



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ & ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

Διπλωματική Εργασία

Τίτλος Εργασίας:

«ΟΔΗΓΟΣ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ ΤΟΥ ΦΟΙΤΗΤΗ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ»

Όνομα φοιτητή: ΤΑΡΝΑΡΗ ΔΗΜΗΤΡΑ



School
Survival
Guide -
Thessaloniki
City

Αθήνα, 2017



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

**ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ & ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»**

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή:

Ρ.Μητούλα, Ε.Σαρδιανού, Χ.Μιχαλακέλης

**Όνομα Πρώτου Καθηγητή (Επιβλέπουσα): Ρόιδω Μητούλα,
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας & Οικολογίας,
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

**Όνομα Δεύτερου Καθηγητή: Ελένη Σαρδιανού,
Επίκουρη Καθηγήτρια, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας & Οικολογίας,
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

**Όνομα Τρίτου Καθηγητή: Χρήστος Μιχαλακέλης,
Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Πληροφορικής και Τηλεματικής,
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

Η ΤΑΡΝΑΡΗ Δήμητρα,

δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- 1) Είμαι η κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων της πρωτότυπης αυτής εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δε συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων.
- 2) Αποδέχομαι ότι η ΒΚΠ μπορεί, χωρίς να αλλάξει το περιεχόμενο της εργασίας μου, να τη διαθέσει σε ηλεκτρονική μορφή μέσα από τη ψηφιακή Βιβλιοθήκη της, να την αντιγράψει σε οποιοδήποτε μέσο ή/και σε οποιοδήποτε μορφότυπο καθώς και να κρατά περισσότερα από ένα αντίγραφα για λόγους συντήρησης και ασφάλειας.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ θερμά την αξιότιμη καθηγήτριά μου κ. Ρόιδω Μητούλα, ως επιβλέπουσα της παρούσης εργασίας, για την πολύτιμη στήριξη και καθοδήγηση που έλαβα για να ολοκληρώσω τις σπουδές μου με επιτυχία.

Ευχαριστώ το ίδιο θερμά και την καθηγήτριά μου κ. Ελένη Σαρδιανού για τις πολύτιμες συμβουλές και γνώσεις που μου έδωσε, οι οποίες αποδείχθηκαν εξαιρετικά χρήσιμες κατά τη συγγραφή της παρούσης εργασίας.

Τέλος, ευχαριστώ θερμά την οικογένειά μου για την αμέριστη συμπαράστασή τους στην προσπάθεια που κατέβαλα καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Δήμητρα Ταρνάρη

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	8
Abstract	9
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
ΜΕΡΟΣ Α΄	13
ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο – Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	14
1.1. Η έννοια του καταναλωτή και της συμπεριφοράς του	14
1.2. Πώς οι νέοι μαθαίνουν να καταναλώνουν	16
1.3. Πιθανές επιρροές στην καταναλωτική συμπεριφορά των νέων.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο – Ο ΟΔΗΓΟΣ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ.....	20
2.1. Τι είναι ένας οδηγός επιβίωσης.....	20
2.2. Δομή και περιεχόμενα του οδηγού.....	20
2.2.1. Η Θεσσαλονίκη: Μια σύντομη παρουσίαση της πόλης	22
Η Γεωγραφική Θέση της πόλης - Κλίμα.....	22
Η Ιστορία της πόλης.....	25
Ο πολιτισμός της πόλης	26
Η οικονομική δραστηριότητα της πόλης.....	30
Ενδεικτικό κόστος ζωής.....	30
Χρήσιμα τηλέφωνα & επίσημες ιστοσελίδες του δήμου	31
Χρήσιμοι σύνδεσμοι (links, youtube,)	32
2.2.2. Διαμονή	33
2.2.3. Μετακίνηση από/προς και εντός της πόλης	35
2.2.4. Διασκέδαση και Ψυχαγωγία	44
2.2.5. Αγορές και Εμπορικά Κέντρα	49
2.2.6. Σπουδές – Υπηρεσίες & Δραστηριότητες	49
ΜΕΡΟΣ Β΄	56
ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο – ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	57
3.1. Στόχοι και Μεθοδολογία της Έρευνας.....	57
3.2. Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου.....	57
3.3. Δείγμα.....	58
3.4. Περιγραφική Στατιστική	59
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	91
ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	92
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	93
Α. Ερωτηματολόγιο Έρευνας.....	93
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	99

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1 – Φύλλο φοιτητή.....	59
Πίνακας 2 - Ηλικία φοιτητή	60
Πίνακας 3 - Εκπαιδευτικό Ίδρυμα	60
Πίνακας 4 - Εθνικότητα φοιτητή.....	61
Πίνακας 5 - Εργασιακή κατάσταση πατέρα	61
Πίνακας 6 - Εργασιακή κατάσταση μητέρας	62
Πίνακας 7 - Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα	63
Πίνακας 8 - Διαμονή	64
Πίνακας 9 - Διαμονή: Μόνος-η / Με συγγάτοικο / Στην εστία	64
Πίνακας 10 - Εργασιακή κατάσταση φοιτητή.....	65
Πίνακας 11 - Crosstabulation: Εργαζόμενος φοιτητής / Οικογενειακό εισόδημα.....	67
Πίνακας 12 - Ατομικό εισόδημα φοιτητή	67
Πίνακας 13 - Οικονομικά ανεξάρτητος/η	68
Πίνακας 14 - Δυσκολίες στον γεωγραφικό προσδιορισμό.....	69
Πίνακας 15 - Δυσκολίες στα γεωφυσικά χαρακτηριστικά.....	69
Πίνακας 16 - Δυσκολία με την ιστορία της πόλης.....	69
Πίνακας 17 - Δυσκολίες με τα Μνημεία/Αξιοθέατα.....	70
Πίνακας 18 - Δυσκολίες με πολιτιστικά κέντρα, συλλόγους κ.α.	70
Πίνακας 19 - Δυσκολία στην εύρεση εργασίας	71
Πίνακας 20 - Δυσκολία στην εύρεση κατοικίας	71
Πίνακας 21 - Δυσκολίες με τα εμπορικά καταστήματα.....	71
Πίνακας 22 - Δυσκολία με τις δημόσιες υπηρεσίες	72
Πίνακας 23 - Δυσκολία στην πρόσβαση στα ΜΜΜ	72
Πίνακας 24 - Δυσκολία στην εξοικείωση με τον χώρο των Ιδρυμάτων (ΑΕΙ/ΤΕΙ)	73
Πίνακας 25 - Δυσκολίες στην εξοικείωση με τον τρόπο λειτουργίας των ιδρυμάτων (ΑΕΙ/ΤΕΙ).....	73
Πίνακας 26 - Δυσκολίες κατά την αναζήτηση για φοιτητικά στέκια	73
Πίνακας 27 - Δυσκολίες με τις φοιτητικές δραστηριότητες	74
Πίνακας 28 - Έξοδα για ενοίκιο.....	74
Πίνακας 29 - Έξοδα για διατροφή	75
Πίνακας 30 - Έξοδα για εισιτήρια συγκοινωνιών	75
Πίνακας 31 - Έξοδα για διασκέδαση	76
Πίνακας 32 - Έξοδα για ταξίδια.....	76
Πίνακας 33 - Έξοδα για ψώνια/αγορές	76

Πίνακας 34 - Έξοδα για πάγια σπιτιού.....	77
Πίνακας 35 - Έξοδα για γραφική ύλη κ.α.	77
Πίνακας 36 - Αγορές για ένδυση.....	78
Πίνακας 37 - Αγορές για ηλεκτρονικά είδη	78
Πίνακας 38 - Αγορές για βιβλία.....	79
Πίνακας 39 - Αγορές για καλλυντικά.....	79
Πίνακας 40 - Αγορές για είδη α' ανάγκης	79
Πίνακας 41 - Αγορές για εισιτήρια εκδηλώσεων/συναυλιών κ.α.	80
Πίνακας 42 - Θέατρο.....	80
Πίνακας 43 - Κινηματογράφος	81
Πίνακας 44 - Καφετέρια.....	81
Πίνακας 45 - Μπαρ	81
Πίνακας 46 - Fast Food	82
Πίνακας 47 - Συναυλίες.....	82
Πίνακας 48 - Μουσικές Σκηνές	82
Πίνακας 49 - Δαπάνες για ενοίκιο.....	83
Πίνακας 50 - Δαπάνες για πάγια	83
Πίνακας 51 - Δαπάνες για είδη α' ανάγκης	84
Πίνακας 52 - Δαπάνες για λοιπά ψώνια	84
Πίνακας 53 - Δαπάνες για αγορές ηλεκτρονικών συσκευών	84
Πίνακας 54 - Δαπάνες για φαγητό εκτός σπιτιού.....	85
Πίνακας 55 - Δαπάνες για διασκέδαση	85
Πίνακας 56 - Δαπάνες για κινηματογράφο	85
Πίνακας 57 - Δαπάνες για θέατρο	86
Πίνακας 58 - Δαπάνες σε καλλιτεχνικά δρώμενα	86
Πίνακας 59 - Δαπάνες σε ταξίδια.....	86
Πίνακας 60 - Συνδρομές σε γυμναστήρια κ.α.	87
Πίνακας 61 - Δαπάνες για βιβλία και λοιπό υλικό για τις σπουδές	87
Πίνακας 62 - Μηνιαία αποταμίευση	87
Πίνακας 63 – Διπλής εισόδου για «διαμονή / οικογενειακό εισόδημα».....	88
Πίνακας 64 –Διπλής εισόδου για «εργαζόμενος φοιτητής / εργασιακή κατάσταση πατέρα»	89
Πίνακας 65 – Διπλής εισόδου για «οικογενειακό εισόδημα / οικονομικά ανεξάρτητος φοιτητής»	90

Περίληψη

Η παρούσα εργασία, με τίτλο “Οδηγός επιβίωσης του φοιτητή στην πόλη. Η περίπτωση της Θεσσαλονίκης”, έχει ως αντικείμενο τη δημιουργία ενός οδηγού επιβίωσης για άτομα που έρχονται να ζήσουν στην πόλη της Θεσσαλονίκης με την ιδιότητα του φοιτητή. Για να επιτευχθεί αυτό, πραγματοποιήθηκε μια έρευνα σχετικά με το κοινωνικο-οικονομικό προφίλ των σπουδαστών που φοιτούν στα δημόσια ΑΕΙ/ΤΕΙ της Θεσσαλονίκης. Για τις ανάγκες της έρευνας ο φοιτητής αντιμετωπίζεται ως μια οικονομική μονάδα που μπορεί, καταναλώνοντας και δρώντας στην πόλη της Θεσσαλονίκης, να συνεισφέρει δυναμικά στην τοπική οικονομία της πόλης και στην ενίσχυση/διάδοση της φήμης της.

Μέσα από τα συμπεράσματα που εξήχθησαν, τέθηκαν τα βασικά κριτήρια με τα οποία δομήθηκε ο οδηγός. Τα κριτήρια αυτά είναι: i) οι δυσκολίες που δήλωσαν πως αντιμετώπισαν κατά το πρώτο έτος φοίτησής τους οι σπουδαστές, ii) οι επιλογές που κάνουν σχετικά με τις καθημερινές τους ανάγκες (βασικές και μη) και iii) το εισόδημά τους με βάση το οποίο κάνουν επιλογές και αποφασίζουν ποιες ανάγκες θα καλύψουν και με ποια σειρά.

Για τη συγγραφή της εργασίας χρησιμοποιήθηκε βιβλιογραφικό υλικό καθώς και υλικό από το Διαδίκτυο. Τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν για την εξαγωγή συμπερασμάτων ώστε να συνταχθεί ο οδηγός, συλλέχθηκαν με τη χρήση ερωτηματολογίου (ερωτήσεων κλειστού τύπου) και για την εμπειρική ανάλυση πραγματοποιήθηκε έρευνα σε δείγμα 150 φοιτητών πρώτου έτους των ΑΕΙ και ΤΕΙ Θεσσαλονίκης.

Στόχος είναι η όσο το δυνατόν πληρέστερη παροχή πληροφοριών μέσα από τον εν λόγω οδηγό για όλες τις ανάγκες ενός φοιτητή στη Θεσσαλονίκη (όπως στέγη, τροφή, διασκέδαση, μετακίνηση και πολλά άλλα που αφορούν στην καθημερινότητά του), προκειμένου ο ίδιος να πληροφορηθεί κατάλληλα και να εγκλιματιστεί άμεσα.

Λέξεις κλειδιά: οδηγός επιβίωσης, κόστος ζωής, καταναλωτής, φοιτητής, Θεσσαλονίκη

Abstract

The present dissertation, titled as “School Survival Guide. The case of Thessaloniki City”, discusses the formation of a survival guide which will be aimed at people who lead a student’s life in the city of Thessaloniki. In order to accomplish that, a study was conducted, related to socio-economic profile of those who are students at the public institutions of Thessaloniki. During that study, the student is considered as an economic unit which, by consuming and acting in Thessaloniki, can contribute, in a big way, both to the local economy of the city and to the boost/dissemination of the city’s reputation.

The basic criteria based on which was formed the guide structure, were set through the drawn inferences of the study. These criteria are: i)the difficulties students claimed they faced during their first year of attendance, ii)the choices they make regarding their daily needs (basic and non) and iii)their income based on which they decide the needs they’re going to meet and in which turn.

Bibliographic and online material was used for the paper literature. The data which were used in order inferences to be drawn for the guide to get to be formed, were gathered using a questionnaire (closed-ended questions) and for the empirical part of the study a survey was conducted on a sample of 150 first-year students.

The goal is the guide to provide the student with the most useful and accurate information possible, so as the students can meet their needs (like housing, food, entertainment, transportation and such others related to their daily routine), in order they to be properly informed and to become accustomed to the new environment immediately.

Keywords: school survival guide, cost of living, consumer, university student, Thessaloniki City

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η φοιτητική ζωή είναι μία από τις καλύτερες περιόδους της ζωής ενός νέου. Μέσα από αυτό το γεγονός αποκτά γνώσεις και γενικότερα εμπειρίες που θα χρησιμεύσουν και στη μετέπειτα επαγγελματική και κοινωνική του ζωή. **Από την άλλη, το πανεπιστήμιο δεν σημαίνει αποκλειστικά και μόνο εκπαίδευση, αλλά είναι επίσης και ταξίδια, ανταλλαγές φοιτητών, υποτροφίες, αθλητισμός, πολιτισμός και πολλά άλλα.**

Ανάλογα με την πόλη φοίτησης, όμως διαφέρει και η φοιτητική ζωή και το κόστος της. Αν η σχολή στην οποία έχει εισαχθεί ο φοιτητής είναι σε διαφορετική πόλη από αυτήν που κατάγεται, τότε **θα πρέπει να οργανωθεί πολύ καλά σε διάφορους τομείς ώστε να ανταπεξέλθει.**

Οι τομείς αυτοί είναι που έπρεπε να διευκρινιστούν μέσα από την έρευνα της παρούσης εργασίας, να εντοπιστεί, δηλαδή, το **πως ο κάθε φοιτητής ιεραρχεί τις ανάγκες του, σκοπεύοντας να ξοδέψει το διαθέσιμο εισόδημά του για να τις καλύψει** και σύμφωνα με αυτό να σχεδιαστεί ένας οδηγός επιβίωσης για τον νέο φοιτητή.

Για να γράψει κάποιος έναν απλό οδηγό επιβίωσης χρειάζεται, σε γενικές γραμμές, **να καθοριστούν τα κριτήρια με βάση τα οποία τον συντάσσει, να καθοριστεί ο σκοπός για τον οποίο το κάνει και να δοθεί η απαραίτητη προσοχή και παρατηρητικότητα από τον συντάκτη** κατά τη συλλογή και επεξεργασία των πληροφοριών που θα αποτελέσουν τον οδηγό.

Ο παρών οδηγός επιβίωσης για τον φοιτητή στην πόλη της Θεσσαλονίκης, **έχει σχεδιαστεί με οικονομικά κριτήρια και πιο συγκεκριμένα με βάση τις προτιμήσεις των φοιτητών που αφορούν στην καθημερινή τους επιβίωση, όταν αυτές εξαρτώνται ή επηρεάζονται σημαντικά από το επίπεδο της οικονομικής τους κατάστασης (εισόδημα) και με κριτήριο, μέσα από την έρευνα της εργασίας, τις δυσκολίες που δήλωσαν οι ερωτηθέντες πως αντιμετώπισαν.** Έτσι, ο οδηγός, παρουσιάζει αγαθά και υπηρεσίες που σχετίζονται με την επιβίωση του φοιτητή στην πόλη, τα οποία ανήκουν σε διαφορετικά επίπεδα “κόστους ζωής”.

Με τον όρο “κόστος ζωής” περιγράφεται το χρηματικό ποσό που χρειάζεται για να διατηρηθεί ένα συγκεκριμένο επίπεδο διαβίωσης. Το κόστος αυτό προκύπτει υπολογίζοντας το μέσο κόστος του συνόλου συγκεκριμένων, βασικών αγαθών και υπηρεσιών που θεωρούνται οι απολύτως απαραίτητες για να εξασφαλίσει το άτομο την επιβίωσή του και την υγεία του. Δαπάνες που αφορούν και επηρεάζουν τη διαμόρφωση του κόστους ζωής είναι, μεταξύ άλλων, η

στέγαση, η τροφή, η ένδυση/υπόδηση, οι δαπάνες υγειονομικής περίθαλψης κ.α. (<http://www.investopedia.com/terms/c/cost-of-living.asp>)

Για να είναι, λοιπόν, το άτομο ικανοποιημένο πρέπει να έχει πρόσβαση στα αγαθά και στις υπηρεσίες που του είναι αναγκαία όποια στιγμή το θελήσει και για όσο χρονικό διάστημα επιθυμεί ο ίδιος, τόσο σε σημείο που να γίνουν οι καθημερινές του συνήθειες και ο βασικός τρόπος ζωής για αυτόν. Τότε το σύνολο αυτό αποτελεί το πακέτο των βασικών καθημερινών του αναγκών και συνιστά με αυτό τον τρόπο αυτό το προσωπικό του κόστος ζωής. (<http://www.economicdiscussion.net/articles/standard-of-living-meaning-factor-and-other-details/1453>)

Όμως, το βιοτικό επίπεδο ενός ατόμου δεν καθορίζεται μόνο από τον ίδιο του τον εαυτό και τις ίδιες του επιθυμίες, αλλά έχει να λάβει υπ' όψιν και να ανταπεξέλθει και σε όλα εκείνα που περιμένει το κράτος από αυτόν (υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, φόροι, κ.α.). Έτσι, το κόστος ζωής του είναι τελικά το άθροισμα αυτών που ο ίδιος επιθυμεί να κάνει και αυτών που του επιβάλλονται από το κράτος. (<https://www.britannica.com/topic/cost-of-living>)

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε για την παρούσα εργασία φαίνεται να προκύπτει πως οι δαπάνες των φοιτητών για την κάλυψη των κυριότερων αναγκών τους αφορούν κυρίως σε: Διαμονή (ενοίκια), Μεταφορές, Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας, Εστιατόρια, Ένδυση/Υπόδηση, Ψυχαγωγία-Διασκέδαση-Ελεύθερο Χρόνο, Σουπερ Μάρκετ-Αγορές και το εισόδημα φαίνεται να επηρεάζει σημαντικά τις επιλογές του μεγαλύτερου ποσοστού των ερωτηθέντων σχετικά με το πόσα ξοδεύουν περίπου το μήνα στις παραπάνω δαπάνες, πράγμα που επιβεβαιώνεται και από τη βιβλιογραφία (Begg D., 2006).

Έτσι, **στο πρώτο κεφάλαιο** γίνεται μια προσέγγιση στις **θεωρίες περί της συμπεριφοράς του καταναλωτή** και ειδικότερα της συμπεριφοράς των νέων και των επιρροών που δέχονται και πώς οι νέοι μαθαίνουν να καταναλώνουν.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναλύεται τι είναι ένας οδηγός επιβίωσης και γίνεται μια σύντομη παρουσίαση της πόλης (Θεσσαλονίκη) για την οποία σχεδιάστηκε ο οδηγός, **με σκοπό να έρθει σε μια πρώτη επαφή ο φοιτητής με την ταυτότητα της περιοχής και να αποκτήσει άμεσα οικειότητα με τον τόπο**. Στο σημείο αυτό, ο φοιτητής θα βρει συγκεντρωμένες πληροφορίες για την τοποθεσία, τη γεωγραφία, το κλίμα και την ιστορία της πόλης, καθώς επίσης για την οικονομία και τον πολιτισμό της. Αντιστοίχως, αναπτύσσονται και θέματα που αφορούν στη διαμονή, στις μετακινήσεις, στη διασκέδαση και ψυχαγωγία, στην υγειονομική περίθαλψη και

στα ζητήματα σπουδών και σταδιοδρομίας.

Στο τελευταίο μέρος, ακολουθεί η **εμπειρική ανάλυση**, όπου παρουσιάζονται αναλυτικά η έρευνα και τα ειδικά και γενικά συμπεράσματα που εξήχθησαν.

ΜΕΡΟΣ Α΄

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο – Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

1.1. Η έννοια του καταναλωτή και της συμπεριφοράς του

Στην καθημερινή του ζωή ο κάθε άνθρωπος αναλαμβάνει διαφορετικούς ρόλους. Παίρνει αποφάσεις και κάνει επιλογές για το ποια προϊόντα θα καταναλώσει ανάλογα με τις ανάγκες που επιθυμεί να ικανοποιήσει. Όπως, χαρακτηριστικά, υποστηρίζει ο Statt(1997) *“Η πράξη της κατανάλωσης είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς μας”*.

Η έννοια του καταναλωτή αναφέρεται στο άτομο ή το νοικοκυριό που κάνει αγορά και χρήση των αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται μέσα σε μια οικονομία. Στα οικονομικά της ελεύθερης αγοράς οι καταναλωτές υπαγορεύουν ποια αγαθά παράγονται και θεωρούνται γενικά το κέντρο της οικονομικής δραστηριότητας.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1950 με αρχές της δεκαετίας του 1960 δόθηκε μεγάλη έμφαση στη μεθοδική ανάλυση του καταναλωτή και της συμπεριφοράς του εφόσον παρατηρήθηκε ότι οι καταναλωτές αντιδρούσαν διαφορετικά στις ίδιες τακτικές μάρκετινγκ ή στα ίδια προϊόντα. Δεν επιθυμούσαν όλοι το ίδιο προϊόν, διότι δεν είχαν όλοι τις ίδιες ανάγκες ή επιθυμίες προς ικανοποίηση, τον ίδιο τρόπο ζωής, τα ίδια ψυχογραφικά χαρακτηριστικά. Ο όρος **συμπεριφορά του καταναλωτή** συνήθως χρησιμοποιείται για αναφορά σε οποιαδήποτε ανθρώπινη συμπεριφορά αγοράς και χρήσης προϊόντων και υπηρεσιών(Burt,2000).

Διάφοροι ορισμοί έχουν κατά καιρούς διατυπωθεί και παρουσιασθεί. Σύμφωνα με τον Σιώμκο (1999), η συμπεριφορά του καταναλωτή ορίζεται ως *“...όλες οι σχετικές με την αγορά προϊόντος δραστηριότητες, οι σκέψεις και οι επιδράσεις που συμβαίνουν πριν, στη διάρκεια, και μετά την αγορά του προϊόντος, όπως αυτές πραγματοποιούνται από αγοραστές και καταναλωτές προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και από αυτούς που επηρεάζουν την αγορά”*. Ο Jacoby (1977) σημειώνει ότι η συμπεριφορά του καταναλωτή αντανακλά στο σύνολο των αποφάσεων των καταναλωτών σε σχέση με την απόκτηση, την κατανάλωση και την απόρριψη αγαθών, υπηρεσιών, χρόνου και ιδεών από ανθρώπινες μονάδες λήψης αποφάσεων διαχρονικά. Επιπλέον, οι Hawkins et al.(2001) ορίζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή ως τη μελέτη ατόμων, ομάδων ή οργανισμών και τις διαδικασίες που χρησιμοποιούν για να επιλέξουν, να εξασφαλίσουν, να χρησιμοποιήσουν και να απορρίψουν προϊόντα, υπηρεσίες, εμπειρίες ή ιδέες προκειμένου να ικανοποιήσουν ανάγκες τους και τις επιπτώσεις που αυτές οι διαδικασίες έχουν στον καταναλωτή και την κοινωνία.

Ο επίσημος ορισμός της συμπεριφοράς του καταναλωτή δίνεται από την American Marketing Association (Bennett, 1995), η οποία την ορίζει ως *“τη δυναμική αλληλεπίδραση του συναισθήματος και της γνώσης, της συμπεριφοράς και του περιβάλλοντος μέσω της οποίας οι άνθρωποι διεξάγουν συναλλαγές στη ζωή τους”*.

Πλέον, η **συμπεριφορά του καταναλωτή** αποτελεί μια πολύπλευρη επιστήμη η οποία δεν ερευνά μόνο τη διαδικασία λήψεως καταναλωτικών αποφάσεων και την αυτή καθεαυτή απόκτηση του προϊόντος, αλλά και τις περαιτέρω δραστηριότητες του καταναλωτή μετά την αγορά του προϊόντος, όπως τη χρήση, την αξιολόγηση και την απόρριψη του προϊόντος ή της υπηρεσίας (Blackwell et al., 2001).

Η καταναλωτική συμπεριφορά, όμως, αποτελεί πεδίο έρευνας και μελέτης και για τους ειδικούς του Μάρκετινγκ, οι οποίοι στα πλαίσια προσέγγισης και πρόβλεψης της συμπεριφοράς του καταναλωτή έχουν ορίσει τα εξής πρότυπα-μοντέλα καταναλωτή:

- Σύμφωνα με το μοντέλο Black Box, η καταναλωτική συμπεριφορά εξαρτάται από τους εξωτερικούς παράγοντες, το μαύρο κουτί (black box) του αγοραστή και τις αγοραστικές αποφάσεις του αγοραστή. Το μαύρο κουτί του αγοραστή περιλαμβάνει στοιχεία όπως το φύλο, η προσωπικότητα, οι αντιλήψεις, οι σκέψεις και προσδιορίζουν τον αγοραστή, δηλαδή αποτελούν τα χαρακτηριστικά του ατόμου, και παράγουν την αγοραστική του απόφαση, που είναι η επιλογή του προϊόντος, η επιλογή της μάρκας, η επιλογή του διανομέα, η επιλογή του χρόνου αγοράς και του ποσού που θα διαθέσει για την αγορά του προϊόντος.
- Το υπόδειγμα του Οικονομικού καταναλωτή, ο οποίος είναι επικεντρωμένος στο προϊόν και την τιμή του, κρίνει, δηλαδή, αντικειμενικά το κάθε προϊόν και καταλήγει σε εκείνο που του δίνει τη μεγαλύτερη χρησιμότητα. Στο μοντέλο αυτό δε λαμβάνονται υπόψη οι αξίες, οι στόχοι και οι συνήθειές του καταναλωτή.
- Το υπόδειγμα του Γνωστικού Καταναλωτή στο οποίο οι καταναλωτές είναι συλλέκτες πληροφοριών σχετικών με τα προϊόντα που τους ενδιαφέρουν, έτσι ώστε να καταλήξουν στην τελική τους απόφαση.
- Το υπόδειγμα του Συναισθηματικού καταναλωτή στο οποίο οι καταναλωτές βασίζονται στο συναίσθημα. Οι αγοραστικές αποφάσεις, δηλαδή, στηρίζονται σε υποκειμενικά κριτήρια.
- Το κοινωνικό μοντέλο, το οποίο στηρίζεται στους κοινωνικούς παράγοντες που επιδρούν στην καταναλωτική συμπεριφορά.

Κανένα από τα παραπάνω μοντέλα δεν περιγράφει από μόνο του πλήρως την καταναλωτική συμπεριφορά και για τον προσδιορισμό και τη μελέτη της θα πρέπει να συνυπολογίζονται όλα τα μοντέλα που αναφέρθηκαν.

1.2. Πώς οι νέοι μαθαίνουν να καταναλώνουν

Η κατανάλωση, επηρεάζεται από το διαθέσιμο εισόδημα που έχουν τα άτομα, αλλά και από το εισόδημα του παρελθόντος, καθώς και από τις μελλοντικές προσδοκίες για το επίπεδο του εισοδήματός τους στο μέλλον (οικονομικοί παράγοντες). Το εισόδημα στο παρελθόν επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά, γιατί τα άτομα που έχουν συνηθίσει σε υψηλά εισοδήματα έχουν και την αντίστοιχη καταναλωτική συμπεριφορά, δηλαδή καταναλώνουν μεγαλύτερο μέρος από τα τρέχοντα εισοδήματά τους, σε σύγκριση με άλλους καταναλωτές που έχουν χαμηλότερα εισοδήματα και οι οποίοι είναι λιγότερο καταναλωτικοί. Παράλληλα, οι προσδοκίες για το μελλοντικό εισόδημα επηρεάζουν τα επίπεδα κατανάλωσης, αφού, εάν τα άτομα αναμένουν μεταβολή του διαθέσιμου εισοδήματός του, θα μεταβάλλουν αντίστοιχα και τα επίπεδα της κατανάλωσής τους.

Γίνεται λοιπόν προφανές ότι μέχρι να φτάσουν στην επιλογή για μια συγκεκριμένη αγορά, οι καταναλωτές παρουσιάζουν διαφορετικά πρότυπα στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. (Sproles and Kendall, 1986)

Η θεωρία του Maslow για την ιεραρχία των αναγκών (1943, 1970) είχε ως στόχο να προσδιορίσει τους **παράγοντες που παρακινούν την ανθρώπινη συμπεριφορά**. Διερεύνησε τις ανάγκες του ανθρώπου καθώς και την παρακινητική τους δύναμη και τις ταξινόμησε σε πέντε κατηγορίες-ιεραρχικά επίπεδα, ως προς τη σειρά με την οποία ικανοποιούνται (Πυραμίδα Αναγκών του Maslow):

- Φυσιολογικές ανάγκες: είναι οι βιολογικές ανάγκες του ανθρώπου. Περιλαμβάνει τις ανάγκες για τροφή, νερό, στέγη, ένδυση.
- Ανάγκες ασφάλειας: οι ανάγκες για προστασία, σταθερότητα, ελευθερία από το φόβο, τις απειλές και τη στέρηση.
- Κοινωνικές ανάγκες: οι ανάγκες για φιλία, στοργή, αποδοχή, αλληλεγγύη με τους άλλους ανθρώπους.
- Ανάγκες σεβασμού/εκτίμησης: η ανάγκη αναγνώρισης, εκτίμησης και σεβασμού από

και προς τους άλλους.

- Ανάγκες αυτοπραγμάτωσης: περιλαμβάνουν τα αισθήματα αυτοϊκανοποίησης, της ανάγκης για επιτυχία, να γίνει κάποιος το καλύτερο δυνατό που επιθυμεί ή έχει ονειρευτεί για τον εαυτό του μέσω της προσωπικής του ανάπτυξης.

Πιο συγκεκριμένα, από την στιγμή της γέννησης του, το άτομο και αναπόφευκτα λόγω του επιτακτικού της κάλυψης των αναγκών του καλείται να πάρει το ρόλο του καταναλωτή, (και μεταξύ άλλων, ρόλος στο περιβάλλον της οικογένειας, της κοινωνίας, της αγοράς εργασίας, της επένδυσης, κ.α.), ασκεί και δέχεται επίδραση από την καταναλωτική συμπεριφορά του καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής του. Παραβλέποντας τον **πολυσύνθετο χαρακτήρα της καταναλωτικής συμπεριφοράς** και μέσα από τη **δυσκολία που αντιμετωπίζουν** σχεδόν όλοι οι καταναλωτές, **κυρίως οι νέοι, προκείμενου να φτάσουν στις «άριστες»** εκείνες **επιλογές** και συνδυασμούς ποιότητων και προϊόντων για την πληρέστερη κάλυψη των αναγκών τους, καταλήγουν συνειδητά και μη, στη δημιουργία θεωριών, πεποιθήσεων και αμυνών που χρησιμοποιούνται σε καθημερινή βάση στο περιβάλλον της αγοράς. Το μοντέλο αυτό της καταναλωτικής συμπεριφοράς, το οποίο στηρίζεται στη λήψη αποφάσεων από τον καταναλωτή, περιλαμβάνει τις εξής πέντε φάσεις:

1. Αναγνώριση του προβλήματος
2. Αναζήτηση πληροφοριών
3. Αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων
4. Απόφαση αγοράς
5. Συμπεριφορά μετά την αγορά.

Η αναγνώριση του προβλήματος, ή αλλιώς η διαπίστωση της ανάγκης, μπορεί να ενεργοποιηθεί με ερεθίσματα που λειτουργούν μέσω της ενθύμησης. Αυτά τα ερεθίσματα μπορεί να προέρχονται από διάφορες πηγές, όπως η πληροφόρηση από μέσα μαζικής ενημέρωσης, από πηγές που προέρχονται από το μάρκετινγκ ή και από προσωπικές επαφές με άλλους. Η διαπίστωση του προβλήματος μπορεί επίσης να ενεργοποιηθεί απλά μέσω των κινήτρων του καταναλωτή. Και στις δύο περιπτώσεις η ενεργοποίηση αρχίζει μόνο όταν ο καταναλωτής διαπιστώνει αρκετά μεγάλη διαφορά μεταξύ πραγματικότητας και ιδανικής κατάστασης. Η αναζήτηση πληροφοριών γίνεται μετά από τη διαπίστωση του προβλήματος και τη συνειδητοποίηση ότι πρέπει να αξιολογηθούν εναλλακτικές λύσεις ή εναλλακτικών μέσων (υποκατάστατων) ικανοποιήσεων. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι βασικές πηγές πληροφόρησης, στις οποίες στρέφονται οι νέοι καταναλωτές και η σχετική επιρροή που έχει καθεμία πάνω στην απόφαση για την αγορά. Οι πηγές πληροφόρησης του καταναλωτή

εντάσσονται σε δύο ομάδες:

- Προσωπικές πηγές :οικογένεια, συνομήλικοι, φίλοι, κ.τ.λ.
- Δημόσιες πηγές :διαφημίσεις, αγαπημένο διάσημο πρόσωπο, Μ.Μ.Ε, κ.τ.λ.

Ο σχετικός αριθμός και η επιρροή αυτών των πηγών πληροφόρησης ποικίλλει ανάλογα με την κατηγορία προϊόντος και τα χαρακτηριστικά του αγοραστή. Μιλώντας γενικά, ο καταναλωτής λαμβάνει τη μεγαλύτερη έκθεση σε πληροφορίες που αφορούν δημόσιες πηγές. Από την άλλη μεριά, οι πιο αποτελεσματικές πληροφορίες προέρχονται από προσωπικές πηγές. Αποδεικνύεται ότι δεν υπάρχει καμία απλή και μοναδική διαδικασία αξιολόγησης που να την χρησιμοποιούν όλοι οι καταναλωτές ή ακόμα κι από ένα καταναλωτή σε όλες τις περιπτώσεις αγορών. Υπάρχουν πολλές διαδικασίες αξιολόγησης μιας απόφασης. Τα περισσότερα από τα μοντέλα διαδικασίας αξιολόγησης βλέπουν τον νέο καταναλωτή να διαμορφώνει κρίσεις για προϊόντα στηριζόμενος κυρίως σε μια συνειδητή και λογική βάση (Bantura, 1977).

1.3. Πιθανές επιρροές στην καταναλωτική συμπεριφορά των νέων

Σύμφωνα με τον Moschis και τον Churchill (1978), χρησιμοποιήθηκαν σε πολύ μεγάλο βαθμό δυο μοντέλα, το γνωστικό ψυχολογικό μοντέλο και το μοντέλο κοινωνικής μάθησης, για να εξηγήσουν και να προβλέψουν τον τρόπο ή το πώς οι καταναλωτές λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με την κατανάλωση. Επίσης σύμφωνα με τον Moschis και τον Churchill (1985) στην έρευνα επικοινωνίας και διαφήμισης το μοντέλο κοινωνικής μάθησης επιλέγεται σε μεγαλύτερο βαθμό για να εξηγήσει την καταναλωτική συμπεριφορά. Υπέρμαχοι αυτού του μοντέλου υποστηρίζουν ότι οι καταναλωτές αναπτύσσουν απόψεις, στάσεις και συμπεριφορές που αφορούν την κατανάλωση μαθησιακών εμπειριών. Αυτές οι εμπειρίες μπορούν να συμβούν σε ευρύτερο πλαίσιο καθώς οι καταναλωτές δέχονται διαφορετικές επιρροές και είναι πολύ σημαντικές για την διαμόρφωση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των νέων. Ενώ σύμφωνα με το μοντέλο κοινωνικής μάθησης τα άτομα αναπτύσσουν τάσεις καθώς μιμούνται τις συμπεριφορές άλλων (Bantura, 1977). Αυτά τα μοντέλα συχνά γίνονται πρότυπα επηρεάζοντας όχι μόνο τις επαγγελματικές φιλοδοξίες, τους εκπαιδευτικούς στόχους και τις απόψεις τους, αλλά και την αγοραστική τους απόφαση. (Mitchell et al., 1979).

Μερικοί ακόμη από τους παράγοντες που αποτελούν πιθανές επιρροές στην καταναλωτική συμπεριφορά, μπορούν να χωριστούν σε εσωτερικούς και εξωτερικούς. Οι εσωτερικοί (ή αλλιώς

ατομικοί) παράγοντες παίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της συμπεριφοράς του καταναλωτή και χωρίζονται σε

- φυσιολογικούς, οι οποίοι είναι χαρακτηριστικά όπως το φύλο, η ηλικία και το επάγγελμα και
- ψυχολογικούς, οι οποίοι αποτελούν την ψυχολογική υπόσταση του ατόμου (γνώση, αντίληψη, μνήμη).

Οι εξωτερικοί παράγοντες είναι εκείνοι που δημιουργούνται από το περιβάλλον του ατόμου και χωρίζονται σε φυσικούς, κοινωνικούς, πολιτιστικούς, οικονομικούς, επικοινωνιακούς και δημογραφικούς παράγοντες.

Μέσα από την αγορά αγαθών και υπηρεσιών ο καταναλωτής προβάλλει τον εαυτό του και γενικότερα την προσωπικότητά του και το εγώ του. Η διαφοροποίηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των ατόμων σύμφωνα με την ηλικία, οδηγεί την διαίρεση του βιολογικού κύκλου σε πέντε στάδια: τα πρώιμα έτη (14 ετών), τους νέους καταναλωτές (15-17 ετών), τους νέους ενήλικες (18-34 ετών), τα μεσαία έτη (35-54 ετών) και τους πιο ηλικιωμένους καταναλωτές (55 και άνω) . Η συμπεριφορά των καταναλωτών εξαρτάται άμεσα και από το φύλο διότι υπάρχουν διαφοροποιήσεις ως προς τις ανάγκες. Η αγοραστική συμπεριφορά των ανδρών είναι ελεγχόμενη επειδή οι άνδρες είναι πιο ορθολογικοί, ενώ οι γυναίκες είναι πιο παρορμητικές, συνήθως μη ορθολογικές, με αποτέλεσμα η αγοραστική τους συμπεριφορά να είναι υλιστική, διαισθητική και ευσυγκίνητη. Η αγοραστική συμπεριφορά επηρεάζεται επίσης από το επάγγελμα και το ύψος της αμοιβής.

Η αγορά που απευθύνεται στους νέους, δίνει την ευκαιρία στους εμπόρους να το εκμεταλλευτούν θετικά. Οι νέοι καταλαμβάνουν μεγάλο ποσό χρημάτων για την αγορά προϊόντων. Σύμφωνα με την άποψη του Zollo (1995), *“οι νέοι αποτελούν πολύ σημαντικό στόχο”* επειδή:

- Επηρεάζουν τους γονείς τους προκειμένου να αγοράσουν ένα προϊόν
- Στο μέλλον θα διαθέσουν μεγάλο ποσό χρημάτων
- Εισάγουν νέες τάσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο – Ο ΟΔΗΓΟΣ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ

2.1. Τι είναι ένας οδηγός επιβίωσης

Ένας οδηγός επιβίωσης είναι ένα εγχειρίδιο ή βοήθημα που σκοπό έχει να δώσει οδηγίες ή πληροφορίες για ένα συγκεκριμένο θέμα και να βοηθήσει συνεπώς ένα συγκεκριμένο κοινό.

Τα κριτήρια με τα οποία δομείται ένας οδηγός επιβίωσης αφορούν κυρίως το θέμα για το οποίο θα συγκεντρωθούν οι πληροφορίες-συμβουλές, σε ποιους θα απευθύνεται, ποιος θα τον συντάξει και ποια θα είναι η έκτασή του. (<http://dictionary.reverso.net/english-cobuild/survival%20guide>)

Πιο αναλυτικά, το **ποιο θα είναι το αντικείμενο του οδηγού είναι το πρώτο και σημαντικότερο κριτήριο** καθώς γύρω από αυτό θα στοιχηθεί όλη η περιεχόμενη πληροφορία. Για παράδειγμα στη συγκεκριμένη περίπτωση το αντικείμενο του οδηγού είναι η ζωή στη Θεσσαλονίκη. Το κοινό όμως στο οποίο απευθύνεται δεν είναι ο οποιοσδήποτε ζει στη Θεσσαλονίκη, αλλά συγκεκριμένα οι νέοι φοιτητές της πόλης οι οποίοι μάλιστα δεν κατάγονται από εκεί. Έτσι, **το κοινό στο οποίο απευθύνεται ο οδηγός είναι το δεύτερο σημαντικό κριτήριο για τον σχεδιασμό του.**

Τέλος, **το ποιος θα τον συντάξει είναι εξίσου σημαντικό** διότι τα προσωπικά φίλτρα του καθενός κατά τη διάρκεια διαλογής των διαθέσιμων πληροφοριών και κατά τον τρόπο παρουσιάσής τους είναι ικανά να επηρεάσουν την τελική μορφή του οδηγού, δηλαδή ακόμη και τον πόσο εκτενής θα είναι ή αν θα είναι γραμμένος σε απλή γλώσσα ή αν θα καταφέρνει να μεταδώσει στον αναγνώστη την αίσθηση ότι τελικά θα τα καταφέρει και θα ανταπεξέλθει στο όποιο ειδικό περιβάλλον έχει να διαχειριστεί ο καθένας.

2.2. Δομή και περιεχόμενα του οδηγού

Ο συγκεκριμένος οδηγός επιβίωσης σχεδιάστηκε με σκοπό να αποτελέσει ένα βοήθημα για τον νέο φοιτητή στην πόλη της Θεσσαλονίκης, ώστε να γνωρίσει άμεσα τον τόπο και να εξοικειωθεί με το περιβάλλον και τις συνθήκες που επικρατούν εκεί.

Στόχος είναι να δοθούν όλες οι πληροφορίες εκείνες που προέκυψε μέσα από την έρευνα της εργασίας πως είναι σημαντικές για το ξεκίνημα κάθε φοιτητή, όπως για παράδειγμα πού είναι ο

χώρος του ιδρύματος, πως μεταβαίνει κάποιος εκεί, τι δραστηριότητες μπορεί να έχει κατά τη διάρκεια των σπουδών του στη συγκεκριμένη πόλη, που μπορεί να μείνει και με τι μέσο κόστος, πως μπορεί να μετακινηθεί από/προς και εντός της πόλης, που μπορεί να τραφεί και να διασκεδάσει και με τι μέσο κόστος, που βρίσκονται τα σημαντικότερα αξιοθέατα της πόλης κ.α.

Τα κριτήρια που καθόρισαν τη δομή και το περιεχόμενο του οδηγού ήταν οι πρώτες δυσκολίες που δήλωσαν πως αντιμετώπισαν οι ερωτηθέντες όταν ξεκίνησαν να διανύουν τη φοιτητική περίοδο της ζωής τους στη Θεσσαλονίκη και η ταξινόμηση των αναγκών τους με βάση το διαθέσιμο εισόδημά τους.

Έτσι, τα δεδομένα αυτά αποτέλεσαν τον σκελετό του οδηγού με περιεχόμενό του να διαμορφώνεται ως εξής:

Μια ενότητα, αρχικά, θα φιλοξενεί μια σύντομη παρουσίαση της πόλης, παρέχοντας πληροφορίες για τη γεωγραφία της, για τα γεωφυσικά χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής, για την ιστορία της, για τον πολιτισμό της περιοχής, για την οικονομία της και το ενδεικτικό κόστος ζωής εκεί, καθώς και κάποια χρήσιμα τηλέφωνα και επίσημες ιστοσελίδες.

Σε επόμενη ενότητα, θα παρατίθενται πληροφορίες για το που μπορεί να βρει στέγη ένας φοιτητής στη Θεσσαλονίκη. Για παράδειγμα, που βρίσκονται περίπου οι πιο οικονομικές γειτονιές της πόλης, πόσο είναι το μέσο κόστος των κατοικιών για κάποιον που επιθυμεί να διαμείνει κοντά στο κέντρο της πόλης, αν τα ΑΕΙ-ΤΕΙ στην Θεσσαλονίκη διαθέτουν εστίες και πώς μπορεί να ενημερωθεί ο φοιτητής για τα ξενοδοχεία της περιοχής.

Σε άλλη, επόμενη ενότητα παρέχονται πληροφορίες για τις μετακινήσεις εντός της πόλης, αλλά και από και προς αυτήν. Ποια είναι δηλαδή τα διαθέσιμα μέσα μαζικής μεταφοράς (ΚΤΕΛ, αεροδρόμιο, αστικά λεωφορεία), που βρίσκονται, ποια είναι τα δρομολόγια και τα ωράρια λειτουργίας τους και ποιο είναι περίπου το κόστος των φοιτητικών εισιτηρίων των αστικών συγκοινωνιών.

Έπειτα, σε άλλη ενότητα δίνονται στον ενδιαφερόμενο πληροφορίες για το που μπορεί να διασκεδάσει και να ψυχαγωγηθεί. Ποια είναι τα πολυσύχναστα σημεία της πόλης, που θα βρει θέατρα, σινεμά, πολιτιστικές εκδηλώσεις, μπαρ, καφετέριες ή ό,τι άλλο τον κάνει να διασκεδάζει και να ψυχαγωγείται.

Σε παρακάτω ενότητα ακολουθούν οι πληροφορίες που αφορούν στις αγορές και στα εμπορικά κέντρα: που βρίσκονται, ποιο είναι το ωράριο λειτουργίας τους, πως μπορεί κάποιος

να πάει εκεί κ.α.

Στην τελευταία ενότητα βρίσκονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες για τις υπηρεσίες και δραστηριότητες που μπορεί να απολαύσει ο σπουδαστής κατά τη διάρκεια των σπουδών του. Για παράδειγμα πως μπορεί να ενημερωθεί ο σπουδαστής τι συμβαίνει με την ανταλλαγή φοιτητών, ποια μεταπτυχιακά προγράμματα παρέχουν οι σχολές, σε ποιες φοιτητικές εκδηλώσεις μπορεί να παραβρεθεί ένας φοιτητής κ.α.

2.2.1. Η Θεσσαλονίκη: Μια σύντομη παρουσίαση της πόλης

Η Γεωγραφική Θέση της πόλης - Κλίμα

Η Θεσσαλονίκη είναι η δεύτερη σε πληθυσμό και έκταση πόλη της Ελλάδας. Αποτελεί έδρα του ομώνυμου δήμου, της Περιφερειακής Ενότητας Θεσσαλονίκης, της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης Μακεδονίας – Θράκης και είναι ο μεγαλύτερος νομός στη Μακεδονία και στη Βόρεια Ελλάδα. Ο πληθυσμός του πολεοδομικού συγκροτήματος υπολογίζεται σήμερα στους 788.191 κατοίκους (Απογραφή 2011), ενώ ο πληθυσμός του μητροπολιτικού κέντρου ανέρχεται στους 1.000.511 κατοίκους («ΝΕΟ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ», ypreka.gr / Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας).

Οι δήμοι του Νομού Θεσσαλονίκης είναι οι εξής:

Δήμος	Έδρα	Δημοτικές ενότητες	Πληθυσμός
1 Δήμος Θεσσαλονίκης	Θεσσαλονίκη	Θεσσαλονίκη, Τριανδρία	325.182
2 Δήμος Καλαμαριάς	Καλαμαριά	-	91.518
3 Δήμος Νεάπολης-Συκεών	Συκιές	Άγιος Παύλος, Νεάπολη, Πεύκα, Συκιές	84.741
4 Δήμος Παύλου Μελά	Σταυρούπολη	Νέα Ευκαρπία, Πολίχνη, Σταυρούπολη	99.245
5 Δήμος Κορδελιού-Ευόσμου	Εύοσμος	Ελευθέριο- Νέο Κορδελιό, Εύοσμος	101.753
6 Δήμος Αμπελοκήπων - Μενεμένης	Αμπελόκηποι	Αμπελόκηποι, Μενεμένη	52.127
7 Δήμος Πυλαίας-Χορτιάτη	Πανόραμα	Πυλαία, Χορτιάτης, Ασβεστοχώρι, Εξοχή, Φίλυρο, Πανόραμα	34.625

Η σημερινή Θεσσαλονίκη αποτελείται από έξι Δήμους και μία Δημοτική Ενότητα (από τον Δήμο Πυλαίας - Χορτιάτη), που αποτελούν το Πολεοδομικό Συγκρότημα της Θεσσαλονίκης (Π.Σ.Θ.) και συγκεντρώνει ποσοστό 9,4% του πληθυσμού της χώρας με τάση αύξησης, αφού είχε το τέταρτο μεγαλύτερο ποσοστό φυσικής αύξησης του πληθυσμού το 1997 και το 1998, μετά τους νομούς Δωδεκανήσου, Ξάνθης και Ηρακλείου (υπεροχή γεννήσεων/1.000 κατοίκους: 2,9), και υψηλή αναλογία μαθητών Δημοτικού ανά 1.000 κατοίκους (66 έναντι μέσου Ελλάδας 61). Παράγει το 9,9% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος της χώρας, το 2,16% της συνολικής μεταποιητικής παραγωγής και τα 2/3 του προϊόντος του προέρχονται από τις υπηρεσίες.



Εικόνα 1 - Χάρτης, Νομός Θεσσαλονίκης

Πηγή: [Εθνικό Κέντρο Έρευνας & Τεχνολογικής Ανάπτυξης](#)

Η Θεσσαλονίκη βρίσκεται στο δυτικό τμήμα της περιφερειακής ενότητας Θεσσαλονίκης, στο μυχό του Θερμαϊκού κόλπου. Είναι κτισμένη αμφιθεατρικά στις πλαγιές του Κέδρινου λόφου και περιβάλλεται στα ανατολικά από το δάσος του Σείχ Σου. Στη Σίνδο υπάρχει η βιομηχανική ζώνη της πόλης και στα νότια βρίσκονται οι περιοχές του αεροδρομίου, της Θέρμης και νοτιοανατολικά η περιοχή του Πανοράματος. ([Χάρτης Θεσσαλονίκης - Google Map](#))

Νοτιοανατολικά της πόλης υψώνεται το όρος Χορτιάτης, φυσική οχύρωση και πηγή μέρους του νερού που χρησιμοποιείται για την ύδρευσή της. Βορειοδυτικά απλώνεται η πεδιάδα της Θεσσαλονίκης, που συμπληρώνει τις ανάγκες της Θεσσαλονίκης σε ύδρευση. Βόρεια της πόλης υψώνεται το όρος Σιβρί που χωρίζεται από τον Χορτιάτη με το πέρασμα του Δερβενίου. Η πεδιάδα ευνόησε την οικονομική ανάπτυξη της πόλης και της γύρω περιοχής, καθώς σχηματίστηκε σταδιακά από τις προσχώσεις των ποταμών που διαρρέουν το νομό κι έτσι είναι ιδιαίτερα εύφορη.

Οι τρεις αυτοί ποταμοί, ο Αξιός, ο Λουδίας και ο Γαλλικός, εκβάλλουν δυτικά της πόλης ενώ ακόμα νοτιότερα εκβάλλει ο Αλιάκμονας. Οι ποταμοί αποτέλεσαν και φυσικά υδάτινα κωλύματα σε προσπάθειες προσέγγισης της πόλης από τα νότια· η διάβαση του Γαλλικού ποταμού από τα ελληνικά στρατεύματα, το 1912, οριστικοποίησε την άνευ όρων παράδοση των Οθωμανών. Το Δέλτα του Αξιού αποτελεί υγροβιότοπο 22.000 στρεμμάτων ιδιαίτερης σημασίας, που προστατεύεται από τη Σύμβαση Ραμσάρ.

Η θέση της πόλης στην ευρύτερη περιοχή Μακεδονίας-Θράκης, η ύπαρξη του λιμανιού της ως φυσικής πύλης της περιοχής αυτής προς τη θάλασσα αλλά και η φυσική οχύρωσή της καθιστούν τη Θεσσαλονίκη αφενός σημαντικό στρατηγικό σημείο, αφετέρου εμπορικό, συγκοινωνιακό και πολιτισμικό σταυροδρόμι από την αρχαιότητα έως και τα σημερινά χρόνια. Επιπλέον, περιβάλλεται από πανέμορφα τοπία και τοποθεσίες που ενθουσιάζουν τον κάθε επισκέπτη με τη φυσική ομορφιά τους. Ενδεικτικά, μπορεί να αναφερθεί η Χαλκιδική, η Αρχαία Πέλλα, το Δίον, το σπήλαιο των Πετραλώνων και πολλά άλλα. Για περισσότερες πληροφορίες, μπορεί κάποιος να επισκεφθεί την ενότητα *“Τύρω Από Τη Θεσσαλονίκη”* στο Thessaloniki.gr.

Το κλίμα της Θεσσαλονίκης είναι μεσογειακό, αλλά εμπεριέχει και ηπειρωτικά χαρακτηριστικά. Γενικότερα, η Θεσσαλονίκη απολαμβάνει αρκετές ηλιόλουστες μέρες κατά τη διάρκεια του έτους. Λόγω της θέσης της, καταγράφει μόνο 426,3 χιλιοστά βροχής τον χρόνο, καθώς η Πίνδος σταματάει τους υγρούς δυτικούς ανέμους, από το να περάσουν στην ανατολική Ελλάδα. Η υψηλότερη και η χαμηλότερη θερμοκρασία που έχει καταγραφεί είναι 44,0 °C και -14,6 °C αντίστοιχα.

Οι χειμώνες είναι κρύοι και βροχεροί με την μέση ημερήσια θερμοκρασία να κυμαίνεται στους 4,8 °C τον Ιανουάριο. Την άνοιξη οι θερμοκρασίες είναι ακόμα χαμηλές τον Μάρτιο και αρχές Απριλίου. Ωστόσο από τον Μάιο, οι θερμοκρασίες αρχίζουν και ανεβαίνουν γρήγορα. Τα καλοκαίρια είναι ζεστά και ξηρά, με την μέση θερμοκρασία τον Αύγουστο να είναι 25,3 °C, ενώ κατά την διάρκεια καυσώνων μπορεί να ξεπεράσει τους 40 °C. Το φθινόπωρο είναι δροσερό και βροχερό. Οι θερμοκρασίες είναι ακόμα σε υψηλά επίπεδα μέχρι και τις αρχές Οκτωβρίου, ενώ από τα μέσα του μήνα οι πρώτες "κρύες" μέρες συμβαίνουν. Οι βροχές είναι αρκετές, ιδιαίτερα τον Νοέμβριο. (Πηγή και περισσότερες πληροφορίες στο thessaloniki.gr ή στο Wikipedia/Thessaloniki)

Η Ιστορία της πόλης

Η ίδρυση της πόλης στην ελληνιστική εποχή συμπίπτει με μια κρίσιμη φάση στην ιστορία του Μακεδονικού Βασιλείου, που ξεκινά από τον πρόωρο θάνατο του Μεγάλου Αλεξάνδρου και με την διεκδίκηση του θρόνου του Μακεδόνα βασιλιά από τους επιγόνους του. Ο στρατηγός Κάσσανδρος για να μπορέσει να διεκδικήσει το θρόνο της Μακεδονίας παντρεύτηκε την ετεροθαλή αδελφή του Μεγάλου Αλεξάνδρου, την Θεσσαλονίκη, προς τιμήν της οποίας ίδρυσε την πόλη συνενώνοντας 26 πολίχνες, που βρίσκονταν γύρω από το Θερμαϊκό κόλπο.

Τον 2ο π.Χ. αιώνα η πόλη κατακτήθηκε από τους Ρωμαίους, όπως και ο υπόλοιπος ελλαδικός χώρος και αποτέλεσε έδρα του ρωμαϊκού θέματος της Μακεδονίας. Η στρατηγική θέση της πόλης διαφαίνεται καταρχήν, όταν επιλέχτηκε ως Αυτοκρατορική πρωτεύουσα στα χρόνια της βασιλείας του Γαλέριου, όταν και κτίστηκε το αυτοκρατορικό παλάτι.

Η σημασία της φάνηκε και αργότερα από την πρόθεση της μεταφοράς της πρωτεύουσας της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας από τον Μεγάλο Κωνσταντίνο προς τα ανατολικά, καθώς υπήρξε μια από τις υποψήφιες πόλεις οι οποίες είχαν προταθεί ως αντικαταστάτριες της Ρώμης, για να επιλεγεί τελικά το Βυζάντιο. Παρά την μη επιλογή της ως πρωτεύουσα, αποκτά τον τίτλο της Συμβασιλεύουσας πόλης και κατά την Βυζαντινή περίοδο.

Μετά την οθωμανική κατάκτησή της από τους Οθωμανούς το 1432, παραμένει στην Οθωμανική Αυτοκρατορία για περίπου πέντε αιώνες. Με την εκδίωξη των Εβραίων από την Ιβηρική χερσόνησο, και τη Βόρεια Ευρώπη, η Θεσσαλονίκη αποκτά την δική της εβραϊκή κοινότητα.

Η εγκατάσταση αυτή των Εβραίων στη Θεσσαλονίκη, ανέδειξε την πόλη ως τη σημαντικότερη παγκόσμια εβραϊκή μητρόπολη μέχρι τουλάχιστον τις αρχές του 20ού αιώνα. Ιδιαίτερα από τα μέσα του 19ου αιώνα, η πόλη υπήρξε το πλέον κοσμοπολίτικο αστικοποιούμενο κέντρο της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας και ο σημαντικότερος πόλος πολιτικών κινήσεων και κινημάτων που συνάντησε στην μακρόχρονη ιστορία της.

Με την ένταξή της στον κορμό του Ελληνικού Κράτους το 1912, ο πληθυσμός της πόλης παρουσιάζει σημαντικές μεταβολές με την μετακίνηση του μουσουλμανικού πληθυσμού και την αντικατάστασή του από προσφυγικούς πληθυσμούς της Μικράς Ασίας και της Ανατολικής Θράκης.

Οι πληθυσμιακές μεταβολές συνέτειναν στην αλλαγή της πληθυσμιακής κατάστασης της

πόλης με την ενίσχυση του ελληνικού στοιχείου (προσπάθειες της νέας ελληνικής διοίκησης να προσθέσει αρχαιοελληνικά και ευρωπαϊκά στοιχεία στο αρχιτεκτονικό ύφος της πόλης).

Οι σημαντικότερες πληθυσμιακές μεταβολές παρατηρούνται με το ολοκαύτωμα της ακμαίας εβραϊκής κοινότητας από τα ναζιστικά στρατεύματα την περίοδο της τριπλής κατοχής κατά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, με την εγκατάσταση του μικρασιατικού και θρακιώτικου προσφυγικού πληθυσμού έπειτα από την Μικρασιατική Καταστροφή το 1922 και με την εσωτερική μετανάστευση που παρατηρείται κατά την δεκαετία του '50 και μεταγενέστερα προς τα μεγάλα αστικά κέντρα. ([Wikipedia](#))

Για περισσότερες πληροφορίες, μπορεί ο ενδιαφερόμενος να επισκεφθεί το [Wikipedia/Thessaloniki](#) ή το [thessaloniki.gr](#)

Ο πολιτισμός της πόλης

Η Θεσσαλονίκη απαριθμεί [μνημεία](#) από όλο το φάσμα του ιστορικού χρόνου, με πλειάδα ρωμαϊκών, πρωτοχριστιανικών και βυζαντινών. Λόγω της σπουδαιότητας της θέσης του Θερμαϊκού κόλπου και των πλεονεκτημάτων κατοίκησης που παρείχε, αναπτύχθηκαν γύρω από αυτόν πολλοί οικισμοί, ήδη από τη Νεολιθική Εποχή και την Εποχή του Χαλκού, όπως αυτοί που έφεραν στο φως οι ανασκαφές στη Δ.Ε.Θ., τη Σταυρούπολη, τη Θέρμη και την Άνω Τούμπα. Η αρχαιολογική σκαπάνη αποκάλυψε επίσης εγκαταστάσεις της Εποχής του Σιδήρου και των μετέπειτα χρόνων (9ος-4ος αι.π.Χ) στο Καραμπουρνάκι, τη Θέρμη, την Πολίχνη, τη Σίνδο.

Ένα πολύ γνωστό μνημείο και σύμβολο της Θεσσαλονίκης είναι ο [Λευκός Πύργος](#). Υπάρχουν, όμως, κι άλλα αναρίθμητα μνημεία, όπως [BYZANTINA](#) , [ΟΘΩΜΑΝΙΚΑ](#) , [ΡΩΜΑΪΚΑ](#) , [METABYZANTINA](#) , [ΝΕΩΤΕΡΑ](#) , [ΕΒΡΑΪΚΑ](#). Η Θεσσαλονίκη εδώ και καιρό αποτελεί την **πολιτιστική πρωτεύουσα της Ελλάδας**. Για μια πόλη ενός εκατομμυρίου ανθρώπων, ο αριθμός των μνημείων και μουσείων είναι εκπληκτικός: [15 μνημεία UNESCO παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς](#) και [30 μουσεία](#) αφιερωμένα από την αρχαιολογία έως και τη Ρωσική πρωτοπορία.

Επιγραμματικά, μερικά από τα σημαντικά μνημεία της πόλης είναι:

Από τη Ρωμαϊκή περίοδο:

- η Ρωμαϊκή Αγορά που είναι έργο του 2ου-3ου αιώνα μ.Χ., και η στοά της ήταν διπλή, με κίονες που είχαν ανάγλυφες παραστάσεις (σήμερα φυλάσσονται στο Λούβρο). Σήμερα διοργανώνονται εκθέσεις εντός της Κρυπτής Στοάς. Αξιόλογα είναι η πλατεία, τα λουτρά και το ωδείο, που χρησιμοποιείται ως θερινό θέατρο.
- το Γαλεριανό συγκρότημα που αποτελείται από τέσσερα μνημεία: τη [Ροτόντα](#) , την [Αψίδα του Γαλέριου](#), τα [Ανάκτορα του Γαλέριου](#) και τον Ιππόδρομο
- τον Ναό της Αφροδίτης, ο οποίος είχε αρχικά κτισθεί στην περιοχή της σημερινής Νέας Μηχανιώνας, αλλά στους πρώιμους αυτοκρατορικούς χρόνους μεταφέρθηκε στη Θεσσαλονίκη και συγκεκριμένα στην περιοχή των ιερών (σήμερα περιοχή Διοικητηρίου). Για τον λόγο αυτό οι αρχαιολόγοι τον κατέταξαν στην κατηγορία των περιπλανώμενων ναών. ([Κατάλογος Μνημείων Υπουργείου Πολιτισμού](#))

Από τη Βυζαντινή περίοδο:

- τα Οχυρωματικά τείχη, τα οποία κατασκευάστηκαν τον 4ο αιώνα. Επισκευάστηκαν πολλές φορές για να αντέξουν στις βαρβαρικές επιδρομές. Σήμερα από τα Βυζαντινά τείχη της Θεσσαλονίκης σώζεται όλο το μήκος των δυτικών τειχών και της Άνω Πόλης καθώς και κατάλοιπα των ανατολικών τειχών. Εφαπτόμενος των τειχών είναι ο Πύργος της Αλύσεως ή Πύργος του Τριγωνίου, κυκλικός πύργος του 15ου αι., στην σημερινή οδό Επταπυργίου. Το Επταπύργιο (ή Γεντί Κουλέ), αποτελεί την βυζαντινή οχυρωμένη ακρόπολη της Θεσσαλονίκης και είναι ένα συγκρότημα από επτά πύργους που χρονολογείται από τον 4ο αιώνα. Στο κτιριακό συγκρότημα περιλαμβάνεται το βυζαντινό φρούριο και οι νεότερες προσθήκες των φυλακών, που καταργήθηκαν το 1984 και μεταφέρθηκαν το 1989.
- οι Βυζαντινοί ναοί και τα μοναστήρια τα οποία αποτελούν σημαντικό δείγμα της εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής και τέχνης των πρώιμων χριστιανικών χρόνων και της Βυζαντινής Περιόδου. Ο πιο αντιπροσωπευτικός είναι ο [Ναός του Αγίου Δημητρίου](#) που κτίστηκε τον 7ο αιώνα στα ερείπια παλαιότερου ναού. Υπάρχουν φυσικά και δεκάδες άλλοι βυζαντινοί ναοί στην πόλη που αξίζει να επισκεφθεί κανείς.
- τα Βυζαντινά λουτρά. Το μοναδικό σωζόμενο βυζαντινό λουτρό βρίσκεται στην πλατεία Κουλέ Καφέ, στην Άνω Πόλη. Χρονολογείται από το 13ο αιώνα και είναι στεγασμένο με τρούλο και καμάρες.
- τα Βυζαντινά Συστήματα Ύδρευσης: για την ύδρευση της πόλης χρησιμοποιούνταν κινστέρνες (κτιστές δεξαμενές) για τη συλλογή του πόσιμου ύδατος, οι οποίες διασώζονται σε διάφορα σημεία. Η κινστέρνα του βυζαντινού μοναστηριού των

Βλατάδων αλλά και η κινστέρνα δίπλα στον Ναό των Αγίων Αποστόλων (που αποτελούσε μονή επί Βυζαντίου), διατηρούνται έως σήμερα. Επίσης κινστέρνες βρίσκονται στη συμβολή των οδών Ολυμπιάδος και Αγίας Σοφίας αλλά και στο υπόγειο σύγχρονου κτίσματος στην οδό Τσιμισκή 48, εκεί που στα βυζαντινά χρόνια υπήρχε η μονή της Παναγίας Ελεούσας. Στην σημερινή περιοχή της Πολίχνης διατηρούνται πέντε βυζαντινοί νερόμυλοι, που αποτελούσαν την πιο κοινή μηχανή του Βυζαντίου και η οικονομική τους σημασία ήταν μεγάλη. (*Κατάλογος Μνημείων Υπουργείου Πολιτισμού*)

Από την Οθωμανική περίοδο:

- τα Οχυρωματικά έργα. Σε αυτά ανήκει και ο Λευκός Πύργος. Άλλο οχυρωματικό έργο είναι το Φρούριο Βαρδαρίου που περιλαμβάνει εξάπλευρο πύργο οκτώ μέτρων, γνωστό ως Τοπ Χανέ, οικοδομημένο το 1546. Βρίσκεται στην περιοχή Βαρδαρίου εκεί όπου υπήρχε επί ρωμαϊκής και βυζαντινής εποχής η Πύλη Αξιού.
- τα Οθωμανικά Τεμένη: Δύο από τα σωζόμενα μουσουλμανικά τεμένη της Τουρκοκρατίας είναι το *Αλατζά Ιμαρέτ* που χτίστηκε το 1484 και το *Χαμζά Μπέη Τζαμί* που οικοδομήθηκε το 1467 και ανοικοδομήθηκε το 1620. Το πρώτο μιμείται τη βυζαντινή αρχιτεκτονική και σήμερα χρησιμοποιείται από τη ΔΕΘ και το Χαμζά Μπέη Τζαμί, το οποίο μέχρι πριν από λίγα χρόνια στέγαζε διάφορα καταστήματα και κινηματογράφο, σήμερα βρίσκεται σε φάση συντήρησης και ανάδειξης ώστε να στεγάσει προσεχώς αρχαιολογικά ευρήματα.

Άλλα μνημεία της Οθωμανικής περιόδου: η *Μονή Λαζαριστών* και το *Μπεζεστένι Θεσσαλονίκης*.

Σύγχρονα μνημεία: Η πρώτη μεγάλη νεότερη μνημειακή αστική παρέμβαση στην πόλη έγινε μετά την πυρκαγιά του 1917, στα πλαίσια της οποίας δημιουργήθηκε η Πλατεία Αριστοτέλους, σχεδιασμένη από τον Γάλλο αρχιτέκτονα και πολεοδόμο Ερνέστ Εμπράρ με τον κύριο άξονά της κάθετο προς τη θάλασσα και στοές με νεοβυζαντινά χαρακτηριστικά. Από τα σύγχρονα μνημεία της συμπρωτεύουσας το πλέον αναγνωρίσιμο είναι ο Πύργος του ΟΤΕ, έργο του αρχιτέκτονα Αθανασιάδη, στην είσοδο της ΔΕΘ. Τα χαρακτηριστικότερα γλυπτά της πόλης αποτελούν το Γλυπτό ΔΕΘ στην Πλατεία Συντριβανίου και οι Ομπρέλες (1997) στη Νέα Παραλία, αμφότερα έργα του Γιώργου Ζογγολόπουλου. (Πηγή: Ιστοσελίδα Μνημεία της Θεσσαλονίκης)

Μουσεία και κέντρα πολιτισμού: Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης, Δημήτρια, Διεθνές

Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, Διεθνές Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ Θεσσαλονίκης, Διεθνής Έκθεση Βιβλίου Θεσσαλονίκης, Διεθνής Φωτογραφική Συνάντηση Θεσσ/νίκης PhotoBiennale, Κέντρο Διάδοσης Επιστημών & Μουσείο Τεχνολογίας – ΝΟΗΣΙΣ, Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος (Κ.Θ.Β.Ε.), Κρατικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, LABattoir-Παλιά Σφαγεία, Λαογραφικό και Εθνολογικό Μουσείο Μακεδονίας-Θράκης, Μακεδονικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, Μέγαρο Μουσικής Θεσσαλονίκης, Μουσείο Βαλκανικών Πολέμων, Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού Θεσσαλονίκης, Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα, Μουσείο Μικρασιατικού Πολιτισμού, Μουσείο Προσφυγικού Ελληνισμού κ.α.. (Πηγή: Ιστοσελίδα Μνημεία της Θεσσαλονίκης, [Κατάλογος Μνημείων Υπουργείου Πολιτισμού, thessaloniki.gr](#))

Επίσης, η πόλη είναι φημισμένη για την έμφαση που δίνει στον πολιτισμό και τις τέχνες, μέσα από τις δεκάδες *εκδηλώσεις*, που πραγματοποιούνται εκεί κάθε χρόνο (για παράδειγμα: ο Χάρτης των Γεύσεων, οι εκδηλώσεις της Καθαράς Δευτέρας και των Αποκριών, το Thessaloniki Food Festival κ.α.) και από τα πολλά Φεστιβάλ και μεγάλα events, στα οποία η Θεσσαλονίκη έχει ιδιαίτερη παράδοση. (<http://www.inthessaloniki.com/>) Στοιχείο πολιτισμού της πόλης αποτελεί και *Το Παιδικό Μουσείο Θεσσαλονίκης*, το οποίο είναι ένα πολυθεματικό Μουσείο και ταυτόχρονα ένας πολιτιστικός φορέας που ιδρύθηκε στην Θεσσαλονίκη το 1997. (Μη κερδοσκοπικό Σωματείο, Ν.Π.Ι.Δ. Αρ. Πρωτοδικείου Θεσσαλονίκης 19.972/97)

Μερικά ακόμη από τα πολιτιστικά δρώμενα της περιοχής που αξίζει να αναφερθούν, έστω και επιγραμματικά, είναι τα εξής:

Events: Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης, Διεθνής Μαραθώνιος “Μέγας Αλέξανδρος”, Open House Θεσσαλονίκη

Φεστιβάλ: Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ Θεσσαλονίκης, Δημήτρια, Hip Hop Φεστιβάλ, Let's Dance Bellydance Festival, Αστικό Πικνίκ Θεσσαλονίκης (Thessaloniki Urban Festival), Balkan Fest 2016!, ART 2 RUE - Street Art Fest || 23 & 24.05, Φεστιβάλ Βιβλίου Θεσσαλονίκης (Νέα Παραλία)

Για περισσότερες πληροφορίες για τα σημεία που αξίζει να επισκεφθεί ο νέος σπουδαστής, μπορεί να ανατρέξει στον σύνδεσμο *Θεσσαλονίκη - Σημεία ενδιαφέροντος* (tripadvisor.com.gr) και για τις τοπικές εκδηλώσεις, τοπικές γιορτές και πανηγύρια της Θεσσαλονίκης, ο ενδιαφερόμενος μπορεί να ενημερωθεί επίσης από τις ιστοσελίδες [Thessaloniki Guide](#) ή [City Portal / Thessaloniki](#).

Η οικονομική δραστηριότητα της πόλης

Οι νομοί Θεσσαλονίκης και Χαλκιδικής αποτελούν τα κύρια κέντρα ανάπτυξης της αλιείας. Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας χαρακτηρίζεται από υψηλό ποσοστό απασχόλησης στη μεταποίηση (το ποσοστό απασχόλησης στη μεταποίηση ως προς τη συνολική περιφερειακή απασχόληση είναι μεγαλύτερο από το αντίστοιχο της χώρας. Η Περιφέρεια συγκεντρώνει το 21,9% της βιομηχανικής απασχόλησης της χώρας, ενώ το 68% αυτού του ποσοστού είναι συγκεντρωμένο στο νομό Θεσσαλονίκης. Έντονη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια παρουσιάζουν οι διεθνείς θαλάσσιες και εναέριες μεταφορές, καθώς επίσης και το εμπόριο αναδεικνύοντας την Θεσσαλονίκη σε βασική πύλη των Βαλκανίων. Στην Περιφέρεια υπάρχει ο δεύτερος σε μέγεθος αερολιμένας της χώρας. Το 1994 διακινήθηκαν 1.113.000 επιβάτες, ενώ εκφορτώθηκαν 11.735 τόνοι εμπορευμάτων. Το λιμάνι της Θεσσαλονίκης είναι το μεγαλύτερο σε χωρητικότητα στην Κεντρική Μακεδονία.

Παράλληλα με τους τομείς αυτούς, η πρωτεύουσα της Κεντρικής Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη, η οποία είναι και το δεύτερο μεγαλύτερο αστικό κέντρο της χώρας, παρουσιάζει μεγάλη ανάπτυξη στους τομείς των υπηρεσιών υγείας-πρόνοιας, εκπαίδευσης, έρευνας και ανάπτυξης, καθώς και των παραγωγικών υπηρεσιών.

Ενδεικτικό κόστος ζωής

Το κόστος ζωής:

- Ενοίκιο σπιτιού: από 200€ - 500€, ανάλογα με τα τετραγωνικά και την τοποθεσία της οικίας.
- Το κανονικό εισιτήριο κοστίζει 80 λεπτά για μία διαδρομή και 90 λεπτά για δύο, ενώ στη μισή τιμή είναι το φοιτητικό.
- Οι τιμές των parking κυμαίνονται στα 3,50 ευρώ την ώρα.
- Ταξί για 10-15 λεπτά: 2,50€ - 4€
- Καφές: 2-4 €
- Η τιμή του ποτού κυμαίνεται από 5 έως 12 ευρώ περίπου
- Στις περισσότερες ταβέρνες με 15-20 ευρώ κατ' άτομο μπορεί κανείς να τραφεί ικανοποιητικά
- Ένα σνακ (πχ 1 hamburger με τηγανητές πατάτες) αναμένεται να κοστίσει περίπου 3 €

- Το “καλάθι του νοικοκυριού” κατά μέσο όρο ανέρχεται στα 10€ ημερησίως
- Το εισιτήριο κοστίζει σχεδόν παντού 8 ευρώ, ενώ το φοιτητικό 5 ή 6. Σε κάποιους κινηματογράφους, υπάρχουν κάποιες φορές προσφορές 1+1 (δύο εισιτήρια στην τιμή του ενός)

(Πηγές: <http://www.dei.edu.gr/el/thessaloniki.html>, <http://www.travel-to-thessaloniki.com/>,
<http://www.in2life.gr/everyday/modernlife/article/207943/to-kostos-diavioshs-se-5-megales-poleis.html#sthash.XxPEtrPt.dpbs>)

Χρήσιμα τηλέφωνα & επίσημες ιστοσελίδες του δήμου

- ▶ Σταθμός Πρώτων Βοηθειών - Τηλ.: 166
- ▶ Πυροσβεστική - Τηλ.: 199
- ▶ Γραφείο Εξυπηρέτησης Πολιτών - Τηλ.: 1464
- ▶ Φαρμακεία (ημερήσια και διανυκτερεύοντα) - Τηλ.: 1434
- ▶ Διανυκτερεύοντα Νοσοκομεία-Κλινικές - Τηλ.: 1434
- ▶ Γραφείο Μεταναστών - Μοναστηρίου 326, 541 21, Θεσσαλονίκη - Τηλ.: 2310 388146
- ▶ Αστυνομία - Επείγοντα περιστατικά: 100 , Ευρωπαϊκός Αριθμός Επείγοντων Περιστατικών: 112 , Κεντρικά Γραφεία Αστυνομίας: Μοναστηρίου 326, 541 21, Θεσσαλονίκη, Τηλ.: 2310 388006 , Τουριστική Αστυνομία: Δωδεκανήσου 4, 546 26, Θεσσαλονίκη, Τηλ.: 2310 554871
- ▶ Κεντρικά Γραφεία Ταχυδρομείου - Αριστοτέλους 26, 541 01, Θεσσαλονίκη, Τηλ.: 2310 268954, 268958
- ▶ Πληροφορίες Τηλεφωνικού Καταλόγου - Τηλ.: 11888, 11880, Τηλ.: 1448
- ▶ Τουριστική Αρχή για Κεντρική Μακεδονία - Τσιμισκή 136 και Δαγλή, 546 21, Θεσσαλονίκη, Τηλ.: 2310 252170, 221100 (πληροφορίες), Fax: 2310 251621, e-mail: tourism@rcm.gr
- ▶ Τουριστικά Πρακτορεία Μακεδονίας και Θράκης - Τηλ.: 2310 242695
- ▶ Γραφείο Προσκυνητών Αγίου Όρους, Εγνατία 109, 546 35, Θεσσαλονίκη, Τηλ.: 2310 252575

(Πηγές: http://www.cityportal.gr/articles_det1.asp?subcat_id=16&article_id=23664

<http://www.dei.edu.gr/el/thessaloniki/useful-tel-numbers.html>)

- ▶ Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας: <http://www.pkm.gov.gr/>
- ▶ Δήμος Θεσσαλονίκης - Ο.Τ.Α.: <http://thessaloniki.gr/>
- ▶ Αστυνομικά Τμήματα: <http://www.astynomia.gr/newsite.php?&lang=>
- ▶ Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Θεσσαλονίκης: <http://www.nath.gr/>,
- ▶ ΕΥΑΘ (Εταιρεία Ύδρευσης & Αποχέτευσης Θεσσαλονίκης): <http://www.eyath.gr/>,
- ▶ Μητροπολιτική ενότητα Θεσσαλονίκης: <http://thessaloniki.pkm.gov.gr/>,
- ▶ Κέντρο Πολιτισμού Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας: <https://www.kepo.gr/>,
- ▶ Νοσοκομεία Θεσσαλονίκης: <http://www.isth.gr/?page=2631>

Χρήσιμοι σύνδεσμοι (links, youtube,)

Παρακάτω παρατίθενται μερικά πολύ **χρήσιμα βίντεο**, τα οποία μπορεί ο ενδιαφερόμενος να παρακολουθήσει ευχάριστα για να ενημερωθεί από το που θα πάει να περπατήσει, να διασκεδάσει, να μείνει, να τραφεί, έως και το πώς θα μπορούσε να μετακινηθεί με το ΚΤΕΛ της πόλης, παίρνοντας μια σύντομη παρουσίαση του ταξιδιού του για ή από Θεσσαλονίκη.

1. [Thessaloniki City - Time Lapse HD | Greece](#)
2. [Thessaloniki, Greece - Travel Around The World | Top best things to visit in Thessaloniki](#)
3. [City of Thessaloniki](#)
4. [Thessaloniki, Central Macedonia, Citywalk - Greece HD Travel Channel](#)
5. [What to do with 10 euros in Thessaloniki!](#)
6. [THESSALONIKI CITY GUIDE // 48 hours in Thessaloniki](#)
7. [Like a Bird \(in Thessaloniki Greece\)](#)
8. [Impressionen Thessaloniki](#)
9. [ΚΤΕΛ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΑΕ - Παρουσίαση](#)
10. [Thessaloniki Walk - by aGill](#)

2.2.2. Διαμονή

Η στέγη για έναν φοιτητή φαίνεται να είναι ένα από τα πρώτα και σημαντικότερα θέματα που αντιμετωπίζει και καλείται να λύσει πριν ακόμη ξεκινήσουν οι καθημερινές του υποχρεώσεις στο ίδρυμα που θα εκπληρώσει τις σπουδές του. Ουσιαστικά, στη συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων, η εξασφάλιση στέγης για έναν σπουδαστή είναι προϋπόθεση για την έναρξη της φοιτητικής του ζωής.

Οι φοιτητές που βρίσκονται στη Θεσσαλονίκη, μπορούν να εξασφαλίσουν τη διαμονή τους είτε σε κάποιο διαμέρισμα, είτε σε ξενοδοχείο, είτε στη φοιτητική εστία. Σχεδόν όλες οι σχολές βρίσκονται αρκετά κοντά μεταξύ τους. Το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας βρίσκονται στην καρδιά της πόλης, εκτός από το Αλεξάνδρειο ΤΕΙ Θεσσαλονίκης που βρίσκεται σχεδόν στην είσοδο της Σίνδου.

Το κέντρο είναι αρκετά ακριβό όσο αφορά τα ενοίκια. Οι περιοχές γύρω από τις σχολές είναι ιδανικές (δηλαδή γύρω από Ροτόντα ή στον άξονα Αγγελάκη-Ναυαρίνου-Πλατεία Ιπποδρομίου), όπως πολύ καλές είναι και οι περιοχές της ανατολικής Θεσσαλονίκης (από Γαλλικό Ινστιτούτο μέχρι Ανάληψη), αφού υπάρχει τακτική συγκοινωνία, κάτι που δεν ισχύει για τις περιοχές της δυτικής Θεσσαλονίκης (από το Τουρκικό Προξενείο μέχρι το Υπουργείο Μακεδονίας-Θράκης). Έτσι, **η Τριανδρία, η Τούμπα, η Λεωφόρος Στρατού, η Δελφών είναι γειτονιές που βολεύουν και το ενοίκιο δεν ξεφεύγει.**

Αντίθετα, όσοι ζουν στις δυτικές συνοικίες θα αντιμετωπίσουν πρόβλημα με τη μετακίνησή τους. Αν ο φοιτητής ψάξει καλά, θα διαπιστώσει πως ένα στούντιο στο κέντρο σε παλιές πολυκατοικίες μπορεί να κοστίζει περίπου 150 ευρώ, οι γκαρσονιέρες περίπου 200 κι ένα δυάρι 250-300 ευρώ.

Διαμονή σε ξενοδοχείο: Η εύρεση δωματίου σε κάποιο ξενοδοχείο δεν είναι δύσκολη υπόθεση στη Θεσσαλονίκη (αλλά ούτε και η πιο οικονομική) καθώς η ποιότητα και το επίπεδο γενικά της ξενοδοχειακής υπηρεσίας στην πόλη αυτή είναι πολύ καλό. Έτσι, ο ενδιαφερόμενος μπορεί να βρει δωμάτιο σε ξενοδοχείο της αρεσκείας του, με τη βοήθεια του διαδικτύου, με μια απλή αναζήτηση, χρησιμοποιώντας τις παρακάτω ηλεκτρονικές διευθύνσεις:

1. https://www.tripadvisor.com.gr/SmartDeals-g189473-Thessaloniki_Thessaloniki_Region_Central_Macedonia-Hotel-Deals.html
2. <http://www.dei.edu.gr/el/thessaloniki/accommodation.html>

3. <http://www.inthessaloniki.com/el/diamoni-stin-thessaloniki>

Τα κόστη κυμαίνονται ανάλογα με τον τύπο του δωματίου (αριθμός κλινών), τον τύπο (5/4/3/κτλ αστέρια) του ξενοδοχείου και την τοποθεσία του (πχ: κέντρο), συνήθως από 40€ - 200€ τη βραδιά. (Πηγή: <https://www.tripadvisor.com.gr/Hotels-g189473-Thessaloniki-Thessaloniki-Region-Central-Macedonia-Hotels.html>)

Διαμονή σε διαμέρισμα: Η εύρεση της κατάλληλης κατοικίας, καθώς και τα υψηλά σε πολλές περιπτώσεις ενοίκια είναι οι κύριες προκλήσεις που θα αντιμετωπίσει ο φοιτητής. Ενδεικτικά, το ενοίκιο ενός δωματίου 35τ.μ. κοντά σε ΑΕΙ ή ΤΕΙ φτάνει τα 380 ευρώ, ενώ τα δωάρια (50-65τ.μ.) αγγίζουν τα 500 ευρώ. Οι παραπάνω τιμές τείνουν να μειώνονται μέχρι και σε ποσοστό 30-40% όταν η αναζήτηση του φοιτητή για κατοικία απομακρύνεται από το κέντρο της πόλης. Σημαντικές πληροφορίες για ενοίκιαση κατοικίας, προσφέρουν οι εξής ηλεκτρονικές διευθύνσεις:

STUDENT HOUSE: <http://studenthouse.gr/gr/home>

SPITOGATOS <https://www.spitogatos.gr/>

TO SPITI MOU <https://www.tospitimou.gr/>

AGGELIOPOLIS <https://www.aggeliopolis.gr/>

ΧΡΥΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ <http://www.xe.gr/>

Η καλύτερη λύση, σύμφωνα με το ΕΛΚΕΚΑ, είναι η συγκατοίκηση δύο ή τριών ατόμων σε σπίτια με πολλά δωμάτια, τα οποία είναι φθηνότερα σε σύγκριση με τις γκαρσονιέρες και τα δωάρια.

Η σύνταξη μίας λίστας με τα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχει το νέο σπίτι του φοιτητή κρίνεται απαραίτητη. (Πηγή: press724.gr)

Διαμονή στις φοιτητικές εστίες: Για τους φοιτητές του Α.Π.Θ. λειτουργούν τρεις φοιτητικές εστίες στην περιοχή των 40 Εκκλησιών και ένα παράρτημα στο πρώην ξενοδοχείο «Εγνατία» (Λέοντος Σοφού 11). Δικαίωμα στέγασης έχουν οι φοιτητές προπτυχιακών ή μεταπτυχιακών σπουδών, καθώς και οι υποψήφιοι διδάκτορες από πολυμελείς οικογένειες ή οικογένειες με χαμηλό εισόδημα. Η επιλογή των δικαιούχων γίνεται με κοινωνικά και οικονομικά κριτήρια. Η παραμονή των δικαιούχων στις εστίες διαρκεί όσο τα έτη σπουδών του συν δύο έτη (ν+2). Οι εστίες στεγάζουν επίσης και αλλοδαπούς φοιτητές.

2.2.3. Μετακίνηση από/προς και εντός της πόλης

Στη Θεσσαλονίκη μπορεί κάποιος να φτάσει με όποιον τρόπο επιθυμεί, είτε με ΚΤΕΛ, είτε με τρένο, είτε αεροπορικά. Το αεροδρόμιο εξυπηρετεί πάρα πολλούς προορισμούς στην Ελλάδα. Από την Αθήνα και τα Χανιά μέχρι την Καλαμάτα και την Ρόδο. Φυσικά από τη Θεσσαλονίκη φεύγουν πτήσεις και προς το εξωτερικό, γεγονός που θα εκμεταλλευτεί ο σπουδαστής στην φοιτητική του ζωή όποτε βγαίνουν φτηνά εισιτήρια για να απολαμβάνει low budget ταξίδια.

Σε αυτή την πόλη δεν υπάρχουν πολλές επιλογές μετακίνησης αν ο φοιτητής δεν έχει αυτοκίνητο. Η μόνη λύση είναι τα λεωφορεία και τα ταξί. Για τη συχνή χρήση λεωφορείου, πολύ χρήσιμη είναι και η μηνιαία κάρτα, η οποία κοστίζει μόλις 15 ευρώ για τους φοιτητές.

Ο ευκολότερος τρόπος να έρθει κάποιος στην Θεσσαλονίκη είναι με αεροπλάνο. Το αεροδρόμιο [«Μακεδονία» \(SKG\)](#) είναι ο κεντρικός αερολιμένας της πόλης. Από εκεί και ως το κέντρο προσφέρονται διάφορες επιλογές για την μετακίνηση σας, όπως η τακτική αστική συγκοινωνία, τα ταξί, αλλά και [ιδιωτικά μέσα μεταφοράς](#) τα οποία μεταφέρουν τον επιβάτη στο σημείο που επιθυμεί. Με λεωφορείο είναι σίγουρα ο καλύτερος τρόπος να γυρίσει κανείς την πόλη εκτός και αν πρόκειται να επισκεφτεί την [Άνω Πόλη](#) ή τα [Κάστρα](#). Η έκδοση ενός απλού εισιτηρίου κοστίζει 0.80€ / 0.40€ Μαθητικό / Φοιτητικό, ενώ ένα εισιτήριο 2 διαδρομών κοστίζει 0.90€/ 0.50€ Μαθητικό / Φοιτητικό. Για όσους επιθυμούν μια πιο ολοκληρωμένη εμπειρία, η [Πολιτιστική Γραμμή του ΟΑΣΘ](#) προσφέρει μια ωραία διαδρομή σε ορισμένα από τα πιο ωραία αξιοθέατα που προσφέρει η Θεσσαλονίκη. Για την ενοικίαση αυτοκινήτου σε εξαιρετικά συμφέρουσες τιμές μπορεί κάποιος να επισκεφθεί την ιστοσελίδα <http://www.inthessaloniki.com>. (Πηγή: <http://www.inthessaloniki.com/el/odigos-polis#ixzz4kOwpzbnp>)

Δίκτυο Αστικών Συγκοινωνιών ΟΑΣΘ (ΑΣΤΙΚΗ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑ: Τηλ.:185, <http://www.oasth.gr/>)

Στο δίκτυο των αστικών συγκοινωνιών της Θεσσαλονίκης λειτουργούν οι παρακάτω σταθμοί μετεπιβίβασης:

- Κ.Τ.Ε.Λ. «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ» στη δυτική είσοδο της πόλης στον σταθμό των υπεραστικών λεωφορείων
- Νέος Σιδηροδρομικός Σταθμός
- Ανατολικός Σταθμός «ΙΚΕΑ» στην Ανατολική Θεσσαλονίκη (Λεωφ. Γεωργικής Σχολής)
- Σταυρούπολης, στην Βορειοδυτική είσοδο της πόλης
- Διασταύρωση Χορτιάτη
- Νέας Ελβετίας (οδός Αλεξ. Παπαναστασίου)

Χρήσιμα τηλέφωνα

Α. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Ο.Α.Σ.Θ

ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ	(2310) 981.100
Πρόεδρος	(2310) 919.900 FAX: (2310) 940.001
Γραφείο Διευθύνοντος Συμβούλου	(2310) 900.340
Γραφείο Μελών Δ.Σ.	(2310) 900.370 FAX: (2310) 947.488
Γενικός Διευθυντής	(2310) 945.239 FAX: (2310) 945.839
Απωλεσθέντα αντικείμενα	(2310) 981.245
Παράπονα	(2310) 981.207 ή 949.103
FAX Υποβολής παραπόνων	(2310) 951.379

Β. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ

(πληροφορίες για γραμμές, διαδρομές, στάσεις, δρομολόγια, κόμιστρο, έλεγχο κομίστρου, κλπ.)	11085
Εξυπηρέτηση Α.με.Α.	(2310) 933.930 ή 952.638

Πληροφοριακό Κέντρο 11085

Το **11085** δίνει πληροφορίες καθημερινά από **07:00** έως και **22:00** για οποιοδήποτε θέμα έχει ανάγκη πληροφόρησης το επιβατικό κοινό. Ενδεικτικά αναφέρονται οι παρακάτω θεματολογίες πληροφοριών, για τις οποίες δίδονται απαντήσεις από το **11085** :

- Πώς πάω - πού;
- Διαδρομές – Στάσεις

- Δρομολόγια – Συχνότητες
- Προγραμματισμένη ώρα αναχώρησης των λεωφορείων από αφετηρία και τέρμα
- Κόμιστρα
- Έλεγχος κομίστρου
- Απολεσθέντα αντικείμενα στα λεωφορεία - αναζήτηση - παραλαβή



ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΤΙΚΩΝ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΚΟΜΙΣΤΡΑ Ο.Α.Σ.Θ. όπως ισχύουν από την 1η Οκτωβρίου 2014

ΒΑΣΙΚΟ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ. ΜΙΑΣ ΜΟΝΟ ΧΡΗΣΗΣ			
Ισχύει ΜΟΝΟ για μία (1) μετακίνηση			
ΚΑΝΟΝΙΚΟ		1,00 €	
ΜΕΙΩΜΕΝΟ	Φοιτητών, Μαθητών, Πολυτέκνων, Ηλικιωμένων άνω των 65 ετών, Α.με.Α. 67% και άνω	0,50 €	

Τα προτυπωμένα βασικά εισιτήρια πωλούνται από τα [εκδοτήρια](#) του Ο.Α.Σ.Θ. και από 1200 καταστήματα πώλησης ή εκδίδονται από τα εντός των λεωφορείων εκδοτικά μηχανήματα. Όταν εκδίδονται από τα εντός των λεωφορείων εκδοτικά μηχανήματα, τιμώνται προς 1,10 € τα κανονικά και 0,60 € τα μειωμένα.

ΧΡΟΝΙΚΟ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ 2 ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΩΝ /70' ΩΡΑΣ			
Ισχύει για δύο (2) μετακινήσεις από και προς οποιαδήποτε κατεύθυνση και από και προς οποιαδήποτε λεωφορειακή γραμμή εντός 70 λεπτών της ώρας			
ΚΑΝΟΝΙΚΟ		1,20 €	
ΜΕΙΩΜΕΝΟ	Φοιτητών, Μαθητών, Πολυτέκνων, Ηλικιωμένων άνω των 65 ετών, Α.με.Α. 67% και άνω	0,60 €	

Τα χρονικά εισιτήρια των δύο (2) μετακινήσεων (Κανονικό ή Μειωμένο) ισχύουν για 2 μετακινήσεις που θα γίνουν από και προς οποιαδήποτε κατεύθυνση και από και προς οποιαδήποτε λεωφορειακή γραμμή μέσα σε 70 λεπτά της ώρας από την έκδοσή τους (αν εκδοθούν μέσα στα λεωφορεία) ή από την πρώτη επικύρωσή τους (αν είναι προτυπωμένα όπως τα άνω εικονιζόμενα).

Σε κάθε περίπτωση, η δεύτερη επικύρωση πρέπει να γίνει εντός των 70 λεπτών και το εισιτήριο ισχύει μέχρι την ολοκλήρωση της διαδρομής αυτής και την αποβίβαση του επιβάτη από το λεωφορείο.

Τα προτυπωμένα χρονικά εισιτήρια των δύο (2) μετακινήσεων πωλούνται από τα εκδοτήρια του Ο.Α.Σ.Θ. και από περίπου 1200 καταστήματα πώλησης ή εκδίδονται από τα εντός των λεωφορείων εκδοτικά μηχανήματα.

Όταν εκδίδονται από τα εντός των λεωφορείων εκδοτικά μηχανήματα, τιμώνται προς 1,30 € τα κανονικά και 0,70 € τα μειωμένα.

ΧΡΟΝΙΚΟ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ 3 ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΩΝ /90' ΩΡΑΣ			
Ισχύει για έως τρεις (3) μετακινήσεις από και προς οποιαδήποτε κατεύθυνση και από και προς οποιαδήποτε λεωφορειακή γραμμή εντός 90 λεπτών της ώρας			
ΚΑΝΟΝΙΚΟ		1,50 €	
ΜΕΙΩΜΕΝΟ	Φοιτητών, Μαθητών, Πολυτέκνων, Ηλικιωμένων άνω των 65 ετών, Α.με.Α. 67% και άνω	0,80 €	

Τα χρονικά εισιτήρια των τριών (3) μετακινήσεων (Κανονικό ή Μειωμένο) ισχύουν για έως 3 μετακινήσεις που θα γίνουν από και προς οποιαδήποτε κατεύθυνση και από και προς οποιαδήποτε λεωφορειακή γραμμή μέσα σε 90 λεπτά της ώρας από την έκδοσή τους (αν εκδοθούν μέσα στα λεωφορεία) ή από την πρώτη επικύρωσή τους (αν είναι προτυπωμένα όπως τα άνω εικονιζόμενα).

Σε κάθε περίπτωση, η τελευταία επικύρωση πρέπει να γίνει εντός των 90 λεπτών και το

εισιτήριο ισχύει μέχρι την ολοκλήρωση της διαδρομής αυτής και την αποβίβαση του επιβάτη από το λεωφορείο.

Τα προτυπωμένα χρονικά εισιτήρια των τριών (3) μετακινήσεων πωλούνται από τα εκδοτήρια του Ο.Α.Σ.Θ.

Όταν εκδίδονται από τα εντός των λεωφορείων εκδοτικά μηχανήματα η τιμή αυτών δεν προσauζάνεται.

ΧΡΟΝΙΚΟ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ 4 ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΩΝ /120' ΩΡΑΣ			
Ισχύει για έως τέσσερις (4) μετακινήσεις από και προς οποιαδήποτε κατεύθυνση και από και προς οποιαδήποτε λεωφορειακή γραμμή εντός 120 λεπτών της ώρας			
ΚΑΝΟΝΙΚΟ		2,00 €	
ΜΕΙΩΜΕΝΟ	Φοιτητών, Μαθητών, Πολυτέκνων, Ηλικιωμένων άνω των 65 ετών, Α.με.Α. 67% και άνω	1,00 €	

Τα χρονικά εισιτήρια των τεσσάρων (4) μετακινήσεων (Κανονικό ή Μειωμένο) ισχύουν για έως 4 μετακινήσεις που θα γίνουν από και προς οποιαδήποτε κατεύθυνση και από και προς οποιαδήποτε λεωφορειακή γραμμή μέσα σε 120 λεπτά της ώρας από την έκδοσή τους (αν εκδοθούν μέσα στα λεωφορεία) ή από την πρώτη επικύρωσή τους (αν είναι προτυπωμένα όπως τα άνω εικονιζόμενα).

Σε κάθε περίπτωση, η τελευταία επικύρωση πρέπει να γίνει εντός των 120 λεπτών και το εισιτήριο ισχύει μέχρι την ολοκλήρωση της διαδρομής αυτής και την αποβίβαση του επιβάτη από το λεωφορείο.

Τα εισιτήρια αυτά αποτελούν το νόμιμο και αποκλειστικό κόμιστρο των επιβατών που μετακινούνται με λεωφορεία της ΚΤΕΛ Ν.ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ στο επαρχείο Λαγκαδά, εφόσον πραγματοποιούν τουλάχιστον μία (1) μετεπιβίβαση στο Λαγκαδά.

Τα προτυπωμένα χρονικά εισιτήρια των τεσσάρων (4) μετακινήσεων πωλούνται μόνο από τα

εκδοτήρια του Ο.Α.Σ.Θ.

Όταν εκδίδονται από τα εντός των λεωφορείων εκδοτικά μηχανήματα η τιμή αυτών δεν προσυζάνεται.

ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΓΡΑΜΜΗΣ (ΓΡΑΜΜΗ 50) & ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ (ΓΡΑΜΜΗ 78 & 78N)			
Ισχύουν μόνον για μία (1) μετακίνηση			
ΚΑΝΟΝΙΚΟ		2,00 €	
ΜΕΙΩΜΕΝΟ	Φοιτητών, Μαθητών, Πολυτέκνων, Ηλικιωμένων άνω των 65 ετών, Α.με.Α. 67% και άνω	1,00 €	

Τα εισιτήρια της Πολιτιστικής Γραμμής (50) και Αεροδρομίου Μακεδονίας (78 & 78N) ισχύουν μόνο για μία (1) μετακίνηση, που αφορούν αποκλειστικά στις γραμμές αυτές.

Τα εισιτήρια αυτά πωλούνται από τα εκδοτήρια του Ο.Α.Σ.Θ. και τους συνοδούς της Πολιτιστικής Γραμμής (50).

Όταν εκδίδονται από τα εντός των λεωφορείων εκδοτικά μηχανήματα η τιμή αυτών δεν προσυζάνεται.

Επιπλέον στην Πολιτιστική γραμμή Νο 50 όπως και στη Γραμμή Αεροδρομίου 78 & 78N ισχύουν:

- Κάρτες απεριορίστων διαδρομών (κανονικές ή μειωμένες)
- Κάρτες ελεύθερης μετακίνησης Α.με.Α.

Υπενθύμιση: Τα προτυπωμένα εισιτήρια επικυρώνονται στα εντός του λεωφορείου επικυρωτικά μηχανήματα, αμέσως μετά την επιβίβασή του κοινού.

Επικουρικά και εφόσον, δεν έχει κάποιος στην κατοχή του προτυπωμένα εισιτήρια, υπάρχει η δυνατότητα έκδοσης εισιτηρίων από τα εκδοτικά μηχανήματα, τα οποία υπάρχουν μέσα στα λεωφορεία.

Τα εκδοτικά μηχανήματα δε δίδουν ρέστα. Να ρίχνετε το ακριβές αντίτιμο του εισιτηρίου.

Οι επιβάτες για την **οικονομικότερη μετακίνηση** τους, δύνανται να χρησιμοποιούν τις παρακάτω **κάρτες απεριορίστων διαδρομών**:

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ	ΕΚΔΟΣΗ	ΚΑΝΟΝΙΚΗ	ΜΕΙΩΜΕΝΗ *	*Φοιτητών, Μαθητών, Πολυτέκνων, Ηλικιωμένων άνω των 65 ετών, Α.μεΑ. με ποσοστό αναπηρίας 67% και άνω.
ΜΗΝΙΑΙΑ	ΚΑΘΕ ΜΗΝΑ	30,00€	15,00€	
ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ ΕΩΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟ	84,00€	42,00€	
ΕΞΑΜΗΝΗ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ & ΙΟΥΛΙΟ	150,00€	75,00€	
ΕΤΗΣΙΑ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ	270,00€	135,00€	

Οι κάρτες απεριορίστων διαδρομών ισχύουν σε όλες τις λεωφορειακές γραμμές του Ο.Α.Σ.Θ. κατά την διάρκεια του χρόνου ισχύος των.

Κάθε κάρτα απεριορίστων διαδρομών (μηνιαία, τριμηνιαία, εξαμηνιαία, ετήσια) συνοδεύεται από την «ταυτότητα» που εκδίδεται από τον Ο.Α.Σ.Θ., η οποία φέρει τα στοιχεία και την φωτογραφία του κατόχου.

Για την έκδοση της ταυτότητας, απαιτούνται 2 έγχρωμες φωτογραφίες και η επίδειξη της αστυνομικής ταυτότητας ή διαβατηρίου. Σε περίπτωση δικαιούχων μειωμένου κομίστρου (φοιτητές, μαθητές, πολύτεκνοι ή Α. με Α. με ποσοστό 67% και άνω) , απαιτείται και η επίδειξη του δικαιολογητικού που παρέχει την δυνατότητα έκπτωσης.

Οι κάρτες απεριορίστων διαδρομών διατίθενται από τα [εκδοτήρια](#) του Ο.Α.Σ.Θ δέκα (10) ημέρες πριν και δέκα (10) ημέρες μετά την πρώτη ημέρες μετά την πρώτη ημέρα ισχύος κάθε κάρτας.

Οι απολεσθείσες κάρτες απεριορίστων διαδρομών όλων των τύπων, για οποιονδήποτε λόγο και αιτία, δεν αντικαθίστανται από τον Οργανισμό.

ΠΡΟΣΟΧΗ: Για τη χρήση των μειωμένων εισιτηρίων και των μειωμένων καρτών απεριορίστων διαδρομών είναι απαραίτητη η επίδειξη του ισχύοντος δελτίου μειωμένου κομίστρου, όπως αυτά καθορίζονται στην αριθμ. Α οικ. [45788/3552/2014](#) κοινή υπουργική απόφαση, όπως τροποποιήθηκε, συμπληρώθηκε και ισχύει, ήτοι:

- Οι Φοιτητές - Σπουδαστές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, το φοιτητικό δελτίο (πάσο).
- Οι Μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, το μαθητικό (πάσο).
- οι Πολύτεκνοι, το βιβλιάριο πολυτεκνίας
- Τα Α.με.Α., τη χορηγούμενη κάρτα μετακίνησης απο τις υποηρεσίες των περιφερειακών (ή πρώην Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων). Διευκρινίζεται οτι τα Α.με.Α της περιοχής ευθύνης του Ο.Α.Σ.Θ. που είναι κάτοχοι των καρτών ελεύθερης μετακίνησης, μετακινούνται χωρίς την καταβολή κομίστρου.
- Οι Ηλικιωμένοι ανω των 65 ετών, το δελτίο αστυνομικής ταυτότητας ή διαβατήριο ή άλλο δημόσιο έγγραφο προσδιορισμού της ταυτοπροσωπίας και της ηλικίας.

Εκδοτήρια

Τα εκδοτήρια λειτουργούν κατά τις καθημερινές (εργάσιμες ημέρες) ως εξής:

ΕΚΔΟΤΗΡΙΑ	ΩΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ
Αεροδρόμιο	06:10 – 21:00
Σταθμός Μετεπιβίβασης Α.Σ. ΙΚΕΑ	06:05 – 21:05
Μητρόπολη (Μητροπόλεως & Αγ. Σοφίας)	06:35 – 20:25
Πλατεία Αριστοτέλους	06:45 – 20:00
Πλατεία Ελευθερίας	06:25 – 20:20
Σταθμός Μετεπιβίβασης Ν. Σ. Σταθμού	07:05 – 19:50
Σταθμός Μετεπιβίβασης ΚΤΕΛ	07:15 – 19:40
Πλατεία Δημοκρατίας (Μοναστηρίου & Λαγκαδά)	06:55 – 17:20
Καμάρα (Εγνατίας & Ιασωνίδου)	08:05 – 15:45
Δ. Ε. Θ (στην είσοδο της οδού Αγγελάκη)	08:15 – 15:55
Πεζόδρομος της Γούναρη (Τσιμισκή & Δ. Γούναρη)	08:25 – 16:05
Αλ. Παπαναστασίου & Μ. Μπότσαρη	08:45 – 16:25
Βασ. Όλγας & 25ης Μαρτίου	08:55 – 16:35
Σταθμός Μετεπιβίβασης Σταυρούπολης	07:35 – 15:15
Σταθμός Μετεπιβίβασης Επαρχείου Λαγκαδά	08:05 – 15:55

Σάββατο και Κυριακή τα εκδοτήρια παραμένουν κλειστά πλην των ακόλουθων:

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΚΔΟΤΗΡΙΩΝ τις ημέρες του ΣΑΒΒΑΤΟΥ από τον ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ 2017 έως και τον ΜΑΙΟ 2018

1. Εκδοτήριο ΠΛ. ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ από 08:00π.μ. έως 15:45μ.μ.
2. Εκδοτήριο ΚΤΕΛ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ από 08:00π.μ. έως 15:45μ.μ.
3. Εκδοτήριο ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ από 06:10π.μ. έως 21:15μ.μ

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΚΔΟΤΗΡΙΩΝ τις ημέρες της ΚΥΡΙΑΚΗΣ από τον ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ 2017 έως και τον ΜΑΙΟ 2018

1. Εκδοτήριο ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ από 06:10π.μ. έως 21:15μ.μ.

Πληροφορίες για TAXI: i) ΛΕΥΚΟΣ ΠΥΡΓΟΣ - Τηλ.:2310214900, ii) EUROTAXI - Τηλ.:2310866866, iii) ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ - Τηλ.:2310550500 iv) MERCEDES CLUB – Τηλ.:2310525000, v) «ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ» - Τηλ.:2310551525

(Πηγή για τις παραπάνω πληροφορίες, τα τηλέφωνα, τις διευθύνσεις και τα δρομολόγια:

<http://www.dei.edu.gr/el/thessaloniki/transportation.html>,

<http://www.kemdkalamarias.gr/%CE%A7%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%B5%CF%82%CE%A0%CE%BB%CE%B7%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%82/%CE%A4%CE%B1%CE%BE%CE%B9.aspx>)

Γενικές πληροφορίες για ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ: Τηλ.:2310 985000, <http://www.hcaa-eleng.gr/thes.htm>, <http://thessalonikiairport.com/>, <https://www.skg-airport.gr/el>

Γενικές πληροφορίες για ΚΤΕΛ: Τηλ.:2310 595408, <http://ktelmacedonia.gr/>, <http://ktelthes.gr/el/>

Γενικές πληροφορίες για τον ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΟ ΣΤΑΘΜΟ: Μοναστηρίου 28, Θεσσαλονίκη, Τηλ.:2310 517517, www.ose.gr,

(Πηγή:

<http://www.trainose.gr/%CE%B5%CF%80%CE%B9%CE%B2%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%BF/%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%83%CE%B9%CE%B4%CE%B7%CF%81%CF%8C%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CF%82/%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%BD%CE%AF%CE%BA%CE%B7%CF%82/>)

Τρόποι μετάβασης στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας:

- Τα λεωφορεία που εξυπηρετούν το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας είναι τα 2,7,8,10,12,14,27,31.

Τρόποι μετάβασης στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

- Στο πανεπιστήμιο, κάποιος μπορεί να φτάσει με πολλά διαφορετικά αστικά λεωφορεία, λόγω της κεντρικής του τοποθεσίας και του εύρους των διαφορετικών σχολών και κατ' επέκταση των διαφορετικών κτιρίων. Μερικά από αυτά είναι το 7, 8, 14, 15, 17, 24, 27, 31, 37 κλπ.

Τρόποι μετάβασης στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα

- Ο ΟΑΣΘ καλύπτει με τακτικά δρομολόγια αστικών λεωφορείων τη διαδρομή από το κέντρο της Θεσσαλονίκης (Δικαστήρια) μέχρι το ΤΕΙ της Θεσσαλονίκης. Το λεωφορείο Νο 52 κάνει τη διαδρομή. Επίσης και το λεωφορείο Νο 53 πηγαίνει στη Σίνδο και εξυπηρετεί επίσης το ΤΕΙ.

2.2.4. Διασκέδαση και Ψυχαγωγία

Τρεις είναι οι κεντρικοί άξονες που πρέπει να μάθει άμεσα ο πρωτοετής στη Θεσσαλονίκη για να κάνει την καθημερινότητά του εύκολη από το πρώτο κιόλας διάστημα που θα κατοικεί στην πόλη αυτή: τη Λεωφόρο Νίκης (παραλιακή), την Τσιμισκή και την Εγνατία. Όλες παράλληλες μεταξύ τους, ορίζουν το Κέντρο της πόλης. Εκεί ο φοιτητής μπορεί να βρει τα πάντα. Από εξαιρετικές γεύσεις, μέχρι μπαρ και μαγαζιά για όλες τις προτιμήσεις, τα οποία μάλιστα αποτελούν και τα λεγόμενα “στέκια” των φοιτητών. Εκεί κάποιος μπορεί να κάνει τα πάντα αφού η περιοχή του κέντρου φιλοξενεί αμέτρητα καφέ, μπαρ, εστιατόρια, ζαχαροπλαστεία, γυμναστήρια,

Τα συνοικιακά καφέ γνωρίζουν ιδιαίτερη άνθηση, με πολύ λογικές τιμές. Επίσης, τα καφέ γύρω από τη Ροτόντα, η Ικτίνου και κάποια καφέ της παραλιακής αποτελούν τα σημεία ραντεβού των φοιτητών. Για τις νυχτερινές εξόδους, η Βαλαωρίτου και η περιοχή κοντά στα Λαδάδικα θα είναι σίγουρα μέσα στις επιλογές σου. Επιπλέον, η πλατεία Αθωνος είναι ένας από τους ονομαστούς φοιτητικούς προορισμούς, σε μια πόλη που ξέρει πολύ καλά να τρώει και οι

τιμές δεν ξεφεύγουν.

Φυσικά, το καλοκαίρι δεν υπάρχει φοιτητής στη Θεσσαλονίκη που να μην πέρασε από την Χαλκιδική ή το κάμπινγκ του Πανεπιστημίου στο Ποσειδί. (Πηγές: vice.com/gr, foithtips.com, neolaia.gr)

Συνοπτικά:

Για καφέ:

- Η περιοχή γύρω από τη Ροτόντα
- Οι καφετέριες της παραλίας με θέα τη θάλασσα
- Η περιοχή Ικτίνου-Ζεύξιδος. (Η αλλιώς, η τέλεια στάση μέσα στο κέντρο όταν κάποιος βρίσκεται για ώρες στην αγορά)
- Η περιοχή γύρω από τη Μητρόπολη (Προξένου Κορομηλά, Παύλου Μελά, Αγίας Θεοδώρας).

Για ποτό:

- Τα γνωστά «κρασάδικα» της Ροτόντας. (Με χαμηλό κόστος μάλιστα)
- Όλη η περιοχή κάτω από την πλατεία Αριστοτέλους, η λεγόμενη και «Βαλαωρίτου» που μέσα σε δυο οικοδομικά τετράγωνα περιλαμβάνει μαγαζιά για όλα τα γούστα, από μπουραρίες έως πολύβουα στέκια για ένα ποτό.
- Τα μπαράκια της παραλίας
- Τα ονομαστά Monroe, Καντίνα Τροπικάνα και Cocktail bar.

Για χορό:

Υπάρχουν θεματικές βραδιές party (disco, latin, metal, κ.α.) για όλα τα γούστα που διοργανώνουν τα μαγαζιά της περιοχής με αποτέλεσμα να μην μένει κανένας φοιτητής ανικανοποίητος. Τέλος, υπάρχουν και τα club για διασκέδαση σε ξένο ρεπερτόριο.

Για κάτι χαλαρό:

- Τα ναργιλάδικα (πάνω από την Αριστοτέλους). Αξίζει να τα επισκεφτεί κανείς τον χειμώνα, όπου μπορεί να απολαύσει ναργιλέ με συνοδεία καυτού οινόμελου, επιλογή που είναι από τις αγαπημένες των φοιτητών.

- Μαγαζιά που κάνουν βραδιές karaoke.
- Η νέα τάση: τα δωμάτια απόδρασης, έχουν φτάσει και στη Θεσσαλονίκη.

Φυσικά, πάντα υπάρχουν ο λευκός Πύργος με τα γρασίδια του, οι αποβάθρες στο λιμάνι και η Νέα Παραλία που συχνά γίνονται τα βραδινά στέκια των φοιτητών.

Γενικά πάντως υπάρχουν πολλές επιλογές που θα ικανοποιήσουν κάθε γούστο. Η ιστορική συνοικία των [Λαδάδικων](#) και το [Μπιτ Μπαζαρ](#) είναι κάποιοι μόνο από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς που προσφέρουν πολλά εξαιρετικά μπαρ, ρεστοράν και μικρές παραδοσιακές ταβερνούλες με κρασί και μεζέδες αντίστοιχα.

Αν ο φοιτητής ψάχνει κάτι σε διαφορετικό ύφος και στυλ μπορείτε να κάνει μια βόλτα τριγύρω από την [Ροτόντα](#) και την [Καμάρα](#).

Καθώς η Θεσσαλονίκη έχει τεραστία φοιτητική κοινότητα υπάρχουν δεκάδες μικρά μαγαζιά και όμορφα μπαράκια με καλόγουστη διακόσμηση που προσφέρουν κρασί, ρετσίνα και όχι μόνο.

Μια πιο δημοφιλή και θορυβώδη επιλογή αποτελεί η Παραλιακή Λεωφόρος Νίκης και το [Λιμάνι](#) με πολλές καφετέριες, μπαρ και clubs, ενώ η εξαιρετικά δημοφιλής περιοχή της [Βαλαωρίτου](#) με τα μπαράκια που γίνονται club μετά τα μεσάνυχτα προσφέρει αμέτρητες εναλλακτικές μουσικές επιλογές. Όλα αυτά και πολλές ακόμη εκπλήξεις σε κάθε γωνιά της πόλης κάνουν σίγουρο το γεγονός ότι δεν πρόκειται να μείνει παραπονεμένος κανείς από τους επισκέπτες της Θεσσαλονίκης, όποιες και αν είναι οι προτιμήσεις του! (<http://www.inthessaloniki.com/el/odigos-polis#ixzz4klZZUpRL>)

Φυσικά δεν θα μπορούσαμε να μην αναφέρουμε το γεγονός ότι η Θεσσαλονίκη έχει μερικά από τα γνωστότερα και καλύτερα [αρτοποιεία](#) και [ζαχαροπλαστεία](#) της Ελλάδας. (<http://www.inthessaloniki.com/el/odigos-polis#ixzz4klarebeM>)

Όσοι επιθυμούν να εξερευνήσουν την Ελληνική κουλτούρα του γρήγορου φαγητού και βρίσκονται στην Θεσσαλονίκη, θα καταλάβουν αμέσως ότι αυτή η πόλη είναι ένα από τα ιδανικότερα μέρη για να αρχίσουν.

Ένα πολύ ιδιαίτερο μείγμα γεύσεων και αρωμάτων ξεδιπλώνεται καθώς η Ελληνική παραδοσιακή κουζίνα συναντάει τις έντονες **Βαλκανικές και Ανατολικές επιρροές** κουβαλώντας όμως πάντα την προσφυγική νοσταλγία όπως αυτή εκφράζεται με τις συνταγές που πέρασαν από γενιά σε γενιά. Πολλές παραδοσιακές ταβέρνες που σερβίρουν

πατροπαράδοτα Ελληνικά πιάτα μπορούν να βρεθούν σε διάφορα σημεία της πόλης, ιδιαίτερα σε περιοχές όπως η [Πλατεία Άθωνος](#) και η [Άνω Πόλη](#).

(<http://www.inthessaloniki.com/el/odigos-polis#ixzz4klbnvkle>)

Περισσότερες πληροφορίες για τη διασκέδαση, τα φοιτητικά στέκια, την ψυχαγωγία, τις δραστηριότητες και την κουζίνα της Θεσσαλονίκης, υπάρχουν στις ηλεκτρονικές διευθύνσεις που ακολουθούν:

- <https://thessaloniki-dayandnight.gr/>
- <http://www.greekguide.com/gr/thessaloniki>
- <https://www.e-table.gr/thessaloniki>
- [Θεσσαλονίκη - Ψυχαγωγία και παιχνίδια](#)
- [Θεσσαλονίκη - Υπαίθριες δραστηριότητες](#)
- [Θεσσαλονίκη - Νυχτερινή ζωή](#)

Δραστηριότητες για τον φοιτητή - δεν θα πρέπει να παραλείψει να επισκεφθεί τα δεκάδες αξιοθέατα και ορόσημα της Θεσσαλονίκης: [Λευκός Πύργος](#), [Πλατεία Αριστοτέλους](#), [Λαδάδικα](#), [Monument of Alexander The Great](#), [Κατακόμβη Αγίου Δημητρίου](#), [Πύργος του ΟΤΕ](#), [Επταπύργιο](#), [Μουσείο - Οικία Κεμάλ Ατατούρκ](#), [Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού](#), [Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης](#), [Γαλεριανό Συγκρότημα](#), [Βυζαντινά τείχη](#), [Παραλιακό Μέτωπο](#), [Λαδάδικα](#), [Άνω Πόλη](#), [Νέα Κρήνη \(Καλαμαριά\)](#), [Νέα Παραλία](#), [Πλατεία Άθωνος](#), **Ιστορικό Κέντρο**, **Πλατεία Αριστοτέλους**, **Λιμάνι**, **Κατακόμβες του Αγίου Ιωάννη** (Δίπλα ακριβώς από τον ναό της [Αγίας Σοφίας](#) στον πολυσύχναστο, γεμάτο καφετέριες πεζόδρομο της Οδού Ικτίνου υπάρχει ένας πολύ ιδιαίτερος χώρος σχετικά κρυμμένος από τα περισσότερα βλέμματα περαστικών αλλά και επισκεπτών. Πρόκειται για ένα μέρος που βρίσκεται 5 μέτρα κάτω από το επίπεδο του δρόμου και φιλοξενεί τις κατακόμβες και το μοναστήρι του Αγίου Ιωάννη), **“Κρύπτη”** (Ο υπόγειος χώρος της Κρύπτης του ναού του Αγίου Δημητρίου είναι σίγουρα ένα από τα πιο ενδιαφέροντα και εντυπωσιακά μέρη που μπορεί κάποιος να επισκεφθεί σε ολόκληρη την πόλη. Πρόκειται για μια εξαιρετικά καλά διατηρημένη και αναστηλωμένη αρχαία κατασκευή η οποία φιλοξενεί πολλά αρχαία ρωμαϊκά και πρωτοχριστιανικά ευρήματα μεγάλης αξίας σε έναν ενιαίο υπόγειο χώρο. Η Κρύπτη παρέμενε χαμένη και άγνωστη για αρκετούς αιώνες ώσπου η καταστροφική για την πόλη φωτιά του 1917 έφερε στο φως ένα τμήμα της. Σήμερα η είσοδος σε αυτή βρίσκεται εντός του Ναού, στο Ανατολικό τμήμα του κτιρίου, δίπλα ακριβώς από το “Τέμπλον”)

(<http://www.inthessaloniki.com/el/thessaloniki-mia-poli-gemati-mistika#ixzz4klI7jQYS>)

Για περισσότερες δραστηριότητες σχετικές με εκδρομές και ξεναγήσεις εντός και γύρω από τη Θεσσαλονίκη, πατήστε [ΕΔΩ](#).

Προτάσεις για τον επισκέπτη (τι να κάνετε, τι να δείτε)



Αεροφωτογραφία του κέντρου της Θεσσαλονίκης με τα σημαντικότερα σημεία του

1. Λευκός Πύργος
2. Πλατεία Αριστοτέλους
3. Επιβατικό Λιμάνι
4. Ρωμαϊκή Αγορά
5. Επταπύργιο (Ακρόπολη)
6. Ροτόντα
7. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο
8. Διεθνής Έκθεση
9. Καυτανζόγλειο Στάδιο
10. Αρχαιολογικό Μουσείο

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%98%CE%B5%CF%83%CF%83%CE%B1%CE%BB%CE%BF%CE%BD%CE%AF%CE%BA%CE%B7>

Τέλος, ο φοιτητής που χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα μπορούσε επίσης να συμβουλευτεί και τη σελίδα «Ενημέρωση Πρωτοετών Φοιτητών 2017-2018» στο Facebook. (<https://www.facebook.com/protoeteis2017/>)

2.2.5. Αγορές και Εμπορικά Κέντρα

Το εντυπωσιακό τεχνολογικό κέντρο [«Noesis»](#) και ένα από τα μεγαλύτερα εμπορικά κέντρα των Βαλκανίων το [«Mediterranean Cosmos»](#), είναι δυο από τις καλύτερες επιλογές. Εκεί ο φοιτητής θα έχει την δυνατότητα να συνδυάσει τις αγορές του με ένα απολαυστικό καφέ η γεύμα και να παρακολουθήσει την αγαπημένη του ταινία σε μια από τις μεγαλύτερες οθόνες της Ευρώπης. (<http://www.inthessaloniki.com/el/odigos-polis#ixzz4kOy3OQme>)

Θεσσαλονίκη και Shopping: Σίγουρα μια από τις πρώτες επιλογές είναι η [Λεωφόρος Τσιμισκή](#), ουσιαστικά ο πιο γνωστός εμπορικός δρόμος της Θεσσαλονίκης που βρίσκεται στην καρδιά της πόλης. Εκατοντάδες καταστήματα κάθε είδους βρίσκονται συγκεντρωμένα εκεί προσφέροντας αξεσουάρ μόδας, επώνυμα ρούχα, προϊόντα τεχνολογίας και πολλά άλλα. Μια καλή εναλλακτική αποτελεί και η [Οδός Μητροπόλεως](#) που βρίσκεται νότια της Λεωφόρου Τσιμισκής ενώ αναπτύσσεται παράλληλα με αυτήν. (<http://www.inthessaloniki.com/el/odigos-polis#ixzz4kir22CoD>)

Ωράριο Λειτουργίας Καταστημάτων: Από τις 9 το πρωί έως τις 2 το μεσημέρι και από τις 5 το απόγευμα έως τις 9 το βράδυ. Δευτέρα, Τετάρτη, και Παρασκευή τα καταστήματα μένουν ανοιχτά από τις 9 το πρωί έως τις 2:30 το μεσημέρι. Πολλά μεγάλα εμπορικά καταστήματα και εμπορικά κέντρα δεν κλείνουν κατά τις μεσημεριανές ώρες. (<http://www.inthessaloniki.com/el/odigos-polis#ixzz4kj1zHzif>)

Περισσότερες πληροφορίες για τις περιοχές με τα εμπορικά κέντρα και τις διευθύνσεις τους, επισκεφθείτε την ενότητα [Θεσσαλονίκη - Ψώνια και καταστήματα](#)

2.2.6. Σπουδές – Υπηρεσίες & Δραστηριότητες

Σχετικά με την πιο ενδιαφέρουσα πληθυσμιακή ομάδα, τους φοιτητές, στην Θεσσαλονίκη ξεπερνούν τους 70.000

Το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης είναι η μεγαλύτερη πανεπιστημιούπολη στην Ελλάδα, ενώ το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας και τα ΤΕΙ Σίνδου συμβάλλουν ακόμη περισσότερο στην συγκέντρωση φοιτητόκοσμου.

Η φοιτητική ζωή στο Πανεπιστήμιο:

Το φαγητό στις λέσχες δεν είναι και το ιδανικό, εάν σκεφτεί κανείς τι μπορεί να φάει έξω.

Αλλά είναι ό,τι πρέπει για τις περιόδους που ο φοιτητής δεν έχει αρκετά χρήματα. Την ημέρα της εγγραφής του ο φοιτητής καλό θα είναι να ενημερωθεί για τη διαδικασία που πρέπει να ακολουθήσει για να μπορεί να τρέφεται και εκεί.

Τα ωράρια της Βιβλιοθήκης είναι αρκετά βολικά και ιδιαίτερα την περίοδο της εξεταστικής, καθώς συνήθως παρατείνεται. Μπορεί πάντα κάποιος να διαβάσει και στη βιβλιοθήκη της Σχολής του, αλλά εκεί τα ωράρια είναι διαφορετικά.

Γενικά το κλίμα στις Σχολές είναι αρκετά ωραίο κι αν κάποιος είναι πρωτοετής δεν θα δυσκολευτεί καθόλου να κάνει παρέες, καθώς οι περισσότεροι είναι ανοιχτοί στις νέες γνωριμίες.

Η Θεσσαλονίκη ήταν πάντα γνωστή ως μια πόλη με εξαιρετικά έντονο σπουδαστικό χαρακτήρα. Προσφέρει την δυνατότητα φοίτησης και επιλογής σε μεγάλο αριθμό εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, καθώς επίσης και πολλές νέες εμπειρίες σε όσους προπτυχιακούς ή μεταπτυχιακούς φοιτητές την επιλέξουν ως προορισμό. Η Θεσσαλονίκη είναι το μεγαλύτερο σπουδαστικό κέντρο της Νοτιοανατολικής Ευρώπης με πάνω από 150 χιλιάδες φοιτητές σε διάφορες σχολές και τμήματα.

Έχοντας ως κύριο αντιπρόσωπο το τεράστιο και εξαιρετικά δραστήριο [Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης](#) που εκτείνεται σε έκταση 500 στρεμμάτων, το [Πανεπιστήμιο Μακεδονίας](#), τα [ΑΤΕΙ](#) και το [Λιθινές Πανεπιστήμιο](#), συμμετέχει ενεργά σε πολλά ερευνητικά προγράμματα σε Ευρωπαϊκό επίπεδο. Στις παραπάνω Υπερ-Συνδέσεις υπάρχουν όλες οι σχετικές πληροφορίες για όλες τις σχολές (χρήσιμα τηλέφωνα, πρόσβαση, παροχές και απαιτούμενα δικαιολογητικά, εκπαιδευτική υποστήριξη, εκπαιδευτικά προγράμματα κ.α.)

(περισσότερες πληροφορίες για τα ΤΕΙ: <http://lyk-arnaias.chal.sch.gr/grasep/SXOLES/panepistimia/teithessaloniki.htm>)

Συνοπτικά, για το [Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης](#) σχετικά με:

ΣΙΤΙΣΗ: Η Πανεπιστημιακή Φοιτητική Λέσχη είναι αυτοδιοικούμενο νομικό πρόσωπο και στεγάζεται σε ειδικό κτίριο στα ανατολικά της Πανεπιστημιούπολης. Διαθέτει εστιατόριο, υγειονομική υπηρεσία, καφετερία και κομμωτήριο. Είναι επιφορτισμένη με τη σίτιση και την ιατροφαρμακευτική περίθαλψη των φοιτητών του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου και του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΣ ΨΥΧΙΑΤΡΙΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ: Έχουν δικαίωμα δωρεάν προσέλευσης όλοι ανεξαιρέτως οι φοιτητές. Ο σταθμός λειτουργεί με προγραμματισμένες επισκέψεις κάθε Δευτέρα και Πέμπτη από 09.00 έως 11.00 καθ' όλη τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους (από Σεπτέμβριο έως Ιούνιο)

ΕΥΡΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Το Τμήμα Σπουδών του ΑΠΘ στην ιστοσελίδα του προσφέρει τη δυνατότητα για εύρεση κατοικίας στους πρωτοετείς φοιτητές και φοιτήτριες του ΑΠΘ. Αναζητήστε την υπηρεσία αυτή στο <http://dps.web.auth.gr/index.php>

Άλλες Πληροφορίες: Γραμματεία, τηλ. 2310-992.612. \334 ΣΤΕΓΑΣΗ Για τους φοιτητές του ΑΠΘ λειτουργούν τρεις Φοιτητικές Εστίες στην περιοχή των 40 Εκκλησιών και δύο παραρτήματα, το ένα στην Καλαμαριά (Λυκούδη 2-4 και 6) και το άλλο στο πρώην ξενοδοχείο «Εγνατία» (Λέοντος Σοφού 11).

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να απευθύνεστε στα γραφεία κάθε Φοιτητικής Εστίας:

Α΄ Φ.Ε. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ, Στίλπωνος Κυριακίδη 17, Τ.Κ. 546 36, τηλ. 2310-202.500, 2310-205.183.

Β΄ Φ.Ε. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ, Καθηγητού Βουζουκίδου, Τ.Κ. 546 36, τηλ. 2310-208.044.

Γ΄ Φ.Ε. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ, Στίλπωνος Κυριακίδη 17, Τ.Κ. 546 36, τηλ. 2310-214.168.

Δ΄ Φ.Ε. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ, Λέοντος Σοφού 11, Τ.Κ. 546 26, τηλ. 2310-536.360.

Φ.Ε. ΚΑΛΑΜΑΡΙΑΣ, Στ. Λυκούδη 2-6, Τ.Κ. 551 32, τηλ. 2310-449.447.
(<http://www.look4studies.com/default.asp?pid=19&langID=1&nwid=185>)

Συνοπτικά, για το [Πανεπιστήμιο Μακεδονίας](#) σχετικά με:

Θέματα που αφορούν τη σίτιση, την υγειονομική περίθαλψη, τα φοιτητικά εισιτήρια και τα δωρεάν συγγράμματα και βοηθήματα, οι φοιτητές και τα μέλη ΔΕΠ μπορούν να απευθύνονται στο Γραφείο Φοιτητικής Μέριμνας και στη Φοιτητική Λέσχη.

ΣΤΕΓΑΣΗ: Πολλοί φοιτητές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας εξυπηρετούνται ως οικοτρόφοι από το Εθνικό Ίδρυμα Νεότητας (Φοιτητική Εστία) που βρίσκεται στην οδό Λυκούδη 2-6, Καλαμαριά Τηλ. 2310-449447 και 2310-441292. Εκτός από την παραπάνω Φοιτητική Εστία, τους φοιτητές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας εξυπηρετεί και η Φοιτητική Εστία Καλαμαριάς, που βρίσκεται στην οδό Λυκούδη 2-6, Καλαμαριά Τηλ.: 2310-449447

Άλλες Πληροφορίες: Γραφείο Φοιτητικής Μέριμνας - Τηλ.: 2310-8203369 / 891268 / 891263 / 891215 / 891247, Φοιτητική Λέσχη - Τηλ.: 2310-8203223 (<http://www.look4studies.com/default.asp?pid=19&langID=1&nwid=185>)

Τέλος, η Θεσσαλονίκη, συμμετέχοντας μέσω των πανεπιστημίων και σχολών της σε [προγράμματα Erasmus](#), προσφέρει την ευκαιρία σε πολλούς νέους από ολόκληρη την Ευρώπη να ζήσουν για κάποιο χρονικό διάστημα στην πόλη, συνεχίζοντας παράλληλα τις σπουδές τους σε κάποιο συνεργαζόμενο τμήμα και να συμμετέχουν ενεργά σε μία από τις μεγαλύτερες φοιτητικές κοινότητες του κόσμου, ανακαλύπτοντας τα Ελληνικά ήθη και έθιμα, την καθημερινότητα αλλά και την Ελληνική κουζίνα και διασκέδαση. (Περισσότερες Πληροφορίες στο [Inthessaloniki / Σπουδάζοντας στη Θεσσαλονίκη](#))

Για πληροφορίες σχετικά με σπουδές σε προπτυχιακό ή μεταπτυχιακό επίπεδο στη Θεσσαλονίκη, ο σπουδαστής μπορεί να εξετάσει ένα κατάλογο με πληθώρα τέτοιων προγραμμάτων στη σελίδα [Eduguide.gr](#).

Μερικοί λόγοι που οι σπουδές στην Θεσσαλονίκη μένουν αξέχαστες:

Όπως είναι φυσικό υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους η Θεσσαλονίκη απέκτησε την φήμη της “ιδανικής” φοιτητικής πόλης.

Η ζωή στην Θεσσαλονίκη και κυρίως στο κέντρο της, κινείται μονίμως σε πολύ έντονους φοιτητικούς ρυθμούς. Υπάρχουν κυριολεκτικά δεκάδες αν όχι εκατοντάδες προορισμοί οι οποίοι καλύπτουν όλες τις προτιμήσεις στο φαγητό, την διασκέδαση και την μουσική. Το πιο σημαντικό, πολλοί από τους προορισμούς αυτούς είναι προσαρμοσμένοι στις φοιτητικές ανάγκες και τιμές.

Τα Πανεπιστήμια του Αριστοτελείου και της Μακεδονίας βρίσκονται στην καρδιά της πόλης και είναι εύκολα προσβάσιμα από παντού ενώ οι συγκοινωνίες είναι πρακτικές και σχετικά αξιόπιστες. Στον χώρο των Πανεπιστημίων γίνονται πολλές εκδηλώσεις και συναυλίες σε εβδομαδιαία σχεδόν βάση.

Αν και υπάρχει αρκετή δουλειά ακόμα ώστε να θεωρηθεί μια πόλη κατάλληλη για ποδήλατο, η αύξηση των ποδηλατοδρόμων επιτρέπει μια λογική χρήση ποδήλατου σε πολλά σημεία του κέντρου. Η παραλία θα μπορούσε να θεωρηθεί η πιο γρήγορη λύση για όλους τους ποδηλάτες, ενώ οι αποστάσεις για τα περισσότερα σημεία ενδιαφέροντος είναι περιορισμένες και

περπατούνται άνετα και ευχάριστα.

Αν και παλιότερα η εύρεση μίας αξιοπρεπούς κατοικίας για ενοικίαση, έστω και μικρής αποτελούσε όνειρο ανεκπλήρωτο, τώρα πλέον ο καθένας με μία σχετικά μικρή έρευνα θα καταλήξει σίγουρα σε κάτι αξιοπρεπές, ενώ δεν αποκλείεται να βρεθεί και κάποια πραγματικά εξαιρετική ευκαιρία.

Τέλος για τους σπουδαστές του Α.Π.Θ. υπάρχει και η εμπειρία – προνόμιο που ακούει στο όνομα [Πανεπιστημιακές Κατασκηνώσεις Καλάνδρας](http://www.inthessaloniki.com/el/spoudazontas-stin-thessaloniki#ixzz4kkkAqxBi), οι οποίες είναι μοναδικές στην Ελλάδα. (<http://www.inthessaloniki.com/el/spoudazontas-stin-thessaloniki#ixzz4kkkAqxBi>)

Φοιτητικές Εστίες

(<https://www.auth.gr/units/3409>) – τηλέφωνα: +30 2310 210315, +30 2310 208044, +30 2310 214168, +30 2310 536322

Για τους φοιτητές του Α.Π.Θ. λειτουργούν τρεις φοιτητικές εστίες στην περιοχή των 40 Εκκλησιών και ένα παράρτημα στο πρώην ξενοδοχείο «Εγνατία» (Λέοντος Σοφού 11). Διοικητικά οι φοιτητικές εστίες ανήκουν στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Έχουν συνολική δυναμικότητα περίπου 1.500 κλινών, αίθουσα τελετών, αθλοπαιδιών κ.τ.λ. Στις Φοιτητικές Εστίες λειτουργεί εστιατόριο που καλύπτει τη σίτιση όλων των δικαιούχων φοιτητών. Σε κάθε Φοιτητική Εστία λειτουργούν επίσης αναγνωστήριο, καφετέρια, αίθουσα υπολογιστών με σύνδεση στο διαδίκτυο, ενώ σε όλες τις εστίες υπάρχει και ασύρματη δικτύωση (WiFi). Δικαίωμα στέγασης έχουν οι φοιτητές προπτυχιακών ή μεταπτυχιακών σπουδών, καθώς και οι υποψήφιοι διδάκτορες από πολυμελείς οικογένειες ή οικογένειες με χαμηλό εισόδημα. Η επιλογή των δικαιούχων γίνεται με κοινωνικά και οικονομικά κριτήρια. Η παραμονή των δικαιούχων στις εστίες διαρκεί όσο τα έτη σπουδών του συν δύο έτη (ν+2). Οι εστίες στεγάζουν επίσης και αλλοδαπούς φοιτητές.

Για περισσότερες πληροφορίες, ο φοιτητής μπορεί να απευθύνεται στα γραφεία της κάθε φοιτητικής εστίας:

- Α΄ Φ.Ε. Θεσσαλονίκης,
Στίλπωνος Κυριακίδη 17, 54636 Θεσσαλονίκη,
Τ: +30 2310 210315 - 2310 210314
- Β΄ Φ.Ε. Θεσσαλονίκης,
Καθηγητού Βουζουκίδου, Τ.Κ. 54636 Θεσσαλονίκη,

T: +30 2310 208044

- Γ' Φ.Ε. Θεσσαλονίκης,
Στίλπωνος Κυριακίδη 17, Τ.Κ. 546 36, Θεσσαλονίκη,
T: +30 2310 214168 – 2310 204839
- Δ' Φ.Ε. Θεσσαλονίκης,
Λέοντος Σοφού 11, 546 26 Θεσσαλονίκη,
T: +30 2310 536322

Για τα σχετικά [Έντυπα](#) και [Δικαιολογητικά Εισαγωγής](#), παρέχονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες στους αντίστοιχους Υπερ-Συνδέσμους.

ΟΔΗΓΟΣ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ: Στο παρακάτω κείμενο βρίσκονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες για υποτροφίες προπτυχιακών και μεταπτυχιακών σπουδών από συγκεκριμένους φορείς, όπως είναι το Ίδρυμα κρατικών υποτροφιών, το Κοινωφελές ίδρυμα Αλέξανδρος Ωνάσης, το ίδρυμα Φουλμπράιτ, το ίδρυμα Μποδοσάκη, η ακαδημία Αθηνών, η Διεύθυνση Σπουδών και φοιτητικής μέριμνας καθώς και το Νάτο. <http://postgraduate-studies.chania.teicrete.gr/scholarships.html>

Στα παρακάτω Ιδρύματα ή Οργανισμούς μπορεί ο ενδιαφερόμενος να αναζητήσει πληροφορίες για υποτροφίες μεταπτυχιακών σπουδών:

1. **Υποτροφίες για πτυχιούχους ΤΕΙ του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών (Ι.Κ.Υ.)** Λυσικράτους 14, Αθήνα. τηλ.: 210 3254385 - 89.
2. **Κοινωφελές Ίδρυμα "Αλέξανδρος Σ. Ωνάσης"**, Λεωφ. Αμαλίας 56, 10558 Αθήνα ή Αισχύνου 7, Τηλ.: 210 3310900. Αποδέκτες: Έλληνες πτυχιούχοι των ΑΕΙ και ΤΕΙ της Ελλάδος ή ισότιμων του εξωτερικού.
3. **Ίδρυμα Φουλμπράιτ (ή Αμερικανικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα)**. Βασιλ. Σοφίας 6, 10674 Αθήνα, Τηλ.: 7241811. Αποδέκτες: Έλληνες πτυχιούχοι όλων των σχολών.
4. **Ίδρυμα Μποδοσάκη**. Λ. Αμαλίας 20, 10557 Αθήνα, Τηλ.: 210 3237973, 3248005, Αποδέκτες: Έλληνες πτυχιούχοι των ΑΕΙ και ΤΕΙ της Ελλάδος.
5. **Ακαδημία Αθηνών - Γραφείο Κληροδοτημάτων**, Πανεπιστημίου 28, 10679 Αθήνα, Τηλ.: 210 3600207, 209.

6. **Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων**, Διεύθυνση Σπουδών και Φοιτητικής Μέριμνας, Τμήμα Β, Μητροπόλεως 15, Αθήνα, Τηλ.: 210 3236567.
7. **Υπουργείο Εξωτερικών, Β4 Δ/ση Οργανισμών Ασχολουμένων με Διεθνείς Οικονομικές & Νομισματικές Υποθέσεις**. Υποτροφίες επιστημονικού προγράμματος NATO.

Ακόμη ένα πολύ χρήσιμο site στο οποίο μπορεί να βρει κανείς όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για υποτροφίες προπτυχιακών και μεταπτυχιακών σπουδών είναι η επίσημη ιστοσελίδα του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων <http://www.minedu.gov.gr/prokhryxeis-diagwnismoi-ypotrofies/ypotrofies-klirodothmata/>

Αξίζει να σημειωθεί πως μπορεί ο φοιτητής να βρει υποτροφίες για όλες τις ειδικότητες από κρατικά ιδρύματα καθώς και να ενημερωθεί σχετικά με τις τρέχουσες προκηρύξεις για διαγωνισμούς υποτροφιών.

Τέλος, οργανισμοί όπως η ESN και η AIESEC μπορούν να βοηθήσουν τον φοιτητή να προσανατολίσει το ενδιαφέρον του γύρω από ζητήματα εθελοντισμού και να δικτυωθεί με νέους με αντίστοιχα ενδιαφέροντα.

ΜΕΡΟΣ Β΄

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο – ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1. Στόχοι και Μεθοδολογία της Έρευνας

Η παρούσα έρευνα είναι ποσοτική και για τις ανάγκες της χρησιμοποιήθηκε δομημένο ερωτηματολόγιο ερωτήσεων κλειστού τύπου, με σκοπό να συλλεχθούν (με τη μέθοδο της δειγματοληψίας χιονοστιβάδας¹) από τυχαίο δείγμα 150 σπουδαστών της Θεσσαλονίκης όλες οι απαραίτητες πληροφορίες που φανερώνουν τις τάσεις και τις επιλογές τους ώστε να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα και να αξιοποιηθούν κατάλληλα για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση του οδηγού.

Στόχος της έρευνας είναι να προκύψει σε ποιους τομείς (πρώτες ανάγκες, διασκέδαση, αγορές κ.α.) οι φοιτητές, υπό την παραδοχή του περιορισμένου εισοδήματος, επιλέγουν να ξοδέψουν τα χρήματά τους, καθώς επίσης να διαπιστωθεί και ποια ήταν τα πράγματα που τους δυσκόλεψαν περισσότερο κατά την πρώτη περίοδο (την περίοδο προσαρμογής τους) στην πόλη της Θεσσαλονίκης.

Επιπλέον, θα γίνει προσπάθεια να γίνουν και κάποια ερευνητικά ερωτήματα

- Σύμφωνα με το εισόδημα του καθενός, πώς κατανέμονται τα ποσοστά για τα έξοδα που κάνουν οι φοιτητές για ενοίκιο ή διασκέδαση
- Σύμφωνα με το οικογενειακό εισόδημα του φοιτητή, ποιο είναι το ποσοστό των φοιτητών που επιλέγει να δουλέψει

3.2. Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου

Για τη συλλογή των δεδομένων της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο που βασίστηκε στις θεωρίες για την συμπεριφορά του καταναλωτή, που στην συγκεκριμένη περίπτωση είναι οι φοιτητές και μάλιστα οι πρωτοετής που σπουδάζουν στη Θεσσαλονίκη και ΔΕΝ κατάγονται από εκεί.

Για να ελεγχθούν οι υποθέσεις που αναφέρονται παραπάνω (Ενότητα: Μεθοδολογία Έρευνας), το ερωτηματολόγιο χωρίζεται σε τρία μέρη. Στο πρώτο ζητούνται από τον σπουδαστή πληροφορίες σχετικά με τα δημογραφικά του στοιχεία (φύλο, ηλικία, εθνικότητα) καθώς επίσης

¹ Η μέθοδος της δειγματοληψίας χιονοστιβάδας (snowball sampling) στηρίζεται στην αρχή ότι οι αναφορές των ατόμων του δείγματος γίνονται μεταξύ των ατόμων που μοιράζονται κάποια κοινά χαρακτηριστικά ή γνωρίζουν άλλους με παρόμοια (peers).

και στοιχεία σχετικά με το σε ποιο ίδρυμα σπουδάζει, ποια είναι η εργασία των γονιών του και ποιο περίπου είναι το ετήσιο οικογενειακό του εισόδημα. Τέλος, ο φοιτητής ερωτάται εάν εργάζεται και εάν από το ατομικό του εισόδημα (εφόσον υπάρχει) δύναται να είναι οικονομικά ανεξάρτητος.

Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνονται ερωτήσεις σχετικά με τις δυσκολίες που αντιμετώπισαν οι φοιτητές κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους, αξιολογώντας παράγοντες γεωγραφικούς, γεωφυσικούς, αλλά και πολιτιστικούς, εύρεσης εργασίας, εξοικείωσης με το χώρο του Πανεπιστημίου, τον τρόπο λειτουργίας του Πανεπιστημίου, ωράρια, εξεταστική κλπ, αλλά και πόσο δυσκολεύτηκαν να εντοπίσουν τα λεγόμενα φοιτητικά στέκια και χώρους για δραστηριότητες.

Στην τρίτη ομάδα ερωτήσεων περιλαμβάνονται ερωτήσεις σχετικές με τις κατηγορίες εξόδων που κάνουν οι φοιτητές, ενοίκιο, διατροφή, εισιτήρια, ταξίδια, ψώνια κ.α.. Η κατηγοριοποίηση έγινε σύμφωνα με αντίστοιχες έρευνες που έχουν γίνει από την ένωση καταναλωτών και λοιπούς φορείς.

Επιπλέον, υπάρχουν ερωτήσεις για να εκτιμηθεί που επικεντρώνονται οι αγορές των φοιτητών, σύμφωνα με τα καταναλωτικά πρότυπα που ισχύουν, αλλά και τις τάσεις που εμφανίζονται για τα μέρη που επιλέγουν να διασκεδάζουν και να κυκλοφορούν.

Τέλος παρατίθεται οικονομική εκτίμηση για το ύψος των χρημάτων που ξοδεύουν κάθε μήνα για κάθε μια από τις ανάγκες τους και η τελευταία ερώτηση αναφέρεται στα χρηματικά ποσά που καταφέρνουν να αποταμιεύουν οι φοιτητές κάθε μήνα.

3.3. Δείγμα

Η διαδικασία της δειγματοληψίας περιλαμβάνει τον καθορισμό του πληθυσμού και την επιλογή αντιπροσωπευτικού δείγματος. Ο πληθυσμός που μας αφορά στην παρούσα έρευνα, είναι οι φοιτητές των δημόσιων ιδρυμάτων της Θεσσαλονίκης που δεν κατάγονται από εκεί. Οι φοιτητές αυτοί είναι χιλιάδες στον αριθμό, οπότε κρίνεται σκόπιμη και χρήσιμη η επιλογή ενός τυχαίου και ικανοποιητικού στο μέγεθος δείγματος, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται και η αντιπροσωπευτικότητά του.

3.4. Περιγραφική Στατιστική

A1. Φύλο

Άντρας	
Γυναίκα	

Το σύνολο των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν 150 άτομα, από τα οποία το 49,3% (74 άτομα) ήταν άντρες και το 50,7% (76 άτομα) ήταν γυναίκες.

ΦΥΛΟ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΝΤΡΕΣ	74	49,3	49,3	49,3
	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	76	50,7	50,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 1 – Φύλλο φοιτητή

A2. Ηλικία

18-20	21-23	24-26	27-29	30-34	35-39	40-49	50-59	60<

Οι ηλικίες των ερωτηθέντων κυμαίνονται από 18 ετών έως 27, με μέση ηλικία τα 22 έτη, η οποία μάλιστα εμφανίζει και τη μεγαλύτερη συχνότητα με ποσοστό 15,3% (23 άτομα)

ΗΛΙΚΙΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	18	12,0	12,0	12,0
	19	18	12,0	12,0	24,0
	20	13	8,7	8,7	32,7
	21	16	10,7	10,7	43,3
	22	23	15,3	15,3	58,7
	23	14	9,3	9,3	68,0
	24	16	10,7	10,7	78,7
	25	13	8,7	8,7	87,3
	26	15	10,0	10,0	97,3
	27	4	2,7	2,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Descriptive Statistics - Age

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Age	150	18	27	21,98	2,658
Valid N (listwise)	150				

Πίνακας 2 - Ηλικία φοιτητή

Α3.Φοιτητής 1^{ου} έτους Δημόσιου ΑΕΙ ή ΤΕΙ Θεσσαλονίκης

ΑΕΙ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	ΤΕΙ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ

Σχετικά με τα ιδρύματα στα οποία φοιτούν οι ερωτηθέντες, παρατηρείται μια ίση κατανομή/διασπορά των απαντήσεων, καθώς το 48% (72 άτομα) δήλωσαν φοιτητές των ΑΕΙ Θεσσαλονίκης και το 52% (78 άτομα) δήλωσαν φοιτητές των ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, γεγονός που βοηθάει να κατοχυρωθεί η επιθυμητή αντιπροσωπευτικότητα και ποικιλία για την έρευνα.

ΑΕΙ / ΤΕΙ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΕΙ	72	48,0	48,0	48,0
	ΤΕΙ	78	52,0	52,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 3 - Εκπαιδευτικό Ίδρυμα

Α4.Εθνικότητα

ΕΛΛΗΝΙΚΗ	ΑΛΛΗ ΧΩΡΑ ΕΝΤΟΣ ΕΕ	ΑΛΛΗ ΧΩΡΑ ΕΚΤΟΣ ΕΕ

Από τα 150 άτομα που ερωτήθηκαν, το 86,7% (130 άτομα) δήλωσαν πως ήταν Ελληνικής καταγωγής, το 11,3% (17 άτομα) δήλωσαν πως προέρχονταν από χώρες εκτός Ε.Ε. και το 2% (3 άτομα) δήλωσαν πως προέρχονταν από χώρες εντός της Ε.Ε.

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΕΛΛΑΔΑ	130	86,7	86,7	86,7
	ΧΩΡΑ ΕΚΤΟΣ ΕΕ	17	11,3	11,3	98,0
	ΧΩΡΑ ΕΝΤΟΣ ΕΕ	3	2,0	2,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 4 - Εθνικότητα φοιτητή

Α5.Επάγγελμα πατέρα

Άνεργος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Δημόσιος Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Συνταξιούχος

Σχετικά με την εργασιακή κατάσταση του πατέρα τους, οι ερωτώμενοι δήλωσαν:

- Κατά ποσοστό 28% (42 άτομα) πως ο πατέρας τους εργάζεται ως ιδιωτικός υπάλληλος.
- Κατά ποσοστό 31,3% (47 άτομα) πως ο πατέρας τους εργάζεται ως δημόσιος υπάλληλος.
- Κατά ποσοστό 28% (42 άτομα) πως ο πατέρας τους εργάζεται ως ελεύθερος επαγγελματίας.
- Κατά ποσοστό 7,3% (11 άτομα) πως ο πατέρας τους δεν εργάζεται (άνεργος).
- Κατά ποσοστό 5,3% (8 άτομα) πως ο πατέρας τους είναι συνταξιούχος.

ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΑΤΕΡΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ιδιωτικός Υπάλληλος	42	28,0	28,0	28,0
	Δημόσιος Υπάλληλος	47	31,3	31,3	59,3
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	42	28,0	28,0	87,3
	Άνεργος	11	7,3	7,3	94,7
	Συνταξιούχος	8	5,3	5,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 5 - Εργασιακή κατάσταση πατέρα

Α6. Επάγγελμα μητέρας

Άνεργη	Οικοκυρικά	Ιδιωτική Υπάλληλος	Δημόσιος Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Συνταξιούχος

Όσο αφορά την επαγγελματική δραστηριότητα της μητέρας τους, οι ερωτώμενοι δήλωσαν:

- Κατά ποσοστό 40,7% (61 άτομα) πως η μητέρα τους εργάζεται ως ιδιωτική υπάλληλος.
- Κατά ποσοστό 19,3% (29 άτομα) πως η μητέρα τους εργάζεται ως δημόσιος υπάλληλος.
- Κατά ποσοστό 28% (42 άτομα) πως η μητέρα τους εργάζεται ως ελεύθερος επαγγελματίας.
- Κατά ποσοστό 3,3% (5 άτομα) πως η μητέρα τους δεν εργάζεται (άνεργη).
- Κατά ποσοστό 6% (9 άτομα) πως η μητέρα τους είναι συνταξιούχος.
- Κατά ποσοστό 2,7% (4 άτομα) πως η μητέρας τους ασχολείται με τα οικοκυρικά.

ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΜΗΤΕΡΑΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ιδιωτική Υπάλληλος	61	40,7	40,7	40,7
	Δημόσιος Υπάλληλος	29	19,3	19,3	60,0
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	42	28,0	28,0	88,0
	Άνεργη	5	3,3	3,3	91,3
	Συνταξιούχος	9	6,0	6,0	97,3
	Οικοκυρικά	4	2,7	2,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 6 - Εργασιακή κατάσταση μητέρας

Οι παραπάνω πληροφορίες (πίνακες 5 και 6) είναι αρκετά χρήσιμες για το προφίλ της οικονομικής κατάστασης της οικογένειας του φοιτητή και για μια ενδεχόμενη σύγκριση με το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα που δήλωσαν πως έχουν σε επόμενη ερώτηση.

A7. Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα:

0-10.000	10.000-15.000	15.000-20.000	20.000-30.000	30.000<

Το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα των ερωτηθέντων, σύμφωνα με τις απαντήσεις που έδωσαν, παρουσιάζει τα υψηλότερα ποσοστά στις κατηγορίες 10.000-15.000 με ποσοστό 40% (60 άτομα) και 15.000-20.000 με ποσοστό 28,7% (43 άτομα) ενώ ακολουθούν οι κατηγορίες 0-10.000 με ποσοστό 13,3% (20 άτομα), 20.000-30.000 με ποσοστό 11,3% (17 άτομα) και τέλος η κατηγορία με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα άνω των 30.000 ευρώ με ποσοστό 6,7% (10 άτομα)

ΕΙΣΟΔΗΜΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0-10.000	20	13,3	13,3	13,3
10.000-15.000	60	40,0	40,0	53,3
15.000-20.000	43	28,7	28,7	82,0
20.000-30.000	17	11,3	11,3	93,3
>30.000	10	6,7	6,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 7 - Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα

A8. Το σπίτι που διαμένετε είναι:

Ιδιόκτητο	Νοικιασμένο

Σχετικά με την στέγη που διαμένουν, οι ερωτηθέντες απάντησαν σε ποσοστό 96.7% (145 άτομα) πως είναι νοικιασμένα, ενώ σε ποσοστό 3,3% (5 άτομα) απάντησαν πως είναι ιδιόκτητη. Η πληροφορία αυτή είναι χρήσιμη καθώς φαίνεται πως η συντριπτική πλειοψηφία των σπουδαστών όταν ξεκίνησαν την φοιτητική περίοδο της ζωής τους στη Θεσσαλονίκη, κλήθηκαν να αναζητήσουν το προϊόν “στέγη” και να καλύψουν την ανάγκη τους αυτή ενοικιάζοντας τον κατάλληλο χώρο (είτε διαμέρισμα, είτε δωμάτιο στις εστίες των ιδρυμάτων, είτε δωμάτιο ξενοδοχείου), δεδομένο που εντάσσει το θέμα “ΣΤΕΓΗ” μέσα στον οδηγό.

ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Νοικιασμένο	145	96,7	96,7	96,7
	Ιδιόκτητο	5	3,3	3,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 8 - Διαμονή

A9. Μένετε:

Μόνος/μόνη	Φιλοξενείστε από συγγενείς	Με συγκάτοικο	Στην εστία

Οι ερωτηθέντες, κατά πλειοψηφία, δήλωσαν πως μένουν μόνοι με ποσοστό 71,3% (107 άτομα), ενώ σε ποσοστό 17,3% (26 άτομα) ήταν αυτοί που δήλωσαν πως μένουν με συγκάτοικο. Τέλος, το 11,3% (17 άτομα) των ερωτηθέντων δήλωσαν πως διαμένουν στην εστία.

MENETE:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μόνος/μόνη	107	71,3	71,3	71,3
	Με συγκάτοικο	26	17,3	17,3	88,7
	Στην εστία	17	11,3	11,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 9 - Διαμονή: Μόνος-η / Με συγκάτοικο / Στην εστία

A10. Εργάζεστε παράλληλα με τις σπουδές σας;

ΝΑΙ	ΟΧΙ

Από τα 150 άτομα, στο σύνολο, που ερωτήθηκαν εάν εργάζονται παράλληλα με τις σπουδές τους, οι μισοί ακριβώς (δηλαδή σε ποσοστό 50%, το οποίο αντιστοιχεί σε 75 άτομα) απάντησαν θετικά στην ερώτηση και οι το υπόλοιπο 50% (επίσης 75 άτομα) απάντησε αρνητικά στην ερώτηση.

Επειδή στους ερωτώμενους δεν ζητήθηκε σε επόμενη ερώτηση να αποσαφηνίσουν τους λόγους για τους οποίους ήθελαν ή έπρεπε να εργαστούν, αυτό που θα ενδιέφερε είναι μια σύγκριση των απαντήσεων στις ερωτήσεις που αφορούν στο εάν ο φοιτητής εργάζεται και στο ποιός τάξεως είναι το οικογενειακό του εισόδημα, έτσι ώστε να ελεγχθεί εάν υπάρχει κάποιο μοτίβο γύρω από το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα αυτών που δήλωσαν πως εργάζονται σε σύγκριση με αυτούς που δεν εργάζονται. Είναι πολύ πιθανό, δηλαδή, για λόγους που σχετίζονται με την παρούσα οικονομική κατάσταση και κρίση, το χαμηλότερο ή υψηλότερο ετήσιο οικογενειακό εισόδημα να είναι ένας παράγοντας που ίσως και να παίζει κάποιο ρόλο στην απόφαση που θα πάρει ο σπουδαστής σχετικά με το εάν θα εργαστεί ή όχι κατά τη διάρκεια των σπουδών του.

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΟΧΙ	75	50,0	50,0	50,0
	ΝΑΙ	75	50,0	50,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 10 - Εργασιακή κατάσταση φοιτητή

Στον Πίνακα 11 που ακολουθεί, παρουσιάζονται τα ποσοστά κατανομής των φοιτητών που εργάζονται και αυτών που δεν εργάζονται κατά τη διάρκεια των σπουδών τους, ανάλογα με την κατηγορία του ετήσιου οικογενειακού εισοδήματος στο οποίο δήλωσαν πως ανήκουν και τα αποτελέσματα είναι αξιοσημείωτα.

Από τις απαντήσεις των ερωτώμενων φαίνεται πως τα μεγαλύτερα ποσοστά από αυτούς που δήλωσαν πως εργάζονται, ανήκουν σε οικογένειες με χαμηλό οικογενειακό εισόδημα.

Πιο συγκεκριμένα:

- Το 13,3% των ατόμων (20 από τους 150) που δήλωσαν πως ανήκουν σε οικογένειες με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα από 0-10.000€, αποτελείται εξολοκλήρου από σπουδαστές που εργάζονται παράλληλα με τις σπουδές τους.
- Το 40% των ατόμων (60 από τους 150) που δήλωσαν πως ανήκουν σε οικογένειες με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα από 10.000-15.000€, αποτελείται κατά 22,7% (34 άτομα) από σπουδαστές που δήλωσαν πως εργάζονται κατά τη διάρκεια των σπουδών τους και κατά 17,3% (26 άτομα) από σπουδαστές που δήλωσαν πως δεν εργάζονται κατά τη διάρκεια των σπουδών τους. Συνεπώς, φαίνεται ότι από τα άτομα που ανήκουν στην κατηγορία οικογενειακού εισοδήματος 10.000-15.000€, παραπάνω από τους μισούς (56,6%) εργάζονται κατά τη διάρκεια των σπουδών τους.
- Το 28,7% των ατόμων (43 από τους 150) που δήλωσαν πως ανήκουν σε οικογένειες με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα από 15.000-20.000€, είναι το άθροισμα του 18% (27 άτομα) που την ίδια στιγμή δήλωσαν πως δεν εργάζονται κατά τη διάρκεια των σπουδών τους και του 10,7% (16 άτομα) που την ίδια στιγμή δήλωσαν πως εργάζονται κατά τη διάρκεια των σπουδών τους. Οι περισσότεροι από τους φοιτητές που δήλωσαν ετήσιο οικογενειακό εισόδημα από 15.000-20.000€, δήλωσαν (το 62,8% αυτών) πως δεν εργάζονται παράλληλα με τις σπουδές τους.
- Το 11,3% των ατόμων (17 από τους 150) που δήλωσαν πως ανήκουν σε οικογένειες με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα από 20.000-30.000€, είναι το άθροισμα του 8,7% (13 άτομα) που ανήκουν στην κατηγορία αυτή και δήλωσαν πως δεν εργάζονται και του 2,7% (4 άτομα) που ανήκουν στην κατηγορία αυτή και δήλωσαν πως εργάζονται. Φαίνεται πως από τα άτομα που ανήκουν σε αυτή την κατηγορία οικογενειακού εισοδήματος, είναι πολύ μεγαλύτερο το ποσοστό αυτών που δεν εργάζονται παράλληλα με τις σπουδές τους (ήτοι το 76,5%).
- Το 6,7% των ατόμων (10 από τους 150) που δήλωσαν πως ανήκουν σε οικογένειες με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα πάνω από 30.000€, αποτελείται από το 6% (9 άτομα) που ανήκει στην κατηγορία αυτή και δήλωσαν πως δεν εργάζονται κατά τη διάρκεια των σπουδών τους και από το 0,7% (1 άτομο) που ανήκει στην κατηγορία αυτή και δήλωσε πως εργάζεται κατά τη διάρκεια των σπουδών του. Φαίνεται πως η συντριπτική πλειοψηφία αυτών που έχουν ετήσιο οικογενειακό εισόδημα πάνω από 30.000€, δήλωσαν πως δεν εργάζονται κατά τη διάρκεια των σπουδών τους.

ΕΡΖΟΜΕΝΟΣ ΦΟΙΤΗΤΗΣ - ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ Crosstabulation

			Income					Total
			0-10.000	10.000-15.000	15.000-20.000	20.000-30.000	>30.000	
Occupation	OXI	Count	0	26	27	13	9	75
		% of Total	0,0%	17,3%	18,0%	8,7%	6,0%	50,0%
	NAI	Count	20	34	16	4	1	75
		% of Total	13,3%	22,7%	10,7%	2,7%	0,7%	50,0%
Total	Count		20	60	43	17	10	150
	% of Total		13,3%	40,0%	28,7%	11,3%	6,7%	100,0%

Πίνακας 11 - Crosstabulation: Εργαζόμενος φοιτητής / Οικογενειακό εισόδημα

A11. Ποιο είναι το ατομικό σας μηνιαίο εισόδημα;

<300	300-500	500-800	800-1000	1000<

Οι μισοί των ερωτηθέντων (δηλαδή το 50,7% ή 76 άτομα) δήλωσαν πως έχουν ατομικό μηνιαίο εισόδημα λιγότερο από 300€, ενώ η κατηγορία που ακολουθεί είναι αυτών που δήλωσαν ατομικό μηνιαίο εισόδημα 500-800€, με ποσοστό 30% (45 άτομα). Το 14,7% (22 άτομα) δήλωσαν πως έχουν ατομικό μηνιαίο εισόδημα 300-500€, ενώ το υπόλοιπο 4,7% (7 άτομα) δήλωσαν από 800-1000€.

ΑΤΟΜΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<300	76	50,7	50,7	50,7
	300-500	22	14,7	14,7	65,3
	500-800	45	30,0	30,0	95,3
	800-1.000	7	4,7	4,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 12 - Ατομικό εισόδημα φοιτητή

A12. Το ατομικό σας εισόδημα σας επιτρέπει να είστε οικονομικά ανεξάρτητοι;

ΝΑΙ	ΟΧΙ

Το 60,0% των φοιτητών (90 άτομα) δήλωσαν πως το ατομικό τους εισόδημα δεν τους επιτρέπει να είναι οικονομικά ανεξάρτητοι, ενώ το υπόλοιπο 40,0% (60 άτομα) δήλωσαν πως μπορούν να είναι οικονομικά ανεξάρτητοι.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ/-Η

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΟΧΙ	90	60,0	60,0	60,0
	ΝΑΙ	60	40,0	40,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 13 - Οικονομικά ανεξάρτητος/η

B1. Ποιες δυσκολίες αντιμετωπίσατε κατά το πρώτο έτος σπουδών σας στη Θεσσαλονίκη;

Οι φοιτητές ερωτήθηκαν και για τις δυσκολίες που αντιμετώπισαν κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους σχετικά με θέματα της καθημερινότητάς τους (όπως για παράδειγμα η εύρεση κατοικίας και εργασίας, η εξοικείωση με τον χώρο του Πανεπιστημίου, η πρόσβαση σε μέσα μεταφοράς και πολλά άλλα που παρατίθενται παρακάτω), καθώς επίσης και για θέματα που αφορούσαν στη γνωριμία και εξοικείωσή τους με την πόλη (δρόμοι, βουνά, μνημεία, αξιοθέατα, στέκια φοιτητών κ.α.) και στο πόσο εύκολα εγκλιματίστηκαν κατά την πρώτη περίοδο διαμονής τους εκεί.

Συγκεκριμένα, το 44,7% (67 άτομα) δήλωσαν πως αντιμετώπισαν λίγες δυσκολίες με το γεωγραφικό προσδιορισμό της πόλης (δρόμοι κ.α.), το 34,7% (52 άτομα) δήλωσαν “μέτρια” στις δυσκολίες που συνάντησαν κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους σχετικά με τον γεωγραφικό προσδιορισμό, ενώ το υπόλοιπο 20,7% (31 άτομα) δήλωσαν πως δεν βρήκαν καμία δυσκολία στον τομέα αυτό.

Γεωγραφικός προσδιορισμός (δρόμοι κ.α.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	31	20,7	20,7	20,7
	ΛΙΓΟ	67	44,7	44,7	65,3
	METPIA	52	34,7	34,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 14 - Δυσκολίες στον γεωγραφικό προσδιορισμό

Σχετικά με τις δυσκολίες που δήλωσαν πως αντιμετώπισαν οι φοιτητές με τα γεωφυσικά χαρακτηριστικά του τόπου (βουνά, ποτάμια, θάλασσες κ.α.) κατά το πρώτο έτος σπουδών τους στη Θεσσαλονίκη, οι απαντήσεις χωρίζονται σε δυο κατηγορίες: το 53,3% (80 άτομα) των φοιτητών δήλωσαν πως είχαν λίγες δυσκολίες στην εξοικείωσή τους με τα γεωφυσικά χαρακτηριστικά της πόλης, ενώ το υπόλοιπο 46,7% (70 άτομα) δήλωσαν πως συνάντησαν σε μέτριο βαθμό τις δυσκολίες αυτές.

Γεωφυσικά χαρακτηριστικά (βουνά, ποτάμια, θάλασσες κ.α.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	80	53,3	53,3	53,3
	METPIA	70	46,7	46,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 15 - Δυσκολίες στα γεωφυσικά χαρακτηριστικά

Το 47,3% (71 άτομα) των φοιτητών δήλωσαν πως κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους στη Θεσσαλονίκη δεν αντιμετώπισαν καμία δυσκολία με την ιστορία της πόλης, ενώ το υπόλοιπο 52,7% (79 άτομα) δήλωσαν πως αντιμετώπισαν λίγες δυσκολίες.

Ιστορία της πόλης

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	71	47,3	47,3	47,3
	ΛΙΓΟ	79	52,7	52,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 16 - Δυσκολία με την ιστορία της πόλης

Σχετικά με τις δυσκολίες που αντιμετώπισαν με τα μνημεία και τα αξιοθέατα του τόπου οι φοιτητές κατά την πρώτη περίοδο εγκατάστασής τους στη Θεσσαλονίκη, το 26% (39 άτομα) δήλωσαν πως δεν βρήκαν καμία δυσκολία, το 33,3% (50 άτομα) δήλωσαν πως είχαν λίγες δυσκολίες και το υπόλοιπο 40,7% (61 άτομα) δήλωσαν πως συνάντησαν σε μέτριο βαθμό τις δυσκολίες αυτές.

Μνημεία – αξιοθέατα

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	39	26,0	26,0	26,0
ΛΙΓΟ	50	33,3	33,3	59,3
METPIA	61	40,7	40,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 17 - Δυσκολίες με τα Μνημεία/Αξιοθέατα

Όταν οι φοιτητές ερωτήθηκαν για τις δυσκολίες που αντιμετώπισαν κατά την εύρεση πολιτιστικών κέντρων, συλλόγων, εκδηλώσεων κ.α., το 46% από αυτούς (69 άτομα) απάντησαν “METPIA”, ενώ το 32,7% (49 άτομα) δήλωσαν “ΛΙΓΟ” και το 21,3% (32 άτομα) δήλωσαν πως δεν βρήκαν καμία δυσκολία.

Πολιτιστικά κέντρα, σύλλογοι, εκδηλώσεις κ.α.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	32	21,3	21,3	21,3
ΛΙΓΟ	49	32,7	32,7	54,0
METPIA	69	46,0	46,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 18 - Δυσκολίες με πολιτιστικά κέντρα, συλλόγους κ.α.

Όταν οι φοιτητές ερωτήθηκαν για το πόσο δυσκολεύτηκαν στην εύρεση εργασίας κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους στη Θεσσαλονίκη, οι περισσότεροι δήλωσαν “METPIA” (συγκεκριμένα το 34% - 51 άτομα) και “ΠΟΛΥ” (το 39,3% - 59 άτομα), ενώ το 11,3% (17 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν πάρα πολύ και το υπόλοιπο 15,3% (23 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν λίγο.

Εύρεση εργασίας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	23	15,3	15,3	15,3
	ΜΕΤΡΙΑ	51	34,0	34,0	49,3
	ΠΟΛΥ	59	39,3	39,3	88,7
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	17	11,3	11,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 19 - Δυσκολία στην εύρεση εργασίας

Όταν οι φοιτητές ερωτήθηκαν για το πόσο δυσκολεύτηκαν στην εύρεση κατοικίας κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους στη Θεσσαλονίκη, όλοι δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν σε κάποιο βαθμό. Κανείς δεν δήλωσε πως η εύρεση κατοικίας του φάνηκε εύκολο ζήτημα. Συγκεκριμένα, το 56,7% (85 άτομα) σημείωσαν πως δυσκολεύτηκαν πολύ και το 43,3% (65 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν μετρίως.

Εύρεση κατοικίας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΜΕΤΡΙΑ	65	43,3	43,3	43,3
	ΠΟΛΥ	85	56,7	56,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 20 - Δυσκολία στην εύρεση κατοικίας

Για το εάν αντιμετώπισαν δυσκολίες οι φοιτητές κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους στη Θεσσαλονίκη σχετικά με την εύρεση των περιοχών με τα εμπορικά καταστήματα, το 55,3% από αυτούς (83 άτομα) δήλωσαν πως είχαν αρκετές δυσκολίες, το 30,7% (46 άτομα) δήλωσαν πως είχαν λίγες δυσκολίες, το 12,7% (19 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν πολύ και το υπόλοιπο 1,3% (2 άτομα) δήλωσαν πως δεν δυσκολεύτηκαν καθόλου.

Περιοχές με εμπορικά καταστήματα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	2	1,3	1,3	1,3
	ΛΙΓΟ	46	30,7	30,7	32,0
	ΜΕΤΡΙΑ	83	55,3	55,3	87,3
	ΠΟΛΥ	19	12,7	12,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 21 - Δυσκολίες με τα εμπορικά καταστήματα

Όταν οι φοιτητές ερωτήθηκαν για το πόσο δυσκολεύτηκαν με τις δημόσιες υπηρεσίες της περιοχής κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους εκεί, το 34% (51 άτομα) αποκρίθηκαν πως δυσκολεύτηκαν λίγο, το 33,3% (50 άτομα) είπαν πως δυσκολεύτηκαν μέτρια και το υπόλοιπο 32,7% (49 άτομα) δήλωσαν πως δεν δυσκολεύτηκαν καθόλου.

Δημόσιες υπηρεσίες (δήμος, νομαρχία κ.α.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	49	32,7	32,7	32,7
	ΛΙΓΟ	51	34,0	34,0	66,7
	ΜΕΤΡΙΑ	50	33,3	33,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 22 - Δυσκολία με τις δημόσιες υπηρεσίες

Σχετικά με την ενημέρωσή τους για τα μέσα μεταφοράς (ώρες, διαδρομές, συχνότητα δρομολογίων, προμήθεια εισιτηρίου κ.α.) και την πρόσβαση σε αυτά (τοποθεσία στάσεων, σταθμών κ.α.), το 42,7% (63 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν μέτρια, το 30,7% (46 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν πολύ, το 21,3% (32 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν λίγο και το υπόλοιπο 6% (9 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν πάρα πολύ.

Πρόσβαση σε μέσα μεταφοράς

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	32	21,3	21,3	21,3
	ΜΕΤΡΙΑ	63	42,0	42,0	63,3
	ΠΟΛΥ	46	30,7	30,7	94,0
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	9	6,0	6,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 23 - Δυσκολία στην πρόσβαση στα ΜΜΜ

Οι περισσότεροι φοιτητές, (το 46,7% - 70 άτομα) δήλωσαν “ΜΕΤΡΙΑ” στις δυσκολίες που είχαν με την εξοικείωσή τους με τον χώρο του Πανεπιστημίου, ενώ το 33,3% (50 άτομα) δήλωσαν πως είχαν πολλές δυσκολίες. Αντιθέτως, το 20% (30 άτομα) είπαν πως δυσκολεύτηκαν λίγο.

Εξοικείωση με τον χώρο του Πανεπιστημίου

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	30	20,0	20,0	20,0
	ΜΕΤΡΙΑ	70	46,7	46,7	66,7
	ΠΟΛΥ	50	33,3	33,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 24 - Δυσκολία στην εξοικείωση με τον χώρο των Ιδρυμάτων (ΑΕΙ/ΤΕΙ)

Σχετικά, όμως, με την εξοικείωσή τους με τον τρόπο λειτουργίας του Πανεπιστημίου (μαθήματα – ωράρια –εξεταστική κ.α.), το 56% (84 άτομα) είπαν πως δυσκολεύτηκαν μέτρια, το 30% (45 άτομα) είπαν πως δυσκολεύτηκαν πολύ και το 14% (21 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν λίγο.

Εξοικείωση με τον τρόπο λειτουργίας του Πανεπιστημίου – μαθήματα – ωράρια –εξεταστική

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	21	14,0	14,0	14,0
	ΜΕΤΡΙΑ	84	56,0	56,0	70,0
	ΠΟΛΥ	45	30,0	30,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 25 - Δυσκολίες στην εξοικείωση με τον τρόπο λειτουργίας των ιδρυμάτων (ΑΕΙ/ΤΕΙ)

Για να εντοπίσουν τα στέκια των φοιτητών κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους, οι ερωτώμενοι δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν : “ΜΕΤΡΙΑ” σε ποσοστό 47,3% (71 άτομα), “ΠΟΛΥ” σε ποσοστό 28,7% (43 άτομα), “ΛΙΓΟ” σε ποσοστό 23,3% (35 άτομα) και “ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ” σε ποσοστό 7% (1 άτομο).

Στέκια φοιτητών

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	35	23,3	23,3	23,3
	ΜΕΤΡΙΑ	71	47,3	47,3	70,7
	ΠΟΛΥ	43	28,7	28,7	99,3
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	1	,7	,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 26 - Δυσκολίες κατά την αναζήτηση για φοιτητικά στέκια

Σχεδόν κανένα ή πολύ μικρό πρόβλημα φαίνεται να είχαν οι φοιτητές στο να βρουν δραστηριότητες (σεμινάρια, ξένες γλώσσες, φωτογραφία κ.α.). συγκεκριμένα το 42,7% (64 άτομα) δήλωσαν πως δεν δυσκολεύτηκαν καθόλου, το 38,7% (58 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν λίγο και το υπόλοιπο 18,7% (28 άτομα) δήλωσαν πως δυσκολεύτηκαν μέτρια.

Δραστηριότητες (σεμινάρια, ξένες γλώσσες, φωτογραφία κ.α.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	64	42,7	42,7	42,7
	ΛΙΓΟ	58	38,7	38,7	81,3
	ΜΕΤΡΙΑ	28	18,7	18,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 27 - Δυσκολίες με τις φοιτητικές δραστηριότητες

Γ1. Πού ξοδεύετε τα περισσότερα χρήματα;

Οι φοιτητές, στο σημείο αυτό, κλήθηκαν, με τη βοήθεια της χρήσης μιας 4βάθμιας κλίμακας (καθόλου / λίγο / πολύ / πάρα πολύ), να διευκρινίσουν, στο βαθμό που αυτό είναι εφικτό, σε ποιους τομείς, από αυτούς που τους παρατίθενται, ξοδεύουν τα περισσότερα από τα χρήματά τους.

Έτσι, η συντριπτική πλειοψηφία των φοιτητών που συμμετείχαν στην έρευνα, συγκεκριμένα το 85,4% (128 άτομα) από αυτούς, δήλωσαν πως από τα χρήματά τους πολύ ποσοστό (44,7% - 67 άτομα) έως πάρα πολύ (40,7% - 61 άτομα) το ξοδεύουν στο ενοίκιο. Ήταν πολύ λίγοι εκείνοι (14,7% - 22 άτομα) που υποστήριξαν πως ξοδεύουν στο ενοίκιο πολύ μικρό ποσοστό χρημάτων (11,3% - 17 άτομα) ή καθόλου χρήματα για αυτό (3,3% - 5 άτομα).

Ενοίκιο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	5	3,3	3,3	3,3
	ΛΙΓΟ	17	11,3	11,3	14,7
	ΠΟΛΥ	67	44,7	44,7	59,3
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	61	40,7	40,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 28 - Έξοδα για ενοίκιο

Αντιθέτως, σε αθροισμένο ποσοστό 68% επί του συνόλου των συμμετεχόντων στην έρευνα, δηλαδή 102 άτομα, δήλωσαν πως ξοδεύουν λίγο (25,3% - 38 άτομα) ή μέτρια (42,7% - 64 άτομα) στη διατροφή τους. Το υπόλοιπο 32% αυτών (48 άτομα) θεωρούν πως ξοδεύουν πολλά για τη διατροφή τους.

Διατροφή

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	38	25,3	25,3	25,3
	ΜΕΤΡΙΑ	64	42,7	42,7	68,0
	ΠΟΛΥ	48	32,0	32,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 29 - Έξοδα για διατροφή

Όταν οι φοιτητές απάντησαν για τα έξοδα που κάνουν στα εισιτήρια των συγκοινωνιών, η πλειοψηφία, σε ποσοστό 68% (102 άτομα) δήλωσαν πως ξοδεύουν “ΛΙΓΟ” (32% - 48 άτομα) ή “ΜΕΤΡΙΑ” (36% - 54 άτομα) στις μετακινήσεις με τις συγκοινωνίες. Το υπόλοιπο 32% των ερωτηθέντων (48 άτομα) φαίνεται να χρησιμοποιούν περισσότερο τις συγκοινωνίες για τη μετακίνησή τους, καθώς απάντησαν πως ξοδεύουν “ΠΟΛΥ” στα εισιτήρια των συγκοινωνιών.

Εισιτήρια συγκοινωνιών

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	48	32,0	32,0	32,0
	ΜΕΤΡΙΑ	54	36,0	36,0	68,0
	ΠΟΛΥ	48	32,0	32,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 30 - Έξοδα για εισιτήρια συγκοινωνιών

Σχετικά με τη διασκέδασή τους οι φοιτητές που συμμετείχαν στην έρευνά μας, φαίνεται να ξοδεύουν αρκετά στον τομέα αυτό, καθώς το 79,3% από αυτούς (119 άτομα) δήλωσαν πως διαθέτουν “ΠΟΛΥ” (43,3% - 65 άτομα) ή “ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ” (36% - 54 άτομα) από το διαθέσιμο εισόδημά τους για να διασκεδάσουν. Αντιθέτως, ενδιαφέρον είναι το γεγονός πως κανένας δεν απάντησε “ΚΑΘΟΛΟΥ” ή “ΛΙΓΟ”, μα μόνο το υπόλοιπο 20,7% από τους ερωτηθέντες σημείωσαν πως ξοδεύουν “ΜΕΤΡΙΑ” στη διασκέδασή τους.

Διασκέδαση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΜΕΤΡΙΑ	31	20,7	20,7	20,7
	ΠΟΛΥ	65	43,3	43,3	64,0
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	54	36,0	36,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 31 - Έξοδα για διασκέδαση

Όταν οι φοιτητές ερωτήθηκαν εάν πραγματοποιούν έξοδα για να κάνουν ταξίδια, οι μισοί περίπου από αυτούς, σε ποσοστό δηλαδή 53,3% (80 άτομα από τα 150), δήλωσαν πως ξοδεύουν “ΛΙΓΟ” στον τομέα αυτό, με το άλλο 28,7% (43 άτομα) να δηλώνουν πως ξοδεύουν “ΜΕΤΡΙΑ”. Μόλις το 6% (9 άτομα) βρέθηκαν να δηλώνουν πως ξοδεύουν “ΠΟΛΥ” από τα χρήματά τους για να κάνουν ταξίδια, ενώ το υπόλοιπο 12% (18 άτομα) δήλωσαν πως δεν διαθέτουν “ΚΑΘΟΛΟΥ” χρηματικές μονάδες από το εισόδημά τους για τον λόγο αυτό.

Ταξίδια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	18	12,0	12,0	12,0
	ΛΙΓΟ	80	53,3	53,3	65,3
	ΜΕΤΡΙΑ	43	28,7	28,7	94,0
	ΠΟΛΥ	9	6,0	6,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 32 - Έξοδα για ταξίδια

Το 69,3% δήλωσαν πως ξοδεύουν “ΛΙΓΟ” (24,7% - 37 άτομα) ή “ΜΕΤΡΙΑ” (44,7% - 67 άτομα) από τα χρήματά τους για να πραγματοποιήσουν αγορές και ψώνια, ενώ το 29,3% (44 άτομα) δήλωσαν πως ξοδεύουν “ΠΟΛΥ” για το λόγο αυτό.

Ψώνια – Αγορές

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	37	24,7	24,7	24,7
	ΜΕΤΡΙΑ	67	44,7	44,7	69,3
	ΠΟΛΥ	44	29,3	29,3	98,7
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	2	1,3	1,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 33 - Έξοδα για ψώνια/αγορές

Στον τομέα αυτό (πάγια έξοδα - ρεύμα, τηλέφωνο κλπ), οι απόψεις των φοιτητών φαίνεται να μοιράζονται περίπου στη μέση για το ποσοστό των χρημάτων που διαθέτουν σε πάγια έξοδα. Πιο συγκεκριμένα, το 62% (93 άτομα) δηλώνουν πως ξοδεύουν “ΛΙΓΟ” (28%) ή “ΜΕΤΡΙΑ” (34%) για να καλύψουν τα πάγια έξοδά τους, ενώ το υπόλοιπο 38% (57 άτομα) δηλώνουν πως ξοδεύουν “ΠΟΛΥ” (27,3%) έως και “ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ” (10,7%) για τον ίδιο λόγο.

Πάγια έξοδα (ρεύμα, τηλέφωνο κλπ)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	42	28,0	28,0	28,0
	ΜΕΤΡΙΑ	51	34,0	34,0	62,0
	ΠΟΛΥ	41	27,3	27,3	89,3
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	16	10,7	10,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 34 - Έξοδα για πάγια σπιτιού

Το συντριπτικό 90% (135 άτομα) των φοιτητών που ερωτήθηκαν για τα χρήματα που ξοδεύουν σε γραφική ύλη, βιβλία και γενικά υλικό για τις σπουδές τους, απάντησαν πως δαπανούν “ΛΙΓΟ” (42%) ή “ΜΕΤΡΙΑ” (48%) στον τομέα αυτό. Αντιθέτως, “ΠΟΛΥ” δήλωσαν μόλις το 10% (15 άτομα).

Γραφική ύλη, βιβλία και γενικά υλικό για τις σπουδές

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΛΙΓΟ	63	42,0	42,0	42,0
	ΜΕΤΡΙΑ	72	48,0	48,0	90,0
	ΠΟΛΥ	15	10,0	10,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 35 - Έξοδα για γραφική ύλη κ.α.

Γ2. Οι αγορές σας επικεντρώνονται συνήθως σε είδη:

Όταν οι φοιτητές ερωτήθηκαν για το κατά πόσο συμφωνούν ή διαφωνούν ότι οι αγορές τους επικεντρώνονται συνήθως σε είδη ένδυσης, το 32,7% (49 άτομα) δήλωσαν πως “μάλλον διαφωνούν”, το 33,3% (50 άτομα) πως “μάλλον συμφωνούν” και το 34% (51 άτομα) πως “συμφωνούν απόλυτα”.

Ένδυση					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΜΑΛΛΟΝ ΔΙΑΦΩΝΩ	49	32,7	32,7	32,7
	ΜΑΛΛΟΝ ΣΥΜΦΩΝΩ	50	33,3	33,3	66,0
	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	51	34,0	34,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 36 - Αγορές για ένδυση

Για το εάν οι αγορές των ερωτώμενων επικεντρώνονται συνήθως σε ηλεκτρονικά είδη (κινητά, παιχνίδια κλπ), προέκυψε ότι το 53,3% από αυτούς (δηλαδή 80 άτομα) “μάλλον διαφωνεί”, το 32% (48 άτομα) “μάλλον συμφωνεί” και το 14,7% (22 άτομα) “συμφωνεί απόλυτα”.

Ηλεκτρονικά είδη (κινητά, παιχνίδια κλπ)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΜΑΛΛΟΝ ΔΙΑΦΩΝΩ	80	53,3	53,3	53,3
	ΜΑΛΛΟΝ ΣΥΜΦΩΝΩ	48	32,0	32,0	85,3
	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	22	14,7	14,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 37 - Αγορές για ηλεκτρονικά είδη

Οι φοιτητές, επίσης, έδειξαν ότι μάλλον δεν ξοδεύουν πολλά σε αγορές που αφορούν βιβλία, καθώς το 55,3% (83 άτομα) από αυτούς “μάλλον διαφωνεί” ότι οι αγορές τους επικεντρώνονται συνήθως σε τέτοιου είδους προϊόντα και το 44,7% (67 άτομα) “μάλλον συμφωνεί”.

Βιβλία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΜΑΛΛΟΝ ΔΙΑΦΩΝΩ	83	55,3	55,3	55,3
	ΜΑΛΛΟΝ ΣΥΜΦΩΝΩ	67	44,7	44,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 38 - Αγορές για βιβλία

Όσο αφορά τις αγορές για καλλυντικά είδη, οι μισοί (49,3% - 74 άτομα) από τους σπουδαστές που συμμετείχαν στην έρευνα “μάλλον διαφωνούν” (29,3%) ή “μάλλον συμφωνούν” (20%) ότι οι αγορές τους αφορούν συνήθως τα εν λόγω είδη, ενώ το υπόλοιπο 50,7% “συμφωνούν απόλυτα” με τη δήλωση αυτή.

Καλλυντικά

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΜΑΛΛΟΝ ΔΙΑΦΩΝΩ	44	29,3	29,3	29,3
	ΜΑΛΛΟΝ ΣΥΜΦΩΝΩ	30	20,0	20,0	49,3
	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	76	50,7	50,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 39 - Αγορές για καλλυντικά

Εντυπωσιακό είναι το αποτέλεσμα της ερώτησης που αφορά στα είδη πρώτης ανάγκης (τρόφιμα κλπ), καθώς το 100% (150 άτομα) των ερωτηθέντων δηλώνουν ότι στις αγορές τους επικεντρώνονται συνήθως σε είδη πρώτης ανάγκης.

Είδη πρώτης ανάγκης (τρόφιμα κλπ)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	150	100,0	100,0	100,0

Πίνακας 40 - Αγορές για είδη α' ανάγκης

Από τις απαντήσεις που δόθηκαν από τους φοιτητές στην ερώτηση για το εάν στις αγορές τους συχνά συμπεριλαμβάνονται εισιτήρια για εκδηλώσεις (θέατρο, φεστιβάλ κ.α.), φαίνεται πως μάλλον τα πολιτιστικά της πόλης ενδιαφέρουν τους περισσότερους φοιτητές, καθώς το 66% (99 άτομα από τα 150) σημείωσαν πως “μάλλον συμφωνούν” ότι κάτι τέτοιο συμβαίνει συχνά, το 27,3% (41 άτομα) σημείωσαν ότι “μάλλον διαφωνούν”, ενώ “διαφωνεί απόλυτα” μόλις το 6,7% (10 άτομα).

Εισιτήρια για εκδηλώσεις (θέατρο, φεστιβάλ κ.α.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	10	6,7	6,7	6,7
	ΜΑΛΛΟΝ ΔΙΑΦΩΝΩ	41	27,3	27,3	34,0
	ΜΑΛΛΟΝ ΣΥΜΦΩΝΩ	99	66,0	66,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 41 - Αγορές για εισιτήρια εκδηλώσεων/συναυλιών κ.α.

Γ3. Στις εξόδους σας πόσο συχνά συνηθίζετε να επιλέγετε τα κάτωθι;

Στην ενότητα αυτή οι φοιτητές έπρεπε να δηλώσουν πόσο συχνά επιλέγουν στην έξοδό τους να βρεθούν σε ένα θέατρο ή κινηματογράφο ή σε μια καφετέρια ή ένα μπαρ ή σε κάποιο κατάστημα fast food ή σε κάποια συναυλία ή μουσική σκηνή.

Φαίνεται ότι το θέατρο δεν αποτελεί συχνή επιλογή στις εξόδους των σπουδαστών, εφόσον το 68,7% (103 άτομα) από αυτούς δήλωσαν πως το επιλέγουν “ΚΑΘΟΛΟΥ” (44%) ή “ΣΠΑΝΙΑ” (24,7%), ενώ το υπόλοιπο 31,3% (47 άτομα) το επιλέγουν “ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ”.

Θέατρο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	66	44,0	44,0	44,0
	ΣΠΑΝΙΑ	37	24,7	24,7	68,7
	ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ	47	31,3	31,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 42 - Θέατρο

Ο κινηματογράφος επιλέγεται “ΣΥΧΝΑ” από το 37,3% (56 άτομα) των φοιτητών στις εξόδους τους και “ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ” από το 30,7% (46 άτομα), ενώ το 32% (48 άτομα) δήλωσαν πως τον επιλέγουν “ΣΠΑΝΙΑ”.

Κινηματογράφος

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΣΠΑΝΙΑ	48	32,0	32,0	32,0
ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ	46	30,7	30,7	62,7
ΣΥΧΝΑ	56	37,3	37,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 43 - Κινηματογράφος

Η καφετέρια φαίνεται να είναι η πιο δημοφιλής επιλογή των φοιτητών στις εξόδους τους, όπως προκύπτει από τις απαντήσεις του συντριπτικού 98,7% των ερωτηθέντων (148 άτομα από τα 150), οι οποίοι δήλωσαν πως την επιλέγουν στις εξόδους τους “ΣΥΧΝΑ” (36%) ή “ΣΧΕΔΟΝ ΠΑΝΤΑ” (62,7%).

Καφετέρια

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ	2	1,3	1,3	1,3
ΣΥΧΝΑ	54	36,0	36,0	37,3
ΣΧΕΔΟΝ ΠΑΝΤΑ	94	62,7	62,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 44 - Καφετέρια

Ομοίως και τα μπαρ αποτελούν μια δημοφιλή επιλογή των φοιτητών, καθώς το 56% (84 άτομα) δήλωσαν πως τα επιλέγουν “ΣΥΧΝΑ” και το 30% (45 άτομα) “ΣΧΕΔΟΝ ΠΑΝΤΑ”.

Μπαρ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ	20	13,3	13,4	13,4
ΣΥΧΝΑ	84	56,0	56,4	69,8
ΣΧΕΔΟΝ ΠΑΝΤΑ	45	30,0	30,2	100,0
Total	149	99,3	100,0	
Missing System	1	,7		
Total	150	100,0		

Πίνακας 45 - Μπαρ

Επίσης, και τα καταστήματα fast food φαίνεται να είναι στις συχνές προτιμήσεις των φοιτητών καθώς όλες οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή ήταν μεταξύ του “ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ” με 52,7% (79 άτομα) και “ΣΥΧΝΑ” με 44% (66 άτομα).

Fast Food		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ	79	52,7	54,5	54,5
	ΣΥΧΝΑ	66	44,0	45,5	100,0
	Total	145	96,7	100,0	
Missing	System	5	3,3		
Total		150	100,0		

Πίνακας 46 - Fast Food

Οι συναυλίες αποτελούν για το 27,3% των φοιτητών “ΣΠΑΝΙΑ” επιλογή, ενώ το 46% τις επιλέγει “ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ”. Μόλις το 20% δήλωσε πως παρακολουθεί “ΣΥΧΝΑ” συναυλίες και το 6,7% “ΚΑΘΟΛΟΥ”, γεγονός που δεν τις κατατάσσει στις συχνές επιλογές των σπουδαστών.

Συναυλίες		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	10	6,7	6,7	6,7
	ΣΠΑΝΙΑ	41	27,3	27,3	34,0
	ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ	69	46,0	46,0	80,0
	ΣΥΧΝΑ	30	20,0	20,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 47 - Συναυλίες

Ομοίως οι μουσικές σκηνές, από το 80% (120 άτομα) των ερωτηθέντων αποτελούν επιλογή “ΚΑΘΟΛΟΥ” (6,7%), “ΣΠΑΝΙΑ” (27,3%) ή “ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ” (46%).

Μουσικές Σκηνές		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	10	6,7	6,7	6,7
	ΣΠΑΝΙΑ	41	27,3	27,3	34,0
	ΚΑΜΙΑ ΦΟΡΑ	69	46,0	46,0	80,0
	ΣΥΧΝΑ	30	20,0	20,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 48 - Μουσικές Σκηνές

Γ4. Τι χρήματα ξοδεύετε το μήνα για τα κάτωθι;

Οι περισσότεροι από τους ερωτώμενους, και πιο συγκεκριμένα το 60,6% (91 άτομα), ξοδεύουν για το ενοίκιό τους από 100 έως 300 ευρώ κάθε μήνα. Περισσότερα από 300€, για τον ίδιο σκοπό, ξοδεύει το 24,7% (37 άτομα) και το υπόλοιπο 14,7% (22 άτομα) δήλωσαν πως ξοδεύουν λιγότερα από 20€ κάθε μήνα.

Ενοίκιο					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	22	14,7	14,7	14,7
	100-200	23	15,3	15,3	30,0
	200-300	68	45,3	45,3	75,3
	300-500	33	22,0	22,0	97,3
	>500	4	2,7	2,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 49 - Δαπάνες για ενοίκιο

Τα έξοδα για το σπίτι (λογαριασμοί, είδη σπιτιού κ.α.) για το 62,7% (94 άτομα) των φοιτητών κυμαίνονται από 50 έως 100 ευρώ κάθε μήνα και για το 23,3% (35 άτομα) είναι από 20 έως 50 ευρώ ανά μήνα. Μόλις το 11,3% (17 άτομα) δήλωσαν πως ξοδεύουν λιγότερα από 20€ κάθε μήνα για να καλύψουν τα έξοδα αυτά.

Έξοδα για το σπίτι (λογαριασμοί, είδη σπιτιού κ.α)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	17	11,3	11,3	11,3
	20-50	35	23,3	23,3	34,7
	50-100	94	62,7	62,7	97,3
	100-200	4	2,7	2,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 50 - Δαπάνες για πάγια

Οι απόψεις χωρίζονται κάπου στη μέση, όταν οι φοιτητές ρωτήθηκαν για το ποσό που διαθέτουν στα είδη πρώτης ανάγκης (τρόφιμα κ.α.). Συγκεκριμένα, το 43,3% (65 άτομα) δήλωσαν πως ξοδεύουν από 50 έως 100 ευρώ στην κατηγορία αυτή, ενώ το 52,7% (79 άτομα) δήλωσαν πως ξοδεύουν αντίστοιχα από 100 έως 200 ευρώ.

Είδη πρώτης ανάγκης (τρόφιμα κ.α)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	50-100	65	43,3	43,3	43,3
	100-200	79	52,7	52,7	96,0
	200-300	6	4,0	4,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 51 - Δαπάνες για είδη α' ανάγκης

Τα έξοδα που δήλωσαν πως πραγματοποιούν οι φοιτητές για ψώνια κάθε μήνα κυμαίνονται από 50 έως 100 ευρώ για το 46% (69 άτομα) των ερωτηθέντων, από 20 έως 50 ευρώ για το 32,7% (49 άτομα) και το πολύ έως 20€ για το 20% (30 άτομα).

Λοιπά ψώνια (ρούχα, καλλυντικά κ.α)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	30	20,0	20,0	20,0
	20-50	49	32,7	32,7	52,7
	50-100	69	46,0	46,0	98,7
	100-200	2	1,3	1,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 52 - Δαπάνες για λοιπά ψώνια

Τα χρήματα που ξοδεύουν οι φοιτητές για αγορές ηλεκτρονικών συσκευών κάθε μήνα, φτάνουν το πολύ στα 20€ για το 64% (96 άτομα) από αυτούς και από 20 έως 50 ευρώ για το 27,3% (41 άτομα).

Αγορές ηλεκτρονικών συσκευών

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	96	64,0	64,0	64,0
	20-50	41	27,3	27,3	91,3
	50-100	13	8,7	8,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 53 - Δαπάνες για αγορές ηλεκτρονικών συσκευών

Για τα χρήματα που διαθέτουν οι φοιτητές για φαγητό εκτός σπιτιού σε μηνιαία βάση,

δήλωσαν κατά 47,3% (71 άτομα) πως ξοδεύουν από 20 έως 50 ευρώ, ενώ το 48% (72 άτομα) δήλωσαν πως ξοδεύουν από 50 έως 100 ευρώ.

Φαγητό εκτός σπιτιού

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	7	4,7	4,7	4,7
	20-50	71	47,3	47,3	52,0
	50-100	72	48,0	48,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 54 - Δαπάνες για φαγητό εκτός σπιτιού

Στη διασκέδασή τους (ποτά κ.α.), φαίνεται πως κάθε μήνα το 37,3% (56 άτομα) των φοιτητών ξοδεύουν από 20 έως 50 ευρώ, ενώ το 62,7% (94 άτομα) διαθέτουν από 50 έως 100 ευρώ.

Διασκέδαση (ποτά κ.α.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-50	56	37,3	37,3	37,3
	50-100	94	62,7	62,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 55 - Δαπάνες για διασκέδαση

Για τον κινηματογράφο, οι φοιτητές σε ποσοστό 48,7% (73 άτομα) ξοδεύουν λιγότερα από 20€ κάθε μήνα, ενώ σε ποσοστό 51,3% (77 άτομα) ξοδεύουν από 20 έως 50 ευρώ.

Κινηματογράφο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	73	48,7	48,7	48,7
	20-50	77	51,3	51,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 56 - Δαπάνες για κινηματογράφο

Παρομοίως κατανέμονται και τα ποσοστά που αφορούν στις δαπάνες για θέατρο, καθώς το 43,3% (65 άτομα) των φοιτητών δηλώνει ότι διαθέτει λιγότερα από 20€ κάθε μήνα για το σκοπό αυτό, ενώ το υπόλοιπο 56,7% (85 άτομα), δηλώνουν πως ξοδεύουν από 20 έως 50 ευρώ.

Θέατρο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	65	43,3	43,3	43,3
	20-50	85	56,7	56,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 57 - Δαπάνες για θέατρο

Οι δαπάνες σε καλλιτεχνικά δρώμενα είναι ακόμη πιο περιορισμένες, καθώς το 56% (84 άτομα) διαθέτουν λιγότερα από 20€ κάθε μήνα, ενώ το 36% (54 άτομα) διαθέτουν από 20 έως 50 ευρώ.

Καλλιτεχνικά (συναυλίες, εκθέσεις ζωγραφικής, μουσεία, θέατρα κα)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	84	56,0	56,0	56,0
	20-50	54	36,0	36,0	92,0
	2	12	8,0	8,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 58 - Δαπάνες σε καλλιτεχνικά δρώμενα

Οι περισσότεροι φοιτητές, σε ποσοστό 60% (90 άτομα), δήλωσαν πως δεν διαθέτουν περισσότερα από 20€ κάθε μήνα σε ταξίδια, ενώ το 34% (51 άτομα) δήλωσαν πως ξοδεύουν για τον λόγο αυτό από 20 έως 50 ευρώ.

Ταξίδια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	90	60,0	60,0	60,0
	20-50	51	34,0	34,0	94,0
	50-100	9	6,0	6,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 59 - Δαπάνες σε ταξίδια

Οι συνδρομές σε γυμναστήρια, αθλητικούς συλλόγους κ.α., φαίνεται να είναι στα τακτικά έξοδα των περισσότερων φοιτητών, καθώς το 31,3% (47 άτομα) από αυτούς ξοδεύουν από 50 έως 100 ευρώ μηνιαίως για αυτό τον λόγο, το 20,7% (31 άτομα) ξοδεύουν από 20 έως 50 ευρώ

και το 48% (72 άτομα) ξοδεύουν το πολύ 20 ευρώ.

Συνδρομή σε γυμναστήρια, αθλητικούς συλλόγους

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	72	48,0	48,0	48,0
	20-50	31	20,7	20,7	68,7
	50-100	47	31,3	31,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 60 - Συνδρομές σε γυμναστήρια κ.α.

Τα έξοδα που κάνουν οι σπουδαστές για βιβλία και λοιπό υλικό, είναι λιγότερα από 20€ για το 50% (75 άτομα) από αυτούς και μεταξύ 20 και 50 ευρώ για το υπόλοιπο 50% (75 άτομα).

Βιβλία και λοιπό υλικό για τις σπουδές

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	75	50,0	50,0	50,0
	20-50	75	50,0	50,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 61 - Δαπάνες για βιβλία και λοιπό υλικό για τις σπουδές

Γ5. Πόσα χρήματα καταφέρνετε να αποταμιεύετε κάθε μήνα;

<50 ευρώ	50-100 ευρώ	100-200 ευρώ	200-300 ευρώ	300-500 ευρώ	500< ευρώ

Τα χρήματα που δήλωσαν πως καταφέρνουν να αποταμιεύουν κάθε μήνα οι φοιτητές είναι λιγότερα από 50€ για το 50% (75 άτομα) από αυτούς και από 50 έως 100 ευρώ για το 36,7% (55 άτομα).

ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΣΗ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<50	75	50,0	50,0	50,0
	50-100	55	36,7	36,7	86,7
	100-200	20	13,3	13,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας 62 - Μηνιαία αποταμίευση

Σε αυτό το σημείο κρίνεται χρήσιμο και ενδιαφέρον να παρατεθούν κάποιοι πίνακες διπλής εισόδου. Οι πίνακες διπλής εισόδου (cross-tabulation tables) είναι κατάλληλοι πίνακες για τη συγκέντρωση και παρουσίαση δεδομένων που αφορούν δυο μεταβλητές. Εμπεριέχουν ποικιλία ελέγχων και μετρήσεων της συσχέτισης των μεταβλητών και μπορούμε έτσι να ελέγξουμε κατά πόσο οι δύο μεταβλητές που εμφανίζονται στον πίνακα είναι εξαρτημένες μεταξύ τους.

Στους πίνακες που ακολουθούν παρακάτω, με σκοπό την ανίχνευση ενδεχόμενου μοτίβου γύρω από ένα γεγονός ή επιλογή του φοιτητή, παρουσιάζονται οι εξής υποθέσεις:

- Τι ύψους οικογενειακό εισόδημα έχουν αυτοί που δήλωσαν πως μένουν μόνοι, αυτοί που δήλωσαν πως μένουν με συγγάτοικο και αυτοί που διαμένουν σε φοιτητική εστία;
- Ποια είναι η εργασιακή κατάσταση του πατέρα των φοιτητών που δήλωσαν πως εργάζονται και αυτών που δήλωσαν πως δεν εργάζονται;
- Ποιο είναι το οικογενειακό εισόδημα των φοιτητών που δήλωσαν οικονομικά ανεξάρτητοι και αυτών που δήλωσαν πως δεν είναι οικονομικά ανεξάρτητοι;

Πιο αναλυτικά, στον πίνακα 63, παρατίθενται τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν όταν οι φοιτητές έπρεπε να απαντήσουν στην ερώτηση εάν μένουν μόνοι ή με συγγάτοικο ή στην εστία και στην ερώτηση που αφορούσε στο ύψος του οικογενειακού τους εισοδήματος. Εδώ, παρατηρήθηκε ένα μοτίβο γύρω από τις δύο μεταβλητές, που ίσως να δημιουργεί μια σχέση μεταξύ του ύψους του οικογενειακού εισοδήματος και της επιλογής ή δυνατότητας του φοιτητή να μείνει μόνος ή με συγγάτοικο ή στην εστία.

MENETE MONOS/MONH - ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ Crosstabulation

			Income					Total
			0-10.000	10.000-15.000	15.000-20.000	20.000-30.000	>30.000	
Stay	Μόνος/μόνη	Count	3	38	40	16	10	107
		% of Total	2,0%	25,3%	26,7%	10,7%	6,7%	71,3%
	Με συγγάτοικο	Count	3	19	3	1	0	26
		% of Total	2,0%	12,7%	2,0%	0,7%	0,0%	17,3%
	Στην εστία	Count	14	3	0	0	0	17
		% of Total	9,3%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	11,3%
Total	Count		20	60	43	17	10	150
	% of Total		13,3%	40,0%	28,7%	11,3%	6,7%	100,0%

Πίνακας 63 – Διπλής εισόδου για «διαμονή / οικογενειακό εισόδημα»

Πιο συγκεκριμένα, μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι:

- Η συντριπτική πλειοψηφία (97,2%) αυτών που επιλέγουν ή έχουν τη δυνατότητα να μένουν μόνοι, δήλωσαν οικογενειακά εισοδήματα από 10.000 ευρώ και πάνω
- Η συντριπτική πλειοψηφία (84,6%) αυτών που δήλωσαν πως μένουν με συγκάτοικο, ανήκουν σε εισοδήματα που φτάνουν το πολύ έως τις 15.000€
- Η συντριπτική πλειοψηφία (70%) αυτών που δήλωσαν πως έχουν οικογενειακό εισόδημα έως 10.000€, δήλωσαν πως κατοικούν στην φοιτητική εστία

Στον πίνακα 64 παρατίθενται τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν όταν οι φοιτητές έπρεπε να απαντήσουν στην ερώτηση εάν εργάζονται και ποια είναι η εργασιακή κατάσταση του πατέρα τους. Εδώ, δε φαίνεται να υπάρχει έντονη σχέση μεταξύ των δυο καταστάσεων, παρά μόνο ότι:

- Όλοι οι φοιτητές που δήλωσαν πως είχαν άνεργο πατέρα, εργάζονταν παράλληλα με τις σπουδές τους
- Οι περισσότεροι φοιτητές που δήλωσαν πως δεν εργάζονται προέρχονται κυρίως από πατέρα ιδιωτικό υπάλληλο ή ελεύθερο επαγγελματία

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΣ ΦΟΙΤΗΤΗΣ - ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΑΤΕΡΑ Crosstabulation

			Occupation_Father					Total
			Ιδιωτικός Υπάλληλος	Δημόσιος Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Άνεργος	Συνταξιούχος	
Occupation ΌΧΙ	Count		24	23	27	0	1	75
	% of Total		16,0%	15,3%	18,0%	0,0%	0,7%	50,0%
NAI	Count		18	24	15	11	7	75
	% of Total		12,0%	16,0%	10,0%	7,3%	4,7%	50,0%
Total	Count		42	47	42	11	8	150
	% of Total		28,0%	31,3%	28,0%	7,3%	5,3%	100,0%

Πίνακας 64 –Διπλής εισόδου για «εργαζόμενος φοιτητής / εργασιακή κατάσταση πατέρα»

Στον πίνακα 65 παρατίθενται τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν όταν οι φοιτητές έπρεπε να απαντήσουν στην ερώτηση εάν είναι οικονομικά ανεξάρτητοι και ποιο είναι το οικογενειακό τους εισόδημα. Στην περίπτωση αυτή παρατηρείται ότι:

- Το 100% των φοιτητών που δήλωσαν πως προέρχονταν από οικογένειες με χαμηλό ετήσιο εισόδημα (το πολύ έως 10.000€), δήλωσαν ταυτόχρονα πως είναι οικονομικά ανεξάρτητοι, γεγονός που σημαίνει ότι όλοι επέλεξαν να εργάζονται παράλληλα με τις σπουδές τους
- Γενικώς, η πλειοψηφία αυτών που δήλωσαν οικονομικά ανεξάρτητοι, φαίνεται να προέρχονται από οικογένειες με χαμηλά ή μεσαίας κλίμακας εισοδήματα
- Σε αυτούς που δήλωσαν πως δεν είναι οικονομικά ανεξάρτητοι, ανήκουν και φοιτητές που δήλωσαν πως εργάζονται κατά τη διάρκεια των σπουδών τους (βλ. πίνακα 64), πράγμα που δείχνει πως κάποιοι από αυτούς δεν είναι σε θέση να καλύψουν όλες τις ανάγκες μόνοι τους.

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ - ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΦΟΙΤΗΤΗΣ Crosstabulation

			Independence		Total
			ΌΧΙ	ΝΑΙ	
Income	0-10.000	Count	0	20	20
		% of Total	0,0%	13,3%	13,3%
	10.000-15.000	Count	36	24	60
		% of Total	24,0%	16,0%	40,0%
	15.000-20.000	Count	33	10	43
		% of Total	22,0%	6,7%	28,7%
	20.000-30.000	Count	13	4	17
		% of Total	8,7%	2,7%	11,3%
	>30.000	Count	8	2	10
		% of Total	5,3%	1,3%	6,7%
Total	Count		90	60	150
	% of Total		60,0%	40,0%	100,0%

Πίνακας 65 – Διπλής εισόδου για «οικογενειακό εισόδημα / οικονομικά ανεξάρτητος φοιτητής»

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας, το προφίλ του μέσου φοιτητή είναι ένα άτομο ηλικίας περίπου 22 ετών (ηλικία η οποία μάλιστα εμφανίζει και τη μεγαλύτερη συχνότητα με ποσοστό 15,3%), Ελληνικής καταγωγής (86,7%) και φοιτά πιθανότατα σε κάποιο ΤΕΙ της Θεσσαλονίκης (52%). Προέρχεται από οικογένεια με πατέρα δημόσιο ή ιδιωτικό υπάλληλο (59,3%) και μητέρα ιδιωτική υπάλληλο (40,7%), με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα από 10.000 έως 15.000 ευρώ (40%). Οι πιθανότητες να εργάζεται ή όχι παράλληλα με τις σπουδές του είναι ακριβώς ίσες (50%) και για τα δύο ενδεχόμενα, ενώ εάν εργάζεται είναι πολύ πιθανό (54%) να ανήκει σε οικογένεια με χαμηλά ή μεσαία ετήσια εισοδήματα (έως 15.000€). Το ατομικό του μηνιαίο εισόδημα είναι λιγότερο από 300€ (50,7%), γεγονός που δεν του επιτρέπει να είναι οικονομικά ανεξάρτητος (60,0%).

Σχετικά με την εγκατάστασή του στην πόλη της Θεσσαλονίκης, ενοικιάζει τη στέγη που διαμένει (96,7%) και μένει μόνος (71,3%). Κατά το πρώτο έτος των σπουδών του, αντιμετώπισε λίγες δυσκολίες με το γεωγραφικό προσδιορισμό της πόλης (δρόμοι κ.α.) (44,7%), λίγες δυσκολίες στην εξοικειώσή του με τα γεωφυσικά χαρακτηριστικά της (53,3%), λίγες δυσκολίες με την ιστορία της (52,7%), σε μέτριο βαθμό δυσκολίες με τα μνημεία και τα αξιοθέατα του τόπου (40,7%), καθώς και με τον εντοπισμό πολιτιστικών κέντρων, συλλόγων, εκδηλώσεων κ.α. (46%). Δυσκολεύτηκε αρκετά στην εύρεση εργασίας (73,3%) και στην εύρεση κατοικίας (56,7%), ομοίως και στην εύρεση των περιοχών με τα εμπορικά καταστήματα (55,3%). Αντιθέτως, λίγο ή καθόλου φαίνεται να δυσκολεύτηκε με τις δημόσιες υπηρεσίες της περιοχής (66,7%) και μέτρια με τα μέσα μεταφοράς (ώρες, διαδρομές, συχνότητα δρομολογίων, προμήθεια εισιτηρίου, τοποθεσία στάσεων, σταθμών κ.α.) (63,3%). Με την εξοικειώσή του με τον χώρο του Πανεπιστημίου αντιμετώπισε προβλήματα σε μέτριο βαθμό (66,7%), ομοίως και με την εξοικειώσή του με τον τρόπο λειτουργίας του Πανεπιστημίου (μαθήματα, ωράρια, εξεταστική κ.α.) (56%). Στο να βρει δραστηριότητες (σεμινάρια, ξένες γλώσσες, φωτογραφία κ.α.) δεν είχε σχεδόν κανένα ή πολύ μικρό πρόβλημα (81,3%).

Δεν ξοδεύει πολλά για τη διατροφή του (68%), ούτε για τις μετακινήσεις του (εισιτήρια των συγκοινωνιών) (68%), ούτε για να κάνει ταξίδια (53,3%), ούτε για να πραγματοποιήσει αγορές και ψώνια (69,3%), ούτε σε γραφική ύλη, βιβλία και γενικά υλικό για τις σπουδές του (90%), ούτε ιδιαιτέρως πολλά χρήματα σε πάγια έξοδα, ρεύμα, τηλέφωνο κλπ (62%). Αντιθέτως, ξοδεύει το μεγαλύτερο μέρος των χρημάτων του στο ενοίκιό του (85,4%) και στη διασκέδασή του (79,3%).

Οι αγορές του επικεντρώνονται συνήθως σε είδη πρώτης ανάγκης (100%), σε είδη ένδυσης (34%), σε καλλυντικά είδη (50,7%) και σε εισιτήρια για εκδηλώσεις (θέατρο, φεστιβάλ κ.α.) (66%). Πραγματοποιεί σπάνια αγορές σχετικά με ηλεκτρονικά είδη (κινητά, παιχνίδια κλπ) (53,3%) και βιβλία (55,3%).

Στις εξόδους του συνηθίζει να επιλέγει συχνά την καφετέρια (98,7%), τα μπαρ (56%), τα καταστήματα fast food (44%) και τον κινηματογράφο (37,3%), ενώ σπανιότερα βρίσκεται σε συναυλίες (46%) και μουσικές σκηνές (46%) και εξαιρετικά σπάνια επισκέπτεται το θέατρο (68,7%).

Μηνιαίως, ξοδεύει για το ενοίκιό του από 100 έως 300 ευρώ (60,6%), για το σπίτι (λογαριασμοί, είδη σπιτιού κ.α.) από 50 έως 100 ευρώ (62,7%), για είδη πρώτης ανάγκης (τρόφιμα κ.α.) από 100 έως 200 ευρώ (52,7%), για ψώνια από 50 έως 100 ευρώ (46%), για αγορές ηλεκτρονικών συσκευών τα έξοδα φτάνουν το πολύ στα 20€ (64%), για φαγητό εκτός σπιτιού από 50 έως 100 ευρώ (48%), για διασκέδαση (ποτά κ.α.) από 50 έως 100 ευρώ (62,7%), για τον κινηματογράφο από 20 έως 50 ευρώ (51,3%), για θέατρο από 20 έως 50 ευρώ (56,7%), σε καλλιτεχνικά δρώμενα διαθέτει λιγότερα από 20€ κάθε μήνα (56%), σε ταξίδια το πολύ έως 20€ κάθε μήνα (60%), για συνδρομές σε γυμναστήρια, αθλητικούς συλλόγους κ.α., από 20 έως 100 ευρώ (52%) και για βιβλία και λοιπό υλικό περίπου στα 20€ (50%). Στο τέλος κάθε μήνα, καταφέρνει να αποταμιεύσει λιγότερα από 50€ (50%).

Γενικώς, φαίνεται η οικονομική του κατάσταση να επηρεάζει αρκετές από τις επιλογές που κάνει κατά τη διάρκεια της φοιτητικής του ζωής (εάν θα εργαστεί, εάν θα μείνει μόνος ή με συγκάτοικο, πόσα θα ξοδέψει για τη διασκέδασή του κ.α.).

ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Περαιτέρω έρευνα για το ζήτημα αυτό θα ήταν ενδιαφέρουσα και χρήσιμη, κυρίως στο να διερευνηθούν i) οι λόγοι για τους οποίους οι φοιτητές δείχνουν τις συγκεκριμένες καταναλωτικές προτιμήσεις και ii) οι παράγοντες από τους οποίους διαμορφώνεται η ιεράρχηση των αναγκών τους, όπως παρατηρήθηκε κατά το παρόν. Ιδιαίτερος ενδιαφέρον θα ήταν να διερευνηθεί εάν αυτό που τους επηρεάζει περισσότερο είναι το διαθέσιμο εισόδημά τους ή οι κοινωνικές τους ανάγκες (ανάγκες για φιλία, αποδοχή, ανάγκες σεβασμού / εκτίμησης / αναγνώρισης από και προς τους άλλους).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

A. Ερωτηματολόγιο Έρευνας

Το παρόν ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε φοιτητές που διανύουν το 1^ο έτος φοίτησής τους στα δημόσια ανώτατα & τεχνολογικά εκπαιδευτικά ιδρύματα στη Θεσσαλονίκη και δεν κατάγονται από εκεί, στα πλαίσια της εκπόνησης διπλωματικής εργασίας του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας για το Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, με θέμα **«Οδηγός επιβίωσης των φοιτητών στην πόλη. Η περίπτωση της Θεσσαλονίκης»**.

Τα στοιχεία θα συλλεχθούν απολύτως ανώνυμα και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τη διαδικασία της ολοκλήρωσης της εν λόγω εργασίας. Δεν υπάρχουν σωστές ή λάθος απαντήσεις. Αυτό που ζητείται από εσάς είναι η προσωπική σας άποψη. Παρακαλώ διαβάστε με προσοχή το παρακάτω ερωτηματολόγιο και δώστε με τη μεγαλύτερη δυνατή ειλικρίνεια, την απάντηση που σας εκφράζει.

Με εκτίμηση, Δήμητρα Ταρνάρη

A. Το προφίλ του φοιτητή

A1. Φύλο

Άντρας	
Γυναίκα	

A2. Ηλικία

18-20	21-23	24-26	27-29	30-34	35-39	40-49	50-59	60<

A3. Φοιτητής 1^{ου} έτους Δημόσιου ΑΕΙ ή ΤΕΙ Θεσσαλονίκης

ΑΕΙ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	ΤΕΙ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ

A4. Εθνικότητα

ΕΛΛΗΝΙΚΗ	ΑΛΛΗ ΧΩΡΑ ΕΝΤΟΣ ΕΕ	ΑΛΛΗ ΧΩΡΑ ΕΚΤΟΣ ΕΕ

A5. Επάγγελμα πατέρα

Άνεργος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Δημόσιος Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Συνταξιούχος

A6. Επάγγελμα μητέρας

Άνεργη	Οικοκυρικά	Ιδιωτική Υπάλληλος	Δημόσιος Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Συνταξιούχος

A7. Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα:

0-10.000	10.000- 15.000	15.000- 20.000	20.000-30.000	30.000<

A8. Το σπίτι που διαμένετε είναι:

Ιδιόκτητο	Νοικιασμένο

A9. Μένετε:

Μόνος/μόνη	Φιλοξενείστε από συγγενείς	Με συγκάτοικο	Στην εστία

A10. Εργάζεστε παράλληλα με τις σπουδές σας;

ΝΑΙ	ΟΧΙ

A11. Ποιο είναι το ατομικό σας μηνιαίο εισόδημα;

<300	300-500	500-800	800-1000	1000<

A12. Το ατομικό σας εισόδημα σας επιτρέπει να είστε οικονομικά ανεξάρτητοι;

ΝΑΙ	ΟΧΙ

B. Δυσκολίες κατά τη φοίτηση σε νέα πόλη

B1. Ποιες δυσκολίες αντιμετωπίσατε κατά το πρώτο έτος σπουδών σας στη Θεσσαλονίκη;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Γεωγραφικός προσδιορισμός (δρόμοι κ.α)					
Γεωφυσικά χαρακτηριστικά (βουνά, ποτάμια, θάλασσες κ.α)					
Ιστορία της πόλης					
Μνημεία - αξιοθέατα					
Πολιτιστικά κέντρα, σύλλογοι, εκδηλώσεις κ.α					
Εύρεση εργασίας					
Εύρεση κατοικίας					
Περιοχές με εμπορικά καταστήματα					
Δημόσιες υπηρεσίες (δήμος, νομαρχία κ.α)					
Πρόσβαση σε μέσα μεταφοράς					
Εξοικείωση με τον χώρο του Πανεπιστημίου					
Εξοικείωση με τον τρόπο λειτουργίας του Πανεπιστημίου – μαθήματα – ωράρια - εξεταστική					
Στέκια φοιτητών					
Δραστηριότητες (σεμινάρια, ξένες γλώσσες, φωτογραφία κ.α)					

Κ. Καταναλωτικές συνήθειες

Γ1. Πού ξοδεύετε τα περισσότερα χρήματα;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Ενοίκιο					
Διατροφή					
Εισιτήρια συγκοινωνιών					
Διασκέδαση					
Ταξίδια					
Ψώνια					
Πάγια έξοδα (ρεύμα, τηλέφωνο κλπ)					
Γραφική ύλη, βιβλία και γενικά υλικό για τις σπουδές					

Γ2. Οι αγορές σας επικεντρώνονται συνήθως σε είδη:

	Διαφωνώ Απόλυτα	Μάλλον Διαφωνώ	Μάλλον Συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ Απόλυτα
Ένδυσης					
Ηλεκτρονικά είδη (κινητά, παιχνίδια κλπ)					
Βιβλία					
Καλλυντικά					
Είδη πρώτης ανάγκης (τρόφιμα κλπ)					
Εισιτήρια για εκδηλώσεις (θέατρο, φεστιβάλ κ.α)					

Γ3. Στις εξόδους σας πόσο συχνά συνηθίζετε να επιλέγετε τα κάτωθι;

	Καθόλου	Σπάνια	Καμιά Φορά	Συχνά	Σχεδόν Πάντα
Θέατρο					
Κινηματογράφο					
Καφετέρια					
Μπαράκι					
Fast Food					
Συναυλίες					
Μουσικές Σκηνές					

Γ4. Τι χρήματα ξοδεύετε το μήνα για τα κάτωθι;

	<20 ευρώ	20-50 ευρώ	50-100 ευρώ	100- 200 ευρώ	200- 300 ευρώ	300- 500 ευρώ	500< ευρώ
Ενοίκιο							
Έξοδα για το σπίτι (λογαριασμοί, είδη σπιτιού κ.α)							
Είδη πρώτης ανάγκης (τρόφιμα κ.α)							
Λοιπά ψώνια (ρούχα, καλλυντικά κ.α)							
Αγορές ηλεκτρονικών συσκευών							
Φαγητό εκτός σπιτιού							
Διασκέδαση (ποτά κ.α)							
Κινηματογράφο							
Θέατρο							
Καλλιτεχνικά (συναυλίες, εκθέσεις ζωγραφικής, μουσεία, θέατρα κ.α)							
Ταξίδια							
Συνδρομή σε γυμναστήρια, αθλητικούς συλλόγους							
Βιβλία και λοιπό υλικό για τις σπουδές							

Γ5. Πόσα χρήματα καταφέρνετε να αποταμιεύετε κάθε μήνα;

<50 ευρώ	50-100 ευρώ	100-200 ευρώ	200-300 ευρώ	300- 500 ευρώ	500< ευρώ

Ευχαριστούμε για τον χρόνο σας

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- **Bandura, A. (1977)**, *“Social Learning Theory”*, Department of Psychology, Stanford University
- **Bandura, A. (1986)**, *“Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory”*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, Αμερική, εκδόσεις PrenticeHall (Englewood Cliffs, N.J.)
- **Bennett, P.D. (1995)**, *“Dictionary of Marketing Terms”*, 2nd edition, Chicago, εκδόσεις American Marketing Association
- **Blackwell, R.D., Miniard P.W, J.F. Engel, (2001)**, *“Consumer Behavior”*, Harcourt College Publishers, (9):5-61
- **Bucklin, R.E., Gupta, S., Siddarth, S. (1998)**, *“Determining segmentation in sales response across consumer purchase behavior”*, Journal of Marketing Research, 35(2):189-198
- **Burt, S. (2000)**, *“The strategic role of retail brands in British grocery retailing”*, European Journal of Marketing, 34(8): 875-890.
- **Council of Europe, (1979)**, *“Consumer education of adults and consumer information”*, Strasbourg
- **David, B. (2006)**, *“Εισαγωγή στην Οικονομική”*, Τόμος Α, Εκδόσεις Κριτική, Κεφ.5^ο, Ενότητα: Η επίδραση των προτιμήσεων στις επιλογές του καταναλωτή και Ενότητα: Εισοδηματικός Περιορισμός
- **Deutsch, N.,L., Theodorou, E., (2009)**, *“Aspiring, Consuming, Becoming: Youth Identity in a Culture of Consumption”*, Youth & Society
- **Foxman, E.R., Muehling, D.D., Berger, P.W. (1990)**, *“An investigation of factors contributing to consumer brand confusion”*, The Journal of Consumer Affairs, 24(1):170-189
- **Fischer, E., Arnold, S.J. (1994)**, *“Sex, gender identity, gender role attitudes, and consumer behavior”*, Psychology and Marketing, March/April:163-82.
- **Hawkins, D.I, Best R.J, K.A Coney (2001)**, *“Consumer Behavior- Building Marketing Strategy”*, Irwin / McGrawhill,(8):5-31.
- **Jacoby, J. (1977)**, *“The Emerging Behavioral Process Technology in Consumer Decision-Making Research”*, in NA - Advances in Consumer Research Volume 04, eds. William D. Perreault, Jr., Atlanta, GA : Association for Consumer Research, Pages: 263-265
- **Lesser J.A, Hughes, M.A. (1986)**, *“Towards a Typology of Shoppers”*, Business

Horizons, (10):56-62.

- **Maslow, A. H.**, (1943), "*A Theory of Human Motivation*", Psychological Review, 50(4), 370-96
- **Maslow, A. H.**, (1970a), "*Motivation and personality*", New York: Harper & Row
- **Mitchell, A.M., Jones, B.G., Krumboltz, J.D.** (1979), "*Social Learning and Career Decision*", Journal of career development, 23(2): 111-125.
- **Moschis, G.P., Churchill, G.A.Jr.**, (1978), "*Consumer socialization: a theoretical and empirical analysis*", Journal of Marketing Research, 15(4):599-609.
- **Moschis, G.P., Smith, R.B.** (1985), "*Consumer socialization: origins, trends and directions for future research*, in Tan, C .T. and Sheth, J.N. (Eds), *Historical Perspective in Consumer Research: National and International Perspectives*", Association for Consumer Research, Singapore, 13(9): 275-81.
- **Sproles G., E. Kendall** (1986), "*A methodology for profiling consumer's decision making Styles*", The Journal of Consumer Affairs, 20: 267- 280.
- **Statt, D.A.**, (1997), "*Understanding the Consumer: A Psychological Approach*", USA: εκδόσεις MacMillan.
- **Zollo, P.** (1995), "*Wise Up to Teens*, New Strategists Publications", New York, εκδόσεις Ithaca.
- **Μαγνησάλης, Κ.** (1997), "*Η συμπεριφορά του καταναλωτή*", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- **Μπαλτάς, Γ.** (2008), "*Σημαντικές αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά*", Το Βήμα, Αθήνα
- **Σιώμοκος, Γ.** (1999), "*Στρατηγικό Μάρκετινγκ*", Αθήνα, Εκδόσεις ΑΘ. Σταμούλη.
- **Θεοφανίδης, Φ.** (2011), "*Συμπεριφορά Καταναλωτή*", www.unipi.gr.
- Σεμινάριο Ειδικά Θέματα Περιφερειακής Πολιτικής, Τμήμα Τοπικής Αυτοδιοίκησης & Περιφερειακής Ανάπτυξης της Εθνικής Σχολής Δημόσιας Διοίκησης, "*Ο Ρόλος της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης στην Περιφερειακή Ανάπτυξη: Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης*"

Ηλεκτρονικές διευθύνσεις

- <http://goneoutdoors.com/write-survival-guide-5427360.html>
- https://www.trails.com/how_30755_write-survival-guide.html
- <http://dictionary.reverso.net/english-cobuild/survival%20guide>

- <http://www.investopedia.com/terms/c/cost-of-living.asp>
- <https://www.britannica.com/topic/cost-of-living>
- https://www.numbeo.com/cost-of-living/country_result.jsp?country=Greece
- <https://www.vice.com/gr/article/ypmygy/odigos-tou-vice-gia-ti-foititiki-zwi-stin-thessaloniki-2014>
- <http://www.foititikanea.gr>
- <https://www.facebook.com/protoeteis2017/>
- www.thessalonikiguide.gr
- www.neolaia.gr
- <http://www.thestival.gr>
- <http://press724.gr>
- <http://foithtips.com>
- <http://pacific.jour.auth.gr>
- <https://el.wikipedia.org>
- <https://www.researchgate.net>