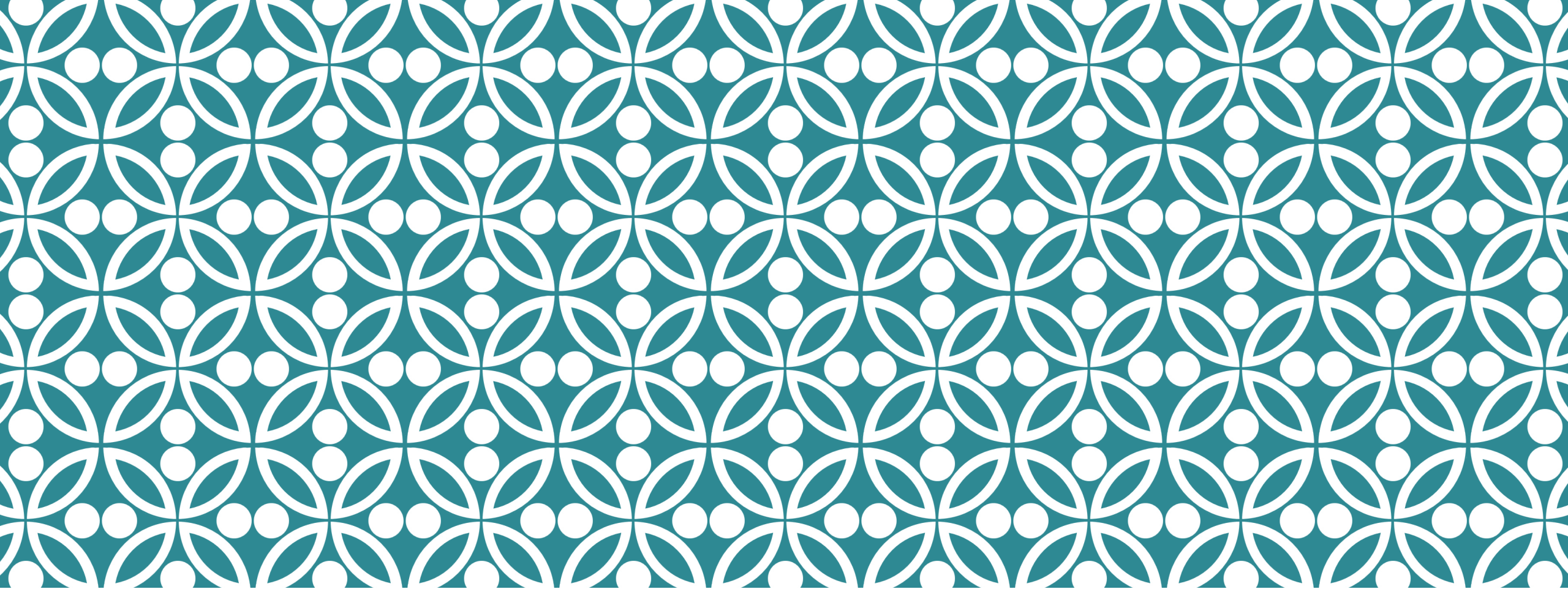




Κυλιόμενη έρευνα αποτύπωσης  
προφίλ & καταναλωτικής συμπεριφοράς  
τουριστών Χίου

τελικό παραδοτέο

Δήμος Χίου



...αν δεν  
μετρήσεις κάτι,  
δεν μπορείς να  
το διοικήσεις  
& να το  
βελτιώσεις...



## Μεθοδολογία Έρευνας

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με τη **χρήση δομημένου αυτό-συμπληρούμενου ερωτηματολογίου** αποτελούμενου από 20 ερωτήσεις κλειστού τύπου, ορισμένες από τις οποίες ήταν πενταβάθμιας κλίμακας Likert.

Για τις ανάγκες της έρευνας, και με βάση τον πληθυσμό αυτής, το ερωτηματολόγιο ήταν διαθέσιμο σε **3 γλώσσες (ελληνική, αγγλική και τουρκική).**

Δημιουργήθηκε ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο με χρήση ανοικτού κώδικα διαδικτυακής εφαρμογής (Limesurvey), και **ήταν προσβάσιμο με τη χρήση QR code (quick-response code) μέσω κινητών συσκευών.**





## Μεθοδολογία Έρευνας

Για τη συλλογή των δεδομένων:

**Αναρτήθηκαν αφίσες (banner)** τριών διαστάσεων (A3, A4 και A5) **σε επιλεγμένα σημεία του νησιού** (Γραφείο πληροφόρησης Δήμου Χίου, Τελωνείο, Τουριστικές επιχειρήσεις, Μουσείο Μαστίχας κ.ά.)

**Η ηλεκτρονική μορφή των αφισών (banner) αναρτήθηκε στα social media** συνοδευόμενη από σύντομο κείμενο και το διαδικτυακό σύνδεσμο συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου

**Οι ερευνητές δένειμαν και συγκέντρωσαν την εκτυπωμένη μορφή** του ερωτηματολογίου.



## Μεθοδολογία Έρευνας

Η συλλογή των ερωτηματολογίων ξεκίνησε στις 17.08.23 και ολοκληρώθηκε στα μέσα Αυγούστου 2024.

Στην έκθεση αυτή παρουσιάζονται τα τελικά αποτελέσματα της έρευνας.

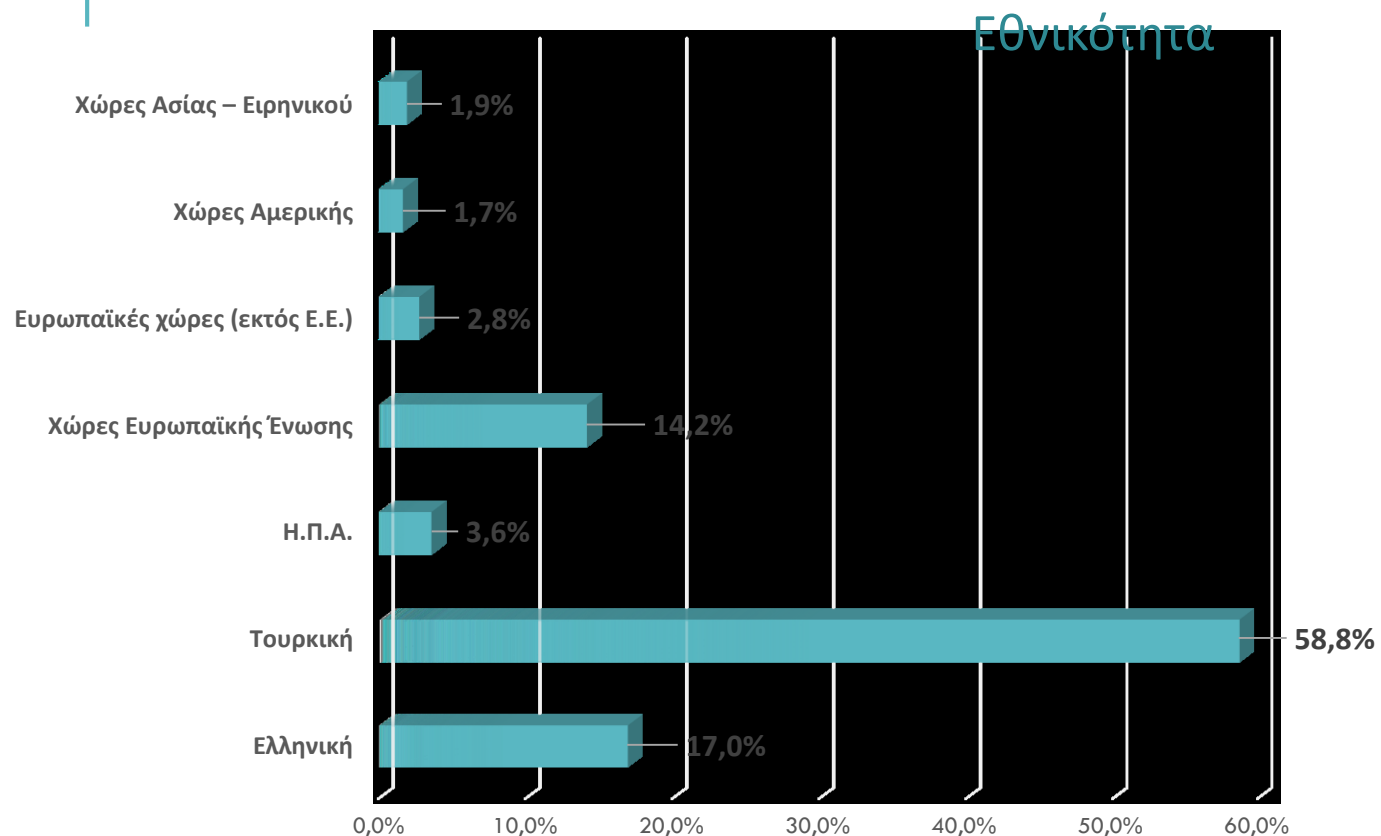
Συγκεντρώθηκαν 2.093 ερωτηματολόγια από τα οποία, μετά τον έλεγχο εγκυρότητας, κρίθηκαν κατάλληλα για στατιστική επεξεργασία τα 1.847.

Η επεξεργασία πραγματοποιήθηκε με χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS v. 23.

Ακολουθεί η διαγραμματική παρουσίαση και περιγραφική ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας.



## Ταυτότητα έρευνας

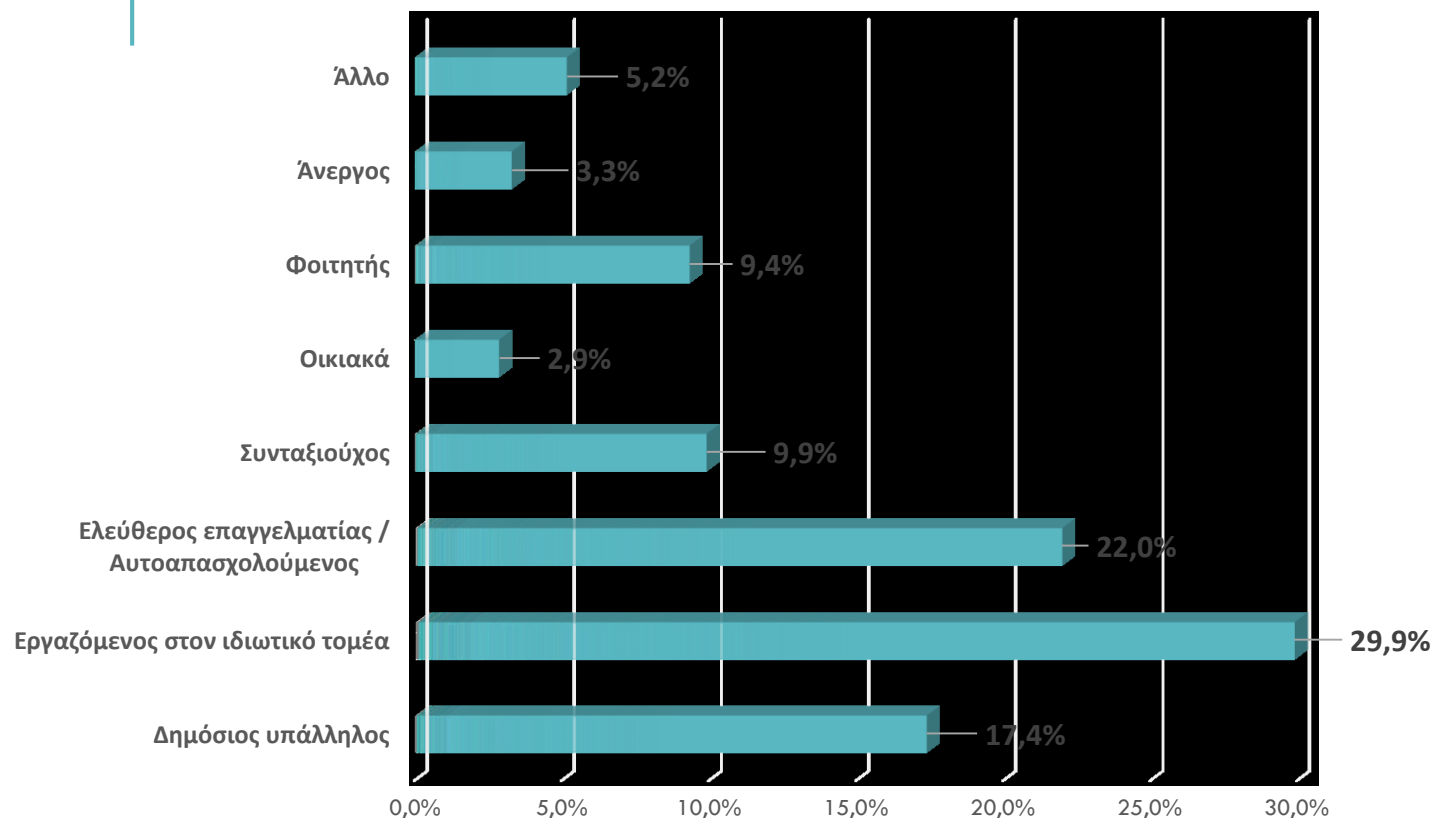


Η **συλλογή των στοιχείων** πραγματοποιήθηκε σε ετήσια βάση, καλύπτοντας το διάστημα από **17.08.23 έως 16.08.24**, ώστε να καταγραφεί και μελετηθεί το προφίλ των επισκεπτών της Χίου σε περιόδους **υψηλής, μεσαίας και χαμηλής ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών.**

Στην παρούσα έρευνα η συντριπτική **πλειοψηφία των συμμετεχόντων** είναι **Τούρκοι (58,8%)**, ακολουθούν οι **Έλληνες (17,0%)**, και οι **κάτοικοι χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (14,2%).**

Τα παραπάνω δεδομένα **συγκλίνουν με αντίστοιχα στατιστικά στοιχεία αναφορικά με την επισκεψιμότητα του νησιού** κατά την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας, που προέρχονται από άλλες δευτερογενείς πηγές.

