					
Υγεία					
Αθλητισμός					
Μέριμνα Τρίτης Ηλικίας					



B10. Πιστεύετε ότι η συνολική παρουσία και δραστηριότητες του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου είναι ικανοποιητικές; Σημειώστε ένα μόνο ✓ στην επιλογή σας.

Πάρα Πολύ	
Πολύ	
Ουδέτερη	
Λίγο	
Καθόλου	

B11. Συνολικά, πιστεύετε ότι η ποιότητα ζωής στην περιοχή του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου είναι ικανοποιητική; Σημειώστε ένα μόνο ✓ στην επιλογή σας.

Πάρα Πολύ	
Πολύ	
Ουδέτερη	
Λίγο	
Καθόλου	

B12. Τελειώνοντας, μπορείτε να καταγράψετε τυχόν άλλες εισηγήσεις ή προτάσεις που αφορούν τη βελτίωση στον τρόπο λειτουργίας του Κοινοτικού Συμβουλίου Κιτίου.

.....

.....

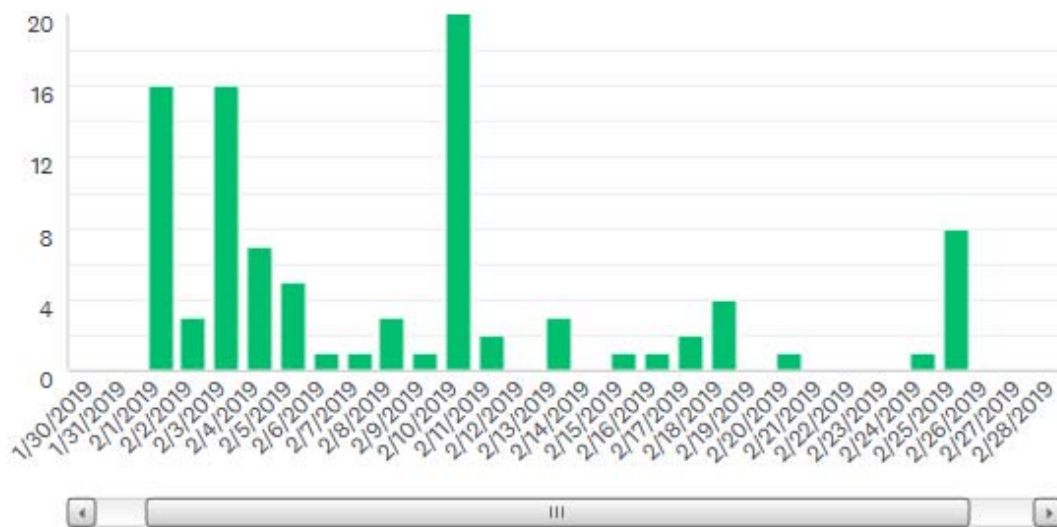
.....

Σας ευχαριστώ για τη συμμετοχή σας!

Παράρτημα II

Στατιστικά Στοιχεία από surveymonkey.com

Διάγραμμα 27. Ημερολογιακή Απεικόνιση της Ηλεκτρονικής Συμπλήρωσης των Ερωτηματολογίων



Πηγή: Επεξεργασία Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

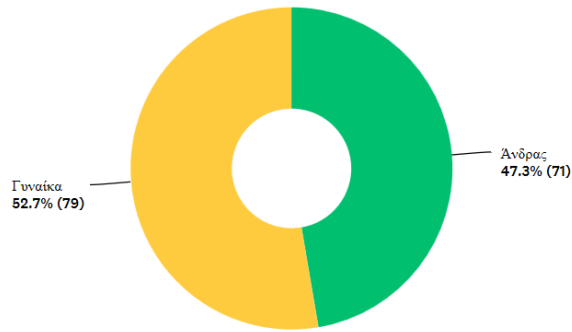
Διάγραμμα 28. Σύθεση του Φύλου του Συνόλου του Δείγματος (150 ερωτηματολόγια)

A. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Q1

Φύλο

Answered: 150 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Ανδρας	47.3%	71
Γυναίκα	52.7%	79

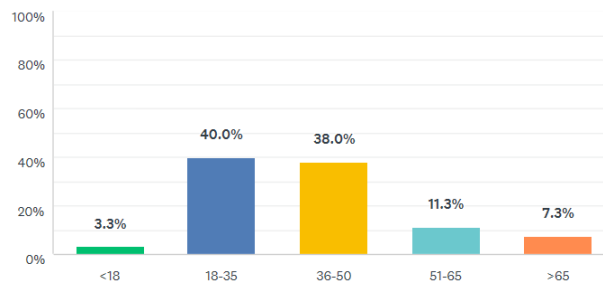
Πηγή: Επεξεργασία Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Διάγραμμα 29. Ηλικιακή Διάρθρωση του Συνόλου του Δείγματος (150 ερωτηματολόγια)

Q2

Ηλικία

Answered: 150 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
<18	3.3%	5
18-35	40.0%	60
36-50	38.0%	57
51-65	11.3%	17
>65	7.3%	11
TOTAL		150

Πηγή: Επεξεργασία Αποτελεσμάτων, Μάρτιος 2019

Παράρτημα III Πρώθηση Ερωτηματολογίου

Απεικόνιση 1. Λογαριασμός ΚΣ Κιτίου στο Facebook, 01/02/2019



Απεικόνιση 2. Λογαριασμός ΚΣ Κιτίου στο Facebook, 01/03/2019



