





**Michał Roman<sup>1</sup>, Sylwia Gawerska<sup>2</sup>, Mikołaj Jalinik<sup>3</sup>,  
Robert Kosiński<sup>2</sup>**

- <sup>1</sup> Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Instytut Ekonomii i Finansów, Katedra Turystyki, Komunikowania Społecznego i Doradztwa  
[michal\\_roman@sggw.edu.pl](mailto:michal_roman@sggw.edu.pl)  
 <https://orcid.org/0000-0003-3596-2587>
- <sup>2</sup> Studenckie Koło Naukowe „Public Relations” SGGW w Warszawie  
[gawer308@wp.pl](mailto:gawer308@wp.pl), [kosinski.robert@wp.eu](mailto:kosinski.robert@wp.eu)  
SG  <https://orcid.org/0000-0002-1718-2766>  
RK  <https://orcid.org/0000-0001-9879-7094>
- <sup>3</sup> Politechnika Białostocka, Wydział Budownictwa i Nauk o Środowisku, Instytut Nauk Leśnych  
[jalinik@op.pl](mailto:jalinik@op.pl)  
 <https://orcid.org/0000-0001-6748-3877>

## Potencjał turystyczny Aten w opinii ich mieszkańców

**Zarys treści:** Celem artykułu jest zaprezentowanie opinii mieszkańców Aten na temat postrzegania przez nich potencjału turystycznego swojego miasta. Wraz z przedstawieniem dynamiki rozwoju turystyki w Grecji w ostatnich 20 latach scharakteryzowano turystów zagranicznych i ich oczekiwania w odniesieniu do potencjału turystycznego. Wyniki badań własnych przeprowadzonych w 2020 r. wśród 151 mieszkańców Aten wskazały na wysoki potencjał turystyczny miasta w opinii mieszkańców stolicy Grecji. Pokazały również pozytywne nastawienie do turystów odwiedzających to miasto. Za największe atrakcje stolicy Grecji uznane zostały liczne zabytki i miejsca historyczne. W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego i obserwacji, a jako narzędzie badawcze kwestionariusz ankiety.

**Słowa kluczowe:** Grecja, Ateny, turystyka miejska, potencjał turystyczny, wypoczynek

### Wprowadzenie

Rozwój turystyki w Grecji determinowany jest wysokim potencjałem turystycznym charakteryzującym ten kraj. Tym, co wpływa na jego wysoką jakość, są walory przyrodnicze i antropogeniczne, zróżnicowane atrakcje turystyczne, położenie obiektów noclegowych, oferowana infrastruktura turystyczna oraz dostęp

do usług i produktów, które wpływają na satysfakcję odwiedzających z miejsc i miejscowości (Marciszewska 2010).

Grecja ze swoją rozległą linią brzegową, 300 słonecznymi dniami w roku (Willett i in. 2004), tysiącami wysp i wysepek, z czego 227 jest zamieszkałych (www.visitgreece), należy do krajów często odwiedzanych przez turystów. Wpływ na to ma bogata historia, która pozostawiła po sobie wiele dobrze zachowanych zabytków, a także liczne historyczne miejsca, głównie w stolicy kraju – Atenach. Walory antropogeniczne mają duże znaczenie dla kształtowania wielkości ruchu turystycznego (Rettinger, Rozmus 2010), Akropol widoczny z każdego miejsca w mieście, plac Syntagma, Stadion Panatenański – to tylko początek długiej listy obiektów, które co roku przyciągają miliony turystów. Słynna na cały świat kuchnia grecka czy wydarzenia kulturalne związane ze sztuką teatralną dodatkowo zachęcają do przyjazdu. Dogodne położenie Aten pozwala w krótkim czasie znaleźć się na jednej z licznych plaż Riwiery Ateńskiej.

Grecja większości turystów kojarzy się z lazurowym Morzem Śródziemnym, pięknymi widokami, wspaniałą kuchnią, opartą na świeżych i lokalnych produktach, oraz licznymi wyspami, gdzie wakacyjny wypoczynek będzie zawsze udany. Odwiedzający mają możliwość nie tylko zasmakować greckich potraw czy zaznać kąpiele słonecznych i wodnych, ale również podziwiać znajdujące się obok wspaniale zachowane zabytki z czasów antycznych. Miejscem, gdzie turystyka kulturowa ma szansę rozwijać się najbardziej, nie są liczne wyspy, lecz właśnie Ateny (Athens Attica 2016).

Podróże do miast są bez wątpienia jedną z najstarszych form turystyki (Weber, Städtereisen 2010). Turystykę miejską postrzegać należy jako aktywność turystyczną na obszarze zurbanizowanym, mającym odpowiednią infrastrukturę turystyczną oraz elementy historyczne i kulturowe, które stanowią atrakcję dla turystów oraz umożliwiają, w sposób zorganizowany i usystematyzowany, produkcję towarów i usług (Pawlicz 2008). Głównymi czynnikami przyciągającymi turystów do wyboru tego typu turystyki są (Mikos von Rohrscheidt 2016):

- atrakcje materialne (zwłaszcza obiekty zabytkowe),
- muzea, galerie i inne wystawy stałe lub czasowe,
- imprezy kulturalne,
- możliwości spaceru po znanych lub szczególnie prestiżowych strefach lub miejscach handlu, połączona z zakupami.