## Ταυτότητα έρευνας



Οι **Εργαζόμενοι στον Ιδιωτικό Τομέα** και οι **Ελεύθεροι Επαγγελματίες / Αυτοαπασχολούμενοι** αποτελούν το **51,9%** των συμμετεχόντων στην έρευνα.

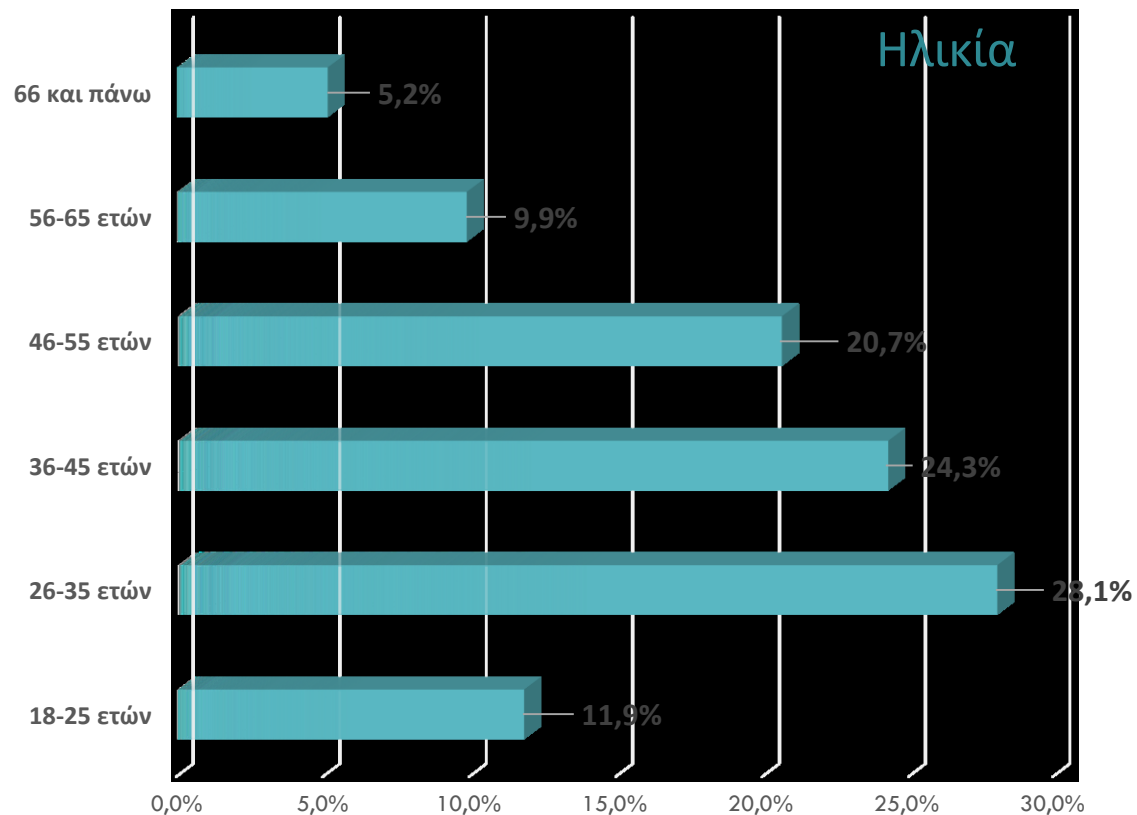
Σε ετήσια βάση ακολουθούν οι **Δημόσιοι Υπάλληλοι με 17,4%**, οι Συνταξιούχοι με 9,9% και οι Φοιτητές με 9,4%.

Η παραπάνω **διάρθρωση στην κατανομή των συμμετεχόντων αναφορικά με την Επαγγελματική Ιδιότητά τους** διαφοροποιείται την χειμερινή και καλοκαιρινή περίοδο επηρεαζόμενη από τις συνήθειες πρακτικές παροχής αδειών για λόγους αναψυχής κατά την θερινή περίοδο.

Οι **Εργαζόμενοι στον Ιδιωτικό Τομέα και οι Ελεύθεροι Επαγγελματίες / Αυτοαπασχολούμενοι** αποτελούν τις δύο **κύριες ομάδες επισκεπτών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου**, ενώ οι **Συνταξιούχοι** μπορούν να **υποστηρίξουν την τουριστική οικονομία του νησιού την περίοδο χαμηλής ζήτησης**.



## Ταυτότητα έρευνας



Το ηλικιακό φάσμα από **26 έως 55 ετών** καλύπτει το **73,1%** των συμμετεχόντων.

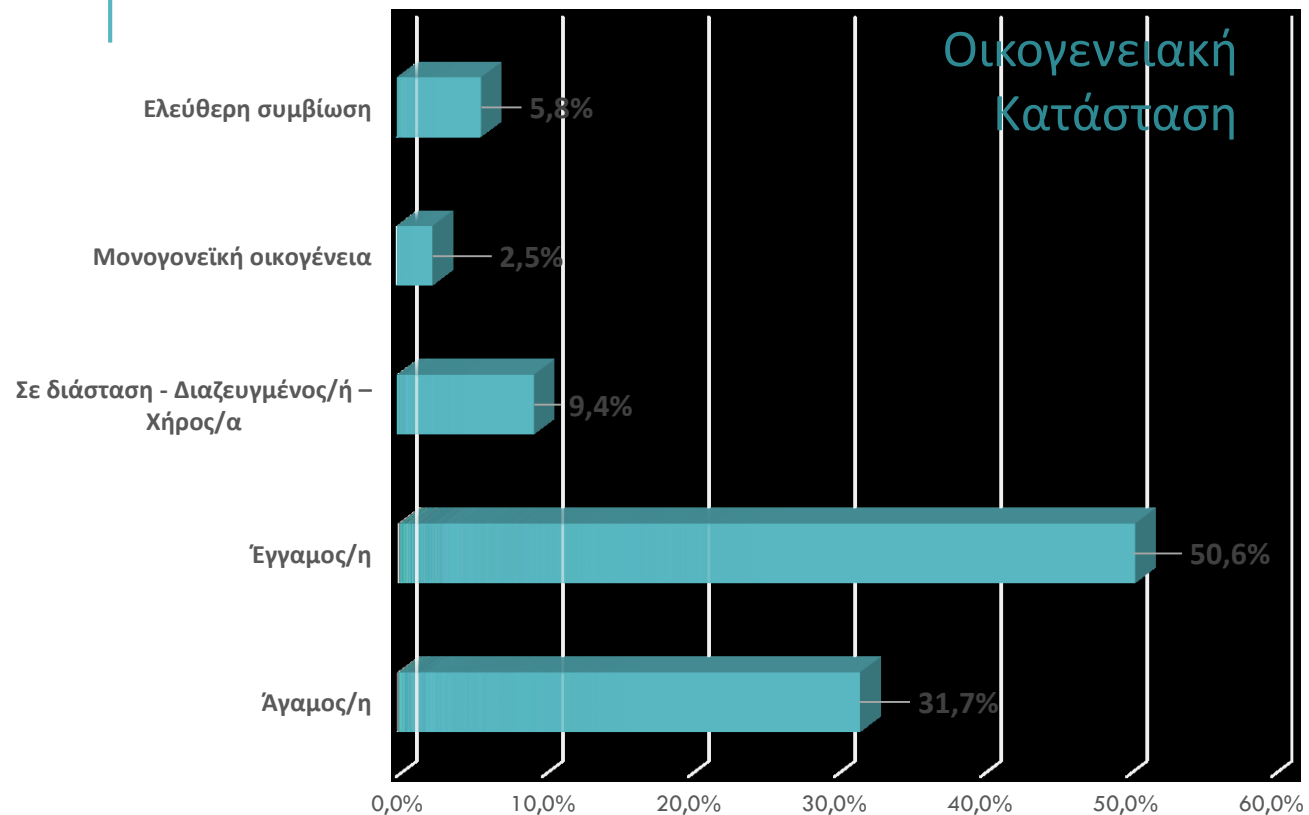
Ειδικότερα, το **28,1%** είναι ηλικίας **26 έως 35 ετών**, το **24,3%** είναι ηλικίας **46 έως 55 ετών**, ενώ το **20,7%** είναι ηλικίας **36 έως 45 ετών**.

Το ηλικιακό φάσμα **από 18 έως 25 ετών** αποτελεί το **11,9%** των συμμετεχόντων αλλά με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία σχετίζεται άμεσα με τη λειτουργία του Πανεπιστημίου Αιγαίου (φοιτητές).

Τέλος, το **15,1** των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι **άνω των 56 ετών**.



## Ταυτότητα έρευνας

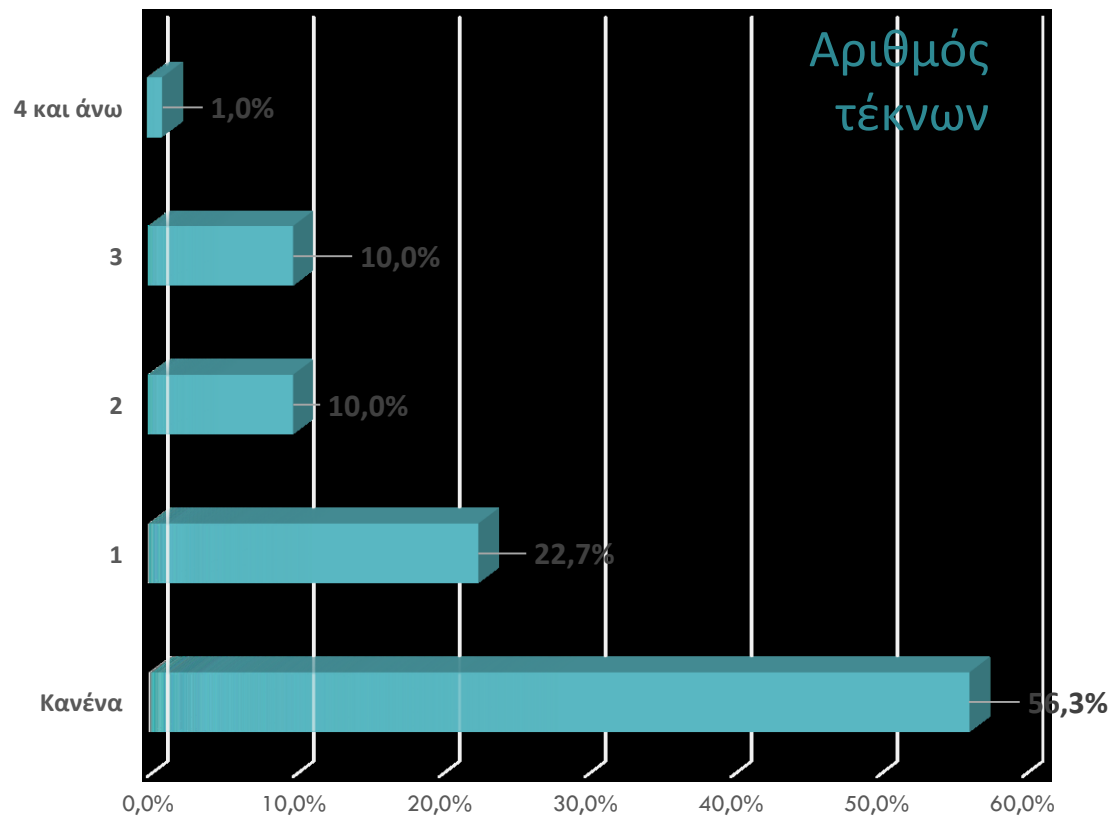


Η **πλειοψηφία των συμμετεχόντων** στην έρευνα είναι **Έγγαμοι/ες 50,6%**, επιβεβαιώνοντας εμμέσως ότι η Χίος ως τουριστικός προορισμός προσελκύει και οικογενειακό τουρισμό.

Το **31,7% των συμμετεχόντων είναι Άγαμοι/ες**, και ακολουθούν με **9,4%** όσοι δηλώνουν ότι βρίσκονται σε **διάσταση, είναι διαζευγμένοι ή έχουν χηρέψει**.

Τέλος, το **5,8%** δηλώνουν ότι έχουν **ελεύθερη συμβίωση**, και το **2,5%** ότι είναι μέλη **μονογονεϊκής οικογένειας**.

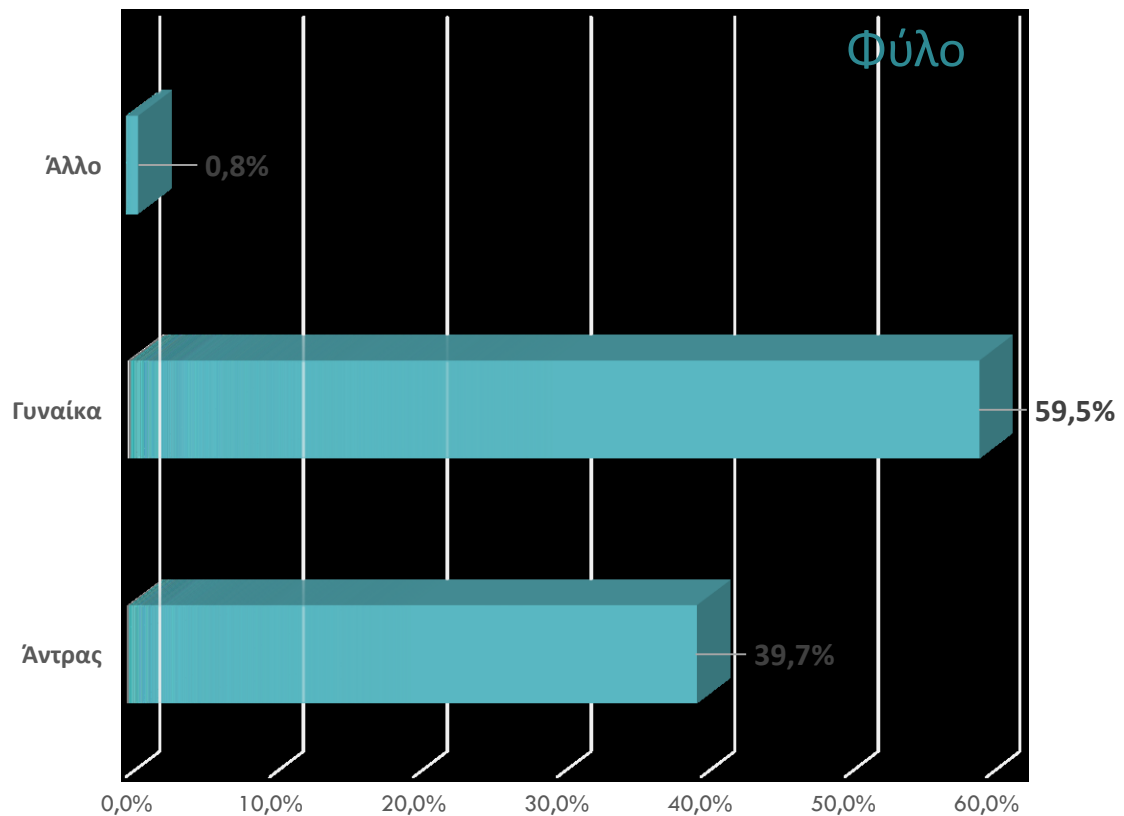
## Ταυτότητα έρευνας



Το **56,3%** όσων απάντησα στην έρευνα δήλωσαν ότι **δεν έχουν παιδιά.**

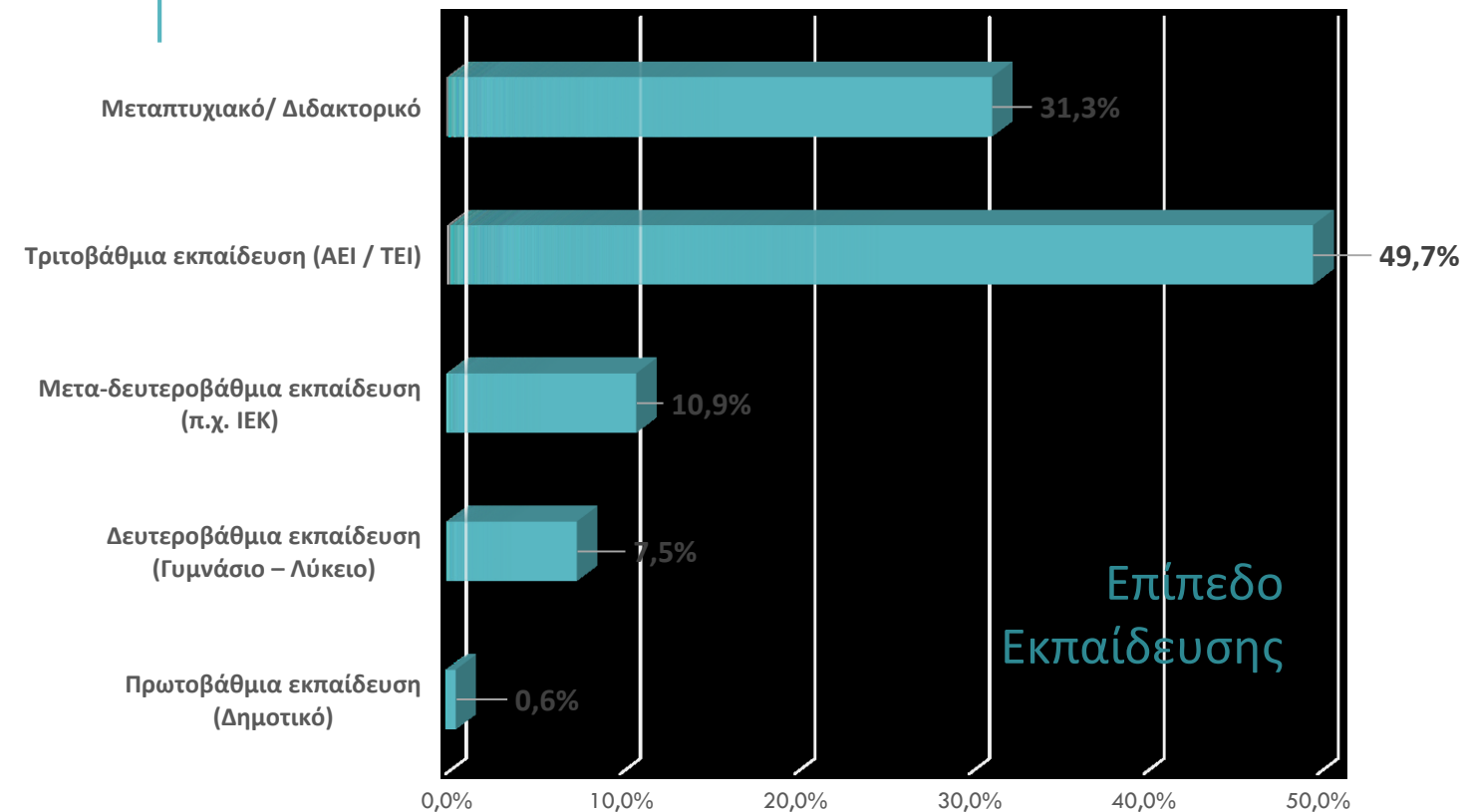
**Ένα παιδί** δήλωσε ότι έχει το **22,7%** των ερωτηθέντων, **δύο παιδιά** το **10,0%** και **πάνω από τρία παιδιά** δηλώνει ότι έχει το **11,0%** όσων συμμετείχαν στην έρευνα.

## Ταυτότητα έρευνας



Το **59,5%** των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν **γυναίκες**, ενώ το **39,7%** **άνδρες**.

## Ταυτότητα έρευνας



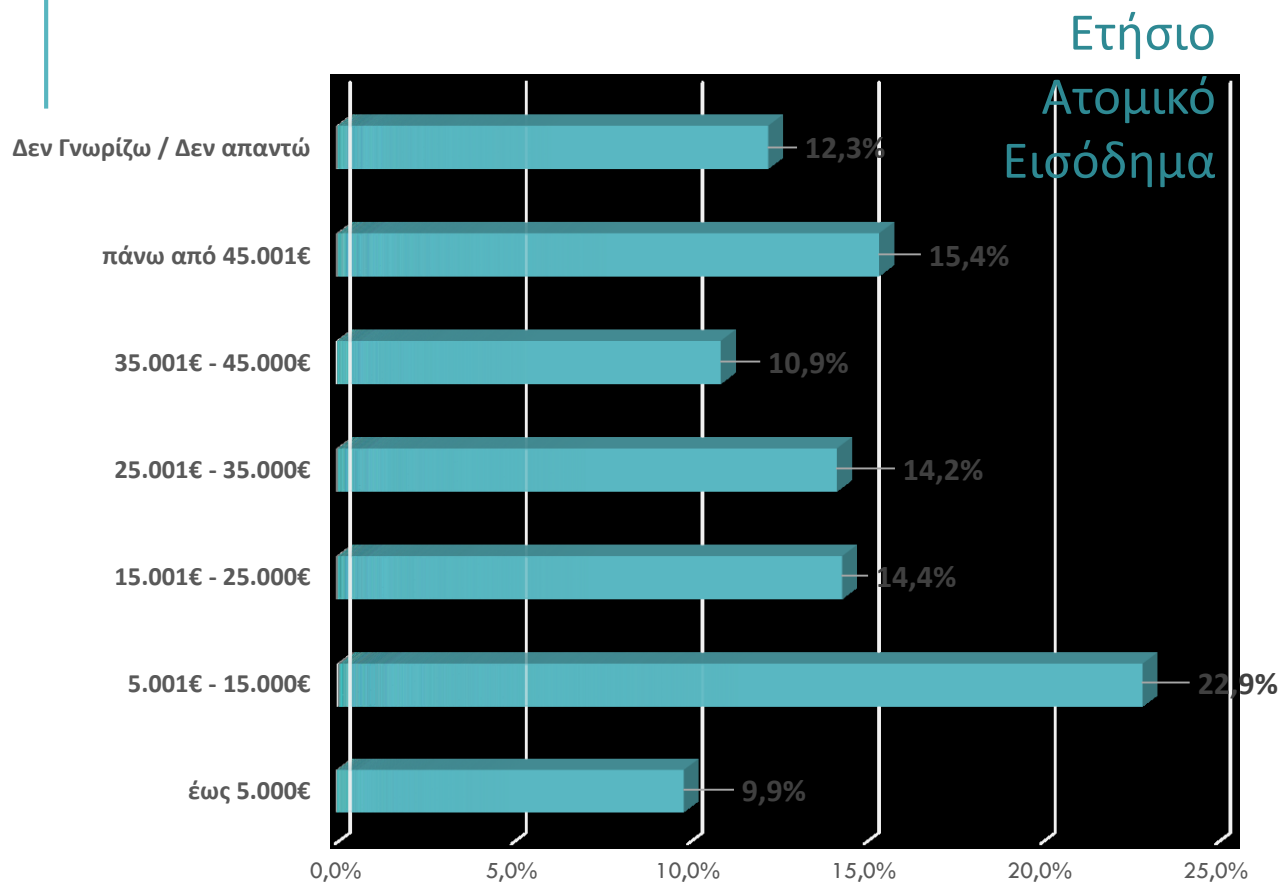
Ιδιαίτερα υψηλό είναι το εκπαιδευτικό επίπεδο των συμμετεχόντων στην έρευνα, καθώς το 81,0% είναι κάτοχοι τίτλων Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης σε προπτυχιακό ή/και μεταπτυχιακό επίπεδο.

Αναλυτικότερα, το 49,7% είναι απόφοιτοι πρώτου κύκλου σπουδών στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση, ενώ το 31,3% κατέχουν Μεταπτυχιακό ή Διδακτορικό Τίτλο Σπουδών.

Το 10,9% είναι απόφοιτοι μετα-δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ μόλις το 7,5% έχουν ολοκληρώσει μόνο τη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Γυμνάσιο και Λύκειο).



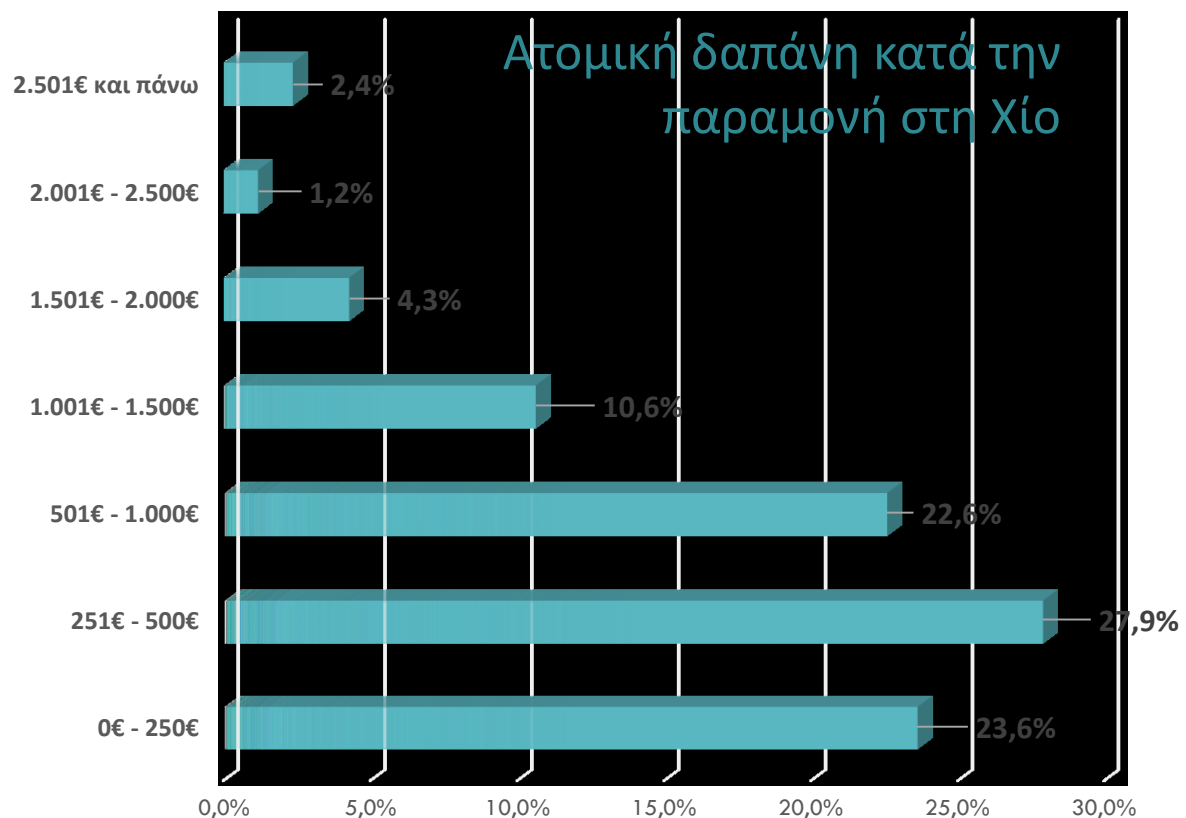
## Ταυτότητα έρευνας



Σε ότι αφορά στο **οικονομικό προφίλ των επισκεπτών** της Χίου, σύμφωνα με τα συνολικά ευρήματα της έρευνας, προκύπτει ότι το **40,5%** των **επισκεπτών** του νησιού **διαθέτει μέσα προς υψηλά εισοδήματα (πάνω από 25.000€)**, το **14,4%** δηλώνει ότι έχει ετήσιο ατομικό εισόδημα από **15.001€ έως 25.000€**, ενώ το **32,8%** δηλώνει ετήσιο ατομικό εισόδημα **κάτω από 15.000€**.

