

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΑΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ: ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

**Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:

ΣΚΡΑΠΑΡΛΗ ΑΡΙΑΔΝΗ

A.M.:20933

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ: Ε. ΣΑΡΔΙΑΝΟΥ, ΛΕΚΤΟΡΑΣ

ΜΕΛΗ: Γ. ΧΟΝΔΡΟΓΙΑΝΝΗΣ, ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Κ. ΑΜΠΕΛΙΩΤΗΣ, ΑΝΑΠΛ. ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΑΘΗΝΑ, 2013

Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ABSTRACT	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
ΜΕΡΟΣ Α: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο :Η ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	6
2.1 ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ	6
2.3 Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο	12
3.1 ΕΜΠΕΙΡΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΒΙΩΣΙΜΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	12
ΜΕΡΟΣ Β: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο	24
4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΟΓΙΚΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ	24
4.2 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΑΙ Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	25
4.3 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ...	34
4.4 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ ΓΡΑΜΜΙΚΗΣ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	38
4.5 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ ΓΡΑΜΜΙΚΗΣ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	42
4.6 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΑΓΟΡΑ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΩΝ Α΄ ΚΛΑΣΗΣ	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο	48
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	48
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	50
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	52
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1:ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ	52
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ.....	55
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3:ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ.....	59
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	89

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα πτυχιακή μελέτη, εξετάστηκε η επίδραση διαφόρων προσδιοριστικών παραγόντων που επηρεάζουν την οικολογική συμπεριφορά των καταναλωτών και συγκεκριμένα τη συμμετοχή τους στις δραστηριότητες 3R, μείωση (reduce), επαναχρησιμοποίηση (reuse) και ανακύκλωση (recycle). Για το λόγο αυτόν πραγματοποιήθηκε έρευνα σε τυχαίο δείγμα 150 ατόμων στο νομό Αττικής και Καστοριάς, κατά την περίοδο Μάρτιος-Απρίλιος 2013. Προκειμένου να εξεταστούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες χρησιμοποιήθηκε η τεχνική των παλινδρομήσεων, τόσο της γραμμικής όσο και της λογιστικής παλινδρόμησης.

Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι το φύλο, η άποψη ότι οι συχνές αγορές είναι σπατάλη χρόνου και ότι η ανακύκλωση συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος είναι στατιστικοί σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ανακύκλωση. Επίσης, εκτός από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά (φύλο, παιδιά, οικογενειακή κατάσταση) οι μεταβλητές καλλιεργώ στο λαχανόκηπο μου και αγοράζω προϊόντα «δεύτερο χέρι» επηρεάζουν θετικά την επαναχρησιμοποίηση.

Όσον αφορά στα βιολογικά προϊόντα, τα καταναλώνουν συνήθως τα άτομα που πιστεύουν ότι είναι φιλικότερα προς το περιβάλλον, εκείνοι που ενδιαφέρονται περισσότερο για την ποιότητα και τέλος αυτοί που αγοράζουν προϊόντα από εταιρίες φιλικές προς το περιβάλλον. Τέλος ηλεκτρικές συσκευές ενεργειακής απόδοσης

(μείωση) αγοράζουν συνήθως τα άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, είναι παντρεμένα και δωρίζουν τις συσκευές τους όταν πλέον δεν τις χρησιμοποιούν.

Λέξεις κλειδιά: ανακύκλωση, επαναχρησιμοποίηση, μείωση, προσδιοριστικοί παράγοντες.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine firstly the effect of various determinants that influence the ecological behavior of consumers and secondly the specific participation in the activities 3R, reuse, reduce and recycle. For this proposal, a survey was conducted on a random sample of 150 persons in the area of Athens and Kastoria, during the period March-April 2013. In order to examine the determinants we use the regressions, both linear and logistic regression.

The empirical results indicate that gender, the view that frequent shopping is a waste of time and that recycling help to protect the environment is statistical significant factors affecting recycling. Also, besides the demographic characteristics (gender, children, marital status) variables like grow in my vegetable garden and buy products "second hand" positively affect reuse. With regard to organic products, consuming typically individuals who believe they are environmentally friendly, those who are more interested in quality and finally those who buy products from companies environmentally friendly. Finally appliances energy efficiency (reduction) usually buy those with nipple educated, married and donate their devices when no longer use them.

Keywords: recycling, reuse, reduce, determinants.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^Ο

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Για την επιβίωση του ανθρώπου απαιτείται η κάλυψη των βασικών του αναγκών, όπως η τροφή, η ένδυση και η κατοικία. Με την εξέλιξη του ανθρώπου πολλαπλασιάστηκαν παράλληλα και οι ανάγκες του, πραγματικές και εικονικές, με αποτέλεσμα να του έχει δοθεί σήμερα ο χαρακτηρισμός «υπερκαταναλωτικός». Όλο αυτό όμως, συνεπάγεται μία εκτεταμένη και αλόγιστη παραγωγή αγαθών, ενώ οι πόροι του πλανήτη είναι περιορισμένοι.

Η υπερκατανάλωση επιβαρύνει επί δεκαετίες τον πλανήτη, κατασπαταλώντας πρώτες ύλες, φυσικούς πόρους, ενέργεια και παράγοντας τόνους απορριμμάτων. Αποτέλεσμα το φυσικό και αστικό περιβάλλον να υποβαθμίζεται συνεχώς, η ποιότητα ζωής να εξασθενεί και νέοι κίνδυνοι τόσο για το περιβάλλον όσο και για την ανθρώπινη υγεία να караδοκούν.

Αντιλαμβανόμενοι την υπάρχουσα κατάσταση, κρίνεται απαραίτητη μία πιο ορθολογική και βιώσιμη κατανάλωση, εξασφαλίζοντας έτσι την ανάπτυξη του περιβάλλοντος και την ποιοτική διαβίωση σε αυτό.

Βασικός σκοπός της εργασίας ήταν να μελετηθεί η φιλική συμπεριφορά των καταναλωτών προς το περιβάλλον και η συμμετοχή τους στις δραστηριότητες 3R, μείωση στη πηγή της κατανάλωσης (reduce), επαναχρησιμοποίηση των αγαθών (reuse) και ανακύκλωση (recycle) των αγαθών και των φυσικών πόρων. Προκειμένου να προσδιοριστούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά και τη συμμετοχή τους στις δραστηριότητες 3R, πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική ανασκόπηση σε προηγούμενες μελέτες και στη συνέχεια οι μεταβλητές που προέκυψαν από αυτές χρησιμοποιήθηκαν για τη σύνταξη του ερωτηματολογίου. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο αποτελείται από 28 ερωτήσεις και 91 μεταβλητές που αφορούν την οικολογική συμπεριφορά των καταναλωτών και τη συμμετοχή τους στις δραστηριότητες 3R, έτσι ώστε να πραγματοποιηθεί η συγκεκριμένη πτυχιακή μελέτη, η οποία χωρίζεται σε δύο μέρη. Πιο συγκεκριμένα, το πρώτο μέρος αποτελεί τη βιβλιογραφική προσέγγιση και το δεύτερο μέρος την εμπειρική ανάλυση. Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει δύο κεφάλαια. Στο πρώτο περιγράφεται η παρούσα κατάσταση

που επικρατεί σχετικά με τα περιβαλλοντικά προβλήματα και τις δραστηριότητες 3R, μείωση, επαναχρησιμοποίηση και ανακύκλωση και στο δεύτερο παρουσιάζονται κάποιες εμπειρικές μελέτες προηγούμενων ετών που πραγματοποιήθηκαν σε διάφορες χώρες κατά μήκος του πλανήτη.

Στη συνέχεια ακολουθεί το δεύτερο μέρος, όπου στο 4^ο κεφάλαιο παρουσιάζεται αναλυτικά η μεθοδολογία έρευνας και ο σκοπός της. Επίσης αναφέρονται και τα αποτελέσματα από τους πίνακες συχνοτήτων και τον πίνακα περιγραφικής στατιστικής. Επιπρόσθετα στο συγκεκριμένο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της λογιστικής και πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης, για την ανακύκλωση, την επαναχρησιμοποίηση, την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων και την αγορά ηλεκτρικών συσκευών εξοικονόμησης ενέργειας.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα συγκριτικά με προηγούμενες έρευνες. Τέλος, ακολουθεί το παράρτημα που περιλαμβάνει τους πίνακες κωδικοποίησης, περιγραφικής στατιστικής, συχνοτήτων, τους πίνακες με τις περιλήψεις προγενέστερων μελετών και το ερωτηματολόγιο της πτυχιακής μελέτης.

ΜΕΡΟΣ Α: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^Ο :Η ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

2.1 ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Ο όρος ρύπανση δηλώνει την παρουσία ρύπων που αλλάζουν τη δομή και τα φυσικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος. Δηλαδή οι μη επιθυμητές αλλαγές στα χημικά, βιολογικά, φυσικά χαρακτηριστικά του εδάφους, του αέρα, του νερού, οι οποίες προκαλούν αρνητικές επιπτώσεις τόσο στην υγεία του ανθρώπου όσο και στην ποιότητα ζωής του. Οι πηγές ρύπανσης μπορεί να είναι είτε φυσικές, είτε ανθρωπογενείς. Η παλαιότερη απόπειρα περιορισμού της ατμοσφαιρικής ρύπανσης έγινε το 1273 από το Βρετανικό Κοινοβούλιο ψηφίζοντας νόμο που απαγόρευε την καύση του άνθρακα στο Λονδίνο. Είναι ένας ιδιαίτερα τοξικός ρύπος για τους ανθρώπους, τη βλάστηση, τα κτίρια, την ποιότητα του νερού και τα ζώα, ακόμα και σε μικρές ποσότητες. Συμπτώματα όπως πονοκέφαλοι, ζαλάδες, ναυτία, μειωμένη δυνατότητα συντονισμού σε εξαιρετικές περιπτώσεις θάνατος, καταστροφή των ιστών των φύλλων, εξασθενεί τις αναπαραγωγικές διαδικασίες και διαβρώνονται τα οικοδομικά υλικά είναι αποτέλεσμα των αέριων ρυπαντών.

Οι ατμοσφαιρικοί ρύποι που προκαλούν τα περιβαλλοντικά προβλήματα μπορεί να είναι είτε φυσικής προέλευσης, είτε ανθρωπογενής προέλευσης. Το διοξείδιο του θείου που προέρχεται από τις εκρήξεις ηφαιστείων, το υδρόθειο από τα έλη και τα αιωρούμενα σωματίδια από τις πυρκαγιές και ανεμοθύελλες είναι ρύποι από φυσικές πηγές. Στις ανθρωπογενείς πηγές ρύπανσης εντάσσονται οι βιομηχανικές δραστηριότητες, η θέρμανση του σπιτιού και η κυκλοφορία των αυτοκινήτων.

Όσον αφορά τη βιομηχανία το 1980 τα ηλεκτροπαραγωγά εργοστάσια παρήγαγα το 66% της συνολικής ποσότητας του διοξειδίου του θείου στην Ελλάδα., ενώ 1985-1990 η παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας από τους ηλεκτροπαραγωγούς σταθμούς της Ελλάδας αυξήθηκε κατά 30%, ενώ ταυτόχρονα αυξήθηκαν και τα οξείδια του αζώτου κατά 30% και 10% αυξηθήκαν τα οξείδια του θείου. Επιπλέον, την περίοδο 1973-1984 αν και το ΑΕΠ αυξήθηκε 30%, η κατανάλωση ενέργειας αυξήθηκε περισσότερο, δηλαδή 45% (Γεωργόπουλος, 2006).

Τα αυτοκίνητα είναι μία από τις κυριότερες πηγές ρύπανσης της ατμόσφαιρας που προκαλεί η ανθρώπινη δραστηριότητα. Παράγουν σε όλον τον κόσμο την μισή ποσότητα οξειδίων του αζώτου και μονοξειδίου του άνθρακα, τη μισή ποσότητα υδρογονανθράκων που παράγουν συνολικά οι βιομηχανίες της χώρας και την περισσότερη ποσότητα μολύβδου. Τα οχήματα εναλλακτικών καυσίμων που αντί για βενζίνη έχουν για καύσιμα μεθανόλη, αιθανόλη, φυσικό αέριο υδρογόνο, ηλεκτρικές μπαταρίες είναι μία λύση στο πρόβλημα της εκπομπής ρύπων και έχουν τη δυνατότητα να τους μειώσουν μέχρι και 90% (Γεωργόπουλος, 2006).

Η θέρμανση του σπιτιού είναι ακόμα ένας παράγοντας που ρυπαίνει την ατμόσφαιρα. Η καλύτερη θερμομόνωση του σπιτιού και η χρήση εναλλακτικών πηγών θέρμανσης αντί για το πετρέλαιο. Μέτρο το οποίο θα ήταν αποτελεσματικό για την μείωση της ρύπανσης.

- **Η όξινη βροχή**

Η όξινη βροχή λέγεται αλλιώς και όξινα κατακρημνίσματα και περιλαμβάνει ξηρές και υγρές αποθέσει όπως βροχή, χιόνι, χαλάζι, με pH μικρότερο του 5.6. Η όξινη βροχή είναι αποτέλεσμα κατά κύριο λόγο των οξειδίων του θείου και του αζώτου, από την καύση άνθρακα και πετρελαίου. Πιο συγκεκριμένα, στην ατμόσφαιρα τα οξείδια αυτά μετατρέπονται στα αντίστοιχα οξέα και στη συνέχεια επιστρέφουν στο έδαφος είτε με ξηρή απόθεση, δηλαδή αμέσως, είτε με υγρή απόθεση, δηλαδή διαλυμένα στο νερό της βροχής, όπου υπό φυσιολογικές συνθήκες έχει pH 5.6, ενώ το χαμηλότερο pH θεωρείται όξινη βροχή. Οι περιοχές που υποφέρουν περισσότερο από την όξινη βροχή είναι κυρίως εκείνες που έχουν πλούσια βιομηχανική δραστηριότητα, ορεινές περιοχές που βρέχει και χιονίζει συχνά και περιοχές που λόγω των συνών βροχοπτώσεων και χιονοπτώσεων έχουν δημιουργηθεί λίμνες και δάση. Το πρόβλημα της όξινης βροχής πιθανολογείται ότι εμφανίστηκε την περίοδο της βιομηχανικής επανάστασης, άρχισε να θεωρείται όμως πρόβλημα μείζονος ενδιαφέροντος τις τελευταίες δεκαετίες.

Η δραματική αύξηση των εκπομπών των οξειδίων του αζώτου κατά 300% και του θείου κατά 50% στις ΗΠΑ στα μεταπολεμικά χρόνια, ήταν αποτέλεσμα των ψηλών καπνοδόχων στα εργοστάσια που έγιναν ψηλότεροι με σκοπό τη μείωση της τοπικής ρύπανσης αλλά αύξησαν την ευρεία ρύπανση. Η όξινη βροχή έχει αρνητικές επιπτώσεις στο έδαφος και σε κάθε είδους βλάστηση, αφού τα φύλλα κιτρινίζουν, πέφτουν, βλάπτει τα μικρά ριζίδια των φυτών και απελευθερώνονται οξέα που είναι

δηλητηριώδη για κάθε βλάστηση. Επίσης, η όξινη βροχή σε συνδυασμό με το όζον της ατμόσφαιρας συντελεί στη μείωση της παραγωγής της ξυλίας στα δάση (Γεωργόπουλος, 1996).

Σημαντικές είναι και οι επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία. Τα οξείδια του αζώτου και του θείου είναι βλαβερά για το αναπνευστικό σύστημα, αφού επηρεάζουν την ικανότητα των πνευμόνων να διαχωρίσουν το οξυγόνο του αέρα (Καρδέλης και Χαλβατζής, 2005).

- **Το φαινόμενο του θερμοκηπίου**

Το φαινόμενο του θερμοκηπίου είναι ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα ο πλανήτης. Πλέον επικρατεί μία περίοδος με συνεχείς και γρήγορες κλιματικές αλλαγές, που οδηγεί στην παγκόσμια αύξηση της θερμοκρασίας. Μετρήσεις που ξεκίνησαν το 1880 δείχνουν ότι η θερμοκρασία σήμερα έχει αυξηθεί κατά 0.6°C , λόγω της συνεχόμενης αύξησης εκπομπής διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα. Το διοξείδιο του άνθρακα εγκλωβίζει και απορροφά την υπέρυθρη ηλιακή ακτινοβολία και στη συνέχεια την ακτινοβολεί στο περιβάλλον, αυξάνοντας έτσι τη θερμοκρασία συνολικά στη Γη. Το φαινόμενο αυτό ονομάζεται φαινόμενο του θερμοκηπίου. Κάποιοι άλλοι ρύποι που συντελούν στο φαινόμενο αυτό εκτός από το διοξείδιο του άνθρακα, είναι το μεθάνιο, το νιτρώδες οξείδιο και οι χλωροφθοράνθρακες, τα λεγόμενα αέρια θερμοκηπίου. Όσον αφορά το διοξείδιο του άνθρακα, στις αρχές του αιώνα η συγκέντρωση του ήταν 200ppm, ενώ μέχρι το τέλος προβλέπεται να φτάσει στα 400ppm (Γεωργόπουλος, 2006).

Πίνακας: Αέρια της ατμόσφαιρας που συμβάλλουν στο φαινόμενο του θερμοκηπίου

Αέριο	Συγκέντρωση	Συμβολή
CO ₂	351,3 ppm ή 0,035%	57%
CH ₄	1,675ppm	12%
NO _x (N ₂ O)	0,31ppm	6%
CFCs	0,000225ppm	25%

Πηγή: Σ. Ε. Τσιούρης (2001), «Θέματα προστασίας περιβάλλοντος», εκδόσεις . Γαρταγάνης

Το φαινόμενο του θερμοκηπίου έχει αρνητικές επιπτώσεις στο επίπεδο της στάθμης της θάλασσας, στην ανθρώπινη υγεία, στην γεωργική παραγωγή, στα φυσικά οικοσυστήματα και στην άγρια ζωή. Τον τελευταίο αιώνα η στάθμη της θάλασσας αυξάνεται κατά 1 μέχρι 1,5 χιλιοστό το χρόνο, λόγω της θερμικής διαστολής των νερών των ωκεανών εξαιτίας της αύξησης της θερμοκρασίας. Αν αυτό συνεχιστεί, εικάζεται πως το 2090 το επίπεδο των θαλασσών θα αυξηθεί κατά 50 με 150 χιλιοστά. Επίσης, 10% με 20% θα μειωθούν τα παραλιακά εδάφη από την αύξηση της στάθμης των ωκεανών και ένα μεγάλο κεφάλαιο θα επενδυθεί για να γίνουν φράγματα, επιχωματώσεις και άλλα παρόμοια αντισταθμιστικά έργα. Η αύξηση αυτή θα επηρεάσει είτε άμεσα είτε έμμεσα 5 εκατομμύρια τετραγωνικά χιλιόμετρα της γης. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το δέλτα του Μισισσιππή στη Λουιζιάνα που λόγω την αύξησης της στάθμης της θάλασσας θα μειωθεί η ξηρά. Μία άλλη περίπτωση είναι το δέλτα του ποταμού Γάγγη, που θα προκύψουν καταστροφικές συνέπειες για χώρες όπως το Μπαγκλαντές αν κατακλυστεί με αλμυρό νερό αφού η αύξηση της στάθμης των νερών θα καταστρέψει την αγροτική παραγωγή ενός τόσο φτωχού λαού (Γεωργόπουλος, 2006).

Σχετικά με τις συνέπειες στη δημόσια υγεία, τα καρδιαγγειακά και τα αναπνευστικά προβλήματα θα αυξηθούν, κυρίως στα ηλικιωμένα άτομα με αποτέλεσμα την αύξηση των θανάτων. Για παράδειγμα στην Ελλάδα το καλοκαίρι του 1987 περισσότερα από 1000 άτομα πέθαναν από θερμοπληξία. Εκτός από τις συνέπειες στη δημόσια υγεία, οι ξηρασίες θα είναι πιο έντονες και ενδέχεται να αυξηθούν οι πυρκαγιές, ενώ η άγρια ζωή και κυρίως η χλωρίδα ίσως δεν έχουν τον κατάλληλο χρόνο να προσαρμοστούν στις αλλαγές και δεν προλάβουν να μεταναστεύσουν σε άλλους βιοτόπους και εξαφανιστούν (Γεωργακόπουλος, 2006).

- **Η τρύπα του όζοντος**

Το όζον, λειτουργεί σαν φίλτρο και προστατεύει την ατμόσφαιρα από τις επικίνδυνες υπεριώδεις ακτινοβολίες του ηλίου και βρίσκεται σε ύψος 15-50 km πάνω από την επιφάνεια της γης. Η συγκέντρωση του όζοντος, όμως, εδώ και μερικά χρόνια έχει αρχίσει να φθίνει στην Ανταρκτική λόγω των χημικών ουσιών που ονομάζονται χλωροφθοράνθρακες (CFSs). Οι CFCs χρησιμοποιούνται σε διάφορα σπρέι σαν προωθητικά αέρια, σαν ψυκτικό μέσο στο ψυγείο, ψυκτικές εγκαταστάσεις και συστήματα κλιματισμού κτιρίων και σαν διογκωτικά για την παρασκευή αφρωδών συνθετικών υλικών. Η πρώτη μείωση του όζοντος που παρατηρήθηκε ήταν στην Ανταρκτική το 1982 και λίγα χρόνια μετά, το 1987 υπογράφει το πρωτόκολλο του Μόντρεαλ, που έλαβαν μέρος 46 χώρες και συμφώνησαν ως το 2000 να έχει μειωθεί κατά το μισό η παραγωγή χλωροφθορανθρακών.

Η αύξηση την υπεριώδης ακτινοβολίας έχει αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία, στους φυτικούς οργανισμούς αλλά και στα θαλάσσια οικοσυστήματα. Η συχνότερη εμφάνιση του καταρράκτη, ο καρκίνος του δέρματος αλλά και η εξασθένηση του ανοσοποιητικού συστήματος στον άνθρωπο είναι συμπτώματα στην ανθρώπινη υγεία. Για παράδειγμα εάν μειωθεί η τρύπα του όζοντος κατά 10%, είναι πιθανόν τα κρούσματα με καρκίνο του δέρματος να φτάσουν έως και 300.000 περισσότερα κάθε χρόνο. Επίσης στους φυτικούς οργανισμούς η υπεριώδη ακτινοβολία λειτουργεί ως εμπόδιο στη φωτοσύνθεση, αλλάζει ο ρυθμός ανάπτυξης και καταστρέφεται το DNA. Όσον αφορά τα θαλάσσια οικοσυστήματα, η αυξημένη υπεριώδη ακτινοβολία μπορεί να καταστρέψει το DNA και να εμποδίσει την ανάπτυξη και την αναπαραγωγή του φυτοπλακτού (Γεωργόπουλος, 2006).