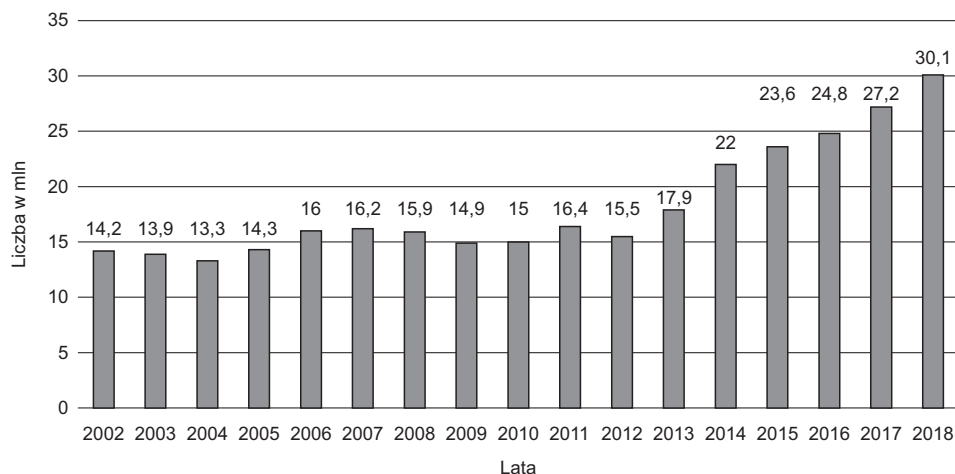
Najpopularniejszymi celami turystyki miejskiej są miasta o największej liczbie dobrze zachowanych zabytków i o znaczącej historii. W basenie Morza Śródziemnego za taki przykład posłużyć mogą Ateny, liczące 745 514 mieszkańców (stan na 2019 r.) (<http://worldpopulationreview>), będące stolicą oraz największym miastem Grecji. Państwo to w roku 2018, według UNWTO, wraz z Włochami, Portugalią i Chorwacją, osiągnęło dwucyfrowy wzrost liczby osób przyjezdnych. Porównując lata 2010 i 2018, liczba turystów międzynarodowych oraz wpływ kapitału pozostawianego przez odwiedzających uległy podwojeniu. Pokazuje to, że kraj pomimo swojej ugruntowanej pozycji na rynku turystycznym przyciąga coraz większe rzesze urlopowiczów, a ich liczba wzrasta z każdym rokiem (UNWTO 2019).

Turystyka miejska, skierowana na duże i znaczące historycznie ośrodki, otrzymała poważne wsparcie dzięki rozpoczętemu w 1985 r. od Aten (Richards 1996), europejskiemu programowi „Stolica Kultury Europejskiej. Dzięki niemu rokrocznie promowane jest inne miasto naszego kontynentu, poprzez wsparcie programu imprez kulturalnych, co przekłada się na wzrost odwiedzających je turystów” (Mikos von Rohrscheidt 2016).

Celem badań było poznanie opinii mieszkańców Aten na temat potencjału turystycznego własnego miasta, głównie tego jak jest on postrzegany. W opracowaniu przedstawione zostały wyniki badań przeprowadzonych wśród mieszkańców Aten na temat potencjału turystycznego ich miasta, najistotniejszych czynników skłaniających turystów do odwiedzenia stolicy Grecji przez zagranicznych turystów oraz ich nastawienia w stosunku do odwiedzających. Ponadto zbadano, w jaki sposób mieszkańcy Aten spędzają czas wolny, które zabytki są według nich najchętniej odwiedzane przez turystów, a także zaprezentowano ich ocenę stanu komunikacji miejskiej i jej dostępności zarówno w skali lokalnej, jak i krajowej.

## Turystyka w Grecji

Grecja jest jednym z najpopularniejszych regionów turystycznych w Europie. W 2019 r. znalazła się na 13 miejscu wśród najchętniej odwiedzanych krajów świata, z liczbą turystów wynoszącą 31,2 mln. Turystyka w Grecji jest jedną z głównych gałęzi gospodarki (Ikkos, Koutsos 2017). Dzięki działaniom podjętym w 2016 r., polegającym na zmodernizowaniu polityki turystycznej, poprzez m.in.: wydłużenie sezonu turystycznego, popularyzację alternatywnych form turystyki oraz promocję niszowych dotychczas greckich destynacji, turystyka z roku na rok przynosi coraz większe przychody. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego Grecji z roku



Ryc. 1. Liczba turystów międzynarodowych w Grecji w latach 2002–2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie UNWTO Tourism Highlights 2003–2019.

2017 (ELSTAT), 17,3% PKB pochodziło z działalności turystycznej, z której wpłynęło 30 748 mln euro (Sektor turystyczny... 2018), a liczba osób zatrudnionych w turystyce wyniosła 699 tys., co stanowi 17,3% pracujących ogółem (Kluczowe sektory... 2017). Ponadto, według wskaźnika konkurencyjności podróży i turystyki WEF (World Economic Forum), Grecja uplasowała się na 18 miejscu na świecie pod względem infrastruktury turystycznej spośród 141 ocenianych państw (Tourism sector... 2019).