Από τα παραπάνω στοιχεία συμπεραίνουμε ότι **στους επισκέπτες της Χίου κυριαρχούν αυτοί που διαθέτουν μεσαία προς υψηλά ατομικά εισοδήματα.**

## Ταυτότητα έρευνας



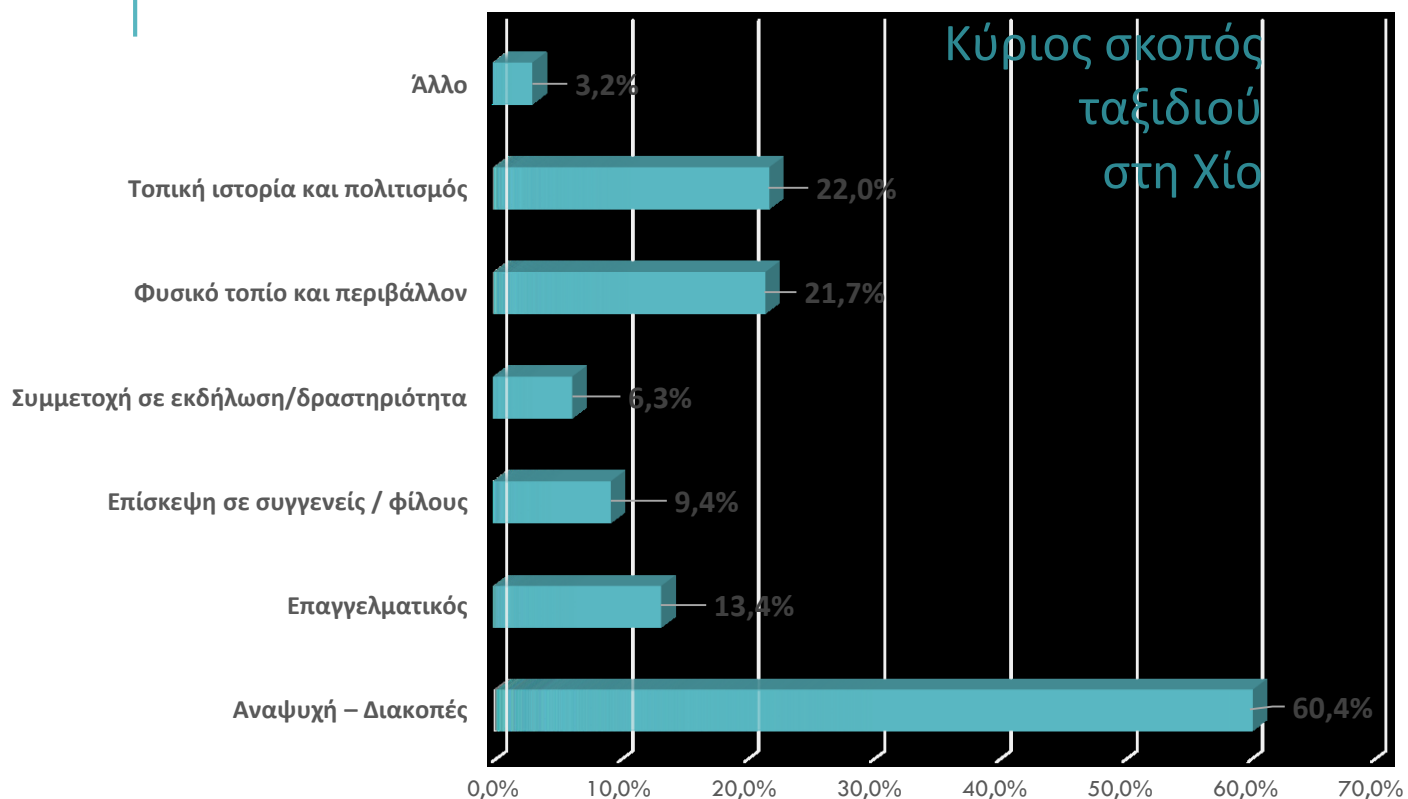
Ενδιαφέρον εύρημα αποτελεί η **ατομική τουριστική δαπάνη κατά την παραμονή** των ερωτηθέντων στη Χίο.

Σύμφωνα με την έρευνα το **23,6%** των συμμετεχόντων **δαπάνησε από 0 έως 250€** κατά την παραμονή του στο νησί, το **27,9%** δηλώνει ότι **δαπάνησε από 251€ έως 500€**, ενώ το **22,6%** **κατέγραψε ατομική δαπάνη από 501€ έως 1.000€**.

Το **14,9%** των ερωτηθέντων δηλώνει ότι είχε **ατομικές δαπάνες από 1.001€ έως 2.500€**, ενώ μόλις το **3,6%** των συμμετεχόντων δαπάνησε **περισσότερα από 2.501€**.

Ως εκ τούτου, **δεν φαίνεται να καταγράφεται υψηλή ατομική τουριστική δαπάνη κατά τους θερινούς μήνες**, ενώ τους χειμερινούς μήνες αν και μειώνονται σημαντικά οι τουριστικές ροές **οι επισκέπτες εκτός σεζόν έχουν εντονότερο οικονομικό αποτύπωμα στη Χίο**.

## Προφίλ Ταξιδιών στη Χίο



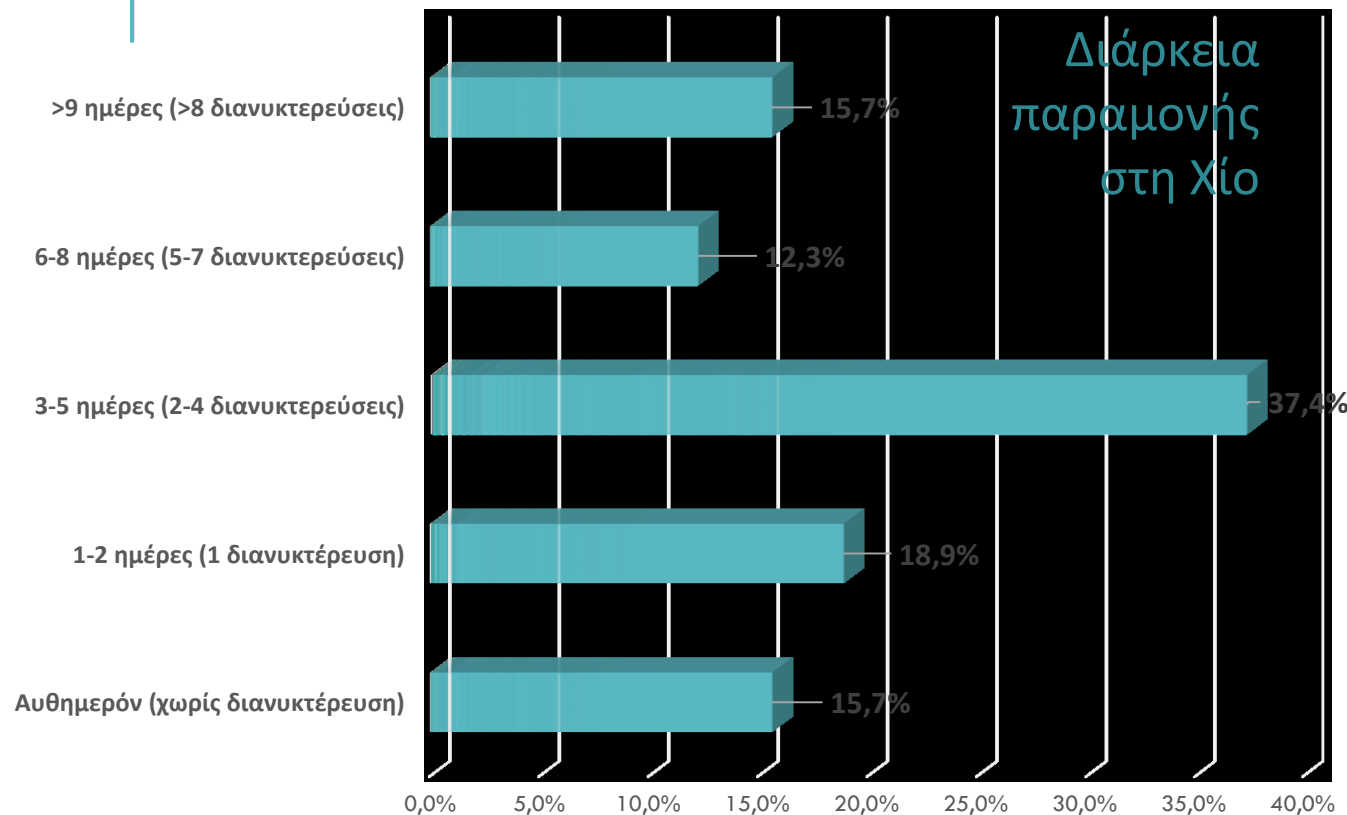
Στο ερώτημα ποιος είναι ο κύριος σκοπός επίσκεψης στη Χίο, το 60,4% των συμμετεχόντων απάντησε για λόγους «Αναψυχής – Διακοπές».

Η «Τοπική ιστορία και πολιτισμός» προσέλκυσε το 22,0% των ερωτηθέντων, ενώ το 21,7% των συμμετεχόντων επισκέφθηκε τη Χίο για το Φυσικό τοπίο και το ιδιαίτερο περιβάλλον του νησιού.

Το 13,4% βρέθηκαν στη Χίο για Επαγγελματικούς λόγους, ενώ το 9,4% είχε ως βασικό σκοπό επίσκεψης του νησιού την «Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους».

Τέλος, το 6,3% είχε ως κύριο σκοπό του ταξιδιού του τη «Συμμετοχή σε εκδηλώσεις / Δραστηριότητες».

## Προφίλ Ταξιδιών στη Χίο

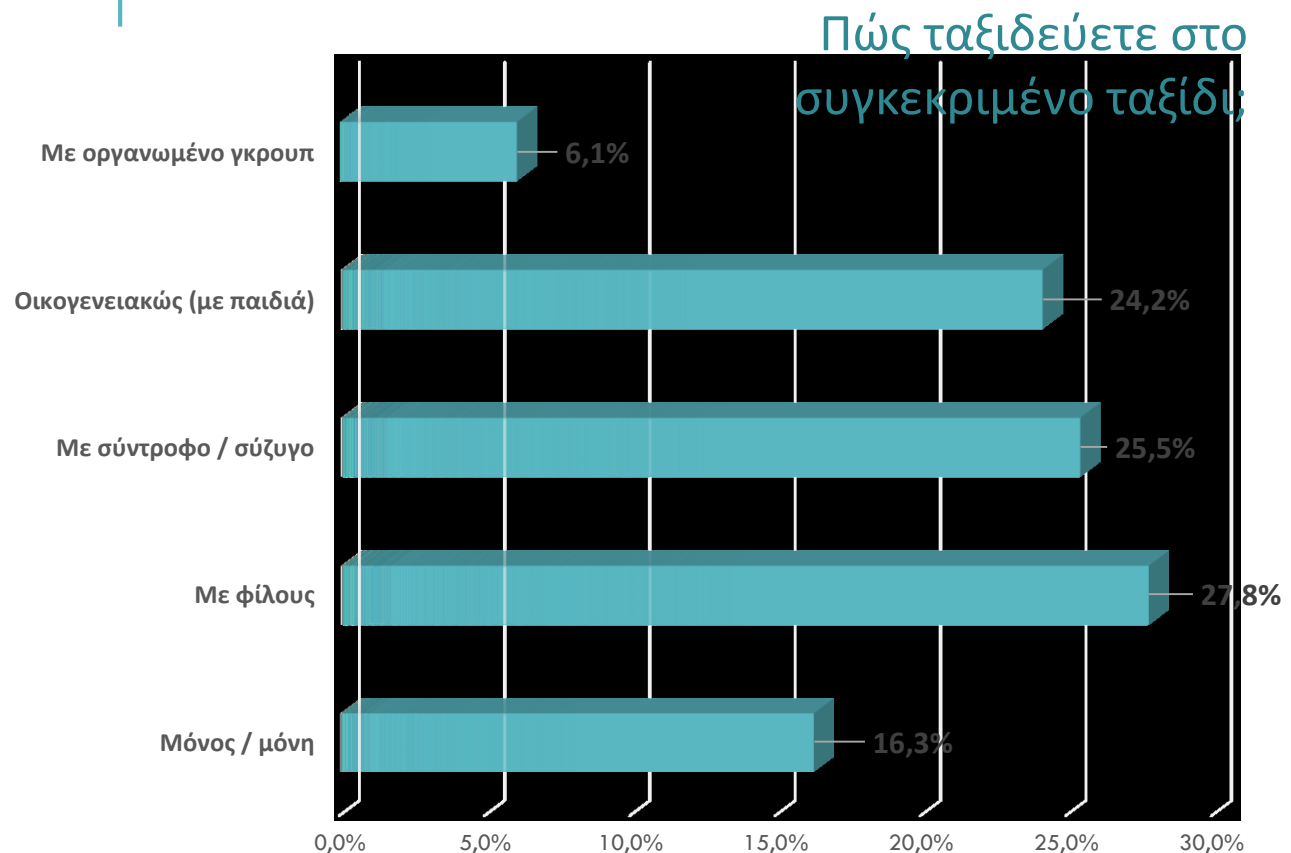


Σχετικά με τη διάρκεια παραμονής στο νησί της Χίου το 65,4% δηλώνει ότι πραγματοποιεί περισσότερες από δύο διανυκτερεύσεις, ενώ το 18,9% πραγματοποιεί μια διανυκτέρευση και το 15,7% δηλώνουν ότι επισκέπτονται τη Χίο αυθημερόν.

