

ΑΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ- ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ :



“ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΨΕΩΝ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ, ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ
ΤΗ ΓΝΩΣΗ ΑΠΟΡΡΙΨΗΣ «ΑΝΗΘΙΚΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ», ΤΙΣ ΣΤΑΣΕΙΣ,
ΤΙΣ ΠΡΟΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥΣ ΓΙΑ ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΕ ΕΝΑ «ΠΡΑΣΙΝΟ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ» ΚΑΙ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥΣ ΣΕ ΜΠΟΪΚΟΤΑΖ ΚΑΙ ΣΕ
ΔΙΑΛΟΓΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ
2012-ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ ΤΟΥ 2012.”

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:
ΦΩΤΙΟΥ ΧΡΥΣΤΑΛΛΑ
ΦΙΛΙΠΠΟΥ ΦΙΛΙΠΠΟΣ

ΕΠΟΠΤΡΙΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:
ΤΗΛΙΚΙΔΟΥ ΕΙΡΗΝΗ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ



Ευχαριστούμε θερμά την επιβλέπουσά μας καθηγήτρια Δρ. Τηλικίδου Ειρήνη καθώς και την καθηγήτρια εφαρμογών κ. Δελησταύρου Αντωνία για την πολύτιμη βοήθεια που μας πρόσφεραν για την διεκπεραίωση της επικείμενης έρευνας. Επίσης, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον εργαστηριακό συνεργάτη του τμήματός μας κ. Σαπουντζή Νίκο για τη βοήθεια που μας παρείχε κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής της πτυχιακής μας εργασίας. Επίσης ευχαριστούμε την κ. Νικάκη Μαριάννα, marketing manager του ξενοδοχείου THALASSA για τον χρόνο που μας αφιέρωσε και πραγματοποιήσαμε την προσωπική συνέντευξη. Ακόμη ευχαριστούμε τα 120 άτομα τα οποία μας έδειξαν κατανόηση και απάντησαν στα ερωτηματολόγια.

ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΦΟΡΕΑ



- **Ξενοδοχείο EL GRECO**

- **Εταιρικό προφίλ**

1. Το Ξενοδοχείο EL GRECO διαθέτει 90 άνετα και φιλικά δωμάτια
2. Όλα τα δωμάτια διαθέτουν air condition, τηλέφωνο απευθείας κλήσεων, δορυφορική τηλεόραση και ψυγείο
3. Τα λουτρά / τουαλέτες είναι διακοσμημένα με Ιταλικά μάρμαρα
4. Σύνδεση Internet, υπηρεσία Φαξ, και υπηρεσίες καθαριστήριου / πλυντηρίου είναι διαθέσιμες κατ' επιλογή



ΠΡΟΚΑΤΑΡΚΤΙΚΗ ΦΑΣΗ



Ερέθισμα:

- Λόγω της παρούσας οικονομικής κρίσης που προβληματίζει ολόκληρη την Ευρώπη και την Ελλάδα το τελευταίο διάστημα, η διοίκηση του ξενοδοχείου EL GRECO της Θεσσαλονίκης σκέφτηκε ότι η απόκτηση πιστοποίησης «πράσινου ξενοδοχείου» θα μπορούσε να αποτελέσει συγκριτικό πλεονέκτημα προς προσέλκυση πελατείας.

Πρόβλημα Μάρκετινγκ:

- Πως οι καταναλωτές συμπεριφέρονται απέναντι στο πράσινο μάρκετινγκ;
- Γιατί οι καταναλωτές προτιμούν τα πράσινα ξενοδοχεία;
- Η εφαρμογή εξοικονόμησης πόρων θεωρείτε το κατάλληλο κίνητρο στον ξενοδοχειακό τομέα στην Ελλάδα;
- Ποιές μπορεί να είναι οι αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προκύπτουν από τα συμβατικά ξενοδοχεία;
- Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών επηρεάζουν την αναζήτηση οικολογικών ξενοδοχείων;

ΠΡΟΚΑΤΑΡΚΤΙΚΗ ΦΑΣΗ



Πρόβλημα Μάρκετινγκ (συνέχεια):

- **Αν επηρεάζεται η καταναλωτική συμπεριφορά από τους διάφορους παράγοντες όπως οικογένεια, συγγενείς και φίλους;**
- **Ποιά η πρόθεση των καταναλωτών κατά τη διαμονή τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο να συμμετέχουν με την σειρά τους στις προσπάθειες εξοικονόμησης πόρων;**
- **Ποιές είναι οι προτιμήσεις των καταναλωτών σχετικά με την διανομή τους σ' ένα πράσινο ξενοδοχείο;**
- **Οι καταναλωτές έχουν πρόθεση να μείνουν σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια τους;**
- **Ποιά η γνώμη των καταναλωτών για τις τιμές των πράσινων ξενοδοχείων;**
- **Εάν έχουν πρόθεση οι καταναλωτές να μποϊκοτάρουν αλυσίδες ξενοδοχείων που ενέχονται σε ανήθικες επιχειρηματικές πρακτικές;**

ΠΡΟΚΑΤΑΡΚΤΙΚΗ ΦΑΣΗ



Σκοπός:

