



Έτος Ίδρυσης 2006

ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ

Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων
ΓΣΕΒΕΕ

Έρευνα καταναλωτών για την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου



**ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ
ΣΥΛΛΟΓΟΣ
ΔΙΟΝΥΣΟΥ**



**ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ**

ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ

Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων

Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας

Αριστοτέλους 46, 104 33 Αθήνα

Τηλ: 210 8846852

Email: info@imegsevee.gr

www.imegsevee.gr

Τίτλος: «Έρευνα καταναλωτών για την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου»

Τύπος δημοσίευσης: Έρευνα ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ

Χρονολογία δημοσίευσης: Μάρτιος 2024

Ομάδα έργου: Γιώργος Θανόπουλος, Λεωνίδα Βατικιώτης, Αποστόλης Θυμιόπουλος,
Σταμάτης Βαρδαρός.

Σελιδοποίηση: Ιωάννα Καλουμένου

Βιβλιογραφική αναφορά:

ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ (2024), «Έρευνα καταναλωτών για την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου», Αθήνα:

ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ

Περιεχόμενα

| | |
|--|----|
| Εισαγωγή | 6 |
| Βασικές πληροφορίες για τον Δήμο Διονύσου | 7 |
| Επιτελική σύνοψη | 8 |
| Περιγραφική ανάλυση της έρευνας για την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου | 12 |
| 1. Επισκεψιμότητα τοπικής αγοράς Δήμου Διονύσου | 13 |
| 2. Λόγοι προτίμησης ή μη τοπικών καταστημάτων από τους κατοίκους του Δήμου Διονύσου | 17 |
| 3. Δημοφιλέστερες τοπικές αγορές Δήμου Διονύσου | 19 |
| 4. Συχνότητα επίσκεψης κατοίκων Δήμου Διονύσου σε τοπικές επιχειρήσεις εστίασης | 25 |
| 5. Άλλα προϊόντα/υπηρεσίες που αγοράζουν οι κάτοικοι του Δήμου Διονύσου από την τοπική αγορά | 28 |
| 6. Καταστήματα που προτιμούν οι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής που επισκέπτονται την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου | 32 |
| 7. Κατηγορίες προϊόντων που λείπουν από την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου | 32 |
| 8. Σημασία υποστήριξης τοπικών επιχειρήσεων | 35 |
| 9. Αισθητική καταστημάτων και τοπικής αγοράς Δήμου Διονύσου | 35 |
| 10. Συναισθήματα καταναλωτών μετά την εξόδο τους από τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου | 38 |
| 11. Προθυμία σύστασης σε άλλους των τοπικών επιχειρήσεων του Δήμου Διονύσου | 41 |
| 12. Γνώμη για τις υποδομές του Δήμου Διονύσου | 44 |
| 13. Υστερήσεις Δήμου Διονύσου | 47 |
| 14. Συμμετοχή σε εκδηλώσεις ή τοπικές ενώσεις του Δήμου Διονύσου | 50 |
| 15. Ενημέρωση για τοπικές προσφορές και εκδηλώσεις | 52 |
| 16. Κριτήρια επιλογής προϊόντων και υπηρεσιών | 54 |
| 17. Τρόποι αγοράς προϊόντων | 61 |
| 18. Προτίμηση αγορών με βάση το μέγεθος του καταστήματος | 66 |
| 19. Λόγοι προτίμησης μεγάλης αλυσίδας έναντι μικρής επιχείρησης | 70 |
| 20. Λόγοι προτίμησης μικρών καταστημάτων έναντι μεγάλων αλυσίδων/πολυκαταστημάτων | 73 |
| Συμπεράσματα - προτάσεις | 78 |
| Παράρτημα I | 84 |
| Παράρτημα II | 88 |



Έτος Ίδρυσης 2006

ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ

Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων
ΓΣΕΒΕΕ

Έρευνα καταναλωτών για την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου

Εισαγωγή

Το Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων της Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών και Εμπόρων Ελλάδας (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ) ανέλαβε από το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, μετά από αίτημα του Εμπορικού & Επαγγελματικού Συλλόγου Διονύσου, να εκπονήσει έρευνα αγοράς για τις καταναλωτικές συνήθειες των κατοίκων του Δήμου Διονύσου σε σχέση με την τοπική αγορά.

Στο πλαίσιο αυτό το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ σχεδίασε και εκπόνησε δομημένο ερωτηματολόγιο αποτελούμενο από δύο διακριτές ομάδες ερωτήσεων. Η μια ομάδα απευθυνόταν στους κατοίκους του Δήμου Διονύσου και η άλλη στους κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής. Ο λόγος της προαναφερόμενης προσθήκης ήταν για να καταστεί εφικτή η συγκέντρωση πληροφοριών σχετικών με την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου και από τους κατοίκους της ευρύτερης περιοχής της Αττικής.

Το ερωτηματολόγιο αποτελούταν από ερωτήσεις κλειστού τύπου. Οι ερωτήσεις ήταν διατυπωμένες με απλότητα και σαφήνεια, ώστε να είναι κατανοητές και ως εκ τούτου εύκολο να απαντηθούν. Ήταν, επίσης, συναφείς με το θέμα, ενώ όπου κρίθηκε αναγκαίο υπήρχαν σύντομες αλλά επαρκείς πληροφορίες προς τους ερωτώμενους. Επιπλέον, οι προσφερόμενες απαντήσεις ήταν διατυπωμένες με σαφήνεια, απλότητα και πληρότητα. Η πληρότητα, όπου κρίθηκε απαραίτητο εξασφαλίστηκε και με την προσθήκη της κατηγορίας: Άλλο (προσδιορίστε). Περαιτέρω, ήταν μονής ή πολλαπλής επιλογής, κλίμακας αξιολόγησης και κλίμακας Λίκερτ.

Το ερωτηματολόγιο μετά την ολοκλήρωσή του αποτυπώθηκε ψηφιακά σε διαδικτυακό πρόγραμμα δημιουργίας φορμών. Ο σχετικός διαδικτυακός σύνδεσμος απεστάλη στον Εμπορικό & Επαγγελματικό Σύλλογο Διονύσου ώστε να διαμοιραστεί τόσο προς τις τοπικές επιχειρήσεις – μέλη του, όσο και σε τοπικούς φορείς για περαιτέρω διάχυση και συμπλήρωση του από κατοίκους του Δήμου Διονύσου. Επιπλέον, ο σύνδεσμος του ερωτηματολογίου διαχύθηκε μέσω του κοινωνικού δικτύου Facebook, η διεύθυνση του οποίου είναι πλέον ευρεία σε όλα τα ηλικιακά και κοινωνικά στρώματα. Οι απαντήσεις επομένως προέρχονταν από δύο πηγές: μέσω απευθείας συμπλήρωσης της φόρμας και μέσω Facebook.

Από την διαδικασία της διάχυσης που διήρκησε περίπου 30 ημέρες συγκεντρώθηκαν συνολικά 1.235 πλήρως συμπληρωμένα ερωτηματολόγια. Τα 295 ήταν από κατοίκους του Δήμου Διονύσου και τα 940 από τους κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής. Από τα προαναφερόμενα τα 208 από τους κατοίκους του Δήμου Διονύσου και τα 939 από τους κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής συγκεντρώθηκαν μέσω του κοινωνικού δικτύου Facebook.

Όσον αφορά το ερευνητικό κείμενο αποτελείται από τις ακόλουθες ενότητες.

Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει βασικά στοιχεία για τον Δήμο Διόνυσο από δευτερογενείς πηγές. Ακολουθεί η επιτελική σύνοψη με τα βασικά ευρήματα της έρευνας.

Η επόμενη ενότητα περιλαμβάνει την περιγραφική ανάλυση της έρευνας εντός της οποίας οι περισσότερες ερωτήσεις συσχετίζονται και αποτυπώνονται με βάση:

- την Δημοτική Ενότητα διαμονής του Δήμου Διονύσου ή την Περιφερειακή Ενότητα της Περιφέρειας Αττικής,
- τα έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου,
- την ηλικιακή κατηγορία,
- το φύλο,
- την ιδιότητα,
- το εκπαιδευτικό επίπεδο, και
- το ετήσιο εισόδημα.

Το ερευνητικό κείμενο ολοκληρώνεται με τα βασικά συμπεράσματα όπως προέκυψαν μέσα από την έρευνα.

Τέλος, περιλαμβάνονται και δύο παραρτήματα. Στο πρώτο αποτυπώνεται μέσα από πίνακες η σύνθεση και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος των ερωτώμενων του Δήμου Διονύσου και των ερωτώμενων της Περιφέρειας Αττικής. Στο δεύτερο παρατίθεται το ερωτηματολόγιο της έρευνας.

Βασικές πληροφορίες για τον Δήμο Διονύσου

Ο Δήμος Διονύσου ανήκει στην Περιφερειακή Ενότητα Ανατολικής Αττικής και αποτελείται από τις δημοτικές ενότητες Αγίου Στεφάνου, Άνοιξης, Διονύσου, Δροσιάς, Κρουονερίου, Ροδόπολης και Σταμάτας. Η έκταση του είναι 68,66 τ.χλμ. και ο πληθυσμός του σύμφωνα με την τελευταία απογραφή του 2021 της ΕΛΣΤΑΤ είναι 42.376. Ο πληθυσμός του Δήμου Διονύσου σε σχέση με την απογραφή του 2011 παρουσιάζει αύξηση κατά 5,4%. Η μεγαλύτερη Δημοτική Ενότητα είναι του Αγίου Στεφάνου η οποία αποτελεί και την έδρα του Δήμου.

Αναλυτικά ο πληθυσμός ανά Δημοτική Ενότητα και η ποσοστιαία συμμετοχή στο σύνολο του πληθυσμού του Δήμου έχει ως εξής:

- Άγιος Στέφανος: 10.597 (25%)
- Άνοιξη: 6.592 (15,6%)

- Διόνυσος: 7.021 (16,6%)
- Δροσιά: 7.837 (18,5%)
- Κρυονέρι: 5.318 (12,5%)
- Ροδόπολη: 2.110 (5%)
- Σταμάτα: 2.901 (6,8%)

Επιτελική σύνοψη

Η έρευνα αγοράς που πραγματοποίησε το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ επιχειρεί να καταγράψει και να αναδείξει τις επικρατούσες καταναλωτικές συνήθειες στον Δήμο Διονύσου, αλλά και τις ελλείψεις ιδίως αναφορικά με τις υποδομές του Δήμου.

Τα ευρήματα της μπορούν να αποτελέσουν ένα χρήσιμο εργαλείο τόσο για τις τοπικές επιχειρήσεις όσο και για τις αρχές.

Τα σημαντικότερα ευρήματα της έρευνας είναι τα εξής:

- Η συντριπτική πλειονότητα των κατοίκων του Δήμου Διονύσου (86,7%) επισκέπτεται εβδομαδιαίως ακόμη και καθημερινά την αγορά του Δήμου.
- Οι καταναλωτές προτιμούν τα τοπικά καταστήματα κυρίως για λόγους ευκολίας και γρήγορης πρόσβασης (65,4%), δευτερευόντως για να υποστηρίξουν την τοπική κοινότητα (48,1%) και, κατά τρίτο, για λόγους προσωπικής εξυπηρέτησης (33,9%).
- Όσοι δεν επισκέπτονται συχνά, ακόμη και καθόλου, την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου, το κάνουν κυρίως γιατί δεν καλύπτει τις προτιμήσεις και τις ανάγκες τους (60%). Ένα πολύ μικρότερο ποσοστό, της τάξης του 16%, δεν την επισκέπτεται επειδή είναι κοντύτερα σε τοπική αγορά όμορου Δήμου.
- Στον Δήμο Διονύσου, οι τοπικές αγορές με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα είναι του Άγιου Στεφάνου (69,5%), της Άνοιξης (66,1%) και της Δροσιάς (51,9%).
- Σε ό,τι αφορά τις επιχειρήσεις εστίασης (καφέ, μπαρ, κ.α.) το 72,2% των ερωτώμενων απάντησε ότι τις επισκέπτεται συχνά έως πολύ συχνά. Μεταξύ εκείνων που δεν τις επιλέγουν, το 27,2% το κάνει λόγω έλλειψης ποικιλίας, το 22,2% λόγω τιμών και το 19,8% λόγω δυσκολίας στάθμευσης.
- Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που αγοράζουν από τα τοπικά καταστήματα του Δήμου Διονύσου, είναι κατά σειρά κατάταξης: Τρόφιμα και ποτά, υπηρεσίες υγείας και φαρμακευτικά προϊόντα, υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας (πχ. κομμωτήρια), επιχειρήσεις υποστήριξης αυτοκινήτων και μοτοσυκλετών (πχ συνεργεία), είδη υγιεινής

και καλλυντικά, είδη οικιακής χρήσης, ένδυση και υπόδηση, αθλητισμός και χόμπι, κοσμήματα και ρολόγια, είδη ηλεκτρονικής και τεχνολογίας και, τέλος, υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών.

- Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που λείπουν από την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου, σύμφωνα με τις απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν, είναι κατά σειρά κατάταξης: Ηλεκτρονικά είδη και τεχνολογία, αθλητισμός και χόμπι, υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών, υπηρεσίες εστίασης (καφέ, μπαρ, κ.α.), είδη οικιακής χρήσης, ένδυση και υπόδηση, υπηρεσίες για αυτοκίνητα και μηχανές, κοσμήματα και ρολόγια, είδη υγιεινής και καλλυντικά, κ.α. Από την άλλη μεριά ένα σημαντικό ποσοστό, που ισοδυναμεί με το ένα τέταρτο του δείγματος, δήλωσε ότι από την τοπική αγορά δεν λείπει τίποτε.
- Σε ερώτηση για τη σημασία της υποστήριξης της τοπικής κοινότητας στις τοπικές επιχειρήσεις ένα ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό, της τάξης του 68,5%, απάντησε ότι είναι πολύ σημαντική κι ένα ποσοστό 28,1% ότι είναι σημαντική.
- Σε σχέση με την αισθητική των καταστημάτων και γενικότερα της αγοράς του Δήμου Διονύσου το 57,8% την θεωρεί μέτρια ενώ το 17,8% χαμηλή.
- Η επιφυλακτικότητα απέναντι στην αισθητική των επιχειρήσεων του Δήμου Διονύσου εξηγεί και τα συγκρατημένα συναισθήματα των ερωτώμενων κατά την έξοδό τους από τα τοπικά καταστήματα. Ευχαρίστηση, δήλωσε, μόνο το 17,3% των κατοίκων του Δήμου Διονύσου και το 19,3% των κατοίκων της Περιφέρειας.
- Η σημασία που αποδίδεται στην υποστήριξη των τοπικών επιχειρήσεων εξηγεί τα υψηλά ποσοστά εκείνων που είναι πρόθυμοι να προτείνουν σε άλλους τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου: 72,8% από τους κατοίκους του Διονύσου και 63,7% από τους κατοίκους της Περιφέρειας.
- Αρνητική είναι η άποψη των κατοίκων του Δήμου Διονύσου για τις υποδομές του, με το 70,5% να δηλώνει ότι δεν είναι ή μάλλον δεν είναι κατάλληλες για την εξυπηρέτηση των καταναλωτών και την προσέλκυση νέων.
- Οι σημαντικότερες ελλείψεις που παρουσιάζει ο Δήμος, σύμφωνα με τους κατοίκους του, είναι: πεζοδρόμια, θέσεις στάθμευσης, συγκοινωνίες, προσβάσεις για ΑΜΕΑ, φωτισμός, διασκορπισμός καταστημάτων και δομές υγείας.
- Η συντριπτική πλειονότητα των κατοίκων του Δήμου Διονύσου (61%) συμμετέχει σε τοπικές, εκδηλώσεις ή/και συλλογικότητες, με τους κατοίκους του Άγιου Στέφανου να δίνουν τις περισσότερες θετικές απαντήσεις και του Διόνυσου τις λιγότερες.
- Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (πχ Facebook) κι ευρύτερα το Διαδίκτυο αποτελούν τις σημαντικότερες πηγές ενημέρωσης για τοπικές προσφορές κι εκδηλώσεις τόσο για τους

κατοίκους του Δήμου Διονύσου όσο και της Περιφέρειας.

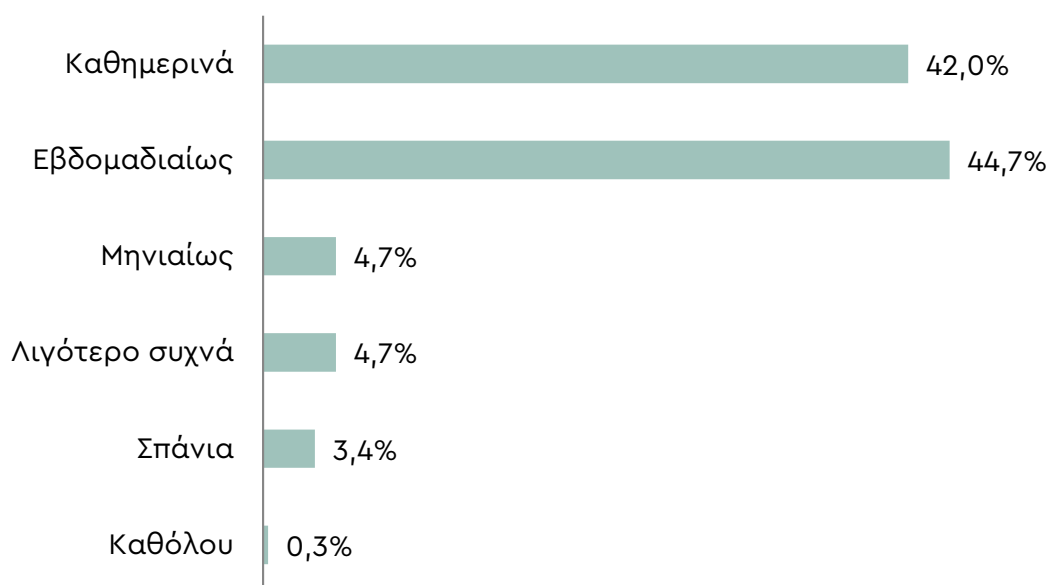
- Η ποιότητα, η τιμή και η εξυπηρέτηση πελατών είναι τα σημαντικότερα κριτήρια για την επιλογή προϊόντων και υπηρεσιών.
- Η συντριπτική πλειονότητα των κατοίκων του Δήμου Διονύσου επιλέγει την επίσκεψη σε κατάστημα για την αγορά προϊόντων/υπηρεσιών πολύ συχνά (54,9%) ή συχνά (41%). Διαδικτυακά επιλέγει να κάνει τις αγορές του πολύ συχνά (19,7%) ή συχνά (38,6%) και συνολικά ο 1 στους 2 κατοίκους του Δήμου Διονύσου. Παρόμοιες τάσεις καταγράφονται και για τους κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής.
- Η πλειονότητα των ερωτώμενων τόσο του Δήμου Διονύσου όσο και της Περιφέρειας Αττικής προτιμά να κάνει τις αγορές της τόσο σε μικρά καταστήματα όσο και σε μεγάλες αλυσίδες/πολυκαταστήματα.
- Εκείνοι που προτιμούν τις μεγάλες αλυσίδες/πολυκαταστήματα τις επιλέγουν λόγω μεγαλύτερης ποικιλίας προϊόντων, καλύτερων τιμών, δυνατότητας στάθμευσης και περισσότερων προσφορών ή εκπτώσεων.
- Εκείνοι που προτιμούν τα μικρά καταστήματα τα επιλέγουν για λόγους προσωπικής εξυπηρέτησης, στήριξης των μικρών καταστημάτων, ευκολίας πρόσβασης κι εγγύτητας και δυνατότητας διαπραγμάτευσης των τιμών.

Περιγραφική ανάλυση
της έρευνας για την
τοπική αγορά του
Δήμου Διονύσου

1. Επισκεψιμότητα τοπικής αγοράς Δήμου Διονύσου

Με βάση τα ευρήματα της έρευνας, η πλειονότητα των κατοίκων του Δήμου Διονύσου επισκέπτεται την τοπική αγορά αρκετά συχνά, με το 86,7% των πολιτών να επισκέπτεται την αγορά σε καθημερινή ή σε εβδομαδιαία βάση (Γράφημα 1).

Γράφημα 1. Πόσες φορές επισκέπτεστε τα καταστήματα στην τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου;



Οι δημότες που επισκέπτονται καθημερινά την τοπική αγορά κατοικούν στις Δημοτικές Ενότητες Άγιο Στέφανο, Δροσιά και Σταμάτα. Ενώ όσοι διαμένουν στις δημοτικές ενότητες Διόνυσο, Άνοιξη και Κρυονέρι, επισκέπτονται την τοπική αγορά κυρίως σε εβδομαδιαία βάση. Οι κάτοικοι που διαμένουν περισσότερα έτη στο Δήμο επισκέπτονται με μεγαλύτερη συχνότητα την τοπική αγορά (καθημερινά), όπως και οι ηλικιακά νεότεροι, οι άνδρες, οι ελεύθεροι επαγγελματίες, επιχειρηματίες, οι κάτοικοι με τα υψηλότερα εισοδήματα και οι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας/δευτεροβάθμιας/μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Πίνακας 1).

Πίνακας 1. Πόσες φορές επισκέπτεστε τα καταστήματα στην τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου;

| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|-----------------------------------|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρουονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Καθημερινά | 44,0% | 37,5% | 30,3% | 50,0% | 36,4% | 41,7% | 52,2% |
| Εβδομαδιαία | 42,2% | 51,8% | 57,6% | 34,2% | 54,5% | 41,7% | 30,4% |
| Μηνιαία / Λιγότερα συχνά/ Σπάνια | 12,8% | 10,7% | 12,1% | 15,8% | 9,1% | 16,7% | 17,4% |
| Καθόλου | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6–15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40–49 | 50–59 | 60+ |
| Καθημερινά | 25,0% | 40,0% | 45,7% | 47,1% | 41,7% | 40,2% | 40,9% |
| Εβδομαδιαία | 56,3% | 46,2% | 42,1% | 43,1% | 39,8% | 48,9% | 50,0% |
| Μηνιαία / Λιγότερα συχνά/ Σπάνια | 15,6% | 13,8% | 12,2% | 9,8% | 17,6% | 10,9% | 9,1% |
| Καθόλου | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Καθημερινά | 41,8% | 44,7% | 35,7% | 36,4% | 52,7% | 49,2% | 37,1% |
| Εβδομαδιαία | 49,3% | 39,5% | 52,4% | 45,5% | 40,0% | 40,8% | 47,4% |
| Μηνιαία / Λιγότερα συχνά/ Σπάνια | 9,0% | 15,8% | 11,9% | 18,2% | 5,5% | 9,2% | 15,4% |
| Καθόλου | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% | 0,8% | 0,0% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταππ./ Διδ. | |
| Καθημερινά | 50,4% | 36,8% | 35,0% | 54,0% | 36,7% | 41,0% | |
| Εβδομαδιαίως | 35,4% | 51,2% | 52,5% | 33,3% | 50,8% | 45,0% | |
| Μηνιαίως / Λιγότερα συχνά/ Σπάνια | 14,2% | 11,2% | 12,5% | 12,7% | 12,5% | 13,0% | |
| Καθόλου | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | |

Σε επίπεδο Περιφέρειας Αττικής από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε ότι το 14% των κατοίκων της έχουν επισκεφτεί την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου τουλάχιστον 1 φορά το τελευταίο έτος. Από τους ως άνω κατοίκους (Γράφημα 2):

- το 37% έχει επισκεφτεί την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου τουλάχιστον 1 φορά το τελευταίο έτος,
- το 33,3% την έχει επισκεφτεί τουλάχιστον 1 φορά το τελευταίο εξάμηνο
- το 17,8% την επισκέπτεται μηνιαίως, και
- το 5,9% σε εβδομαδιαία συχνότητα.

Από τα επιμέρους ευρήματα της έρευνας (Πίνακας 2) φαίνεται ότι από τους κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής που έχουν επισκεφτεί την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου οι περισσότεροι προέρχονται από τις Περιφερειακές ενότητες Βορείου Τομέα Αθηνών (22,4%), Ανατολικής Αττικής (19,4%) και Δυτικού Τομέα Αθηνών (16,3%). Δηλαδή, από τις Περιφερειακές ενότητες που είναι εγγύτερα στον Δήμο Διονύσου. Από την άλλη μεριά, τα χαμηλότερα ποσοστά επίσκεψης προέρχονται από στις Περιφερειακές ενότητες του Νοτίου Τομέα Αθηνών (4,4%) και Πειραιώς & Νήσων (9,5%).

Από τα υπόλοιπα ευρήματα παρατηρείται ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά κατοίκων της Περιφέρειας Αττικής που έχουν επισκεφτεί το τελευταίο έτος την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου καταγράφονται στους νεότερους ηλικιακά (23%) και στους ελεύθερους επαγγελματίες-επιχειρηματίες (19,6%). Επιπλέον, η επισκεψιμότητα της τοπικής αγοράς του Δήμου Διονύσου φαίνεται ότι σχετίζεται τόσο με το εκπαιδευτικό επίπεδο όσο και με το εισόδημα των κατοίκων της Περιφέρειας Αττικής. Ειδικότερα, όσο υψηλότερο είναι το εκπαιδευτικό επίπεδο και το εισόδημα τόσο υψηλότερα είναι τα ποσοστά επισκεψιμότητας των προαναφερομένων κατηγοριών.

Πίνακας 2. Ποσοστά κατοίκων Περιφέρειας Αττικής που έχουν επισκεφτεί την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου το τελευταίο έτος ανά κατηγορία

| Περιφερειακή Ενότητα | | | | | | |
|------------------------------|----------------------|-------------------|------------------------------------|------------------------|---------------------|------------------|
| Ανατολικής Αττικής | Βόρειου Τομέα Αθηνών | Δυτικής Αττικής | Δυτικού Τομέα Αθηνών | Κεντρικού Τομέα Αθηνών | Νότιου Τομέα Αθηνών | Πειραιώς & Νήσων |
| 19,4% | 22,4% | 11,4% | 16,3% | 11,7% | 4,4% | 9,5% |
| Ηλικιακή κατηγορία | | | | Φύλο | | |
| Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ | Άνδρας | Γυναίκα | |
| 23,0% | 12,1% | 16,1% | 11,9% | 15,8% | 12,9% | |
| Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| Αυτοαπ./ Ελ. Επαγ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Με-ταπτ./ Διδ. | |
| 19,6% | 14,4% | 9,8% | 10,3% | 16,0% | 17,4% | |
| Εισοδηματική κατηγορία | | | | | | |
| Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | | |
| 9,6% | 15,2% | 15,4% | 19,0% | 21,5% | | |

2. Λόγοι προτίμησης ή μη τοπικών καταστημάτων από τους κατοίκους του Δήμου Διονύσου

Όπως φαίνεται στο Γράφημα 3 η πλειονότητα των ερωτώμενων προτιμά τα τοπικά καταστήματα λόγω ευκολίας και γρήγορης πρόσβασης (65,4%). Ακολουθούν η τοπική υποστήριξη της κοινότητας (48,1%) και η προσωπική εξυπηρέτηση (33,9%).

Γράφημα 3. Ποιοι είναι οι κυριότεροι λόγοι που προτιμάτε τα τοπικά καταστήματα του Δήμου Διονύσου; (έως 2 απαντήσεις)



Από τα επιμέρους στοιχεία (Πίνακας 3) φαίνεται ότι η ευκολία και η γρήγορη πρόσβαση είναι περισσότερο σημαντικά για τους κάτοικους της Δροσιάς (81,6%) και του Κρυονερίου (72,7%) καθώς και για τους νεότερους ηλικιακά (76,5%), τους κατοίκους με ετήσιο εισόδημα έως 18.000 € (70,1%), τις γυναίκες (70,3%), τους μισθωτούς (71,2%) και τους κατόχους μεταπτυχιακού/διδακτορικού τίτλου (74%).

Η τοπική στήριξη της κοινότητας καταγράφει υψηλότερα ποσοστά στους κατοίκους του Κρυονερίου (63,6%) και στους ελεύθερους επαγγελματίες/επιχειρηματίες (59,8%), ενώ η προσωπική εξυπηρέτηση σημειώνει υψηλότερα ποσοστά στους κατοίκους της Δημοτικής Ενότητας Διονύσου (45,5%), στους άνω των 60 ετών (45,5%) και στους απόφοιτους Α'βάθμιας/Β'βάθμιας/Μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (46%).

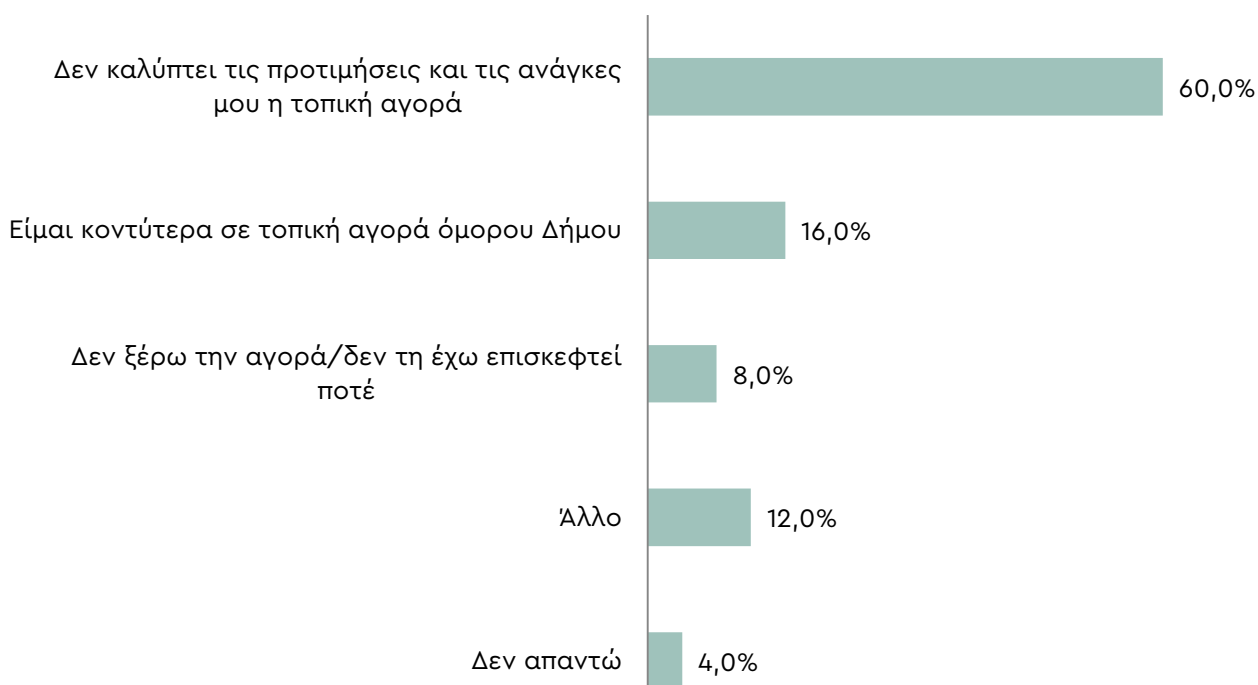
Πίνακας 3. Ποιοι είναι οι κυριότεροι λόγοι που προτιμάτε τα τοπικά καταστήματα του Δήμου Διονύσου; (έως 2 απαντήσεις) – Ανά κατηγορία –

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|----------------------------------|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Ευκολία και γρήγορη πρόσβαση | 62,4% | 64,3% | 66,7% | 81,6% | 72,7% | 41,7% | 60,9% |
| Τοπική υποστήριξη της κοινότητας | 51,4% | 50,0% | 21,2% | 42,1% | 63,6% | 50,0% | 56,5% |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 33,0% | 39,3% | 45,5% | 26,3% | 27,3% | 16,7% | 39,1% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Ευκολία και γρήγορη πρόσβαση | 65,6% | 72,3% | 63,5% | 76,5% | 66,7% | 59,8% | 61,4% |
| Τοπική υποστήριξη της κοινότητας | 46,9% | 43,1% | 49,7% | 43,1% | 53,7% | 48,9% | 38,6% |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 31,3% | 27,7% | 36,0% | 33,3% | 28,7% | 34,8% | 45,5% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Ευκολία και γρήγορη πρόσβαση | 70,1% | 68,4% | 59,5% | 66,7% | 65,5% | 58,3% | 70,3% |
| Τοπική υποστήριξη της κοινότητας | 43,3% | 52,6% | 52,4% | 36,4% | 50,9% | 50,8% | 46,3% |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 32,8% | 31,6% | 31,0% | 36,4% | 34,6% | 37,5% | 31,4% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ/ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπτ./ Διδ. | |
| Ευκολία και γρήγορη πρόσβαση | 59,1% | 71,2% | 67,5% | 52,4% | 65,6% | 74,0% | |
| Τοπική υποστήριξη της κοινότητας | 59,8% | 39,2% | 37,5% | 52,4% | 45,3% | 48,0% | |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 33,1% | 31,2% | 45,0% | 46,0% | 33,6% | 28,0% | |

Από τους ερωτώμενους που απάντησαν ότι επισκέπτονται την τοπική αγορά λιγότερο συχνά, σπάνια ή καθόλου, όπως φαίνεται στο Γράφημα 4, το 60% δήλωσε πως δεν ικανοποιεί τις ανάγκες και προτιμήσεις του και το 16% πως είναι εγγύτερα σε τοπική αγορά όμορου Δήμου.