2.3 Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Τον Απρίλιο του 1987, η επιτροπή Brundland ορίζει τι είναι βιώσιμη ανάπτυξη. Έτσι Βιώσιμη Ανάπτυξη ορίζεται «η ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες της παρούσας γενιάς χωρίς να υποθηκεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες». Απαραίτητη προϋπόθεση για τη βιώσιμη ανάπτυξη είναι η βιώσιμη κατανάλωση. Βασικό στοιχείο της βιώσιμης κατανάλωσης είναι η ιεράρχηση των αναγκών μας, έτσι ώστε να μειωθεί η κατανάλωση στην πηγή, να επαναχρησιμοποιήσουμε τα αγαθά ώστε να παρατείνουμε τη διάρκεια ζωής τους και τέλος σαν τρίτη επιλογή να ανακυκλώσουμε, δηλαδή να επαναφέρουμε τα υλικά στους παραγωγικούς κύκλους και να αποφύγουμε την απόρριψη τους. Με τον όρο μείωση στη πηγή εννοούμε την μείωση της παραγόμενης ποσότητας αποβλήτων, αλλά και τις αρνητικές επιπτώσεις που προκαλούνται στο περιβάλλον από την παραγωγή και τη διάθεση των προϊόντων. Τα προϊόντα που παράγονται καθημερινά ευθύνονται για την κατασπατάληση των φυσικών πόρων και τη ρύπανση της ατμόσφαιρας, έτσι η αλλαγή προτύπων και η υιοθέτηση βιώσιμων προτύπων κατανάλωσης είναι αδήριτη ανάγκη. Όσον αφορά την ανακύκλωση εννοούμε την επαναφορά των υλικών στους παραγωγικούς κύκλους μέσα από τη συλλογή και την επεξεργασία και όχι την απόρριψη τους (Καρβούνης Σ. και Γεωργκέλλος, 2003).

Από την ανακύκλωση προκύπτουν κάποια πλεονεκτήματα. Αρχικά μέσω της ανακύκλωσης ο όγκος των στερεών απορριμμάτων λιγοστεύει, άρα και ο χώρος που θα χρειαστεί για τη δημιουργία χωματερών μικραίνει. Στην Αθήνα ο μέσος κάτοικος παράγει 365 κιλά στερεών αποβλήτων κάθε χρόνο ενώ, υπάρχουν 4.850 σκουπιδότοποι γενικά στην Ελλάδα. Ακόμη, μέσω της ανακύκλωσης εξοικονομείται ενέργεια, δηλαδή εξοικονόμηση μη ανανεώσιμων ορυκτών καυσίμων και λιγότερη ρύπανση από τη λειτουργία των ρυπογόνων ενεργοπαραγωγών εργοστασίων, και φυσικοί πόροι. Επίσης, η δημιουργία θέσεων εργασίας είναι ακόμη ένα πλεονέκτημα της ανακύκλωσης, αφού η συλλογή και η επεξεργασία των ανακυκλώσιμων υλικών, χρειάζεται περισσότερο προσωπικό (Γεωργακόπουλος, 2006).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3⁰

3.1 ΕΜΠΕΙΡΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΒΙΩΣΙΜΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Ο όρος βιώσιμος καταναλωτής είναι ένα θέμα με το οποίο ασχολήθηκαν στην έρευνα τους οι Abeliotis et al. (2010), που πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα το 2010 με δείγμα 300 ατόμων. Πιο συγκεκριμένα μελέτησαν το προφίλ του βιώσιμου καταναλωτή σχετικά με τη συμμετοχή του στις τρεις δραστηριότητες (3R), ανακύκλωση(recycle), μείωση (reduce) και επαναχρησιμοποίηση(reuse), καθώς και τους παράγοντες που την επηρεάζουν. Στη συγκεκριμένη μελέτη διαπιστώθηκε πως τα δημογραφικά χαρακτηριστικά διαδραματίζουν σπουδαίο ρόλο στο προφίλ του βιώσιμου καταναλωτή. Ένας καθοριστικός παράγοντας φάνηκε πως είναι το φύλο. Βρέθηκε πως οι γυναίκες είναι πιο πρόθυμες να αλλάξουν τον τρόπο ζωής τους και να υιοθετήσουν μία πιο βιώσιμη συμπεριφορά συγκριτικά με τους άνδρες. Από την άλλη πλευρά, οι άνδρες είναι πιο πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλότερα ποσά για να αγοράσουν προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον σε σχέση με τις γυναίκες. Όσον αφορά την κλιματική αλλαγή, οι γυναίκες το θεωρούν πιο σημαντικό περιβαλλοντικό ζήτημα, ενώ το φύλο δε κριματίζει στατιστικά σπουδαίο ρόλο στη διαφοροποίηση της στάσης στην ανακύκλωση και στην επαναχρησιμοποίηση προϊόντων. Τέλος, σχετικά με τη μείωση φάνηκε ότι το φύλο δεν έχει μεγάλη στατιστική διαφορά στην κατανάλωση νερού και ηλεκτρισμού, ενώ η χρήση αυτοκινήτου είναι μεγαλύτερη από τους άνδρες.

Επιπλέον, η ηλικία παίζει σημαντικό ρόλο στην υιοθέτηση της συμπεριφοράς 3R, συγκεκριμένα στην ανακύκλωση και στην επαναχρησιμοποίηση. Όσο αυξάνεται η ηλικία τόσο αυξάνεται και η ενασχόληση τους. Όσον αφορά τη χρήση νερού, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία είναι πιο προσεκτικοί στη χρήση του. Στα δημογραφικά χαρακτηριστικά συμπεριλαμβάνεται και το μορφωτικό επίπεδο του ατόμου. Τα άτομα με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο τείνουν περισσότερο να υιοθετήσουν έναν πιο φιλικό προς το περιβάλλον τρόπο ζωής, καθώς η μόρφωση επηρεάζει τη

συμμέτοχη τους στην ανακύκλωση και στην επαναχρησιμοποίηση προϊόντων. Τέλος, σύμφωνα με την έρευνα το εισόδημα είναι σημαντικός παράγοντας επιρροής για το ενδιαφέρον σε περιβαλλοντικά θέματα, όπως η κλιματική αλλαγή. Τα άτομα με υψηλότερο εισόδημα είναι λιγότερο πιθανό να ενδιαφερθούν για περιβαλλοντικά ζητήματα και παράλληλα χρησιμοποιούν με μεγαλύτερη σπατάλη το νερό, μιας και τείνουν να αφήνουν τη βρύση ανοιχτή.

Ο Robert(1999) μελέτησε επίσης τη συμπεριφορά του οικολογικά συνειδητού καταναλωτή σε σχέση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του, όπως το φύλο, η ηλικία, το εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο. Σχετικά με το φύλο, οι γυναίκες έχουν μια πιο οικολογικά συνειδητή συμπεριφορά, ενώ σχετικά με την οικονομική κατάσταση φάνηκε ότι τα χαμηλά οικονομικοκοινωνικά στρώματα είναι πιο πιθανόν να εμπλέκονται στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος. Στατιστικά σημαντική σχέση βρέθηκε να έχει και η επαγγελματική δραστηριότητα. Εκτός από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά μελέτησε και το περιβαλλοντικό ενδιαφέρον. Η κρίση του ατόμου για την ικανότητα του να μειώσει την υποβάθμιση του περιβάλλοντος εξηγεί γιατί ένα άτομο έχει μεγαλύτερο περιβαλλοντικό ενδιαφέρον από ότι έναν που δεν ενδιαφέρεται. Άρα ένα άτομο εάν αισθάνεται ότι μπορεί να φέρει θετικές επιπτώσεις με τις πράξεις του σε περιβαλλοντικά θέματα, τότε υπάρχει μεγαλύτερη πιθανότητα να δράσει, σε αντίθεση με κάποιον που έχει περιβαλλοντικό ενδιαφέρον αλλά πιστεύει πως οι πράξεις του δεν θα φέρουν καμία αλλαγή, τότε η πιθανότητα να συμμετέχει σε δράση είναι μικρότερη.

Στη Φιλανδία η Haanraa (2007) διερεύνησε πρώτον τα στοιχεία μίας κοινωνίας μεταμοντερνισμού και δεύτερον κατά πόσο επηρεάζουν τα στοιχεία αυτά τη σύγχρονη βιώσιμη κατανάλωση. Πιο συγκεκριμένα οι καταναλωτές χωρίστηκαν σε διάφορα καταναλωτικά στύλ. Οι «απρόθυμοι» ήταν αυτοί που αποφεύγουν τις αγορές γιατί τις θεωρούν σπατάλη χρόνου. «Τρέντι» χαρακτηρίστηκαν αυτοί που θέλουν να έχουν ένα βολικό σπίτι, αναζητούν καινούργιες εμπειρίες και ιδέες και ακολουθούν τις τάσεις. Επίσης κάποιοι ενδιαφέρονταν περισσότερο για την ποιότητα των προϊόντων και την προσωπική εξυπηρέτηση, ενώ κάποιοι άλλοι προτιμούν να αγοράζουν προϊόντα φτηνά γιατί η εξοικονόμηση χρημάτων είναι βασικό για αυτούς. Επίσης υπήρχαν και ερωτηθέντες που προτιμούν τις αγορές μέσω ιντερνετ και την πληρωμή μέσω καρτών. Τέλος, οι οικολογικά σκεπτόμενοι καταναλωτές είναι αυτοί που προσανατολίζονται με βάση διάφορες περιβαλλοντικές και ηθικές

πτυχές. Ο τρόπος ζωής των καταναλωτών διαπιστώθηκε πως επηρεάζει στατιστικά σημαντικά την περιβαλλοντική τους ευαισθητοποίηση. Όσον αφορά την ευαισθητοποίηση ανάλογα με το φύλο, σε νεότερες ηλικίες είναι μικρότερη. Θετική σχέση, επίσης, υπάρχει και μεταξύ περιβαλλοντικής συνείδησης και μορφωτικού επιπέδου.

Σε μελέτη που έγινε το 2003, οι Diamantopoulos et al. εξέτασαν εάν διαδραματίζουν ακόμα κάποιο ρόλο τα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά στο προφίλ του βιώσιμου καταναλωτή. Η διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλλα σχετικά με περιβαλλοντικές γνώσεις βρέθηκε ότι δεν είναι στατιστικά σημαντική. Όσον αφορά στη στάση απέναντι στην περιβαλλοντική ποιότητα, τα αποτελέσματα έδειξαν πως το φύλο είναι στατιστικά σημαντικό, καθώς οι γυναίκες διατηρούν μία πιο ισχυρή θέση και είναι πιθανότερο να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες ανακύκλωσης και να εμφανίσουν βιώσιμες αγοραστικές συνήθειες συγκριτικά με το άλλο φύλλο. Ένα άλλο στοιχείο που έδειξε αυτήν η έρευνα ήταν ότι γενικά δεν υπάρχει κάποιο ευδιάκριτο στοιχείο που να εξηγεί ότι οι έγγαμοι είναι πιο ευαισθητοποιημένοι περιβαλλοντικά συγκριτικά με τους άγαμους σε θέματα γνώσεων, στάσεων και συμπεριφορών. Έπειτα, καθοριστικός παράγοντας είναι και η ηλικία, εφόσον υπάρχει μία σχέση μεταξύ ηλικίας και περιβαλλοντικών στάσεων. Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία τείνουν να συμμετέχουν περισσότερο σε δράσεις ανακύκλωσης. Σύμφωνα με την έρευνα, το μορφωτικό επίπεδο είναι ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Στην έρευνα υποστηρίζεται ότι τα άτομα με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο είναι πιθανότερο να συμμετέχουν σε οικολογικές δραστηριότητες και ότι έχουν περισσότερες περιβαλλοντικές γνώσεις. Από την άλλη απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι πιο μορφωμένοι ανησυχούν περισσότερο για την περιβαλλοντική ποιότητα.

Το προφίλ του περιβαλλοντικά ευσυνείδητου καταναλωτή είχαν σκοπό να διερευνήσουν και οι Bhate et al. (1997), χρησιμοποιώντας ένα δείγμα Άγγλων καταναλωτών. Οι παράγοντες οι οποίοι εξετάστηκαν ήταν η τιμή και η διαθεσιμότητα των προϊόντων, το φύλο και η ηλικία. Η τιμή δεν εμφανίζεται να παίζει κάποιο σημαντικό ρόλο στην επιρροή της συμπεριφοράς των καταναλωτών. Το 81% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η τιμή των προϊόντων που είναι φιλικά προς το περιβάλλον είναι υψηλή, αλλά δεν εμφανίζεται να επηρεάζεται από αυτή. Επίσης το 83% των ερωτηθέντων αγοράζει τα προϊόντα αυτά είτε συχνά είτε μερικές φορές. Όσον αφορά τη διαθεσιμότητα των προϊόντων είναι αξιοσημείωτο πως το 89% των ερωτηθέντων

δεν είναι πρόθυμο να αλλάξει τη λιανική του πώληση ή την μάρκα που αγοράζει λόγω της μη διαθεσιμότητας. Επίσης, ένα πολύ μεγάλο μέρος του δείγματος συμμετέχει σε δραστηριότητες ανακύκλωσης. Τέλος, υπόθεση, η οποία αναφέρει πως η ηλικία και το φύλο θα είναι κύριοι παράγοντες που θα επηρεάσουν τη συχνότητα αγοράς η χρήσης προϊόντων φιλικά προς το περιβάλλον, απορρίπτεται, καθώς η καινοτομία σχετίζεται στατιστικά με την αγορά προϊόντων φιλικά προς το περιβάλλον.

Πέρα από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά οι Fraj et al. (2006) εξέτασαν εάν υπάρχει σχέση μεταξύ των χαρακτηριστικών της προσωπικότητας κάποιου και της οικολογικής συμπεριφοράς του. Πιο συγκεκριμένα, τα χαρακτηριστικά που μελετήθηκαν είναι η εξωστρέφεια, η τερπνότητα, η ευσυνειδησία, η συναισθηματική σταθερότητα και η δεκτικότητα σε νέες εμπειρίες. Όλα τα χαρακτηριστικά είναι στατιστικά σημαντικά σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Ακόμη φάνηκε πως αυτοί οι οποίοι είναι εξωστρεφείς και ενδιαφέρονται για το περιβάλλον είναι πιο πιθανόν να παρακολουθήσουν κάποια οικολογική διάσκεψη ή να λάβουν μέρος σε περιβαλλοντικές ομάδες.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τις επιλογές των καταναλωτών σχετικά με τα βιολογικά προϊόντα και αν υπάρχει στατικά σημαντική διαφορά στις καταναλωτικές αξίες και στις επιλογές ανάμεσα στους καταναλωτές με διαφορετικές απόψεις και περιβαλλοντικές ανησυχίες εξετάστηκαν σε ένα δείγμα 412 καταναλωτών από τους Lin et al. (2011). Η έρευνα έδειξε ότι οι συναισθηματικές, οι γνωστικές και οι καταναλωτικές αξίες έχουν θετική επιρροή στην αγορά βιολογικών προϊόντων.

Επίσης, φάνηκε πως οι καταναλωτικές αξίες διαφέρουν ανάμεσα στα άτομα με υψηλή και χαμηλή περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση. Πιο συγκεκριμένα οι ερωτηθέντες με υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον ήταν σε ισχυρή συμφωνία με όλες τις καταναλωτικές αξίες των οικολογικών προϊόντων και οι επιλογές τους για οικολογικά προϊόντα είναι πολύ πιο εμφανείς σχετικά με αυτούς που έχουν χαμηλά επίπεδα περιβαλλοντικής ανησυχίας. Όσον αφορά στην τιμή των προϊόντων, η έρευνα έδειξε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στην τιμή των οικολογικών προϊόντων και στις συναισθηματικές αξίες, γνωστικές αξίες και στις επιλογές των καταναλωτών. Ο μέσος όρος αυτών των διαστάσεων δείχνει ότι οι ερωτηθέντες που έρχονται αντιμέτωποι με προϊόντα υψηλής τιμής είναι σε ισχυρή συμφωνία με τις 3 καταναλωτικές αξίες και η επιλογή τους για βιολογικά προϊόντα είναι πιο εμφανής σε σχέση με αυτούς που έρχονται αντιμέτωποι με προϊόντα χαμηλής τιμής.

Οι Jansson et al. (2010) πραγματοποίησαν έρευνα στη Σουηδία σε δείγμα 1832 καταναλωτών που έχουν υιοθετήσει είτε όχι όχημα εναλλακτικών καυσίμων με σκοπό την έρευνα των δύο τύπων βιώσιμης συμπεριφοράς, δηλαδή τη περικοπή και την υιοθέτηση βιώσιμων καινοτομιών στην αγορά, και τους παράγοντες που τις επηρεάζουν. Το μορφωτικό επίπεδο φάνηκε να είναι υψηλότερο στους ιδιοκτήτες αυτοκινήτων από το γενικό πληθυσμό της Σουηδίας. Η προθυμία για τη μείωση της χρήσης του αυτοκινήτου βρέθηκε ότι επηρεάζεται από τις αξίες, τις απόψεις, τα πρότυπα και τη δύναμη του αυτοκινήτου. Οι αξίες, οι απόψεις και τα πρότυπα έχουν θετική επίδραση, ενώ η δύναμη του αυτοκινήτου έχει αρνητική επίδραση. Δύο ακόμη παράγοντες που μελετήθηκαν είναι η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο με αρνητική επίδραση. Αυτό δείχνει ότι οι ιδιοκτήτες οχημάτων με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο και με μεγαλύτερη ηλικία ήταν λιγότερο πρόθυμοι να μειώσουν τη χρήση αυτοκινήτου. Όσον αφορά την προθυμία να υιοθετήσουν όχημα εναλλακτικών καυσίμων επηρεάζεται θετικά από το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα.

Μία άλλη παράμετρος που μπορεί να επηρεάσει τις αγορές των καταναλωτών είναι ο ψυχολογικός παράγοντας. Οι Chan et al.(2001), πραγματοποίησαν έρευνα σε δείγμα 549 ατόμων στην Κίνα. Η έρευνα, υποστηρίζει ότι οι ερωτηθέντες σε γενικές γραμμές παρουσιάζουν λίγες γνώσεις σχετικά με τα οικολογικά ζητήματα και έχουν μια ισχυρή συναισθηματική προσήλωση στο θέμα. Τα αποτελέσματα της έρευνας όπως φαίνεται από το μέσο όρο στον παράγοντα οικολογικές επιπτώσεις, οι Κινέζοι καταναλωτές δεν είναι στην πραγματικότητα τόσο περιβαλλοντικά αδιάφοροι όπως νομίζουν οι περισσότεροι άνθρωποι.

Πέρα από το ψυχολογικό παράγοντα, η συμπεριφορά των ατόμων προς το περιβάλλον διαμορφώνεται και βάση κάποιων προτύπων. Οι Minton et all (1997), σε έρευνα που έκανα σε δείγμα 114 ατόμων στο Πανεπιστήμιο της Νότιας Καλιφόρνιας, εξέτασαν τη σχέση μεταξύ κοινωνικών φιλικών συμπεριφορών και ανησυχιών προς το περιβάλλον καθώς και τα ασφαλιστικά και προσωπικά πρότυπα για εκείνες τις συμπεριφορές. Ασφαλιστικά πρότυπα θεωρείται το τι νομίζουν οι άλλοι ότι θα έπρεπε να κάνω και προσωπικά πρότυπα τι αισθάνομαι υποχρεωμένος να κάνω. Η έρευνα έδειξε ότι η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, τα ασφαλιστικά και τα προσωπικά πρότυπα έχουν στατιστικά σημαντική σχέση με τη φιλική συμπεριφορά προς το περιβάλλον, όπως αγορές βασισμένες στην ανακύκλωση, σε ασφαλή συστατικά, σε έρευνα αγοράς, και ανακύκλωση. Πιο συγκεκριμένα όσο υψηλότερα είναι τα προσωπικά πρότυπα, δηλαδή το αίσθημα ότι έχει την υποχρέωση να πράξει μία

συμπεριφορά, τόσο μεγαλύτερη η πιθανότητα να το κάνει. Όσον αφορά τα ασφαλιστικά πρότυπα, όσο αυξάνονται, δηλαδή το αίσθημα ότι οι άλλοι πιστεύουν ότι πρέπει να ψάξει πληροφορίες για περιβαλλοντικά προϊόντα και να κάνει ανακύκλωση, τόσο πιο πιθανό είναι να το κάνει. Συγκρίνοντας μεταξύ τους, τα προσωπικά πρότυπα έχουν μεγαλύτερη επιρροή στη συμπεριφορά από ότι τα ασφαλιστικά πρότυπα. Επίσης, στατιστικά σημαντική σχέση βρέθηκε να έχει και με κάποιες προθέσεις συμπεριφοράς. Για παράδειγμα, η προθυμία να πληρώσουν περισσότερους φόρους για καλύτερο κυβερνητικό έλεγχο, για ηλεκτρισμό αν αυτό σημαίνει καλύτερη ατμόσφαιρα, να κάνουν προσωπικές θυσίες για τη μείωση της μόλυνσης, να αγοράσουν προϊόντα από εταιρείες πιο φιλικές, να συμμετάσχουν σε μία οικολογική ομάδα και να υπογράψουν μία αίτηση για περιβαλλοντικούς λόγους.