- Η παροχή ολοκληρωμένης πληροφόρησης προς τη διοίκηση μάρκετινγκ του ξενοδοχείου EL GRECO σχετικά με τις απόψεις των καταναλωτών στην περιοχή της Θεσσαλονίκης για τα πράσινα ξενοδοχεία, τις προθέσεις τους για διαμονή σε πράσινα ξενοδοχεία, αλλά και τις προθέσεις τους για μποϊκοτάζ και διαλογικές ενέργειες εναντίον των ανήθικων ξενοδοχείων

Πρόβλημα έρευνας MKT:

- Η ερευνητική ομάδα προχώρησε στην μετάφραση των προβληματισμών του μάρκετινγκ μάνατζερ σε πρόβλημα της έρευνας μάρκετινγκ. Για να μπορέσει να του παρέχει την κατάλληλη πληροφόρηση, αποφάσισε ότι το ερευνητικό πρόγραμμα θα πρέπει να εστιάσει στη διερεύνηση των απόψεων των καταναλωτών, αναφορικά με την γνώμη, τις στάσεις και τις προθέσεις τους σχετικά με την διανομή τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο. Επιπλέον την πρόθεση τους για συμμετοχή σε μποϊκοτάζ και σε διαλογικές ενέργειες

ΣΤΑΔΙΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ



Γενικός Στόχος:

- Είναι η διερεύνηση των απόψεων των καταναλωτών σχετικά με τα «πράσινα ξενοδοχεία», τις προθέσεις τους για διαμονή σε ένα «πράσινο ξενοδοχείο» κατά την χρονική περίοδο Νοεμβρίου 2012 με Δεκεμβρίου 2012 και τη συμμετοχή τους σε μποϊκοτάζ και σε διαλογικές ενέργειες. Ακόμη να εξακριβώσουμε τις προθέσεις τους να απορρίπτουν «ανήθικα ξενοδοχεία» στην πόλη της Θεσσαλονίκης

Ειδικοί Στόχοι:

- Διερεύνηση των απόψεων των καταναλωτών σχετικά με τις συμπεριφορικές πεποιθήσεις ως προς την διαμονή τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια τους
- Διερεύνηση των επιδράσεων των κοινωνικών πεποιθήσεων (οικογένεια, φίλοι, συνάδελφοι) των καταναλωτών ως προς την διαμονή τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο
- Διερεύνηση των απόψεων των καταναλωτών όσον αφορά το κόστος διαμονής τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο
- Καταγραφή των πεποιθήσεων των καταναλωτών για την παρουσία παραγόντων που μπορεί να εμποδίσουν ή να διευκολύνουν τη διαμονή τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο

ΣΤΑΔΙΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ



Ειδικοί Στόχοι (συνέχεια):

- Διερεύνηση της **πρόθεσης** των καταναλωτών για την **διαμονή** τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο
- Καταγραφή των **στάσεων** των καταναλωτών όσον αφορά τις **απόψεις** τους για την **διαμονή** τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια τους
- Καταγραφή της **αντίληψης συμπεριφορικού ελέγχου** των καταναλωτών σχετικά με την διαμονή τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο
- Διερεύνηση των **προθέσεων** των καταναλωτών να **μποϊκοτάρουν** ξενοδοχεία που εμπλέκονται σε «**ανήθικες συμπεριφορές**»

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ



- Ο όρος «**Πράσινη ανάπτυξη**» μπορεί εναλλακτικά να ονομάζεται «**οικολογική ανάπτυξη**», «**φιλική ανάπτυξη**», «**αιεφόρος ανάπτυξη**» και «**περιβαλλοντικός προσανατολισμός**» (Han κ.ά., 2009. Pizam, 2009)
- Το **πράσινο εμπόριο** βασίζεται στο σκεπτικό ότι οι επιχειρήσεις έχουν την ευθύνη για την ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών και τις επιθυμίες τους διατηρώντας παράλληλα την ακεραιότητα του φυσικού περιβάλλοντος. Οι σημερινοί καταναλωτές **γίνονται όλο και περισσότερο συνειδητοί σχετικά με το περιβάλλον** (Durmaz, 2011)
- **Πολλές μελέτες** έχουν διερευνήσει και επαληθεύσει τη σημασία της **περιβαλλοντικής ανησυχίας**, αντιλαμβάνονται την αποτελεσματικότητα των πελατών και σέβονται το περιβάλλον έχοντας επίγνωση της συμπεριφοράς στη λήψη αποφάσεων από φιλικούς πελάτες προς το περιβάλλον. (Unhip και Heesup, 2010)

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ



- Ο **τουρισμός** είναι ένας πολύ διαδεδομένος **τρόπος ψυχαγωγίας**, παράλληλα αποτελεί μια πολύ **μεγάλη βιομηχανία** και σημαντικότετη **πηγή εσόδων** για παραδοσιακά τουριστικές χώρες. Πρόσφατα χάρη στην **μεγάλη μείωση του κόστους ταξιδιού**, υπάρχουν ανερχόμενοι τουριστικοί προορισμοί που προσελκύουν κάθε χρόνο και περισσότερους τουρίστες **με όπλο τις χαμηλές τιμές και την καλή εξυπηρέτηση**. (Τουρισμός, 2013)
- Παρά τη δυνητική ελκυστικότητα της και την ποικιλόμορφη φύση **η Ελληνική τουριστική ανάπτυξη** έχει επικεντρωθεί **στα παράλια και τα νησιά**. (Skanavis, 2010)
- Ο **οικοτουρισμός** έχει αναπτυχθεί δραματικά τα τελευταία **30 χρόνια** εξαιτίας των φυσικών πόρων της χώρας όπως **ο ήλιος, η θάλασσα και η άμμος** όπου ενθάρρυναν και ανέπτυξαν τις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές. (Skanavis, 2010)

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ



- **Πράσινα ξενοδοχεία** ονομάζονται τα ξενοδοχεία που είναι φιλικά προς το περιβάλλον. Οι διαχειριστές είναι πρόθυμοι να εφαρμόζουν τα προγράμματα που αποθηκεύουν στα πράσινα Ξενοδοχεία **νερό, ενέργεια και μείωση των στερεών αποβλήτων** για την προστασία του πλανήτη μας ενώ παράλληλα εξοικονομούνται χρήματα. (Misung, L., Heesup, H., and Greg, W., 2011)
- Το πρώτο online site στον κυβερνοχώρο με την επωνυμία **GreenHotels**, λειτουργεί από την 1η Ιανουαρίου 2011.
- Η συμπεριφορά των καταναλωτών δεν εξαρτάται μόνο από τον ίδιο αλλά επηρεάζετε από διάφορους παράγοντες όπως την **οικογένεια, τους συγγενείς, τους φίλους, τους συνεργάτες** και γενικά από άτομα που εμπιστεύονται. (Yunhi and Heesup , 2010)
- Σύμφωνα με μια μελέτη από διεθνές ξενοδοχεία με περιβαλλοντική πρωτοβουλία, διαπιστώθηκε ότι το **90% των επισκεπτών** του ξενοδοχείου **θα προτιμούσαν να μείνουν** σε ένα ξενοδοχείο που νοιάζεται για το περιβάλλον. (Jin-Soo, Li-Tzang, Heesup, & Yunhi, 2010)

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ



- Στην Ελλάδα ο αριθμός “πράσινων” ξενοδοχειακών μονάδων μέχρι σήμερα είναι μικρός. Ας ελπίσουμε πως σύντομα θα στραφούμε κι εμείς στον “πράσινο τουρισμό”, ακολουθώντας τα βήματα άλλων ευρωπαϊκών χωρών. (Protothema, 2010)
 - Συμπεράσματά ανέφεραν ότι οι πελάτες πιστεύουν ότι μπορούν να μειώσουν τα περιβαλλοντικά προβλήματα και να αισθάνονται έντονα ότι οικολογικές προσπάθειές τους μπορεί να είναι αποτελεσματικές στη μείωση των περιβαλλοντικά βλαβερών ενεργειών. (Yunhi and Heesup, 2010)
1. Το **67%** των καταναλωτών συμφωνούν ότι «**ακόμη και σε δύσκολες οικονομικά περιόδους, είναι σημαντικό να αγοράσουν προϊόντα με κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη**»
 2. Το **66%** των καταναλωτών συμφωνούν πως η τιμή είναι πολύ σημαντικό στην απόφαση αγοράς οικολογικών προϊόντων
 3. Το **64%** των καταναλωτών προτιμούν ποιοτικά προϊόντα
 4. Το **51%** των καταναλωτών είναι «**πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερο**» για τα προϊόντα με κοινωνικές και περιβαλλοντικές παροχές

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ



5. Το **47%** των καταναλωτών πιστεύουν ότι η **ενεργειακή αποδοτικότητα συνιστάτε σημαντική** (σε σύγκριση με 41% το 2007)
6. Το **32%** των καταναλωτών πιστεύουν ότι η **τοπικές καλλιέργειες είναι σημαντικές** (σε σύγκριση με το 26% που ήταν το 2007)
7. Το **31%** πιστεύουν ότι πρέπει να **χρησιμοποιούμε φυσικά προϊόντα** (σε σύγκριση με το 24% που ήταν το 2007)
8. Το **29%** των καταναλωτών πιστεύουν ότι τα **ανακυκλωμένα υλικά είναι καλύτερα** (σε σύγκριση με 22% που ήταν το 2007)

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ



Μεθοδολογία:

- Δεκέμβριος 2012 (01/11/2012-30/12/2012)
- Πολεοδομικό Συγκρότημα Θεσσαλονίκης
- Δημοσκόπηση, με προσωπική συνέντευξη και με όργανο ένα δομημένο ερωτηματολόγιο
- Η μέθοδος δειγματοληψίας ήταν η μέθοδος δειγματοληψίας κατά περιοχές σε ένα στάδιο
- Η επεξεργασία των στοιχείων έγινε με το πρόγραμμα SPSS

Πλαίσιο δειγματοληψίας :

- Ο χάρτης οικοδομικών τετραγώνων του Δήμου Θεσσαλονίκης
- Τα οικοδομικά τετράγωνα αριθμήθηκαν αρχίζοντας από το Νοτιοδυτικό άκρο του κτηρίου και συνεχίστηκαν σύμφωνα με την φορά των δεικτών ενός ρολογιού.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ



Μονάδα Πληθυσμού:

- Σαν μονάδα του πληθυσμού η **ερευνητική ομάδα** όρισε τη **μία κατοικία**, και πιο συγκεκριμένα τη **μία οικογένεια** που βρίσκεται εντός του **οικοδομικού χάρτη** της περιοχής της Θεσσαλονίκης, και συγκεκριμένα στο **κέντρο**

Μονάδα δειγματοληψίας :

- Ένας ενήλικας (άνω των 18 ετών)

Μέθοδος δειγματοληψίας:

- Δειγματοληψία κατά περιοχές σε ένα στάδιο

Μέγεθος του δείγματος:

- 120 νοικοκυριά



ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ



Πλάνο Δειγματοληψίας:

- Κάθε ερευνητικός συνεργάτης θα παίρνει **συνέντευξη** από ένα μέλος, ηλικίας άνω των 18 ετών, των νοικοκυριών που διαμένουν στις κατοικίες - διαμερίσματα που έχουν **συμπεριληφθεί στο δείγμα**

Περιεχόμενο ερωτηματολογίου:

- Η ερώτηση 1 αφορά σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή στάσεων «**Συμπεριφορικές Πεποιθήσεις**» και μετριέται σε κλίμακα Likert. (Han, Hsu και Sheu, 2010)
- Η ερώτηση 2 αφορά σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή στάσεων «**Κανονιστικές Πεποιθήσεις**» και μετριέται σε κλίμακα Likert. (Han, Hsu και Sheu, 2010)
- Η ερώτηση 3 αφορά σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή στάσεων «**Πεποιθήσεις Ελέγχου**» και μετριέται σε κλίμακα Likert. (Han, Hsu και Sheu, 2010)

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ



- Η **ερώτηση 4** αφορά σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή στάσεων «**Στάσεις για τα Πράσινα Ξενοδοχεία**» και μετριέται σε κλίμακα διαφορετικής σημαντικότητας 7 σημείων με προσδιορισμό των δύο άκρων. (Han, Hsu και Sheu, 2010)
- Η **ερώτηση 5** αφορά σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή στάσεων «**Υποκειμενικοί Κανόνες**» και μετριέται σε κλίμακα Likert. (Han, Hsu και Sheu, 2010)
- Η **ερώτηση 6** αφορά σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή στάσεων «**Αντίληψη Συμπεριφορικού Ελέγχου**» και μετριέται σε κλίμακα Likert. (Han, Hsu και Sheu, 2010)
- Η **ερώτηση 7** αφορά σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή πρόθεσης συμπεριφοράς «**Πρόθεση Διαμονής σε Πράσινο Ξενοδοχείο**» και μετριέται σε κλίμακα Likert. (Han, Hsu και Sheu, 2010)
- Η **ερώτηση 8** αφορά σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή πρόθεσης συμπεριφοράς «**Πρόθεση Αρνητικού Ηθικού Καταναλωτισμού**» και μετριέται σε κλίμακα Likert. (Τηλικίδου και Δελησταύρου, 2011)

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ



- Η **ερώτηση 9** αφορά σε πολυθεματικό μέτρο, μεταβλητή πρόθεσης συμπεριφοράς «**Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού**» και μετριέται σε κλίμακα Likert. Το μέτρο έχει δημιουργηθεί από τις κ. Τηλικίδου και Δελησταύρου για τις ανάγκες της συγκεκριμένης έρευνας. (Τηλικίδου και Δελησταύρου, 2011)
- Η **ερώτηση 10** αφορά τα **δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος**, τα οποία έχουν κατασκευασθεί από τις κ. Τηλικίδου και κ. Δελησταύρου με βάση τις κλίμακες της ΕΣΥΕ και συμπεριλαμβάνουν: (Τηλικίδου και Δελησταύρου, 2011)
 - Το **φύλο** μετριέται σε **ονομαστικό** επίπεδο μέτρησης.
 - Η **ηλικία** μετριέται σε **τακτικό** επίπεδο μέτρησης.
 - Το **επίπεδο εκπαίδευσης** μετριέται σε **τακτικό** επίπεδο μέτρησης.
 - Το **ετήσιο οικογενειακό εισόδημα** μετριέται σε **τακτικό** επίπεδο μέτρησης.
 - Το **επάγγελμα** μετριέται σε **ονομαστικό** επίπεδο μέτρησης.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ



Οι εξαρτημένες μεταβλητές του ερωτηματολογίου είναι:

- «Πρόθεση Διαμονής σε Πράσινο Ξενοδοχείο»
- «Πρόθεση Αρνητικού Ηθικού Καταναλωτισμού»
- «Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού»

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές του ερωτηματολογίου είναι:

- «Συμπεριφορικές Πεποιθήσεις», «Κανονιστικές Πεποιθήσεις»
- «Πεποιθήσεις Ελέγχου», «Στάσεις για τα Πράσινα Ξενοδοχεία»
- «Υποκειμενικοί Κανόνες» και «Αντίληψη Συμπεριφορικού Ελέγχου».

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Πίνακες Μονής Εισόδου

Συμπεριφορικές Πεποιθήσεις:

- Διαπιστώθηκε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (**89,16%**) μας απάντησαν γενικά ότι συμφωνούν με το ότι **εάν έμεναν σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια τους αντίστοιχα θα τους επέτρεπε να προστατεύουν το περιβάλλον μας**
- Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (**70,83%**) γενικά συμφωνεί με το ότι **εάν έμεναν σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια τους αυτό αντίστοιχα θα τους επέτρεπε να είναι περισσότερο κοινωνικά ευαίσθητοι**
- Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (**80,83%**) γενικά συμφωνεί με το ότι **εάν έμεναν σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια τους αυτό αντίστοιχα θα τους επέτρεπε να έχουν την εμπειρία ενός περιβαλλοντικά υγιεινού και φιλικού δωματίου**
- Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (**72,51%**) γενικά συμφωνεί με το ότι **εάν έμενα σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια μου θα μου επέτρεπε να φάω φρέσκο και υγιεινό φαγητό**

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



- Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (70%) γενικά διαφωνεί με το ότι εάν έμυνα σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια μου θα μου επέτρεπε να έχω μειωμένα έξοδα

Κανονιστικές Πεποιθήσεις

- Η οικογένεια ή οι συγγενείς μου νομίζουν ότι θα έπρεπε να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω: Η πλειοψηφία των ερωτώμενων (46,66%) πιστεύει ότι δεν αληθεύει
- Οι φίλοι μου νομίζουν ότι θα έπρεπε να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω: Η πλειοψηφία των ερωτώμενων (55%) πιστεύουν ότι δεν αληθεύει
- Οι συνάδελφοι μου νομίζουν ότι θα έπρεπε να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω: Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (65,84%) πιστεύουν ότι δεν αληθεύει

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Πεποιθήσεις Ελέγχου:

- **Η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο είναι ακριβή:** Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (**89,16%**) γενικά συμφωνεί
- **Η εξεύρεση ενός πράσινου ξενοδοχείου όταν ταξιδεύεις απαιτεί χρόνο και προσπάθεια:** (Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (**62,50%**) συμφωνεί
- **Η τοποθεσία ενός πράσινου ξενοδοχείου πρέπει να είναι βολική:** Το (**90%**) συμφωνεί
- **Η εταιρεία μου / η σχολή μου / άλλοι που πληρώνουν για τα έξοδα ταξιδιού μου με προτρέπουν να μένω σε ένα συγκεκριμένο ξενοδοχείο:** Το (**64,17%**) γενικά συμφωνούν

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Στάσεις:

- Για μένα η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια είναι κάτι: εξαιρετικά κακό/ εξαιρετικά καλό: **94,16% συμφωνούν ότι είναι εξαιρετικά καλό**
- Για μένα η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια είναι κάτι: εξαιρετικά ανεπιθύμητο / εξαιρετικά επιθυμητό: **91,67% ότι είναι επιθυμητό**
- Για μένα η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια είναι κάτι: εξαιρετικά δυσάρεστο / εξαιρετικά ευχάριστο: **90,83% ότι είναι ευχάριστο**
- Για μένα η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια είναι κάτι: εξαιρετικά ανόητο / εξαιρετικά σοφό: **82,51% ότι είναι σοφό**
- Για μένα η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια είναι κάτι: εξαιρετικά απορριπτέο / εξαιρετικά προτιμητέο: **90% ότι είναι προτιμητέο**
- Για μένα η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια είναι κάτι: εξαιρετικά μη απολαυστικό / εξαιρετικά απολαυστικό: **86,67% ότι είναι απολαυστικό**
- Για μένα η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια είναι κάτι: εξαιρετικά αρνητικό / εξαιρετικά θετικό: **93,33% ότι είναι θετικό**

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Υποκειμενικοί Κανόνες:

- Οι περισσότεροι άνθρωποι που είναι σημαντικοί για μένα **νομίζουν** ότι θα έπρεπε να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω : Το **60% συμφωνούν**
- Οι περισσότεροι άνθρωποι που είναι σημαντικοί για μένα **θα ήθελαν** να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω: Το **67,6% συμφωνούν**
- Οι άνθρωποι των οποίων η γνώμη αξίζει για μένα **θα προτιμούσαν** να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω: Το **56,66% διαφωνεί**

Αντίληψη Συμπεριφορικού Ελέγχου:

- Το **εάν θα μένω** η **όχι** σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω εξαρτάται **αποκλειστικά από μένα**: Το **64,16% συμφωνούν**
- Είμαι σίγουρος/η ότι εάν **θέλω** **μπορώ** να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω: Το **73,34% διαφωνούν**
- Έχω τα **μέσα**, το **χρόνο** και τις **ευκαιρίες** να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω: Το **84,44% διαφωνούν**

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Πρόθεση Διαμονής:

- Έχω πρόθεση να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω : Το **73,33%** γενικά συμφωνούν
- Σχεδιάζω να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω: Το **60%** γενικά δεν συμφωνούν
- Προσπαθώ να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω: Το **78,33%** γενικά συμφωνούν

Πρόθεση Αρνητικού Ηθικού Καταναλωτισμού (Μποϊκοτάζ):

- Μποϊκοτάζ σε αλυσίδες ξενοδοχείων που έχουν καταγγελθεί ότι βλάπτουν σοβαρά το περιβάλλον: Το **75,01%** γενικά συμφωνούν
- Μποϊκοτάζ σε αλυσίδες ξενοδοχείων που έχουν καταγγελθεί ότι έχουν εμπλακεί σε οικονομικά σκάνδαλα: Το **75,83%** γενικά συμφωνούν
- Μποϊκοτάζ σε αλυσίδες ξενοδοχείων που έχουν καταγγελθεί ότι έχουν εμπλακεί σε σκάνδαλα σχετικά με την υγιεινή και την ασφάλεια των εγκαταστάσεων : Το **81,66%** γενικά συμφωνούν

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



- Μποϊκοτάζ σε αλυσίδες ξενοδοχείων που έχουν καταγγεληθεί ότι χρησιμοποιούν παιδική εργασία: Το **81,67%** γενικά συμφωνούν
- Μποϊκοτάζ σε αλυσίδες ξενοδοχείων που έχουν καταγγεληθεί ότι εμπλέκονται σε ιδιαίτερα βάνανση συμπεριφορά προς τα ζώα: Το **80,73%** γενικά συμφωνούν
- Μποϊκοτάζ σε αλυσίδες ξενοδοχείων που έχουν καταγγεληθεί ότι εμπλέκονται σε ιδιαίτερα βάνανση συμπεριφορά προς τους εργαζόμενους: Το **83,33** γενικά συμφωνούν
- Μποϊκοτάζ σε αλυσίδες ξενοδοχείων που έχουν καταγγεληθεί ότι στηρίζουν οικονομικά κυβερνήσεις που εμπλέκονται σε πόλεμους: Το **80,83%** γενικά συμφωνούν
- Μποϊκοτάζ σε αλυσίδες ξενοδοχείων που έχουν καταγγεληθεί ότι είναι συμφερόντων εχθρικών προς τη χώρα μας : Το **83,33%** γενικά συμφωνεί
- Μποϊκοτάζ σε αλυσίδες ξενοδοχείων που έχουν καταγγεληθεί ότι κερδοσκοπούν υπερβολικά και ασύδοτα : Το **81,67%** γενικά συμφωνούν

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού:

- Συζητήσεις με τους φίλους και γνωστούς μου και προσπάθειες επηρεασμού τους για συμμετοχή στο μποϊκοτάζ: Το **56,66%** γενικά συμφωνούν
- Συμμετοχή σε συλλογή υπογραφών διαμαρτυρίας : Το **52,51%** γενικά συμφωνούν
- Διάδοση μηνυμάτων που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου η κινητού τηλεφώνου: Το **48,34%** γενικά συμφωνούν
- Διάβασμα και γράψιμο σε blogs στο διαδίκτυο: Το **53,33%** γενικά διαφωνούν
- Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας : Το **50%** γενικά διαφωνούν
- Δημιουργία και οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας: Το **54,17%** γενικά διαφωνούν

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Δημογραφικά Στοιχεία:

- **Φύλο-** Το **60%** είναι γυναίκες και το **40%** είναι άνδρες
- **Ηλικία-** Η πλειοψηφία των ερωτώμενων (**36,67%**) είναι στην ηλικία των **15 μέχρι 24** ετών
- **Επίπεδο Εκπαίδευσης-** Η πλειοψηφία των ερωτώμενων το (**45,83%**) είναι **απόφοιτοι Λυκείου** και με μικρότερο ποσοστό (**38,33%**) είναι **απόφοιτοι ΤΕΙ**
- **Ετήσιο Οικογενειακό Εισόδημα-** Η πλειοψηφία των ερωτώμενων το **35%** έχει ετήσιο οικογενειακό εισόδημα **λιγότερα από 20001€** και με μικρότερο ποσοστό το **26,67%** έχει ετήσιο οικογενειακό εισόδημα **εως και 10000€**
- **Επάγγελμα-** Η πλειοψηφία των ερωτώμενων το (**32,50%**) είναι **φοιτητές** και με μικρότερο ποσοστό το (**30%**) είναι **ελεύθεροι επαγγελματίες**

ΜΟΝΟΔΡΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗΣ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ- ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ



- Διαπιστώθηκε ότι οι μεταβλητές **«Ηλικία»** και **«Πρόθεση Διαμονής σε Πράσινο Ξενοδοχείο»** **σχετίζονται μεταξύ τους**, όπως επίσης και οι μεταβλητές **«Επίπεδο Εκπαίδευσης»** και **«Πρόθεση Διαμονής σε Πράσινο Ξενοδοχείο»**
- Παρατηρήσαμε επίσης οι μεταβλητές **«Επίπεδο Εκπαίδευσης»** και **«Πρόθεση Αρνητικού Ηθικού Καταναλωτισμού»** **σχετίζονται μεταξύ τους** αφού το υπολογισθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,93) είναι μεγαλύτερο από το επιλεγέν (0,05)
- Ακόμη οι μεταβλητές **«Επίπεδο Εκπαίδευσης»** και **«Πρόθεση Διαλογικού Ηθικού Καταναλωτισμού»** **σχετίζονται μεταξύ τους** και αυτό παρατηρήθηκε από το υπολογισθέν επίπεδο σημαντικότητας (0,67) είναι μεγαλύτερο από το επιλεγέν (0,05)

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΦΟΡΕΑ



- **Το Πράσινο ξενοδοχείο θα πρέπει:**

1. Να επενδύσει σε μία **διαφημιστική καμπάνια** όπου θα προβάλλονται οι **τιμές** του ξενοδοχείου όπου θα είναι περίπου αντίστοιχες με τις τιμές των συμβατικών ξενοδοχείων
2. Να **εκμεταλλευτεί το πρόγραμμα** του Υπουργείου Πολιτισμού που αφορά τον **«πράσινο τουρισμό»** και περιλαμβάνεται στο πλαίσιο του **επιχειρησιακού προγράμματος «ανταγωνιστικότητα και Business για την περίοδο 2007-2013»**
3. Να διαθέτουν **τοπικά τρόφιμα**, δηλαδή **βιολογικής καλλιέργειας λαχανικά ή φρούτα** χωρίς την εφαρμογή φυτοφαρμάκων
4. Να πάρει **πιστοποιήσεις από διάφορους φορείς** όπου με τον τρόπο αυτό, το ξενοδοχείο βελτιώνει την **αναγνωρισιμότητα των πιστοποιήσεων «πράσινων» υπηρεσιών του**. Όπως είναι οι **πράσινες σημαίες, το οικολογικό σήμα, το Green Key και τα διάφορα μοντέλα συστήματος ποιότητας (ISO)**

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Τηλικίδου, Ε. και Δελησταύρου, Α. (2008). Εφαρμοσμένη Έρευνα Μάρκετινγκ. Εργαστηριακές Σημειώσεις. Εκδόσεις: Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης.
- Τηλικίδου, Ε. και Δελησταύρου, Α. (2012). Οδηγίες Πτυχιακής Εργασίας. Σημειώσεις πτυχιακής εργασίας. Εκδόσεις: Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης.
- Τηλικίδου Ε. (2008). Οικολογικό Μάρκετινγκ. Ερευνητική προσέγγιση. Καθηγήτρια στο τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης του Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Εκδόσεις: «σοφία». Θεσσαλονίκη 2008.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



Ξένη:

- Yunhi, K., and Heesup, H. (2010). Intention to pay conventional-hotel prices at a green hotel – a modification of the theory of planned behavior. *Division of Tourism Studies*, Vol. 18 No. 8, pp. 997-1014.
- Misung, L., Heesup, H., and Greg, W. (2011). The Role of Expected Outcomes in the Formation of Behavioral Intentions in the Green-Hotel. *Department of Tourism Management*, Vol. 28 No. 8, pp. 840-855.
- Pavan, M. and Payal, S. (2012). Green Marketing. *Challenges and Opportunities for Business*, Vol. 8, pp. 35-42.
- Skanavis, C., (2010). An international multidisciplinary journal of tourism (2010). improving quality of ecotourism through advancing education and training of greek eco-tour guides. *The role of training in environmental interpretation*, Vol. 5 No. 2, pp. 49-68.
- Yong, K. Radesh, P., and Murat, H., (2012). The Environmentally Friendly Programs in Hotels and Customers' Intention to Stay. *An Online Survey Approach*, Vol. 13 No. 3, pp 195-214.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



- Jin-Soo, L., Li-Tzang, H., Heesup, H., & Yunhi, K., (2010). Understanding how consumers view green hotels. *How a hotel's green image can influence behavioural intentions*, Vol. 18 No. 7, pp. 901-914.
- Delistavrou, A. (2010). Do Greek Consumers Boycott Unethical Business Practices? Euromed 3rd Annual Conference Business Developments Across Countries and Cultures, Nov. 4-5/2010, University of Nicosia, Nicosia Cyprus.
- Durmaz, Y., (2011). Interdisciplinary journal of contemporary research in business. *a theoretical approach to concept of green marketing assist*, Vol. 3 No. 2, pp 1808-1815.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



- Tilikidou, I. and Delistavrou, A. (2011). Which Unethical Hotel Practices Cause Consumers' Boycotts? International Conference Special Interest Tourism & Destination Management, 27-30 April, pp.271-278.
- Washington, Kelli, M. and Richard, K. Consumer Behavior (2010). Vol. 57 No.6, p. 98-103
- Procedia - Social and Behavioral Sciences (2012). The investigation of Green Best Practices for Hotels in Taiwan Ray Wang. Vol. 57 No.34, pp. 140-145.
- Delistavrou, A. (2010). Do Greek Consumers Boycott Unethical Business Practices? Euromed 3rd Annual Conference Business Developments Across Countries and Cultures, Nov. 4-5/2010, University of Nicosia, Nicosia Cyprus

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



Κλαδική μελέτη:

- Icar (2009). Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις. Κλαδική Μελέτη. Δημοσίευση: Οκτώβριος 2009. Αθήνα, ICAP.

Αρμόδια πρόσωπα:

- Αυλονίτης Γ. (2011). Συνέντευξη Αρμοδίου Προσώπου. Ιανούαριος του 2009, Παράρτημα Α.
- Νικάκη Μ, (2013). Συνέντευξη Αρμοδίου Προσώπου. Απρίλιος του 2013, Παράρτημα Α.
- Μαρίνου Κ. (2013). Συνέντευξη Αρμοδίου Προσώπου. Απρίλιος του 2013, Παράρτημα Α.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



Διαδίκτυο:

- EL GRECO HOTEL (2012). Διαθέσιμο online στο: <http://www.myvacations.gr/greece-thessaloniki-thessalonikicenter/elgrecohotel.el.html>. Αναρτήθηκε τον Φεβρουάριο του 2013.
- Τουρισμός (2013). Ορισμός του τουρισμού. Διαθέσιμο online στο: <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>. Αναρτήθηκε τον Φεβρουάριο του 2013.
- Buildings (2011). Γιατί να στραφούμε στον αιεφόρο τουρισμό; Διαθέσιμο online στο: <http://www.buildings.gr/greek/aiforos/indexprasinaxenodoxeia.htm>. Αναρτήθηκε τον Φεβρουάριο του 2013.
- ΕΣΠΑ (2013). Περιφερειακά επιχειρησιακά προγράμματα. Διαθέσιμο online στο: <http://www.espa.gr/el/Pages/Default.aspx>. Αναρτήθηκε τον Φεβρουάριο του 2013.
- Halkidikinews (2010). ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ "ΠΡΑΣΙΝΑ" ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ. Διαθέσιμο online στο: http://www.halkidikinews.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=4145:ta-ellinika-qprasinag-ksenodohia&catid=1&Itemid=5. Αναρτήθηκε τον Μάρτιο του 2013.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



- TravelDailyNews (2013). Green Key. Διαθέσιμο online στο: <http://traveldailynews.gr/news/article/53068>. Αναρτήθηκε τον Φεβρουάριο του 2013.
- Protothema (2010). Ψάχνουν πράσινα ξενοδοχεία οι τουρίστες. Διαθέσιμο online στο: <http://www.protothema.gr/environment/article/?aid=58840>. Αναρτήθηκε τον Μάρτιο του 2013.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



- Hotel-restaurant (2010). Πράσινα ξενοδοχεία. Διαθέσιμο online στο: <http://www.protothema.gr/environment/article/?aid=58840>. Αναρτήθηκε τον Μάρτιο του 2013.
- Hotel- restaurant (2010). Πράσινα ξενοδοχεία. Διαθέσιμο online στο: <http://www.hotelrestaurant.gr/index.php?id=377&eidhseis=%CE%A0%CF%81%CE%AC%CF%83%CE%B9%CE%BD%CE%B5%CF%82%20%CE%A3%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CE%AF%CE%B5%CF%82%20%CE%B3%CE%B9%CE%B1%20%CE%A0%CF%81%CE%AC%CF%83%CE%B9%CE%BD%CE%B1%20%CE%9E%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1> . Αναρτήθηκε τον Μάρτιο του 2013.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



- Yougreen (2010). Green Key: Επιβραβεύοντας τα πράσινα ξενοδοχεία. Διαθέσιμο online στο: <http://yougreen.gr/post/561444087>. Αναρτήθηκε τον Φεβρουάριο του 2013.
- ISO (2012). ISO 14000 - Environmental management. Διαθέσιμο online στο: <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm>.
- Omogeneia (2008). «Think Green, think Greece»: Οικολογικός τουρισμός στην Ελλάδα- Συνέντευξη του υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης στο ΑΠΕ-ΜΠΕ. Διαθέσιμο online στο: <http://omogeneia.ana-mpa.gr/press.php?id=3201>. Αναρτήθηκε τον Μάρτιο του 2013.
- Επιστιμονικο Marketingk (2011). «Με τις τωρινές παγκόσμιες οικονομικές συνθήκες καμία επιχείρηση δεν μπορεί να αγνοήσει τη σύγχρονη περιβαλλοντική πραγματικότητα». Αναρτήθηκε τον Απρίλιο του 2013
- Ελότ (2012). Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης. Διαθέσιμο online στο: <http://www.elot.gr/default.aspx>. Αναρτήθηκε τον Μάρτιο του 2013.
- Καταναλωτές (2009). Διάλογος και κοινωνία. Διαθέσιμο online στο: <http://dialogoskoinonia.wordpress.com>. Αναρτήθηκε τον Μάρτιο του 2013.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



- Wikipedia (2013). Μποϊκοτάζ. Διαθέσιμο online στο: <http://translate.google.com.cy/translate?hl=el&sl=en&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Boycott&prev=/search%3Fq%3Dboycott%26hl%3Del%26biw%3D1366%26bih%3D634&sa=X&ei=cB5jUfj4O8KD4ASRx4GYDA&sqi=2&ved=0CC4Q7gEwAA>. Αναρτήθηκε τον Μάρτιο του 2013.

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ!