W 2002 r. Grecja stała się celem wakacyjnych podróży dla 14,2 mln osób, a liczba odwiedzających w dwóch kolejnych latach spadała o około 5%, ale od 2005 r. ponownie nastąpił wzrost. Wyhamowanie tendencji wzrostowej nastąpiło w 2009 r., kiedy to nastąpił spadek osób przyjezdnych o 6% (UNWTO 2010). Miało to bezpośredni związek z ogólnoświatowym kryzysem gospodarczym, kiedy to liczba wyjazdów zagranicznych na całym świecie zmalała o 4,2%. Kryzys wystąpił również w Grecji i pojawiło się wiele obaw (zwłaszcza ze strony turystów z Niemiec) odnośnie do odwiedzania tego kraju. Kolejny rok z tendencją spadkową liczby turystów odnotować można w okresie Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej (Euro 2012), wówczas wzrost odwiedzających zanotowały kraje będące gospodarzami tej imprezy sportowej: Polska (+11%) i Ukraina (+7%) (UNWTO 2013), co w zauważalny sposób przełożyło się na mniejszą liczbę turystów odwiedzających Grecję. Od 2013 r. można zaobserwować stałą, dynamiczny wzrost międzynarodowych przyjazdów turystów. Najważniejszym czynnikiem tej tendencji stała się stabilizacja sytuacji gospodarczej, uruchomienie połączeń lotniczych oferowanych przez „tanie linie” Ryanair (Sotiriadis, Varvaressos 2015) oraz bezpieczeństwo wewnętrzne niezakłócone zamachami terrorystycznymi, dotykającymi inne państwa będące dotychczas w czołówce wakacyjnych podróży. Można przyjąć, że aspekty te przełożyły się bezpośrednio na podwojenie liczby turystów odwiedzających Grecję w latach 2012–2018.

Tabela 1. Liczba turystów z krajów europejskich na prywatnych wyjazdach obejmujących co najmniej 4 nocegi (powyżej 15 roku życia) wyrażona w tysiącach oraz w % ludności danego kraju

Kraj	Rok					Odsetek ludności poszczególnych krajów odwiedzających Grecję w 2018 r.
	2014	2015	2016	2017	2018	
	liczba turystów w tys.					%
Austria	4250	4293	4418	4419	–	–
Belgia	4494	4760	5124	4893	5130	0,44
Francja	33641	33641	32822	30076	30948	4,59
Niemcy	45176	44854	45667	43914	47232	5,87
Estonia	479	458	485	483	614	4,93
Irlandia	2024	1988	2113	2142	2245	4,43
Hiszpania	14768	18689	19664	19487	20737	4,20
Włochy	17284	19000	18387	18902	20457	3,29

Kraj	Rok					Odsetek ludności poszczególnych krajów odwie- dzających Grecję w 2018 r.
	2014	2015	2016	2017	2018	
	liczba turystów w tys.					%
Cypr	336	374	377	378	407	3,29
Łotwa	452	497	528	515	–	–
Litwa	712	702	664	668	643	2,30
Luksemburg	307	350	364	372	225	3,71
Malta	142	141	166	199	223	4,97
Holandia	9917	10023	10435	10620	10692	6,23
Portugalia	2342	2586	2639	2671	2840	0,27
Słowacja	1791	2138	2200	2238	2435	4,47
Słowenia	912	920	941	977	1049	4,99
Finlandia	3009	3153	3074	3092	3150	0,57
Bułgaria	1048	1341	1250	1589	1499	2,12
Dania	3460	3431	3544	2934	2373	4,08
Chorwacja	1237	1085	1120	1235	1285	3,01
Węgry	2933	3066	3145	3071	3221	3,28
Polska	11816	11806	12513	12867	13255	3,45
Rumunia	1745	1770	1593	1676	1797	0,84
Szwecja	3877	4323	4016	4945	5067	5,05
Czechy	5860	5405	5462	5618	5390	0,50

Źródło: Greece in Figures... (2020, s. 156) (<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook>; dostęp: 1.11.2020).

Najliczniejszą grupę turystów przyjeżdżających rokrocznie w celach turystycznych do Grecji tworzą mieszkańcy Europy. W tabeli 1 przedstawiono liczbę turystów, będących mieszkańcami krajów Europy, którzy odwiedzili Grecję w latach 2014–2018. Najliczniejszą grupę urlopowiczów w tym przedziale czasowym stanowili obywatele Niemiec, Francji, Włoch, Hiszpanii oraz Polski, a ich liczba (z wyjątkiem Francji) rokrocznie zauważalnie wzrastała. Najmniej turystów w tym okresie przybyło z Malty, Luksemburga, Cypru, Łotwy i Estonii (Greece in Figures... 2020). Biorąc pod uwagę liczebność populacji poszczególnych państw Europy, można zauważyć, że najczęściej wakacje w Grecji wybierali w roku 2018 mieszkańcy Holandii, Niemiec, Szwecji i Austrii, a najrzadziej Finowie, Czesi, Belgowie i Portugalczycy ([www.cia.gov/library](http://www.cia.gov/library)).