Αξιοσημείωτα ήταν και τα αποτελέσματα των Paco et al.(2010) που πραγματοποίησαν έρευνα σε δείγμα 887 Πορτογάλων καταναλωτών, άνω των 18 χρονών, με σκοπό να εξεταστεί η συμπεριφορά των καταναλωτών, οι αντιλήψεις τους για την βιώσιμη κατανάλωση καθώς και να αναγνωριστούν τα τμήματα της αγοράς βασιζόμενα σε διάφορες περιβαλλοντικές μεταβλητές. Μελετώντας τη φιλική αγοραστική συμπεριφορά προς το περιβάλλον, τον περιβαλλοντικό ακτιβισμό, τις περιβαλλοντικές γνώσεις, την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, την ανακύκλωση, την αντιληπτή αποτελεσματικότητα καταναλωτών, την εξοικονόμηση πόρων, κάποιους οικονομικούς παράγοντες και τον σκεπτικισμό σχετικά με περιβαλλοντικούς ισχυρισμούς, χωρίστηκαν οι καταναλωτές σε διαφορετικές ομάδες. Η πρώτη ομάδα παρουσιάζει περισσότερες περιβαλλοντικές γνώσεις αλλά είναι λιγότερο ακτιβιστές και δεν φαίνεται να έχουν μια αγοραστική συμπεριφορά φιλική προς το περιβάλλον. Η δεύτερη ομάδα καταλαβαίνει ότι η δράση είναι πολύ σημαντική για τη προστασία του περιβάλλοντος και δρα αντίστοιχα. Φαίνεται να παρουσιάζει το πιο οικολογικό προφίλ. Στην τρίτη ομάδα τα άτομα είναι ακτιβιστές αλλά έχουν λιγότερες περιβαλλοντικές γνώσεις. Πιο συγκεκριμένα οι περιβαλλοντικές γνώσεις είναι ο παράγοντας που προβάλλει τη μεγαλύτερη διαφορά μεταξύ των μέσων όρων στις ομάδες, ενώ ο σκεπτικισμός σχετικά με το περιβάλλον διαφοροποιεί λιγότερο τις ομάδες. Επίσης, κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά όπως η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα συμβάλλουν σημαντικά στη διαφοροποίηση των ομάδων. Τέλος, σύμφωνα με την έρευνα το φύλο δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας.

Σχετικά με τον καταναλωτή που είναι πιο πιθανό να πληρώσει περισσότερα για φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα έγινε έρευνα από τους Laroche et al. (2001), με δείγμα 907 ατόμων στη Βόρεια Αμερική. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι γυναίκες είναι πιο πρόθυμες να πληρώσουν περισσότερα χρήματα για να αγοράσουν οικολογικά προϊόντα, συγκριτικά με τους άνδρες. Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας είναι ο γάμος. Τα άτομα τα οποία ήταν παντρεμένα και είχαν παιδιά είναι πιο πρόθυμοι να πληρώσουν σε υψηλότερη τιμή τα οικολογικά προϊόντα. Αυτό ίσως δείχνει ότι τα άτομα αυτά τείνουν να σκέφτονται πως ένα κατεστραμμένο περιβάλλον ίσως έχει αρνητικές επιπτώσεις όχι μόνο στον σύντροφο τους αλλά και στο μέλλον των παιδιών τους. Ένας πολύ καλός προγνωστικός παράγοντας για τη θέληση των καταναλωτών να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα για οικολογικά προϊόντα είναι και η συμπεριφορά των ατόμων.

Από την άλλη πλευρά, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, το οικογενειακό εισόδημα, η ιδιοκτησία σπιτιού και το είδος εργασίας δεν επηρεάζουν την αγορά οικολογικών προϊόντων στη συγκεκριμένη έρευνα. Άλλος παράγοντας που μελετήθηκε είναι η δύναμη της σχέσης μεταξύ συμπεριφοράς και προθυμίας. Πιο συγκεκριμένα οι καταναλωτές που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω για οικολογικά προϊόντα δεν το αντιλαμβάνονται ως κάτι άβολο το να δρουν με έναν οικολογικό τρόπο. Επιπλέον, η έρευνα δείχνει ότι οι καταναλωτές που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα χρήματα για τα οικολογικά προϊόντα αντιλαμβάνονται ότι είναι πολύ σημαντικό να συμπεριφέρεσαι με έναν φιλικό τρόπο προ το περιβάλλον. Μία ακόμη σημαντική παράμετρος που εξετάστηκε είναι η αντίληψη για την υπευθυνότητα των εταιριών. Δηλαδή, οι καταναλωτές που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερο για οικολογικά προϊόντα πιστεύουν ότι οι εταιρίες δεν δρουν υπεύθυνα απέναντι στο περιβάλλον αν και το αντίθετο παρατηρούν αυτοί που δεν είναι πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω. Το 80% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι θα αρνιόταν να αγοράσει προϊόντα από εταιρίες που κατηγορούνται ότι μολύνουν το περιβάλλον. Τέλος, με έκπληξη φαίνεται στην έρευνα ότι οι συμπεριφορές αυτές δεν είναι καλοί προγνωστικοί παράγοντες της θέλησης των καταναλωτών να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα. Για παράδειγμα αυτοί που ανακυκλώνουν πλαστικό να μην είναι οι ίδιοι καταναλωτές που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω.

Σε μία άλλη μελέτη, οι D' Souza et al. (2006) εξέτασαν μία άλλη πτυχή στο προφίλ του βιώσιμου καταναλωτή, την ικανοποίηση τους από την περιβαλλοντική σήμανση. Για την έρευνα χρησιμοποιήθηκε δείγμα 155 Αυστραλών καταναλωτών, οι

οποίοι ταξινομήθηκαν σε ικανοποιημένη, ουδέτερη και δυσαρεστημένη ομάδα. Η ηλικία είναι ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας. Πιο συγκεκριμένα, στα ουδέτερα επίπεδα τείνει να είναι γενικά χαμηλότερη σε σχέση με τα άλλα επίπεδα, ενώ η ηλικιακή ομάδα που ανήκει στα ικανοποιητικά επίπεδα δεν έχει σημαντική στατιστική διαφορά με εκείνες τις ηλικιακές ομάδες που ανήκουν στα δυσαρεστημένα ο ουδέτερα επίπεδα. Σχετικά με το εάν βρίσκουν τις ετικέτες δυσανάγνωστες, ακριβείς, δεν βρέθηκε διαφορά μεταξύ των δύο φύλων και αγοράζουν προϊόντα βασισμένοι σε παλιές εμπειρίες. Αρκετοί όμως δήλωσαν ότι διαφωνούν ως προς τη ακρίβεια και την κατανόηση των σημάνσεων. Τέλος το εισόδημα είναι ένας δημογραφικός παράγοντας που εξετάστηκε στην έρευνα και έδειξε πως καταναλωτές με διαφορετικό εισόδημα παρουσιάζουν και διαφορές στη συμπεριφορά σχετικά με τη ακρίβεια της σήμανσης, τη γενική τους ικανοποίηση για τις σημάνσεις, και με το αν πάντα τις διαβάζουν.

Μελετώντας διαφορές κουλτούρες, όπως την αγροτική κουλτούρα, την κουλτούρα του οικονομισμού και την κουλτούρα της βιώσιμης κατανάλωσης, οι Huttunen et al. (2010), εξέτασαν το ήθος των καταναλωτών. Για τη διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν 53 ιστορίες Φιλανδών καταναλωτών. Η αγροτική κουλτούρα είναι πιο έντονη στις μεγαλύτερες ηλικίες. Ήταν πολύ περήφανοι για την αυτάρκεια τους και για το λιτό τρόπο ζωής τους. Επίσης, θυμούνται το παρελθόν όπου η κατανάλωση δεν ήταν το επίκεντρο μη εγκρίνοντας τον τρόπο ζωής των νέων γενεών. Αυτό δεν σημαίνει, όμως, ότι οι τωρινές καταναλωτικές συνήθειες τους διαφέρουν από των άλλων. Σύμφωνα με την κουλτούρα του οικονομισμού, οι πληροφοριοδότες φαίνονται στις ιστορίες να παρουσιάζουν τους εαυτούς τους ως ορθολογιστές, ελεγχόμενοι καταναλωτές και καταναλωτές που σκέφτονται το κόστος και την ποιότητα. Νιώθουν πως είναι ενάρετοι γιατί έχουν σώσει χρήματα μέσα από ευκαιρίες αγοράς, συγκρίνοντας τιμές ή αγοράζοντας ποιοτικά προϊόντα. Είναι αξιοπρόσεχτο ότι οι πράσινες πρακτικές είναι ένα μεγάλο μέρος των ιστοριών αν και οι συγγραφείς ήταν κυρίως μεγαλύτερης ηλικίας. Ακόμη, εξετάζεται και η κουλτούρα της βιώσιμης κατανάλωσης. Σύμφωνα με αυτούς που διατύπωσαν τις ιστορίες η κουλτούρα αυτή σημαίνει ανακύκλωση προϊόντων, επιλογή προϊόντων υψηλής ποιότητας και αγορά προϊόντων με οικολογική ετικέτα, τα οποία είναι πιο ακριβά από τα συμβατικά. Ένα άλλο στοιχείο που φαίνεται στην έρευνα είναι ότι Οι νέοι καταναλωτές στη Φιλανδία πιστεύουν πως η τιμή είναι συχνά ένας σημαντικός λόγος για να μην κάνουν βιώσιμες καταναλωτικές επιλογές.

Τους παράγοντες που επηρεάζουν τη φιλική συμπεριφορά προς το περιβάλλον, εξέτασαν και οι Straughan et al. (1999), σε έρευνα που πραγματοποίησαν σε δείγμα 235 φοιτητών πανεπιστημίου στο Τέξας. Ως παράγοντες μελέτησαν τα δημογραφικά και τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος. Η ηλικία, το φύλο και η ακαδημαϊκή κατάταξη είναι στατιστικά σημαντικά όταν λαμβάνονται υπόψη μεμονωμένα, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Αντίθετα, το εισόδημα δεν είναι στατιστικά σημαντικό. Ως ψυχογραφικά χαρακτηριστικά θεωρήθηκαν, ο αλτρουισμός, η περιβαλλοντική ανησυχία, η αντιληπτή αποτελεσματικότητα και ο φιλελευθερισμός. Ο αλτρουισμός, η περιβαλλοντική ανησυχία και η αντιληπτή αποτελεσματικότητα είναι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, ενώ ο φιλελευθερισμός δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας. Με μεγαλύτερη στατιστική σημαντικότητα βρέθηκε η αντιληπτή αποτελεσματικότητα των καταναλωτών. Πιο συγκεκριμένα το άτομο πρέπει να είναι πεπεισμένο ότι οι προ-περιβαλλοντικές του δράσεις θα είναι αποτελεσματικές ενάντια στην περιβαλλοντική υποβάθμιση. Ακολούθησε ο αλτρουισμός και ο φιλελευθερισμός.

Τα είδη οικιακής χρήσης και συγκεκριμένα οι οικιακές συσκευές, ευθύνονται για τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, από τη ρύπανση και τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου μέχρι τις χρήσεις γης και τα απόβλητα. Οι Abeliotis et al. (2011), σε έρευνα που πραγματοποίησαν σε δείγμα 186 Κύπριων καταναλωτών, ανέλυσαν τους παράγοντες που επηρεάζουν τις επιλογές των καταναλωτών σχετικά με την κυριότητα οικιακών συσκευών. Το 56% των ερωτηθέντων στην έρευνα, προτιμούν οικιακές συσκευές εξοικονόμησης. Πιο συγκεκριμένα, η ενεργειακή απόδοση είναι ένα αγοραστικό κριτήριο όταν οι καταναλωτές αγοράζουν ένα ψυγείο (34,4%), ένα πλυντήριο (35,5%), ένα πλυντήριο πιάτων (34,6%) ή ένα στεγνωτήριο (44,8%). Αυτό δείχνει ότι έχουν μία υπεύθυνη συμπεριφορά όταν πρόκειται να αγοράσουν κάποια μεγάλη ηλεκτρική συσκευή. Αντίθετα όταν πρόκειται να αγοράσουν φούρνο δεν συμπεριφέρονται έτσι (23,1%), η οποία είναι μία μεγάλη ηλεκτρική συσκευή και χρησιμοποιείται συχνά. Επίσης σχετικά με το μέγεθος της ηλεκτρικής συσκευής, βρέθηκε ότι οι μεγάλες οικιακές συσκευές είναι πιο πιθανόν να δωρίζονται ή να ανακυκλώνονται, συγκριτικά με τις μικρές ηλεκτρικές συσκευές οι οποίες διατίθενται για απορρίμματα σε γενικές γραμμές. Στη συνέχεια μετρήθηκαν κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά, όπως η ηλικία, το εισόδημα, ο αριθμός μελών της οικογένειας, το μορφωτικό επίπεδο και το φύλο. Η ηλικία είναι κυρίαρχος

προγνωστικός παράγοντας για τη ιδιοκτησία οικιακών συσκευών με θετική σχέση. Όσο αυξάνεται η ηλικία τόσο αυξάνεται και ο αριθμός των οικιακών συσκευών αλλά αυξάνεται με φθίνοντα ρυθμό, ενώ δεν είναι στατιστικά σημαντική σχετικά με την επιλογή τους να αγοράσουν μια συσκευή ενεργειακής απόδοσης. Όσον αφορά τον αριθμό μελών της οικογένειας, επηρεάζει θετικά τον αριθμό των οικιακών συσκευών ανά σπίτι, και μάλιστα υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση σε ε.σ. 1%. Σχετικά με ένα άλλο δημογραφικό χαρακτηριστικό, εισόδημα, όσο υψηλότερο είναι τόσο περισσότερες είναι και οι οικιακές συσκευές και υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση σε ε.σ. 5%. Επίσης, το φύλο είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει τη προτίμηση μία συσκευής εξοικονόμησης. Οι γυναίκες θα προτιμούσαν μία συσκευή εξοικονόμησης περισσότερο από ότι ένας άνδρας. Τέλος, το μορφωτικό επίπεδο είναι στατιστικά σημαντικό σε ε.σ. 1% και οι καταναλωτές που προτιμούν ενεργειακής απόδοσης συσκευές είναι καλά πληροφορημένοι, αποτέλεσμα του υψηλού μορφωτικού επιπέδου τους.

Οι Tobler et al. (2011) πραγματοποίησαν μία μελέτη σχετικά με τη φιλική προς το περιβάλλον κατανάλωση τροφής, την προθυμία τους να υιοθετήσουν μία τέτοια συμπεριφορά, καθώς και τα κίνητρα και τις συμπεριφορές που επηρεάζουν την προθυμία των καταναλωτών, ένα στοιχείο το οποίο δεν είχε αναφερθεί μέχρι τώρα στις παραπάνω έρευνες. Στην έρευνα μελετήθηκε τα περιβαλλοντικά οφέλη από τα οικολογικά πρότυπα διατροφής. Οι γυναίκες αντιλαμβάνονται τα καταναλωτικά πρότυπα ως πιο φιλικά προς το περιβάλλον συγκριτικά με τους άνδρες. Η μεγαλύτερη όμως διαφορά εντοπίζεται στην αγορά οργανικών τροφών. Σχετικά με την κατανάλωση κρέατος, φάνηκε ότι όσο πιο πολύ κρέας καταναλώνουν τόσο πιο λίγο κατανοούν τα περιβαλλοντικά οφέλη από την μείωση της κατανάλωσης του κρέατος. Ακόμη, όσον αφορά την προθυμία να ακολουθήσουν τα περιβαλλοντικά πρότυπα, οι περισσότεροι ερωτηθέντες αγοράζουν ήδη τοπικά προϊόντα και καταναλώνουν φρούτα και λαχανικά. Αντίθετα, ένα χαμηλό ποσοστό έχει μειώσει την κατανάλωση κρέατος και αποφεύγει την αγορά προϊόντων εναέρια μεταφερόμενα. Αναφορικά με το φύλο, οι γυναίκες είναι λιγότερο πιθανό να είναι απρόθυμες και περισσότερο πιθανό να έχουν ήδη μειώσει την κατανάλωση κρέατος, ενώ τα άτομα τα οποία πίστευαν ότι η μείωση της κατανάλωσης θα έχει θετικά αποτελέσματα στην υγεία τους είναι πιο πιθανό να βρίσκονται στο στάδιο δράσης από στο λήψης αποφάσεων. Επιπλέον, τα περιβαλλοντικά οφέλη επηρεάζουν τη μείωση της κατανάλωσης

κρέατος, αφού σύμφωνα με την έρευνα τα άτομα αυτά είναι στο στάδιο που πιστεύουν ότι θα αλλάξουν τη συμπεριφορά τους. Από την άλλη μεριά, η οικονομική κατάσταση και το μορφωτικό επίπεδο φαίνεται να μην επηρεάζει σημαντικά την επιθυμία των καταναλωτών για μείωση της κατανάλωσης κρέατος. Τέλος, η προτίμηση για φυσικές τροφές εξαρτάται από τη γεύση, εάν δηλαδή οι καταναλωτές είναι πεπεισμένοι ότι τα λαχανικά και τα φρούτα είναι εύγεστα αλλά και από τα περιβαλλοντικά οφέλη.

Για την προθυμία των καταναλωτών να πληρώσουν σταδιακά υψηλότερα ασφάλιστρα για περιβαλλοντικά φιλική ηλεκτρική ενέργεια μελέτησαν οι Rowlands et al. (2003), σε δείγμα 446 άτομα στο νοτιοδυτικό Οντάριο της Αμερικής. Όσον αφορά στο φύλο, οι γυναίκες είναι μία ομάδα στόχος που δε δίνεται μεγάλη έμφαση. Επίσης, το μορφωτικό επίπεδο είναι μία στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, σε αντίθεση με την ηλικία που δεν είναι στατιστικά σημαντική. Η διαμόρφωση της απόφασης, επίσης επηρεάζεται από την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, καθώς είναι ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Το 31% των ερωτηθέντων δηλώνει πως θα πλήρωνε τουλάχιστον 25\$ το μήνα ασφάλιστρα για φιλική προς το περιβάλλον ηλεκτρική ενέργεια. Η σημαντικότητα αυτού του παράγοντα ίσως δείχνει ότι οι ερωτηθέντες πιστεύουν πως οι επιλογές τους σχετικά με την ενέργεια έχουν άμεσο αποτέλεσμα με τις συνέπειες στο περιβάλλον.

Οι McDonald et al. (2003) ασχολήθηκαν με την ανακύκλωση του χαρτιού σε έρευνα που πραγματοποίησαν σε δείγμα 714 ατόμων στο Sheffield, στο Ηνωμένο Βασίλειο. Σκοπός της έρευνας τους ήταν να εξετάσουν τους παράγοντες που ίσως κάποιος δεν ανακυκλώνει. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως τα άτομα αυτά πίστευαν πως οι μικρές ποσότητες χαρτιού θεωρούνται ασήμαντες και δεν ανακυκλώνονται. Ακόμη η έλλειψη χώρου για κάδους ανακύκλωσης μείωνε την πιθανότητα να κάνει κάποιος ανακύκλωση. Τέλος, η εμφάνιση των κάδων λειτουργούσε ως αποτρεπτικό στοιχείο στους καταναλωτές και πίστευαν πως χρειάζονται επανασχεδιασμό.

Με την εξοικονόμηση ενέργειας ασχολήθηκε στην έρευνα του ο Scott (1997), όπου μελέτησε δείγμα 1200 νοικοκυριών στην Ιρλανδία. Στην έρευνα του εξέτασε κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά, τι χαρακτηριστικά διαθέτει μία οικία, καθώς και τι πληροφορίες γνωρίζουν οι καταναλωτές. Όσον αφορά τα δημογραφικά

χαρακτηριστικά και συγκεκριμένα το εισόδημα, κατέληξε πως όσο μεγαλύτερο εισόδημα έχει κάποιος, τόσο μεγαλύτερες πιθανότητες υπάρχουν να επενδύσουν σε εγκαταστάσεις εξοικονόμησης ενέργειας. Επιπλέον, τα άτομα με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο, έχουν περισσότερες γνώσεις σε θέματα εξοικονόμησης ενέργειας, ενώ τα ηλικιωμένα άτομα συνήθως δεν διαθέτουν κάποιο σύστημα εξοικονόμησης ενέργειας. Σχετικά με τα χαρακτηριστικά της οικίας, βρέθηκε πως οι μονοκατοικίες και τα ιδιόκτητα σπίτια επενδύουν πιο πολύ σε εγκαταστάσεις εξοικονόμησης ενέργειας. Τέλος η έλλειψη πληροφοριών και ενημέρωσης οδηγεί στην μείωση της χρήσης εγκαταστάσεων εξοικονόμησης ενέργειας.

ΜΕΡΟΣ Β: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^Ο

4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΟΓΙΚΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ

Στη σύγχρονη εποχή, οι ανάγκες του ανθρώπου συνεχώς αυξάνονται. Συνέπεια των συνεχών αυξανόμενων αναγκών του, η υποβάθμιση του περιβάλλοντος δημιουργώντας έτσι την ανάγκη για φιλικότερη συμπεριφορά προς το περιβάλλον από τους ανθρώπους. Η βιώσιμη κατανάλωση, ή αλλιώς η υπεύθυνη χρήση των αγαθών και των υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις βασικές ανάγκες των ανθρώπων μπορεί να ελαχιστοποιήσει την καταστροφή των φυσικών πόρων του πλανήτη μας.

Στην παρούσα εργασία μελετήθηκε η βιώσιμη συμπεριφορά των καταναλωτών μέσα από τρεις βασικές δραστηριότητες, την ανακύκλωση, την επαναχρησιμοποίηση και τη μείωση της χρήσης πόρων(3R). Προκειμένου να γίνει η μελέτη πραγματοποιήθηκε δειγματολογική έρευνα στο Δήμο Καστοριάς και Καλλιθέας, σε τυχαίο δείγμα, κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος και Μάιος 2013. Για το σκοπό αυτόν συντάχθηκε ερωτηματολόγιο, το οποίο βασίστηκε σε προηγούμενες εμπειρικές μελέτες και διανεμήθηκαν σε 150 άτομα. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο περιέχει 29 ερωτήσεις. Προκειμένου να καλυφθεί η θεματολογία σχετικά με τη βιώσιμη κατανάλωση μέσα από τις τρεις δραστηριότητες, το ερωτηματολόγιο χωρίστηκε σε κάποιες ενότητες. Εξετάστηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του ερωτώμενου, ο τρόπος μετακίνησης του, οι τρόποι θέρμανσης του σπιτιού και η εξοικονόμηση ενέργειας μέσα στην κατοικία, η συμπεριφορά του ως προς την ανακύκλωση, οι καταναλωτικές συνήθειες, οι αλλαγές στην κατανάλωση λόγω οικονομικής κρίσης και η περιβαλλοντική ευαισθητοποίησης

4.2 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΑΙ Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Για τη μελέτη του προφίλ του βιώσιμου καταναλωτή και της βιώσιμης κατανάλωσης μέσα από τη μείωση χρήσης πόρων, την επαναχρησιμοποίηση και την ανακύκλωση.

