

ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης
Σχολή: Διοίκησης & Οικονομίας
Τμήμα: Εμπορίας Και Διαφήμισης



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: «Έρευνα στην περιοχή της Θεσσαλονίκης επί των παραγόντων που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την πιθανή απόρριψη ενός ξενοδοχείου λόγω ηθικών κριτηρίων».

Φοιτήτριες: Γκίκα Σουέλα

Χατζή Νικολέτα

Επιβλέπουσα : Δρ. Τηλικίδου Ειρήνη, Καθηγήτρια

Θεσσαλονίκη 2011

ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης

Σχολή: Διοίκησης & Οικονομίας

Τμήμα: Εμπορίας Και Διαφήμισης

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: «Έρευνα στην περιοχή της Θεσσαλονίκης επί των παραγόντων που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την πιθανή απόρριψη ενός ξενοδοχείου λόγω ηθικών κριτηρίων».

Φοιτήτριες: Γκίκα Σουέλα

Χατζή Νικολέτα

Επιβλέπουσα : Δρ. Τηλικίδου Ειρήνη, Καθηγήτρια

Θεσσαλονίκη 2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ερέθισμα.....	14
Πρόβλημα Διοίκησης του Marketing.....	14
Πρόβλημα της Έρευνας Marketing.....	14
Σκοπός.....	14
Γενικός Στόχος.....	15
Ειδικοί Στόχοι.....	15
Έρευνα Γραφείου.....	15
Έρευνα Πεδίου.....	15
Περίληψη.....	17
Εισαγωγή.....	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Βασικές έννοιες του τουρισμού

1.1 Τουρισμός.....	20
1.1.2Τουρίστας.....	20
1.1.3 Διακρίσεις Τουρισμού.....	20
1.2 Παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό.....	21
1.2.1Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική κίνηση.....	22
1.2.1.1 Οι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες.....	22
1.2.1.2 .Οι κοινωνικοί-ψυχολογικοί, ή υποκειμενικοί παράγοντες.....	25

1.3 Τουρισμός στην Ελλάδα και οικονομική κρίση.....	26
1.3.1 Η επίδραση παλαιότερων οικονομικών κρίσεων στην τουριστική κίνηση.....	26
1.3.2 Το τουριστικό χαρτοφυλάκιο της Ελλάδας.....	31
1.4 . Ο τουρισμός στη Λέσβο.....	34

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Λέσβος

2.1.Το προφίλ της περιοχής.....	36
2.2Η μετανάστευση στην Ελλάδα.....	37
2.3Αριθμός μεταναστών στην Λέσβο.....	38
2.4 .Το κοινωνικό προφίλ.....	39
2.5 Frontex.....	41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Ηθική Κατανάλωση

3.1.Βασικές έννοιες του ηθικού καταναλωτισμού.....	42
3.2Προφίλ του Έλληνα καταναλωτή.....	43
3.3 Συμπεριφορά-πρόθεση των καταναλωτών για αγορά Fair Trade.....	43
3.4 Τι πιστεύουν οι καταναλωτές Fair Trade.....	44
3.5.Ηθικός τουρισμός.....	45
3.5.2 Προφίλ του ηθικού τουρίστα.....	45
3.5.3 Ηθικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	46

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Μποϊκοτάζ

4.1 Ορισμός μποϊκοτάζ.....	47
4.2.Αιτίες του μποϊκοτάζ.....	47
4.3.Στόχος – σκοπός του μποϊκοτάζ.....	48

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1. Μεθοδολογία της έρευνας.....	48
5.2.Περιεχόμενο Ερωτηματολογίου.....	49

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Αποτελέσματα.....	51
-------------------	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Συμπεράσματα.....	176
-------------------	-----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Προτάσεις.....	180
Βιβλιογραφία.....	183
Παραρτήματα.....	187
Παράρτημα Α: Are Greeks Ready to Enhance the Fair Trade Market?.....	187
Παράρτημα Β:Survey reveals attitudes to ethical tourism.....	188

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ.....	52
Πίνακας 2: Αναφορά προϊόντος ή υπηρεσίας.....	52
Πίνακας 3: Αιτία για μπουϊκοτάζ προϊόντος ή υπηρεσίας.....	53
Πίνακας 4: Προτροπή για μπουϊκοτάζ.....	54
Πίνακας 5: Προϊόντα ,προτροπή για μπουϊκοτάζ.....	54
Πίνακας 6: Συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ την τρέχουσα περίοδο.....	55
Πίνακας 7: Προϊόντα ή υπηρεσίες στην τρέχουσα περίοδο.....	55
Πίνακας 8: Διαμαρτυρίες που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος.....	56
Πίνακας 9: Εκδηλώσεις του δικαίου εμπορίου.....	56
Πίνακας 10: Πολεμικές ή αντιρατσιστικές εκδηλώσεις.....	56
Πίνακας 11: Διαμαρτυρία για εργασιακά δικαιώματα.....	57
Πίνακας 12: Ημέρα χωρίς αυτοκίνητο.....	57
Πίνακας 13: Ημέρα χωρίς ψώνια.....	58
Πίνακας 14: Ώρα της γης.....	58
Πίνακας 15: Εθελοντική εργασία.....	58
Πίνακας 16: Αναδασώσεις.....	59
Πίνακας 17: Συλλογή υπογραφών κατά κυβερνήσεων.....	59
Πίνακας 18: Διάδοση μηνυμάτων μέσω διαδικτύου.....	59
Πίνακας 19: Οικονομικές εξορμήσεις.....	60
Πίνακας 20: Ομάδες συζήτησης μέσω internet.....	60
Πίνακας 21: Διάβασμα σε blogs.....	61
Πίνακας 22: Διεκδίκηση παλαιών στρατοπέδων.....	61
Πίνακας 23: Βλάπτουν σοβαρά το περιβάλλον.....	62
Πίνακας 24: Εμπλοκή σε οικονομικά σκάνδαλα.....	62
Πίνακας 25: Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων.....	63
Πίνακας 26: Χρήση παιδικής εργασίας.....	63
Πίνακας 27: Πειράματα σε ζώα.....	64
Πίνακας 28: Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους.....	64
Πίνακας 29: Οικονομική στήριξη σε πολέμους.....	65
Πίνακας 30: Εχθρικά προς τη χώρα.....	65
Πίνακας 31: Κερδοσκοπούν υπερβολικά και ασύδοτα.....	66

Πίνακας 32: Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ.....	66
Πίνακας 33: Συλλογή υπογραφών.....	67
Πίνακας 34: Διάδοση μηνυμάτων μέσω διαδικτύου ή κινητού τηλεφώνου.....	67
Πίνακας 35: Διάβασμα και γράψιμο σε blogs.....	68
Πίνακας 36: Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας.....	69
Πίνακας 37: Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας.....	69
Πίνακας 38: 700 διεθνής.....	70
Πίνακας 39: 700 διεθνής.....	71
Πίνακας 40: Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.....	71
Πίνακας 41: Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.....	72
Πίνακας 42: Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,400,διεθνής.....	72
Πίνακας 43: Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,400,διεθνής.....	73
Πίνακας 44: Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικός.....	73
Πίνακας 45: Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικός.....	74
Πίνακας 46: Καταστροφή του περιβάλλοντος,400,τοπικός.....	74
Πίνακας 47: Καταστροφή του περιβάλλοντος,400,τοπικός.....	75
Πίνακας 48: Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,διεθνής.....	75
Πίνακας 49: Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,διεθνής.....	76
Πίνακας 50:Εκμετάλλευσηεργαζομένων,550,τοπικός.....	76
Πίνακας 51: Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός.....	77
Πίνακας 52:400,τοπικός.....	77
Πίνακας 53:400,τοπικός.....	78
Πίνακας 54: Καταστροφή του περιβάλλοντος,400,διεθνής.....	78
Πίνακας 55:Καταστροφή του περιβάλλοντος,400,διεθνής.....	79
Πίνακας 56: Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,550,διεθνής.....	79

Πίνακας 57:Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,550,διεθνής.....	80
Πίνακας 58: Φύλο.....	80
Πίνακας 59: Ηλικία.....	81
Πίνακας 60: Επίπεδο εκπαίδευσης.....	81
Πίνακας 61: Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	82
Πίνακας 62: Επάγγελμα.....	82
Πίνακας 63: Συμμετοχή σε Συγκεκριμένα Μποϊκοτάζ.....	83
Πίνακας 64: Γνώση Μποϊκοτάζ.....	84
Πίνακας 65: Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ στο Παρόν.....	84
Πίνακας 66: Descriptive Statistics Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός.....	85
Πίνακας 67: Descriptive Statistics Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ.....	85
Πίνακας 68:Descriptive Statistics Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού.....	86
Πίνακας 69: ANOVA Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός.....	87
Πίνακας 70: Correlations Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός* Ηλικία.....	87
Πίνακας 71: Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός Descriptives	88
Πίνακας 72: ANOVA Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός.....	89
Πίνακας 73: Correlations Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	89
Πίνακας 74: Descriptives Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός.....	90
Πίνακας 75: ANOVA Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός.....	91
Πίνακας 76: Correlations Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	91
Πίνακας 77: Descriptives Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός.....	92
Πίνακας 78: ANOVA Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ.....	93
Πίνακας 79: Correlations Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ * Ηλικία.....	93
Πίνακας 80: Descriptives Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ.....	94
Πίνακας 81: ANOVA Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ.....	95
Πίνακας 82: Correlations Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ *Επίπεδο εκπαίδευσης.....	95
Πίνακας 83: Descriptives Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ.....	96
Πίνακας 84: ANOVA Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού.....	97
Πίνακας 85: Correlations Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού *Ηλικία.....	97

Πίνακας 86: Descriptives Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού.....	98
Πίνακας 87: ANOVA Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού.....	99
Πίνακας 88: Correlations Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού*	
Επίπεδο εκπαίδευσης.....	99
Πίνακας 89: Descriptives Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού.....	100
Πίνακας 90: ANOVA Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού.....	101
Πίνακας 91: Correlations Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού	
* Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	101
Πίνακας 92: Descriptives Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού.....	102
Πίνακας 93: Chi-Square Tests Ημέρα χωρίς ψώνια * Φύλο.....	103
Πίνακας 94: Ημέρα χωρίς ψώνια * Φύλο	104
Πίνακας 95: Chi-Square Tests Διάβασμα σε blogs* Φύλο	105
Πίνακας 96: Διάβασμα σε blogs* Φύλο Crosstabulation.....	105
Πίνακας 97: Chi-Square Tests Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων	
* Ηλικία.....	106
Πίνακας 98: Symmetric Measures Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων	
* Ηλικία.....	107
Πίνακας 99: Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων * Ηλικία.....	107
Πίνακας 100: Chi-Square Tests Χρήση παιδικής εργασίας* Ηλικία.....	109
Πίνακας 101: Symmetric Measures Χρήση παιδικής εργασίας* Ηλικία.....	110
Πίνακας 102: Crosstabulation Χρήση παιδικής εργασίας* Ηλικία.....	110
Πίνακας 103: Chi-Square Tests Πειράματα σε ζώα * Ηλικία.....	112
Πίνακας 104: Symmetric Measures Πειράματα σε ζώα * Ηλικία.....	112
Πίνακας 105: Πειράματα σε ζώα * Ηλικία.....	113
Πίνακας 106: Chi-Square Tests Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους* Ηλικία.....	115
Πίνακας 107: Symmetric Measures Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους * Ηλικία.....	115
Πίνακας 108: Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους * Ηλικία.....	116
Πίνακας 109: Chi-Square Tests Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ * Ηλικία.....	118
Πίνακας 110: Symmetric Measures Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ* Ηλικία.....	118
Πίνακας 111: Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ* Ηλικία.....	119

Πίνακας 112: Chi-Square Tests Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας * Ηλικία.....	120
Πίνακας 113: Symmetric Measures Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας * Ηλικία.....	121
Πίνακας 114: Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας * Ηλικία.....	121
Πίνακας 115: Chi-Square Tests 400,τοπικός *Ηλικία.....	123
Πίνακας 116: Crosstab 400,τοπικός *Ηλικία.....	123
Πίνακας 117: Chi-Square Tests Χρήση παιδικής εργασίας * Επίπεδο εκπαίδευσης	125
Πίνακας 118: Symmetric Measures Χρήση παιδικής εργασίας * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	125
Πίνακας 119: Χρήση παιδικής εργασίας * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	126
Πίνακας 120: Chi-Square Tests Πειράματα σε ζώα * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	128
Πίνακας 121: Symmetric Measures Πειράματα σε ζώα * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	128
Πίνακας 122: Πειράματα σε ζώα. * Επίπεδο εκπαίδευσης	129
Πίνακας 123: Chi-Square Tests Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους * Επίπεδο εκπαίδευσης	130
Πίνακας 124: Symmetric Measures Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους* Επίπεδο εκπαίδευσης.....	131
Πίνακας 125: Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους* Επίπεδο εκπαίδευσης.....	131
Πίνακας 126: Chi-Square Tests Διάβασμα και γράψιμο σε blogs* Επίπεδο εκπαίδευσης.....	134
Πίνακας 127: Symmetric Measures Διάβασμα και γράψιμο σε blogs * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	134
Πίνακας 128: Crosstabulation Διάβασμα και γράψιμο σε blogs. * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	135
Πίνακας 129: Chi-Square Tests Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας * Επίπεδο εκπαίδευσης	137
Πίνακας 130: Symmetric Measures Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	137
Πίνακας 131: Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	138

Πίνακας 132: Chi-Square Tests Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	140
Πίνακας 133: Επίπεδο εκπαίδευσης. * Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.....	140
Πίνακας 134: Chi-Square Tests 400, τοπικός * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	142
Πίνακας 135: Crosstab 400, τοπικός * Επίπεδο εκπαίδευσης.....	143
Πίνακας 136: Chi-Square Tests Χρήση παιδικής εργασίας* Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα	144
Πίνακας 137: Symmetric Measures Χρήση παιδικής εργασίας* Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	145
Πίνακας 138: Χρήση παιδικής εργασίας * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	145
Πίνακας 139: Chi-Square Tests Πειράματα σε ζώα * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	147
Πίνακας 140: Symmetric Measures Πειράματα σε ζώα * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα	148
Πίνακας 141: Πειράματα σε ζώα * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	148
Πίνακας 142: Chi-Square Tests 700 διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	150
Πίνακας 143: Symmetric Measures 700 διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	151
Πίνακας 144: 700 διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	151
Πίνακας 145: Chi-Square Tests Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	153
Πίνακας 146: Symmetric Measures Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα	154
Πίνακας 147: Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	154
Πίνακας 148: Chi-Square Tests Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 700, τοπικός* Ετήσιο οικογενειακό.....	158
Πίνακας 149: Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 700, τοπικός* Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	158
Πίνακας 150: Chi-Square Tests Καταστροφή του περιβάλλοντος, 550, διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	161
Πίνακας 151: Symmetric Measures Καταστροφή του περιβάλλοντος, 550,	

διεθνής* Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα	161
Πίνακας 152: Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,διεθνής	
* Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	162
Πίνακας 153: Chi-Square Tests Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,	
τοπικός * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	165
Πίνακας 154: Symmetric Measures Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,	
τοπικός* Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	165
Πίνακας 155: Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός *	
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	166
Πίνακας 156: Chi-Square Tests Καταστροφή του περιβάλλοντος,	
εκμετάλλευση εργαζομένων,550,διεθνής* Ετήσιο οικογενειακό	
εισόδημα.....	169
Πίνακας 157: Symmetric Measures Καταστροφή του περιβάλλοντος,	
εκμετάλλευση εργαζομένων,550,διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό	
εισόδημα.....	172
Πίνακας 158: Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση	
εργαζομένων,550,διεθνής* Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	173

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Διάγραμμα 1 : Ετήσιες Αφίξεις Ξένων Τουριστών&Μέσοι Παγκόσμιοι Ρυθμοί	
Οικονομικής Ανάπτυξης.....	27
Διάγραμμα 2(α):Ρυθμών Ανάπτυξης&Ρυθμών Αφίξεων Ξένων&Ελλήνων	
Τουριστών σε Ελληνικούς προορισμούς.....	28
Διάγραμμα 2(β) : Έλληνες Τουρίστες.....	29
Διάγραμμα 2γ :Σύγκριση Ρυθμών Ανάπτυξης.....	29
Διάγραμμα 3: Αφίξεις Ξένων -Ελλήνων Τουριστών σε	
ξενοδοχεία κλπ.καταλύματα.....	30
Διάγραμμα 4α :Αφίξεις Τουριστών από Ευρωζώνη και άλλες χώρες.....	32
Διάγραμμα 4β: Αφίξεις.....	33
Διάγραμμα 5: Αφίξεις Γερμανών,Βρετανών &Τουριστών από την Ευρωζώνη.....	33

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα θέλαμε να εκφράσουμε την ευγνωμοσύνη προς την κ.Τηλικίδου Ειρήνη η οποία είναι υπεύθυνη για την εκπόνηση της πτυχιακής μας εργασίας και που μας έδειχνε το «μονοπάτι» όταν εμείς αδυνατούσαμε να το διακρίνουμε. Επίσης θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε την κ.Δελησταύρου Αντωνία και τον κ.Ασημακόπουλο Κωνσταντίνο για την πολύτιμη βοήθειά τους στο SPSS.

Η πτυχιακή εργασία αποτελεί για μας το τελευταίο σκαλοπάτι στην απόκτηση του πτυχίου και στην ουσία κλείνει ένα, ίσως το καλύτερο, κομμάτι της ζωής μας, τα φοιτητικά μας χρόνια. Επ' αυτού θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους γονείς μας ,για την υπομονή τους και την στήριξη τους είτε ψυχολογικά είτε οικονομικά.

Ερέθισμα

Ένα ξενοδοχείο στη Λέσβο δέχεται άδικη καταγγελία από τη μη κερδοσκοπική οργάνωση “Αγκαλιά” στο blog lesvosnews.gr για την παντοιοτρόπως εκμετάλλευση ανηλίκων και ασυνόδευτων προσφύγων-μεταναστών. Οι μετανάστες εργάζονται ανασφάλιστοι με ελάχιστα μεροκάματα. Το ξενοδοχείο θέλει να αποκτήσει πιστοποίηση “ηθικού ξενοδοχείου” και για να υιοθετήσει παρόμοια στρατηγική χρειάζεται ορθολογική πληροφόρηση τόσο για τις συμπεριφορές των καταναλωτών σε μπόϊκοτάζ όσο και την πρόθεση απόρριψης ξενοδοχείων που ενέχονται σε ανήθικες συμπεριφορές.

Πρόβλημα Διοίκησης του Marketing

Ο marketing manager του ξενοδοχείου προβληματίζεται ότι οι πωλήσεις έχουν μειωθεί σημαντικά λόγω της διάδοσης κακόβουλης φήμης. Απευθύνεται στην εταιρεία ερευνών και ζητάει να υλοποιηθεί μια έρευνα για την τρέχουσα κατάσταση του κλάδου, με απώτερο σκοπό να αποκτήσει πιστοποίηση ηθικού ξενοδοχείου προκειμένου να αυξηθούν οι πωλήσεις .

Πρόβλημα της Έρευνας Marketing

Η ερευνητική ομάδα διαμόρφωσε το πρόβλημα της έρευνας μάρκετινγκ ως εξής:

- Καταγραφή των στοιχείων που διαμορφώνουν τον κλάδο του τουρισμού.
- Διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την απόρριψη του ξενοδοχείου.
- Εντοπισμός των πιθανών “ηθικών” υποψήφιων πελατών.

Ο σκοπός εκπόνησης της έρευνας είναι η παροχή της απαραίτητης, τεκμηριωμένης πληροφόρησης προς τη διοίκηση μάρκετινγκ του ξενοδοχείου για τη λήψη αποφάσεων που θα βοηθήσουν στην υιοθέτηση ηθικής στρατηγικής με απώτερο σκοπό να αυξηθεί η προσέλευση πελατών.

Θέμα: « Έρευνα στην περιοχή της Θεσσαλονίκης επί των παραγόντων που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την πιθανή απόρριψη ενός ξενοδοχείου λόγω ηθικών κριτηρίων ».

Γενικός Στόχος: Διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την απόρριψη ενός ξενοδοχείου από τους κατοίκους του Δήμου Θεσσαλονίκης. Αναζήτηση και καταγραφή πληροφοριών που αφορούν τον κλάδο του τουρισμού και ιδιαίτερα στην περιοχή της Λέσβου.

Ειδικό Στόχοι

Έρευνα Γραφείου

- Καταγραφή των στοιχείων που διαμορφώνουν τον κλάδο του τουρισμού.
- Καταγραφή των θεωρητικών ζητημάτων και ευρημάτων προηγούμενων ερευνών σχετικά με τον ηθικό τουρισμό.
- Καταγραφή των στοιχείων και χαρακτηριστικών του κοινωνικού προφίλ της Λέσβου.
- Καταγραφή των θεωρητικών ζητημάτων και ευρημάτων προηγούμενων ερευνών σχετικά με την ηθική κατανάλωση.
- Καταγραφή των θεωρητικών ζητημάτων και ευρημάτων προηγούμενων ερευνών σχετικά με το negative ethical consumption-boycott.

Έρευνα πεδίου

- Διερεύνηση συμμετοχής σε μποϊκοτάζ προϊόντων ή υπηρεσιών.
- Διερεύνηση συμμετοχής μποϊκοτάζ σε συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες.
- Διερεύνηση των αιτιών που ωθούν τους καταναλωτές σε μποϊκοτάζ.
- Διερεύνηση των γνώσεων σε σχέση με τις προτροπές για μποϊκοτάζ προς τους Έλληνες καταναλωτές.

- Διερεύνηση συμμετοχής σε μπιϊκοτάζ στο παρόν.
- Διερεύνηση της συμπεριφοράς σχετικά με το διαλογικό ηθικό καταναλωτισμό.
- Διερεύνηση της πρόθεσης συμμετοχής σε μπιϊκοτάζ στις μάρκες των προϊόντων που συνήθιζαν να αγοράζουν εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν είναι ανήθικες.
- Διερεύνηση συμπεριφοράς σχετικά με την πρόθεση διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων.
- Διερεύνηση των στάσεων για την αξιολόγηση των ξενοδοχείων.
- Διερεύνηση συμπεριφοράς σχετικά με την πρόθεση συμμετοχής σε μπιϊκοτάζ ξενοδοχείων.
- Διερεύνηση της πρόθεσης συμμετοχής σε μπιϊκοτάζ στις μάρκες των προϊόντων που συνήθιζαν να αγοράζουν οι καταναλωτές εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν είναι ανήθικες με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά.
- Διερεύνηση της συμπεριφοράς σχετικά με την πρόθεση διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά.
- Διερεύνηση των στάσεων για την αξιολόγηση των ξενοδοχείων με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά.
- Διερεύνηση συμπεριφοράς σχετικά με την πρόθεση συμμετοχής σε μπιϊκοτάζ ξενοδοχείων με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο σκοπός εκπόνησης της έρευνας είναι η παροχή της απαραίτητης, τεκμηριωμένης πληροφόρησης προς τη διοίκηση μάρκετινγκ του ξενοδοχείου για τη λήψη αποφάσεων που θα βοηθήσουν στην υιοθέτηση ηθικής στρατηγικής με απώτερο σκοπό να αυξηθεί η προσέλευση πελατών, με θέμα έρευνα στην περιοχή της Θεσσαλονίκης επί των παραγόντων που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την πιθανή απόρριψη ενός ξενοδοχείου λόγω ηθικών κριτηρίων. Οι βασικές ενότητες της εργασίας απαρτίζονται από την εισαγωγή, την προκαταρκτική φάση, την μεθοδολογία – σχεδιασμό της έρευνας και το παράρτημα.

Τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας δευτερογενών στοιχείων καταλήγουν στο ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την ελληνική τουριστική βιομηχανία. Επιπλέον η μετανάστευση είναι ένα έντονο φαινόμενο στην Ελλάδα. Βεβαίως η Frontex πραγματοποιεί διαρκώς αυξανόμενες περιπολίες στα ελληνοτουρκικά ναυτικά σύνορα, με αποτέλεσμα να έχει μειωθεί η εισροή των μεταναστών. Η ανασκόπηση βιβλιογραφίας επεκτάθηκε και σε αναζήτηση στοιχείων ηθικής κατανάλωσης διότι το θέμα αφορά κατ'ουσίαν την απόρριψη «ανήθικων» ξενοδοχείων. Διαπιστώθηκε ότι αναφορικά με τους ηθικούς καταναλωτές επιθυμούν τα προϊόντα Fair Trade στο Super Market ενώ η κύρια ανησυχία τους είναι η προστασία του περιβάλλοντος. Τα τελευταία χρόνια βλέπουμε ότι και στην Ελλάδα έχει αρχίσει να αναπτύσσεται ο ηθικός τουρισμός και συγχρόνως διαπιστώνεται ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον τόσο από την ίδια την πολιτεία όσο και από την τοπική αυτοδιοίκηση. Ακόμη συμπεραίνουμε πως όταν μια επιχείρηση αποδεικνύεται ανήθικη, οι καταναλωτές την «τιμωρούν», αποφεύγοντας να αγοράσουν τα προϊόντα της.

Όσον αφορά την συγκέντρωση πρωτογενών στοιχείων επιλέξαμε ως μέγεθος δείγματος 120 νοικοκυριά των δήμων Καλαμαριάς, Συκεών και Αγίου Παύλου, με μονάδα δειγματοληψίας έναν μόνο ενήλικο ένοικο από κάθε ένα νοικοκυριό. Η μέθοδος δειγματοληψίας είναι η σύνθετη τυχαία δειγματοληψία κατά περιοχές με βασικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο του οποίου η επεξεργασία έχει γίνει με την χρήση του SPSS17. Διαπιστώθηκε αναφορικά με τη συμμετοχή σε μπόϊκοτάζ στο παρόν, ότι οι ερωτηθέντες δεν συμμετέχουν σε μπόϊκοτάζ, ούτε γνωρίζουν αν υπάρχει κάποια προτροπή στην τρέχουσα περίοδο. Παρόλα αυτά, θα έκαναν μπόϊκοτάζ στα προϊόντα που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν γνώριζαν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν βλάπτουν σοβαρά το περιβάλλον ,χρησιμοποιούν παιδική εργασία ή εμπλέκονται σε ιδιαίτερα βάνουση

συμπεριφορά προς τους εργαζόμενους. Τέλος, οι ερευνώμενοι θα απέρριπταν τα ξενοδοχεία όπου υπάρχουν καταγγελίες για καταστροφή του περιβάλλοντος ή όπου οι εργαζόμενοι είναι ανασφάλιστοι, απλήρωτοι και υπάρχουν παράνομες απολύσεις. Τα ξενοδοχεία αυτά δεν τα θεωρούν καθόλου ελκυστικά.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ξενοδοχείο Innamorato ιδρύθηκε το 2002 και διευθύνεται από τον κ.Καλούδα Χαράλαμπο, βρίσκεται χτισμένο μπροστά στη θάλασσα, λιγότερο από 100 μέτρα μακριά από την παραλία Χαραμίδα της Λέσβου . Η ιδανική τοποθεσία του ξενοδοχείου δίνει την ευκαιρία να εξερευνήσεις τη νυχτερινή ζωή του νησιού. Είναι ένα ξενοδοχείο τριών αστέρων. Οι παροχές του είναι: πλήρως κλιματιζόμενος χώρος, εστιατόριο όπου οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν γευστικές δημιουργίες ελληνικής κουζίνας, ενώ στο pool bar μπορούν να δοκιμάσουν δροσερά κοκτέιλ, χυμούς, αναψυκτικά και παγωτά. Εκτός από τις εγκαταστάσεις αναψυχής, το ξενοδοχείο παρέχει, επίσης, εγκαταστάσεις συνεδρίων/συσκέψεων και δωρεάν ιδιωτικό χώρο στάθμευσης. Το Innamorato διαθέτει 100 δωμάτια, 92 δίκλινα και 8 μονόκλινα τα οποία καθαρίζονται 2 φορές την ημέρα και υπάρχει 24ωρη υπηρεσία δωματίου. Όλα τα δωμάτια διαθέτουν:

- Κλιματισμό
- Μπάνιο
- Τηλεόραση
- Τηλέφωνο
- Πρόσβαση στο διαδίκτυο
- Στεγνωτήρα μαλλιών
- Απευθείας σύνδεσης τηλεφώνου
- Ράδιο

Το Innamorato απασχολεί 10 μόνιμους και 25 εποχιακούς εργαζομένους. Ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό των υπαλλήλων του ξενοδοχείου αποτελείται από αλλοεθνείς. Σε όλους τους υπαλλήλους καλύπτει ασφάλεια και ιατρική περίθαλψη ενώ στους εποχιακούς προσφέρεται και δωρεάν διαμονή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Τουρισμός

Έχουν δοθεί πολλοί ορισμοί όσον αφορά την έννοια του τουρισμού, η οποία έχει επικρατήσει και χρησιμοποιείται με την ίδια ρίζα σε όλες σχεδόν τις γλώσσες του κόσμου. Παραθέτουμε εδώ τον επίσημο ορισμό που έχει δοθεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Tourism Organization, 2004):

«Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους (π.χ. τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους) και για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον ένα χρόνο (χωρίς διακοπές), με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών και άλλα».

1.1.2 Τουρίστας

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Tourism Organization 2004) επίσης, ως *τουρίστες* περιγράφονται όλοι οι επισκέπτες (visitors), ημεδαποί ή αλλοδαποί, οι οποίοι είναι προσωρινοί επισκέπτες και παραμένουν τουλάχιστον 24 ώρες, με μια διανυκτέρευση και όχι περισσότερο από ένα έτος στην χώρα ή την περιοχή που επισκέπτονται, εκτός αν μετέχουν σε θαλάσσια περιήγηση, οπότε μπορεί να θεωρηθούν τουρίστες και όταν η παραμονή τους διαρκεί λιγότερο από 24 ώρες.

1.1.3 Διακρίσεις Τουρισμού

Ο τουρισμός διακρίνεται ανάλογα με τη μορφή του, τα κίνητρό του, καθώς και το χώρο και το χρόνο που πραγματοποιείται .

Από πλευράς του αριθμού των περιηγητών, ο τουρισμός διακρίνεται σε ατομικό και μαζικό. Ο **ατομικός τουρισμός** πραγματοποιείται από ένα ή περισσότερα άτομα φιλικά ή συγγενικά μεταξύ τους για κάποιο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Ο κύριος χαρακτήρας της διάκρισης αυτής είναι περιηγητικός. Οι περιηγητές αυτής της κατηγορίας παραμένουν περισσότερο χρόνο σε μέρη που παρουσιάζουν ενδιαφέρον και δαπανούν περισσότερα χρήματα λόγω της μεγάλης διαμονής τους

(Βενετσανοπούλου,2006,σ.15-17). Ο **μαζικός τουρισμός** «είναι το είδος του τουρισμού στο οποίο ο επισκέπτης απολαμβάνει παθητικά αυτά που του προσφέρουν οι οργανωμένες διακοπές, με κύριο αντικείμενο τον ήλιο, τη θάλασσα και τις υπηρεσίες των ξενοδοχείων ή άλλων ειδικών εγκαταστάσεων»(Αποστολόπουλος και Σδραλή,2007,σ.9). Ο μαζικός τουρισμός εκφράζεται από τη διεθνή τουριστική «φιλοσοφία» με τα 4 «S»(sun, sea, sand and service, δηλαδή ήλιος, θάλασσα , αμμουδιά και υπηρεσίες), με κριτήριο επιλογής του τουριστικού προορισμού το κλίμα και το χαμηλό κόστος ταξιδιού (Λογοθέτης,1988,σ.54).

Από άποψη φυσικών ορίων μιας χώρας, ο τουρισμός διακρίνεται σε εσωτερικό και εξωτερικό. Ο **εξωτερικός τουρισμός** πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα εκτός των φυσικών της ορίων. Στις χώρες που πραγματοποιείται ο εξωτερικός τουρισμός είτε εισέρχονται σε αυτές ξένοι ή εξέρχονται μόνιμοι κάτοικοι από αυτές (Ρούπας,1997,σσ.30-31).Ο **εσωτερικός τουρισμός** πραγματοποιείται από τον εγχώριο πληθυσμό μιας χώρας. Παρόλο που δεν εισφέρει εισαγωγή ξένου συναλλάγματος ,παρουσιάζει σοβαρές οικονομικές, πνευματικές, ψυχολογικές και εκπολιτιστικές ωφέλειες για την χώρα. Ο ρόλος του είναι μάλλον κοινωνικός, γιατί με την ανακατανομή του εισοδήματος αμβλύνει τις ανισότητες μεταξύ των πόλεων και της υπαίθρου και συμβάλλει στη συγκράτηση του πληθυσμού στις περιφέρειες (Ηγουμενάκης, κ.ά.,199,σ.68).

1.2 Παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό

Ο τουρισμός είναι ένας ιδιαίτερα ευαίσθητος βιομηχανικός τομέας, που αντιδρά άμεσα στις παγκόσμιες οικονομικό-κοινωνικό-πολιτικές προκλήσεις και εξαρτάται από το γινόμενο δύο κύριων μεταβλητών. Η πρώτη μεταβλητή αφορά το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν και η δεύτερη τη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος. Όσο αυξάνονται οι δύο αυτές μεταβλητές τόσο αυξάνονται και τα έσοδα από τον τουρισμό. Σήμερα, η πρώτη μεταβλητή (προϊόν) παραμένει σχεδόν σταθερή (ή ελαφρά αναβαθμισμένη, όχι όμως στο βαθμό που απαιτείται) σε σχέση με τα προηγούμενα έτη. Όμως, η δεύτερη μεταβλητή (ζήτηση) παρουσιάζει κάμψη κυρίως λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης αλλά και δευτερευόντως λόγω της παρακμής του τουριστικού προϊόντος (για την περίπτωση της Ελλάδας, που το τουριστικό της προϊόν βασίζεται στον ήλιο, τη θάλασσα και γενικότερα το φτηνό μαζικό τουρισμό, το πρόβλημα της παρακμής του τουριστικού προϊόντος πρωτοεμφανίστηκε το 1991, όταν παρατηρήθηκε απότομη μείωση κατά 11,2% στις αφίξεις των ξένων τουριστών) αλλά και λόγω της

συνεχώς αυξανόμενης συγκρουσιακής κατάστασης παγκοσμίως.

Geostrategy(2009). Τουρισμός. Διαθέσιμο on line στο:
http://www.geostrategy.gr/categories/greece/tourism/greece_tourism_20090601.html.

Αναρτήθηκε στις 1/6/2009.

2.2.1 Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική κίνηση

Ο R.Baretje και ο P.Deffert διαπιστώνουν τρεις μεγάλες κατηγορίες παραγόντων που διαμορφώνουν την τουριστική ζήτηση (Βαρβαρέσος,1998,σ.55) :

α) Οι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες ,τους οποίους τα άτομα ελάχιστα μπορούν να επηρεάσουν , ακόμη και όταν σχετίζονται με την κοινωνική τους διαστρωμάτωση.

β) Οι κοινωνικοί-ψυχολογικοί, ή υποκειμενικοί παράγοντες, οι οποίοι σχετίζονται με την προσωπικότητα των ατόμων και τις βαθύτερες ανάγκες τους.

γ) Η επίδραση των παραγόντων που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν της χώρας υποδοχής και οι οποίοι χαρακτηρίζονται ως δυναμικοί(προβολή, σχεδιασμός κλπ) ή παθητικοί.

1.2.1.1 Οι κοινωνικό-οικονομικοί παράγοντες

Εισόδημα: Το επίπεδο του εθνικού εισοδήματος προσδιορίζει τις τουριστικές μετακινήσεις. Η σύνθεση, ο τρόπος κατανομής και οι διακυμάνσεις του εισοδήματος επηρεάζουν την εμφάνιση της τουριστικής ζήτησης. Η αύξηση του εθνικού εισοδήματος και συνεπώς των μεσαίων ατομικών εισοδημάτων μετέβαλλαν σημαντικά την φύση και τις δομές του τουριστικού φαινομένου, προς όφελος φυσικά της ποσότητας χωρίς να αποκλείεται ωστόσο και η ποιότητα. Όσο τα εισοδήματα αυξάνονται παρατηρείται μια μεταβολή στην διάρθρωση της κατανάλωσης, η οποία εξηγείται από τις επιδράσεις που ασκεί το εισόδημα στις διάφορες μεγάλες κατηγορίες δαπανών, μεταξύ των οποίων ανήκουν και οι διακοπές. Το ποσοστό αναχώρησης για διακοπές αυξάνει διαδοχικά με το επίπεδο του εισοδήματος. Αυτά τα ποσοστά αναχώρησης είναι ωστόσο διαφορετικά σε σταθερά εισοδήματα. Άλλες μεταβλητές που **επηρεάζουν το συνολικό εισόδημα είναι το μέγεθος του νοικοκυριού**, γιατί από αυτό εξαρτάται το επίπεδο διαβίωσης που

αντιστοιχεί στα μέλη του νοικοκυριού. Το επίπεδο διαβίωσης φαίνεται να ασκεί δύο επιμέρους επιδράσεις:

α) Στα ποσοστά αναχώρησης για διακοπές.

β) Στον τύπο και την κατηγορία του τουριστικού καταλύματος.

Το εισόδημα, ωστόσο, δεν περιορίζεται στις παραπάνω επιδράσεις. Επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την συνολική διάρκεια των διακοπών, χωρίς να επιδρά σημαντικά στη μέση διάρκεια παραμονής ανά άτομο, η οποία φαίνεται να εξαρτάται από την κοινωνικό-επαγγελματική κατηγορία στην οποία ανήκει (Βαρβαρέσος, 1998, σσ.55-57).

Η κοινωνικό-επαγγελματική κατηγορία: Η κοινωνικό-επαγγελματική κατηγορία των τουριστών χαρακτηρίζεται ως μια διορθωτική μεταβλητή του εισοδήματος και ασκεί μια σειρά επιδράσεων στο ποσοστό αναχώρησης για διακοπές και στη μέση διάρκεια παραμονής (Βαρβαρέσος, 1998, σ.58).

Οι τιμές: Ο παράγοντας «τιμή» επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την τουριστική ζήτηση. Μια διπλή παράμετρος θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη, αφενός μεν το επίπεδο των τιμών, αφετέρου δε οι διακυμάνσεις τους σε συσχέτισμό με τη χώρο-χρονική συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας. Αναμφισβήτητα, η τουριστική ζήτηση εμφανίζεται αρκετά ευαίσθητη στις διακυμάνσεις των τιμών. Ωστόσο, ο τουρίστας φαίνεται περισσότερο διατεθειμένος να υποστεί αυτές τις διακυμάνσεις από το να αγοράσει συνηθισμένα καταναλωτικά αγαθά, εφόσον η οικονομική του λογική δεν είναι πάντα ορθολογιστική και κυρίως ενώπιον της κατανάλωσης των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών (Βαρβαρέσος, 1998, σ.59).

Η επιμήκυνση της διάρκειας των διακοπών: Η βιομηχανική επανάσταση και η εξέλιξη της τεχνολογίας είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγικότητας και κατ'επέκταση του διαθέσιμου χρόνου για μεγαλύτερη συμμετοχή των ατόμων στις τουριστικές μετακινήσεις (Βαρβαρέσος, 1998, σσ.60-61).

Η δημογραφική εξέλιξη: Οι δημογραφικές εξελίξεις και μεταβολές μπορούν με τη σειρά τους να μεταβάλλουν την πυραμίδα των ηλικιών και τη σχέση: ενεργός πληθυσμός /μη

ενεργός πληθυσμός. Η διατάραξη της δημογραφικής διάρθρωσης η οποία απορρέει από την παραπάνω σχέση μεταβάλλει αργά αλλά σταθερά την τουριστική αγορά. Η γήρανση των πληθυσμών και η αύξηση του ποσοστού των νέων στο γενικό σύνολο ενδιαφέρει τις οικονομίες όλων σχεδόν των χωρών. Ενδιαφέρει επίσης και το σύνολο της τουριστικής δραστηριότητας, εφόσον διαμορφώνει το γενικότερο προφίλ της τουριστικής πελατείας (Βαρβαρέσος ,1998,σσ.62-63).

Η αστικοποίηση: Η συνεχιζόμενη συγκέντρωση μεγάλων τμημάτων του πληθυσμού σε μεγάλα αστικά κέντρα και ο αυξανόμενος βαθμός αστικοποίησης επιδρά σημαντικά:

- Στη μεγαλύτερη μαζικοποίηση του τουριστικού φαινομένου.
- Στη διαμόρφωση χωρικά οροθετημένων μεγάλων τουριστικών αγορών .
- Στην συνεχή αύξηση των ενδείξεων των ποσοστών αναχώρησης για διακοπές.
- Στην καθιέρωση του τουρισμού ως αγαθού πρώτης ανάγκης, παρόλη την αύξηση μιας σειράς άλλων δαπανών που σχετίζονται άμεσα με το βαθμό αστικοποίησης (Βαρβαρέσος ,1998,σ.65).

Τα μεταφορικά μέσα: Η μείωση του κόστους των μεταφορικών μέσων, και την κατεξοχήν του αυτοκινήτου και του αεροπλάνου, καθώς και η συνεχής αύξηση της μηχανοκίνησης και της κινητικότητας βοήθησαν σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη του τουρισμού και συνέβαλαν ουσιαστικά στον εκδημοκρατισμό του. Η αύξηση της τιμής των καυσίμων, ενώ σε ένα πρώτο στάδιο δημιούργησε μια σειρά από υποθέσεις σχετικά με τη μεταβολή ή ακόμη και τη μείωση των τουριστικών μετακινήσεων, σε ένα δεύτερο στάδιο οδήγησε στη διαπίστωση ότι τα άτομα δεν είναι διαθέσιμα να μειώσουν τις τουριστικές δαπάνες, παρά τα υπάρχοντα οικονομικά προβλήματα (Βαρβαρέσος ,1998,σ.66).

1.2.1.2.Οι κοινωνικοί-ψυχολογικοί, ή υποκειμενικοί παράγοντες.

Οι κοινωνικοί παράγοντες: Η βιομηχανική κοινωνία, η γραφειοκρατία, οι στερητικές και συχνά προβληματικές συνθήκες εργασίας, η ζωή στα αστικά κέντρα με τις πολυποίκιλες αρνητικές επιπτώσεις της, η έξαρση της βίας κλπ. προσδίδουν μια συνεχώς αυξανόμενη δυναμική στην έννοια της «φυγής» και της «δραπέτευσης». Αυτές οι έννοιες δρουν, τουλάχιστον αρχικά, κατά τέτοιο τρόπο ώστε ο τουρισμός να εμφανίζεται ως ένα φαινόμενο περισσότερο αρνητικό παρά θετικό. Άρνηση μιας καθημερινότητας που φαίνεται να είναι μάλλον απωθητική (Βαρβαρέσος, 1998,).

Υποκειμενικοί παράγοντες: Σύμφωνα με τον A.Laurent το φαινόμενο των διακοπών έχει τις ρίζες του στην εξέλιξη του ανθρώπινου είδους και επιδιώκει την ικανοποίηση πανανθρώπινων αναγκών και επιθυμιών. Αυτές οι ανάγκες ορίζουν εν μέρει την τουριστική ζήτηση και συνεπώς τις τουριστικές ροές, οι οποίες είναι οι παρακάτω (Βαρβαρέσος, 1998,σ.66):

- Η ανάγκη της φύσης.
- Η ανάγκη του παιχνιδιού.

Παράγοντες σχετικοί με το τουριστικό προϊόν: Όπως η απόσταση, το κόστος ζωής στη χώρα υποδοχής, το επίπεδο τιμών, το επίπεδο πληροφόρησης (Βαρβαρέσος, 1998,σ.70).

1.3 Τουρισμός στην Ελλάδα και οικονομική κρίση

1.3.1 Η επίδραση παλαιότερων οικονομικών κρίσεων στην τουριστική κίνηση

Σε γενικές γραμμές, είναι δύσκολο εγχείρημα η οικονομετρική εκτίμηση του εύρους των επιπτώσεων στην ελληνική τουριστική βιομηχανία. Ιδιαίτερα δύσκολη είναι η ποσοτικοποίηση της επίδρασης που έχει μέχρι στιγμής και που θα έχει στο εγγύς μέλλον η οικονομική κρίση (τοποθετώντας την εκκίνηση της κρίσης χρονικά τον Αύγουστο του 2007) βάσει κάποιου οικονομετρικού υποδείγματος. Η εκτίμηση αυτή δυσχεραίνεται κυρίως από την έλλειψη αναλυτικών, έγκυρων και πρόσφατων στατιστικών δεδομένων. Επιπλέον, η χρονική έκταση που καλύπτουν τα δείγματα των ιστορικών παρατηρήσεων είναι αρκετά μικρή, πέραν των άλλων προβλημάτων που αφορούν στην στατιστική ποιότητα των παρατηρήσεων. Ωστόσο, με τα υπάρχοντα δεδομένα υπάρχει η δυνατότητα διεξαγωγής κάποιων χρήσιμων συμπερασμάτων που καταγράφονται στην παρούσα μελέτη που πραγματοποίησε η Eurobank research.

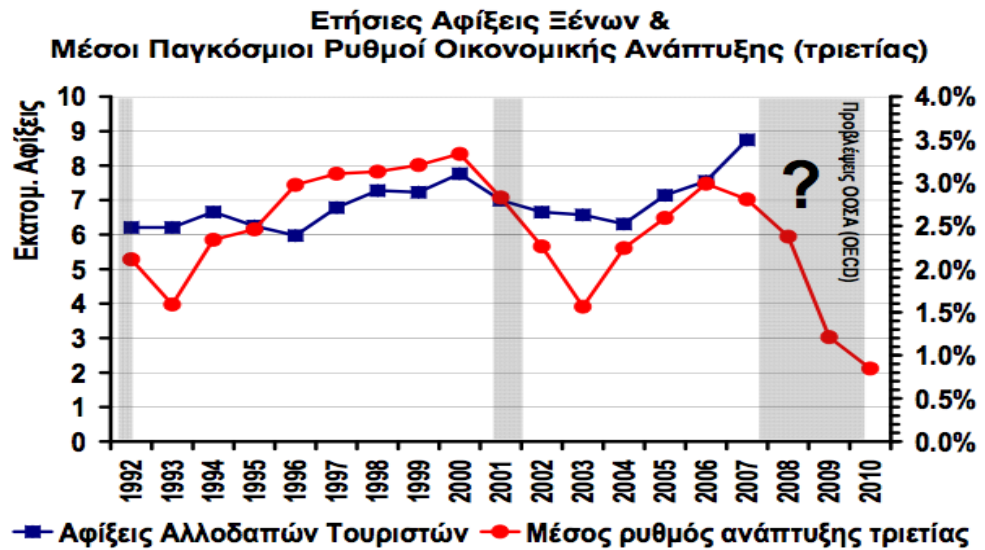
Η διερεύνηση της διαγραμματικής απεικόνισης των ρυθμών μεταβολής των αφίξεων (ξένων και Ελλήνων τουριστών) σε ξενοδοχεία σε αντιστοίχιση με τους παγκόσμιους ρυθμούς ανάπτυξης, μας οδηγεί σε μια σειρά ανησυχητικών συμπερασμάτων-σεναρίων και αρνητικών εξελίξεων για τον κλάδο.

Naftemporiki (2009). Eurobank research ,Οικονομία και αγορές. Διαθέσιμο on line στο:

<http://www.naftemporiki.gr/presspoint//release.asp?id=134012>

Αναρτήθηκε στις 1/ 2 /2009

Διάγραμμα 1



Πηγή: Eurostat, Ecowin OECD (Economic Outlook, προβλέψεις Δεκ. 2008), NBER (οι γκριζες ζώνες δείχνουν τις υφέσεις στις ΗΠΑ)

Στο **διάγραμμα 1**, διαφαίνεται ότι οι κύκλοι στις αφίξεις τουριστών σε ελληνικά ξενοδοχεία επηρεάζονται από τον παγκόσμιο οικονομικό κύκλο, μετρούμενος εδώ ως ο μέσος ρυθμός ανάπτυξης (ετήσιας μεταβολής παγκόσμιου ΑΕΠ) τριετίας, που προφέρει καλύτερη διαγραμματική απεικόνιση. Πρώτο συμπέρασμα είναι ότι οι περίοδοι παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης (και ανάκαμψης) συμπίπτουν με αντίστοιχες περιόδους αύξησης των αφίξεων στην Ελλάδα, ιδίως στο διάστημα 1996-2000 και 2005-2007.

Αντίθετα, σε περιόδους οικονομικής επιβράδυνσης, οι αφίξεις τουριστών στη χώρα μας επηρεάζονται αρνητικά, όπως είναι αναμενόμενο. Επιπλέον, οι αφίξεις δεν ανακάμπτουν αμέσως. Για παράδειγμα, στο τελευταίο «επεισόδιο» οικονομικής κρίσης που ακλούθησε την ύφεση στις ΗΠΑ του 2001, οι τουριστικές αφίξεις (ξένων σε ελληνικά ξενοδοχεία κ.λπ. καταλύματα) μειώνονταν έως το 2004 ενώ η παγκόσμια οικονομία είχε αρχίσει να ανακάμπτει από το 2003. **Το πιο ανησυχητικό μήνυμα που αντλούμε από το διάγραμμα 1 είναι** ότι (αν η σχέση αυτή της παγκόσμιας ανάπτυξης με τις τουριστικές αφίξεις παραμείνει σταθερή στο εγγύς μέλλον) η πρόσφατη επιβράδυνση των ρυθμών ανάπτυξης και οι δυσοίωνες προβλέψεις για την επόμενη διετία τουλάχιστον, προμηνύουν σφοδρότερη πτώση στις τουριστικές αφίξεις. Ίσως το 2009 να επιφυλάσσει την μεγαλύτερη επιβράδυνση στην τουριστική κίνηση στη χρονική

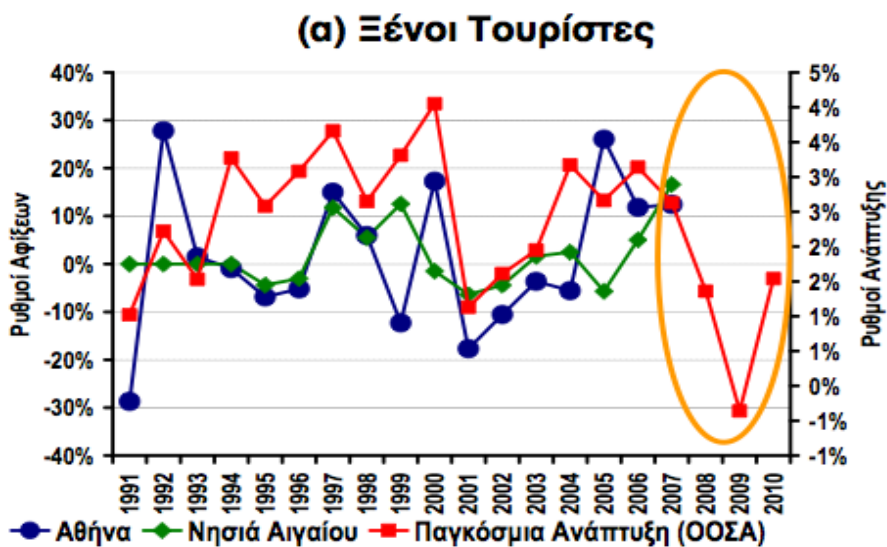
περίοδο που καλύπτει το διάγραμμα 1.

Naftemporiki (2009). Eurobank research ,Οικονομία και αγορές.Διαθέσιμο on line στο:
<http://www.naftemporiki.gr/presspoint//release.asp?id=134012>

Αναρτήθηκε στις 1/ 2 /2009

Διάγραμμα 2α

Ρυθμών Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) και ρυθμών Αφίξεων Ξένων και Ελλήνων Τουριστών σε Ελληνικούς Προορισμούς

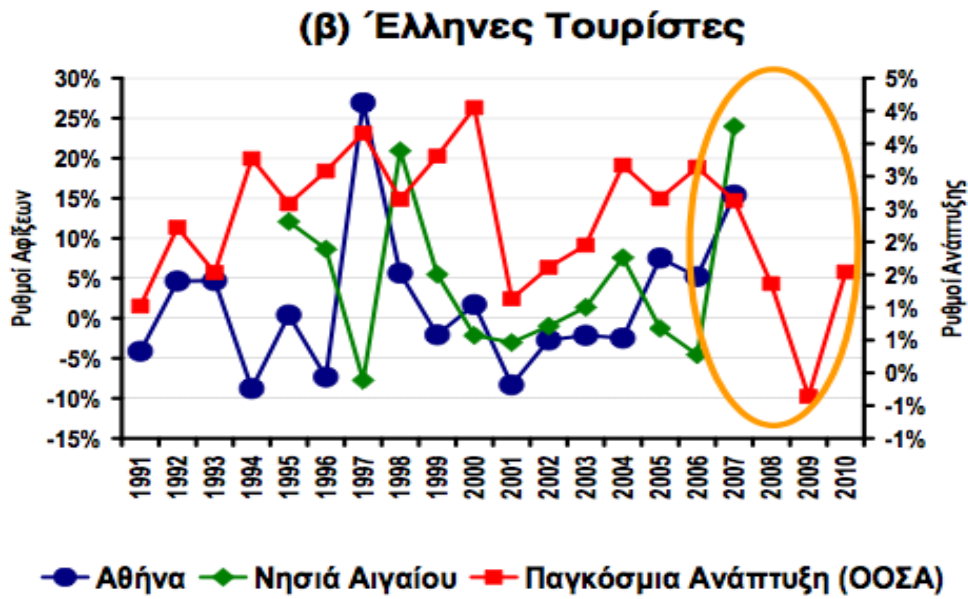


Στο διάγραμμα 2 παρατηρούμε (σε ετήσια βάση) ότι η εξέλιξη της τουριστικής κίνησης, τόσο στην Αθήνα όσο και στα νησιά του Αιγαίου, ακολουθεί τους παγκόσμιους ρυθμούς ανάπτυξης. Στο διάγραμμα 2(α) παρατηρούμε ότι η κρίση του 2001 επηρέασε αρνητικά τους ρυθμούς άφιξης των ξένων τουριστών, με την Αθήνα να παρουσιάζει τις μεγαλύτερες διακυμάνσεις (μεταβλητότητα) στους ρυθμούς αυτούς.

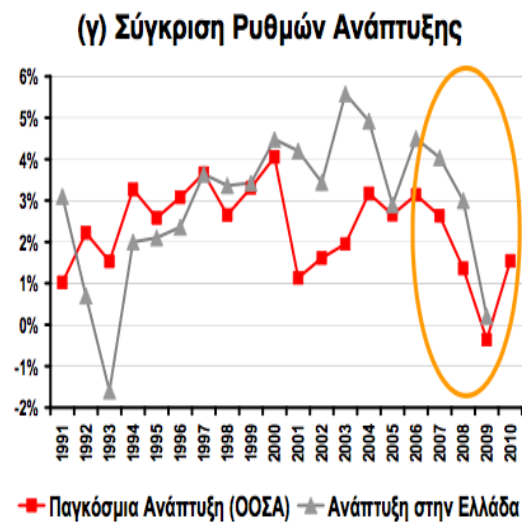
Naftemporiki (2009). Eurobank research ,Οικονομία και αγορές.Διαθέσιμο on line στο:
<http://www.naftemporiki.gr/presspoint//release.asp?id=134012>

Αναρτήθηκε στις 1/ 2 /2009

Διάγραμμα 2β



Διάγραμμα 2γ



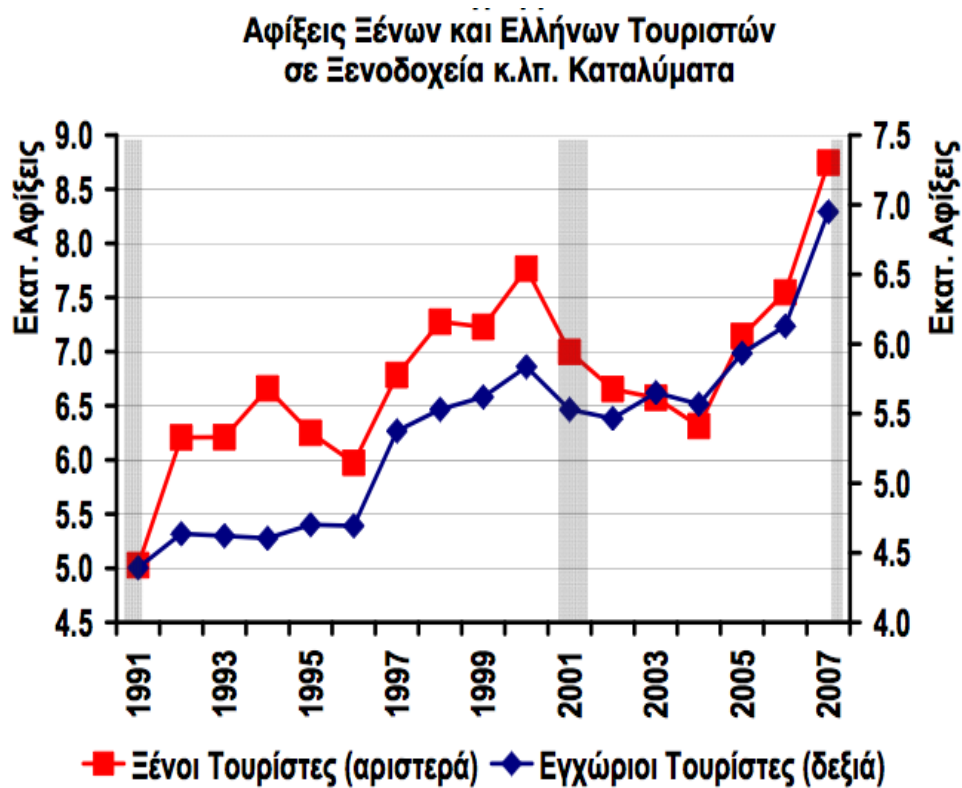
Πηγή: Eurostat, Ecowin OECD (Economic Outlook), Πρόγραμμα Σταθερότητας & Ανάπτυξης Ιαν. 2009 & Ενδιάμεσες Προβλέψεις Ευρωπαϊκής Επιτροπής (για Ελλάδα)

Οι ρυθμοί μεταβολής των αφίξεων Ελλήνων τουριστών σε ξενοδοχεία κ.λπ. καταλύματα (διάγραμμα 2(β)) εμφανίζονται να ακολουθούν επίσης (με πιο ασθενή συσχέτιση) τους παγκόσμιους ρυθμούς ανάπτυξης στο διάστημα 2000-2006 και λιγότερο, τους ρυθμούς ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας (διάγραμμα 2(γ)).

Naftemporiki (2009). Eurobank research ,Οικονομία και αγορές. Διαθέσιμο on line στο:
<http://www.naftemporiki.gr/presspoint//release.asp?id=134012>

Αναρτήθηκε στις 1/ 2 /2009.

Διάγραμμα 3



Πηγή: Eurostat

Παράλληλα, η τάση και η κυκλικότητα των αφίξεων Ελλήνων τουριστών σε ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς ακολουθεί τα αντίστοιχα μεγέθη των ξένων τουριστών (διάγραμμα 3) που επισκέπτονται τη χώρα μας. Στο διάγραμμα 3 φαίνεται επίσης καθαρά η επίπτωση των οικονομικών κρίσεων (που ξεκινούν από τις υφέσεις στις ΗΠΑ, όπως αυτή του 2001) στις αφίξεις Ελλήνων ή ξένων τουριστών.

Συμπερασματικά, στα διαγράμματα 1-3, καταδεικνύεται η επίδραση της οικονομικής επιβράδυνσης του 2001 στους ρυθμούς ανάπτυξης και στα επίπεδα των

τουριστικών αφίξεων. Επιπλέον, υπονοείται εξίσου σφοδρή μείωση στα μεγέθη αυτά για τη χρονική περίοδο που ακολουθεί το 2008.

.Naftemporiki (2009). Eurobank research ,Οικονομία και αγορές.Διαθέσιμο on line στο:

<http://www.naftemporiki.gr/presspoint//release.asp?id=134012>

Αναρτήθηκε στις 1/ 2 /2009.

1.3.2 Το τουριστικό χαρτοφυλάκιο της Ελλάδας

Σύμφωνα με τις στατιστικές μετρήσεις που αντλούμε από την Eurostat για το 2007, το 56% των αφίξεων στα ξενοδοχεία της χώρας μας οφείλεται σε τουρίστες από το εξωτερικό ενώ το 44% σε εγχώριο τουρισμό. Αυτό σημαίνει ότι το 2007 η αναλογία Ελλήνων προς ξένων τουριστών ήταν 8 προς 10. Παράλληλα, το 44% του συνόλου των ξένων τουριστών ήταν από την Ευρωζώνη (14% από τη Γερμανία, 7,6% από τη Γαλλία, 7,8% από την Ιταλία, 4,4% από την Ολλανδία), το 12,7% από το ΗΒ, το 4,4% από την Ασία, το 3,8% από τη Ρωσία ενώ από τη Βόρειο Αμερική ήταν σχεδόν το 10% συνολικά (8,3% από τις ΗΠΑ). Παραδοσιακά, οι τρεις κύριες χώρες-αγορές για την ελληνική τουριστική βιομηχανία ήταν η Γερμανία, το ΗΒ και η Ιταλία, μια σχέση που φαίνεται να αλλάζει τα τελευταία έτη, καθώς εμφανίζεται πιο ισχυρή ζήτηση από νέες αγορές όπως αυτές της Ανατολικής Ευρώπης και της Ασίας. Ωστόσο, βραχυχρόνια η Ελλάδα εξαρτάται τουριστικά εκτός από τον Έλληνα τουρίστα, από τον τουρίστα από την Ευρωζώνη (κυρίως Γερμανία, Ιταλία και Γαλλία), από το ΗΒ και τις ΗΠΑ.

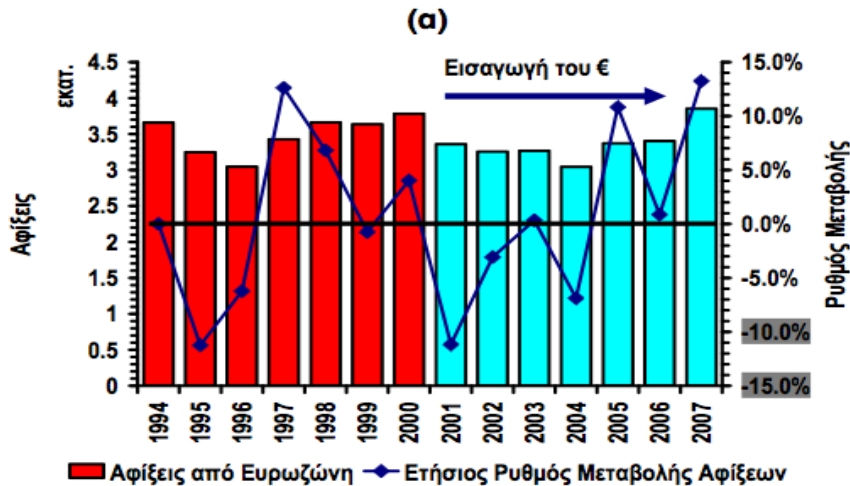
.Naftemporiki (2009). Eurobank research ,Οικονομία και αγορές.Διαθέσιμο on line στο:

<http://www.naftemporiki.gr/presspoint//release.asp?id=134012>

Αναρτήθηκε στις 1/ 2 /2009.

Διάγραμμα 4α

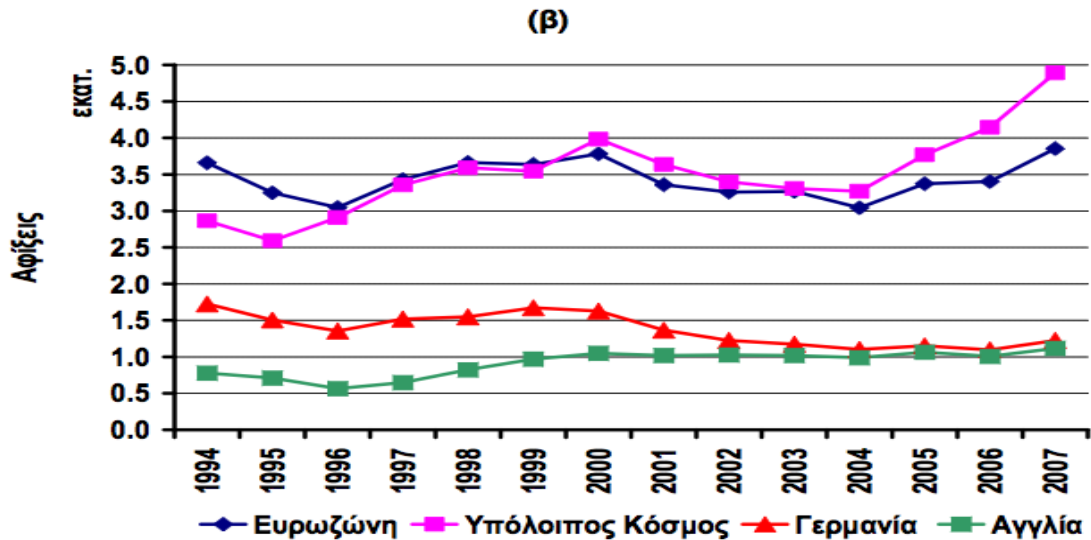
Αφίξεις Τουριστών από Ευρωζώνη και άλλες Χώρες



Πηγή: Eurostat (Αφίξεις ξένων σε ξενοδοχεία και λοιπά καταλύματα)

Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 4(α), η εισαγωγή του Ευρώ συμπίπτει με τη μεταβολή στην τάση και στα επίπεδα των αφίξεων ξένων τουριστών στην Ελλάδα. Από το 1997 έως το 2001, οι αφίξεις αυξάνονται (ωστόσο με επιβραδυνόμενο ρυθμό) για να μειωθούν το 2001 (ακόμη και αυτές από την Ευρωζώνη). Αυτή η πτώση βέβαια δεν μπορεί να αποδοθεί στατιστικά στο Ευρώ εφόσον η περίοδος 2001 και μετέπειτα χαρακτηρίζεται από παγκόσμια οικονομική επιβράδυνση και από γεωπολιτικά προβλήματα. Γεγονότα που επέδρασαν σημαντικά στην τουριστική κίνηση σε διεθνή κλίμακα. Εξάλλου, ως ευεργετική επίδραση του Ευρώ θα μπορούσε να θεωρηθεί η τάση που εμφανίζεται στους ρυθμούς μεταβολής των αφίξεων. Αυτοί ήταν σαφέστατα μειωμένοι από το 1997 μέχρι το 2001 (διάγραμμα 4(α)) αλλά από την εισαγωγή του Ευρώ μέχρι το 2007, έχουν γενικά ανοδική τάση. [Naftemporiki \(2009\)](#). [Eurobank research](#), Οικονομία και αγορές. Διαθέσιμο on line στο: <http://www.naftemporiki.gr/presspoint//release.asp?id=134012>. Αναρτήθηκε στις 1/2/2009.

Διάγραμμα 4β

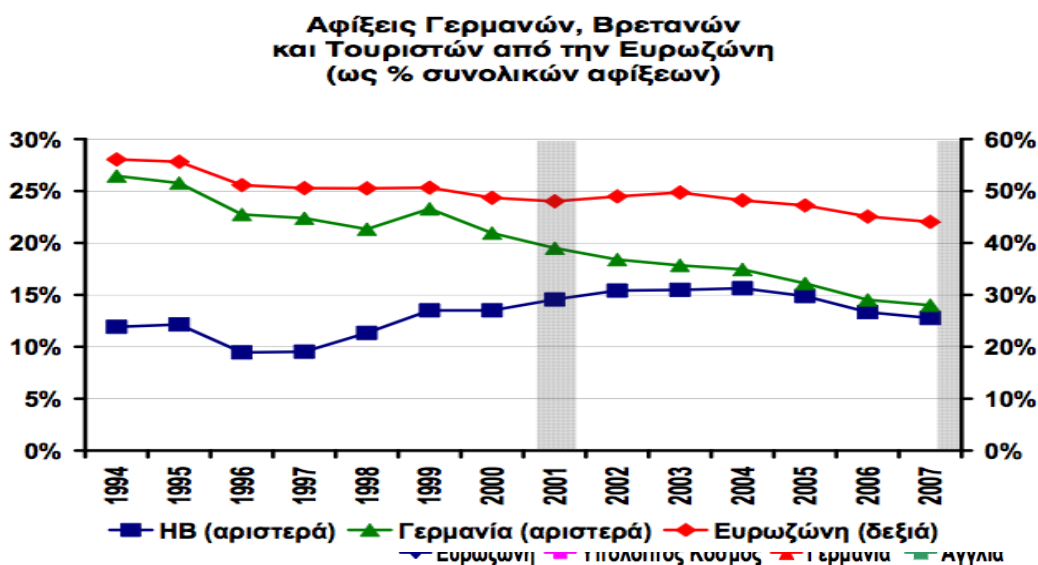


Πηγή: Eurostat (Αφίξεις ξένων σε ξενοδοχεία και λοιπά καταλύματα)

Επιπλέον, τόσο οι αφίξεις από την Ευρωζώνη όσο και από τον υπόλοιπο κόσμο, ακολουθούν τον ίδιο κύκλο (διάγραμμα 4(β)) και ανακάμπτουν ταυτόχρονα (από το 2004 έως το 2007).

Naftemporiki (2009). Eurobank research ,Οικονομία και αγορές. Διαθέσιμο on line στο: <http://www.naftemporiki.gr/presspoint//release.asp?id=134012> .Αναρτήθηκε στις 1/ 2 /2009.

Διάγραμμα 5



Πηγή: Eurostat (Αφίξεις ξένων σε ξενοδοχεία και λοιπά καταλύματα)

Ανησυχία θα έπρεπε να δημιουργεί το γεγονός ότι οι αφίξεις από Γερμανία ακολουθούν πτωτική τάση από το 2000, σε αντιδιαστολή με αυτές από το ΗΒ που αυξάνονται σημαντικά. Γενικά, από το 2001 έως το 2007, οι αφίξεις από την Ευρωζώνη αυξήθηκαν κατά 14,6%, από τον υπόλοιπο κόσμο κατά 34,5%, από την Αγγλία κατά 9,7% ενώ από τη Γερμανία μειώθηκαν κατά 10%. Επίσης, οι αφίξεις από την Ευρωζώνη, το ΗΒ και τη Γερμανία ακολουθούν σε γενικές γραμμές πτωτική πορεία ως ποσοστό των συνολικών αφίξεων.

Εάν θεωρήσουμε ότι η μακροχρόνια τάση των αφίξεων τουριστών στη χώρα μας είναι αυξητική (διάγραμμα 3), οι αφίξεις τουριστών από τον υπόλοιπο κόσμο αυξάνουν ταχύτερα, κάτι που διαφαίνεται και στους ρυθμούς που προαναφερθήκαν. Αυτό με απλά λόγια σημαίνει ότι το τουριστικό χαρτοφυλάκιο της Ελλάδας διαφοροποιείται (διάγραμμα 5).

Naftemporiki (2009). Eurobank research ,Οικονομία και αγορές. Διαθέσιμο on line στο:
<http://www.naftemporiki.gr/presspoint//release.asp?id=134012> .Αναρτήθηκε στις 1/ 2 /2009.

1.4 . Ο τουρισμός στη Λέσβο

Αφίξεις τουριστών με τσάρτερ ανά μήνα							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
Απρίλιος	1.225	1.296	1.174	1.906	1.897	1.771	
Μάιος	10.214	10.253	11.729	10.460	9.808	8.727	
Ιούνιος	12.968	13.150	13.886	14.378	13.165	11.439	
Ιούλιος	14.624	15.457	17.567	17.953	16.740	14.580	
Αύγουστος	13.448	15.714	17.977	16.093	15.353	13.762	
Σεπτέμβριος	11.961	11.045	13.169	12.049	12.683	10.765	
Οκτώβριος	1.960	1.935	1.245	1.395	1.771	1.322	
ΣΥΝΟΛΑ	66.400	68.850	76.747	74.234	71.417	62.366	

Το 2010 οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στη Λέσβο ήταν μειωμένες κατά 9.051 άτομα, σε σχέση με το 2009. Η τουριστική κίνηση του νησιού, παρά τις προσπάθειες που καταβάλλονται και τις μεγάλες δαπάνες τουριστικής προβολής, ακολουθεί σταθερά πτωτική πορεία από το 2007 και μετά. Πιο συγκεκριμένα: το 2007 οι αφίξεις έφθασαν στις 76.747, το 2008 υποχώρησαν στις 74.234, το 2009 βρέθηκαν ακόμη πιο χαμηλά, στις 71.417, και το 2010 «προσγειώθηκαν» στις 62.366 αφίξεις. Να

σημειωθεί ότι οι αφίξεις τού 2010 είναι λιγότερες και από εκείνες του 2005 ακόμα. Εκείνη τη χρονιά είχαν επισκεφθεί το νησί 66.400 τουρίστες.

Πέρα από τις αδυναμίες που έχει ο τουριστικός τομέας της Λέσβου, οι απώλειες τουριστών οφείλονται και στη γενικότερη οικονομική κρίση που αντιμετωπίζουν οι χώρες της Ευρώπης. Χώρες όπως η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Αγγλία, η Γαλλία, η Ουγγαρία και η Ρουμανία ακολουθούν προγράμματα λιτότητας και η Γερμανία συνεχίζει την πολιτική παγώματος των μισθών. Οπότε είναι εύκολο να αντιληφθούμε ότι η μείωση της τουριστικής κίνησης θα συνεχιστεί.

Emprosnet (2010). Εξ Ανατολών η σωτηρία του τουρισμού. Διαθέσιμο on line στο: <http://www.emprosnet.gr/Economy/?EntityID=1818452e-54a4-4e30-8a33-ec90296cf630>.

Αναρτήθηκε στις 4/11/2010.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΛΕΣΒΟΣ

2.1. Το προφίλ της περιοχής

Η Λέσβος ανήκει στα νησιά του Ανατολικού Αιγαίου Πελάγους. Με έκταση 1.636 τ.χλμ. είναι το τρίτο σε μέγεθος νησί της Ελλάδος. Απέχει 188 ν.μ. από τον Πειραιά, 218 ν.μ. από την Θεσσαλονίκη και 55 ν.μ. από την Χίο.

Ο πληθυσμός της είναι περίπου 100.000 και η Μυτιλήνη είναι η πρωτεύουσα του νησιού, καθώς και διοικητικό κέντρο – έδρα της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Λέσβου, Υπουργείου Αιγαίου, Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου και Πανεπιστημίου Αιγαίου. Στη Λέσβο περιλαμβάνει συνολικά 13 Δήμους. Στο νησί υπάρχουν δυο Κόλποι της Γέρας και της Καλλονής και μια πληθώρα όρμων και ακρωτηρίων.

Οι πιο σημαντικές πεδιάδες, είναι της Καλλονής, Ιππείου, Περάματος και Ερεσού. Τα κυριότερα βουνά είναι ο Λεπέτυμνος, ο Όλυμπος και το Ψηλοκούδουνο. Υπάρχουν χείμαρροι, που διαρρέουν τις πεδινές εκτάσεις, όπως ο Τσικνιάς, ο Τσιχλιώτας, ο Σεδούντας και ο Αλμυροπόταμος. Τα ανατολικά και κεντρικά τμήματα είναι κατάφυτα από ελαιώνες, πεύκα, έλατα, πλατάνια, καστανιές, οξιές και βελανιδιές. Γενικά η χλωρίδα και πανίδα της Λέσβου είναι πλούσια. Από κλιματολογική άποψη η Λέσβος έχει ήπιο, μεσογειακό κλίμα, με πολλή μεγάλη ηλιοφάνεια καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Η τοπική οικονομία στηρίζεται στην αγροτική παραγωγή και συγκεκριμένα στην ελαιοκαλλιέργεια, με την παραγωγή εξαιρετικής ποιότητας ελαιολάδου, καθώς και στην κτηνοτροφία και αλιεία. Ανεπτυγμένος είναι ο κλάδος της ποτοποιίας με την παρασκευή του ούζου, ενώ μεγάλη μερίδα του πληθυσμού ασχολείται επαγγελματικά με τον τουρισμό.

Northaegean. Ταυτότητα Νομού Λέσβου. Διαθέσιμο on line στο : http://www.northaegean.gr/?page_id=1448 Αναρτήθηκε -

2.2 Η μετανάστευση στην Ελλάδα



Το φαινόμενο της μετανάστευσης έγινε έντονο στην Ελλάδα από τα μέσα της δεκαετίας του 1990. Οι περισσότεροι μετανάστες προέρχονται από τα γειτονικά Βαλκάνια και κυρίως την Αλβανία, καθώς και από τις χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης. Ο επίσημος αριθμός των ξένων που ζουν στην Ελλάδα, σύμφωνα με την απογραφή του 2001, είναι 800.000, αλλά αυτός ο αριθμός δεν περιλαμβάνει τους περίπου 200.000 μετανάστες χωρίς έγγραφα.

Η Ελλάδα, ως το νοτιοανατολικό σύνορο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με μια εκτεταμένη ακτογραμμή και χιλιάδες μικρά και μεγάλα νησιά, αντιμετωπίζει μια ιδιαίτερη πρόκληση όσον αφορά στη διαχείριση του μεταναστευτικού κύματος προς την Ευρώπη. Τα τελευταία χρόνια ο αριθμός των μεταναστών χωρίς έγγραφα και των αιτούντων άσυλο που προέρχονται από περιοχές με αυξημένη αστάθεια και βία, όπως το Αφγανιστάν, το Ιράκ, το Ιράν, η Σομαλία και η Παλαιστίνη, έχει αυξηθεί. Ασυνόδευτοι ανήλικοι και οικογένειες βρίσκονται όλο και πιο συχνά ανάμεσα σ' αυτούς που πραγματοποιούν το δύσκολο ταξίδι προς την Ευρώπη. Οι νεοεισερχόμενοι μετανάστες και αιτούντες άσυλο συλλαμβάνονται συστηματικά από τις λιμενικές ή τις μεθοριακές αρχές λόγω του ότι εισέρχονται στην Ελλάδα χωρίς έγκυρα ταξιδιωτικά έγγραφα και κρατούνται σε κέντρα για νεοεισερχόμενους μετανάστες ή σε μεθοριακούς αστυνομικούς σταθμούς.

Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία, το 2009, οι συλλήψεις μεταναστών χωρίς έγγραφα στα θαλάσσια σύνορα με την Τουρκία ανέρχονταν στις 27.685, ενώ οι συλλήψεις από την αστυνομία κατά μήκος των χερσαίων ελληνοτουρκικών συνόρων έφταναν τις 8.787. Οι περισσότεροι νεοεισερχόμενοι μετανάστες είναι Αφγανοί, ενώ

ακολουθούν οι Ιρακινοί, οι Σομαλοί, οι Παλαιστίνιοι και οι Πακιστανοί. Οι περισσότεροι επιθυμούν να συνεχίσουν το ταξίδι τους σε άλλη ευρωπαϊκή χώρα αλλά «εγκλωβίζονται» στην Ελλάδα λόγω των ολοένα και αυστηρότερων συνοριακών ελέγχων. Η πλειονότητα βλέπουν την Ελλάδα σαν ένα ενδιάμεσο σταθμό είτε γιατί έχουν συγγενείς ή φίλους σε άλλη Ευρωπαϊκή χώρα, είτε γιατί πιστεύουν ότι το αίτημα ασύλου τους θα έχει περισσότερες πιθανότητες να γίνει αποδεκτό εκεί. Στην Ελλάδα το ποσοστό παροχής ασύλου παραμένει εξαιρετικά χαμηλό σε πρώτο βαθμό, στο 0,04%.

msf-media (2010). Μετανάστες χωρίς έγγραφα. Διαθέσιμο στο :

http://www.msf-media.gr/press/reports/1006_migrants/report2010_gr_light.pdf

Αναρτήθηκε στις 06/2010.

2.3. Αριθμός μεταναστών στη Λέσβο

Σύμφωνα με τα στοιχεία πρόσφατης ελληνικής έκθεσης, το 2010 να σημειώθηκε ρεκόρ συλλήψεων λαθρομεταναστών στην Ελλάδα με 146.337 άτομα, στη Λέσβο όμως η χρονιά που πέρασε έσπασε το ρεκόρ του μικρότερου αριθμού παράνομων αφίξεων από τα απέναντι παράλια (που ίσχυε το 2004 με 1.453 άτομα), καθώς το 2010 καταγράφηκαν μόνο 1.328 συλλήψεις παράνομων μεταναστών ή αλλιώς ήρθε μόλις το ένα δέκατο των προσφύγων που είχαν έρθει το 2008.

Τα κυκλώματα δουλεμπόρων έστρεψαν τα караβάνια των προσφύγων προς τον Έβρο, με αποτέλεσμα να σημειωθεί θεαματική μείωση των αφίξεων στα νησιά που μέχρι και το 2009 ήταν οι κύριες πύλες εισόδου. Οι Αρχές, ωστόσο, φοβούνται ότι τα αυξημένα μέτρα που λαμβάνονται στον Έβρο θα γίνουν η αιτία να επιστρέψουν οι λαθρομετανάστες στα νησιά.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Αστυνομικής Διεύθυνσης Λέσβου, οι συλλήψεις παράνομων μεταναστών στο Νομό εμφανίζονται αυξημένες τους δύο πρώτους μήνες τού 2010, με σταδιακή μείωση όμως τους επόμενους μήνες (με μόνη εξαίρεση τους θερινούς, που παρουσιάστηκε μικρή αύξηση), με αποτέλεσμα το Δεκέμβριο να έχουν καταγραφεί μόνο πέντε συλλήψεις, όταν τον ίδιο μήνα το 2007 είχαν γίνει 855 και το 2008, 721 συλλήψεις.

Αναλυτικά τα στοιχεία για τον αριθμό των παράνομων μεταναστών ανά μήνα το 2010 έχουν ως εξής:

Ιανουάριος	264
------------	-----

Φεβρουάριος	208
Μάρτιος	140
Απρίλιος	83
Μάιος	158
Ιούνιος	195
Ιούλιος	124
Αύγουστος	96
Σεπτέμβριος	21
Οκτώβριος	24
Νοέμβριος	10
Δεκέμβριος	5
Σύνολο:	1328

Πρόκειται για το μικρότερο αριθμό μεταναστών που έχουν συλληφθεί στη Λέσβο τα τελευταία έξι χρόνια. Το 2004 είχαν συλληφθεί 1.453 άτομα, το 2005 1.696 άτομα, το 2006 1.766 άτομα, το 2007 6.147 άτομα, το 2008 ήταν η χρονιά ρεκόρ αφίξεων για τη Λέσβο, οπότε καταγράφηκαν 13.252 συλλήψεις παράνομων μεταναστών, γεγονός που κατέστησε το νησί κύρια πύλη εισόδου μεταναστών, και τέλος το 2009 καταγράφηκαν 8.896 συλλήψεις.

Emprosnet (2010) .Μείωση ρεκόρ των προσφύγων. Διαθέσιμο on line στο:

<http://www.emprosnet.gr/Current/?EntityID=516c7ecf-6ab1-4606-97a6-8c185a986351>

Αναρτήθηκε στις 06/01/2010

2.4 . Το κοινωνικό προφίλ

Παρότι ένας μεγάλος αριθμός των παράτυπα εισερχομένων αλλοδαπών έχουν ανάγκη διεθνούς προστασίας , αντιμετωπίζονται συλλήβδην ως «λαθρομετανάστες»: με την είσοδό τους, κρατούνται (τις περισσότερες φορές σε απαράδεκτες συνθήκες) και εκδίδονται εναντίον τους αποφάσεις απέλασης. Εάν δεν

απελαθούν ή εάν δεν επιστραφούν στην Τουρκία βάσει του Πρωτοκόλλου Επανεισδοχής, χωρίς να έχουν υπάρξει οι αναγκαίες εγγυήσεις για πρόσβασή τους στη διαδικασία ασύλου, αφήνονται ελεύθεροι με την εντολή να εγκαταλείψουν τη χώρα.

Όσον αφορά το κέντρο υποδοχής πχ «ΠΑΓΑΝΗ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ», βρίσκεται σε παλιές αποθήκες λίγο έξω από την πόλη της Μυτιλήνης στεγάζεται το Κέντρο Υποδοχής και Προσωρινής Διαμονής Λαθρομεταναστών Λέσβου. Οι ενιαίοι αποθηκευτικοί χώροι έχουν μετατραπεί σε κοιτώνες, ενώ οι συνθήκες κράτησης έχουν αποτελέσει επανειλημμένα αντικείμενο καταγγελιών σε ελληνικό και διεθνές επίπεδο. Χωρίς υποδομές (χώρους υγιεινής), η Παγανή πέντε χρόνια τώρα αποτελεί ντροπή για τη σύγχρονη Ελλάδα. Οι μετανάστες συχνά εξεγείρονται, ενώ οι αστυνομικοί το ίδιο συχνά καταγγέλλουν τους κινδύνους που και οι ίδιοι διατρέχουν ζώντας σε τέτοιους χώρους. Στο κέντρο της Παγανής Λέσβου, επικρατεί ασφυξία διότι, αντί για 300 άτομα, φιλοξενούνται 800.

**Enet (2009) . «Ασφυξία» στην Παγανή Λέσβου, στα όριά τους τα άλλα κέντρα. Διαθέσιμο on line στο: <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=71252>
Αναρτήθηκε στις 08/08/2009**

Επίσης, η έλλειψη εξειδικευμένου ανθρωπίνου δυναμικού δεν επιτρέπει την κοινωνική και ψυχολογική μέριμνα και υποστήριξη ιδιαίτερα ευπαθών ομάδων, όπως τα θύματα βασανιστηρίων και εμπορίας ανθρώπων, ή τα ασυνόδευτα παιδιά. Ιδιαίτερα για τα παιδιά, η ανεπάρκεια δομών στέγασης και πρόνοιας, σε συνδυασμό με την αναποτελεσματικότητα του θεσμού της επιτροπείας, έχει ως αποτέλεσμα την έκθεσή τους σε κίνδυνο και την εκμετάλλυσή τους από τα κυκλώματα.

Σχετικά με το φαινόμενο της μαύρης εργασίας ανήλικων προσφύγων/μεταναστών είναι ένα πολύ μεγάλο ζήτημα, που αφορά γενικά τους όρους εργασίας και την προσέγγιση που υπάρχει για τους ανηλίκους στη χώρα μας, μειωμένα δικαιώματα, χαμηλές αμοιβές κ.λπ. Όσον αφορά στους ανήλικους πρόσφυγες/μετανάστες, η προοπτική δεν είναι να φιλοξενηθούν για τρεις μήνες, αλλά να τους δοθεί μια “γέφυρα” ενσωμάτωσης στην κοινωνία, μέσω πρόσβασης στην εκπαίδευση και στην απασχόληση. Πληρώνονται με αμοιβές των 10 και 15 ευρώ με εξαντλητικά ωράρια.

Unhcr (2010). Είσοδος προσφύγων στην Ελλάδα: απουσία δομών υποδοχής. Διαθέσιμο on line στο: http://www.unhcr.gr/Press_Rel/2010/dt16-06-2010.htm. Αναρτήθηκε στις 16/06/2010.

2.5 **Frontex**

Το «Frontex» είναι η κωδική ονομασία του «Ευρωπαϊκού Οργανισμού για τη Διαχείριση της Επιχειρησιακής Συνεργασίας στα Εξωτερικά Σύνορα των Κρατών Μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης».

Ο οργανισμός πρώτο-εμφανίσθηκε το 2004 και άρχισε να οργανώνει επιχειρήσεις ήδη από το 2005. Από το φθινόπωρο του 2009, όταν όλες οι εισροές μεταναστών προς στην Ευρώπη μετατοπίστηκαν προς το Αιγαίο Πέλαγος, τα πληρώματά του που αποτελούνται από μικτές ομάδες συνοριοφυλάκων και λιμενικών όλων των χωρών μελών της Συνθήκης του Σένγκεν, πραγματοποιούν διαρκώς αυξανόμενες περιπολίες στα ελληνοτουρκικά ναυτικά σύνορα, με αποτέλεσμα να έχει μειωθεί η εισροή των μεταναστών.

Tnxs (2010). Frontex: Ένας θεσμός- νάνος με δυνάμεις γίγαντα.

Διαθεσιμο on line στο : <http://tinyurl.com/6dm6m9q>. Αναρτήθηκε στις 28/10/2010.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Ηθική Κατανάλωση



3.1.ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΗΘΙΚΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΥ

Ηθική κατανάλωση: Σύμφωνα με τον Smith(1990) ως ηθική κατανάλωση χαρακτηρίζεται η κατανάλωση που λαμβάνει υπόψη κοινωνικές πεποιθήσεις για το τι είναι καλό για την κοινωνία.

msmfull.aueb (2008). Το προφίλ του Έλληνα καταναλωτή των προϊόντων Fair Trade. Διαθέσιμο on line στο: http://www.msmfull.aueb.gr/programma/docs/msm5/msm5_22.pdf. Αναρτήθηκε στις 12/2008

Ηθικός καταναλωτής: Ηθικός καταναλωτής είναι αυτός ο οποίος αγοράζει προϊόντα τα οποία παράγονται με "ηθικό" τρόπο ή δεν βλάπτουν το περιβάλλον και την κοινωνία.

Coastlearn. Ηθικός καταναλωτισμός. Διαθέσιμο on line στο: <http://www.coastlearn.org/gr/tourism-gr/glossary.html>. Αναρτήθηκε -

Ηθικό προϊόν (eco-products) : Τα ηθικά προϊόντα (eco-products) ορίζονται ως "προϊόντα" και υπηρεσίες τα οποία συμμορφώνονται με τους περιβαλλοντικούς κανονισμούς ή είναι φιλικά προς το περιβάλλον ,αντικατοπτρίζοντας τις εθελοντικές προσπάθειες των κατασκευαστών να ενδιαφερθούν για το περιβάλλον. Τα ηθικά-προϊόντα περιλαμβάνουν όχι μόνο βιομηχανικά προϊόντα αλλά και υπηρεσίες στα αντικείμενα της αγροκαλλιέργειας, του τουρισμού και της οικονομίας.

apo-tokyo (2008). About eco-products . Διαθέσιμο on line στο: http://www.apo-tokyo.org/gp/e_publi/e-books_gp/2008EcoProDir/2008EcoProDir_06-03.pdf.

Αναρτήθηκε το 2008.

3.2.Προφίλ του ηθικού καταναλωτή

Οι Berkowitz and Lutterman (1968, pp.169-185) καθώς και οι Anderson and Cunningham (1972,pp.23-31), ήταν οι πρωτοπόροι στη μελέτη των χαρακτηριστικών του κοινωνικά υπεύθυνου καταναλωτή. Συνολικά τα συνδυασμένα αποτελέσματά τους παρουσιάζουν τον υψηλά κοινωνικά υπεύθυνο καταναλωτή να είναι γυναίκα, με ηλικία μικρότερη των πενήντα ετών, υψηλού επιπέδου μόρφωσης, απόφοιτος λυκείου και με άνω της μεσαίας κοινωνικο-οικονομικής θέσης.

Ο Henion το 1972 (pp.10-14) παρουσίασε επίσης ότι οι καταναλωτές με μεσαίο ή υψηλό εισόδημα θα είναι πιο πιθανό να δράσουν με πιο οικολογικό τρόπο, εξαιτίας του υψηλού επιπέδου μόρφωσης που διαθέτουν και για αυτό το λόγο δείχνουν μεγαλύτερη ευαισθησία στα κοινωνικά προβλήματα.

3.3 Συμπεριφορά-πρόθεση των καταναλωτών για αγορά Fair-Trade

Μέσα στις δράσεις που ενδέχεται να ακολουθήσει ένας ηθικός καταναλωτής είναι και η αγορά προϊόντων «δικαίου και αλληλέγγυου εμπορίου» ή όπως είναι πιο γνωστά προϊόντα «Fair-Trade». Οι De Pelsmacker et al. (2005, pp.363-367) μελέτησαν την προθυμία των καταναλωτών για αγορά «Fair-Trade» , καφέ, καθώς και πόσο διέφεραν τα χαρακτηριστικά αυτών των καταναλωτών. Τα «Fair-Trade» ορίζονται βάσει του κυριότερου χαρακτηριστικού τους ως εξής: δίκαιες τιμές για αγροτικά προϊόντα αναπτυσσόμενων χωρών. Στην ουσία το «δίκαιο εμπόριο» είναι η αγορά προϊόντων από αγρότες αναπτυσσόμενων χωρών με όρους που είναι σχετικά πιο ευνοϊκοί από τους συνηθισμένους εμπορικούς και προωθώντας τα σε αναπτυσσόμενες χώρες με υψηλότερες τιμές. Αυτές οι υψηλότερες τιμές οφείλονται στο γεγονός ότι οι αγρότες λαμβάνουν μεγαλύτερα ποσά για τα προϊόντα τους. Η αγορά των «Fair-Trade» προϊόντων αποτελεί ένα συγκεκριμένο τύπο ηθικής καταναλωτικής συμπεριφοράς που διέπει αρκετούς «πράσινους» καταναλωτές.

Η έρευνα από τους De Pelsmacker et al. χρησιμοποίησε δείγμα Βέλγων καταναλωτών που ανήκαν στο διοικητικό και ακαδημαϊκό προσωπικό του Πανεπιστημίου Ghent, για να εξάγει τα αποτελέσματά της όσον αφορά στην αγορά «Fair-Trade» , καφέ. Από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων προέκυψαν τέσσερις κατηγορίες καταναλωτών. Οι “fair trade loves” που εξέφρασαν υψηλή και ξεκάθαρη προτίμηση για αγορά προϊόντων ετικέτας “fair trade” ,οι “fair-trade likers” οι οποίοι

μεταξύ των διαφόρων ιδιοτήτων καφέ που δόθηκαν ως κίνητρα για την αγορά του προϊόντος (ετικέτα “fair trade” ή όχι ,μάρκα, χαρμάνι, συσκευασία ,γεύση), ισορροπούσαν μεν μεταξύ όλων των ιδιοτήτων, αλλά η ετικέτα “fair trade” αποτελούσε το ισχυρότερο κίνητρο αγοράς του προϊόντος. Οι “flavor lovers”(λάτρης του χαρμανιού) αποτελούν την τρίτη ομάδα καταναλωτών. Αυτοί αγοράζουν καφέ με βάση το χαρμάνι του ενώ οι υπόλοιπες ιδιότητες δεν τους επηρεάζουν. Τέλος η μάρκα του καφέ επηρεάζει την ομάδα “brand lovers” . Η πρώτη ομάδα είναι διατεθειμένη να πληρώσει μέχρι και 36% επιπλέον για αγορά “fair trade” καφέ σε αντίθεση με τους “brand lovers” που θα πλήρωναν μόνο 5% επιπλέον ,ενώ ο μέσος όρος του επιπλέον κόστους μεταξύ των υπολοίπων ομάδων είναι 10%. Αν και αρχικά φάνηκε ότι περίπου το μισό των ερωτηθέντων λαμβάνουν υπόψη τα προϊόντα με ετικέτες “fair trade” όταν αγοράζουν καφέ, όταν εξετάστηκε η προθυμία τους να πληρώσουν επιπλέον, το πιθανό αγοραστικό κοινό του παραπάνω προϊόντος έπεσε στο 10%. Από τα αποτελέσματα παρουσιάστηκε ότι το φύλο των καταναλωτών δεν επηρεάζει την απόφασή τους να επιλέξουν μια ηθική καταναλωτική συμπεριφορά.

3.4. Τι πιστεύουν οι καταναλωτές Fair Trade.

Σύμφωνα με την έρευνα που είχε διεξάγει η κ. Κωνσταντίνα Παπαδογιάννη(MSc Διοίκηση Επιχειρήσεων, στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών)σχετικά με το προφίλ του Έλληνα καταναλωτή προϊόντων Fair Trade, τα αποτελέσματα έχουν ως ακολούθως:

- Σημαντικότερο πρόβλημα είναι η διαθεσιμότητα των προϊόντων. Ο Έλληνας επιθυμεί τα προϊόντα Fair Trade στο Super Market.
- Οι πληροφορίες πάνω στο προϊόν είναι ο επικρατέστερος τρόπος ενημέρωσης.
- Η κύρια ανησυχία για τον καταναλωτή είναι η Προστασία του Περιβάλλοντος.

msmfull.aueb. 2008. Προφίλ του Έλληνα καταναλωτή προϊόντων Fair Trade. Διαθέσιμο on line στο : <http://www.msmfull.aueb.gr/programma/diplomatikesmsm5.php>.

3.5. Ηθικός τουρισμός

Ηθικός Τουρισμός θεωρείται ο τουρισμός με επίγνωση. Επίγνωση του αντίκτυπου του ταξιδιώτη στον κόσμο αλλά και επίγνωση των ευθυνών που έχει απέναντι σε αυτόν. Η επιλογή των προορισμών του ηθικού ταξιδιώτη βασίζεται στην διάκριση των χωρών που διαπρέπουν σε ηθικά ζητήματα, αλλά και στον θετικό αντίκτυπο που θα έχει στην χώρα η τουριστική της ανάπτυξη. Σκοπός του ηθικού ταξιδιώτη είναι να επωφεληθεί ο προορισμός από την επίσκεψή του. Και τα οφέλη αυτά να διαμοιραστούν στο σύνολο της κοινωνίας που λειτουργεί εκεί. Ο Ηθικός Τουρισμός και το παρακλάδι του ο Πράσινος Τουρισμός σημειώνουν ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, απόδειξη του μεγάλου ρόλου που θέλει και μπορεί να παίξει ο ταξιδιώτης σήμερα, καθώς και της μεγάλης δύναμης της τουριστικής βιομηχανίας.

Mbatourism (2009). Οι 10 Δημοφιλέστεροι Προορισμοί για το 2010 και ο Ηθικός Τουρισμός.

Διαθέσιμο on line στο :

http://www.mbatourism.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=168&Itemid=3.

Αναρτήθηκε στις 11/12/2009.

3.5.2 Προφίλ του ηθικού τουρίστα

Σύμφωνα με προηγούμενες μελέτες ως **ηθικοί τουρίστες** χαρακτηρίζονται οι περισσότεροι τουρίστες που επιθυμούν να επισκεφτούν την ύπαιθρο για λόγους αναψυχής ή εκπαιδευτικούς. Μεγάλο κομμάτι του γενικού τουριστικού προϊόντος βασίζεται σε προορισμούς με μοναδική φυσική ομορφιά. Αυτό όμως δε συνεπάγεται ότι όλοι οι επισκέπτες των προορισμών αυτών εμπλέκονται ενεργά σε κάποια δραστηριότητα στην ύπαιθρο. Έτσι αναφέρεται πως το ένα τρίτο των επισκεπτών της υπαίθρου παραμένει ανενεργό, ενώ τα δύο τρίτα ασχολούνται με δραστηριότητες όπως το κυνήγι και το ψάρεμα, διάφορα σπορ και δραστηριότητες υπαίθρου, κάμπινγκ, γκολφ κ.α. Οι ηθικοί τουρίστες ανήκουν σε τμήμα του πληθυσμού που έχει ταξιδέψει αρκετά. Αναζητούν την ποιότητα, την αυθεντικότητα και την επαφή με τους ανθρώπους του τόπου που επισκέπτονται. Αποφεύγουν να ταξιδεύουν σε μεγάλες ομάδες. Ο ηθικός τουρίστας είναι ενημερωμένος και συνειδητοποιημένος επισκέπτης, ο οποίος αναζητά το ποιοτικό αντί του φθηνού, τα αγνά υλικά και προάγοντα γαστρονομίας αντί της

βιομηχανοποιημένης πολυτέλειας.

Οι ηθικοί τουρίστες είναι συνήθως άτομα ηλικίας μεταξύ 35 – 54 ετών και η πλειοψηφία τους είναι απόφοιτοι ανωτέρων και ανωτάτων σχολών. Έχουν μέσο ή υψηλό εισόδημα και συνήθως προέρχονται από αστικά κέντρα (Wood, 2002). Τους ενδιαφέρει να εξερευνήσουν νέα τοπία και να έρθουν σε άμεση επαφή με τη φύση και τον πολιτισμό. Ψάχνουν για μικρές τοποθεσίες παρά για διεθνώς γνωστά και πολυσύχναστα μέρη. Χαρακτηριστικό αυτού του προφίλ τουριστών είναι πως μεγάλη πλειοψηφία αυτών είναι διατεθειμένη να πληρώσει το τίμημα της πληροφόρησης και της προστασίας του περιβάλλοντος.

Dramanet (2007) . Μελέτη εξειδίκευσης σχεδίου ανάπτυξης οικοτουρισμού (προώθηση, διαδρομές, υπηρεσίες) και ενεργειών διαχείρισης επισκεπτών και περιβάλλοντος. Διαθέσιμο on line στο <http://www.dramanet.gr/Documents/Μελέτες/Μελέτη%20Οικοτουρισμού%20Δράμας2007.pdf>. Αναρτήθηκε στις 12/2007.

3.5.3 Ηθικός τουρισμός στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια βλέπουμε ότι και στην Ελλάδα έχει αρχίσει να αναπτύσσεται ο ηθικός τουρισμός και συγχρόνως διαπιστώνεται ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον τόσο από την ίδια την πολιτεία όσο και από την τοπική αυτοδιοίκηση. Αυτό το ενδιαφέρον έχει δημιουργηθεί από την ανάγκη αλλαγής του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, ώστε να μπορέσει να ανταπεξέλθει στη σύγχρονη διαφοροποιημένη τουριστική ζήτηση.

Ο έντονος ανταγωνισμός που αντιμετωπίζει η χώρα μας από γειτονικούς μεσογειακούς προορισμούς, όπως Ισπανία, Ιταλία, κλπ, η άνοδος της φθηνής Τουρκίας ως σημαντικού ανταγωνιστή, η απουσία για χρόνια μιας συντονισμένης τουριστικής πολιτικής και διαφημιστικής εκστρατείας, η όποια αν και καθυστερημένα προσπαθεί να αντιμετωπιστεί τώρα από το Υπουργείο Τουρισμού, όπως επίσης και επιβράδυνση της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας από μη οικονομικούς λόγους (τρομοκρατία, τσουνάμι, πολέμους), κάνουν επιτακτική την ανάγκη διαφοροποίησης του προσφερόμενου προϊόντος. Από τα παραπάνω διαπιστώνουμε ότι το πρότυπο του μαζικού τουρισμού που υπάρχει στην Ελλάδα δεν επαρκεί πλέον για να καλύψει την σύγχρονη τουριστική ζήτηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Μποϊκοτάζ

4.1 Ορισμός Μποϊκοτάζ- Boycott

Μποϊκοτάζ-(Boycott)

A boycott is a coordinated effort to avoid purchasing goods and services from a particular company or person. Boycotts are designed to exert pressure on companies, forcing them to reform their ways in a way which satisfies the people involved in the boycott. The labor and civil rights movements have both used boycotts extensively as political tools.

<http://www.wisegeek.com/what-is-a-boycott.htm>

Το μποϊκοτάζ είναι μια συντονισμένη προσπάθεια αποφυγής αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών από μια συγκεκριμένη εταιρεία ή ιδιώτη. Το μποϊκοτάζ σχεδιάστηκε ώστε να ασκήσει πίεση στις εταιρίες, για να αναθεωρήσουν τους τρόπους λειτουργίας τους, με τρόπο ο οποίος να ικανοποιεί τους ανθρώπους που εμπλέκονται στο μποϊκοτάζ . Τα εργατικά και αστικά κινήματα έχουν χρησιμοποιήσει εκτενώς τα μποϊκοτάζ ως πολιτικά εργαλεία.

4.2 Αιτίες του μποϊκοτάζ

Με βάση την βιβλιογραφική έρευνα που πραγματοποιήσαμε οι κυριότεροι λόγοι που ωθούν τους καταναλωτές σε μποϊκοτάζ είναι οι εξής:

- Η Τιμή.
- Καταπάτηση των ανθρώπινων δικαιωμάτων.
- Η καταστροφή του περιβάλλοντος.
- Η πραγματοποίηση πειραμάτων πάνω σε ζώα.

4.3 Στόχος-σκοπός του μποϊκοτάζ

Ο στόχος του μποϊκοτάζ είναι ο εξής: Αφού μια επιχείρηση αποδεικνύεται διεφθαρμένη, ή ό,τι άλλο, οι καταναλωτές με κάποιο τρόπο την «τιμωρούν» αποφεύγοντας να αγοράσουν τα προϊόντα της. Οι θεσμικές τιμωρίες δεν είναι αρκετές, ούτε αποτελεσματικές τόσο ώστε να ικανοποιήσουν τους πολίτες εκείνους που αισθάνονται ή είναι εξαπατημένοι. Οι πολίτες αυτοί αποφασίζουν κατά κάποιο τρόπο να πάρουν την υπόθεση της δικαιοσύνης στα χέρια τους, παράλληλα με το κράτος, απαρτίζοντας νέους θεσμούς ή τις καταναλωτικές ενώσεις. Σε πολλές περιπτώσεις, η τελική λύση του καταναλωτικού μποϊκοτάζ απολαμβάνει ευρείας αποδοχής, όταν το λεγόμενο κοινό αίσθημα έχει προσβληθεί βάνουσα από καταφανείς παρανομίες. Άλλες φορές πάλι, το μποϊκοτάζ διχάζει.

[andriotakis.wordpress](http://andriotakis.wordpress.com) (2008). Υπόθεση εργασίας: καταναλωτικό μποϊκοτάζ της Siemens. Διαθέσιμο on line στο: <http://tinyurl.com/6b2nfuh>. Αναρτήθηκε στις 21/02/2008.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Είδος δημοσκόπησης: Ως μέθοδος συγκέντρωσης πρωτογενών στοιχείων επιλέχθηκε η δημοσκόπηση ,με προσωπική συνέντευξη και με όργανο ένα δομημένο ερωτηματολόγιο.

Γεωγραφική Έκταση.Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στις περιοχές των Δήμων Καλαμαριάς, Συκεών και Αγίου Παύλου και σε οικοδομικά τετράγωνα που επελέγησαν με βάση Πίνακες Τυχαίων Αριθμών :

Καλαμαριά στις οδούς: Εθν.Αντίστασης-Μεγ.Αλεξάνδρου-Καραβαγγέλη-Χατζηπαναγιωτίδη, (Κωδ.3505), Μυστακίδου-Προύσης-Πασαλίδη-Μαρμαρά (Κωδ.3467)Παπαδιαμάντη-Καυκάσου-Κεραμοπούλου Φλέμινγκ(κωδ.3854),Περικλέους-Αντιστάσεως-Σωκράτους-Πλουτάρχου(κωδ.6403),Ραγκάδη-Σωκράτους-Ιπποκράτους-Περικλέους (κωδ.6336).

Συκεών στις οδούς : Θηβών-Σουλίου-Κρήτης-ΡήγαΦεραίου,(κωδ.2279),

Παπαναστασίου-Βελδεμίρη-Παπαδοπούλου-Παρασκευά(κωδ.2436)

Αγίου Παύλου στις οδούς : Θερμοπυλών-Άρτης-Τζαβέλλα-Ηπείρου (κωδ.2668).

Χρόνος διεξαγωγής : Ως χρόνος διεξαγωγής της συνέντευξης ορίζονται οι ημερομηνίες 15-20 Οκτωβρίου και 4-6 Νοεμβρίου 2010.

Ώρες απογραφής: Πρωί 10:30-13:00 και απόγευμα 18:00-21:00

Η διάρκεια διεξαγωγής της συνέντευξης ήταν ένα μήνα.

Μονάδα πληθυσμού: Μονάδα πληθυσμού είναι το ένα νοικοκυριό που διαμένει σε οικία που βρίσκεται στην περιοχή της Καλαμαριάς, των Συκεών και του Αγίου Παύλου.

Μονάδα δειγματοληψίας: Μονάδα δειγματοληψίας αποτέλεσε ο ένας ένοικος από κάθε νοικοκυριό που βρίσκεται στην περιοχή της Καλαμαριάς, των Συκεών και του Αγίου Παύλου.

Μέγεθος δείγματος: Το μέγεθος του δείγματος ορίσθηκε σε 120 νοικοκυριά.

Μέθοδος Δειγματοληψίας: Η μέθοδος δειγματοληψίας που εφαρμόσθηκε ήταν η δειγματοληψία κατά περιοχές(Area) σε ένα στάδιο (Τηλικίδου,2008,σ.99) .

5.2.Περιεχόμενο Ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο έχει δημιουργηθεί από τις κ.Τηλικίδου και κ.Δελησταύρου για τις ανάγκες της συγκεκριμένης έρευνας.

Η 1η ερώτηση είναι διχοτομική ερώτηση, μεταβλητή συμπεριφοράς **«Συμμετοχή σε μποϊκοτάζ στο Παρελθόν»** και μετράται σε κλίμακα ΝΑΙ – ΟΧΙ, βρίσκεται σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης.

Η 2η ερώτηση είναι ανοιχτή ερώτηση πολλαπλής απάντησης και έχει δύο σκέλη. Το πρώτο σκέλος (PB1-PB5) είναι μεταβλητή συμπεριφοράς **«Συμμετοχή σε Συγκεκριμένα Μποϊκοτάζ»**. Το δεύτερο σκέλος (PR1-PR5) **«Αιτίες Μποϊκοτάζ»** αφορά στους λόγους που οδήγησαν σε μποϊκοτάζ, και μετράται σε ονομαστικό επίπεδο.

Η 3η ερώτηση είναι ανοιχτή ερώτηση πολλαπλής απάντησης. Είναι μεταβλητή γνώσης **«Γνώση Μποϊκοτάζ»** και αφορά στη γνώση των εκκλήσεων για μποϊκοτάζ για συγκεκριμένα προϊόντα που απευθύνονται στους Έλληνες καταναλωτές την τρέχουσα περίοδο. Μετράται σε ονομαστικό επίπεδο.

Η 4η ερώτηση είναι μεταβλητή συμπεριφοράς **«Συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ στο Παρόν»** και αποτελείται από δύο σκέλη. Το πρώτο σκέλος μετράται σε κλίμακα ΝΑΙ – ΟΧΙ στο πρώτο σκέλος και το δεύτερο σκέλος αποτελεί ανοιχτή ερώτηση ,μετράται σε ονομαστικό επίπεδο .

Η 5η ερώτηση αφορά σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή συμπεριφοράς **«Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός»** Μετριέται σε κλίμακα ΝΑΙ – ΟΧΙ, και βρίσκεται σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης.

Η 6η ερώτηση αναφέρεται σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή πρόθεσης συμπεριφοράς **«Πρόθεση Συμμετοχής σε Μπουϊκοτάζ»**.Μετριέται σε κλίμακα πιθανότητας 5 σημείων με επικεφαλίδες : Καθόλου, Λίγο, Αρκετά, Πολύ, Πάρα Πολύ και είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης.

Η 7η ερώτηση αναφέρεται σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή πρόθεσης συμπεριφοράς **«Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού»**.Μετριέται σε κλίμακα πιθανότητας 5 σημείων με επικεφαλίδες : Καθόλου, Λίγο, Αρκετά, Πολύ, Πάρα Πολύ και είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης.

Η 8η ερώτηση βασίζεται σε υποθετικό σενάριο. Η ερώτηση έχει δύο σκέλη. Το πρώτο σκέλος είναι μεταβλητή στάσεων **«Αξιολόγηση Ξενοδοχείων»** βάση δεδομένων χαρακτηριστικών και μετράται σε κλίμακα αξιολόγησης, επίσης μετράται σε τακτικό επίπεδο. Το δεύτερο σκέλος είναι μεταβλητή πρόθεσης συμπεριφοράς **«Πρόθεση Μπουϊκοτάζ Ξενοδοχείων»** μετράται σε κλίμακα ΝΑΙ – ΟΧΙ, και είναι σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης.

Η 9η ερώτηση αφορά ομάδα δημογραφικών χαρακτηριστικών τα οποία έχουν κατασκευασθεί από τις κ. Τηλικίδου και Δελησταύρου με βάση τις κλίμακες της ΕΣΥΕ.

Η ερώτηση 9α είναι ανεξάρτητη μεταβλητή με ονομασία “φύλο” και μετράται σε κλίμακα δυο επιπέδων , επίσης μετράται σε ονομαστικό επίπεδο.

Η ερώτηση 9β είναι ανεξάρτητη μεταβλητή με ονομασία “ηλικία” και μετράται σε τακτικό επίπεδο.

Η ερώτηση 9γ είναι ανεξάρτητη μεταβλητή με ονομασία “το επίπεδο της εκπαίδευσης” και μετράται σε τακτικό επίπεδο.

Η ερώτηση 9δ είναι ανεξάρτητη μεταβλητή με ονομασία “το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα” και μετράται σε τακτικό επίπεδο.

Η ερώτηση 9ε είναι ανεξάρτητη μεταβλητή με ονομασία “επάγγελμα” και μετράται σε ονομαστικό επίπεδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Αποτελέσματα

Για την επεξεργασία των στοιχείων-πινάκων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο Spss17 και η διαδικασία για τον έλεγχο μιας υπόθεσης που ακολουθήθηκε για τους πίνακες διπλής εισόδου ήταν η εξής:

- Διατυπώθηκε η λεγόμενη “μηδενική” υπόθεση (null hypothesis) και η εναλλακτική της.
- Επιλέχθηκε το “στατιστικό του ελέγχου” (test statistic.)
- Υπολογίστηκε το “στατιστικό του ελέγχου” για το συγκεκριμένο δείγμα .
- Ορίστηκε το παρατηρηθέν “επίπεδο σημαντικότητας” (0,05), για να δούμε αν η μηδενική υπόθεση αληθεύει. Αν το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας είναι αρκετά μικρό ,από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας ,τότε απορρίπτεται η μηδενική υπόθεση και γίνεται δεκτή η εναλλακτική.

ΜΟΝΟΔΙΑΣΤΑΤΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1

Συμμετοχή σε μμποϊκοτάζ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	88	73,3	73,3	73,3
	ΝΑΙ	32	26,7	26,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως φαίνεται στον πίνακα 1, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (73,3%) απάντησε πως δεν έχουν συμμετάσχει σε μμποϊκοτάζ προϊόντων ή υπηρεσιών .

Πίνακας 2

Αναφορά προϊόντος ή υπηρεσίας					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ	4	3,3	12,5	12,5
	Γάλα	5	4,2	15,6	28,1
	Γερμανικά προϊόντα	3	2,5	9,4	37,5
	Εισαγόμενα προϊόντα	2	1,7	6,3	43,8
	Καφετέριες-Μπαρ	1	,8	3,1	46,9
	Κινέζικα προϊόντα	3	2,5	9,4	56,3
	Κρέας	2	1,7	6,3	62,5
	Τρόφιμα-ποτά	2	1,7	6,3	68,8
	Coca cola	4	3,3	12,5	81,3
	Camel-Marlboro	1	,8	3,1	84,4
	κ.ά.αμερικάνικα τσιγάρα				

	Nestle	2	1,7	6,3	90,6
	Unilever	1	,8	3,1	93,8
	Άλλα	2	1,7	6,3	100,0
	Total	32	26,7	100,0	
Missing	System	88	73,3		
	Total	120	100,0		

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 2, παρατηρούμε ότι οι ερωτηθέντες που έχουν συμμετάσχει σε μπόϊκοτάζ (26,7%) , το 15% των ερωτηθέντων μπόϊκοτάρει το γάλα, το 12,5% σε Αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ και το 9,4% σε Γερμανικά προϊόντα.

Πίνακας 3

Αιτία για μπόϊκοτάζ προϊόντος ή υπηρεσίας					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Βλάπτουν το περιβάλλον.	1	,8	3,1	3,1
	Έχουν εμπλακεί σε σκάνδαλα σχετικά με την ασφάλεια των προϊόντων	1	,8	3,1	6,3
	Χρησιμοποιούν γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς.	2	1,7	6,3	12,5
	Χρησιμοποιούν παιδική εργασία.	1	,8	3,1	15,6
	Ορίζουν υπερβολικά υψηλές τιμές.	10	8,3	31,3	46,9
	Άλλοι λόγοι.	17	14,2	53,1	100,0
	Total		32	26,7	100,0
Missing	System	88	73,3		
	Total	120	100,0		

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 3, βλέπουμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε

πως η αιτία που ωθούν τους καταναλωτές σε μπουϊκοτάζ είναι οι υπερβολικά υψηλές τιμές (31,3%), ενώ ένα μεγάλο κομμάτι του δείγματος απάντησε για άλλους λόγους (53,1%).

Πίνακας 4

Προτροπή για μπουϊκοτάζ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	103	85,8	85,8	85,8
	ΝΑΙ	17	14,2	14,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 4, διαπιστώνουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν γνωρίζει αν υπάρχουν προτροπές την τρέχουσα περίοδο για μπουϊκοτάζ προς τους Έλληνες καταναλωτές (85,8%).

Πίνακας 5

Προϊόντα ,προτροπή για μπουϊκοτάζ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Γερμανικά προϊόντα	4	3,3	23,5	23,5
	Εισαγόμενα προϊόντα	9	7,5	52,9	76,5
	Κινέζικα προϊόντα	1	,8	5,9	82,4
	Τρόφιμα-ποτά	1	,8	5,9	88,2
	Coca cola	1	,8	5,9	94,1
	Nestle	1	,8	5,9	100,0
	Total		17	14,2	100,0
Missing	System	103	85,8		
	Total	120	100,0		

ΣΧΟΛΙΑ: Σε σχέση με τον παραπάνω πίνακα (πίνακας 4), διαπιστώνουμε ότι οι ερωτηθέντες που γνωρίζουν πως υπάρχουν προτροπές για μπουϊκοτάζ την τρέχουσα

περίοδο, στην πλειοψηφία τους απάντησαν πως η προτροπή είναι τα εισαγόμενα προϊόντα(52,9%).

Πίνακας 6

Συμμετοχή σε μμποϊκοτάζ την τρέχουσα περίοδο					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	113	94,2	94,2	94,2
	NAI	7	5,8	5,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων δεν συμμετέχει την τρέχουσα περίοδο σε μμποϊκοτάζ(94,2%).

Πίνακας 7

Προϊόντα ή υπηρεσίες στην τρέχουσα περίοδο					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Γερμανικά προϊόντα	2	1,7	28,6	28,6
	Εισαγόμενα προϊόντα	4	3,3	57,1	85,7
	Τρόφιμα-ποτά	1	,8	14,3	100,0
	Total	7	5,8	100,0	
Missing	System	113	94,2		
	Total	120	100,0		

ΣΧΟΛΙΑ: Από τους ερωτηθέντες που συμμετέχουν την τρέχουσα περίοδο σε μμποϊκοτάζ (5,8%) , το (57,1%) κάνει μμποϊκοτάζ σε εισαγόμενα προϊόντα.

Πίνακας 8

Διαμαρτυρίες που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	79	65,8	65,8	65,8
	NAI	41	34,2	34,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Στη συνέχεια οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν αν έχουν συμμετάσχει σε ενέργειες διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού. Παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν έχει συμμετάσχει σε διαμαρτυρίες που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος (65,8%).

Πίνακας 9

Εκδηλώσεις του δικαίου εμπορίου					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	108	90,0	90,0	90,0
	NAI	12	10,0	10,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Επίσης, σε εκδηλώσεις του δικαίου εμπορίου έχει συμμετάσχει μόνο το 10% των ερωτηθέντων.

Πίνακας 10

Πολεμικές ή αντιρατσιστικές εκδηλώσεις					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	67	55,8	55,8	55,8
	NAI	53	44,2	44,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Παράλληλα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν έχει συμμετάσχει σε πολεμικές ή αντιρατσιστικές διαδηλώσεις.

Πίνακας 11

Διαμαρτυρία για εργασιακά δικαιώματα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	58	48,3	48,3	48,3
	NAI	62	51,7	51,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Το (51,7%) των ερωτηθέντων του δείγματος έχει συμμετάσχει σε διαμαρτυρία για εργασιακά δικαιώματα.

Πίνακας 12

Ημέρα χωρίς αυτοκίνητο					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	84	70,0	70,0	70,0
	NAI	36	30,0	30,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (70%) δεν έχει συμμετάσχει στην ημέρα χωρίς αυτοκίνητο.

Πίνακας 13

Ημέρα χωρίς ψώνια					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	77	64,2	64,2	64,2
	NAI	43	35,8	35,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (64,2%) δεν έχει συμμετάσχει στην ημέρα χωρίς ψώνια.

Πίνακας 14

Ώρα της γης					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	44	36,7	36,7	36,7
	NAI	76	63,3	63,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων του δείγματος(63,3%) έχει συμμετάσχει στην ώρα της γης.

Πίνακας 15

Εθελοντική εργασία					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	101	84,2	84,2	84,2
	NAI	19	15,8	15,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος δεν έχει συμμετάσχει σε εθελοντική εργασία με ποσοστό 84,2%.

Πίνακας 16

Αναδασώσεις					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	113	94,2	94,2	94,2
	NAI	7	5,8	5,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Επίσης, η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος (94,2%) δεν έχει συμμετάσχει σε αναδασώσεις .

Πίνακας 17

Συλλογή υπογραφών κατά κυβερνήσεων					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	97	80,8	80,8	80,8
	NAI	23	19,2	19,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (80,8%) δεν έχει συμμετάσχει σε συλλογή υπογραφών κατά κυβερνήσεων.

Πίνακας 18

Διάδοση μηνυμάτων μέσω διαδικτύου					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	85	70,8	70,8	70,8
	NAI	35	29,2	29,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (70,8%) δεν έχει συμμετάσχει σε διάδοση μηνυμάτων για ηθική κατανάλωση.

Πίνακας 19

Οικονομικές εξορμήσεις					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	109	90,8	90,8	90,8
	NAI	11	9,2	9,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Το δείγμα απαντάει ακραία και οι ερωτηθέντες δεν έχουν συμμετάσχει σε οικονομικές εξορμήσεις (90,8%).

Πίνακας 20

Ομάδες συζήτησης μέσω internet					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	85	70,8	70,8	70,8
	NAI	35	29,2	29,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν έχει συμμετάσχει σε ομάδες συζήτησης μέσω internet για θέματα ηθικής κατανάλωσης(70,8%).

Πίνακας 21

Διάβασμα σε blogs					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	72	60,0	60,0	60,0
	ΝΑΙ	48	40,0	40,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων διαβάζει και γράφει σε ανάλογα blogs στο διαδίκτυο με ποσοστό 60% όσον αφορά την ηθική κατανάλωση.

Πίνακας 22

Διεκδίκηση παλαιών στρατοπέδων					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
		101	84,2	84,2	84,2
		19	15,8	15,8	100,0
		120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Το δείγμα απαντάει ακραία και μόλις το 84,2% των ερωτηθέντων έχει συμμετάσχει σε εκδηλώσεις για την διεκδίκηση παλαιών στρατοπέδων.

Πίνακας 23

Βλάπτουν σοβαρά το περιβάλλον					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	1	,8	,8	,8
	Λίγο	3	2,5	2,5	3,3
	Αρκετά	32	26,7	26,7	30,0
	Πολύ	59	49,2	49,2	79,2
	Πάρα πολύ	25	20,8	20,8	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Το αποτέλεσμα της ερώτησης που τέθηκε στους ερωτηθέντες σχετικά με το πόσο πιθανό είναι να μποϊκοτάρουν στο μέλλον τις μάρκες των προϊόντων που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν βλάπτουν σοβαρά το περιβάλλον, οι ερωτηθέντες απάντησαν πως είναι πολύ πιθανό να μποϊκοτάρουν (49,2%).

Πίνακας 24

Εμπλοκή σε οικονομικά σκάνδαλα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	2	1,7	1,7	1,7
	Λίγο	8	6,7	6,7	8,3
	Αρκετά	48	40,0	40,0	48,3
	Πολύ	47	39,2	39,2	87,5
	Πάρα πολύ	15	12,5	12,5	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Παρατηρώντας τον πίνακα 24, διαπιστώνουμε πως οι περισσότεροι ερωτηθέντες (40%) απάντησαν πως είναι αρκετά πιθανό να μποϊκοτάρουν στο μέλλον τις μάρκες των προϊόντων που συνήθιζαν να αγοράζουν εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν έχουν εμπλακεί σε οικονομικά σκάνδαλα. Επίσης το 39,2% είναι πολύ πιθανό να μποϊκοτάρουν στο μέλλον.

Πίνακας 25

Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	1	,8	,8	,8
	Λίγο	1	,8	,8	1,7
	Αρκετά	33	27,5	27,5	29,2
	Πολύ	39	32,5	32,5	61,7
	Πάρα πολύ	46	38,3	38,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Επίσης, όπως φαίνεται στον πίνακα 25, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (80,5%) απάντησε πως είναι πολύ έως πάρα πολύ πιθανό να κάνουν μποϊκοτάζ σε εταιρείες που έχουν εμπλακεί σε σκάνδαλα σχετικά με την ασφάλεια των προϊόντων τους.

Πίνακας 26

Χρήση παιδικής εργασίας					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	2	1,7	1,7	1,7
	Λίγο	1	,8	,8	2,5
	Αρκετά	12	10,0	10,0	12,5
	Πολύ	45	37,5	37,5	50,0
	Πάρα πολύ	60	50,0	50,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Εξίσου, ο πίνακας αυτός δείχνει ότι οι πιο πολύ ερωτηθέντες (50%) απάντησαν πως είναι πάρα πολύ πιθανό να μποϊκοτάρουν στο μέλλον τις μάρκες των προϊόντων που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν χρησιμοποιούν παιδική εργασία.

Πίνακας 27

Πειράματα σε ζώα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	1	,8	,8	,8
	Λίγο	12	10,0	10,0	10,8
	Αρκετά	18	15,0	15,0	25,8
	Πολύ	49	40,8	40,8	66,7
	Πάρα πολύ	40	33,3	33,3	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Ακόμη, το 40,8% του δείγματος είναι πολύ πιθανό να μποϊκοτάρουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα διαθέτουν/παράγουν πραγματοποιούν πειράματα πάνω σε ζώα.

Πίνακας 28

Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	1	,8	,8	,8
	Λίγο	4	3,3	3,3	4,2
	Αρκετά	21	17,5	17,5	21,7
	Πολύ	45	37,5	37,5	59,2
	Πάρα πολύ	49	40,8	40,8	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων (78,3%) απάντησε πως είναι πολύ έως πάρα πολύ πιθανό να μποϊκοτάρουν τις επιχειρήσεις που εμπλέκονται σε ιδιαίτερα βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους. Ενώ ελάχιστοι από τους ερωτηθέντες (17,5%) δεν θα μποϊκόταραν τις επιχειρήσεις αυτές στο μέλλον.

Πίνακας 29

Οικονομική στήριξη σε πολέμους					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	2	1,7	1,7	1,7
	Λίγο	14	11,7	11,7	13,3
	Αρκετά	48	40,0	40,0	53,3
	Πολύ	40	33,3	33,3	86,7
	Πάρα πολύ	16	13,3	13,3	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Σε αυτόν τον πίνακα διαπιστώνουμε πως είναι αρκετά πιθανό από τους ερωτηθέντες (40%) να μποϊκοτάρουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι εταιρείες που συνήθιζαν να αγοράζουν τα προϊόντα τους, στηρίζουν οικονομικά κυβερνήσεις που εμπλέκονται σε πολέμους. Εξίσου, το 33,3% των ερωτηθέντων είναι πολύ πιθανό να μποϊκοτάρουν σε μια τέτοια κίνηση. Ενώ ένα μικρό ποσοστό (13,3%) των ερωτηθέντων είναι πάρα πολύ πιθανό να κάνουν μποϊκοτάζ.

Πίνακας 30

Εχθρικά προς τη χώρα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	8	6,7	6,7	6,7
	Λίγο	18	15,0	15,0	21,7
	Αρκετά	46	38,3	38,3	60,0
	Πολύ	32	26,7	26,7	86,7
	Πάρα πολύ	16	13,3	13,3	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Παρατηρούμε ότι το 38,3% των ερωτηθέντων απάντησε πως είναι αρκετά πιθανό να μποϊκοτάρουν στο μέλλον, τις εταιρείες που είναι συμφερόντων εχθρικών προς τη χώρα μας. Ακόμη το 26,7% των ερωτηθέντων απάντησε πως είναι πολύ πιθανό να προβούν σε τέτοια κίνηση, ενώ το 15% των ερωτώμενων απάντησε πως είναι λίγο πιθανό να μποϊκοτάρουν τις εταιρείες αυτές στο μέλλον.

Πίνακας 31

Κερδοσκοπούν υπερβολικά και ασύδοτα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	4	3,3	3,3	3,3
	Λίγο	5	4,2	4,2	7,5
	Αρκετά	48	40,0	40,0	47,5
	Πολύ	38	31,7	31,7	79,2
	Πάρα πολύ	25	20,8	20,8	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως δείχνει ο πίνακας 31, η πλειονότητα των ερωτηθέντων (40%) είναι αρκετά πιθανό να μποϊκοτάρουν στο μέλλον τις μάρκες των προϊόντων που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν κερδοσκοπούν υπερβολικά και ασύδοτα. Επιπλέον το 31,7% των ερωτηθέντων είναι πολύ πιθανό να προβούν σε τέτοια κίνηση, ενώ το 20,8% των ερωτηθέντων απάντησε πως είναι πάρα πολύ πιθανό να μποϊκοτάρουν στο μέλλον τις εταιρείες αυτές.

Πίνακας 32

Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μποϊκοτάζ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	2	1,7	1,7	1,7
	Λίγο	11	9,2	9,2	10,8
	Αρκετά	38	31,7	31,7	42,5
	Πολύ	52	43,3	43,3	85,8
	Πάρα πολύ	17	14,2	14,2	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως βλέπουμε στον πίνακα 32, η πλειονότητα των ερωτηθέντων (43,3%) απάντησε πως είναι πολύ πιθανό να προβούν σε συζητήσεις με τους φίλους και γνωστούς για συμμετοχή σε μποϊκοτάζ των ανήθικων επιχειρήσεων. Επιπλέον, το 31,7% των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι αρκετά πιθανό να προβούν σε μποϊκοτάζ. Τέλος το 14,5% των ερωτώμενων απάντησε πως είναι πάρα πολύ πιθανό

να μη συμμετάσχουν σε μπουϊκοτάζ των προϊόντων εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων.

Πίνακας 33

Συλλογή υπογραφών					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	36	30,0	30,0	30,0
	Λίγο	36	30,0	30,0	60,0
	Αρκετά	31	25,8	25,8	85,8
	Πολύ	15	12,5	12,5	98,3
	Πάρα πολύ	2	1,7	1,7	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Παρατηρώντας τον πίνακα 33, διαπιστώνουμε πως το 60% των ερωτηθέντων είναι λίγο έως καθόλου πιθανό να συμμετάσχουν σε συλλογή υπογραφών διαμαρτυρίας, εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων. Ακόμη το 25,8% των ερωτώμενων απάντησε πως είναι αρκετά πιθανό να προβούν στην ίδια ενέργεια.

Πίνακας 34

Διάδοση μηνυμάτων μέσω διαδικτύου ή κινητού τηλεφώνου					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	52	43,3	43,3	43,3
	Λίγο	11	9,2	9,2	52,5
	Αρκετά	21	17,5	17,5	70,0
	Πολύ	24	20,0	20,0	90,0
	Πάρα πολύ	12	10,0	10,0	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Επίσης, όταν οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν πόσο πιθανό είναι να διαδώσουν μηνύματα μέσω διαδικτύου ή κινητού τηλεφώνου εναντίον των ανήθικων

επιχειρήσεων ,η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (43,3%) απάντησε πως είναι καθόλου πιθανό, ενώ το 20% των ερωτηθέντων απάντησε πως είναι πολύ πιθανό να προβούν στην ίδια ενέργεια.

Πίνακας 35

Διάβασμα και γράψιμο σε blogs					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	52	43,3	43,3	43,3
	Λίγο	12	10,0	10,0	53,3
	Αρκετά	24	20,0	20,0	73,3
	Πολύ	18	15,0	15,0	88,3
	Πάρα πολύ	14	11,7	11,7	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Εκ παραλλήλου, παρατηρούμε πως το 43,3% των ερωτηθέντων απάντησε πως είναι καθόλου πιθανό να διαβάσουν και να γράψουν σε blogs στο διαδίκτυο εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων, ενώ το 20% των ερωτηθέντων απάντησε πως είναι αρκετά πιθανό να προβούν στην ίδια ενέργεια.

Πίνακας 36

Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	25	20,8	20,8	20,8
	Λίγο	38	31,7	31,7	52,5
	Αρκετά	34	28,3	28,3	80,8
	Πολύ	20	16,7	16,7	97,5
	Πάρα πολύ	3	2,5	2,5	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 36 , παρατηρούμε ότι το 31,7% των ερωτηθέντων απάντησε πως είναι λίγο πιθανό να συμμετάσχουν σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας, εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων. Ακόμη, το 28,3% των ερωτηθέντων απάντησε πως είναι αρκετά πιθανό να προβούν στην ίδια ενέργεια, ενώ το 16,7% των ερωτηθέντων απάντησε πως είναι πολύ πιθανό να προβούν σε μια τέτοια κίνηση.

Πίνακας 37

Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	75	62,5	62,5	62,5
	Λίγο	30	25,0	25,0	87,5
	Αρκετά	11	9,2	9,2	96,7
	Πολύ	3	2,5	2,5	99,2
	Πάρα πολύ	1	,8	,8	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 37, βλέπουμε πως η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (62,5%) απάντησε πως είναι καθόλου πιθανό να δημιουργήσουν και να οργανώσουν ομάδες διαμαρτυρίας εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων.

Πίνακας 38

700 διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	32	26,7	26,7	26,7
	1,00	2	1,7	1,7	28,3
	2,00	4	3,3	3,3	31,7
	3,00	1	,8	,8	32,5
	4,00	3	2,5	2,5	35,0
	5,00	10	8,3	8,3	43,3
	6,00	6	5,0	5,0	48,3
	7,00	5	4,2	4,2	52,5
	8,00	13	10,8	10,8	63,3
	9,00	7	5,8	5,8	69,2
	10,00	37	30,8	30,8	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Στη συνέχεια, οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να αξιολογήσουν ξενοδοχεία όπου υπάρχουν καταγγελίες για την καταστροφή του περιβάλλοντος και την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων . Από τον πίνακα 38, διαπιστώνουμε πως δεν υπάρχει καταγγελία ούτε για την καταστροφή του περιβάλλοντος ούτε για την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, σε ξενοδοχείο διεθνής αλυσίδας, στο πακέτο των 700€ για ένα 7 ήμερο. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες (30,8%) αξιολόγησαν ότι τους είναι απόλυτα ελκυστικό ενώ το 26,7% των ερωτηθέντων αξιολόγησαν ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό.

Πίνακας 39

700 διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	61	50,8	50,8	50,8
	NAI	59	49,2	49,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Στον παραπάνω πίνακα (πίνακας 38), οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το ξενοδοχείο με βάση το βαθμό ελκυστικότητας του. Όπως φαίνεται στον πίνακα 39 με μια πολύ μικρή διαφορά, οι ερωτηθέντες δεν θα απέρριπταν το ξενοδοχείο αυτό.

Πίνακας 40

Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	65	54,2	54,2	54,2
	1,00	11	9,2	9,2	63,3
	2,00	12	10,0	10,0	73,3
	3,00	10	8,3	8,3	81,7
	4,00	7	5,8	5,8	87,5
	5,00	7	5,8	5,8	93,3
	6,00	5	4,2	4,2	97,5
	7,00	1	,8	,8	98,3
	8,00	1	,8	,8	99,2
	9,00	1	,8	,8	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως φαίνεται στον πίνακα 40, υπάρχει καταγγελία οπού αφορά την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, σε ξενοδοχείο διεθνής αλυσίδας, στο πακέτο των 400€ για ένα 7ήμερο. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (54,2%) αξιολόγησαν ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό.

Πίνακας 41

Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	15	12,5	12,5	12,5
	NAI	105	87,5	87,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Σε σχέση με τον παραπάνω πίνακα (πίνακας 40) η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (87,5%) θα απέρριπτε το ξενοδοχείο αυτό.

Πίνακας 42

Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,400,διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	87	72,5	72,5	72,5
	1,00	6	5,0	5,0	77,5
	2,00	8	6,7	6,7	84,2
	3,00	6	5,0	5,0	89,2
	4,00	2	1,7	1,7	90,8
	5,00	5	4,2	4,2	95,0
	6,00	4	3,3	3,3	98,3
	7,00	1	,8	,8	99,2
	9,00	1	,8	,8	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 42, διαπιστώνουμε πως υπάρχουν καταγγελίες οπου αφορούν την καταστροφή του περιβάλλοντος ή την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, σε ξενοδοχείο διεθνής αλυσίδας στο πακέτο των 400€ για ένα 7ήμερο . Στην πλειοψηφία τους , οι ερωτηθέντες (72,5%) αξιολόγησαν ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό.

Πίνακας 43

Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,400,διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	5	4,2	4,2	4,2
	NAI	115	95,8	95,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Παράλληλα με τον πίνακα 42 ,διαπιστώνουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (95,8%) θα απέρριπτε το ξενοδοχείο αυτό.

Πίνακας 44

Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικός.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	104	86,7	86,7	86,7
	1,00	5	4,2	4,2	90,8
	2,00	4	3,3	3,3	94,2
	3,00	1	,8	,8	95,0
	4,00	1	,8	,8	95,8
	5,00	2	1,7	1,7	97,5
	6,00	1	,8	,8	98,3
	9,00	2	1,7	1,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως βλέπουμε στον πίνακα 44, υπάρχουν καταγγελίες οπου αφορούν την καταστροφή του περιβάλλοντος ή την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, σε τοπικό ξενοδοχείο, στο πακέτο των 700€ για ένα 7ήμερο. Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (86,7%) αξιολόγησε ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό.

Πίνακας 45

Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικός					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	6	5,0	5,0	5,0
	ΝΑΙ	114	95,0	95,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Στον παραπάνω πίνακα (πίνακας 44), οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το ξενοδοχείο με βάση το βαθμό ελκυστικότητας του. Όπως παρατηρούμε στον πίνακα 45 η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (95,0 %) θα απέρριπτε το ξενοδοχείο αυτό.

Πίνακας 46

Καταστροφή του περιβάλλοντος,400,τοπικός					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	59	49,2	49,2	49,2
	1,00	9	7,5	7,5	56,7
	2,00	8	6,7	6,7	63,3
	3,00	9	7,5	7,5	70,8
	4,00	7	5,8	5,8	76,7
	5,00	13	10,8	10,8	87,5
	6,00	7	5,8	5,8	93,3
	7,00	4	3,3	3,3	96,7
	8,00	1	,8	,8	97,5
	9,00	3	2,5	2,5	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως φαίνεται στον πίνακα 46, υπάρχει καταγγελία οπου αφορά την καταστροφή του περιβάλλοντος, σε τοπικό ξενοδοχείο, στο πακέτο των 400€ για ένα 7ήμερο. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων (49,2%) αξιολόγησε ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό.

Πίνακας 47

Καταστροφή του περιβάλλοντος,400,τοπικός					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	34	28,3	28,3	28,3
	NAI	86	71,7	71,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Στον παραπάνω πίνακα (πίνακας 46), οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το ξενοδοχείο με βάση το βαθμό ελκυστικότητας του. Με βάση τον πίνακα 47 οι περισσότεροι ερωτηθέντες (71,7%) θα απέρριπταν το ξενοδοχείο αυτό.

Πίνακας 48

Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	74	61,7	61,7	61,7
	1,00	13	10,8	10,8	72,5
	2,00	11	9,2	9,2	81,7
	3,00	7	5,8	5,8	87,5
	4,00	6	5,0	5,0	92,5
	5,00	2	1,7	1,7	94,2
	6,00	4	3,3	3,3	97,5
	7,00	2	1,7	1,7	99,2
	8,00	1	,8	,8	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως φαίνεται στον πίνακα 48, υπάρχει καταγγελία οπου αφορά την καταστροφή του περιβάλλοντος, σε ξενοδοχείο διεθνής αλυσίδας ,στο πακέτο των 550€ για ένα 7ήμερο. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (61,7%) αξιολόγησε ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό.

Πίνακας 49

Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	20	16,7	16,7	16,7
	NAI	100	83,3	83,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 48, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το ξενοδοχείο με βάση το βαθμό ελκυστικότητας του. Με βάση τον πίνακα 49 διαπιστώνουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων θα απέρριπταν το ξενοδοχείο αυτό.

Πίνακας 50

Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	71	59,2	59,2	59,2
	1,00	12	10,0	10,0	69,2
	2,00	6	5,0	5,0	74,2
	3,00	13	10,8	10,8	85,0
	4,00	9	7,5	7,5	92,5
	5,00	5	4,2	4,2	96,7
	6,00	1	,8	,8	97,5
	7,00	1	,8	,8	98,3
	8,00	1	,8	,8	99,2
	9,00	1	,8	,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως φαίνεται στον πίνακα 50, υπάρχει καταγγελία οπού αφορά την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, σε ξενοδοχείο διεθνής αλυσίδας, στο πακέτο των 550€ για ένα 7ήμερο. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων (59,2%) αξιολόγησε ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό.

Πίνακας 51

Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	11	9,2	9,2	9,2
	ΝΑΙ	109	90,8	90,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Στον παραπάνω πίνακα (πίνακας 50), οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το ξενοδοχείο με βάση το βαθμό ελκυστικότητας του. Σύμφωνα με τον πίνακα 51 διαπιστώνεται ότι οι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων θα απέρριπτε το ξενοδοχείο αυτό.

Πίνακας 52

400,τοπικός					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	2	1,7	1,7	1,7
	1,00	1	,8	,8	2,5
	2,00	1	,8	,8	3,3
	3,00	3	2,5	2,5	5,8
	4,00	1	,8	,8	6,7
	5,00	9	7,5	7,5	14,2
	6,00	6	5,0	5,0	19,2
	7,00	10	8,3	8,3	27,5
	8,00	12	10,0	10,0	37,5
	9,00	8	6,7	6,7	44,2
	10,00	67	55,8	55,8	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Ο πίνακας 52 ,δείχνει ότι δεν υπάρχει καταγγελία ούτε για την καταστροφή

του περιβάλλοντος ούτε για την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, σε τοπικό ξενοδοχείο, στο πακέτο των 400€ για ένα 7 ήμερο. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες (55,8%) αξιολόγησαν ότι τους είναι απόλυτα ελκυστικό.

Πίνακας 53

400,τοπικός					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	99	82,5	82,5	82,5
	ΝΑΙ	21	17,5	17,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Σε σχέση με τον πίνακα 53, σχεδόν όλοι οι ερωτώμενοι δεν θα απέρριπταν το ξενοδοχείο αυτό.

Πίνακας 54

Καταστροφή του περιβάλλοντος,400,διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	65	54,2	54,2	54,2
	1,00	7	5,8	5,8	60,0
	2,00	9	7,5	7,5	67,5
	3,00	10	8,3	8,3	75,8
	4,00	8	6,7	6,7	82,5
	5,00	7	5,8	5,8	88,3
	6,00	9	7,5	7,5	95,8
	7,00	1	,8	,8	96,7
	8,00	4	3,3	3,3	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 54, φαίνεται ότι υπάρχει καταγγελία για την καταστροφή του περιβάλλοντος, σε ξενοδοχείο διεθνής αλυσίδας, στο πακέτο των 400€ για ένα 7ήμερο. Η πλειοψηφία των ερωτώμενων (54,2%) αξιολόγησε ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό.

Πίνακας 55

Καταστροφή του περιβάλλοντος,400,διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	28	23,3	23,3	23,3
	NAI	92	76,7	76,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Σε σχέση με τον πίνακα 54, οι πιο πολύ ερωτηθέντες θα απέρριπταν το ξενοδοχείο αυτό.

Πίνακας 56

Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,550,διεθνής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	91	75,8	75,8	75,8
	1,00	11	9,2	9,2	85,0
	2,00	6	5,0	5,0	90,0
	3,00	5	4,2	4,2	94,2
	4,00	4	3,3	3,3	97,5
	5,00	2	1,7	1,7	99,2
	8,00	1	,8	,8	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Βλέποντας τον πίνακα 56, διαπιστώνουμε ότι υπάρχουν καταγγελίες όπου αφορούν την καταστροφή του περιβάλλοντος ή την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, σε ξενοδοχείο διεθνής αλυσίδας, στο πακέτο των 550€ για ένα 7ήμερο. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (75,8%) αξιολόγησε ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό.

Πίνακας 57

Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,550,διεθνής.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΟΧΙ	4	3,3	3,3	3,3
	ΝΑΙ	116	96,7	96,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Στον παραπάνω πίνακα (πίνακας 56), οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το ξενοδοχείο με βάση το βαθμό ελκυστικότητας του. Σύμφωνα με τον πίνακα 57, διαπιστώνεται ότι οι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων θα απέρριπτε το ξενοδοχείο αυτό.

Πίνακας 58

Φύλο					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνδρας	49	40,8	40,8	40,8
	Γυναίκα	71	59,2	59,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Από τους ερωτηθέντες του δείγματος το 59,2% είναι γυναίκες και το 40,8% είναι άνδρες.

Πίνακας 59

Ηλικία					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-24	16	13,3	13,3	13,3
	25-34	17	14,2	14,2	27,5
	35-44	29	24,2	24,2	51,7
	45-54	16	13,3	13,3	65,0
	55-64	25	20,8	20,8	85,8
	65-74	8	6,7	6,7	92,5
	75 και άνω	9	7,5	7,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Το 24,2% των ερωτώμενων είναι ηλικίας 35-44 ετών, το 20,8% των ερωτηθέντων είναι ηλικίας 55-64 ετών, ενώ το 14,2% των ερωτηθέντων είναι ηλικίας 25-34 ετών.

Πίνακας 60

Επίπεδο εκπαίδευσης					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	8	6,7	6,7	6,7
	Απόφοιτος Δημοτικού	16	13,3	13,3	20,0
	Απόφοιτος Γυμνασίου	10	8,3	8,3	28,3
	Απόφοιτος Λυκείου	42	35,0	35,0	63,3
	Απόφοιτος Πανεπιστημίου-ΤΕΙ	38	31,7	31,7	95,0
	Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	6	5,0	5,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

ΣΧΟΛΙΑ: Το 35% των ερωτηθέντων του δείγματος είναι απόφοιτοι Λυκείου ,το 31,7% των ερωτώμενων είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου-ΤΕΙ και το 13,3% των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι του Δημοτικού.

Πίνακας 61

Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	έως 10.000€	27	22,5	22,5	22,5
	10.001-20.000€	39	32,5	32,5	55,0
	20.001-30.000€	34	28,3	28,3	83,3
	30.001-40.000€	9	7,5	7,5	90,8
	40.001-50.000€	5	4,2	4,2	95,0
	50.001-60.000€	4	3,3	3,3	98,3
	70.001 και άνω	2	1,7	1,7	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως φαίνεται στον πίνακα 61, το 32,5% των ερωτώμενων έχουν 10.001-20.000€ και το 28,3% των ερωτηθέντων έχουν 20.001-30.000€ ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.

Πίνακας 62

Επάγγελμα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ελεύθερος επαγγελματίας	14	11,7	11,7	11,7
	Μισθωτός, συνταξιούχος	50	41,7	41,7	53,3
	Οικιακά	11	9,2	9,2	62,5
	Άνεργος, φοιτητής	23	19,2	19,2	81,7
	Κάποιο άλλο	22	18,3	18,3	100,0
	Total		120	100,0	100,0

ΣΧΟΛΙΑ: Παρατηρώντας τον πίνακα 62 ,διαπιστώνεται ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων είναι μισθωτοί-συνταξιούχοι.

Πίνακες από νέες μεταβλητές

Πίνακας 63

Συμμετοχή σε Συγκεκριμένα Μπρικότάζ				
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$prompoik^a	Αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ	6	13,3%	18,8%
	Γάλα	6	13,3%	18,8%
	Γερμανικά προϊόντα	4	8,9%	12,5%
	Εισαγόμενα προϊόντα	3	6,7%	9,4%
	Καλλυντικά -Αρώματα	2	4,4%	6,3%
	Καφετέριες-Μπαρ	1	2,2%	3,1%
	Κινέζικα προϊόντα	3	6,7%	9,4%
	Κρέας	2	4,4%	6,3%
	Τρόφιμα-ποτά	2	4,4%	6,3%
	Coca cola	5	11,1%	15,6%
	Camel-Marlboro κ.ά.αμερικάνικα τσιγάρα	2	4,4%	6,3%
	Nestle	2	4,4%	6,3%
	Nike	1	2,2%	3,1%
	Unilever	1	2,2%	3,1%
Άλλα	5	11,1%	15,6%	
a	Total	45	100,0%	140,6%

a. Group

ΣΧΟΛΙΑ: Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων που έχει συμμετάσχει σε μπρικότάζ, είχε μπρικότάρει το γάλα (13,3%) , τις Αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ (13,3%) και την Coca cola (11,1%).

Πίνακας 64

Γνώση Μπρϊκοτάζ				
		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
\$proygori^a	Γερμανικά προϊόντα	6	30,0%	35,3%
	Εισαγόμενα προϊόντα	9	45,0%	52,9%
	Κινέζικα προϊόντα	1	5,0%	5,9%
	Τρόφιμα-ποτά	1	5,0%	5,9%
	Coca cola	1	5,0%	5,9%
	McDonalds-Wendy;s-Burget King	1	5,0%	5,9%
	Nestle	1	5,0%	5,9%
^a	Total	20	100,0%	117,6%

a. Group

ΣΧΟΛΙΑ: Παρατηρώντας τον πίνακα 64, διαπιστώνεται ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων γνωρίζει πως την τρέχουσα περίοδο υπάρχουν προτροπές για μπρϊκοτάζ στα Εισαγόμενα και Γερμανικά προϊόντα .

Πίνακας 65

Συμμετοχή σε Μπρϊκοτάζ στο Παρόν				
		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
\$symet^a	Γερμανικά προϊόντα	2	22,2%	28,6%
	Εισαγόμενα προϊόντα	6	66,7%	85,7%
	Τρόφιμα-ποτά	1	11,1%	14,3%
^a	Total	9	100,0%	128,6%

a. Group

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 65 , παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων κάνουν μπρϊκοτάζ την τρέχουσα περίοδο σε Εισαγόμενα προϊόντα(66,7%).

Πίνακας 66

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός	120	10,00	,00	10,00	4,3333	2,52827
Valid N (listwise)	120					

Descriptive Statistics

	Variance
Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός	6,392

ΣΧΟΛΙΑ: Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν έχουν συμμετάσχει σε εκδηλώσεις Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού.

Πίνακας 67

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ	120	34,00	2,00	36,00	25,2333	5,40111
Valid N (listwise)	120					

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 67 παρατηρούμε ότι οι ερωτώμενοι είναι πρόθυμοι να μποϊκοτάρουν αρκετά έως πολύ τις μάρκες των προϊόντων που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν δεν είναι ηθικές.

Πίνακας 68

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού	120	21,00	,00	21,00	8,7333	5,05222
Valid N (listwise)	120					

Descriptive Statistics	
	Variance
Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού	25,525

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 68, παρατηρούμε πως οι ερωτώμενοι είναι λίγο πρόθυμοι να συμμετάσχουν σε ενέργειες Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού στο μέλλον.

ΠΙΝΑΚΕΣ ΔΙΠΛΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ

Διασταύρωση της μεταβλητής Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός με ερώτηση 9.β.

Η μεταβλητή Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός μετράται σε αναλογικό επίπεδο ενώ η μεταβλητή ηλικία μετράται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ one way Anova.

Πίνακας 69

Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός					
ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	109,749	6	18,291	3,175	,006
Within Groups	650,918	113	5,760		
Total	760,667	119			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός και ηλικία δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,006) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 70

Correlations			
		Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός	Ηλικία.
Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός	Pearson Correlation	1	-,307**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	120	120
Ηλικία.	Pearson Correlation	-,307**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,3071) οι μεταβλητές έχουν μέτρια σχέση και επειδή το πρόσημο είναι αρνητικό , η σχέση τους είναι αντιστρόφως ανάλογη .

Πίνακας 71

Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός								
Descriptives								
					95% Confidence Interval for Mean			
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
15-24	16	5,2500	2,14476	,53619	4,1071	6,3929	2,00	10,00
25-34	17	4,8235	2,60373	,63150	3,4848	6,1622	1,00	10,00
35-44	29	4,6552	2,36456	,43909	3,7557	5,5546	1,00	9,00
45-54	16	4,5000	2,70801	,67700	3,0570	5,9430	,00	10,00
55-64	25	4,0800	2,23458	,44692	3,1576	5,0024	,00	8,00
65-74	8	4,2500	3,15096	1,11403	1,6157	6,8843	2,00	10,00
75 και άνω	9	1,2222	1,48137	,49379	,0835	2,3609	,00	4,00
Total	120	4,3333	2,52827	,23080	3,8763	4,7903	,00	10,00

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 71, παρατηρούμε ότι οι μικρότερες ηλικίες έχουν συμμετάσχει περισσότερο σε ενέργειες Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού παρά όλα αυτά δεν υπάρχει ιδιαίτερη συμμετοχή από καμία ηλικιακή ομάδα.

Διασταύρωση της μεταβλητής Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός με ερώτηση 9.γ

Η μεταβλητή Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός μετράται σε αναλογικό επίπεδο ενώ η μεταβλητή επίπεδο εκπαίδευσης βρίσκεται σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέξαμε το τεστ one way Anova.

Πίνακας 72

Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός					
ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	154,514	5	30,903	5,812	,000
Within Groups	606,153	114	5,317		
Total	760,667	119			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός και επίπεδο εκπαίδευσης δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,00) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 73

Correlations			
		Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός	Επίπεδο εκπαίδευσης.
Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός	Pearson Correlation	1	,435**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	120	120
Επίπεδο εκπαίδευσης.	Pearson Correlation	,435**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,4351) οι μεταβλητές έχουν μέτρια σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη .

Πίνακας 74

Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός								
Descriptives								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	8	2,1250	1,95941	,69276	,4869	3,7631	,00	5,00
Απόφοιτος Δημοτικού	16	2,2500	1,73205	,43301	1,3271	3,1729	,00	7,00
Απόφοιτος Γυμνασίου	10	4,3000	2,90784	,91954	2,2199	6,3801	,00	9,00
Απόφοιτος Λυκείου	42	4,5238	2,21126	,34120	3,8347	5,2129	,00	10,00
Απόφοιτος Πανεπιστημίου-ΤΕΙ	38	5,2368	2,36454	,38358	4,4596	6,0140	1,00	10,00
Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	6	5,8333	3,18852	1,30171	2,4872	9,1795	1,00	10,00
Total	120	4,3333	2,52827	,23080	3,8763	4,7903	,00	10,00

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα Descriptives, παρατηρείτε πως όσο πιο υψηλό είναι το μορφωτικό επίπεδο, τόσο οι ερωτώμενοι έχουν συμμετάσχει σε ενέργειες Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού .

Διασταύρωση της μεταβλητής Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός με ερώτηση 9.δ

Η μεταβλητή Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός μετράται σε αναλογικό επίπεδο ενώ η μεταβλητή ετήσιο οικογενειακό εισόδημα μετράται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ one way Anova.

Πίνακας 75

Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός					
ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	143,739	6	23,956	4,388	,001
Within Groups	616,928	113	5,460		
Total	760,667	119			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,001) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 76

Correlations			
		Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός	Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.
Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός	Pearson Correlation	1	,303**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	120	120
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	Pearson Correlation	,303**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,3031) οι μεταβλητές έχουν μέτρια σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό , η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 77

Διαλογικός Ηθικός Καταναλωτισμός								
Descriptives								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
έως 10.000	27	2,8519	2,08850	,40193	2,0257	3,6780	,00	8,00
10.001-20.000	39	4,2821	2,52304	,40401	3,4642	5,0999	,00	10,00
20.001-30.000	34	5,2353	2,43782	,41808	4,3847	6,0859	,00	10,00
30.001-40.000	9	4,2222	2,22361	,74120	2,5130	5,9314	1,00	8,00
40.001-50.000	5	3,4000	1,67332	,74833	1,3223	5,4777	2,00	6,00
50.001-60.000	4	7,7500	2,06155	1,03078	4,4696	11,0304	5,00	10,00
70.001 και άνω	2	6,0000	1,41421	1,00000	-6,7062	18,7062	5,00	7,00
Total	120	4,3333	2,52827	,23080	3,8763	4,7903	,00	10,00

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 77, παρατηρούμε ότι οι ερωτώμενοι με υψηλό ετήσιο οικογενειακό εισόδημα έχουν συμμετάσχει περισσότερο σε διαλογικές ηθικές ενέργειες. Οι ερωτώμενοι που το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα είναι έως 10.000 € δεν έχουν συμμετάσχει σε διαλογικές ηθικές ενέργειες.

Διασταύρωση της μεταβλητής Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ με ερώτηση 9.β.

Η μεταβλητή Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ μετράται σε διαστημικό επίπεδο ενώ η μεταβλητή ηλικία βρίσκεται σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέξαμε το τεστ one way Anova.

Πίνακας 78

Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μπoϊκοτάζ					
ANOVA					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	430,122	6	71,687	2,664	,019
Within Groups	3041,345	113	26,915		
Total	3471,467	119			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μπoϊκοτάζ και ηλικία δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,019) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 79

Correlations			
		Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μπoϊκοτάζ	Ηλικία.
Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μπoϊκοτάζ	Pearson Correlation	1	-,155
	Sig. (2-tailed)		,091
	N	120	120
Ηλικία.	Pearson Correlation	-,155	1
	Sig. (2-tailed)	,091	
	N	120	120

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (0,155) οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι αρνητικό , η σχέση τους είναι αντιστρόφως ανάλογη .

Πίνακας 80

Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ								
Descriptives								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
15-24	16	25,5000	5,20256	1,30064	22,7277	28,2723	20,00	36,00
25-34	17	26,3529	3,96770	,96231	24,3129	28,3929	22,00	35,00
35-44	29	24,3793	6,01435	1,11684	22,0916	26,6670	2,00	35,00
45-54	16	28,2500	3,83840	,95960	26,2047	30,2953	22,00	33,00
55-64	25	25,6400	5,44579	1,08916	23,3921	27,8879	15,00	36,00
65-74	8	23,6250	4,71888	1,66838	19,6799	27,5701	19,00	34,00
75 και άνω	9	20,3333	5,93717	1,97906	15,7696	24,8970	14,00	30,00
Total	120	25,2333	5,40111	,49305	24,2570	26,2096	2,00	36,00

ΣΧΟΛΙΑ: Στον παραπάνω πίνακα παρατηρείται ότι οι ερωτώμενοι ηλικίας 45-54 ετών είναι περισσότερο πρόθυμοι να μποϊκοτάρουν τις μάρκες των προϊόντων που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν δεν είναι ηθικές .

Διασταύρωση της μεταβλητής Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ με ερώτηση 9.γ.

Η μεταβλητή Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ μετράται σε αναλογικό επίπεδο ενώ η μεταβλητή εκπαίδευση μετράται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ one way Anova.

Πίνακας 81

Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μπoϊκοτάζ					
ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	575,836	5	115,167	4,534	,001
Within Groups	2895,630	114	25,400		
Total	3471,467	119			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μπoϊκοτάζ και εκπαίδευση δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,001) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 82

Correlations			
		Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μπoϊκοτάζ	Επίπεδο εκπαίδευσης.
Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μπoϊκοτάζ	Pearson Correlation	1	,291**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	120	120
Επίπεδο εκπαίδευσης.	Pearson Correlation	,291**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,2911) οι μεταβλητές έχουν μέτρια σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό , η σχέση τους είναι ανάλογη .

Πίνακας 83

Πρόθεση για Συμμετοχή σε Μποϊκοτάζ								
Descriptives								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	8	22,5000	8,81557	3,11677	15,1300	29,8700	14,00	35,00
Απόφοιτος Δημοτικού	16	20,3125	6,26864	1,56716	16,9722	23,6528	2,00	30,00
Απόφοιτος Γυμνασίου	10	26,8000	4,36654	1,38082	23,6764	29,9236	21,00	36,00
Απόφοιτος Λυκείου	42	26,2381	4,20690	,64914	24,9271	27,5491	19,00	34,00
Απόφοιτος Πανεπιστημίου-ΤΕΙ	38	26,4737	4,51267	,73205	24,9904	27,9570	17,00	36,00
Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	6	24,5000	4,72229	1,92787	19,5443	29,4557	21,00	33,00
Total	120	25,2333	5,40111	,49305	24,2570	26,2096	2,00	36,00

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα descriptives, παρατηρούμε ότι οι ερωτώμενοι που είναι απόφοιτοι δημοτικού είναι λίγο πρόθυμοι να συμμετάσχουν σε μποϊκοτάζ.

Διασταύρωση της μεταβλητής Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού με ερώτηση 9.β.

Η μεταβλητή Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού μετράται σε αναλογικό επίπεδο ενώ η μεταβλητή ηλικία μετράται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ one way Anova.

Πίνακας 84

Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού					
ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	778,649	6	129,775	6,492	,000
Within Groups	2258,817	113	19,990		
Total	3037,467	119			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού και ηλικία δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,000) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 85

Correlations			
		Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού	Ηλικία
Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού	Pearson Correlation	1	-,468**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	120	120
Ηλικία.	Pearson Correlation	-,468**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (0,468) οι μεταβλητές έχουν μέτρια σχέση και επειδή το πρόσημο είναι αρνητικό, η σχέση τους είναι αντιστρόφως ανάλογη .

Πίνακας 86

Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού								
Descriptives								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
15-24	16	12,5000	3,96653	,99163	10,3864	14,6136	5,00	19,00
25-34	17	10,1176	4,91022	1,19090	7,5930	12,6423	2,00	20,00
35-44	29	9,0345	4,62511	,85886	7,2752	10,7938	1,00	16,00
45-54	16	10,1250	4,68864	1,17216	7,6266	12,6234	3,00	21,00
55-64	25	7,4800	4,70921	,94184	5,5361	9,4239	,00	19,00
65-74	8	5,3750	4,83846	1,71065	1,3299	9,4201	1,00	13,00
75 και άνω	9	2,4444	1,23603	,41201	1,4943	3,3945	1,00	5,00
Total	120	8,7333	5,05222	,46120	7,8201	9,6466	,00	21,00

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα descriptives, παρατηρούμε ότι οι ηλικιακές ομάδες 25-34 ετών και 45-54 ετών είναι λίγο πρόθυμοι να συμμετάσχουν σε διαλογικές ηθικές ενέργειες, ενώ οι ομάδες μεγαλύτερης ηλικίας δεν είναι καθόλου πρόθυμοι να συμμετάσχουν σε διαλογικές ηθικές ενέργειες.

Διασταύρωση της μεταβλητής Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού με ερώτηση 9.γ.

Η μεταβλητή Πρόθεση Διαλογικού Καταναλωτισμού μετράται σε αναλογικό επίπεδο ενώ η μεταβλητή εκπαίδευση μετράται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ one way Anova.

Πίνακας 87

Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού					
ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	815,601	5	163,120	8,369	,000
Within Groups	2221,866	114	19,490		
Total	3037,467	119			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού και επίπεδο εκπαίδευση δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,00) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 88

Correlations			
		Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού	Επίπεδο εκπαίδευσης
Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού	Pearson Correlation	1	,451**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	120	120
Επίπεδο εκπαίδευσης.	Pearson Correlation	,451**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,4511) οι μεταβλητές έχουν μέτρια σχέση και

επειδή το πρόσημο είναι θετικό η σχέση τους είναι ανάλογη .

Πίνακας 89

Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού								
Descriptives								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	8	6,2500	6,34147	2,24205	,9484	11,5516	1,00	20,00
Απόφοιτος Δημοτικού	16	2,8750	1,85742	,46435	1,8853	3,8647	,00	6,00
Απόφοιτος Γυμνασίου	10	8,4000	5,68038	1,79629	4,3365	12,4635	1,00	19,00
Απόφοιτος Λυκείου	42	9,2619	4,59618	,70921	7,8296	10,6942	2,00	21,00
Απόφοιτος Πανεπιστημίου-ΤΕΙ	38	10,9211	4,25143	,68967	9,5236	12,3185	2,00	19,00
Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	6	10,6667	3,55903	1,45297	6,9317	14,4016	6,00	16,00
Total	120	8,7333	5,05222	,46120	7,8201	9,6466	,00	21,00

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 89, παρατηρούμε ότι οι ερωτηθέντες με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης εμφανίζουν μεγαλύτερους δείκτες πρόθεσης να συμμετέχουν σε ενέργειες διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού.

Διασταύρωση της μεταβλητής Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού με ερώτηση 9.δ

Η μεταβλητή Πρόθεση Διαλογικού Καταναλωτισμού μετράται σε αναλογικό επίπεδο ενώ η μεταβλητή ετήσιο οικογενειακό εισόδημα βρίσκεται σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέξαμε το τεστ one way Anova.

Πίνακας 90

Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού					
ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	522,880	6	87,147	3,916	,001
Within Groups	2514,586	113	22,253		
Total	3037,467	119			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,001) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 91

Correlations			
		Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού	Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα
Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού	Pearson Correlation	1	,377**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	120	120
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	Pearson Correlation	,377**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,3771) οι μεταβλητές έχουν μέτρια σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 92

Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού								
Descriptives								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
έως 10.000	27	5,5556	3,83640	,73832	4,0379	7,0732	1,00	14,00
10.001-20.000	39	8,9487	5,22619	,83686	7,2546	10,6429	,00	19,00
20.001-30.000	34	9,5000	5,04074	,86448	7,7412	11,2588	1,00	21,00
30.001-40.000	9	9,4444	5,50252	1,83417	5,2148	13,6741	2,00	19,00
40.001-50.000	5	10,8000	1,30384	,58310	9,1811	12,4189	9,00	12,00
50.001-60.000	4	14,0000	1,41421	,70711	11,7497	16,2503	13,00	16,00
70.001 και άνω	2	15,5000	,70711	,50000	9,1469	21,8531	15,00	16,00
Total	120	8,7333	5,05222	,46120	7,8201	9,6466	,00	21,00

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 92, παρατηρούμε ότι η οικονομική ομάδα έως 10.000€ δεν είναι καθόλου πρόθυμοι να συμμετάσχουν σε ενέργειες διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού. Επίσης, παρατηρούμε ότι οι ερωτηθέντες με υψηλό ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, εμφανίζουν μεγαλύτερους δείκτες πρόθεσης να συμμετέχουν σε ενέργειες διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού.

Διασταύρωση ερώτησης 5.D06 με ερώτηση 9.α

Η ερώτηση 5.D06 μετρά τη συμμετοχή των ερωτηθέντων στην παγκόσμια ημέρα χωρίς ψώνια, βρίσκεται σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης δύο επιπέδων . Η ερώτηση 9.α είναι το φύλο και μετριέται σε ονομαστικό επίπεδο . Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 .

Πίνακας 93

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,452 ^a	1	,011		
Continuity Correction ^b	5,506	1	,019		
Likelihood Ratio	6,665	1	,010		
Fisher's Exact Test				,012	,009
Linear-by-Linear Association	6,399	1	,011		
N of Valid Cases	120				

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Ημέρα χωρίς ψώνια και φύλο δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,011) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 94

Ημέρα χωρίς ψώνια * Φύλο					
			Φύλο		Total
			Άνδρας	Γυναίκα	
Ημέρα χωρίς ψώνια.	ΝΑΙ	Count	11	32	43
		Expected Count	17,6	25,4	43,0
		% within Ημέρα χωρίς ψώνια.	25,6%		100,0%
	ΟΧΙ	Count	38	39	77
		Expected Count	31,4	45,6	77,0
		% within Ημέρα χωρίς ψώνια.	49,4%	50,6%	100,0%
Total		Count	49	71	120
		Expected Count	49,0	71,0	120,0
		% within Ημέρα χωρίς ψώνια.	40,8%	59,2%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 94, παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν έχει συμμετάσχει στην ημέρα χωρίς ψώνια, με τις γυναίκες (50,6%) να έχουν ελάχιστα μεγαλύτερο ποσοστό από τους άνδρες (49,4%).

Διασταύρωση ερώτησης 5.D14 με ερώτηση 9.α

Η ερώτηση 5. D14 μετρά εάν οι ερωτώμενοι έχουν συμμετάσχει ποτέ σε διάβασμα και γράψιμο σε ανάλογα blogs και βρίσκεται σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης δύο επιπέδων. Η ερώτηση 9.α είναι το φύλο και βρίσκεται σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 .

Πίνακας 95

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	10,141 ^a	1	,001		
Continuity Correction ^b	8,970	1	,003		
Likelihood Ratio	10,173	1	,001		
Fisher's Exact Test				,002	,001
Linear-by-Linear Association	10,056	1	,002		
N of Valid Cases	120				

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές: Συμμετοχή σε διάβασμα και γράψιμο σε ανάλογα blogs και φύλο δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,001) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 96

Διάβασμα σε blogs* Φύλο Crosstabulation					
			Φύλο		Total
			Ανδρας	Γυναίκα	
Διάβασμα σε blogs.	ΝΑΙ	Count	28	20	48
		Expected Count	19,6	28,4	48,0
		% within Διάβασμα σε blogs.	58,3%	41,7%	100,0%
	ΟΧΙ	Count	21	51	72
		Expected Count	29,4	42,6	72,0
		% within Διάβασμα σε blogs.	29,2%	70,8%	100,0%
Total	Count	49	71	120	
	Expected Count	49,0	71,0	120,0	
	% within Διάβασμα σε blogs.	40,8%	59,2%	100,0%	

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 96, παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν

έχει διαβάσει, ούτε έχει γράψει σε ανάλογα blogs στο διαδίκτυο, από αυτούς τους ερωτηθέντες το 70,8% είναι γυναίκες . Επιπλέον ,από τους ερωτηθέντες που έχουν διαβάσει και έχουν γράψει σε ανάλογα blogs στο διαδίκτυο για ηθική κατανάλωση, το μεγαλύτερο ποσοστό είναι άνδρες (58,3%). Από ότι φαίνεται, οι άνδρες ασχολούνται περισσότερο με το διαδίκτυο ,εξού και αυτό το αποτέλεσμα.

Διασταύρωση της ερώτησης 6.N03 με ερώτηση 9.β

Η ερώτηση 6.N03 μετρά την πρόθεση συμμετοχής σε μπιόκοτάζ, εάν οι ερωτώμενοι πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν έχουν εμπλακεί σε οικονομικά σκάνδαλα. Η μεταβλητή αυτή είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.β είναι η ηλικία και βρίσκεται σε τακτικό επίπεδο μέτρησης . Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε το Kendall's tau-c.

Πίνακας 97

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	40,569 ^a	24	,019
Likelihood Ratio	44,117	24	,007
Linear-by-Linear Association	5,763	1	,016
N of Valid Cases	120		

a. 23 cells (65,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων και ηλικία δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,019) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 98

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	-,156	,075	-2,091	,037
	N of Valid Cases	120			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή $\{,1156\}$ οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι αρνητικό ,η σχέση τους είναι αντιστρόφως ανάλογη.

Πίνακας 99

Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων * Ηλικία										
			Ηλικία							
			15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75 και άνω	Total
Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων.	Πάρα πολύ	Count	10	6	8	9	11	2	0	46
		Expected Count	6,1	6,5	11,1	6,1	9,6	3,1	3,5	46,0
		% within Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων.	21,7%	13,0%	17,4%	19,6%	23,9%	4,3%	,0%	100,0%
	Πολύ	Count	2	6	16	6	5	0	4	39
		Expected Count	5,2	5,5	9,4	5,2	8,1	2,6	2,9	39,0
		% within Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων.	5,1%	15,4%	41,0%	15,4%	12,8%	,0%	10,3%	100,0%

	Αρκετά	Count	4	5	4	1	8	6	5	33
		Expected Count	4,4	4,7	8,0	4,4	6,9	2,2	2,5	33,0
		% within Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων.	12,1%	15,2%	12,1%	3,0%	24,2%	18,2%	15,2%	100,0%
	Λίγο	Count	0	0	0	0	1	0	0	1
		Expected Count	,1	,1	,2	,1	,2	,1	,1	1,0
		% within Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων.	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	100,0%
	Καθόλου	Count	0	0	1	0	0	0	0	1
		Expected Count	,1	,1	,2	,1	,2	,1	,1	1,0
		% within Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων.	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Total	Count	16	17	29	16	25	8	9	120	
	Expected Count	16,0	17,0	29,0	16,0	25,0	8,0	9,0	120,0	
	% within Εμπλοκή στην ασφάλεια των προϊόντων.	13,3%	14,2%	24,2%	13,3%	20,8%	6,7%	7,5%	100,0%	

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 99, παρατηρούμε ότι τα άτομα με ηλικία 35-44 ετών (58,4%) και 55-64 ετών (36,7%), είναι πολύ έως πάρα πολύ πρόθυμοι να μποϊκοτάρουν τα

προϊόντα που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν/διαθέτουν έχουν εμπλακεί σε σκάνδαλα σχετικά με την ασφάλεια των προϊόντων τους.

Διασταύρωση της ερώτησης 6.N04 με ερώτηση 9.β

Η ερώτηση 6.N04 μετρά την πρόθεση συμμετοχής σε μποϊκοτάζ εάν οι ερωτώμενοι πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν χρησιμοποιούν παιδική εργασία. Η μεταβλητή αυτή είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.β είναι η ηλικία και βρίσκεται σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε Kendall's tau-c.

Πίνακας 100

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	40,401 ^a	24	,019
Likelihood Ratio	34,502	24	,076
Linear-by-Linear Association	5,756	1	,016
N of Valid Cases	120		
a. 25 cells (71,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Χρήση παιδικής εργασίας και ηλικία δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,019) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 101

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	-,160	,069	-2,334	,020
	N of Valid Cases	120			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή $\{,1,160\}$ οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι αρνητικό, η σχέση τους είναι αντιστρόφως ανάλογη.

Πίνακας 102

Χρήση παιδικής εργασίας. * Ηλικία. Crosstabulation											
			Ηλικία							75 και άνω	Total
			15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74			
Χρήση παιδικής εργασίας.	Πάρα πολύ	Count	8	12	13	11	12	3	1	60	
		Expected Count	8,0	8,5	14,5	8,0	12,5	4,0	4,5	60,0	
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	13,3%	20,0%	21,7%	18,3%	20,0%	5,0%	1,7%	100,0%	
	Πολύ	Count	8	4	12	5	9	4	3	45	
		Expected Count	6,0	6,4	10,9	6,0	9,4	3,0	3,4	45,0	
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	17,8%	8,9%	26,7%	11,1%	20,0%	8,9%	6,7%	100,0%	
	Αρκετά	Count	0	0	3	0	4	1	4	12	
		Expected Count	1,6	1,7	2,9	1,6	2,5	,8	,9	12,0	
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.									

		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	,0%	,0%	25,0%	,0%	33,3%	8,3%	33,3%	100,0%
	Λίγο	Count	0	0	0	0	0	0	1	1
		Expected Count	,1	,1	,2	,1	,2	,1	,1	1,0
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
	Καθόλου	Count	0	1	1	0	0	0	0	2
		Expected Count	,3	,3	,5	,3	,4	,1	,2	2,0
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	,0%	50,0%	50,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Total		Count	16	17	29	16	25	8	9	120
		Expected Count	16,0	17,0	29,0	16,0	25,0	8,0	9,0	120,0
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	13,3%	14,2%	24,2%	13,3%	20,8%	6,7%	7,5%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 102, παρατηρούμε ότι τα άτομα ηλικίας 25-34 ετών (20,0%), και 45-54 ετών (18,3%), είναι πολύ πρόθυμοι να μποϊκοτάρουν τα προϊόντα που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι εταιρείες που τα παράγουν/διαθέτουν χρησιμοποιούν παιδική εργασία, ενώ τα άτομα ηλικίας 35-44 ετών (48,4%) είναι πολύ έως πάρα πολύ πιθανό να μποϊκοτάρουν στο μέλλον τις εταιρείες αυτές.

Διασταύρωση της ερώτησης 6.N05 με ερώτηση 9.β

Η ερώτηση 6.N05 μετρά την πρόθεση συμμετοχής σε μπόϊκοτάζ εάν οι ερωτώμενοι πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν πραγματοποιούν πειράματα σε ζώα. Η μεταβλητή αυτή είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης και η ερώτηση 9.β είναι η ηλικία και βρίσκεται σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε Kendall's tau-c.

Πίνακας 103

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	37,851^a	24	,036
Likelihood Ratio	39,134	24	,026
Linear-by-Linear Association	6,512	1	,011
N of Valid Cases	120		

a. 25 cells (71,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές :Πειράματα σε ζώα και ηλικία δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,036) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 104

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error^a	Approx. T^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	-,172	,073	-2,338	,019
	N of Valid Cases	120			

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή $\{-1, 1721\}$ οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι αρνητικό, η σχέση τους είναι αντιστρόφως ανάλογη.

Πίνακας 105

Πειράματα σε ζώα* Ηλικία											
			Ηλικία								Total
			15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75 και άνω		
Πειράματα σε ζώα.	Πάρα πολύ	Count	7	7	8	8	7	2	1	40	
		Expected Count	5,3	5,7	9,7	5,3	8,3	2,7	3,0	40,0	
		% within Πειράματα σε ζώα.	17,5%	17,5%	20,0%	20,0%	17,5%	5,0%	2,5%	100,0%	
	Πολύ	Count	6	10	11	5	13	3	1	49	
		Expected Count	6,5	6,9	11,8	6,5	10,2	3,3	3,7	49,0	
		% within Πειράματα σε ζώα.	12,2%	20,4%	22,4%	10,2%	26,5%	6,1%	2,0%	100,0%	
	Αρκετά	Count	0	0	8	2	3	2	3	18	
		Expected Count	2,4	2,6	4,4	2,4	3,8	1,2	1,4	18,0	
		% within Πειράματα σε ζώα.	,0%	,0%	44,4%	11,1%	16,7%	11,1%	16,7%	100,0%	
	Λίγο	Count	3	0	1	1	2	1	4	12	

		Expected Count	1,6	1,7	2,9	1,6	2,5	,8	,9	12,0
		% within Πειράματα σε ζώα.	25,0%	,0%	8,3%	8,3%	16,7%	8,3%	33,3%	100,0%
	Καθόλου	Count	0	0	1	0	0	0	0	1
		Expected Count	,1	,1	,2	,1	,2	,1	,1	1,0
		% within Πειράματα σε ζώα.	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Total		Count	16	17	29	16	25	8	9	120
		Expected Count	16,0	17,0	29,0	16,0	25,0	8,0	9,0	120,0
		% within Πειράματα σε ζώα.	13,3%	14,2%	24,2%	13,3%	20,8%	6,7%	7,5%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Επίσης στον πίνακα 105, παρατηρούμε ότι τα άτομα ηλικίας 35-44 ετών και 45-54 ετών (20%), είναι πάρα πολύ πρόθυμοι να μποικοτάρουν τα προϊόντα που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν πληροφορηθούν ότι η επιχειρήσεις που τα παράγουν πραγματοποιούν πειράματα πάνω σε ζώα, ενώ τα άτομα ηλικίας 55-64 ετών (26,5%) είναι πολύ πρόθυμοι να μποικοτάρουν αυτές τις επιχειρήσεις.

Διασταύρωση της ερώτησης 6.N06 με ερώτηση 9.β

Η ερώτηση 6.N06 μετρά την πρόθεση συμμετοχής σε μποικοτάζ, εάν οι ερωτώμενοι πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν εμπλέκονται σε ιδιαίτερα βάνουση συμπεριφορά προς τους εργαζόμενους. Η μεταβλητή αυτή είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.β είναι η ηλικία και βρίσκεται σε τακτικό

επίπεδο μέτρησης . Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε Kendall's tau-c.

Πίνακας 106

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	37,864 ^a	24	,036
Likelihood Ratio	35,904	24	,056
Linear-by-Linear Association	5,080	1	,024
N of Valid Cases	120		
a. 24 cells (68,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους και ηλικία δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,036) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 107

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	-,144	,074	-1,957	,050
	N of Valid Cases	120			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή $\{1,144\}$ οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι αρνητικό , η σχέση τους είναι αντιστρόφως ανάλογη.

Πίνακας 108

Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους * Ηλικία											
			Ηλικία.							75 και άνω	Total
			15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74			
Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους.	Πάρα πολύ	Count	7	7	12	11	9	2	1	49	
		Expected Count	6,5	6,9	11,8	6,5	10,2	3,3	3,7	49,0	
		% within Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους.	14,3%	14,3%	24,5%	22,4%	18,4%	4,1%	2,0%	100,0%	
	Πολύ	Count	7	8	10	5	11	2	2	45	
		Expected Count	6,0	6,4	10,9	6,0	9,4	3,0	3,4	45,0	
		% within Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους.	15,6%	17,8%	22,2%	11,1%	24,4%	4,4%	4,4%	100,0%	
	Αρκετά	Count	1	1	6	0	5	4	4	21	
		Expected Count	2,8	3,0	5,1	2,8	4,4	1,4	1,6	21,0	
		% within Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους.	4,8%	4,8%	28,6%	,0%	23,8%	19,0%	19,0%	100,0%	
	Λίγο	Count	1	1	0	0	0	0	2	4	
		Expected Count	,5	,6	1,0	,5	,8	,3	,3	4,0	

		% within Βάναυση συμπεριφο ρά προς τους εργαζομένου ς.	25,0%	25,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	50,0%	100,0%
	Καθόλο υ	Count	0	0	1	0	0	0	0	1
		Expected Count	,1	,1	,2	,1	,2	,1	,1	1,0
		% within Βάναυση συμπεριφο ρά προς τους εργαζομένου ς.	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Total		Count	16	17	29	16	25	8	9	120
		Expected Count	16,0	17,0	29,0	16,0	25,0	8,0	9,0	120,0
		% within Βάναυση συμπεριφο ρά προς τους εργαζομένου ς.	13,3%	14,2%	24,2%	13,3 %	20,8%	6,7%	7,5%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον παραπάνω πίνακα 108, παρατηρούμε ότι οι ερωτώμενοι θα έκαναν μμποϊκοτάζ σε επιχειρήσεις που εμπλέκονται σε ιδιαίτερα βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους το 24,5% είναι ηλικίας 35-44 ετών και το 22,4% είναι ηλικίας 45-55 ετών.

Διασταύρωση της ερώτησης 7.DI01 με ερώτηση 9.β

Η ερώτηση 7.DI01 μετρά πόσο πιθανό είναι να συζητήσουν οι ερωτώμενοι με τους φίλους τους για συμμετοχή σε μμποϊκοτάζ προϊόντων, εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων, η μεταβλητή αυτή, είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.β είναι η ηλικία και βρίσκεται σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε Kendall's tau-c.

Πίνακας 109

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	38,996 ^a	24	,027
Likelihood Ratio	42,820	24	,010
Linear-by-Linear Association	8,288	1	,004
N of Valid Cases	120		

a. 25 cells (71,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,13.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ, εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων και ηλικία δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,027) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 110

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error^a	Approx. T^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	-,180	,072	-2,502	,012
	N of Valid Cases	120			

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή $\{|,180|\}$ οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι αρνητικό, η σχέση τους είναι αντιστρόφως ανάλογη.

Πίνακας 111

Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ * Ηλικία										
			Ηλικία							
			15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75 και άνω	Total
Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ.	Πάρα πολύ	Count	5	3	4	2	3	0	0	17
		Expected Count	2,3	2,4	4,1	2,3	3,5	1,1	1,3	17,0
		% within Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ.	29,4%	17,6%	23,5%	11,8%	17,6%	,0%	,0%	100,0%
	Πολύ	Count	5	6	14	11	14	2	0	52
		Expected Count	6,9	7,4	12,6	6,9	10,8	3,5	3,9	52,0
		% within Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ.	9,6%	11,5%	26,9%	21,2%	26,9%	3,8%	,0%	100,0%
	Αρκετά	Count	5	8	7	3	5	3	7	38
		Expected Count	5,1	5,4	9,2	5,1	7,9	2,5	2,9	38,0
		% within Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ.	13,2%	21,1%	18,4%	7,9%	13,2%	7,9%	18,4%	100,0%
	Λίγο	Count	1	0	3	0	2	3	2	11
		Expected Count	1,5	1,6	2,7	1,5	2,3	,7	,8	11,0
		% within Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ.	9,1%	,0%	27,3%	,0%	18,2%	27,3%	18,2%	100,0%
	Καθόλου	Count	0	0	1	0	1	0	0	2
		Expected Count	,3	,3	,5	,3	,4	,1	,2	2,0
		% within Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ.	,0%	,0%	50,0%	,0%	50,0%	,0%	,0%	100,0%
Total	Count	16	17	29	16	25	8	9	120	
	Expected Count	16,0	17,0	29,0	16,0	25,0	8,0	9,0	120,0	
	% within Συζήτηση με φίλους για συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ.	13,3%	14,2%	24,2%	13,3%	20,8%	6,7%	7,5%	100,0%	

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 111, φαίνεται ότι τα άτομα ηλικίας: 35-44 ετών (26,9%), 45-54 ετών (21,2%) και 55-64 ετών (26,9%), είναι πολύ πιθανό να συζητήσουν με φίλους για συμμετοχή σε μποϊκοτάζ εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων. Ενώ τα άτομα ηλικίας 25-34 ετών (21,1%) είναι αρκετά πιθανό να μποϊκοτάρουν στο εγγύς μέλλον.

Διασταύρωση της ερώτησης 7.DI05 με ερώτηση 9.β

Η ερώτηση 7.DI05 μετρά πόσο πιθανό είναι οι ερωτώμενοι να συμμετάσχουν σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων, η μεταβλητή αυτή είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.β είναι η ηλικία και βρίσκεται σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε Kendall's tau-c.

Πίνακας 112

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	63,977 ^a	24	,000
Likelihood Ratio	59,581	24	,000
Linear-by-Linear Association	8,602	1	,003
N of Valid Cases	120		

a. 26 cells (74,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,20.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας και ηλικία δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,000) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 113

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error^a	Approx. T^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	-,202	,079	-2,569	,010
	N of Valid Cases	120			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή $\{1,2021\}$ οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι αρνητικό, η σχέση τους είναι αντιστρόφως ανάλογη.

Πίνακας 114

Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας * Ηλικία										
			Ηλικία							Total
			15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 - 74	75 και άνω	
Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας.	Πάρα πολύ	Count	0	1	0	1	1	0	0	3
		Expected Count	,4	,4	,7	,4	,6	,2	,2	3,0
		% within Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας.	,0%	33,3%	,0%	33,3%	33,3%	,0%	,0%	100,0%
	Πολύ	Count	2	2	4	6	4	2	0	20
		Expected Count	2,7	2,8	4,8	2,7	4,2	1,3	1,5	20,0
		% within Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας.	10,0%	10,0%	20,0%	30,0%	20,0%	10,0%	,0%	100,0%
	Αρκετά	Count	9	5	11	3	4	2	0	34
		Expected Count	4,5	4,8	8,2	4,5	7,1	2,3	2,6	34,0
		% within Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας.	26,5%	14,7%	32,4%	8,8%	11,8%	5,9%	,0%	100,0%

	Λίγο	Count	3	7	11	5	12	0	0	38
		Expected Count	5,1	5,4	9,2	5,1	7,9	2,5	2,9	38,0
		% within Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας.	7,9%	18,4%	28,9%	13,2%	31,6%	,0%	,0%	100,0%
	Καθόλου	Count	2	2	3	1	4	4	9	25
		Expected Count	3,3	3,5	6,0	3,3	5,2	1,7	1,9	25,0
		% within Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας.	8,0%	8,0%	12,0%	4,0%	16,0%	16,0%	36,0%	100,0%
Total	Count	16	17	29	16	25	8	9	120	
	Expected Count	16,0	17,0	29,0	16,0	25,0	8,0	9,0	120,0	
	% within Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας.	13,3%	14,2%	24,2%	13,3%	20,8%	6,7%	7,5%	100,0%	

ΣΧΟΛΙΑ: Παρατηρώντας τον πίνακα 114, διαπιστώνουμε ότι τα άτομα ηλικίας 35-44 ετών (28,9%) και 55-64 ετών (31,6%), είναι λίγο πιθανό να συμμετάσχουν σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι οι νεαρές ηλικίες παραμένουν αδρανής.

Διασταύρωση της ερώτησης 8HotelHa με ερώτηση 9.β.

Η ερώτηση 8.HotelHa μετρά την απόρριψη του ξενοδοχείου και μετράται σε ονομαστικό επίπεδο. Η ερώτηση 9.γ είναι το επίπεδο εκπαίδευσης και μετριέται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2

Πίνακας 115

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,613 ^a	6	,016
Likelihood Ratio	17,480	6	,008
Linear-by-Linear Association	,804	1	,370
N of Valid Cases	120		

a. 6 cells (42,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,40.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Χρήση παιδικής εργασίας και επίπεδο εκπαίδευσης δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας(0,016) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 116

Crosstab					
			400,τοπικός.		Total
			OXI	NAI	
Ηλικία.	15-24	Count	11	5	16
		% within Ηλικία.	68,8%	31,3%	100,0%
		% within 400,τοπικός.	11,1%	23,8%	13,3%
	25-34	Count	17	0	17
		% within Ηλικία.	100,0%	,0%	100,0%
		% within 400,τοπικός.	17,2%	,0%	14,2%
	35-44	Count	23	6	29

		% within Ηλικία.	79,3%	20,7%	100,0%
		% within 400,τοπικός.	23,2%	28,6%	24,2%
	45-54	Count	15	1	16
		% within Ηλικία.	93,8%	6,3%	100,0%
		% within 400,τοπικός.	15,2%	4,8%	13,3%
	55-64	Count	23	2	25
		% within Ηλικία.	92,0%	8,0%	100,0%
		% within 400,τοπικός.	23,2%	9,5%	20,8%
	65-74	Count	5	3	8
		% within Ηλικία.	62,5%	37,5%	100,0%
		% within 400,τοπικός.	5,1%	14,3%	6,7%
	75 και άνω	Count	5	4	9
		% within Ηλικία.	55,6%	44,4%	100,0%
		% within 400,τοπικός.	5,1%	19,0%	7,5%
Total		Count	99	21	120
		% within Ηλικία.	82,5%	17,5%	100,0%
		% within 400,τοπικός.	100,0%	100,0%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 116, παρατηρούμε ότι τα άτομα ηλικίας 35-44 ετών και 55-64 ετών, δεν θα απέρριπταν το ξενοδοχείο αυτό, διότι δεν υπάρχει καμία καταγγελία οπού αφορά την καταστροφή του περιβάλλοντος και την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων.

Διασταύρωση της ερώτησης 6.N04 με ερώτηση 9.γ

Η ερώτηση 6.N04 μετρά την πρόθεση σε μποιϊκοτάζ εάν οι ερωτώμενοι πληροφορηθούν, ότι οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν παιδική εργασία στα προϊόντα που συνήθιζαν να αγοράζουν. Η μεταβλητή αυτή, μετράται σε τακτικό επίπεδο. Η ερώτηση 9.γ είναι το επίπεδο εκπαίδευσης και μετριέται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε Kendall's tau-c .

Πίνακας 117

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	50,103 ^a	20	,000
Likelihood Ratio	38,867	20	,007
Linear-by-Linear Association	9,988	1	,002
N of Valid Cases	120		

a. 23 cells (76,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,05.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Χρήση παιδικής εργασίας και επίπεδο εκπαίδευσης δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,0) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 118

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,167	,070	2,385	,017
	N of Valid Cases	120			

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,1671) οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό , η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 119

Χρήση παιδικής εργασίας * Επίπεδο εκπαίδευσης									
			Επίπεδο εκπαίδευσης.						Total
			Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	Απόφοιτος Δημοτικού	Απόφοιτος Γυμνασίου	Απόφοιτος Λυκείου	Απόφοιτος Πανεπιστημίου -ΤΕΙ	Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	
Χρήση παιδικής εργασίας.	Πάρα πολύ	Count	2	3	8	21	25	1	60
		Expected Count	4,0	8,0	5,0	21,0	19,0	3,0	60,0
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	3,3%	5,0%	13,3%	35,0%	41,7%	1,7%	100,0 %
	Πολύ	Count	3	6	2	19	10	5	45
		Expected Count	3,0	6,0	3,8	15,8	14,3	2,3	45,0
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	6,7%	13,3%	4,4%	42,2%	22,2%	11,1%	100,0 %
	Αρκετά	Count	2	6	0	2	2	0	12
		Expected Count	,8	1,6	1,0	4,2	3,8	,6	12,0
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	16,7%	50,0%	,0%	16,7%	16,7%	,0%	100,0 %
	Λίγο	Count	1	0	0	0	0	0	1
		Expected Count	,1	,1	,1	,4	,3	,0	1,0
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0 %
	Καθόλου	Count	0	1	0	0	1	0	2

	Expected Count	,1	,3	,2	,7	,6	,1	2,0
	% within Χρήση παιδικής εργασίας.	,0%	50,0%	,0%	,0%	50,0%	,0%	100,0%
Total	Count	8	16	10	42	38	6	120
	Expected Count	8,0	16,0	10,0	42,0	38,0	6,0	120,0
	% within Χρήση παιδικής εργασίας.	6,7%	13,3%	8,3%	35,0%	31,7%	5,0%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Παρατηρώντας τον πίνακα 119, διαπιστώνουμε ότι τα άτομα με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης Απόφοιτοι Λυκείου (77,2%) και Απόφοιτοι Πανεπιστημίου-ΑΤΕΙ (63,9%) εμφανίζουν μεγαλύτερους δείκτες πρόθεσης να μποϊκοτάρουν τις εταιρείες που χρησιμοποιούν παιδική εργασία.

Διασταύρωση της ερώτησης 6.N05 με ερώτηση 9.γ

Η ερώτηση 6.N05 μετρά την πρόθεση σε μποϊκοτάζ προϊόντων εάν οι ερωτώμενοι πληροφορηθούν, ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν πραγματοποιούν πειράματα σε ζώα και μετράται σε τακτικό επίπεδο. Η ερώτηση 9.γ είναι το επίπεδο εκπαίδευσης και μετριέται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 .

Πίνακας 120

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	42,792 ^a	20	,002
Likelihood Ratio	45,406	20	,001
Linear-by-Linear Association	14,866	1	,000
N of Valid Cases	120		

a. 22 cells (73,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,05.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές: Πειράματα σε ζώα και επίπεδο εκπαίδευσης δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,002) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 121

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error^a	Approx. T^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,206	,068	3,010	,003
	N of Valid Cases	120			

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,2061) οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 122

Πειράματα σε ζώα. * Επίπεδο εκπαίδευσης										
			Επίπεδο εκπαίδευσης.						Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	Total
			Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	Απόφοιτος Δημοτικού	Απόφοιτος Γυμνασίου	Απόφοιτος Λυκείου	Απόφοιτος Πανεπιστημίου-ΤΕΙ			
Πειράματα σε ζώα.	Πάρα πολύ	Count	1	2	5	14	18	0	40	
		Expected Count	2,7	5,3	3,3	14,0	12,7	2,0	40,0	
		% within Πειράματα σε ζώα.	2,5%	5,0%	12,5%	35,0%	45,0%	,0%	100,0%	
	Πολύ	Count	2	3	5	19	16	4	49	
		Expected Count	3,3	6,5	4,1	17,2	15,5	2,5	49,0	
		% within Πειράματα σε ζώα.	4,1%	6,1%	10,2%	38,8%	32,7%	8,2%	100,0%	
	Αρκετά	Count	3	5	0	4	4	2	18	
		Expected Count	1,2	2,4	1,5	6,3	5,7	,9	18,0	
		% within Πειράματα σε ζώα.	16,7%	27,8%	,0%	22,2%	22,2%	11,1%	100,0%	
	Λίγο	Count	2	5	0	5	0	0	12	
		Expected Count	,8	1,6	1,0	4,2	3,8	,6	12,0	
		% within Πειράματα σε ζώα.	16,7%	41,7%	,0%	41,7%	,0%	,0%	100,0%	
	Καθόλου	Count	0	1	0	0	0	0	1	
		Expected Count	,1	,1	,1	,4	,3	,0	1,0	
		% within Πειράματα σε ζώα.	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	
Total		Count	8	16	10	42	38	6	120	

	Expected Count	8,0	16,0	10,0	42,0	38,0	6,0	120,0
	% within Πειράματα σε ζώα.	6,7%	13,3%	8,3%	35,0%	31,7%	5,0%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 122 βλέπουμε, ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι πρόθυμοι μποϊκοτάρουν τα προϊόντα που συνήθιζαν να αγοράζουν εάν πληροφορηθούν, ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν πραγματοποιούν πειράματα πάνω σε ζώα ,από αυτούς τους ερωτηθέντες το 77,7% είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου-ΑΤΕΙ και το 73,8% είναι απόφοιτοι Λυκείου.

Διασταύρωση της ερώτησης 6.N06 με ερώτηση 9.γ

Η ερώτηση 6.N06 μετρά την πρόθεση σε μποϊκοτάζ προϊόντων, εάν οι ερωτώμενοι πληροφορηθούν, ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν εμπλέκονται σε ιδιαίτερα βάνουση συμπεριφορά προς τους εργαζόμενους. Η μεταβλητή αυτή μετράται σε τακτικό επίπεδο. Η ερώτηση 9.γ είναι το επίπεδο εκπαίδευσης και μετριέται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε Kendall's tau-c .

Πίνακας 123

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43,457 ^a	20	,002
Likelihood Ratio	33,197	20	,032
Linear-by-Linear Association	9,626	1	,002
N of Valid Cases	120		

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές:Βάνουση συμπεριφορά προς τους εργαζομένου και επίπεδο εκπαίδευσης δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας

(0,002) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 124

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,166	,075	2,223	,026
	N of Valid Cases	120			

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,1661) οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 125

Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους. * Επίπεδο εκπαίδευσης.									
			Επίπεδο εκπαίδευσης.						
			Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	Απόφοιτος Δημοτικού	Απόφοιτος Γυμνασίου	Απόφοιτος Λυκείου	Απόφοιτος Πανεπιστημίου-ΤΕΙ	Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	Total
Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους.	Πάρα πολύ	Count	2	2	5	19	20	1	49
		Expected Count	3,3	6,5	4,1	17,2	15,5	2,5	49,0
		% within Βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους.	4,1%	4,1%	10,2%	38,8%	40,8%	2,0%	100,0%
	Πολύ	Count	2	5	4	18	14	2	45
		Expected Count	3,0	6,0	3,8	15,8	14,3	2,3	45,0

		% within Βάναυσ η συμπερι φορά προς τους εργαζομ ένους.	4,4%	11,1%	8,9%	40,0%	31,1%	4,4%	100,0%
Αρκε τά	Count		2	8	1	4	3	3	21
	Expe cted Count		1,4	2,8	1,8	7,4	6,7	1,1	21,0
	% within Βάναυσ η συμπερι φορά προς τους εργαζομ ένους.		9,5%	38,1%	4,8%	19,0%	14,3%	14,3%	100,0%
Λίγο	Count		2	0	0	1	1	0	4
	Expe cted Count		,3	,5	,3	1,4	1,3	,2	4,0
	% within Βάναυσ η συμπερι φορά προς τους εργαζομ ένους.		50,0%	,0%	,0%	25,0%	25,0%	,0%	100,0%
Καθό λου	Count		0	1	0	0	0	0	1
	Expe cted Count		,1	,1	,1	,4	,3	,0	1,0

	% within Βάναυση συμπερι φορά προς τους εργαζομ ένους.	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Total	Count	8	16	10	42	38	6	120	
	Expected Count	8,0	16,0	10,0	42,0	38,0	6,0	120,0	
	% within Βάναυση συμπερι φορά προς τους εργαζομ ένους.	6,7%	13,3%	8,3%	35,0%	31,7%	5,0%	100,0%	

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως φαίνεται στον πίνακα 125, το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων, Απόφοιτοι Πανεπιστημίου –ΑΤΕΙ (71,9%) και Απόφοιτοι Λυκείου (78,8%) είναι πολύ έως πάρα πολύ πρόθυμοι, να μποϊκοτάρουν τα προϊόντα που συνήθιζαν να αγοράζουν εάν πληροφορηθούν, ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν εμπλέκονται σε ιδιαίτερα βάναυση συμπεριφορά προς τους εργαζομένους.

Διασταύρωση της ερώτησης 7.D104 με ερώτηση 9.γ

Η ερώτηση 7.D104 μετρά την πρόθεση του ερωτώμενου για διάβασμα και γράψιμο σε blogs στο διαδίκτυο και μετράται σε τακτικό επίπεδο πέντε σημείων. Η ερώτηση 9.γ είναι το επίπεδο εκπαίδευσης και μετριέται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε Kendall's tau-c.

Πίνακας 126

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	58,024 ^a	20	,000
Likelihood Ratio	68,328	20	,000
Linear-by-Linear Association	22,228	1	,000
N of Valid Cases	120		
a. 23 cells (76,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,60.			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές: Διάβασμα και γράψιμο σε blogs και επίπεδο εκπαίδευση δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας(0,0) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 127

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error^a	Approx. T^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,337	,062	5,472	,000
	N of Valid Cases	120			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,3371) οι μεταβλητές έχουν μέτρια σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 128

Διάβασμα και γράψιμο σε blogs. * Επίπεδο εκπαίδευσης. Crosstabulation									
			Επίπεδο εκπαίδευσης.					Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	Total
			Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	Απόφοιτος Δημοτικού	Απόφοιτος Γυμνασίου	Απόφοιτος Λυκείου	Απόφοιτος Πανεπιστημίου -ΤΕΙ		
Διάβασμα και γράψιμο σε blogs.	Πάρα πολύ	Count	1	0	2	4	6	1	14
		Expected Count	,9	1,9	1,2	4,9	4,4	,7	14,0
		% within Διάβασμα και γράψιμο σε blogs.	7,1%	,0%	14,3%	28,6%	42,9%	7,1%	100,0%
	Πολύ	Count	0	0	1	10	7	0	18
		Expected Count	1,2	2,4	1,5	6,3	5,7	,9	18,0
		% within Διάβασμα και γράψιμο σε blogs.	,0%	,0%	5,6%	55,6%	38,9%	,0%	100,0%
	Αρκετά	Count	0	0	0	6	14	4	24
		Expected Count	1,6	3,2	2,0	8,4	7,6	1,2	24,0
		% within Διάβασμα και γράψιμο σε blogs.	,0%	,0%	,0%	25,0%	58,3%	16,7%	100,0%
	Λίγο	Count	0	1	0	8	2	1	12
		Expected Count	,8	1,6	1,0	4,2	3,8	,6	12,0

		% within Διάβασμα και γράψιμο σε blogs.	,0%	8,3%	,0%	66,7%	16,7%	8,3%	100,0%
	Καθό λου	Count	7	15	7	14	9	0	52
		Expected Count	3,5	6,9	4,3	18,2	16,5	2,6	52,0
		% within Διάβασμα και γράψιμο σε blogs.	13,5%	28,8%	13,5%	26,9%	17,3%	,0%	100,0%
Total		Count	8	16	10	42	38	6	120
		Expected Count	8,0	16,0	10,0	42,0	38,0	6,0	120,0
		% within Διάβασμα και γράψιμο σε blogs.	6,7%	13,3%	8,3%	35,0%	31,7%	5,0%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Βλέποντας τον πίνακα 128, παρατηρούμε ότι όσο πιο υψηλό είναι το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων, τόσο πιο πρόθυμοι είναι να διαβάσουν και να γράψουν σε blogs στο διαδίκτυο, ενώ όσο πιο χαμηλό είναι το επίπεδο εκπαίδευσης, οι ερωτηθέντες δεν έχουν καμία πρόθεση να διαβάσουν και να γράψουν σε blogs στο διαδίκτυο, εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων.

Διασταύρωση της ερώτησης 7.DI06 με ερώτηση 9.γ.

Η ερώτηση 7.DI06 μετρά την πρόθεση του ερωτώμενου για δημιουργία και οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας, η μεταβλητή αυτή μετράται σε τακτικό επίπεδο πέντε σημείων. Η ερώτηση 9.γ είναι το επίπεδο εκπαίδευσης και μετριέται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε Kendall's tau-c.

Πίνακας 129

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35,786 ^a	20	,016
Likelihood Ratio	33,831	20	,027
Linear-by-Linear Association	5,026	1	,025
N of Valid Cases	120		

a. 23 cells (76,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,05.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές: Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας και επίπεδο εκπαίδευση δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας(0,016) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 130

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35,786 ^a	20	,016
Likelihood Ratio	33,831	20	,027
Linear-by-Linear Association	5,026	1	,025
N of Valid Cases	120		

a. 23 cells (76,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,05.

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή (10,1931) οι μεταβλητές έχουν μέτρια σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό , η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 131

Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας* Επίπεδο εκπαίδευσης									
			Επίπεδο εκπαίδευσης.					Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	Total
			Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	Απόφοιτος Δημοτικού	Απόφοιτος Γυμνασίου	Απόφοιτος Λυκείου	Απόφοιτος Πανεπιστημίου-ΤΕΙ		
Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας.	Πάρα πολύ	Count	0	0	1	0	0	0	1
		Expected Count	,1	,1	,1	,4	,3	,0	1,0
		% within Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας.	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Πολύ	Count	1	0	0	0	2	0	3
		Expected Count	,2	,4	,3	1,1	1,0	,2	3,0
		% within Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας.	33,3%	,0%	,0%	,0%	66,7%	,0%	100,0%
	Αρκετά	Count	0	0	2	2	6	1	11
		Expected Count	,7	1,5	,9	3,9	3,5	,6	11,0
		% within Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας.	,0%	,0%	18,2%	18,2%	54,5%	9,1%	100,0%
	Λίγο	Count	0	1	2	13	11	3	30
		Expected Count	2,0	4,0	2,5	10,5	9,5	1,5	30,0

	% within Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας.	,0%	3,3%	6,7%	43,3%	36,7%	10,0%	100,0%
Καθόλου	Count	7	15	5	27	19	2	75
	Expected Count	5,0	10,0	6,3	26,3	23,8	3,8	75,0
	% within Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας.	9,3%	20,0%	6,7%	36,0%	25,3%	2,7%	100,0%
Total	Count	8	16	10	42	38	6	120
	Expected Count	8,0	16,0	10,0	42,0	38,0	6,0	120,0
	% within Οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας.	6,7%	13,3%	8,3%	35,0%	31,7%	5,0%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 131, διαπιστώνουμε ότι τα άτομα που έχουν υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης δεν είναι καθόλου πρόθυμοι, να δημιουργήσουν και να οργανώσουν ομάδες διαμαρτυρίας εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων .

Διασταύρωση της ερώτησης 8.Hotel Ca με ερώτηση 9.γ

Η ερώτηση 8.Hotel Ca μετρά την απόρριψη του ξενοδοχείου και μετράται σε ονομαστικό επίπεδο. Η ερώτηση 9.γ είναι το επίπεδο εκπαίδευσης και μετριέται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 .

Πίνακας 132

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,970 ^a	5	,035
Likelihood Ratio	9,138	5	,104
Linear-by-Linear Association	8,377	1	,004
N of Valid Cases	120		

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,25.

ΣΧΟΛΙΑ: Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές: απόρριψη του ξενοδοχείου και επίπεδο εκπαίδευσης δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας(0,035) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 133

Επίπεδο εκπαίδευσης. * Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,400,διεθνής.					
		Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,400,διεθνής.			
			ΟΧΙ	ΝΑΙ	Total
Επίπεδο εκπαίδευσης.	Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	Count	2	6	8
		% within Επίπεδο εκπαίδευσης.	25,0%	75,0%	100,0%
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,400,διεθνής.	40,0%	5,2%	6,7%
	Απόφοιτος Δημοτικού	Count	1	15	16

		% within Επίπεδο εκπαίδευσης.	6,3%	93,8%	100,0%
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.	20,0%	13,0%	13,3%
Απόφοιτος Γυμνασίου	Count		1	9	10
	% within Επίπεδο εκπαίδευσης.		10,0%	90,0%	100,0%
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.		20,0%	7,8%	8,3%
Απόφοιτος Λυκείου	Count		1	41	42
	% within Επίπεδο εκπαίδευσης.		2,4%	97,6%	100,0%
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.		20,0%	35,7%	35,0%
Απόφοιτος Πανεπιστημίου-ΤΕΙ	Count		0	38	38
	% within Επίπεδο εκπαίδευσης.		,0%	100,0%	100,0%
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.		,0%	33,0%	31,7%
Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	Count		0	6	6
	% within Επίπεδο εκπαίδευσης.		,0%	100,0%	100,0%

		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,400,διε θνής.	,0%	5,2%	5,0%
Total	Count		5	115	120
	% within Επίπεδο εκπαίδευσης.		4,2%	95,8%	100,0%
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,400,διε θνής.		100,0%	100,0%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 133, διαπιστώνουμε ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες που θα απέρριπταν το ξενοδοχείο Hotel Ca είναι απόφοιτοι Λυκείου και απόφοιτοι Πανεπιστημίου –ΑΤΕΙ.

Διασταύρωση της ερώτησης 8.Hotel Ha με ερώτηση 9.γ

Η ερώτηση 8.HotelHa μετρά την απόρριψη του ξενοδοχείου και μετράται σε ονομαστικό επίπεδο. Η ερώτηση 9.γ είναι το επίπεδο εκπαίδευσης και μετριέται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 .

Πίνακας 134

Chi-Square Tests			
	Value	df	symp. Sig. (2-sided)
on Chi-Square	14,042 ^a	5	,015
ood Ratio	11,347	5	,045
r-by-Linear Association	5,813	1	,016
Valid Cases	120		
ells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,05.			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές: απόρριψη του ξενοδοχείου και επίπεδο εκπαίδευσης δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας(0,015) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 135

Crosstab						
				400,τοπικός.		Total
				OXI	NAI	
Επίπεδο εκπαίδευσης.	Δεν αποφοίτησα από το Δημοτικό	Count	3	5	8	
		% within Επίπεδο εκπαίδευσης.	37,5%	62,5%	100,0%	
		% within 400,τοπικός.	3,0%	23,8%	6,7%	
	Απόφοιτος Δημοτικού	Count	14	2	16	
		% within Επίπεδο εκπαίδευσης.	87,5%	12,5%	100,0%	
		% within 400,τοπικός.	14,1%	9,5%	13,3%	
	Απόφοιτος Γυμνασίου	Count	8	2	10	
		% within Επίπεδο εκπαίδευσης.	80,0%	20,0%	100,0%	
		% within 400,τοπικός.	8,1%	9,5%	8,3%	
	Απόφοιτος Λυκείου	Count	34	8	42	
		% within Επίπεδο εκπαίδευσης.	81,0%	19,0%	100,0%	
		% within 400,τοπικός.	34,3%	38,1%	35,0%	
	Απόφοιτος Πανεπιστημίου-ΤΕΙ	Count	35	3	38	
		% within Επίπεδο εκπαίδευσης.	92,1%	7,9%	100,0%	
		% within 400,τοπικός.	35,4%	14,3%	31,7%	
Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	Count	5	1	6		
	% within Επίπεδο εκπαίδευσης.	83,3%	16,7%	100,0%		

		% within 400,τοπικός.	5,1%	4,8%	5,0%
Total	Count		99	21	120
	% within Επίπεδο εκπαίδευσης.		82,5%	17,5%	100,0%
	% within 400,τοπικός.		100,0%	100,0%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 135, διαπιστώνουμε ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες που δεν απορρίπτουν το ξενοδοχείο Ha είναι απόφοιτοι Λυκείου και απόφοιτοι Πανεπιστημίου –ΑΤΕΙ.

Διασταύρωση ερώτησης 6.N04 με ερώτηση 9.δ.

Η ερώτηση 6.N04 μετρά την πρόθεση συμμετοχής σε μποϊκοτάζ προϊόντων, εάν οι ερωτώμενοι πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν χρησιμοποιούν παιδική εργασία. Η μεταβλητή αυτή είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.δ είναι το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα και είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέγουμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε το Kendall's tau-c.

Πίνακας 136

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43,687 ^a	24	,008
Likelihood Ratio	37,797	24	,036
Linear-by-Linear Association	1,851	1	,174
N of Valid Cases	120		
a. 29 cells (82,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : Χρήση παιδικής εργασίας και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (,008) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 137

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,160	,070	2,286	,022
	N of Valid Cases	120			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή $\{1,160\}$ οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 138

Χρήση παιδικής εργασίας * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα										
			Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.							Total
			έως 10.000	10.001-20.000	20.001-30.000	30.001-40.000	40.001-50.000	50.001-60.000	70.001 και άνω	
Χρήση παιδικής εργασίας.	Πάρα πολύ	Count	9	20	21	4	3	3	0	60
		Expected Count	13,5	19,5	17,0	4,5	2,5	2,0	1,0	60,0
		% within Χρήση παιδικής εργασίας.	15,0%	33,3%	35,0%	6,7%	5,0%	5,0%	,0%	100,0%
	Πολύ	Count	8	16	12	5	1	1	2	45
		Expected Count	10,1	14,6	12,8	3,4	1,9	1,5	,8	45,0

	% within Χρήση παιδικής εργασίας.	17,8%	35,6%	26,7%	11,1%	2,2%	2,2%	4,4%	100,0%
Αρκετά	Count	9	3	0	0	0	0	0	12
	Expected Count	2,7	3,9	3,4	,9	,5	,4	,2	12,0
	% within Χρήση παιδικής εργασίας.	75,0%	25,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Λίγο	Count	1	0	0	0	0	0	0	1
	Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
	% within Χρήση παιδικής εργασίας.	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Καθόλου	Count	0	0	1	0	1	0	0	2
	Expected Count	,5	,7	,6	,2	,1	,1	,0	2,0
	% within Χρήση παιδικής εργασίας.	,0%	,0%	50,0%	,0%	50,0%	,0%	,0%	100,0%

Total	Count	27	39	34	9	5	4	2	120
	Expected Count	27,0	39,0	34,0	9,0	5,0	4,0	2,0	120,0
	% within Χρήση παιδικής εργασίας.	22,5%	32,5%	28,3%	7,5%	4,2%	3,3%	1,7%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 138, παρατηρούμε ότι τα άτομα με ετήσιο οικογενειακό 10.001-30.000€, είναι πάρα πολύ πρόθυμοι να συμμετάσχουν σε μμποϊκοτάζ των προϊόντων που συνήθιζαν να αγοράσουν εάν πληροφορηθούν, ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν χρησιμοποιούν παιδική εργασία.

Διασταύρωση ερώτησης 6.N05 με ερώτηση 9.δ

Η ερώτηση 6.N05 μετρά την πρόθεση συμμετοχής σε μμποϊκοτάζ προϊόντων , εάν οι ερωτώμενοι πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν πραγματοποιούν πειράματα πάνω σε ζώα. Η μεταβλητή αυτή είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.δ είναι το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα και είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέγουμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε το Kendall's tau-c.

Πίνακας 139

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	36,673 ^a	24	,047
O Likelihood Ratio	39,923	24	,022
Linear-by-Linear Association	3,853	1	,050
N of Valid Cases	120		
a. 27 cells (77,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : πειράματα πάνω σε ζώα και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (,047) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 140

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error^a	Approx. T^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,143	,070	2,046	,041
	N of Valid Cases	120			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή $\{1,1431\}$ οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 141

Πειράματα σε ζώα * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα										
			Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.							Total
			έως 10.000	10.001- 20.000	20.001- 30.000	30.001- 40.000	40.001- 50.000	50.001- 60.000	70.001 και άνω	
Πειράματα σε ζώα.	Πάρα πολύ	Count	8	13	11	5	3	0	0	40
		Expected Count	9,0	13,0	11,3	3,0	1,7	1,3	,7	40,0
		% within Πειράματα σε ζώα.	20,0%	32,5%	27,5%	12,5%	7,5%	,0%	,0%	100,0%
	Πολύ	Count	4	19	16	2	2	4	2	49
		Expected Count	11,0	15,9	13,9	3,7	2,0	1,6	,8	49,0
		% within Πειράματα σε ζώα.	8,2%	38,8%	32,7%	4,1%	4,1%	8,2%	4,1%	100,0%
	Αρκετά	Count	10	2	4	2	0	0	0	18
		Expected Count	4,1	5,9	5,1	1,4	,8	,6	,3	18,0
		% within Πειράματα σε ζώα.	55,6%	11,1%	22,2%	11,1%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Λίγο	Count	5	5	2	0	0	0	0	12
		Expected Count	2,7	3,9	3,4	,9	,5	,4	,2	12,0
		% within Πειράματα σε ζώα.	41,7%	41,7%	16,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Καθόλου	Count	0	0	1	0	0	0	0	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0

		% within Πειράμα τα σε ζώα.	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Total	Count		27	39	34	9	5	4	2	120
	Expected Count		27,0	39,0	34,0	9,0	5,0	4,0	2,0	120,0
	% within Πειράμα τα σε ζώα.		22,5%	32,5%	28,3%	7,5%	4,2%	3,3%	1,7%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 141, παρατηρούμε ότι τα άτομα με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 10.001-20.000€ (38,8%) και 20.001-30.000€ (32,7%) είναι πολύ πρόθυμοι να μποϊκοτάρουν τα προϊόντα που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν πραγματοποιούν πειράματα πάνω σε ζώα.

Διασταύρωση ερώτησης 8.HotelA με ερώτηση 9.δ

Η ερώτηση 8.HotelA μετρά την αξιολόγηση του ξενοδοχείου και είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.δ είναι το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέγουμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε το Kendall's tau-c.

Πίνακας 142

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	104,431 ^a	60	,000
Likelihood Ratio	82,210	60	,030
Linear-by-Linear Association	7,968	1	,005
N of Valid Cases	120		

a. 71 cells (92,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές: αξιολόγηση του

ξενοδοχείου και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (,005) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 143

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	104,431 ^a	60	,000
Likelihood Ratio	82,210	60	,030
Linear-by-Linear Association	7,968	1	,005
N of Valid Cases	120		

a. 71 cells (92,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή $\{|1,194|\}$ οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 144

700 διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα										
			Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα							Total
			έως 10.000	10.001- 20.000	20.001- 30.000	30.001- 40.000	40.001- 50.000	50.001- 60.000	70.001 και άνω	
700 διεθνής ς.	10,00	Count	5	11	13	2	4	1	1	37
		Expected Count	8,3	12,0	10,5	2,8	1,5	1,2	,6	37,0
		% within 700 διεθνής.	13,5%	29,7%	35,1%	5,4%	10,8%	2,7%	2,7%	100,0%
	9,00	Count	1	4	1	0	0	1	0	7
		Expected Count	1,6	2,3	2,0	,5	,3	,2	,1	7,0
		% within 700 διεθνής.	14,3%	57,1%	14,3%	,0%	,0%	14,3%	,0%	100,0%
	8,00	Count	3	6	2	2	0	0	0	13

	Expected Count	2,9	4,2	3,7	1,0	,5	,4	,2	13,0
	% within 700 διεθνής.	23,1%	46,2%	15,4%	15,4%	,0%	,0%	,0%	100,0%
7,00	Count	1	0	1	0	1	2	0	5
	Expected Count	1,1	1,6	1,4	,4	,2	,2	,1	5,0
	% within 700 διεθνής.	20,0%	,0%	20,0%	,0%	20,0%	40,0%	,0%	100,0%
6,00	Count	1	1	4	0	0	0	0	6
	Expected Count	1,4	2,0	1,7	,5	,3	,2	,1	6,0
	% within 700 διεθνής.	16,7%	16,7%	66,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
5,00	Count	0	2	7	1	0	0	0	10
	Expected Count	2,3	3,3	2,8	,8	,4	,3	,2	10,0
	% within 700 διεθνής.	,0%	20,0%	70,0%	10,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
4,00	Count	0	2	0	0	0	0	1	3
	Expected Count	,7	1,0	,9	,2	,1	,1	,0	3,0
	% within 700 διεθνής.	,0%	66,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	33,3%	100,0%
3,00	Count	0	1	0	0	0	0	0	1
	Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
	% within 700 διεθνής.	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
2,00	Count	0	3	1	0	0	0	0	4
	Expected Count	,9	1,3	1,1	,3	,2	,1	,1	4,0
	% within 700 διεθνής.	,0%	75,0%	25,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
1,00	Count	0	2	0	0	0	0	0	2
	Expected Count	,5	,7	,6	,2	,1	,1	,0	2,0

		% within 700 διεθνής.	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	,00	Count	16	7	5	4	0	0	0	32
		Expected Count	7,2	10,4	9,1	2,4	1,3	1,1	,5	32,0
		% within 700 διεθνής.	50,0%	21,9%	15,6%	12,5%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Total		Count	27	39	34	9	5	4	2	120
		Expected Count	27,0	39,0	34,0	9,0	5,0	4,0	2,0	120,0
		% within 700 διεθνής.	22,5%	32,5%	28,3%	7,5%	4,2%	3,3%	1,7%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 144, παρατηρούμε ότι τα άτομα με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 10.001-20.000 € και 20.001-30.000€ αξιολόγησαν το ξενοδοχείο Α με 10, διότι δεν υπάρχει καμία καταγγελία που να αφορά την καταστροφή του περιβάλλοντος ή την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων. Το ξενοδοχείο Α το θεωρούν απόλυτα ελκυστικό. Αντίθετα το 26,6% των ερωτηθέντων με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα έως 10.000€ αξιολόγησε το ξενοδοχείο με 0 , διότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό.

Διασταύρωση ερώτησης 8.HotelB με ερώτηση 9.δ.

Η ερώτηση 8.HotelB μετρά την αξιολόγηση του ξενοδοχείου και είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.δ είναι το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέγουμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε το Kendall's tau-c.

Πίνακας 145

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	118,353 ^a	54	,000
Likelihood Ratio	70,153	54	,069
Linear-by-Linear Association	,331	1	,565
N of Valid Cases	120		
a. 67 cells (95,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : αξιολόγηση του ξενοδοχείου και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (,000) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 146

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,004	,066	,061	,951
	N of Valid Cases	120			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή {1,0041} οι μεταβλητές έχουν μέτρια σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 147

Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα										
			Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.							
			έως 10.000	10.001- 20.000	20.001- 30.000	30.001- 40.000	40.001- 50.000	50.001- 60.000	70.001 και άνω	Total
Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.	9,00	Count	1	0	0	0	0	0	0	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	8,00	Count	0	0	0	0	0	0	1	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
	7,00	Count	0	1	0	0	0	0	0	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	6,00	Count	3	2	0	0	0	0	0	5
		Expected Count	1,1	1,6	1,4	,4	,2	,2	,1	5,0

		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.	60,0%	40,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
5,00	Count		0	0	5	1	1	0	0	7
	Expected Count		1,6	2,3	2,0	,5	,3	,2	,1	7,0
	% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.		,0%	,0%	71,4%	14,3%	14,3%	,0%	,0%	100,0%
4,00	Count		4	1	2	0	0	0	0	7
	Expected Count		1,6	2,3	2,0	,5	,3	,2	,1	7,0
	% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.		57,1%	14,3%	28,6%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
3,00	Count		0	5	0	3	0	2	0	10
	Expected Count		2,3	3,3	2,8	,8	,4	,3	,2	10,0
	% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.		,0%	50,0%	,0%	30,0%	,0%	20,0%	,0%	100,0%
2,00	Count		3	5	2	1	1	0	0	12
	Expected Count		2,7	3,9	3,4	,9	,5	,4	,2	12,0

		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.	25,0%	41,7%	16,7%	8,3%	8,3%	,0%	,0%	100,0%
	1,00	Count	2	3	5	0	0	0	1	11
		Expected Count	2,5	3,6	3,1	,8	,5	,4	,2	11,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.	18,2%	27,3%	45,5%	,0%	,0%	,0%	9,1%	100,0%
	,00	Count	14	22	20	4	3	2	0	65
		Expected Count	14,6	21,1	18,4	4,9	2,7	2,2	1,1	65,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.	21,5%	33,8%	30,8%	6,2%	4,6%	3,1%	,0%	100,0%
Total		Count	27	39	34	9	5	4	2	120
		Expected Count	27,0	39,0	34,0	9,0	5,0	4,0	2,0	120,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων, 400, διεθνής.	22,5%	32,5%	28,3%	7,5%	4,2%	3,3%	1,7%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Στον πίνακα 147, παρατηρούμε ότι τα άτομα με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 10.001-20.000€ έως 20.001-30.000 € , αξιολόγησαν το ξενοδοχείο Β με 0, διότι υπάρχει εκμετάλλευση εργαζομένων. Το ξενοδοχείο Β δεν το θεωρούν καθόλου ελκυστικό.

Διασταύρωση της ερώτησης 8.HotelDa με ερώτηση 9.δ

Η ερώτηση 8.HotelDa μετρά την απόρριψη του ξενοδοχείου και μετράται σε ονομαστικό επίπεδο. Η ερώτηση 9.δείνει το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα και μετριέται σε τακτικό επίπεδο. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 .

Πίνακας 148

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,534 ^a	6	,024
Likelihood Ratio	10,272	6	,114
Linear-by-Linear Association	6,448	1	,011
N of Valid Cases	120		

a. 10 cells (71,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,10.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές: απόρριψη του ξενοδοχείου και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας(0,024) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 149

Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικός* Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα					
			Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικός.		Total
			OXI	NAI	
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	έως 10.000	Count	0	27	27
		% within Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	,0%	100,0%	100,0%
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικός.	,0%	23,7%	22,5%
	10.001-20.000	Count	1	38	39
		% within Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	2,6%	97,4%	100,0%
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικός.	16,7%	33,3%	32,5%
	20.001-30.000	Count	3	31	34
		% within Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	8,8%	91,2%	100,0%
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικός.	50,0%	27,2%	28,3%
	30.001-40.000	Count	0	9	9
		% within Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	,0%	100,0%	100,0%
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικός.	,0%	7,9%	7,5%

	40.001-50.000	Count	1	4	5
		% within Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	20,0%	80,0%	100,0%
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικό Σ.	16,7%	3,5%	4,2%
	50.001-60.000	Count	0	4	4
		% within Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	,0%	100,0%	100,0%
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικό Σ.	,0%	3,5%	3,3%
	70.001 και άνω	Count	1	1	2
		% within Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	50,0%	50,0%	100,0%
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικό Σ.	16,7%	,9%	1,7%
Total	Count	6	114	120	
	% within Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.	5,0%	95,0%	100,0%	
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,700,τοπικό Σ.	100,0%	100,0%	100,0%	

ΣΧΟΛΙΑ: Όπως φαίνεται στον πίνακα 149, τα άτομα με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 10.000-30.000€ θα απέρριπταν το ξενοδοχείο Da, διότι υπάρχει καταγγελία για καταστροφή του περιβάλλοντος ή για εκμετάλλευση εργαζομένων.

Διασταύρωση ερώτησης 8.HotelF με ερώτηση 9.δ

Η ερώτηση 8.Hotel μετρά την αξιολόγηση του ξενοδοχείου και είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.δ είναι το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, και είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέγουμε το τεστ χ^2 και επειδή έχουν άνισες απαντήσεις επιλέξαμε το Kendall's tau-c.

Πίνακας 150

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	93,146 ^a	48	,000
Likelihood Ratio	52,993	48	,288
Linear-by-Linear Association	6,857	1	,009
N of Valid Cases	120		
a. 59 cells (93,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.			

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές: αξιολόγηση του ξενοδοχείου και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (,000) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 151

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error^a	Approx. T^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,081	,061	1,330	,184
	N of Valid Cases	120			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή {1,0811} οι μεταβλητές έχουν ισχυρή σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 152

Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,διεθνής * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα										
			Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.							
			έως 10.000	10.001- 20.000	20.001- 30.000	30.001- 40.000	40.001- 50.000	50.001- 60.000	70.001 και άνω	Total
Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,διεθνής.	8,00	Count	0	1	0	0	0	0	0	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,διεθνής.	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	7,00	Count	0	0	0	0	1	1	0	2
		Expected Count	,5	,7	,6	,2	,1	,1	,0	2,0
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,διεθνής.	,0%	,0%	,0%	,0%	50,0%	50,0%	,0%	100,0%
	6,00	Count	0	1	2	0	1	0	0	4
		Expected Count	,9	1,3	1,1	,3	,2	,1	,1	4,0
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,διεθνής.	,0%	25,0%	50,0%	,0%	25,0%	,0%	,0%	100,0%
	5,00	Count	0	0	1	1	0	0	0	2
		Expected Count	,5	,7	,6	,2	,1	,1	,0	2,0

	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, 550,8 ιεθνής.	,0%	,0%	50,0%	50,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
4,00	Count	0	3	1	0	0	0	2	6
	Expected Count	1,4	2,0	1,7	,5	,3	,2	,1	6,0
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, 550,8 ιεθνής.	,0%	50,0%	16,7%	,0%	,0%	,0%	33,3%	100,0%
3,00	Count	3	3	1	0	0	0	0	7
	Expected Count	1,6	2,3	2,0	,5	,3	,2	,1	7,0
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, 550,8 ιεθνής.	42,9%	42,9%	14,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
2,00	Count	4	3	3	1	0	0	0	11
	Expected Count	2,5	3,6	3,1	,8	,5	,4	,2	11,0
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, 550,8 ιεθνής.	36,4%	27,3%	27,3%	9,1%	,0%	,0%	,0%	100,0%
1,00	Count	3	2	4	3	0	1	0	13
	Expected Count	2,9	4,2	3,7	1,0	,5	,4	,2	13,0

	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,δ ιεθνής.	23,1%	15,4%	30,8%	23,1%	,0%	7,7%	,0%	100,0%
,00	Count	17	26	22	4	3	2	0	74
	Expected Count	16,7	24,1	21,0	5,6	3,1	2,5	1,2	74,0
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,δ ιεθνής.	23,0%	35,1%	29,7%	5,4%	4,1%	2,7%	,0%	100,0%
Total	Count	27	39	34	9	5	4	2	120
	Expected Count	27,0	39,0	34,0	9,0	5,0	4,0	2,0	120,0
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος,550,δ ιεθνής.	22,5%	32,5%	28,3%	7,5%	4,2%	3,3%	1,7%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 152, παρατηρούμε ότι τα άτομα με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 10.000-30.000€ αξιολόγησαν με 0 το ξενοδοχείο F. Αυτό το ξενοδοχείο δεν το θεωρούν καθόλου ελκυστικό, διότι με τις υπηρεσίες του προκαλεί ζημιά στο περιβάλλον.

Διασταύρωση ερώτησης 8.HotelG με ερώτηση 9.δ.

Η ερώτηση 8.HotelG μετρά την αξιολόγηση του ξενοδοχείου και είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.δ είναι το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέξαμε το τεστχ² και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε το Kendall's tau-c.

Πίνακας 153

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	101,707 ^a	54	,000
Likelihood Ratio	45,310	54	,794
Linear-by-Linear Association	2,389	1	,122
N of Valid Cases	120		

a. 66 cells (94,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : αξιολόγηση του ξενοδοχείου και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (,000) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 154

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error^a	Approx. T^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,021	,065	,326	,745
	N of Valid Cases	120			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή {1,021} οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 155

Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.										
			Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.							
			έως 10.000	10.001- 20.000	20.001- 30.000	30.001- 40.000	40.001- 50.000	50.001- 60.000	70.001 και άνω	Total
Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός.	9,00	Count	1	0	0	0	0	0	0	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός.	100,0 %	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	8,00	Count	0	0	1	0	0	0	0	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός.	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	7,00	Count	0	0	0	0	0	0	1	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός.	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
	6,00	Count	0	1	0	0	0	0	0	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0

		% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
5,00	Count		0	1	2	1	0	0	1	5
	Expected Count		1,1	1,6	1,4	,4	,2	,2	,1	5,0
	% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.		,0%	20,0%	40,0%	20,0%	,0%	,0%	20,0%	100,0%
4,00	Count		2	3	2	0	2	0	0	9
	Expected Count		2,0	2,9	2,6	,7	,4	,3	,2	9,0
	% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.		22,2%	33,3%	22,2%	,0%	22,2%	,0%	,0%	100,0%
3,00	Count		6	3	1	2	0	1	0	13
	Expected Count		2,9	4,2	3,7	1,0	,5	,4	,2	13,0
	% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.		46,2%	23,1%	7,7%	15,4%	,0%	7,7%	,0%	100,0%
2,00	Count		1	3	2	0	0	0	0	6
	Expected Count		1,4	2,0	1,7	,5	,3	,2	,1	6,0

		% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	16,7%	50,0%	33,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	1,00	Count	2	4	4	1	0	1	0	12
		Expected Count	2,7	3,9	3,4	,9	,5	,4	,2	12,0
		% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	16,7%	33,3%	33,3%	8,3%	,0%	8,3%	,0%	100,0%
	,00	Count	15	24	22	5	3	2	0	71
		Expected Count	16,0	23,1	20,1	5,3	3,0	2,4	1,2	71,0
		% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	21,1%	33,8%	31,0%	7,0%	4,2%	2,8%	,0%	100,0%
Total		Count	27	39	34	9	5	4	2	120
		Expected Count	27,0	39,0	34,0	9,0	5,0	4,0	2,0	120,0
		% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	22,5%	32,5%	28,3%	7,5%	4,2%	3,3%	1,7%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 155, παρατηρούμε ότι τα άτομα με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 10.000€- 30.000€, αξιολόγησαν με 0 το ξενοδοχείο G. Δεν το θεωρούν καθόλου ελκυστικό, διότι υπάρχουν ανασφάλιστοι-απλήρωτοι εργαζόμενοι και παράνομες απολύσεις.

Διασταύρωση ερώτησης 8.HotelJ με ερώτηση 9.δ

Η ερώτηση 8.HotelJ μετρά την αξιολόγηση του ξενοδοχείου και είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Η ερώτηση 9.δ είναι το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, είναι σε τακτικό επίπεδο μέτρησης. Έτσι επιλέξαμε το τεστ χ^2 και επειδή έχει άνισες απαντήσεις επιλέξαμε το Kendall's tau-c.

Πίνακας 156

Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός * Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.										
			Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.							
			έως 10.000	10.001- 20.000	20.001- 30.000	30.001- 40.000	40.001- 50.000	50.001- 60.000	70.001 και άνω	Total
Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός.	9,00	Count	1	0	0	0	0	0	0	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός.	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	8,00	Count	0	0	1	0	0	0	0	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
		% within Εκμετάλλευση εργαζομένων,550,τοπικός.	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	7,00	Count	0	0	0	0	0	0	1	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0

		% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
6,00	Count		0	1	0	0	0	0	0	1
	Expected Count		,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
	% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.		,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
5,00	Count		0	1	2	1	0	0	1	5
	Expected Count		1,1	1,6	1,4	,4	,2	,2	,1	5,0
	% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.		,0%	20,0%	40,0%	20,0%	,0%	,0%	20,0%	100,0%
4,00	Count		2	3	2	0	2	0	0	9
	Expected Count		2,0	2,9	2,6	,7	,4	,3	,2	9,0
	% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.		22,2%	33,3%	22,2%	,0%	22,2%	,0%	,0%	100,0%
3,00	Count		6	3	1	2	0	1	0	13
	Expected Count		2,9	4,2	3,7	1,0	,5	,4	,2	13,0

		% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	46,2%	23,1%	7,7%	15,4%	,0%	7,7%	,0%	100,0%
	2,00	Count	1	3	2	0	0	0	0	6
		Expected Count	1,4	2,0	1,7	,5	,3	,2	,1	6,0
		% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	16,7%	50,0%	33,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	1,00	Count	2	4	4	1	0	1	0	12
		Expected Count	2,7	3,9	3,4	,9	,5	,4	,2	12,0
		% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	16,7%	33,3%	33,3%	8,3%	,0%	8,3%	,0%	100,0%
	,00	Count	15	24	22	5	3	2	0	71
		Expected Count	16,0	23,1	20,1	5,3	3,0	2,4	1,2	71,0
		% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	21,1%	33,8%	31,0%	7,0%	4,2%	2,8%	,0%	100,0%
Total		Count	27	39	34	9	5	4	2	120
		Expected Count	27,0	39,0	34,0	9,0	5,0	4,0	2,0	120,0

	% within Εκμετάλλε υση εργαζομέν ων,550,το πικός.	22,5%	32,5%	28,3%	7,5%	4,2%	3,3%	1,7%	100,0%
--	--	-------	-------	-------	------	------	------	------	--------

Υποθέτω ότι η μηδενική μου υπόθεση είναι οι μεταβλητές : αξιολόγηση του ξενοδοχείου και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα δεν έχουν σχέση μεταξύ τους. Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι έχουν. Επειδή το παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας (.035) είναι μικρότερο από το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση και κάνουμε δεκτή την εναλλακτική.

Πίνακας 157

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-c	,105	,055	1,934	,053
N of Valid Cases		120			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Βλέπουμε ότι κατά απόλυτη τιμή $\{1,105\}$ οι μεταβλητές έχουν ασθενής σχέση και επειδή το πρόσημο είναι θετικό, η σχέση τους είναι ανάλογη.

Πίνακας 158

Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,550,διεθνής* Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα										
			Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.							Total
			έως 10.000	10.001- 20.000	20.001- 30.000	30.001- 40.000	40.001- 50.000	50.001- 60.000	70.001 και άνω	
Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,550,διεθνής.	8,00	Count	0	0	1	0	0	0	0	1
		Expected Count	,2	,3	,3	,1	,0	,0	,0	1,0
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,550,διεθνής.	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	5,00	Count	0	1	1	0	0	0	0	2
		Expected Count	,5	,7	,6	,2	,1	,1	,0	2,0
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων,550,διεθνής.	,0%	50,0%	50,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	4,00	Count	0	0	1	1	1	0	1	4
		Expected Count	,9	1,3	1,1	,3	,2	,1	,1	4,0

		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 550, διεθνής.	,0%	,0%	25,0%	25,0%	25,0%	,0%	25,0%	100,0%
	3,00	Count	2	1	0	1	0	0	1	5
		Expected Count	1,1	1,6	1,4	,4	,2	,2	,1	5,0
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 550, διεθνής.	40,0%	20,0%	,0%	20,0%	,0%	,0%	20,0%	100,0%
	2,00	Count	1	2	2	1	0	0	0	6
		Expected Count	1,4	2,0	1,7	,5	,3	,2	,1	6,0
		% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 550, διεθνής.	16,7%	33,3%	33,3%	16,7%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	1,00	Count	2	4	1	1	1	2	0	11
		Expected Count	2,5	3,6	3,1	,8	,5	,4	,2	11,0

	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 550, διεθνής.	18,2%	36,4%	9,1%	9,1%	9,1%	18,2%	,0%	100,0%
	,00 Count	22	31	28	5	3	2	0	91
	Expected Count	20,5	29,6	25,8	6,8	3,8	3,0	1,5	91,0
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 550, διεθνής.	24,2%	34,1%	30,8%	5,5%	3,3%	2,2%	,0%	100,0%
Total	Count	27	39	34	9	5	4	2	120
	Expected Count	27,0	39,0	34,0	9,0	5,0	4,0	2,0	120,0
	% within Καταστροφή του περιβάλλοντος, εκμετάλλευση εργαζομένων, 550, διεθνής.	22,5%	32,5%	28,3%	7,5%	4,2%	3,3%	1,7%	100,0%

ΣΧΟΛΙΑ: Από τον πίνακα 158, παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων 75,8% δεν θεωρεί καθόλου ελκυστικό το ξενοδοχείο J. Από τους ερωτώμενους που αξιολόγησαν το ξενοδοχείο με 0, το 24,2% έχει εισόδημα έως 10.000€, το 34,1% έχει από 10.001€ έως 20.000€ και το 30,8% έχει από 20.001€ έως 30.000€.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Συμπεράσματα

Η πλειοψηφία του δείγματος είναι απόφοιτοι Λυκείου και απόφοιτοι Πανεπιστημίου -Τ.Ε.Ι , με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα έως 30.0000 ευρώ και είναι μισθωτοί-συνταξιούχοι.

Σχετικά με τη συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ στο παρελθόν, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (73,3%) απάντησε, πως δεν έχουν συμμετάσχει σε μπουϊκοτάζ προϊόντων ή υπηρεσιών, ενώ όσοι έχουν συμμετάσχει μπουϊκοτάρουν το γάλα (15,6%), τις αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ (12,5%) ,τα Γερμανικά προϊόντα (9,4%) και την Coca Cola (12,5%). (Βλ. πίνακες 1 -2 και 63). Όμως, οι λόγοι που ωθούν τους ερωτώμενους σε μπουϊκοτάζ, είναι οι υπερβολικά υψηλές τιμές (31,3%) και άλλοι λόγοι, π.χ. πολιτικοί λόγοι (53,1%). (Βλ.πίνακα 3).

Αναφορικά με τη γνώση και τη συμμετοχή σε μπουϊκοτάζ στο παρόν, (Βλ. πίνακες 4-7, 64-65) σημειώνουμε ότι αφορά τη γνώση των εκκλήσεων για μπουϊκοτάζ για συγκεκριμένα προϊόντα που απευθύνονται στους Έλληνες καταναλωτές την τρέχουσα περίοδο. Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (85,8%), δεν γνωρίζει αν υπάρχουν προτροπές την τρέχουσα περίοδο για μπουϊκοτάζ, ενώ τονίζουμε ότι οι ερωτώμενοι που γνωρίζουν, μπουϊκοτάρουν τα Εισαγόμενα και Γερμανικά προϊόντα. Κυρίως μπουϊκοτάρουν τα Εισαγόμενα προϊόντα (66,7%).

Σε ότι αφορά τις **διαλογικές ηθικές ενέργειες** σημειώνουμε ότι πρόκειται για ένα πολυθεματικό μέτρο 15 προτάσεων που μετρήθηκαν σε κλίμακα ΝΑΙ-ΟΧΙ . Όταν οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν αν συμμετέχουν σε κάποιες από τις ενέργειες ηθικού διαλογικού καταναλωτισμού, η πλειοψηφία τους απάντησε ΟΧΙ. (Βλ. πίνακα 66).

Σχετικά με την **πρόθεση συμμετοχής σε μπουϊκοτάζ** σημειώνουμε ότι πρόκειται για ένα πολυθεματικό μέτρο με 9 προτάσεις που μετρήθηκαν σε κλίμακα 5 σημείων. Όταν οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν πόσο πιθανό είναι να συμμετάσχουν σε μπουϊκοτάζ προϊόντων που συνήθιζαν να αγοράζουν, εάν πληροφορηθούν ότι οι επιχειρήσεις που τα παράγουν/διαθέτουν δεν είναι ηθικές, στην πλειοψηφία τους απάντησαν , πως είναι αρκετά έως πολύ πρόθυμοι να μπουϊκοτάρουν τις εταιρείες αυτές, κυρίως, εάν βλάπτουν σοβαρά το περιβάλλον(49,2%), χρησιμοποιούν παιδική εργασία (50%) και εμπλέκονται σε ιδιαίτερα βάνουση συμπεριφορά στους εργαζομένους (78,3%). (Βλ.πίνακες 23,25,28 και 67). Πέρα από το πιθανό μπουϊκοτάζ, οι ερωτηθέντες

δεν είναι καθόλου πρόθυμοι να συμμετάσχουν στις ενέργειες που αφορούν την πρόθεση διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων. (Βλ.πίνακα 68).

Αναφορικά με τις **στάσεις** του δείγματος σχετικά με την **αξιολόγηση και απόρριψη ξενοδοχείων** (Βλ. πίνακες 38 - 57), παρατηρούμε ότι στα ξενοδοχεία όπου υπάρχουν καταγγελίες που αφορούν την καταστροφή του περιβάλλοντος και την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, οι ερωτηθέντες αξιολόγησαν ότι δεν τους είναι ελκυστικά και για αυτό το λόγο θα τα απέρριπταν, ενώ στα ξενοδοχεία όπου δεν υπάρχουν καταγγελίες, αξιολόγησαν ότι τους είναι ελκυστικά και δεν θα τα απέρριπταν.

Ειδικότερα παρατηρούμε: Για το **ξενοδοχείο Α** το οποίο είναι διεθνής αλυσίδας και κοστίζει 700€ για ένα 7ήμερο, δεν υπάρχει καμία καταγγελία, οι περισσότεροι ερωτηθέντες (30,8%) το αξιολόγησαν ως απόλυτα ελκυστικό, μόνο το 50,8% δεν θα το απέρριπταν. Για το **ξενοδοχείο Β** το οποίο είναι διεθνής αλυσίδας και κοστίζει 400€ για ένα 7ήμερο, έχει γίνει καταγγελία όσον αφορά την υπερεκμετάλλευση των εργαζομένων, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων θα απέρριπτε (87,5%) το ξενοδοχείο αυτό, και αξιολόγησε πως δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό (54,2%). Για το **ξενοδοχείο C** το οποίο είναι διεθνής αλυσίδας και κοστίζει 400€ για ένα 7ήμερο, όπου υπάρχει καταγγελία για καταστροφή του περιβάλλοντος και υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, το 72,5% των ερωτηθέντων αξιολόγησε, ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό, για αυτό το λόγο η συντριπτική πλειοψηφία θα το απέρριπτε (95,8%). Για το **ξενοδοχείο D** το οποίο είναι τοπικό και κοστίζει 700€ για ένα 7ήμερο, έχει δεχτεί καταγγελία για καταστροφή του περιβάλλοντος και υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, το 86,7% των ερωτώμενων αξιολόγησε ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό, για αυτό η συντριπτική πλειοψηφία το απορρίπτει (95%). Για το **ξενοδοχείο E** το οποίο είναι τοπικό και κοστίζει 400€, υπάρχει καταγγελία για καταστροφή του περιβάλλοντος. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων 49,2% αξιολόγησε ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό και παράλληλα θα το απέρριπτε (71,7%). Για το **ξενοδοχείο F** το οποίο είναι διεθνής αλυσίδας και κοστίζει 550€ για ένα 7ήμερο, υπάρχει καταγγελία όπου αφορά την καταστροφή του περιβάλλοντος, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (61,7%) αξιολόγησε ότι δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό και το 83,3% θα το απέρριπτε. Για το **ξενοδοχείο G** το οποίο είναι τοπικό και κοστίζει 550€ για ένα 7ήμερο, υπάρχει καταγγελία για υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, γ'αυτό η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων θα το απέρριπτε(90,8%) και δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό. Για το **ξενοδοχείο H** το οποίο είναι τοπικό και κοστίζει 400€ για ένα 7ήμερο, δεν υπάρχει καμία καταγγελία, η

πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρεί ότι είναι απόλυτα ελκυστικό (55,8%) για αυτό το λόγο δεν θα το απέρριπτε (82,5%). Για το **ξενοδοχείο I** το οποίο είναι διεθνής και κοστίζει 400€ για ένα 7ήμερο, έχει δεχτεί καταγγελία για καταστροφή του περιβάλλοντος, γι'αυτό το λόγο η πλειοψηφία των ερωτηθέντων το αξιολόγησε ως καθόλου ελκυστικό(54,2%) και το 76,7% θα το απέρριπτε. Για το **ξενοδοχείο J** το οποίο είναι διεθνής αλυσίδας και κοστίζει 550€, υπάρχει καταγγελία για καταστροφή του περιβάλλοντος και υπερεκμετάλλευση εργασίας, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων θα το απέρριπτε(96,7%), ενώ το 75,8% το αξιολόγησε ως καθόλου ελκυστικό. Τελειώνοντας με τα ξενοδοχεία, διαπιστώνουμε ότι το **ξενοδοχείο H** είναι απόλυτα ελκυστικό στους ερωτηθέντες και δεν θα το απέρριπταν γιατί δεν υπάρχει καμία καταγγελία ,είναι τοπικό ξενοδοχείο και κοστίζει 400€ για ένα 7ήμερο. Από την άλλη πλευρά, το **ξενοδοχείο D** δεν τους είναι καθόλου ελκυστικό διότι υπάρχουν καταγγελίες οπού αφορούν την καταστροφή του περιβάλλοντος και την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων, είναι τοπικό ξενοδοχείο και κοστίζει 700€ για ένα 7ήμερο.

Σε ότι αφορά τις πιθανές σχέσεις των δημογραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος με τις βασικές μεταβλητές του ερωτηματολογίου διευκρινίζετε ότι επιχειρήθηκαν διασταυρώσεις μεταξύ κάθε μιας των δημογραφικών μεταβλητών φύλο, ηλικία, εκπαίδευση, ετήσιο οικογενειακό εισόδημα και επάγγελμα.

Η μεταβλητή **διαλογικός ηθικός καταναλωτισμός** σχετίζεται με την ηλικία, εκπαίδευση και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα. Παρατηρούμε ότι οι μικρότερες ηλικίες έχουν συμμετάσχει περισσότερο σε ενέργειες διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού, παρόλα αυτά δεν υπάρχει ιδιαίτερη συμμετοχή από καμία ηλικιακή ομάδα (Βλ. πίνακα 71). Επίσης, διαπιστώνουμε όσο το επίπεδο εκπαίδευσης και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα αυξάνεται, τόσο πιο πολύ οι ερωτηθέντες συμμετέχουν σε ενέργειες διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού(Βλ.Πίνακες 72-77) .

Όσον αφορά την μεταβλητή **πρόθεση συμμετοχής σε μπόϊκοτάζ**, σχετίζεται με το επίπεδο εκπαίδευσης και την ηλικία (βλ.Πίνακες 78-83). Παρατηρούμε ότι όσο πιο υψηλό είναι το μορφωτικό επίπεδο, τόσο μεγαλύτερη είναι η πρόθεση της συμμετοχής σε μπόϊκοτάζ, ενώ όσο μεγαλύτερη είναι ηλικία τόσο μικρότερη είναι η πρόθεση συμμετοχής σε μπόϊκοτάζ.

Στη συνέχεια η μεταβλητή **Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού** σχετίζεται με την ηλικία, την εκπαίδευση και το εισόδημα. Διαπιστώνουμε (βλ.Πίνακες 84 έως 92), όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία τόσο μικρότερη είναι η πρόθεση διαλογικού

ηθικού καταναλωτισμού εναντίον των ανήθικων επιχειρήσεων. Από την άλλη πλευρά, παρατηρούμε ότι οι ερωτηθέντες με υψηλό ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, εμφανίζουν μεγαλύτερους δείκτες πρόθεσης να συμμετέχουν σε ενέργειες διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού.

Σε ότι αφορά τη **μεταβλητή πρόθεση μποϊκοτάζ ξενοδοχείων** σχετίζεται με τις μεταβλητές ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης και με το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα. Τα άτομα ηλικίας 35-44 ετών και 55-64 ετών δεν απορρίπτουν το ξενοδοχείο των 400€ το οποίο είναι τοπικό, διότι δεν υπάρχει καμία καταγγελία. Απ'ότι φαίνεται οι μεγαλύτερες ηλικίες είναι πιο ευαισθητοποιημένοι και πιο ηθικοί. Επίσης, διαπιστώνουμε ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες που θα απέρριπταν τα ξενοδοχεία όπου υπάρχουν καταγγελίες για καταστροφή του περιβάλλοντος και υπερεκμετάλλευση εργαζομένων είναι απόφοιτοι Λυκείου και απόφοιτοι Πανεπιστημίου –ΑΤΕΙ, ενώ παράλληλα δεν θα απέρριπταν τα ξενοδοχεία που δεν έχουν δεχτεί καταγγελίες. Τέλος, παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες που έχουν ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 10.000€-30.000€, θα απέρριπταν το ξενοδοχείο όπου υπάρχει καταγγελία για καταστροφή του περιβάλλοντος ή την υπερεκμετάλλευση εργαζομένων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Προτάσεις

Οι προτάσεις μας βασίζονται στα αποτελέσματα της έρευνάς μας τα οποία ήταν, πως οι ερωτώμενοι θα μποϊκόταραν τις ανήθικες επιχειρήσεις εάν βλάπτουν σοβαρά το περιβάλλον, χρησιμοποιούν παιδική εργασία ή εάν υπερεκμεταλλεύονται τους εργαζομένους.

Η διαχείριση της ποιότητας σε προϊόντα ή σε υπηρεσίες, έχει γίνει επιτακτική ανάγκη σε ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Η προβολή της κάθε επιχείρησης μέσα από ένα πιστοποιημένο σύστημα διαχείρισης ποιότητας, προβάλλει την ανταγωνιστική εικόνα της και διασφαλίζει την δέσμευση του επιχειρηματία ή και των εργαζομένων να παρέχουν, όσο το δυνατό ποιοτικότερα προϊόντα, μέσα από ελεγχόμενους μηχανισμούς που ορίζουν τα διεθνή πρότυπα για την ποιότητα.

Προκειμένου το ξενοδοχείο να αποκτήσει πιστοποίηση ηθικού ξενοδοχείου για να αυξηθεί η προέλευση των πελατών προτείνουμε:

- Χρήση βιολογικών ή λιγότερων τοξικών καθαριστικών.
- Τοποθέτηση καλαθιών ανακύκλωσης σε όλους τους δημόσιους χώρους ώστε να καθίσταται η ανακύκλωση όσο το δυνατό ευκολότερη.
- Χρήση λαμπτήρων εξοικονόμησης ενέργειας .
- Τοποθέτηση χρονοδιακοπών στον εξωτερικό φωτισμό.
- Προσφορά σε περιβαλλοντικές οργανώσεις που θα ήθελαν να μείνουν ή να συνεδριάσουν στο ξενοδοχείο μας.

Εκτός αυτού προτείνουμε ειδικότερα:

Για το δωμάτιο:

- Εγκατάσταση ντους χαμηλής ροής.
- Εγκατάσταση τουαλέτας δυο στάσεων.
- Τοποθέτηση συσκευών με υγρό σαπούνι.
- Εγκατάσταση ενός συστήματος διαχείρισης ενέργειας για τον κλιματισμό, το φωτισμό και το πιστολάκι μαλλιών που βρίσκεται στο δωμάτιο.

Για το εστιατόριο :

- Αγορά προϊόντων δικαίου εμπορίου (ρύζι, ζυμαρικά, κτλ.) ή τοπικά προϊόντα
- Τα προϊόντα που περισσεύουν να αποσταλούν στο κέντρο υποδοχής μεταναστών/προσφύγων της Παγανής.
- Χρήση πετσέτας αντί για χαρτοπετσέτα για συχνή χρήση.
- Συλλογή του χρησιμοποιημένου μαγειρικού λαδιού σε ειδικά βαρέλια για ανακύκλωση.

Για το poolbar :

- Χρήση μόνο γυάλινων ποτηριών αντί για πλαστικά.
- Χρήση οικολογικής αντλίας στην πισίνα.
- Γύρω από το poolbar θα δημιουργηθούν παρτέρια με ποικιλία φυτών της περιοχής, όπου θα λειτουργούν ως ζωντανές μηχανές παραγωγής οξυγόνου.

Για την αίθουσα συνεδρίασης:

- Τοποθέτηση καλαθιού ανακύκλωσης .
- Ενημερωτικά φυλλάδια, από ανακυκλωμένο χαρτί για τον ηθικό τουρισμό και για τις ηθικές ενέργειες που θα πραγματοποιεί το ξενοδοχείο μας.

Ανακυκλώνοντας τα απόβλητα κατασκευής και τις αχρησιμοποίητες πρώτες ύλες, διασφαλίζεται σεβασμός προς το περιβάλλον και πιθανώς και οικονομικό όφελος. Ένα ολοκληρωμένο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης εφόσον εφαρμοστεί και συντηρηθεί σωστά, βελτιώνει την εικόνα και τις διαδικασίες της επιχείρησής και συμβάλει στο να κερδίσει παγκόσμιο επιχειρηματικό σεβασμό, σε επίπεδο περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Όσον αφορά τους υπαλλήλους του ξενοδοχείου προτείνουμε:

- Περιβαλλοντική εκπαίδευση σε όλο το προσωπικό ώστε όλοι να είναι ευαισθητοποιημένοι σε θέματα περιβάλλοντος και ειδικά στον τομέα και την ειδικότητα τους.
- Συμμετοχή σε εκδηλώσεις και σεμινάρια που αφορούν την περιβαλλοντική φροντίδα.
- Όλοι οι υπάλληλοι θα προσλαμβάνονται σύμφωνα με τους κανόνες που ορίζει το εργατικό δίκαιο.
- Το ξενοδοχείο θα συνεχίσει να έχει έξτρα ιατρική περίθαλψη .
- Το ξενοδοχείο θα συνεχίσει να παρέχει στέγαση στους εποχιακούς υπαλλήλους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Αποστολόπουλος, Κ. & Σδραλή, Δ. (2007). *Ήπιες μορφές τουρισμού*. Αθήνα.

Βαρβαρέσος, Σ. (1998). *Τουρισμός έννοιες,μεγέθη,δομές,η ελληνική πραγματικότητα*. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό ,εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Αθήνα: Interbooks.

Ηγουμενάκης, Ν. (1998). *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα

Λογοθέτης, Μ. (1998). *Αγροτικός Τουρισμός*. Αθήνα

Ρούπας, Β. (1998). *Τουριστική Γεωγραφία της Ελλάδας*. Αθήνα: Παπαζήση.

Σαρμανιώτης, Χ. (2006). *Εφαρμογές Μάρκετινγκ με Ηλεκτρονικούς Υπολογιστές*. ΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Τηλικίδου, Ε. (2008). *Η έρευνα του Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα Α.Ε.

Τηλικίδου, Ε. (2008). *Εφαρμοσμένη Έρευνα Μάρκετινγκ*. ΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Φράγκος, Χ. (2004). *Μεθοδολογία Έρευνας Αγοράς και Ανάλυση Δεδομένων με χρήση του Στατιστικού Πακέτου SPSS FOR WINDOWS*. Αθήνα: Interbooks.

ΞΕΝΗ

Anderson, T Jr and W. H. Cunningham (1972), "The socially Conscious Consumer", *Journal of Marketing*, Vol. 36, No.7, pp.23-31.

Berkowitz, L. and K. G. Lutterman (1968) , " The traditional Socially Rensponsible Personality", *Public Opinion Quarterly*, Vol.32, pp.169-185.

De Pelsmacker P,(2005), "Do Consumers Care About Ethics? Willingness to Pay for Fair- Trade Coffe", *The journal of Consumers Affairs* , Vol.39, No.2, pp.363-367.

Henion, K. E. (1972), "The Effect to Ecologically Relevant Information on Detergent Sales", *Journal of Marketing Research*, Vol.9, No.2, pp 10-14.

Tilikidou, I. , Delistavrou, A. (2009). *Are Greek Reasy to Enhance the Fair Trade Market?*. Πρακτικά συνεδρίου από το 4ο Managing Services across Continents που διεξήχθη στο Oxford. Φορέας διεξαγωγής Oxford Brooks University. Oxford: Oxford Brooks University Business School.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΗΓΗ

Geostrategy (2009).Τουρισμός. Διαθέσιμο on line στο:
http://www.geostrategy.gr/categories/greece/tourism/greece_tourism_20090601.html.
Αναρτήθηκε στις 1/6/2009.

Naftemporiki (2009). Eurobank research ,Οικονομία και αγορές.
Διαθέσιμο on line στο: <http://www.naftemporiki.gr/presspoint//release.asp?id=134012>
Αναρτήθηκε στις 1/ 2 /2009.

Emprosnet (2010). Εξ Ανατολών η σωτηρία του τουρισμού. Διαθέσιμο on line στο: <http://www.emprosnet.gr/Economy/?EntityID=1818452e-54a4-4e30-8a33-ec90296cf630>
Αναρτήθηκε στις 4/11/2010.

Northaegean. Ταυτότητα Νομού Λέσβου. Διαθέσιμο on line στο : http://www.northaegean.gr/?page_id=1448 . Αναρτήθηκε -

msf-media (2010). Μετανάστες χωρίς έγγραφα. Διαθέσιμο στο : http://www.msf-media.gr/press/reports/1006_migrants/report2010_gr_light.pdf
Αναρτήθηκε στις 06/2010.

Emprosnet (2010) .Μείωση ρεκόρ των προσφύγων. Διαθέσιμο on line στο: <http://www.emprosnet.gr/Current/?EntityID=516c7ecf-6ab1-4606-97a6-8c185a986351> .
Αναρτήθηκε στις 06/01/2010.

Enet (2009) . «Ασφυξία» στην Παγανή Λέσβου, στα όριά τους τα άλλα κέντρα. Διαθέσιμο on line στο: <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=71252>.
Αναρτήθηκε στις 08/08/2009

Unhcr (2010). Είσοδος προσφύγων στην Ελλάδα: απουσία δομών υποδοχής. Διαθέσιμο on line στο: http://www.unhcr.gr/Press_Rel/2010/dt16-06-2010.htm.
Αναρτήθηκε στις 16/06/2010.

Tnxs (2010). Frontex: Ένας θεσμός- νάνος με δυνάμεις γίγαντα. Διαθεσιμο on line στο : <http://tinyurl.com/6dm6m9q>. Αναρτήθηκε στις 28/10/2010.

msmfull.aueb (2008). Το προφίλ του Έλληνα καταναλωτή των προϊόντων Fair Trade. Διαθέσιμο on line στο: http://www.msmfull.aueb.gr/programma/docs/msm5/msm5_22.pdf . Αναρτήθηκε στις 12/2008.

Coastlearn. Ηθικός καταναλωτισμός. Διαθέσιμο on line στο: <http://www.coastlearn.org/gr/tourism-gr/glossary.html>. Αναρτήθηκε -

apo-tokyo (2008). About eco-products . Διαθέσιμο on line στο: http://www.apo-tokyo.org/gr/e_publi/e-books_gp/2008EcoProDir/2008EcoProDir_06-03.pdf . Αναρτήθηκε το 2008.

Mbatourism (2009). Οι 10 Δημοφιλέστεροι Προορισμοί για το 2010 και ο Ηθικός Τουρισμός. Διαθέσιμο on line στο : http://www.mbatourism.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=168&Itemid=3. Αναρτήθηκε στις 11/12/2009.

Dramanet (2007) . Μελέτη εξειδίκευσης σχεδίου ανάπτυξης οικότουρισμού (προώθηση, διαδρομές, υπηρεσίες) και ενεργειών διαχείρισης επισκεπτών και περιβάλλοντος. Διαθέσιμο on line στο : <http://www.dramanet.gr/Documents/Μελέτες/Μελέτη%20Οικότουρισμού%20Δράμας2007.pdf>. Αναρτήθηκε στις 12/2007.

Travelmole(2006)Survey reveals attitudes to ethical tourism. Διαθέσιμο on line στο:<http://www.travelmole.com/stories/110468.php> Αναρτήθηκε στις 30/08/2006.

Travelmole(2006)Survey reveals attitudes to ethical tourism. Διαθέσιμο on line στο: <http://www.travelmole.com/stories/110468.php> Αναρτήθηκε στις 30/08/2006.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Are Greeks Ready to Enhance the Fair Trade Market?

Regardless of the above mentioned certain limitation , this study provided evidence that there is a potentially 30% target group of fair purchasers ; these consumers are most probably ready to boost the fair market in the geographical area under investigation . At least , they declare their intentions to do so . These people hold strong positive attitudes towards the principles and objectives of fair trade . they also share strong universalistic and collectivistic values , while low values of power and individualism.

This group seems to be formulated by consumers , who are rather young , highly educated , hard working – either as employees or professionals n- and thus earning medium yearly incomes.

The Fair Trade Hellas , as well as any other relevant organization , might take into consideration the results of this study in order to communicate better and serve more effectively the potential target market . On the basis of the attitudes results , communication strategies should spotlight human and working rights of all people , a minimum price for the products of the underdeveloped countries and a minimum income for the small producers in the Third World . In an effort to make a productive use for the values results , the communication strategies should also encompass message about peace , equality , environmental protection and help to the needed . They should also try to clarify that a fair product may very well be a qualitative , not expensive product . Advertisements or any other promotional tool should be clearly informative and honest , not misleading by any means.

In due time , the Fair Trade Hellas should consider a strategic movement towards the expansion of the delivery in Souper Markets. Relevant suggestions have been previously made by Strong (1997) or Nicholls (2002) , among others , with reference to United Kingdom . It has to be noted however , that although consumers express a strong desire to find the fair products in their nearby souper market , the relevant strategic move is not an easy path to follow . The Souper Market are for sure the most profit – oriented channel of distribution . On the opposite , the Fair Trade Hellas is a not-governmental , non- profit organization and should stay so , if it honestly

desires to serve the ethical consumption and to provide ethical help to the economically poorest countries.

Tilikidou, I. , Delistavrou, A. (2009). *Are Greek Ready to Enhance the Fair Trade Market?*. Πρακτικά συνεδρίου από το 4ο Managing Services across Continents που διεξήχθη στο Oxford. Φορέας διεξαγωγής Oxford Brooks University. Oxford: Oxford Brooks University Business School.

Survey reveals attitudes to ethical tourism

More than one in four adults in the UK are prepared to pay more for an ethical holiday, according to new research by TNS Travel & Tourism, a global market information provider.

The study revealed that 3% of the 2,000 adults questioned were very willing to pay a premium, while a further 25% were quite willing to pay more. But when the survey asked which factors influenced the choice of holiday destination, only 38% said ethical tourism was important. This compared with 85% of people who saw security as an important factor, 78% who mentioned cost and 74% who said climate.

Tom Costley, head of TNS Travel & Tourism, said: It is interesting to see that more than a quarter of people are prepared to pay for an ethical holiday. It points to growing concerns about the environmental effects of mass air travel and the impact which tourism development can have on local communities, both from a physical and a social perspective.

However, the market for ethical tourism is still young and relatively underdeveloped only a limited number of travel operators have tapped into this market so far, and with 30% of people still undecided as to whether or not they would pay a premium for ethical travel, there is a big market development opportunity.

The research does show that consumers are prepared to put their hands in their pockets and, as awareness grows, the market potential for operators is significant.

The study also found that those aged 25-34 and 35-44 showed both a willingness to pay a premium and a belief in the importance of ethics in determining destination choice, but those aged 16-24 were less swayed by both factors. People aged 65-plus were the least willing to pay a premium.

Costley added: Holiday operators and tourist boards need to focus on promoting the ethical holiday experience to those aged 25-44 who will be most receptive to this message.

Travelmole(2006)Survey reveals attitudes to ethical tourism. Διαθέσιμο on line στο:
<http://www.travelmole.com/stories/110468.php> Αναρτήθηκε στις 30/08/2006