



IN.EM.Y. - ΕΣΕΕ
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΣ ΕΣΕΕ

ΕΡΕΥΝΑ

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΠΡΩΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

**ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ:
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ – ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2013**

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΕΙΡΑΙΑ

Η ερευνητική προσπάθεια του INEMY της ΕΣΕΕ για τη μελέτη της καταναλωτικής συμπεριφοράς των τουριστών σε Αθήνα και Πειραιά εντάσσεται σε μια γενικότερη επιδίωξη της ΕΣΕΕ να χαρτογραφήσει και να ταξινομήσει τους διαφορετικούς τρόπους με τους οποίους οι ξένοι επισκέπτες οργανώνουν τη σχέση τους με την εγχώρια επιχειρηματικότητα. Εάν δεχθούμε ότι ο τουρισμός είναι πράγματι μία από τις βαριές μεταβλητές της ελληνικής οικονομίας τότε είμαστε υποχρεωμένοι να εξετάσουμε πώς οι λοιπές μεταβλητές και ειδικότερα το Εμπόριο επηρεάζονται από αυτόν, ειδικά στις τουριστικές περιόδους οπότε και η σύνθεση του καταναλωτικού κοινού στην χώρα μεταβάλλεται δραματικά.

Θέση της ΕΣΕΕ είναι ότι εμπόριο και τουρισμός είναι δύο δραστηριότητες σε δημιουργική αλληλεπίδραση μεταξύ τους. Από τη μία πλευρά, η τουριστικότητα μιας περιοχής ευνοεί τη μεγαλύτερη προσέλευση δυνητικών καταναλωτών για τα εμπορικά καταστήματα· από την άλλη πλευρά, ωστόσο, οι εμπορικές επιχειρήσεις, ειδικά σε παραδοσιακούς εμπορικούς δρόμους, συνεισφέρουν στην ενίσχυση και προώθηση του τουριστικού χαρακτήρα. Σε αυτό το πλαίσιο είναι αναγκαίο να καταρτιστεί μια εμπορική/τουριστική στρατηγική που θα βασίζεται στην συνολική εικόνα και θα επιτρέπει τη συνδυασμένη ανάπτυξη αμφότερων των κλάδων.

Το ζήτημα της τουριστικής καταναλωτικής δαπάνης είναι κρίσιμο για την κατανόηση των ευκαιριών που προσφέρει ο τουρισμός αλλά και των ορίων της ουσιαστικής συνεισφοράς του στη γενικότερη αναπτυξιακή στρατηγική. Τα περίπου 60 ευρώ ημερησίως που ξοδεύει ένας μέσος τουρίστας – είτε είναι επισκέπτης είτε προέρχεται από κρουαζιέρα – οριοθετούν και τις ρεαλιστικές αναμονές για ενίσχυση της ελληνικής οικονομίας εν μέσω κρίσης. Σύμφωνα με τους υπολογισμούς μας ο τουριστικός πλούτος που αντιστοιχεί στο ΑΕΠ, με τα σημερινά δεδομένα χαρακτηριστικά της ελληνικής οικονομίας έχει όρια. Αυτό σημαίνει ότι ο μονοδιάστατος προσανατολισμός της αναπτυξιακής προσπάθειας προς τον τουρισμό δε θα φέρει τα αναμενόμενα αποτελέσματα εάν δεν συνοδεύεται και από μια παράλληλη ανάπτυξη και άλλων κλάδων της οικονομίας.

1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Αντικείμενο της έρευνας «Καταναλωτικά πρότυπα Τουριστών στην εμπορική αγορά της Αθήνας και του Πειραιά» είναι αρχικά η διερεύνηση των βασικών χαρακτηριστικών των ξένων τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα και είτε διαμένουν σε καταλύματα στην Αττική, είτε την επισκέπτονται ως μέρος των διακοπών τους με κρουαζιερόπλοιο. Επιπλέον, η αλληλεπίδραση αυτών με την εμπορική αγορά της πόλης και το επίπεδο της ικανοποίησης τους από τη λειτουργία και τις παροχές των εμπορικών καταστημάτων. Λόγω του ότι η έρευνα έχει σκοπό να σκιαγραφήσει και να κατανοήσει το καταναλωτικό προφίλ των τουριστών που προέρχονται από χώρες που αποτελούν τις βασικότερες πηγές του ελληνικού τουρισμού, σχεδιάστηκε έτσι ώστε να μπορούν να μελετηθούν με ικανοποιητική ασφάλεια οι επισκέπτες ανά χώρα προέλευσης.

Βασικοί σκοποί της έρευνας είναι:

- ✓ Ο προσδιορισμός κοινωνικού-οικονομικού προφίλ των τουριστών.
- ✓ Η διερεύνηση ποιοτικών χαρακτηριστικών ως προς την οργάνωση του ταξιδιού και κατηγοριοποίηση των επισκεπτών βάση αυτών.
- ✓ Ο προσδιορισμός των θετικών στοιχείων της εμπορικής αγοράς που μπορούν να αποτελέσουν πόλο προσέλκυσης ξένων επισκεπτών.
- ✓ Ο προσδιορισμός των αρνητικών στοιχείων της εμπορικής αγοράς που απειλούν την εικόνα της.
- ✓ Η διερεύνηση των καταναλωτικών συμπεριφορών, αναγκών και προσδοκιών του ξένου καταναλωτικού κοινού ώστε οι προτάσεις ανάπτυξης της αγοράς να είναι περισσότερο στοχευμένες σε αυτό το target group.
- ✓ Οι διαδρομές που ακολουθούν οι τουρίστες μέσα στην πόλη.
- ✓ Η καταγραφή των τουριστικών περιοχών.

2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η μεθοδολογία της έρευνας είναι ποσοτική ώστε να αποτυπωθούν οι γενικές τάσεις του υπό έρευνα πληθυσμού και να καθίσταται εφικτή η στατιστική γενίκευση των αποτελεσμάτων.

Η τεχνική συλλογής των δεδομένων που θα εφαρμοστεί στην έρευνα πεδίου είναι η συνέντευξη με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου.

Το ερωτηματολόγιο απαρτίζεται από κλειστές ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, ερωτήσεις ιεράρχησης και διαβάθμισης, και περιλαμβάνει επίσης ορισμένες ερωτήσεις ανοικτού τύπου (ελεύθερης απάντησης) ώστε να εντοπιστούν τυχόν ζητήματα που δεν έχουν προβλεφθεί από τον ερευνητικό σχεδιασμό.

3Α. ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΤΤΙΚΗ, ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

Ο πληθυσμός της έρευνας είναι οι ξένοι τουρίστες που διαμένουν στις Νομαρχίες Αθηνών και Πειραιά και σύμφωνα με επίσημα στοιχεία του 2010 και 2011 ανέρχονται περίπου στα 1.700.000 άτομα.

Το μέγεθος του δείγματος προσδιορίστηκε στα 1700 άτομα. Η δειγματοληψία που σχεδιάστηκε είναι στρωματοποιημένη σε ένα στάδιο όπου ως στρώματα ορίστηκαν οι χώρες προέλευσης των επισκεπτών.

Το μέγιστο τυπικό σφάλμα για τα ποσοστά των απαντήσεων της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας που σχεδιάστηκε είναι 0.012¹. Στο δείγμα συμπεριλήφθηκαν χώρες που αποτελούν τις

¹ Με βάση το μέγιστο τυπικό σφάλμα μπορούμε να κατασκευάσουμε τα διαστήματα εμπιστοσύνης για κάθε ερώτηση χρησιμοποιώντας τον τύπο (Εκτίμηση ποσοστού \pm

βασικότερες αγορές τουριστών για την Ελλάδα, σύμφωνα με επίσημα στοιχεία για τα έτη 2011 και 2012. Οι χώρες προέλευσης που επιλέχθηκαν είναι 6 τον αριθμό και καλύπτουν το 46,5% του συνολικού αριθμού τουριστών στην Ελλάδα.

Ο αριθμός των ερωτηματολογίων για κάθε στρώμα (χώρα προέλευσης) είναι ανάλογος με το ποσοστό των επισκεπτών που ταξίδεψαν στην Ελλάδα από κάθε χώρα.

Στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζεται η αναλυτική διάρθρωση του δείγματος όπως καθορίστηκε από τον ερευνητικό σχεδιασμό.

α/α	ΧΩΡΑ	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ
1	Γερμανία	485
2	Ηνωμένο Βασίλειο	442
3	Γαλλία	226
4	Ρωσία	201
5	Ιταλία	195
6	Ολλανδία	151
	ΣΥΝΟΛΟ	1.700

Συντελεστής επιπέδου εμπιστοσύνης * Τυπικό σφάλμα), όπου για το επίπεδο σημαντικότητας 95% ο συντελεστής είναι 1.96.

3B. ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ, ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

Ο πληθυσμός της έρευνας είναι οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων που αφίχθηκαν στο λιμάνι του Πειραιά, όπου σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία για το 2012 ανέρχονται περίπου στους 1.200.000 επιβάτες.

Το μέγεθος του δείγματος προσδιορίστηκε στα 1.000 άτομα. Η δειγματοληψία που σχεδιάστηκε είναι στρωματοποιημένη σε ένα στάδιο όπου στρώματα θεωρήθηκαν οι χώρες προέλευσης των επιβατών. Το 87.5% των επιβατών σε παγκόσμια κλίμακα για τις κρουαζιέρες προέρχεται από την Β. Αμερική (60.5%) και την Ευρώπη (27%) για αυτό και επιλέχθηκαν οι δυο αυτές περιοχές για τον σχεδιασμό του δείγματος. Όσο αφορά την ευρωπαϊκή αγορά επιλέχθηκαν οι χώρες που καλύπτουν το 87.3% των επιβατών που προέρχονται από την Ευρώπη. Συνολικά προσδιορίστηκαν 7 στρώματα (χώρες προέλευσης). Ο αριθμός των ερωτηματολογίων για κάθε στρώμα είναι ανάλογος με το ποσοστό των επιβατών από κάθε χώρα. Στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζεται η αναλυτική διάρθρωση του δείγματος όπως καθορίστηκε από τον ερευνητικό σχεδιασμό.

α/α	ΧΩΡΑ	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ
1	ΗΠΑ	602
2	Καναδάς	64
3	Ηνωμένο Βασίλειο	91
4	Γερμανία	77
5	Γαλλία	43
6	Ισπανία	67
7	Ιταλία	56
	ΣΥΝΟΛΟ	1000

Το μέγιστο τυπικό σφάλμα για τα ποσοστά των απαντήσεων της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας που σχεδιάστηκε είναι 0.016.

4. ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν από καταρτισμένους ερευνητές οι οποίοι και θα λάβουν ειδική εκπαίδευση για τη διενέργεια της έρευνας.

Η διάρκεια διεξαγωγής της έρευνας υπολογίζεται στις 25 -30 μέρες. Ο χρόνος διεξαγωγής της έρευνας είναι ο μήνας Αύγουστος λόγω της υψηλής συγκέντρωσης τουριστών τη συγκριμένη περίοδο.

