



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
**ΘΕΜΑ: Ο Ηθικός Καταναλωτισμός και οι
προοπτικές ανάπτυξης ενός Προάστιου
Ξενοδοχείου στα προάστια**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΑ ΦΟΙΤΗΤΩΝ
ΠΑΪΠΑΤΗΣ ΒΑΓΓΕΛΗΣ
ΠΕΤΡΑΪ ΑΛΝΤΑ

ΕΠΟΠΤΡΙΕΣ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΕΣ
ΔΕΛΗΣΤΑΥΡΟΥ ΑΝΤΩΝΙΑ
ΤΗΛΙΚΙΔΟΥ ΕΙΡΗΝΗ



ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2013

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία πραγματοποιήθηκε από τους φοιτητές, Παϊπατη Βαγγέλη και Πετράι Άλντα στα πλαίσια Πτυχιακής Εργασίας

Το πρώτο μέρος της εργασίας αφορά την ανασκοπική βιβλιογραφία και το δεύτερο μέρος την έρευνα πρωτογενών στοιχείων.(δημοσκόπηση)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Α. ΠΡΟΚΑΤΑΡΤΙΚΗ ΦΑΣΗ

ΕΡΕΘΙΣΜΑ

Ο κ. Παπαντωνίου, ιδιοκτήτης ενός ξενοδοχείου στη περιοχή της Θεσσαλονίκης, επιθυμεί να ανοίξει άλλη μια ξενοδοχειακή μονάδα στα δυτικά προάστια του νομού της Θεσσαλονίκης το οποίο όμως θα διαθέτει όλες τις πράσινες τεχνολογίες και πιστοποιήσεις.



ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΜΚΤ

- **Ποιες είναι οι συμπεριφορικές πεποιθήσεις των καταναλωτών για τα πρασινα ξενοδοχεια;**
- **Ποιες είναι οι κανονιστικές πεποιθήσεις των καταναλωτών για τα πρασινα ξενοδοχεια;**
- **Ποιες οι πεποιθήσεις ελέγχου των καταναλωτών για τα πρασινα ξενοδοχεια;**
- **Ποιες οι στάσεις των καταναλωτών για τα πρασινα ξενοδοχεια;**
- **Ποιοι οι υποκειμενικοι κανονες των καταναλωτών για τα πρασινα ξενοδοχεια;**

- Ποιες οι αντιλήψεις συμπεριφορικού ελέγχου για αυτού του είδους τα ξενοδοχεία;
- Ποιες οι προθέσεις για διαμονή των καταναλωτών στα πράσινα ξενοδοχεία;
- Ποιες οι προθέσεις για αρνητικό ηθικό καταναλωτισμό(μποϊκοταζ) στις αλυσίδες ξενοδοχείων;
- Ποιες οι προθέσεις για διαλογικό ηθικό καταναλωτισμό ;

ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΚΤ

Ερευνητικό πρόγραμμα για παροχή κατάλληλης πληροφόρησης οπού θα εστιάσει

- στη πρόθεση διαμονής
- στη πρόθεση για αρνητικό ηθικό καταναλωτισμό
- στην πρόθεση για διαλογικό ηθικό καταναλωτισμό
- στη διερεύνηση των μεταβλητών των στάσεων και των δημογραφικών μεταβλητών

ΣΚΟΠΟΣ

Παροχή απαραίτητης, ορθολογικής και τεκμηριωμένης πληροφόρησης για τη χάραξη της σωστής στρατηγικής για την ανάπτυξη ενός πράσινου ξενοδοχείου στα προάστια της Θεσσαλονίκης.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ

Η διερεύνηση των προθέσεων διαμονής των καταναλωτών σε ένα «πράσινο ξενοδοχείο» καθώς και των προθέσεων συμμετοχής τους σε ενέργειες αρνητικού ηθικού καταναλωτισμού και της πρόθεσης διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού.