Ειδικότερα, το 37,4% δηλώνει ότι παραμένει στον προορισμό 3-5 ημέρες (2-4 διανυκτερεύσεις), το 15,7% παραμένει στο νησί της Χίου περισσότερες από 9 ημέρες (περισσότερες από 8 διανυκτερεύσεις), ενώ το 12,3% δηλώνει παραμονή 6-8 ημέρες (5-7 διανυκτερεύσεις).

Η συσχέτιση των δεδομένων δείχνει ότι η μικρή διάρκεια παραμονή στο νησί σχετίζεται κυρίως με όσους το επισκέπτονται για επαγγελματικούς λόγους.

## Προφίλ Ταξιδιών στη Χίο



Το **27,8%** των συμμετεχόντων στην έρευνα επισκέφθηκαν τη Χίο **με Φίλους**, το **25,5%** επισκέφθηκαν τη Χίο **με τον/την σύντροφό/σύζυγό τους**, ενώ το **24,2%** **οικογενειακώς με τη συμμετοχή και των παιδιών τους**.

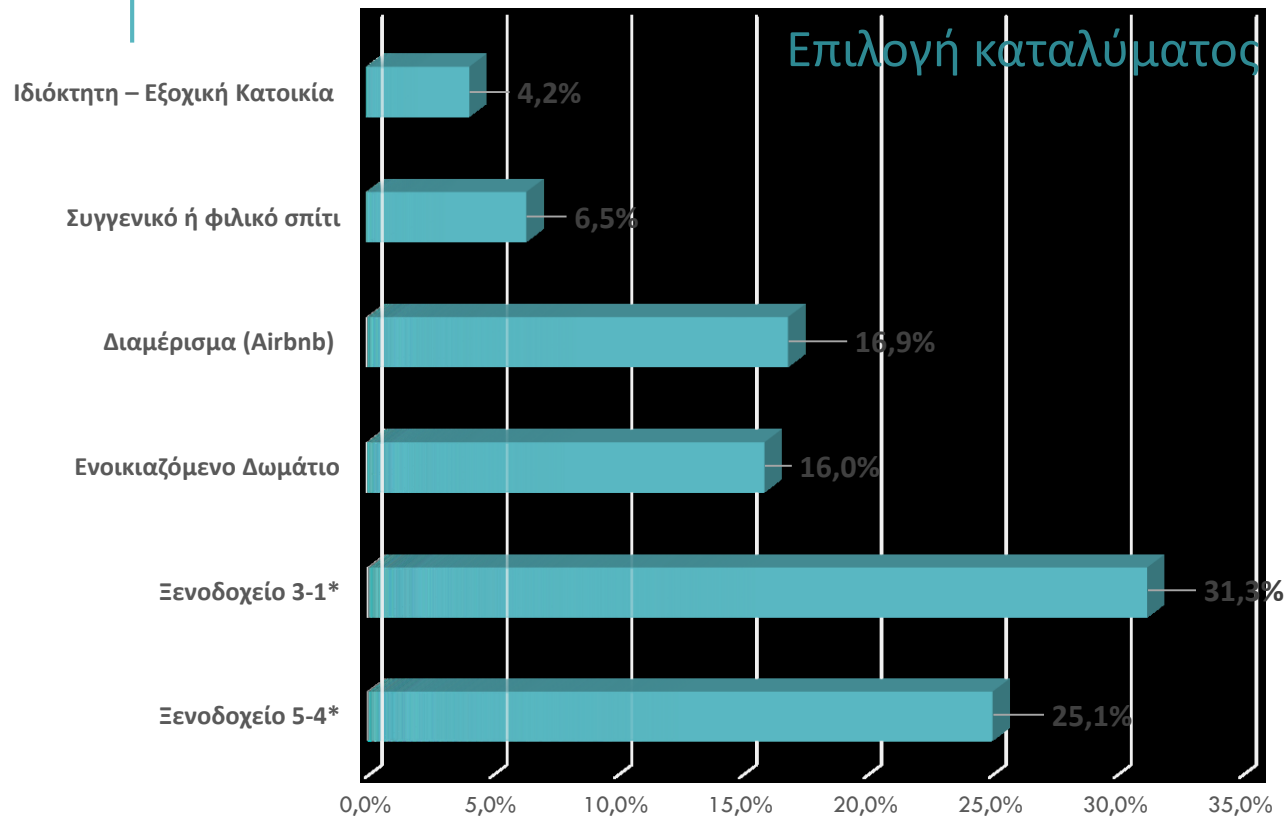
Το **16,3%** δηλώνουν ότι επισκέφθηκαν το νησί **Μόνος/Μόνη**.

Τέλος, μόνο το **6,1%** ταξιδεύει στη Χίο ως **μέλος οργανωμένου γκρουπ**.

Σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία, **ο τουρισμός της Χίου κυριαρχείται από τους μεμονωμένους επισκέπτες**, και παραμένει μακριά από το μοντέλο του μαζικού οργανωμένου τουρισμού.



## Προφίλ Ταξιδιών στη Χίο



Στο ερώτημα «**Τι κατάλυμα επιλέξατε για τη διαμονή σας στη Χίο;**» το **31,3%** δήλωσε ότι **επέλεξε ξενοδοχείο κλασικού τύπου 3-1\***, ενώ το **25,1%** επέλεξε **ξενοδοχείο κλασικού τύπου 5-4\***.

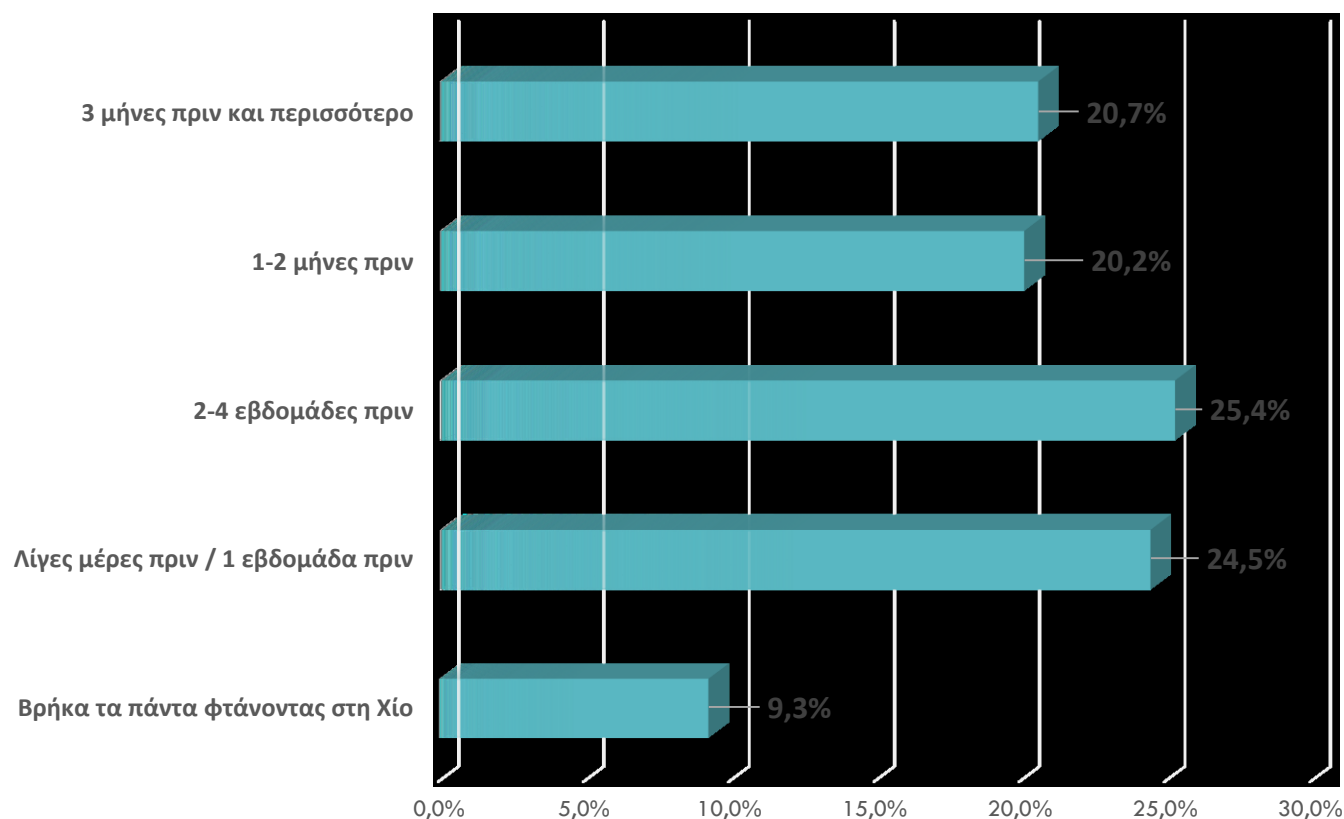
Το **32,9%** των συμμετεχόντων στράφηκε στα **μη κύρια καταλύματα**. Ειδικότερα, το **16,9%** βρήκε διαμέρισμα μέσω της πλατφόρμας **Airbnb**, και το **16,0%** **ενοικιαζόμενο δωμάτιο**.

Τέλος, το **6,5%** των συμμετεχόντων κατά την παραμονή τους στη Χίο **φιλοξενήθηκε σε συγγενικό / φιλικό σπίτι** και το **4,2%** διέμεινε σε **Ιδιόκτητη / Εξοχική κατοικία**.

Τα παραπάνω στοιχεία βρίσκονται σε πλήρη συνάρτηση με το ξενοδοχειακό δυναμικό του νησιού και τη διάρθρωση των υφιστάμενων καταλυμάτων.

## Προφίλ Ταξιδιών στη Χίο

### Πόσο καιρό πριν οργανώσατε το ταξίδι σας στη Χίο;



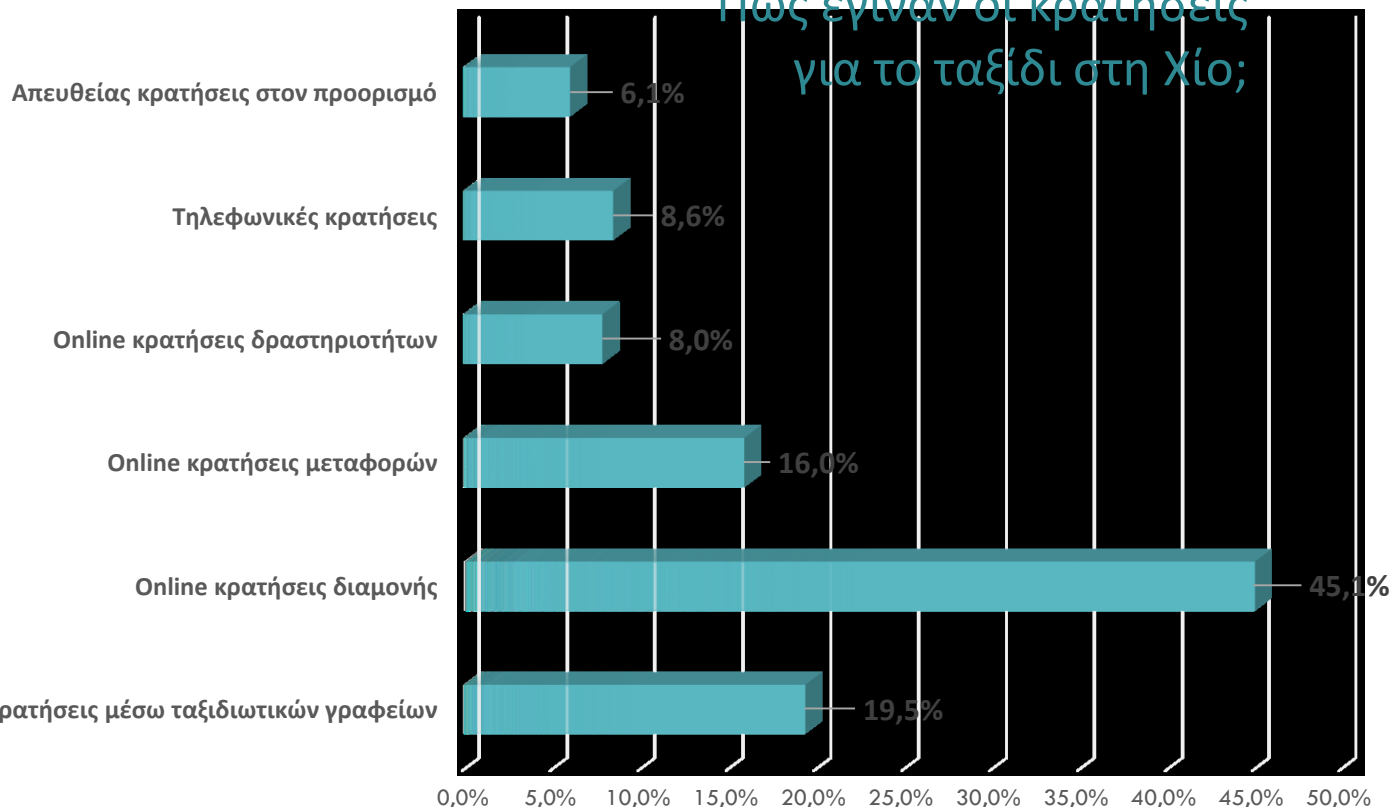
Στην ερώτηση «**Πόσο καιρό πριν οργανώσατε το ταξίδι σας στη Χίο (μετακίνηση / διαμονή);**», οι συμμετέχοντες στην έρευνα συγκροτούν δύο διακριτά τμήματα καθώς το **49,9%** οργανώνει το ταξίδι του τις τελευταίες 30 ημέρες ενώ το **40,9%** σε σαφώς προγενέστερο χρόνο. Το **9,3%** αναφέρει ότι έφτασε στο νησί χωρίς τις απαραίτητες προετοιμασίες ή κρατήσεις, τις οποίες διευθέτησε **μετά την άφιξή του στο νησί.**

Από την έρευνα προκύπτει μια σχετικά **σύντομη περίοδος προγραμματισμού του ταξιδιού στη Χίο**, πριν την πραγματοποίησή του, γεγονός που μπορεί να αποδοθεί **στην ταξιδιωτική συμπεριφορά των Ελλήνων και Τούρκων επισκεπτών.**

Επίσης, διαπιστώνεται ότι για τις **θερινές διακοπές οι επισκέπτες προγραμματίζουν νωρίτερα** το ταξίδι τους στη Χίο σε σχέση με τη χειμερινή περίοδο.