Η συνεντεύξεις θα διεξαχθούν σε κομβικά τουριστικά σημεία της Αθήνας. Συγκεκριμένα τα σημεία που επιλέχθηκαν για την συλλογή των δεδομένων είναι η περιοχή κοντά στην Ακρόπολη, ο Εθνικός κήπος, το Σύνταγμα, η Καπνικαρέα και η πλατεία Μοναστηράκι. Τα παραπάνω σημεία θεωρήθηκε ότι αποτελούν πόλο έλξης της πλειονότητας των τουριστών ανεξάρτητα από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, ώστε να αποφευχθούν μεροληπτικά σφάλματα στην έρευνα.

Επιπλέον, θα δοθούν οδηγίες στους ερευνητές με σκοπό να εξασφαλιστεί η τυχαιότητα του δείγματος και να εξασφαλιστεί η κάλυψη των αναλογιών της στρωματοποίησης. Βασικό σημείο της δειγματοληψίας ώστε το δείγμα να αποτελείται από ανεξάρτητες παρατηρήσεις είναι οι συνεντεύξεις να γίνονται σε άτομα που δεν επισκέφτηκαν μαζί τη Αττική π.χ. να μην γίνονται συνεντεύξεις σε φίλους, συγγενείς, γκρουπ τουριστών κτλ.

5. ΟΙ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ & ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Στο πλαίσιο της διενέργειας έρευνας σχετικά με τις καταναλωτικές προτιμήσεις των τουριστών που επισκέπτονται την Αθήνα θα μπορούσαν να εισαχθούν και ορισμένες ερωτήσεις οι οποίες σε συνδυασμό με τα δεδομένα των ήδη διαθέσιμων καταγραφών θα μας βοηθήσουν να οριοθετήσουμε με τον ορθότερο δυνατό τρόπο την τουριστική περιοχή της Αθήνας.

Σαν τουριστική περιοχή θα μπορούσαμε να ορίσουμε την περιοχή εκείνη που περικλείει το μεγαλύτερο πλήθος των αξιοθέατων της πόλης καθώς και τις πιθανότερες διαδρομές από και προς τα αξιοθέατα αυτά αλλά και τον τόπο διαμονής των επισκεπτών. Συνεπώς για την οριοθέτηση της τουριστικής περιοχής είναι απαραίτητος σε ένα πρώτο επίπεδο ο ορισμός κάποιων βασικών «σημείων αγκύρωσης» - κόμβων. Με δεδομένο ότι η ημέρα ενός επισκέπτη/τουρίστα ξεκινά και καταλήγει στον τόπο διαμονής του θα πρέπει πρώτα να χαρτογραφηθούν τα ξενοδοχεία που υπάρχουν στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας. Στη συνέχεια, θα πρέπει να χαρτογραφηθούν οι πόλοι έλξης της πόλης όπως μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, συγκεντρώσεις καταστημάτων εστίασης κλπ. καθώς και οι συγκοινωνιακές υποδομές του κέντρου της πόλης. Ο συνδυασμός όλων των παραπάνω και η γεωγραφική τους ανάλυση θα μας δώσει μία πρώτη εικόνα της τουριστικής περιοχής της Αθήνας. Με δεδομένο όμως ότι όλοι οι πόλοι δεν έχουν την ίδια εμβέλεια, όλα τα ξενοδοχεία δεν έχουν την ίδια πληρότητα/επισκεψιμότητα αλλά και οι πιθανές διαδρομές μέσα στην πόλη δεν έχουν την ίδια ελκυστικότητα θα πρέπει να βρεθεί ένας τρόπος στάθμισης όλων των παραπάνω. Ένας πρώτος τρόπος θα μπορούσε να είναι η καταγραφή και η αποδελτίωση των προτεινόμενων περιοχών, αξιοθέατων και τόπων διαμονής όπως αυτή καταγράφεται σε διεθνείς και καταξιωμένους τουριστικούς

οδηγούς (lonely planet κλπ). Οι περιοχές που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο πλήθος θετικών αναφορών θα είναι και αυτές που κατά πάσα πιθανότητα θα επισκεφθεί ο τυπικός τουρίστας. Καθώς όμως τα καταναλωτικά πρότυπα αλλά ακόμη και οι ίδιες οι προτεραιότητες του κάθε ατόμου διαφοροποιούνται από πληθώρα παραμέτρων όπως για παράδειγμα το πολιτισμικό υπόβαθρο, τις ημέρες διαμονής σε μία πόλη κλπ. θα πρέπει να βρεθούν ορισμένα ποιοτικότερα φίλτρα που θα αφορούν τη μετακίνηση του τουρίστα μέσα στην πόλη. Τέτοιου είδους πληροφορία θα μπορούσε να εξαχθεί αν στα ερωτηματολόγια τα οποία θα καταρτιστούν υπάρχουν ερωτήσεις σχετικά με τα μέρη τα οποία επισκέφθηκε ο ερωτώμενος. Με δεδομένο ότι ο χρόνος που απαιτείται είναι αρκετά μεγάλος θα ήταν ίσως χρήσιμο αυτό να γίνεται δειγματοληπτικά και για 1-2 ανά 10 ερωτώμενους. Τα παραπάνω σε συνδυασμό με τα ήδη διαθέσιμα δεδομένα θα μας δώσουν μία αρκετά επικαιροποιημένη εικόνα για το πως φαίνεται η Αθήνα στα μάτια του τουρίστα αλλά και το ποιες περιοχές προτίμησε να επισκεφθεί, οι περιοχές αυτές και η γεωγραφική τους συνεκτικότητα είναι και αυτές που κατά πάσα πιθανότητα αποτελούν και την τουριστική περιοχή της Αθήνας.

6. ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ

Η αρχική στρωματοποιημένη δειγματοληψία που σχεδιάστηκε για την έρευνα τουριστών στην Αττική είχε έξι στρώματα (εθνικότητες) τα οποία αποτελούν τις βασικές χώρες προέλευσης αλλοδαπών επισκεπτών στην Ελλάδα και ξεπερνάει κάθε μία το 3% του συνολικού αριθμού αφίξεων. Ο συνολικός αριθμός των ερωτηματολογίων επιλέχθηκε έτσι ώστε να υπάρχει ικανός αριθμός περιπτώσεων ανά στρώμα ώστε να είναι εφικτή η εμπάθυνση της ανάλυσης για κάθε εθνικότητα και να είναι δυνατόν να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα για κάθε μία από αυτές.

Η κατανομή του δείγματος ανά εθνικότητα βασίστηκε στην πανελλαδική κατανομή αφίξεων μη κατοίκων της Ελλάδας του έτους 2012. Δεδομένου ότι εκτός από το να κατανοήσουμε τις βασικές καταναλωτικές συμπεριφορές των συγκεκριμένων τουριστών, θέλουμε να έχουμε όσο το δυνατόν αντιπροσωπευτικότερο δείγμα του υπό μελέτη πληθυσμού κρίθηκε αναγκαία η αναπροσαρμογή του δείγματος. Συγκεκριμένα έχοντας τα πραγματικά δεδομένα για τις αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών σε καταλύματα στην Αττική και παρατηρώντας ότι ένα μεγάλο μέρος αυτών, την υψηλή τουριστική περίοδο, αποτελείται και από άτομα που διαμένουν μόνιμα στις Η.Π.Α. και την Ισπανία χρειάστηκε να συμπεριλάβουμε τις δύο αυτές εθνικότητες στο σχεδιασμό της έρευνας. Ο αριθμός των ερωτηματολογίων που ανατέθηκε στα δύο επιπλέον στρώματα έγινε σύμφωνα με την αρχική μεθοδολογία, έτσι ώστε να υπάρχουν ισχυρές πληθυσμιακές βάσεις που επιτρέπουν την ανάλυση των δεδομένων ανά χώρα προέλευσης των τουριστών. Γνωρίζοντας ότι η κατανομή των ερωτηματολογίων του σχεδιασθέντος δείγματος ανά στρώμα, δεν ακολουθεί την κατανομή των αφίξεων στην Αττική τα τελικά συμπεράσματα για τον υπό μελέτη πληθυσμό θα σταθμιστούν με τα τελευταία πραγματικά διαθέσιμα δεδομένα και θα γίνει σύγκριση μεταξύ σταθμισμένων και αστάθμιστων αποτελεσμάτων ώστε να ανιχνευθούν τυχόν διαφοροποιήσεις. Στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζεται η αναλυτική διάρθρωση του δείγματος όπως καθορίστηκε από τον νέο ερευνητικό σχεδιασμό.

α/α	ΧΩΡΑ	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ
1	Γερμανία	342
2	Ηνωμένο Βασίλειο	332
3	Γαλλία	310
4	Ρωσία	146
5	Ιταλία	185
6	Ολλανδία	126
7	Η.Π.Α.	155
8	Ισπανία	104
	ΣΥΝΟΛΟ	1700

7. ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

Λόγω του ότι ο κύριος όγκος της συλλογής δεδομένων για την έρευνα στην Αττική υλοποιήθηκε εντός του Αυγούστου, σχεδιάστηκε πιλοτική έρευνα ώστε να ελεγχθεί αν υπάρχουν βασικές διαφοροποιήσεις στο είδος των επισκεπτών, ανάλογα με τον μήνα προσέλευσης τους. Συμπληρώνοντας 137 συνεντεύξεις από τις 24 έως τις 30 Σεπτεμβρίου και ακολουθώντας την κατανομή ως προς τις εθνικότητες της αρχικής έρευνας, ώστε η χώρα προέλευσης των επισκεπτών να μην είναι παράγοντας που μπορεί να διαφοροποιήσει ποιοτικά τα αποτελέσματα, έγιναν έλεγχοι για την αναφερόμενη υπόθεση. Πιο συγκεκριμένα διενεργήθηκαν chi-square test ανεξαρτησίας θεωρώντας ως μεταβλητές τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων και τον μήνα προσέλευσης. Σε επίπεδο σημαντικότητας 5% απορρίπτεται η μηδενική υπόθεση της ανεξαρτησίας μεταξύ του μήνα προσέλευσης και των ηλικιακών κατηγοριών των επισκεπτών, καθώς και μεταξύ του μήνα προσέλευσης και του ατομικού ετήσιου εισοδήματος. Επίσης στατιστική σημαντική διαφορά παρατηρήθηκε στον τρόπο οργάνωση του ταξιδιού, με τους επισκέπτες του Σεπτεμβρίου να εμφανίζουν υψηλότερα ποσοστά στα οργανωμένα πακέτα διακοπών μέσω πρακτορείων ή tour operator. Έχοντας επιβαιβεώσει με αυτόν τον τρόπο ότι υπάρχουν ποιοτικές διαφορές μεταξύ των τουριστών του Αυγούστου και του Σεπτεμβρίου διενεργήθηκαν T-test ανεξάρτητων δειγμάτων ώστε να ελεγχθεί αν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά των μέσων τιμών των ημερησίων ατομικών δαπανών στα δύο γκρουπ τουριστών. Και σε αυτήν την περίπτωση η μηδενική υπόθεση ισότητας μέσων τιμών απορρίφθηκε σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω αποτελέσματα αποφασίστηκε να συνεχιστεί η έρευνα στους επισκέπτες της Αττικής και εντός του Οκτωβρίου ώστε να μπορεί να γίνει μία πιο ασφαλέστερη στατιστική ανάλυση και για την δεύτερη ομάδα τουριστών.

ΠΡΩΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

1. Δημογραφικά δεδομένα της έρευνας των τουριστών

Για να δημιουργηθεί το κοινωνικό – οικονομικό προφίλ των τουριστών χρησιμοποιήθηκαν τέσσερις μεταβλητές δημογραφικού χαρακτήρα, το φύλλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και τέλος το ετήσιο ατομικό εισόδημα των ερωτώμενων.

Ως προς το **φύλο** εμφανίζεται μια ασθενής υπεροχή των γυναικών έναντι των αντρών όπως παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 1. Σε μία περαιτέρω ανάλυση του φύλου ανά χώρα προέλευσης βρέθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αντρών εμφανίστηκε στους Ολλανδούς και είναι της τάξεως του 62%, ενώ στον αντίποδα το μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών στα άτομα που δήλωσαν ως χώρα μόνιμης διαμονής τη Γαλλία και φτάνει στο 63% των περιπτώσεων.

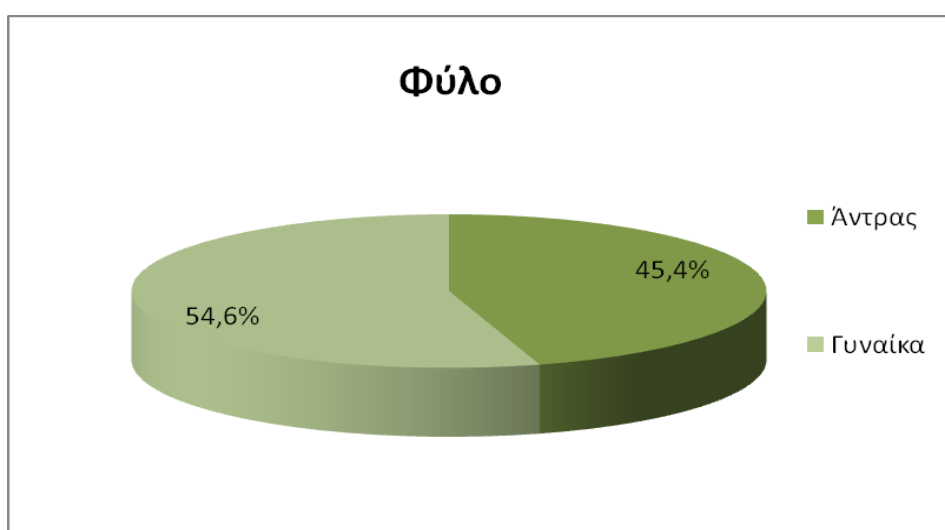
Όσον αφορά την **ηλικία** των τουριστών υπήρχαν έξι ηλικιακές ομάδες στον αρχικό σχεδιασμό του ερωτηματολογίου με ακραίες κατηγορίες «έως 24 ετών» και «άνω των 65 ετών», ενώ τον ενδιάμεσο εύρος χωρίστηκε ανά δεκαετίες. Η πολυπληθέστερη ηλικιακή ομάδα τουριστών είναι «25 – 34».

Λαμβάνοντας υπόψη τη διαφοροποίηση των εκπαιδευτικών συστημάτων ανά χώρα ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να εντάξουν τον εαυτό τους σε μία από τρεις γενικές κατηγορίες, όσον αφορά την εκπαίδευση που έχουν λάβει. Η πλειονότητα των τουριστών και συγκεκριμένα εννέα στους δέκα δήλωσε ότι ανήκει στο υψηλότερο **μορφωτικό επίπεδο**, ενώ ούτε το 1% έχει λάβει μόνο

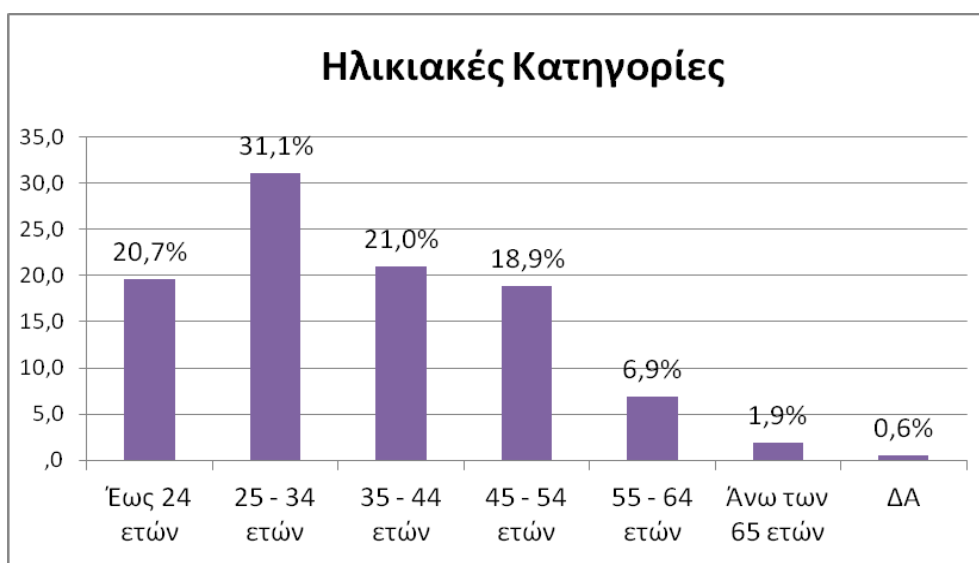
βασική εκπαίδευση (Διάγραμμα 3). Να σημειωθεί ότι η ανάλυση του μορφωτικού επιπέδου των ερωτώμενων ανά χώρα μόνιμης διαμονής δεν παρουσιάζει στατιστικά σημαντικές διαφορές.

Αναφορικά με το **ετήσιο εισόδημα** των τουριστών, (Διάγραμμα 4) παρουσιάζει μια σχετικά ισομερής κατανομή των τουριστών στις κατηγορίες οικονομικού εισοδήματος από κάτω των 15.000 ευρώ έως άνω των 70.000 ευρώ, με μία σχετικά μεγαλύτερη συγκέντρωση στις χαμηλές εισοδηματικές κατηγορίες.

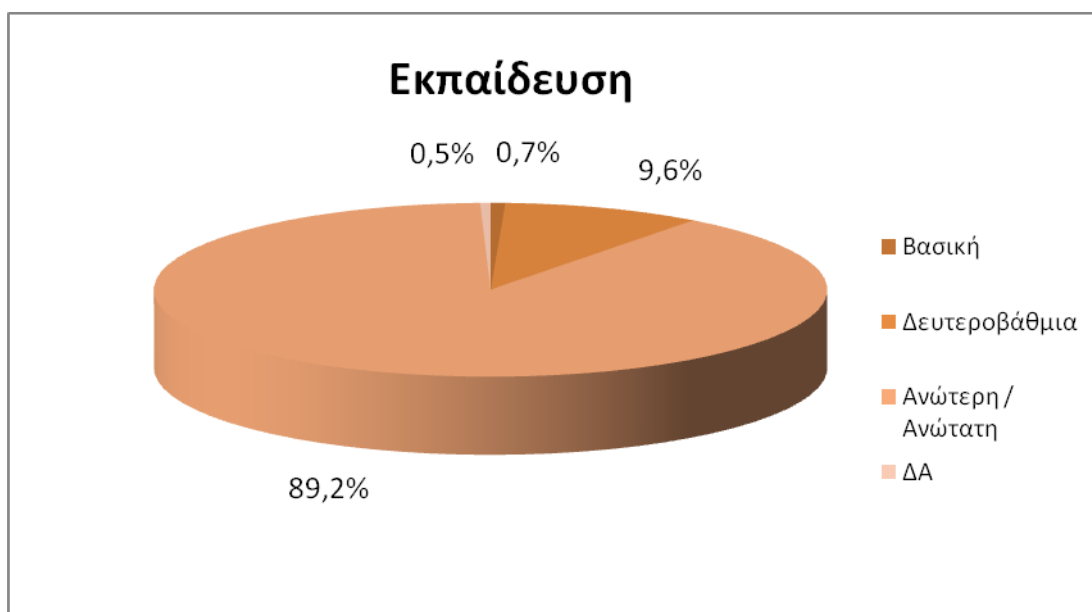
Διάγραμμα 1: Κατανομή τουριστών ανά φύλο



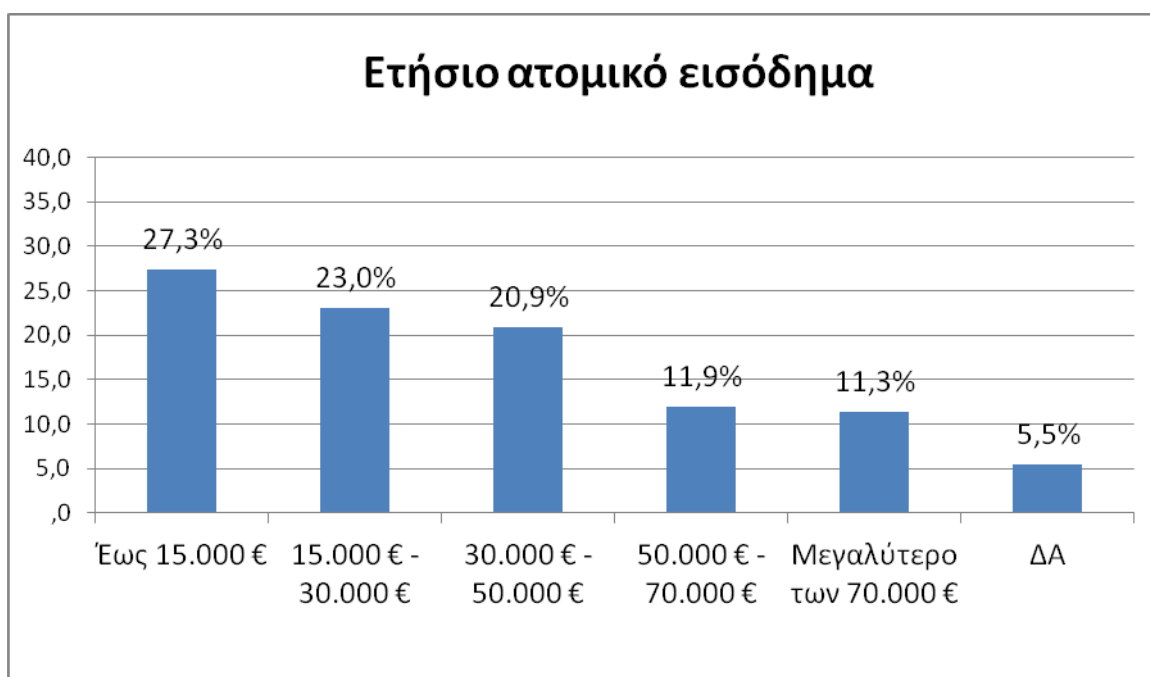
Διάγραμμα 2: Κατανομή τουριστών ανά ηλικιακή κατηγορία



Διάγραμμα 3: Κατανομή τουριστών ανά εκπαιδευτικό επίπεδο



Διάγραμμα 4: Κατανομή τουριστών ανά ετήσιο ατομικό εισόδημα

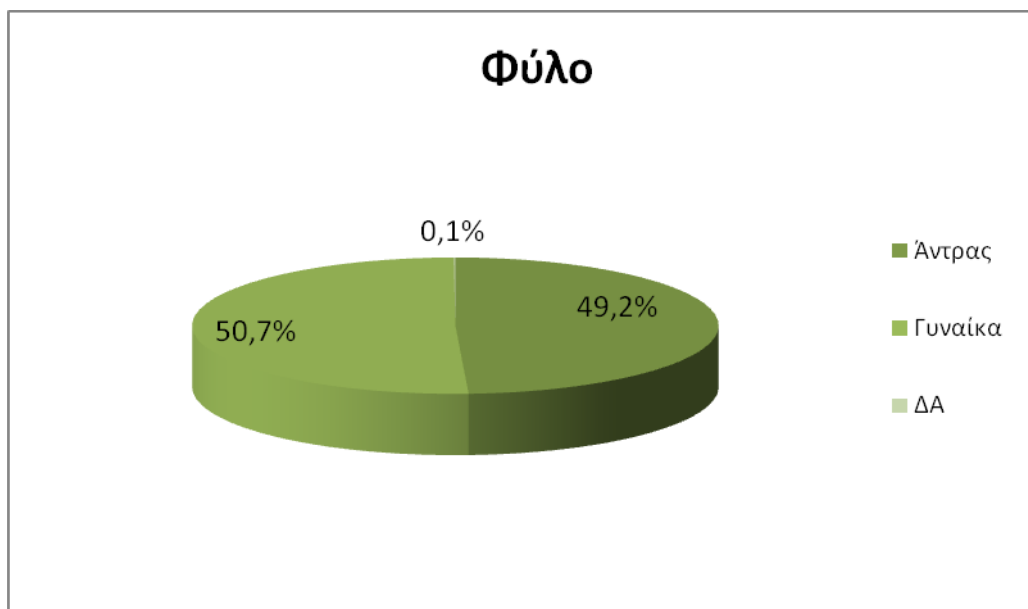


2. Δημογραφικά δεδομένα της έρευνας στην Κρουαζιέρα

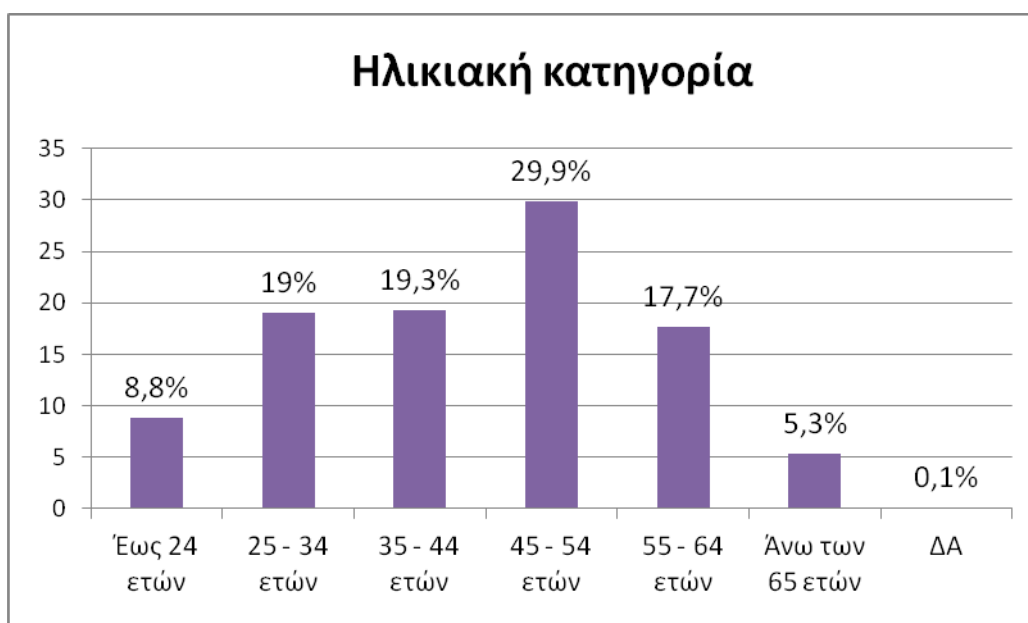
Αναφορικά με τους επισκέπτες της κρουαζιέρας και τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά, παρουσιάζονται κάποιες διαφοροποιήσεις σε σύγκριση με τον κύριο όγκο τουριστών στην Αθήνα. Η υπεροχή των γυναικών είναι οριακή, ενώ όπως ήταν αναμενόμενο από εμπειρικές διαπιστώσεις, οι ηλικιακές κατηγορίες παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές, με το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών να συγκεντρώνεται σε μεγαλύτερη ηλικιακή κατηγορία από ότι καταγράφηκε στους τουρίστες (Διάγραμμα 2).

Η πολυπληθέστερη ηλικιακή ομάδα επισκεπτών είναι η «45 – 54» ενώ η πλειονότητα των τουριστών και συγκεκριμένα εννέα στους δέκα δήλωσε ότι ανήκει στο υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο, ενώ ούτε το 12% έχει λάβει δευτεροβάθμια εκπαίδευση, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 7. Η κατανομή ανά ετήσιο οικονομικό εισόδημα, είναι ενδεικτική των επισκεπτών κρουαζιέρας με τον μεγαλύτερο αριθμό των επισκεπτών να συγκεντρώνεται στις κατηγορίες μεταξύ 30.000 έως 70.000 ευρώ (Διάγραμμα 8).

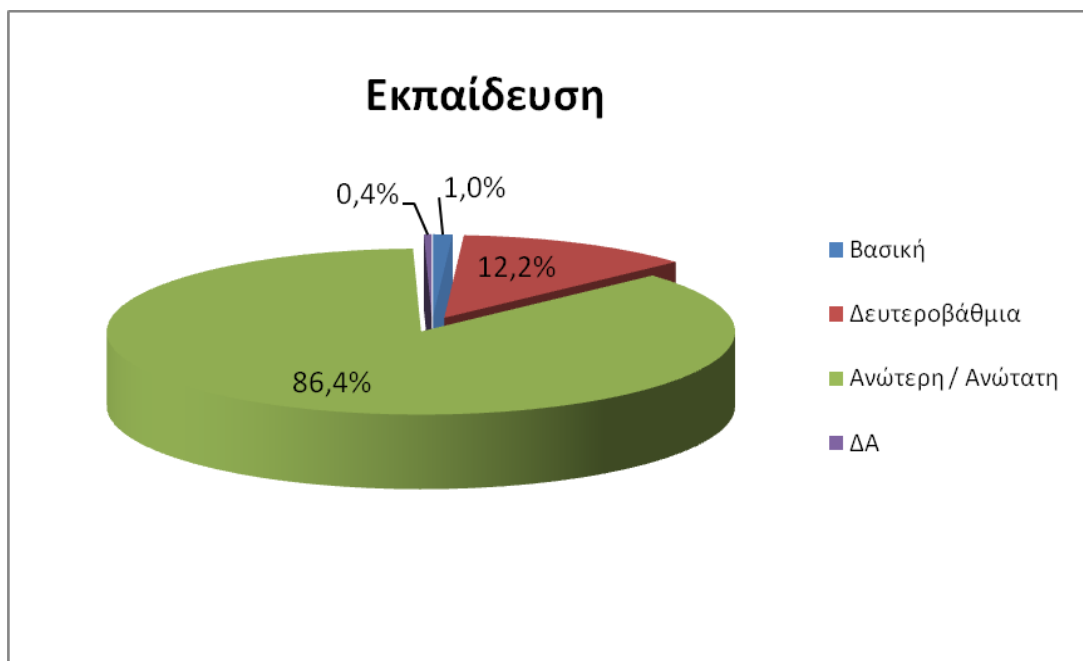
Διάγραμμα 5: Κατανομή επισκεπτών ανά φύλο



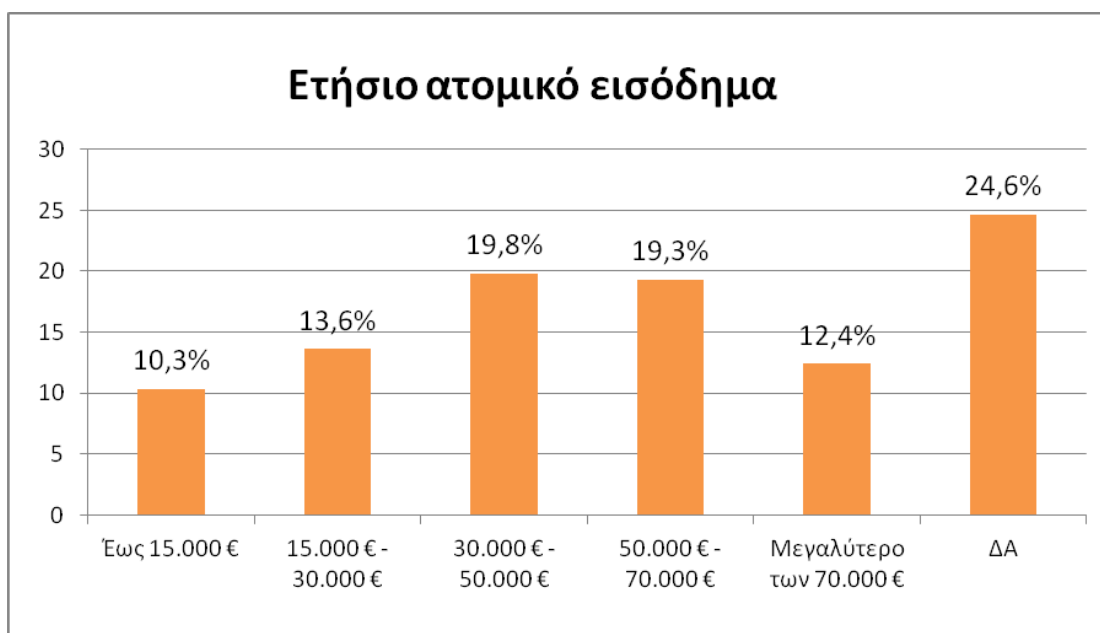
Διάγραμμα 6: Κατανομή επισκεπτών ανά ηλικιακή κατηγορία



Διάγραμμα 7: Κατανομή επισκεπτών ανά εκπαιδευτικό επίπεδο



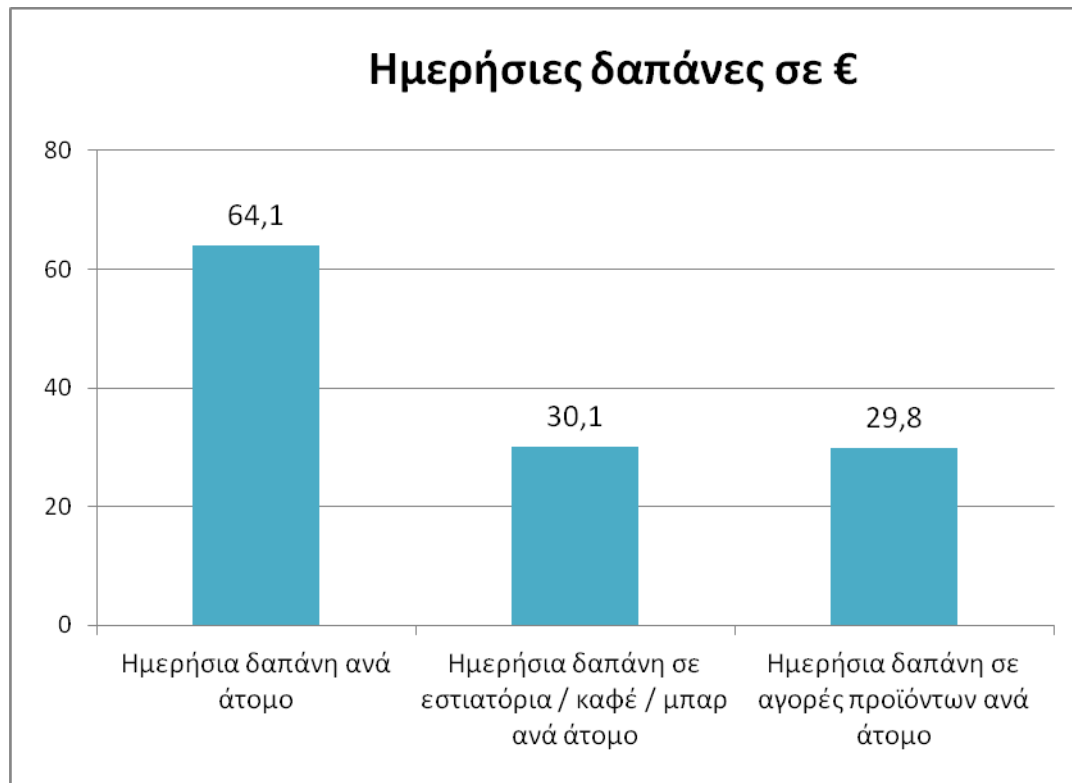
Διάγραμμα 8: Κατανομή επισκεπτών ανά ετήσιο ατομικό εισόδημα



3. Δαπάνες τουριστών και επισκεπτών

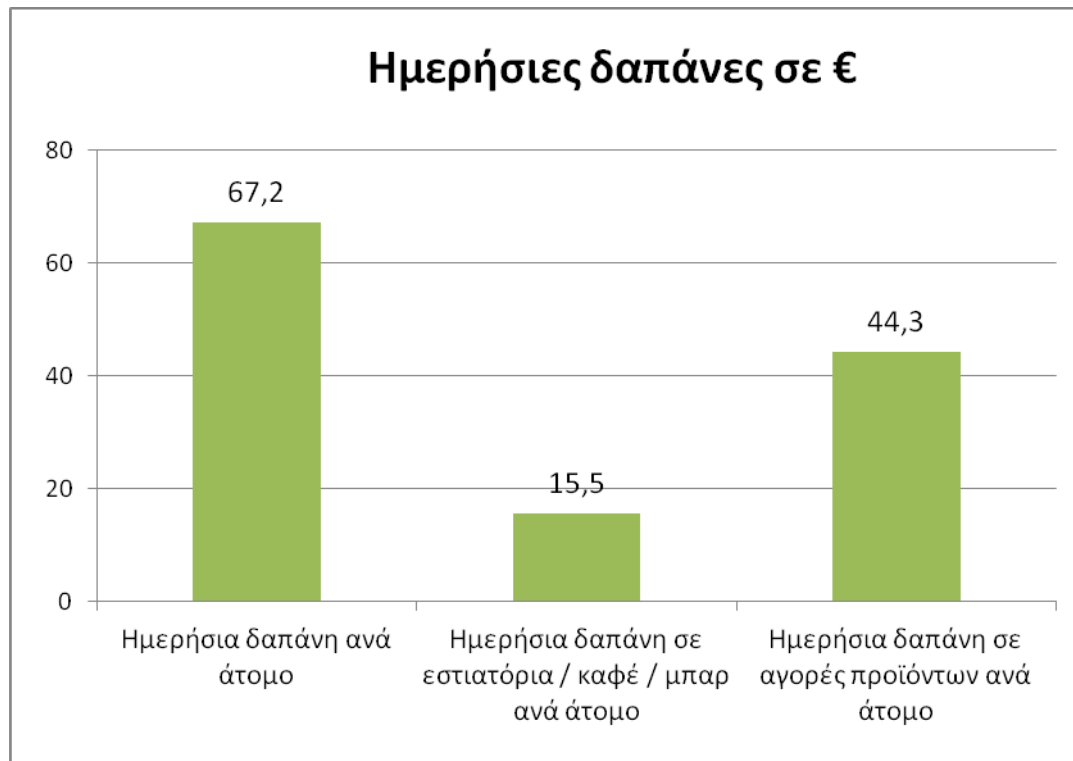
Ο υπολογισμός της **καταναλωτικής δαπάνης** των τουριστών κατά τη διάρκεια των διακοπών τους αποτελεί μια κρίσιμη παράμετρο για τις εμπορικές επιχειρήσεις και τη στρατηγική που θα πρέπει αυτές να αναπτύξουν ενώ ταυτόχρονα συμβάλει στον προσδιορισμό της συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ. Ο μόνος τρόπος προσέγγισης του ποσού που ξοδεύει ένας τουρίστας κατά την διαμονή στην χώρα προορισμού είναι η εμπειρική έρευνα. Άλλωστε την ίδια μεθοδολογία ακολουθεί και η Τράπεζα της Ελλάδας. Για το σκοπό αυτό οι ερωτήσεις ήταν αναλυτικές αναφορικά τόσο με τη δαπάνη σε επιχειρήσεις εστίασης όσο και ξεχωριστά σε εμπορικές επιχειρήσεις. Χωρίς να παραβλέπεται η σημασία του κόστους των μεταφορικών και της διαμονής, η ερευνητική ομάδα έκρινε ότι το συγκεκριμένο στοιχείο έχει καλυφθεί βιβλιογραφικά και δεν συνάδει άμεσα με τους βασικούς στόχους της μελέτης, οι οποίοι επικεντρώνονται στον διαμορφούμενο καταναλωτικό πρότυπο του τουρίστα. Επιπλέον, η εστίαση στην κατανάλωση, προσδοκά να καλύψει ένα σαφές βιβλιογραφικό κενό αναφορικά με το καταναλωτικό πρότυπο του τουρίστα (αγορές και δαπάνες διατροφής) το οποίο εξαρτάται άμεσα από το καταναλωτικό προϊόν της τουριστικής παραμονής (τύπος και τιμή διανυκτέρευσης).

Διάγραμμα 9: Ημερήσιες δαπάνες τουριστών



Οι συνολικές ημερήσιες δαπάνες του τουρίστα χωρίς τη δαπάνη μεταφορικών και διαμονής διαμορφώνεται στα 64,1 ευρώ (Διάγραμμα-9). Η συνολική ημερήσια δαπάνη περιλαμβάνει δαπάνες σε εστιατόρια, διατροφή, καφέ μπαρ, αγορές προϊόντων, εισιτήρια μετακίνησης, είσοδος σε πολιτιστικούς χώρους κα. Στη συνέχεια απομονώθηκαν οι δαπάνες σε επιχειρήσεις εστίασης και σε εμπορικές επιχειρήσεις. Όπως φαίνεται οι τουρίστες καταναλώνουν μέσο όρο την ημέρα 30,1 ευρώ σε επιχειρήσεις εστίασης και 29,8 ευρώ σε εμπορικές επιχειρήσεις.

Διάγραμμα 10: Ημερήσιες δαπάνες επισκεπτών (κρουαζιέρα)



Αρκετά μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα αποτελέσματα για την συνολική ημερήσια ατομική δαπάνη στους επισκέπτες της **κρουαζιέρας**. Η υψηλότερη συγκέντρωση των επισκεπτών σε υψηλές εισοδηματικές κατηγορίες σε σύγκριση με τους τουρίστες, φαίνεται ότι επηρεάζει την ατομική δαπάνη, αν αναλογιστεί κανείς ότι πρόκειται για επισκέπτες οι οποίοι παραμένουν εκτός του κρουαζιερόπλοιο κατά μέσο όρο **6,5 μόλις ώρες**. Σε αυτό το πλαίσιο, ο επισκέπτης της κρουαζιέρας στη διάρκεια της παραμονής του στην Αθήνα ξοδεύει συνολικά 67,2 ευρώ, 15,5 ευρώ σε επιχειρήσεις εστίασης και 44,3 ευρώ σε εμπορικές επιχειρήσεις. Ιδίως η τελευταία δαπάνη, ερμηνεύεται με βάση τη μεγαλύτερη οικονομική άνεση των επισκεπτών της κρουαζιέρας σε σύγκριση με τους τουρίστες.

Οι παραπάνω **πρώτες διαπιστώσεις** βρίσκονται σε στάδιο επεξεργασίας, αφού πρόκειται για ένα πολύ σημαντικό εύρημα το οποίο θα πρέπει να εξετασθεί περαιτέρω συνδυαστικά και με βάση άλλες μεταβλητές της έρευνας (δαπάνη ανά χώρα προέλευσης, ανά ηλικία, ανά είδος τουριστικού καταλύματος κτλ.). Επιπλέον, λόγω της στοχευμένης έρευνας σε τουρίστες της Αθήνας και του Πειραιά, και δεδομένο ότι το INEMY έχει πλέον αντίστοιχα στοιχεία και για άλλους ταξιδιωτικούς προορισμούς της χώρας (πχ. Έρευνα καταναλωτικών προτύπων στο τουρισμό της Ρόδου), το τελικό τεύχος της μελέτης θα περιλαμβάνει μια συνολικότερη προσέγγιση της **τουριστικής καταναλωτικής δαπάνης**.

Ωστόσο, σε πρώτη ανάγνωση και σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα της έρευνας της Τράπεζας της Ελλάδος (ταξιδιωτικό ισοζύγιο πληρωμών), η δαπάνη των τουριστών της Αττικής όπως προκύπτει από την έρευνα, βρίσκεται σε άμεση συνάφεια με τα υπάρχοντα στοιχεία.