## Metodyka badań i charakterystyka badanej populacji

W celu poznania potencjału turystycznego Aten materiał empiryczny został zebrany metodą sondażu diagnostycznego i obserwacji z zastosowaniem kwestionariuszy ankiety. Badania przeprowadzone zostały w czerwcu 2020 r. (w czasie trwania pandemii COVID-19 wywołanej wirusem SARS-CoV-2). Uczestniczyło

w nich 151 osób stale zamieszkujących Ateny, w wieku od 18 do ponad 60 lat. Grupę badaną stanowili pracownicy punktów gastronomicznych, biur nieruchomości, biur turystycznych oraz studenci Athens University of Applied Sciences. Ankieta ukazała opinie Ateńczyków na następujące tematy:

- rozwój turystyczny Aten,
- najpopularniejsze motywy przyjazdów turystycznych,
- sposoby spędzania czasu wolnego oraz miejsca wymagające usprawnienia bądź modernizacji w zakresie infrastruktury turystycznej,
- poziom bezpieczeństwa gości i samych mieszkańców stolicy.

Charakterystyka badanej populacji zaprezentowana została w tabeli 2.

Tabela 2. Charakterystyka badanej populacji

Wyszczególnienie	N = 151	%
Płeć:		
– kobieta	91	60,3
– mężczyzna	60	39,7
Wiek:		
– 19–29 lat	58	38,4
– 30–39 lat	55	36,4
– 40–49 lat	21	13,9
– 50–59 lat	9	6,0
– 60 lat i więcej	8	5,3
Wykształcenie:		
– zasadnicze zawodowe	2	1,3
– średnie	37	24,5
– wyższe	112	74,2
Dochód miesięczny:		
– do 500 euro	10	6,6
– 501–1000 euro	55	36,4
– 1001–1500 euro	58	38,4
– ponad 1500 euro	28	18,5

Źródło: wyniki badań własnych.

Ponad 60% badanej populacji stanowiły kobiety, a 3/4 ankietowanych należało do grupy wiekowej 19–39 lat. Jedynie 5% opiniodawców było powyżej 59 roku życia. Blisko 3/4 spośród badanych miało wykształcenie wyższe, a jedynie 2% stanowiły osoby o wykształceniu zasadniczym zawodowym. Średni miesięczny dochód w wysokości 501–1500 euro wskazało blisko 75% ankietowanych.

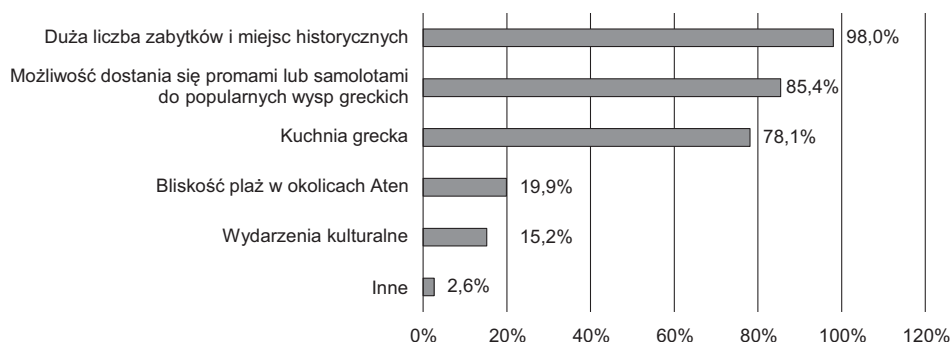
## Wyniki badań

### Ocena atrakcyjności Aten przez jej mieszkańców

Istotnym elementem badań było poznanie opinii mieszkańców Aten na temat atrakcyjności turystycznej swojego miasta. Respondenci w zdecydowanej większości wyrazili pozytywną opinię na ten temat: aż 88,7% ankietowanych stwierdziło,

że Ateny są miastem atrakcyjnym dla turystów. Niecałe 10% badanych wskazało, że miasto jest warte odwiedzenia, a 1,3% respondentów uznało Ateny za miejsce zdecydowanie nieatrakcyjne turystycznie.

Na rycinie 2 zaprezentowano czynniki, które według respondentów w zasadniczy sposób oddziałują na potencjał turystyczny Aten.



Ryc. 2. Najważniejsze czynniki potencjału turystycznego Aten w opinii badanych [w %]  
Respondenci mogli wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: wyniki badań własnych.

Prawie wszyscy ankietowani na pierwszym miejscu wskazali dużą liczbę zabytków i miejsc historycznych jako najważniejsze czynniki mające wpływ na wysoki potencjał turystyczny Aten. Kolejne były możliwość dostania się promami lub samolotami na popularne wyspy greckie oraz atrakcyjność kuchni greckiej. Co zaskakujące, bliskość plaż w okolicach Aten miała istotne znaczenie tylko dla 30 badanych osób spośród 151.

W badaniu podjęta została próba oceny nastawienia Ateńczyków do turystów. 84,1% respondentów stwierdziło, że ich stosunek do odwiedzających jest pozytywny. Neutralną postawę zadeklarowało 15,4% ankietowanych. Tylko jedna osoba wyraziła swoje uprzedzenia wobec turystów.