Γράφημα 4. Ποιος είναι ο βασικότερος λόγος που δεν επισκέπτεστε συχνά ή καθόλου την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου;

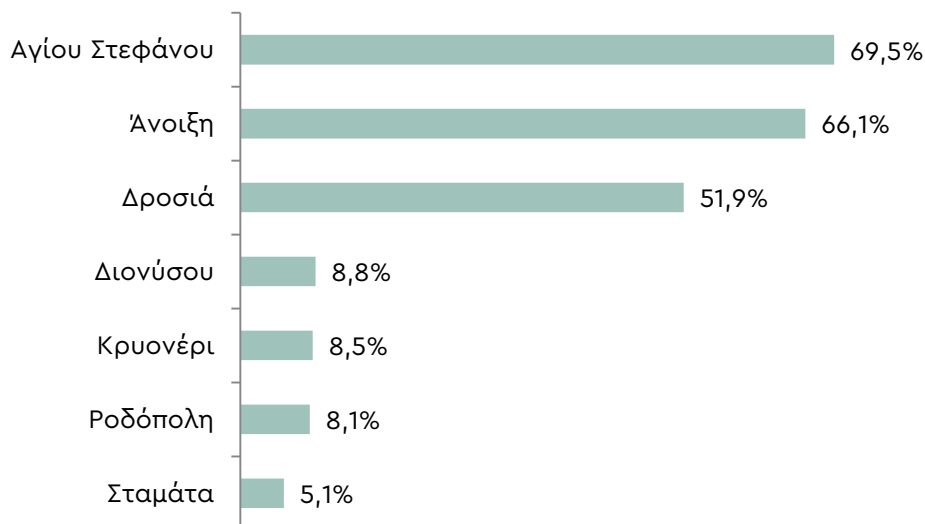
-Βάση: Όσοι απάντησαν λιγότερο συχνά, σπάνια, καθόλου-



3. Δημοφιλέστερες τοπικές αγορές Δήμου Διονύσου

Όπως φαίνεται στο Γράφημα 5, οι δημοφιλέστερες τοπικές αγορές μεταξύ των πολιτών του Δήμου Διονύσου είναι του Αγίου Στεφάνου (69,5%), της Άνοιξης (66,1%) και της Δροσιάς (51,9%). Λιγότερο δημοφιλείς είναι οι τοπικές αγορές Διονύσου, Κρουονερίου, Ροδόπολης και Σταμάτας (με ποσοστά 8,8%, 8,5%, 8,1% και 5,1% αντίστοιχα).

Γράφημα 5. Σημειώστε ποιες τοπικές αγορές του Δήμου επισκέπτεστε συχνότερα (έως 3 απαντήσεις)



Από τα επιμέρους στοιχεία που φαίνονται στον Πίνακα 4 προκύπτει ότι οι κάτοικοι του Άγιου Στεφάνου, της Άνοιξης και της Δροσιάς επιλέγουν να πραγματοποιούν τις αγορές τους στα τοπικά καταστήματα της περιοχής τους, ενώ από την άλλη πλευρά, οι κάτοικοι του Διόνυσου, του Κρυονερίου, της Ροδόπολης και της Σταμάτας επιλέγουν τις αγορές των άλλων τοπικών αγορών του Δήμου. Με βάση τα έτη διαμονής:

- Τον Άγιο Στέφανο επισκέπτονται συχνότερα όσοι κατοικούν πάνω από 6 έτη (70,8% από 6 ως 15 έτη και 70,6% πάνω από 15 έτη).
- Την Άνοιξη και την Ροδόπολη όσοι κατοικούν πάνω από 15 έτη (68% και 8,6%).
- Την Δροσιά, τον Διόνυσο και το Κρυονέρι όσοι κατοικούν ως 5 έτη (56,3%, 18,8% και 12,5% αντίστοιχα).
- Με βάση την ηλικιακή κατηγορία:
- Την αγορά Άγιου Στέφανου επισκέπτονται συχνότερα όσοι είναι από 40 ως 49 ετών (72,2%).
- Την αγορά της Άνοιξης οι νεότεροι, δηλαδή όσοι είναι ως 39 ετών (74,5%).
- Την αγορά της Δροσιάς, του Κρυονερίου, της Ροδόπολης και της Σταμάτας όσοι είναι πάνω από 60 ετών (65,9%, 13,6%, 15,9% και 11,4%, αντίστοιχα)
- Την αγορά του Διονύσου επισκέπτονται συχνότερα όσοι είναι από 50 ως 59 ετών (9,8%).

Με βάση την εισοδηματική κατηγορία:

- Την αγορά του Άγιου Στέφανου επισκέπτονται πρώτιστα όσοι έχουν εισόδημα από 18.001 ως 25.000 ευρώ (81,6%).
- Την αγορά της Άνοιξης όσοι έχουν εισόδημα ως 18.000 ευρώ (73,1%)
- Την αγορά της Δροσιάς όσοι έχουν εισόδημα από 25.001 ως 30.000 ευρώ (59,5%).
- Την αγορά του Διονύσου όσοι έχουν εισόδημα από 30.001 ως 40.000 ευρώ (18,2%).
- Την αγορά του Κρυονερίου, της Ροδόπολης και της Σταμάτας όσοι έχουν εισόδημα πάνω από 40.000 ευρώ (10,9% για τις δύο πρώτες Δημοτικές Ενότητες και 7,3%, αντίστοιχα).
- Με βάση το φύλο:
 - Οι άνδρες προτιμούν κυρίως τις αγορές του Άγιου Στέφανου, της Ροδόπολης και της Σταμάτας (71,7%, 8,3% και 6,7%, αντίστοιχα).
 - Οι γυναίκες επιλέγουν πρώτιστα τις αγορές της Άνοιξης, της Δροσιάς, του Διονύσου και του Κρυονερίου (69,7%, 54,3%, 9,7% και 8,6%, αντίστοιχα).
- Με βάση την ιδιότητα:
 - Τις αγορές του Άγιου Στέφανου, του Διονύσου και της Δροσιάς προτιμούν πρώτιστα οι αυτοαπασχολούμενοι, οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι επιχειρηματίες (77,2%, 8,7% και 51,2% αντίστοιχα).
 - Τις αγορές της Άνοιξης, του Κρυονερίου, της Ροδόπολης και της Σταμάτας προτιμούν οι μισθωτοί (73,6%, 9,6%, 8% και 4%, αντίστοιχα).
- Με βάση το εκπαιδευτικό επίπεδο:
 - Την αγορά του Άγιου Στέφανου επιλέγουν κυρίως απόφοιτοι Πρωτοβάθμιας, Δευτεροβάθμιας και Μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (74,6%).
 - Τις αγορές της Δροσιάς, του Κρυονερίου, της Ροδόπολης και της Σταμάτας επιλέγουν πρώτιστα οι απόφοιτοι ΑΕΙ και ΤΕΙ (60,2%, 10,2%, 9,4% και 8,6%, αντίστοιχα).
 - Τις αγορές της Άνοιξης και του Διονύσου επιλέγουν κυρίως μεταπτυχιακοί και διδάκτορες (70% και 10%, αντίστοιχα).

Πίνακας 4. Σημειώστε ποιες τοπικές αγορές του Δήμου επισκέπτεστε συχνότερα (έως 3 απαντήσεις)

- Ανά κατηγορία-

| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|----------------|--|----------|-----------------|--------------------|----------|----------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Αγίου Στεφάνου | 92,7% | 58,9% | 39,4% | 34,2% | 81,8% | 83,3% | 65,2% |
| Άνοιξη | 63,3% | 96,4% | 51,5% | 65,8% | 50,0% | 41,7% | 60,9% |
| Δροσιά | 32,1% | 41,1% | 60,6% | 86,8% | 81,8% | 66,7% | 69,6% |
| Διονύσου | 0,9% | 5,4% | 42,4% | 10,5% | 0,0% | 25,0% | 4,3% |
| Κρυονέρι | 2,8% | 0,0% | 30,3% | 7,9% | 0,0% | 41,7% | 17,4% |
| Ροδόπολη | 1,8% | 0,0% | 33,3% | 10,5% | 0,0% | 41,7% | 8,7% |
| Σταμάτα | 2,8% | 1,8% | 6,1% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 34,8% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Αγίου Στεφάνου | 59,4% | 70,8% | 70,6% | 62,7% | 72,2% | 71,7% | 65,9% |
| Άνοιξη | 65,6% | 60,0% | 68,0% | 74,5% | 64,8% | 65,2% | 61,4% |
| Δροσιά | 56,3% | 44,6% | 53,8% | 56,9% | 48,1% | 46,7% | 65,9% |
| Διονύσου | 18,8% | 18,5% | 4,1% | 7,8% | 8,3% | 9,8% | 9,1% |
| Κρυονέρι | 12,5% | 4,6% | 9,1% | 9,8% | 7,4% | 6,5% | 13,6% |
| Ροδόπολη | 6,3% | 7,7% | 8,6% | 9,8% | 5,6% | 6,5% | 15,9% |
| Σταμάτα | 9,4% | 4,6% | 4,6% | 2,0% | 3,7% | 5,4% | 11,4% |

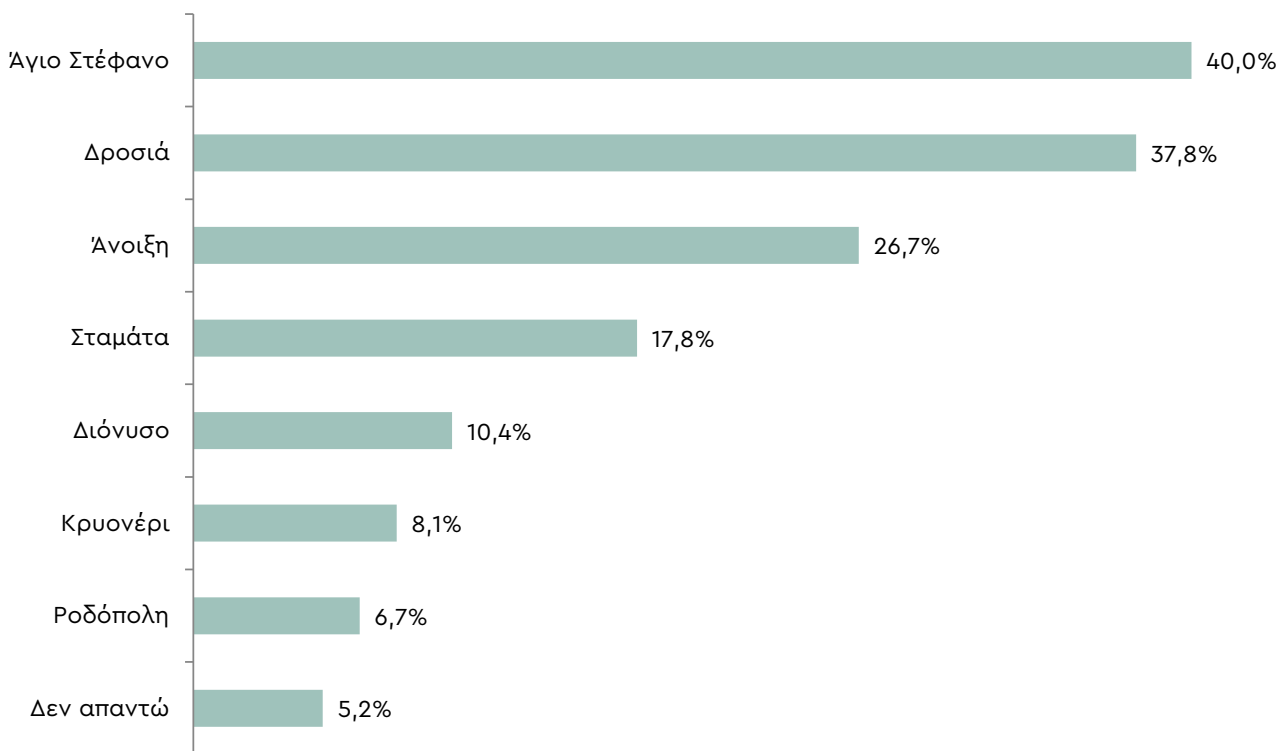
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
|----------------|---------------------------------------|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|--------------|---------|
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Αγίου Στεφάνου | 71,6% | 81,6% | 69,0% | 66,7% | 60,0% | 71,7% | 68,0% |
| Άνοιξη | 73,1% | 55,3% | 59,5% | 57,6% | 67,3% | 60,8% | 69,7% |
| Δροσιά | 50,7% | 57,9% | 59,5% | 54,5% | 49,1% | 48,3% | 54,3% |
| Διονύσου | 7,5% | 10,5% | 2,4% | 18,2% | 10,9% | 7,5% | 9,7% |
| Κρυονέρι | 10,4% | 7,9% | 4,8% | 6,1% | 10,9% | 8,3% | 8,6% |
| Ροδόπολη | 7,5% | 5,3% | 7,1% | 3,0% | 10,9% | 8,3% | 8,0% |
| Σταμάτα | 4,5% | 2,6% | 4,8% | 6,1% | 7,3% | 6,7% | 4,0% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελημ/ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπ./ Διδ. | |
| Αγίου Στεφάνου | 77,2% | 65,6% | 60,0% | 74,6% | 71,9% | 64,0% | |
| Άνοιξη | 59,1% | 73,6% | 62,5% | 65,1% | 64,1% | 70,0% | |
| Διονύσου | 8,7% | 8,0% | 10,0% | 4,8% | 9,4% | 10,0% | |
| Δροσιά | 51,2% | 48,8% | 65,0% | 44,4% | 60,2% | 47,0% | |
| Κρυονέρι | 4,7% | 9,6% | 17,5% | 6,3% | 10,2% | 8,0% | |
| Ροδόπολη | 5,5% | 8,0% | 17,5% | 6,3% | 9,4% | 8,0% | |
| Σταμάτα | 3,9% | 4,0% | 12,5% | 3,2% | 8,6% | 2,0% | |

Σε Περιφερειακό επίπεδο οι απαντήσεις των κατοίκων της Περιφέρειας Αττικής που έχουν επισκεφτεί έστω και 1 φορά καταστήματα της τοπικής αγοράς του Δήμου Διονύσου το τελευταίο έτος στο ερώτημα ποιες είναι οι τοπικές αγορές που έχουν επισκεφτεί περισσότερο ήταν οι εξής (Γράφημα 6):

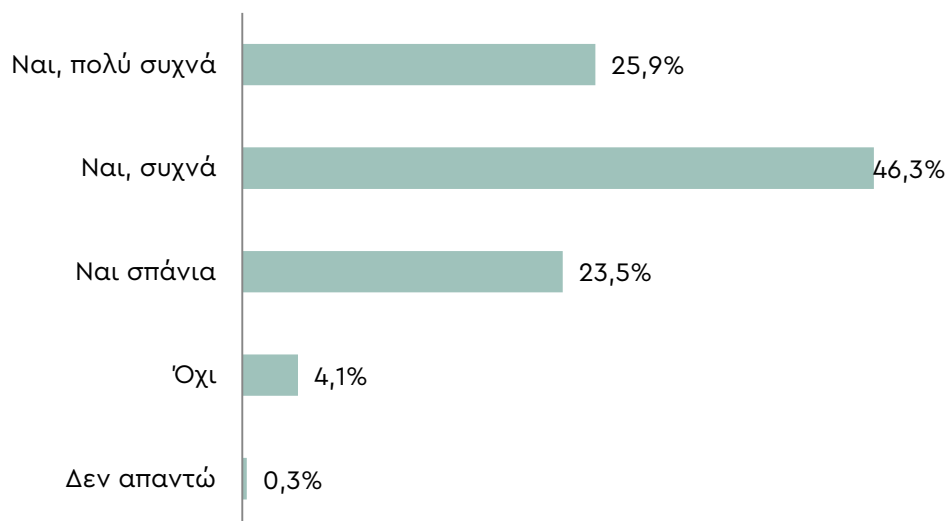
- το 40% έχει επισκεφτεί την τοπική αγορά του Αγίου Στεφάνου
- το 37,8% την τοπική αγορά της Δροσιάς,
- το 26,7% την τοπική αγορά της Άνοιξης,
- το 17,8% την τοπική αγορά της Σταμάτας και ακολουθούν,
- το 10,4%, το 8,1% και το 6,7% που έχουν επισκεφτεί τις τοπικές αγορές Διονύσου, Κρυονερίου και Ροδόπολης αντίστοιχα.

Γράφημα 6. Ποιες είναι οι τοπικές αγορές στο Δήμο Διονύσου που έχετε επισκεφτεί περισσότερο; (έως 2 απαντήσεις)

-Βάση: Όσοι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής απάντησαν ότι έχουν επισκεφτεί την τοπική αγορά το τελευταίο έτος-



Γράφημα 7. Επισκέπτεστε επιχειρήσεις εστίασης (εστιατόρια, καφέ, μπαρ κ.λπ.) της τοπικής αγοράς του Δήμου Διονύσου;



4. Συχνότητα επίσκεψης κατοίκων Δήμου Διονύσου σε τοπικές επιχειρήσεις εστίασης

Το 72,2% των ερωτώμενων επισκέπτεται τις τοπικές επιχειρήσεις εστίασης σε συχνή βάση, ενώ το 23,5% σε λιγότερο συχνή βάση, όπως φαίνεται στο Γράφημα 7.

Από τα επιμέρους ευρήματα της έρευνας (Πίνακας 5) ενδιαφέρον παρουσιάζει ένα ποσοστό 15,2% των κατοίκων της Δημοτικής Ενότητας Διονύσου, που δήλωσε πως δεν επισκέπτεται τις τοπικές επιχειρήσεις εστίασης, σε σχέση με τα ποσοστά των υπόλοιπων Δημοτικών Ενοτήτων. Από την άλλη μεριά, συχνότερα επισκέπτονται τις επιχειρήσεις εστίασης οι κάτοικοι της Δημοτικής Ενότητας Σταμάτας (43,5% πολύ συχνά). Από τις υπόλοιπες κατηγορίες συχνότερα επισκέπτονται τις επιχειρήσεις εστίασης του Δήμου Διονύσου οι κάτοικοι που διαμένουν στο Δήμο τα τελευταία 5 χρόνια και οι νεότεροι ηλικιακά. Από την άλλη μεριά, υψηλά ποσοστά που δήλωσαν ότι σπάνια επισκέπτονται ή ότι δεν επισκέπτονται καθόλου τις τοπικές επιχειρήσεις εστίασης παρατηρήθηκαν στους κατοίκους με εισόδημα έως 18.000 ευρώ (41,8%) και στους άνω των 60 ετών (43,2%). Από τα προαναφερόμενα ευρήματα φαίνεται ότι η επισκεψιμότητα στις τοπικές επιχειρήσεις εστίασης συνδέεται με την ηλικία και το εισόδημα των πολιτών.

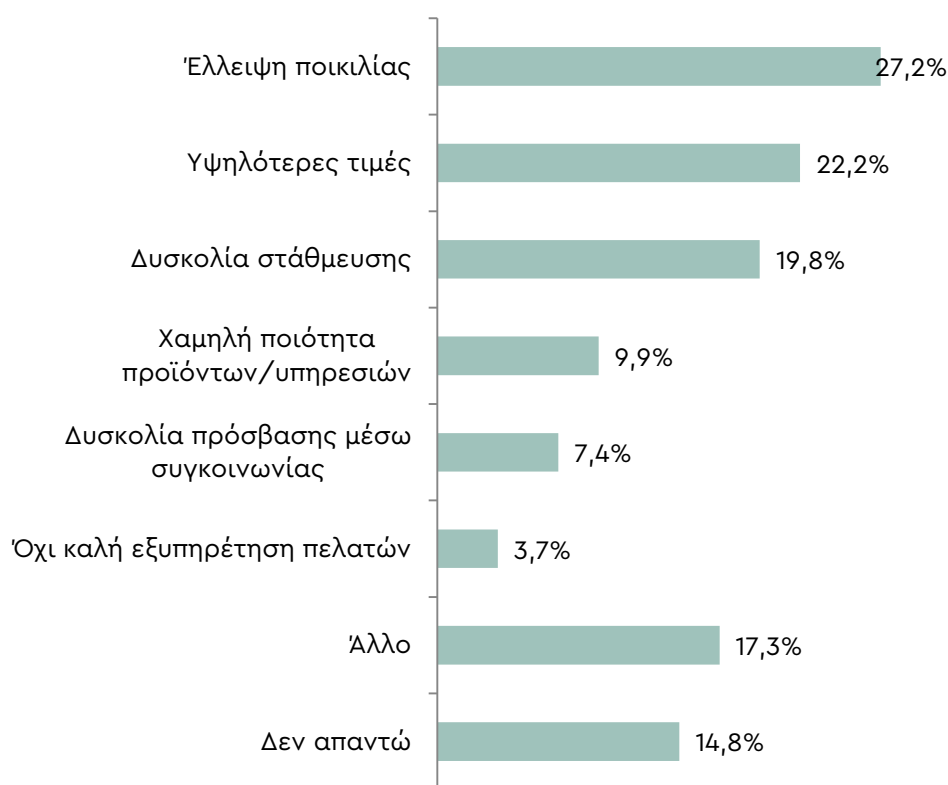
Πίνακας 5. Επισκέπτεστε επιχειρήσεις εστίασης (εστιατόρια, καφέ, μπαρ κ.λπ.) της τοπικής αγοράς του Δήμου Διονύσου; -Ανά επιμέρους κατηγορία-

| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|-----------------|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|--------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Ναι, πολύ συχνά | 25,9% | 28,6% | 12,1% | 21,1% | 36,4% | 16,7% | 43,5% |
| Ναι, συχνά | 45,4% | 39,3% | 48,5% | 55,3% | 45,5% | 58,3% | 39,1% |
| Ναι σπάνια | 26,9% | 25,0% | 24,2% | 21,1% | 18,2% | 25,0% | 13,0% |
| Όχι | 1,9% | 5,4% | 15,2% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 4,3% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6–15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40–49 | 50–59 | 60+ |
| Ναι, πολύ συχνά | 29,0% | 24,6% | 25,9% | 31,4% | 28,0% | 23,9% | 18,2% |
| Ναι, συχνά | 58,1% | 43,1% | 45,2% | 49,0% | 43,9% | 51,1% | 38,6% |
| Ναι σπάνια | 6,5% | 29,2% | 24,4% | 17,6% | 22,4% | 22,8% | 34,1% |
| Όχι | 3,2% | 3,1% | 4,6% | 2,0% | 4,7% | 2,2% | 9,1% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Ναι, πολύ συχνά | 17,9% | 18,4% | 33,3% | 33,3% | 37,0% | 33,6% | 20,6% |
| Ναι, συχνά | 40,3% | 63,2% | 42,9% | 42,4% | 48,1% | 39,5% | 50,9% |
| Ναι σπάνια | 35,8% | 15,8% | 23,8% | 18,2% | 14,8% | 22,7% | 24,0% |
| Όχι | 6,0% | 2,6% | 0,0% | 6,1% | 0,0% | 4,2% | 4,0% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελημ/ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπ./ Διδ. | |
| Ναι, πολύ συχνά | 26,0% | 27,4% | 22,5% | 39,7% | 22,7% | 21,2% | |
| Ναι, συχνά | 51,2% | 45,2% | 35,0% | 38,1% | 52,3% | 44,4% | |
| Ναι σπάνια | 18,1% | 25,0% | 35,0% | 19,0% | 22,7% | 28,3% | |
| Όχι | 4,7% | 2,4% | 7,5% | 3,2% | 2,3% | 6,1% | |

Από τους ερωτώμενους που επισκέπτονται σπάνια ή καθόλου τις επιχειρήσεις εστίασης του Δήμου Διονύσου, όπως φαίνεται στο Γράφημα 8, το 27,2% απάντησε ως λόγο χαμηλής επισκεψιμότητας την έλλειψη ποικιλίας στην περιοχή, το 22,2% δήλωσε πως οι τοπικές επιχειρήσεις εστίασης έχουν υψηλότερες τιμές, το 19,8% δήλωσε τη δυσκολία στάθμευσης και το 9,9% και 7,4% τη χαμηλή ποιότητα και τη δυσκολία πρόσβασης μέσω συγκοινωνίας, αντίστοιχα.

Γράφημα 8. Για ποιους λόγους προτιμάτε σπάνια ή δεν προτιμάτε καθόλου τις επιχειρήσεις εστίασης του Δήμου Διονύσου; (έως 2 απαντήσεις)

- Βάση: όσοι απάντησαν ότι επισκέπτονται σπάνια ή καθόλου τις τοπικές επιχειρήσεις εστίασης-



5. Άλλα προϊόντα/υπηρεσίες που αγοράζουν οι κάτοικοι του Δήμου Διονύσου από την τοπική αγορά

Η συντριπτική πλειονότητα των κατοίκων του Δήμου Διονύσου αγοράζει από την τοπική αγορά είδη διατροφής (93,9%), φάρμακα και λοιπές υπηρεσίες (82,7%). Το 51,9% αγοράζει υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας, το 44,4% υπηρεσίες αυτοκινήτου/μοτοσικλέτας, το 43,1% είδη υγιεινής και καλλυντικά και το 40,7% είδη οικιακής χρήσης. Χαμηλότερα είναι τα ποσοστά των κατοίκων του Δήμου που προτιμούν την τοπική αγορά για ένδυση και υπόδηση (31,5%), αθλητισμό και hobbies (21%), κοσμήματα και ρολόγια (18%), ηλεκτρονικά είδη (17,3%), και υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών (6,4%) (Γράφημα 9).

Γράφημα 9. Ποια άλλα είδη προϊόντων/υπηρεσιών αγοράζετε από τοπικά καταστήματα του Δήμου Διονύσου; (πολλαπλής επιλογής)



Από τα επιμέρους ευρήματα της έρευνας προκύπτουν σημαντικές διαφοροποιήσεις σχετικά με τις αγορές των κατοίκων του Δήμου Διονύσου για άλλα (εκτός της εστίασης) προϊόντα και υπηρεσίες.

Ειδικότερα, και με εξαίρεση τα τρόφιμα και ποτά όπου η συντριπτική πλειονότητα των κατοίκων του Δήμου Διονύσου αγοράζει από την τοπική αγορά, παρατηρούνται τα εξής (Πίνακας 6):

- Τα υψηλότερα ποσοστά για υπηρεσίες υγείας και φαρμακευτικά προϊόντα καταγράφονται στους κατοίκους της Δροσιάς (89,5%) και της Δημοτικής Ενότητας Διονύσου (87,9%), ενώ τα χαμηλότερα στους κατοίκους της Σταμάτας (65,2%) και της Ροδόπολης (75%). Χαμηλότερα ποσοστά καταγράφονται και στους κατοίκους που διαμένουν στο Δήμο τα τελευταία 5 χρόνια (75%), καθώς και σε αυτούς που διαμένουν 6-15 έτη (73,8%).
- Τα υψηλότερα ποσοστά για υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας καταγράφονται στους κατοίκους του Κρυονερίου (68,2%), του Αγίου Στεφάνου (60,6%), στους νεότερους ηλικιακά (62,7%) και στις γυναίκες (56%), ενώ τα χαμηλότερα στους κατοίκους της Δημοτικής Ενότητας Διονύσου (33,3%), και της Ροδόπολης (41,7%).
- Τα υψηλότερα ποσοστά για υπηρεσίες/προϊόντα αυτοκινήτου και μηχανών καταγράφονται στους κατοίκους της Άνοιξης (55,4%), της Ροδόπολης (50%), εκείνων που διαμένουν στο Δήμο περισσότερο από 15 έτη (49,2%), των μεγαλύτερων ηλικιακά κατοίκων (50-59 έτων και άνω των 60 ετών). Από την άλλη μεριά, τα χαμηλότερα ποσοστά καταγράφονται στους κατοίκους της Δημοτικής Ενότητας Διονύσου (27,3%), του Κρυονερίου (27,3%) και των κατοίκων που διαμένουν στον Δήμο έως 5 έτη (21,9%).
- Στα είδη υγιεινής και καλλυντικά τα υψηλότερα ποσοστά καταγράφονται στους κατοίκους του Αγίου Στεφάνου (52,3%), του Κρυονερίου (50%) και στις γυναίκες (49,1%), ενώ τα χαμηλότερα στους κατοίκους της Δημοτικής Ενότητας Διονύσου (30,3%), Σταμάτας (30,4%) και σε εκείνους που διαμένουν στο Δήμο έως 5 έτη (28,1%).
- Στα είδη οικιακής χρήσης τα υψηλότερα ποσοστά καταγράφονται στους κατοίκους του Κρυονερίου (50%), της Ροδόπολης (50%) και στους άνω των 60 ετών (50%). Τα χαμηλότερα ποσοστά καταγράφονται στους κατοίκους της Άνοιξης (32,1%), της Δημοτικής Ενότητας Διονύσου (33,3%) και της Δροσιάς (34,2%).
- Τέλος, όσον αφορά την ένδυση-υπόδηση τα υψηλότερα ποσοστά καταγράφονται στους κατοίκους της Ροδόπολης (50%), στους νεότερους ηλικιακά (45,1%) και στους απόφοιτους Πρωτοβάθμιας, Δευτεροβάθμιας και Μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (47,6%). Από την άλλη μεριά, τα χαμηλότερα ποσοστά καταγράφονται στους κατοίκους της Δημοτικής Ενότητας Διονύσου (9,1%) και σε εκείνους που μένουν στο Δήμο έως 5 έτη (18,8%).