Η ολιγοήμερη παραμονή στην Αθήνα πιθανόν να συνοδεύεται από υψηλότερη καταναλωτική δαπάνη στο βαθμό που πολλοί τουρίστες θα κατευθυνθούν στα πολλά αξιοθέατα που διαθέτει η πόλη (αρχαιολογικοί τόποι Μουσεία) με αυτόν τον τρόπο τα εύρημα της έρευνας του INEMY λειτουργεί συμπληρωματικά προς τα ευρήματα της Τράπεζας της Ελλάδας.

4. Διαδρομές τουριστών - επισκεπτών κρουαζιέρας στην Αθήνα

Απώτερος στόχος των ερωτήσεων των διαδρομών, όπως έχει προαναφερθεί, είναι η δημιουργία ενός χωρικού προτύπου μετακινήσεων μέσα στην πόλη της Αθήνα, πράγμα εξαιρετικά χρήσιμο για τον καθορισμό εμπορικών αλλά και (ιδιαίτερα στην προκειμένη περίπτωση) τουριστικών περιοχών με υψηλή πιθανότητα επισκεψιμότητας ή/και διέλευσης.

Λόγω του μεγάλου όγκου των ερωτηματολογίων, αλλά και της πολυπλοκότητας που η ίδια η ερώτηση ενέχει², επιλέχθηκε η τυποποίηση των διαδρομών μέσω συγκεκριμένων σημείων υψηλής επισκεψιμότητας (σημεία με υψηλή πολιτισμική αξία, πόλοι αναψυχής-διασκέδασης κλπ.). Τα παραπάνω σημεία εφεξής θα αποκαλούνται τοπόσημα. Έτσι ο ερωτώμενος καλείται να περιγράψει μία ή περισσότερες διαδρομές που ακολούθησε στην πόλη βάσει συγκεκριμένων τοπόσημων. Τα τοπόσημα τα οποία χρησιμοποιήθηκαν φαίνονται στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 1: Τοπόσημα που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα

Κωδικός Αναφοράς	Τοπόσημο
1	Σύνταγμα / Κοινοβούλιο
2	Μητρόπολη / Καπνικαρέα
3	Κεραμεικός
4	Γκάζι
5	Δημαρχείο (Πλατεία Κοτζιά)

² Η πολυπλοκότητα της ερώτησης αυτής καθαυτής συνίσταται σε μια σειρά παραμέτρους που αφορούν τόσο το είδος των αναμενόμενων απαντήσεων όσο όμως και το χρόνο που απαιτείται για την απάντηση. Η ιδανικότερη περίπτωση θα ήταν να μας σχεδίαζε ο κάθε ερωτώμενος τη διαδρομή που έκανε στην πόλη αλλά αυτό πέρα από το ότι είναι χρονοβόρο τόσο κατά τη διάρκεια των απαντήσεων αλλά και της επεξεργασίας (ψηφιοποίηση και χαρτογραφική απόδοση του πλήθους των απαντήσεων που απαιτεί εξειδικευμένο προσωπικό) προϋποθέτει ότι τόσο ο καταγραφέας όσο και ο επισκέπτης-ερωτώμενος να είναι απόλυτα εξοικειωμένοι με τον χάρτη της Αθήνας πράγμα που είναι εξαιρετικά δύσκολο μια και η έρευνα αναφέρεται σε επισκέπτες και όχι σε κάτοικους της πόλης. Αν επιλέγαμε την παραπάνω στρατηγική το ποσοστό απαντήσεων που θα παίρναμε θα ήταν εξαιρετικά μικρό ενώ η δυνατότητα της ποιότητας των απαντήσεων θα ήταν περιορισμένη.

6	Βιβλιοθήκη του Αδριανού (Πλατεία Μοναστηρακίου)
7	Ψυρρή
8	Αρχαία αγορά / Ναός του Ηφαιστού / Στοά του Απτάλου
9	Ρωμαϊκή αγορά / Αέρηδες
10	Αναφιώτικα / Πλάκα / Μνημείο Λυσικράτους
11	Ακρόπολη
12	Μουσείο Ακρόπολης
13	Ηρώδειο
14	Φιλοπάππου / Πνύκα / Φυλακή του Σωκράτη
15	Ναός του Δία / Πύλη του Αδριανού
16	Ζάππειο / Εθνικός κήπος
17	Παναθηναϊκό στάδιο (Καλλιμάρμαρο στάδιο)
18	Εκκλησία Αγίου Διονυσίου Αρεοπαγίτη / Πλατεία Κολωνάκι
19	Μουσείο Μπενάκη / Βυζαντινό μουσείο / Μουσείο Κυκλαδικής τέχνης
20	Εθνική πινακοθήκη
21	Ακαδημία / Πανεπιστήμιο / Εθνική βιβλιοθήκη
22	Λυκαβηττός
23	Πλατεία Εξαρχείων
24	Εθνικό αρχαιολογικό μουσείο
25	Ομόνοια
26	Εθνικό θέατρο
88	Αλλού

Ο παραπάνω πίνακας εμπλουτίστηκε με μερικές ακόμη καταχωρήσεις οι οποίες είναι οι προορισμοί οι οποίοι περιγράφηκαν από τους ερωτώμενους ως αλλού, έτσι ο πίνακας προορισμών που προέκυψε είναι ο ακόλουθος.

Πίνακας 2: Τοπόσημα που προέκυψαν από την έρευνα

Κωδικός Αναφοράς	Τοπόσημο
1	Σύνταγμα / Κοινοβούλιο
2	Μητρόπολη / Καπνικαρέα
3	Κεραμικός
4	Γκάζι
5	Δημαρχείο (Πλατεία Κοτζιά)
6	Βιβλιοθήκη του Αδριανού (Πλατεία Μοναστηρακίου)
7	Ψυρρή
8	Αρχαία αγορά / Ναός του Ηφαίστου / Στοά του Αττάλου
9	Ρωμαϊκή αγορά / Αέρηδες
10	Αναφιώτικα / Πλάκα / Μνημείο Λυσικράτους
11	Ακρόπολη
12	Μουσείο Ακρόπολης
13	Ηρώδειο
14	Φιλοπάππου / Πνύκα / Φυλακή του Σωκράτη
15	Ναός του Δία / Πύλη του Αδριανού
16	Ζάππειο / Εθνικός κήπος
17	Παναθηναϊκό στάδιο (Καλλιμάρμαρο στάδιο)
18	Εκκλησία Αγίου Διονυσίου Αρεοπαγίτη / Πλατεία Κολωνάκι
19	Μουσείο Μπενάκη / Βυζαντινό μουσείο / Μουσείο Κυκλαδικής τέχνης
20	Εθνική πινακοθήκη
21	Ακαδημία / Πανεπιστήμιο / Εθνική βιβλιοθήκη
22	Λυκαβηττός
23	Πλατεία Εξαρχείων
24	Εθνικό αρχαιολογικό μουσείο
25	Ομόνοια
26	Εθνικό θέατρο
88	Αλλού
27	Κουκάκι
28	Γλυφάδα
29	Πειραιάς
31	Νέα Σμύρνη
32	Πολιτεία
33	Αττικό παρκο
34	Πολεμικό μουσείο
35	Κηφισιά
36	Χαλάνδρι
37	Θησείο

38	Ακαδημία Πλάτωνα
39	Στέγη γραμμάτων και τεχνών
40	Μεταξουργείο
41	Μέγαρο Μουσικής
42	Ιουδαϊκό Μουσείο
43	Νεα Φιλαδέλφεια
44	Ραφήνα
45	Σούνιο
46	Ολυμπιακό Στάδιο
47	Μαρούσι

Κάθε προορισμός αντιστοιχίστηκε σε μία και μοναδική θέση στο χώρο μέσω της διαδικασίας της γεωκωδικοποίησης. Δηλαδή κάθε σημείο αντιστοιχίστηκε σε ένα ζεύγος συντεταγμένων που αντιστοιχούν στην πραγματική του θέση στο χώρο.

Στη συνέχεια έγινε η αντίστοιχη διαδικασία γεωκωδικοποίησης για τον τόπο διαμονής τον οποίο δήλωσαν οι ερωτώμενοι. Καθώς όμως οι απαντήσεις ήταν ανομοιογενείς μιας και άλλοι απαντούσαν λέγοντας απλά ότι έμεναν σε μια συγκεκριμένη γειτονιά (πχ Κουκάκι), άλλοι σε σπίτι φίλου (Νέο Ηράκλειο) και άλλοι σε συγκεκριμένο ξενοδοχείο κρίθηκε σκόπιμο να γίνει κάποιου είδους ομαδοποίηση που να εξασφαλίζει ένα κοινό επίπεδο αναφοράς. Το επίπεδο αναφοράς που επιλέχθηκε ήταν το Δημοτικό Διαμέρισμα όταν η απάντηση ήταν συγκεκριμένο ξενοδοχείο ή γειτονιά στον Δήμο Αθηναίων (πχ Caravel, Κουκάκι, Εξάρχεια, Πλάκα) οπότε όλες αυτές οι απαντήσεις ταξινομήθηκαν στο κεντροειδές του αντίστοιχου Δημοτικού Διαμερίσματος του Δήμου Αθηναίων. Σε περιπτώσεις που είχαμε ως απάντηση συγκεκριμένο ξενοδοχείο ή άλλη περιοχή εκτός του Δήμου Αθηναίων (πχ. Sofitel, Νέα Ιωνία, Πειραιάς) το επίπεδο αναφοράς που επιλέχθηκε ήταν ο ίδιος ο Δήμος και οι απαντήσεις ταξινομήθηκαν στο κεντροειδές του αντίστοιχου Δήμου.