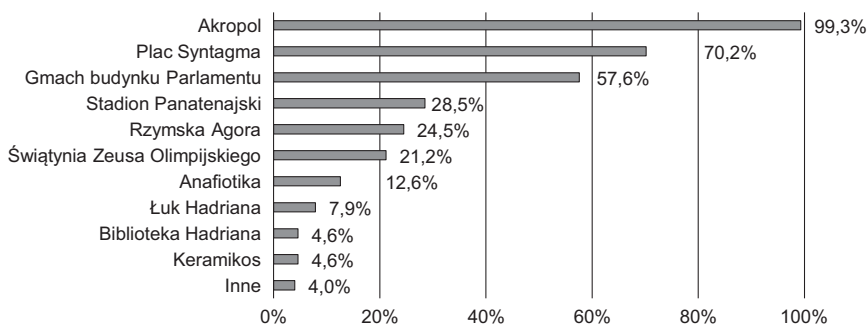
Na podstawie przedstawionych wyników badań można wywnioskować, że Ateńczycy w większości zauważają wysoką atrakcyjność miasta, w którym mieszkają, chętnie przyjmują odwiedzających, a zabytki i miejsca historyczne uznali za główną zachętę do odwiedzenia stolicy Grecji. Zastanawiające jest to, że jako drugi najważniejszy czynnik zachęcający do przyjazdu zagranicznych turystów mieszkańcy wskazali dostępność lotów i promów umożliwiających dostanie się na popularne wyspy greckie. Może to oznaczać, że mimo zauważania i doceniania wysokiej atrakcyjności turystycznej Aten, to wyspy greckie są postrzegane przez Ateńczyków jako uzupełnienie produktu turystycznego oferowanego przez ich miasto. Można przypuszczać, że jest to spowodowane osobistymi upodobaniami ankietowanych, którzy na co dzień żyjąc w ogromnej metropolii, najchętniej na urlopowy wypoczynek wybraliby właśnie sąsiadujące wyspy, gdzie odnajdują spokój, odczuwają bliskość natury i w pełni korzystają z uroku plaż i relaksujących kąpiel morskich.



## Najważniejsze atrakcje kulturowe Aten

Jednym z celów badań było poznanie opinii Ateńczyków na temat atrakcji, które mogą mieć wpływ na przyjazd turystów zagranicznych. Według 96,7% ankietowanych, odwiedzający przyjeżdżają głównie w celu zwiedzania zabytków i miejsc historycznych. Kolejnym czynnikiem wskazanym przez 79,5% respondentów była możliwość swobodnego podróżowania dzięki rozbudowanej siatce połączeń lotniczych i promowych z wyspami greckimi i potraktowania Aten – jedynie jako miejsca przesiadkowego. Równie wysoko w tym zestawieniu znalazła się kuchnia regionalna, uznana przez 72,8% respondentów za trzeci pod względem ważności motyw przyjazdu do Aten.

Na rycinie 3 zaprezentowano najważniejsze zabytki Aten i ich klasyfikację na podstawie popularności wśród zagranicznych turystów.



Ryc. 3. Najpopularniejsze zabytki Aten wybierane przez turystów w opinii badanych mieszkańców [w %]

Respondenci mogli wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: wyniki badań własnych.

W opinii Ateńczyków najpopularniejszym zabytkiem wśród odwiedzających był Akropol – wskazało go 99% ankietowanych. Kolejnymi ważnymi zabytkami w Atenach, wybranymi przez blisko 3/4 respondentów, były plac Syntagma, a w dalszej kolejności gmach Parlamentu (3/5 badanych). Około 1/4 respondentów wskazała Stadion Panatenajski, Rzymską Agorę oraz Świątynię Zeusa Olimpijskiego jako najpopularniejsze zabytki wśród zagranicznych turystów. Najmniejszą popularnością w ich opinii cieszyły się: łuk Hadriana, Biblioteka Hadriana oraz Keramikos, które zostały wybrane przez mniej niż 10% ankietowanych.

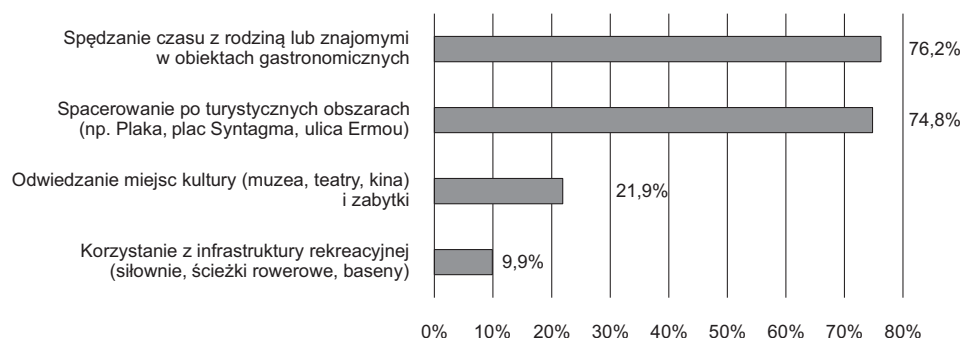
Najpopularniejszym obiektem, odwiedzanym przez zagranicznych turystów i stanowiącym chlubę Aten, jest Akropol, a nieruchomości, z których okien widać go bezpośrednio, są dla właścicieli żyłą złota (Gutberlet 2018). Jest on symbolem miasta oraz całej Grecji, a także obiektem widocznym z każdego punktu tej metropolii i wielką dumą wszystkich Greków.