Η πιθανή επίδραση:

- ▣ των συμπεριφορικών Πεποιθήσεων
- ▣ των κανονιστικών πεποιθήσεων
- ▣ των πεποιθήσεων έλεγχου
- ▣ των στάσεων για τα πράσινα ξενοδοχεία
- ▣ των υποκειμενικών κανόνων
- ▣ της αντίληψης συμπεριφορι

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Οι μεταβλητές που θα ερευνήσουμε χωρίζονται σε εξαρτημένες,:

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

Ενώ οι ανεξάρτητες μεταβλητές:

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

Καθώς και οι δημογραφικές (*Φύλο, Ηλικία, Εκπαίδευση, Εισόδημα*) μεταβλητές

ΓΕΝΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ

- Η αναζήτηση και καταγραφή πληροφοριών που αφορούν τα πράσινα ξενοδοχεία στην περιοχή της Θεσσαλονίκης.
- Η διερεύνηση των εξαρτημένων μεταβλητών
- Η διερεύνηση και επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών και τα δημογραφικά στις πρώτες .

ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

- Να καταγραφεί η κατάσταση των πράσινων ξενοδοχείων στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα στη Θεσσαλονίκη.
- Να διερευνηθούν οι τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται σε τέτοιας κατηγορίας ξενοδοχειακές μονάδες.
- Να καταγραφούν οι στρατηγικές μάρκετινγκ που εφαρμόζουν.
- Να διερευνηθούν οι συμπεριφορικές πεποιθήσεις των καταναλωτών για τα πράσινα ξενοδοχεία.

- **Να διερευνηθούν και να καταγραφούν οι κανονιστικές πεποιθήσεις των ερωτώμενων για τα πράσινα ξενοδοχεία .**
- **Να διερευνηθούν ο βαθμός συμφωνίας ή διαφωνίας του δείγματος απέναντι στις πεποιθήσεις ελέγχου σχετικά με τη διαμονή σε πράσινα ξενοδοχεία (όπως τοποθεσία, εξεύρεση αυτού κλπ).**
- **Να διερευνηθούν οι στάσεις των νοικοκυριών σχετικά με τη διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο.**

ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ (συνεχεια)

- **Να διερευνηθούν ο βαθμός συμφωνίας ή διαφωνίας των καταναλωτών σχετικά με τη αντίληψη του συμπεριφορικού ελέγχου (δηλαδή τη δυνατότητα αυτών να μένουν σε πράσινα ξενοδοχεία) για τα πράσινα ξενοδοχεία.**
- **Να διερευνηθεί η προθέση διαμονής των μελών του δείγματος σε πράσινο ξενοδοχείο.**
- **Να διερευνηθούν οι προθέσεις των μελών του δείγματος σχετικά με την στάση τους απέναντι στον Αρνητικό Ηθικό Καταναλωτισμό (μποϊκοτάζ αλυσίδων ξενοδοχείων).**

- Να διερευνηθούν οι απόψεις των νοικοκυριών σχετικά με τη πρόθεση διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού (ενέργειες για μποϊκοτάζ)
- Να διερευνηθεί η πιθανή επίδραση των δημογραφικών στοιχείων του δείγματος στις μεταβλητές της πρόθεσης διαμονής , του αρνητικού ηθικού καταναλωτισμού και διαλογικού ηθικού καταναλωτισμού .
- Να διερευνηθούν ο βαθμός συμφωνίας ή διαφωνίας του δείγματος απέναντ υποκειμενικούς κανόνες .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ ΑΝΑΣΚΟΠΙΣΗ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ **ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΠΡΑΣΙΝΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ**

Ο βασικός ορισμός ενός πράσινου ξενοδοχείου είναι ένα φιλικό προς το περιβάλλον κατάλυμα που ακολουθεί τις πρακτικές της πράσινης διαβίωσης, εφαρμόζει προγράμματα προστασίας του περιβάλλοντος και έχει πάρει ειδική πιστοποίηση.

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΚΩΔΙΚΑΣ ΗΘΙΚΗΣ

Ένα ηθικό ξενοδοχείο υπάγεται στον Παγκόσμιο Κώδικα Ηθικής για τον Τουρισμό. Πρόκειται για ένα σύνολο αρχών, οι οποίες θέτουν τη βάση για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού και απευθύνονται σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη τονίζοντας τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις κάθε πλευράς.




ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΣΤΡΑΦΟΥΜΕ ΣΤΟΝ ΑΕΙΦΟΡΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ;

Ο τουρισμός είναι πολύτιμος και στηρίζει την οικονομία της χώρας. Ο τουρίστες δεν έρχονται μόνο για ξεκούραση και ανανέωση αλλά και για να απολαύσουν την φύση και το περιβάλλον.