Σύμφωνα με τους πίνακες συχνοτήτων όσον αφορά τα προσωπικά στοιχεία των ερωτηθέντων, προέκυψε πως από το δείγμα των 150 ατόμων, την πλειοψηφία την κατέχουν οι άνδρες με ποσοστό 55,3% σε αντίθεση με τις γυναίκες που το ποσοστό ανέρχεται στο 44,7%. Ηλικιακά, η κατανομή του δείγματος είναι μεταξύ 16 με 72. Μεγαλύτερη συχνότητα εμφανίζουν τα άτομα ηλικίας μέχρι 30 ετών με ποσοστό 66,2%, μεταξύ 30-40 ετών σε ποσοστό 23,3%.

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο κυμαίνεται από απόφοιτος/η δημοτικού μέχρι κάτοχος μεταπτυχιακού/διδακτορικού διπλώματος. Το μεγαλύτερο ποσοστό με 38,7 % το κατέχουν οι απόφοιτοι λυκείου και οι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ με ποσοστό 37,3%. Γενικότερα λίγοι είναι εκείνοι που παρακολούθησαν μόνο βασική εκπαίδευση με ποσοστό 6%. Ακόμη μόλις το 6,7% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού/διδακτορικού διπλώματος.

Μέσω του ερωτηματολογίου μελετήθηκε επίσης και η οικονομική δραστηριότητα των ερωτηθέντων. Η πλειοψηφία, με ποσοστό 48% είναι εργαζόμενοι και μη οικονομικά ενεργοί με ποσοστό 33,3%. Μόλις το 17% είναι άνεργοι. Η επαγγελματική δραστηριότητα των ερωτηθέντων ταξινομήθηκε σε δημόσιος/ιδιωτικός υπάλληλος, ιδιωτικός υπάλληλος, προσωπική επιχείρηση, ελεύθερος επαγγελματίας και άλλο. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι με ποσοστό 20,7%.

Επιπλέον μελετήθηκε η οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων στην έρευνα. Πιο συγκεκριμένα βρέθηκε πως οι περισσότεροι ερωτώμενοι είναι ανύπαντροι, με ποσοστό 69,3% και ακολούθησαν οι παντρεμένοι, με ποσοστό 22,7%. Οι υπόλοιποι ανήκουν στις μειωθητικές κατηγορίες, όπως αυτοί των διαζευγμένων με 33% και αυτών σε συμβίωση με 4%. Ακόμη φάνηκε πως το νοικοκυριό των περισσότερων ερωτηθέντων αποτελείται από 4 άτομα, σε ποσοστό 31,5% και ακολουθεί με ποσοστό 26% τα νοικοκυριά με 1 άτομο. Τα μικρότερα ποσοστά τα κατέχουν τα νοικοκυριά με 8 άτομα, μόλις το 0,7% και τα νοικοκυριά με 6 άτομα, σε ποσοστό 1,3 %. Το 21,3% από τους ερωτηθέντες έχει παιδιά. Από αυτούς που έχουν παιδιά το 16,7% των παιδιών μένει μαζί με τους γονείς τους. Ακόμη

μελετήθηκε εάν οι ερωτώμενοι διαμένουν μαζί με τους γονείς τους. Το 66% δήλωσε ότι δεν διαμένει μαζί με τους γονείς τους.

Τέλος μελετήθηκε το εισόδημα των ερωτηθέντων τόσο το μηνιαίο ατομικό όσο και το ετήσιο οικογενειακό. Όσον αφορά το ατομικό μηνιαίο εισόδημα το 29,3% δήλωσε ότι δεν έχει μηνιαίο ατομικό εισόδημα. Από αυτούς που διαθέτουν ατομικό μηνιαίο εισόδημα το 24,7% έχει εισόδημα μικρότερο από 500 ευρώ ενώ το 29,3% μεταξύ 500 και 1000 ευρώ. Επίσης όσον αφορά τα ετήσια οικογενειακά εισόδημα ένα 3,3% δεν είχε καθόλου και το 28,7% δηλώνει ότι έχει εισόδημα μεταξύ 1500 με 2000 ευρώ.

Διάγραμμα 1 :

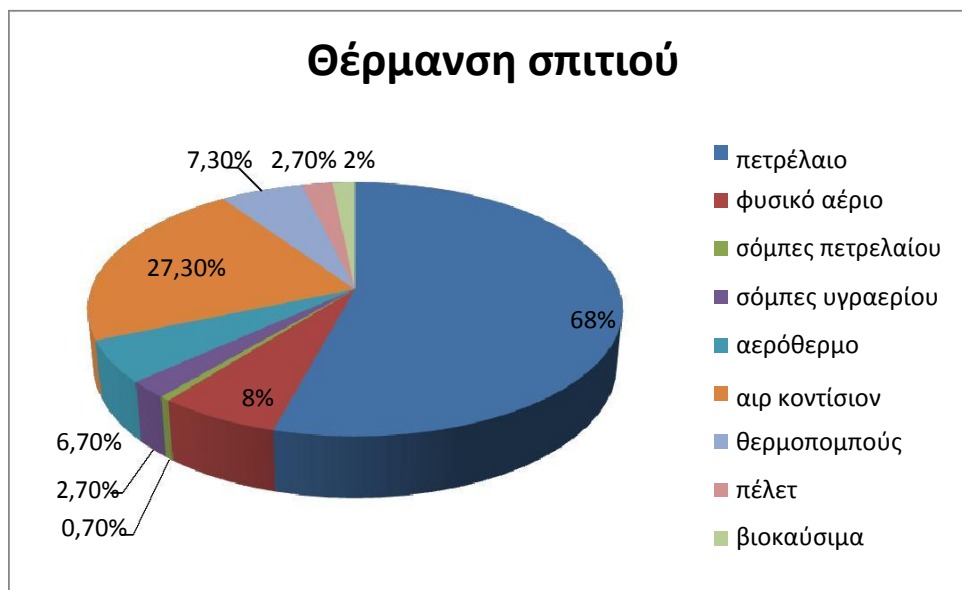


Επίσης στόχος της έρευνας ήταν να καταγραφεί σε ποιο βαθμό οι ερωτώμενοι καλύπτουν τις ανάγκες τους (βλέπε διάγραμμα 1). Στην ερώτηση σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι καλύπτετε τις ανάγκες σας σχεδόν οι μισοί, σε ποσοστό 45,3%, απάντησαν ότι καλύπτουν λίγο τις ανάγκες τους. Ακολουθεί ένα ποσοστό που ανέρχεται στο 26% που δεν καλύπτει καθόλου τις ανάγκες του και το 23,3% των ερωτηθέντων καλύπτει αρκετά τις ανάγκες του. Μόλις το 2% καλύπτει πολύ τις ανάγκες του και το 3,3% πάρα πολύ. Επίσης μελετήθηκε ποιες ανάγκες λόγω του εισοδήματος, δεν μπορούν οι ερωτώμενοι να καλύψουν. Οι ανάγκες ταξινομήθηκαν σε 8 κατηγορίες. Το 49,3% δήλωσε ότι δεν καλύπτει όλες τις ανάγκες του και το 50,7% ότι καλύπτει όλες τις ανάγκες του έστω και με δυσκολία. Από αυτούς που

απάντησαν ότι δεν καλύπτουν όλες τις ανάγκες τους τα μεγαλύτερα ποσοστά εμφανίστηκαν στην κατηγορία αγορά προϊόντων τεχνολογίας με ποσοστό 36% και στην κατηγορία διασκέδαση/ψυχαγωγία, με ποσοστό 28%. Μόλις το 6% βρέθηκε ότι δεν καλύπτει την ανάγκη του για τροφή.

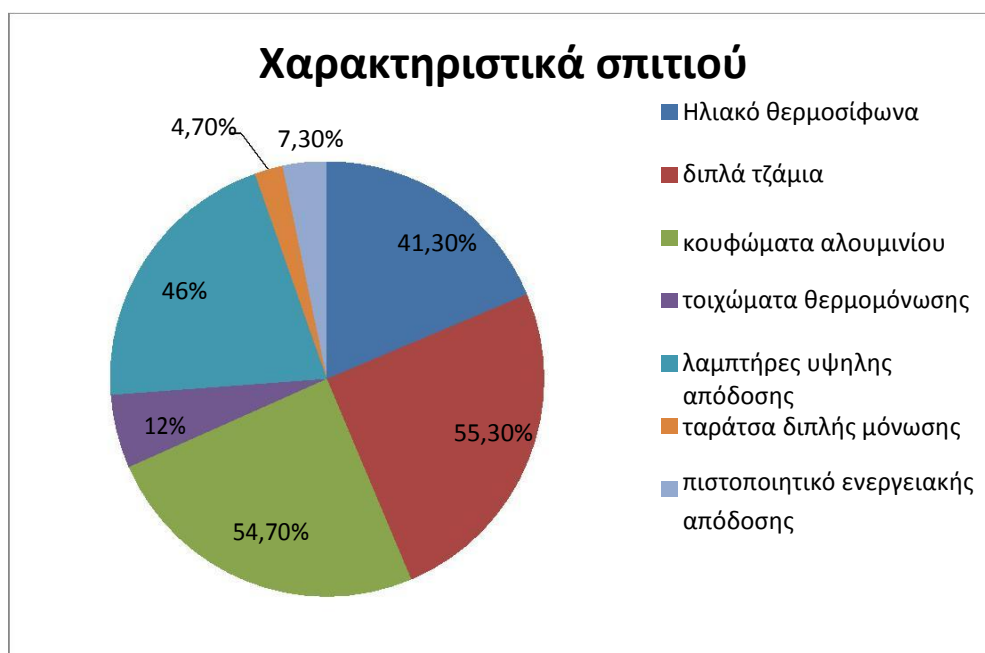
Ένα άλλο στοιχείο που μελετήθηκε είναι το πόσοι από τους ερωτηθέντες είναι κάτοχοι αυτοκινήτου ή μηχανής. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν είναι κάτοχοι αυτοκινήτου, με ποσοστό 53,3% και το συντριπτικό ποσοστό των 84% δεν έχει στην κατοχή του μηχανή. Από αυτούς που δήλωσαν ότι είναι ιδιοκτήτες αυτοκινήτου μόνο το 1,3% έχει υβριδικό αυτοκίνητο. Ακόμη οι ερωτώμενοι κληθήκαν να απαντήσουν στο πόσο συχνά χρησιμοποιούν το αυτοκίνητο, τη μηχανή, τα μέσα μαζικής μεταφοράς και το αυτοκίνητων φίλων, συναδέλφων κλπ.. Όσον αφορά αυτούς που είναι ιδιοκτήτες αυτοκινήτου το 26,7% χρησιμοποιεί καθημερινά το αυτοκίνητο, ενώ μόλις το 6% μία φορά τον μήνα. Σχετικά με τους κατέχοντες μηχανής το 13,3% τη χρησιμοποιεί καθημερινά. Ένα μεγάλο μέρος του δείγματος απάντησε ότι δε χρησιμοποιεί ποτέ τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, με ποσοστό 38%, ενώ ένα ελαφρώς μικρότερο τμήμα του δείγματος, με ποσοστό 33,3%, δήλωσε ότι για τις μετακινήσεις του χρησιμοποιεί καθημερινά τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς. Τέλος, το ποσοστό των ερωτηθέντων που χρησιμοποιούν το αυτοκίνητο συναδέλφων ή φίλων ανέρχεται στο 23,3%, όπου η πλειοψηφία το χρησιμοποιεί μία φορά τον μήνα, με ποσοστό 18%.

Διάγραμμα 2:



Επιπρόσθετα, μελετήθηκε και ο τρόπος θέρμανσης του σπιτιού των ερωτηθέντων, χωρίζοντας 9 διαφορετικούς τρόπους θέρμανσης. Πετρέλαιο, φυσικό αέριο, σόμπες πετρελαίου, σόμπες υγραερίου, αερόθερμο, αир κοντίσιον, θερμοπομπούς, πέλετ και βιοκαύσιμα. Το πλήθος των ερωτηθέντων, με ποσοστό 68%, θερμαίνει το σπίτι του με πετρέλαιο και ακολουθεί με ποσοστό 27,3% να το θερμαίνει με αир κοντίσιον. Ακόμη βρέθηκε τα ποσοστά των ερωτηθέντων που ζεσταίνουν το σπίτι τους με τρόπους φιλικότερους προς το περιβάλλον ήταν χαμηλά. Μόλις περίπου το 8% χρησιμοποιεί φυσικό αέριο ή θερμοπομπούς για τη θέρμανση του σπιτιού. Ακολουθεί η χρήση πέλετ, με ποσοστό 2,7% και η χρήση βιοκαυσίμων με ποσοστό μόλις 2%. (βλέπε διάγραμμα 2).

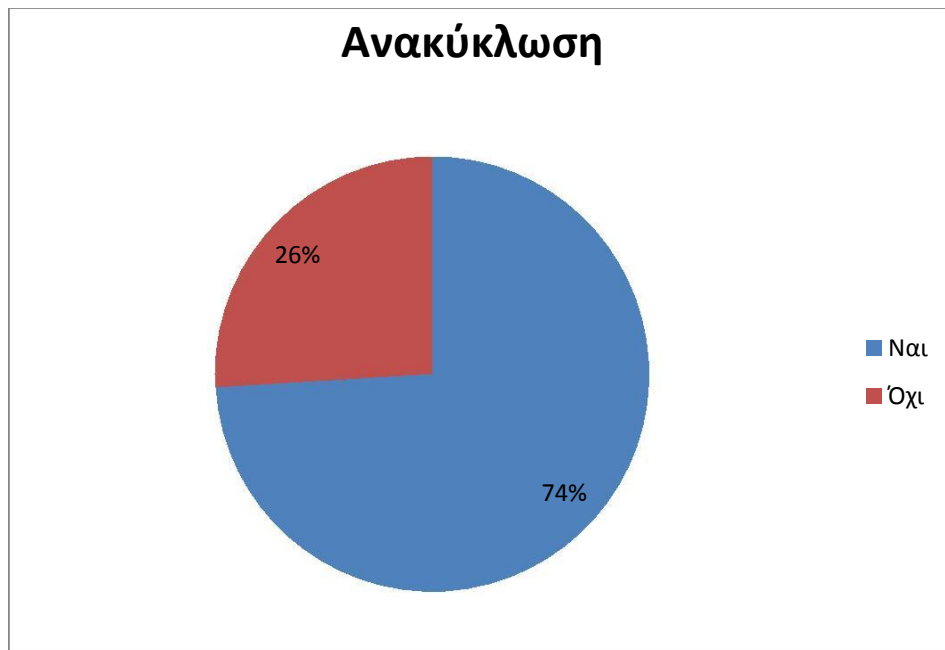
Διάγραμμα 3:



Η εξοικονόμησης ενέργειας μέσα από κάποια χαρακτηριστικά του σπιτιού μαζί με τον τρόπο θέρμανσης σχετίζονται με τη μείωση φυσικών πόρων. Για αυτόν το λόγο, στην παρούσα έρευνα μελετήθηκαν κάποια χαρακτηριστικά που μπορεί να διαθέτει μια οικία. Πιο συγκεκριμένα εάν διαθέτει η οικία των ερωτηθέντων ηλιακό θερμοσίφωνα, λαμπτήρες υψηλής απόδοσης, διπλά τζάμια, κουφώματα αλουμινίου, τοιχώματα θερμομόνωσης, ταράτσα διπλής μόνωσης και πιστοποιητικό ενεργειακής απόδοσης. Το χαρακτηριστικό μίας οικίας να διαθέτει διπλά τζάμια και κουφώματα αλουμινίου υπερίσχυσε με ποσοστά 55,3% και 54,7% αντίστοιχα. Αξιοσημείωτο είναι και ότι σχεδόν το $\frac{1}{2}$ του δείγματος διαθέτει στο σπίτι του λαμπτήρες υψηλής απόδοσης, με ποσοστό 46%. Τέλος, ελάχιστοι είναι αυτοί που δήλωσαν ότι το σπίτι τους διαθέτει ταράτσα διπλής μόνωσης, με ποσοστό 4,7% (βλέπε διάγραμμα 3).

Ακόμη ένας σημαντικός παράγοντας στη βιώσιμη κατανάλωση είναι η ανακύκλωση. Για το λόγο αυτό, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με το αν κάνουν ανακύκλωση, αν ναι σε τι βαθμό και τέλος ποια είδη ανακυκλώνουν.

Διάγραμμα 4:



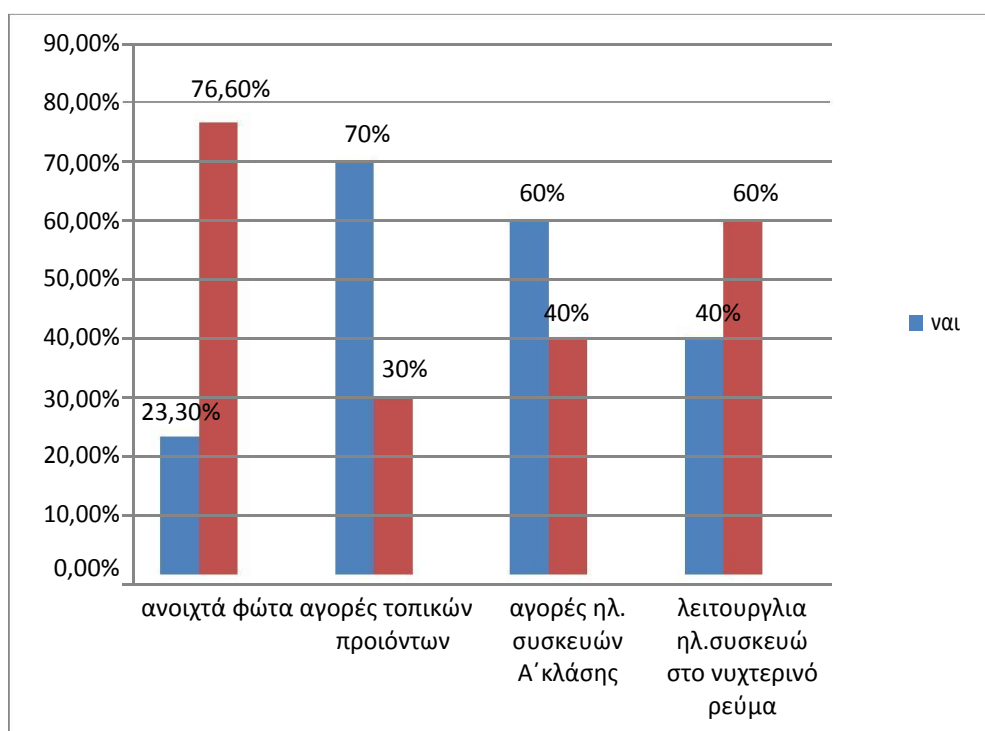
Η πλειοψηφία του δείγματος δήλωσε ότι κάνει ανακύκλωση, με ποσοστό 74% (βλέπε διάγραμμα 4). Όσον αφορά το βαθμό ανακύκλωσης, το 24,7% και το 20,7% κάνει συχνά ανακύκλωση και πολύ συχνά αντίστοιχα. Μόλις το 10,7% δήλωσε ότι κάνει σπάνια ανακύκλωση.

Διάγραμμα 5:



Τα υλικά τα οποία ανακυκλώνονται ταξινομήθηκαν σε 6 κατηγορίες, χαρτί, αλουμίνιο, ηλεκτρικές συσκευές, γυαλί, πλαστικό και μπαταρίες. Η πλειοψηφία του δείγματος, με ποσοστό 69,3% φάνηκε ότι ανακυκλώνει χαρτί, ενώ ακολούθησε με 58% η ανακύκλωση πλαστικού, με 48,7% η ανακύκλωση μπαταριών, με 48% η ανακύκλωση γυαλιού και με 44,7% το αλουμίνιο. Το υλικό το οποίο τα άτομα του δείγματος ανακύκλωναν λιγότερο ήταν οι ηλεκτρικές συσκευές με ποσοστό 31,3%.(βλέπε διάγραμμα 5)

Διάγραμμα 6:



Συνεχίζοντας τη μελέτη, οι ερωτηθέντες τέθηκαν να απαντήσουν σε συγκεκριμένες ερωτήσεις σχετικά με τις καταναλωτικές τους συνήθειες. Πιο ειδικά, η συντριπτική πλειοψηφία, με ποσοστό 76,7% δήλωσε ότι δεν συνηθίζει να αφήνει τα φώτα ανοιχτά όταν φεύγει από ένα δωμάτιο (βλέπε διάγραμμα 6). Το 70% των ερωτηθέντων συνηθίζει να αγοράζει τοπικά προϊόντα γιατί έχουν υποστεί λιγότερη επεξεργασία και έχουν λιγότερο κόστος μεταφοράς (βλέπε διάγραμμα 6). Σχετικά με το αν συνηθίζουν να αγοράζουν ηλεκτρικές συσκευές Α' κλάσης, το 60% απάντησε θετικά (βλέπε διάγραμμα 6). Επιπρόσθετα σε ποσοστό 40% και 40,7%, οι ερωτώμενοι δήλωσαν αντίστοιχα ότι συνηθίζουν να θέτουν σε λειτουργία τις ηλεκτρικές τους συσκευές στο νυχτερινό ρεύμα και ότι προτιμούν τα βιολογικά προϊόντα γιατί είναι φιλικότερα προς το περιβάλλον (βλέπε διάγραμμα 6). Το 53,3%

δήλωσε ότι δεν ρίχνει τα απορρίμματα με τη σακούλα στους μπλε κάδους. Επίσης σχεδόν το ½ του δείγματος, με ποσοστό 48,7% δήλωσε ότι συνηθίζει να δωρίζει τις ηλεκτρικές συσκευές που δεν χρησιμοποιεί πλέον. Ακόμη διαπιστώθηκε πως αρκετοί είναι αυτοί που συνηθίζουν να διαχωρίζουν τα υπολείμματα από τα απόρριπτα πριν τα ρίξουν στους μπλε κάδους, με ποσοστό 44,7%.

Διάγραμμα 7:



Σχετικά με το αν αφήνουν τη βρύση ανοιχτή σε διάφορες δραστηριότητες, το 30,7% δήλωσε ότι συνηθίζει να αφήνει τη βρύση ανοιχτή καθ'όλη τη διάρκεια που κάνει μπάνιο ή που πλένει τα πιάτα, ενώ λιγότεροι ήταν αυτοί που συνηθίζουν να αφήνουν τη βρύση ανοιχτή κατά τη διάρκεια που πλένουν τα δόντια τους, με ποσοστό 22% (βλέπε διάγραμμα 7). Τέλος, μόλις το 6% των ερωτηθέντων ανήκει σε κάποια περιβαλλοντική ομάδα.