## Miejsca wypoczynku w Atenach i okolicach preferowane przez Ateńczyków

Sposoby spędzania wolnego czasu ukazują obraz atrakcyjności turystycznej Aten. Można zauważyć, że osoby mieszkające w danym miejscu chętnie korzystają z atrakcji turystycznych, lokali gastronomicznych i obiektów rekreacyjnych, czyli turyści odnajdują zawsze coś interesującego dla siebie. Ponad połowa badanych (68,2% spośród ankietowanych) spędzała weekendy lub dni wolne od pracy w miejscu zamieszkania, natomiast 29,1%, wykorzystywało ten czas różnie, raz w mieście, raz poza nim. Jedynie 2,6% respondentów zawsze udawało się poza granice metropolii. Może to znaczyć, że Ateny zapewniają na tyle wystarczającą liczbę atrakcji, że mieszkańcy nie muszą ich poszukiwać poza granicami miasta. Należy wziąć pod uwagę także ograniczenia finansowe ankietowanych. Każdy wyjazd poza miejsce swojego zamieszkania generuje znaczące koszty – paliwa/ biletów komunikacji publicznej czy też noclegów.

Na rycinie 4 zaprezentowane zostały najpopularniejsze sposoby spędzania czasu wolnego przez mieszkańców Aten.



Ryc. 4. Sposoby spędzania czasu wolnego przez Ateńczyków w mieście [w %]

Respondenci mogli wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: wyniki badań własnych.

Dwoma najpopularniejszymi formami spędzania czasu wolnego wybranymi przez 3/4 respondentów były kontakty z rodziną lub znajomymi, np. w obiektach gastronomicznych, oraz spacerowanie po turystycznych obszarach, takich jak Plaka, plac Syntagma czy ulica Ermou. Kolejną formą zagospodarowania czasu wolnego, wskazaną przez co piątą ankietowaną osobę, było odwiedzanie miejsc kultury, takich jak muzea, teatry czy kina oraz zwiedzanie zabytków. Jedynie 10% spośród badanych wskazało na aktywny wypoczynek z wykorzystaniem infrastruktury rekreacyjnej.

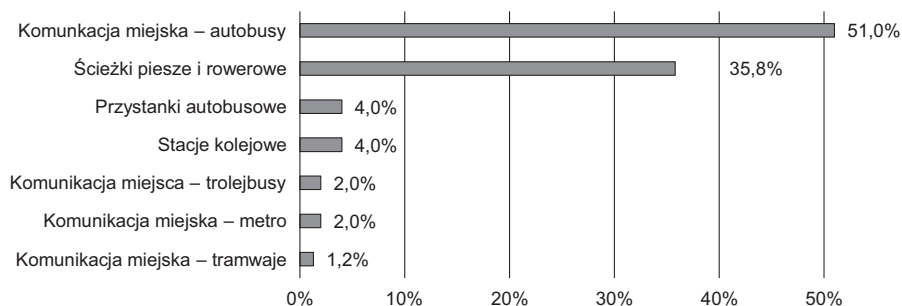
Wyniki tej części badań pokazują obraz Greków jako społeczeństwa o silnych więzach społecznych, wybierającego najpopularniejszą formę spędzania wolnego czasu – spotkania z rodziną lub znajomymi. Obiekty gastronomiczne stają się istotnym elementem ich wyboru, co pokazuje, że oferta kulinarna Aten jest na tyle bogata, iż jest w stanie zaspokoić gusta nie tylko turystów, ale również samych

mieszkańców. Nie powinno to dziwić, jeśli przyjąć, że historia greckiej kuchni sięga ponad 4000 lat i opiera się na jakości i świeżych produktach. Grecka kuchnia poza smakiem ma też odrębną filozofię. W starożytnej Grecji Ateńczycy wierzyli, że czas posiłku to strawa dla ciała i ducha. Posiłek to okazja do spotkań towarzyskich, komunikacji międzyludzkiej i odpoczynku (Velissariou, Vasilaki 2014).

## Miejsca wymagające modernizacji infrastruktury w opinii mieszkańców Aten

Można założyć, że mieszkańcy, korzystając na co dzień z publicznej komunikacji miejskiej, mają największą wiedzę na temat tego, co poprawić, czego brakuje, a co jest na zadowalającym poziomie. Ich sugestie mogą mieć istotny wpływ na poprawę jakości tych usług, dzięki czemu będą mogli pozytywnie „zaskakiwać” turystów odwiedzających Ateny.

Na rycinie 5 zaprezentowano miejsca i usługi w Atenach, które zostały wskazane przez mieszkańców jako wymagające modernizacji.



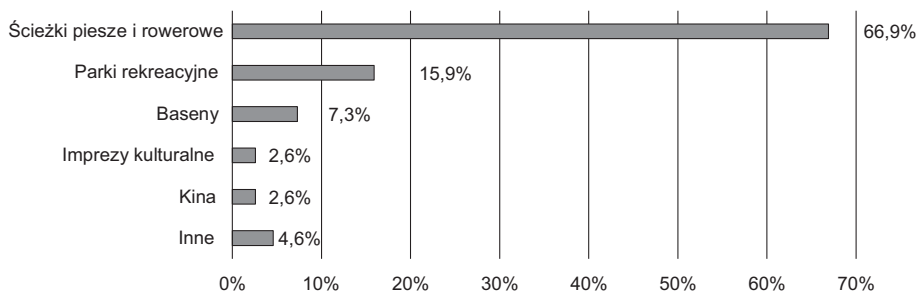
Ryc. 5. Miejsca i usługi w Atenach wymagające modernizacji w opinii respondentów [w %]  
Źródło: wyniki badań własnych.