Πίνακας 6. Ποια άλλα είδη προϊόντων/υπηρεσιών αγοράζετε από τοπικά καταστήματα του Δήμου Διονύσου; (πολλαπλής επιλογής) -Ανά κατηγορία-

| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|--|--|----------|-----------------|--------------------|----------|----------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Τρόφιμα και ποτά | 93,6% | 91,1% | 97,0% | 97,4% | 95,5% | 91,7% | 91,3% |
| Υπηρεσίες υγείας και φαρμακευτικά προϊόντα | 83,5% | 82,1% | 87,9% | 89,5% | 81,8% | 75,0% | 65,2% |
| Υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας (π.χ. κομμωτήρια) | 60,6% | 46,4% | 33,3% | 44,7% | 68,2% | 41,7% | 52,2% |
| Αυτοκίνητο – μηχανές (πχ συνεργεία) | 47,7% | 55,4% | 27,3% | 39,5% | 27,3% | 50,0% | 43,5% |
| Είδη υγιεινής και καλλυντικά | 52,3% | 42,9% | 30,3% | 34,2% | 50,0% | 33,3% | 30,4% |
| Είδη οικιακής χρήσης | 47,7% | 32,1% | 33,3% | 34,2% | 50,0% | 50,0% | 39,1% |
| Ένδυση και υπόδηση | 39,4% | 37,5% | 9,1% | 21,1% | 31,8% | 50,0% | 21,7% |
| Αθλητισμός – Hobbies | 28,4% | 21,4% | 12,1% | 15,8% | 22,7% | 16,7% | 4,3% |
| Κοσμήματα – ρολόγια | 27,5% | 12,5% | 3,0% | 5,3% | 27,3% | 25,0% | 17,4% |
| Ηλεκτρονικά είδη/τεχνολογία | 22,9% | 10,7% | 6,1% | 13,2% | 22,7% | 41,7% | 13,0% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6–15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40–49 | 50–59 | 60+ |
| Τρόφιμα και ποτά | 90,6% | 89,2% | 95,9% | 94,1% | 91,7% | 93,5% | 100,0% |
| Υπηρεσίες υγείας και φαρμακευτικά προϊόντα | 75,0% | 73,8% | 86,8% | 86,3% | 80,6% | 81,5% | 86,4% |
| Υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας (π.χ. κομμωτήρια) | 40,6% | 55,4% | 52,8% | 62,7% | 46,3% | 54,3% | 47,7% |
| Αυτοκίνητο – μηχανές (πχ συνεργεία) | 21,9% | 41,5% | 49,2% | 41,2% | 39,8% | 48,9% | 50,0% |
| Είδη υγιεινής και καλλυντικά | 28,1% | 47,7% | 44,2% | 47,1% | 39,8% | 45,7% | 40,9% |
| Είδη οικιακής χρήσης | 40,6% | 32,3% | 43,7% | 45,1% | 34,3% | 41,3% | 50,0% |
| Ένδυση και υπόδηση | 18,8% | 30,8% | 34,0% | 45,1% | 32,4% | 26,1% | 25,0% |
| Αθλητισμός – Hobbies | 18,8% | 16,9% | 22,8% | 27,5% | 23,1% | 20,7% | 9,1% |
| Κοσμήματα – ρολόγια | 21,9% | 13,8% | 18,8% | 31,4% | 18,5% | 12,0% | 13,6% |
| Ηλεκτρονικά είδη/τεχνολογία | 18,8% | 7,7% | 20,3% | 21,6% | 10,2% | 23,9% | 15,9% |

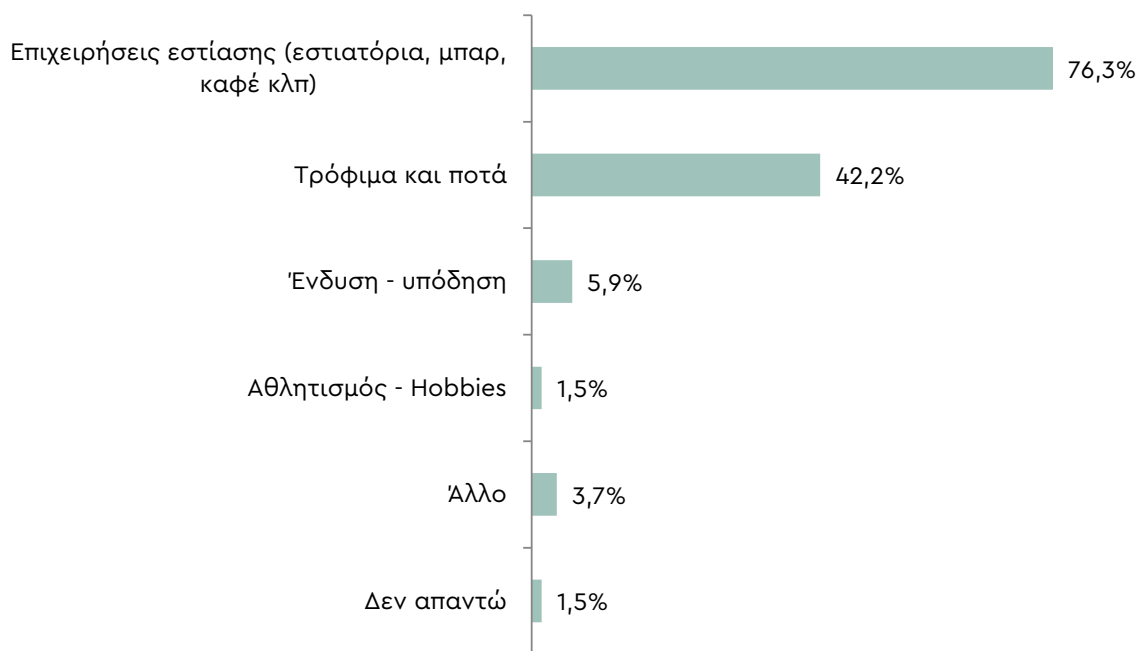
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
|--|---------------------------------------|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|--------------|---------|
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Τρόφιμα και ποτά | 92,5% | 97,4% | 95,2% | 84,8% | 98,2% | 94,2% | 93,7% |
| Υπηρεσίες υγείας και φαρμακευτικά προϊόντα | 83,6% | 76,3% | 78,6% | 81,8% | 78,2% | 79,2% | 85,1% |
| Υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας (π.χ. κομμωτήρια) | 47,8% | 52,6% | 59,5% | 45,5% | 50,9% | 45,8% | 56,0% |
| Αυτοκίνητο – μηχανές (πχ συνεργεία) | 58,2% | 39,5% | 45,2% | 33,3% | 45,5% | 51,7% | 39,4% |
| Είδη υγιεινής και καλλυντικά | 37,3% | 44,7% | 45,2% | 36,4% | 45,5% | 34,2% | 49,1% |
| Είδη οικιακής χρήσης | 37,3% | 52,6% | 45,2% | 27,3% | 38,2% | 42,5% | 39,4% |
| Ένδυση και υπόδηση | 26,9% | 34,2% | 35,7% | 27,3% | 29,1% | 28,3% | 33,7% |
| Αθλητισμός – Hobbies | 20,9% | 18,4% | 21,4% | 24,2% | 25,5% | 23,3% | 19,4% |
| Κοσμήματα – ρολόγια | 13,4% | 23,7% | 16,7% | 12,1% | 14,5% | 15,8% | 19,4% |
| Ηλεκτρονικά είδη/τεχνολογία | 17,9% | 13,2% | 19,0% | 12,1% | 16,4% | 20,8% | 14,9% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπ./ Διδ. | |
| Τρόφιμα και ποτά | 95,3% | 92,0% | 95,0% | 93,7% | 93,8% | 95,0% | |
| Υπηρεσίες υγείας και φαρμακευτικά προϊόντα | 81,1% | 82,4% | 87,5% | 74,6% | 87,5% | 82,0% | |
| Υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας (π.χ. κομμωτήρια) | 51,2% | 49,6% | 62,5% | 60,3% | 57,0% | 41,0% | |
| Αυτοκίνητο – μηχανές (πχ συνεργεία) | 44,9% | 42,4% | 52,5% | 36,5% | 50,8% | 43,0% | |
| Ένδυση και υπόδηση | 32,3% | 29,6% | 37,5% | 47,6% | 28,1% | 27,0% | |
| Είδη οικιακής χρήσης | 44,1% | 35,2% | 50,0% | 49,2% | 43,0% | 33,0% | |
| Είδη υγιεινής και καλλυντικά | 44,9% | 41,6% | 42,5% | 47,6% | 43,8% | 40,0% | |
| Αθλητισμός – Hobbies | 24,4% | 20,8% | 12,5% | 20,6% | 21,9% | 20,0% | |
| Κοσμήματα – ρολόγια | 15,7% | 19,2% | 22,5% | 23,8% | 21,1% | 10,0% | |
| Ηλεκτρονικά είδη/τεχνολογία | 17,3% | 16,0% | 22,5% | 25,4% | 18,0% | 12,0% | |

6. Καταστήματα που προτιμούν οι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής που επισκέπτονται την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου

Η συντριπτική πλειονότητα των κατοίκων της Περιφέρειας Αττικής, που έχει επισκεφτεί ώστε και 1 φορά το τελευταίο έτος την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου, επισκέπτεται, όπως φαίνεται στο Γράφημα 10, τις τοπικές επιχειρήσεις εστίασης (76,3%) και ακολουθούν οι επιχειρήσεις τροφίμων-ποτών (42,2%) και πολύ χαμηλότερα τα καταστήματα ένδυσης-υπόδησης (5,9%) και Αθλητισμός-Hobbies (1,5%).

Γράφημα 10. Τι είδους καταστήματα επισκέπτεστε συνήθως στο Δήμο Διονύσου; (πολλαπλής επιλογής)

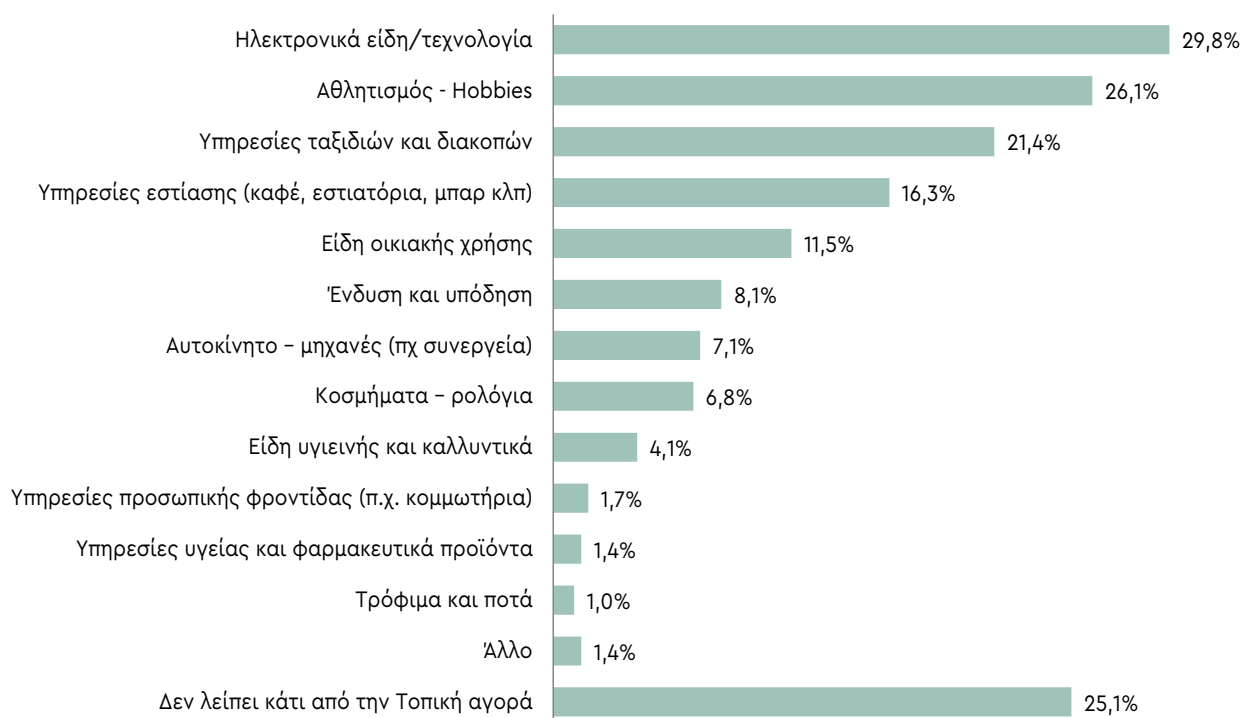
-Βάση: Όσοι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής απάντησαν ότι έχουν επισκεφτεί την τοπική αγορά το τελευταίο έτος-



7. Κατηγορίες προϊόντων που λείπουν από την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου

Στο Γράφημα 11 φαίνονται ποιες κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών θεωρούν οι κάτοικοι του Δήμου Διονύσου ότι λείπουν από την τοπική αγορά. Από αυτές, οι κατηγορίες με τα μεγαλύτερα ποσοστά ήταν τα Ηλεκτρονικά είδη και είδη Τεχνολογίας (29,8%), Υπηρεσίες αθλητισμού και Hobbies (26,1%), Υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών (21,4%) και Υπηρεσίες εστίασης (16,3%). Σε γενικές γραμμές φαίνεται ότι σε σύγκριση με την προηγούμενη ερώτηση (ποια προϊόντα/ υπηρεσίες αγοράζετε από την τοπική αγορά) τα προϊόντα/υπηρεσίες που λείπουν ταυτίζονται με τα περισσότερα από εκείνα που έχουν λάβει τα χαμηλότερα ποσοστά στο προηγούμενο ερώτημα.

Γράφημα 11. Ποιες κατηγορίες προϊόντων πιστεύετε ότι λείπουν από την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου; (πολλαπλής επιλογής)



Από την άλλη μεριά 1 στους 4 κατοίκους του Δήμου Διονύσου (25,1%) δήλωσε ότι δεν λείπει κάτι από την τοπική αγορά.

Από τα επιμέρους ευρήματα της έρευνας παρατηρούνται διαφορετικές ελλείψεις της τοπικής αγοράς ανά κατηγορία ερωτώμενων όπως φαίνεται στον Πίνακα 7. Οι κάτοικοι των Δημοτικών Ενοτήτων Άνοιξης και Κρυονερίου δήλωσαν πως περισσότερη έλλειψη στην τοπική αγορά υπάρχει στα προϊόντα τεχνολογίας, ενώ στην Δροσιά λείπουν οι Υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών. Στους οικισμούς Διονύσου και Ροδόπολης φαίνεται να λείπουν ισάξια και τα Ηλεκτρονικά είδη αλλά και οι Υπηρεσίες ταξιδιών, ενώ ταυτόχρονα σημαντικό μέρος των κατοίκων των δημοτικών ενοτήτων Αγίου Στεφάνου, Άνοιξης και Σταμάτας δήλωσαν πως δεν λείπει κάτι από την τοπική αγορά.

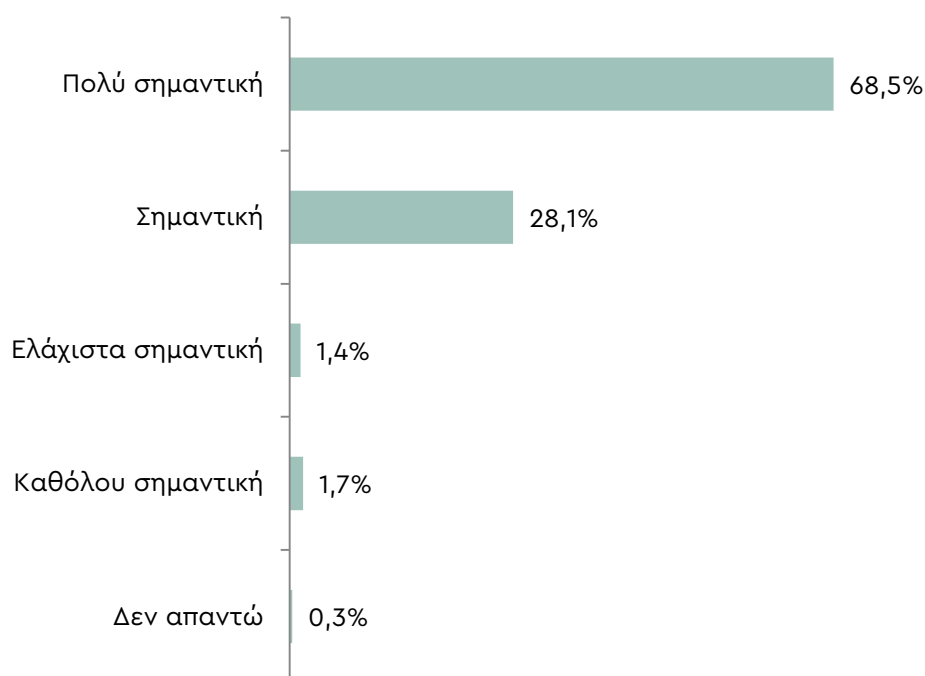
Πίνακας 7. Ποιες κατηγορίες προϊόντων πιστεύετε ότι λείπουν από την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου; (πολλαπλής επιλογής)

| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|---|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυσ- νέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Ηλεκτρονικά είδη/τεχνολογία | 23,9% | 35,7% | 30,3% | 34,2% | 36,4% | 33,3% | 26,1% |
| Αθλητισμός - Hobbies | 25,7% | 21,4% | 27,3% | 34,2% | 27,3% | 25,0% | 26,1% |
| Υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών | 11,9% | 19,6% | 30,3% | 36,8% | 31,8% | 33,3% | 13,0% |
| Υπηρεσίες εστίασης (καφέ, εστιατόρια, μπαρ κλπ) | 23,9% | 16,1% | 6,1% | 10,5% | 4,5% | 8,3% | 17,4% |
| Δεν λείπει κάτι από την Τοπική αγορά | 28,4% | 28,6% | 18,2% | 15,8% | 18,2% | 25,0% | 30,4% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών | 12,5% | 20,0% | 23,4% | 15,7% | 23,1% | 17,4% | 31,8% |
| Αθλητισμός - Hobbies | 25,0% | 23,1% | 26,9% | 23,5% | 32,4% | 21,7% | 22,7% |
| Ηλεκτρονικά είδη/τεχνολογία | 34,4% | 29,2% | 28,9% | 29,4% | 37,0% | 26,1% | 20,5% |
| Υπηρεσίες εστίασης (καφέ, εστιατόρια, μπαρ κλπ) | 15,6% | 16,9% | 16,2% | 21,6% | 19,4% | 12,0% | 11,4% |
| Δεν λείπει κάτι από την Τοπική αγορά | 28,1% | 23,1% | 25,4% | 29,4% | 17,6% | 30,4% | 27,3% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών | 23,9% | 28,9% | 28,6% | 15,2% | 21,8% | 27,5% | 17,1% |
| Αθλητισμός - Hobbies | 22,4% | 23,7% | 26,2% | 27,3% | 20,0% | 31,7% | 22,3% |
| Ηλεκτρονικά είδη/τεχνολογία | 25,4% | 26,3% | 50,0% | 15,2% | 38,2% | 39,2% | 23,4% |
| Υπηρεσίες εστίασης (καφέ, εστιατόρια, μπαρ κλπ) | 17,9% | 23,7% | 9,5% | 9,1% | 14,5% | 11,7% | 19,4% |
| Δεν λείπει κάτι από την Τοπική αγορά | 22,4% | 26,3% | 26,2% | 36,4% | 23,6% | 24,2% | 25,7% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ/ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπρ./ Διδ. | |
| Υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών | 21,3% | 22,4% | 20,0% | 12,7% | 22,7% | 26,0% | |
| Αθλητισμός - Hobbies | 27,6% | 27,2% | 17,5% | 28,6% | 25,8% | 26,0% | |
| Ηλεκτρονικά είδη/τεχνολογία | 28,3% | 34,4% | 20,0% | 22,2% | 32,0% | 33,0% | |
| Υπηρεσίες εστίασης (καφέ, εστιατόρια, μπαρ κλπ) | 16,5% | 16,8% | 15,0% | 17,5% | 14,8% | 17,0% | |
| Δεν λείπει κάτι από την Τοπική αγορά | 27,6% | 20,0% | 32,5% | 20,6% | 25,8% | 25,0% | |

8. Σημασία υποστήριξης τοπικών επιχειρήσεων

Η συντριπτική πλειονότητα των ερωτώμενων, όπως φαίνεται στο Γράφημα 12, πιστεύει πως η υποστήριξη των τοπικών επιχειρήσεων είναι πολύ σημαντική (68,5%) ή σημαντική (28,1%). Αυτό σημαίνει πως το 96,6% των ερωτώμενων πιστεύει πως είναι σημαντική η υποστήριξη των μικρών τοπικών επιχειρήσεων.

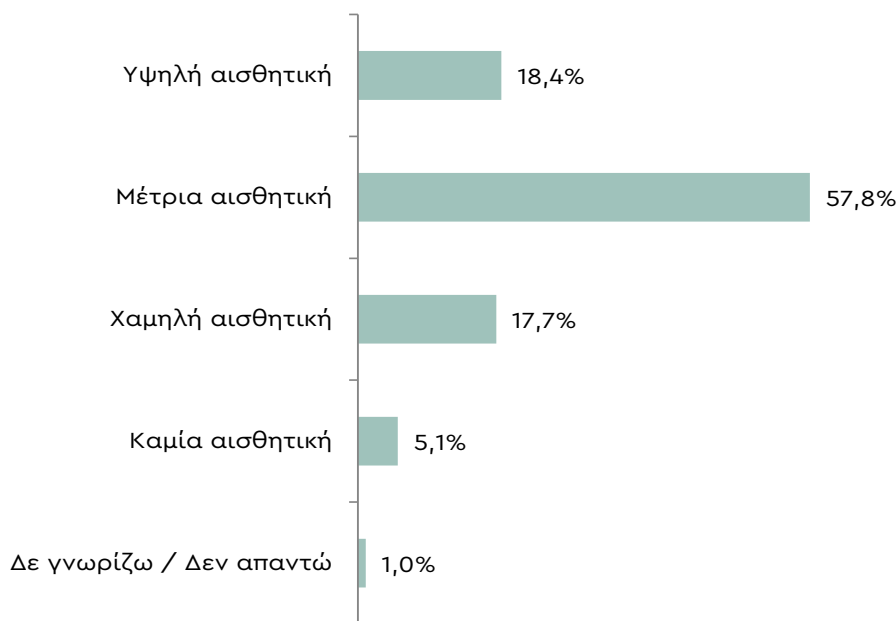
Γράφημα 12. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η υποστήριξη τοπικών επιχειρήσεων για την τοπική σας κοινότητα;



9. Αισθητική καταστημάτων και τοπικής αγοράς Δήμου Διονύσου

Η πλειονότητα των ερωτώμενων των κατοίκων του Δήμου Διονύσου (ποσοστό 57,8%) δήλωσε πως τα καταστήματα και οι τοπικές αγορές εμφανίζουν μια μέτρια αισθητική, ενώ το 17,7% δήλωσε πως παρουσιάζουν χαμηλή αισθητική και το 5,1% καμία αισθητική. Από την άλλη μεριά, μόλις το 18,4% των κατοίκων του Δήμου Διονύσου δήλωσε ότι τα καταστήματα και οι τοπικές αγορές χαρακτηρίζονται από υψηλή αισθητική (Γράφημα 13).

Γράφημα 13. Ποια είναι η εντύπωση που έχετε εξερχόμενοι από ένα κατάσταση στην τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου σε σχέση με την αισθητική (εμφάνιση) των καταστημάτων και γενικότερα της αγοράς;



Με βάση τις επιμέρους απαντήσεις, που αποτυπώνονται στον Πίνακα 8, στο ερώτημα της αισθητικής των καταστημάτων και γενικότερα της τοπικής αγοράς του Δήμου Διονύσου παρατηρούμε ότι βάσει της Δημοτικής Ενότητας διαμονής, η απάντηση για «μέτρια αισθητική» κυριαρχεί σε όλες τις δημοτικές ενότητες. Παραπέρα, οι περισσότερες απαντήσεις για την «υψηλή αισθητική» δόθηκαν από την Ροδόπολη (25%) και οι λιγότερες από το Κρυονέρι (13,6%). Το υψηλότερο ποσοστό που απάντησε «μέτρια αισθητική» προέρχεται από την Σταμάτα (69,6%) και το χαμηλότερο από την Ροδόπολη (41,7%). Η απάντηση «χαμηλή αισθητική» πήρε το υψηλότερο ποσοστό στο Κρυονέρι (33,3%) και το χαμηλότερο στην Άνοιξη (12,5%).

Με πλειοψηφικά ποσοστά κρίνουν ως μέτρια την εμφάνιση οι ερωτώμενοι:

- Βάσει των ετών διανομής στο Δήμο (με το υψηλότερο ποσοστό να προέρχεται από όσους κατοικούν 6 ως 15 χρόνια)
- Βάσει της ηλικιακή κατηγορίας (με το υψηλότερο ποσοστό να προέρχεται από την ομάδα 40 ως 49 ετών)
- Βάσει της εισοδηματικής κατηγορίας (με το υψηλότερο ποσοστό να προέρχεται από την εισοδηματική ομάδα 18.001 ως 25.000 ευρώ)
- Βάσει του φύλου με τις περισσότερες απαντήσεις να προέρχονται από τις γυναίκες

- Βάσει της επαγγελματικής ιδιότητας με τις περισσότερες απαντήσεις να προέρχονται από την κατηγορία των αυτοαπασχολουμένων, επιχειρηματιών και ελεύθερων επαγγελματιών
- Βάσει του εκπαιδευτικού επιπέδου, με το υψηλότερο ποσοστό να προέρχεται από αποφοίτους ΑΕΙ - ΤΕΙ.

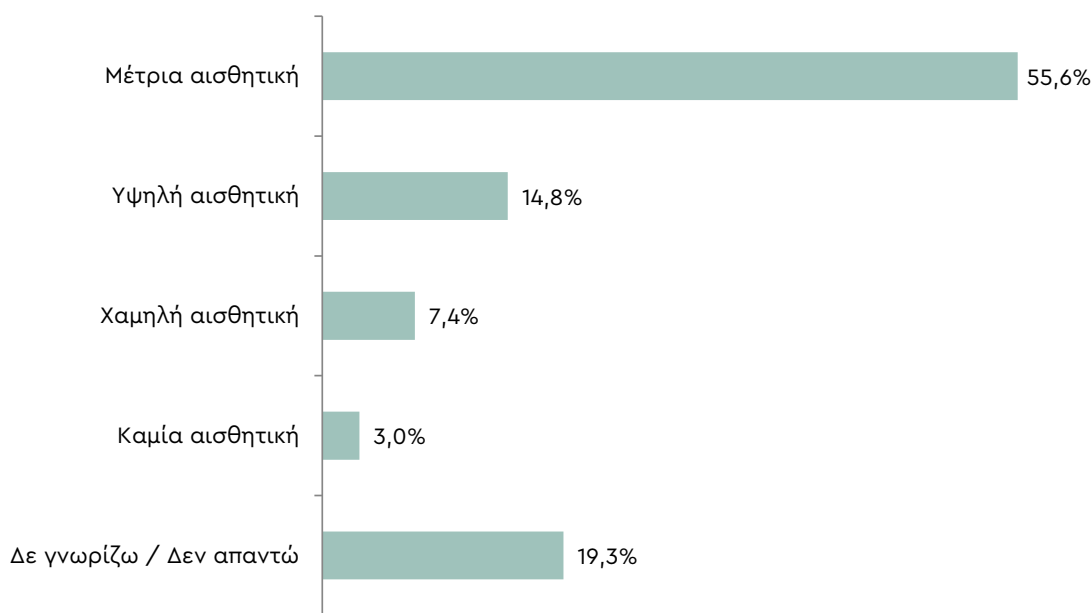
Πίνακας 8. Ποια είναι η εντύπωση που έχετε εξερχόμενοι από ένα κατάστημα στην τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου σε σχέση με την αισθητική (εμφάνιση) των καταστημάτων και γενικότερα της αγοράς; -Ανά κατηγορία-

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|------------------|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Υψηλή αισθητική | 21,3% | 17,9% | 15,2% | 15,8% | 13,6% | 25,0% | 17,4% |
| Μέτρια αισθητική | 53,7% | 62,5% | 60,6% | 57,9% | 54,5% | 41,7% | 69,6% |
| Χαμηλή αισθητική | 18,5% | 12,5% | 15,2% | 15,8% | 31,8% | 33,3% | 13,0% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Υψηλή αισθητική | 22,6% | 20,0% | 17,3% | 21,6% | 18,7% | 18,5% | 13,6% |
| Μέτρια αισθητική | 54,8% | 61,5% | 56,9% | 56,9% | 60,7% | 58,7% | 50,0% |
| Χαμηλή αισθητική | 16,1% | 13,8% | 19,3% | 19,6% | 15,9% | 17,4% | 20,5% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Υψηλή αισθητική | 13,4% | 18,4% | 21,4% | 27,3% | 18,5% | 21,8% | 16,0% |
| Μέτρια αισθητική | 62,7% | 63,2% | 54,8% | 54,5% | 53,7% | 49,6% | 63,4% |
| Χαμηλή αισθητική | 19,4% | 15,8% | 21,4% | 12,1% | 18,5% | 21,8% | 14,9% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταππ./ Διδ. | |
| Υψηλή αισθητική | 14,2% | 21,8% | 22,5% | 28,6% | 14,8% | 15,2% | |
| Μέτρια αισθητική | 61,4% | 55,6% | 55,0% | 58,7% | 60,9% | 55,6% | |
| Χαμηλή αισθητική | 18,9% | 17,7% | 12,5% | 7,9% | 20,3% | 21,2% | |

Όσον αφορά τις απαντήσεις που δόθηκαν στο ίδιο ερώτημα από τους κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής που έχουν επισκεφτεί την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου τουλάχιστον 1 φορά το τελευταίο έτος, παρατηρούμε ότι σε γενικές γραμμές δεν διαφέρουν από εκείνες των κατοίκων του Δήμου (Γράφημα 14). Συγκεκριμένα, το 55,6% δήλωσε ότι η αισθητική των καταστημάτων και της τοπικής αγοράς του Δήμου Διονύσου είναι μέτρια, το 7,4% την χαρακτήρισε ως χαμηλή, το 3% δήλωσε πως δεν υπάρχει καμία αισθητική και μόλις το 14,8% χαρακτήρισε την αισθητική των καταστημάτων και γενικότερα της τοπικής αγοράς του Δήμου Διονύσου ως υψηλή.

Γράφημα 14. Ποια είναι η εντύπωση που έχετε εξερχόμενοι από ένα κατάστημα στην τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου σε σχέση με την αισθητική (εμφάνιση) των καταστημάτων και γενικότερα της αγοράς;

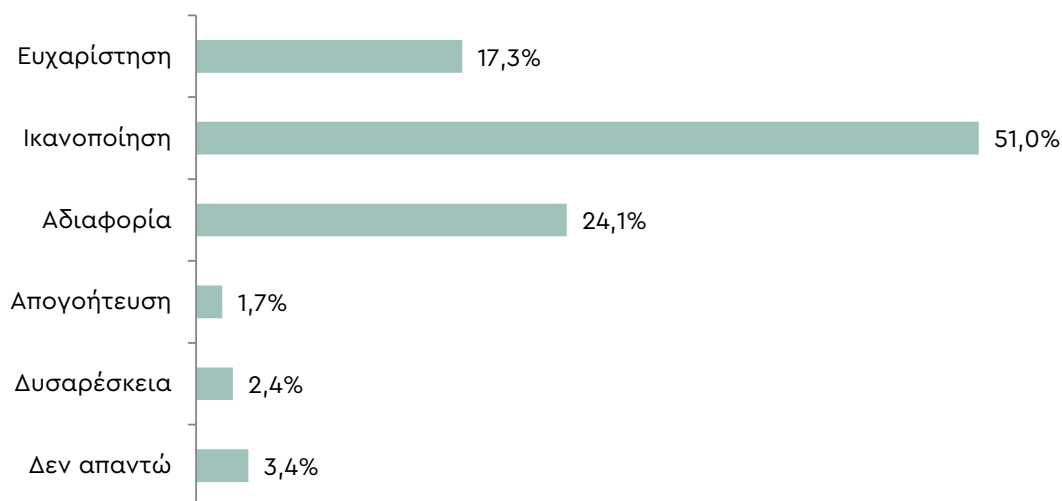
-Βάση: Όσοι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής απάντησαν ότι έχουν ε



10. Συναισθήματα καταναλωτών μετά την εξόδο τους από τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου

Στο ερώτημα ποια λέξη περιγράφει τα συναισθήματα που αισθάνονται κατά την εξόδο τους από μια επιχείρηση του Δήμου Διονύσου το 51% των κατοίκων του Δήμου απάντησε ικανοποίηση και το 17,3% ευχαρίστηση. Από την άλλη μεριά το 24,1% απάντησε αδιαφορία, ενώ μόλις το 1,7% και 2,4% απάντησαν απαγοήτευση και δυσαρέσκεια αντίστοιχα (Γράφημα 15).

Γράφημα 15. Ποια από τις παρακάτω λέξεις περιγράφει τα συναισθήματά σας όταν εξέρχεστε από τα τοπικά καταστήματα;



Από τα επιμέρους στοιχεία όπως αποτυπώνονται στον Πίνακα 9, παρατηρούμε πως σε σχέση με το συναίσθημα της ευχαρίστησης τα υψηλότερα ποσοστά παρατηρούνται στους κατοίκους της Ροδόπολης (33,3%), σε εκείνους που διαμένουν στο Δήμο έως 5 έτη (19,4%), στην ηλικιακή κατηγορία έως 39 έτων (23,5%), στις γυναίκες (21,1%), και στους απόφοιτους Α' βάθμιας/ Β' βάθμιας/Μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (28,6%).

Το υψηλότερο ποσοστό εκείνων που δηλώνουν ικανοποίηση παρατηρείται στους κατοίκους του Κρυονερίου (68,2%), σε όσους κατοικούν στον Δήμο από 6 ως 15 έτη (55,4%), στην ηλικιακή ομάδα από 40 ως 49 έτη (55,1%), στους άνδρες (51,3%) και στους κατόχους μεταπτυχιακού/ διδακτορικού διπλώματος (52,5%). Από την άλλη μεριά το χαμηλότερο ποσοστό ικανοποίησης παρατηρείται στους κατοίκους της Ροδόπολης (25%).

Όσον αφορά το συναίσθημα της αδιαφορίας το υψηλότερο ποσοστό καταγράφεται στους κατοίκους της Ροδόπολης (41,7%), στους άνω των 60 ετών (34,1%), στους άνδρες (30,3%) και στους απόφοιτους ΑΕΙ/ΤΕΙ (28,9%). Από την άλλη μεριά τα χαμηλότερα ποσοστά καταγράφονται στους κατοίκους της Σταμάτας (17,4%), σε εκείνους που διαμένουν στον Δήμο έως 5 έτη (16,1%) και στους απόφοιτους Α' βάθμιας/ Β' βάθμιας/Μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (9,5%).

Τέλος, από την ανάλυση των ευρημάτων της έρευνας φαίνεται ότι τα συναισθήματα έχουν μια θετική σχέση με την γνώμη που εξέφρασαν οι ερωτώμενοι για την αισθητική των καταστημάτων και της αγοράς του Δήμου Διονύσου. Ειδικότερα, όσοι απάντησαν ότι τα καταστήματα και η αγορά του Δήμου Διονύσου παρουσιάζουν υψηλή αισθητική καταγράφουν συντριπτικό ποσοστό στα θετικά συναισθήματα (48,1% ευχαρίστηση και 50% ικανοποίηση).

Περαιτέρω, όσο η αισθητική χαμηλώνει τα συναισθήματα είναι περισσότερο μέτρια ή/και αρνητικά. Είναι χαρακτηριστικό πως το 63,5% εκείνων που απάντησαν ότι τα καταστήματα και η αγορά του Δήμου Διονύσου παρουσιάζει χαμηλή αισθητική εκφράζουν το συναίσθημα της αδιαφορίας όταν εξέρχονται από ένα κατάστημα του Δήμου Διονύσου.

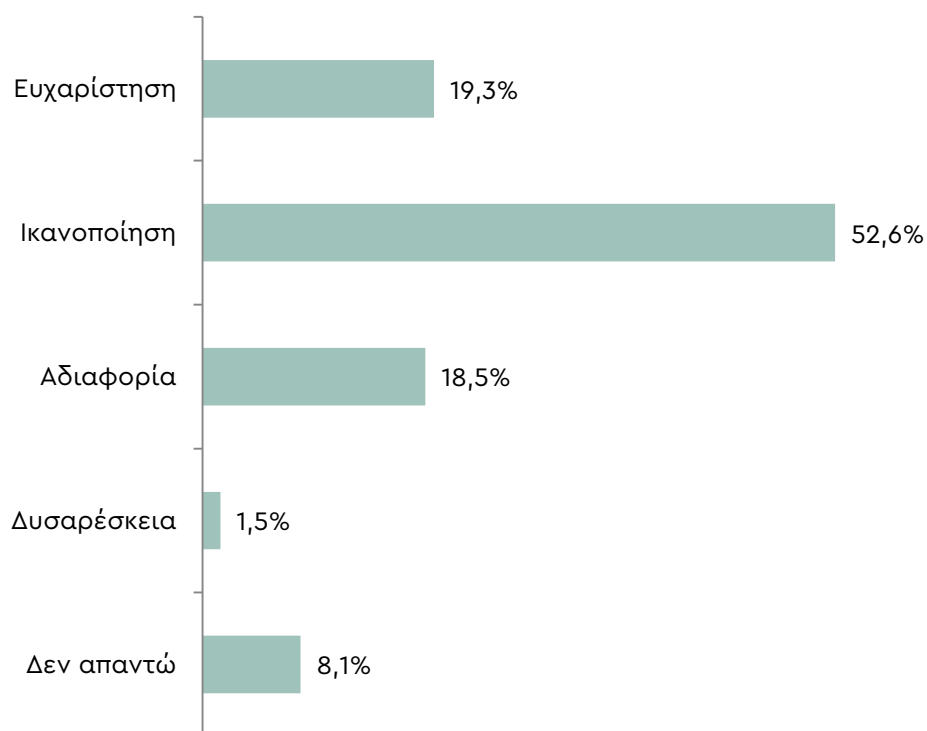
Πίνακας 9. Ποια από τις παρακάτω λέξεις περιγράφει τα συναισθήματά σας όταν εξέρχεστε από τα τοπικά καταστήματα; -Ανά κατηγορία-

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|-------------|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Ευχαρίστηση | 21,3% | 10,7% | 24,2% | 13,2% | 13,6% | 33,3% | 8,7% |
| Ικανοποίηση | 46,3% | 57,1% | 36,4% | 57,9% | 68,2% | 25,0% | 60,9% |
| Αδιαφορία | 25,0% | 21,4% | 33,3% | 21,1% | 18,2% | 41,7% | 17,4% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Ευχαρίστηση | 19,4% | 13,8% | 18,3% | 23,5% | 12,1% | 21,7% | 13,6% |
| Ικανοποίηση | 48,4% | 55,4% | 49,7% | 47,1% | 55,1% | 51,1% | 45,5% |
| Αδιαφορία | 16,1% | 27,7% | 24,4% | 21,6% | 25,2% | 19,6% | 34,1% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Ευχαρίστηση | 13,4% | 21,1% | 16,7% | 21,2% | 13,0% | 11,8% | 21,1% |
| Ικανοποίηση | 49,3% | 55,3% | 54,8% | 48,5% | 55,6% | 51,3% | 50,9% |
| Αδιαφορία | 31,3% | 18,4% | 23,8% | 27,3% | 22,2% | 30,3% | 20,0% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταππ./ Διδ. | |
| Ευχαρίστηση | 16,5% | 18,5% | 17,5% | 28,6% | 16,4% | 11,1% | |
| Ικανοποίηση | 46,5% | 53,2% | 60,0% | 49,2% | 50,8% | 52,5% | |
| Αδιαφορία | 29,9% | 20,2% | 17,5% | 9,5% | 28,9% | 28,3% | |

Τέλος, όσον αφορά τις απάντησεις που έδωσαν όσοι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής έχουν επισκεπτεί την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου το τελευταίο έτος, σε γενικές γραμμές είναι παρόμοιες με εκείνες των κατοίκων του Δήμου. Συγκεκριμένα στο ερώτημα ποια λέξη περιγράφει τα συναισθήματα που αισθάνονται κατά την εξοδό τους από μια επιχείρηση του Δήμου Διονύσου το 52,6% απάντησε ικανοποίηση και το 19,3% ευχαρίστηση. Από την άλλη μεριά, το 18,5% απάντησε αδιαφορία, ενώ μόλις το 1,5% απάντησε δυσαρέσκεια (Γράφημα 16).

Γράφημα 16. Ποια από τις παρακάτω λέξεις περιγράφει τα συναισθήματά σας όταν εξέρχεστε από τα τοπικά καταστήματα του Δήμου Διονύσου;

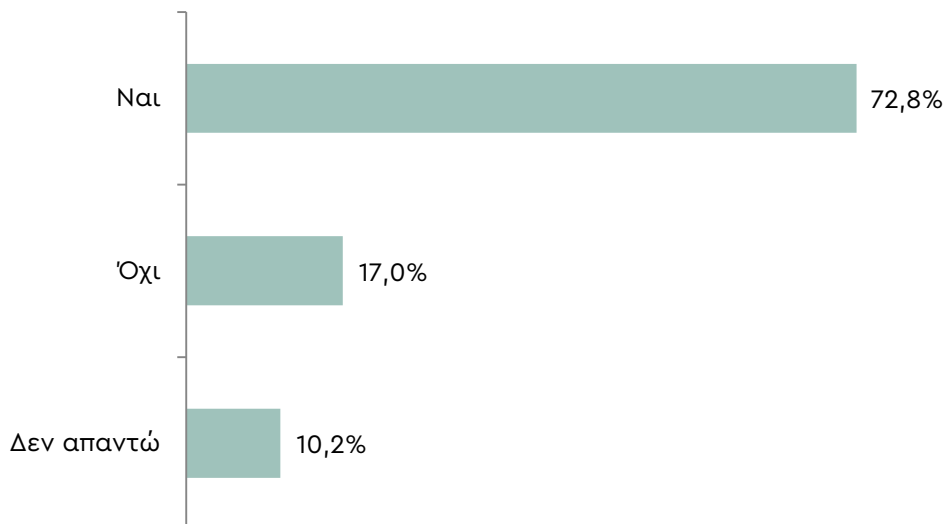
-Βάση: Όσοι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής απάντησαν ότι έχουν επισκεπτεί την τοπική αγορά το τελευταίο έτος-



11. Προθυμία σύστασης σε άλλους των τοπικών επιχειρήσεων του Δήμου Διονύσου

Η πλειονότητα των πολιτών του Δήμου Διονύσου, όπως φαίνεται στο Γράφημα 17, θα ήταν πρόθυμη να προτείνει τις τοπικές επιχειρήσεις σε άλλους (72,8%). Από την άλλη μεριά, το 17% των ερωτώμενων δεν θα πρότεινε τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου σε άλλους. Ανάλογα ποσοστά παρατηρούμε και για τους κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής: 63,7% θα πρότειναν τις επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου και 13,3% δεν θα τις πρότειναν.

Γράφημα 17. Είστε πρόθυμοι να προτείνετε τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου σε άλλους;



Από τα επιμέρους στοιχεία, όπως αποτυπώνονται στον Πίνακα 10 φαίνεται πως η πλειονότητα των ερωτώμενων ανά κατηγορία θα πρότεινε τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου σε άλλους. Το χαμηλότερο ποσοστό παρατηρείται στους κατοίκους της Δημοτικής Ενότητας Διονύσου (60,6%), στους άνω των 60 ετών (65,9%), σε εκείνους με ετήσιο εισόδημα έως 18.000 € (68,7%), στους μισθωτούς (67,7%) και στους κατόχους μεταπτυχιακού/διδακτορικού τίτλου σπουδών (64,6%).

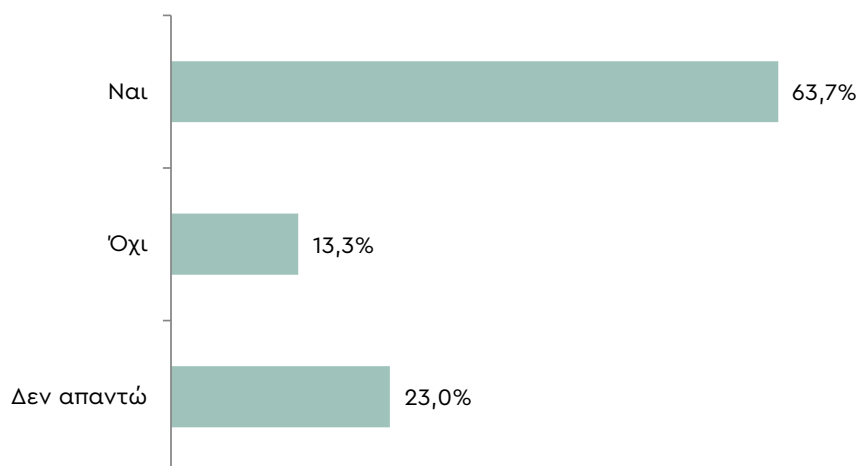
Όσον αφορά τις απαντήσεις που έδωσαν όσοι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής έχουν επισκεπτεί την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου το τελευταίο έτος, κυμαίνονται σε γενικές γραμμές κοντά με εκείνες των κατοίκων του Δήμου. Συγκεκριμένα, στο ερώτημα εάν θα πρότειναν σε άλλους τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου το 63,7% απάντησε πως θα τις συνέστηνε, έναντι του 13,3%. Σημειώνεται, επίσης, ότι σχεδόν 1 στους 4 ερωτώμενους (23%) δεν απάντησε στην ερώτηση (Γράφημα 18).

Πίνακας 10. Είστε πρόθυμοι να προτείνετε τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου σε άλλους; -Ανά κατηγορία-

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|-----|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|--------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Ναι | 71,3% | 71,4% | 60,6% | 71,1% | 90,9% | 75,0% | 82,6% |
| Όχι | 20,4% | 10,7% | 27,3% | 15,8% | 9,1% | 16,7% | 13,0% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Ναι | 77,4% | 73,8% | 71,6% | 70,6% | 78,5% | 70,7% | 65,9% |
| Όχι | 12,9% | 16,9% | 17,8% | 21,6% | 14,0% | 17,4% | 18,2% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Ναι | 68,7% | 81,6% | 73,8% | 72,7% | 72,2% | 73,1% | 72,6% |
| Όχι | 20,9% | 13,2% | 23,8% | 18,2% | 16,7% | 21,0% | 14,3% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ/ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπ./ Διδ. | |
| Ναι | 76,4% | 67,7% | 75,0% | 77,8% | 76,6% | 64,6% | |
| Όχι | 16,5% | 21,8% | 5,0% | 9,5% | 14,1% | 25,3% | |

Γράφημα 18. Είστε πρόθυμοι να προτείνετε τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου σε άλλους;

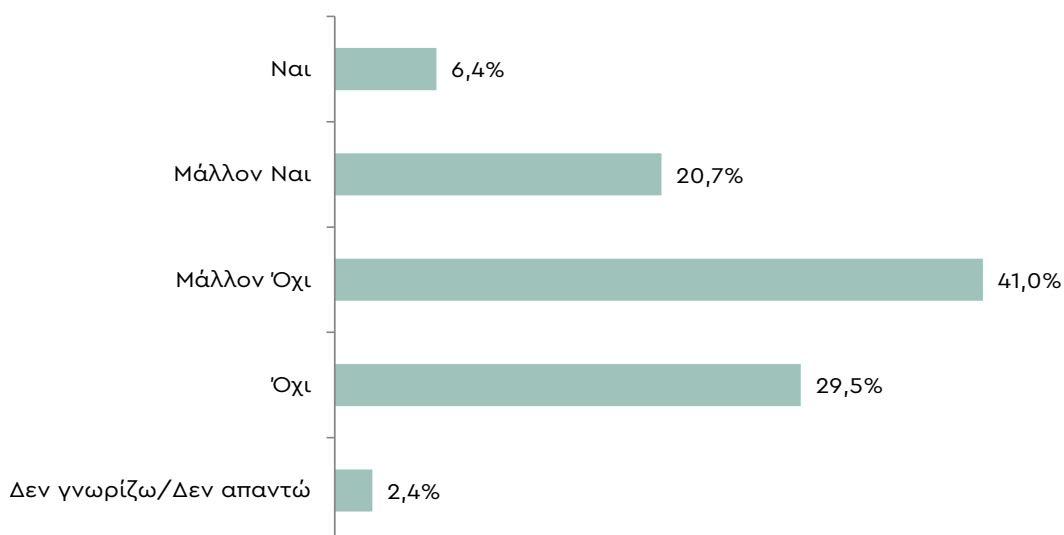
-Βάση: Όσοι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής απάντησαν ότι έχουν επισκεφτεί την τοπική αγορά το τελευταίο έτος-



12. Γνώμη για τις υποδομές του Δήμου Διονύσου

Η πλειονότητα των ερωτώμενων του Δήμου Διονύσου θεωρεί ότι ο Δήμος δεν διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές για την εξυπηρέτηση των πελατών και την προσέλκυση νέων. Συγκεκριμένα, όπως φαίνεται στο Γράφημα 19, στο ερώτημα εάν ο Δήμος Διονύσου έχει τις κατάλληλες υποδομές για την εξυπηρέτηση των πελατών και την προσέλκυση νέων το 70,5% απάντησε όχι ή μάλλον όχι, έναντι του 27,1% που απάντησε ναι ή μάλλον ναι.

Γράφημα 19. Θεωρείτε ότι οι υποδομές του Δήμου Διονύσου είναι κατάλληλες για την εξυπηρέτηση των πελατών αλλά και την προσέλκυση νέων από άλλους Δήμους;



Όπως φαίνεται στον Πίνακα 11, με κριτήριο την Δημοτική Ενότητα διαμονής των ερωτηθέντων, το υψηλότερο ποσοστό των θετικών και μάλλον θετικών απαντήσεων για την καταλληλότητα των υποδομών προήλθε από την Ροδόπολη (41,7%). Το μεγαλύτερο ποσοστό αρνητικών και μάλλον αρνητικών απαντήσεων προήλθε από τον Άγιο Στέφανο (74,3%).

Πίνακας 11. Θεωρείτε ότι οι υποδομές του Δήμου Διονύσου είναι κατάλληλες για την εξυπηρέτηση των πελατών αλλά και την προσέλκυση νέων από άλλους Δήμους;

-Ανά κατηγορία-

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|------------------|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|--------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Ναι / Μάλλον ναι | 21,1% | 25,0% | 30,3% | 31,6% | 36,4% | 41,7% | 30,4% |
| Όχι / Μάλλον όχι | 74,3% | 73,2% | 66,7% | 68,4% | 63,6% | 58,3% | 69,6% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Ναι / Μάλλον ναι | 40,6% | 40,0% | 20,8% | 31,4% | 26,9% | 26,1% | 25,0% |
| Όχι / Μάλλον όχι | 59,4% | 58,5% | 76,1% | 66,7% | 71,3% | 72,8% | 68,2% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Ναι / Μάλλον ναι | 29,9% | 39,5% | 21,4% | 30,3% | 27,3% | 31,7% | 24,0% |
| Όχι / Μάλλον όχι | 68,7% | 57,9% | 78,6% | 69,7% | 70,9% | 66,7% | 73,1% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ/ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπ./ Διδ. | |
| Ναι / Μάλλον ναι | 23,6% | 26,4% | 42,5% | 33,3% | 30,5% | 20,0% | |
| Όχι / Μάλλον όχι | 76,4% | 71,2% | 47,5% | 63,5% | 67,2% | 78,0% | |

Με κριτήριο τα έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου, οι περισσότερες θετικές απαντήσεις στο ερώτημα για τις υποδομές προήλθαν απ' όσους κατοικούν ως 5 έτη (40,6%) και οι περισσότερες αρνητικές απ' όσους κατοικούν πάνω από 15 έτη (76,1%). Βάσει της ηλικιακής κατηγορίας, οι περισσότερες θετικές απαντήσεις για τις υποδομές του Δήμου προήλθαν απ' όσους είναι ως 39 ετών (31,4%) κι οι περισσότερες αρνητικές απ' όσους διανύουν την 6η δεκαετία της ζωής τους (72,8%). Με βάση την εισοδηματική κατηγορία, οι περισσότερες θετικές προήλθαν από την ομάδα 18.001 ως 25.000 ευρώ (39,5%) και οι περισσότερες αρνητικές από την εισοδηματική ομάδα 25.001 ως 30.000 ευρώ (78,6%).

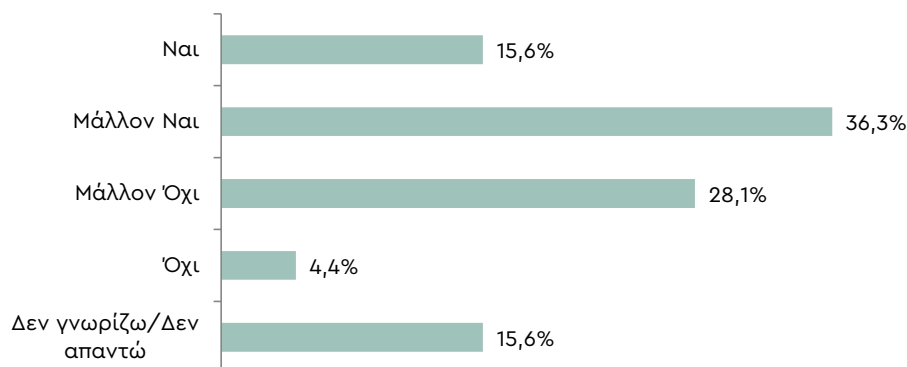
Με κριτήριο το φύλλο, θετικά στο ερώτημα για την επάρκεια των υποδομών του Δήμου απαντούν πρωτίστως οι άνδρες (31,7%) και αρνητικά πρωτίστως οι γυναίκες (73,1%).

Με κριτήριο την επαγγελματική ιδιότητα, θετικά απαντούν πρωτίστως οι μισθωτοί (26,4%) και αρνητικά οι αυτοαπασχολούμενοι, ελεύθεροι επαγγελματίες και επιχειρηματίες (76,4%). Βάσει του εκπαιδευτικού επιπέδου, θετικά στο ερώτημα για τις υποδομές του Δήμου απάντησαν πρωτίστως οι απόφοιτοι της πρωτοβάθμιας, δευτεροβάθμιας και μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (33,3%) και αρνητικά οι κάτοχοι μεταπτυχιακού και διδακτορικού τίτλου (78%).

Σε αντίθεση με την γνώμη των πολιτών του Δήμου Διονύσου, ένα μεγάλο μέρος των ερωτώμενων της Περιφέρειας Αττικής που έχει επισκεφθεί την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου τουλάχιστον 1 φορά το τελευταίο έτος, πιστεύει πως ο Δήμος έχει τις κατάλληλες υποδομές για την εξυπηρέτηση πελατών και για την προσέλκυση νέων. Συγκεκριμένα, όπως φαίνεται στο Γράφημα 20 το 51,9% θεωρεί ότι ο Δήμος Διονύσου έχει ή μάλλον έχει τις κατάλληλες υποδομές, έναντι του 32,5% που θεωρεί ότι δεν τις έχει ή μάλλον δεν τις έχει. Η σημαντική αυτή διαφοροποίηση σε σχέση με τις απαντήσεις των κατοίκων του Δήμου Διονύσου μπορεί να οφείλεται είτε σε επισκέπτες που διαμένουν σε αστικές περιοχές με περιορισμένο φυσικό περιβάλλον, είτε στο εύρημα ότι η συντριπτική πλειονότητα των ερωτώμενων της Περιφέρειας Αττικής επισκέπτεται κατά βάση επιχειρήσεις εστίασης, προφανώς για ψυχαγωγικούς λόγους. Αμφότερα τα προαναφερόμενα μπορεί να δημιουργούν μια θετικότερη στάση έναντι του Δήμου συνολικά. Επιπλέον, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι επειδή οι κάτοικοι της Περιφέρειας επισκέπτονται περιστασιακά και συγκεκριμένα μέρη του Δήμου Διονύσου μπορεί να μην διαθέτουν ολοκληρωμένη εικόνα για τις υποδομές του Δήμου. Τέλος, σημειώνεται πως ένα σημαντικό ποσοστό 15,5% δεν απάντησε στην ερώτηση.

Γράφημα 20. Θεωρείτε ότι οι υποδομές του Δήμου Διονύσου είναι κατάλληλες για την εξυπηρέτηση των πελατών αλλά και την προσέλκυση νέων;

-Βάση: Όσοι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής απάντησαν ότι έχουν επισκεφτεί την τοπική αγορά το τελευταίο έτος-



13. Υστερήσεις Δήμου Διονύσου

Με βάση τις απαντήσεις των πολιτών του Δήμου Διονυσίου, στο Γράφημα 21 παρατηρούμε πως ο Δήμος υστερεί στην ύπαρξη πεζοδρομίων (73,9%), στην απουσία θέσεων στάθμευσης (62%), και σε ανεπαρκείς συγκοινωνίες (39,3%). Άλλες υστερήσεις του Δήμου, βάσει των απαντήσεων των ερωτώμενων, είναι η έλλειψη προσβασιμότητας για ΑΜΕΑ (28,1%), ο ανεπαρκής φωτισμός (27,1%), ο διασκορπισμός των επιχειρήσεων (20,7%) και οι ανεπαρκείς δομές υγείας (14,9%).

Γράφημα 21. Που θεωρείτε ότι υστερεί ο Δήμος; (έως 3 απαντήσεις)



Από τα επιμέρους στοιχεία όπως φαίνονται στον Πίνακα 12, προκύπτει πως η πλειονότητα των κατοίκων των δημοτικών ενοτήτων Διόνυσου και Κρυονερίου θεωρούν ως σημαντικότερη έλλειψη τις θέσεις στάθμευσης. Από την άλλη πλευρά, οι κάτοικοι των υπόλοιπων Δημοτικών Ενοτήτων του Δήμου Διονύσου δηλώνουν κυρίως πως δεν υπάρχουν επαρκή πεζοδρόμια. Εξετάζοντας τις επιμέρους απαντήσεις διακρίνουμε ποιες είναι οι δύο σημαντικότερες ελλείψεις που ξεχωρίζουν οι κάτοικοι ανά Δημοτική Ενότητα:

- Αγίου Στεφάνου: Πεζοδρόμια (78,9%) και Θέσεις στάθμευσης (63,3%)
- Άνοιξη: Πεζοδρόμια (82,1%) και Θέσεις στάθμευσης (66,1%)
- Διόνυσου: Θέσεις στάθμευσης (54,5%) και Πεζοδρόμια (42,4%)
- Κρυονέρι: Θέσεις στάθμευσης (81,8%) και Πεζοδρόμια (77,3%)
- Ροδόπολη: Πεζοδρόμια (58,3%) και Ανεπαρκείς συγκοινωνίες (41,7%)
- Σταμάτα: Πεζοδρόμια (65,2%) και Ανεπαρκείς συγκοινωνίες (56,5%)

Οι ελλείψεις σε πεζοδρόμια και θέσεις στάθμευσης με αυτή την ιεραρχία κυριαρχούν και σε όλες τις υπόλοιπες επιμέρους κατηγορίες.

Πίνακας 12. Που θεωρείτε ότι υστερεί ο Δήμος; (έως 3 απαντήσεις) – Ανά κατηγορία –

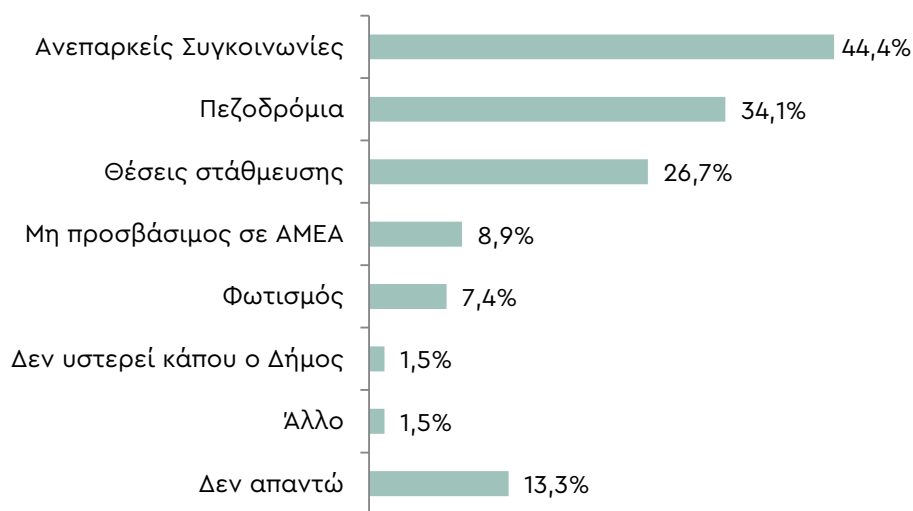
| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|--|--|--------|---------|--------|----------|----------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Πεζοδρόμια | 78,9% | 82,1% | 42,4% | 84,2% | 77,3% | 58,3% | 65,2% |
| Θέσεις στάθμευσης | 63,3% | 66,1% | 54,5% | 63,2% | 81,8% | 33,3% | 47,8% |
| Ανεπαρκείς Συγκοινωνίες | 38,5% | 35,7% | 39,4% | 44,7% | 22,7% | 41,7% | 56,5% |
| Μη προσβάσιμος σε ΑΜΕΑ | 21,1% | 42,9% | 21,2% | 42,1% | 22,7% | 25,0% | 21,7% |
| Φωτισμός | 31,2% | 21,4% | 39,4% | 21,1% | 27,3% | 33,3% | 13,0% |
| Τα εμπορικά καταστήματα δεν βρίσκονται συγκεντρωμένα σε έναν γεωγραφικό χώρο | 23,9% | 14,3% | 27,3% | 13,2% | 18,2% | 33,3% | 17,4% |
| Ανεπαρκείς δομές υγείας | 14,7% | 8,9% | 15,2% | 15,8% | 27,3% | 25,0% | 8,7% |

| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
|--|---------------------------------------|-------------------|--------------------|-----------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Πεζοδρόμια | 59,4% | 60,0% | 80,7% | 70,6% | 76,9% | 75,0% | 68,2% |
| Θέσεις στάθμευσης | 50,0% | 50,8% | 67,5% | 49,0% | 67,6% | 64,1% | 59,1% |
| Ανεπαρκείς Συγκοινωνίες | 34,4% | 38,5% | 40,1% | 29,4% | 45,4% | 32,6% | 50,0% |
| Μη προσβάσιμος σε ΑΜΕΑ | 34,4% | 33,8% | 25,4% | 37,3% | 24,1% | 31,5% | 20,5% |
| Φωτισμός | 37,5% | 30,8% | 24,4% | 27,5% | 27,8% | 26,1% | 27,3% |
| Τα εμπορικά καταστήματα δεν βρίσκονται συγκεντρωμένα σε έναν γεωγραφικό χώρο | 31,3% | 20,0% | 19,3% | 21,6% | 25,9% | 17,4% | 13,6% |
| Ανεπαρκείς δομές υγείας | 15,6% | 13,8% | 15,2% | 17,6% | 13,0% | 13,0% | 20,5% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Πεζοδρόμια | 77,6% | 76,3% | 76,2% | 72,7% | 63,6% | 66,7% | 78,9% |
| Θέσεις στάθμευσης | 61,2% | 60,5% | 57,1% | 57,6% | 58,2% | 66,7% | 58,9% |
| Ανεπαρκείς Συγκοινωνίες | 38,8% | 47,4% | 35,7% | 39,4% | 50,9% | 39,2% | 39,4% |
| Μη προσβάσιμος σε ΑΜΕΑ | 29,9% | 26,3% | 35,7% | 24,2% | 29,1% | 30,0% | 26,9% |
| Φωτισμός | 29,9% | 26,3% | 33,3% | 33,3% | 21,8% | 26,7% | 27,4% |
| Τα εμπορικά καταστήματα δεν βρίσκονται συγκεντρωμένα σε έναν γεωγραφικό χώρο | 19,4% | 23,7% | 21,4% | 12,1% | 20,0% | 15,8% | 24,0% |
| Ανεπαρκείς δομές υγείας | 10,4% | 23,7% | 16,7% | 18,2% | 9,1% | 15,0% | 14,9% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταππ./ Διδ. | |
| Πεζοδρόμια | 78,0% | 73,6% | 60,0% | 85,7% | 69,5% | 71,0% | |
| Θέσεις στάθμευσης | 64,6% | 61,6% | 52,5% | 66,7% | 63,3% | 56,0% | |
| Ανεπαρκείς Συγκοινωνίες | 34,6% | 43,2% | 42,5% | 17,5% | 39,1% | 55,0% | |
| Μη προσβάσιμος σε ΑΜΕΑ | 22,8% | 36,0% | 20,0% | 23,8% | 28,1% | 30,0% | |
| Φωτισμός | 29,9% | 26,4% | 22,5% | 28,6% | 28,1% | 25,0% | |
| Τα εμπορικά καταστήματα δεν βρίσκονται συγκεντρωμένα σε έναν γεωγραφικό χώρο | 22,8% | 18,4% | 20,0% | 25,4% | 21,9% | 17,0% | |
| Ανεπαρκείς δομές υγείας | 13,4% | 16,0% | 17,5% | 17,5% | 14,1% | 15,0% | |

Όσον αφορά τις απόψεις των ερωτώμενων της Περιφέρειας Αττικής που έχει επισκεφθεί την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου τουλάχιστον 1 φορά το τελευταίο έτος σχετικά με τις ελλείψεις του Δήμου, το 44,4% απάντησε τις ανεπαρκείς συγκοινωνίες, το 34,1% την έλλειψη πεζοδρομίων, το 26,7% τις θέσεις στάθμευσης και αρκετά παρακάτω ακολουθούν η μη προσβασιμότητα σε ΑΜΕΑ (8,9%) και ο φωτισμός (7,4%).

Γράφημα 22. Που θεωρείτε ότι υστερεί ο Δήμος; (έως 2 απαντήσεις)

-Βάση: Όσοι κάτοικοι της Περιφέρειας Αττικής απάντησαν ότι έχουν επισκεφτεί την τοπική αγορά το τελευταίο έτος-



14. Συμμετοχή σε εκδηλώσεις ή τοπικές ενώσεις του Δήμου Διονύσου

Σε ερώτηση για την συμμετοχή σε κοινοτικές εκδηλώσεις (πχ φεστιβάλ) ή σε τοπικές ενώσεις (πολιτιστικές, επαγγελματικές κ.λπ.) του Δήμου Διονύσου το 61% των ερωτώμενων απάντησε θετικά έναντι του 37,6% που απάντησε αρνητικά.

Από τα επιμέρους στοιχεία, όπως φαίνονται στον Πίνακα 13, οι κάτοικοι των Δημοτικών Ενοτήτων Αγίου Στεφάνου και Κρυονερίου (67,9% και 63,6%) έχουν δώσει τις περισσότερες θετικές απαντήσεις έναντι των κατοίκων του Διονύσου και της Άνοιξης (48,5% και 42,9%) που έχουν δώσει τις περισσότερες αρνητικές.

Με βάση τα έτη διαμονής στον Δήμο παρατηρούμε ότι όσο αυξάνονται τόσο μεγαλώνει και η συμμετοχή. Ανάλογη τάση δεν παρατηρείται όταν εξετάζουμε τις απαντήσεις κατά ηλικιακή κατηγορία. Σε σχέση με την ηλικία ερωτώμενων, η ηλικιακή ομάδα των άνω των 60 ετών έχει την μικρότερη συμμετοχή, ενώ χαμηλότερα ποσοστά καταγράφονται και στις υψηλότερες εισοδηματικά κατηγορίες.

Πίνακας 13. Έχετε ποτέ συμμετάσχει σε τοπικές κοινοτικές εκδηλώσεις (π.χ. φεστιβάλ) ή/και συμμετέχετε σε τοπικές ενώσεις (πολιτιστικές, επαγγελματικές κ.λπ.) του Δήμου Διονύσου;
-Ανά κατηγορία-

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|-----|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Ναι | 67,9% | 55,4% | 48,5% | 60,5% | 63,6% | 58,3% | 60,9% |
| Όχι | 31,2% | 42,9% | 48,5% | 39,5% | 31,8% | 41,7% | 39,1% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Ναι | 46,9% | 52,3% | 66,5% | 60,8% | 60,2% | 68,5% | 47,7% |
| Όχι | 50,0% | 44,6% | 33,0% | 37,3% | 39,8% | 29,3% | 50,0% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ - 25.000€ | 25.001€ - 30.000€ | 30.001€ - 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Ναι | 62,7% | 76,3% | 76,2% | 36,4% | 52,7% | 61,7% | 60,6% |
| Όχι | 35,8% | 23,7% | 23,8% | 57,6% | 45,5% | 35,8% | 38,9% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταππ./ Διδ. | |
| Ναι | 66,1% | 57,6% | 57,5% | 69,8% | 59,4% | 58,0% | |
| Όχι | 32,3% | 40,8% | 42,5% | 30,2% | 39,1% | 40,0% | |

15. Ενημέρωση για τοπικές προσφορές και εκδηλώσεις

Όπως φαίνεται στο Γράφημα 23, οι κάτοικοι του Δήμου Διονύσου ενημερώνονται για τοπικές προσφορές και εκδηλώσεις κυρίως από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (63,1%). Ακολουθούν η ενημέρωση μέσω διαδικτύου (39%), από φίλους και συγγενείς (31,2%), μέσω τοπικών αφισών και ανακοινώσεων (30,5%) και μέσα από τα τοπικά καταστήματα (26,8%).

Γράφημα 23. Πώς ενημερώνεστε συνήθως για τοπικές προσφορές και εκδηλώσεις; (έως 3 απαντήσεις)



Εξετάζοντας τις επιμέρους απαντήσεις, όπως αποτυπώνονται στον Πίνακα 14, παρατηρούμε ότι τα υψηλότερα ποσοστά ενημέρωσης από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης παρατηρούνται στο Κρυονέρι (86,4%) και τον Άγιο Στέφανο (67,9%) και τα χαμηλότερα σε Διόνυσο (48,5%) και Σταμάτα (52,2%). Τα υψηλότερα ποσοστά ενημέρωσης από το διαδίκτυο παρατηρούνται σε Κρυονέρι (50%) και Διόνυσο (48,5%). Τα υψηλότερα ποσοστά ενημέρωσης από φίλους και συγγενείς καταγράφονται σε Άνοιξη (44,6%) και Σταμάτα (43,5%). Τα υψηλότερα ποσοστά ενημέρωσης από τοπικές αφίσες και ανακοινώσεις σημειώνονται σε Σταμάτα (47,8%) και Ροδόπολη – Διόνυσο (33,3%). Τέλος, τα υψηλότερα ποσοστά ενημέρωσης από Τοπικά καταστήματα και επιχειρήσεις παρατηρούνται στην Σταμάτα (30,4%) και τον Άγιο Στέφανο (32,1%).

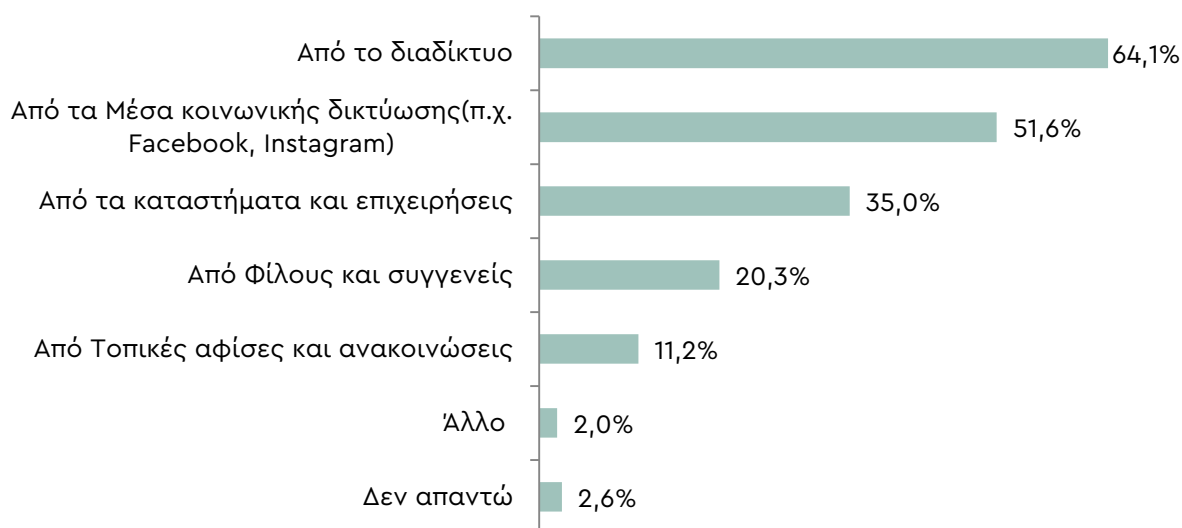
Η πρωτοκαθεδρία των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης ως πρωτεύουσα πηγή ενημέρωσης παρατηρείται στις 2 (6 ως 15 έτη και πάνω από 15 έτη) από τις 3 κατηγορίες ετών διαμονής στον Δήμο Διονύσου. Επίσης αποτελούν την πρωτεύουσα πηγή ενημέρωσης σε όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες ερωτώμενων (ηλικία, φύλο, εισόδημα, ιδιότητα, εκπαιδευτικό επίπεδο).

Πίνακας 14. Πώς ενημερώνεστε συνήθως για τοπικές προσφορές και εκδηλώσεις; (έως 3 απαντήσεις) -Ανά κατηγορία-

| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|---|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσος | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης(π.χ. Facebook, Instagram) | 67,9% | 57,1% | 48,5% | 63,2% | 86,4% | 58,3% | 52,2% |
| Από το διαδίκτυο | 33,0% | 39,3% | 48,5% | 36,8% | 50,0% | 41,7% | 43,5% |
| Από φίλους και συγγενείς | 32,1% | 44,6% | 15,2% | 23,7% | 18,2% | 33,3% | 43,5% |
| Από τοπικές αφίσες και ανακοινώσεις | 25,7% | 28,6% | 33,3% | 31,6% | 31,8% | 33,3% | 47,8% |
| Από τα τοπικά καταστήματα και επιχειρήσεις | 32,1% | 26,8% | 21,2% | 21,1% | 22,7% | 16,7% | 30,4% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης(π.χ. Facebook, Instagram) | 46,9% | 60,0% | 67,0% | 54,9% | 65,7% | 65,2% | 61,4% |
| Από το διαδίκτυο | 53,1% | 41,5% | 35,5% | 29,4% | 43,5% | 31,5% | 54,5% |
| Από φίλους και συγγενείς | 43,8% | 29,2% | 29,9% | 43,1% | 26,9% | 32,6% | 25,0% |
| Από τοπικές αφίσες και ανακοινώσεις | 34,4% | 33,8% | 28,9% | 25,5% | 26,9% | 37,0% | 31,8% |
| Από τα τοπικά καταστήματα και επιχειρήσεις | 25,0% | 29,2% | 26,4% | 39,2% | 23,1% | 25,0% | 25,0% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (π.χ. Facebook, Instagram) | 68,7% | 71,1% | 61,9% | 48,5% | 47,3% | 55,0% | 68,6% |
| Από το διαδίκτυο | 40,3% | 36,8% | 35,7% | 42,4% | 47,3% | 50,8% | 30,9% |
| Από Φίλους και συγγενείς | 40,3% | 15,8% | 33,3% | 36,4% | 25,5% | 26,7% | 34,3% |
| Από τοπικές αφίσες και ανακοινώσεις | 28,4% | 50,0% | 35,7% | 15,2% | 25,5% | 30,0% | 30,9% |
| Από τα τοπικά καταστήματα και επιχειρήσεις | 20,9% | 23,7% | 28,6% | 30,3% | 30,9% | 28,3% | 25,7% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ/ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταππ./ Διδ. | |
| Από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (π.χ. Facebook, Instagram) | 63,0% | 63,2% | 65,0% | 65,1% | 64,1% | 61,0% | |
| Από το διαδίκτυο | 34,6% | 39,2% | 50,0% | 36,5% | 42,2% | 37,0% | |
| Από φίλους και συγγενείς | 29,1% | 33,6% | 30,0% | 44,4% | 32,8% | 21,0% | |
| Από τοπικές αφίσες και ανακοινώσεις | 27,6% | 32,8% | 35,0% | 31,7% | 35,9% | 24,0% | |
| Από τα τοπικά καταστήματα και επιχειρήσεις | 30,7% | 24,8% | 22,5% | 31,7% | 24,2% | 26,0% | |

Σε συναφή ερώτηση προς τους ερωτώμενους από την Περιφέρεια Αττικής, χωρίς όμως την τοπική διάσταση, οι απαντήσεις είναι διαφοροποιημένες (Γράφημα 24). Συγκεκριμένα, το 64,1% απάντησε ότι για προσφορές και εκδηλώσεις ενημερώνεται από το διαδίκτυο, το 51,6% από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Instagram), το 35% από καταστήματα και επιχειρήσεις και το 20,3% από φίλους και συγγενείς. Τέλος, μόλις το 11,2% απάντησε ότι ενημερώνεται από τοπικές αφίσες και ανακοινώσεις.

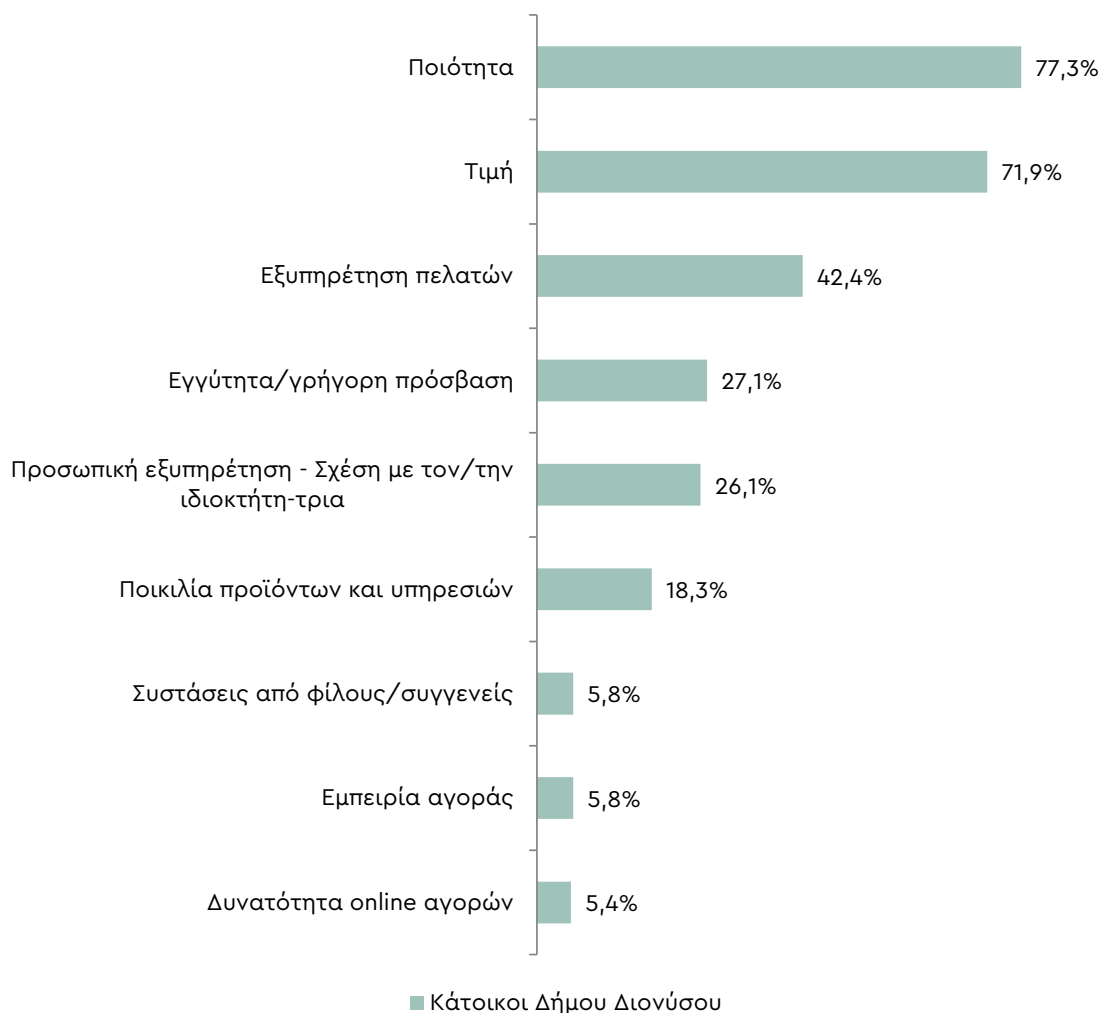
Γράφημα 24. Πώς ενημερώνεστε συνήθως για προσφορές και εκδηλώσεις; (έως 3 απαντήσεις)



16. Κριτήρια επιλογής προϊόντων και υπηρεσιών

Σε σχέση με τα κριτήρια βάσει των οποίων επιλέγουν προϊόντα ή υπηρεσίες οι καταναλωτές του Δήμου Διονύσιου, όπως φαίνεται στο Γράφημα 23, το κριτήριο της Ποιότητας συγκεντρώνει τις περισσότερες προτιμήσεις (ποσοστό 77,3%) κι ακολουθούν η Τιμή (ποσοστό 71,9%) και η Εξυπηρέτηση πελατών (42,4%). Ακολουθούν η Εγγύτητα (27,1%), η προσωπική εξυπηρέτηση/σχέση με τον ιδιοκτήτη (26,1%), και η ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών (18,3%).

Γράφημα 25. Ποια κριτήρια είναι το πιο σημαντικά για εσάς κατά την επιλογή προϊόντων/ υπηρεσιών; (έως 3 απαντήσεις)



Εξετάζοντας τις επιμέρους απαντήσεις των κατοίκων του Δήμου Διονύσου, στον Πίνακα 15, παρατηρούμε ότι με βάση τη Δημοτική Ενότητα διαμονής, τα τρία πρωτεύοντα κριτήρια ιεραρχικά είναι: ποιότητα, τιμή, εξυπηρέτηση πελατών. Εξαίρεση αποτελεί η δημοτική ενότητα Σταμάτας όπου η κατάταξη είναι: Τιμή, ποιότητα, εγγύτητα.

Σε όλες τις υπόλοιπες επιμέρους κατηγορίες (έτη διαμονής στο Δήμο Διονύσου, ηλικία, φύλο, εισόδημα, ιδιότητα, εκπαιδευτικό επίπεδο) η τριάδα ποιότητα, τιμή, εξυπηρέτηση πελατών με αυτή την κατάταξη αποτελούν τα κριτήρια που λαμβάνουν τα υψηλότερα ποσοστά με εξαίρεση τους άνω των 60 ετών. Σε αυτή την ομάδα τα τρία σημαντικότερα κριτήρια είναι κατά σειρά: ποιότητα, τιμή, εγγύτητα.

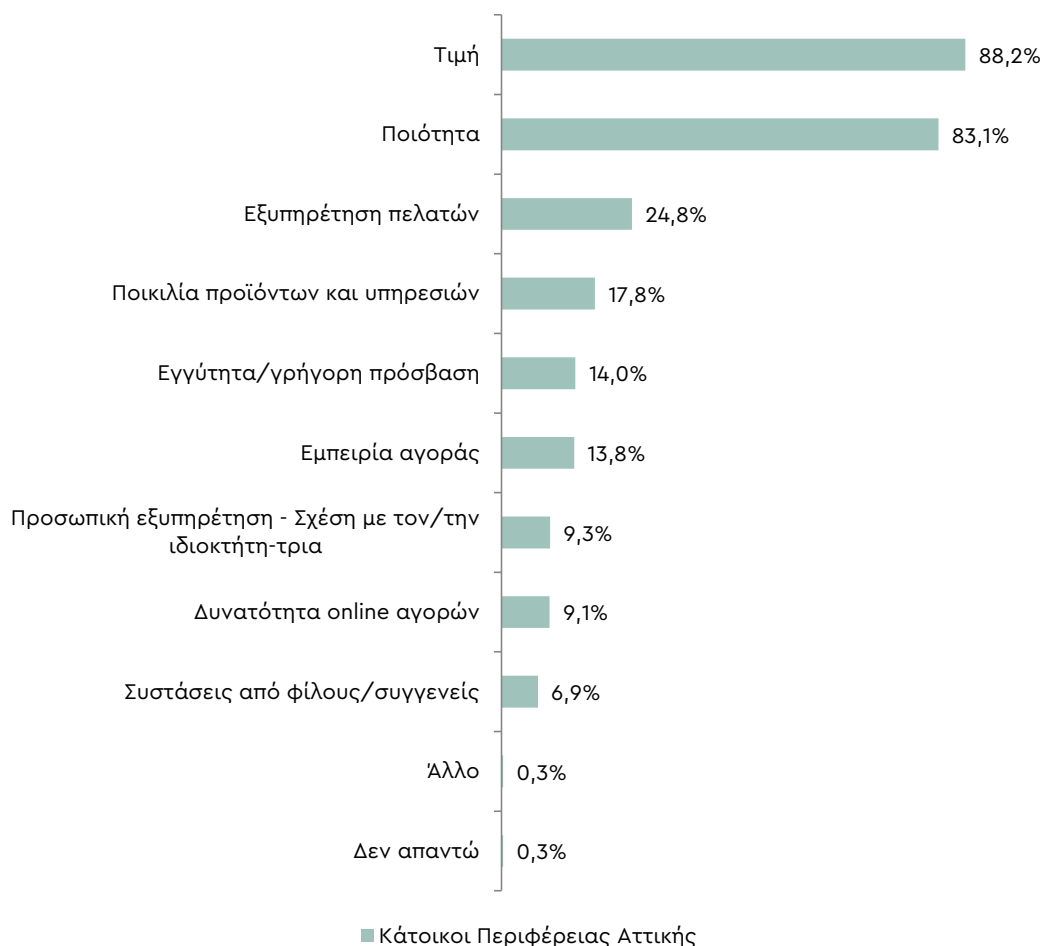
Πίνακας 15. Ποια κριτήρια είναι το πιο σημαντικά για εσάς κατά την επιλογή προϊόντων/ υπηρεσιών; (έως 3 απαντήσεις) -Ανά κατηγορία ερωτώμενων Δήμου Διονύσου-

| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|---|--|----------|-----------------|--------------------|----------|----------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Ποιότητα | 78,0% | 80,4% | 72,7% | 89,5% | 77,3% | 66,7% | 60,9% |
| Τιμή | 69,7% | 83,9% | 66,7% | 73,7% | 68,2% | 58,3% | 69,6% |
| Εξυπηρέτηση πελατών | 43,1% | 41,1% | 42,4% | 42,1% | 54,5% | 50,0% | 26,1% |
| Εγγύτητα/γρήγορη πρόσβαση | 26,6% | 26,8% | 30,3% | 21,1% | 31,8% | 16,7% | 34,8% |
| Προσωπική εξυπηρέτηση - Σχέση με τον/την ιδιοκτήτη-τρια | 29,4% | 19,6% | 27,3% | 21,1% | 31,8% | 33,3% | 26,1% |
| Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών | 21,1% | 14,3% | 21,2% | 10,5% | 18,2% | 25,0% | 21,7% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Ποιότητα | 78,1% | 78,5% | 77,2% | 66,7% | 87,0% | 73,9% | 72,7% |
| Τιμή | 68,8% | 69,2% | 73,6% | 68,6% | 77,8% | 69,6% | 65,9% |
| Εξυπηρέτηση πελατών | 56,3% | 41,5% | 40,1% | 51,0% | 39,8% | 46,7% | 29,5% |
| Εγγύτητα/γρήγορη πρόσβαση | 25,0% | 24,6% | 28,4% | 23,5% | 24,1% | 29,3% | 34,1% |
| Προσωπική εξυπηρέτηση - Σχέση με τον/την ιδιοκτήτη-τρια | 18,8% | 18,5% | 29,4% | 31,4% | 17,6% | 31,5% | 29,5% |
| Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών | 15,6% | 15,4% | 19,3% | 25,5% | 14,8% | 17,4% | 20,5% |

| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
|---|---------------------------------------|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Ποιότητα | 82,1% | 73,7% | 69,0% | 72,7% | 80,0% | 71,7% | 81,1% |
| Τιμή | 74,6% | 68,4% | 81,0% | 69,7% | 61,8% | 68,3% | 74,3% |
| Εξυπηρέτηση πελατών | 37,3% | 31,6% | 42,9% | 45,5% | 50,9% | 49,2% | 37,7% |
| Εγγύτητα/γρήγορη πρόσβαση | 32,8% | 26,3% | 16,7% | 27,3% | 32,7% | 25,8% | 28,0% |
| Προσωπική εξυπηρέτηση - Σχέση με τον/την ιδιοκτήτη-τρια | 20,9% | 23,7% | 33,3% | 24,2% | 25,5% | 28,3% | 24,6% |
| Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών | 16,4% | 15,8% | 19,0% | 15,2% | 16,4% | 19,2% | 17,7% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπτ./ Διδ. | |
| Ποιότητα | 78,7% | 80,0% | 65,0% | 74,6% | 75,8% | 82,0% | |
| Τιμή | 70,9% | 74,4% | 67,5% | 71,4% | 72,7% | 72,0% | |
| Εξυπηρέτηση πελατών | 43,3% | 43,2% | 37,5% | 47,6% | 41,4% | 42,0% | |
| Εγγύτητα/γρήγορη πρόσβαση | 22,8% | 30,4% | 32,5% | 20,6% | 25,0% | 34,0% | |
| Προσωπική εξυπηρέτηση - Σχέση με τον/την ιδιοκτήτη-τρια | 29,9% | 18,4% | 37,5% | 38,1% | 29,7% | 13,0% | |
| Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών | 23,6% | 8,8% | 30,0% | 27,0% | 21,9% | 9,0% | |

Όσον αφορά τους κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής επιλέγουν προϊόντα και υπηρεσίες με βασικά κριτήρια την τιμή (88,2%) και την ποιότητα (83,1%). Ακολουθούν η εξυπηρέτηση πελατών (24,8%), η ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών (17,8%), η εγγύτητα (14%) και η εμπειρία αγοράς (13,8%). Την προσωπική εξυπηρέτηση/σχέση με τον ιδιοκτήτη θεωρεί ως σημαντικό κριτήριο το 9,3% των ερωτώμενων, ποσοστό σημαντικά χαμηλότερο σε σχέση με εκείνο των κατοίκων του Δήμου Διονύσου (Γράφημα 24).

Γράφημα 26. Ποια κριτήρια είναι το πιο σημαντικά για εσάς κατά την επιλογή προϊόντων/ υπηρεσιών; (έως 3 απαντήσεις)



Εξετάζοντας τις επιμέρους απαντήσεις των κατοίκων της Περιφέρειας Αττικής, στον Πίνακα 16, παρατηρούμε ότι με βάση, τα τρία πρωτεύοντα κριτήρια ιεραρχικά σε όλες τις κατηγορίες είναι: τιμή, ποιότητα, εξυπηρέτηση πελατών. Εξαίρεση αποτελεί η Περιφερειακή Ενότητα Δυτικής Αττικής όπου η κατάταξη είναι: τιμή, ποιότητα, εμπειρία αγοράς.

Πίνακας 16. Ποια κριτήρια είναι το πιο σημαντικά για εσάς κατά την επιλογή προϊόντων/υπηρεσιών; (έως 3 απαντήσεις). -Ανά κατηγορία ερωτώμενων Περιφέρειας Αττικής-

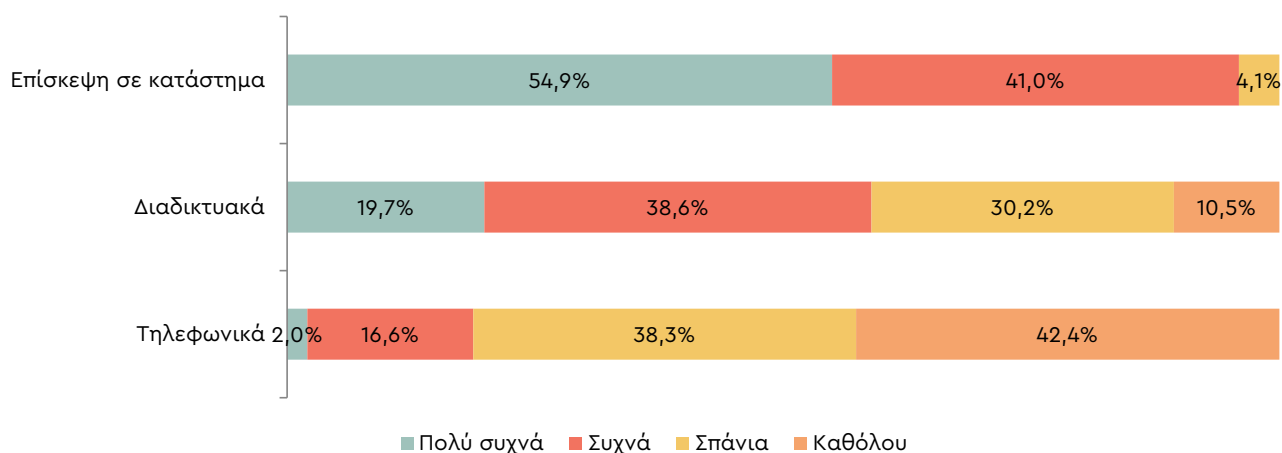
| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|---|--|--------|---------|--------|----------|----------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Τιμή | 83,2% | 89,3% | 77,1% | 90,2% | 89,7% | 88,3% | 91,6% |
| Ποιότητα | 82,6% | 83,4% | 68,6% | 79,3% | 85,4% | 83,2% | 86,3% |
| Εξυπηρέτηση πελατών | 30,3% | 23,4% | 11,4% | 29,3% | 24,9% | 24,1% | 20,0% |
| Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών | 19,4% | 17,6% | 17,1% | 19,6% | 15,5% | 18,2% | 20,0% |
| Εγγύτητα/γρήγορη πρόσβαση | 11,0% | 19,5% | 14,3% | 7,6% | 15,0% | 16,1% | 8,4% |
| Εμπειρία αγοράς | 12,9% | 17,6% | 22,9% | 14,1% | 9,9% | 11,7% | 14,7% |
| Προσωπική εξυπηρέτηση - Σχέση με τον/την ιδιοκτήτη-τρια | 9,7% | 8,3% | 14,3% | 6,5% | 10,3% | 8,8% | 7,4% |
| Δυνατότητα online αγορών | 8,4% | 8,8% | 0,0% | 8,7% | 13,6% | 8,8% | 5,3% |
| Συστάσεις από φίλους/ συγγενείς | 6,5% | 4,4% | 17,1% | 5,4% | 8,0% | 7,3% | 8,4% |
| | Ηλικιακή κατηγορία | | | | Φύλο | | |
| | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ | Άνδρας | Γυναίκα | |
| Τιμή | 85,0% | 92,1% | 87,0% | 87,1% | 87,2% | 88,9% | |
| Ποιότητα | 82,0% | 83,7% | 83,2% | 82,6% | 82,5% | 83,5% | |
| Εξυπηρέτηση πελατών | 17,0% | 27,2% | 23,5% | 26,8% | 25,7% | 24,0% | |
| Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών | 12,0% | 15,9% | 17,9% | 21,0% | 17,5% | 18,1% | |
| Εγγύτητα/γρήγορη πρόσβαση | 23,0% | 14,2% | 12,3% | 12,6% | 11,9% | 16,5% | |
| Εμπειρία αγοράς | 12,0% | 13,8% | 15,4% | 12,9% | 14,8% | 12,4% | |
| Προσωπική εξυπηρέτηση - Σχέση με τον/την ιδιοκτήτη-τρια | 11,0% | 6,7% | 11,2% | 8,7% | 11,1% | 7,2% | |
| Δυνατότητα online αγορών | 19,0% | 8,8% | 8,8% | 6,8% | 7,4% | 11,1% | |
| Συστάσεις από φίλους/ συγγενείς | 14,0% | 10,0% | 3,5% | 5,5% | 7,4% | 6,3% | |

| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | |
|--|------------------------------|-------------------|-------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|
| | Αυτοαπ./ Ελ. Επαγ./ Επιχειρ. | Μισθω-τός | Άλλο | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταππ./ Διδ. |
| Τιμή | 81,8% | 89,7% | 90,9% | 88,2% | 88,7% | 87,7% |
| Ποιότητα | 86,0% | 82,9% | 80,7% | 80,3% | 84,0% | 85,2% |
| Εξυπηρέτηση πελατών | 29,9% | 21,8% | 25,0% | 26,1% | 24,9% | 23,3% |
| Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών | 15,9% | 16,6% | 20,8% | 16,4% | 17,7% | 19,5% |
| Εγγύτητα/γρήγορη πρό-σβαση | 12,1% | 15,7% | 12,9% | 9,7% | 13,3% | 21,2% |
| Εμπειρία αγοράς | 15,0% | 13,5% | 13,3% | 11,5% | 14,9% | 15,7% |
| Προσωπική εξυπηρέτηση - Σχέση με τον/την ιδιοκτή-τη-τρια | 11,7% | 8,8% | 8,3% | 10,0% | 10,8% | 5,9% |
| Δυνατότητα online αγορών | 7,0% | 11,0% | 8,3% | 8,2% | 8,6% | 11,9% |
| Συστάσεις από φίλους/ συγγενείς | 8,9% | 7,6% | 4,5% | 7,3% | 6,9% | 6,8% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | |
| Τιμή | 92,0% | 90,3% | 86,3% | 82,0% | 80,6% | |
| Ποιότητα | 78,8% | 83,4% | 87,2% | 91,0% | 86,0% | |
| Εξυπηρέτηση πελατών | 20,9% | 27,6% | 29,9% | 27,0% | 26,9% | |
| Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών | 15,7% | 18,6% | 17,9% | 21,0% | 18,3% | |
| Εγγύτητα/γρήγορη πρό-σβαση | 13,5% | 15,9% | 13,7% | 15,0% | 17,2% | |
| Εμπειρία αγοράς | 11,3% | 11,0% | 15,4% | 15,0% | 19,4% | |
| Προσωπική εξυπηρέτηση - Σχέση με τον/την ιδιοκτή-τη-τρια | 7,4% | 12,4% | 8,5% | 9,0% | 8,6% | |
| Δυνατότητα online αγορών | 9,9% | 9,7% | 11,1% | 5,0% | 11,8% | |
| Συστάσεις από φίλους/ συγγενείς | 9,1% | 4,1% | 6,8% | 5,0% | 6,5% | |

17. Τρόποι αγοράς προϊόντων

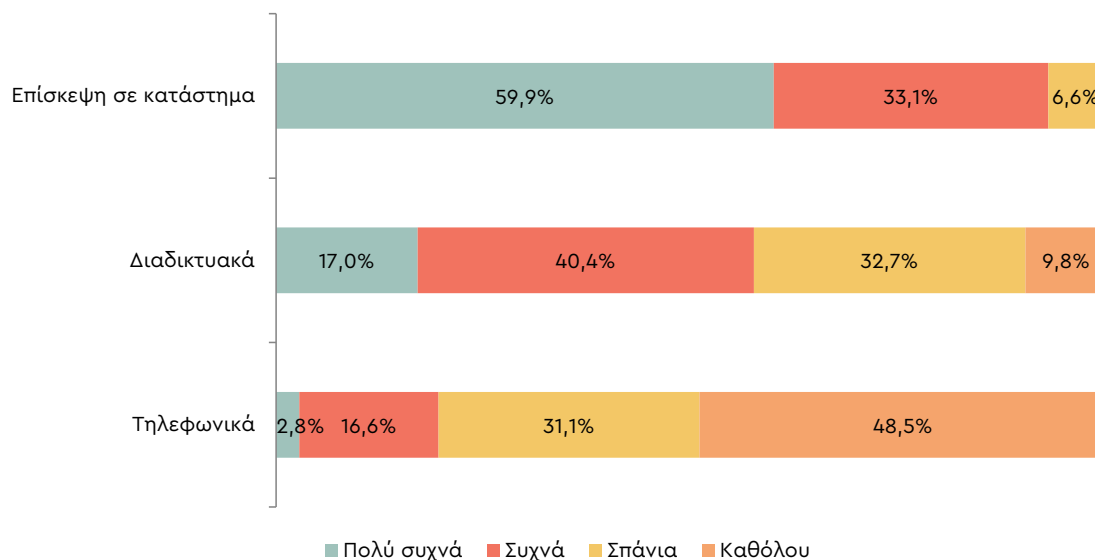
Όπως φαίνεται στο Γράφημα 25, η συντριπτική πλειονότητα (95,9%) των κατοίκων του Δήμου Διονύσου πραγματοποιεί τις αγορές της με επίσκεψη στο κατάστημα πολύ συχνά (54,9%) ή συχνά (41%). Το 58,3% των ερωτώμενων απάντησε ότι πραγματοποιεί συχνά (38,6%) ή πολύ συχνά (19,7%) τις αγορές του διαδικτυακά, ενώ το 18,6% πραγματοποιεί τις αγορές του συχνά (16%) ή πολύ συχνά (2%) τηλεφωνικά.

Γράφημα 27. Με ποιον τρόπο και συχνότητα αγοράζετε τα προϊόντα/υπηρεσίες σας - κάτοικοι Δήμου Διονύσου-



Παρόμοιες σε γενικές γραμμές απαντήσεις δόθηκαν και από τους ερωτώμενους της Περιφέρειας Αττικής, όπως φαίνεται στο Γράφημα 26.

Γράφημα 28. Με ποιον τρόπο και συχνότητα αγοράζετε τα προϊόντα/υπηρεσίες σας - κάτοικοι Περιφέρειας Αττικής-



Στους πίνακες 17 & 18 αποτυπώνονται τα ευρήματα της έρευνας σχετικά με τον τρόπο και την συχνότητα αγοράς ανά κατηγορία ερωτώμενων του Δήμου Διονύσου και της Περιφέρειας Αττικής αντίστοιχα.

Πίνακας 17. Τρόπος και συχνότητα αγοράς προϊόντων/υπηρεσιών -Ανά κατηγορία ερωτώμενων Δήμου Διονύσου-

| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|------------------------------------|--|----------|-----------------|--------------------|----------|----------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Πολύ συχνά | 60,6% | 53,6% | 51,5% | 39,5% | 68,2% | 58,3% | 52,2% |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Συχνά | 33,9% | 42,9% | 48,5% | 52,6% | 31,8% | 41,7% | 43,5% |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Σπάνια | 5,5% | 3,6% | 0,0% | 7,9% | 0,0% | 0,0% | 4,3% |
| Διαδικτυακά - Πολύ συχνά | 19,3% | 21,4% | 12,1% | 28,9% | 4,5% | 8,3% | 34,8% |
| Διαδικτυακά - Συχνά | 39,4% | 30,4% | 48,5% | 34,2% | 45,5% | 50,0% | 34,8% |
| Διαδικτυακά - Σπάνια | 32,1% | 33,9% | 27,3% | 23,7% | 36,4% | 33,3% | 21,7% |
| Διαδικτυακά - Καθόλου | 9,2% | 14,3% | 12,1% | 10,5% | 13,6% | 0,0% | 4,3% |
| Τηλεφωνικά - Πολύ συχνά & Συχνά | 22,0% | 14,3% | 21,2% | 7,9% | 18,2% | 25,0% | 17,4% |
| Τηλεφωνικά - Σπάνια | 40,4% | 30,4% | 42,4% | 52,6% | 27,3% | 41,7% | 30,4% |
| Τηλεφωνικά - Καθόλου | 35,8% | 55,4% | 36,4% | 39,5% | 54,5% | 33,3% | 52,2% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Πολύ συχνά | 50,0% | 50,8% | 57,4% | 51,0% | 57,4% | 57,6% | 47,7% |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Συχνά | 43,8% | 44,6% | 39,1% | 49,0% | 38,0% | 37,0% | 47,7% |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Σπάνια | 6,3% | 4,6% | 3,6% | 0,0% | 4,6% | 5,4% | 4,5% |
| Διαδικτυακά - Πολύ συχνά | 28,1% | 24,6% | 16,8% | 19,6% | 21,3% | 22,8% | 9,1% |
| Διαδικτυακά - Συχνά | 40,6% | 36,9% | 38,6% | 35,3% | 42,6% | 34,8% | 40,9% |
| Διαδικτυακά - Σπάνια | 31,3% | 29,2% | 30,5% | 39,2% | 27,8% | 31,5% | 22,7% |
| Διαδικτυακά - Καθόλου | 0,0% | 6,2% | 13,7% | 5,9% | 6,5% | 10,9% | 25,0% |
| Τηλεφωνικά - Πολύ συχνά & Συχνά | 12,5% | 16,9% | 20,3% | 13,7% | 12,0% | 23,9% | 29,5% |
| Τηλεφωνικά - Σπάνια | 46,9% | 40,0% | 36,5% | 47,1% | 37,0% | 33,7% | 40,9% |
| Τηλεφωνικά - Καθόλου | 37,5% | 43,1% | 42,6% | 39,2% | 50,9% | 40,2% | 29,5% |

| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
|------------------------------------|---|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Επίσκεψη σε κατάστημα – Πολύ συχνά | 49,3% | 60,5% | 47,6% | 63,6% | 63,6% | 55,0% | 54,9% |
| Επίσκεψη σε κατάστημα – Συχνά | 43,3% | 36,8% | 47,6% | 36,4% | 32,7% | 40,8% | 41,1% |
| Επίσκεψη σε κατάστημα – Σπάνια | 7,5% | 2,6% | 4,8% | 0,0% | 3,6% | 4,2% | 4,0% |
| Διαδικτυακά – Πολύ συχνά | 20,9% | 26,3% | 23,8% | 12,1% | 21,8% | 20,8% | 18,9% |
| Διαδικτυακά – Συχνά | 35,8% | 26,3% | 45,2% | 36,4% | 41,8% | 41,7% | 36,6% |
| Διαδικτυακά – Σπάνια | 34,3% | 28,9% | 19,0% | 42,4% | 27,3% | 25,0% | 33,7% |
| Διαδικτυακά – Καθόλου | 9,0% | 15,8% | 9,5% | 9,1% | 7,3% | 11,7% | 9,7% |
| Τηλεφωνικά – Πολύ συχνά & Συχνά | 14,9% | 18,4% | 19,0% | 21,2% | 21,8% | 20,0% | 17,7% |
| Τηλεφωνικά – Σπάνια | 38,8% | 23,7% | 40,5% | 36,4% | 34,5% | 41,7% | 36,0% |
| Τηλεφωνικά – Καθόλου | 46,3% | 52,6% | 40,5% | 42,4% | 43,6% | 38,3% | 45,1% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγ- γελμ/ Επιχειρ. | Μισθω- τός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπτ./ Διδ. | |
| Επίσκεψη σε κατάστημα – Πολύ συχνά | 55,9% | 55,2% | 50,0% | 58,7% | 50,8% | 57,0% | |
| Επίσκεψη σε κατάστημα – Συχνά | 38,6% | 42,4% | 45,0% | 41,3% | 45,3% | 37,0% | |
| Επίσκεψη σε κατάστημα – Σπάνια | 5,5% | 2,4% | 5,0% | 0,0% | 3,9% | 6,0% | |
| Διαδικτυακά – Πολύ συχνά | 14,2% | 24,0% | 25,0% | 12,7% | 18,0% | 27,0% | |
| Διαδικτυακά – Συχνά | 37,8% | 40,0% | 32,5% | 41,3% | 38,3% | 36,0% | |
| Διαδικτυακά – Σπάνια | 39,4% | 24,0% | 22,5% | 31,7% | 30,5% | 30,0% | |
| Διαδικτυακά – Καθόλου | 7,9% | 10,4% | 20,0% | 11,1% | 12,5% | 7,0% | |
| Τηλεφωνικά – Πολύ συχνά & Συχνά | 19,7% | 14,4% | 27,5% | 27,0% | 18,8% | 12,0% | |
| Τηλεφωνικά – Σπάνια | 39,4% | 38,4% | 35,0% | 36,5% | 35,2% | 44,0% | |
| Τηλεφωνικά – Καθόλου | 39,4% | 47,2% | 37,5% | 36,5% | 45,3% | 43,0% | |

Πίνακας 18. Τρόπος και συχνότητα αγοράς προϊόντων/υπηρεσιών -Ανά κατηγορία ερωτώμενων Περιφέρειας Αττικής-

| | Δημοτική Ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|------------------------------------|--|--------|---------|--------|----------|----------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Πολύ συχνά | 66,5% | 66,8% | 45,7% | 60,9% | 51,6% | 51,8% | 67,4% |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Συχνά | 26,5% | 28,8% | 45,7% | 29,3% | 39,9% | 39,4% | 28,4% |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Σπάνια | 7,1% | 4,4% | 5,7% | 7,6% | 8,5% | 8,0% | 4,2% |
| Διαδικτυακά - Πολύ συχνά | 16,8% | 16,6% | 20,0% | 17,4% | 22,1% | 10,9% | 15,8% |
| Διαδικτυακά - Συχνά | 46,5% | 42,4% | 34,3% | 41,3% | 37,6% | 40,1% | 35,8% |
| Διαδικτυακά - Σπάνια | 29,7% | 33,7% | 34,3% | 28,3% | 32,4% | 33,6% | 35,8% |
| Διαδικτυακά - Καθόλου | 7,1% | 7,3% | 11,4% | 13,0% | 8,0% | 15,3% | 11,6% |
| Τηλεφωνικά - Πολύ συχνά & Συχνά | 25,8% | 15,6% | 28,6% | 20,7% | 16,0% | 16,8% | 24,2% |
| Τηλεφωνικά - Σπάνια | 34,8% | 30,2% | 31,4% | 20,7% | 32,4% | 34,3% | 29,5% |
| Τηλεφωνικά - Καθόλου | 39,4% | 53,2% | 40,0% | 58,7% | 49,8% | 48,2% | 43,2% |
| | Ηλικιακή κατηγορία | | | | Φύλο | | |
| | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ | Άνδρας | Γυναίκα | |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Πολύ συχνά | 46,0% | 61,1% | 63,9% | 59,4% | 59,1% | 60,9% | |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Συχνά | 39,0% | 31,4% | 29,8% | 35,8% | 33,5% | 32,6% | |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Σπάνια | 15,0% | 7,1% | 5,6% | 4,5% | 6,8% | 6,3% | |
| Διαδικτυακά - Πολύ συχνά | 38,0% | 19,2% | 16,5% | 9,4% | 17,3% | 16,7% | |
| Διαδικτυακά - Συχνά | 34,0% | 46,9% | 40,0% | 38,1% | 39,7% | 41,4% | |
| Διαδικτυακά - Σπάνια | 22,0% | 26,4% | 32,3% | 40,6% | 33,7% | 31,0% | |
| Διαδικτυακά - Καθόλου | 6,0% | 7,5% | 11,2% | 11,6% | 9,1% | 10,9% | |
| Τηλεφωνικά - Πολύ συχνά & Συχνά | 12,0% | 15,9% | 20,4% | 23,5% | 18,7% | 20,4% | |
| Τηλεφωνικά - Σπάνια | 32,0% | 34,3% | 27,4% | 31,0% | 31,3% | 30,5% | |
| Τηλεφωνικά - Καθόλου | 54,0% | 49,4% | 50,9% | 44,5% | 49,0% | 48,0% | |

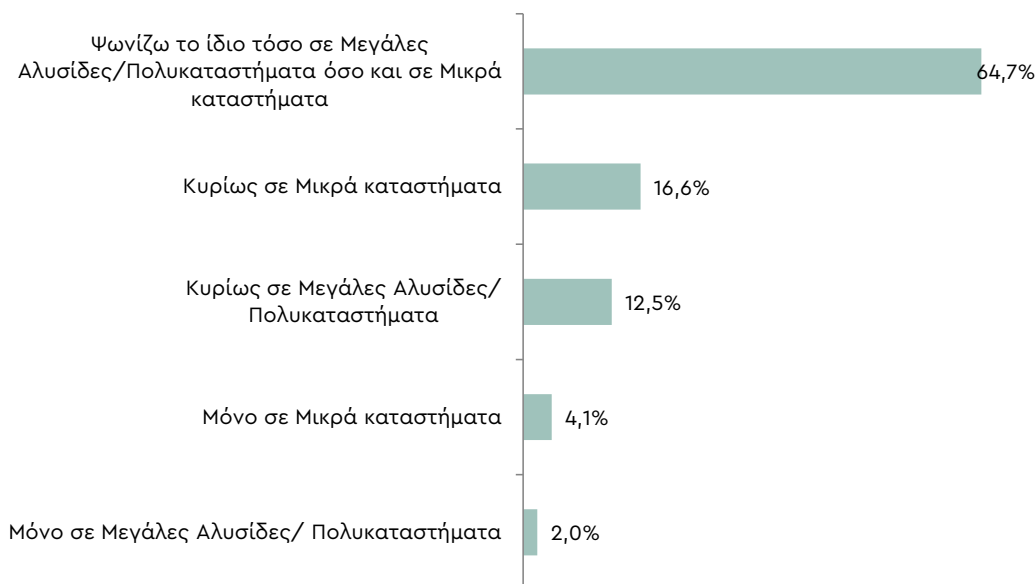
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | |
|------------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|
| | Αυτοαπ./ Ελ. Επαγ./ Επιχειρ. | Μισθω-τός | Άλλο | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπτ./ Διδ. |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Πολύ συχνά | 60,3% | 58,0% | 63,3% | 59,1% | 61,3% | 59,3% |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Συχνά | 32,7% | 34,2% | 30,7% | 32,4% | 32,0% | 34,7% |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Σπάνια | 6,5% | 7,9% | 4,9% | 7,9% | 6,4% | 5,5% |
| Διαδικτυακά - Πολύ συχνά | 18,2% | 21,3% | 9,5% | 15,5% | 18,2% | 17,8% |
| Διαδικτυακά - Συχνά | 43,0% | 38,9% | 40,2% | 37,9% | 40,3% | 43,6% |
| Διαδικτυακά - Σπάνια | 30,8% | 30,1% | 38,6% | 32,7% | 33,4% | 31,4% |
| Διαδικτυακά - Καθόλου | 7,9% | 9,7% | 11,4% | 13,6% | 8,0% | 7,2% |
| Τηλεφωνικά - Πολύ συχνά & Συχνά | 18,7% | 16,6% | 24,2% | 23,9% | 18,8% | 12,7% |
| Τηλεφωνικά - Σπάνια | 31,8% | 31,9% | 29,2% | 30,3% | 33,7% | 28,0% |
| Τηλεφωνικά - Καθόλου | 48,1% | 50,3% | 45,8% | 44,8% | 46,4% | 58,1% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ - 25.000€ | 25.001€ - 30.000€ | 30.001€ - 40.000€ | Άνω των 40.000€ | |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Πολύ συχνά | 56,7% | 62,1% | 59,8% | 63,0% | 61,3% | |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Συχνά | 35,0% | 34,5% | 35,0% | 32,0% | 29,0% | |
| Επίσκεψη σε κατάστημα - Σπάνια | 7,2% | 3,4% | 5,1% | 5,0% | 9,7% | |
| Διαδικτυακά - Πολύ συχνά | 14,3% | 13,8% | 17,9% | 19,0% | 31,2% | |
| Διαδικτυακά - Συχνά | 39,9% | 44,8% | 44,4% | 36,0% | 35,5% | |
| Διαδικτυακά - Σπάνια | 33,9% | 32,4% | 29,1% | 35,0% | 29,0% | |
| Διαδικτυακά - Καθόλου | 11,6% | 9,0% | 8,5% | 10,0% | 4,3% | |
| Τηλεφωνικά - Πολύ συχνά & Συχνά | 23,7% | 21,4% | 14,5% | 16,0% | 7,5% | |
| Τηλεφωνικά - Σπάνια | 30,0% | 31,0% | 34,2% | 36,0% | 24,7% | |
| Τηλεφωνικά - Καθόλου | 45,2% | 46,9% | 50,4% | 47,0% | 65,6% | |

18. Προτίμηση αγορών με βάση το μέγεθος του καταστήματος

Όσον αφορά την προτίμηση των αγορών των κατοίκων του Δήμου Διονύσου ανάλογα με το μέγεθος των επιχειρήσεων τα ευρήματα της έρευνας, όπως αποτυπώνονται στο Γράφημα 29, έδειξαν τα εξής:

- Το μεγαλύτερο μέρος των κατοίκων του Δήμου Διονύσου (64,7%) κάνει τις αγορές του τόσο σε μεγάλες αλυσίδες/πολυκαταστήματα, όσο και σε μικρά καταστήματα.
- Ένα μέρος των ερωτώμενων (16,6%) απάντησε πως επιλέγει να κάνει τις αγορές του κυρίως σε μικρά καταστήματα.
- Από την άλλη πλευρά, ένα κομμάτι των ερωτώμενων (12,5%) προτιμά να πραγματοποιεί τις αγορές τους κυρίως σε μεγάλες αλυσίδες/πολυκαταστήματα.
- Μικρά είναι τα ποσοστά των κατοίκων που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν τις αγορές τους αποκλειστικά σε μικρά καταστήματα ή μεγάλες αλυσίδες/πολυκαταστήματα (4,1% και 2,0% αντίστοιχα).

Γράφημα 29. Προτιμάτε να ψωνίζετε σε: -ερωτώμενοι Δήμου Διονύσου-



Από τα επιμέρους ευρήματα της έρευνας, όπως αποτυπώνονται στον Πίνακα 19, σημειώνεται ότι οι κάτοικοι των Δημοτικών Ενοτήτων Σταμάτας και Ροδόπολης, οι έως 39 ετών, οι αυτοαπασχολούμενοι/ελεύθεροι επαγγελματίες/επιχειρηματίες και οι απόφοιτοι Πρωτοβάθμιας/Δευτεροβάθμιας/Μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης εμφανίζουν μια μεγαλύτερη προτίμηση προς τις μικρές επιχειρήσεις.

Πίνακας 19. Προτιμάτε να ψωνίζετε σε: -Ανά κατηγορία ερωτώμενων Δήμου Διονύσου-

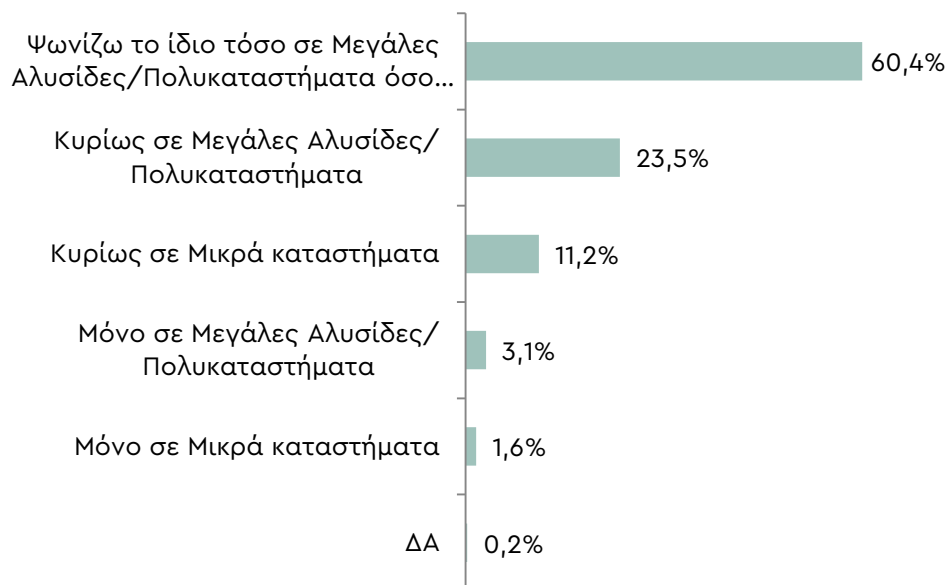
| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|--|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|--------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρουονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Ψωνίζω το ίδιο τόσο σε Μεγάλες Αλυσίδες/Πολυκαταστήματα όσο και σε Μικρά καταστήματα | 60,6% | 69,6% | 78,8% | 71,1% | 68,2% | 33,3% | 56,5% |
| Κυρίως σε Μικρά καταστήματα | 18,3% | 16,1% | 6,1% | 13,2% | 13,6% | 25,0% | 26,1% |
| Κυρίως σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα | 14,7% | 12,5% | 6,1% | 10,5% | 13,6% | 16,7% | 13,0% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6–15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40–49 | 50–59 | 60+ |
| Ψωνίζω το ίδιο τόσο σε Μεγάλες Αλυσίδες/Πολυκαταστήματα όσο και σε Μικρά καταστήματα | 62,5% | 60,0% | 66,5% | 58,8% | 65,7% | 64,1% | 70,5% |
| Κυρίως σε Μικρά καταστήματα | 15,6% | 18,5% | 16,2% | 23,5% | 14,8% | 18,5% | 9,1% |
| Κυρίως σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα | 12,5% | 12,3% | 12,7% | 13,7% | 14,8% | 7,6% | 15,9% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Ψωνίζω το ίδιο τόσο σε Μεγάλες Αλυσίδες/Πολυκαταστήματα όσο και σε Μικρά καταστήματα | 74,6% | 71,1% | 59,5% | 57,6% | 63,6% | 65,8% | 64,0% |
| Κυρίως σε Μικρά καταστήματα | 11,9% | 15,8% | 16,7% | 15,2% | 16,4% | 16,7% | 16,6% |
| Κυρίως σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα | 10,4% | 7,9% | 19,0% | 15,2% | 10,9% | 10,8% | 13,7% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπ./ Διδ. | |
| Ψωνίζω το ίδιο τόσο σε Μεγάλες Αλυσίδες/Πολυκαταστήματα όσο και σε Μικρά καταστήματα | 65,4% | 66,4% | 60,0% | 55,6% | 71,1% | 65,0% | |
| Κυρίως σε Μικρά καταστήματα | 22,0% | 12,8% | 10,0% | 27,0% | 11,7% | 15,0% | |
| Κυρίως σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα | 5,5% | 16,0% | 22,5% | 7,9% | 11,7% | 17,0% | |

Στο ίδιο ερώτημα σε επίπεδο όμως Περιφέρειας Αττικής τα ευρήματα της έρευνας εμφανίζουν μια μεγαλύτερη προτίμηση των πολιτών προς τις μεγάλες επιχειρήσεις (Γράφημα 30).

Συγκεκριμένα:

- Το μεγαλύτερο μέρος των κατοίκων της Περιφέρειας (60,4%) κάνει τις αγορές του τόσο σε μεγάλες αλυσίδες/πολυκαταστήματα, όσο και σε μικρά καταστήματα.
- Ένα σημαντικό μέρος των ερωτώμενων (23,5%) απάντε πως επιλέγει να κάνει τις αγορές του κυρίως σε μεγάλες αλυσίδες/πολυκαταστήματα.
- Από την άλλη πλευρά, ένα κομμάτι των ερωτώμενων (11,2%) προτιμά να πραγματοποιεί τις αγορές του κυρίως σε μικρά καταστήματα.
- Τέλος, μικρά είναι και εδώ τα ποσοστά των κατοίκων που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν τις αγορές τους αποκλειστικά σε μικρά καταστήματα ή μεγάλες αλυσίδες/πολυκαταστήματα (1,6% και 3,1% αντίστοιχα).

Γράφημα 30. Προτιμάτε να ψωνίζετε σε: -ερωτώμενοι Περιφέρειας Αττικής-



Από τα επιμέρους ευρήματα της έρευνας όπως αποτυπώνονται στον Πίνακα 20, παρατηρείται ότι μια μεγαλύτερη προτίμηση προς τις μικρές επιχειρήσεις παρουσιάζουν οι κάτοικοι της Περιφερειακής Ενότητας Δυτικής Αττικής.

Πίνακας 20. Προτιμάτε να ψωνίζετε σε: -Ανά κατηγορία ερωτώμενων Περιφέρειας Αττικής-

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|---|--|-------------------|-------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Ψωνίζω το ίδιο τόσο σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα όσο και σε Μικρά καταστήματα | 59,4% | 55,1% | 57,1% | 65,2% | 62,9% | 59,1% | 67,4% |
| Κυρίως σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα | 25,8% | 29,8% | 17,1% | 13,0% | 19,2% | 27,7% | 23,2% |
| Κυρίως σε Μικρά καταστήματα | 11,0% | 9,8% | 17,1% | 12,0% | 14,1% | 10,9% | 3,2% |
| | Ηλικιακή κατηγορία | | | | Φύλο | | |
| | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ | Άνδρας | Γυναίκα | |
| Ψωνίζω το ίδιο τόσο σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα όσο και σε Μικρά καταστήματα | 58,0% | 59,8% | 58,2% | 63,5% | 64,0% | 56,8% | |
| Κυρίως σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα | 19,0% | 24,3% | 23,9% | 24,5% | 22,8% | 24,7% | |
| Κυρίως σε Μικρά καταστήματα | 14,0% | 11,7% | 11,2% | 9,4% | 8,0% | 14,0% | |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελ. Επαγ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπτ./ Διδ. | |
| Ψωνίζω το ίδιο τόσο σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα όσο και σε Μικρά καταστήματα | 60,3% | 59,8% | 60,6% | 61,5% | 61,0% | 58,9% | |
| Κυρίως σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα | 22,9% | 24,0% | 24,2% | 17,9% | 24,6% | 30,1% | |
| Κυρίως σε Μικρά καταστήματα | 12,1% | 11,5% | 9,8% | 14,8% | 9,4% | 8,1% | |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | | |
| Ψωνίζω το ίδιο τόσο σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα όσο και σε Μικρά καταστήματα | 59,2% | 64,8% | 65,0% | 61,0% | 54,8% | | |
| Κυρίως σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα | 20,4% | 22,1% | 24,8% | 26,0% | 34,4% | | |
| Κυρίως σε Μικρά καταστήματα | 13,8% | 7,6% | 6,8% | 13,0% | 9,7% | | |

19. Λόγοι προτίμησης μεγάλης αλυσίδας έναντι μικρής επιχείρησης

Στο ερώτημα για τους λόγους που θα προτιμήσουν μια μεγάλη αλυσίδα/πολυκατάστημα έναντι ενός μικρού καταστήματος (Γράφημα 31) τόσο οι ερωτώμενοι του Δήμου Διονύσου, όσο και εκείνοι της Περιφέρειας Αττικής, συγκέντρωσαν το μεγαλύτερο ποσοστό στην μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων. Ακολουθούν οι καλύτερες τιμές με σημαντική απόκλιση μεταξύ των ερωτώμενων του Δήμου Διονύσου και εκείνων της Περιφέρειας Αττικής (35,6% έναντι 45,6%). Η δυνατότητα στάθμευσης κατέγραψε το τρίτο υψηλότερο ποσοστό στους ερωτώμενους του Δήμου Διονύσου και οι περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις το τέταρτο. Αντίστροφη είναι η εικόνα από τους ερωτώμενους της Περιφέρειας Αττικής όπου οι περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις είχαν το τρίτο υψηλότερο ποσοστό, ενώ οι θέσεις στάθμευσης το τέταρτο.

Γράφημα 31. Για ποιους λόγους θα προτιμήσετε μια Μεγάλη αλυσίδα/ πολυκατάστημα αντί για ένα Μικρό κατάστημα ; (έως 2 απαντήσεις) -Συγκριτικό Γράφημα-



Στους πίνακες 21 & 22 αποτυπώνονται τα ευρήματα της έρευνας σχετικά με τους λόγους προτίμησης μιας μεγάλης αλυσίδας/πολυκαταστήματος, έναντι μικρού καταστήματος ανά κατηγορία ερωτώμενων του Δήμου Διονύσου και της Περιφέρειας Αττικής αντίστοιχα.

Πίνακας 21. Για ποιους λόγους θα προτιμήσετε μια Μεγάλη αλυσίδα/ πολυκατάστημα αντί για ένα Μικρό κατάστημα ; (έως 2 απαντήσεις) -Ανά κατηγορία ερωτώμενων Δήμου Διονύσου-

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων | 62,4% | 69,6% | 69,7% | 65,8% | 72,7% | 41,7% | 65,2% |
| Καλύτερες τιμές | 33,0% | 30,4% | 45,5% | 26,3% | 45,5% | 41,7% | 47,8% |
| Δυνατότητα στάθμευσης | 25,7% | 37,5% | 42,4% | 34,2% | 22,7% | 16,7% | 13,0% |
| Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις | 25,7% | 23,2% | 27,3% | 10,5% | 27,3% | 33,3% | 34,8% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων | 53,1% | 67,7% | 65,5% | 60,8% | 70,4% | 59,8% | 65,9% |
| Καλύτερες τιμές | 31,3% | 38,5% | 35,5% | 37,3% | 37,0% | 28,3% | 45,5% |
| Δυνατότητα στάθμευσης | 28,1% | 30,8% | 29,4% | 15,7% | 29,6% | 34,8% | 36,4% |
| Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις | 34,4% | 20,0% | 24,9% | 27,5% | 23,1% | 22,8% | 29,5% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων | 62,7% | 63,2% | 73,8% | 63,6% | 58,2% | 60,0% | 68,0% |
| Καλύτερες τιμές | 29,9% | 31,6% | 52,4% | 36,4% | 34,5% | 33,3% | 37,1% |
| Δυνατότητα στάθμευσης | 26,9% | 26,3% | 19,0% | 30,3% | 29,1% | 28,3% | 30,9% |
| Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις | 22,4% | 21,1% | 33,3% | 21,2% | 21,8% | 20,8% | 27,4% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταππ./ Διδ. | |
| Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων | 63,0% | 65,6% | 67,5% | 57,1% | 68,8% | 67,0% | |
| Καλύτερες τιμές | 38,6% | 30,4% | 40,0% | 27,0% | 36,7% | 40,0% | |
| Δυνατότητα στάθμευσης | 25,2% | 31,2% | 37,5% | 30,2% | 32,0% | 27,0% | |
| Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις | 22,0% | 28,0% | 25,0% | 25,4% | 21,1% | 30,0% | |

Πίνακας 22. Για ποιους λόγους θα προτιμήσετε μια Μεγάλη αλυσίδα/ πολυκατάστημα αντί για ένα Μικρό κατάστημα ; (έως 2 απαντήσεις) -Ανά κατηγορία ερωτώμενων Περιφέρειας Αττικής-

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------|-------------------|-----------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρουονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων | 65,2% | 69,3% | 57,1% | 59,8% | 69,0% | 67,2% | 71,6% |
| Καλύτερες τιμές | 45,8% | 46,8% | 40,0% | 40,2% | 43,7% | 52,6% | 45,3% |
| Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις | 23,9% | 22,9% | 40,0% | 32,6% | 30,0% | 21,9% | 20,0% |
| Δυνατότητα στάθμευσης | 18,1% | 23,4% | 14,3% | 13,0% | 16,4% | 16,1% | 20,0% |
| | Ηλικιακή κατηγορία | | | | Φύλο | | |
| | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ | Άνδρας | Γυναίκα | |
| Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων | 68,0% | 66,9% | 63,9% | 69,7% | 67,9% | 66,1% | |
| Καλύτερες τιμές | 42,0% | 41,4% | 50,5% | 46,1% | 44,9% | 47,1% | |
| Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις | 23,0% | 24,7% | 30,9% | 22,9% | 24,9% | 26,2% | |
| Δυνατότητα στάθμευσης | 18,0% | 19,2% | 15,1% | 20,0% | 20,4% | 15,8% | |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελ. Επαγ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταππ./ Διδ. | |
| Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων | 67,3% | 66,7% | 67,0% | 63,6% | 68,8% | 69,5% | |
| Καλύτερες τιμές | 45,3% | 43,8% | 49,6% | 42,1% | 45,0% | 53,0% | |
| Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις | 21,5% | 26,5% | 28,8% | 28,2% | 28,2% | 19,5% | |
| Δυνατότητα στάθμευσης | 22,4% | 17,5% | 15,9% | 16,1% | 19,1% | 18,2% | |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | | |
| Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων | 61,2% | 70,3% | 68,4% | 73,0% | 76,3% | | |
| Καλύτερες τιμές | 44,9% | 57,9% | 50,4% | 37,0% | 46,2% | | |
| Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις | 30,3% | 21,4% | 22,2% | 31,0% | 18,3% | | |
| Δυνατότητα στάθμευσης | 17,1% | 18,6% | 13,7% | 21,0% | 22,6% | | |

20. Λόγοι προτίμησης μικρών καταστημάτων έναντι μεγάλων αλυσίδων/ πολυκαταστημάτων

Στο ερώτημα για τους λόγους που θα προτιμήσουν ένα μικρό κατάστημα έναντι μιας μεγάλης αλυσίδας/πολυκαταστήματος (Γράφημα 32) τόσο οι ερωτώμενοι του Δήμου Διονύσου, όσο και εκείνοι της Περιφέρειας Αττικής συγκέντρωσαν το μεγαλύτερο ποσοστό στην προσωπική εξυπηρέτηση με σημαντική ωστόσο ποσοστιαία διαφορά (59% έναντι 47,2%). Ακολουθούν, ως λόγοι προτίμησης, η στήριξη των μικρών επιχειρήσεων και η ευκολία πρόσβασης/εγγύτητα. Σημαντικά παρακάτω βρίσκονται με σειρά κατάταξης για τους ερωτώμενους του Δήμου Διονύσου η δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών, η καλύτερη ποιότητα και οι καλύτερες τιμές, ενώ για τους ερωτώμενους της Περιφέρειας Αττικής η καλύτερη ποιότητα, η δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών και οι καλύτερες τιμές.

Γράφημα 32. Για ποιους λόγους θα προτιμήσετε ένα Μικρό κατάστημα αντι για μια Μεγάλη αλυσίδα/ πολυκατάστημα ; (έως 2 απαντήσεις) -Συγκριτικό Γράφημα-



Τέλος, στους πίνακες 23 & 24 αποτυπώνονται τα ευρήματα της έρευνας σχετικά με τους λόγους προτίμησης ενός μικρού καταστήματος έναντι μιας μεγάλης αλυσίδας/πολυκαταστήματος, ανά κατηγορία ερωτώμενων του Δήμου Διονύσου και της Περιφέρειας Αττικής αντίστοιχα.

Πίνακας 23. Για ποιους λόγους θα προτιμήσετε ένα Μικρό κατάστημα αντί για μια Μεγάλη αλυσίδα/ πολυκατάστημα; (έως 2 απαντήσεις)

-Ανά κατηγορία ερωτώμενων Δήμου Διονύσου-

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|---|--|----------|-----------------|--------------------|----------|----------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 64,2% | 62,5% | 57,6% | 52,6% | 59,1% | 41,7% | 52,2% |
| Στήριξη των μικρών καταστημάτων | 38,5% | 32,1% | 15,2% | 39,5% | 59,1% | 33,3% | 73,9% |
| Ευκολία πρόσβασης / εγγύτητα (πχ κοντά στη οικία μου) | 38,5% | 37,5% | 42,4% | 42,1% | 27,3% | 8,3% | 21,7% |
| Δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών | 16,5% | 17,9% | 21,2% | 15,8% | 9,1% | 8,3% | 8,7% |
| Καλύτερη ποιότητα | 15,6% | 19,6% | 18,2% | 5,3% | 18,2% | 8,3% | 8,7% |
| Καλύτερες τιμές | 9,2% | 10,7% | 9,1% | 5,3% | 13,6% | 8,3% | 4,3% |
| | Έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | Ηλικιακή κατηγορία | | | |
| | έως 5 έτη | 6-15 έτη | Πάνω από 15 έτη | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 59,4% | 49,2% | 61,9% | 62,7% | 56,5% | 62,0% | 54,5% |
| Στήριξη των μικρών καταστημάτων | 34,4% | 35,4% | 40,6% | 43,1% | 36,1% | 41,3% | 36,4% |
| Ευκολία πρόσβασης / εγγύτητα (πχ κοντά στη οικία μου) | 31,3% | 33,8% | 37,6% | 33,3% | 41,7% | 32,6% | 31,8% |
| Δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών | 12,5% | 16,9% | 15,7% | 9,8% | 19,4% | 16,3% | 11,4% |
| Καλύτερη ποιότητα | 15,6% | 18,5% | 13,7% | 11,8% | 16,7% | 15,2% | 13,6% |
| Καλύτερες τιμές | 12,5% | 7,7% | 9,1% | 7,8% | 9,3% | 9,8% | 9,1% |

| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | Φύλο | |
|---|---------------------------------------|-------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------|--------------|---------|
| | Έως 18.000 € | 18.001€ – 25.000€ | 25.001€ – 30.000€ | 30.001€ – 40.000€ | Άνω των 40.000€ | Άνδρας | Γυναίκα |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 55,2% | 63,2% | 59,5% | 57,6% | 60,0% | 60,0% | 58,3% |
| Στήριξη των μικρών καταστημάτων | 47,8% | 34,2% | 31,0% | 27,3% | 40,0% | 35,8% | 41,1% |
| Ευκολία πρόσβασης / εγγύτητα (πχ κοντά στη οικία μου) | 32,8% | 26,3% | 35,7% | 27,3% | 50,9% | 34,2% | 37,1% |
| Δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών | 7,5% | 18,4% | 19,0% | 18,2% | 20,0% | 15,8% | 15,4% |
| Καλύτερη ποιότητα | 14,9% | 15,8% | 21,4% | 12,1% | 10,9% | 15,8% | 14,3% |
| Καλύτερες τιμές | 10,4% | 10,5% | 11,9% | 3,0% | 9,1% | 7,5% | 10,3% |
| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | | |
| | Αυτοαπ./ Ελεύθερ. Επαγγελμ./ Επιχειρ. | Μισθωτός | Άλλο (συνταξ. κλπ) | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταπ./ Διδ. | |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 66,1% | 53,6% | 52,5% | 68,3% | 60,9% | 51,0% | |
| Στήριξη των μικρών καταστημάτων | 41,7% | 32,8% | 47,5% | 49,2% | 42,2% | 30,0% | |
| Ευκολία πρόσβασης / εγγύτητα (πχ κοντά στη οικία μου) | 28,3% | 46,4% | 25,0% | 23,8% | 33,6% | 47,0% | |
| Δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών | 17,3% | 16,0% | 7,5% | 17,5% | 14,1% | 16,0% | |
| Καλύτερη ποιότητα | 12,6% | 17,6% | 15,0% | 11,1% | 12,5% | 20,0% | |
| Καλύτερες τιμές | 8,7% | 11,2% | 5,0% | 9,5% | 5,5% | 14,0% | |

Πίνακας 24. Για ποιους λόγους θα προτιμήσετε ένα Μικρό κατάστημα αντί για μια Μεγάλη αλυσίδα/ πολυκατάστημα; (έως 2 απαντήσεις)

-Ανά κατηγορία ερωτώμενων Περιφέρειας Αττικής-

| | Δημοτική ενότητα διαμονής στον Δήμο Διονύσου | | | | | | |
|--|--|--------|---------|--------|----------|----------|---------|
| | Άγιο Στέφανο | Άνοιξη | Διόνυσο | Δροσιά | Κρυονέρι | Ροδόπολη | Σταμάτα |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 43,2% | 48,3% | 48,6% | 53,3% | 50,2% | 53,3% | 29,5% |
| Στήριξη των μικρών καταστημάτων | 45,2% | 41,5% | 45,7% | 41,3% | 45,1% | 42,3% | 44,2% |
| Ευκολία πρόσβασης – Εγγύτητα (πχ κοντά στην οικία μου) | 41,3% | 42,4% | 28,6% | 38,0% | 33,3% | 38,0% | 32,6% |
| Καλύτερη ποιότητα | 16,8% | 15,1% | 14,3% | 13,0% | 20,7% | 16,8% | 21,1% |
| Δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών | 8,4% | 12,7% | 20,0% | 7,6% | 13,1% | 8,0% | 7,4% |
| Καλύτερες τιμές | 10,3% | 7,3% | 5,7% | 14,1% | 9,4% | 8,8% | 13,7% |
| | Ηλικιακή κατηγορία | | | | Φύλο | | |
| | Έως 39 | 40-49 | 50-59 | 60+ | Άνδρας | Γυναίκα | |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 38,0% | 49,8% | 49,1% | 45,8% | 50,0% | 44,1% | |
| Στήριξη των μικρών καταστημάτων | 48,0% | 45,2% | 41,4% | 42,3% | 41,2% | 45,2% | |
| Ευκολία πρόσβασης – Εγγύτητα (πχ κοντά στην οικία μου) | 38,0% | 38,9% | 32,3% | 41,0% | 34,6% | 40,7% | |
| Καλύτερη ποιότητα | 28,0% | 14,6% | 18,6% | 15,5% | 20,8% | 14,3% | |
| Δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών | 9,0% | 11,3% | 13,0% | 8,7% | 11,7% | 9,5% | |
| Καλύτερες τιμές | 11,0% | 10,0% | 10,5% | 8,1% | 11,9% | 7,2% | |

| | Ιδιότητα | | | Εκπαιδευτικό επίπεδο | | |
|--|---------------------------------|----------------------|----------------------|--|--------------------|------------------|
| | Αυτοαπ./ Ελ. Επαγ./ Επιχειρ. | Μισθω- τός | Άλλο | Α'/βάθμια Β'/βάθμια Μετα-Β'/βάθμια | ΑΕΙ/ΤΕΙ | Μεταππ./ Διδ. |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 57,5% | 45,6% | 41,7% | 50,0% | 47,5% | 43,2% |
| Στήριξη των μικρών κατα- στημάτων | 43,0% | 41,3% | 46,6% | 44,2% | 43,4% | 41,9% |
| Ευκολία πρόσβασης - Εγγύ- τητα (πχ κοντά στην οικία μου) | 34,1% | 39,3% | 37,1% | 35,8% | 36,5% | 41,9% |
| Καλύτερη ποιότητα | 19,2% | 17,8% | 15,9% | 12,7% | 20,4% | 20,3% |
| Δυνατότητα διαπραγμάτευ- σης των τιμών | 12,1% | 11,0% | 9,1% | 10,9% | 10,2% | 11,4% |
| Καλύτερες τιμές | 6,1% | 11,7% | 9,5% | 10,0% | 9,1% | 9,7% |
| | Εισοδηματική κατηγορία | | | | | |
| | Έως 18.000 € | 18.001€ - 25.000€ | 25.001€ - 30.000€ | 30.001€ - 40.000€ | Άνω των 40.000€ | |
| Προσωπική εξυπηρέτηση | 45,5% | 46,2% | 49,6% | 57,0% | 46,2% | |
| Στήριξη των μικρών κατα- στημάτων | 48,8% | 40,7% | 40,2% | 41,0% | 33,3% | |
| Ευκολία πρόσβασης - Εγγύ- τητα (πχ κοντά στην οικία μου) | 35,3% | 35,9% | 40,2% | 36,0% | 48,4% | |
| Καλύτερη ποιότητα | 15,2% | 21,4% | 17,9% | 19,0% | 19,4% | |
| Δυνατότητα διαπραγμάτευ- σης των τιμών | 10,7% | 10,3% | 13,7% | 9,0% | 12,9% | |
| Καλύτερες τιμές | 7,2% | 12,4% | 12,0% | 13,0% | 6,5% | |

Συμπεράσματα – προτάσεις

Η παρούσα μελέτη στηρίχθηκε σε πρωτογενή έρευνα που πραγματοποιήθηκε τόσο σε δείγμα 295 ερωτηματολογίων που συμπληρώθηκαν διαδικτυακά από καταναλωτές του Δήμου Διονύσου, όσο και σε δείγμα 940 ερωτηματολογίων που συμπληρώθηκαν επίσης διαδικτυακά από κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής. Η σύνθεση των δειγμάτων αποτυπώνονται στο Παράρτημα Ι ενώ συσχετίσεις έγιναν με βάση: την Δημοτική ή Περιφερειακή Ενότητα διαμονής, τα έτη διαμονής στον Δήμο Διονύσου, το φύλο, την ηλικία, την ιδιότητα, το εκπαιδευτικό επίπεδο και το ετήσιο εισόδημα.

Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψαν τα εξής βασικά συμπεράσματα.

- Όσον αφορά τους κατοίκους του Δήμου Διονύσου, παρατηρήθηκε ότι η συντριπτική πλειονότητα επισκέπτεται την τοπική αγορά σε καθημερινή ή σε εβδομαδιαία βάση (86,7%). Ειδικότερα, περισσότεροι από 4 στους 10 κατοίκους επισκέπτονται την τοπική αγορά καθημερινά. Οι κάτοικοι που διαμένουν περισσότερα έτη στο Δήμο επισκέπτονται με μεγαλύτερη συχνότητα την τοπική αγορά (καθημερινά), όπως και οι νεότεροι ηλικιακά, οι άνδρες, οι ελεύθεροι επαγγελματίες - επιχειρηματίες, καθώς και οι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας/δευτεροβάθμιας/μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Η πλειονότητα πλειοψηφία των ερωτώμενων προτιμούν τα τοπικά καταστήματα λόγω ευκολίας και γρήγορης πρόσβασης (65,4%). Επιπλέον, σημαντικά ποσοστά, όσον αφορά τους λόγους προτίμησης της τοπικής αγοράς, έλαβαν η τοπική υποστήριξη της κοινότητας (48,1%) και η προσωπική εξυπηρέτηση (33,9%). Η εγγύτητα είναι περισσότερο σημαντική για τους νεότερους ηλικιακά ερωτώμενους, τους κατοίκους που ανήκουν στην χαμηλότερη εισοδηματικά κατηγορία, τις γυναίκες, τους μισθωτούς και τους κατόχους μεταπτυχιακού/διδακτορικού τίτλου. Σε σχέση με την τοπική στήριξη της κοινότητας, είναι περισσότερο σημαντική για τους ελεύθερους επαγγελματίες/επιχειρηματίες, ενώ η προσωπική εξυπηρέτηση έλαβε μεγαλύτερα ποσοστά στους άνω των 60 ετών και στους απόφοιτους πρωτοβάθμιας/δευτεροβάθμιας/μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Από την άλλη, οι 6 στους 10 κάτοικους που επισκέπτονται σπάνια ή καθόλου την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου δήλωσαν ότι η τοπική αγορά δεν ικανοποιεί τις ανάγκες και προτιμήσεις τους.
- Όσον αφορά τους κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής, το 14% απάντησε ότι έχει επισκεφτεί την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου τουλάχιστον 1 φορά το τελευταίο έτος. Από αυτούς τα μεγαλύτερα ποσοστά παρατηρούνται στις Περιφερειακές ενότητες Βορείου Τομέα Αθηνών (22,4%), Ανατολικής Αττικής (19,4%) και Δυτικού Τομέα Αθηνών (16,3%). Δηλαδή, στις Περιφερειακές ενότητες που είναι εγγύτερα στον Δήμο Διονύσου. Επιπλέον, στους νεότερους ηλικιακά (23%) και στους ελευθέρους επαγγελματίες-επιχειρηματίες (19,6%). Επίσης, η επισκεψιμότητα της τοπικής αγοράς του Δήμου Διονύσου φαίνεται ότι σχετίζεται τόσο με το εκπαιδευτικό επίπεδο όσο και με το εισόδημα των κατοίκων

της Περιφέρειας Αττικής. Δηλαδή, όσο υψηλότερο είναι το εκπαιδευτικό επίπεδο και το εισόδημα τόσο υψηλότερα είναι τα ποσοστά επισκεψιμότητας των προαναφερομένων κατηγοριών. Τέλος, οι 7 στους 10 κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής που επισκέπτονται τον Δήμο Διονύσου, φαίνεται ότι το κάνουν κυρίως για λόγους αναψυχής καθώς επισκέπτονται επιχειρήσεις εστίασης.

- Ισχυρή φαίνεται ότι είναι η αίσθηση της κοινότητας των κατοίκων του Δήμου Διονύσου, όπως προέκυψε από σειρά ευρημάτων. Συγκεκριμένα, για την συντριπτική πλειονότητα των ερωτώμενων (96,6%) η υποστήριξη των μικρών τοπικών επιχειρήσεων είναι πολύ σημαντική ή σημαντική. Σε συναφές πλαίσιο, περισσότεροι από 7 στους 10 κατοίκους του Δήμου Διονύσου απάντησαν ότι θα ήταν πρόθυμοι να προτείνουν τις τοπικές επιχειρήσεις σε άλλους, ενώ περισσότεροι από 6 στους 10 κατοίκους του Δήμου συμμετέχουν σε κοινοτικές εκδηλώσεις (πχ φεστιβάλ) ή σε τοπικές ενώσεις (πολιτιστικές, επαγγελματικές κ.λπ.).
- Χαμηλή είναι η αξιολόγηση των ερωτώμενων του Δήμου Διονύσου σε σχέση με την αισθητική των καταστημάτων και της τοπικής αγοράς. Συγκεκριμένα, σχεδόν 8 στους 10 ερωτώμενους του Δήμου Διονύσου απάντησαν πως τα καταστήματα και η τοπική αγορά εμφανίζουν μέτρια ή χαμηλή αισθητική, έναντι μόλις του 18,4% που απάντησε ότι εμφανίζουν υψηλή αισθητική. Θετικότερες είναι οι απαντήσεις σχετικά με συναισθήματα που αισθάνονται οι ερωτώμενοι του Δήμου Διονύσου κατά την έξοδό τους από μια τοπική επιχείρηση. Σχεδόν, 7 στους 10 κατοίκους απάντησαν ότι αισθάνονται ευχαρίστηση ή ικανοποίηση, έναντι του 24,1% που απάντησε αδιαφορία.
- Όσον αφορά τις υποδομές του Δήμου Διονύσου σε σχέση με την εξυπηρέτηση των καταναλωτών και την προσέλκυση νέων, οι 7 στους 10 ερωτώμενους απάντησαν αρνητικά. Οι απόψεις, μάλιστα, για τις υποδομές του Δήμου παρουσιάζουν θετική συσχέτιση με εκείνες για την αισθητική. Ειδικότερα, όσο χαμηλότερη είναι η αξιολόγηση των ερωτώμενων για την αισθητική τόσο χαμηλότερη είναι και αξιολόγηση για τις υποδομές του Δήμου και αντίστροφα. Αναφορικά με τις υποδομές που υστερεί ο Δήμος οι σημαντικότερες, με βάση τα ευρήματα της έρευνας, είναι τα πεζοδρόμια (73,9%), οι θέσεις σταθμεύσεις (62%), και οι δημόσιες συγκοινωνίες (39,3%). Ανάλογες απαντήσεις, αλλά με διαφορετική κατάταξη, έδωσαν και οι ερωτώμενοι της Περιφέρειας Αττικής. Συγκεκριμένα και σχετικά με τις ελλείψεις του Δήμου Διονύσου, το 44,4% απάντησε οι δημόσιες συγκοινωνίες, το 34,1% τα πεζοδρόμια και το 26,7% οι θέσεις στάθμευσης.
- Σε σχέση με την προτίμηση των αγορών ανάλογα με το μέγεθος των επιχειρήσεων, τα κριτήρια επιλογής και τον τρόπο αγοράς προϊόντων/υπηρεσιών οι απαντήσεις μεταξύ των ερωτώμενων του Δήμου Διονύσου και εκείνων της Περιφέρειας Αττικής είναι σε

γενικές γραμμές όμοιες. Συγκεκριμένα, περισσότεροι από 6 στους 10 καταναλωτές επιλέγουν να κάνουν τις αγορές του τόσο σε μεγάλες αλυσίδες/πολυκαταστήματα, όσο και σε μικρά καταστήματα. Περαιτέρω, τα σημαντικότερα κριτήρια για την αγορά προϊόντων/υπηρεσιών είναι η τιμή, η ποιότητα και η εξυπηρέτηση πελατών, ενώ η συντριπτική πλειονότητα (περίπου 95%) ως τρόπο αγοράς επιλέγει την επίσκεψη σε κατάστημα. Ένα, επίσης, μεγάλο μέρος των καταναλωτών (περίπου 60%) επιλέγει να κάνει τις αγορές του και διαδικτυακά.

- Τέλος, σε σχέση με τον τρόπο που ενημερώνονται οι ερωτώμενοι του Δήμου Διονύσου για τοπικές προσφορές και εκδηλώσεις, περισσότεροι από 6 στους 10 απάντησαν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και ακολουθούν με σημαντική απόσταση η ενημέρωση μέσω διαδικτύου (39%), φίλων και συγγενών (31,2%), μέσω τοπικών αφισών και ανακοινώσεων (30,5%) και μέσα από τα τοπικά καταστήματα (26,8%). Σε συναφή ερώτηση προς τους ερωτώμενους από την Περιφέρεια Αττικής, χωρίς όμως την τοπική διάσταση, οι απαντήσεις είναι διαφοροποιημένες. Συγκεκριμένα, το 64,1% απάντησε ότι για προσφορές και εκδηλώσεις ενημερώνεται από το διαδίκτυο, το 51,6% από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, το 35% από καταστήματα και επιχειρήσεις και το 20,3% από φίλους και συγγενείς. Τέλος, μόλις το 11,2% απάντησε ότι ενημερώνεται από τοπικές αφίσες και ανακοινώσεις.