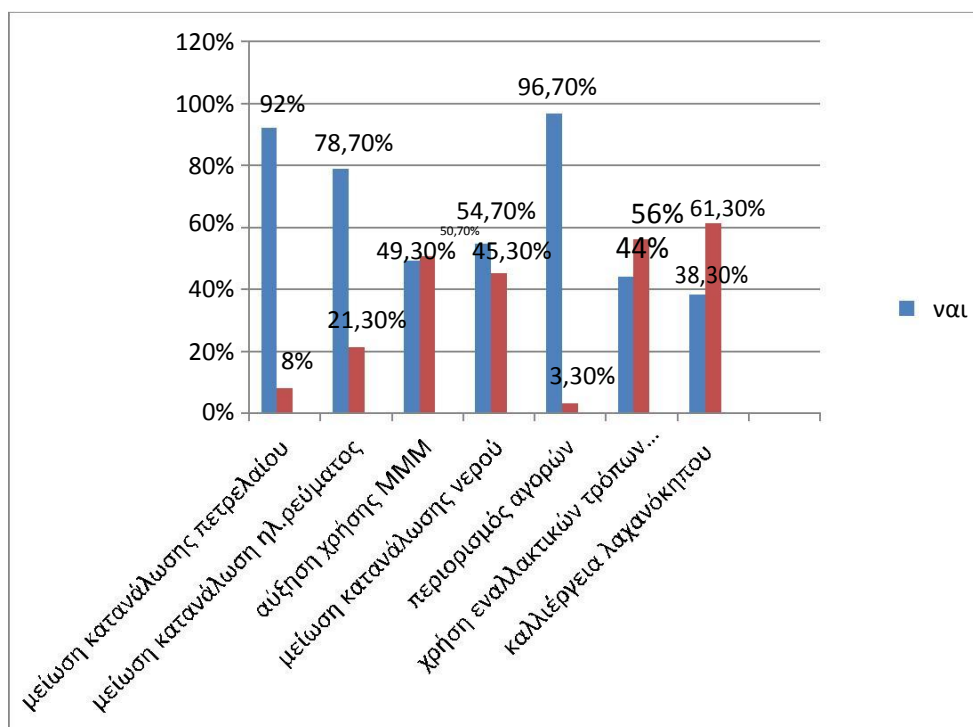
Συνεχίζοντας την ανάλυση των ερωτηματολογίων, βρέθηκε ότι το 30,7% του δείγματος επηρεάζεται μερικές φορές από τον περίγυρο του στο να κάνει ανακύκλωση, καθώς επίσης και μερικές φορές αγοράζει προϊόντα από εταιρείας περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες, με ποσοστό 42%.

Όπως αναφέρθηκε στην αρχή η επαναχρησιμοποίηση των αγαθών είναι μία από τις τρεις δραστηριότητες που μελετήθηκαν. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δήλωσε ότι σπάνια για αγοράζε προϊόντα «δεύτερο χέρι», με ποσοστό 42% και μόλις το 16,7% των ερωτηθέντων απάντησε ότι συχνά κάνει επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων του.

Στη μείωση των φυσικών πόρων μπορούμε να εντάξουμε τη χρήση σακούλας πολλαπλών χρήσεων καθώς και την αποφυγή προϊόντων με πολλά περιτυλίγματα. Το

37,3% δήλωσε πως σπάνια χρησιμοποιεί σακούλες πολλαπλών χρήσεων και το 41,3% σπάνια αγοράζει προϊόντα με πολλές συσκευασίες.

Διάγραμμα 8:



Ακόμη για το σκοπό της εργασίας μελετήθηκε εάν οι ερωτώμενοι λόγω οικονομικής κρίσης έχουν μειώσει την κατανάλωση πετρελαίου, ηλεκτρικού ρεύματος, νερού, εάν περιορίσει τις αγορές τους, εάν καλλιεργούν λαχανόκηπο και τέλος αν έχουν αυξήσει τη χρήση MMM και αν χρησιμοποιούν εναλλακτικούς τρόπους θέρμανσης. Από ότι φαίνεται και στο διάγραμμα 8, η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει όλα τα παραπάνω ερωτήματα.

Μεγάλο μέρος του δείγματος πιστεύει πάρα πολύ ότι το πρόβλημα της ρύπανσης είναι σημαντικό, ότι η ανακύκλωση συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος, οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας είναι φιλικότερες προς το περιβάλλον και ότι η υγεία του ανθρώπου εξαρτάται από το περιβάλλον, με ποσοστά 66,7%, 47,3%, 45,3%, 69,3% αντίστοιχα.

Ακόμη, το 47,3% του δείγματος πιστεύει πως η ανακύκλωση συμβάλει πάρα πολύ στην προστασία του περιβάλλοντος και το 66,7% ότι η υγεία του ανθρώπου

είναι άμεσα εξαρτημένη από το περιβάλλον. Τέλος, το 41,3% συμφωνεί πολύ πως θα περιόριζε τον όγκο σκουπιδιών που παράγει σε περίπτωση φορολογίας.

4.3 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ

Προκειμένου να μελετηθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανακύκλωση, πραγματοποιήθηκε λογιστική παλινδρόμηση. Οι ανεξάρτητοι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για τη διαμόρφωση της εξίσωσης, επιλέχθηκαν βάση προηγούμενων ερευνών, αποδεικνύοντας πως επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή. Οι έρευνες που χρησιμοποιήθηκαν ήταν των Abeliotis et al. (2010),

όπου τα δημογραφικά χαρακτηριστικά διαδραματίζουν σπουδαίο ρόλο στο προφίλ του βιώσιμου καταναλωτή (φύλο, ηλικία, εισόδημα), της Haanraa (2007) όπου τα διαφορετικά καταναλωτικά στύλ επηρεάζουν την ανακύκλωση και των

Diamantopoulos et al (2003) που εξέτασαν τα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά στο προφίλ του βιώσιμου καταναλωτή (οικογενειακή κατάσταση, φύλο, ηλικία)

Όπου,

Recycle= η εξαρτημένη μεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 εάν ο ερωτώμενος κάνει ανακύκλωση και 0 αλλού.

Sex= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για άνδρας και 0 για γυναίκα.

Age= μεταβλητή που δηλώνει την ηλικία του ερωτώμενου.

education= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για απόφοιτους ανωτάτης εκπαίδευσης και 0 αλλού.

Job_kind=η ψευδομεταβλητή που παίρνει τιμή 1 για δημοσίους/δημοτικούς υπαλλήλους και 0 αλλού.

Buy_frequently= ποσοτική μεταβλητή που δηλώνει το βαθμό συμφωνίας στο αν οι συχνές αγορές είναι σπατάλη χρόνου, με κλίμακα διαφωνώ απόλυτα=0, διαφωνώ λίγο=1, είμαι ουδέτερος/η=2, συμφωνώ πολύ=3 και συμφωνώ απόλυτα=5.

recycle_protect= ποσοτική μεταβλητή που δηλώνει το βαθμό συμφωνίας κατά πόσο η ανακύκλωση συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος, με κλίμακα καθόλου=0, λίγο=1, μέτρια=2, πολύ=3 και πάρα πολύ=4.

family= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για τους παντρεμένους και 0 αλλού.

influence_recycle= ψευδομεταβλητή που δηλώνει το βαθμό που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τον περίγυρο του στο να κάνει ανακύκλωση, με κλίμακα ποτέ=0, σπάνια=1, μερικές φορές=2, συχνά=3 και πολύ συχνά=4.

secureallneed= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 αν ο ερωτώμενος καλύπτει όλες του τις ανάγκες έστω και με δυσκολία και 0 αλλού.

Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα, όπου στην πρώτη στήλη αναφέρονται οι ανεξάρτητες μεταβλητές, στη δεύτερη στήλη το αρχικό υπόδειγμα και στην τρίτη στήλη το τελικό υπόδειγμα.

Πίνακας: Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ανακύκλωση

Ανεξάρτητες μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερός όρος	-3,779* (2,804)	-0,560 (0,319)
sex	-1,544*** (10,365)	-1,359*** (9,381)
age	0,038 (1,969)	—
education	0,584 (1,886)	—
Buy_frequently	0,527** (5,084)	0,467** (4,669)
recycle_protect	0,518** (4,087)	0,413* (3,136)
family	-0,836 (1,601)	—
M_income	1,897 (1,421)	—
secureallneed	-0,611 (2,066)	—
Job_kind	0,375 (0,271)	—
-2 Log likelihood	147,962	156,887
Nagelkerke R Square	0,216	0,140

Σημείωση: Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστά 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Τα μεγέθη στις παρενθέσεις ακολουθούν τη στατιστική Wald

Έτσι προκύπτει η εξίσωση της λογιστικής παλινδρόμησης:

$\text{Recycle} = -0,560 - 1,359 \cdot \text{sex} + 0,467 \cdot \text{buy_frequently} + 0,413 \cdot \text{recycle_protect}$, σύμφωνα με την οποία το φύλο είναι μία ισχυρά στατιστικά σημαντική μεταβλητή, σε επίπεδο στατικής σημαντικότητας 1%. Το πρόσημο του εκτιμώμενου συντελεστή είναι αρνητικό, άρα αυτό σημαίνει ότι οι άνδρες είναι λιγότερο πιθανό να κάνουν ανακύκλωση, συγκριτικά με τις γυναίκες. Σε όμοιο συμπέρασμα κατέληξαν και οι Diamantopoulos et al., σε έρευνα που πραγματοποίησαν για τα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά στο προφίλ του βιώσιμου καταναλωτή.

Επιπρόσθετα, η μεταβλητή «buyfrequently» εκτιμάται να είναι ένας επίσης στατιστικά σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%. Το πρόσημο του εκτιμώμενου συντελεστή είναι θετικό, που σημαίνει ότι η σχέση που συνδέει την ανεξάρτητη με την εξαρτημένη μεταβλητή είναι θετική. Πιο συγκεκριμένα, αυτοί που πιστεύουν πως οι συχνές αγορές είναι σπατάλη χρόνου, είναι πιθανότερο να κάνουν ανακύκλωση. Σύμφωνα και με την έρευνα της Haanraa (2007) τα διαφορετικά καταναλωτικά στύλ επηρεάζουν την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, όπου η ανακύκλωση είναι μία δραστηριότητα που δείχνει περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.

Ακόμη, σχετικά με τη μεταβλητή «recycle_protect», διαπιστώθηκε πως υπάρχει μία θετική σχέση μεταξύ εξαρτημένης και ανεξάρτητης μεταβλητή σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10%. Αυτό σημαίνει πως αυτοί που πιστεύουν πως η ανακύκλωση συμβάλει στη προστασία του περιβάλλοντος είναι πιθανότερο να κάνουν ανακύκλωση.

Από τη συγκεκριμένη εκτίμηση των υποδειγμάτων της λογιστικής παλινδρόμησης, με στόχο να διερευνηθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ανακύκλωση, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι αυτοί που συμμετέχουν περισσότερο στην ανακύκλωση είναι κυρίως γυναίκες. Επίσης, πιστεύουν πως οι συχνές αγορές είναι σπατάλη χρόνου και ότι η ανακύκλωση συμβάλει στη προστασία του περιβάλλοντος.

4.4 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ ΓΡΑΜΜΙΚΗΣ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Η επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων είναι μία από τις τρεις δραστηριότητες (3R) που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος. Για τη μελέτη της επαναχρησιμοποίησης των προϊόντων χρησιμοποιήθηκαν κάποιοι προσδιοριστικοί παράγοντες σύμφωνα με προηγούμενες έρευνες.

Όπου,

Reuse= η μεταβλητή που δηλώνει αν ο ερωτώμενος κάνει επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων του, με κλίμακα ποτέ=0, σπάνιο=1, μερικές φορές=2, συχνά=3 και πολύ συχνά=4.

Sex= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για άνδρας και 0 για γυναίκα.

Age= μεταβλητή που δηλώνει την ηλικία του ερωτώμενου.

Education= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για απόφοιτους ανωτάτης εκπαίδευσης και 0 αλλού.

family= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για τους παντρεμένους και 0 αλλού.

kids= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 αν ο ερωτώμενος έχει παιδιά και 0 αλλού.

less_rubishes=ποσοτική μεταβλητή που δηλώνει κατά πόσο ο ερωτώμενος θα μείωνε τα απορρίμματα του σε περίπτωση φορολογίας, με κλίμακα διαφωνώ απόλυτα=0, διαφωνώ λίγο=1, είμαι ουδέτερος/η=2, συμφωνώ πολύ=3 και συμφωνώ απόλυτα=5.

Garden= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 αν λόγω οικονομικής κρίσης καλλιεργεί και καταναλώνει ο ερωτώμενος από το λαχανόκηπο του και 0 αλλού.

Second_hand= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 αν αγοράζει προϊόντα «δεύτερο χέρι» και 0 αλλού.

Member_envir= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 αν είναι μέλος σε κάποια περιβαλλοντική ομάδα και 0 αλλού.

Glass= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 αν ανακυκλώνει γυαλί και 0 αλλού.

Secureallneed= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 αν εξασφαλίζει έστω και με δυσκολία όλες τις ανάγκες και 0 αλλού.

divide_rags= η ψευδοματαβλητή που παίρνει την τιμή 1 αν διαχωρίζει τα υπολείμματα πριν ρίξει τα απορρίμματα στους μπλε κάδους και 0 αλλού.

Multibags= η ψευδοματαβλητή που παίρνει την τιμή 1 αν χρησιμοποιεί σακούλες πολλαπλών χρήσεων και 0 αλλού.

Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα, όπου στην πρώτη στήλη αναφέρονται οι ανεξάρτητες μεταβλητές, στη δεύτερη στήλη το αρχικό υπόδειγμα και στην τρίτη στήλη το τελικό υπόδειγμα.

Πίνακας: Εκτίμηση των υποδειγμάτων πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων

Ανεξάρτητες μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερός όρος	1,497*** (3,675)	1,815*** (9,818)
Sex	-0,428** (-2,450)	-0,415*** (-2,607)
Age	0,005 (,442)	-
Kids	-0,806** (-2,139)	-0,750** (-2,395)
Education	0,015 (0,087)	-
decr_rubishes	0,059 (0,848)	-
Garden	0,385** (2,214)	0,361** (2,181)
Secondhand	0,381*** (4,523)	0,363*** (4,803)
member_envir	0,158 (0,481)	-
Glass	-0,361** (-2,020)	-0,363** (-2,242)
Secureallneed	0,123 (0,745)	-

Family	0,558* (1,963)	0,588** (2,143)
divide_rags	-0,015 (-0,084)	-
Multibags	-0,042 (-0,488)	-
R square	0,293	0,282
R ² (διορθωμένο)	0,225	0,252

Σημείωση: Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστά 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Τα μεγέθη στις παρενθέσεις ακολουθούν τη στατιστική t-statistics.

Έτσι προκύπτει η εξίσωση:

$Reuse = 1,815 - 0,415 \cdot sex - 0,750 \cdot kids + 0,361 \cdot garden + 0,363 \cdot secondhand - 0,363 \cdot glass + 0,588 \cdot Family$, σύμφωνα με την οποία το φύλο είναι ένας στατιστικά σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%. Το πρόσημο του εκτιμώμενου συντελεστή προσδιορισμού είναι αρνητικό, άρα οι άνδρες συμμετέχουν λιγότερο στη διαδικασία της επαναχρησιμοποίησης.

Επιπλέον, οι ερωτώμενοι που έχουν παιδιά επαναχρησιμοποιούν λιγότερο τα προϊόντα τους, αφού η μεταβλητή «kids» είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% και ο εκτιμώμενος συντελεστής προσδιορισμού έχει αρνητικό πρόσημο.

Η μεταβλητή «garden» είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% και το πρόσημο του εκτιμώμενου συντελεστή προσδιορισμού είναι θετικό. Από αυτό προκύπτει ότι αυτοί που καλλιεργούν και καταναλώνουν από το λαχανόκηπο τους, συμμετέχουν περισσότερο στη διαδικασία της επαναχρησιμοποίησης των προσόντων τους.

Επιπρόσθετα, στατιστικά σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας είναι η μεταβλητή «secondhand», σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%. Η σχέση που συνδέει την εξαρτημένη και ανεξάρτητη μεταβλητή είναι γραμμική, αφού το πρόσημο του εκτιμώμενου συντελεστή προσδιορισμού είναι θετικό. Πιο συγκεκριμένα, οι ερωτώμενοι που αγοράζουν προϊόντα «δεύτερο χέρι», επαναχρησιμοποιούν περισσότερο τα προϊόντα τους.

Όσον αφορά την ανακύκλωση γυαλιού («glass»), παρουσιάζεται θετικά στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής 5%. Συγκεκριμένα, οι ερωτώμενοι που απάντησαν ότι ανακυκλώνουν γυαλί εκτιμάται ότι συμμετέχουν λιγότερο στην

επαναχρησιμοποίηση, αφού το πρόσημο του εκτιμώμενου συντελεστή προσδιορισμού είναι αρνητικό.

Επιπλέον, στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% εμφανίζεται και η μεταβλητή «marital1», με τον εκτιμώμενο συντελεστή προσδιορισμού να έχει θετικό πρόσημο. Συνεπώς, οι ερωτώμενοι που είναι παντρεμένοι, συμμετέχουν περισσότερο στη δραστηριότητα της επαναχρησιμοποίησης των προϊόντων.

Από τη συγκεκριμένη παλινδρόμηση, στόχος ήταν να εξεταστούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη συμμετοχή των ερωτώμενων στη δραστηριότητα της επαναχρησιμοποίησης. Όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, συμμετέχουν κυρίως γυναίκες, άτομα που δεν έχουν παιδιά και είναι παντρεμένοι. Επίσης, βρέθηκε πως αυτοί που καλλιεργούν και καταναλώνουν από τον λαχανόκηπο τους προϊόντα και αγοράζουν προϊόντα «δεύτερο χέρι» , επαναχρησιμοποιούν περισσότερο τα προϊόντα τους. Τέλος, η επαναχρησιμοποίηση μειώνεται όσο αυξάνεται η ανακύκλωση γυαλιού.

Οι συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές, όπως προκύπτει από το R^2 ερμηνεύουν το 25,2% της εξαρτημένης μεταβλητής.

4.5 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ ΓΡΑΜΜΙΚΗΣ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Τα βιολογικά προϊόντα είναι μία φιλικότερη προς το περιβάλλον κατηγορία προϊόντων. Για την εξέταση των προσδιοριστικών παραγόντων που επηρεάζουν την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων, χρησιμοποιήθηκαν προηγούμενες μελέτες.

Όπου,

Buy_bioproducts= η μεταβλητή που δηλώνει την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων, με κλίμακα ποτέ=0, σπάνιο=1, μερικές φορές=2, συχνά=3 και πολύ συχνά=4.

family= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για τους παντρεμένους και 0 αλλού.

health_env= μεταβλητή που δηλώνει το βαθμό συμφωνίας κατά πόσο η υγεία του ανθρώπου εξαρτάται από το περιβάλλον, με κλίμακα καθόλου=0, λίγο=1, μέτρια=2, πολύ=3 και πάρα πολύ=4.

qualityofproducts= μεταβλητή που δηλώνει κατά πόσο οι ερωτώμενοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την ποιότητα παρά για την τιμή των προϊόντων, με κλίμακα διαφωνώ απόλυτα=0, διαφωνώ λίγο=1, είμαι ουδέτερος/η=2, συμφωνώ πολύ=3 και συμφωνώ απόλυτα=5.

decr_purchases= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για τους ερωτώμενους που θα μείωναν τις αγορές τους σε περίοδο οικονομικής κρίσης και 0 αλλού.

buy_envcomprany= ποσοτική μεταβλητή που δηλώνει αν οι καταναλωτές συνηθίζουν να αγοράζουν προϊόντα από εταιρίες περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες, με κλίμακα ποτέ=0, σπάνια=1, μερικές φορές=2, συχνά=3 και πολύ συχνά=4.

Kids= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή για αυτούς που έχουν παιδιά και 0 αλλού.

Secureallneed= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή αν καλύπτουν οι ερωτώμενοι όλες τις ανάγκες τους έστω και με δυσκολία και 0 αλλού.

Bioproducts= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 αν καταναλώνουν βιολογικά προϊόντα γιατί πιστεύουν πως είναι φιλικότερα προς το περιβάλλον και 0 αλλού.

Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα, όπου στην πρώτη στήλη αναφέρονται οι ανεξάρτητες μεταβλητές, στη δεύτερη στήλη το αρχικό υπόδειγμα και στην τρίτη στήλη το τελικό υπόδειγμα.

Πίνακας: Εκτίμηση των υποδειγμάτων πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων

Ανεξάρτητες μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερός όρος	0,614 (1,641)	0,484*** (2,506)
Family	-0,178 (-0,805)	
health_env	-0,033 (-0,355)	
Qualityofproducts	0,113** (1,939)	0,126** (2,230)
decr_purchases	-0,335 (-0,958)	
buy_envcompany	0,239*** (3,127)	0,224*** (3,053)
Kids	0,431* (1,728)	0,269* (1,788)
Secureallneed	0,034 (0,269)	
Bioproducts	1,126*** (8,210)	1,112*** (8,284)
R square	0,481	0,474
R ² (διορθωμένο)	0,452	0,459

Σημείωση: Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστά 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Τα μεγέθη στις παρενθέσεις ακολουθούν τη στατιστική t-statistics.

Έτσι προκύπτει η εξίσωση:

$Buy_bioproducts = 0,484 + 0,126 * qualityofproducts + 0,224 * buy_envor + 0,269 * kids + 1,112 * bioproducts$, σύμφωνα με την οποία η μεταβλητή «qualityofproducts» είναι ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας με επίπεδο στατιστικής

σημαντικότητας 5%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο, αυτό σημαίνει ότι η σχέση ανάμεσα στην εξαρτημένη και την ανεξάρτητη μεταβλητή είναι γραμμική. Συγκεκριμένα, αυτοί που ενδιαφέρονται για την ποιότητα των προϊόντων περισσότερο από ότι για την τιμή, καταναλώνουν περισσότερα βιολογικά προϊόντα. Σε παρόμοιο αποτέλεσμα καταλήγουν και οι Bhate et al. (1997).

Όσον αφορά τη μεταβλητή «buy_envor», προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1% και παρατηρείται ότι ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο. Συνεπώς, στην εκτίμηση του υποδείγματος, όσο αυξάνεται η κατανάλωση προϊόντων από εταιρίες φιλικές προς το περιβάλλον, τόσο αυξάνεται η κατανάλωση βιολογικών προϊόντων.

Η μεταβλητή «kids» εκτιμάται, επίσης, στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10%. Το πρόσημο του εκτιμώμενου συντελεστή είναι θετικό, άρα η σχέση ανάμεσα στην εξαρτημένη και ανεξάρτητη μεταβλητή είναι γραμμική. Δηλαδή, αυτοί που έχουν παιδιά καταναλώνουν περισσότερο βιολογικά προϊόντα. Σε παρόμοιο συμπέρασμα κατέληξαν και οι Laroche et al (2001), όπου τα άτομα που έχουν παιδιά είναι πιθανότερο να πληρώσουν για να αγοράσουν βιολογικά προϊόντα. Σε παρόμοιο συμπέρασμα καταλήγουν και οι Laroche et al. (2001).

Τέλος, οι ερωτώμενοι που καταναλώνουν βιολογικά προϊόντα γιατί έχουν την πεποίθηση ότι είναι φιλικότερα προς το περιβάλλον, κάτι που δείχνει το περιβαλλοντικό τους ενδιαφέρον, καταναλώνουν περισσότερο βιολογικά προϊόντα, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%. Σε παρόμοιο συμπέρασμα κατέληξαν και οι Lin et al (2001), όπου το περιβαλλοντικό ενδιαφέρον βρέθηκε να επηρεάσει την αγορά βιολογικών προϊόντων.

Οι συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές, όπως προκύπτει από το R^2 ερμηνεύουν το 45,9% της εξαρτημένης μεταβλητής.

Από τη συγκεκριμένη παλινδρόμηση, στόχος ήταν να εξεταστούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων, όπου βρέθηκε πως τα άτομα ενδιαφέρονται περισσότερο για την ποιότητα και όχι την τιμή των προϊόντων, καταναλώνουν βιολογικά προϊόντα. Επίσης, κυρίως αυτοί που κάνουν τις αγορές τους από εταιρίες φιλικές προς το περιβάλλον, έχουν παιδιά και πιστεύουν πως τα βιολογικά προϊόντα είναι φιλικότερα προς το περιβάλλον, καταναλώνουν περισσότερο βιολογικά προϊόντα.

4.6 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΑΓΟΡΑ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΩΝ Α΄ ΚΛΑΣΗΣ

Οι ηλεκτρικές συσκευές, ευθύνονται για τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, από τη ρύπανση και τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου μέχρι και τα απόβλητα. Προκειμένου να μελετηθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά ηλεκτρικών συσκευών εξοικονόμησης ενέργειας, πραγματοποιήθηκε λογιστική παλινδρόμηση. Οι ανεξάρτητοι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για τη διαμόρφωση της εξίσωσης, επιλέχθηκαν βάση προηγούμενων ερευνών.

Όπου,

Aklashs= η εξαρτημένη μεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για αγορές ηλεκτρικών συσκευών α΄ κλάσης και 0 αλλού.

Sex= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για άνδρας και 0 για γυναίκα.

Age= μεταβλητή που δηλώνει την ηλικία του ερωτώμενου.

education= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για απόφοιτους ανωτάτης εκπαίδευσης και 0 αλλού.

family= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για τους παντρεμένους και 0 αλλού.

m_income= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 για μηνιαίο ατομικό εισόδημα μέχρι 2000 ευρώ και 0 αλλού.

Donation= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή 1 εάν δωρίζουν οι ερωτώμενοι τις ηλεκτρικές συσκευές που δεν χρησιμοποιούν πλέον και 0 αλλού.

decr_electricity= η ψευδομεταβλητή που παίρνει την τιμή αν ο ερωτώμενος έχει μειώσει την κατανάλωση ηλεκτρικού ρεύματος και 0 αλλού.

Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα, όπου στην πρώτη στήλη αναφέρονται οι ανεξάρτητες μεταβλητές, στη δεύτερη στήλη το αρχικό υπόδειγμα και στην τρίτη στήλη το τελικό υπόδειγμα

Πίνακας: εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά ηλεκτρικών συσκευών εξοικονόμησης ενέργειας

Ανεξάρτητες μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Constant	-2,243* (1,623)	-0,586* (3,310)
Sex	-0,155 (,173)	-
Age	0,026 (1,202)	-
m_income	1,239 (0,614)	-
Education	0,636* (2,928)	0,667* (3,413)
Donation	0,629* (2,999)	0,667* (3,465)
decr_electricity	-0,176 (0,162)	-
Family	1,427** (5,130)	1,750*** (10,840)
-2 Log likelihood	179,675	181,447 ^d
Nagelkerke R Square	0,186	0,172

Σημείωση: Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστά 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Τα μεγέθη στις παρενθέσεις ακολουθούν τη στατιστική Wald

Έτσι προκύπτει η εξίσωση:

$A'klashs = -0,586 + 0,667 * education + 0,667 * donation + 1,750 * family$, όπου σύμφωνα με την εξίσωση το μορφωτικό επίπεδο είναι ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο σημαντικότητα 10%. Δηλαδή όσο αυξάνεται το μορφωτικό επίπεδο τόσο αυξάνεται και η πιθανότητα να αγοράσει κάποιος ηλεκτρικές συσκευές εξοικονόμησης ενέργειας. Σε παρόμοιο συμπέρασμα καταλήγουν και οι Abeliotis et al. (2010).

Επίσης, η μεταβλητή «donation» είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10% και ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό

πρόσημο. Συγκεκριμένα αυτοί που δωρίζουν τις συσκευές τους, είναι πιθανότερο να αγοράζουν συσκευές εξοικονόμησης ενέργειας.

Όσον αφορά στην οικογενειακή κατάσταση, οι παντρεμένοι είναι πιθανότερο να αγοράσουν ηλεκτρικές συσκευές ενεργειακής απόδοσης. Η μεταβλητή «family» είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1% και ο εκτιμώμενος συντελεστής είναι θετικός.

Τέλος, η ηλικία δεν είναι στατιστικά σημαντική σχετικά με την επιλογή τους να αγοράσουν μια συσκευή ενεργειακής απόδοσης. Σε παρόμοιο συμπέρασμα κατέληξαν και οι Abeliotis et al. (2010).

Οι μεταβλητές ερμηνεύουν το 17,2% της πιθανότητας να αγοράσει κάποιος συσκευές ενεργειακής απόδοσης. Από τη συγκεκριμένη λογιστική παλινδρόμηση είναι πιθανότερο να αγοράσουν ηλεκτρικές συσκευές εξοικονόμησης ενέργειας τα άτομα με υψηλότερο μορφωτικό, που δωρίζουν τις συσκευές τους και είναι παντρεμένοι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός στην συγκεκριμένης έρευνας είναι να εξεταστούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν στην οικολογική συμπεριφορά των καταναλωτών και συγκεκριμένα να ενασχόληση τους με τις δραστηριότητες 3R, ανακύκλωση (recycle), επαναχρησιμοποίηση(reuse) και μείωση (reduce).

Από την ανάλυση των στοιχείων βρέθηκε πως το 74% των ερωτηθέντων ανακυκλώνει και οι περισσότεροι από αυτούς ανακυκλώνουν χαρτί, με ποσοστό 69,3%. Σχετικά με τον τρόπο θέρμανσης του σπιτιού τους, η πλειοψηφία με ποσοστό 68% θερμαίνει το σπίτι με πετρέλαιο, ενώ ελάχιστοι είναι αυτοί που χρησιμοποιούν φιλικούς προς το περιβάλλον τρόπους θέρμανσης, με ποσοστό 8%. Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά εξοικονόμησης ενέργειας που διαθέτει μία οικία, το 55,3% διαθέτει διπλά τζάμια, το 54,7% κουφώματα αλουμινίου και το 46% ηλιακό θερμοσίφωνα και λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωση.

Σχετικά με τις συνήθειες των καταναλωτών, το 76,7% δεν συνηθίζει να αφήνει τα φώτα ανοιχτά όταν φεύγει από ένα δωμάτιο. Το 30,7% δήλωσε ότι όταν κάνει μπάνιο συνηθίζει να αφήνει τη βρύση ανοιχτή όλη τη διάρκεια. Επίσης το 38% του δείγματος επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα του μερικές φορές. Αξιοσημείωτο ήταν το ότι μόνο το 6% του δείγματος είναι μέλος σε κάποια περιβαλλοντική οργάνωση. Όσον αφορά στην αγορά συσκευών ενεργειακής απόδοσης (μείωση κατανάλωσης ενέργειας), το 60% του δείγματος απάντησε

θετικά. Για την αγορά βιολογικών προϊόντων το 40,7% του δείγματος δήλωσε πως τα καταναλώνει.

Σύμφωνα με τις παλινδρομήσεις, εκτιμήθηκαν υποδείγματα σχετικά με την ανακύκλωση, την επαναχρησιμοποίηση, την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων και αγορά συσκευών ενεργειακή απόδοσης. Στο υπόδειγμα για την ανακύκλωση φάνηκε πως αυτοί που συμμετέχουν περισσότερο στην ανακύκλωση είναι κυρίως γυναίκες. Επίσης, πιστεύουν πως οι συχνές αγορές είναι σπατάλη χρόνου και πως η ανακύκλωση συμβάλει στη προστασία του περιβάλλοντος. Προγενέστερες έρευνες με παρόμοια αποτελέσματα ήταν των Haanraa (2007) και των Diamantopoulos et al. (2003)

Στο υπόδειγμα της γραμμικής πολλαπλής παλινδρόμησης για την επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων βρέθηκε πως συμμετέχουν κυρίως γυναίκες, άτομα που δεν έχουν παιδιά και είναι παντρεμένοι. Επίσης, αυτοί που καλλιεργούν και καταναλώνουν τρόφιμα από τον λαχανόκηπο τους και αγοράζουν προϊόντα «δεύτερο χέρι», επαναχρησιμοποιούν περισσότερο τα προϊόντα τους. Τέλος, η επαναχρησιμοποίηση μειώνεται όσο αυξάνεται η ανακύκλωση γυαλιού.

Ένας άλλος προσδιοριστικός που εξετάστηκε μέσω της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης είναι η αγορά βιολογικών προϊόντων. Τα άτομα που ενδιαφέρονται περισσότερο για την ποιότητα και όχι την τιμή των προϊόντων, καταναλώνουν περισσότερο βιολογικά προϊόντα. Επίσης, κυρίως αυτοί που κάνουν τις αγορές τους από εταιρίες φιλικές προς το περιβάλλον, έχουν παιδιά και έχουν την πεποίθηση πως είναι φιλικότερα προς το περιβάλλον, καταναλώνουν περισσότερο βιολογικά προϊόντα. Σε παρόμοια αποτελέσματα κατέληξαν και στις έρευνες τους οι Laroche et al (2001), οι Lin et al (2001 και οι Bhate et al. (1997).

Τέλος, σχετικά με τις αγορές ηλεκτρικών συσκευών εξοικονόμησης ενέργειας είναι πιθανότερο να αγοράσουν τα άτομα με υψηλότερο μορφωτικό, που δωρίζουν τις συσκευές τους και είναι παντρεμένοι. Αντίθετα, η ηλικία δεν είναι στατιστικά σημαντικός προάγοντας, όπου σε παρόμοιο συμπέρασμα καταλήγει και η έρευνα των Abeliotis et al. (2010).

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Huttunen K. and M. Autio (2010), "Consumer ethoses in Finnish consumer life stories- agrarianism, economism and green consumerism", *International Journal of Consumer Studies* 34, pp. 146-152
2. Fraj E. and E. Martinez (2006), "Influence of personality on ecological consumer behavior", *Journal of Consumer Behaviour* 5, pp.167-181
3. Young W., Hwang K., McDonald S. and C. J.Oates (2010), "Sustainable Consumption" *Green Consumer Behaviour when Purchasing Products* 18, pp.20-31
4. Jansson J., Marell A. and A. Nordlund (2010), "Green Consumer Behavior: determinants of curtailment and eco-innovation adoption", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 27, pp.358-370
5. Abeliotis K., Koniari C. and E. Sardianou (2010), "The profile of green consumerism in Greece", *International Studies of Consumer Studies* 34, pp.153-160
6. Diamantopoulos A., Schlegelmilch B., Sinkovics R. and G. M.Bohen (2003), "Can socio-demographics still play a role in profiling green consumers? A review of the evidence and a empirical investigation", *Journal of Business Research* 56, pp. 465-480
7. Roberts J. A. (1996), "Green Consumers in the 1990s: Profile and Implications for Adnertising", *Journal of Business Research* 36, pp.217-231
8. Haanpaa L.(2007), "Consumers' green commitment: indication of a postmodern lifestyle?", *International Journal of Consumer Studies* 31, pp.478-486
9. Bhate S. and K. Lawler (1997), "Environmentally friendly products: factors that influence their adoption", *Technovation* 17 (8), pp. 457-465
10. D'Souza C., Taghian M., Lamb P. and R. Peretiatko (2007), "Green decisions: demographics and consumer understanding of environmental labels", *International Journal Of Consumer Studies* 31, pp. 371-376
11. A. M.Fisterra do Paco and Mario Lino Barata Raposo (2010), "Green consumer market segmentation: empirical findings from Portugal", *International Journal of Consumer Studies* 34, pp.429-436

12. Lin P. and Y. Huang (2012), “The influence factors on choice behavior regarding green products based on the theory of consumption values”, *Journal of Cleaner Production* 22, pp.11-18
13. Minton A. P. and R. L. Rose (1997), “The effects of environmental concern on environmentally friendly consumer behavior: An exploratory study”, *Journal of Business Research* 40, pp. 37-48
14. Rowlands I. H., Scott D and P. Parker (2003), “Consumers and green electricity: profiling potential purchasers”, *Business Strategy and the Environment* 12, pp. 36-48
15. Straughan R. D. and J. A. Roberts (1999). “Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium”, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 16, pp.558-575
16. Laroche M., Bergeron J and G. Barbaro-Forleo (2001), “Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products”, *Journal of Consumer Marketing*, Vol 18, pp.503-520
17. Ricky Y. K. Chan (2001), “Determinants of Chinese Consumers’ green purchase behavior”, *Psychology and Marketing*, Vol. 18, pp. 389-413
18. Pei Xu et al. (2012). “Chinese consumers’ willingness to pay more for green- and eco-label seafood”, *Food control* 28, pp.74-82
19. McDonald S. and C. Oates (2003), “Reasons for non-participation in a kerbside recycling scheme”, *Resources, Conservation and Recycling*, Vol.39 pp.369-385
20. Scott. S. (1997), “Household energy efficiency in Ireland: A replication study of ownership of energy saving items”, *Energy Economics*, Vol 1, pp.187-208
21. Γεωργόπουλος Α. (2006), «Γη ένας μικρός και εύθραυστος πλανήτης», εκδόσεις Gutenberg
22. Χαλβατζής, Ι.Κ. και Καρδέλης, Ι.Κ. (2005), «Περιβάλλον και Βιομηχανική Ανάπτυξη, Αειφορία και Ανάπτυξη, Ατμοσφαιρική Ρύπανση», εκδόσεις Σταμούλης
23. Καρβούνης Σ. και Γεωργακέλλος (2003), «Διαχείριση του Περιβάλλοντος, Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη», εκδόσεις Αθ. Σταμούλη
24. Τσιούρης Σ. Ε (2001). «Θέματα προστασίας περιβάλλοντος», εκδόσεις Γαρταγάνης

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ

sex	Φύλο
age	Ηλικία
education	Μορφωτικό επίπεδο
employment	Οικονομική δραστηριότητα
Kind_job	Επάγγελμα
family	Οικογενειακή κατάσταση
familmembers	Αριθμός μελών νοικοκυριού
kids	Απόκτηση παιδιών
kidslivetog	Διαμονή παιδιών με τους γονείς
livetogparents	Διαμονή μαζί με τους γονείς σας
M_income	Ατομικό μηνιαίο εισόδημα
A_income	Οικογενειακό ετήσιο εισόδημα
need	Επάρκεια εισοδήματος
food	Κάλυψη διατροφής
clothes	Κάλυψη ένδυσης
dei_eydap	Κάλυψη λογαριασμών
rent	Κάλυψη ενοικίου
techbuys	Κάλυψη αγορών προϊόντων τεχνολογίας
transportation	Κάλυψη μεταφορών/μετακίνησης
enjoy	Κάλυψη διασκέδασης/ψυχαγωγίας
secureallneed	Καλύπτω όλες τις παραπάνω ανάγκες με δυσκολία
car	Κατοχή αυτοκινήτου
typecar	Είδος αυτοκινήτου
moto	Κατοχή μηχανής
oftencar	Συχνότητα χρήσης αυτοκινήτου
oftenmoto	Συχνότητα χρήσης μηχανής

oftenmmm	Συχνότητα χρήσης MMM
oftenotherscar	Συχνότητα χρήσης αυτοκινήτου φίλων κλπ.
petrelaio	Θέρμανση με πετρέλαιο
fysaerio	Θέρμανση με φυσικό αέριο
sompespetr	Θέρμανση με σόμπα πετρελαίου
sompersygrae	Θέρμανση με σόμπα υγραερίου
aerothermo	Θέρμανση με αερόθερμο
aricond	Θέρμανση με a/c
thermopomp	Θέρμανση με θερμοπομπό
pelet	Θέρμανση με πέλετ
biofuel	Θέρμανση με βιοκαύσιμα
recycle	Ανακύκλωση
oftenrecycle	Συχνότητα ανακύκλωσης
paper	Ανακύκλωση χαρτιού
alouminio	Ανακύκλωση αλουμινίου
hlektisuskeves	Ανακύκλωση ηλεκτρικών συσκευών
glass	Ανακύκλωση γυαλιού
plastic	Ανακύκλωση πλαστικού
batarries	Ανακύκλωση μπαταριών
solarwaterheater	Ηλιακός θερμοσίφωνας
labs	Λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης
doubleglazing	Διπλά τζάμια
aluminumframes	Κουφώματα αλουμινίου
wallinsulation	Τοιχώματα θερμομόνωσης
taratsa	Ταράτσα μόνωσης
energyperfcertificate	Πιστοποιητικό ενεργειακής απόδοσης
localproducts	Προτιμώ τα τοπικά προϊόντα
bioproducts	Καταναλώνω βιολογικά προϊόντα
productsfromrecycle	Αγοράζω προϊόντα από ανακυκλώσιμα υλικά
aklashs	Αγοράζω ηλ. συσκευές Α΄ κλάσης
teeth	Συνήθως αφήνω τη βρύση ανοιχτή στο βούρτσισμα των δοντιών
bath	Συνήθως αφήνω τη βρύση ανοιχτή κατά τη διάρκεια του μπάνιου
washdishes	Συνήθως αφήνω τη βρύση ανοιχτή όταν πλένω πιάτα
roomlight	Συνήθως αφήνω τα φώτα ανοιχτά όταν φεύγω από ένα δωμάτιο
nightpower	Συνήθως θέτω σε λειτουργία τις ηλ. Συσκευές στο νυχτερινό ρεύμα

divide_rags	Συνήθως διαχωρίζω τα υπολείμματα από τα σκουπίδια πριν τα ρίξω στους μπλε κάδους
bag_rubish	Συνήθως ρίχνω με τη σακούλα τα απορρίμματα στους μπλε κάδους
donation	Συνηθίζω να δωρίζω τις συσκευές που δεν χρησιμοποιώ πια
member_envorg	Είμαι μέλος σε περιβαλλοντική ομάδα
influence_recycle	Επηρεάζομαι από τον περίγυρο στο να κάνω ανακύκλωση
cook	Μαγειρεύω με ότι έχω στο ψυγείο
buy_bioproducts	Αγοράζω βιολογικά προϊόντα
buy_envcompany	Αγοράζω προϊόντα από εταιρίες περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες
buy_pollessuskevasies	Αγοράζω προϊόντα με πολλές συσκευασίες ή περιτυλίγματα
multibags	Χρησιμοποιώ σακουλές πολλαπλών χρήσεων
secondhand	Αγοράζω προϊόντα δεύτερο χέρι
reuse_products	Κάνω επαναχρησιμοποίηση προϊόντων
decrease_petrelaio	Μείωση πετρελαίου
decr_electricity	Μείωση ηλ.ρεύματος
increase_mmm	Αύξηση ΜΜΜ
decr_water	Μείωση νερού
decr_purchases	Μείωση αγορών
alternetiveheatingmodes	Χρησιμοποιώ εναλλακτικούς τρόπους θέρμανσης
garden	Καλλιεργώ στον λαχανόκηπο
recycle_protect	Η ανακύκλωση προστατεύει το περιβάλλον
ape	Οι ΑΠΕ είναι φιλικότερες προς το περιβάλλον
pollution	Το πρόβλημα της ρύπανσης είναι σημαντικό
health_env	Η υγεία του ανθρώπου εξαρτάται από το περιβάλλον
buyfrequently	Σπατάλη χρόνου οι συχνές αγορές
homecomfort	Σύγχρονο και βολικό σπίτι
technologytrends	Ακολουθώ τις νέες τάσεις τεχνολογίας
qualityofproducts	Ενδιαφέρομαι περισσότερο για την ποιότητα από την τιμή των προϊόντων
internet_purchases	Αγοράζω προϊόντα μέσω διαδικτύου

	γιατί είναι οικονομικότερα
decr_rubishes	Θα περιορίζα τον όγκο των σκουπιδιών εάν επιβαλλόταν κάποιο πρόστιμο

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ

Πίνακας: Περιγραφική στατιστική

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέσος όρος	Τυπική απόκλιση	Varia nce
Φύλλο	150	,00	1,00	,5533	,49881	,249
Ηλικία	150	16,00	79,00	30,393 3	10,83612	117,4 21
Μορφωτικό επίπεδο	150	,00	5,00	2,7133	,99216	,984
Οικονομική δραστηριότητα	150	,00	3,00	1,2000	1,34114	1,799
Επάγγελμα	150	-9,00	4,00	- 3,4667	5,33403	28,45 2
Οικογενειακή κατάσταση	150	,00	5,00	,5533	1,15588	1,336
Αριθμός μελών νοικοκυριού	150	,00	8,00	2,7733	1,42436	2,029
Απόκτηση παιδιών	150	,00	1,00	,7867	,41103	,169
Διαμονή παιδιών με τους γονείς	150	-9,00	1,00	- 6,9000	3,89760	15,19 1
Διαμονή μαζί με τους γονείς σας	150	,00	1,00	,6600	,47530	,226
Ατομικό μηνιαίο εισόδημα	150	,00	7,00	1,3733	1,22363	1,497
Οικογενειακό ετήσιο εισόδημα	150	,00	7,00	3,5133	1,54892	2,399
Επάρκεια εισοδήματος	150	,00	4,00	1,1400	,93428	,873
Κάλυψη διατροφής	150	,00	1,00	,0600	,23828	,057
Κάλυψη ένδυσης	150	,00	1,00	,2200	,41563	,173
Κάλυψη λογαριασμών	150	,00	1,00	,1667	,37393	,140
Κάλυψη ενοικίου	150	,00	1,00	,1467	,35496	,126
Κάλυψη αγορών προϊόντων τεχνολογίας	150	,00	1,00	,3600	,48161	,232
Κάλυψη μεταφορών/μετακίνησης	150	,00	1,00	,1733	,37980	,144
Κάλυψη διασκέδασης/ψυχαγωγίας	150	,00	1,00	,2800	,45050	,203
Καλύπτω όλες τις παραπάνω ανάγκες με δυσκολία	150	,00	1,00	,4933	,50163	,252
Κατοχή αυτοκινήτου	150	,00	1,00	,5333	,50056	,251
Είδος αυτοκινήτου	150	-9,00	1,00	- 4,1467	5,00253	25,02 5
Κατοχή μηχανής	150	,00	1,00	,8400	,36783	,135
Συχνότητα χρήσης αυτοκινήτου	150	,00	3,00	1,2733	1,29478	1,676
Συχνότητα χρήσης μηχανής	150	,00	3,00	,4733	1,05358	1,110

Συχνότητα χρήσης MMM	150	,00	3,00	1,4467	1,29810	1,685
Συχνότητα χρήσης αυτοκινήτου φιλών κλπ	150	,00	3,00	,5000	,78364	,614
Θέρμανση με πετρέλαιο	150	,00	1,00	,3200	,46804	,219
Θέρμανση με φυσικό αέριο	150	,00	1,00	,9200	,27220	,074
Θέρμανση με σόμπα πετρελαίου	150	,00	1,00	,9933	,08165	,007
Θέρμανση με σόμπα υγραερίου	150	,00	1,00	,9733	,16165	,026
Θέρμανση με αερόθερμο	150	,00	1,00	,9333	,25028	,063
Θέρμανση με a/c	150	,00	1,00	,7267	,44716	,200
Θέρμανση με θερμοπομπό	150	,00	1,00	,9267	,26156	,068
Θέρμανση με πέλετ	150	,00	1,00	,9733	,16165	,026
Θέρμανση με βιοκαύσιμα	150	,00	1,00	,9800	,14047	,020
Ανακύκλωση	150	,00	1,00	,2600	,44010	,194
Συχνότητα ανακύκλωσης	150	-9,00	4,00	-,2733	5,18891	26,92 5
Ανακύκλωση χαρτιού	150	,00	1,00	,3067	,46265	,214
Ανακύκλωση αλουμινίου	150	,00	1,00	,5533	,49881	,249
Ανακύκλωση ηλεκτρικών συσκευών	150	,00	1,00	,6867	,46540	,217
Ανακύκλωση γυαλιού	150	,00	1,00	,5200	,50127	,251
Ανακύκλωση πλαστικού	150	,00	1,00	,4200	,49521	,245
Ανακύκλωση μπαταριών	150	,00	1,00	,5133	,50150	,251
Ηλιακός θερμοσίφωνας	150	,00	1,00	,5867	,49408	,244
Λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης	150	,00	1,00	,5400	,50007	,250
Διπλά τζάμια	150	,00	1,00	,4467	,49881	,249
Κουφώματα αλουμινίου	150	,00	1,00	,4533	,49949	,249
Τοιχώματα θερμομόνωσης	150	,00	1,00	,8800	,32605	,106
Ταράτσα μόνωσης	150	,00	1,00	,9533	,21163	,045
Πιστοποιητικό ενεργειακής απόδοσης	150	,00	1,00	,9267	,26156	,068
Προτιμώ τα τοπικά προϊόντα	150	,00	1,00	,3000	,45979	,211
Καταναλώνω βιολογικά προϊόντα	150	,00	1,00	,5933	,49286	,243
Αγοράζω προϊόντα από ανακυκλώσιμα υλικά	150	,00	1,00	,6667	,47298	,224
Αγοράζω ηλ. συσκευές Α΄ κλάσης	150	,00	1,00	,4000	,49154	,242
Συνήθως αφήνω τη βρύση ανοιχτή στο βούρτσισμα των δοντιών	150	,00	1,00	,7800	,41563	,173
Συνήθως αφήνω τη βρύση ανοιχτή κατά τη διάρκεια του μπάνιου	150	,00	1,00	,6933	,46265	,214
Συνήθως αφήνω τη βρύση ανοιχτή όταν πλένω πιάτα	150	,00	1,00	,6933	,46265	,214
Συνήθως αφήνω τα φώτα ανοιχτά όταν φεύγω από ένα δωμάτιο	150	,00	1,00	,7667	,42437	,180

Συνήθως θέτω σε λειτουργία τις ηλ. συσκευές στο νυχτερινό ρεύμα	150	,00	1,00	,6000	,49154	,242
Συνήθως διαχωρίζω τα υπολείμματα από τα σκουπίδια πριν τα ρίξω στους μπλε κάδους	150	,00	1,00	,5533	,49881	,249
Συνήθως ρίχνω με τη σακούλα τα απορρίμματα στους μπλε κάδους	150	,00	1,00	,5333	,50056	,251
Συνηθίζω να δωρίζω τις συσκευές που δεν χρησιμοποιώ πια	150	,00	1,00	,5133	,50150	,251
Είμαι μέλος σε περιβαλλοντική ομάδα	150	,00	1,00	,9333	,25028	,063
Επηρεάζομαι από τον περίγυρο στο να κάνω ανακύκλωση	150	,00	4,00	1,4467	1,13833	1,296
Μαγειρεύω με ότι έχω στο ψυγείο	150	,00	4,00	2,9800	1,01314	1,026
Αγοράζω βιολογικά προϊόντα	150	,00	4,00	1,7467	1,01787	1,036
Αγοράζω προϊόντα από εταιρίες περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες	150	,00	4,00	1,9467	,89583	,803
Αγοράζω προϊόντα με πολλές συσκευασίες ή περιτυλίγματα	150	,00	4,00	1,6867	,88338	,780
Χρησιμοποιώ σακουλές πολλαπλών χρήσεων	150	,00	4,00	1,5667	1,08323	1,173
Αγοράζω προϊόντα δεύτερο χέρι	150	,00	4,00	1,1467	1,07057	1,146
Κάνω επαναχρησιμοποίηση προϊόντων	150	,00	4,00	1,9733	1,09879	1,207
Μείωση πετρελαίου	150	,00	1,00	,0800	,27220	,074
Μείωση ηλ.ρεύματος	150	,00	1,00	,2133	,41103	,169
Αύξηση MMM	150	,00	1,00	,5067	,50163	,252
Μείωση νερού	150	,00	1,00	,4533	,49949	,249
Μείωση αγορών	150	,00	1,00	,0333	,18011	,032
Χρησιμοποιώ εναλλακτικούς τρόπους θέρμανσης	150	,00	1,00	,5600	,49805	,248
Καλλιεργώ στον λαχανόκηπο	150	,00	1,00	,6133	,48862	,239
Η ανακύκλωση προστατεύει το περιβάλλον	150	,00	4,00	3,2867	,83816	,703
Οι ΑΠΕ είναι φιλικότερες προς το περιβάλλον	150	,00	4,00	3,2600	,84687	,717
Το πρόβλημα της ρύπανσης είναι σημαντικό	150	,00	4,00	3,5933	,69607	,485
Η υγεία του ανθρώπου εξαρτάται από το περιβάλλον	150	,00	4,00	3,6267	,68097	,464
Σπατάλη χρόνου οι συχνές αγορές	150	,00	4,00	2,4467	1,00025	1,000
Σύγχρονο και βολικό σπίτι	150	1,00	4,00	3,0533	,77535	,601

Ακολουθώ τις νέες τάσεις τεχνολογίας	150	,00	4,00	2,2200	1,03541	1,072
Ενδιαφέρομαι περισσότερο για την ποιότητα από την τιμή των προϊόντων	150	,00	4,00	2,5133	1,10967	1,231
Αγοράζω προϊόντα μέσω διαδικτύου γιατί είναι οικονομικότερα	150	,00	4,00	2,1867	1,21725	1,482
Θα περιορίζα τον όγκο των σκουπιδιών εάν επιβαλλόταν κάποιο πρόστιμο	150	,00	4,00	2,5800	1,20552	1,453
Valid N (listwise)	150					

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ

Πίνακας 1: Κατανομή συχνοτήτων για το φύλο

	Συχνότητ ες	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Γυναίκα	67	44,7	44,7	44,7
Ανδρας	83	55,3	55,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 2: Κατανομή συχνοτήτων για την ηλικία

	Συχνότητ α	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
16,00	2	1,3	1,3	2,0
17,00	1	,7	,7	2,7
18,00	1	,7	,7	3,3
19,00	2	1,3	1,3	4,7
20,00	7	4,7	4,7	9,3
21,00	4	2,7	2,7	12,0
22,00	20	13,3	13,3	25,3
23,00	16	10,7	10,7	36,0
24,00	4	2,7	2,7	38,7
25,00	13	8,7	8,7	47,3
26,00	7	4,7	4,7	52,0
27,00	4	2,7	2,7	54,7
28,00	6	4,0	4,0	58,7
29,00	6	4,0	4,0	62,7
30,00	5	3,3	3,3	66,0
31,00	2	1,3	1,3	67,3
32,00	3	2,0	2,0	69,3
33,00	3	2,0	2,0	71,3

34,00	4	2,7	2,7	74,0
35,00	1	,7	,7	74,7
37,00	2	1,3	1,3	76,0
38,00	4	2,7	2,7	78,7
39,00	5	3,3	3,3	82,0
40,00	2	1,3	1,3	83,3
42,00	3	2,0	2,0	85,3
44,00	1	,7	,7	86,0
45,00	2	1,3	1,3	87,3
46,00	1	,7	,7	88,0
47,00	1	,7	,7	88,7
48,00	3	2,0	2,0	90,7
49,00	2	1,3	1,3	92,0
50,00	2	1,3	1,3	93,3
51,00	1	,7	,7	94,0
52,00	1	,7	,7	94,7
53,00	4	2,7	2,7	97,3
56,00	1	,7	,7	98,0
57,00	1	,7	,7	98,7
58,00	1	,7	,7	99,3
79,00	1	,7	,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Πίνακας3: Κατανομή συχνοτήτων για το μορφωτικό επίπεδο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Απόφοιτος δημοτικού	1	,7	,7	,7
Απόφοιτος γυμνασίου	9	6,0	6,0	6,7
Απόφοιτος λυκείου	58	38,7	38,7	45,3
Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	56	37,3	37,3	82,7
Απόφοιτος δημοσίου/ιδιωτικού ΙΕΚ	16	10,7	10,7	93,3

Κάτοχος μεταπτυχιακού/διδακτορικού διπλώματος	10	6,7	6,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 4: Κατανομή συχνοτήτων για την οικονομική δραστηριότητα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Εργαζόμενος	72	48,0	48,0	48,0
Άνεργος	26	17,3	17,3	65,3
Συνταξιούχος	2	1,3	1,3	66,7
Μη οικονομικά ενεργός	50	33,3	33,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 5: Κατανομή συχνοτήτων για το επάγγελμα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Δεν εργάζομαι	71	47,3	47,3	47,3
Δημόσιος/δημοτικός υπάλληλος	16	10,7	10,7	58,0
Ιδιωτικός υπάλληλος	31	20,7	20,7	78,7
Προσωπική επιχείρηση	14	9,3	9,3	88,0

Ελεύθερος επαγγελματίας	12	8,0	8,0	96,0
Άλλο	6	4,0	4,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 6: Κατανομή συχνοτήτων για την οικογενειακή κατάσταση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Εγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ανύπαντρος	104	69,3	69,3	69,3
παντρεμένος	34	22,7	22,7	92,0
Διαζευγμένος/η	5	3,3	3,3	95,3
Ενδιάσταση	1	,7	,7	96,0
Συμβίωση	6	4,0	4,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 7: Κατανομή συχνοτήτων για τον αριθμό μελών του νοικοκυριού

	Συχνότητα	Ποσοστό	Εγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
,00	1	,7	,7	,7
1,00	39	26,0	26,0	26,7
2,00	29	19,3	19,3	46,0
3,00	23	15,3	15,3	61,3
4,00	47	31,3	31,3	92,7
5,00	8	5,3	5,3	98,0
6,00	2	1,3	1,3	99,3
8,00	1	,7	,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 8: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσοι έχουν παιδιά

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	32	21,3	21,3	21,3
Όχι	118	78,7	78,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 9: Κατανομή συχνοτήτων για διαμονή των παιδιών με τους γονείς

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Δεν έχουν παιδιά	113	75,3	75,3	75,3
Ναι	25	16,7	16,7	92,0
Όχι	12	8,0	8,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 10: Κατανομή συχνοτήτων για το αν διαμένετε μαζί με τους γονείς σας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	51	34,0	34,0	34,0
Όχι	99	66,0	66,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 11: Κατανομή συχνοτήτων για το μηνιαίο ατομικό εισόδημα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική ή συχνότητα
0	44	29,3	29,3	29,3
<500	37	24,7	24,7	54,0
501-1000	44	29,3	29,3	83,3

1001-1500	16	10,7	10,7	94,0
1501-2000	5	3,3	3,3	97,3
2001-2500	1	,7	,7	98,0
2501-3000	1	,7	,7	98,7
>3000	2	1,3	1,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 12: Κατανομή συχνοτήτων για το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική ή συχνότητα
0	5	3,3	3,3	3,3
<500	9	6,0	6,0	9,3
5001-10000	25	16,7	16,7	26,0
10001-15000	38	25,3	25,3	51,3
15001-20000	43	28,7	28,7	80,0
20001-30000	15	10,0	10,0	90,0
30001-40000	10	6,7	6,7	96,7
>40000	5	3,3	3,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 13: Κατανομή συχνοτήτων για το βαθμό κάλυψης των αναγκών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Καθόλου	39	26,0	26,0	26,0
Λίγο	68	45,3	45,3	71,3
Αρκετά	35	23,3	23,3	94,7
Πολύ	3	2,0	2,0	96,7
Πάρα πολύ	5	3,3	3,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 14: Κατανομή συχνοτήτων για την κάλυψη της ανάγκης για τροφή

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	141	94,0	94,0	94,0
Όχι	9	6,0	6,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 15: Κατανομή συχνοτήτων για την κάλυψη της ανάγκης για ένδυση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	117	78,0	78,0	78,0
Όχι	33	22,0	22,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

\

Πίνακας 16: Κατανομή συχνοτήτων για την κάλυψη της ανάγκης για Λογαριασμούς(ρεύμα, νερό κλπ)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
,00	125	83,3	83,3	83,3
1,00	25	16,7	16,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 17: Κατανομή συχνοτήτων για την κάλυψη της ανάγκης για ενοίκιο ,κοινόχρηστα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	128	85,3	85,3	85,3
Όχι	22	14,7	14,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 18: Κατανομή συχνοτήτων για την κάλυψη της ανάγκης για αγορές προϊόντων τεχνολογίας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	96	64,0	64,0	64,0
Όχι	54	36,0	36,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 19: Κατανομή συχνοτήτων για την κάλυψη της ανάγκης για μετακινήσεις

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	124	82,7	82,7	82,7
Όχι	26	17,3	17,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 20: Κατανομή συχνοτήτων για την κάλυψη της ανάγκης για διασκέδαση/ψυχαγωγία

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	108	72,0	72,0	72,0
Όχι	42	28,0	28,0	100,0
Σύνολ ο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 21: Κατανομή συχνοτήτων για το αν καλύπτουν όλες τις ανάγκες έστω και με δυσκολία

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	76	50,7	50,7	50,7
Όχι	74	49,3	49,3	100,0
Σύνολ ο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 22: Κατανομή συχνοτήτων για την κατοχή αυτοκινήτου

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	70	46,7	46,7	46,7
Όχι	80	53,3	53,3	100,0
Σύνολ ο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 23: Κατανομή συχνοτήτων για το είδος αυτοκινήτου

	Συχνότη τα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστι κή συχνότη τα
Δεν έχω αυτοκίνητο	77	51,3	51,3	51,3
Υβριδικό	2	1,3	1,3	52,7
Βενζινοκίνη το	71	47,3	47,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 24: Κατανομή συχνοτήτων για την κατοχή μηχανή

	Συχνότη ητα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	24	16,0	16,0	16,0
Όχι	126	84,0	84,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 25: Κατανομή συχνοτήτων για τη συχνότητα χρήσης του αυτοκινήτου

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικ ή συχνότητα
Ποτέ	70	46,7	46,7	46,7
1 φορά το μήνα	9	6,0	6,0	52,7
3-4 φορές την εβδομάδα	31	20,7	20,7	73,3
Καθημερινά	40	26,7	26,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 26: Κατανομή συχνοτήτων για τη συχνότητα χρήσης της μηχανής

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	123	82,0	82,0	82,0
1 φορά τον μήνα	3	2,0	2,0	84,0
3-4 φορές την εβδομάδα	4	2,7	2,7	86,7
Καθημερι νά	20	13,3	13,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 27: Κατανομή συχνοτήτων για συχνότητα χρήσης των MMM

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	57	38,0	38,0	38,0
1 φορά τον μήνα	19	12,7	12,7	50,7
3-4 φορές την εβδομάδα	24	16,0	16,0	66,7
Καθημερι νά	50	33,3	33,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 28: Κατανομή συχνοτήτων για συχνότητα χρήσης του αυτοκινήτου φίλων, συναδέλφων κλπ

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	100	66,7	66,7	66,7
1 φορά τον μήνα	27	18,0	18,0	84,7
3-4 φορές την εβδομάδα	21	14,0	14,0	98,7
Καθημερι νά	2	1,3	1,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 29: Κατανομή συχνοτήτων για τη θέρμανση του σπιτιού με πετρέλαιο

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	102	68,0	68,0	68,0
Όχι	48	32,0	32,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 30: Κατανομή συχνοτήτων για τη θέρμανση του σπιτιού με φυσικό αέριο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	12	8,0	8,0	8,0
Όχι	138	92,0	92,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 31: Κατανομή συχνοτήτων για Θέρμανση του σπιτιού με σόμπα πετρελαίου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	1	,7	,7	,7
Όχι	149	99,3	99,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 32: Κατανομή συχνοτήτων για τη θέρμανση του σπιτιού με σόμπα υγραερίου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	4	2,7	2,7	2,7
Όχι	146	97,3	97,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 33: Κατανομή συχνοτήτων για τη θέρμανση του σπιτιού με αερόθερμο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	10	6,7	6,7	6,7
Όχι	140	93,3	93,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 34: Κατανομή συχνοτήτων για τη θέρμανση του σπιτιού με α/ε

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	41	27,3	27,3	27,3
Όχι	109	72,7	72,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 35: Κατανομή συχνοτήτων για τη θέρμανση του σπιτιού με θερμοπομπή

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	11	7,3	7,3	7,3
Όχι	139	92,7	92,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 36: Κατανομή συχνοτήτων για τη θέρμανση του σπιτιού με πέλετ

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	4	2,7	2,7	2,7
Όχι	146	97,3	97,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 37: Κατανομή συχνοτήτων για τη θέρμανση του σπιτιού με βιοκαύσιμα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	3	2,0	2,0	2,0
Όχι	147	98,0	98,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 38: Κατανομή συχνοτήτων για το αν κάνετε ανακύκλωση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	111	74,0	74,0	74,0
Όχι	39	26,0	26,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 39: Κατανομή συχνοτήτων για το βαθμό συχνότητας ανακύκλωσης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Δεν κάνουν ανακύκλωση	38	25,3	25,3	25,3
Ποτέ	3	2,0	2,0	27,3
Σπάνια	16	10,7	10,7	38,0
Μερικές φορές	25	16,7	16,7	54,7
Συχνά	37	24,7	24,7	79,3
Πολύ συχνά	31	20,7	20,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 40: Κατανομή συχνοτήτων για την ανακύκλωση χαρτιού

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	104	69,3	69,3	69,3
Όχι	46	30,7	30,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 41: Κατανομή συχνοτήτων για ανακύκλωση αλουμινίου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	67	44,7	44,7	44,7
Όχι	83	55,3	55,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 42: Κατανομή συχνοτήτων για την ανακύκλωση ηλεκτρικών συσκευών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	47	31,3	31,3	31,3
Όχι	103	68,7	68,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 43: Κατανομή συχνοτήτων για την ανακύκλωση γυαλιού

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	72	48,0	48,0	48,0
Όχι	78	52,0	52,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 44: Κατανομή συχνοτήτων ανακύκλωση πλαστικού

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	87	58,0	58,0	58,0
Όχι	63	42,0	42,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 45: Κατανομή συχνοτήτων για την ανακύκλωση μπαταριών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	73	48,7	48,7	48,7
Όχι	77	51,3	51,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 46: Κατανομή συχνοτήτων για το αν διαθέτει το σπίτι ηλιακό θερμοσίφωνα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	62	41,3	41,3	41,3
Όχι	88	58,7	58,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 47: Κατανομή συχνοτήτων για το αν διαθέτει το σπίτι λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	69	46,0	46,0	46,0
Όχι	81	54,0	54,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 48: Κατανομή συχνοτήτων για το αν διαθέτει το σπίτι διπλά τζάμια

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	83	55,3	55,3	55,3
Όχι	67	44,7	44,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 49: Κατανομή συχνοτήτων για το αν διαθέτει το σπίτι σας κουφώματα αλουμινίου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	82	54,7	54,7	54,7
Όχι	68	45,3	45,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 50: Κατανομή συχνοτήτων για το αν διαθέτει το σπίτι τοίχος θερμομόνωσης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	18	12,0	12,0	12,0
Όχι	132	88,0	88,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 51: Κατανομή συχνοτήτων για το αν διαθέτει το σπίτι ταράτσα διπλής μόνωσης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	7	4,7	4,7	4,7
Όχι	143	95,3	95,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 52: Κατανομή συχνοτήτων για το αν διαθέτετε στο σπίτι πιστοποιητικό ενεργειακής απόδοσης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	11	7,3	7,3	7,3
Όχι	139	92,7	92,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 53: Κατανομή συχνοτήτων για το αν προτιμώ τα τοπικά προϊόντα γιατί έχουν υποστεί λιγότερη επεξεργασία και έχουν λιγότερο κόστος μεταφοράς

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	105	70,0	70,0	70,0
Όχι	45	30,0	30,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 54: Κατανομή συχνοτήτων για το αν καταναλώνω βιολογικά προϊόντα γιατί πιστεύω ότι είναι φιλικότερα προς το περιβάλλον

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	61	40,7	40,7	40,7
Όχι	89	59,3	59,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 55: Κατανομή συχνοτήτων για το αν συνηθίζω να αγοράζω προϊόντα με κριτήριο εάν προέρχονται από ανακυκλώσιμα υλικά

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	50	33,3	33,3	33,3
Όχι	100	66,7	66,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 56: Κατανομή συχνοτήτων για το αν αγοράζω ηλεκτρικές συσκευές με βάση το κριτήριο αν είναι Α' ενεργειακής κλάσης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	90	60,0	60,0	60,0
Όχι	60	40,0	40,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 57: Κατανομή συχνοτήτων για το αν συνηθίζω να αφήνω τη βρύση ανοιχτή καθ'όλη τη διάρκεια που βουρτσίζω τα δόντια μου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	33	22,0	22,0	22,0
Όχι	117	78,0	78,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 58: Κατανομή συχνοτήτων για το αν συνηθίζω να αφήνω τη βρύση ανοιχτή καθ'όλη τη διάρκεια που κάνω μπάνιο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	46	30,7	30,7	30,7
Όχι	104	69,3	69,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 59: Κατανομή συχνοτήτων για το αν συνηθίζω να αφήνω τη βρύση ανοιχτή καθ'όλη τη διάρκεια που πλένω τα πιάτα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	46	30,7	30,7	30,7
Όχι	104	69,3	69,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 60: Κατανομή συχνοτήτων για το αν συνηθίζω να αφήνω τα φώτα ανοιχτά όταν φεύγετε από ένα δωμάτιο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	35	23,3	23,3	23,3
Όχι	115	76,7	76,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 62: Κατανομή συχνοτήτων για το αν συνηθίζω να θέτω σε λειτουργία τις ηλεκτρικές σας συσκευές στο νυχτερινό ρεύμα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	60	40,0	40,0	40,0
Όχι	90	60,0	60,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 63: Κατανομή συχνοτήτων για το διαχωρισμό των υπολειμμάτων από τα σκουπίδια πριν τα ρίξουμε στους μπλε κάδους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	67	44,7	44,7	44,7
Όχι	83	55,3	55,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 64: Κατανομή συχνοτήτων για το αν συνήθως ρίχνω με τη σακούλα τα απορρίμματα στους μπλε κάδους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	70	46,7	46,7	46,7
Όχι	80	53,3	53,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 65: Κατανομή συχνοτήτων για το αν συνηθίζω να δωρίζω τις ηλεκτρικές σας συσκευές που δεν χρησιμοποιώ πλέον

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	73	48,7	48,7	48,7
Όχι	77	51,3	51,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 66: Κατανομή συχνοτήτων για το αν είμαι μέλος σε περιβαλλοντική ομάδα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	10	6,7	6,7	6,7
Όχι	140	93,3	93,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 67: Κατανομή συχνοτήτων για το αν επηρεάζεστε από τον περίγυρο σας στο να κάνετε ανακύκλωση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	37	24,7	24,7	24,7
Σπάνια	42	28,0	28,0	52,7
Μερικές φορές	46	30,7	30,7	83,3
Συχνά	17	11,3	11,3	94,7
Πολύ συχνά	8	5,3	5,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 68: Κατανομή συχνοτήτων για το αν μαγειρεύετε με ότι έχετε στο ψυγείο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	4	2,7	2,7	2,7
Σπάνια	10	6,7	6,7	9,3
Μερικές φορές	24	16,0	16,0	25,3
Συχνά	59	39,3	39,3	64,7
Πολύ συχνά	53	35,3	35,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 69: Κατανομή συχνοτήτων για το αν αγοράσετε βιολογικά προϊόντα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	17	11,3	11,3	11,3
Σπάνια	43	28,7	28,7	40,0
Μερικές φορές	58	38,7	38,7	78,7
Συχνά	25	16,7	16,7	95,3
Πολύ συχνά	7	4,7	4,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 70: Κατανομή συχνοτήτων για το αν καταναλώνετε προϊόντα από εταιρείες που είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	7	4,7	4,7	4,7
Σπάνια	39	26,0	26,0	30,7
Μερικές φορές	63	42,0	42,0	72,7
Συχνά	37	24,7	24,7	97,3
Πολύ συχνά	4	2,7	2,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 71: Κατανομή συχνοτήτων για το αν αγοράζετε προϊόντα με πολλές συσκευασίες ή περιτυλίγματα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	7	4,7	4,7	4,7
Σπάνια	62	41,3	41,3	46,0
Μερικές φορές	58	38,7	38,7	84,7
Συχνά	17	11,3	11,3	96,0

Πολύ συχνά	6	4,0	4,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 72: Κατανομή συχνοτήτων για το αν χρησιμοποιείτε σακούλες πολλαπλών χρήσεων για τις αγορές σας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	23	15,3	15,3	15,3
Σπάνια	56	37,3	37,3	52,7
Μερικές φορές	43	28,7	28,7	81,3
Συχνά	19	12,7	12,7	94,0
Πολύ συχνά	9	6,0	6,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 73: Κατανομή συχνοτήτων για το αν αγοράζετε προϊόντα «δεύτερο χέρι»

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	45	30,0	30,0	30,0
Σπάνια	63	42,0	42,0	72,0
Μερικές φορές	23	15,3	15,3	87,3
Συχνά	13	8,7	8,7	96,0
Πολύ συχνά	6	4,0	4,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 74: Κατανομή συχνοτήτων για το αν κάνετε επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων σας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ποτέ	12	8,0	8,0	8,0
Σπάνια	39	26,0	26,0	34,0
Μερικές φορές	57	38,0	38,0	72,0
Συχνά	25	16,7	16,7	88,7
Πολύ συχνά	17	11,3	11,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 75: Κατανομή συχνοτήτων για το αν λόγω οικονομικής κρίσης έχετε μειώσει τη χρήση πετρελαίου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	138	92,0	92,0	92,0
Όχι	12	8,0	8,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 76: Κατανομή συχνοτήτων για το αν λόγω οικονομικής κρίσης έχετε μειώσει τη κατανάλωση ηλεκτρικού ρεύματος

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	118	78,7	78,7	78,7
Όχι	32	21,3	21,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 77: Κατανομή συχνοτήτων για το αν λόγω οικονομικής κρίσης έχετε αυξήσει τη χρήση των ΜΜΜ

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	74	49,3	49,3	49,3
Όχι	76	50,7	50,7	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	
ο				

Πίνακας 78: Κατανομή συχνοτήτων για το αν λόγω οικονομικής κρίσης έχετε μειώσει την κατανάλωση νερού

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	82	54,7	54,7	54,7
Όχι	68	45,3	45,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 79: Κατανομή συχνοτήτων για το αν λόγω οικονομικής κρίσης έχετε μειώσει τις αγορές σας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	145	96,7	96,7	96,7
Όχι	5	3,3	3,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 80: Κατανομή συχνοτήτων για το αν λόγω οικονομικής κρίσης χρησιμοποιείτε εναλλακτικούς τρόπους θέρμανσης φιλικούς προς το περιβάλλον

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	66	44,0	44,0	44,0
Όχι	84	56,0	56,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 81: Κατανομή συχνοτήτων για το αν λόγω οικονομικής κρίσης καλλιεργείτε και καταναλώνετε προϊόντα από το λαχανόκηπό σας;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Ναι	58	38,7	38,7	38,7
Όχι	92	61,3	61,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 81: Κατανομή συχνοτήτων για το αν η ανακύκλωση συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Καθόλο υ	2	1,3	1,3	1,3
Λίγο	3	2,0	2,0	3,3
Μέτρια	16	10,7	10,7	14,0
Πολύ	58	38,7	38,7	52,7
Πάρα πολύ	71	47,3	47,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 82: Κατανομή συχνοτήτων για το αν οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας είναι φιλικότερες προς το περιβάλλον

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Καθόλ ου	2	1,3	1,3	1,3
Λίγο	4	2,7	2,7	4,0
Μέτρι α	15	10,0	10,0	14,0
Πολύ	61	40,7	40,7	54,7
Πάρα πολύ	68	45,3	45,3	100,0
σύνολ ο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 83: Κατανομή συχνοτήτων για το αν το πρόβλημα της ρύπανσης είναι σημαντικό

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Καθόλο υ	2	1,3	1,3	1,3
Λίγο	1	,7	,7	2,0
Μέτρια	3	2,0	2,0	4,0
Πολύ	44	29,3	29,3	33,3
Πάρα πολύ	100	66,7	66,7	100,0
σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 84: Κατανομή συχνοτήτων για το αν η υγεία του ανθρώπου εξαρτάται από το περιβάλλον

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Καθόλο υ	2	1,3	1,3	1,3
Λίγο	1	,7	,7	2,0
Μέτρια	2	1,3	1,3	3,3
Πολύ	41	27,3	27,3	30,7
Πάρα πολύ	104	69,3	69,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 85: Κατανομή συχνοτήτων για το αν θεωρώ σπατάλη χρόνου τις συχνές αγορές

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Διαφωνώ απόλυτα	3	2,0	2,0	2,0
Διαφωνώ λίγο	21	14,0	14,0	16,0
Είμαι ουδέτερο ς/η	58	38,7	38,7	54,7
Συμφωνώ πολύ	42	28,0	28,0	82,7
Συμφωνώ απόλυτα	26	17,3	17,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 86: Κατανομή συχνοτήτων για το αν το σπίτι μου θέλω να είναι βολικό και άνετο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Διαφωνώ λίγο	4	2,7	2,7	2,7
Είμαι ουδέτερος/η	29	19,3	19,3	22,0
Συμφωνώ πολύ	72	48,0	48,0	70,0
Συμφωνώ απόλυτα	45	30,0	30,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 87: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ακολουθώ τις νέες τάσεις στην τεχνολογία, μόδας κ.τλ.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Διαφωνώ απόλυτα	11	7,3	7,3	7,3
Διαφωνώ λίγο	19	12,7	12,7	20,0
Είμαι ουδέτερος/η	61	40,7	40,7	60,7
Συμφωνώ πολύ	44	29,3	29,3	90,0
Συμφωνώ απόλυτα	15	10,0	10,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 88: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ενδιαφέρομαι περισσότερο για την ποιότητα των προϊόντων από ότι για την τιμή

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Διαφωνώ απόλυτα	7	4,7	4,7	4,7
Διαφωνώ λίγο	25	16,7	16,7	21,3
Είμαι ουδέτερο ς/η	29	19,3	19,3	40,7
Συμφωνώ πολύ	62	41,3	41,3	82,0
Συμφωνώ απόλυτα	27	18,0	18,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 89: Κατανομή συχνοτήτων για το αν αγοράζω προϊόντα μέσω διαδικτύου διότι είναι πιο οικονομικά

	Συχνότη τα	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Διαφωνώ απόλυτα	18	12,0	12,0	12,0
Διαφωνώ λίγο	24	16,0	16,0	28,0
Ειμί ουδέτερος/ η	41	27,3	27,3	55,3
Συμφωνώ πολύ	46	30,7	30,7	86,0
Συμφωνώ απόλυτα	21	14,0	14,0	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

Πίνακας 90: Κατανομή συχνοτήτων για το αν θα περιορίζα τον όγκο των σκουπιδιών που παράγω, εάν επιβαλλόταν κάποιο πρόστιμο

	Συχνότητ α	Ποσοστ ό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστική συχνότητα
Διαφωνώ απόλυτα	16	10,7	10,7	10,7
Διαφωνώ λίγο	7	4,7	4,7	15,3
Ειμί ουδέτερο ς/η	36	24,0	24,0	39,3
Συμφωνώ πολύ	56	37,3	37,3	76,7
Συμφωνώ απόλυτα	35	23,3	23,3	100,0
Σύνολο	150	100,0	100,0	

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

A/A

:_____

Ημερομηνία συμπλήρωσης: ____/____/____

Το ερωτηματολόγιο διανέμεται στο πλαίσιο πτυχιακής μελέτης με θέμα «Η βιώσιμη κατανάλωση ως μοχλός προστασίας του περιβάλλοντος». Το ερωτηματολόγιο είναι ΑΝΩΝΥΜΟ και τα στοιχεία που θα προκύψουν είναι απολύτως εμπιστευτικά.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη πολύτιμη συνεργασία.

Με εκτίμηση,

Αριάδνη Σκραπαρλή

1. Ποιο είναι το φύλο σας; Άνδρας [] Γυναίκα []

2. Ποια είναι η ηλικία σας; []

3. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

Απόφοιτος δημοτικού	[]
Απόφοιτος γυμνασίου	[]
Απόφοιτος λυκείου	[]
Πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ	[]
Πτυχιούχος δημόσιου/ ιδιωτικού ΙΕΚ	[]
Κάτοχος μεταπτυχιακού/διδακτορικού διπλώματος	[]

4. Ποια είναι η οικονομική σας δραστηριότητα;

Εργαζόμενος	[]
Άνεργος	[]
Συνταξιούχος	[]
Μη οικονομικά ενεργός (μαθητής, σπουδαστής, στρατιώτης, νοικοκυρά, εισοδηματίας, ανίκανος για εργασία και λοιπές περιπτώσεις)	[]

5. Αν είστε εργαζόμενος παρακαλώ αναφέρετε το επάγγελμά σας;

Δημόσιος / Δημοτικός υπάλληλος	[]
Ιδιωτικός υπάλληλος	[]
Προσωπική επιχείρηση	[]
Ελεύθερος επαγγελματίας	[]
Άλλο	[]

6. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Ανύπανδρος /η	[]
Παντρεμένος/η	[]
Χήρος/α	[]
Διαζευγμένος/η	[]
Εν διαστάσει	[]
Συμβίωση	[]

7. Από πόσα μέλη αποτελείται το νοικοκυριό σας; []

8. Έχετε παιδιά; Ναι [] Όχι []

9. Αν ναι, διαμένουν μαζί σας; Ναι [] Όχι []

10. Κατοικείτε στο ίδιο σπίτι με τους γονείς σας; Ναι [] Όχι []

11. Ποιο είναι το καθαρό μηνιαίο ατομικό σας εισόδημα (σε ευρώ).

0	[]	1501-2000€	[]
< 500€	[]	2001-2500€	[]
501-1000€	[]	2501-3000€	[]
1001-1500€	[]	3001€ & ΑΝΩ	[]

12. Ποιο είναι το καθαρό ετήσιο οικογενειακό σας εισόδημα (σε ευρώ)

0	[]	15.001-20.000	[]
<5.000	[]	20.001-30.000	[]
5.001-10.000	[]	30.001-40.000	[]
10.001-15.000	[]	<40.000	[]

13. Πιστεύετε ότι το εισόδημα σας επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών σας;
Καθόλου [] Λίγο [] Αρκετά [] Πολύ [] Πάρα Πολύ []

14. Ποιες από τις ακόλουθες ανάγκες δεν μπορείτε να καλύψετε λόγω του εισοδήματός σας; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Διατροφή []

Ένδυση/ υπόδηση ☐
 Λογαριασμοί (ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, ☐
 τηλέφωνο)
 Ενοίκιο, κοινόχρηστα ☐
 Αγορές προϊόντων τεχνολογίας ☐
 Μετακίνηση/ μεταφορές ☐
 Διασκέδαση/ ψυχαγωγία ☐
 Καλύπτω όλες τις παραπάνω ανάγκες ☐
 αλλά με δυσκολία

15. Έχετε αυτοκίνητο; Ναι ☐ Όχι ☐

16. Αν ναι, είναι:

Υβριδικό ☐

Βενζινοκίνητο ☐

Πετρελαιοκίνητο ☐

17. Έχετε μηχανή; Ναι ☐ Όχι ☐

18. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε για τις μεταφορές.

	Ποτέ	1 φορά το μήνα	3-4 φορές την εβδομάδα	Καθημερινά
Το αυτοκίνητο				
Τη μηχανή				
MME				
Το αυτοκίνητο των συναδέλφων/ φίλων κτλ				

19. Για τη θέρμανση του σπιτιού σας χρησιμοποιείτε:

☐
 Πετρέλαιο ☐
 Φυσικό αέριο ☐
 Σόμπες πετρελαίου ☐
 Σόμπες υγραερίου ☐
 Αερόθερμο ☐
 Αιρ κοντισιον ☐
 Θερμοπομπούς ☐
 Πελετ ☐
 Βιοκαύσιμα ☐

20. Κάνετε ανακύκλωση; Ναι ☐ Όχι ☐

21. Αν ναι, πόσο συχνά ανακυκλώνετε.

Ποτέ ☐ Σπάνια ☐ Μερικές φορές ☐ Συχνά ☐ Πολύ Συχνά ☐

22. Αν ναι, ποια είδη ανακυκλώνετε:

Χαρτί	☐
Αλουμίνιο	☐
Ηλεκτρικές Συσκευές	☐
Γυαλί	☐
Πλαστικό	☐
Μπαταρίες	☐

23. Το σπίτι μου διαθέτει:

Ηλιακό θερμοσίφωνα	☐
Λαμπτήρες υψηλής απόδοσης	☐
Διπλά τζάμια	☐
Κουφώματα αλουμινίου	☐
Τοιχώματα θερμομόνωσης	☐
Ταράτσα διπλής μόνωσης	☐
Πιστοποιητικό ενεργειακής απόδοσης	☐

24. Σημειώστε τι από τα παρακάτω συνηθίζετε να κάνετε:

	Ναι	Όχι
Προτιμώ τα τοπικά προϊόντα γιατί έχουν υποστεί λιγότερη επεξεργασία και έχουν λιγότερο κόστος μεταφοράς		
Καταναλώνω βιολογικά προϊόντα γιατί πιστεύω ότι είναι φιλικότερα προς το περιβάλλον		
Συνηθίζω να αγοράζω προϊόντα με κριτήριο εάν προέρχονται από ανακυκλώσιμα υλικά		
Αγοράζω ηλεκτρικές συσκευές με βάση το κριτήριο αν είναι Α' ενεργειακής κλάσης		
Συνηθίζω να αφήνω τη βρύση ανοιχτή καθ' όλη τη διάρκεια που βουρτσίζω τα δόντια μου		
Συνηθίζω να αφήνω τη βρύση ανοιχτή καθ' όλη τη διάρκεια που κάνω μπάνιο		
Συνηθίζω να αφήνω τη βρύση ανοιχτή καθ' όλη τη διάρκεια που πλένω τα πιάτα		
Συνηθίζω να αφήνω τα φώτα ανοιχτά όταν φεύγετε από ένα δωμάτιο		
Συνηθίζω να θέτω σε λειτουργία τις ηλεκτρικές σας συσκευές στο νυχτερινό ρεύμα		
Συνήθως διαχωρίζω τις συσκευασίες από τα υπολείμματα πριν τις ρίξω στους μπλε κάδους		
Συνήθως ρίχνω με τη σακούλα τα απορρίμματα στους μπλε κάδους		
Συνηθίζω να δωρίζω τις ηλεκτρικές σας συσκευές που δεν χρησιμοποιώ πλέον		
Είμαι μέλος σε περιβαλλοντική ομάδα		

25. Σημειώστε το βαθμό με τον οποίο συνηθίζετε να κάνετε τα παρακάτω:

	Ποτέ	Σπάνια	Μερικές Συχνά	Συχνά	Πολύ πορές
Επηρεάζεστε από τον περίγυρο σας στο να κάνετε ανακύκλωση					
Μαγειρεύετε με ότι έχετε στο ψυγείο					
Αγοράζετε βιολογικά προϊόντα					
Καταναλώνετε προϊόντα από εταιρείες που είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες					
Αγοράζετε προϊόντα με πολλές συσκευασίες ή περιτυλίγματα					
Καταναλώνετε βιολογικά προϊόντα					
Χρησιμοποιείτε σακούλες πολλαπλών χρήσεων					

για τις αγορές σας					
Αγοράζετε προϊόντα second hand					
Κάνετε επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων σας					

26. Λόγω της οικονομικής κρίσης:

	Ναι	Όχι
Έχετε μειώσει την κατανάλωση πετρελαίου;		
Έχετε μειώσει την κατανάλωση ηλεκτρικού ρεύματος;		
Έχετε αυξήσει τη χρήση των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς;		
Έχετε μειώσει την κατανάλωση νερού;		
Έχετε περιορίσει τις αγορές σας;		
Χρησιμοποιείτε εναλλακτικούς τρόπους θέρμανσης φιλικούς προς το περιβάλλον;		
Καλλιεργείτε και καταναλώνετε προϊόντα από το λαχανόκηπό σας;		

27. Σημειώστε κατά πόσο σας εκφράζουν οι παρακάτω προτάσεις:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Η ανακύκλωση συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος					
Η χρήση ΑΠΕ είναι φιλικότερη προς το περιβάλλον					
Το πρόβλημα της ρύπανσης είναι σημαντικό					
Η υγεία του ανθρώπου εξαρτάται από το περιβάλλον					

28. Εκφράστε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας σχετικά με τις κάτωθι προτάσεις.

	Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ Λίγο	Είμαι ουδέτερος/ ουδέτερη	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ Απόλυτα
Θεωρώ σπατάλη χρόνου τις συχνές αγορές					
Το σπίτι μου θέλω να είναι βολικό και σύγχρονο					
Ακολουθώ τις νέες τάσεις στις τεχνολογίες, μόδας κτλ.					
Ενδιαφέρομαι περισσότερο για την ποιότητα των προϊόντων και όχι για την τιμή					
Αγοράζω προϊόντα μέσω διαδικτύου διότι είναι πιο οικονομικά					
Θα περιορίζα τον όγκο των σκουπιδιών που παράγω, εάν επιβαλλόταν κάποιο πρόστιμο					