Jako najpilniejszą potrzebę, dotyczącą komunikacji miejskiej, ponad połowa respondentów wymieniła poprawę stanu taboru autobusowego i jakości świadczonych usług. Ponad 1/3 ankietowanych uznała, że władze miasta powinny usprawnić ścieżki piesze i rowerowe, a 1/25 badanych wskazała na konieczność odnowienia przystanków autobusowych i stacji kolejowych.

Na rycinie 6 przedstawiono elementy infrastruktury turystycznej Aten, występujące w opinii mieszkańców w niewystarczającej liczbie.

Ponad 2/3 ankietowanych uznało, że zbyt słabo jest rozbudowana infrastruktura turystyczna Aten, wskazując na zbyt małą liczbę ścieżek pieszych i rowerowych. Około 1/7 respondentów zaznaczyło potrzebę zwiększenia liczby parków o charakterze rekreacyjnym, a co 14 badany wymienił zbyt małą liczbę basenów.

Reasumując, należy stwierdzić, że Ateńczycy wskazali na potrzebę modernizacji infrastruktury transportowej miasta, a głównie komunikacji miejskiej. Głównym problemem jest ich zły stan techniczny oraz brak punktualności. W przypadku



Ryc. 6. Elementy infrastruktury turystycznej, które według badanych występują w niewystarczającej liczbie na terenie Aten [w %]

Źródło: wyniki badań własnych.

ścieżek rowerowych i pieszych zarzuty dotyczyły ich stanu technicznego. Wymagają one natychmiastowej renowacji, a nawet całkowitego przebudowania – wynika to z często występujących braków elementów chodników, ich krzywizn czy też niewystarczającej szerokości. Istotą infrastruktury drogowej jest to, że turyści, zwiedzając Ateny, najczęściej korzystają ze ścieżek rowerowych i pieszych (spacerując). Warto również zauważyć, że przez przyjazdy turystów do Aten wzrastają „uliczne korki”, zwiększa się tłok na chodnikach i jest więcej śmieci.

## Ocena bezpieczeństwa i dostępności komunikacyjnej

Ważnym aspektem życia w dużej metropolii jest bezpieczeństwo. Pod tym pojęciem należy rozumieć zespół warunków umożliwiających mieszkańcom i turystom funkcjonowanie w życiu społecznym, w szczególności gwarantujących ochronę ich życia, zdrowia i mienia (Sirojć, Soboń 2011). Bezpieczeństwo jest wyznacznikiem spokoju i możliwości spędzania beztrudnego urlopu z dala od zagrażających życiu czy chociażby stresujących sytuacji. Jest to najważniejsze kryterium podczas podejmowania decyzji dotyczących wyjazdów zagranicznych w trakcie wakacji, a szczególnie dla rodzin z dziećmi. W badaniach 37,1% respondentów stwierdziło, że czują się bezpiecznie w Atenach, a 45,7% wybrało odpowiedź „raczej” bezpiecznie. Nie czuło się bezpiecznie 7,3% ankietowanych, a 9,9% nie miało opinii na ten temat. To pokazuje, że niespełna jedna osoba na dziesięć miała jakiegokolwiek obawy związane ze swoim bezpieczeństwem.

Dostępność komunikacyjna Aten była kolejną sprawą poruszoną w kwestionariuszu ankiety. Większość respondentów (94,0%) uznała, że Ateny są bardzo dobrze lub raczej dobrze skomunikowane z resztą miejscowości w kraju. Z tym poglądem nie zgodziło się jedynie 4,6% respondentów.

W badaniach poszukiwano również odpowiedzi na temat stanu komunikacji miejskiej w Atenach pod względem częstotliwości odjazdów, sieci połączeń oraz jakości pojazdów i ich wyposażenia. Ponad połowa respondentów (62,9%) uznała, że jest raczej usatysfakcjonowana poziomem usług, a 16,6% ankietowanych było zdecydowanie zadowolonych. Mniej niż 1/5 respondentów była stanowczo rozczarowana jakością usług, a 2% nie miało zdania na ten temat.

Podsumowując, należy stwierdzić, że Ateny przez większość respondentów postrzegane są jako bezpieczne miasto zarówno dla mieszkańców, jak i turystów. Pomimo panującej pandemii, duża liczba turystów w 2020 r. wybrała Grecję jako miejsce urlopowego wyjazdu (<https://podroze.onet.pl>). Połączenia komunikacyjne Aten z resztą kraju i Europy zostały przez większość ankietowanych uznane za zadowalające, tak samo jak ogólne wrażenie odnośnie do komunikacji miejskiej pod względem częstotliwości odjazdów, sieci połączeń, jakości oraz wyposażenia pojazdów. Na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, że Ateny są bardzo dobrym wyborem dla turysty z uwagi na wysokie poczucie bezpieczeństwa oraz łatwość podróżowania.

## Podsumowanie

Ateny dzięki dużej liczbie doskonale zachowanych zabytków, bliskości plaż oraz dobrej rozwiniętej dostępności komunikacyjnej co roku goszczą miliony odwiedzających nie tylko z Europy, ale także z całego świata. Miasto w 2015 r. znalazło się na 47 miejscu wśród najchętniej odwiedzanych miast na świecie (Geerts 2016).