Από τις προαναφερόμενες επισημάνσεις αλλά και συνολικά από τα ευρήματα της έρευνας φαίνεται ότι σε γενικές γραμμές οι τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου καλύπτουν σημαντικό μέρος των αναγκών των κατοίκων του. Υπάρχουν, ωστόσο, σημαντικά περιθώρια για την βελτίωση της τοπικής αγοράς λαμβάνοντας υπόψη τρία σημεία.

Το πρώτο είναι η μεγάλη σημασία που δίνουν οι συμμετέχοντες στην ανάγκη στήριξης των τοπικών επιχειρήσεων.

Το δεύτερο είναι τα υψηλά ποσοστά που συγκεντρώνει η ερώτηση για την προθυμία να προτείνουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα σε άλλους τις τοπικές επιχειρήσεις. Η προθυμία τους εκδηλώνεται καίτοι η αποδοχή τους στην ερώτηση για την αισθητική των τοπικών επιχειρήσεων και της τοπικής αγοράς υπολείπεται σημαντικά.

Το τρίτο είναι το υψηλό ποσοστό που αναφέρεται στο ερώτημα για τις ελλείψεις στις υποδομές του Δήμου Διονύσου ως προσδιοριστικού παράγοντα για την εξυπηρέτηση πελατών και την προσέλκυση νέων.

Με βάση τα παραπάνω φαίνεται ότι η ανάπτυξη πρωτοβουλιών και ενεργειών για την βελτίωση των υποδομών του Δήμου και κατ' επέκταση της αισθητικής, μπορεί να συνεισφέρει στη βελτίωση του κοινωνικο-οικονομικού περιβάλλοντος. Επιπλέον, η στήριξη των τοπικών επιχειρήσεων με τις απαραίτητες υποδομές θα βοηθήσει στην περαιτέρω ανάπτυξη τους, κάτι

που θα είναι ωφέλιμο και για δημοτικά έσοδα. Οι προτεραιότητες σχετικά με την βελτίωση των υποδομών μπορούν να τεθούν λαμβάνοντας υπόψη και τα σχετικά ευρήματα της παρούσας μελέτης.

Εκτός από τα παραπάνω, βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί και στην ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών της Περιφέρειας Αττικής, καθώς και στην προσέλκυση νέων. Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε ένα σημαντικό ποσοστό κατοίκων της Περιφέρειας Αττικής που επισκέπτεται τις επιχειρήσεις του Δήμου τουλάχιστον σε ετήσια βάση. Σε απόλυτα νούμερα εκτιμήθηκε ότι περίπου 430.000 άτομα επισκέπτονται τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου τουλάχιστον 1 φορά το έτος. Ως εκ τούτου, η βελτίωση των υποδομών του Δήμου, των υπηρεσιών που παρέχουν οι επιχειρήσεις και συνολικά της εικόνας του Δήμου μπορεί να καταστεί κρίσιμη όχι μόνο για την αύξηση της επισκεψιμότητας του Δήμου, αλλά και για την διατήρηση της υπάρχουσας ροής καταναλωτών. Σημειώνεται, ότι ενδεχόμενη μείωση της επισκεψιμότητας θα επηρεάσει πρωτίστως τις επιχειρήσεις εστίασης του Δήμου που δέχονται και το μεγαλύτερο μέρος των επισκεπτών. Τέλος, μέτρα για την αύξηση της επισκεψιμότητας με βραχυπρόθεσμο ορίζοντα θα μπορούσαν να είναι διαφημιστικές καμπάνιες στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και στο διαδίκτυο που με βάση τα ευρήματα της έρευνας αποτελούν τα βασικά κανάλια επικοινωνίας και διάχυσης πληροφοριών.

Μεσοπρόθεσμα, θα μπορούσαν κατ' αρχάς να εκτιμηθούν οι δυνατότητες και προϋποθέσεις για την μετατροπή της τοπικής αγοράς σε ανοικτό κέντρο εμπορίου (open mall) με την ενεργή συμμετοχή στον σχεδιασμό του Εμπορικού & Επαγγελματικού Συλλόγου Διονύσου. Αναγκαία, ωστόσο, προϋπόθεση για την υλοποίηση ενός τέτοιου εγχειρήματος είναι η βελτίωση των υποδομών του Δήμου Διονύσου.

Παράρτημα Ι

Πίνακας 25. Σύνθεση δείγματος ερωτώμενων Δήμου Διονύσου

| | | |
|--------------------------------|---|-------|
| Δημοτική ενότητα διαμονής | Άγιος Στέφανος | 36,9% |
| | Άνοιξη | 19,0% |
| | Διόνυσος | 11,2% |
| | Δροσιά | 12,9% |
| | Κρυονέρι | 7,5% |
| | Ροδόπολη | 4,1% |
| | Σταμάτα | 7,8% |
| | Δεν απαντώ | 0,7% |
| Έτη διαμονής στο Δήμο Διονύσου | έως 5 έτη | 10,8% |
| | 6-15 έτη | 22,0% |
| | Πάνω από 15 έτη | 66,8% |
| | Δεν απαντώ | 0,3% |
| Ηλικιακή κατηγορία | 20-39 | 17,3% |
| | 40-49 | 36,6% |
| | 50-59 | 31,2% |
| | 60+ | 14,9% |
| Φύλο | Άνδρας | 40,7% |
| | Γυναίκα | 59,3% |
| Ιδιότητα | Αυτοαπασχολούμενος-η/Ελεύτερος Επαγγελματίας/ Επιχειρηματίας | 43,1% |
| | Μισθωτός | 42,4% |
| | Άλλο (συνταξιούχος, οικιακά κλπ) | 13,6% |
| | Δεν απαντώ | 1,0% |
| Εκπαιδευτικό επίπεδο | Α' βάρθμια/Β' βάρθμια/Μετά-Β' βάρθμια | 21,4% |
| | ΑΕΙ/ΤΕΙ | 43,4% |
| | Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό | 33,9% |
| | Δεν απαντώ | 1,4% |
| Ετήσιο εισόδημα | Έως 18.000 € | 22,7% |
| | 18.001€ - 25.000€ | 12,9% |
| | 25.001€ - 30.000€ | 14,2% |
| | 30.001€ - 40.000€ | 11,2% |
| | Άνω των 40.000€ | 18,6% |
| | | 20,3% |

Πίνακας 26. Σύνθεση δείγματος ερωτώμενων Περιφέρειας Αττικής

| | | |
|----------------------|---|--------|
| Περιφερειακή Ενότητα | Περιφερειακή Ενότητα Ανατολικής Αττικής | 16,5% |
| | Περιφερειακή Ενότητα Βόρειου Τομέα Αθηνών | 21,8% |
| | Περιφερειακή Ενότητα Δυτικής Αττικής | 3,7% |
| | Περιφερειακή Ενότητα Δυτικού Τομέα Αθηνών | 9,8% |
| | Περιφερειακή Ενότητα Κεντρικού Τομέα Αθηνών | 22,7% |
| | Περιφερειακή Ενότητα Νότιου Τομέα Αθηνών | 14,6% |
| | Περιφερειακές Ενότητες Πειραιώς & Νήσων | 10,1% |
| | Δεν γνωρίζω/ Δεν απαντώ | 0,9% |
| Ηλικιακή κατηγορία | 20-39 | 10,6% |
| | 40-49 | 25,4% |
| | 50-59 | 30,3% |
| | 60+ | 33,0% |
| | Δεν απαντώ | 0,6% |
| Φύλο | Άνδρας | 51,7% |
| | Γυναίκα | 47,0% |
| | Δεν απαντώ | 1,3% |
| Ιδιότητα | Αυτοαπασχολούμενος-η/Ελεύθερος Επαγγελματίας/ Επιχειρηματίας | 22,77% |
| | Μισθωτός | 47,34% |
| | Άλλο | 28,09% |
| | Δεν απαντώ | 1,81% |
| Εκπαιδευτικό επίπεδο | Α' βάθμια/Β' βάθμια/Μετά-Β' βάθμια | 35,1% |
| | ΑΕΙ/ΤΕΙ | 38,5% |
| | Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό | 25,1% |
| | Δεν απαντώ | 1,3% |
| Ετήσιο εισόδημα | Έως 18.000 € | 38,6% |
| | 18.001€ - 25.000€ | 15,4% |
| | 25.001€ - 30.000€ | 12,4% |
| | 30.001€ - 40.000€ | 10,6% |
| | Άνω των 40.000€ | 9,9% |
| | Δεν απαντώ | 13,0% |

Παράρτημα II

Ερωτηματολόγιο έρευνας αγοράς Δήμου Διονύσου

1. Είστε κάτοικος της Περιφέρειας Αττικής;
 - Ναι → Ερώτηση 2
 - Όχι → Δεν απαντούν στο ερωτηματολόγιο

2. Είστε κάτοικος του Δήμου Διονύσου Αττικής (δημοτικές κοινότητες : Αγίου Στέφανου, Διόνυσου, Σταμάτας, Άνοιξης, Κρυονερίου, Δροσιάς , Ροδόπολης)
 - Ναι → Συνεχίζουν με το Α ερωτηματολόγιο
 - Όχι → Συνεχίζουν με το Β ερωτηματολόγιο

A Ερωτηματολόγιο

1. Σε ποια δημοτική ενότητα διαμένετε ;

- Άγιο Στέφανο
- Διόνυσο
- Σταμάτα
- Άνοιξη
- Κρυονέρι
- Δροσιά
- Ροδόπολη
- Δεν απαντώ

2. Πόσα χρόνια διαμένετε στον Δήμο Διονύσου

- 1 έτος
- 2-5 έτη
- 6-10 έτη
- 10-15 έτη
- Πάνω από 15 έτη
- Δεν απαντώ

3. Πόσες φορές επισκέπτεστε τα καταστήματα στην τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου;

- Καθημερινά
- Εβδομαδιαίως
- Μηνιαίως
- Λιγότερο συχνά (τουλάχιστον 1 φορά το εξάμηνο)
- Σπάνια (τουλάχιστον 1 φορά το έτος)
- Καθόλου
- Δεν απαντώ

(Όσοι απάντησαν λιγότερο συχνά, σπάνια, καθόλου απαντούν την 3.1. Επιπλέον, όσοι απάντησαν καθόλου μετά την 3.1 συνεχίζουν με την ερώτηση 11)

3.1. Ποιος είναι ο βασικότερος λόγος που δεν επισκέπτεστε συχνά ή καθόλου την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου ;

- Δεν ξέρω την αγορά/δεν τη έχω επισκεφτεί ποτέ
- Είμαι κοντύτερα σε τοπική αγορά όμορου Δήμου
- Δεν καλύπτει τις προτιμήσεις και τις ανάγκες μου η τοπική αγορά
- Άλλο: _____
- Δεν απαντώ

(Όσοι απάντησαν ότι επισκέπτονται έστω και σπάνια την τοπική αγορά απαντούν την 3.2)

3.2 Ποιοι είναι οι κυριότεροι λόγοι που προτιμάτε τα τοπικά καταστήματα του Δήμου Διονύσου; (επιλέξτε από 1 έως 2 απαντήσεις)

- Τοπική υποστήριξη της κοινότητας
- Προσωπική εξυπηρέτηση
- Καλύτερες τιμές
- Καλύτερη ποιότητα
- Καλύτερη σχέση τιμής/ποιότητας
- Ευκολία και γρήγορη πρόσβαση
- Άλλο: _____
- Δεν απαντώ

4. Ποιες από τις τοπικές αγορές του Δήμου Διονύσου επισκέπτεστε συχνότερα (επιλέξτε από 1 έως 3 απαντήσεις):

- Άγιο Στέφανο
- Διόνυσο
- Σταμάτα
- Άνοιξη
- Κρυονέρι
- Δροσιά
- Ροδόπολη

5. Επισκέπτεστε επιχειρήσεις εστίασης (εστιατόρια, καφέ, μπαρ κλπ) της τοπικής αγοράς του Δήμου Διονύσου ;

- Ναι πολύ συχνά
- Ναι συχνά
- Ναι σπάνια

- Όχι
- Δεν απαντώ

(Για όσους απάντησαν ναι σπάνια και όχι απαντάνε την 5.1)

5.1. Για ποιους λόγους προτιμάτε σπάνια ή δεν προτιμάτε καθόλου τις επιχειρήσεις εστίασης του Δήμου Διονύσου (έως 2 απαντήσεις)

- Υψηλότερες τιμές
- Έλλειψη ποικιλίας
- Χαμηλή ποιότητα προϊόντων/υπηρεσιών
- Κακή εξυπηρέτηση πελατών
- Δυσκολία στάθμευσης
- Δυσκολία πρόσβασης μέσω συγκοινωνίας
- Άλλο: _____
- Δεν απαντώ

6. Ποια άλλα είδη προϊόντων/υπηρεσιών αγοράζετε από τοπικά καταστήματα του Δήμου Διονύσου; (Επιλέξτε όσα ισχύουν)

- Τρόφιμα και ποτά
- Ένδυση και υπόδηση
- Ηλεκτρονικά είδη/τεχνολογία
- Είδη οικιακής χρήσης
- Υπηρεσίες υγείας και φαρμακευτικά προϊόντα
- Είδη υγιεινής και καλλυντικά
- Αθλητισμός – Hobbies
- Υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας (π.χ. κομμωτήρια)
- Κοσμήματα – ρολόγια
- Υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών
- Αυτοκίνητο – μηχανές (πχ συνεργεία)
- Άλλο: _____
- Δεν απαντώ

7. Ποιες κατηγορίες προϊόντων πιστεύετε ότι λείπουν από την τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου (πολλαπλής επιλογής)
- Τρόφιμα και ποτά
 - Ένδυση και υπόδηση
 - Ηλεκτρονικά είδη/τεχνολογία
 - Είδη οικιακής χρήσης
 - Υπηρεσίες υγείας και φαρμακευτικά προϊόντα
 - Είδη υγιεινής και καλλυντικά
 - Αθλητισμός – Hobbies
 - Υπηρεσίες εστίασης (καφέ, εστιατόρια, μπαρ κλπ)
 - Υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας (π.χ. κομμωτήρια)
 - Κοσμήματα – ρολόγια
 - Υπηρεσίες ταξιδιών και διακοπών
 - Αυτοκίνητο – μηχανές (πχ συνεργεία)
 - Άλλο: _____
 - Δεν λείπει κάτι από την τοπική αγορά
8. Ποια είναι η εντύπωση που έχετε εξερχόμενοι από ένα κατάστημα στην τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου σε σχέση με την αισθητική (εμφάνιση) των καταστημάτων;
- Υψηλή αισθητική
 - Μέτρια αισθητική
 - Χαμηλή αισθητική
 - Καμία αισθητική
 - Δε γνωρίζω / Δεν απαντώ
9. Ποια από τις παρακάτω λέξεις περιγράφει τα συναισθήματά σας όταν εξέρχεστε από τα τοπικά καταστήματα;
- Ευχαρίστηση
 - Ικανοποίηση
 - Αδιαφορία
 - Δυσaréσκεια
 - Απογοήτευση
 - Δεν απαντώ

10. Είστε πρόθυμοι να προτείνετε τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου σε άλλους;
- Ναι
 - Όχι
 - Δεν απαντώ
11. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η υποστήριξη τοπικών επιχειρήσεων για την τοπική σας κοινότητα;
- Πολύ σημαντική
 - Σημαντική
 - Ελάχιστα σημαντική
 - Καθόλου σημαντική
 - Δεν απαντώ
12. Θεωρείτε ότι οι υποδομές του Δήμου Διονύσου είναι κατάλληλες για την εξυπηρέτηση των πελατών αλλά και την προσέλκυση νέων από άλλους Δήμους;
- Ναι
 - Μάλλον ναι
 - Μάλλον όχι
 - Όχι
 - Δεν ξέρω/ Δεν απαντώ
13. Που θεωρείτε ότι υστερεί ο Δήμος; (σημειώστε έως 3 απαντήσεις)
- Θέσεις στάθμευσης
 - Πεζοδρόμια
 - Φωτισμός
 - Μη προσβάσιμος σε ΑΜΕΑ
 - Ανεπαρκείς Συγκοινωνίες
 - Επαρκείς δομές υγείας
 - Τα εμπορικά καταστήματα δεν βρίσκονται σε έναν συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο
 - Άλλο: _____
 - Δεν υστερεί κάπου ο Δήμος
 - Δεν απαντώ

14. Έχετε ποτέ συμμετάσχει σε τοπικές κοινοτικές εκδηλώσεις ή αγορές (π.χ. λαϊκές αγορές, φεστιβάλ τοπικής γεύσης) ή/και συμμετέχετε σε τοπικές ενώσεις (πολιτιστικές, επαγγελματικές κλπ) του Δήμου Διονύσου;
- Ναι
 - Όχι
 - Δεν απαντώ
15. Πώς ενημερώνεστε συνήθως για τοπικές προσφορές και εκδηλώσεις; (επιλέξτε έως 3 απαντήσεις)
- Από τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Instagram)
 - Από το διαδίκτυο
 - Από τα Τοπικά καταστήματα και επιχειρήσεις
 - Από Τοπικές αφίσες και ανακοινώσεις
 - Από Φίλους και συγγενείς
 - Άλλο: _____
 - Δεν απαντώ
16. Ποια κριτήρια είναι το πιο σημαντικά για εσάς κατά την επιλογή προϊόντων/υπηρεσιών (επιλέξτε έως 3 απαντήσεις)
- Ποιότητα
 - Τιμή
 - Εξυπηρέτηση πελατών
 - Συστάσεις από φίλους/συγγενείς
 - Εμπειρία αγοράς
 - Εγγύτητα/γρήγορη πρόσβαση
 - Προσωπική εξυπηρέτηση - Σχέση με τον καταστηματάρχη
 - Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών
 - Δυνατότητα online αγορών
 - Άλλο: _____
 - Δεν απαντώ

17. Με ποιον τρόπο και συχνότητα αγοράζετε τα προϊόντα/υπηρεσίες σας ; (επιλέξτε σε κάθε επιμέρους ερώτηση τι ισχύει, πχ επίσκεψη σε κατάστημα → Συχνά)

17.1. Επίσκεψη σε κατάστημα:

- Πολύ συχνά
- Συχνά
- Σπάνια
- Καθόλου
- Δεν απαντώ

17.2. Ηλεκτρονικά/online :

- Πολύ συχνά
- Συχνά
- Σπάνια
- Καθόλου
- Δεν απαντώ

17.3. Τηλεφωνικά :

- Πολύ συχνά
- Συχνά
- Σπάνια
- Καθόλου
- Δεν απαντώ

18. Προτιμάτε να ψωνίζετε σε:

- Μόνο σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα
- Κυρίως σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα
- Ψωνίζω το ίδιο τόσο σε Μεγάλες Αλυσίδες/Πολυκαταστήματα όσο και σε Μικρά καταστήματα
- Κυρίως σε Μικρά καταστήματα
- Μόνο σε Μικρά καταστήματα
- Δεν απαντώ

19. Για ποιους λόγους θα προτιμήσετε μια μεγάλη αλυσίδα/ πολυκατάστημα αντί για τα μικρά μαγαζιά (επιλέξτε έως 2 απαντήσεις):

- Καλύτερη εξυπηρέτηση από το προσωπικό
- Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων
- Καλύτερες τιμές
- Καλύτερη ποιότητα
- Δυνατότητας στάθμευσης
- Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις
- Καλύτερη ενημέρωση (διαφήμιση) για τα προϊόντα/υπηρεσίες
- Άλλο: _____
- Δεν απαντώ

20. Για ποιους λόγους θα προτιμήσετε ένα μικρό κατάστημα αντί για μια μεγάλη αλυσίδα/ πολυκατάστημα (επιλέξτε έως 2 απαντήσεις):

- Προσωπική εξυπηρέτηση
- Καλύτερη ποιότητα
- Καλύτερες τιμές
- Δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών
- Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις
- Ευκολία πρόσβασης/εγγύτητα (πχ κοντά στην οικία μου)
- Στήριξη των μικρών καταστημάτων
- Άλλο: _____
- Δεν απαντώ

Δημογραφικά στοιχεία:

21. Ηλικία:

- 15-19
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59

- 60+
- Δεν απαντώ

22. Φύλο:

- Άνδρας
- Γυναίκα
- Δεν απαντώ

23. Ιδιότητα

- Αυτοαπασχολούμενος/Ελεύθερος Επαγγελματίας/ Επιχειρηματίας
- Μισθωτός ιδιωτικού τομέα
- Δημόσιος Υπάλληλος
- Άνεργος
- Οικιακά
- Φοιτητής/ Σπουδαστής/ Μαθητής
- Συνταξιούχος
- Άλλο : _____
- Δεν απαντώ

24. Εκπαιδευτικό Επίπεδο

- Απόφοιτος πρωτοβάθμιας/δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης
- Απόφοιτος μετα-δευτεροβάθμιας επαγγελματικής σχολής/ΙΕΚ
- Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό
- Δεν απαντώ

25. Ετήσιο Οικογενειακό Εισόδημα (καθαρό)

- Έως 10.000€
- 10.001€ – 18.000€
- 18.001€ – 25.000€
- 25.001€ – 30.000€
- 30.001€ – 40.000€
- Άνω των 40.000€
- Δεν απαντώ

B Ερωτηματολόγιο

1. Σε ποια περιφερειακή ενότητα διαμένετε :
 - Περιφερειακή Ενότητα Κεντρικού Τομέα Αθηνών
 - Περιφερειακή Ενότητα Νότιου Τομέα Αθηνών
 - Περιφερειακή Ενότητα Βόρειου Τομέα Αθηνών
 - Περιφερειακή Ενότητα Δυτικού Τομέα Αθηνών
 - Περιφερειακή Ενότητα Πειραιώς
 - Περιφερειακή Ενότητα Νήσων
 - Περιφερειακή Ενότητα Δυτικής Αττικής
 - Περιφερειακή Ενότητα Ανατολικής Αττικής
 - Δεν γνωρίζω/ Δεν απαντώ

2. Ποια κριτήρια είναι τα πιο σημαντικά για εσάς κατά την επιλογή προϊόντων/υπηρεσιών; (μπορείτε να επιλέξετε από 1 έως 3 απαντήσεις)
 - Ποιότητα
 - Τιμή
 - Εξυπηρέτηση πελατών
 - Συστάσεις από φίλους/συγγενείς
 - Εμπειρία αγοράς
 - Εγγύτητα/γρήγορη πρόσβαση
 - Προσωπική εξυπηρέτηση - Σχέση με τον/την ιδιοκτήτη-τρια
 - Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών
 - Δυνατότητα online αγορών
 - Άλλο: _____
 - Δεν απαντώ

3. Με ποιον τρόπο και συχνότητα αγοράζετε τα προϊόντα/υπηρεσίες σας ; (επιλέξτε σε κάθε επιμέρους ερώτηση τι ισχύει, πχ επίσκεψη σε κατάστημα → Συχνά)
 - 3.1. Επίσκεψη σε κατάστημα:
 - Πολύ συχνά
 - Συχνά

- Σπάνια
- Καθόλου
- Δεν απαντώ

3.2. Ηλεκτρονικά/online :

- Πολύ συχνά
- Συχνά
- Σπάνια
- Καθόλου
- Δεν απαντώ

3.3. Τηλεφωνικά :

- Πολύ συχνά
- Συχνά
- Σπάνια
- Καθόλου
- Δεν απαντώ

4. Προτιμάτε να ψωνίζετε σε:

- Μόνο σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα
- Κυρίως σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα
- Ψωνίζω το ίδιο τόσο σε Μεγάλες Αλυσίδες/ Πολυκαταστήματα όσο και σε Μικρά καταστήματα
- Κυρίως σε Μικρά καταστήματα
- Μόνο σε Μικρά καταστήματα
- Δεν απαντώ

5. Για ποιους λόγους θα προτιμήσετε μια μεγάλη αλυσίδα/ πολυκατάστημα αντί για τα μικρά μαγαζιά (επιλέξτε έως 2 απαντήσεις):

- Καλύτερη εξυπηρέτηση από το προσωπικό
- Μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων
- Καλύτερες τιμές
- Καλύτερη ποιότητα
- Δυνατότητας στάθμευσης

- Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις
- Καλύτερη ενημέρωση (διαφήμιση) για τα προϊόντα/υπηρεσίες
- Άλλο: _____
- Δεν απαντώ

6. Για ποιους λόγους θα προτιμήσετε ένα μικρό κατάστημα αντί για μια μεγάλη αλυσίδα/ πολυκατάστημα (επιλέξτε έως 2 απαντήσεις):

- Προσωπική εξυπηρέτηση
- Καλύτερη ποιότητα
- Καλύτερες τιμές
- Δυνατότητα διαπραγμάτευσης των τιμών
- Περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις
- Ευκολία πρόσβασης/εγγύτητα (πχ κοντά στην οικία μου)
- Στήριξη των μικρών καταστημάτων
- Άλλο: _____
- Δεν απαντώ

7. Πώς ενημερώνεστε συνήθως για προσφορές και εκδηλώσεις; (επιλέξτε έως 3 απαντήσεις)

- Από τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Instagram)
- Από το διαδίκτυο
- Από τα Τοπικά καταστήματα και επιχειρήσεις
- Από Τοπικές αφίσες και ανακοινώσεις
- Από Φίλους και συγγενείς
- Άλλο: _____
- Δεν απαντώ

8. Το τελευταίο έτος έχετε επισκεφτεί καταστήματα (εστιατόρια, εμπορικά κλπ) του Δήμου Διονύσου (δημοτικές ενότητες: Αγίου Στεφάνου, Διονύσου, Σταμάτας, Άνοιξης, Κρυονερίου, Δροσιάς, Ροδόπολης) ;

- Ναι → Ερώτηση 9
- Όχι → Ερώτηση 17

9. Πόσες φορές επισκέπτεστε καταστήματα στην τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου;
- Εβδομαδιαίως
 - Μηνιαίως
 - Τουλάχιστον 1 φορά το εξάμηνο
 - Τουλάχιστον 1 φορά το έτος
 - Δεν απαντώ
10. Ποιες είναι οι τοπικές αγορές στο Δήμο Διονύσου που έχετε επισκεφτεί περισσότερο ; (μπορείτε να επιλέξετε από 1 έως 2 απαντήσεις) :
- Άγιο Στέφανο
 - Διόνυσο
 - Σταμάτα
 - Άνοιξη
 - Κρυονέρι
 - Δροσιά
 - Ροδόπολη
 - Δεν απαντώ
11. Τί είδους καταστήματα επισκέπτεστε συνήθως στο Δήμο Διονύσου; (επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)
- Τρόφιμα και ποτά
 - Ένδυση - υπόδηση
 - Αθλητισμός - Hobbies
 - Επιχειρήσεις εστίασης (εστιατόρια, μπαρ, καφέ κλπ)
 - Άλλο: _____
 - Δεν απαντώ
12. Ποια είναι η εντύπωση που έχετε εξερχόμενοι από ένα κατάστημα στην τοπική αγορά του Δήμου Διονύσου σε σχέση με την αισθητική (εμφάνιση) των καταστημάτων;
- Υψηλή αισθητική
 - Μέτρια αισθητική
 - Χαμηλή αισθητική
 - Καμία αισθητική
 - Δε γνωρίζω / Δεν απαντώ

13. Ποια από τις παρακάτω λέξεις περιγράφει τα συναισθήματά σας όταν εξέρχεστε από τα τοπικά καταστήματα;
- Ευχαρίστηση
 - Ικανοποίηση
 - Αδιαφορία
 - Δυσaréσκεια
 - Απογοήτευση
 - Δεν απαντώ
14. Είστε πρόθυμοι να προτείνετε τις τοπικές επιχειρήσεις του Δήμου Διονύσου σε άλλους;
- Ναι
 - Όχι
 - Δεν απαντώ
15. Θεωρείτε ότι οι υποδομές του Δήμου Διονύσου είναι κατάλληλες για την εξυπηρέτηση των πελατών αλλά και την προσέλκυση νέων από άλλους Δήμους;
- Ναι
 - Μάλλον ναι
 - Μάλλον όχι
 - Όχι
 - Δεν ξέρω/ Δεν απαντώ
16. Που θεωρείτε ότι υστερεί ο Δήμος; (σημειώστε έως 3 απαντήσεις)
- Θέσεις στάθμευσης
 - Πεζοδρόμια
 - Φωτισμός
 - Μη προσβάσιμος σε ΑΜΕΑ
 - Ανεπαρκείς Συγκοινωνίες
 - Άλλο: _____
 - Δεν υστερεί κάπου ο Δήμος
 - Δεν απαντώ

Δημογραφικά στοιχεία:

17. Ηλικία:

- 15-19
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60+
- Δεν απαντώ

18. Φύλο:

- Άνδρας
- Γυναίκα
- Δεν απαντώ

19. Ιδιότητα

- Αυτοαπασχολούμενος/Ελεύθερος Επαγγελματίας/ Επιχειρηματίας
- Μισθωτός ιδιωτικού τομέα
- Δημόσιος Υπάλληλος
- Άνεργος
- Οικιακά
- Φοιτητής/ Σπουδαστής/ Μαθητής
- Συνταξιούχος
- Άλλο : _____
- Δεν απαντώ

20. Εκπαιδευτικό Επίπεδο

- Απόφοιτος πρωτοβάθμιας/δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης
- Απόφοιτος μετα-δευτεροβάθμιας επαγγελματικής σχολής/ΙΕΚ
- Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό
- Δεν απαντώ

21. Ετήσιο Οικογενειακό Εισόδημα (καθαρό)

- Έως 10.000€
- 10.001€ - 18.000€
- 18.001€ - 25.000€
- 25.001€ - 30.000€
- 30.001€ - 40.000€
- Άνω των 40.000€
- Δεν απαντώ



Έτος Ίδρυσης 2006

ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ

Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων
ΓΣΕΒΕΕ

Αθήνα

Αριστοτέλους 46, 104 33

210-8846852

info@imegsevee.gr

Θεσσαλονίκη

Κωλέττη 24, 54627

2310-545967, 2310-517843

thessaloniki@imegsevee.gr

Πάτρα

Πανεπιστημίου 170, 264 43

2610-438557

patra@imegsevee.gr

Ηράκλειο

Βασιλείου Πατρικίου 11, 71409

2810-361040, 2810-361080

iraklio@imegsevee.gr

Λάρισα

Καστοριάς 2α, 41335

2410-579876-7

larisa@imegsevee.gr

Ιωάννινα

Σταύρου Νιάρχου 94, 45500

26510-44727

ioannina@imegsevee.gr