## Προφίλ Ταξιδιών στη Χίο

Πώς έγιναν οι κρατήσεις  
για το ταξίδι στη Χίο;



Διερευνώντας τα κανάλια τουριστικής διανομής οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν **«Ποιους από τους παρακάτω τρόπους αξιοποιήσατε για να ολοκληρώσετε τις κρατήσεις σας για το ταξίδι στη Χίο;»**.

**Μεγάλο μέρος των κύριων διευθετήσεων / κρατήσεων έχει μετακινηθεί στο ψηφιακό περιβάλλον.**

Ειδικότερα, το **45,1%** των συμμετεχόντων δήλωσε ότι ολοκλήρωσε τις απαραίτητες διευθετήσεις για τη διαμονή του **μέσω διαδικτυακών συστημάτων κρατήσεων**, το **16,0%** έκανε **online τις κρατήσεις των μεταφορών** που χρειάστηκε ενώ το **8,0%** διευθέτησε ηλεκτρονικά και τις **τουριστικές δραστηριότητες στη Χίο**.

Το **19,5%** εμπιστεύτηκε τα **παραδοσιακά Τουριστικά και Ταξιδιωτικά Γραφεία**, το 8,6% προχώρησε σε τηλεφωνικές κρατήσεις, ενώ το 6,1% πραγματοποίησε τις σχετικές κρατήσεις με φυσική παρουσία μετά την άφιξη στον προορισμό.

## Επίδραση πηγών πληροφόρησης & δράσεων προβολής

### Χρήση πηγών ενημέρωσης για σημεία και δραστηριότητες

Ρωτώντας ντόπιους & επιχειρηματίες

Ρωτώντας άλλους ταξιδιώτες

Έντυπο τουριστικό οδηγό

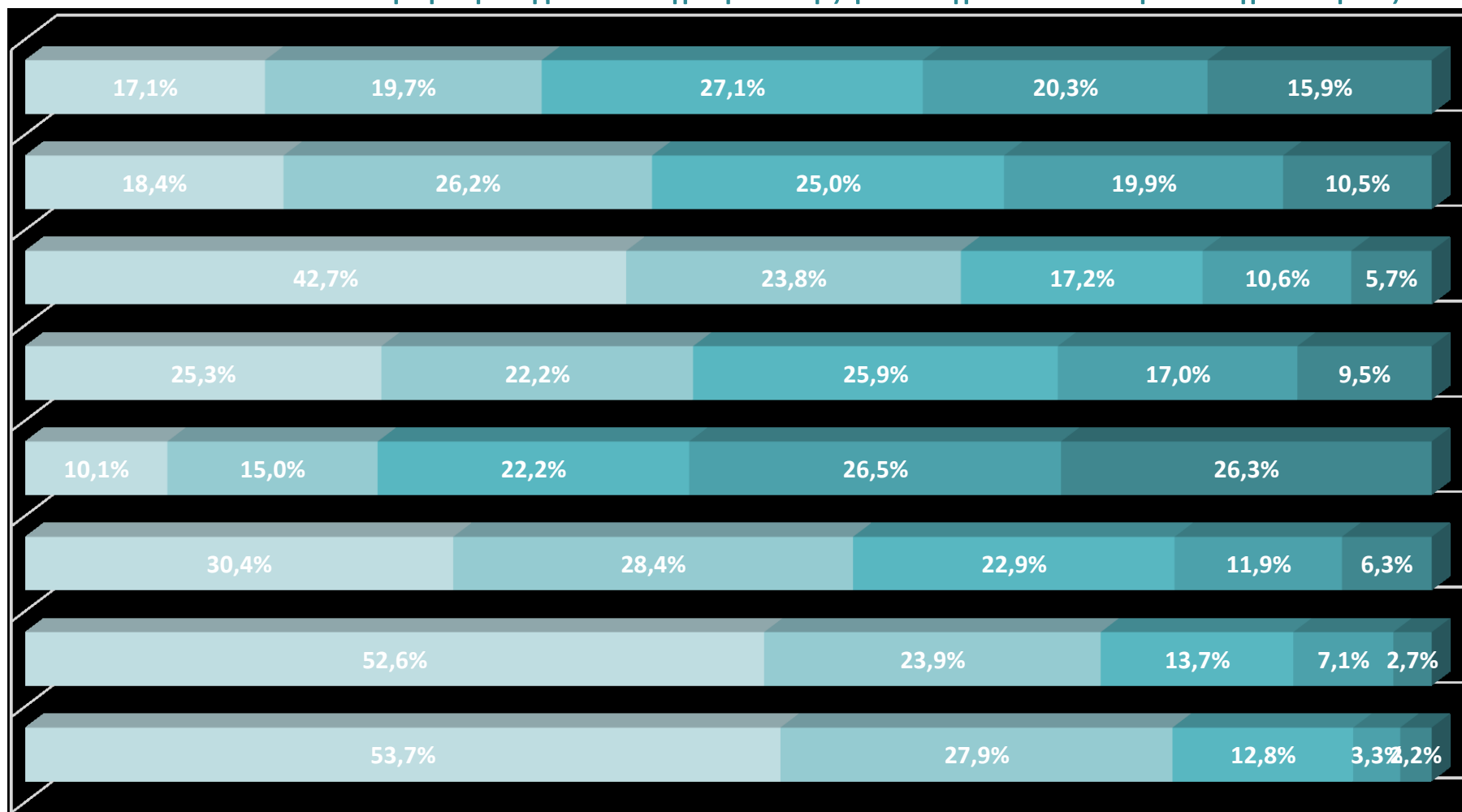
Φυλλάδια / Χάρτες

Social Media

Ιστοσελίδες τουριστικών επιχειρήσεων

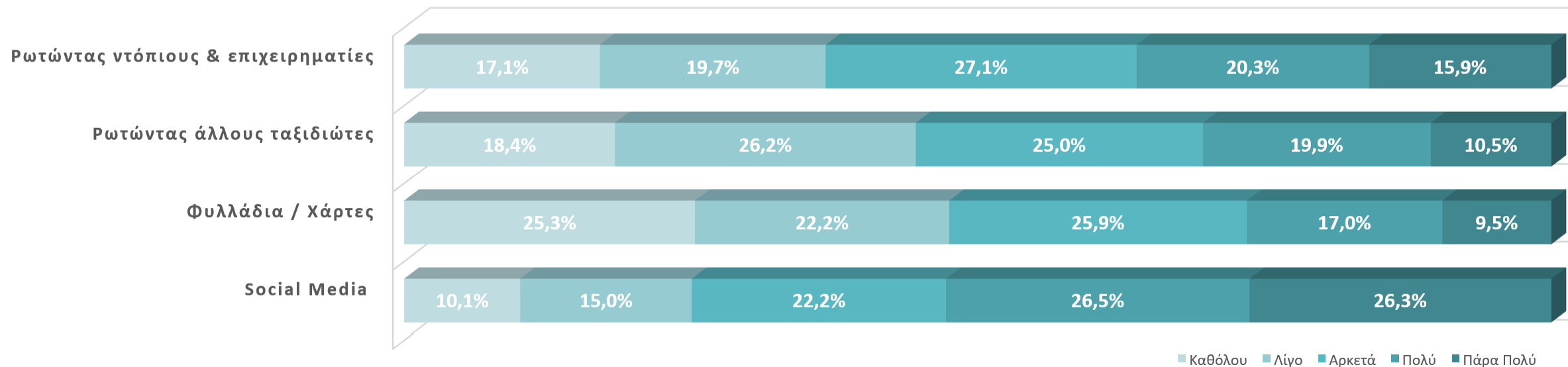
Ιστοσελίδα Φορέα Τουρισμού Χίου

Ιστοσελίδα Δήμου Χίου



## Επίδραση πηγών πληροφόρησης & δράσεων προβολής

### Χρήση πηγών ενημέρωσης για σημεία και δραστηριότητες

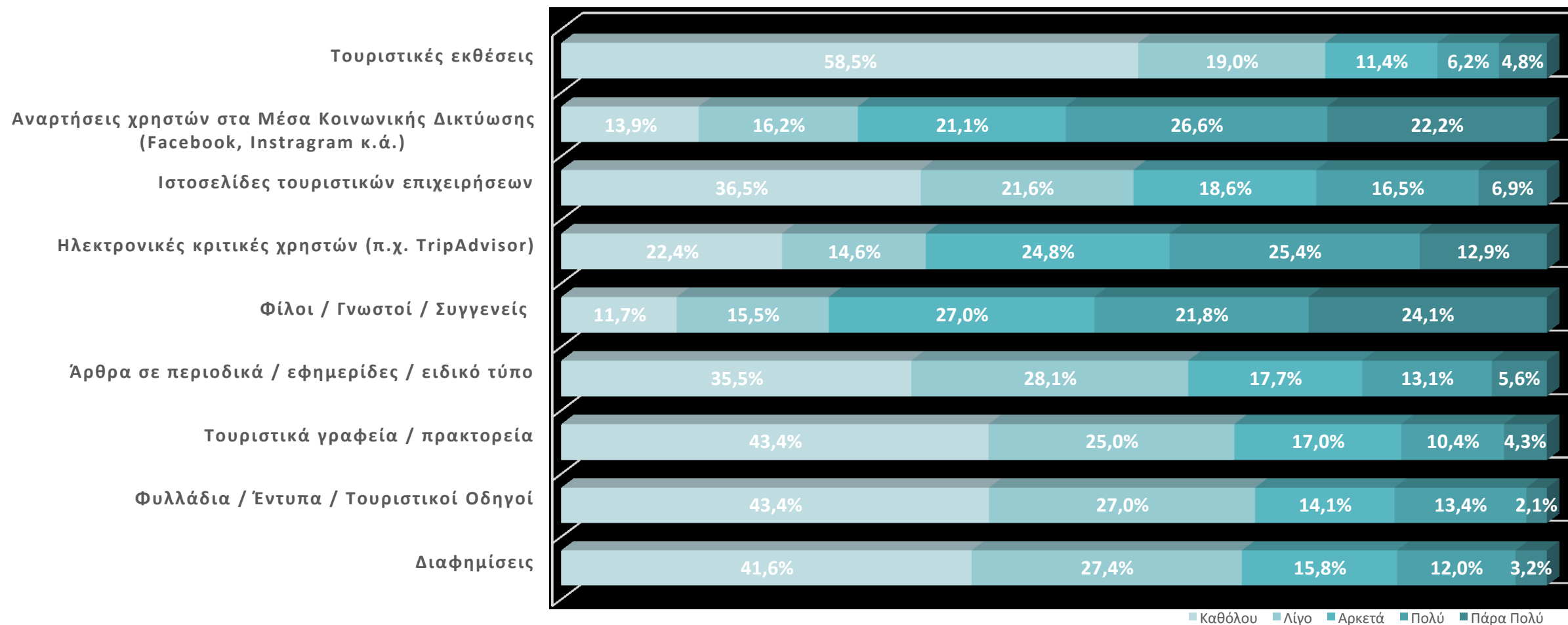


Σε ότι αφορά στις **πηγές που χρησιμοποιούν οι επισκέπτες του νησιού κατά την παραμονή τους στη Χίο για να βρουν πληροφορίες για σημεία και δραστηριότητες ενδιαφέροντος**, ενδεικτικά επισημαίνεται ότι το **75% χρησιμοποίησε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης** από «Πάρα Πολύ» έως «Αρκετά». Το **63,3%** συνέλεξε πληροφορίες **ρωτώντας του ντόπιους και τους επιχειρηματίες του νησιού** («Πάρα Πολύ» έως «Αρκετά»), το **55,4%** απευθύνθηκε **σε άλλους ταξιδιώτες για να συλλέξει πληροφορίες**, ενώ το **52,4%** δήλωσε ότι κατέφυγε στη **χρήση έντυπων τουριστικών οδηγών** («Πάρα Πολύ» έως «Αρκετά»).



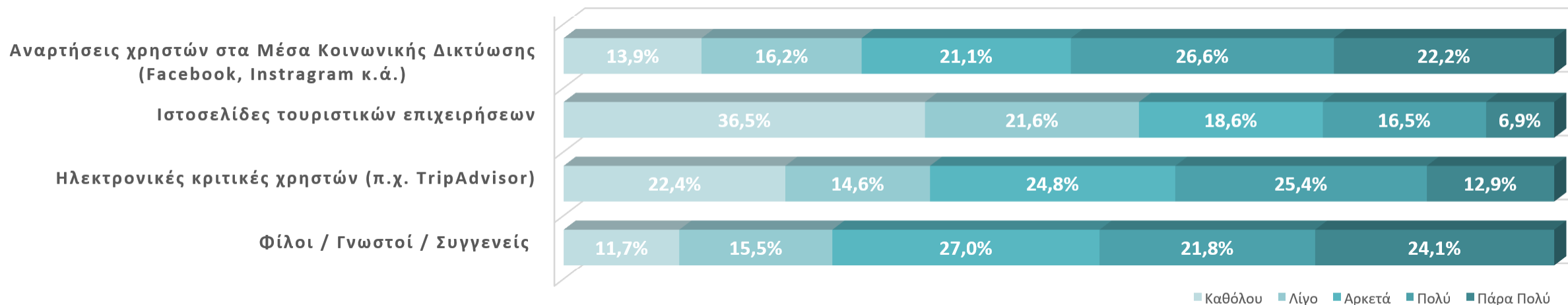
## Επίδραση πηγών πληροφόρησης & δράσεων προβολής

Σε ποιο βαθμό επηρέασαν οι πηγές τις επιλογές για την επίσκεψή σας στη Χίο;



## Επίδραση πηγών πληροφόρησης & δράσεων προβολής

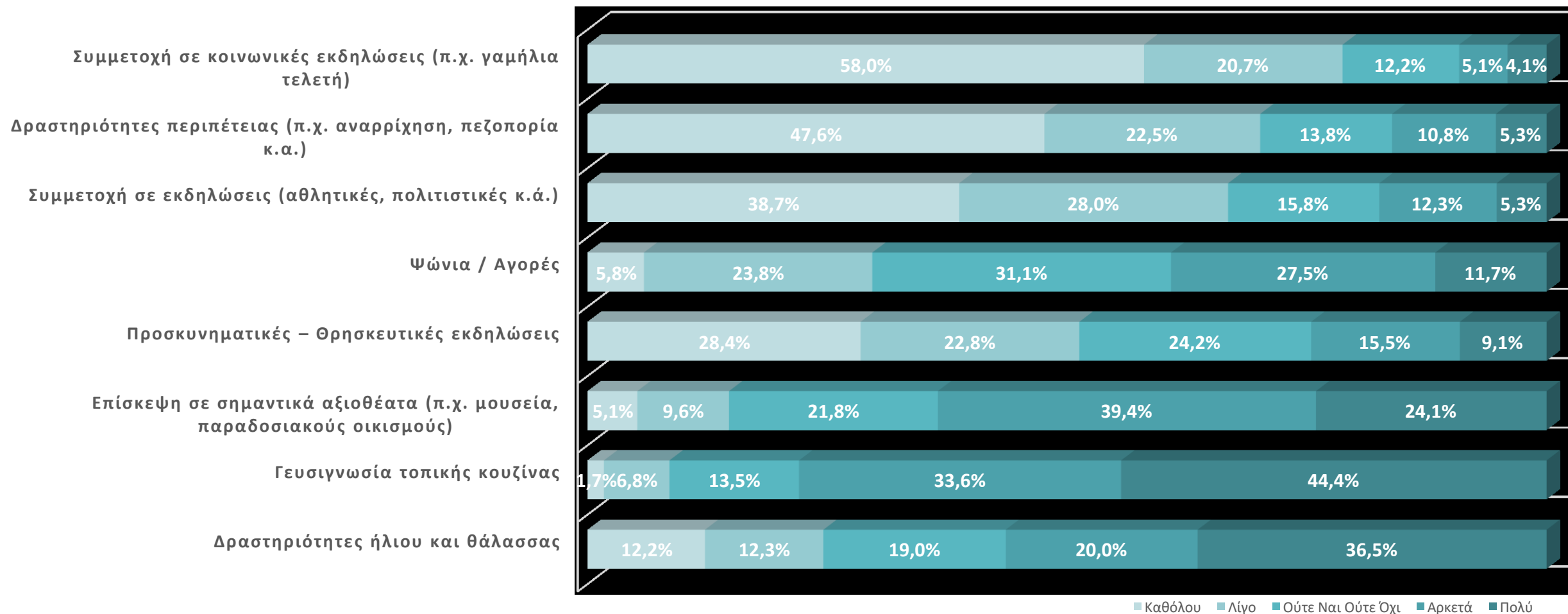
Σε ποιο βαθμό επηρέασαν οι πηγές τις επιλογές για την επίσκεψή σας στη Χίο;



Διερευνώντας **το βαθμό που οι συγκεκριμένες πηγές ενημέρωσης επηρεάζουν τους δυνητικούς επισκέπτες της Χίου να επιλέξουν το νησί για τις διακοπές τους**, ενδεικτικά επισημαίνεται ότι το **72,9%** των συμμετεχόντων στην έρευνα δηλώνει ότι **επηρέαστηκε από συγγενείς, φίλους και γνωστούς** από «Πάρα πολύ» έως «Αρκετά», και ακολουθεί σε επίδραση **οι αναρτήσεις άλλων χρηστών στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης όπως το Facebook και το Instagram με ποσοστό 69,9%**. Οι ηλεκτρονικές κριτικές χρηστών στις **σχετικές εφαρμογές (π.χ. TripAdvisor)** επηρέασαν από «Πάρα πολύ» έως «Αρκετά» το **63,1%** όσων απάντησαν στην έρευνα. Τέλος, σημαντική αναδεικνύεται και **η διαδικτυακή παρουσίαση των τουριστικών επιχειρήσεων του νησιού** καθώς η συμβολή τους στον επηρεασμό των τουριστών «άγγιξε» το **42%** των συμμετεχόντων.

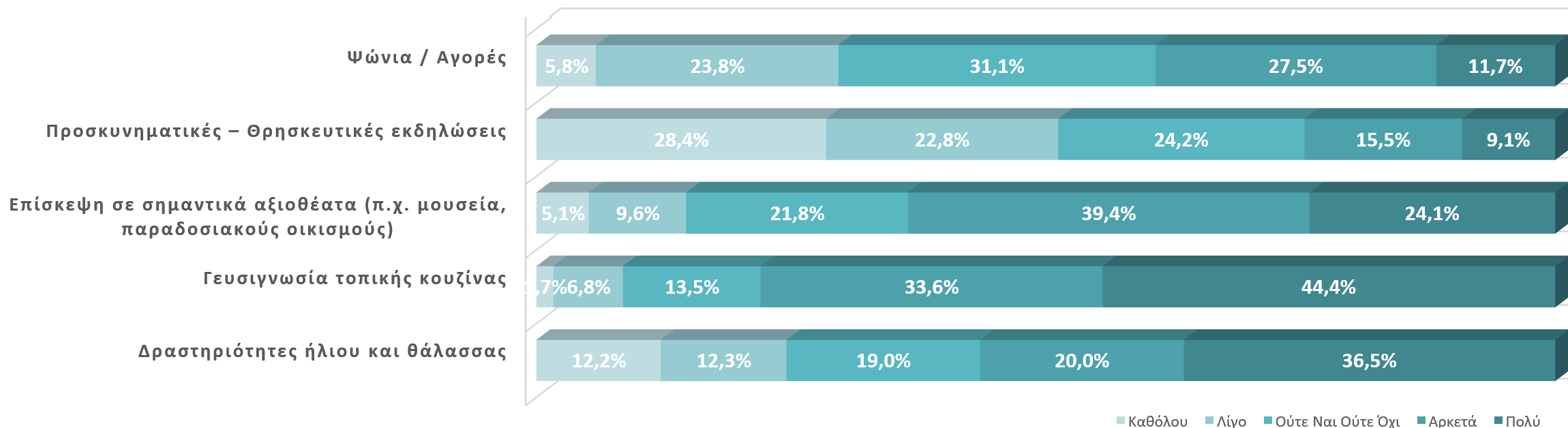
## Επίδραση πηγών πληροφόρησης & δράσεων προβολής

Σε ποιο βαθμό συμμετείχατε σε δραστηριότητες κατά την παραμονή στη Χίο;



## Επίδραση πηγών πληροφόρησης & δράσεων προβολής

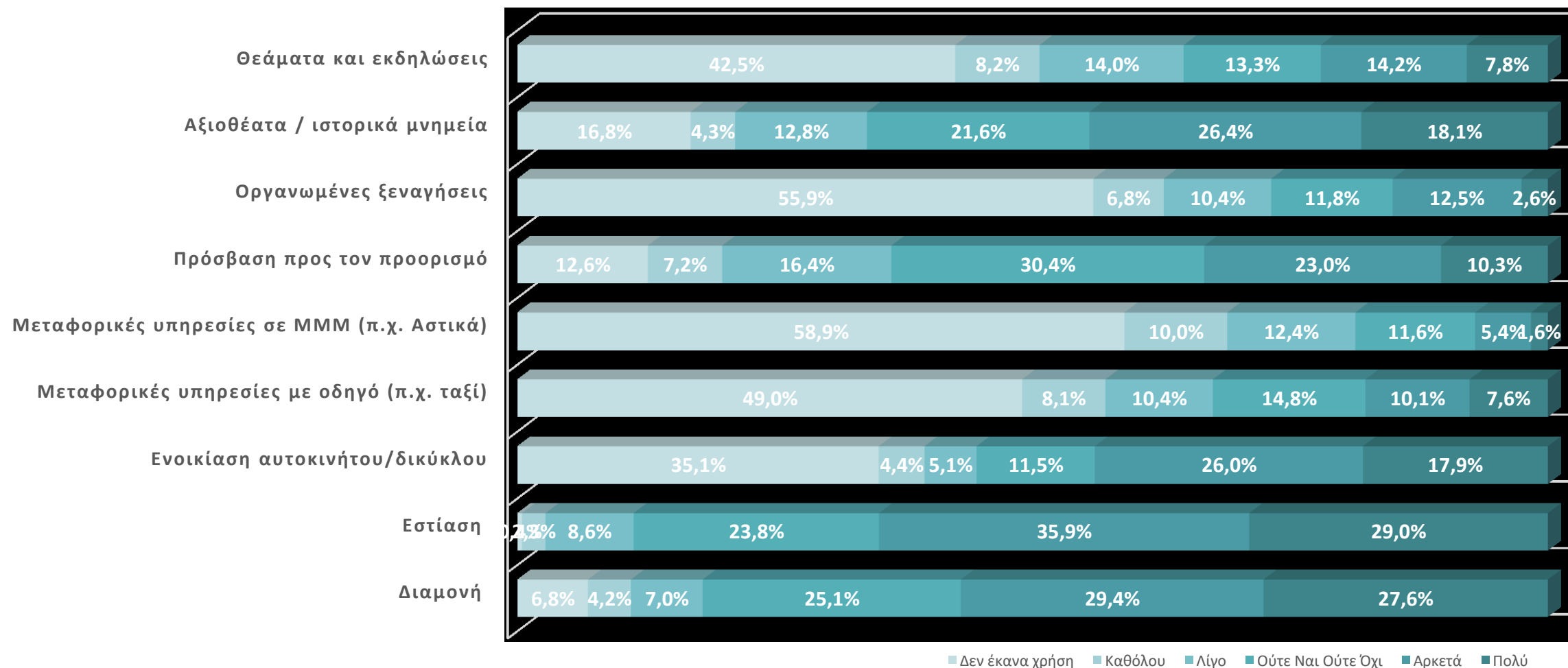
Σε ποιο βαθμό συμμετείχατε σε δραστηριότητες κατά την παραμονή στη Χίο;



Διερευνώντας τη **συμμετοχή σε δραστηριότητες τουριστικού προσανατολισμού κατά την παραμονή τους στη Χίο** οι συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν ότι το **78,0%** είχε **εμπειρία από την τοπική γαστρονομική παραγωγή** (από «Πάρα πολύ» έως «Αρκετά»), το **63,5%** **επισκέφθηκε σημαντικά αξιοθέατα του νησιού** (π.χ. μουσεία, παραδοσιακούς οικισμούς), ενώ η επιρροή της καλοκαιρινής περιόδου, κάνει εμφανή τη συμμετοχή σε **δραστηριότητες ήλιου και θάλασσας με 56,5%**. Το **48,8%** δηλώνει ότι συμμετείχε σε **δραστηριότητες προσκυνηματικού και θρησκευτικού χαρακτήρα**, ενώ **ψώνια από την τοπική αγορά πραγματοποίησε το 39,2%** των συμμετεχόντων.

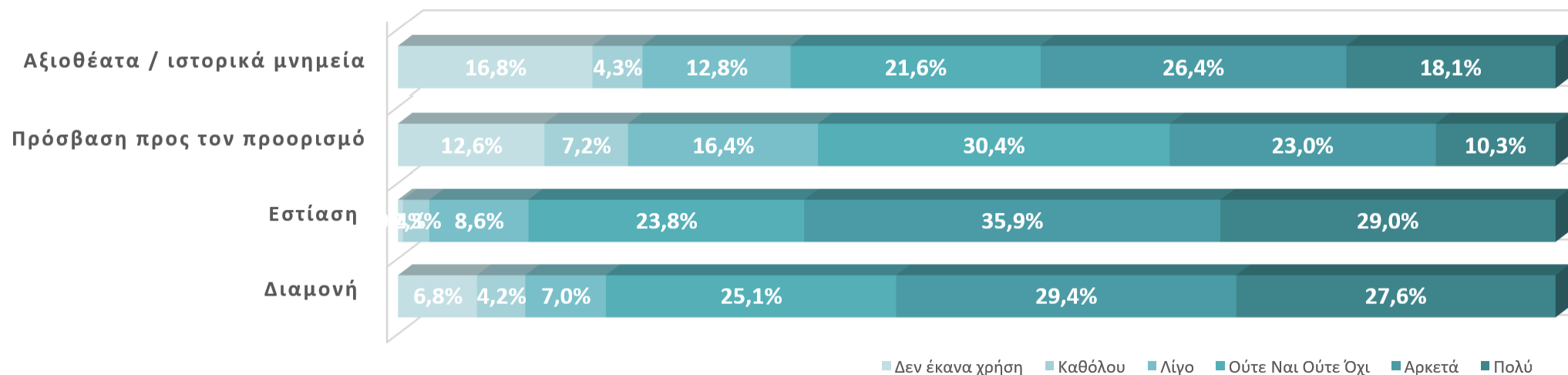
## Βαθμός Ικανοποίησης

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την εμπειρία σας στη Χίο σε σχέση με:



## Βαθμός Ικανοποίησης

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την εμπειρία σας στη Χίο σε σχέση με:



Οι συμμετέχοντες στην έρευνα κλήθηκαν να απαντήσουν σχετικά με το **βαθμό ικανοποίησής τους από τις υπηρεσίες που έλαβαν κατά την παραμονή τους στη Χίο**. Στη κατηγορία αυτή τις καλύτερες επιδόσεις καταγράφουν οι τομείς της **Εστίασης με το 88,7%** των επισκεπτών να δηλώνουν ότι έμειναν «Πολύ» έως «Αρκετά» ικανοποιημένοι, καθώς και της **Διαμονής με το 82,1%** των επισκεπτών να έχουν θετική άποψη για τις παροχές που έλαβαν. Ακολουθούν τα **Αξιοθέατα / ιστορικά μνημεία με 66,1%** να έχουν θετικό βαθμό ικανοποίησης και η **Πρόσβαση προς τον προορισμό με το 63,7%** να δηλώνουν από «Πολύ» έως «Αρκετά» ικανοποιημένοι.



## Βαθμός Ικανοποίησης

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τη Χίο σε σχέση με:

Προφορές / Εκπτώσεις τουριστικών υπηρεσιών

Ποικιλία οργανωμένων δραστηριοτήτων

Ποιότητα γενικών/δημόσιων υποδομών

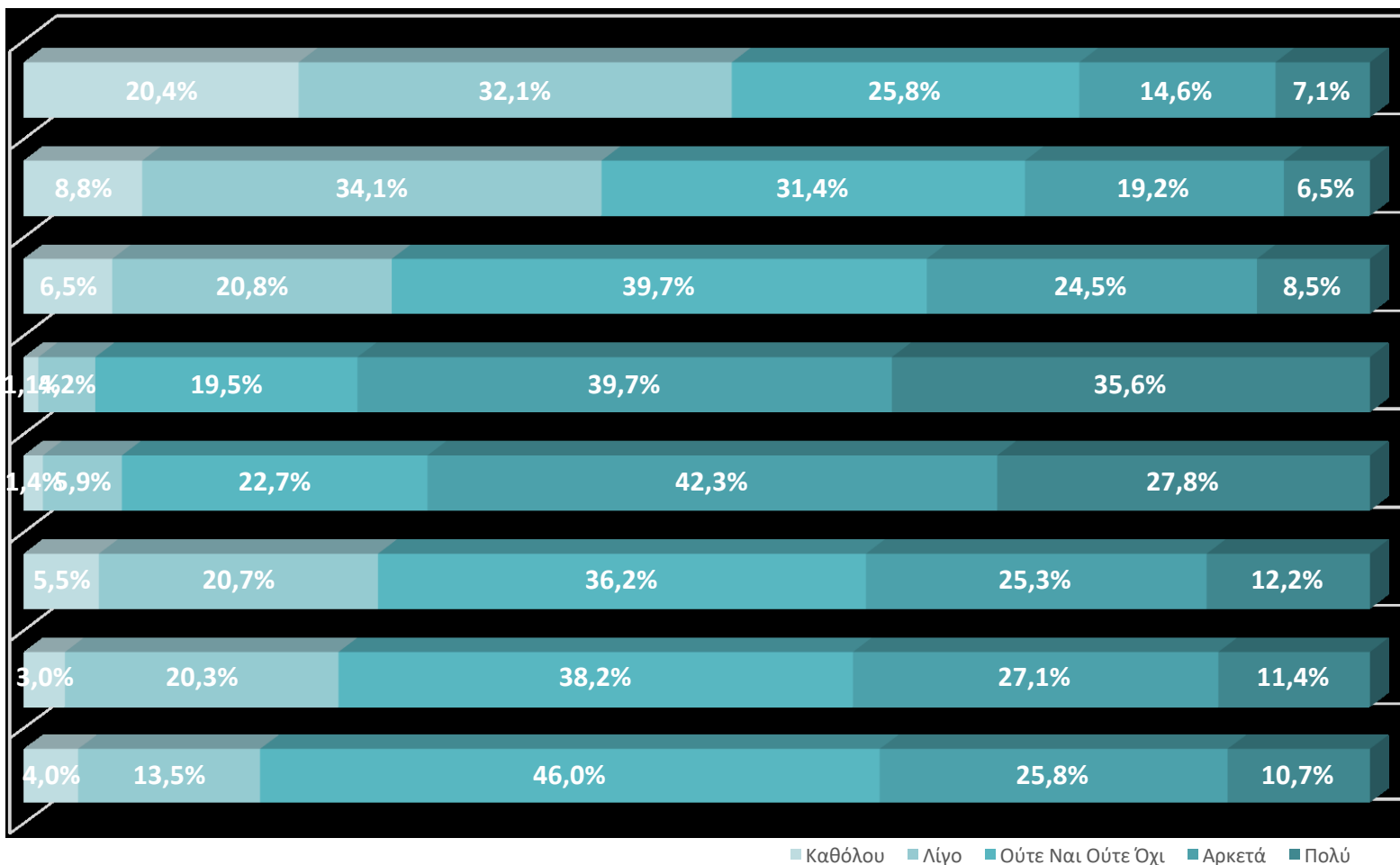
Αίσθηση ασφάλειας

Χαλάρωση / ηρεμία

Διασκέδαση / ψυχαγωγία

Σχέση ποιότητας / τιμής

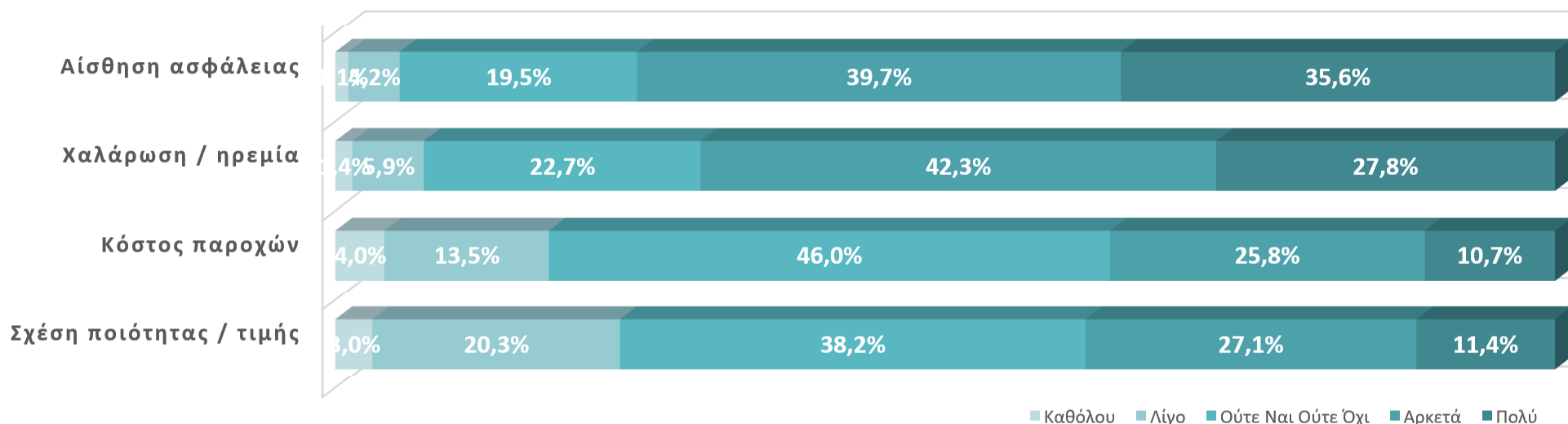
Κόστος παροχών



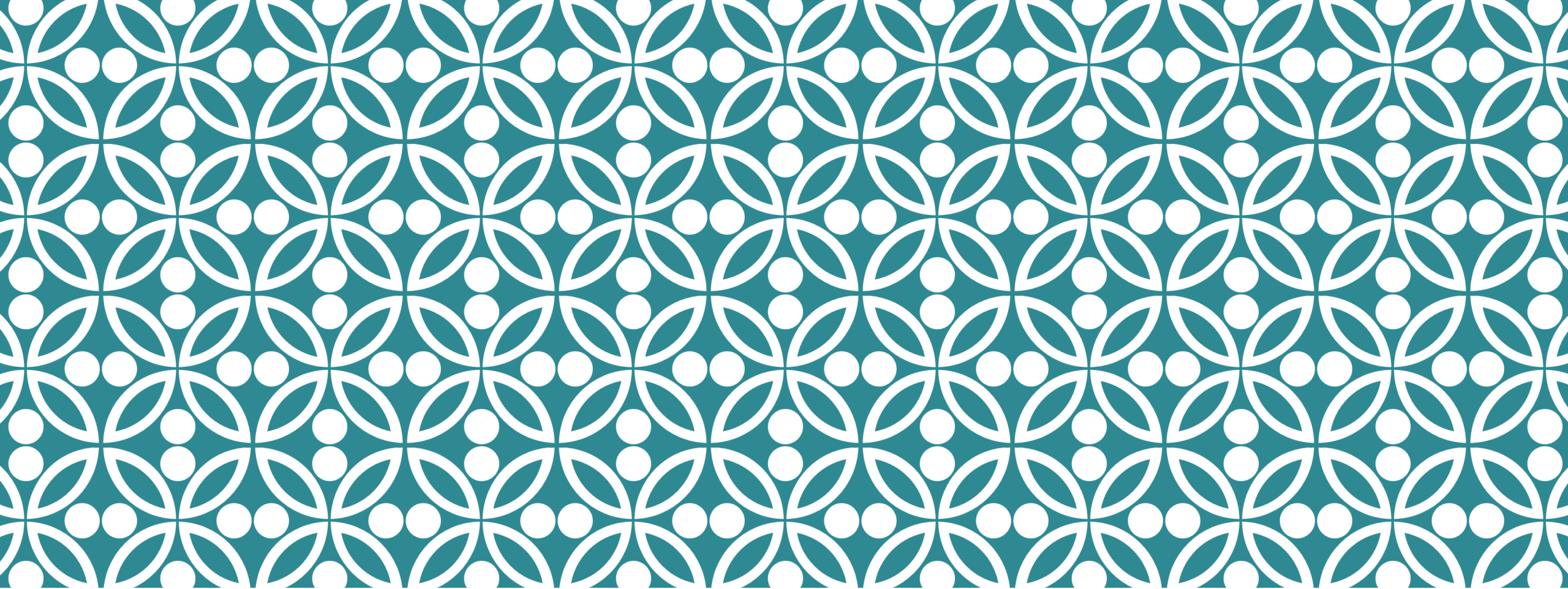
Καθόλου Λίγο Ούτε Ναι Ούτε Όχι Αρκετά Πολύ

## Βαθμός Ικανοποίησης

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τη Χίο σε σχέση με:



Τέλος, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα να απαντήσουν **πόσο ικανοποιημένοι είναι από τη Χίο σε σχέση με μια σειρά χαρακτηριστικών**. Στη ερώτηση αυτή τις καλύτερες επιδόσεις καταγράφουν, το **Αίσθημα ασφάλειας με 75,3%** θετικές γνώμες και η **αίσθηση Χαλάρωσης / ηρεμίας με 75,3%** θετικές αποκρίσεις. Σε ότι αφορά το βαθμό ικανοποίησης των τουριστών από το **Κόστος των παροχών, το 36,5%** δηλώνει «Πολύ» έως «Αρκετά» ικανοποιημένο, **το 46,0% διατηρεί ουδέτερη θέση**, ενώ το **17,5%** δηλώνει **μικρό βαθμό ικανοποίησης** («Λίγο» έως «Καθόλου»). Στη **Σχέση ποιότητας / τιμής** οι ερωτώμενοι δείχνουν διχασμένοι με το **38,5%** να διατυπώνουν θετικές απόψεις, το **38,2%** να έχει ουδέτερη στάση (Ούτε Ναι / Ούτε Όχι), ενώ «Λίγο» και «Καθόλου» ικανοποιημένοι δηλώνει **23,3%**.



Κυλιόμενη έρευνα αποτύπωσης  
προφίλ & καταναλωτικής συμπεριφοράς  
τουριστών Χίου

τελικό παραδοτέο

Δήμος Χίου