Badania wykazały, że w zdecydowanej większości mieszkańcy Aten uważają miasto za miejsce wypoczynku o wysokim potencjale turystycznym. Zabytki i miejsca historyczne stolicy Grecji uznane zostały za najważniejszą zachętę do jej odwiedzenia. Bardzo istotne jest to, że sami Ateńczycy nadal chętnie spędzają czas wolny w miejscach odwiedzanych tłumnie przez turystów, co oznacza, że nie straciły one swojego prawdziwego greckiego uroku i nie zostały skomercjalizowane.

Poziom zadowolenia z komunikacji miejskiej w Atenach zarówno pod kątem częstotliwości odjazdów, sieci połączeń, jak i jakości pojazdów oraz ich wyposażenia jest wysoki. To istotna informacja dla turystów, którzy najprawdopodobniej nie napotkają problemów podczas poruszania się środkami komunikacji miejskiej po Atenach. Bardzo ważną informacją płynącą z badań jest to, że Ateńczycy są pozytywnie nastawieni do turystów. Ten aspekt ludzki, w postaci otwartości i życzliwości w stosunku do odwiedzających, podróźni będą wspominać najdłużej.

## Literatura

- Athens Attica. Greece, all time classic. Greek National Tourism Organization, November, 13th ed.
- Geerts W. 2016. Top 100 City Destinations Ranking. Euromonitor International.
- Greece in Figures. Statistical Information and Publications Division, Hellenic Statistical Authority (ELSTAT), January–March.
- Gitberlet B.I. 2018. 20 najwspanialszych budowli świata. Wydawnictwo Sonia Draga Sp. z o.o., Katowice.
- Ikkos A., Koutsos S. 2017. The contribution of Tourism to Greek economy in 2015, SETE Intelligence (Greek Tourism Confederation), January, 2nd ed.
- Kluczowe sektory greckiej gospodarki w 2017 r. 2018. Publikacja Polskiego Ministerstwa Rozwoju, Warszawa.

- Marciszewska B. 2010. Potencjał turystyczny regionu a kreowanie jego wizerunku. *Ekonomiczne Problemy Usług* 52. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 590: 13.
- Mikos von Rohrscheidt A. 2016. *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*. Wydawnictwo KulTour.pl, Poznań.
- Pawlicz A. 2008. *Promocja produktu turystycznego. Turystyka miejska*. Centrum Doradztwa i Informacji Delfin, Warszawa.
- Rettinger R., Rozmus M. 2010. *Przestrzenne zróżnicowanie wielkości ruchu turystycznego w Grecji*. Prace Komisji Geografii Przemysłu, 16. Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Warszawa–Kraków.
- Richards G. 1996. *Cultural Tourism in Europe*. CAB Internatrional, Wallingford.
- Sektor turystyczny w Grecji 2018. Polska Agencja Inwestycji i Handlu, Warszawa.
- Sirojć Z., Soboń J. 2011. *Kwestia bezpieczeństwa w zarządzaniu rozwojem współczesnych metropolii*. [W:] M. Lisiecki, B. Sitka (red.), *Bezpieczeństwo dużych i średnich aglomeracji z perspektywy europejskiej*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Gospodarki Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi, Józefów.
- Sotiriadis M., Varvaressos S. 2015. A strategic analysis of Greek tourism: competitive position, issues and lessons. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2).
- Tourism sector: A central pillar of the Greek economy. *Enterprise Greece 2019*. Invest&Trade, Athens.
- UNWTO Tourism Highlights 2010.
- UNWTO Tourism Highlights 2013.
- UNWTO Tourism Highlights 2019.
- Velissariou E., Vasilaki E. 2014. Local gastronomy and tourist behavior. *Research on domestic tourism in Greece*. *Journal of Tourism Research*, 9.
- Weber C.H., Städtereisen A. 2010. [W:] A. Dreyer (red.), *Kulturtourismus*. Wyd. Oldenbourg Verlag, München–Wien.
- Willett D., Bain C., Clark M., Hannigan D., Hellander P., Oliver J. 2004. *Greece*. Lonely Planet Publications.

### Źródła internetowe

- <http://worldpopulationreview.com/world-cities/athens-population/> (dostęp: 3.01.2020).
- [http://www.visitgreece.gr/el/greek\\_islands](http://www.visitgreece.gr/el/greek_islands) (dostęp: 16.08.2020).
- <https://podroze.onet.pl/aktualnosci/koronawirus-a-wakacje-2020-w-grecji-rekord-zakazen/23yrrww> (dostęp: 22.10.2020).
- <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/> (dostęp: 1.11.2020).

## Tourist potential of Athens in the opinion of its inhabitants

**Abstract:** The aim of the article is to find out what Athenians think about their perception of the tourist potential of their city. Along with the presentation of the dynamics of tourism development in Greece in the last 20 years, the most frequent directions of the influx of foreign tourists were characterized. The presented results of own research, conducted in 2020 among 151 inhabitants of Athens, indicated the high tourist potential of the city in the opinion Athenians and showed their positive attitude towards tourists visiting it. Numerous monuments and historical places were considered the greatest incentive to visit the Athens.

**Key words:** Greece, Athens, urban tourism, tourism potential, leisure