ΥΙΟΘΕΤΟΝΤΑΣ ΜΙΑ ΠΡΑΣΙΝΗ ΣΤΑΣΗ

Η υιοθέτηση μίας πράσινης στάσης από τον ξενοδοχειακό τομέα είναι εφικτή καθώς ποικίλουν οι τρόποι εφαρμογής της. Καινούρια τεχνολογία και καινούριοι τρόποι σκέψης μπορούν να χρησιμοποιηθούν τόσο στα καινούρια όσο και στα υπάρχοντα κτήρια ώστε να εξοικονομηθεί ενέργεια και να προστατευτεί το περιβάλλον.



ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ (ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ). Τα τελευταία χρόνια ο αριθμός των ξενοδοχείων που εφαρμόζουν περιβαλλοντική πολιτική στο εξωτερικό όλο και αυξάνει. Γιατί τα πράσινα ξενοδοχεία εκτός του ότι εξοικονομούν χρήματα στον ιδιοκτήτη, εξοικονομούν φυσικούς πόρους στον πλανήτη.

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ. Πλέον και στην χώρα μας γίνονται όλο και πιο συχνά αναφορές στην «Πράσινη Ανάπτυξη». Όμως οι γενικόλογες κι ασαφείς αναφορές δημιουργούν σύγχυση ως προς το περιεχόμενο της όποιας στρατηγικής πρόκειται να ακολουθηθεί για την ανάπτυξη.

ΠΡΑΣΙΝΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Περισσότερα από **100 «πράσινα»** ξενοδοχεία υπάρχουν στη χώρα μας και μάλιστα τους επόμενους μήνες θα κάνουν γνωστή την παρουσία τους σε όλη την Ευρώπη, στοχεύοντας σε επισκέπτες ανάλογου... χρώματος.

ΒΙΟΚΛΙΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΑ

«ΠΡΑΣΙΝΑ» ΚΤΙΡΙΑ. Η βιοκλιματική αρχιτεκτονική αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της οικολογικής δόμησης, η οποία ασχολείται με τον έλεγχο των περιβαλλοντικών παραμέτρων στο επίπεδο κτιριακών μονάδων.

Το ζητούμενο στον βιοκλιματικό σχεδιασμό είναι η



ΕΙΔΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η Επιτροπή Συντονισμού της κυβερνητικής πολιτικής στον τομέα του χωροταξικού σχεδιασμού και της αειφόρου ανάπτυξης, ενέκρινε στις 29.4.2009

α) το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης και

β) τη Στρατηγική Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων για το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης.

GREEN DESIGN ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οφέλη του πράσινου σχεδιασμού και της λειτουργίας:

- **Μείωση του κόστους λειτουργίας: 83%**
- **Μείωση των επιπτώσεων στο περιβάλλον: 80%**
- **Συνάντηση των προσδοκιών των επισκέπτες του ξενοδοχείου: 56%**



ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΠΟΡΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Ξενοδοχεία έχουν για τουλάχιστον δύο δεκαετίες εφαρμόζει μέτρα για τη μείωση ηλεκτρικής ενέργειας χρήσης για να μειώσει τους λογαριασμούς ενέργειας. Η βιομηχανία της φιλοξενίας δαπανά 3,7 δισεκατομμύρια δολαρίων το χρόνο στον τομέα της ενέργειας ηλεκτρικής ενέργειας από μόνη της αντιπροσωπεύει το 60% έως 70% των λειτουργικών εξόδων.



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Έχει παρατηρηθεί σε μεγάλο βαθμό, ιδίως την τελευταία δεκαετία, πως γίνονται σημαντικές προσπάθειες από αρκετές ξενοδοχειακές μονάδες να ενισχύσουν τις στρατηγικές μάρκες που χρησιμοποιούν, υιοθετώντας περιβαλλοντικές πολιτικές. Τέτοιον



ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

ΕΙΔΟΣ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΗΣ

Προσωπική συνέντευξη με τη βοήθεια ενός δομημένου ερωτηματολόγιου.