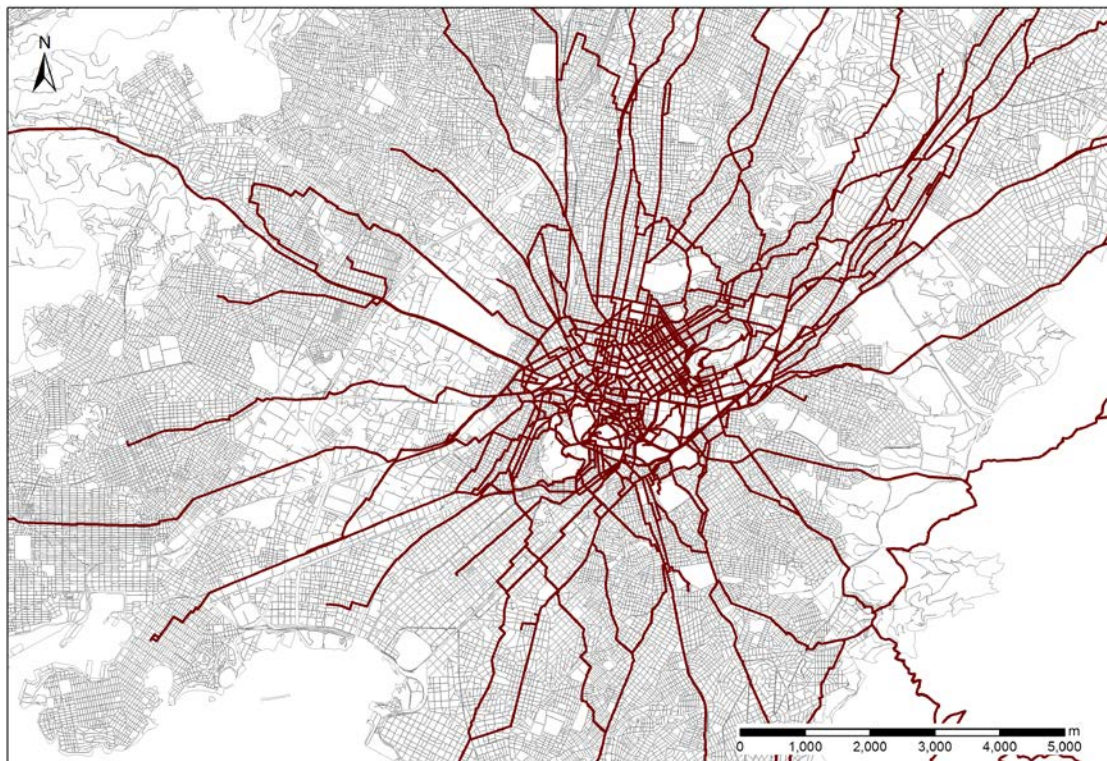
Με την παραπάνω διαδικασία το κάθε ερωτηματολόγιο απέκτησε έναν πίνακα χωρικής αναφοράς της μορφής $(X_a, Y_a), (X_i, Y_i), \dots, (X_n, Y_n), (X_a, Y_a)$ που στην ουσία είναι μια αλληλουχία ζευγών

συντεταγμένων με αφετηρία το σημείο διαμονής που δήλωσε ο ερωτώμενος (X_a, Y_a συντεταγμένες κεντροειδούς Δήμου ή Δημοτικού Διαμερίσματος) και με σημεία επίσκεψης $(X_i, Y_i), \dots, (X_n, Y_n)$ τα σημεία τα οποία δήλωσε ότι επισκέφτηκε ο ερωτώμενος. Καθώς όμως η σειρά με την οποία δηλώθηκαν τα σημεία δε σημαίνει κατ' ανάγκη ότι είναι και η σειρά με την οποία προσπελάστηκαν κατά τη διάρκεια της επίσκεψης, θα πρέπει να γίνει μία κανονικοποίηση-βελτιστοποίηση της κατανομής των σημείων στο χώρο έτσι ώστε να προκύψει μία βέλτιστη διαδρομή. Η βέλτιστη διαδρομή δημιουργήθηκε μέσα από την επίλυση του κλασικού γεωγραφικού προβλήματος βελτιστοποίησης διαδρομών που στη διεθνή βιβλιογραφία συναντάται και ως travelling salesman problem (TSP)³. Αναλυτικότερα, το TSP αφορά την υλοποίηση μίας βέλτιστης διαδρομής η οποία διέρχεται μία και μόνο φορά από ένα πλήθος προκαθορισμένων σημείων ελαχιστοποιώντας μία παράμετρο η οποία σχετίζεται με το "κόστος" της διαδρομής. Ως κόστος διαδρομής μπορεί να χρησιμοποιηθεί είτε ο χρόνος που απαιτείται για την επίσκεψη όλων των σημείων, είτε τα χιλιόμετρα που πρέπει να διανυθούν είτε και το χρηματικό κόστος της κάθε διαδρομής (σε περίπτωση που χρησιμοποιείται αυτοκίνητο και κάθε διαδρομή είναι συσχετισμένη με μέσες τιμές κατανάλωσης καυσίμων). Στην προκειμένη περίπτωση, καθώς αναφερόμαστε σε διαδρομές που πραγματοποιούνται από τουρίστες επισκέπτες της πόλης των Αθηνών, επιλέξαμε ως παράμετρο προς ελαχιστοποίηση τα χιλιόμετρα που πρέπει να διανυθούν. Για την επίλυση του εν λόγω προβλήματος υλοποιήθηκε εξειδικευμένος αλγόριθμος ταξινόμησης των ζευγών συντεταγμένων που υπάρχουν σε κάθε ερωτηματολόγιο. Οι ταξινομημένες πλέον συντεταγμένες χρησιμοποιήθηκαν ως δεδομένο εισόδου σε έναν νέο αλγόριθμο αυτόματης ανάκτησης και

³ Για περισσότερα σχετικά με το εν λόγω πρόβλημα καθώς και τους διάφορους τρόπους επίλυσης που έχουν προταθεί βλ. Applegate, D. L.; Bixby, R. M.; Chvátal, V.; Cook, W. J. (2006), The Traveling Salesman Problem και Hassin, R.; Rubinstein, S. (2000), "Better approximations for max TSP", Information Processing Letters 75 (4): 181–186

αποθήκευσης οδηγιών προσέλευσης από τον δικτυακό εξυπηρετητή cloudmade. Αποτέλεσμα της παραπάνω διαδικασίας ήταν η δημιουργία μίας ξεχωριστής βέλτιστης διαδρομής που ακολούθησε ο κάθε ερωτώμενος προκειμένου να μεταβεί κάνοντας τα ελάχιστα χιλιόμετρα από τον τόπο διαμονής του σε όλα τα αξιοθέατα/σημεία ενδιαφέροντος που δήλωσε ότι επισκέφτηκε. Οι παραπάνω διαδρομές φαίνονται στο χάρτη που ακολουθεί. (Χάρτης 1)

Χάρτης 1: Διαδρομές που ακολούθησαν οι ερωτώμενοι στην Αθήνα (έμφαση στο κέντρο)



Όπως φαίνεται και από τον παραπάνω χάρτη, οι διαδρομές που ακολουθούνται από τους επισκέπτες παρουσιάζουν ιδιαίτερη πυκνότητα εντός των ορίων του ιστορικού κέντρου της Αθήνας. Από τον παραπάνω χάρτη δεν μπορούν να βγουν ιδιαίτερα συμπεράσματα ως προς τις περιοχές εκείνες των οποίων η επισκεψιμότητα ή από τις

οποιες η διέλευση τουριστών είναι ιδιαίτερα αυξημένη. Για την εξαγωγή τέτοιων συμπερασμάτων τα παραπάνω δεδομένα θα πρέπει να συνδυαστούν με κάποια περιγραφικά στοιχεία που αφορούν την επισκεψιμότητα συγκεκριμένων πόλων αλλά και να αναλυθούν περαιτέρω με περισσότερο εξειδικευμένες γεωγραφικές αναλύσεις.

Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται το πλήθος των επισκέψεων και μία ένδειξη της επισκεψιμότητας του κάθε πόλου τοπόσημου τόσο για τους τουρίστες που επέλεξαν ως προορισμό την Αθήνα όσο και αυτών που την επισκέφτηκαν στο πλαίσιο κάποιας κρουαζιέρας.

Πίνακας 3: Στοιχεία επισκεψιμότητας πόλων Αθήνας

Σημείο Ενδιαφέροντος	Επισκέπτες με διαμονή	% Επισκέψεων	Επισκέπτες Κρουαζιέρας	% Επισκέψεων	Σύνολο	Επισκεψιμότητα
Ακρόπολη	1262	12,05%	853	15,80%	2115	13,33%
Σύνταγμα / Κοινοβούλιο	1286	12,28%	680	12,60%	1966	12,39%
Αναφιώτικα / Πλάκα / Μνημείο Λυσικράτους	828	7,91%	567	10,50%	1395	8,79%
Μουσείο Ακρόπολης	944	9,01%	451	8,35%	1395	8,79%
Βιβλιοθήκη του Αδριανού (Πλατεία Μοναστηρακίου)	860	8,21%	384	7,11%	1244	7,84%
Μητρόπολη / Καπνικαρέα	852	8,14%	251	4,65%	1103	6,95%
Ζάππειο / Εθνικός κήπος	613	5,85%	266	4,93%	879	5,54%
Ναός του Δία / Πύλη του Αδριανού	516	4,93%	359	6,65%	875	5,51%
Ρωμαϊκή αγορά / Αέρηδες	483	4,61%	338	6,26%	821	5,17%
Αρχαία αγορά / Ναός του Ηφαιστού / Στοά του Αττάλου	443	4,23%	250	4,63%	693	4,37%
Παναθηναϊκό στάδιο (Καλλιμάρμαρο στάδιο)	321	3,07%	315	5,84%	636	4,01%
Ακαδημία / Πανεπιστήμιο / Εθνική βιβλιοθήκη	236	2,25%	182	3,37%	418	2,63%
Ηρώδειο	291	2,78%	115	2,13%	406	2,56%
Ομόνοια	248	2,37%	36	0,67%	284	1,79%
Φιλοπάππου / Πνύκα / Φυλακή του Σωκράτη	170	1,62%	106	1,96%	276	1,74%
Ψυρρή	200	1,91%	34	0,63%	234	1,47%
Εθνικό αρχαιολογικό μουσείο	162	1,55%	43	0,80%	205	1,29%
Δημαρχείο (Πλατεία Κοτζιά)	102	0,97%	50	0,93%	152	0,96%
Κεραμικός	128	1,22%	10	0,19%	138	0,87%
Εκκλησία Αγίου Διονυσίου Αρεοπαγίτη / Πλατεία Κολωνάκι	82	0,78%	44	0,82%	126	0,79%
Λυκαβηττός	105	1,00%	15	0,28%	120	0,76%
Γκάζι	98	0,94%	6	0,11%	104	0,66%

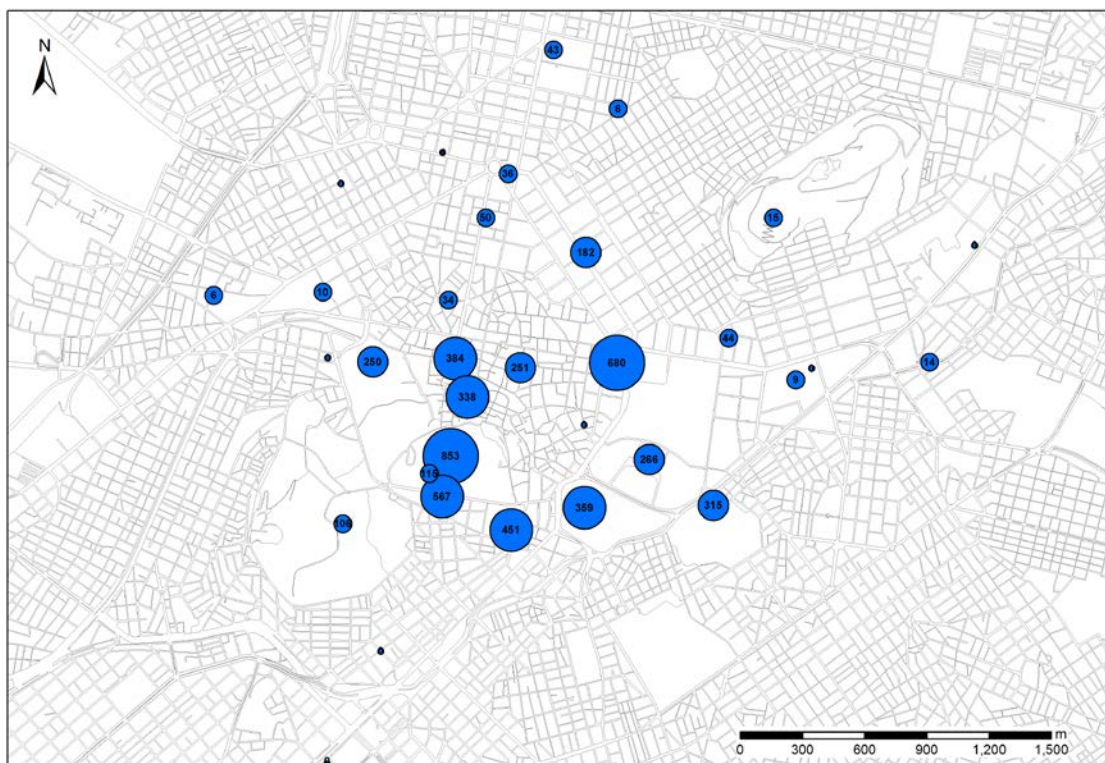
Εθνική πινακοθήκη	56	0,53%	14	0,26%	70	0,44%
Μουσείο Μπενάκη / Βυζαντινό μουσείο / Μουσείο Κυκλαδικής τέχνης	57	0,54%	9	0,17%	66	0,42%
Πλατεία Εξαρχείων	58	0,55%	6	0,11%	64	0,40%
Εθνικό θέατρο	44	0,42%	4	0,07%	48	0,30%
Πειραιας	5	0,05%	6	0,11%	11	0,07%
Ολυμπιακό Στάδιο	1	0,01%	3	0,06%	4	0,03%
Γλυφαδα	3	0,03%	0	0,00%	3	0,02%
Κουκακι	2	0,02%	0	0,00%	2	0,01%
Στεγη γραμματον και τεχνων	2	0,02%	0	0,00%	2	0,01%
Ιουδαικο Μουσείο	2	0,02%	0	0,00%	2	0,01%
Νεα Σμυρνη	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Αττικό παρκο	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Πολεμικό μουσείο	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Κηφισια	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Χαλανδρι	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Θησειο	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Ακαδημια Πλατωνα	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Μεταξουργειο	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Μεγαρο μουσικης	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Νεα Φιλαδέλφια	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Ραφηνα	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Σουνιο	1	0,01%	0	0,00%	1	0,01%
Μαρούσι	0	0,00%	1	0,02%	1	0,01%

Από τον παραπάνω πίνακα αλλά και από τους σχετικούς χάρτες (Χάρτες 2α, 2β, 2γ όπου το μέγεθος του κύκλου διαφοροποιείται ανάλογα με την επισκεψιμότητα που εμφανίζει ο κάθε πόλος) φαίνεται ότι οι βασικοί πόλοι έλξης των τουριστών είναι τα κλασικά αξιοθέατα για τα οποία η Αθήνα είναι παγκοσμίως γνωστή, πράγμα που σε μεγάλο βαθμό καθορίζει και τις διαδρομές τους στην πόλη. Από την άλλη φαίνεται να επιβεβαιώνεται και η υπόθεση εργασίας σχετικά με το περιορισμένο χωρικό εύρος των μετακινήσεων των τουριστών της κρουαζιέρας όπου σημαντικοί πόλοι της Αθήνας όπως πχ το Αρχαιολογικό Μουσείο εμφανίζουν πολύ χαμηλή επισκεψιμότητα.

Χάρτης 2α: Επισκεψιμότητα πόλων τουριστών που διαμένουν στην Αθήνα



Χάρτης 2β: Επισκεψιμότητα πόλων τουριστών κρουαζιέρας



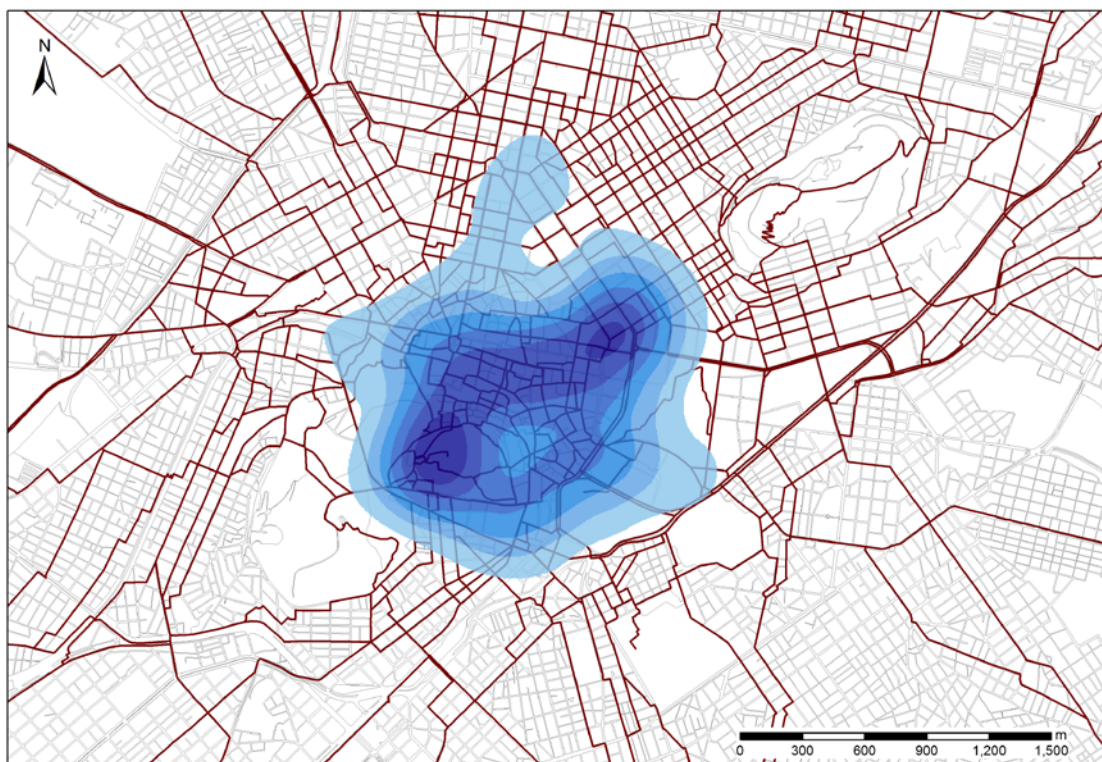
Χάρτης 2γ: Συνολική επισκεψιμότητα τουριστικών πόλων



Αναζητώντας τώρα το χωρικό πρότυπο των μετακινήσεων των τουριστών στην πόλη προχωρήσαμε σε μία ανάλυση της πυκνότητας των διαδρομών που ακολουθούνται από τους τουρίστες που έχουν επιλέξει ως τόπο διαμονής την Αθήνα, μέσα από έναν εξειδικευμένο αλγόριθμο υπολογισμού πυκνοτήτων, του αλγόριθμου kernel density που είναι ενσωματωμένος στο λογισμικό ArcInfo. Ο αλγόριθμος αυτός μας δίνει τη δυνατότητα εξαγωγής συνεκτικών χωρικών προτύπων μετακινήσεων τα οποία αναδεικνύουν με τη μέγιστη δυνατή σαφήνεια ποιές περιοχές της Αθήνας είναι οι περισσότερο επισκέψιμες τόσο ως πόλοι/τοπόσημα είτε ακόμη ως σημεία διέλευσης κατά τη διάρκεια των μετακινήσεων που πραγματοποιούνται για τη μετάβαση από ένα τοπόσημο σε κάποιο άλλο. Μπορεί έτσι να προσδιοριστεί με σαφήνεια σε ποιες περιοχές επιλέγουν να κινηθούν οι τουρίστες και κατ' επέκταση αυτές οι

περιοχές να θεωρηθούν ως η τουριστική περιοχή της Αθήνας. Τα αποτελέσματα της παραπάνω ανάλυσης φαίνονται στο χάρτη που ακολουθεί.

Χάρτης 3: Πυκνότητες τουριστικών διαδρομών



Στον παραπάνω χάρτη φαίνεται μία πρώτη εκτίμηση της περιοχής η οποία συγκεντρώνει το μεγαλύτερο πλήθος μετακινήσεων-διαδρομών που ακολουθούν οι τουρίστες που επιλέγουν την Αθήνα ως τόπο διαμονής. Σημειώνουμε ότι αυτός ο χάρτης αφορά το σύνολο των μετακινήσεων και την πυκνότητα τους από και προς τα σημεία που οι ίδιοι οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι επισκέφτηκαν. Ιδιαίτερα πυκνές φαίνεται να είναι οι μετακινήσεις από ή/και προς την Ακρόπολη αλλά και την πλατεία Συντάγματος. Οι δύο αυτοί πόλοι φαίνεται δημιουργούν έναν ισχυρό γραμμικό άξονα ο οποίος ακολουθεί περίπου τη διαδρομή Σύνταγμα-Ερμού-Μοναστηράκι-Ακρόπολη.

Εξαιρετικά σημαντικές φαίνεται να είναι και οι μετακινήσεις εντός του εμπορικού τριγώνου της Αθήνας. Οι περιοχή της Ομόνοιας εμφανίζει

σχετικά έντονη δραστηριότητα καθώς εκεί είναι χωροθετημένα πολλά ξενοδοχεία ενώ ταυτόχρονα αποτελεί και πύλη εισόδου προς το ιστορικό και εμπορικό κέντρο της Αθήνας για επισκέπτες με προέλευση το 4ο, 5ο, 6ο και 7ο Δημοτικό Διαμέρισμα του Δήμου της Αθήνας αλλά και των Βόρειων και Δυτικών γειτονικών Δήμων (πράγμα που οφείλεται στους σταθμούς ΗΣΑΠ και ΜΕΤΡΟ που διασταυρώνονται εκεί). Το δυτικό όριο του νοητού πολυγώνου των έντονων μετακινήσεων φαίνεται να είναι η ευρύτερη περιοχή του Γκαζιού-Κεραμεικού, περιοχή η οποία αποτελεί τον τελικό προορισμό του λεγόμενου "μεγάλου αρχαιολογικού περιπάτου της Αθήνας" ενώ έχει και σταθμό ΜΕΤΡΟ πράγμα που καθιστά την ευρύτερη περιοχή ιδανικό αρχικό ή τελικό προορισμό για μία βόλτα στην Αθήνα. Τα όρια του νοητού πολυγώνου ολοκληρώνονται με τις περιοχές περιμετρικά του Ζαπείου αλλά και του Καλλιμάρμαρου Σταδίου στο ανατολικό κομμάτι και των Στηλών του Ολυμπίου Διός στο Νότιο κομμάτι. Οι παραπάνω περιοχές είτε αποτελούν από μόνες τους περιοχές σημαντικής εμβέλειας (Καλλιμάρμαρο, Στήλες Ολυμπίου Διός) είτε αποτελούν πύλες εισόδου προς το κέντρο για επισκέπτες με προέλευση τους Νότιους Δήμους της Αττικής.