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΚΤΑΣΗ

Τα οικοδομικά τετράγωνα :

Εύοσμος: κωδ. 0409 οδός Ιπποκράτους- Αργυροκάστρου- Φαιστού

>> 0997 >> Έλλης Αλεξίου-Αγ. Δημητρίου-Αυγέρη μάρκου

>> 0695 >> Δημόκριτου-Περικλέους-Ισοκράτους-Πατρών

>> 0881 >> Αγ. Αθανάσιου-Μ. Αλεξάνδρου-Αχιλλέως-

Πλάτωνος

Συκιές: κωδ. 2270 οδός Ελπίδος- Αγ. Θεοδώρων- Οδυσσέως (γήπεδο ΒΑΟ)

Πολίχνη: κωδ. 1932 οδός Μυτιλήνης- Επικούρου- Λυκούργου

>> 2093 >> Αγ. Βαρβάρας- Καποδίστριου- Βερτίσκου- Αγ.

Θεοδώρων

ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ

Η διεξαγωγή της έρευνας έγινε το έτος 2012, τους μήνες Μάρτιο και Απρίλιο.

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ- ΜΟΝΑΔΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

Η μονάδα του πληθυσμού είναι το ένα νοικοκυριό που διαμένει σε οικία που βρίσκεται εντός του οικοδομικού χάρτη των δήμων Ευόσμου, Πολίχνης, Συκεών και εντός των οικοδομικών τετραγώνων που έχουν οριστεί . Μονάδα δειγματοληψίας στη περίπτωση μας είναι ο ένας ενήλικας-μέλος ενός νοικοκυριού των δήμων Ευόσμου, Πολίχνης, Συκεών

ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Το μέγεθος του δείγματος είναι $n=120$

ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

Η μέθοδος συγκέντρωσης στοιχείων που χρησιμοποιήθηκε ήταν η δειγματοληψία κατά περιοχές σε ένα στάδιο. Οι συνεντεύξεις γίνονται σε ένα μέλος, των νοικοκυριών που διαμένουν στα διαμερίσματα που επιλέχθηκαν να συμπεριληφθούν στο δείγμα. Προτιμήσαμε το μέλος εκείνο που πραγματοποιεί τις αγορές του νοικοκυριού. Επίσης έγινε προσπάθεια επιλογής 50% ανδρών και 50% γυναικών. Οι επισκέψεις πραγματοποιήθηκαν κατά τις πρωινές ώρες μεταξύ 10:30 – 13:00 και το απόγευμα μεταξύ 18:00 – 21:00

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Φύλο

Ηλικία

Hotels

Επίπεδο Εκπαίδευσης

Ετήσιο Οικογενειακό Εισόδημα



ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΙΚΕΣ ΠΕΠΟΙΘΗΣΕΙΣ: (ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ)

BB1	Προστατεύω το περιβάλλον μας.	6.1/7
BB2	Είμαι περισσότερο κοινωνικά ευαίσθητος/η.	5.62/7
BB3	Έχω την εμπειρία ενός περιβαλλοντικά υγιεινού και φιλικού δωματίου.	5.42/7
BB4	Υλοποιώ περιβαλλοντικά φιλικές πρακτικές.	5.6/7
BB5	Απολαμβάνω περιβαλλοντικά φιλικά προϊόντα και υγιεινές ανέσεις.	5.65/7
BB6	Φάω φρέσκο και υγιεινό φαγητό.	5.63/7
BB7	Έχω μειωμένα έξοδα.	4.84/7

ΠΕΠΟΙΘΗΣΕΙΣ ΕΛΕΓΧΟΥ: (ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ)

CB1	Η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο είναι ακριβή.	5.23/7
CB2	Η εξεύρεση ενός πράσινου ξενοδοχείου όταν ταξιδεύεις απαιτεί χρόνο και προσπάθεια .	5.51/7
CB3	Η τοποθεσία ενός πράσινου ξενοδοχείου πρέπει να είναι βολική	5.59/7
CB4	Η εταιρεία μου/η σχολή μου/άλλοι που πληρώνουν για τα έξοδα ταξιδίου μου με προτρέπουν να μένω σε ένα συγκεκριμένο ξενοδοχείο.	4.25/7

ΣΤΑΣΕΙΣ : (ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ)

AT1	Κακό/καλό	5.81/7
AT2	Ανεπιθύμητο/επιθυμητό	5.53/7
AT3	Δυσάρεστο/ευχάριστο	5.58/7
AT4	Ανόητο/σοφό	5.64/7
AT5	Απορριπτέο/προτιμητέο	5.51/7
AT6	Μη απολαυστικό/απολαυστικό	5.38/7
AT7	Αρνητικό/θετικό	5.59/7

ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ: (ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ)

PBC1	Το εάν θα μένω ή όχι σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω εξαρτάται αποκλειστικά από έμενα.	5.25/7
PBC2	Είμαι σίγουρος/η ότι εάν θέλω μπορ να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω.	4.97/7
PBC3	Έχω τα μέσα , το χρόνο και τις ευκαιρίες να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω.	3.83/7



ΠΡΟΘΕΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ: (ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ)

VI1	Έχω την πρόθεση να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω.	4.83/7
VI2	Σχεδιάζω να μένω δε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω.	3.97/7
VI3	Προσπαθώ να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω.	3.84/7



ΠΡΟΘΕΣΗ ΑΡΝΗΤΙΚΟΥ ΗΘΙΚΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΥ: (ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ)

NI1	Βλάπτουν σοβαρά το περιβάλλον.	5.7/7
NI2	Έχουν εμπλακεί σε οικονομικά σκάνδαλα (π.χ. δωροδοκίες κρατικών λειτουργών και καρτέλ)	5.82/7
NI3	Έχουν εμπλακεί σε σκάνδαλα σχετικά με την υγιεινή και την ασφάλεια των εγκαταστάσεων .	5.9/7
NI4	Χρησιμοποιούν παιδική εργασία.	5.93/7
NI5	Εμπλέκονται σε ιδιαίτερη βάνουση συμπεριφορά προς τα ζώα.	6.02/7
NI6	Εμπλέκονται σε ιδιαίτερα βάνουση συμπεριφορά προς τους εργαζόμενους.	6.04/7
NI7	Στηρίζουν οικονομικά κυβερνήσεις που εμπλέκονται σε πολέμους .	5.93/7
NI8	Είναι εχθρικών συμφερόντων προς την χώρα μας.	5.89/7
NI9	Κερδοσκοπούν υπερβολικά και ασύδοτα.	5.91/7

**ΠΡΟΘΕΣΗ ΔΙΑΛΟΓΙΚΟΥ ΗΘΙΚΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΥ:
(ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ)**

DI1	Συζητήσεις με τους φίλους και τους γνωστούς μου και προσπάθειες επηρεασμού τους για συμμετοχή στο μποϊκοτάζ.	5,2/7
DI2	Συμμετοχή σε συλλογή υπογραφών διαμαρτυρίας .	5,12/7
DI3	Διαδοχή μηνυμάτων που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου ή κινητού τηλεφώνου.	4,76/7
DI4	Διαβάσμα και γραψίμο σε blogs.	4,68/7
DI5	Συμμετοχή σε εκδηλώσεις διαμαρτυρίας.	4,55/7
DI6	Δημιουργία και οργάνωση ομάδων διαμαρτυρίας.	4,19/7

ΠΙΝΑΚΕΣ ΔΙΠΛΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ

ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΦΙΛΟΥΣ ΚΑΙ ΓΝΩΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΓΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΜΠΟΙΚΟΤΑΖ ΜΕ ΤΟ ΦΥΛΟ

<u>ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΦΙΛΟΥΣ ΚΑΙ ΓΝΩΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΓΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΜΠΟΙΚΟΤΑΖ</u>	<u>ΦΥΛΟ</u>					
	ΑΝΔΡΑΣ		ΓΥΝΑΙΚΑ		ΣΥΝΟΛΟ	
Διαφωνώ πάρα πολύ	1	0,8%	0	0%	1	0,8%
Διαφωνώ αρκετά	2	1,7%	4	3,3%	6	5%
Διαφωνώ λίγο	4	3,3%	3	2,5%	7	5,8%
Ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ	8	6,7%	16	13,3%	24	20%
Συμφωνώ λίγο	12	10%	9	7,5%	21	17,5%
Συμφωνώ αρκετά	14	11,7%	24	20%	38	31,7%
Συμφωνώ πολύ	6	5%	17	14,2%	23	19,2%
ΣΥΝΟΛΟ	47	39,2%	73	60,8%	120	100%

ΠΡΟΘΕΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΜΕ ΕΙΣΟΔΗΜΑ

Για το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας σχετικά με το αν θα ήταν πρόθυμοι να μείνουν σε ένα πράσινο ξενοδοχείο αντίστοιχα για τις διαφορετικές κατηγορίες εισοδημάτων παρατηρούμε ότι, οι ερωτηθέντες με εισόδημα έως 30,000€ είναι γενικά σύμφωνοι με την παραπάνω πρόταση αυτοί με εισόδημα έως 10,000€ σε ποσοστό 22,4% , αυτοί με εισόδημα 10,001-20,000€ σε ποσοστό 21,7% τέλος αυτοί με εισόδημα 20,001-30,000€ σε ποσοστό 21,7%

ΠΡΟΘΕΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΜΕ "ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΩ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΜΑΣ"

Σχετικά με το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας των καταναλωτών με την πρόθεση διαμονής σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύουν και το πώς επηρεάζεται από το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας με την άποψη «προστατεύω το περιβάλλον μας» όταν μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια μου διαπιστώνουμε ότι οι 65 από τους 113 που συμφωνήσαν με την άποψη «προστατεύω το περιβάλλον μας» έχουν και την πρόθεση να μείνουν σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύουν δηλαδή το 57,52%



**ΠΡΟΘΕΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΜΕ «Η ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ
ΜΟΥ ΝΟΜΙΖΕΙ ΟΤΙ ΘΑ ΕΠΡΕΠΕ ΝΑ ΜΕΝΩ
ΣΕ ΠΡΑΣΙΝΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΟΤΑΝ
ΤΑΞΙΔΕΥΩ»**

Συμφωνία/διαφωνία με το βαθμό
συμφωνίας/διαφωνίας της πρόθεσης
διαμονής σε ένα πράσινο ξενοδοχείο των
καταναλωτών και το ποσό αυτός
επηρεάζεται από το βαθμό
συμφωνίας/διαφωνίας των καταναλωτών
ότι η οικογένεια νομίζει ότι θα έπρεπε να
μένει σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν
ταξιδεύει, διαπιστώνουμε ότι οι 38 από
τους 50 που συμφωνούν με την άπ
η οικογένεια νομίζει ότι θα έπρεπε να μείνει

ΠΡΟΘΕΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΜΕ "Η ΕΞΕΥΡΕΣΗ
ΕΝΟΣ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΟΤΑΝ
ΤΑΞΙΔΕΥΕΙΣ ΑΠΑΙΤΕΙ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ
ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ

Σχετικά με το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας των καταναλωτών με την πρόθεση διαμονής σε ένα πράσινο ξενοδοχείο και το πόσο αυτή επηρεάζεται από το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας με την άποψη ότι η εξεύρεση ενός πράσινου ξενοδοχείου απαιτεί χρόνο και προσπάθεια, παρατηρούμε ότι οι 59 από τους 95 που συμφωνήσαν με την άποψη ότι η εξεύρεση ενός πράσινου ξενοδοχείου απαιτεί χρόνο και προσπάθεια έχουν και

ΠΡΟΘΕΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΜΕ ΣΤΑΣΕΙΣ(ΑΠΟΡΡΙΠΤΕΟ- ΠΡΟΤΙΜΗΤΕΟ)

Σχετικά με το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας των καταναλωτών με τη πρόθεση διαμονής σε ένα πράσινο ξενοδοχείο καθώς και το πόσο επηρεάζεται από το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας της στάσης των καταναλωτών (απορριπτέο-προτιμητέο), παρατηρούμε ότι οι 55 από τους 95 που συμφωνήσαν με τη στάση δηλαδή θεωρούν προτιμητέα τη διαμονή πράσινο ξενοδοχείο , έχουν και 1.1.

**ΠΡΟΘΕΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΜΕ "ΟΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΙ
ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΙ ΓΙΑ ΜΕΝΑ
ΝΟΜΙΖΟΥΝ ΟΤΙ ΘΑ ΕΠΡΕΠΕ ΝΑ ΜΕΝΩ ΣΕ ΕΝΑ
ΠΡΑΣΙΝΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΟΤΑΝ ΤΑΞΙΔΕΥΩ"**

Σχετικά με το βαθμό

συμφωνίας/διαφωνίας των καταναλωτών με την πρόθεση διαμονής σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύουν καθώς και το πόσο επηρεάζεται από το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας των καταναλωτών με την άποψη «οι περισσότεροι άνθρωποι που είναι σημαντικοί για μένα νομίζουν ότι θα έπρεπε να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω»,

ΠΡΟΘΕΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΜΕ "ΕΧΩ ΤΑ ΜΕΣΑ ,
ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΙΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΝΑ ΜΕΝΩ
ΣΕ ΕΝΑ ΠΡΑΣΙΝΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΟΤΑΝ

ΤΑΞΙΔΕΥΩ με το βαθμό

συμφωνίας/διαφωνίας των καταναλωτών με την πρόθεση διαμονής σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύουν καθώς και το πώς επηρεάζεται από το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας με την άποψη «έχω τα μέσα, το χρόνο και τις ευκαιρίες να μένω σε ένα πράσινο ξενοδοχείο όταν ταξιδεύω» . Συγκεκριμένα 28 από τους 36 που συμφωνήσαν με την άποψη «: μέσα, το χρόνο και τις ευκαιρίες να μένω



ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

Συμπεράσματα

- Οι συμπεριφορικές πεποιθήσεις των καταναλωτών επηρεάζουν την πρόθεση διαμονής τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο.
- Οι κανονιστικές πεποιθήσεις επηρεάζουν άμεσα την πρόθεση διαμονής είτε το σχεδιασμό διαμονής τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο στα ταξίδια τους.
- Οι στάσεις των καταναλωτών επηρεάζουν είτε την πρόθεση διαμονής είτε τον σχεδιασμό διαμονής σε ένα πράσινο ξενοδοχείο.

- Οι περισσότεροι συμφωνούν στο ότι η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο είναι ακριβή , η εξεύρεση απαιτεί χρόνο και προσπάθεια , η τοποθεσία πρέπει να είναι βολική , ενώ στο ότι η εταιρεία /η σχολή/άλλοι που πληρώνουν για τα έξοδα του ταξιδιού τους τον προτρέπουν να μένει σε ένα πράσινο ξενοδοχείο συμφωνούν λιγότερο.
- Οι υποκειμενικοί κανόνες δεν επηρεάζουν λοιπόν είτε την πρόθεση διαμονής είτε τον σχεδιασμό διαμονής τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο.
- Η αντίληψη του συμπεριφορικού ελέγχου επηρεάζει την πρόθεση διαμονής τους σε ένα πράσινο ξενοδοχείο.

□ Οι περισσότεροι έχουν την πρόθεση να μένουν σε ένα πράσινο ξενοδοχείο , αλλά λιγότεροι είναι αυτοί που σχεδιάζουν να μένουν σε ένα πράσινο ξενοδοχείο.

□ Οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να μποϊκοτάρουν ξενοδοχεία

▫ Οι καταναλωτές εκφράζουν την πρόθεση να μποϊκοτάρουν ξενοδοχεία και να προχωρήσουν περισσότερο σε:

- Συζητήσεις με φίλους και γνωστούς και προσπάθειες επηρεασμού τους για συμμετοχή σε μποϊκοτάζ.

- Διάδοση μηνυμάτων που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου ή κινητού τηλέφωνα.

- Διάβασμα και γράψιμο σε blogs στο διαδίκτυο.

Προτάσεις προς τους φορείς

▣ Πάρα την δύσκολη οικονομική περίοδο την οποία διανύουμε , η ανάπτυξη ενός πράσινου ξενοδοχείου, θα δώσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο ξενοδοχείο του κ. Παπαντωνίου.

▣ Συστήνουμε στο Τμήμα Marketing να προβεί στην ενημέρωση των καταναλωτών για την δημιουργία του νέου ξενοδοχείου μέσω των ΜΜΕ.

▣ Σε πρώτο στάδιο να γίνει μια επαφή με εξειδικευμένα συνεργεία που έχουν στο ενεργητικό τους μεγάλη εμπειρία στην κατασκευή πράσινων κτηρίων.

▣ Συνεργασία με πράσινους οργανισμούς.

▣ Αναπροσαρμογή στο κόστος διαμονής μιας και τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι περισσότεροι θεωρούν ότι η διαμονή σε ένα πράσινο ξενοδοχείο είναι πιο ακριβή σε σχέση με τη διαμονή σε ένα συμβατικό.

▣ Ενημέρωση των πελατών ώστε να αναπτύξουν μια οικολογική συνείδηση.



**ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ
ΓΙΑ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ**