

---

**ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**  
**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΜΕΛΕΤΗ**  
**«Καταναλωτική Συμπεριφορά Σύγχρονου Νοικοκυριού στην περιοχή**  
**της Αττικής: η περίπτωση των διαρκών αγαθών»**

Επιβλέπων: Καθηγητής, Γ. Χονδρογιάννης

Άρτεμις Σούσου

Μέλη: Λέκτορας, Α. Τσίτουρας  
Δρ. Ε. Σαρδιανού

Α.Μ. 20236

**ΑΘΗΝΑ, 2007**  
**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

---

## **Α΄ ΜΕΡΟΣ: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ**

|                                                                                            |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....                                                                              | iv        |
| ABSTRACT .....                                                                             | v         |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....                                                                              | 1         |
| <b>Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup></b> : Εισαγωγή στη συμπεριφορά του καταναλωτή.....               | 4         |
| <b>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup></b> : Μοντέλο καταναλωτική συμπεριφοράς.....                     | 10        |
| <b>Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup></b> : Προσδιοριστικοί παράγοντες καταναλωτικής συμπεριφοράς..... | 15        |
| <b>3.1. Πολιτιστικοί παράγοντες.....</b>                                                   | <b>17</b> |
| <b>3.1.1. Αξίες .....</b>                                                                  | <b>17</b> |
| <b>3.1.2. Κουλτούρα.....</b>                                                               | <b>17</b> |
| <b>3.1.3. Υποκουλτούρα .....</b>                                                           | <b>17</b> |
| <b>3.1.4. Κοινωνική Τάξη.....</b>                                                          | <b>17</b> |
| <b>3.2. Κοινωνικοί Παράγοντες.....</b>                                                     | <b>18</b> |
| <b>3.2.1. Ομάδες Αναφοράς.....</b>                                                         | <b>18</b> |
| <b>3.2.2. Οικογένεια.....</b>                                                              | <b>19</b> |
| <b>3.2.3. Κοινωνικοί Ρόλοι(status).....</b>                                                | <b>19</b> |
| <b>3.3. Προσωπικοί Παράγοντες.....</b>                                                     | <b>20</b> |
| <b>3.3.1. Ηλικία και Φάσεις Κύκλου Ζωής.....</b>                                           | <b>20</b> |
| <b>3.3.2. Απασχόληση – Επάγγελμα.....</b>                                                  | <b>21</b> |
| <b>3.3.3. Οικονομικές Συνθήκες.....</b>                                                    | <b>21</b> |
| <b>3.3.4. Τρόπος Ζωής.....</b>                                                             | <b>22</b> |
| <b>3.3.5. Προσωπικότητα – Στάση.....</b>                                                   | <b>22</b> |
| <b>3.4. Ψυχολογικοί Παράγοντες.....</b>                                                    | <b>22</b> |
| <b>3.4.1. Παρακίνηση.....</b>                                                              | <b>22</b> |
| Σύγχρονες Θεωρητικές Προσεγγίσεις Παρακίνησης                                              |           |
| <b>3.4.1.1. Θεωρία Παρακίνησης Maslow.....</b>                                             | <b>22</b> |

|                                                                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.4.1.2. Θεωρία Δυο Παραγόντων Υποκίνησης – Υγιεινής.....                                                                                                       | 24 |
| 3.4.2. Αντίληψη.....                                                                                                                                            | 24 |
| 3.4.3. Μάθηση.....                                                                                                                                              | 25 |
| 3.4.4. Στάση και Συνήθειες.....                                                                                                                                 | 25 |
| <b>Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> :</b> Νομικό Πλαίσιο για την Προστασία του Καταναλωτή.....                                                                            | 27 |
| 4.1. Τα δικαιώματα του καταναλωτή.....                                                                                                                          | 28 |
| 4.2. Η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή.....                                                                                                          | 30 |
| 4.3. Εισηγήσεις για βελτίωση της θέσης του καταναλωτή στην κοινωνία.....                                                                                        | 39 |
| <b>Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>:</b> Προηγούμενες εμπειρικές μελέτες, για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της καταναλωτικής συμπεριφοράς σε σχέση με τα διαρκή αγαθά |    |
| 5.1. Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (Η.Π.Α.) – Καναδάς.....                                                                                                        | 43 |
| 5.2. Αυστραλία.....                                                                                                                                             | 48 |
| 5.3. Ευρωπαϊκές Χώρες.....                                                                                                                                      | 52 |

### **Β' ΜΕΡΟΣ: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ**

|                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup> :</b> Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Καταναλωτικής Συμπεριφοράς ως προς Τα Διαρκή Αγαθά |    |
| 6.1. Μεθοδολογία της Δειγματοληπτικής Έρευνας.....                                                                | 63 |
| 6.2. Το προφίλ των καταναλωτών διαρκών αγαθών .....                                                               | 65 |
| <b>Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup>:</b> Πίνακες Διπλής Εισόδου                                                             |    |
| 7.1. Ανάλυση και Σχολιασμός Πινάκων Διπλής Εισόδου.....                                                           | 70 |
| <b>Κεφάλαιο 8<sup>ο</sup>:</b> Εκτιμήσεις Λογιστικής Παλινδρόμησης                                                |    |
| 8.1. Θεωρητικό Μοντέλο Λογιστικής Παλινδρόμησης.....                                                              | 75 |

---

|                                                                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 8.2.Το προφίλ των εντατικών χρηστών διαρκών αγαθών.....                                                      | 76        |
| 8.2.1.Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τον εντατικό χρήστη διαρκών αγαθών.....                    | 76        |
| 8.2.2.Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τη χρήση οικιακών συσκευών .....                           | 79        |
| 8.2.3.Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τη χρήση συσκευών αναψυχής.....                            | 82        |
| 8.2.4.Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τον οικονομικό προγραμματισμό.....                         | 86        |
| 8.2.5.Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τον τρόπο πληρωμής των διαρκών αγαθών με μετρητά.....      | 88        |
| 8.2.6.Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τον τρόπο πληρωμής των διαρκών αγαθών με άτοκες δόσεις.... | 91        |
| <b>Κεφάλαιο 9: Συμπεράσματα.....</b>                                                                         | <b>94</b> |
| <b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ.....</b>                                                                             | <b>98</b> |
| <b>Παραρτήματα</b>                                                                                           |           |
| Παράρτημα Α΄: Ερωτηματολόγιο δειγματοληπτικής έρευνας.....                                                   | 103       |
| Παράρτημα Β΄: Πίνακες Δειγματοληπτικών Ερευνών Σχετικά με τα Διαρκή Αγαθά .....                              | 113       |
| Παράρτημα Γ΄: Αποκωδικοποίηση Μεταβλητών Ερωτηματολογίου.....                                                | 117       |
| Παράρτημα Δ΄: Πίνακες Περιγραφικών Μέτρων.....                                                               | 122       |
| Παράρτημα Ε΄: Πίνακες Κατανομών Συχνοτήτων.....                                                              | 130       |
| Παράρτημα ΣΤ΄: Πίνακες Διπλής Εισόδου.....                                                                   | 169       |

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

### «Καταναλωτική Συμπεριφορά Του Σύγχρονου Νοικοκυριού Σε Σχέση Με Τα Διαρκή Αγαθά»

Βασικό σημείο αναφοράς πληθώρας ερευνητικών μελετών έχει αποτελέσει η αμφίδρομη σχέση καταναλωτικής συμπεριφοράς και «τεχνολογικής πραγματικότητας». Η θεματική των προσεγγίσεων που αναφέρονται στο άτομο ως καταναλωτή – μία ιδιαίτερη κοινωνιολογική κατηγορία – συνίσταται στην ανάλυση και κατανόηση της συμπεριφοράς και των επιλογών του. Συνεπώς, σκοπός της παρούσας πτυχιακής μελέτης αποτελεί ο προσδιορισμός: (i) των κοινωνικοοικονομικών παραμέτρων, που ερμηνεύουν όσο το δυνατόν ορθότερα τις αποφάσεις και τις στάσεις των νοικοκυριών σχετικά με τα διαρκή αγαθά, (ii) των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών συγκεκριμένων διαρκών αγαθών, τα οποία τελικά ωθούν σε απόκτησή τους ή μη και (iii) ιστορικά προηγούμενων αγορών. Η εμπειρική ανάλυση της πτυχιακής μελέτης βασίστηκε σε τυχαίο δείγμα νοικοκυριών, στην περιοχή των Αθηνών. Πιο συγκεκριμένα, διανεμήθηκαν και απαντήθηκαν με δειγματοληπτική έρευνα 130 ερωτηματολόγια, κατά το χρονικό διάστημα Φεβρουάριος-Απρίλιος 2007. Η εκτίμηση οικονομετρικών υποδειγμάτων, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι κυρίως τα οικονομικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών και λιγότερο οι κοινωνικές, όπως οι επιθυμίες τους, οι καθημερινές τους συνήθειες και οι πεποιθήσεις τους καθώς και οι ιδιότητες των διαρκών αγαθών, εξηγούν τις διαφοροποιήσεις και τις στάσεις στην κατανάλωσή τους από νοικοκυριό σε νοικοκυριό. Εν κατακλείδι, τα αποτελέσματα καταδεικνύουν ως καταλυτικούς προσδιοριστικούς παράγοντες της σύγχρονης καταναλωτικής συμπεριφοράς ως προς τα διαρκή αγαθά, τα οικονομικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά των νοικοκυριών, με κυριότερα το εισόδημα, το μέγεθος του νοικοκυριού και την κυριότητα της κατοικίας, τον οικονομικό προγραμματισμό.

## ABSTRACT

The fast pace of life and quick evolution in the segments of technology, during the last few decades, has attracted the interest of the academics in all scientific areas, marketing professionals and all others responsible for the consumer science policy. The relationship between the consumer's behavior and the technological progress has been the subject of several studies. Consumers' choices can be explained by several socio-demographic parameters. Specific characteristics of certain durables which make a buyer decide to acquire or not to acquire a product. The empirical analysis of the study is based on a random sample of households in the area of Athens. A survey of 130 questionnaires was conducted during the months of February to April 2007. The aim of this study is to explain differences in consumption of durable goods with respect to consumers' socioeconomic and demographic characteristics. In addition, the empirical analysis suggests that socioeconomic characteristics of the consumers, their desires, their daily habits, their beliefs and the specific characteristics of the durables, do explain the differences in use ownership and purchase behavior of the consumer. Overall, the empirical results indicate that the factors which are significant in the consumers' attitude towards the durables are, the demographic characteristics, consumers' income, size of the household and ownership.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με τον όρο «κατανάλωση», εννοούμε τη χρησιμοποίηση κάθε είδους αγαθών και υπηρεσιών για την ικανοποίηση ανθρωπίνων αναγκών. Η κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών, αποτελεί καθημερινή ανάγκη, που σε μεγάλη έκταση, άμεσα ή έμμεσα, καθορίζει την επιβίωση, την υγεία και την ασφάλεια, την ποιότητα ζωής, τη συμπεριφορά και τη στάση του ατόμου, απέναντι στον εαυτό του, στο περιβάλλον και την κοινωνία.

Πολλές είναι οι επιστήμες, οι πιστοί της, καθώς και οι μελέτες μέσω των οποίων έχουν προκύψει «ενδεχόμενοι» ορισμοί, των αγαθών και των υπηρεσιών – όμως μέχρι σήμερα στερείται βεβαιότητας, ο ορισμός των ανθρωπίνων αναγκών και κατ' επέκταση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, λόγω των διαφοροποιήσεων που παρατηρούνται από άτομο σε άτομο και από κοινωνία σε κοινωνία.

Αντιλαμβανόμενοι λοιπόν την τρέχουσα κατάσταση και την ανάγκη του σύγχρονου καταναλωτή για την ικανοποίηση των αναγκών του και μεγιστοποίηση της χρησιμότητας των διαρκών, καταναλωτικών αγαθών, οδηγηθήκαμε στην εξεύρεση του θέματος της παρούσας πτυχιακής μελέτης, δηλαδή τις παραμέτρους, οι οποίες επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά των σύγχρονων νοικοκυριών προκειμένου να αποκτήσουν μερικά από τα διαρκή αγαθά που τους είναι απαραίτητα.

Έτσι, πρωταρχικό σκοπό της παρούσας πτυχιακής μελέτης αποτελεί η διερεύνηση των προσδιοριστικών παραγόντων της καταναλωτικής συμπεριφοράς, σε σχέση με τα διαρκή αγαθά. Στη συνέχεια, επιχειρείται η ανάλυση των παραμέτρων που συνθέτουν την καταναλωτική συνείδηση και το γνωστικό υπόβαθρο του σύγχρονου καταναλωτή, η αξιολόγηση της σημερινής καταναλωτικής πραγματικότητας, η αποτύπωση καθημερινών συνηθειών, εκτιμήσεων, πεποιθήσεων και προτιμήσεων.

Όσον αφορά τη μεθοδολογία της μελέτης, σε πρώτη φάση πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική ανασκόπηση προηγούμενων εμπειρικών μελετών, με στόχο τον προσδιορισμό παραγόντων καταναλωτικής συμπεριφοράς σε σχέση με τα διαρκή αγαθά στο διεθνή χώρο. Στη συνέχεια, ακολούθησε δημιουργία ερωτηματολογίου, βασισμένο σε δεδομένα της ξένης βιβλιογραφίας, με αποτέλεσμα ένα ερωτηματολόγιο 31 ερωτήσεων και 176 μεταβλητών. Στο επόμενο στάδιο, συλλέχθηκαν 130 ερωτηματολόγια, επιτυχώς συμπληρωμένα, για να ακολουθήσει

εμπειρική μελέτη, όπου πραγματοποιήθηκαν πίνακες κατανομών συχνοτήτων για τις μεταβλητές τους ερωτηματολογίου και εκτιμήσεις λογιστικών παλινδρομήσεων, από όπου εξήχθησαν αξιόλογα συμπεράσματα.

Ειδικότερα, η παρούσα πτυχιακή μελέτη, χωρίζεται σε δύο μέρη, τη βιβλιογραφική προσέγγιση η οποία περιλαμβάνει τα πρώτα πέντε κεφάλαια της μελέτης και την εμπειρική μελέτη, η οποία αποτελείται από τα επόμενα τέσσερα. Πιο συγκεκριμένα, τα πρώτα πέντε κεφάλαια, αποτελούν προσεγγιστική ανάλυση του θέματος καταναλωτική συμπεριφορά στην περίπτωση των διαρκών αγαθών και εν συνεχεία τα επόμενα τέσσερα κεφάλαια του δεύτερου μέρους της εργασίας, περιλαμβάνουν τόσο τα μοντέλα στα οποία στηρίχθηκαν οι μέθοδοι συλλογής πρωτογενών στοιχείων, πίνακες περιγραφικών μέτρων, κατανομές συχνοτήτων, πίνακες διπλής εισόδου, εκτιμήσεις λογιστικών παλινδρομήσεων.

Μελετώντας πιο αναλυτικά, στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια πρώτη εισαγωγή στη συμπεριφορά του καταναλωτή και τη σημερινή πραγματικότητα, στο δεύτερο παρουσιάζεται το μοντέλο της καταναλωτικής συμπεριφοράς, με ειδική αναφορά στο «μαύρο κουτί» του καταναλωτή.

Το τρίτο κεφάλαιο, περιέχει εκτενή ανάλυση των προσδιοριστικών παραγόντων καταναλωτικής συμπεριφοράς και έχει διαχωριστεί σε τέσσερις κύριες ενότητες παραγόντων: πολιτιστικούς, κοινωνικούς, προσωπικούς και ψυχολογικούς, που με τη σειρά τους διακρίνονται σε μικρότερες υποενότητες.

Ακολούθως, στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται αναφορά του νομικού πλαισίου υπέρ της προστασίας του καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένων και των υποκατηγοριών των δικαιωμάτων του καταναλωτή, της σχετικής νομοθεσίας για την προστασία του, καθώς και των εισηγήσεων για βελτίωση της θέσης του στην κοινωνία.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο του πρώτου μέρους της παρούσας πτυχιακής μελέτης, παρατίθενται προηγούμενες εμπειρικές μελέτες, για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της συμπεριφοράς του καταναλωτή σε σχέση με τα διαρκή αγαθά, που έχουν διεξαχθεί σε Η.Π.Α., Καναδά, Αυστραλία και Ευρώπη.

Στη συνέχεια, στο έκτο κεφάλαιο, με τίτλο «προσδιοριστικοί παράγοντες της καταναλωτικής συμπεριφοράς ως προς τα διαρκή αγαθά» εξετάζεται η μεθοδολογία της δειγματοληπτικής έρευνας και πραγματοποιείται ανάλυση και σχολιασμός του προφίλ των καταναλωτών σε σχέση με τα διαρκή αγαθά, παρουσιάζοντας αποτελέσματα τα οποία προέκυψαν από ανάλυση κατανομών συχνοτήτων. Στο



επόμενο κεφάλαιο εφαρμόζεται ανάλυση και σχολιασμός των πινάκων διπλής εισόδου.

Το όγδοο κεφάλαιο, περιλαμβάνει τις εκτιμήσεις πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης, με αναφορά του θεωρητικού μοντέλου, ανάλυση και σχολιασμό. Εν κατακλείδι, στο ένατο και τελευταίο κεφάλαιο, εξάγονται τα συμπεράσματα, που προέκυψαν από την έρευνα η οποία έχει προηγηθεί. Ακολουθούν κατάλογος των βιβλιογραφικών πηγών από τις οποίες αντλήθηκαν σημαντικά για την έρευνα στοιχεία και παραρτήματα των πινάκων των περιγραφικών μέτρων, διπλής εισόδου και πινάκων κατανομής συχνοτήτων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Κατανάλωση, ορίζεται ως η οικονομική δραστηριότητα, η οποία επηρεάζεται από τις κοινωνικές και ψυχολογικές διεργασίες του ατόμου, το οποίο προβαίνει στην πραγματοποίηση αυτής της δραστηριότητας. Το άτομο καταναλώνει, επειδή μέσα από την κατανάλωση ικανοποιεί τις ανάγκες του. Η ικανοποίηση των αναγκών ισοδυναμεί με τη χρησιμότητα, που λαμβάνει το άτομο από την κατανάλωση των αγαθών και των υπηρεσιών. Το άτομο-καταναλωτής μεγιστοποιεί τη χρησιμότητά του από την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών μέχρι το σημείο που του επιτρέπουν το εισόδημά του αλλά και οι τιμές των αγαθών (Καραποστόλης, 1983; Σιώμκος, 2002).

Με άλλα λόγια, η συμπεριφορά του καταναλωτή βασίζεται στην «αρχή της μεγιστοποίησης της χρησιμότητας», που απορρέει από την ικανοποίηση των αναγκών του. Οι ανάγκες αυτές, πραγματικές ή πλασματικές, είναι ζωτικής σημασίας για τα άτομα και τα νοικοκυριά, διότι καλύπτουν όλες τις διαστάσεις της ανθρώπινης ύπαρξης (δηλαδή τις βιολογικές/ φυσιολογικές, κοινωνικές, συναισθηματικές και ψυχολογικές ανάγκες). Σήμερα ο καταναλωτής έχει πολλές δυνατότητες στα πλαίσια της αγοραστικής συμπεριφοράς. Έχουν δηλαδή τη δυνατότητα επιλογής εναλλακτικών προϊόντων και υπηρεσιών (όσον αφορά την ποικιλία και την ποιότητα των αγαθών και υπηρεσιών ή τους τρόπους αγοράς και πληρωμής για την απόκτησή τους κ.ά.). Παράλληλα, το οξύμωρο που παρατηρείται είναι η ανασφάλεια των καταναλωτικών επιλογών των ατόμων για την κοινωνία και το φυσικό περιβάλλον.

Ειδικότερα, σήμερα, οι καταναλωτές στις αναπτυγμένες χώρες έχουν στη διάθεσή τους μία τεράστια ποικιλία προϊόντων. Τα προϊόντα αυτά μπορεί να ικανοποιούν τις ίδιες ανάγκες, ωστόσο για να προσελκύσουν τον καταναλωτή παρουσιάζουν διαφοροποιήσεις, είτε ουσιαστικές, είτε επιφανειακές. Υπάρχουν, επίσης, προϊόντα τα οποία δημιουργούν την ανάγκη στον καταναλωτή, δηλαδή χωρίς την ύπαρξη του προϊόντος αυτού δεν θα υπήρχε και η συγκεκριμένη ανάγκη για ένα συγκεκριμένο καταναλωτή. Τέλος, οι ποσότητες στις οποίες προσφέρονται τα αγαθά είναι μεγάλες και γενικά, μέσω της διαφήμισης, γίνεται μία προσπάθεια δημιουργίας αναγκών και συνεχούς κατανάλωσης, με αποτέλεσμα να αυξάνονται οι πωλήσεις και συνεπώς και τα κέρδη των επιχειρήσεων.

Μελετώντας τις τάσεις της νέας πραγματικότητας και κάνοντας αναγωγή στο μέλλον, ο σύγχρονος καταναλωτής φαίνεται να επιζητεί την ποιοτική αναβάθμιση των καταναλωτικών του προτιμήσεων, ειδικότερα, και του βιοτικού του επιπέδου, γενικότερα. Προσανατολίζεται πλέον στην αξία, είναι περισσότερο ενημερωμένος και επιλεκτικός στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, έχει περισσότερες απαιτήσεις και πολλές από αυτές είναι άκρως εξειδικευμένες.

Το «προφίλ» του σύγχρονου καταναλωτή στο δυτικό κόσμο, γενικά, και στην Ευρωπαϊκή Ένωση ειδικότερα, διαμορφώνεται από τις δημογραφικές, κοινωνικές, πολιτισμικές και οικονομικές τάσεις και εξελίξεις (π.χ. αλλαγές στην ηλικιακή κατανομή του πληθυσμού, διαφορές στην οικονομική δυνατότητα ανάμεσα σε διαφορετικές γεωγραφικές περιφέρειες, αλλαγές στη σύνθεση των σύγχρονων νοικοκυριών, αύξηση του ποσοστού των εγγάμων, αύξηση του αριθμού των διαζυγίων, αύξηση των μονογονεϊκών οικογενειών κ.λπ.). Παράλληλα, ένα από τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου καταναλωτή είναι ο χαμηλότερος βαθμός προσήλωσής του στη «μάρκα» σε σχέση με προηγούμενες εποχές, καθώς και η έλλειψη διαθέσιμου χρόνου. Οι νέοι ρυθμοί της ζωής αυξάνουν το άγχος, καθιστώντας τον καταναλωτή κατεξοχήν «πεινασμένο για χρόνο» (time hungry), παρά το γεγονός ότι σήμερα έχει περισσότερες επιλογές (Σιώμκος, 2002).

Το περιβάλλον (με την ευρεία έννοια του όρου), εντός του οποίου ο καταναλωτής αναπτύσσει τις δραστηριότητές του, είναι ανταγωνιστικό και επικίνδυνο. Η σύγκρουση των οικονομικών συμφερόντων, η διάβρωση του συστήματος των αξιών, οι πολιτικοί και κοινωνικοί μετασχηματισμοί, οι μεταβολές που συντελούνται με φρενήρεις ρυθμούς, η παγκοσμιοποίηση, έχουν οδηγήσει σε οικουμενική κρίση (ηθική, κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική). Ο καταναλωτής (ως μονάδα ή/και ως νοικοκυριό) καλείται να διαχειριστεί τον κίνδυνο, που έχει τη μορφή της εξαπάτησης, της παραβίασης των δικαιωμάτων του, της ανασφάλειας, της αβεβαιότητας για το μέλλον, της αμφιβολίας, ή ακόμα και του πανικού.

Η αναγκαιότητα της προστασίας του καταναλωτή, από όλους τους κινδύνους που απειλούν την υγεία του, την ποιότητα της ζωής του και της αξιοπρεπούς διαβίωσής του, έχει διαπιστωθεί εδώ και δεκαετίες. Η παγκόσμια κοινότητα έχει αναγνωρίσει στους καταναλωτές δικαιώματα, τα οποία πρέπει να προστατεύονται ως θεμελιώδη, όπως το δικαίωμα του υγιούς περιβάλλοντος, της πληροφόρησης, της

εκπροσώπησης, της εκπαίδευσης και της αποκατάστασης, στην περίπτωση που αυτά θίγονται καθ' οιονδήποτε τρόπο.

Δυστυχώς, όμως, τα δικαιώματα των καταναλωτών συχνά – πυκνά καταστρατηγούνται. Ποιος μπορεί στις μέρες μας να μιλά για υγιές περιβάλλον, για ασφάλεια του καταναλωτή, για τέλεια πληροφόρησή του, για συνεχή και αξιόπιστη εκπαίδευσή του, για αποκατάσταση των βλαβών του και για ισχυρή εκπροσώπησή του προς την κατεύθυνση της υπεράσπισης των δικαιωμάτων του; Αντίθετα, θεωρείται αυταπόδεικτο ότι χρειάζεται να κινητοποιηθεί κάθε μηχανισμός και κάθε θεσμός ή ακόμη και να επινοηθούν νέοι, προκειμένου να διασφαλιστούν οι καταναλωτές και να αποτραπούν, στο βαθμό του δυνατού, οι δυσάρεστες συνέπειες στο μέλλον.

Οι σχετικές έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σε εθνικό επίπεδο και σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές διακατέχονται από καχυποψία και ανασφάλεια, σχετικά με το βαθμό στον οποίο διασφαλίζονται τα δικαιώματά τους. Η τάση των καταναλωτών να συσπειρώνονται σε καταναλωτικές οργανώσεις γίνεται εντονότερη, έστω και αν συνοδεύεται από δυσπιστία για την αποτελεσματικότητα και την ενίσχυση της διαπραγματευτικής δύναμης των οργανώσεων αυτών. Επομένως, ιδιαίτερη σημασία αποκτά το ζήτημα της καλύτερης και διαρκούς εκπαίδευσης και πληροφόρησης του καταναλωτή, προκειμένου να βρεθεί στη θέση της ικανοποιητικής αντιμετώπισης της σημερινής πραγματικότητας, όπως αυτή περιγράφεται παραπάνω.

Τα άτομα που έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο ή μεγάλο βαθμό πληροφόρησης, αναδεικνύονται εξαιρετικά απαιτητικοί καταναλωτές, οι οποίοι διαμορφώνουν καταναλωτικές προτιμήσεις που δίδουν έμφαση στην ποιότητα των αγαθών και των υπηρεσιών, κατ' επέκταση στη σήμανσή τους, στα επιμέρους χαρακτηριστικά τους, στο περιβάλλον που παράγονται ή προσφέρονται κ.ά, ενώ έχουν την κοινωνική και οικολογική γνώση και ευαισθησία να διαμορφώνουν μία καταναλωτική συμπεριφορά στο πλαίσιο της αειφορίας. Αυτή η συμπεριφορά, εξελίσσεται σε τρόπο (στάση) ζωής που διαμορφώνει μία ορισμένη ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών και ασκεί ουσιαστικό έλεγχο στη λειτουργία της αγοράς.

Παράλληλα, η εκπαίδευση βοηθά τους νέους, στην ηλικία, καταναλωτές να αποκτούν εμπειρίες είτε θετικές είτε αρνητικές, για τον τρόπο, με τον οποίο στο μέλλον θα αποφασίζουν για τις δαπάνες τους. Την ίδια ώρα μαθαίνουν ότι οι σκοποί τους μπορούν να διαφοροποιηθούν εξαιτίας των πειρασμών, καθώς η ζωή των νέων

ως καταναλωτών παρεμβάλλεται μεταξύ της ηδονής και του αυτοελέγχου (Autio, 2005).

Στις σύγχρονες κοινωνίες, η εκπαίδευση του καταναλωτή θεωρείται απαίτηση για τα άτομα και τις οικογένειες. Η εκπαίδευση καθίσταται αναγκαία για τη βελτίωση της θέσης των καταναλωτών και για την προστασία των δικαιωμάτων τους. Είναι απαραίτητη για την προώθηση του κοινωνικού πολιτισμού και της κοινωνικής προόδου. Σκοπός της εκπαίδευσης των καταναλωτών δεν είναι μόνο η γνώση των αγορών και η βελτίωση της ικανότητάς τους να γίνονται σκεπτόμενοι καταναλωτές, αλλά και να τους καταστήσει ικανούς να προβαίνουν σε υγιείς και κοινωνικά αποδεκτές δραστηριότητες, που προωθούν την καλύτερη δυνατή επιλογή μεταξύ των διακινούμενων προϊόντων. Με την εκπαίδευση, το άτομο βελτιώνει την ποιότητα της ζωής του και μετουσιώνεται σε υπεύθυνο καταναλωτή .

Επιπλέον, θεωρείται απαραίτητη η ενεργός συμμετοχή των καταναλωτών στην επίλυση των σοβαρών ζητημάτων που τους απασχολούν. Αφού τα ζητήματα αυτά είναι κοινά, η αντιμετώπισή τους θα πρέπει να στηρίζεται στην ίδια βάση. Η λογική ενός δυναμικού (ενεργού) και συλλογικού «καταναλωτικού» μετώπου μπορεί να επιφέρει αποτελέσματα, σε αντίθεση με την κρατούσα άποψη του “not in my back yard”.

Οι ενεργοί καταναλωτές αντιδρούν στην αυθαιρεσία των παραγωγών και των πωλητών, όταν και όπου αυτή υφίσταται, με την έκφραση παραπόνων. Τα παράπονα των καταναλωτών όταν διατυπώνονται μέσω επίσημων μηχανισμών, δεν έχουν ως αποτέλεσμα μόνο την αποζημίωσή τους για τη ζημία που υπέστησαν, αλλά βελτιώνουν και την αποτελεσματικότητα της αγοράς. Παράλληλα, οι πωλητές λαμβάνουν σημαντικά μηνύματα για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν και τα μηνύματα αυτά οδηγούν σε σημαντικές βελτιώσεις, καθώς και στην αύξηση της ικανοποίησης των καταναλωτών (Hogarth and English, 2002). Ωστόσο, οι καταναλωτές, «ορθολογικά» σκεπτόμενοι, έχουν κατανοήσει ότι οι καταναλωτικές πρωτοβουλίες δεν μπορούν να επιτύχουν, εάν δεν υιοθετούνται σε ένα κατάλληλο και αυστηρά θεσμικό περιβάλλον. Οι κοινωνικοί και πολιτικοί θεσμοί οφείλουν να προστατεύουν την εφαρμογή του κανονιστικού πλαισίου διασφάλισης των καταναλωτών- πολιτών. Η υιοθέτηση και η εφαρμογή ενός κανονιστικού πλαισίου βιωσιμότητας, αναφέρεται στο σχεδιασμό και στην ανάπτυξη μέτρων προληπτικού και κατασταλτικού χαρακτήρα. Η αυστηρότητα που θα πρέπει να χαρακτηρίζει την

καταναλωτική και περιβαλλοντική νομοθεσία, έγκειται στη συνέπεια με την οποία θα πρέπει να εφαρμόζεται.

Ορισμένοι θεωρούν ότι έχουμε εισέλθει σε μία καταστροφική «αναπτυξιακή» τροχιά και ότι αφού σπείραμε ανέμους, μένουν μόνο θύελλες για να θερίσουμε. Όμως, η άποψη αυτή είναι μάλλον μοιρολατρική και το κυριότερο είναι άποψη που δίδει σημαντικό «άλλοθι» στην αναβολή λήψης αποφάσεων και μέτρων για την αντιμετώπιση της κρίσης. Το βέβαιο είναι ότι δεν μπορεί να δώσει λύση στα προβλήματα που ταλανίζουν την ανθρωπότητα, ως μία μεγάλη καταναλωτική «ομάδα».

Αντίθετα, η προσέγγιση για την αντιμετώπιση της κρίσης, θα πρέπει να είναι ολιστική, ευφάνταστη, να εμπνέεται από το μέλλον και να έχει «αιφορικό» όραμα. Θα πρέπει να τίθεται στο επίκεντρο κάθε πολιτικής που υιοθετείται σε εθνικό, ευρωπαϊκό ή παγκόσμιο επίπεδο. Το πιο σημαντικό, όμως, είναι η προσέγγιση αυτή να είναι γενναία και να επιφέρει ριζοσπαστικές τομές στη νοοτροπία, ως επί το πλείστον, καθώς και στις πολιτικές που κάθε φορά υιοθετούνται και πρόκειται να εφαρμοστούν.

Για την Ελλάδα, όπου το καταναλωτικό κίνημα δεν είναι ακόμη τόσο ισχυρό και δεν έχει ακόμη διαμορφωθεί μία ισχυρή καταναλωτική συνείδηση, είναι ανάγκη να υπάρξει μία περισσότερο επίμονη και συγκροτημένη πολιτική παρέμβαση, που να διασφαλίζει τα συμφέροντα και τα δικαιώματα του Έλληνα καταναλωτή.

Στη χώρα μας, όπως εξάλλου και σε όλες τις χώρες - μέλη της Ευρωπαϊκής οικογένειας, γίνονται προσπάθειες να διαμορφωθεί το κατάλληλο ενιαίο νομοθετικό πλαίσιο που θα περιλαμβάνει όλες τις παραμέτρους, οι οποίες θα οδηγήσουν σε έξοδο από την κρίση. Στους χαλεπούς καιρούς που ζούμε, έχουν ωριμάσει οι συνθήκες για ένα δεύτερο ευρωπαϊκό διαφωτισμό, που θα αναδεικνύει την πρωτεύουσα σημασία της αειφορίας και της βελτίωσης της ποιότητας της ζωής. Η ανακήρυξη της δεκαετίας 2005-2014 από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών ως «Δεκαετίας για την Εκπαίδευση για την Αειφόρο Ανάπτυξη» στις χώρες της Μεσογείου, είναι μία πρωτοβουλία που σηματοδοτεί την απαρχή μιας νέας εποχής, στην οποία με αιχμή του δόρατος την επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο, θα δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις για την αειφορική διαχείριση του φυσικού, κοινωνικού και οικονομικού κεφαλαίου.

Όμως, καμία πρωτοβουλία δεν μπορεί να είναι αποτελεσματική, εάν ο καταναλωτής δεν αναλάβει ο ίδιος πρωταγωνιστικό ρόλο, εάν δεν συνειδητοποιήσει ο ίδιος ότι ο ενημερωμένος καταναλωτής είναι η μόνη αποτελεσματική δύναμη. Την

εικόνα της αγοράς πρέπει να τη διαμορφώνουν με τη συμπεριφορά τους οι ενήμεροι καταναλωτές και όχι οι κερδοσκόποι, οι οποίοι εκμεταλλεύονται τη σύγχυση και πολλές φορές τον πανικό, που γεννά η σύγχυση αυτή. Ο καταναλωτής έχει πλέον τα δικαιώματα. Γι' αυτό πρέπει να έχει και τη δύναμη. Ο έμπρακτος σεβασμός προς τον καταναλωτή και η καλλιέργεια υψηλής καταναλωτικής συνείδησης, που εκφράζεται μέσα από την ορθή καταναλωτική συμπεριφορά, αποτελεί δείγμα κατάκτησης υψηλού πολιτισμικού επιπέδου για μία χώρα, που έχει ως στόχο την οικονομική ανάπτυξη και τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

### ΜΟΝΤΕΛΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

Από τη στιγμή της γέννησής του, το άτομο - και αναπόφευκτα λόγω του επιτακτικού της κάλυψης των αναγκών του – καλείται να πάρει το ρόλο του καταναλωτή, (και μεταξύ άλλων, ρόλος στο περιβάλλον της οικογένειας, της κοινωνίας, της αγοράς εργασίας, της επένδυσης, κ.α.), ασκεί και δέχεται επίδραση από την καταναλωτική συμπεριφορά του καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής του.

Παραβλέποντας τον πολυσύνθετο χαρακτήρα της καταναλωτικής συμπεριφοράς και μέσα από τη δυσκολία που αντιμετωπίζουν σχεδόν όλοι οι καταναλωτές προκειμένου να φτάσουν στις «άριστες» εκείνες επιλογές και συνδυασμούς ποιοτήτων και προϊόντων για την πληρέστερη κάλυψη των αναγκών τους, καταλήγουν συνειδητά και μη, στη δημιουργία θεωριών, πεποιθήσεων και αμυνών που χρησιμοποιούνται σε καθημερινή βάση στο περιβάλλον της αγοράς - ένα μοντέλο καταναλωτικής συμπεριφοράς που είναι ευρέως αποδεκτό είναι αυτό των Engel, Kollat, και Blackwell που αναπτύχθηκε το 1968.

Το μοντέλο αυτό της καταναλωτικής συμπεριφοράς, το οποίο στηρίζεται στη λήψη αποφάσεων από τον καταναλωτή, περιλαμβάνει τις εξής πέντε φάσεις:

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

Η αναγνώριση του προβλήματος ή αλλιώς η διαπίστωση της ανάγκης μπορεί να ενεργοποιηθεί με ερεθίσματα που λειτουργούν μέσω της ενθύμησης. Αυτά τα ερεθίσματα μπορεί να προέρχονται από διάφορες πηγές, όπως η πληροφόρηση από μέσα μαζικής ενημέρωσης, από πηγές που προέρχονται από το «μάρκετινγκ» ή και από προσωπικές επαφές με άλλους. Η διαπίστωση του προβλήματος μπορεί επίσης να ενεργοποιηθεί απλά μέσω των κινήτρων του καταναλωτή. Και στις δυο περιπτώσεις η ενεργοποίηση αρχίζει μόνο όταν ο καταναλωτής διαπιστώνει αρκετά μεγάλη διαφορά μεταξύ πραγματικότητας και «ιδανικής» κατάστασης.

Η αναζήτηση πληροφοριών γίνεται μετά από τη διαπίστωση του προβλήματος και τη συνειδητοποίηση ότι πρέπει να αξιολογηθούν εναλλακτικές λύσεις ή



εναλλακτικών μέσων (υποκατάστατων) ικανοποιήσεων. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι βασικές πηγές πληροφόρησης στις οποίες μπορεί να στραφεί ο καταναλωτής και η σχετική επιρροή που έχει καθεμιά πάνω στην απόφαση για την αγορά. Οι πηγές πληροφόρησης του καταναλωτή εντάσσονται σε τέσσερις ομάδες:

- *Προσωπικές πηγές:* Οικογένεια, φίλοι, γείτονες, γνωστοί
- *Εμπορικές πηγές:* Διαφήμιση, πωλητές, ντίλερ, συσκευασία, βιτρίνες
- *Δημόσιες πηγές:* Μαζικά μέσα, οργανισμοί αξιολόγησης καταναλωτών
- *Εμπειρικές πηγές:* Εξέταση, χρησιμοποίηση προϊόντος

Ο σχετικός αριθμός και η επιρροή αυτών των πηγών πληροφόρησης ποικίλλει ανάλογα με την κατηγορία προϊόντος και τα χαρακτηριστικά του αγοραστή. Μιλώντας γενικά, ο καταναλωτής λαμβάνει τη μεγαλύτερη έκθεση σε πληροφορίες που αφορούν κάποιο προϊόν από τις εμπορικές πηγές. Από την άλλη μεριά, οι πιο αποτελεσματικές πληροφορίες προέρχονται από προσωπικές πηγές. Κάθε πηγή πληροφόρησης κάνει μια διαφορετική λειτουργία για να επηρεάσει την απόφαση για αγορά. η εμπορική πληροφόρηση φυσιολογικά επιτελεί μια ενημερωτική λειτουργία, ενώ οι προσωπικές πηγές επιτελούν μια λειτουργία αναγνώρισης και/ή αξιολόγησης.

Με ποιο τρόπο επεξεργάζεται ο καταναλωτής τις πληροφορίες γύρω από τις δυνατές επιλογές προϊόντων για να κάνει την τελική επιλογή; Αποδεικνύεται ότι δεν υπάρχει καμία απλή και μοναδική διαδικασία αξιολόγησης που να τη χρησιμοποιούν όλοι οι καταναλωτές ή ακόμα κι από ένα καταναλωτή σε όλες τις περιπτώσεις αγορών. Υπάρχουν πολλές διαδικασίες αξιολόγησης μιας απόφασης. Τα περισσότερα από τα υφιστάμενα μοντέλα διαδικασίας αξιολόγησης βλέπουν τον καταναλωτή να διαμορφώνει κρίσεις για προϊόντα στηριζόμενος κυρίως σε μια συνειδητή και λογική βάση.

Ορισμένες βασικές έννοιες θα μας βοηθήσουν να καταλάβουμε τις διαδικασίες αξιολόγησης του καταναλωτή. Βλέπουμε τον καταναλωτή να προσπαθεί να ικανοποιήσει κάποια ανάγκη. Ο καταναλωτής αναζητεί ορισμένα οφέλη από ητ λύση που δίνει το προϊόν. Ο καταναλωτής βλέπει κάθε προϊόν σαν μια δέσμη χαρακτηριστικών που έχουν διάφορες δυνατότητες να προσφέρουν τα επιζητούμενα οφέλη και να ικανοποιήσουν αυτή την ανάγκη.

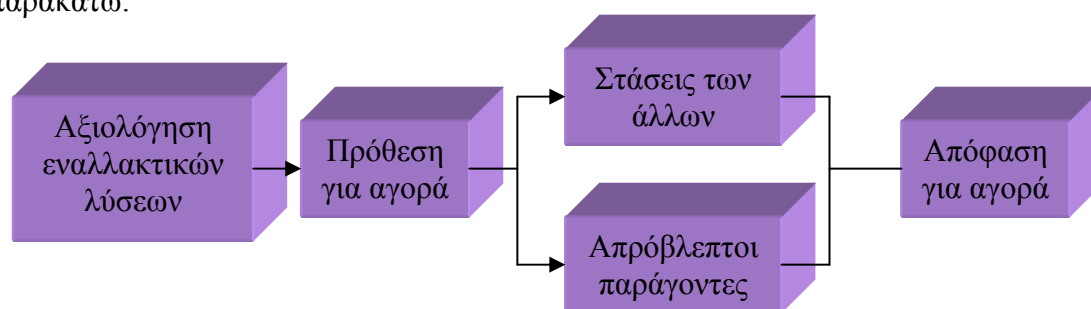
Οι καταναλωτές διαφέρουν ως προς το ποια χαρακτηριστικά θεωρούνται σχετικά ή πιο σημαντικά. Θα δώσουν μεγαλύτερη προσοχή σ' εκείνα που θα προσφέρουν τα επιδιωκόμενα οφέλη. Η αγορά για ένα προϊόν συχνά μπορεί να

τμηματοποιηθεί σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά που είναι πιο σημαντικά για διάφορες ομάδες καταναλωτών.

Ο καταναλωτής είναι πιθανό να δημιουργήσει ορισμένα «πιστεύω» σχετικά με τη θέση που κατέχει η κάθε μάρκα στην κλίμακα κάθε χαρακτηριστικού. Τα πιστεύω αυτά συγκροτούν την εικόνα της μάρκας και ποικίλλουν ανάλογα με τις εμπειρίες του και την επιρροή που ασκεί η επιλεκτική αντίληψη, η επιλεκτική παραμόρφωση και η επιλεκτική συγκρότηση. Ο καταναλωτής υποτίθεται ότι έχει κάποια συνάρτηση χρησιμότητας για κάθε χαρακτηριστικό. Η συνάρτηση χρησιμότητας περιγράφει πως η ικανοποίηση του καταναλωτή από κάποιο προϊόν ποικίλλει ανάλογα με τα διάφορα επίπεδα κάθε χαρακτηριστικού.

Ο καταναλωτής καταλήγει σε χαρακτηριστικά (κρίσεις, προτιμήσεις) με κατεύθυνση τις εναλλακτικές μάρκες μέσω κάποιας διαδικασίας αξιολόγησης. Οι καταναλωτές έχει διαπιστωθεί ότι εφαρμόζουν διαφορετικές μεθόδους αξιολόγησης για να κάνουν μια επιλογή ανάμεσα σε αντικείμενα που διαθέτουν πολλά χαρακτηριστικά (Green, Wind, )

Στη φάση αξιολόγησης ο καταναλωτής διαμορφώνει προτιμήσεις για τις μάρκες που περιλαμβάνει το σύνολο τελικής επιλογής. Ο καταναλωτής μπορεί, επίσης, να διαμορφώσει μια πρόθεση για αγορά για να αγοράσει τη μάρκα που προτιμάει περισσότερο. Ωστόσο, δυο παράγοντες μπορεί να μεσολαβήσουν ανάμεσα στην πρόθεση για αγορά και την απόφαση για αγορά, όπως φαίνεται και στο σχήμα παρακάτω:



Σχήμα 1: Βήματα από την αξιολόγηση των εναλλακτικών λύσεων μέχρι την απόφαση για αγορά

Ο πρώτος παράγοντας είναι η στάση των άλλων. Η έκταση στην οποία η στάση ενός άλλου ατόμου μειώνει την προτιμώμενη από κάποιο άτομο επιλογή, εξαρτάται από δύο πράγματα: (1) την ένταση της αρνητικής στάσης του άλλου

ατόμου και (2) την παρώθηση του καταναλωτή να συμμορφωθεί προς τις επιθυμίες του άλλου (Fishbein)

Όσο πιο έντονη είναι η αρνητική στάση και όσο πιο στενά προς αυτό το άτομο είναι ο καταναλωτής συνδεδεμένος, τόσο πιο πολύ θα προσαρμόσει την πρόθεση του για αγορά. Πάντως ισχύει και το αντίστροφο: Η προτίμηση ενός αγοραστή για κάποια μάρκα θα αυξηθεί, αν αυτή η μάρκα αρέσει σε κάποιο άτομο που συμπαθεί. Η επιρροή των άλλων γίνεται πολύπλοκη όταν πολλά άτομα που βρίσκονται κοντά στον αγοραστή έχουν αντιφατικές απόψεις και ο αγοραστής επιθυμεί να τους ικανοποιήσει όλους.

Η πρόθεση για αγορά επηρεάζεται, επίσης, από απρόβλεπτους παράγοντες. Ο καταναλωτής διαμορφώνει μια πρόθεση για αγορά βασιζόμενος σε τέτοιους παράγοντες όπως είναι το προσδοκώμενο οικογενειακό εισόδημα, η προσδοκώμενη τιμή και τα προσδοκώμενα πλεονεκτήματα/ οφέλη του προϊόντος. Όταν ο καταναλωτής προτίθεται να ενεργήσει, οι απρόβλεπτοι παράγοντες μπορεί να εμφανιστούν και να αλλάξουν την πρόθεση για αγορά. Η απόφαση ενός καταναλωτή για τροποποίηση, αναβολή ή αποφυγή της αγοραστικής απόφασης επηρεάζεται σημαντικά από τον εκλαμβανόμενο κίνδυνο. Οι ακριβές αγορές συνεπάγονται ανάληψη κινδύνου (Bauer, Taylor). Οι καταναλωτές δεν μπορούν να είναι σίγουροι για το αποτέλεσμα της αγοράς. Αυτό δημιουργεί ανησυχία. Η έκταση του κινδύνου ποικίλλει ανάλογα με το χρηματικό ποσό που διακυβεύεται, το μέγεθος της αβεβαιότητας για το χαρακτηριστικό και το μέγεθος της αυτοπεποίθησης του καταναλωτή. Ο καταναλωτής καταστρώνει κάποιες μεθόδους που αποσκοπούν στον περιορισμό του κινδύνου, όπως είναι η αποφυγή λήψης απόφασης, η συλλογή πληροφοριών από φίλους και η προτίμηση για εθνικές ονομασίες μάρκας και εγγυήσεις.

Μετά την αγορά του προϊόντος, ο καταναλωτής θα δοκιμάσει κάποια ικανοποίηση ή κάποια δυσαρέσκεια. Ο καταναλωτής, επίσης, θα ασχοληθεί με κάποιες ενέργειες και χρήσεις του προϊόντος οι οποίες θα τον κάνουν να αποφασίσει αν στο μέλλον θα ξαναπροτιμήσει το ίδιο προϊόν.

*Ικανοποίηση μετά την αγορά:* Μετά την αγορά ο καταναλωτής μπορεί να εντοπίσει κάποιο ελάττωμα στο προϊόν. Μερικοί αγοραστές δεν θέλουν το ελαττωματικό προϊόν, άλλους τους αφήνει αδιάφορους, ενώ μερικοί άλλοι θεωρούν ότι το ελάττωμα αυξάνει την αξία του προϊόντος (Kotler, Mantrala)

Τι είναι αυτό που καθορίζει αν ο αγοραστής θα ικανοποιηθεί πολύ, σε κάποιο βαθμό ή αν θα δυσαρεστηθεί με κάποια αγορά; Η ικανοποίηση του αγοραστή είναι συνάρτηση της εγγύτητας ανάμεσα στις προσδοκίες που έχει ο αγοραστής για το προϊόν και την εκλαμβανόμενη απόδοση του προϊόντος (Barbera, Mazursky)

Οι καταναλωτές διαμορφώνουν τις προσδοκίες τους με βάση τα μηνύματα που λαμβάνουν από πωλητές, φίλους και άλλες πηγές πληροφόρησης. Αν ο πωλητής μεγαλοποιεί τα πλεονεκτήματα, οι καταναλωτές θα διαμορφώσουν ανεπιβεβαίωτες προσδοκίες, οι οποίες οδηγούν σε δυσαρέσκεια. Όσο μεγαλύτερο το χάσμα ανάμεσα στις προσδοκίες και την απόδοση, τόσο μεγαλύτερη η δυσαρέσκεια του καταναλωτή.

*Χρησιμοποίηση και απαλλαγή από ένα προϊόν:* Η χρησιμότητα ή μη που απολαμβάνουν οι καταναλωτές από τα προϊόντα τα οποία αποκτούν, αποτελεί πολύτιμο εργαλείο για τους επιχειρηματίες. Πιο συγκεκριμένα, η τροποποίηση των χρήσεων κάποιου αγαθού μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο διαφήμισης για μια επιχείρηση. Σε αντίθετη περίπτωση όμως, απόρριψης του προϊόντος, οι αρμόδιοι αντιλαμβάνονται ότι το προϊόν πρέπει να αντικατασταθεί από κάποιο νέο με καινούργια χαρακτηριστικά ή ακόμα και απόσυρση του «παλιού».

Η κατανόηση των αναγκών του καταναλωτή και των διαδικασιών αγοράς είναι απαραίτητη για την κατάστρωση αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ. Μελετώντας τον τρόπο με τον οποίο οι αγοραστές αντιλαμβάνονται τις ανάγκες τους, με ποιο τρόπο ψάχνουν πληροφορίες, πώς αξιολογούν εναλλακτικές λύσεις, πώς παίρνουν την απόφαση για την αγορά και ποια είναι η συμπεριφορά τους μετά την αγορά, αποκομίζουμε πολύτιμα στοιχεία για το πώς οι καταναλωτές ικανοποιούν τις ανάγκες τους.

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ**

## **ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ**

Το μάρκετινγκ ενδιαφέρεται ειδικότερα για την όψη της ανθρώπινης συμπεριφοράς που αναφέρεται στην κατανάλωση. Η συμπεριφορά του καταναλωτή αφορά στις αποφάσεις και τις δραστηριότητες, οι οποίες σχετίζονται με την απόκτηση και χρήση καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών.

Ειδικότερα η διαδικασία της κατανάλωσης διακρίνεται σε τρία στάδια, που απαιτούν αρκετό χρόνο. Το πρώτο, περιλαμβάνει οτιδήποτε προηγείται της αγοράς, δηλαδή τις διαδικασίες απόφασης του καταναλωτή. Η διαπίστωση της ανάγκης, η αναζήτηση πληροφοριών και εναλλακτικών, η αξιολόγηση και η απόφαση περιλαμβάνονται σε αυτό το στάδιο.

Στο δεύτερο, περιλαμβάνονται ο χρόνος, ο τόπος της αγοράς, η ποσότητα η οποία αγοράστηκε, η τιμή και οι τρόποι προώθησης του.

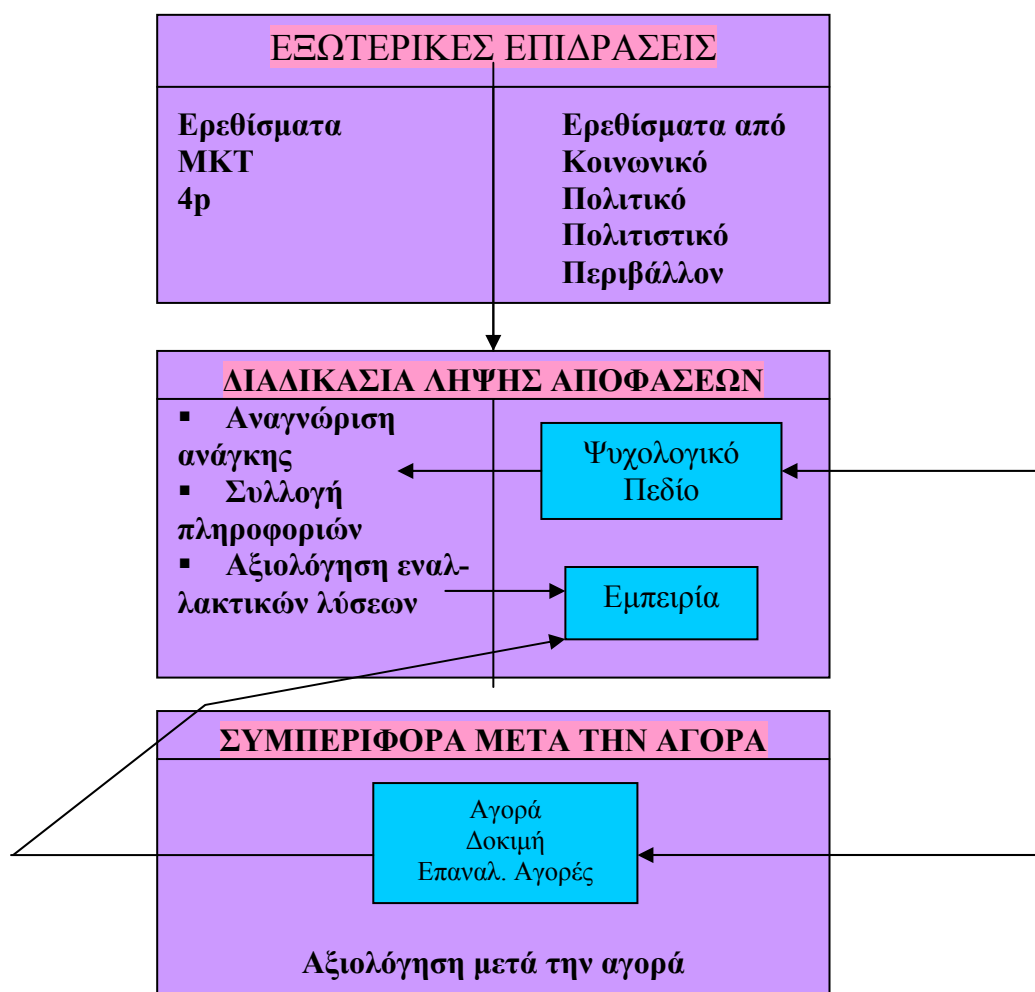
Τέλος, το τρίτο στάδιο αφορά στις ενέργειες που έπονται της αγοραστικής απόφασης. Η εκτίμηση του, η αποθήκευση του προϊόντος και η σύγκρισή του με άλλα, είναι μερικές από αυτές.

Αξίζει να σημειωθεί, πως πριν φτάσουμε στο «μαύρο κουτί» του αγοραστή, προηγείται ένα συνονθύλευμα ερεθισμάτων που δέχεται ο καταναλωτής, τα οποία, αποτελούνται από ερεθίσματα του μάρκετινγκ αλλά και εκείνα του εξωτερικού περιβάλλοντος, όπως φαίνεται και στο αριστερό τμήμα του διαγράμματος.

Το προϊόν, η τιμή, η προώθηση και ο τόπος αποτελούν τα ερεθίσματα του μάρκετινγκ, ενώ στα περιβαλλοντικά ερεθίσματα κατατάσσονται όλοι οι παράγοντες που λαμβάνουν μέρος στην καθημερινότητα του αγοραστή, όπως οικονομικοί, τεχνολογικοί, πολιτικοί, νομικοί καθώς και πολιτισμικοί.

Κατά τη μετάβαση όλων αυτών των ερεθισμάτων από το «μαύρο κουτί» του αγοραστή, καταλήγουμε στην ανταπόκριση του, απέναντι στο συγκεκριμένο προϊόν και στη λήψη τελικών αποφάσεων που θα καθορίσουν οριστικά την αγορά, όπως επιλογή προϊόντος, μάρκας, προμηθευτή, χρόνο και ποσότητα αγοράς, όπως φαίνεται στο δεξιό μέρος του διαγράμματος.

## ΓΕΝΙΚΟ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ (Διάγραμμα 2)



### **3.1: Πολιτιστικοί Παράγοντες**

Η πιο ουσιαστική επίδραση στην αγοραστική συμπεριφορά, ασκείται από τους πολιτιστικούς παράγοντες. Οι πιο σημαντικοί από αυτούς είναι: οι αξίες, η κουλτούρα, η υποκουλτούρα και η κοινωνική τάξη στην οποία ανήκει ο καταναλωτής.

**3.1.1.Αξίες:** Συγκεκριμένα, αξίες, είναι τα ιδανικά, οι ιδέες που καθορίζουν τον τρόπο ζωής, σκέψης και συμπεριφοράς του ατόμου. Οι αξίες μπορούν να ιδωθούν από διάφορες σκοπιές, χρήσιμες στους ερευνητές για τον προσδιορισμό των αγορών και των ευκαιριών της αγοράς.

**3.1.2.Κουλτούρα:** Η κουλτούρα είναι ο πιο βασικός καθοριστικός παράγοντας των επιθυμιών και της συμπεριφοράς ενός ατόμου, καθώς αποτελεί το σύνολο της πνευματικής παράδοσης και δημιουργίας μιας κοινωνίας. Ενώ, οι υποδεέστερες κουλτούρες διέπονται από το ένστικτο, η ανθρώπινη συμπεριφορά είναι κάτι που στη μεγαλύτερη έκταση μαθαίνεται. Καθώς το παιδί μεγαλώνει αποκτάει ένα σύνολο αξιών, αντιλήψεων, προτιμήσεων και συμπεριφοράς μέσα από μια διαδικασία κοινωνικοποίησής του που κατευθύνουν η οικογένεια και άλλοι βασικοί θεσμοί.

**3.1.3.Υποκουλτούρα:** Κάθε κουλτούρα αποτελείται από δευτερεύουσες υποκουλτούρες οι οποίες είναι ξεχωριστά τμήματα ενός πολιτισμού, οργανωμένα γύρω από παράγοντες όπως είναι η φυλή, η εθνικότητα, η θρησκεία και η γεωγραφική περιοχή. Οι εθνικότητες, συναντώνται μέσα σε μεγάλες κοινότητες και παρουσιάζουν ξεχωριστά εθνικά γούστα και τάσεις. Η θρησκεία, στις περισσότερες κουλτούρες αποτελεί κυρίαρχη δύναμη για τη συνοχή και την υπακοή της ομάδας. Οι φυλετικές ομάδες έχουν συγκεκριμένο πολιτιστικό στυλ και συνήθειες, ενώ τα άτομα τα οποία ανήκουν στην ίδια γεωγραφική περιοχή, έχουν εξίσου ειδικό τρόπο ζωής.

**3.1.4.Κοινωνική Τάξη:** Οι κοινωνικές τάξεις είναι σχετικά ομοιογενείς και διαρκείς υποδιαίρεσεις ενός πολιτισμού, τα μέλη των οποίων έχουν κοινές αξίες, κοινά ενδιαφέροντα και κοινή συμπεριφορά. Οι κοινωνικές τάξεις έχουν ιεραρχική δομή – από τη χαμηλή έως την υψηλή κοινωνική θέση – ενώ η θέση ενός ατόμου σε κάποιο

συγκεκριμένο στρώμα βασίζεται σε έναν αριθμό παραγόντων, στους οποίους περιλαμβάνονται το ύψος και το είδος του εισοδήματος, το επάγγελμα, το είδος της κατοικίας και η περιοχή διαμονής. Οι κοινωνικοί επιστήμονες έχουν διακρίνει επτά κοινωνικές τάξεις:

1. Πάρα πολύ πλούσια
2. Πολύ πλούσια
3. Άνω μεσαία τάξη
4. Μεσαία τάξη
5. Εργατική τάξη
6. Χαμηλή
7. Κατώτερη

Οι κοινωνικές τάξεις έχουν πολλά χαρακτηριστικά. Πρώτον, τα άτομα που ανήκουν σε κάθε κοινωνική τάξη τείνουν να συμπεριφέρονται με πιο παρεμφερή τρόπο, απ' ό,τι τα άτομα σε δυο διαφορετικές κοινωνικές τάξεις. Δεύτερον, ανάλογα με την κοινωνική τάξη στην οποία ανήκει κάθε άτομο, θεωρείται ότι κατέχει ανώτερη ή κατώτερη θέση. Τρίτον, η κοινωνική θέση στην οποία ανήκει ένα άτομο φαίνεται από ένα πλήθος μεταβλητών, όπως η απασχόληση, ο πλούτος, η μόρφωση και η κατεύθυνση των αξιών μάλλον παρά από μια μεμονωμένη μεταβλητή. Τέταρτον, τα άτομα μπορούν να μετακινηθούν από τη μια κοινωνική τάξη στην άλλη – είτε προς κάποια ανώτερη, είτε προς κάποια κατώτερη – στη διάρκεια της ζωής τους. Η κινητικότητα αυτή ποικίλλει ανάλογα με την ακαμψία της κοινωνικής διαστρωμάτωσης σε μια δεδομένη κοινωνία.

### **3.2: Κοινωνικοί Παράγοντες**

Οι κοινωνικοί παράγοντες αποτελούν σημαντικοί προσδιοριστικοί παράγοντες της συμπεριφοράς του καταναλωτή. Θα εξετάσουμε το ρόλο που παίζουν οι ομάδες αναφοράς, η οικογένεια, οι κοινωνικοί ρόλοι και η κοινωνική θέση (status).

**3.2.1. Ομάδες Αναφοράς:** Αναλυτικότερα, η συμπεριφορά ενός ατόμου επηρεάζεται από πολλές ομάδες. Οι ομάδες αναφοράς επηρεάζουν άμεσα (πρόσωπο με πρόσωπο) ή έμμεσα τη στάση και τη συμπεριφορά των καταναλωτών, ασκεί και δέχεται επιδράσεις. Οι πιο βασικές κατηγορίες ομάδων αναφοράς είναι: Πρώτον, ομάδες ατόμων στις οποίες το άτομο ανήκουν ήδη, όπως είναι η οικογένεια, οι φίλοι, οι γείτονες και οι συνάδελφοι στη δουλειά και βρίσκεται σε συνεχή επαφή. Δεύτερον,



ομάδες απόρριψης, στις οποίες το άτομο δεν συμβαδίζει με τα πιστεύω και τις ιδέες της και τέλος οι ομάδες φιλοδοξιών ή βλέψεων, στις οποίες το άτομο ελπίζει να συμμετάσχει. Στις δυο τελευταίες κατηγορίες όπως είναι φυσικό, δεν υπάρχει τόσο στενή επαφή μεταξύ των μελών.

Στα πλαίσια της καταναλωτικής συμπεριφοράς, οι ομάδες στις οποίες ήδη ανήκει ο καταναλωτής και οι ομάδες φιλοδοξιών, φέρνουν τα άτομα σε επαφή με νέα προϊόντα και ιδέες, επηρεάζοντας έτσι τη στάση και την αντίληψη που έχουν οι ίδιοι για τον εαυτό τους, ενώ παράλληλα επηρεάζουν τη συνοχή της ομάδας.

**3.2.2. Οικογένεια:** Η οικογένεια, αποτελεί μικρογραφία της κοινωνίας καθώς είναι μια μικρότερη ομάδα αναφοράς και ταυτόχρονα αποτελεί σημαντικότερο παράγοντα επιρροής στη διαμόρφωση αγοραστικής συμπεριφοράς. Υπάρχουν δυο βασικές κατηγορίες στις οποίες μπορούμε να κατατάξουμε την οικογένεια με κριτήριο την άμεση ή έμμεση επίδραση που μπορεί να έχει στην συμπεριφορά του μελλοντικού καταναλωτή.

*Η οικογένεια προσανατολισμού* είναι η πρώτη που συναντάμε. Τα μέλη της αποτελούν, οι συγγενείς α' βαθμού του ατόμου, με τους οποίους υπάρχει συνεχής αλληλεπίδραση και μέσω αυτών μεταδίδονται οι τρόποι συμπεριφοράς, ο θρησκευτικός, πολιτικός και οικονομικός προσανατολισμός. Αυτή η μορφή οικογένειας μπορεί να επηρεάσει ακόμα και υποσυνείδητα τη συμπεριφορά του ατόμου, όμως δεν έχει τόσο άμεση επιρροή στην καταναλωτική συμπεριφορά του. Αντίθετα, *η οικογένεια τεκνοποιίας ή γάμου* επηρεάζει με τον αμεσότερο τρόπο από κάθε άλλη ομάδα. Αυτός ο τύπος οικογένειας, απαρτίζεται από το σύντροφο και τα παιδιά που έχει αποκτήσει το παντρεμένο ζευγάρι. Από οικονομική άποψη, το μέγεθος του νοικοκυριού αποτελεί σημαντική ένδειξη για τις οικονομικές αποφάσεις του και τη μελλοντική απόκτηση αγαθών.

**3.2.3. Κοινωνικός Ρόλος – Status:** Κοινωνιολογικά, ο ορισμός του ρόλου έχει να κάνει με την κοινωνική συμπεριφορά που αναμένεται από πρόσωπα, τα οποία κατέχουν συγκεκριμένες κοινωνικές θέσεις σε σχέση με τους κατόχους άλλων θέσεων. Το άτομο κατά τη διάρκεια της ζωής του, γίνεται μέλος ποικίλων ομάδων, όπως είναι η οικογένεια, μια αθλητική ομάδα, ένα εργατικό σωματείο. Η θέση του ατόμου σε οποιαδήποτε ομάδα, ορίζεται από άποψη ρόλου και από άποψη status.

### **3.3: Προσωπικοί Παράγοντες**

Η ηλικία και οι φάσεις του κύκλου ζωής των καταναλωτών, το επάγγελμα – απασχόληση, οι οικονομικές συνθήκες, ο τρόπος ζωής και η προσωπικότητα και η στάση τους απέναντι σε άλλα άτομα, είναι μερικοί από τους προσωπικούς λόγους, οι οποίοι επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά τους.

**3.3.1. Ηλικία και Φάσεις Κύκλου Ζωής:** Η σειρά απόκτησης αγαθών και οι ανάγκες που καλύπτονται στα πλαίσια αυτής της συμπεριφοράς, εξαρτώνται άμεσα από την ηλικία του. Οι Reynolds και Wells διαιρούν τον βιολογικό κύκλο σε πέντε βαθμίδες αποδεικνύοντας έτσι τις τάσεις που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια ζωής των καταναλωτών. Έτσι, έχουμε:

A) Τα πρώιμα έτη (Early Years): Αυτό είναι το πρώτο στάδιο του κύκλου ζωής και απαρτίζεται από παιδιά ηλικίας έως και 14 ετών. Ουσιαστικά δεν πρόκειται για κατηγορία μελλοντικών καταναλωτών, αλλά για άτομα τα οποία ασκούν επιρροή στις καταναλωτικές αποφάσεις του νοικοκυριού.

B) Οι νέοι καταναλωτές (Young Consumers): Σε αυτή την κατηγορία οι καταναλωτές έχουν ηλικία από 15 έως 17 ετών. Πρόκειται λοιπόν για εφήβους, οι οποίοι αρχίζουν και αποφασίζουν ατομικά πλέον για την απόκτηση αγαθών, ανεξάρτητα από τους γονείς τους. Επηρεάζονται πολύ από τη στάση και συμπεριφορά των φίλων τους, χαρακτηρίζονται από έντονη συντροφικότητα και συνήθως τα χρήματά τους τα καταναλώνουν σε συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων. (αναψυκτικά, είδη ένδυσης, καλλυντικά, ηλεκτρονικές συσκευές)

Γ) Οι νέοι ενήλικες (Young Adults): Είναι άτομα ηλικίας από 18 ετών έως 34 ετών. Σε αυτή τη βαθμίδα, συναντώνται τρεις υποκατηγορίες ατόμων. Η διάκριση γίνεται με κριτήριο την στάση τους απέναντι στην κατανάλωση και την ανάγκη τους για κοινωνική αποκατάσταση. Έτσι, για τους *ανύπαντρους νέους*, παρατηρείται η έντονη επιθυμία για επαγγελματική αποκατάσταση, ενώ αξίζει να σημειωθεί ότι η κατανάλωση είναι αυξημένη, όσο μετατίθεται χρονικά ο γάμος. Τα *άτεκνα νιόπαντρα ζευγάρια*, έχουν αυξημένη ροπή προς κατανάλωση, ιδιαίτερα διαρκών καταναλωτικών συσκευών και δεν διστάζουν να δανειστούν χρήματα χωρίς ιδιαίτερη σκέψη. Επίσης, υπάρχουν και *νέοι γονείς*, των οποίων τα οικονομικά παρουσιάζουν κάμψη και οι δαπάνες αναψυχής είναι περιορισμένες.

Δ) Τα μεσαία έτη (Middle Years): Σε αυτή την κατηγορία οι ηλικίες κυμαίνονται μεταξύ 35 και 54 ετών. Και σε αυτή τη φάση υπάρχει διαχωρισμός δύο ομάδων, που αναφέρεται στη διαμονή ή όχι των παιδιών στην οικία μαζί με τους γονείς. Η πρώτη περίπτωση, καλείται «*γεμάτη φωλιά*» και χαρακτηρίζεται από αρμονική συμβίωση των μελών της οικογένειας και κύριο μέλημά της είναι η αποκατάσταση των παιδιών. Η «*άδεια φωλιά*», είναι η δεύτερη και πρόκειται για νοικοκυριά στα οποία είτε έχουν μεγαλώσει, είτε φεύγουν από το σπίτι. Σε αυτή την κατάσταση τα οικονομικά της οικογένειας ανακάμπτουν.

Ε) Οι ηλικιωμένοι καταναλωτές (Older Consumers): Αυτή η βαθμίδα περιλαμβάνει καταναλωτές των οποίων οι ηλικίες είναι από 55 ετών και άνω. Πρόκειται στις περισσότερες περιπτώσεις για συνταξιοδοτημένα άτομα και μάλιστα εδώ συναντώνται και τα πρώτα προβλήματα υγείας. Παρατηρείται αυξημένο ενδιαφέρον για τα θέματα θρησκείας και έντονη οικιστική κινητικότητα.

**3.3.2. Απασχόληση - Επάγγελμα:** Απασχόληση, είναι η συστηματική δραστηριότητα που αναπτύσσει το άτομο σε σχέση με κάποιο αντικείμενο. Μέσω της απασχόλησης, δίνεται στους καταναλωτές η δυνατότητα απόκτησης αγαθών και υπηρεσιών, για την εξασφάλιση των βασικών αναγκών τους. Το είδος της απασχόλησης, ο τόπος και ο χρόνος στον οποίο διεξάγεται αποτελούν παράγοντες επηρεασμού της καταναλωτικής στάσης. Χαρακτηριστικά, ένα μεγάλο στέλεχος επιχειρήσεων έχει υψηλή ροπή προς κατανάλωση, καταναλώνοντας ακριβά είδη ένδυσης και ακριβές υπηρεσίες. Αντίθετα, ένας εργάτης καταναλώνει όσα του επιτρέπουν τα οικονομικά του, και πολλές φορές αρκείται στο να καλύπτει τις βασικές ανάγκες της οικογένειας του.

**3.3.3. Οικονομικές Συνθήκες:** Με τον όρο οικονομικές συνθήκες, εννοούμε την οικονομική κατάσταση που επικρατεί σε ένα νοικοκυριό. Για τους οικονομολόγους Henderson και Quandt, «ο ορθολογιστής καταναλωτής επιθυμεί να αγοράσει ένα συνδυασμό αγαθών..... από τον οποίο θα πάρει το πιο υψηλό επίπεδο ικανοποίησης ....προτιμότερα το μέγιστο». Τα ποια προϊόντα επιλέγει κάποιος επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τα οικονομικά δεδομένα, όπως είναι το εισόδημα και οι αποφάσεις οικονομικού προγραμματισμού όπως η αποταμίευση, ο δανεισμός, η αξιοποίηση του μισθού, κ.α.

**3.3.4. Τρόπος Ζωής:** Το σύνολο των καθημερινών δραστηριοτήτων, των ενδιαφερόντων, των συνηθειών και των ιδεών του ατόμου αποτελούν τον τρόπο ζωής του. Ο τρόπος ζωής εκφράζεται μέσα από τις ενέργειες του και δείχνει τη γενική εικόνα του ατόμου στις σχέσεις του με το περιβάλλον. Παράλληλα δέχεται επιδράσεις από την κοινωνική τάξη, την κουλτούρα, το επάγγελμα.

**3.3.5. Προσωπικότητα – Στάση:** Τα φυσικά, πνευματικά, ψυχολογικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά του ατόμου, που το καθιστούν ξεχωριστό και το οδηγούν προς σχετικά λογικές και σταθερές αντιδράσεις προς το περιβάλλον του, αποτελούν την έννοια της προσωπικότητας. Η προσωπικότητα αποτελεί σημαντική μεταβλητή για την ανάλυση της αγοραστικής συμπεριφοράς, καθώς επηρεάζεται από οικογενειακές και προσωπικές καταβολές. Οι καταναλωτές αποκτώντας αγαθά και υπηρεσίες προβάλλουν την προσωπικότητά τους, τις φιλοδοξίες, τις πεποιθήσεις και τις ανάγκες τους.

### **3.4: Ψυχολογικοί παράγοντες**

Η παρακίνηση, η αντίληψη, η μάθηση και η στάση/ συνήθειες αποτελούν τους βασικούς ψυχολογικούς παράγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά.

**3.4.1. Παρακίνηση:** Οι ανάγκες του ατόμου και η πραγματοποίησή τους, είναι το βασικότερο κίνητρό που τους υποκινεί. Οι ανάγκες όταν δεν ικανοποιούνται, μετατρέπονται σε ορμές και χαρακτηρίζονται από ένταση. Παρακίνηση είναι μια ανάγκη τόσο πειστική, με αποτέλεσμα να πιέζει το άτομο να ενεργήσει.

#### **ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΘΕΩΡΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗΣ**

**3.4.1.1.Θεωρία Παρακίνησης Maslow:** Το πιο διαδεδομένο, ίσως, μοντέλο παρακίνησης είναι αυτό που αναπτύχθηκε από το A.Maslow. Προσπάθησε να προσδιορίσει με κλινικές έρευνες, αυτό που παρακινεί την ανθρώπινη συμπεριφορά, δεν εξετάζει κίνητρα του ατόμου ένα προς ένα με βάση κάποιας σειράς ανεξαρτήτων παρορμήσεων, αλλά, κάθε ανθρώπινη ανάγκη εξετάζεται σε συνάρτηση με άλλες ανάγκες. Σύμφωνα με τον Maslow, μόνο οι ανάγκες που δεν έχουν ικανοποιηθεί είναι παράγοντες υποκίνησης. Διερεύνησε λοιπόν τις ανάγκες του ανθρώπου καθώς και την παρακινητική του δύναμη και τις ταξινόμησε σε πέντε κατηγορίες αναγκών:

Τις φυσιολογικές, τις ασφάλειας/ σιγουριάς, κοινωνικές, εκτίμησης ή αναγνώρισης και τις ανάγκες ολοκλήρωσης ή αυτοπραγμάτωσης..

*Φυσιολογικές Ανάγκες:* Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει όλες τις ανάγκες που συνοδεύονται με την ύπαρξη του ανθρώπου ως βιολογικού οργανισμού. Το οξυγόνο, το νερό, η τροφή, η ένδυση, η κατοικία είναι οι απαραίτητες ανάγκες που επιθυμεί το άτομο να ικανοποιήσει. Οι ανάγκες αυτές βρίσκονται στη βάση της πυραμίδας του Maslow. Αυτό σημαίνει ότι εάν δεν ικανοποιηθούν οι ανάγκες αυτές, αν όχι «πλήρως» σε ένα μεγάλο βαθμό, δεν μπορεί να γίνει λόγος για άλλες ανάγκες.

*Ανάγκες Ασφάλειας/ Σιγουριάς:* Σε αυτή την κατηγορία, περιλαμβάνονται οι ανάγκες για ασφάλεια και σταθερότητα του ατόμου. Το άτομο έχει την ανάγκη να αισθάνεται σιγουριά για την ύπαρξή του και την ικανοποίηση των φυσιολογικών αναγκών του στο μέλλον. Επιθυμεί να είναι ασφαλής απέναντι σε κινδύνους του περιβάλλοντος, όπως φωτιά, ανεργία, ατυχήματα, μόνιμη απασχόληση, σύνταξη και κατοικία.

*Κοινωνικές ανάγκες:* Η επόμενη κατηγορία αναγκών είναι οι κοινωνικές ανάγκες. Εδώ περιλαμβάνονται οι ανάγκες για συντροφικότητα, στοργή και φιλία. Οι ανάγκες δηλαδή του ανθρώπου να ανήκει σε μια ή περισσότερες κοινωνικές ομάδες, να γίνεται αποδεκτός από αυτές, να αναπτύσσει φιλικές σχέσεις, να κερδίζει και να προσφέρει αγάπη και στοργή.

*Ανάγκες εκτίμησης ή αναγνώρισης:* Οι ανάγκες αυτές αποκαλούνται συχνά και εγωιστικές. Η αναγνώριση, η κοινωνική θέληση, η αυτοεκτίμηση και ο αυτοσεβασμός ανήκουν σε αυτή την κατηγορία. Το άτομο, επιζητά την αναγνώριση του περίγυρου, επιθυμεί τη φήμη, την ανεξαρτησία, την αναγνώριση της επιτυχίας του. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτή η κατηγορία αναγκών, είναι πολύ δύσκολο να ικανοποιηθεί, σε σχέση με τις υπόλοιπες. Οι καταναλωτές πολλές φορές, αποκτώντας αγαθά και υπηρεσίες θεωρούν ότι αυξάνουν το κύρος και το γόητρό τους.

*Ανάγκες ολοκλήρωσης ή αυτοπραγμάτωσης:* Πρόκειται για ανάγκες που οδηγούν στην ανάπτυξη, την επιτυχία και την εξέλιξη. Στην πυραμίδα του Maslow είναι τοποθετημένες στην ανώτερη κατηγορία και αφορούν στις ανάγκες του ατόμου για εκπλήρωση όλων των επιθυμιών και των ονείρων του, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 3: Πυραμίδα Ιεράρχησης των αναγκών κατά Maslow

3.4.1.2. F.Herzberg θεωρία δυο παραγόντων υποκίνησης – υγιεινής: Κατά τον Herzberg υπάρχουν δυο κατηγορίες παραγόντων, οι οποίοι προκαλούν δυσαρέσκεια ή ευχαρίστηση στα άτομα. Την πρώτη κατηγορία την ονόμασε *παράγοντες υγιεινής* (hygiene factors), ενώ τη δεύτερη κατηγορία την ονόμασε *παράγοντες παρακίνησης* (ή κίνητρα). Οι παράγοντες υγιεινής όταν υπάρχουν, εμποδίζουν τη δημιουργία δυσαρέσκειας στους καταναλωτές μετά την απόκτηση κάποιου αγαθού ή υπηρεσίας. Αντίθετα, οι παράγοντες παρακίνησης, οι οποίοι καλούνται διαφορετικά και «κίνητρα» αναφέρονται στα χαρακτηριστικά των προϊόντων που τα διαχωρίζουν από τα άλλα και ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών.

**3.4.2. Αντίληψη (Perception):** Η αντίληψη είναι η διεργασία με την οποία οι άνθρωποι καταλήγουν σε συμπεράσματα μετά την ερμηνεία, την επιλογή και την οργάνωση όλων των ερεθισμάτων που δέχτηκαν τα οποία προήλθαν από το κοινωνικοοικονομικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Τα άτομα μπορεί να αντιλαμβάνονται διαφορετικά, ίδια δεδομένα και καταστάσεις εξαιτίας τριών διαδικασιών αντίληψης: α) της επιλεκτικής προσοχής, β) της επιλεκτικής παραμόρφωσης και γ) της επιλεκτικής διαμόρφωσης.

Α) Επιλεκτική Προσοχή (Selective Attention): Πρόκειται για την νοητική ικανότητα των καταναλωτών να επεξεργαστούν ένα μικρό αριθμό από τα εκατομμύρια ερεθίσματα τα οποία δέχονται κατά τη διάρκεια της ημέρας και προσπαθούν να περάσουν στο γνωστικό τους κέντρο.

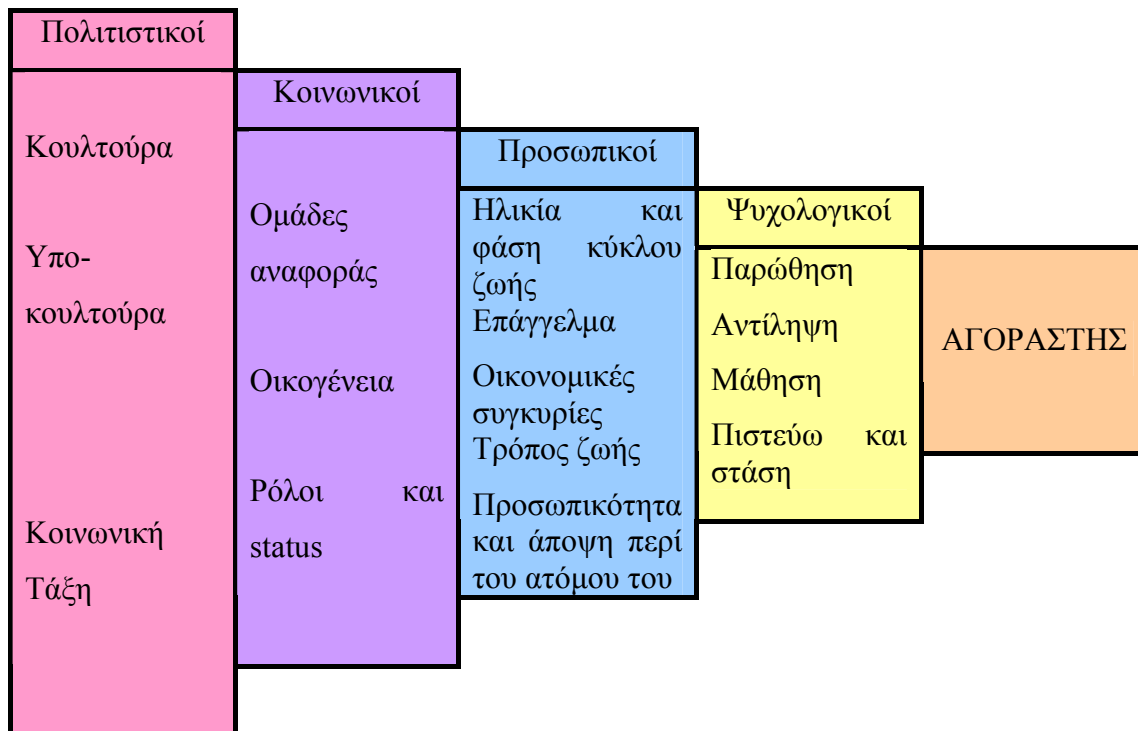
Β) Επιλεκτική Παραμόρφωση (Selective Distortion): Επιλεκτική Παραμόρφωση είναι η διαδικασία αλλαγής των αποδεχόμενων ερεθισμάτων στην οποία μπαίνουν οι καταναλωτές, όταν διαφωνούν με τα χαρακτηριστικά των αγαθών, ή δεν είναι τα αναμενόμενα που απαιτούν μετά την απόκτησή τους.

Γ) Επιλεκτική Διατήρηση (Selective Retention): Η διαδικασία της επιλεκτικής διατήρησης προκύπτει όταν τελικά ο καταναλωτής αποδεχθεί το ερέθισμα και δέχεται μόνο τα ερεθίσματα που τον ευχαριστούν, διαγράφοντας αυτά που του προξενούν δυσάρεστα συναισθήματα.

**3.4.3. Μάθηση:** Η μάθηση θεωρείται παράγοντας επηρεασμού της καταναλωτικής συμπεριφοράς, καθώς αποτελεί συσσωρευμένη αγοραστική εμπειρία. Η μάθηση παράγεται μέσω της αλληλεπίδρασης των κινήτρων, των ερεθισμάτων, των υπαινιγμών, των αντιδράσεων και της ενίσχυσης.

**3.4.4. Στάση και Συνήθειες:** Στάση ονομάζεται η σχετικά σταθερή τάση ενός ατόμου να αντιλαμβάνεται ή να δρα με συνεπή τρόπο απέναντι σε κάποιο προϊόν ή υπηρεσία. Η διαμόρφωση της στάσης του ατόμου, προκύπτει από τον στενό οικογενειακό του κύκλο, τις οικογενειακές ομάδες στις οποίες συμμετέχει, τις επιθυμίες και τις πληροφορίες που λαμβάνει καθημερινά. Οι συνήθειες και η στάση ζωής του ατόμου, αποτελούν μέρος της προσωπικότητας του, ενώ τείνουν να αναπτυχθούν επιλεκτικά.

**Διάγραμμα 4: ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΣ ΜΟΝΤΕΛΟ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ**





## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**

### **ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

Τον τελευταίο χρόνο, ως αποτέλεσμα της κατάργησης του θεσμού της Επιτροπής Τιμών και κατ' επέκταση του ελέγχου των τιμών, ως αποτέλεσμα των ανεξέλεγκτων αυξήσεων των τιμών και της αισχροκέρδειας, ως αποτέλεσμα της προσφοράς ακατάλληλων προϊόντων, δημιουργήθηκε η ανάγκη μεγαλύτερης δραστηριοποίησης των καταναλωτών. Δημιουργήθηκε η ανάγκη για διεκδίκηση των δικαιωμάτων τους, για προστασία και παρέμβαση τους σε κάθε ζήτημα που έχει να κάνει με τις τιμές, την ποιότητα των προσφερομένων προϊόντων, τις παραβιάσεις της νομοθεσίας, την εκπαίδευση και ενημέρωση τους, τη λήψη από μέρους του κράτους των μέτρων εκείνων που θα βελτιώσουν τη θέση τους στην κοινωνία.

Θεωρούμε την εκπαίδευση, ενημέρωση και δημιουργία καταναλωτικής συνείδησης σαν πολύ σημαντικά στοιχεία για τη δημιουργία ενός σωστού καταναλωτή. Ένας καταναλωτής ενημερωμένος πάνω στις βασικές νομοθεσίες, πάνω στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του, ένας καταναλωτής που γνωρίζει που θα απευθυνθεί όταν διαπιστώνει παραβιάσεις της νομοθεσίας θα είναι σε θέση ανά πάσα στιγμή να επηρεάσει και να σταθεί φραγμός σε κάθε στρέβλωση της αγοράς, σε κάθε επιτήδριο που αισχροκερδεί ή προσφέρει ακατάλληλα προϊόντα. Δεν αμφιβάλουμε ότι ο πιο πάνω στόχος είναι δύσκολος και χρειάζονται πολλές προσπάθειες να γίνουν τόσο από πλευράς των Οργανώσεων όσο και από πλευράς κυβέρνησης. Στα μορφωτικά προγράμματα των συνδικαλιστικών οργανώσεων περιλαμβάνονται σεμινάρια και διαλέξεις με θέμα την προστασία του Καταναλωτή και την αναγκαιότητα δημιουργίας καταναλωτικής συνείδησης.

Λαμβάνοντας υπόψη τους παραπάνω στόχους, στη συνέχεια παρατίθενται τα βασικά δικαιώματα του καταναλωτή, οι πιο σημαντικές νομοθεσίες και τέλος εισηγήσεις-μέτρα για τη βελτίωση της θέσης του καταναλωτή στην κοινωνία.

#### 4.1. ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία 20-30 χρόνια, λόγω των τεράστιων αλλαγών που σημειώθηκαν στη ζωή των ανθρώπων (τεχνολογικών, κοινωνικών, δημογραφικών), επήλθαν και σημαντικές αλλαγές στη νοοτροπία και συμπεριφορά των καταναλωτών. Έχει διαφοροποιηθεί το διαιτολόγιο τους, η προτίμηση τους για το ένα ή το άλλο καταναλωτικό αγαθό. Στη σύγχρονη εποχή, την εποχή του άκρατου καταναλωτισμού έχει καταστεί περισσότερο επιτακτική η προστασία του καταναλωτή, έχει καταστεί επιτακτική η διεκδίκηση από τους καταναλωτές των βασικών τους δικαιωμάτων.

Τα βασικά δικαιώματα του καταναλωτή, σύμφωνα με τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή είναι τα εξής:

##### 1. Το δικαίωμα της ασφάλειας και υγείας

Τα εμπορεύματα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους καταναλωτές πρέπει να είναι τέτοια ώστε, κάτω από κανονικές συνθήκες χρησιμοποίησης τους να μην παρουσιάζουν κανένα κίνδυνο για την υγεία ή την ασφάλεια των καταναλωτών. Αν παρουσιασθούν τέτοιοι κίνδυνοι πρέπει με γρήγορη και απλή διαδικασία να αποσυρθούν από την αγορά.

##### 2. Το δικαίωμα της ενημέρωσης

Επειδή καθημερινά η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, ο τύπος μας βομβαρδίζουν με εκατοντάδες διαφημίσεις όλων των ειδών, ο καταναλωτής γίνεται έρμαιο στα χέρια των παραγωγών με αποτέλεσμα να μην ξέρει τι να διαλέξει. Για προστασία από την αθέμιτη και παραπλανητική διαφήμιση ο καταναλωτής πρέπει να έχει το δικαίωμα να ενημερώνεται σωστά και να έχει πρόσβαση σε πληροφορίες που είναι αναγκαίες για μια σωστή επιλογή.

##### 3. Το δικαίωμα της επιλογής

Ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να διαλέγει προϊόντα ή υπηρεσίες σε ανταγωνιστικές τιμές και σε ικανοποιητική ποιότητα. Ο καταναλωτής θα πρέπει να προστατεύεται από μονοπωλιακές ή ολιγοπωλειακές καταστάσεις οι οποίες πολλές

φορές καθορίζουν ομοιόμορφες τιμές με αποτέλεσμα ο καταναλωτής να μην έχει δικαίωμα επιλογής.

#### **4. Το δικαίωμα της αποζημίωσης**

Οι καταναλωτές πρέπει να παίρνουν συμβουλές και βοήθεια σε σχέση με τις ασθένειες, τους τραυματισμούς και τη βλάβη που μπορεί να προκληθεί από τη χρησιμοποίηση ελαττωματικών προϊόντων ή ανεπαρκών υπηρεσιών.

Πρέπει να ληφθούν μέτρα ώστε ο καταναλωτής να τυγχάνει της κατάλληλης αποζημίωσης για τέτοιους τραυματισμούς ή ζημιές με γρήγορη αποτελεσματική και φτηνή διαδικασία.

#### **5. Το δικαίωμα της εκπαίδευσης**

Το δικαίωμα απόκτησης γνώσεων και δεξιοτήτων, η δημιουργία καταναλωτικής συνείδησης είναι απαραίτητη ώστε να είναι ένας καταναλωτής πληροφορημένος.

Τα σχολεία, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, το κράτος έχουν σημαντικό ρόλο να διαδραματίσουν και οφείλουν να εκπαιδεύουν συνεχώς τον καταναλωτή.

#### **6. Το δικαίωμα της εκπροσώπησης**

Η κυβέρνηση πρέπει να ενθαρρύνει και να ενισχύει (όχι κατ' ανάγκη οικονομικά) τις Οργανώσεις που εκπροσωπούν τους καταναλωτές για να διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στη διαμόρφωση της πολιτικής και στη λήψη αποφάσεων που αφορούν τους καταναλωτές.

#### **7. Το δικαίωμα ενός Υγιεινού Περιβάλλοντος**

Ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να ζει και να δουλεύει σ' ένα περιβάλλον που δεν είναι απειλητικό και επικίνδυνο για την υγεία του. Θεωρούμε ότι από τον καιρό της ανεξαρτησίας μέχρι σήμερα έχει σημειωθεί πρόοδος, έχουν γίνει σοβαρές προσπάθειες προς την κατεύθυνση της προστασίας του καταναλωτή. Παρά ταύτα υπάρχουν σήμερα σοβαρότατα προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπισθούν με στόχο την περαιτέρω βελτίωση της θέσης του καταναλωτή στην Κύπρο.

### **4.2. Η ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

## **1. Ο περί Εμπορικών Περιγραφών νόμος του 1987 και 1992**

Μεταξύ των στόχων της νομοθεσίας αυτής είναι η προστασία του καταναλωτή από την παραπλανητική διαφήμιση και όχι ο περιορισμός της ορθής διαφήμισης που θεωρείται μέσο πληροφόρησης του καταναλωτή για σωστή επιλογή προϊόντων ή υπηρεσιών.

Σύμφωνα με τις πρόνοιες της νομοθεσίας

- απαγορεύεται οποιαδήποτε διαφήμιση που περιέχει ανακριβή ή παραπλανητική εμπορική περιγραφή
- όταν σε κάποια διαφήμιση χρησιμοποιείται εμπορική περιγραφή που αναφέρεται σε κατηγορία αγαθών, η εμπορική περιγραφή εκλαμβάνεται ότι αφορά όλα τα αγαθά της κατηγορίας ανεξάρτητα από το αν υπάρχουν ή όχι κατά το χρόνο που δημοσιεύεται η διαφήμιση.
- όταν δημοσιεύεται οποιαδήποτε διαφήμιση μέσω της οποίας παρέχεται η δυνατότητα σε πρόσωπα να προμηθεύονται απευθείας αγαθά χωρίς προηγούμενη εξέταση, η διαφήμιση πρέπει να περιέχει σαφή ένδειξη της χώρας κατασκευής ή παραγωγής τους.

## **2. Ο περί Ασφάλειας Καταναλωτικών προϊόντων νόμος του 1994**

Σύμφωνα με τη νομοθεσία τα προϊόντα που διατίθενται από κάποιο πρόσωπο στην αγορά στα πλαίσια διεξαγωγής της επιχείρησης, πρέπει να είναι “ασφαλή” να ικανοποιούν δηλαδή τη γενική απαίτηση ασφάλειας που αναφέρει ότι τα προϊόντα κατά την κανονική και προβλεπτή χρήση τους λαμβανομένης υπόψη της εύλογης διάρκειας ζωής τους, δεν πρέπει να εκθέτουν τους χρήστες τους ή άλλα πρόσωπα σε κίνδυνο φυσικού τραυματισμού οποιασδήποτε μορφής, περιλαμβανομένου και οποιουδήποτε κινδύνου στην υγεία, ο οποίος λογικά δεν αναμένεται.

Οποιοδήποτε πρόσωπο είναι ένοχο αδικήματος αν

- διαθέσει οποιαδήποτε προϊόντα τα οποία δεν πληρούν τη γενική απαίτηση ασφάλειας
- προσφέρεται ή συμφωνεί να διαθέσει οποιαδήποτε τέτοια προϊόντα
- εκθέτει ή κατέχει οποιαδήποτε τέτοια προϊόντα με σκοπό να τα διαθέτει

### **3. Ο περί απρόσκλητου Προσφοράς Αγαθών και Υπηρεσιών Νόμος του 1994**

Η νομοθεσία αυτή αφορά την εκμετάλλευση των καταναλωτών από τις κατ' οίκον πωλήσεις. Σύμφωνα με τη νομοθεσία όταν προσφέρονται αγαθά ή υπηρεσίες απρόσκλητα, δηλαδή χωρίς να ζητηθούν προηγουμένως από την καταναλωτή, και ο καταναλωτής συμφωνεί να αποκτήσει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες, τότε για να είναι έγκυρη η συμφωνία πρέπει να είναι γραπτή και

- να αναφέρει με ακρίβεια την ημερομηνία της συμφωνίας, το όνομα, το τηλέφωνο και τη διεύθυνση της εταιρείας και του πωλητή με εμφανή και ευανάγνωστο τρόπο.
- να περιγράφει με λεπτομέρεια τα προσφερόμενα αγαθά ή υπηρεσίες
- να αναφέρει ως ουσιώδη όρο σύμβασης πώλησης, ότι ο καταναλωτής μπορεί να ακυρώσει τη συμφωνία με ειδοποίηση που δίδεται γραπτώς εντός επτά ημερών από την επομένη της ημερομηνίας της συμφωνίας κλπ.

### **4. Ο περί ελαττωματικών προϊόντων Νόμος του 1995**

Σύμφωνα με τη νομοθεσία ο κάθε παραγωγός προϊόντων ευθύνεται για οποιαδήποτε ζημιά που είναι δυνατό να προκληθεί από ελαττωματικό προϊόν το οποίο διέθεσε στην αγορά. Ευθύνεται επίσης, ως να ήταν ο παραγωγός του προϊόντος κάθε πρόσωπο το οποίο εισήγαγε προϊόν εντός της Δημοκρατίας κατά τη διεξαγωγή των εργασιών του με σκοπό να το προμηθεύσει σε άλλο.

Με βάση τις διατάξεις του νόμου αυτού διευκολύνεται ο Κύπριος καταναλωτής που υπέστη ζημιά από τη χρήση ελαττωματικού προϊόντος να ικανοποιήσει την αξίωση του για αποζημίωσης, στηριζόμενος στην αρχή της αυστηρής ευθύνης σύμφωνα με την οποία ο ζημιωθείς δεν υποχρεούται να αποδείξει το πταίσμα του παραγωγού ή του εισαγωγέα.

### **5. Ο περί Οργανωμένων Ταξιδιών, Διακοπών και Περιηγήσεων Νόμος του 1996**

Βασικές πρόνοιες της νομοθεσίας αυτής περιλαμβάνουν:

- την απαγόρευση παροχής διαφημιστικών εντύπων τα οποία περιέχουν οποιαδήποτε πληροφορία που μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση.
- την υποχρέωση του διοργανωτή όπως περιλαμβάνει στη σύμβαση ορισμένα στοιχεία, όπως: ημερομηνίες, ώρες και τόπους αναχώρησης και άφιξης, τα μεταφορικά μέσα, το δρομολόγιο τα γεύματα που περιλαμβάνονται στο οργανωμένο ταξίδι κλπ.

- την ευθύνη του διοργανωτή όπως παρέχει ανά πάσα στιγμή αποδείξεις για την εξασφάλιση της επιστροφής των χρημάτων του καταναλωτή ή για τον επαναπατρισμό του σε περίπτωση πτώχευσης ή αφερεγγυότητας του διοργανωτή.

## **6. Ο περί Πώλησεως Αγαθών Νόμος του 1994**

Η τροποποίηση του Νόμου αυτού κρίθηκε αναγκαία για να συνάδει με τις σύγχρονες τάσεις και αντιλήψεις που επεκράτησαν ανά το παγκόσμιο στον τομέα της εμπορίας και διάθεσης αγαθών.

Με τον νόμο αυτό προστατεύεται ο καταναλωτής που επιλέγει προσυσκευασμένα αγαθά από κατάστημα αυτοεξυπηρέτησης και στη συνέχεια ευρίσκει αυτά ελαττωματικά. Στην περίπτωση αυτή, ο αγοραστής δεν χάνει το δικαίωμα απόρριψης των αγαθών εφόσον δεν είχε την ευκαιρία να τα εξετάσει πριν περιέλθουν στην κατοχή του.

Συγκεκριμένα:

- (α) Σε σύμβαση πώλησης αγαθών κατά περιγραφή, τα αγαθά πρέπει να ανταποκρίνονται στην περιγραφή.
- (β) Αν η πώληση αγαθών έγινε βάσει δείγματος όπως επίσης και κατά περιγραφή, τότε το σύνολο των αγορασθέντων αγαθών θα πρέπει να ανταποκρίνεται τόσο ως προς το δείγμα όσο και ως προς την περιγραφή.
- (γ) Η πώληση αγαθών δεν αποκλείεται να συνιστά πώληση κατά περιγραφή στην περίπτωση που αγαθά εκτίθενται προς πώληση ή ενοικίαση και αυτά επιλέγονται από τον αγοραστή.

Βασικές τροποποιήσεις της νομοθεσίας περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, την υποχρέωση του πωλητή διαρκών αγαθών (π.χ. αυτοκινήτων, τηλεοράσεων, ψυγείων, πλυντηρίων κλπ.) να διαθέτει εξαρτήματα και εξειδικευμένο προσωπικό για εξυπηρέτηση του καταναλωτή μετά τη πώληση.

## **7. Ο περί Καταναλωτικής Πίστεως Νόμος του 2002**

Με τον όρο πιστωτική συμφωνία εννοείται η συμφωνία με την οποία το πιστωτικό ίδρυμα παραχωρεί ή υπόσχεται να παραχωρήσει σε καταναλωτική πίστωση με τη μορφή προθεσμιακής πληρωμής, δανείου ή άλλης παρόμοιας χρηματοδοτικής διευκόλυνσης και περιλαμβάνει συμφωνία ενοικιαγοράς. Τα ποσά που καλύπτει ο νόμος κυμαίνονται μεταξύ £100-50,000 για τα στεγαστικά δάνεια και μεταξύ £100-12,000 για λοιπά καταναλωτικά δάνεια.

Οι πρόνοιες της νομοθεσίας αυτής ρυθμίζουν:

- Το δικαίωμα του καταναλωτή να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του πριν από το χρόνο που ορίζεται στη συμφωνία.
- Τις πιστωτικές κάρτες
- Τις συμφωνίες ενοικιαγοράς
- Τα ενυπόθηκα στεγαστικά δάνεια
- Το συνολικό ετήσιο ποσοστό επιβάρυνσης

## **8. Ο περί Παραπλανητικής και Συγκριτικής Διαφήμισης**

Σκοπός του νομοσχεδίου αυτού που βρίσκεται σε προχωρημένο στάδιο προώθησης στην Βουλή είναι η προστασία των καταναλωτών και των προσώπων που ασκούν εμπορική, βιομηχανική ή βιοτεχνική δραστηριότητα, και η προστασία των συμφερόντων του κοινού γενικά από την παραπλανητική διαφήμιση και τις αθέμιτες συνέπειες της, καθώς και ο καθορισμός των όρων υπό τους οποίους επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση.

Για να κριθεί αν μια διαφήμιση είναι παραπλανητική, λαμβάνονται υπόψη όλα τα στοιχεία της και ιδίως οι ενδείξεις της σχετικά με:

- (1) Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των αγαθών ή υπηρεσιών, όπως διαθεσιμότητα, φύση, εκτέλεση, σύνθεση, μέθοδος και ημερομηνία κατασκευής ή παροχής, καταλληλότητα, χρήσεις, ποσότητα, προδιαγραφές, γεωγραφική καταγωγή ή εμπορική προέλευση ή τα αναμενόμενα από τη χρήση τους αποτελέσματα, ή τα αποτελέσματα και τα ουσιώδη χαρακτηριστικά των δοκιμών ή ελέγχων των αγαθών ή των υπηρεσιών.
- (2) την τιμή, τον τρόπο διαμόρφωσής της και τους όρους υπό τους οποίους παρέχονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες, όπως οι όροι πληρωμής ή πίστωσης, παράδοσης, ανταλλαγής, επιστροφής, επισκευής, συντήρησης και εγγύησης, και
- (3) την ιδιότητα, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του διαφημιζομένου, όπως η ταυτότητα και η περιουσία του, οι ικανότητες και η κατοχή δικαιωμάτων βιομηχανικής, εμπορικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, τα βραβεία και οι διακρίσεις του.

### **9.Ο περί Υφαντουργικών προϊόντων (Ονομασίες των Υφανσίμων Ινών και Επισήμανση αυτών)**

Βασικότερη πρόνοια της νομοθεσίας θεωρείται η απαίτηση για αναγραφή της σύνθεσης σε όλα τα υφαντουργικά προϊόντα, με εξαίρεση τα προϊόντα μιας χρήσεως.

### **10. Ο περί Υφαντουργικών προϊόντων (Προσδιορισμός της Σύνθεσης των Υφανσίμων Ινών)**

Η νομοθεσία αυτή καθορίζει τις ενιαίες μεθόδους δειγματοληψίας και ανάλυσης που πρέπει να εφαρμόζονται σε όλα τα κράτη μέλη της Ε.Ε. για τον εργαστηριακό έλεγχο της σύνθεσης των υφαντουργικών προϊόντων.

### **11. Ο περί Χρονομεριστικής Μίσθωσης, Νόμος του 2001**

Η εν λόγω νομοθεσία στοχεύει στην προστασία των αγοραστών ως προς ορισμένες πλευρές των συμβάσεων που αφορούν την απόκτηση δικαιώματος χρήσης ακινήτων υπό καθεστώς χρονομεριστικής μίσθωσης.

Ο Νόμος αφορά μόνο τις διατάξεις που ρυθμίζουν τις συμβατικές συναλλαγές ως προς τις πλευρές τις σχετικές με

- τις πληροφορίες περί των συστατικών στοιχείων της σύμβασης και τις λεπτομέρειες μετάδοσης αυτών

- τις διαδικασίες και τον τρόπο καταγγελίας και υπαναχώρησης.

«σύμβαση» σημαίνει κάθε σύμβαση ή ομάδα συμβάσεων που γίνεται μεταξύ πωλητή και φυσικού προσώπου, που δεν ενεργεί στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας. Η σύμβαση αφορά άμεσα ή έμμεσα την απόκτηση δικαιώματος χρήσης ενός ή περισσότερων ακινήτων υπό καθεστώς χρονομεριστικής μίσθωσης με βάση την οποία, έναντι συνολικού τμήματος, άμεσα ή έμμεσα, γεννάται ή μεταβιβάζεται ή αναλαμβάνεται η υποχρέωση να μεταβιβαστεί, συμβατικό δικαίωμα χρήσης ενός ή περισσότερων ακινήτων, για καθορισμένη ή δυνάμενη να καθοριστεί περίοδο του έτους.

Ο πωλητής οφείλει να παραδίδει σε κάθε πρόσωπο το οποίο ζητεί ή στο οποίο παρέχει πληροφορίες για ακίνητο ή ακίνητα, πληροφοριακό έγγραφο το οποίο περιέχει

(α) γενική περιγραφή του συγκεκριμένου ακινήτου ή ακινήτων

(β) σύντομες και ακριβείς πληροφορίες αναφορικά με τη ταυτότητα και κατοικία των συμβαλλομένων μερών, υπηρεσίες (φωτισμός ύδρευση, καθαρισμός



στις οποίες έχει πρόσβαση ο αγοραστής, ρήτρα ότι η απόκτηση δεν συνεπάγεται άλλη δαπάνη, επιβαρύνει ή υποχρέωση, πληροφορίες περί της ακυρότητας της σύμβασης κλπ.)

(γ) ενδείξεις για τον τρόπο με τον οποίο είναι δυνατό να ληφθούν συμπληρωματικές πληροφορίες.

## **12. Ο περί Συμβάσεων εξ' αποστάσεως, Νόμος του 2000**

Σύμφωνα με πρόνοιες του νομοσχεδίου πρέπει να παρέχεται η αναγκαία πληροφόρηση στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη οποιαδήποτε εξ' αποστάσεως σύμβασης, όπως η ταυτότητα του προμηθευτή, τα κυριότερα χαρακτηριστικά του αγαθού ή της υπηρεσίας, η τιμή συμπεριλαμβανομένων όλων των φόρων, τα ενδεχόμενα έξοδα παράδοσης, ο τρόπος πληρωμής, παράδοσης ή εκτέλεσης της σύμβασης, η ύπαρξη δικαιώματος υπαναχώρησης, η διάρκεια ισχύος της προσφοράς ή της τιμής κλπ.

Συμφωνία από απόσταση είναι κάθε συμφωνία που αγορά αγαθά ή/και υπηρεσίες και συνάπτεται μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή στα πλαίσια ενός συστήματος πωλήσεων ή παροχής υπηρεσιών από απόσταση που οργανώνεται από τον προμηθευτή ο οποίος χρησιμοποιεί για το σκοπό αυτό ένα ή περισσότερα μέσα επικοινωνίας από απόσταση μέχρι τη σύναψη της συμφωνίας, περιλαμβανομένης και αυτής καθεαυτής της σύναψης της συμφωνίας.

Ενδεικτικός κατάλογος των μέσων επικοινωνίας από απόσταση που χρησιμοποιεί ο προμηθευτής περιλαμβάνει:

- Έντυπα χωρίς παραλήπτη
- Έντυπα με παραλήπτη
- Τυποποιημένες επιστολές
- Διαφημιστικά έντυπα με στέλεχος παραγγελίας
- Κατάλογος
- Τηλέφωνο με ανθρώπινη παρέμβαση
- Τηλέφωνο χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση (αυτόματη κλήση, οπτικοακουστική τηλεφωνία)
- Ραδιόφωνο
- Τηλέφωνο εικόνας (τηλέφωνο με εικόνα)
- Βιντεοτέξ (μικροϋπολογιστής, τηλεοπτική οθόνη) με πληκτρολόγιο ή οθόνη αμφίδρομης επικοινωνίας.

-Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail)

-Τηλεομοιοτυπία (fax)

- Τηλεόραση (τηλεαγορά)

Συμφωνία από απόσταση συνάπτεται, για παράδειγμα, όταν ένας προμηθευτής διαφημίζει κάποιο προϊόν στην τηλεόραση όπου ο καταναλωτής μπορεί να τηλεφωνήσει προκειμένου να του παραδοθεί στο σπίτι μέσα σε καθορισμένο χρονικό διάστημα ή όταν ο καταναλωτής παραγγέλλει διάφορα προϊόντα, όπως είδη ρουχισμού, από τον εικονογραφημένο κατάλογο του προμηθευτή τα οποία του αποστέλλονται στο σπίτι.

### **13.Ο περί Ένδειξης της Κατανάλωσης Ενέργειας των Οικιακών Συσκευών**

Σκοπός του νομοσχεδίου αυτού είναι η παροχή επακριβών, εύστοχων και συγκρίσιμων πληροφοριών για την ενεργειακή κατανάλωση οικιακών συσκευών που παρουσιάζουν σημαντική κατανάλωση ενέργειας. Η παροχή των πληροφοριών αυτών ενδέχεται να επηρεάσει τις επιλογές του κοινού υπέρ των λιγότερο ενεργειοβόρων συσκευών και κατά συνέπεια, να οδηγήσει τους κατασκευαστές να λάβουν μέτρα για τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας των συσκευών που παράγουν.

### **14. Ο περί της Προστασίας του Ανταγωνισμού, Νόμος του 1989**

Βασική πρόνοια αυτής της νομοθεσίας είναι ότι απαγορεύει όλες τις συμφωνίες, γραπτές ή άγραφες μεταξύ φυσικών ή νομικών προσώπων που επηρεάζουν σε αισθητό βαθμό τον ανταγωνισμό, όπως π.χ.

- άμεσος ή έμμεσος καθορισμός των τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων όρων συναλλαγής
- ο περιορισμός ή ο έλεγχος της παραγωγής, της διάθεσης, της τεχνολογικής ανάπτυξης ή των επενδύσεων
- τη γεωγραφική ή άλλη κατανομή των αγορών ή των πηγών προμήθειας
- την εφαρμογή ανόμοιων όρων για ισοδύναμες συναλλαγές κλπ.

### **15. Ο περί της Αναγραφής της Τιμής Πώλησης και της μοναδιαίας Τιμής των Προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές, Νόμος του 2000**

Σκοπός του Νόμου είναι να ορίσει την αναγραφή της τιμής πώλησης και της μοναδιαίας τιμής μέτρησης των προϊόντων τα οποία προσφέρονται από τους εμπόρους στους καταναλωτές προκειμένου να βελτιωθεί η ενημέρωση των καταναλωτών και να διευκολυνθεί η σύγκριση των τιμών.

«Τιμή πώλησης» σημαίνει την τελική τιμή που ισχύει για μία μονάδα του προϊόντος ή για δεδομένη ποσότητα του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένου του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας και όλων των λοιπών φόρων.

«Μοναδιαία τιμή» η «τιμή μονάδας» σημαίνει την τελική τιμή, συμπεριλαμβανομένου του Φόρου προστιθέμενης Αξίας και όλων των λοιπών φόρων η οποία ισχύει για ποσότητα ενός χιλιόγραμμου, ενός λίτρου, ενός μέτρου, ενός τετραγωνικού μέτρου ή ενός κυβικού μέτρου του προϊόντος. Έμπορος ο οποίος πωλεί ή εκθέτει προς πώληση προϊόντα σε καταναλωτές οφείλει να διασφαλίζει ότι σε αυτά αναγράφεται η τιμή πώλησης. Η πιο πάνω υποχρέωση του εμπόρου δεν εφαρμόζεται σε προϊόντα που προσφέρονται για πώληση στους καταναλωτές χύμα, στα οποία αναγράφεται μόνο η μοναδιαία τιμή. Όταν σε διαφημίσεις ή καταλόγους προϊόντων αναφέρεται η τιμή πώλησης, θα αναφέρεται και η μοναδιαία τιμή του προϊόντος.

Ο τρόπος ένδειξης των τιμών είναι ο ακόλουθος;

- (α) Η τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή πρέπει να αναγράφονται σε κυπριακές λίρες.
- (β) Καμία άλλη τιμή, εκτός από την τιμή πώλησης και την μοναδιαία τιμή, δεν αναγράφεται στα προϊόντα.
- (γ) Η τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή πρέπει:
  - ι. Να είναι σαφείς, ευκόλως αναγνωρισμένες, ευδιάκριτες και ευανάγνωστες και
  - ιι. Να αναγράφονται στα ίδια τα προϊόντα ή στις συσκευασίες τους ή στα ράφια του καταστήματος που είναι τοποθετημένα τα προϊόντα εφόσον δεν προκαλείται σύγχυση στον καταναλωτή.

Όλοι αυτοί οι νόμοι βασίζονται στην Ευρωπαϊκή νομοθεσία. Πέραν τούτων η κυβέρνηση έχει ετοιμάσει χίλια και πλέον πρότυπα και κανονισμούς για διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες. Η ψήφιση και έγκριση νόμων και κανονισμών από μόνη της δεν φθάνει.

Χρειάζονται οι μηχανισμοί εκείνοι που θα εξασφαλίζουν την αυστηρή εφαρμογή τους. Και δυστυχώς είναι εδώ που παρατηρούνται τα περισσότερα προβλήματα.

Παράδειγμα ο νόμος για την προστασία του Ανταγωνισμού, βασική πρόνοια του οποίου, είναι ότι “απαγορεύονται οι συμπράξεις ή πράξεις φυσικών ή νομικών προσώπων που αποσκοπούν στο περιορισμό, την νόθευση ή την παρακώλυση του ανταγωνισμού”. Για χρόνια παρουσιάζονται προβλήματα στην εφαρμογή του. Μόνο τα δύο τελευταία χρόνια η αρμόδια Επιτροπή Ανταγωνισμού επεμβαίνει με πιο αποφασιστικό τρόπο στην εξέταση παραβάσεων της νομοθεσίας. Υπάρχουν όμως περιθώρια βελτίωσης της λειτουργίας της και της πιο ουσιαστικής παρέμβασης.

Μάλιστα η Οργάνωση μας είχε εισηγηθεί όπως στην Επιτροπή μετέχουν και οι συνδικαλιστικές Οργανώσεις όπως συμβαίνει στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες.

Ένα άλλο παράδειγμα είναι το Πρότυπο C YS 33/1978 που αφορά την καθιέρωση πληροφοριακής ετικέτας στα συσκευασμένα τρόφιμα.

Η ετικέτα αυτή πρέπει να περιέχει:

- α) το όνομα των Τροφίμων ή ποτών
- β) κατάλογο των συστατικών
- γ) καθαρό περιεχόμενο
- δ) όνομα και διεύθυνση του κατασκευαστή και τη χώρα προέλευσης.

Αν πάμε μια βόλτα στα διάφορα καταστήματα τροφίμων θα δούμε ότι σε πολλά προϊόντα η ετικέτα, είτε δεν υπάρχει είτε είναι ελλιπής. Να μην αναφέρουμε και την ένδειξη για την ημερομηνία λήξης. Αυτή η ένδειξη υπάρχει πάνω στα προϊόντα. Όμως είναι πολλές οι φορές που ο καταναλωτής αγοράζει ληγμένα προϊόντα κυρίως από περίπτερα ή μικροκαταστήματα.

Παραδείγματα μη εφαρμογής των νόμων και των κανονισμών υπάρχουν και άλλα. Με όλα τα παραπάνω δεν επιχειρείται μηδενισμός των εργασιών που γίνονται, απλώς επισημένεται ότι το πιο ουσιαστικό στην ψήφιση μιας νομοθεσίας ή την έγκριση προτύπων ή κανονισμών είναι η διασφάλιση ότι θα εφαρμοστούν αποτελεσματικά.

#### **4.3. ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΘΕΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ**

Με πρωτοβουλία της ΠΕΟ, δημιουργήθηκε το Μέτωπο αγώνα για τη πάταξη της αισχροκέρδειας στο οποίο μετέχουν οι άλλες βασικές συνδικαλιστικές οργανώσεις και οι δύο Σύνδεσμοι Καταναλωτών, σε μια προσπάθεια συντονισμού των ενεργειών τους για αντιμετώπιση των προβλημάτων που αντιμετωπίζει το καταναλωτικό κοινό. Σαν πρώτο βήμα εκπονήθηκε το γνωστό Σχέδιο Δράσης το οποίο περιλαμβάνει μια σειρά μέτρα που αφορούν τις ενέργειες που πρέπει να προβούν οι ίδιες οι Οργανώσεις, αλλά και μέτρα που πρέπει να παρθούν από την πλευρά της Κυβέρνησης.

Ήδη μερικά από τα μέτρα βρίσκονται σε ισχύ, όπως η έκδοση διαφωτιστικών φυλλαδίων, η πραγματοποίηση συγκριτικών ερευνών αγοράς και η εκπαίδευση και ενημέρωση των καταναλωτών.

Πιο κάτω παρατίθενται κωδικοποιημένες εισηγήσεις.

##### **1. Ευαισθητοποίηση και ενημέρωση του Καταναλωτή**

- α) Δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων των ερευνών αγοράς
- β) Να γίνει προσπάθεια όπως οι περιπτώσεις αισχροκέρδειας και οι παραβιάσεις της νομοθεσίας να δημοσιεύονται σ' όλο τον τύπο.
- γ) Όλες οι Οργανώσεις να εμπλακούν ενεργά στην ενημέρωση, πληροφόρηση και την εν γένει εκπαίδευση και επιμόρφωση των μελών τους.
- δ) Να ενθαρρυνθούν οι καταναλωτές ούτως ώστε να καταγγέλλουν είτε στις Οργανώσεις είτε στα αρμόδια κυβερνητικά τμήματα τις παραβάσεις της νομοθεσίας ώστε να προσάπτονται κατηγορίες στους παρανομούντες

**2. Δημιουργία Λαϊκών Αγορών οπωροκηπευτικών από την Τοπική Αυτοδιοίκηση** ούτως ώστε να παρακάμπτονται οι μεσάζοντες και να προσφέρονται στον καταναλωτή προϊόντα με χαμηλότερες τιμές.

**3. Να μελετηθεί η δυνατότητα της δημιουργίας Επιτρόπου καταναλωτών**

**4. Να μελετηθεί η ποινικοποίηση της αισχροκέρδειας λαμβάνοντας υπόψη τις εμπειρίες άλλων χωρών.**

**5. Μπούποκτάξ της αγοράς** όταν διαπιστωθεί από τις έρευνες ότι υπάρχουν ανεξέλεγκτες και αδικαιολόγητες αυξήσεις και παραβιάσεις της νομοθεσίας.

**6. Η κυβέρνηση θα πρέπει να αναλάβει ενεργότερο ρόλο στην πάταξη της αισχροκέρδειας και γενικότερα στην προστασία του καταναλωτή. Προς τούτο οι εισηγούμαστε τα πιο κάτω μέτρα:**

(α) Λειτουργία και δραστηριοποίηση της Συμβουλευτικής Επιτροπής για θέματα Καταναλωτών

Η Επιτροπή αυτή δημιουργήθηκε το 1994 και ο ρόλος της είναι να συμβουλευεί τον Υπουργό Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού σε θέματα τιμών, επάρκειας και ποιότητας των βασικών καταναλωτικών αγαθών, όπως και σε άλλα σημαντικά θέματα που ενδιαφέρουν και επηρεάζουν την υγεία, ασφάλεια, τα οικονομικά συμφέροντα και γενικά την προστασία των καταναλωτών.

Η Επιτροπή μπορεί να συστήνει Υποεπιτροπές για μελέτη εξειδικευμένων θεμάτων, που να τη βοηθούν στο έργο της ή/ και να καλέσει να συμμετάσχει στις εργασίες της, ως εμπειρογνώμονας, κάθε πρόσωπο που έχει ασχοληθεί ιδιαίτερα με θέματα εγγεγραμμένα στην ημερήσια διάταξη. Οι εμπειρογνώμονες ή/ και προσωπικότητες θα παρίστανται μόνο στις συζητήσεις που αφορούν το ζήτημα για το οποίο έχουν κληθεί να παραστούν.

Είναι η άποψη μας ότι αυτή η τόση σημαντική για τους καταναλωτές επιτροπή υπολειτουργεί. Συνερχόταν μια φορά το χρόνο όπου τα μέλη ενημερώνονται απλώς για την πορεία εναρμόνισης. Μόνο τον τελευταίο χρόνο και μετά από δικές μας παρεμβάσεις άρχισε να λειτουργά πάνω σε σταθερή βάση.

Πιστεύουμε ότι η Επιτροπή αυτή μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην προστασία των Καταναλωτών, όσο αφορά τις τιμές, την ασφάλεια, και την ποιότητα των προϊόντων και όλων των άλλων προβλημάτων που αναφύονται κατά καιρούς, γι' αυτό πρέπει να συνέρχεται σε τακτά χρονικά διαστήματα και οι απόψεις που εκφράζουν οι μαζικές οργανώσεις-μέλη να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη.

(β) Άμεση στελέχωση της Υπηρεσίας Ανταγωνισμού και Προστασίας Καταναλωτών με το κατάλληλο επιστημονικό προσωπικό. Η υπηρεσία αυτή σχετίζεται με τις τιμές, την ποιότητα, την υγεία του καταναλωτή, είναι η άμεσα υπεύθυνη για την εφαρμογή όλων των βασικών νομοθεσιών για την προστασία του καταναλωτή γι' αυτό πρέπει να αναβαθμισθεί για να επιτελεί πιο αποτελεσματικά το έργο της. Σημειώνουμε ότι το 1973, 32 χρόνια πριν, η Υπηρεσία αυτή του Υπουργείου απασχολούσε 32 άτομα που ήταν υπεύθυνοι για την εφαρμογή μόνο 3 νομοθεσιών. Σήμερα η ίδια υπηρεσία απασχολεί μόνο 26 άτομα με ευθύνη την εφαρμογή 28 νομοθεσιών. Πέραν τούτου η έλλειψη συνθηκών υγιούς ανταγωνισμού που παρατηρείται σήμερα σε τομείς της

Οικονομίας σαν αποτέλεσμα συμφωνιών, συμπράξεων, καταχρηστικής εκμετάλλευσης θέσεως και εναρμονισμένης πρακτικής, δεν μπορεί να αντιμετωπισθεί κατά τρόπο ουσιώδη και ικανοποιητικό από την Επιτροπή Προστασίας Ανταγωνισμού.

Η εισήγηση μας είναι όπως ενισχυθεί η Επιτροπή Ανταγωνισμού και σ' αυτή συμμετέχουν εκπρόσωποι των συντεχνιών ή του Συνδέσμου καταναλωτών . Κάτι παρόμοιο συμβαίνει στην Ελλάδα όπου εκτός των συντεχνιών συμμετέχουν και οι εργοδοτικές οργανώσεις.

(γ) Δημιουργία Κεντρικού Φορέα Ελέγχου Ποιότητας. Και αυτό γιατί οι κανονισμοί που αφορούν τον έλεγχο της Ποιότητας είναι διάσπαρτοι ανάμεσα σε 4-5 υπηρεσίες διαφόρων υπουργείων, οι οποίες λειτουργούν ανεξέλεγκτα και χωρίς συντονισμό.

(δ) Θεωρούμε την εκπαίδευση των καταναλωτών σαν ένα από τα πιο σημαντικά μέτρα προς την κατεύθυνση της δημιουργίας ενός καταναλωτή που να μπορεί να αυτοπροστατεύεται και να διεκδικεί τα βασικά δικαιώματα του.

Ειδικά προγράμματα για την προστασία του καταναλωτή πρέπει να εισαχθούν στα σχολεία γιατί απ' εκεί ξεκινά η διαμόρφωση ενός σωστού και διεκδικητικού καταναλωτή, ενώ το ίδιο κράτος μέσω του Ρ.Ι.Κ. θα πρέπει να καθιερώσει πάνω σε μόνιμη βάση τέτοια προγράμματα.

(ε) Επίσπευση της δημιουργίας του θεσμού επίλυσης μικροδιαφορών καταναλωτή ο οποίος θα επιλαμβάνεται γρήγορα και αποτελεσματικά παραβάσεων των νομοθεσιών που αφορούν τους καταναλωτές.

(ζ) Να μελετήσουμε το Σχέδιο κατά της ακρίβειας που προωθεί η ελληνική κυβέρνηση και που αφορά τον έλεγχο των τιμών σε «κλειστές αγορές». Στην κατηγορία αυτή η κυβέρνηση εντάσσει τις κλειστές πλαζ, τα λιμάνια, τα αεροδρόμια, τα πλοία, τις Πλατείες, τις αθλητικές εγκαταστάσεις και πάρκινγκ δηλαδή χώρους όπου οι τιμές καθορίζονται σχεδόν μονοπωλιακά ή ολιγοπωλιακά επί ζημιά των καταναλωτών και με κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης των επιχειρήσεων εκμετάλλευσης. Έτσι, πληρούνται οι νομικές προϋποθέσεις επέμβασης στους χώρους αυτούς της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Στην Κύπρο στους ίδιους αυτούς χώρους επικρατεί άγρια εκμετάλλευση του καταναλωτικού κοινού με τιμές πολλές φορές διπλάσιες απ' αυτές που επικρατούν στην αγορά.

(η) Θεωρούμε ότι τα πρόστιμα που επιβάλλονται στους παραβάτες της νομοθεσίας ή των κανονισμών είναι πολύ χαμηλά και δεν αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα καταπολέμησης των παραβάσεων, γι' αυτό επιβάλλεται η αύξηση των.

Τονίζουμε τέλος ότι ο καταναλωτής θα πρέπει να βοηθήσει με την σειρά του καταγγέλλοντας τις παραβιάσεις της νομοθεσίας και των κανονισμών ώστε να προσάπτονται κατηγορίες στους παραβάτες. Βέβαια γνωρίζουμε ότι πολλές φορές υπάρχει απροθυμία του καταναλωτή να καταγγείλει, ιδιαίτερα όταν ο πωλητής, ο περιπτεράς ή ο καταστηματάρχης είναι γείτονας ή γνωστός του. Θεωρούμε όμως απαραίτητη την ανάπτυξη στο κοινό καταναλωτικής συνείδησης για την σκοπιμότητα και την αναγκαιότητα καταγγελίας των παραβάσεων.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

### ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΑ ΔΙΑΡΚΗ ΑΓΑΘΑ

#### ΧΩΡΕΣ Ο.Ο.Σ.Α.

Στη βιβλιογραφική ανασκόπηση που ακολουθεί, παρατίθενται έρευνες οι οποίες έχουν διεξαχθεί σε χώρες οι οποίες ανήκουν στον Ο.Ο.Σ.Α. (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Αλληλεγγύης). Θέτουμε ως κριτήριο κατηγοριοποίησης των μελετών τον τόπο διαμονής των ερωτώμενων, καθώς και όλοι οι προσδιοριστικοί παράγοντες της καταναλωτικής συμπεριφοράς σε σχέση με τα διαρκή αγαθά.

#### 5.1. Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ) – Καναδάς

Μεγάλος αριθμός ερευνητών, έχει εξετάσει την ύπαρξη ενός σχήματος προτεραιότητας απόκτησης διαρκών αγαθών στα σύγχρονα νοικοκυριά. Πιο συγκεκριμένα, το Σεπτέμβριο του 1978, οι Dickson *et al* (1983), σε έρευνα η οποία διεξήχθη στις Ηνωμένες Πολιτείες, επεκτείνουν και αναδιατυπώνουν πληροφορίες σχετικά με την ιδιοκτησία και προτίμηση των νοικοκυριών σε διαρκή αγαθά. Κάνουν χρήση προηγούμενων μελετών όπως του Guttman (1971). Σε αυτή την έρευνα οι Dickson *et al* (1983) χρησιμοποιούν μια σε εθνικό επίπεδο έρευνα επιτροπής, περιλαμβάνοντας 5000 νοικοκυριά. Η σε εθνικό επίπεδο επιτροπή εξισορροπεί τα ευρήματά της με το γραφείο απογραφής των Ηνωμένων Πολιτειών εκτιμώντας τις ακόλουθες διαστάσεις του πληθυσμού: γεωγραφική περιοχή, μέγεθος αγοράς, οικιακό εισόδημα, μέγεθος νοικοκυριού, ηλικία και μορφωτικό επίπεδο του αρχηγού του νοικοκυριού.

Το δείγμα 3311 εναγομένων (ποσοστό απάντησης 66.2 τοις εκατό) ελαφρώς υπεραντιπροσώπευσε τη βόρεια κεντρική περιοχή (με έξοδα του νότου), τις μικρότερες μεγέθους οικογένειες, και τις οικογένειες με γηραιότερο αρχηγό νοικοκυριού. Ο οικογενειάρχης κλήθηκε να δείξει ποια από τις 12 συσκευές ήταν κύρια τώρα, πόσο πολύ καιρό πριν η οικογένεια είχε αγοράσει την πρώτη συσκευή

εκείνου του τύπου της (πόσα έτη πριν), εάν οι συσκευές ήταν νέες ή χρησιμοποιούνται από τη στιγμή που αποκτήθηκαν, εάν η συσκευή αγοράστηκε ταυτόχρονα με την αγορά της κατοικίας, αν παραλήφθηκε ως δώρο (όχι δηλαδή από ένα οικιακό μέλος), ή αγοράστηκε σε μια λιανική /χονδρική έξοδο, και τέλος το σημαντικότερο λόγο για την αγορά του πρόσφατα επίκτητου προτύπου κάθε συσκευής. Παράλληλα, από την έρευνα πληροφορούμαστε για το μέσο όρο ιδιοκτησίας των διαρκών αγαθών, μεταξύ των ακολούθων: τηλεόραση, ψυγείο, ραπτομηχανή, πλυντήριο πιάτων, πλυντήριο ρούχων, κλιματιστικό, βίντεο, κ.α. Βέβαια, προκύπτει ένα ενδεχομένως σοβαρό πρόβλημα σε περίπτωση χρήσης της συμπεριφοράς προηγούμενων αγοραστών για την πρόβλεψη των προτεραιοτήτων σημερινών αγοραστών. Οι οικογένειες που είναι στα μεταγενέστερα στάδια του οικογενειακού κύκλου της ζωής έχουν δώσει προτεραιότητα - ή τουλάχιστον αποκτήσει - ένα σύνολο συσκευών από ένα περιορισμένο σύνολο συσκευών από εκείνα τα οποία είναι διαθέσιμα στις σημερινές νεώτερες οικογένειες.

Τα διαρκή αγαθά τη δεκαετία του '80 είναι ο πιο γρήγορα αναπτυσσόμενος τομέας στην καταναλωτική αγορά. Στην μελέτη των J. Kasulis *et al*, την διετία 1975-1976 μελετώνται σχέδια καταναλωτικών αποκτήσεων για δώδεκα ετερογενή διαρκή αγαθά. Τα αγαθά αυτά κατηγοριοποιούνται σε τρεις μεγάλες ομάδες. Τις συσκευές κουζίνας, διασκέδασης και τέλος τις μεταφορικές. Ο ερευνητικός στόχος της μελέτης είναι κυρίως περιγραφικός, η προσέγγιση όμως δεν στερείται επεξηγηματικού προσανατολισμού. Η έρευνα αφορά στην ικανοποίηση χρησιμότητας των διαρκών αγαθών στα σύγχρονα νοικοκυριά και περιγράφει τη σειρά με την οποία αποκτήθηκαν, με τη βοήθεια της κλίμακας του Guttman (1971). Η σειρά απόκτησής τους αποτελεί δείκτη της δομής χρησιμότητας για κάθε οικογένεια. Έτσι λοιπόν, έχοντας γνώση των μελλοντικών τιμών των διαρκών αγαθών, του οικογενειακού εισοδήματος και της δομής χρησιμότητας, θεωρητικά μπορεί να προβλεφθεί η διαδοχή με την οποία θα αποκτηθούν τα δώδεκα αυτά διαρκή αγαθά στο μέλλον. (Οι προτεραιότητες απόκτησης προϊόντων δείχνουν να έχουν σημαντική εξάρτηση με το οικογενειακό εισόδημα).

Τα δεδομένα της έρευνας αποκτήθηκαν από το DRP/OPUBCO Continuing Consumer Audit. Η ερευνητική επιχείρηση διανομής στο πανεπιστήμιο της Οκλαχόμα (DRP) και η διαφημιστική εταιρεία της Οκλαχόμα συνεργάστηκαν για τη συλλογή δεδομένων και την εύρεση καταναλωτικής συμπεριφοράς των ιδιωτών της πόλης. Το δείγμα περιλαμβάνει 1747 άτομα για το έτος 1975 και 2025 για το έτος

1976. Έχει δεδομένα διαστρωματικά, τυχαία σύσταση και είναι αντιπροσωπευτικό των πληθυσμών στις γεωγραφικές περιοχές της Οκλαχόμα, συμπεριλαμβάνοντας αστικές, ημιαστικές και προαστιακές περιοχές και όλους τους τύπους μονάδων κατοικιών.

Η διαδικασία απόκτησης δεδομένων, έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίων του καταναλωτικού λογιστικού ελέγχου, τα οποία απαντήθηκαν με προσωπικές συνεντεύξεις σε άντρες ή γυναίκες αρχηγούς της οικογένειας. Ο ερωτών ξεκινά από μια συγκεκριμένη διεύθυνση σε μια γειτονιά τριών ή τεσσάρων κατοικιών. Η εναρκτήρια τοποθεσία επιλέγεται τυχαία μέσα από τα γεωγραφικά στρώματα. Οι συμμετέχοντες απαντούν γνωρίζοντας ότι συμμετέχουν σε έρευνα του πανεπιστημίου της Οκλαχόμα. Τα δεδομένα συλλέγονται συνεχώς κατά τη διάρκεια του έτους από επαγγελματίες και κάτω από στενή επίβλεψη. Κάθε εβδομάδα τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια επιστρέφουν για επεξεργασία. Τρεις μέρες αφότου ο συνεντευξιζόμενος έχει συμπληρώσει το ερωτηματολόγιο, δέχεται τηλεφώνημα για την επαλήθευση των απαντήσεων του.

Από την επεξεργασία των δεδομένων για τα διαρκή αγαθά που αναφέραμε παραπάνω, φαίνεται να ακολουθείται μια συγκεκριμένη προτεραιότητα απόκτησης τους, με τα «πιο δύσκολα» διαρκή να αποκτώνται μόνο μετά από «λιγότερο δύσκολα». Εδώ, ο χαμηλός βαθμός δυσκολίας, είναι συνώνυμος με πιο υψηλά επίπεδα αναμενόμενης χρησιμότητας που προέρχεται από την ιδιοκτησία των διαρκών αγαθών. Μια από τις παραμέτρους επηρεασμού κατανάλωσης αυτών των αγαθών αποτελεί και ο τύπος κατοικίας των σύγχρονων νοικοκυριών. Τέθηκε ως αξίωμα, ότι οι ιδιοκτήτες και οι ενοικιαστές είναι πιθανό να αποκτήσουν τα διαρκή αγαθά με διαφορετικά σχέδια. Είναι πιθανό να διαφέρουν επειδή: 1) οι ιδιοκτήτες είναι γενικά σταθερότεροι και πιο μόνιμοι από τους ενοικιαστές, και 2) η ιδιοκτησία ενός σπιτιού απαιτεί την απόκτηση μερικών διαρκών αγαθών όπως μια σειρά και ένα ψυγείο, ενώ οι μισθωτές συχνά περιλαμβάνουν αυτά τα διαρκή αγαθά ως μέρος του μισθώματός τους.

Καταλήγοντας λοιπόν, οι Kasulis *et al* στο άρθρο τους, συμπεραίνουν ότι τα νοικοκυριά στο σύνολο τους έχουν μια ελλοχεύουσα κοινή διαταγή απόκτησης για ένα μεγάλο σύνολο διαρκών αγαθών. Αυτό κατέδειξε το μέγεθος των δεικτών της δυνατότητας αναπαραγωγής και των στατιστικά σημαντικών διαφορών τους από τις ελάχιστες αναμενόμενες δυνατότητες αναπαραγωγής. Εντούτοις, οι δείκτες της συνέπειας, ιδιαίτερα σχετικά με τους ενοικιαστές διαμερισμάτων, επισημαίνουν ότι

οι συντελεστές δυνατότητας αναπαραγωγής μπορούν να βελτιωθούν ουσιαστικά. Αυτό οδηγεί στο να σκεφτεί κανείς, πρόσθετους τρόπους τμηματοποίησης της αγοράς των οικιακών διαρκών αγαθών. Η διαταγή των κλιμάκων αποκτήσεων των αγαθών ήταν εσωτερικά έγκυρη και γενικά κατά μήκος αξιόπιστη. Η στέρηση αξιοπιστίας αποδόθηκε στην ανταγωνιστική δυναμική της αγοράς.

Οι Tulin Erdem *et al* (2002) στη μελέτη τους εξετάζουν την έρευνα αγοράς σαν χαρακτηριστικό παράγοντα για την απόκτηση των διαρκών αγαθών (σε καταστήματα τα οποία χαρακτηρίζονται από δύο ή περισσότερα εναλλακτικά αγαθά). Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο πως οι καταναλωτές μαθαίνουν, ενημερώνονται και αποφασίζουν για το πώς θα αποκτήσουν διαρκή αγαθά όπως οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές.

Για πολλούς καταναλωτές, η αγορά διαρκών αγαθών υψηλής τεχνολογίας, περιλαμβάνει αναζήτηση εναλλακτικών προϊόντων, προσδιορισμό των χαρακτηριστικών τους και συλλογή πληροφοριών από άλλες πηγές. Μετά την έρευνα αγοράς, ο καταναλωτής επιλέγει την κατάλληλη χρονική στιγμή για να προμηθευτεί αυτά τα αγαθά. Σε περίπτωση, που ο καταναλωτής αποφασίζει να αναβάλλει την αγορά, αποκτά ευκαιρίες για να ενημερωθεί για την αυξομείωση των τιμών.

Για την εξαγωγή αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε έρευνα σε τυχαίο δείγμα καταναλωτών από την περιοχή των Ηνωμένων Πολιτειών κατά την χρονική περίοδο Σεπτεμβρίου 1995 έως Ιουνίου 1996. Οι καταναλωτές βρίσκονταν σε αναζήτηση αγοράς ηλεκτρονικών υπολογιστών και πρωταρχικά προσεγγίστηκαν μέσω τηλεφώνου. Στη συνέχεια, κλήθηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα εάν ικανοποιούσαν τις ακόλουθες προϋποθέσεις: α) δήλωναν δηλαδή ότι σκόπευαν να αποκτήσουν νέο προσωπικό ηλεκτρονικό υπολογιστή μέσα στους επόμενους έξι μήνες, β) ήταν υπεύθυνοι για τις καταναλωτικές επιλογές του νοικοκυριού, γ) σχεδίαζαν να ξοδέψουν περισσότερα από \$1,200 δολάρια για ένα υπολογιστή. Έπειτα από αυτή τη διαδικασία και αφού συλλέχθηκαν δημογραφικά και προσωπικά στοιχεία, επιλέχθηκαν 350 άτομα ως τελικό δείγμα. Η διάρκεια της έρευνας βασίστηκε στον εκτιμώμενο μέσο χρόνο που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής για να συλλέξει πληροφορίες και τελικά να αποκτήσει τον υπολογιστή. Δημιουργήθηκε μια ερευνητική επιτροπή, η οποία χωρίστηκε σε έξι κύματα. Το δείγμα συστάθηκε από καταναλωτές που κατείχαν υψηλότερο από το μέσο όρο, μορφωτικό επίπεδο (61% διπλωματούχων) και διέθεταν πιο υψηλό επίπεδο εισοδήματος από το μέσο Αμερικανό (80% δήλωσαν ετήσιο εισόδημα μεταξύ \$35,000 και \$80,000).

Τα αποτελέσματα της έρευνας κατέδειξαν ότι οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν το θέμα της ποιότητας με αβεβαιότητα, ενώ διαμορφώνουν προσδοκίες για τις μελλοντικές τιμές και ερευνούν την αξιοπιστία των εναλλακτικών αγαθών, καθώς και το κόστος των πηγών πληροφόρησης. Η κλίμακα των ποιοτήτων τεχνολογίας εξετάστηκε με τη βοήθεια κλιμάκων Λικέρτ και παρατηρήθηκε να έχει θετική επίδραση στην κατανάλωση. Παράλληλα η σχέση μεταξύ κατανάλωσης και μείωσης τιμών παρουσιάζεται αντιστρόφως ανάλογη. Όσον αφορά στις πηγές πληροφόρησης εφόσον καθορίστηκαν, η ενημέρωση «από στόμα σε στόμα» σημειώθηκε ως η πιο οικονομική συγκριτικά με όλες τις άλλες. Συνδυάζεται με επίσκεψη σε καταστήματα, διάβασμα άρθρων και ενημερωτικών φυλλαδίων και συσχετίζεται με αύξηση της κατανάλωσης. Τέλος, το μορφωτικό επίπεδο και η αγοραστική εμπειρία ενώ φαίνεται να μην έχουν στατιστικά σημαντική επιρροή στην κατανάλωση των διαρκών αγαθών· παρατηρήθηκε το εξής γεγονός. Τα μορφωμένα άτομα απολαμβάνουν λιγότερη χρησιμότητα με την απόκτηση ενός ακόμα ηλεκτρονικού υπολογιστή στο σπίτι. Κάτι τέτοιο, μπορεί να εξηγηθεί, εφόσον οι παραπάνω έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε η/υ από τον εργασιακό τους χώρο.

Η έρευνα των Fast *et al* (1989) εκθέτει τα αποτελέσματα μιας εμπειρικής έρευνας για τη σχέση μεταξύ των επιλεγμένων χαρακτηριστικών καταναλωτών και αγορών – εστιάζοντας στη συμμετοχή δραστηριοτήτων καταναλωτικής εκπαίδευσης πριν την απόκτηση αγαθών, για την περίοδο του καλοκαιριού του έτους 1989. Η μελέτη αντιδραστικών αποτελεσμάτων βασίζεται στην ανάγκη εύρεσης σχέσης μεταξύ καταναλωτικής εκπαίδευσης και προτιμήσεων καταναλωτικής συμπεριφοράς σχετικά με τις προτιμήσεις απόκτησης διαρκών αγαθών.

Τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν στην εκτίμηση των λειτουργιών χρονικής κατανομής συλλέχθηκαν με τη διαχείριση ενός μόνο-ολοκληρωμένου ερωτηματολογίου σε ένα τυχαίο δείγμα 1000 αγγλόφωνων μελών. Αποτελούνταν εξ ολοκλήρου από μια θηλυκή εθνική καταναλωτική επιτροπή που χρησιμοποιήθηκε από μια σημαντική εμπορική εταιρία καταναλωτικών προϊόντων στον Καναδά. Εξακόσια είκοσι τρία ερωτηματολόγια επιστράφηκαν ενώ μόνο τριακόσια σαράντα πέντε από αυτά ήταν κατάλληλα για το συνυπολογισμό στη μελέτη όσον αφορά την απόκτηση διαρκών αγαθών ενός από ένα διευκρινισμένο σύνολο οικιακών συσκευών (συμπεριλαμβανομένων πλυντηρίων ρούχων, φούρνων μικροκυμάτων, επεξεργαστών τροφίμων, κλιματιστικών μηχανημάτων, τηλεοράσεων, στερεοφωνικού εξοπλισμού, και μαγνητοφώνων) κατά τη διάρκεια της περιόδου 14 μηνών πριν από την παραλαβή

του ερωτηματολογίου. Οι εναγόμενοι που περιλαμβάνονται στο τελικό δείγμα είναι γενικά γηραιότεροι, καλύτερα εκπαιδευμένοι, λιγότερο αναβλητικοί και είχαν τα υψηλότερα εισοδήματα από το γενικό γυναικείο αγγλόφωνο καναδικό πληθυσμό.

## 5.2. Αυστραλία

Παρόμοια έρευνα, διεξήχθη και στην Αυστραλία, από τους Clarke *et al* (Δεκέμβριος 1979, Ιανουάριος 1980) επιδιώκοντας πρώτον, την εύρεση πλάνου απόκτησης διαρκών αγαθών, δεύτερον τον προσδιορισμό σημαντικής διασποράς μεταξύ ιδιοκτητών και ενοικιαστών στην πόλη Πέρθ της Δυτικής Αυστραλίας και τέλος, τη σύγκριση αμερικανικής και αυστραλιανής καταναλωτικής συμπεριφοράς όσον αφορά τα διαρκή αγαθά.

Τα δεδομένα της παρούσας μελέτης παρήχθησαν από δείγμα 540 νοικοκυριών μέσα στη μητροπολιτική περιοχή του Πέρθ. Μια τυχαία τεχνική δειγματοληψίας συστάδων περιοχής χρησιμοποιήθηκε αρχικά για να επιλέξει τις μονάδες κατοικιών. Τα ατομικά διεξαχθέντα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν προσωπικά και συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια των Σαββατοκύριακων και των βραδιών εργάσιμης μέρας τον Δεκέμβριο του 1979 και τον Ιανουάριο του 1980. Τετρακόσια (400) ερωτηματολόγια επιστράφηκαν, εκ των οποίων τα 394 βρέθηκαν πλήρως ολοκληρωμένα, απεικονίζοντας ένα ποσοστό απάντησης 73 τοις εκατό (73%). Περίπου 80 τοις εκατό των μη ανταποκρίσεων εμφανίστηκαν λόγω των αρνήσεων, και τα υπόλοιπα 20 τοις εκατό εμφανίστηκαν επειδή οι άνθρωποι δεν ήταν στο σπίτι όταν τα ερωτηματολόγια συλλέχθηκαν. Για να καθορίσουν εάν τα αποτελέσματα της ανάλυσης ενδέχεται να μεροληπτούν λόγω της μη ανταπόκρισης 27 τοις εκατό του επιλεγμένου δείγματος, μερικά δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του δείγματος συγκρίθηκαν με τα στοιχεία απογραφής των ζώντων νοικοκυριών του στατιστικού τμήματος του Πέρθ (Αυστραλιανό Γραφείο Στατιστικών 1976)<sup>1</sup>. Διαπιστώθηκε ότι τα χαρακτηριστικά του δείγματος ήταν παρόμοια με εκείνους του πληθυσμού στο Πέρθ. Τα παρακάτω διαρκή αγαθά, στεγνωτήριο ρούχων, πλυντήριο πιάτων, καταψύκτης, φούρνος μικροκυμάτων, ψυγείο, έγχρωμη τηλεόραση, πλυντήριο ρούχων, ηλεκτρική σκούπα, στερεοφωνικό συγκρότημα, εντοιχισμένη πισίνα, επεξεργαστής τροφίμων, θεριστής χορτοταπήτων,

<sup>1</sup> Στις εξεταζόμενες μεταβλητές συμπεριλαμβάνονται το φύλο, η ηλικία, το εισόδημα, και η οικογενειακή κατάσταση.

ηλεκτρικό τρυπάνι, ραδιοκασετόφωνο, τα οποία αναλύονται στη μελέτη αυτή, είναι δεκαπέντε ετερογενείς συσκευές του σπιτιού και αποτελούν επιλογές των αυστραλών καταναλωτών.

Ιδιαιτερότητα της παρούσας έρευνας αποτελεί, το γεγονός ότι το αυτοκίνητο, δεν εξετάζεται στην κατηγορία των διαρκών μεταφορικών αγαθών. Αυτό συμβαίνει εξαιτίας της ύπαρξης μεγάλου εύρους τιμών στις οποίες συναντάται και της ιδιαίτερα αναπτυγμένης αγοράς μεταχειρισμένων. Εκτός από το αυτοκίνητο και τα αγαθά ίδιας κατηγορίας τα οποία εμφανίζονται παραπάνω από μια φορά στο σπίτι, όπως για παράδειγμα οι δυο τηλεοράσεις στο ίδιο σπίτι, δεν εξετάζονται.

Η μελέτη των Soutar *et al* (1997) χρησιμοποιεί ένα νέο πιο ολοκληρωμένο μοντέλο, το μοντέλο του “Rash” (Rash model), εξασφαλίζοντας πληροφορίες για την καταναλωτική συμπεριφορά νοικοκυριών, σε διαρκή αγαθά. Πιο συγκεκριμένα, στην παρούσα έρευνα εξετάζεται η ύπαρξη σχέσεων προτεραιότητας ιδιοκτησίας σε εικοσιπέντε (25) διαρκή καταναλωτικά αγαθά και εξερευνώνται πιθανές εξηγήσεις για την προτεραιότητα ιδιοκτησίας τους σε σχέση με διάφορες μεταβλητές.

Οι μεταβλητές οι οποίες εξετάστηκαν αφορούν κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά και λαμβάνονται με τη χρήση ενός ερωτηματολογίου. Τα δεδομένα της έρευνας συλλέχθηκαν από την πραγματοποίηση μιας εμπορικής κοινωνικής έρευνας, σε συνδυασμό και με τηλεφωνικές συνεντεύξεις την περίοδο Νοεμβρίου-Δεκεμβρίου του έτους 1989. Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να αποκριθούν σε διάφορες δηλώσεις δραστηριότητας, ενδιαφέροντος και άποψης (ΑΙΟ), καθώς επίσης και σε μια σειρά ερωτήσεων που μετρούν την επιθυμία τους να λαμβάνουν ρίσκα. Η καταναλωτική εμπιστοσύνη μετρήθηκε χρησιμοποιώντας την οικονομική ευρωστία του εκάστοτε νοικοκυριού, ενώ παράλληλα ζητήθηκαν πληροφορίες που αφορούν σε ενδεχόμενη πρόθεση μετακόμισης σε άλλη οικία. Το δείγμα επιλέχθηκε τυχαία από ηλεκτρονικό ευρετήριο τηλεφωνικού καταλόγου, στην περιοχή Πέρθ, της Δυτικής Αυστραλίας. Το τελικό δείγμα που προέκυψε αποτελείται από 401 άτομα- αρχηγούς νοικοκυριών οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για τις οικονομικές και καταναλωτικές αποφάσεις της οικογένειας. Η μικρή ανταπόκριση οφείλεται, πρώτον, στο γεγονός ότι το περιεχόμενο των ερωτήσεων έθιγε λεπτά θέματα οικονομικής φύσεως, όπως για παράδειγμα το οικογενειακό εισόδημα και δεύτερον, στο ότι η έρευνα ξεκίνησε στη διάρκεια του καλοκαιριού οπότε υπήρχαν πολλές απουσίες.

Το τελικό δείγμα συγκρίθηκε με στοιχεία του Αυστραλιανού Γραφείου Οικιακών Ερευνών (ABS), όσον αφορά στους σχηματισμούς ομάδων κύκλων οικογενειακής ζωής και το μέσο εβδομαδιαίο εισόδημα αλλά και τις παρουσιασμένες διαφορές στη σύνθεση επαγγέλματος. Άλλες διαφορές περιέλαβαν ένα υψηλότερο από το αναμενόμενο ποσοστό γυναικών (60% στη μελέτη, ίσως λόγω του σοβαρού ρόλου τους στις οικιακές αγορές), καθώς και σημαντική μερίδα ατόμων με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και μέσα εβδομαδιαία εισοδήματα ανώτερα των προσδοκούμενων.

Υπάρχει εντούτοις, μια ερώτηση ως προς τη διάσταση της αγοραστικής συμπεριφοράς (υπάρχει μια σκάλα προτεραιοτήτων στην οποία αναρριχώνται οι καταναλωτές, προκειμένου να αποκτήσουν ορισμένα διαρκή αγαθά ή υπάρχει κάποιο σύνολο σκαλών (διαταγές) για τα διαφορετικά σύνολα καταναλωτικών διαρκών αγαθών;).

Οι παράγοντες αντιπροσώπευσαν είτε τις αξιολογικές είτε συμπεριφοριστικές πτυχές της καταναλωτικής εμπιστοσύνης. Ο πρώτος παράγοντας, αντιπροσώπευσε μια αξιολογική διάσταση των προσδοκιών πληθωρισμού και ήταν παρόμοιος με τη διάσταση "απόδοσης οικονομικών". Ο δεύτερος παράγοντας, μια συμπεριφοριστική πτυχή της καταναλωτικής εμπιστοσύνης (ο συγχρονισμός των διακριτικών δραστηριοτήτων όπως η αποταμίευση ή τα έξοδα), δίνει την αντίληψη των εναγομένων για τους οικονομικούς όρους. Ο τρίτος παράγοντας στη μελέτη αφορούσε την ανησυχία των εναγομένων για το κόστος ζωής και μπορεί να περιγραφεί ως έκταση ενός αντιληπτού προβλήματος των οικιακών προϋπολογισμών που συμβαδίζουν με τις οικονομικές περιστάσεις. Ο τέταρτος παράγοντας, επονομαζόμενος "Dissave/Disinvest" (κατανάλωση αποταμιεύσεων/ κεφαλαίου), είναι μια συμπεριφοριστική διάσταση της καταναλωτικής εμπιστοσύνης. Αυτός ο παράγοντας αντιπροσωπεύει την απροθυμία να αποταμιεύσει ή να επενδύσει το νοικοκυριό λόγω των περιορισμών του οικιακού προϋπολογισμού. Ο τελευταίος παράγοντας προτείνει τρόπους αύξησης εισοδήματος δουλεύοντας περισσότερο ή έχοντας δεύτερη απασχόληση παρά από το δανεισμό ή την πίστωση.

Μια άλλη ανησυχία είναι εάν αυτή η διαταγή ποικίλλει μεταξύ των διαφορετικών τμημάτων του πληθυσμού και κάποια προηγούμενη έρευνα έχει εξετάσει. Η προθυμία να εκτιμηθούν οι μεταβλητές, (καταναλωτική εμπιστοσύνη, τρόπος ζωής και psychographic μεταβλητές) ήταν λιγότερο σημαντική από τη



δυνατότητα να εκτιμηθούν οι μεταβλητές (μεταβλητές κοινωνικοοικονομικών και κύκλων ζωής).

Οι Swait *et al* (2000) στην μελέτη τους ερεύνουν τη σύνδεση μεταξύ της προσδοκώμενης αξίας και της συμπεριφοράς, και είναι σημαντική για δύο λόγους. Αφετέρου, είναι σαφές ότι η κατανόηση του αντίκτυπου της αξίας στην καταναλωτική συμπεριφορά (σε αντιδιαστολή με τις αντιλήψεις) είναι αμεσότερα σχετική με τις εκβάσεις όπως οι πωλήσεις και το εισόδημα, οι οποίες παρουσιάζουν εμφανές ενδιαφέρον για τις λιανικές και άλλες επιχειρήσεις. Αφετέρου, διαπιστώνεται ότι οι συμπεριφοριστικές προθέσεις αποτελούν ελλιπή προγνωστικά της καταναλωτικής συμπεριφοράς και υπογραμμίζουν τη σημασία της άμεσης αξιολόγησης και μελέτης της χρησιμότητας η οποία παρέχεται στους αγοραστές από τα εκάστοτε διαρκή αγαθά.

Προτείνεται ότι οι στρατηγικές επιλογής που χρησιμοποιούνται από τους καταναλωτές μπορούν να γίνουν αντιληπτές υπό μορφή τομέων αγοράς που δίνουν τη διαφορετική σημασία στην τιμή και την ποιότητα. Στο μοντέλο που αναπτύσσεται στη μελέτη, έχουμε υποθέσει ότι οι διάφορες λανθάνουσες κατηγορίες στον πληθυσμό χαρακτηρίζονται από τις παραμέτρους προτίμησής τους. Σε αυτήν την έρευνα υποστηρίζουμε ότι οι καταναλωτές καταναλώνουν συγκεκριμένα προϊόντα, τα διαρκή αγαθά. Τα διαρκή αγαθά στα οποία εστιάζει ανήκουν στην κατηγορία των ηλεκτρικών συσκευών. Οι καταναλωτές είναι πιθανότερο να ψάξουν και να ενημερωθούν καλύτερα για τα διαρκή αγαθά, όπως οι ηλεκτρικές συσκευές, απ' ό,τι για τα μη διαρκή. Συνεπώς, η απόφαση αγοράς ηλεκτρικών συσκευών είναι πιθανότερο να είναι λογικές λειτουργικές πτυχές, όπως η τιμή και η ποιότητα, σε αντιδιαστολή με τις κοινωνικές και συναισθηματικές πτυχές, είναι πιθανό να είναι οι σημαντικότερες εκτιμήσεις στην αξιολόγηση της χρησιμότητας προϊόντων.

Τα στοιχεία συλλέχθηκαν για κάθε μια από τις κύριες ηλεκτρικές αλυσίδες συσκευών στην Αυστραλία. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν σε δέκα σημαντικά καταστήματα, που αντιπροσωπεύουν 5 διαφορετικές αλυσίδες, που πωλούν τις ηλεκτρικές συσκευές στη δυτική Αυστραλία. Οι πελάτες προσεγγίστηκαν από τη στιγμή που άφησαν το κατάστημα, ανεξάρτητα από εάν είχαν αγοράσει το προϊόν που εξετάζαν ή όχι. Υποβλήθηκαν σε μια σειρά κατάλληλων ερωτήσεων και το τελικό δείγμα περιέλαβε τους πελάτες οι οποίοι α) είχαν αγοράσει ή στόχευαν να αγοράσουν ένα συγκεκριμένο προϊόν και ήταν σε θέση να το προσδιορίσουν από το εμπορικό σήμα, το πρότυπο και την τιμή του, β) εάν δεν είχαν αγοράσει το αγαθό, σκόπευαν να

το αποκτήσουν μέσα στον επόμενο χρόνο και γ) λόγω της ιδιαιτερότητας των υπηρεσιών του στοιχείου, είχε λάβει κάποια υπηρεσία ενώ βρίσκονταν στο κατάστημα.

Συνολικά 1748 επιλέξιμοι ερωτώμενοι έλαβαν ερωτηματολόγιο, από τα οποία μόνο 1068 ολοκληρώθηκαν με συνέπεια (ποσοστό απάντησης 61%), ενώ 28 ερωτηματολόγια δεν φάνηκαν χρήσιμα για το σκοπό της έρευνας· έτσι, το τελικό δείγμα διαμορφώθηκε στα 1040 άτομα. Στην έρευνα όπως ήδη αναφέρθηκε, έχουμε υποθέσει ότι οι διάφορες κατηγορίες του πληθυσμού χαρακτηρίζονται από τις παραμέτρους προτίμησής τους. Προτείνεται ότι οι στρατηγικές επιλογής μπορούν να κατηγοριοποιηθούν υπό μορφή τομέων αγοράς δίνοντας σημασία στην τιμή και την ποιότητα. Τρία τμήματα επομένως προτείνονται: 1) συνειδητοποιημένοι ως προς την τιμή, εκείνοι που επιδιώκουν τη χαμηλότερη τιμή, ενώ θεωρούν την ποιότητα λιγότερο σημαντική, 2) συνειδητοποιημένοι ως προς την ποιότητα, εκείνοι που επιδιώκουν την καλύτερη ποιότητα, ενώ η τιμή είναι λιγότερο σημαντική, 3) συνειδητοποιημένοι ως προς την αξία του αγαθού, εκείνοι που επιδιώκουν την απόκτηση ενός διαρκούς αγαθού το οποίο είναι σε θέση να καλύψει τις ανάγκες τους και η τιμή του συμβαδίζει με τα διαθέσιμα χρήματα.

Η τμηματοποίηση της αγοράς γίνεται με βάση τον προσανατολισμό αξίας η οποία στηρίζεται στη συμμετοχή ενεργών αγοραστών που διακρίνονται από καταναλωτική συνείδηση. Η καταναλωτική συμπεριφορά της πρώτης κατηγορίας καταναλωτών (43,8% ,η ποιότητα προέχει, ενώ δεν δίνουν σημασία στην τιμή) εκθέτει μεγαλύτερο ποσοστό μελλοντικών αγοραστών, ενώ οι καταναλωτές της δεύτερης (26,4%) και τρίτης (28,5%) παρόλο που ακολουθούν συγκεκριμένες στρατηγικές αξίας, θεωρητικά απέχουν από την αγοραστική διαδικασία.

### 5.3.Ευρωπαϊκές χώρες

Τα αποτελέσματα της έρευνας των Clarke *et al* (1982) κατά το χρονικό διάστημα Δεκεμβρίου 1979 - Γενάρη 1980, έδειξαν ότι για το δείγμα των 540 νοικοκυριών υπάρχει μια θεμελιώδης κλίμακα απόκτησης των αγαθών, όπως ακριβώς προέκυψε και από τους Kasulis *et al* (1979). Παράλληλα και εδώ, το δείγμα χωρίζεται σε δυο μεγάλες κατηγορίες. Αυτή των ιδιοκτητών και αυτή των ενοικιαστών. Σε αυτές τις δυο ομάδες παρατηρούνται μεγάλες διαφορές στην

καταναλωτική συμπεριφορά για την απόκτηση των παραπάνω διαρκών αγαθών. Στην κλίμακα ιδιοκτησίας των ιδιοκτητών βρίσκονται σχεδόν οι περισσότερες από τις δεκαπέντε συσκευές που αναφέρθηκαν, με πρώτη το ψυγείο και τελευταία το φούρνο μικροκυμάτων. Αντίστοιχα, για τους ενοικιαστές, ενώ η πρώτη σε προτίμηση συσκευή είναι το ψυγείο, δέκατη πέμπτη είναι η εντοιχισμένη πισίνα αυτό προκύπτει εξαιτίας των διαφορετικών συνθηκών και τρόπου ζωής. Ένας ακόμα λόγος για τον οποίο οι ενοικιαστές εμφανίζονται να αδιαφορούν για την απόκτηση πολλών διαρκών αγαθών, είναι γιατί δεν υπάρχει διαθέσιμo εισόδημα. Καταλήγοντας, όσον αφορά τη σύγκριση αμερικανών καταναλωτών και αυστραλιανών, η παρούσα μελέτη, εισηγείται πολιτιστικές, οικονομικές και κλιματολογικές διαφορές που υπάρχουν μεταξύ των δύο περιοχών.

Τα σύγχρονα νοικοκυριά αντιμετωπίζουν διάφορες οικονομικές αποφάσεις σχετικά με το εισόδημά τους, τι ποσό και με ποιο τρόπο να αποταμιεύσουν, και πώς να εξασφαλιστούν ενάντια σε πιθανές απώλειες. Πολλές από αυτές τις αποφάσεις παίρνονται συχνά, ακόμα και σε καθημερινή βάση, γι' αυτό και είναι πιθανό να μην γίνεται αντιληπτή η σπουδαιότητά τους. Εντούτοις, περιστασιακά οι οικογένειες αγωνίζονται με τις σκληρές αποφάσεις, παραδείγματος χάριν, για το πώς να αυξήσουν το εισόδημά τους σε δύσκολες περιόδους, να αγοράσουν ή όχι ένα σπίτι, ή πώς να περικόψουν τις δαπάνες προκειμένου να αυξηθεί η αποταμίευση για τα γηρατειά.

Ο σκοπός της μελέτης, των Karlsson *et al* (2004) είναι να ριχτεί φως στους παράγοντες που επηρεάζουν την οικιακή κατανάλωση διαρκών αγαθών. Επιπλέον μελετάται ο δείκτης ικανοποίησης από την κατανάλωση και οι μεταβλητές που την επηρεάζουν. Η μελέτη διεξήχθη σε μια μητροπολιτική περιοχή της Σουηδίας το έτος 1999. Το ερωτηματολόγιο αυτό είχε σταλεί σε τυχαία επιλεγμένο δείγμα 1110 νοικοκυριών. Τελικά όμως μόνο 411 νοικοκυριά συμμετείχαν στη μελέτη, συμπληρώνοντας ένα ερωτηματολόγιο. Από τα άτομα που απάντησαν 57,1 % ήταν γυναίκες, ενώ 30,4% ήταν γυναίκες. Η μέση ηλικία ήταν αυτή των 46 ετών εφόσον κυμαινόταν μεταξύ 22 και 75. Το ποσοστό των 26,3 βρέθηκαν άγαμοι, το 5,9 ήταν άγαμοι γονείς, το 37,4 ήταν ζευγάρια χωρίς παιδιά ενώ το ποσοστό των 30,4 βρέθηκαν έγγαμοι με παιδιά. Τέλος το μέσο μηνιαίο διαθέσιμο εισόδημα το οποίο προκύπτει ήταν 2028€.

Στο ερωτηματολόγιο οι ανταποκρινόμενοι απάντησαν σε ερωτήσεις σχετικά με την οικιακή οικονομία και κατανάλωση. Υπήρχαν τρία μοντέλα ερωτήσεων,

ξεκινώντας με ερωτήσεις σχετικές με την κατανάλωση και την αποταμίευση, συνεχίζοντας με ερωτήσεις σχετικές με τις συνθήκες διαβίωσης και τελειώνοντας με αυτές οι οποίες αναφέρονται στην οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού. Η κατανάλωση μετρήθηκε σε διαρκή και μη διαρκή αγαθά. Τα διαρκή αγαθά τα οποία συγκεντρώνονταν σε μια λίστα ήταν τα παρακάτω: πλυντήριο πιάτων, αυτοκίνητο, ηλεκτρονικός υπολογιστής, τηλεόραση, κάμερα, κινητό τηλέφωνο, έπιπλα και πακέτα διακοπών. Για τα διαρκή αγαθά, οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν να σημειώσουν ποια από αυτά αποκτήθηκαν τους τελευταίους δώδεκα μήνες και πόσο κόστισαν στον οικογενειακό προϋπολογισμό.

Το επίπεδο φιλοδοξίας για τα σύγχρονα νοικοκυριά είναι ένας από τους παράγοντες που επηρεάζουν τις οικονομικές του αποφάσεις. Στην παρούσα μελέτη το επίπεδο φιλοδοξίας θεωρείται ως υποκειμενικός στόχος που μπορεί περιστασιακά ή διαταξιακά να καθοριστεί. Αναφέρεται στο βαθμό στον οποίο οι οικογένειες θεωρούν την κατανάλωση διαφορετικών αγαθών και υπηρεσιών απαραίτητη. Ως εκ τούτου, όσο πιο πολύ θεωρούν οι οικογένειες τα αγαθά και τις υπηρεσίες απαραίτητες, τόσο υψηλότερα είναι τα επίπεδα φιλοδοξίας τους. Επιπλέον, κάποιος που επιδιώκει πολλά θα είναι λιγότερο ικανοποιημένος με μια δεδομένη έκβαση από κάποιον που επιδιώκει λιγότερα. Ένα μεγαλύτερο επίπεδο φιλοδοξίας μπορεί έτσι να υποτεθεί ότι αύξησε το επίπεδο κατανάλωσης, άρα να προσφέρει μεγαλύτερη ικανοποίηση, εφόσον αυτή συνδέεται με την κατανάλωση. Μια οικογένεια συγκρινόμενη με κάποια άλλη, μπορεί να την κοινωνική και οικονομική της ζωή, φτώχη. Κάτι τέτοιο, μπορεί να οδηγήσει σε χαμηλά επίπεδα φιλοδοξίας. Στο ερωτηματολόγιο, το επίπεδο φιλοδοξίας μετρήθηκε καλώντας τους συμμετέχοντες να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με την ικανοποίηση που τους προσφέρουν τα δεκαοχτώ διαρκή αγαθά και οι υπηρεσίες της λίστας.

Παράλληλα, στην παρούσα μελέτη ερευνάμε το ρόλο της διαχείρισης χρημάτων για την κατανάλωση. Υποθέτουμε ότι οι οικογένειες συμμετέχουν στις διοικητικές πρακτικές χρημάτων όπως ο οικονομικός προγραμματισμός και η κανονική αποταμίευση με το στόχο την κατανάλωση.

Ο οικονομικός προγραμματισμός και η κανονική αποταμίευση μπορεί να υποτεθεί ότι ευνόησαν τη μελλοντική κατανάλωση παρά την παρούσα κατανάλωση, και μπορούν επομένως να αναμένονται για να ασκήσουν αρνητική επίδραση στην παρούσα κατανάλωση. Εντούτοις, δεδομένου ότι τι είναι τώρα παρών η κατανάλωση είναι μια φορά μελλοντική κατανάλωση, αν και ο οικονομικός προγραμματισμός και

η κανονική αποταμίευση διευθύνεται σε μία προσπάθεια να ρυθμιστεί η κατανάλωση, ο αντίκτυπος στην παρούσα κατανάλωση μπορεί πραγματικά να περιοριστεί. Η οικιακή οικονομική κατάσταση μπορεί να έχει τα διαφορετικά αποτελέσματα στο βαθμό στον οποίο οι άνθρωποι συμμετέχουν στον οικονομικό προγραμματισμό και την κανονική αποταμίευση. Δεδομένου ότι η ανάγκη για τον οικονομικό προγραμματισμό ήταν μεγαλύτερη για τις οικογένειες με μια χειρότερη οικονομική κατάσταση, υποθέτουμε ότι η οικονομική κατάσταση ασκεί αρνητική επίδραση στο βαθμό οικονομικού προγραμματισμού.

Σε μια λίγο πιο διαφορετική έρευνα οι MacLennan *et al* (1998), στοχεύουν πρωταρχικά στο να εξετάσουν την οικιακή κατοικία, τις αλληλεπιδράσεις απόφασης αγοράς εργασίας και κατανάλωσης. Αυτή η έρευνα είναι βασισμένη σε δύο επιτροπές, οι συνδεμένες έρευνες διατομής συγκεντρώθηκαν στις τοπικές αγορές κατοικιών το 1988-89 και το 1992-93, και χρηματοδοτήθηκαν από το Joseph Rowntree Foundation (JRF). Ολοκλήρωσε ένα τυχαίο δείγμα 7968 οικογενειών ιδιοκτητών σπιτιού που βρέθηκαν σε πέντε περιοχές "διαδρομής για να πάει κανείς στη δουλειά" (Μπέρμιγχαμ, Μπρίστολ, Γλασκώβη, Νιουκάσλ και Σέφιλντ), και το Λονδίνο. Τα δείγματα δεν ήταν τυχαία αλλά δομημένα, λόγω της καταθλιπτικής κατάστασης της δραστηριότητας αγοράς, για να παραγάγουν τα παρόμοια μεγέθη υπο-δειγμάτων για τους μη-μετακινούμενους (οικογένειες που αγόρασαν την κατοικία τους πριν από το 1988), μετακινούμενους (οικογένειες που αγόρασαν την κατοικία τους κατά τη διάρκεια της περιόδου του 1989-1993). Ένα συνολικό δείγμα 1214 ιδιοκτητών κατοικιών συλλέχθηκε. Το όργανο ερευνών περιέλαβε άμεσες ερωτήσεις για τις αλλαγές στα στοιχεία της οικιακής κατανάλωσης και τις επιδράσεις των μεταβαλλόμενων τιμών κατοικίας κατά τη διάρκεια της περιόδου 1989-1993.

Το σχέδιο της κατανάλωσης προτείνει ένα σημαντικό εκ πρώτης όψεως ζήτημα ότι η εμπειρία αλλαγής πληρωμής και τιμών κατοικίας του δείγματος είχε μια χαρακτηρισμένη επίδραση στην κατανάλωση, τουλάχιστον για τις μη-ανάγκες. Οι μειώσεις ήταν πάντα μέγιστες για εκείνες τις οικογένειες με τα σοβαρότερα αναφερόμενα προβλήματα στη συνάντηση των πληρωμών υποθηκών. Ομοίως, εκείνες οι οικογένειες που αντιλήφθηκαν ότι οι μειωμένες τιμές κατοικίας είχαν μειώσει τον πλούτο τους, αναφερόμενες μειώσεις, πέρα από κάθε στοιχείο, τουλάχιστον δύο φορές τόσο συνήθως όπως εκείνοι που όχι. Τα παρόμοια σχέδια αναφέρθηκαν σε σχέση με την αναβολή των διαρκών αγαθών.

Η ροπή της αύξησης ή μείωσης της κατανάλωσης στα συγκεκριμένα στοιχεία και της αναβολή αγοράς των διαρκών αγαθών εξετάστηκε σε σχέση με το εισόδημα (1993), την εισοδηματική αλλαγή το 1989-93, τον μη-στεγάζοντα πλούτο, την ηλικία (ή την εικόνα του κύκλου της ζωής) και τις μεταβλητές αγοράς κατοικίας σχετικά με την πληρωμή υποθηκών και τους οικογενειακούς δεσμούς κατοικίας.

Αυτές οι δοκιμές οδηγούν στο συμπέρασμα ότι οι αλλαγές που μετρούν το δεσμό της οικογένειας και τα τρέχοντα εισοδηματικά επίπεδα δεν είχαν κανένα σημαντικό αποτέλεσμα στις μετατοπίσεις κατανάλωσης και ότι ο κύκλος της ζωής ή η ηλικία και τα ως προς την τοποθεσία ομοιώματα ήταν αμετάβλητα ασήμαντος.

Ο μη-στεγάζοντα πλούτος ήταν ο μόνος παράγοντας επίσης σημαντικός ο οποίος επηρεάζει την μη-αναβολή της αγοράς αυτοκινήτου. Δεν υπήρξε κανένα σημαντικό αποτέλεσμα, από τις επεξηγηματικές μεταβλητές που απαριθμήθηκαν ανωτέρω, στην απόφαση της αναβολής απόκτησης διαρκών αγαθών, όπως ψυγεία, τηλεοράσεις, βίντεο και στερεοφωνικών ηχοσυστημάτων. Οι καθυστερημένες πληρωμές υποθηκών και οι μεταβλητές απώλειες οικογενειακού και μη οικογενειακού πλούτου είχαν, αντίθετα από τις άλλες επεξηγηματικές μεταβλητές, τα σημαντικά και αναμενόμενα αποτελέσματα στο συγχρονισμό της αγοράς των διαρκών αγαθών.

Στη θέση ανάλυσης οπισθοδρόμησης τα ομοιώματα ήταν ασήμαντα και αποκλείονται από τις εκτιμήσεις αναφερόμενες κατωτέρω και οι μετρημένες απώλειες δεσμών κατοικίας δεν είχαν, πάλι, κανένα σημαντικό αποτέλεσμα. Αναμενόταν ότι οι μειώσεις και οι αναβολές κατανάλωσης θα ήταν χαμηλότερες για τις οικογένειες με τα υψηλότερα τρέχοντα εισοδήματα και τα μη-οικογενειακά περιουσιακά στοιχεία και θα ήταν μεγαλύτερα για εκείνους που χάνουν το εισόδημα τους, ή που αντιμετωπίζουν δυσκολίες πληρωμής υποθηκών και που αντιλαμβάνονται τις απώλειες πλούτου κατοικίας. Η οικιακή ηλικία και το μέγεθος του νοικοκυριού περιλήφθηκαν επίσης ως επεξηγηματικές μεταβλητές χωρίς την εκ των προτέρων υπόθεση για τα αποτελέσματά τους.

Ο πλούτος εκτός νοικοκυριού, είχε μια σημαντική επίδραση στις απομονωμένες οικογένειες, την ανάγκη δηλαδή μείωσης ή και αναβολής απόκτησης διαρκών αγαθών. Τα πιο υψηλά επίπεδα τρέχοντος εισοδήματος συνδέθηκαν με τη μικρότερη ανάγκη να ρυθμιστούν οι κανονικές δαπάνες. Εντούτοις, το χαμένο εισοδηματικό ομοίωμα είχε την ισχυρότερη θετική επίδραση στη μεταβαλλόμενη και κανονική κατανάλωση και στην ανθεκτική αναβολή κατανάλωσης διαρκών αγαθών.

παράλληλα, και οι δυσκολίες πληρωμής υποθηκών και οι αντιληπτές απώλειες πλούτου στέγασης είχαν επίσης θετική επίδραση.

Οι N. Karlsson *et al* (2004) για την έρευνά τους, διεξήγαγαν δυο πειράματα με φοιτητές από το Πανεπιστήμιο του Göteborg, ως αντικείμενα μελέτης. Σκοπός τους ήταν να εξεταστούν οι τρόποι με τους οποίους το εισόδημα επιδρά στις καταναλωτικές επιλογές ή τις αναβάλλει. Στην παρούσα μελέτη, η ερώτηση η οποία τέθηκε είναι εάν η συμπεριφοριστική θεωρία κύκλου της ζωής είναι σε θέση να προσδιορίσει το πώς οι προσωρινές εισοδηματικές αλλαγές επηρεάζουν τις συγκεκριμένες αποφάσεις αγοράς.

Στο πρώτο πείραμα το δείγμα ήταν 32 φοιτητές πανεπιστημίου, στους οποίους προσφέρθηκαν υποθετικές επιλογές απόκτησης διαρκών αγαθών άμεσα ή με κάποια καθυστέρηση εξαιτίας αυξομειώσεων στο τρέχον εισόδημα. Σύμφωνα με την συμπεριφοριστική θεωρία των κύκλων ζωής (Shefrin & Thaler, 1988, 1992), και δεδομένου ότι η ροπή προς την κατανάλωση είναι μικρότερη όταν αποταμιεύονται χρήματα τα οποία πρέπει να χρησιμοποιηθούν, οι φοιτητές φαίνεται ότι επιδιώκουν να αποκτήσουν αγαθά μετά από μια εισοδηματική αύξηση ενώ αναβάλουν την αγορά τους μετά από μια εισοδηματική μείωση. Προκειμένου να γίνουν προβλέψεις εάν το αποτέλεσμα αγοράς είναι θετικό ή αρνητικό, οι 32 φοιτητές χωρίστηκαν τυχαία σε δυο ισάριθμες ομάδες. Ο μέσος όρος ηλικίας ήταν τα 29,7 έτη με ηλικίες οι οποίες κυμαίνονταν από 19 έως 46 έτη. Η αμοιβή ανά φοιτητή ήταν 7\$.

Η διαδικασία έχει ως εξής: και στις δυο ομάδες δόθηκαν αρχικά οδηγίες σχετικά με τη διεξαγωγή του πειράματος. Όλα τα άτομα γνώριζαν εκ των προτέρων ότι οι αγοραστικές επιλογές οι οποίες θα παρουσιαστούν είναι υποθετικές-φανταστικές και κλήθηκαν να αντιδράσουν σαν να ήταν πραγματικές. Οι επιλογές απόκτησης διαρκών αγαθών κυμαίνονταν στις παρακάτω επιλογές: αγορά σι-ντι πλέιερ (“CD player”), βιβλιοθήκης, τηλεφωνικής συσκευής και γραφείου εργασίας. Οι φοιτητές υποβλήθηκαν σε θετικές και αρνητικές αγοραστικές διαδικασίες. Η αγορά νέων μοντέλων προϊόντων σε περίοδο εκπτώσεων αποτελούσε την θετική, ενώ η αρνητική αγοραστική διαδικασία περιελάμβανε αγαθά κατεστραμμένα, τα οποία έχρηζαν αντικατάστασης.

Για κάθε μια κατάσταση, θετική ή αρνητική, οι φοιτητές κλήθηκαν να επιλέξουν την απόκτηση κάποιου αγαθού ή την αναβολή της και παράλληλα αν ο τρόπος που αποφάσισαν να πράξουν κρίνεται αποφασιστικός ή μη. Ο βαθμός αποφασιστικότητας κλιμακώνεται από 0 έως 100• με το μηδέν (0) να καθορίζει

άτομα χαμηλής αποφασιστικότητας, το πενήντα (50) μέτριας και τέλος, το εκατό (100) υψηλής αποφασιστικότητας εξεταζόμενους.

Συμπερασματικά λοιπόν στο πρώτο πείραμα, η αύξηση του εισοδήματος είχε θετική επιρροή στην κατανάλωση και των δυο ομάδων, όπως είχε προβλεφθεί από τη συμπεριφοριστική θεωρία του κύκλου ζωής και όχι η ασφάλεια που τους προσέφεραν τα αποταμιευμένα χρήματα.

Στο δεύτερο πείραμα των N.Karlsson *et al* (2004) παρουσιάστηκαν τέσσερις υποθετικές καταστάσεις: α) αύξηση εισοδήματος, χωρίς αποταμίευση, β) μικρή αύξηση εισοδήματος, με αποταμίευση, γ) δεδομένο εισόδημα, με αποταμίευση και δ) μείωση εισοδήματος με αποταμίευση. Οι δυο ενδιάμεσες καταστάσεις των αλλαγών στο εισόδημα κάνουν εφικτό τον προσδιορισμό των αιτιών της αποφασιστικότητας για τη χρήση των αποταμιευμένων χρημάτων, την αλλαγή του εισοδήματος ή τον συνδυασμό χρήσης εισοδήματος και αποταμίευσης. Ως εκ τούτου, ο στόχος του πειράματος ήταν να διακρίνει τους διαφορετικούς τρόπους με τους οποίους η διανοητική λογιστική μπορεί να επιβάλει περιορισμούς στις αποφάσεις αγοράς. Οι περιπτώσεις που παρουσιάζονται παρακάτω δεν εξαντλούν όλες τις δυνατότητες αλλά αντιπροσωπεύουν τις τρεις προβλέψεις σχετικά με το πώς η προθυμία απόκτησης αγαθών επηρεάζεται από την εισοδηματική αλλαγή. Πρώτον, η απροθυμία να χρησιμοποιήσουν τα αποταμιευμένα χρήματα, δεύτερον, οι επιδράσεις από αλλαγές στο εισόδημα και τρίτον, η επάρκεια δεδομένου εισοδήματος.

Και σε αυτό το πείραμα το δείγμα αποτέλεσαν 32 φοιτητές πανεπιστημίου οι οποίοι χωρίστηκαν σε 32 ομάδες 16 αντρών και 16 γυναικών. Ο μέσος όρος ηλικίας ήταν τα 24,7 έτη μεταξύ ηλικιών 18 και 24 χρόνων. Σε αυτή την έρευνα χρησιμοποιήθηκε μόνο η θετική καταναλωτική κατάσταση και στους φοιτητές παρουσιάστηκαν 16 διαφορετικές επιλογές όσον αφορά τα αγαθά, τις τιμές τους, τις αλλαγές στο εισόδημα και στο ποσό των χρημάτων που προορίζονταν για αποταμίευση. Τα είδη των αγαθών ποίκιλαν μεταξύ των ατόμων των ομάδων. Στα μισά άτομα προσφέρθηκαν διαρκή αγαθά (βιβλιοθήκη, σι-ντι πλέιερ(“CD player”), τηλεφωνική συσκευή και γραφείο εργασίας) και στα άλλα μισά μη διαρκή (τετραήμερη εκδρομή, διοργάνωση πάρτυ, δείπνο με φίλους). Παράλληλα, προσφέρθηκαν και τέσσερις εισοδηματικές αλλαγές: α)εισοδηματική αύξηση χωρίς αποταμίευση, β)μικρή εισοδηματική αύξηση χωρίς αποταμίευση, γ)δεδομένο εισόδημα χωρίς αποταμίευση και δ)μείωση εισοδήματος χωρίς αποταμίευση. Η όλη διαδικασία είχε διάρκεια 15 λεπτά.



Η κλίμακα αποφασιστικότητας απόκτησης αγαθών εξήγαγε θετικό αποτέλεσμα σε περίπτωση που τα άτομα επέλεξαν να αγοράσουν αγαθά, σε αντίθετη περίπτωση το αποτέλεσμα ήταν αρνητικό. Τα αποτελέσματα της εισοδηματικής αλλαγής βρέθηκαν να έχουν διαφορετική επίδραση μεταξύ των διαρκών και μη διαρκών αγαθών. Συγκεκριμένα, η απόκτηση των πρώτων έχει μεγάλη εξάρτηση από το εισόδημα του τρέχοντος μήνα συνεπώς και η κατανάλωση τους αυξάνεται με ενδεχόμενη αύξηση και μειώνεται αντίστοιχα με πιθανή μείωση.

Στη μελέτη του Antonides (1991) παρουσιάζεται ένα οικονομικό ψυχολογικό πρότυπο ενός μεμονωμένου καταναλωτή και οι πιθανότητες αντικατάστασης ενός διαρκούς αγαθού. Λαμβάνοντας υπόψη μια ατέλεια σε ένα αγαθό, που απορρίπτει τη συμπεριφορά εξηγείται από τη διαφορά μεταξύ της χρησιμότητας της επισκευής ή της διατήρησης του αγαθού και της χρησιμότητας έως την πλήρη καταστροφή του αγαθού και της αντικατάστασης του από ένα άλλο ένα. Το πρότυπο έχει υπολογιστεί στα στοιχεία από μια καταναλωτική έρευνα σχετικά με το πλυντήριο ρούχων.

Στην έρευνα επιλέχθηκαν τυχαία 6000 καταναλωτές από τηλεφωνικό κατάλογο. Από αυτούς μόνο 1253 άτομα ήταν πρόθυμα να συμμετάσχουν στην έρευνα και μάλιστα με την προϋπόθεση ότι είχαν στην κατοχή τους πλυντήριο ρούχων τουλάχιστον τα τελευταία 5 έτη. Αυτή η επιλογή των ατόμων διήρκεσε σχεδόν 1 χρόνο από το Δεκέμβριο του 1982 έως το Φεβρουάριο του 1983. Στη συνέχεια ακολούθησε τηλεφωνική συνέντευξη που σκοπό είχε τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τις ιδιότητες του παραπάνω διαρκούς αγαθού. Πιο αναλυτικά, τον προσδοκώμενο υπολειπόμενο χρόνο ζωής του, την επιθυμητή τιμή και την ανθεκτικότητα ενός νέου.

Ταυτόχρονα, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να αναφέρουν τεχνικά προβλήματα της συσκευής στο παρελθόν και να προβλέψουν πιθανές στο μέλλον. Ακολούθως, και αφού είχε αναφερθεί ζημιά ή καταστροφή του, ζητήθηκε στα άτομα να υπολογίσουν τα έξοδα επισκευής του αγαθού και πάλι απαντώντας τηλεφωνικά. Ακολούθησε προσωπική συνέντευξη με το άτομο που ηγείται του νοικοκυριού. Η επιθυμητή τιμή επισκευής του αγαθού βρέθηκε κατά μέσο όρο υψηλότερη για τα άτομα που «πετάνε» το πλυντήριο, σε σύγκριση με αυτούς που το επιδιορθώνουν. Παρατηρήθηκε επίσης ότι ο αυξημένος ρυθμός έκπτωσης, οδηγεί σε περισσότερες επισκευές σε περίπτωση ζημιάς ακόμα και αν αυτό σημαίνει υψηλό ετήσιο κόστος διαρκών αγαθών.

Η μελέτη του Miles (1997) χρησιμοποιεί στοιχεία από τη μικροοικονομία για να προσδιορίσει τους καθοριστικούς παράγοντες του οικιακού εισοδήματος και

για να μετρήσει πώς το ανθρώπινο δυναμικό και η αβεβαιότητα αποδοχών έχουν επιπτώσεις στην κατανάλωση. Υπολογίζουμε επίσης πώς οι ιδιοκτήτες σπιτιού αντιδρούν στα κύρια κέρδη της κατοικίας και αξιολογούν εάν αυτά τα κέρδη αντιμετωπίζονται με τον ίδιο τρόπο όπως άλλες πηγές εισοδήματος. Χρησιμοποιώντας τα στοιχεία βρετανικών μικροοικονομίας δείχνουμε ότι οι εκτιμήσεις του μόνιμου εισοδήματος και της αβεβαιότητας αποδοχών έχουν ισχυρά αποτελέσματα στην κατανάλωση. Διαπιστώνουμε ότι τα προληπτικά κίνητρα μπορούν να αποτελέσουν το ουσιαστικό ποσοστό της οικιακής αποταμίευσης. Παρέχουμε επίσης τις εκτιμήσεις του σχεδιαγράμματος αποδοχών για τις διάφορες επαγγελματικές ομάδες και την επιστροφή τους στην εκπαίδευση.

Η πηγή στοιχείων είναι η έρευνα οικογενειακών δαπανών (FES) η οποία παρέχει ένα δείγμα πάνω από 5000 οικογενειών για κάθε μια από τις πέντε μελέτες οι οποίες διεξήχθησαν μέσα σε 5 χρόνια. (1968, 1977, 1983, 1986, 1990). Για κάθε έτος έχουμε μια διατομή των οικογενειών που αποτελεί ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα. Επειδή υπάρχουν στοιχεία από τέσσερις δεκαετίες είναι εφικτή η αξιολόγηση των διαδικασιών που οδηγούν στα εισοδήματα και στην κατανάλωση σε περιοχές κοντά στο Μεγάλο Λονδίνο ("Greater London").

Οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για να εξεταστεί η επίδραση στην κατανάλωση ήταν το εισόδημα από εργασία και από δραστηριότητες εκτός εργασίας (ενοίκια). Οι μεταβλητές που χρησιμοποιούνται για να εξηγήσουν το οικιακό εισόδημα περιλαμβάνουν: την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση του αρχηγού της οικογένειας, τον αριθμό των εργαζόμενων μελών στην οικογένεια, τον αριθμό των ενηλίκων στην οικογένεια, τον αριθμό των παιδιών, το φύλο και το επάγγελμα/απασχόληση του κεφαλίου του νοικοκυριού (εννέα κατηγορίες συμπεριλαμβανομένου του ελεύθερου επαγγελματία, του ανειδίκευτου εργάτη, του υπαλ. γραφείου, εξειδικευμένου εργάτη, κ.λ.π.). Από την έρευνα αποκλείστηκαν τα νοικοκυριά των οποίων ο αρχηγός, ήταν άνω των 55 ετών, άνεργος ή συνταξιούχος. Τελικά, το σύνολο του δείγματος μετά από διεργασίες ομαλοποίησης αποτελεσμάτων ήταν 2.974 άτομα το έτος 1986 και 3.407 το 1968.

Ο καθορισμός κατανάλωσής, περιλαμβάνει τις δαπάνες για τα διαρκή και μη διαρκή αγαθά και για τις υπηρεσίες. Αποφασίστηκε να συμπεριληφθούν οι δαπάνες για όλα τα διαρκή αγαθά εκτός από τα αυτοκίνητα, όπου η κλίμακα και η σποραδικότητα των αγορών είναι ιδιαίτερα προβληματικές και πού η επικράτηση των αυτοκινήτων επιχείρησης προσθέτει περαιτέρω δυσκολίες. Παράλληλα,

αποφασίστηκαν 2 είδη μέτρησης κατανάλωσης. Το ένα περιλαμβάνει το ενοίκιο και το καθ' υπολογισμό εισόδημα από την οικία-ιδιοκτησία, ενώ το δεύτερο μέτρο τις αποκλείει.

Τέλος, βρέθηκε ότι η εισοδηματική σταθερά εκμετάλλευσης, σε οικογένειες με περισσότερους άτομα, το οποίο στην παρούσα έρευνα σημαίνει συνήθως περισσότερα παιδιά, προσθέτει μεταξύ 6% και 12% στην κατανάλωση. Αλλά σε αντίθεση με την επίδραση του συνολικού αριθμού ανθρώπων, η επίδραση της μεταβλητότητας στον αριθμό οικιακών μελών που εργάζονται είναι μικρή.

Το καθαρό εισόδημα από τα οικονομικά προτερήματα δεν εμφανίστηκε να ασκεί καλά καθορισμένη επίδραση στην κατανάλωση αλλά το καθ' υπολογισμό εισόδημα από την εγχώρια ιδιοκτησία φαίνεται να έχει μια ισχυρή και συνεχή επίδραση.

Η μελέτη των Pickering *et al* (1983) εκθέτει μια εξερεύνηση της δομής της καταναλωτικής εμπιστοσύνης σε τέσσερις από τις χώρες που συμμετέχουν στις εναρμονισμένες από την ΕΟΚ έρευνες καταναλωτικών τοποθετήσεων. Η ανάλυση είναι βασισμένη σε δύο έρευνες της ΕΟΚ για κάθε μια από τις ενδιαφερόμενες χώρες και χρησιμοποιεί τις λύσεις στους πρώτους τρεις παράγοντες των στοιχείων. Διαπιστώθηκε ότι οι έρευνες στις διαφορετικές χώρες είχαν παρόμοιες δομές παράγοντα οι οποίες ερμηνεύονται ως γενικοί οικονομικοί όροι: προσωπικών οικονομικών περιστάσεων και προθέσεων οικιακής κατανάλωσης σε διαρκή αγαθά. Η θέση των προσδοκιών και της στάσης τιμών απέναντι στην αποταμίευση μέσα σε αυτές τις δομές παράγοντα, εξετάζεται επίσης καθώς παρουσιάζει ενδιαφέρον στην ερμηνεία της καταναλωτικής συμπεριφοράς.

Για τη συγκεκριμένη μελέτη, τα δεδομένα συλλέχθηκαν από τέσσερις χώρες, τη Δανία, την Ιρλανδία, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Δύο διαφορετικά σημεία ερευνών χρησιμοποιήθηκαν τον Οκτώβριο του 1974 και τον Οκτώβριο του 1976 με μεγέθη δειγμάτων 5000 περισσότερους καταναλωτές σε κάθε χώρα. Οι ερωτήσεις στις οποίες κλήθηκαν να απαντήσουν, εξέταζαν την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού στη διάρκεια ενός έτους, την προσδοκώμενη κατάσταση για τον επόμενο χρόνο, την πρόθεση απόκτησης διαρκών αγαθών, τη διάθεση αποταμίευσης χρημάτων. Τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται σε αυτή την έρευνα προτείνουν ότι υπάρχει μια σύμφωνη, αν και σύνθετη δομή καταναλωτικής εμπιστοσύνης στις τέσσερις χώρες της ΕΟΚ που καλύπτονται σε αυτήν την ανάλυση. Τα μεγάλα μεγέθη δειγμάτων που χρησιμοποιούνται επιβεβαιώνουν την

ισχύ αυτού του αποτελέσματος. Φαίνεται λογικό να συναχθεί το συμπέρασμα ότι τα κύρια συστατικά των εναρμονισμένων καταναλωτικών ερευνών της ΕΟΚ είναι τρία και μπορούν να προσδιοριστούν ως εξής: Γενικοί οικονομικοί όροι, Προσωπικές οικονομικές περιστάσεις, Προθέσεις απόκτησης διαρκών αγαθών. Στα πλαίσια του περιεχομένου είναι σαφώς σχετικοί και εμφανίζονται να καθορίζουν τις αρκετά διαφορετικές επιρροές στη γενική απόφαση αγορών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

### 6.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η εμπειρική ανάλυση της εν λόγω πτυχιακής μελέτης, αφορά την καταναλωτική συμπεριφορά του σύγχρονου νοικοκυριού για την περίπτωση των διαρκών αγαθών στην περιοχή των Αθηνών. Η διερεύνηση των προσδιοριστικών παραγόντων που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή προέκυψαν κατά κύριο λόγο από δειγματοληπτική έρευνα σε νοικοκυριά εντός της Αττικής.

Το σύνολο των ερωτηματολογίων τα οποία μοιράστηκαν κατά το χρονικό διάστημα 08/02/07 έως 27/04/07, ήταν 180 εκ των οποίων επιστράφηκαν 160 συμπληρωμένα και τελικώς απαντήθηκαν ορθώς τα 130, με ποσοστό αποδοχής 81,25%. Τα άτομα που κλήθηκαν να απαντήσουν κατοικούν σε κεντρικές και προαστιακές περιοχές της Αττικής, όπως Βόρεια Προάστια (Χαλάνδρι, Βριλήσσια, Κηφισιά, Μελίσσια, Πολιτεία, Ηράκλειο, Λυκόβρυση) με ποσοστό 28%, Νότια Προάστια (Ηλιούπολη, Υμηττό, Βύρωνα) με ποσοστό 22%, ενώ το υπόλοιπο 50% ανήκει στις περιοχές του Νέου Κόσμου, του Γαλασίου, του Λυκαβηττού, των Αμπελοκήπων και της Πανόρμου.

Πιο συγκεκριμένα, κάθε ερωτηματολόγιο που παρατίθεται περιλαμβάνει 31 ερωτήσεις, οι οποίες κατηγοριοποιούνται σε τρεις μεγάλες ομάδες. Η πρώτη περιλαμβάνει ερωτήσεις που αναφέρουν τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων, Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά (demographics) είναι ανεξάρτητες πληθυσμιακές μεταβλητές, που χρησιμοποιούνται σε όλες σχεδόν τις εμπειρικές έρευνες. Τα πιο βασικά δημογραφικά χαρακτηριστικά είναι το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η οικογενειακή κατάσταση, η απασχόληση και το εισόδημα. Η εξέταση των δημογραφικών χαρακτηριστικών του ερευνώμενου αντικειμένου αποτελεί απαραίτητη συνθήκη αξιοπιστίας για κάθε έρευνα. Αυτό ισχύει γιατί τα δημογραφικά χαρακτηριστικά μπορούν να συσχετισθούν με τα αποτελέσματα της έρευνας και να αποδοθούν σ' αυτά τάσεις και συμπεριφορές όπως το φύλο, την ηλικία, το μηνιαίο ατομικό και ετήσιο οικογενειακό εισόδημα των νοικοκυριών, την οικογενειακή κατάσταση και τον τύπο κατοικίας. Τέτοιου είδους έρευνες έχουν πραγματοποιηθεί και από τους Dickson *et al* (1983), Miles (1997) και Karlsson *et al* (1999).

Οι ερωτήσεις που μετρούν το επίπεδο οικονομικής κατάστασης, τον οικονομικό προγραμματισμό των νοικοκυριών και το επίπεδο ικανοποίησης τους συγκροτούν την δεύτερη κατηγορία. Από τις ερωτήσεις αυτού του είδους, ζητείται από τους καταναλωτές ο αριθμός των διαρκών αγαθών που κατέχει το νοικοκυριό, να προσδιοριστεί ο χρόνος της τελευταίας απόκτησης τους και ο χρόνος αντικατάστασης τους. Παράλληλα, πληροφορούμαστε για τα είδη των καταστημάτων από τα οποία αποκτούν τα νοικοκυριά τα διαρκή αγαθά, αλλά και τα μέσα από τα οποία ενημερώνονται για αυτά, όπως είναι τα διαφημιστικά σπότ σε ράδιο, τηλεόραση, οι εφημερίδες, τα περιοδικά, κ.α..

Οι ερωτήσεις που σχετίζονται με τον οικονομικό προγραμματισμό, αναφέρονται στο αν το νοικοκυριό προβαίνει σε αποφάσεις δανεισμού, προσχεδιασμού αξιοποίησης μισθού, περικοπών περιττών εξόδων και έρευνας αγοράς. Επιπλέον, οι εξεταζόμενοι απαντούν στο αν κάνουν αποταμίευση ή όχι, τα ποσά που αποταμιεύουν ετησίως, καθώς και τους τρόπους που επιλέγουν για την πληρωμή των διαρκών αγαθών που αποκτούν. Τέλος, οι ερωτήσεις που αφορούν στις γνώσεις των καταναλωτών για την κατάληξη των διαρκών αγαθών και την σειρά προτεραιότητας απόκτησης τους στην περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού, ανήκουν στην ομάδα των υποθετικών ερωτήσεων.

Οι ερωτήσεις που χρησιμοποιούνται είναι κυρίως κλειστού τύπου, ερωτήσεις στις οποίες γίνεται χρήση κλιμάκων Likert, με πέντε διαβαθμίσεις οι οποίες εκφράζουν τα εξής: καθόλου, πολύ λίγο, λίγο-μέτρια, πολύ και πάρα πολύ - κλιμάκων ψευδομεταβλητών, που διαθέτουν αποκλειστικά θετική ή αρνητική απάντηση - ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, αλλά και υποθετικές ερωτήσεις στις οποίες οι ερωτώμενοι καλούνται να αποφασίσουν τη σειρά προτεραιότητας απόκτησης διαρκών αγαθών.

Το εύρος των ηλικιών των ατόμων που βοήθησαν στην έρευνά απαντώντας στα ερωτηματολόγια, κυμαίνεται από τα 19 έως τα 70 έτη. Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος αντιπροσωπεύεται από τις γυναίκες με ποσοστό 62,3%, ενώ οι άνδρες αποτελούν μόνο το 37,7%.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα ακολουθήσει ανάλυση κατανομών συχνοτήτων αναλυτικά, παραθέτοντας τα αποτελέσματα των συχνοτήτων, των σχετικών συχνοτήτων, των αθροιστικών και σχετικών αθροιστικών συχνοτήτων και παράλληλα ανάλυση πινάκων διπλής εισόδου.

## 6.2.ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΔΙΑΡΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν στην περιοχή της Αττικής μέσα σε διάστημα τριών μηνών. Το εύρος των ηλικιών που απάντησαν κυμαίνεται στα 19 έως 60 έτη, με μέσο όρο ηλικίας τα 39,3 έτη. Το δείγμα, αποτελείται από 81 γυναίκες και 49 άντρες.

Όσον αφορά στην οικογενειακή κατάσταση των ατόμων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο το μεγαλύτερο ποσοστό που εμφανίζεται είναι αυτό των παντρεμένων με παιδιά, δηλαδή το 46,9%. Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό που εμφανίζεται είναι το 36,2% των ανύπαντρων. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι το 55,4% των νοικοκυριών τα οποία εξετάστηκαν έχουν παιδιά, ενώ το ποσοστό των νοικοκυριών χωρίς παιδιά αγγίζει το 45% περίπου. Εκ των οικογενειών με παιδιά το 34,6% έχουν δύο παιδιά, το 15,4% έχουν ένα παιδί, ενώ παρατηρείται απουσία οικογενειών με τέσσερα παιδιά. Μέσος όρος ηλικίας του πρώτου παιδιού έκαστης οικογένειας είναι τα 4,77 χρόνια, του δεύτερου τα 0,73 χρόνια και του τρίτου προκύπτει αρνητικός αριθμός -7,37 χρόνια. Από τα 130 νοικοκυριά που αναλύονται τα 63 από αυτά, δηλαδή το 48,5% αποτελούν τετραμελείς οικογένειες και ακολουθούν οι τριμελείς με 20,8%.

Στη συνέχεια εξετάστηκε το επίπεδο μόρφωσης των ερωτηθέντων το οποίο αποτελεί βάση στην περαιτέρω έρευνα, καθώς ακολουθούν ερωτήσεις που αναφέρονται σε οικονομικές αποφάσεις του νοικοκυριού και σε αποφάσεις καταναλωτικού προτύπου. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι στο δείγμα μας παρατηρήθηκε ποσοστό 43,1% ανώτατα εκπαιδευμένων ατόμων το οποίο είναι ισότιμο με αυτό των κατεχόντων απολυτηρίου λυκείου. Ειδικότερα, το 13,1% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος, το 16,2% είναι πτυχιούχοι των ΑΕΙ και 13,8% βρέθηκαν πτυχιούχοι των ΤΕΙ.

Ακολούθως, όσον αφορά στην απασχόληση των ερωτηθέντων το 50% του πληθυσμού δήλωσαν ότι είναι δημόσιοι υπάλληλοι, ενώ στον ιδιωτικό τομέα απασχολείται μόνο το 23,8%. 10,8% είναι το ποσοστό των ανέργων το οποίο εμφανίζεται κυρίως στις μικρές ηλικίες από 19 έως 22 ετών, γι' αυτόν κυρίως το λόγο εμφανίζεται 80% το ποσοστό των ατόμων τα οποία δεν έχουν δεύτερη απασχόληση, ενώ 11 άτομα επέλεξαν τα οικιακά ως είδος δεύτερης απασχόλησης.

Στην σχετική ερώτηση για το μηνιαίο προσωπικό εισόδημα, τα 1100€ με 1400€ αποτελούν την πιο συνηθισμένη απάντηση με ποσοστό 29,2% και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα μεταξύ 10.000€ με 20.000€ το 28,5%.

Εφόσον το θέμα της μελέτης αφορά στην καταναλωτική συμπεριφορά των νοικοκυριών και πιο συγκεκριμένα την δυνατότητα απόκτησης διαρκών αγαθών, είναι σημαντικό να γνωρίζουμε τον τύπο κατοικίας των ερωτώμενων και την κυριότητα αυτής. Αντίστοιχα λοιπόν για το είδος της κατοικίας το 60,8% απαντά ότι διαμένει σε διαμέρισμα πολυκατοικίας, το 16,9% σε μονοκατοικία, το 15,4% σε διαμέρισμα διπλοκατοικίας και μόνο το 6,9% κατοικεί σε μεζονέτα, ενώ σε σχέση με την κυριότητα της, το 76,2% του δείγματος δήλωσε ότι μένει σε ιδιόκτητη κατοικία, ενώ μόνο το 23,8% σε ενοίκιο.

Στις ερωτήσεις οι οποίες μετρούν το επίπεδο οικονομικής κατάστασης, τον οικονομικό προγραμματισμό και το επίπεδο ικανοποίησης, εμφανίζονται ερωτήσεις που σχετίζονται με την κατοχή, τον αριθμό και το χρόνο αντικατάστασης διαρκών αγαθών από μια λίστα 21 αγαθών. Το ψυγείο και η τηλεόραση επιλέγονται σαν χαρακτηριστικές οικιακές συσκευές και από τα 130 νοικοκυριά του δείγματος με την τηλεόραση να υπερέχει και σε αριθμό συσκευών με ποσοστό 33,8% για αυτούς που κατέχουν τουλάχιστον μια. Ακολουθούν η ηλεκτρική κουζίνα και το πλυντήριο ρούχων με 99,2%, ενώ σπάνια συναντάται η μηχανή του γκαζόν με ποσοστό κατοχής 10% και η πισίνα με ποσοστό κατοχής μόλις 4,6%, δηλαδή σε 6 οικογένειες από την περιοχή της Κηφισιάς, της Πολιτείας και του Λυκαβηττού. Οι συσκευές διασκέδασης όπως στερεοφωνικό συγκρότημα, συσκευή DVD, φωτογραφική μηχανή και ηλεκτρονικός υπολογιστής εμφανίζουν επίσης υψηλά ποσοστά κατοχής 86,2%, 83,8%, 82,3% και 76,9% αντίστοιχα. Από αυτές μεγαλύτερο ποσοστό κατοχής μιας συσκευής, παρατηρείται για το DVD 66,9%. Τέλος από το χρόνο αντικατάστασης των διαρκών αγαθών παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο μέσο χρόνο αντικατάστασης κατέχουν α) ο θερμοσίφωνας με 11,04 έτη, β) η κουζίνα με 10,68 έτη, και γ) το ψυγείο με 10,39 έτη. Όσον αφορά στο τελευταίο νεοαποκτηθέν διαρκές αγαθό είναι το αυτοκίνητο με 5,4 έτη χρόνο αντικατάστασης κατά μέσο όρο.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι αρνητικές απαντήσεις στο ερώτημα: «Σας έχουν προσφέρει ποτέ κάποια συσκευή ως δώρο» υπερτερούν, με εξαίρεση τη συσκευή της τηλεόρασης στην οποία μόνο το 25,4 % απάντησε θετικά.

Τα καταστήματα από τα οποία αποκτούμε τα διαρκή αγαθά, οι τρόποι με τους οποίους ενημερωνόμαστε για αυτά, αλλά και οι τρόποι πληρωμής τους είναι θέματα



που άπτονται της παρούσας μελέτης. Ειδικότερα παρατηρήθηκε ότι οι ερωτώμενοι, ως καταναλωτές προτιμούν να αποκτούν τα διαρκή τους αγαθά από αλυσίδες ηλεκτρικών συσκευών, με ποσοστό 68,5% ενώ αμέσως επόμενη επιλογή τους είναι τα μεγάλα εμπορικά καταστήματα με ποσοστό 21,5%. Από την άλλη, τα διαφημιστικά σπότ της τηλεόρασης και η πληροφόρηση από εφημερίδες και περιοδικά έχουν ισάριθμα ποσοστά 61,5%, ενώ σημαντική είναι και η πληροφόρηση για τα νέα αγαθά από φίλους και συγγενείς με ποσοστό 49,2%.

Όπως φαίνεται από την έρευνά μας η πλειοψηφία δηλαδή το 85,4% του πληθυσμού του δείγματος εκφράζει πως οι νέες αγορές διαρκών αγαθών συμβαίνουν μετά από οικογενειακό οικονομικό προγραμματισμό. Η αποταμίευση, οι περικοπές άλλων εξόδων, ο δανεισμός χρηματικών ποσών, ο σωστός προσχεδιασμός αξιοποίησης μισθού και η έρευνα αγοράς αποτελούν μερικές από τις αποφάσεις που αφορούν στον οικονομικό προγραμματισμό. Πιο ειδικά παρατηρείται μεγάλο ποσοστό περίπου 60%, νοικοκυριών τα οποία προβαίνουν σε έρευνα αγοράς πριν την απόφαση απόκτησης αγαθών, ενώ ακολουθούν η αποταμίευση, ο προσχεδιασμός αξιοποίησης του μισθού και οι περικοπές άλλων εξόδων, με ποσοστά 36,9%, 33,1% και 32,3% αντίστοιχα.

Ακολούθως, οι εξεταζόμενοι δίνουν απαντήσεις που αφορούν στο αν αποταμιεύουν ή όχι, καθώς και το μέγεθος των ποσών αυτών. Αξίζει να σημειωθεί ότι η διαφορά των ποσοστών μεταξύ των καταναλωτών που αποταμιεύουν και αυτών που δεν αποταμιεύουν, είναι αμφίρροπη, 48,5% και 51,5% αντίστοιχα. Το 13,1% είναι το ποσοστό που αντιστοιχεί σε ποσό αποταμίευσης μικρότερο των 1000€, ακολουθεί με 12,3% το ποσό το οποίο κυμαίνεται στα 1000-2000€ και τέλος ποσά μεταξύ 2000 έως 3000€ αποταμιεύονται από το 11,5% του δείγματος.

Από τις ερωτήσεις που αφορούν στην οικονομική κατάσταση των νοικοκυριών ενημερωνόμαστε για τις προτιμήσεις των ερωτηθέντων όσον αφορά στους τρόπους πληρωμής των αποκτηθέντων διαρκών αγαθών. Είναι εμφανές από τα ποσοστά, ότι τα μετρητά με ποσοστό 80% είναι η πρώτη προτίμηση τους, ακολουθούν οι άτοκες δόσεις με ποσοστό 53,8%, ή τρόπος πληρωμής με συνδυασμό μετρητών και δόσεων με 36,2%, ενώ μόλις το 4,6% πληρώνει με επιταγές για την απόκτηση των διαρκών αγαθών.

Από το ερωτηματολόγιο εξήχθησαν συμπεράσματα σχετικά με τους λόγους για τους οποίους ένα νοικοκυριό επιλέγει να αποκτήσει νέα διαρκή αγαθά, όπως είναι οι χρηστικοί με ποσοστό 89,2 %, που σηματοδοτεί ότι μεγάλο τμήμα του δείγματος,

αποτελεί ενημερωμένο καταναλωτικό κοινό. Παράλληλα, 70 από τα 130 άτομα της έρευνας, απάντησαν ότι επιλέγουν να αποκτήσουν μια νέα συσκευή, για να ανανεώσουν μιας παλαιότερης τεχνολογίας. Αντίθετα, παρατηρήθηκαν πολύ μικρά ποσοστά, όσον αφορά λόγους αύξησης επιπέδου φιλοδοξίας με ποσοστό 3,1% και λόγους κοινωνικής σύγκρισης με ποσοστό 0,8%.

Μια από τις υποθετικές ερωτήσεις στις οποίες οι ερωτώμενοι καλούνται να αποφασίσουν τη σειρά προτεραιότητας απόκτησης διαρκών αγαθών, εμφανίστηκαν αξιολογα αποτελέσματα. Συγκεκριμένα, τις πρώτες θέσεις καταλαμβάνουν διαρκή αγαθά από την κατηγορία των οικιακών συσκευών όπως το ψυγείο με ποσοστό 36,2%, ο θερμοσίφωνας με ποσοστό 35,4%, η ηλεκτρική κουζίνα με ποσοστό 23,8% και το πλυντήριο ρούχων με ποσοστό 31%. Από την άλλη, οι συσκευές οι οποίες χρησιμεύουν για την αναψυχή του νοικοκυριού, συνήθως καταλαμβάνουν από την έβδομη θέση και έπειτα. Τέτοιες είναι το βίντεο, στη δέκατη με ποσοστό 36,2% , το στερεοφωνικό στην έκτη ή όγδοη θέση με ίδιο ποσοστό περίπου 30%.

Στη συνέχεια, ακολούθησαν ερωτήσεις οι οποίες αφορούν τις γνώσεις των καταναλωτών για την κατάληξη των διαρκών αγαθών. Σχεδόν οι μισοί ερωτώμενοι του δείγματος, το 46,2% απάντησαν ότι δεν γνωρίζουν την κατάληψη των αγαθών τους, ενώ αμέσως μετά με περίπου 38% απάντησαν ότι τα διαρκή αγαθά καταλήγουν σε χωματερές. Οι άλλες δυο απαντήσεις, δηλαδή η ανακύκλωση και οι ΧΥΤΑ (Χώροι Ταφής Απορριμμάτων), εμφανίζουν μεγαλύτερα ποσοστά αρνητικής συχνότητας απαντήσεων, 83,1% και 86,9% αντίστοιχα.

Τέλος, οι ερωτώμενοι, στις ερωτήσεις στις οποίες κλήθηκαν να απαντήσουν χρησιμοποιώντας τις διαβαθμίσεις κλιμάκων Likert, δεν εμφανίζονται ιδιαίτερα ικανοποιημένοι όσον αφορά το επίπεδο κατανάλωσης τους, την ικανότητα να αποκτούν τα αγαθά που ικανοποιούν τις ανάγκες τους, αλλά και την ασφάλεια που τους εξασφαλίζει το μηνιαίο εισόδημα για το μέλλον, με αποτέλεσμα να εμφανίζονται υψηλότερα ποσοστά στην απάντηση «λίγο-μέτρια», τα οποία κυμαίνονται στο 40% και χαμηλότερα στην απάντηση «πολύ», 30% περίπου.

Παράλληλα, αξίζει να σημειωθεί ότι οι καταναλωτές, στην ερώτηση «τα διαρκή αγαθά που αποκτώ έχουν μεγάλη διάρκεια ζωής», απαντούν «πολύ» με ποσοστό 53,1% και ταυτόχρονα, το 51,5% θέτει την ποιότητα των αγαθών, «πολύ» σημαντικό κριτήριο για την απόκτησή τους.

Τα ποσοστά της ερώτησης σχετικά με την κοινωνική σύγκριση μιας οικογένειας με κάποια άλλη, εμφανίζονται χαμηλά γεγονός που πιστοποιεί την

αβεβαιότητα και την απαισιοδοξία που επικρατεί στα νοικοκυριά, όπως και η σκέψη για το αν οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι η οικονομική θέση της οικογένειάς τους θα αλλάξει κατά τη διάρκεια του επόμενου έτους, την απάντηση «καθόλου» έδωσε το 31%.

Στη συνέχεια, οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να επιλέξουν σε τι έκταση θα επέλεγαν να εργαστούν στο σπίτι και απάντησε «καθόλου» το 66,2%, ενώ το 40% θα επέλεγε να εργαστεί σε απόσταση κοντινή από το σπίτι.

Στις ερωτήσεις που αφορούν τη διασκέδαση των ερωτώμενων, μόνο 36 άτομα απάντησαν ότι συμμετέχουν σε πολλές δραστηριότητες έξω από το σπίτι και 41,5% θεωρεί «πολύ λίγο» την τηλεόραση ως βασική πηγή διασκέδασης.

Ο τρόπος πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών, εξετάστηκε σε τι έκταση εκφράζει τους ερωτώμενους. Σε γενικές γραμμές, η απάντηση «καθόλου» δόθηκε με ποσοστό 49,2% για τη χρήση πιστωτικών καρτών, ενώ για τον αντίθετο τρόπο πληρωμής, τα μετρητά, απάντησαν «πολύ» και «πάρα πολύ» με ποσοστά 42,3% και 41,5% αντιστοίχως.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

### ΠΙΝΑΚΕΣ ΔΙΠΛΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ

#### 7.1. Ανάλυση και σχολιασμός

Ο πίνακας διπλής εισόδου 3, που ακολουθεί δείχνει την κατοχή ψυγείου, αποκλειστικά για κάθε ερωτώμενο σε σχέση με την οικογενειακή του κατάσταση. Θα πρέπει ιδιαίτερα να τονιστεί ότι στην περίπτωση αυτού του διαρκούς αγαθού παρατηρείται κατοχή τουλάχιστον μια συσκευής ανά νοικοκυριό που έχει συμπεριληφθεί στην έρευνα αυτή. Έτσι, λοιπόν, το 46,9% αποτελείται κατά κύριο λόγο από έγγαμους με παιδιά και 36,2% από άγαμους που διαθέτουν ψυγείο.

Επιπροσθέτως, όπως φαίνεται και στον πίνακα 23, το 5,4% και το 1,5% των άγαμων κατέχουν δεύτερο και τρίτο ψυγείο αντίστοιχα. Από την άλλη πλευρά, από τους έγγαμους με παιδιά το 6,9% και το 2,3% διαθέτουν δεύτερη και τρίτη συσκευή αντίστοιχα, ενώ όσο αφορά τους διαζευγμένους με παιδιά ή χωρίς, χήρους και χήρες, άτομα εν διαστάσει και ελεύθερης συμβίωσης, δεν υπάρχει παραπάνω από μια συσκευή ανά νοικοκυριό.

Ο πίνακας διπλής εισόδου 4, συνδυάζει την οικογενειακή κατάσταση με την κατοχή θερμοσίφωνα. Ειδικότερα, προκύπτει ότι από το 95,4% του συνολικού δείγματος που διαθέτει θερμοσίφωνα, το 44,6% αντιπροσωπεύεται από τους έγγαμους με παιδιά, το 33,8% από τους άγαμους, ενώ μόνο το 4,6% των ερωτώμενων δεν κατέχει αυτό το αγαθό. Συγχρόνως, όπως δείχνει ο πίνακας 24, δεύτερο θερμοσίφωνα, έχουν αποκτήσει το 3,8% και το 0,8% των έγγαμων με παιδιά και χωρίς, αντίστοιχα.

Επιστρέφοντας, στον πίνακα διπλής εισόδου 5, βλέπουμε την οικογενειακή κατάσταση σε συνάρτηση με την κατοχή κλιματιστικών, όπου εμφανίζεται το 38,5% των νοικοκυριών που απάντησαν θετικά, να είναι έγγαμοι με παιδιά, καθώς επίσης και το 24,6% άγαμοι. Σε αυτό το σημείο, συνάγεται το εξής οξύμωρο – τα υψηλότερα ποσοστά εκείνων που δε διαθέτουν κλιματιστικό ταυτίζονται με τις ίδιες ομάδες με εκείνων που δε διαθέτουν, δηλαδή 11,5% είναι οι άγαμοι και 8,5% έγγαμοι με παιδιά.

Στον επόμενο πίνακα διπλής εισόδου, όπου εμφανίζεται η οικογενειακή κατάσταση σε συνάρτηση με την κατοχή ηλεκτρικής κουζίνας, αποδεικνύεται ότι από το 99,2% των νοικοκυριών που διαθέτουν το αγαθό, το 46,9% καταλαμβάνεται από τους έγγαμους με παιδιά και το 36,2% από άγαμους. Παρομοίως, δεύτερη και τρίτη συσκευή ηλεκτρικής κουζίνας παρουσιάζεται στις ίδιες κατηγορίες οικογενειακής κατάστασης, με δυο συσκευές να διαθέτει το 3% ισόποσα μοιρασμένο σε έγγαμους με παιδιά και άγαμους, και τρεις συσκευές το 1,5%, αναλόγως, όπως προκύπτει από μια παραπομπή στον πίνακα διπλής εισόδου 26,

Ακολουθεί ο πίνακας διπλής εισόδου 7, στον οποίο συνδυάζονται η οικογενειακή κατάσταση και η κατοχή φούρνου μικροκυμάτων και φανερώνεται ότι το υψηλότερο ποσοστό του δείγματος που κατέχει τη συγκεκριμένη συσκευή, αποτελούν οι έγγαμοι με παιδιά σε ποσοστό 30% του όλου δείγματος, ενώ με 21.5% ακολουθούν οι άγαμοι. Παράλληλα, σύμφωνα με τον πίνακα διπλής εισόδου 27, όπου προβάλλεται ο αριθμός φούρνων μικροκυμάτων σε συνάρτηση με την οικογενειακή κατάσταση, φανερώνεται ότι η πλειοψηφία των νοικοκυριών κατέχει ένα φούρνο μικροκυμάτων, με κυριότερα ποσοστά αυτά των εγγάμων με παιδιά, 29,2% και των άγαμων, 20%, ενώ τα ποσοστά με δεύτερη και τρίτη συσκευή εμφανίζονται μηδαμινά.

Ο πίνακας διπλής εισόδου 9, εμφανίζει την κατοχή στεγνωτηρίου ρούχων σε συνδυασμό με την οικογενειακή κατάσταση και παρατηρείται ότι μόνο το 11,5% του συνόλου του πληθυσμού, δείχνει να κατέχει στεγνωτήριο, το οποίο μοιράζεται σε 6,2% για τους έγγαμους με παιδιά, 3,8% για τους άγαμους και τέλος 1,5% για τα άτομα σε ελεύθερη συμβίωση.

Ο επόμενος πίνακας διπλής εισόδου δείχνει την κατοχή ηλεκτρικής σκούπας σε σχέση με την οικογενειακή κατάσταση. Συντριπτική πλειοψηφία με ποσοστό 93,1% να αντιπροσωπεύεται από νοικοκυριά που διαθέτουν ηλεκτρική σκούπα, με κυριότερα 46,2% για τους έγγαμους με παιδιά, 32,3% για τους άγαμους και 4,6% για τους διαζευγμένους με παιδιά. Επιπροσθέτως, στον πίνακα διπλής εισόδου 30, ο οποίος αφορά τον αριθμό των ηλεκτρικών σκουπών, παρατηρούμε ότι τα νοικοκυριά μπορεί να κατέχουν μέχρι τρεις συσκευές, ενώ τα πιο ουσιώδη ποσοστά εμφανίζονται στην περίπτωση της μιας συσκευής με συμμετοχή 36,2% των εγγάμων με παιδιά και 28,5% των άγαμων, αλλά και της δεύτερης συσκευής με 9,2% για τους έγγαμους με παιδιά και 3,2% για τους άγαμους.

Η σχέση μεταξύ κατοχής πλυντηρίου πιάτων και οικογενειακής κατάστασης παρουσιάζεται στον πίνακα 11. Από αυτούς που συνολικά κατέχουν (60,8%), το 37,7% είναι έγγαμοι με παιδιά και το 14,6% άγαμοι, είναι τα κυριότερα ποσοστά που παρατηρούνται στο συγκεκριμένο πίνακα. Αξίζει επίσης να σημειωθεί πως το σύνολο των περιπτώσεων που κατέχουν δεύτερο πλυντήριο πιάτων, σύμφωνα με τον πίνακα διπλής εισόδου 31, αντιστοιχεί μόνο στο 2,3% το οποίο μοιράζεται σε 1,5% για τους έγγαμους με παιδιά και 0,8% για τους άγαμους.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο πίνακας διπλής εισόδου 12, ο οποίος αφορά την οικογενειακή κατάσταση σε συνδυασμό με την κατοχή πλυντηρίου ρούχων. Τα 129 άτομα (99,2%) του συνολικού δείγματος (δηλαδή όλοι πλην ενός) διαθέτουν και χρησιμοποιούν πλυντήριο ρούχων, με το 46,9% να παρουσιάζονται οι έγγαμοι με παιδιά, 35,4% οι άγαμοι και τα υπόλοιπα ποσοστά μοιρασμένα στις υπόλοιπες οικογενειακές ομάδες. Με μια γρήγορη ματιά, στον πίνακα 32, γίνεται εύκολα αντιληπτό, πως οι περιπτώσεις που αφορούν δεύτερη και τρίτη συσκευή πλυντηρίου ρούχων είναι ελάχιστες. Αντιθέτως, οι κάτοχοι μιας συσκευής, 94,6% στο σύνολό τους, απαρτίζονται κυρίως από τους έγγαμους με παιδιά 43,8%, τους άγαμους 34,6% και τέλος τους έγγαμους με 3,8%.

Η τηλεόραση αποτελεί μια από τις βασικότερες συσκευές διασκέδασης για το νοικοκυριό και αναλύεται η κατοχή της σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση στον πίνακα διπλής εισόδου 13. Ειδικότερα, παρατηρείται ότι και τα 130 άτομα του δείγματος (δηλαδή το 100%) κατέχουν τηλεόραση, με ποσοστά 46,9%, 36,2% για τους έγγαμους με παιδιά και τους άγαμους αντίστοιχα, και ίδιο ποσοστό 5,4% για τους διαζευγμένους με παιδιά και τα άτομα που ανήκουν στην κατηγορία της ελεύθερης συμβίωσης. Σύμφωνα με τα προηγούμενα και τα δεδομένα του πίνακα 33, δεν είναι άξιο απορίας το ότι εμφανίζονται νοικοκυριά τα οποία φτάνουν να έχουν στην κατοχή τους έξι, επτά και οχτώ συσκευές. Ειδικότερα, πρέπει να δοθεί έμφαση στο γεγονός ότι τα ποσοστά που εκφράζουν την κατοχή μιας και δυο συσκευών είναι σχεδόν ίσα, περίπου 30% το καθένα. Όσον αφορά τον αριθμό μιας συσκευής, οι άγαμοι παρουσιάζουν το πιο υψηλό ποσοστό 16,2%. Στις δυο τηλεοράσεις, οι έγγαμοι με παιδιά 15,4% και οι άγαμοι 7,7%. Στην τρίτη συσκευή, 11,5% οι έγγαμοι με παιδιά και μόνο 3,1% οι άγαμοι. Τέλος, στην περίπτωση ύπαρξης και τέταρτης τηλεόρασης στο νοικοκυριό, τα ποσοστά των έγγαμων με παιδιά και των άγαμων είναι ίσα 6,2%.

Η συσκευή dvd, έχει εισέλθει σε πολλά νοικοκυριά, το 83,8% των νοικοκυριών του δείγματος την διαθέτει, όπως φαίνεται από τον πίνακα διπλής εισόδου 14, και αποτελεί εξίσου μια συσκευή διασκέδασης για το νοικοκυριό. Τα μεγαλύτερα ποσοστά, συναντώνται και πάλι στην οικογενειακή κατάσταση του εγγάμου με παιδιά, 41,5%, και στην κατηγορία των άγαμων οι οποίοι την κατέχουν με ποσοστό 28,5%.

Άλλες δυο συσκευές αναψυχής, οι οποίες φαίνεται μέσω των πινάκων διπλής εισόδου 15 και 18, να είναι αρκετά διαδεδομένες και χρήσιμες στα νοικοκυριά είναι οι φωτογραφική μηχανή και ο ηλεκτρονικός υπολογιστής. Για την πρώτη συσκευή προκύπτει πως την διαθέτουν το 82,3% των ερωτηθέντων, με κυρίαρχο ποσοστό το 43,8% των έγγαμων με παιδιά και ακολούθως το 23,8% των άγαμων. Όσον αφορά τη δεύτερη συσκευή, όπως εμφανίζεται στη δειγματοληπτική έρευνα, τουλάχιστον ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής υπάρχει στο 76,9% των νοικοκυριών αυτής και κυρίως στην οικογενειακή κατάσταση των έγγαμων με παιδιά με 39,2%, και άγαμων 26,2%.

Από την άλλη πλευρά, η σχέση βιντεοκάμερας και συσκευής βίντεο με την οικογενειακή κατάσταση, δεν εμφανίζεται τόσο άμεση, σύμφωνα με του πίνακες διπλής εισόδου 16 και 17. στην περίπτωση της βιντεοκάμερας το 27,7% που αντιστοιχεί στους έγγαμους με παιδιά και το 10,8% των άγαμων, συνθέτουν το μεγαλύτερο τμήμα όσον απαντήσει θετικά (43,1%), για την ύπαρξη βιντεοκάμερας στο νοικοκυριό τους. Εξετάζοντας την περίπτωση της κατοχής συσκευής βίντεο, κατά προσέγγιση οι μισοί από τους ερωτηθέντες τη χρησιμοποιούν, σημειώνοντας και αυτή τη φορά ότι οι έγγαμοι με παιδιά καταλαμβάνουν το 31% και οι άγαμοι το 14,6%.

Ο πίνακας διπλής εισόδου 19 παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον συσχετίζοντας την οικογενειακή κατάσταση και την κατοχή ιδιωτικού αυτοκινήτου. Όπως ήταν αναμενόμενο λόγω της φύσης του συγκεκριμένου διαρκούς αγαθού, το 44,6% όσον διαθέτουν αυτοκίνητο είναι έγγαμοι με παιδιά και το 25,4% άγαμοι.

Στον επόμενο πίνακα, η μοτοσικλέτα παρουσιάζει υψηλά ποσοστά μη κατοχής 78,5%, ενώ από το υπόλοιπο 21,5%, μόνο οι έγγαμοι με παιδιά διαθέτουν μοτοσικλέτα με ποσοστό 13,1%.

Στους δυο πίνακες διπλής εισόδου 21 και 22 που ακολουθούν, εμφανίζονται τα αποτελέσματα κατοχής δυο διαρκών αγαθών σε συνάρτηση με την οικογενειακή κατάσταση, που όπως αποδεικνύεται αφορούν χαμηλό ποσοστό του δείγματος της εμπειρικής ανάλυσης. Η πρώτη συσκευή, είναι η μηχανή κοπής του γκαζόν, η οποία

κατέχεται μόνο από το 10% των νοικοκυριών, με ποσοστό 6,2% για τους έγγαμους με παιδιά. Το δεύτερο διαρκές αγαθού του πίνακα 22, αποτελεί η πισίνα, η οποία εμφανίζεται μόνο στο 4,6% των νοικοκυριών του δείγματος, ποσοστό που ολόκληρο απαρτίζεται από τους έγγαμους με παιδιά.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ

### ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ

#### 8.1. Θεωρητικό Μοντέλο Λογιστικής Παλινδρόμησης

Με την λογιστική παλινδρόμηση, μελετάμε την εξάρτηση μιας τυχαίας μεταβλητής, που την ονομάζουμε *εξαρτημένη μεταβλητή (dependent variable)*, από κάποια άλλη μεταβλητή  $X$  που την ονομάζουμε *ανεξάρτητη μεταβλητή (independent variable)*. Η σχέση που συνδέει μια εξαρτημένη μεταβλητή με περισσότερες από δυο ανεξάρτητες μεταβλητές, καλείται λογιστική παλινδρόμηση. Η μορφή της λογιστικής παλινδρόμησης έχει ως εξής:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1\beta_1 + \alpha_2\beta_2 + \alpha_3\beta_3 + \dots + \alpha_{n+1}\beta_n + \varepsilon_i$$

Η παράμετρος  $\alpha_0$  αποτελεί τη σταθερά της παλινδρόμησης, οι συντελεστές  $\beta_i$  ( $i=1,2,3, \dots, n$ ), αποτελούν τις ανεξάρτητες μεταβλητές (ερμηνευτικές) της, και τέλος το  $\varepsilon_i$  αποτελεί και αυτό τυχαία μεταβλητή και καλείται *σφάλμα παλινδρόμησης (regression error)*.

## 8.2. Το προφίλ των εντατικών χρηστών διαρκών αγαθών

Για να εξετάσουμε πώς η καταναλωτική συμπεριφορά διαφέρει μεταξύ των νοικοκυριών και σε ποιο βαθμό αυτή η διαφορά εξηγείται από το εισόδημα, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του νοικοκυριού και άλλους προσδιοριστικούς παράγοντες της καταναλωτικής συμπεριφοράς, εκτιμούμε μοντέλα παλινδρόμησης

### 8.2.1. Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τον εντατικό χρήστη διαρκών αγαθών

Στον πίνακα 8.1. αναλύεται το υπόδειγμα της εξαρτημένης μεταβλητής *owner*. Στις ανεξάρτητες μεταβλητές, περιλαμβάνονται οι εξής: *income*, *age*, *members*, *home\_type*, *el.chain*, *papers*, *econ.prog.*, *savings*, *cash*, *use* και *dump*, εκ των οποίων στατιστικά σημαντικές βρέθηκαν μόνο η *income*, η *members*, η *home\_type* και η *econ.prog.* από τις οποίες προέκυψε το τελικό υπόδειγμα της εκτιμώμενης παλινδρόμησης.

Πιο συγκεκριμένα, το υπόδειγμα του εντατικού χρήστη *owner*, όπως φαίνεται στον πίνακα 8.1. διαμορφώνεται ως εξής:

$$\begin{aligned} \text{Owner} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{income} + \alpha_2 \text{age} + \alpha_3 \text{members} + \alpha_4 \text{home\_type} + \alpha_5 \text{el.chain} \\ & + \alpha_6 \text{papers} + \alpha_7 \text{econ.prog.} + \alpha_8 \text{savings} + \alpha_9 \text{cash} + \alpha_{10} \text{use} + \alpha_{11} \text{dump} + \varepsilon_i \end{aligned} \quad (8.1.)$$

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η μεταβλητή *owner* αποτελεί ψευδομεταβλητή, η εκτίμηση των παραμέτρων  $\alpha_i$  του υποδείγματος του εντατικού χρήστη πραγματοποιήθηκε με χρήση της λογιστικής παλινδρόμησης, η οποία στηρίζεται στην εφαρμογή της μεθόδου της μέγιστης πιθανοφάνειας. Τα εμπειρικά αποτελέσματα, σύμφωνα με την τεχνική της ταυτόχρονης εισόδου των μεταβλητών στην εξίσωση της παλινδρόμησης, παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα:

Πίνακας 8.1: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τον εντατικό χρήστη διαρκών αγαθών  
(Τιμή 1: Εντατικός ιδιοκτήτης)

| Μεταβλητές                   | LOGIT (υπόδειγμα 1) | LOGIT (υπόδειγμα 2)  |
|------------------------------|---------------------|----------------------|
| Σταθερά                      | -4,195**<br>(5,52)  | -4,617**<br>(10,912) |
| income1                      | 0,001**<br>(5,32)   | 0,01**<br>(5,655)    |
| age                          | -0,005<br>(0,032)   |                      |
| members                      | 0,365**<br>(1,86)   | 0,373***<br>(2,14)   |
| home_typ                     | 1,372*<br>(2,709)   | 1,26**<br>(2,51)     |
| el.chain                     | 1,053*<br>(2,796)   | 0,98*<br>(2,75)      |
| papers                       | -0,417<br>(0,59)    |                      |
| econ.prog                    | -1,054*<br>(2,192)  | -1,216*<br>(3,47)    |
| savings                      | 0,757<br>(1,99)     |                      |
| cash                         | -0,28<br>(0,209)    |                      |
| use                          | -0,036<br>(0,002)   |                      |
| dump                         | -0,136<br>(0,67)    |                      |
| R <sup>2</sup> (Nagerlkerke) | 0,294               | 0,285                |
| 2Log likelihood ratio        | 110,281             | 111,213              |

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική wald.

\*\*\*, \*\* και \* υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Εν προκειμένω, η εκτιμώμενη εξίσωση για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της χρήσης διαρκών αγαθών, προσδιορίζεται ως εξής:

$$\text{Oik.xris.} = -4,617 + 0,01\text{income1} + 0,373\text{members} + 1,26\text{home\_type} + 0,98\text{el.chain} - 1,216\text{econ.prog} + \varepsilon_i \quad (8.1')$$

Η μεταβλητή *owner*, πρόκειται για μια ψευδομεταβλητή (*dummy*), η οποία προέκυψε από το άθροισμα δέκα ψευδομεταβλητών (ψυγείο, κλιματιστικό, κουζίνα, φούρνος μικροκυμάτων, πλυντήριο πιάτων και ρούχων, τηλεόραση, συσκευή DVD,

βιντεοκάμερα και ηλεκτρονικός υπολογιστής). Αθροίζοντας λοιπόν τις παραπάνω μεταβλητές προέκυψε μια ποσοτική, η οποία λάμβανε τιμές από 1 έως 10, ανάλογα με τον αριθμό των αγαθών που κατείχε ο καταναλωτής. Στη συνέχεια μετατράπηκε σε ψευδομεταβλητή λαμβάνοντας τις τιμές 1 και 0. Πιο ειδικά, η μεταβλητή *owner* λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο καταναλωτής κατέχει και τις 10 συσκευές, άρα πρόκειται για εντατικό χρήστη, ενώ παίρνει την τιμή 0 αλλού.

Από την ανάλυση, προέκυψε ότι, η μεταβλητή *income*, η οποία εκφράζει το μηνιαίο εισόδημα του καταναλωτή, πρόκειται για μια ποσοτική μεταβλητή, η οποία κυμαίνεται από 500€ έως 7150€ και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Αντίθετα, η μεταβλητή *age*, κυμαίνεται από 19 έως και 73 έτη, αλλά δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή εφόσον δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή *members*, εκφράζει τα μέλη του νοικοκυριού, παίρνει τιμές από 1 έως 6, άρα αποτελεί ποσοτική μεταβλητή και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Παράλληλα, η μεταβλητή *home\_type*, ερμηνεύει την κυριότητα της κατοικίας και παίρνει την τιμή 1 όταν πρόκειται για ιδιόκτητη και την τιμή 0 όταν η κατοικία είναι ενοικιαζόμενη. Η *home\_type* παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Ακολουθεί, η μεταβλητή *el.chain*, η οποία εκφράζει το κατάστημα ηλεκτρικών ειδών από το οποίο οι καταναλωτές επιλέγουν να αγοράσουν τα διαρκή αγαθά τους. Πρόκειται για ψευδομεταβλητή, η οποία παίρνει την τιμή 1, όταν η απάντηση είναι θετική, όταν δηλαδή αποκτούν τα αγαθά από τέτοιου είδους καταστήματα, ενώ παίρνει την τιμή 0 αλλού και εμφανίζεται στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Αντίστοιχα, η μεταβλητή *papers*, λαμβάνει την τιμή 1 όταν οι καταναλωτές ενημερώνονται από εφημερίδες για την απόκτηση των διαρκών αγαθών, ενώ την τιμή 0 σε αντίθετη περίπτωση. Η παραπάνω μεταβλητή δεν παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή *econ.prog.* είναι ψευδομεταβλητή και παίρνει την τιμή 1, στην περίπτωση που ο καταναλωτής προβαίνει σε οικονομικό προγραμματισμό πριν την απόκτηση των διαρκών αγαθών και την τιμή 0 αλλού. Παράλληλα, παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Επίσης, η μεταβλητή *savings*, λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο καταναλωτής αποταμιεύει συστηματικά και στην αντίθετη περίπτωση 0, ενώ δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *owner*.

Η μεταβλητή *cash*, εκφράζει τον τρόπο πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών και παίρνει την τιμή 1, όταν πληρώνει με μετρητά ενώ 0 όταν πληρώνει με άλλους τρόπους. Ταυτόχρονα, δεν είναι στατιστικά σημαντική με αποτέλεσμα να μην ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή της εκτιμώμενης παλινδρόμησης.

Η μεταβλητή *use*, λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο καταναλωτής αποκτά νέα αγαθά για λόγους χρησιμότητας και την τιμή 0 για άλλους λόγους, ενώ δεν εμφανίζεται στατιστικά σημαντική για τη μεταβλητή *owner*.

Τέλος, η μεταβλητή *dump*, λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο καταναλωτής γνωρίζει ότι τα διαρκή αγαθά καταλήγουν σε χωματερή, την τιμή 0 αλλού, ενώ δεν αποτελεί στατιστικά σημαντική μεταβλητή.

Από την προηγηθείσα εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή *owner* απορρέουν τα ακόλουθα συμπεράσματα. Παρατηρείται, ότι όσο αυξάνεται το εισόδημα τότε η πιθανότητα να είναι ο καταναλωτής εντατικός αυξάνει. Παράλληλα, με την αύξηση των μελών του νοικοκυριού, είναι αυξημένη η πιθανότητα ο καταναλωτής να κατέχει το σύνολο των διαρκών αγαθών. Όταν η κατοικία είναι ιδιόκτητη, ταυτόχρονα, αυξάνεται η πιθανότητα κατοχής και των δέκα συσκευών. Αντίθετα, παρατηρείται ότι όταν οι καταναλωτές προβαίνουν σε οικονομικό προγραμματισμό, τότε η πιθανότητα της ιδιοκτησίας του συνόλου των διαρκών αγαθών είναι μειώμενη.

Ανάλογα συμπεράσματα για την επίδραση του εισοδήματος, του μεγέθους του νοικοκυριού και της κυριότητας της κατοικίας, στην ιδιοκτησία αποτελούν αντίστοιχα προσδιοριστικούς παράγοντες καταναλωτικής συμπεριφοράς σε σχέση με τα διαρκή αγαθά και στις έρευνες των Dickson (1983), Kasulis (1979) και Clarke *et al* (1982).

### **8.2.2. Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τη χρήστη οικιακών συσκευών**

Στη συνέχεια, εκτιμήθηκαν οι προσδιοριστικοί παράγοντες της χρήσης των διαρκών αγαθών. Συγκεκριμένα, στον πίνακα 8.2. αναλύεται το υπόδειγμα της εξαρτημένης μεταβλητής *οικ.χρῖς*. Στις ανεξάρτητες μεταβλητές της παλινδρόμησης

περιλαμβάνονται οι ακόλουθες: income, dump, use, cash, savings, econ.prog, papers, el.chain, home\_type, members, age και sex.

Δεδομένου ότι η μεταβλητή οικ.xris. αποτελεί ψευδομεταβλητή, η εκτίμηση των παραμέτρων α<sub>i</sub> του υποδείγματος για τη χρήση οικιακών συσκευών πραγματοποιήθηκε με χρήση της λογιστικής παλινδρόμησης, η οποία στηρίζεται στην εφαρμογή της μεθόδου της μέγιστης πιθανοφάνειας, όπως φαίνεται από τον πίνακα 8.2. και το υπόδειγμα αυτής έχει ως εξής:

$$\text{Oik.xris.} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{income} + \alpha_2 \text{age} + \alpha_3 \text{members} + \alpha_4 \text{home\_type} + \alpha_5 \text{el.chain} + \alpha_6 \text{papers} + \alpha_7 \text{econ.prog.} + \alpha_8 \text{savings} + \alpha_9 \text{cash} + \alpha_{10} \text{use} + \alpha_{11} \text{dump} + \alpha_{12} \text{sex} + \varepsilon_i \quad (8.2.)$$

**Πίνακας 8.2: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τη χρήση οικιακών συσκευών**  
(Τιμή 1: Κατοχή πέντε βασικών οικιακών συσκευών)

| Μεταβλητές                   | LOGIT (υπόδειγμα 1) | LOGIT (υπόδειγμα 2) |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| Σταθερά                      | -1,895<br>(1,67)    | -6,966<br>(6,421)   |
| income                       | 0,00*<br>(1,858)    | 0,706**<br>(3,695)  |
| dump                         | -0,32<br>(0,55)     |                     |
| use                          | 0,39<br>(0,315)     |                     |
| cash                         | -1,336**<br>(5,97)  |                     |
| savings                      | 0,398<br>(0,85)     |                     |
| Econ.prog                    | -0,292<br>(0,226)   |                     |
| papers                       | -0,183<br>(0,159)   |                     |
| El.chain                     | 0,577<br>(1,56)     |                     |
| Home_type                    | 1,157**<br>(4,432)  | 0,777**<br>(2,726)  |
| members                      | 0,325*<br>(2,384)   | 0,296**<br>(2,763)  |
| age                          | -0,021<br>(0,912)   |                     |
| sex                          | 1,071**<br>(5,31)   |                     |
| R <sup>2</sup> (Nagerlkerke) | 0,212               | 0,080               |
| 2Log likelihood ratio        | 146,230             | 166,258             |

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική wald.

\*\*\*, \*\* και \* υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Εν προκειμένω, η εκτιμώμενη εξίσωση για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της χρήσης των οικιακών συσκευών, προσδιορίζεται ως εξής:

$$\text{Oik.xris.} = -6,96 + 0,71\text{income} + 0,296\text{members} + 0,77\text{home\_type} + \varepsilon_i \quad (8.2'.)$$

Η μεταβλητή *oik.xris.* έχει προκύψει από το άθροισμα των πέντε βασικών οικιακών συσκευών, του ψυγείου, του φούρνου μικροκυμάτων, του πλυντηρίου πιάτων και ρούχων και του ψυγείου. Στη συνέχεια, την ποσοτική μεταβλητή η οποία λάμβανε τιμές από 1 έως 5 ανάλογα με τον αριθμό των συσκευών που κατείχε ο εκάστοτε καταναλωτής, την μετατρέψαμε σε ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο ερωτώμενος έχει στην κατοχή του και τις πέντε παραπάνω συσκευές και την τιμή 0 σε αντίθετη περίπτωση.

Η μεταβλητή *income*, παίρνει τιμές από 500€ έως 7150€ και αποτελεί στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η μεταβλητή *dump* αποτελεί ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος γνωρίζει ότι οι χωματερές είναι ο τόπος κατάληξης των διαρκών αγαθών και την τιμή 0 αλλού. Αποτελεί μη στατιστικά σημαντική μεταβλητή, άρα δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *oik.xris.*

Η μεταβλητή *use*, παίρνει την τιμή 1 όταν ο καταναλωτής αποφασίζει να αποκτήσει μια νέα συσκευή για λόγους χρησιμότητας, ενώ παίρνει την τιμή 0 αλλού. Η εν λόγω μεταβλητή δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή *cash*, εκφράζει τον τρόπο πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών και παίρνει την τιμή 1, όταν πληρώνει με μετρητά ενώ 0 όταν πληρώνει με άλλους τρόπους. Ταυτόχρονα, δεν είναι στατιστικά σημαντική με αποτέλεσμα να μην ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή της εκτιμώμενης παλινδρόμησης.

Επίσης, η μεταβλητή *savings*, λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο καταναλωτής αποταμιεύει συστηματικά και στην αντίθετη περίπτωση 0, ενώ δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *oik.xris.*

Παράλληλα, η μεταβλητή *econ.prog.* είναι ψευδομεταβλητή και παίρνει την τιμή 1, στην περίπτωση που ο καταναλωτής προβαίνει σε οικονομικό προγραμματισμό πριν την απόκτηση των διαρκών αγαθών και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση, χωρίς να παρουσιάζει στατιστική σημαντικότητα.

Η μεταβλητή *papers*, παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τις εφημερίδες για την ενημέρωσή του για τα διαρκή αγαθά και την τιμή 0 από άλλες πηγές, ενώ δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή.

Η ανεξάρτητη μεταβλητή *el.chain*, εκφράζει την αλυσίδα ηλεκτρικών ειδών ως είδος καταστήματος από το οποίο οι καταναλωτές προτιμούν να αγοράζουν οικιακές συσκευές, λαμβάνοντας την τιμή 1 και από άλλα είδη καταστημάτων την τιμή 0, ενώ δεν παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή *home\_type*, εμφανίζει την τιμή 1 όταν πρόκειται για ιδιόκτητη κατοικία και την τιμή 0 στην περίπτωση της ενοικιαζόμενης κατοικίας. Εμφανίζει επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η ερμηνευτική μεταβλητή *members*, αποτελεί ποσοτική μεταβλητή, για τον αριθμό των μελών του νοικοκυριού, παρουσιάζει τιμές από 1 έως 6 μέλη και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Τέλος, η μεταβλητή *age*, λαμβάνει τιμές που κυμαίνονται από 19 έως 73 έτη, και δεν εμφανίζεται στατιστικά σημαντική, ενώ η μεταβλητή *sex*, πρόκειται για ποιοτική μεταβλητή, εκφράζει το φύλο των ερωτώμενων και παίρνει την τιμή 1 για τον άντρα, ενώ την τιμή 0 για τη γυναίκα. Το φύλο του ερωτώμενου (*sex*), δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *oik.xris*.

Από όλα τα παραπάνω συνάγεται το συμπέρασμα ότι, όσο αυξάνεται το μηνιαίο εισόδημα των ερωτώμενων καθώς και ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, τόσο περισσότερες οικιακές συσκευές κατέχει. Συγχρόνως, διαφαίνεται ότι αν οι καταναλωτές διαμένουν σε ιδιόκτητη κατοικία, τότε διαθέτουν και τις πέντε οικιακές συσκευές.

Ανάλογα συμπεράσματα για την επίδραση για την επίδραση του εισοδήματος, της κυριότητας της κατοικίας και του αριθμού των μελών του νοικοκυριού, στην ιδιοκτησία και των πέντε βασικών οικιακών συσκευών, διατυπώθηκαν στις έρευνες των Karlsson (1999) και Miles (1997).

### **8.2.3. Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τη χρήση συσκευών διασκέδασης**

Στην εκτίμηση της παλινδρόμησης που παρουσιάζεται στον πίνακα 8.3., ως εξαρτημένη μεταβλητή λαμβάνεται η *fun.xris*. και ανεξάρτητες οι εξής: *sex*, *age*, *members*, *home\_type*, *el.chain*, *papers*, *econ.prog.*, *savings*, *cash*, *use*, *dump*, *polykat*



και income. Για την ανάλυση της εκτιμώμενης παλινδρόμησης χρησιμοποιείται το ακόλουθο υπόδειγμα:

$$\begin{aligned} \text{Fun.xris.} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{sex1} + \alpha_2 \text{age} + \alpha_3 \text{members} + \alpha_4 \text{home\_type} \\ & + \alpha_5 \text{el.chain} + \alpha_6 \text{papers} + \alpha_7 \text{econ.prog.} + \alpha_8 \text{savings} + \alpha_9 \text{cash} \\ & + \alpha_{10} \text{use} + \alpha_{11} \text{dump} + \alpha_{12} \text{polykat.} + \alpha_{13} \text{income} + \varepsilon_i \end{aligned} \quad (8.3.)$$

**Πίνακας 8.3:** Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τη χρήση συσκευών διασκέδασης  
(Τιμή 1: Κατοχή πέντε συσκευών διασκέδασης)

| Μεταβλητές                   | LOGIT (υπόδειγμα 1)  | LOGIT (υπόδειγμα 2)   |
|------------------------------|----------------------|-----------------------|
| Σταθερά                      | -5,311***<br>(9,176) | -5,248***<br>(20,099) |
| sex                          | 0,528<br>(0,984)     |                       |
| age                          | 0,009<br>(0,164)     |                       |
| members                      | 0,705***<br>(7,97)   | 0,661***<br>(8,51)    |
| home_typ                     | 0,771<br>(1,454)     | 0,92*<br>(2,601)      |
| el.chain                     | 0,595*<br>(1,294)    | 0,821**<br>(2,965)    |
| papers                       | 0,343<br>(0,453)     |                       |
| econ.prog                    | -0,365<br>(0,283)    |                       |
| savings                      | 0,99*<br>(4,317)     |                       |
| cash                         | -0,581<br>(0,99)     |                       |
| use                          | 0,092<br>(0,16)      |                       |
| dump                         | 0,353<br>(0,57)      |                       |
| polykat                      | -0,615<br>(1,665)    |                       |
| Income                       | 0,00**<br>(1,978)    | 0,001**<br>(4,786)    |
| R <sup>2</sup> (Nagerlkerke) | 0,334                | 0,249                 |
| 2Log likelihood ratio        | 128,003              | 138,074               |

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική wald.

\*\*\*, \*\* και \* υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Εν προκειμένω, η εκτιμώμενη εξίσωση για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της χρήσης των οικιακών συσκευών, προσδιορίζεται ως εξής:

$$\text{Fun.xris.} = -5,248 + 0,66\text{members} + 0,92\text{home\_type} + 0,82\text{el.chain} + 0,001\text{income} + \varepsilon_i \quad (8.3')$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή *fun.xris.*, έχει προκύψει από το άθροισμα πέντε συσκευών διασκέδασης: τη φωτογραφική μηχανή, την τηλεόραση, τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, τη συσκευή dvd και τη βιντεοκάμερα. Στη συνέχεια, την ποσοτική μεταβλητή η οποία λάμβανε τιμές μεταξύ 1 και 5, ανάλογα με τον αριθμό των συσκευών που κατείχε το νοικοκυριό, την μετατρέψαμε σε ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο ερωτώμενος έχει στην κατοχή του και τις πέντε παραπάνω συσκευές αναψυχής και την τιμή 0 σε αντίθετη περίπτωση.

Η μεταβλητή *sex* πρόκειται για ποιοτική μεταβλητή, εκφράζει το φύλο των ερωτώμενων και παίρνει την τιμή 1 για τον άντρα και την τιμή 0 για τη γυναίκα, ενώ δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Η *age*, πρόκειται για ποσοτική μεταβλητή και κυμαίνεται από 19 έως και 73 έτη, αλλά δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή εφόσον δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή *members*, εκφράζει τα μέλη του νοικοκυριού, παίρνει τιμές από 1 έως 6, άρα αποτελεί ποσοτική μεταβλητή και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Παράλληλα, η μεταβλητή *home\_type*, ερμηνεύει την κυριότητα της κατοικίας και παίρνει την τιμή 1 όταν πρόκειται για ιδιόκτητη και την τιμή 0 όταν η κατοικία είναι ενοικιαζόμενη. Η *home\_type* παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Η ανεξάρτητη μεταβλητή *el.chain*, εκφράζει την αλυσίδα ηλεκτρικών ειδών ως είδος καταστήματος από το οποίο οι καταναλωτές προτιμούν να αγοράζουν οικιακές συσκευές, λαμβάνοντας την τιμή 1 και από άλλα είδη καταστημάτων την τιμή 0, ενώ παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η μεταβλητή *papers*, παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τις εφημερίδες για την ενημέρωσή του για τα διαρκή αγαθά και την τιμή 0 από άλλες πηγές, ενώ δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή.

Η μεταβλητή *econ.prog.* είναι ψευδομεταβλητή και παίρνει την τιμή 1, στην περίπτωση που ο καταναλωτής προβαίνει σε οικονομικό προγραμματισμό πριν την απόκτηση των διαρκών αγαθών και την τιμή 0 αλλού, ενώ δεν παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική.

Επίσης, η μεταβλητή *savings*, λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο καταναλωτής αποταμιεύει συστηματικά και στην αντίθετη περίπτωση 0, ενώ δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *fun.xris*.

Η μεταβλητή *cash*, εκφράζει τον τρόπο πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών και παίρνει την τιμή 1, όταν πληρώνει με μετρητά ενώ 0 όταν πληρώνει με άλλους τρόπους. Ταυτόχρονα, δεν είναι στατιστικά σημαντική με αποτέλεσμα να μην ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή της εκτιμώμενης παλινδρόμησης.

Η μεταβλητή *use*, παίρνει την τιμή 1 όταν ο καταναλωτής αποφασίζει να αποκτήσει μια νέα συσκευή για λόγους χρησιμότητας, ενώ παίρνει την τιμή 0 αλλού. Η εν λόγω μεταβλητή δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή *dump* αποτελεί ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος γνωρίζει ότι οι χωματερές είναι ο τόπος κατάληξης των διαρκών αγαθών και την τιμή 0 αλλού. Αποτελεί μη στατιστικά σημαντική μεταβλητή, άρα δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *fun.xris*.

Παράλληλα, η μεταβλητή *polykat.* παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος μένει σε διαμέρισμα πολυκατοικίας, την τιμή 0 αλλού και δεν πρόκειται για στατιστικά σημαντική μεταβλητή.

Τέλος, η μεταβλητή *income*, αποτελεί ποσοτική μεταβλητή, παίρνει τιμές από 500€ έως 7150€ και αποτελεί στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι οι παράγοντες φύλο, ηλικία, οικονομικός προγραμματισμός, αποταμίευση, μετρητά ως τρόπος πληρωμής και εφημερίδες ως πηγή ενημέρωσης για τα διαρκή αγαθά, δεν επιδρούν στην απόκτηση συσκευών διασκέδασης. Αντιθέτως, αξίζει να αναφερθεί πως και ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, καθώς και το ύψος του εισοδήματος έχουν θετική σχέση με την κατοχή και των πέντε συσκευών αναψυχής. Ομοίως, η ιδιόκτητη κατοικία και οι αλυσίδες ηλεκτρικών ειδών φαίνεται να επιδρούν θετικά στην απόκτηση των παραπάνω συσκευών.

#### 8.2.4. Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για την απόκτηση διαρκών αγαθών μετά από οικονομικό προγραμματισμό

Στον πίνακα 8.4. απεικονίζονται τα αποτελέσματα παλινδρόμησης για τη μεταβλητή econ.prog., η οποία αποτελεί και την εξαρτημένη μεταβλητή. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές λαμβάνονται στη συγκεκριμένη ανάλυση οι εξής: income, Durablen (owner), oik.xris., fun.xris., AEI, use, cash, savings, television, home\_type, members και age.

Με δεδομένο ότι η εξαρτημένη μεταβλητή στο υπόδειγμα οικονομικού προγραμματισμού 8.4. είναι ποιοτική – ψευδομεταβλητή, η εκτίμηση των παραμέτρων αι του υποδείγματος, βασίζεται στη μέθοδο της μέγιστης πιθανοφάνειας. Το υπόδειγμα είναι το ακόλουθο:

$$\begin{aligned} \text{Econ.prog.} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{income} + \alpha_2 \text{durablen} + \alpha_3 \text{oik.xris.} + \alpha_4 \text{fun.xris.} \\ & + \alpha_5 \text{AEI} + \alpha_6 \text{use} + \alpha_7 \text{cash} + \alpha_8 \text{savings} + \alpha_9 \text{television} \\ & + \alpha_{10} \text{home\_type} + \alpha_{11} \text{members} + \alpha_{12} \text{age} + \varepsilon_i \end{aligned} \quad (8.4.)$$

**Πίνακας 8.4: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τον οικονομικό προγραμματισμό (Τιμή 1: Ο ερωτώμενος προβαίνει σε καταναλωτικό προγραμματισμό)**

| Μεταβλητές                   | LOGIT (υπόδειγμα 1) | LOGIT (υπόδειγμα 2) |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| Σταθερά                      | -0,475<br>(0,057)   | -1,567<br>(1,738)   |
| income                       | 0,00*<br>(2,656)    | 0,00**<br>(2,98)    |
| Durablen                     | -7,609*<br>(0,086)  | -1,096**<br>(2,807) |
| Oik.xris                     | 0,12<br>(0,022)     |                     |
| Fun.xris                     | 6,474<br>(0,062)    |                     |
| AEI                          | 1,673<br>(1,765)    |                     |
| use                          | 0,251<br>(0,093)    |                     |
| cash                         | 1,8***<br>(6,99)    | 1,702***<br>(7,246) |
| savings                      | 1,782**<br>(6,025)  | 1,724***<br>(6,816) |
| television                   | -0,238<br>0,137     |                     |
| Home_type                    | -0,317<br>(0,19)    |                     |
| members                      | -0,259<br>(0,634)   |                     |
| age                          | 0,055**<br>(2,785)  | 0,065**<br>(4,659)  |
| R <sup>2</sup> (Nagerlkerke) | 0,196               | 0,16                |
| 2Log likelihood ratio        | 79,872              | 85,491              |

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική wald.

\*\*\*, \*\* και \* υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Εν προκειμένω, η εκτιμώμενη εξίσωση για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της χρήσης των οικιακών συσκευών, προσδιορίζεται ως εξής:

$$\begin{aligned} \text{Econ.prog.} = & -1,567 + 0,001 \text{income} - 1,096 \text{durablen} \\ & + 1,702 \text{cash} + 1,724 \text{savings} + 0,065 \text{age} + \varepsilon_i \end{aligned} \quad (8.4'.)$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή *econ.prog.*, αποτελεί ψευδομεταβλητή, λαμβάνοντας την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος προβαίνει σε οικονομικό προγραμματισμό και την τιμή 0 αλλού.

Η μεταβλητή *income* αποτελεί ποσοτική μεταβλητή, παίρνει τιμές από 500€ έως 7150€ και αποτελεί σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η μεταβλητή *durablen*, εκφράζει το σύνολο δέκα διαρκών αγαθών (ψυγείο, ηλεκτρ. κουζίνα, φούρνος μικροκυμάτων, πλυντήριο ρούχων και πιάτων, κλιματιστικό, τηλεόραση, βιντεοκάμερα, ηλεκτρ. υπολογιστή, συσκευή dvd) και λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος διαθέτει και τα δέκα αγαθά, ενώ την τιμή 0, σε αντίθετη περίπτωση και ερμηνεύει τη μεταβλητή *econ.prog.* σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Οι μεταβλητές *oik.xris.* και *fun.xris.*, παίρνουν την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος κατέχει τις πέντε συσκευές οικιακής χρήσης και τις πέντε αναψυχής, την τιμή 0 αλλού, ενώ δεν πρόκειται για στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Η μεταβλητή *AEI*, εμφανίζει την τιμή 1 στην περίπτωση εκείνη που ο ερωτώμενος είναι πτυχιούχος AEI και την τιμή 0 σε όλες τις άλλες περιπτώσεις, μην παρουσιάζοντας στατιστική σημαντικότητα.

Η μεταβλητή *use*, εκφράζει την απόκτηση νέων αγαθών για λόγους χρησιμότητας και δεν πρόκειται για στατιστικά σημαντική μεταβλητή, όπως επίσης και η μεταβλητή *television*, η οποία εκφράζει τον τρόπο ενημέρωσης των ερωτώμενων για τα διαρκή αγαθά μέσω τηλεόρασης.

Η μεταβλητή *cash* ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *econ.prog.* σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1% και παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο καταναλωτής επιλέγει την πληρωμή των προϊόντων με μετρητά, ενώ την τιμή 0 στους άλλους τρόπους πληρωμής.

Επιπροσθέτως, η μεταβλητή *savings* παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση εκείνη που ο ερωτώμενος κάνει τακτική αποταμίευση και την τιμή 0 στην περίπτωση που δεν κάνει, εμφανίζοντας επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%.

Η μεταβλητή *home\_type*, εμφανίζει την τιμή 1 όταν πρόκειται για ιδιόκτητη κατοικία και την τιμή 0 στην περίπτωση της ενοικιαζόμενης κατοικίας, ενώ δεν εμφανίζει στατιστική σημαντικότητα.

Η μεταβλητή *members*, εκφράζει τα μέλη του νοικοκυριού, παίρνει τιμές από 1 έως 6, άρα αποτελεί ποσοτική μεταβλητή και δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *econ.prog*.

Η *age*, πρόκειται για ποσοτική μεταβλητή και κυμαίνεται από 19 έως και 73 έτη, ερμηνεύοντας την εξαρτημένη μεταβλητή εφόσον είναι στατιστικά σημαντική, σε επίπεδο 5% .

Με την αξιολόγηση της παλινδρόμησης της μεταβλητής οικονομικού προγραμματισμού αποδεικνύεται ότι όσο αυξάνει η ηλικία των μελών του νοικοκυριού, καθώς και το μηνιαίο εισόδημα τόσο αυξάνεται η πιθανότητα, οι ερωτώμενοι να προβούν σε οικονομικό προγραμματισμό.

Παράλληλα, εάν τα μετρητά προτιμώνται σαν τρόπος πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών και ταυτόχρονα, οι καταναλωτές αποταμιεύουν συστηματικά, ο οικονομικός προγραμματισμός είναι υπαρκτός. Αντίθετα, η μόνη περίπτωση αρνητικής επίδρασης του οικογενειακού οικονομικού προγραμματισμού, παρατηρείται όταν αυξάνει η κατοχή των δέκα διαρκών αγαθών, υποδηλώνοντας τη μειωμένη ύπαρξη οικονομικού προγραμματισμού.

#### **8.2.5. Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τον τρόπο πληρωμής των διαρκών αγαθών με μετρητά**

Ο πίνακας 8.5. που ακολουθεί παρουσιάζει τα αποτελέσματα λογιστικής παλινδρόμησης, για την εξαρτημένη μεταβλητή *cash* και τις ανεξάρτητες μεταβλητές: *age*, *members*, *econ.prog*, *savings*, *renew*, *income*, *oik.xris* και *fun.xris*. Με δεδομένο ότι η εξαρτημένη μεταβλητή οικονομικός προγραμματισμός, αποτελεί ψευδομεταβλητή, η εκτίμηση των παραμέτρων αί του υποδείγματος της λογιστικής παλινδρόμησης ακολουθεί τη μέθοδο της μέγιστης πιθανοφάνειας.

Για την ανάλυση της εκτιμώμενης παλινδρόμησης χρησιμοποιείται το ακόλουθο υπόδειγμα:

$$\text{Cash} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{age1} + \alpha_2 \text{members} + \alpha_3 \text{econ.prog.} + \alpha_4 \text{savings} + \alpha_5 \text{renew} + \alpha_6 \text{income} + \alpha_7 \text{oik.xris.} + \alpha_8 \text{fun.xris} + \varepsilon_i \quad (8.5.)$$

**Πίνακας 8.5: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης του τρόπου πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών, με μετρητά.**

(Τμή 1: Ο ερωτώμενος πληρώνει με μετρητά)

| Μεταβλητές                   | LOGIT (υπόδειγμα 1) | LOGIT (υπόδειγμα 2) |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| Σταθερά                      | 0,265<br>(0,3)      | 1,977**<br>(4,02)   |
| Age                          | -0,37*<br>(2,14)    | -0,052**<br>(4,946) |
| Members                      | 0,56<br>(1,056)     |                     |
| Econ.prog                    | 1,65**<br>(6,73)    | 1,56***<br>(6,83)   |
| Savings                      | -0,195<br>(0,128)   |                     |
| Renew                        | 0,805<br>(2,        |                     |
| Income                       | 0,001*<br>(2,4)     | 0,001**<br>(3,145)  |
| Oik.xris                     | -1,139**<br>(4,06)  | -1,054**<br>(4,812) |
| Fun.xris                     | -0,103<br>(0,026)   |                     |
| R <sup>2</sup> (Nagerlkerke) | 0,085               | 0,188               |
| 2Log likelihood ratio        | 110,602             | 122,961             |

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική wald.

\*\*\*, \*\* και \* υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Η εκτιμώμενη εξίσωση του τρόπου πληρωμής των διαρκών αγαθών με μετρητά προσδιορίζεται ως εξής:

$$\text{Cash} = 1,97 - 0,052 \text{age1} + 1,56 \text{econ.prog} + 0,001 \text{income} - 1,054 \text{oik.xris} + \varepsilon_i \quad (8.5'.)$$

Η μεταβλητή *cash* παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί μετρητά για την πληρωμή των διαρκών αγαθών και την τιμή 0 αλλού.

Η *age*, πρόκειται για ποσοτική μεταβλητή και κυμαίνεται από 19 έως και 73 έτη, ερμηνεύοντας την εξαρτημένη μεταβλητή εφόσον είναι στατιστικά σημαντική, σε επίπεδο 5% .

Η μεταβλητή *members*, εκφράζει τα μέλη του νοικοκυριού, παίρνει τιμές από 1 έως 6, άρα αποτελεί ποσοτική μεταβλητή και δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *cash*.

Παράλληλα, η μεταβλητή *econ.prog.* είναι ψευδομεταβλητή και παίρνει την τιμή 1, στην περίπτωση που ο καταναλωτής προβαίνει σε οικονομικό προγραμματισμό πριν την απόκτηση των διαρκών αγαθών και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση, παρουσιάζοντας στατιστική σημαντικότητα σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Επίσης, η μεταβλητή *savings*, λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο καταναλωτής αποταμιεύει συστηματικά και στην αντίθετη περίπτωση 0, ενώ δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *cash*.

Η μεταβλητή *income*, εκφράζει το μηνιαίο εισόδημα του νοικοκυριού και λαμβάνει τιμές από 500€ έως 7150€ ερμηνεύοντας την εξαρτημένη μεταβλητή *cash* σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%.

Ομοίως, η μεταβλητή *oik.xris.* παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος κατέχει τις πέντε συσκευές οικιακής χρήσης και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση, παρουσιάζοντας στατιστική σημαντικότητα επιπέδου 5%.

Τέλος, η ανεξάρτητη μεταβλητή *renew* λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο εξεταζόμενος αποφασίζει να ανανεώσει μία συσκευή με κάποια άλλη, με χαρακτηριστικά νέας τεχνολογίας , και την τιμή 0 αλλού. Η *renew* δεν εμφανίζει στατιστική σημαντικότητα, όπως επίσης και η μεταβλητή *fun.xris.*, η οποία εκφράζει την κατοχή των πέντε συσκευών διασκέδασης.

Είναι, λοιπόν, εύκολο να αντιληφθεί κανείς πως η αξιολόγηση του προηγθέντος υποδείγματος έδωσε τα εξής αποτελέσματα. Ανεξάρτητες οι οποίες έχουν θετική τάση απέναντι στον τρόπο πληρωμής με μετρητά, είναι η ύπαρξη οικονομικού προγραμματισμού και το ύψος του μηνιαίου εισοδήματος. Άρα, όσο αυξάνει ο οικονομικός προγραμματισμός και το εισόδημα, αυξάνει και η πιθανότητα ο καταναλωτής να πληρώνει με μετρητά. Σε αντιδιαστολή, η αύξηση του μέσου όρου ηλικίας των καταναλωτών και της κατοχής οικιακών συσκευών, συνεπάγεται



μειωμένη πιθανότητα για τον καταναλωτή, να επιλέξει τα μετρητά, ως τρόπο πληρωμής των διαρκών αγαθών του.

### 8.2.6. Εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων για τον τρόπο πληρωμής των διαρκών αγαθών με άτοκες δόσεις

Στην εκτίμηση παλινδρόμησης που παρουσιάζεται στον πίνακα 8.6. ως εξαρτημένη μεταβλητή, λαμβάνεται η μεταβλητή doses και ανεξάρτητες είναι οι μεταβλητές age, members, el.chain., savings, aspiration, durablen, income2, oik.xris. και fun. xris.

$$\begin{aligned} \text{Doses} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{income2} + \alpha_2 \text{members} + \alpha_3 \text{age} + \alpha_4 \text{el.chain} + \alpha_5 \text{television} \\ & + \alpha_6 \text{econ.prog.} + \alpha_7 \text{savings.} + \alpha_8 \text{renew} + \alpha_9 \text{durablesn} \\ & + \alpha_{10} \text{oik.xris.} + \alpha_{11} \text{fun.xris} + \varepsilon_i \end{aligned} \quad (8.6.)$$

**Πίνακας 8.6: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης του τρόπου πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών, με άτοκες δόσεις.**

(Τιμή 1: Ο ερωτώμενος πληρώνει άτοκες δόσεις)

| Μεταβλητές                   | LOGIT (υπόδειγμα 1)  | LOGIT (υπόδειγμα 2)   |
|------------------------------|----------------------|-----------------------|
| Σταθερά                      | -3,953***<br>(7,114) | -2,605***<br>(10,010) |
| Income2                      | 0,000***<br>(8,202)  | 0,000***<br>(11,596)  |
| Members                      | 0,187<br>(0,905)     |                       |
| age                          | 0,009<br>(0,199)     |                       |
| El.chain                     | 0,569<br>(1,701)     |                       |
| television                   | 0,855**<br>(4,036)   | 0,846**<br>(4,409)    |
| Econ.prog                    | 0,993**<br>(2,764)   | 1,013**<br>(3,251)    |
| savings                      | -0,16<br>(0,148)     |                       |
| renew                        | 0,454<br>(1,063)     |                       |
| Durablesn                    | -0,447<br>(0,227)    |                       |
| Oik.xris                     | -0,076<br>(0,022)    |                       |
| Fun.xris                     | 0,268<br>(0,143)     |                       |
| R <sup>2</sup> (Nagerlkerke) | 0,2                  | 0,164                 |
| 2Log likelihood ratio        | 158,331              | 162,371               |

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική wald.

\*\*\*, \*\* και \* υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Με βάση το δεδομένο ότι η εξαρτημένη μεταβλητή ανήκει στην κατηγορία των ψευδομεταβλητών, πραγματοποιείται λογιστική παλινδρόμηση η οποία στηρίζεται στη μέθοδο της πιθανοφάνειας και το υπόδειγμα αυτής ακολουθεί την εξής δομή:

$$\begin{aligned} \text{Doses} = & -2,605 - 2,605 \text{income2} + 0,846 \text{television} \\ & + 1,013 \text{econ.prog} + \varepsilon_i \end{aligned} \quad (8.6'.)$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή *doses*, λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος επιλέγει τις άτοκες δόσεις, ως τρόπο πληρωμής για την αγορά διαρκών αγαθών και την τιμή 0 αλλού.

Η ανεξάρτητη ποσοτική μεταβλητή *income2*, αντιπροσωπεύει το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, παίρνοντας την τιμή 5000€ έως 65000€, εμφανίζεται στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η μεταβλητή *age* εκφράζει την ηλικία των ερωτώμενων και κυμαίνεται μεταξύ 19 και 73 ετών και δεν αποτελεί στατιστικά σημαντική μεταβλητή, όπως επίσης και η μεταβλητή *members*, η οποία εκφράζει τον αριθμό των μελών του νοικοκυριού, είναι ποσοτική και λαμβάνει τιμές από 1 έως 6 μέλη.

Ακολουθεί, η μεταβλητή *el.chain*, η οποία εκφράζει το κατάστημα ηλεκτρικών ειδών από το οποίο οι καταναλωτές επιλέγουν να αγοράσουν τα διαρκή αγαθά τους. Πρόκειται για ψευδομεταβλητή, η οποία παίρνει την τιμή 1, όταν η απάντηση είναι θετική, όταν δηλαδή αποκτούν τα αγαθά από τέτοιου είδους καταστήματα, ενώ παίρνει την τιμή 0 αλλού και δεν εμφανίζεται στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή *television*, παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί την τηλεόραση για την ενημέρωσή του για τα διαρκή αγαθά και την τιμή 0 από άλλες πηγές, ενώ ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *doses* σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Παράλληλα, η μεταβλητή *econ.prog.* είναι ψευδομεταβλητή και παίρνει την τιμή 1, στην περίπτωση που ο καταναλωτής προβαίνει σε οικονομικό προγραμματισμό πριν την απόκτηση των διαρκών αγαθών και την τιμή 0 στην

αντίθετη περίπτωση, παρουσιάζοντας στατιστική σημαντικότητα σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Επίσης, η μεταβλητή *savings*, λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο καταναλωτής αποταμιεύει συστηματικά και στην αντίθετη περίπτωση 0, ενώ δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *doses*.

Η ανεξάρτητη μεταβλητή *renew* λαμβάνει την τιμή 1, όταν ο εξεταζόμενος αποφασίζει να ανανεώσει μία συσκευή με κάποια άλλη, με χαρακτηριστικά νέας τεχνολογίας, και την τιμή 0 αλλού. Η *renew* δεν εμφανίζει στατιστική σημαντικότητα

Η μεταβλητή *durablesn*, εκφράζει το σύνολο δέκα διαρκών αγαθών (ψυγείο, ηλεκτρ.κουζίνα, φούρνος μικροκυμάτων, πλυντήριο ρούχων και πιάτων, κλιματιστικό, τηλεόραση, βιντεοκάμερα, ηλεκτρ. υπολογιστή, συσκευή dvd) και λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος διαθέτει και τα δέκα αγαθά, ενώ την τιμή 0, σε αντίθετη περίπτωση και δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *doses*.

Οι μεταβλητές *oik.xris.* και *fun.xris.*, παίρνουν την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος κατέχει τις πέντε συσκευές οικιακής χρήσης και τις πέντε αναψυχής, την τιμή 0 αλλού, ενώ δεν πρόκειται για στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Από την εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης που προηγήθηκε, για τη μεταβλητή *doses*, καταδεικνύεται ότι η ενημέρωση του καταναλωτή για τα διαρκή αγαθά μέσω της τηλεόρασης και η ύπαρξη οικονομικού προγραμματισμού στα νοικοκυριά, ευνοούν την απόκτηση «λευκών συσκευών» με άτοκες δόσεις, ενώ από την άλλη πλευρά, η αύξηση του ετήσιου οικογενειακού εισοδήματος, μειώνει την πιθανότητα χρήσης άτοκων δόσεων.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός της παρούσας μελέτης, αποτελεί η διερεύνηση των προσδιοριστικών παραγόντων της καταναλωτικής συμπεριφοράς, για την περίπτωση των διαρκών αγαθών στην περιοχή των Αθηνών. Η ανάλυση των παραγόντων οι οποίοι επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή, προέκυψαν κατά κύριο λόγο από δειγματοληπτική έρευνα σε νοικοκυριά εντός της Αττικής.

Προκειμένου λοιπόν, να εξεταστούν οι παράμετροι που επιδρούν στην αγοραστική συμπεριφορά, ακολούθησε εκτίμηση οικονομετρικών υποδειγμάτων παλινδρόμησης, για τον εντατικό χρήστη, ο οποίος κατέχει δέκα βασικές οικιακές συσκευές. Ακολούθως, για εκτενέστερη και ποιοτικότερη ανάλυση, χωρίσαμε τα διαρκή αγαθά, σε δυο ομάδες, κάθε μια από τις οποίες περιλαμβάνει πέντε συσκευές. Στην πρώτη ομάδα, ανήκουν οι οικιακές συσκευές ενός σύγχρονου νοικοκυριού, το ψυγείο, η ηλεκτρική κουζίνα, ο φούρνος μικροκυμάτων, το πλυντήριο ρούχων και τέλος το πλυντήριο πιάτων. Η δεύτερη ομάδα, αποτελείται από «συσκευές διασκέδασης». Πρόκειται, για συσκευές νέας αλλά και παλαιότερης τεχνολογίας, τις οποίες κατέχει το νοικοκυριό με σκοπό την αναψυχή και είναι οι εξής: ηλεκτρονικός υπολογιστής, τηλεόραση, συσκευή dvd, φωτογραφική μηχανή και βιντεοκάμερα.

Για όλα τα παραπάνω διαρκή αγαθά, βρέθηκε ότι το ύψος του μηνιαίου εισοδήματος του νοικοκυριού αλλά και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα του νοικοκυριού, αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες επίδρασης στην απόκτηση διαρκών αγαθών. Σε παρόμοια συμπεράσματα, καταλήγουν και προηγούμενες εμπειρικές μελέτες, όπως αυτές των Kasulis *et al* (1979) στο πανεπιστήμιο της Οκλαχόμα στις ΗΠΑ, Clarke *et al* (1982) στην πόλη Πέρθ της δυτικής Αυστραλίας και Karlsson *et al* (1999), όπου καταναλωτές με μεγαλύτερο εισόδημα, φανερώνονται θετικοί ως προς την απόκτηση διαρκών αγαθών.

Αξιοπρόσεκτη χαρακτηρίζεται και η θετική σχέση που παρατηρήθηκε μεταξύ του μεγέθους του νοικοκυριού και της απόκτησης οικιακών συσκευών και συσκευών αναψυχής. Αναλυτικότερα, φαίνεται ότι, όσο αυξάνει ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα κατοχής των παραπάνω συσκευών από το νοικοκυριό. Παράλληλα, εξετάζοντας τα συμπεράσματα ερευνών στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής οι Dickson *et al* (1983) και MacLennan *et al* (1998)

καταλήγουν σε όμοια αποτελέσματα, θεωρώντας το μέγεθος του νοικοκυριού προσδιοριστικό παράγοντα της καταναλωτικής συμπεριφοράς.

Επιπλέον, η κυριότητα της κατοικίας, επιδρά καθοριστικά στην απόκτηση διαρκών αγαθών, σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την εμπειρική ανάλυση. Η κυριότητα κατοικίας, αφορά την ιδιόκτητη ή ενοικιαζόμενη κατοικία, από όπου εξάγονται χρήσιμα συμπεράσματα. Ειδικότερα, αναφέρεται ότι στην περίπτωση της ιδιόκτητης κατοικίας, ο αριθμός των διατιθέμενων οικιακών συσκευών και συσκευών διασκέδασης του νοικοκυριού αυξάνεται. Το ίδιο συμπέρασμα προκύπτει και στην περίπτωση του εντατικού χρήστη, ο οποίος επηρεάζεται θετικά ως προς την απόκτηση και των δέκα βασικών συσκευών, εάν διαμένει σε ιδιόκτητη κατοικία. Όμοια αποτελέσματα συναντάμε και στην έρευνα των Kasulis *et al* (1979), στην οποία η ύπαρξη πλάνου απόκτησης διαρκών αγαθών, εμφανίζεται ανάλογη του τύπου κατοικίας των καταναλωτών.

Από τη δειγματοληπτική έρευνα και τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τα οικονομετρικά υποδείγματα, ο οικονομικός προγραμματισμός στον οποίο προβαίνει το σύγχρονο νοικοκυριό, αλλά και οι τρόποι με τους οποίους αποκτά τα διαρκή αγαθά του, παρουσιάζουν ενδιαφέρον σχετικά με την απόκτηση και κατοχή διαρκών αγαθών. Ειδικότερα, ο οικονομικός προγραμματισμός, φαίνεται να δέχεται επίδραση τόσο από οικονομικά, όσο και από κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά του νοικοκυριού, όπως είναι το εισόδημα, η εντατικότητα κατοχής συσκευών, η αποταμίευση, ο τρόπος πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών και η ηλικία των μελών του νοικοκυριού.

Το υψηλό μηνιαίο εισόδημα και σε αυτή την περίπτωση, έχει θετική επίδραση στον οικονομικό προγραμματισμό, όπως επίσης η ύπαρξη μετρητών και το ποσό των χρημάτων που προκύπτει από τακτική αποταμίευση. Συγχρόνως, το γεγονός ότι ένα νοικοκυριό προβαίνει σε οικογενειακό προγραμματισμό, εξαρτάται από την ηλικία των μελών του, το οποίο είναι προφανές αν σκεφτεί κανείς ότι άτομα νεαρής ηλικίας αποφασίζουν ατομικά για την απόκτηση αγαθών, ανεξάρτητα από τους γονείς τους, ενώ άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, αποβλέπουν στην αποκατάσταση των παιδιών τους και την αύξηση του επιπέδου κατανάλωσης. Αντιθέτως, η υψηλή κατοχή βασικών διαρκών αγαθών στο νοικοκυριό, υποδηλώνει τη μειωμένη ύπαρξη οικονομικού προγραμματισμού.

Οι τρόποι με τους οποίους οι ερωτώμενοι επιλέγουν να πληρώνουν, προκειμένου να αποκτήσουν τα διαρκή αγαθά τους, αποτέλεσαν εξίσου αντικείμενο

έρευνας στην παρούσα μελέτη, για να διαπιστωθεί ο οικονομικός προσανατολισμός των ατόμων αλλά και το επίπεδο ικανοποίησης τους. Πιο συγκεκριμένα, τα μετρητά σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης, δείχνουν ότι ο οικονομικός προγραμματισμός και το εισόδημα επιδρούν θετικά στην πληρωμή των διαρκών αγαθών με μετρητά. Σε αντιδιαστολή, η αύξηση του μέσου όρου ηλικίας των καταναλωτών και της κατοχής οικιακών συσκευών, συνεπάγεται μειωμένη πιθανότητα για τον καταναλωτή, να επιλέξει τα μετρητά, ως τρόπο πληρωμής των διαρκών αγαθών του.

Εκτός από τα μετρητά, εξετάστηκαν οι άτοκες δόσεις και οι παράγοντες που επηρεάζουν αυτό τον τρόπο για την απόκτηση διαρκών αγαθών. Καταδεικνύεται, ότι η ενημέρωση του καταναλωτή για τα διαρκή αγαθά μέσω της τηλεόρασης και η ύπαρξη οικονομικού προγραμματισμού στα νοικοκυριά, ευνοούν την απόκτηση «λευκών συσκευών» με άτοκες δόσεις, ενώ από την άλλη πλευρά, η αύξηση του ετήσιου οικογενειακού εισοδήματος, μειώνει την πιθανότητα χρήσης άτοκων δόσεων για την απόκτησή τους.

Παράλληλα, στην παρούσα πτυχιακή εξετάστηκε η επίδραση της έρευνας αγοράς σαν απόφαση των καταναλωτών για οικονομικό προγραμματισμό και της επίδρασης που έχει στην καταναλωτική συμπεριφορά. Περίπου το 60% του δείγματος επέλεξε αυτή την απάντηση. Σε παρόμοια συμπεράσματα καταλήγουν και οι Tulin *et al* (2002) στη μελέτη τους, εμφανίζοντας την έρευνα αγοράς να επιδρά θετικά στην κατανάλωση των διαρκών αγαθών.

Στην ίδια μελέτη των Tulin *et al* (2002), φανερώνεται επίσης ότι οι «φθηνές» πηγές πληροφόρησης, οδηγούν σε αυξημένη κατανάλωση. Όμοια εξετάστηκε στην παρούσα έρευνα η επιρροή των μέσων τα οποία επιλέγουν οι καταναλωτές για την απόκτηση διαρκών αγαθών. Ο πληθυσμός του δείγματος της παρούσας εμπειρικής έρευνας, στην πλειοψηφία του επιλέγει με ποσοστό περίπου 62% τις εφημερίδες ή τα περιοδικά και την τηλεόραση για την ενημέρωσή του.

Στη συνέχεια, ακολούθησαν ερωτήσεις οι οποίες αφορούν τις γνώσεις των καταναλωτών για την κατάληξη των διαρκών αγαθών. Σε αυτή την περίπτωση τα αποτελέσματα, ήταν μάλλον αποθαρρυντικά, καθώς σχεδόν οι μισοί ερωτώμενοι του δείγματος, το 46,2% απάντησαν ότι δεν γνωρίζουν την κατάληξη των αγαθών τους, ενώ, περίπου 38% απαντά ότι τα διαρκή αγαθά καταλήγουν σε χωματερές. Οι άλλες δυο απαντήσεις, δηλαδή η ανακύκλωση και οι ΧΥΤΑ (Χώροι Ταφής Απορριμμάτων), εμφάνισαν τα μεγαλύτερα ποσοστά αρνητικής συχνότητας

απαντήσεων, 83,1% και 86,9% αντίστοιχα. Από τις αναλογίες των ποσοστών, συμπεραίνουμε ότι οι σύγχρονοι καταναλωτές είναι ελλιπώς ενημερωμένοι για την κατάληξη των συσκευών τους, αλλά και για τους οικολογικούς τρόπους καταστροφής των.

Οι Karlsson *et al* (2004) στην έρευνα τους για τα διαρκή αγαθά, κατέληξαν ότι υψηλά επίπεδα φιλοδοξίας και κοινωνικής σύγκρισης, έχουν θετική επίδραση στην κατανάλωση. Αντιθέτως, δεν οδηγούμαστε σε αντίστοιχα συμπεράσματα στην παρούσα έρευνα. Ειδικότερα, εξήχθησαν συμπεράσματα σχετικά με τους λόγους για τους οποίους ένα νοικοκυριό επιλέγει να αποκτήσει διαρκή αγαθά. Το 89,2% κρίνει τους λόγους χρησιμότητας ως πιο σημαντικούς, που σηματοδοτεί ότι μεγάλο τμήμα του δείγματος, αποτελεί προσανατολισμένο καταναλωτικό κοινό, ενώ πολύ μικρά ποσοστά 3,1% και 0,8%, δόθηκαν στους λόγους αύξησης επιπέδου φιλοδοξίας και λόγους κοινωνικής σύγκρισης αντιστοίχως.

Καταλήγοντας, το προκύπτον γενικό συμπέρασμα από την ανάλυση των οικονομετρικών υποδειγμάτων της παρούσας πτυχιακής μελέτης, αλλά και των ερευνών οι οποίες βασίστηκαν σε ξένη βιβλιογραφική ανασκόπηση, αποτελεί το γεγονός ότι το εισόδημα είτε μηνιαίο, είτε ετήσιο, είναι ο κυρίαρχος προσδιοριστικός παράγοντας της καταναλωτικής συμπεριφοράς στην περίπτωση των διαρκών αγαθών, εφόσον παρουσιάζεται σε όλες τις εκτιμήσεις των λογιστικών παλινδρομήσεων, στατιστικά σημαντικός παράγοντας και με θετική τάση ως προς την κατανάλωση. Εξίσου σημαντικοί, αλλά πάντα σε επίπεδο μικρής στατιστικής σημαντικότητας παρουσιάζονται: το μέγεθος του νοικοκυριού, η ηλικία των μελών και ο οικονομικός προγραμματισμός στον οποίο προβαίνουν τα νοικοκυριά.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Antonides G. (1991), “An economic-psychological model of scrapping behavior”, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 12, pp. 357-379.
2. Autio, M. (2005), “The morality of spending in Finnish youth consumer culture”, *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 29, pp. 332-341.
3. Barbera P.A. and Mazursky D.(1983), “A longitudinal Assessment of Consumer Satisfaction/Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of the Cognitive Process”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, pp. 393-404
4. Bauer R.A., “Consumer behavior as risk taking”, in *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*, ed. Donald F. Cox (Boston: Division of Research, Harvard Business School, 1967)
5. Clarke Y., Soutar G.N. (1982), “Consumer acquisition patterns for durable goods: australian evidence”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 8, pp. 456-460.
6. Cotte, J., Coulter, R. and M. Moore (2005), “Enhancing or disrupting guilt: the role of ad credibility and perceived manipulative intent”, *Journal of Business Research*, Vol. 58, pp. 361-368.
7. Dickson, Peter R. and Wilkie W.L. (1979), “Consumer acquisition priorities for home appliances: A replication and re-evaluation”, *Journal of Consumer Research*, Vol.9, pp.432-435.
8. Fast J., Vosburgh R.E.and Frisbee W.R. (1989), “The effects of consumer education on consumer search”, *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 23, pp. 65-90.



9. Fishbein, “Attitudes and Predistion”
10. Green P.E. and Wind Y. (1973), “Multiattribute decisions in marketing: A dryden press”, Chap. 2
11. Henderson J.M., and Quandt R.E., “Microeconomic theory, A mathematical approach”, New York: McGraw- Hill, 1971, pp.14
12. Hogarth, J. and M. English (2002), “Consumer complaints and redress: an important mechanism for protecting and empowering consumers”, *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 26, pp. 217-226.
13. Karlsson N., Dellgran P., Klingander B., Garling T. (2004), “Household consumption: Influences of aspiration level, social comparison, and money management”, *Journal of Economic Psychology*, Vol.25, pp. 753-769.
14. Karlsson N., Gärling T., Selart M.(1999), “Explanations of effects of prior income changes on buying decisions”, *Journal of Economic Psychology*, Vol.20, pp. 449-463.
15. Kasulis J.J., Lusch R.F., Stafford E.F., JR (1979), “Consumer acquisition patterns for durable goods”, *Journal of Consumer Research*, Vol.6, June 1979, pp. 47-57.
16. Kotler P. and Mantrala K. (1985), “Flawed products: Consumer responses and marketer strategies”, *Journal of Consumer Marketing*, pp. 27-36
17. Kotler P., «Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ – Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση & Έλεγχος», Εκδόσεις Interbooks, Έβδομη έκδοση
18. McAlister L. (1979), “Choosing multiple items from a product class”, *Journal of Consumer Research*, pp. 213-24
19. MacLennan D., Yong Tu (1998), “Changing housing wealth in the UK, 1985-1993: Household patterns and consequences”, *Scottish Journal of Political Economy*, Vol.45, pp. 447-465.

20. Miles D. (1997), “A household level study of the determinants of incomes and consumption”, *The Economic Journal*, Vol. 107 , pp 1-25.
21. Mostafa, M. (2005), “An experimental investigation of the Egyptian consumers attitudes towards surrealism in advertising”, *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 29(3), pp. 216-231.
22. Petrof J., (1979), “Ψυχολογία του Καταναλωτή», Αθήνα, σελ.30
23. Pickering J.F., Grotorex M. and Laycock P.J. (1983), “The structure of consumer confidence in four EEC countries”, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 4, pp. 353-362.
24. Purutcuoglu, E. and Bayraktar M. (2004), “Investigating the need for consumer education among Turkish secondary school students”, *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 28, pp. 443-453.
25. Reynolds F.D. and Wells W.D. (1977), “Consumer Behavior”, (New York: McGraw-Hill), pp. 49-188
26. Salaun, Y. and K. Flores (2001), “Information quality: meeting the needs of the consumer”, *Information Management*, Vol. 21(1), pp. 21-37.
27. Sandhusen L. (1999), «Διεθνές Μάρκετινγκ», Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα
28. Shefrin, H. M., & Thaler, R.H. (1988), “The behavioral life-cycle hypothesis”, *Economic Inquiry*, Vol. 26, pp. 609-643.
29. Shefrin, H. M., & Thaler, R.H. (1992), “Mental accounting, saving, and self-control. In G. Loewenstein, J.Elster”, *Choice over time*, pp. 287-330, New York Sage Foundation.

30. Soutar G.N., Cornish-Ward S.P. (1997), "Ownership patterns for durable goods and financial assets: a Rash analysis", *Applied Economics*, Vol. 29, pp. 903-911.
31. Swait J., Sweeney J.C. (2000), "Perceived value and its impact on choice behavior in a retail setting", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.7, pp. 77-88.
32. Taylor G.W. (1974), "The Role of Risk in Consumer Behavior", *Journal of Marketing*, pp.54-60
33. Tulin E., Keane M.P., Strebel J. (2002), "Learning About Computers: An Analysis of Information Search and Technology Choice", Working Paper, pp. 1-39.
34. Wells W.D. and Gubar G. (1966), "Life-cycle Concepts in Marketing Research", *Journal of Marketing Research*, pp. 355-63.
35. Καραποστόλης Β. (1983), «Η Καταναλωτική συμπεριφορά στην Ελληνική Κοινωνία 1960-1975», ΕΚΚΕ, Αθήνα.
36. Μαλλιάρης Γ. (2001), «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ», Γ Έκδοση, Εκδόσεις Σταμούλης
37. Σιώμκος, Γ. (2002), «Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ», 2η έκδοση, Αθ. Σταμούλης, Αθήνα.
38. "Consumer Research on Tourism" (1986), Special Issue, *Annals of Tourism Research*, Vol. 13

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



**ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**  
**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ**

**ΓΕΝΙΚΕΣ ΟΔΗΓΙΕΣ**

Στα πλαίσια των σπουδών μου, στο Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, ανέλαβα την εκπόνηση της πτυχιακής μελέτης με θέμα:

**“Καταναλωτική συμπεριφορά του σύγχρονου νοικοκυριού στην περιοχή των Αθηνών: Η περίπτωση των διαρκών αγαθών”**

Το πειραματικό μέρος της πτυχιακής μελέτης βασίζεται στο παρακάτω ερωτηματολόγιο.

Θα αποτελούσε πολύ μεγάλη εξυπηρέτηση και βοήθεια για μένα, αν αφιερώνατε 10 λεπτά από τον πολύτιμο χρόνο σας, για να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο που επισυνάπτεται.

Το ερωτηματολόγιο είναι **ανώνυμο** και τα στοιχεία που θα αντληθούν θα χρησιμοποιηθούν για **ερευνητικούς- εκπαιδευτικούς και μόνο σκοπούς και είναι απόλυτα εμπιστευτικά.**

Ελπίζοντας στην θετική ανταπόκρισή σας, σας ευχαριστώ εκ των προτέρων.

Άρτεμις Σούσου

Αριθμός Ερωτηματολογίου: \_\_\_\_\_

Ημερομηνία Συμπλήρωσης: \_\_\_\_\_

Περιοχή Συμπλήρωσης: \_\_\_\_\_

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ****I. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:**

Παρακαλώ, σημειώστε με X την απάντησή σας για κάθε μία από τις παρακάτω ερωτήσεις:

**1. Φύλο:**

|         |  |
|---------|--|
| Ανδρας  |  |
| Γυναίκα |  |

**2. Ηλικία:** \_\_\_\_\_**3. Οικογενειακή Κατάσταση:**

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Άγαμος -η                |  |
| Άγαμος-η με παιδιά       |  |
| Έγγαμος-η                |  |
| Έγγαμος-η με παιδιά      |  |
| Διαζευγμένος-η           |  |
| Διαζευγμένος-η με παιδιά |  |
| Χήρος-α                  |  |
| Εν διαστάσει             |  |
| Ελεύθερη συμβίωση        |  |

**4. Έχετε παιδιά;**

|     |  |
|-----|--|
| Ναι |  |
| Όχι |  |

**5. Αν ναι, ποιος είναι ο αριθμός τους;** \_\_\_\_\_**6. Αναφέρεται την ηλικία τους:**

|                      |  |
|----------------------|--|
| 1 <sup>ο</sup> παιδί |  |
| 2 <sup>ο</sup> παιδί |  |
| 3 <sup>ο</sup> παιδί |  |
| 4 <sup>ο</sup> παιδί |  |

**7. Από πόσα μέλη/άτομα αποτελείται η οικογένεια σας;** \_\_\_\_\_

**8. Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής σας;**

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Αναλφάβητος</b>                 |  |
| Απολυτήριο Δημοτικού               |  |
| Απολυτήριο Γυμνασίου               |  |
| Απολυτήριο Λυκείου                 |  |
| Απολυτήριο Τεχνικού Λυκείου/Σχολής |  |
| Πτυχιούχος ΤΕΙ                     |  |
| Πτυχιούχος ΑΕΙ                     |  |
| Μεταπτυχιακό Δίπλωμα               |  |

**9. Ποια είναι η απασχόλησή σας;**

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Δημόσιος Υπάλληλος</b> |  |
| Δημοτικός Υπάλληλος       |  |
| Ιδιωτικός Υπάλληλος       |  |
| Ελεύθερος επαγγελματίας   |  |
| Εξειδικευμένος τεχνίτης   |  |
| Συνταξιούχος              |  |
| Οικιακά                   |  |
| Άνεργος                   |  |

**10. Υπάρχει δεύτερη απασχόληση;**

|     |  |
|-----|--|
| Ναι |  |
| Όχι |  |

**11. Αν ναι, ποια είναι αυτή;**

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Δημόσιος Υπάλληλος</b> |  |
| Δημοτικός υπάλληλος       |  |
| Ιδιωτικός υπάλληλος       |  |
| Ελεύθερος επαγγελματίας   |  |
| Εξειδικευμένος τεχνίτης   |  |
| Συνταξιούχος              |  |
| Οικιακά                   |  |

**12. Το μηνιαίο προσωπικό σας εισόδημα είναι:**

|                   |  |
|-------------------|--|
| Κάτω από 500€     |  |
| Από 501-800€      |  |
| Από 801-1100€     |  |
| Από 1101-1400€    |  |
| Από 1401 € -1700€ |  |
| Από 1701 € -2000€ |  |
| Από 2001 € -2300€ |  |
| Από 2301 € -2600€ |  |

|                   |  |
|-------------------|--|
| Από 2601 € -2900€ |  |
| Από 2901 € -3200€ |  |
| Από 3201€ -3500€  |  |
| Από 3501€ -3800€  |  |
| Από 3801€ -4000€  |  |
| Από 4001€ -4300€  |  |
| Από 4301€ -4600€  |  |
| Από 4601€ -4900€  |  |

|                  |  |
|------------------|--|
| Από 4901€ -5200€ |  |
| Από 5201€ -5500€ |  |
| Από 5501€ -5800€ |  |
| Από 5801€ -6100€ |  |
| Από 6101€ -6400€ |  |
| Από 6401€ -6700€ |  |
| Από 6701€ -7100€ |  |
| Πάνω από 7101€   |  |

**13. Το ετήσιο οικογενειακό εισόδημά σας είναι:**

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Κάτω από 10.000€      |  |
| Από 10.001-20.000€    |  |
| Από 20.001 € -30.000€ |  |
| Από 30.001 € -40.000€ |  |
| Από 40.001 € -50.000€ |  |
| Από 50.001€ -60.000€  |  |
| Πάνω από 60.000€      |  |

**14. Σε ποιον τύπου κατοικία διαμένετε;**

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Μονοκατοικία              |  |
| Διαμέρισμα διπλοκατοικίας |  |
| Διαμέρισμα πολυκατοικίας  |  |
| Μεζονέτα                  |  |

**15. Η κατοικία σας είναι:**

|               |  |
|---------------|--|
| Ιδιόκτητη     |  |
| Ενοικιαζόμενη |  |

**16. Αν η κατοικία σας είναι ενοικιαζόμενη είναι:**

|               |  |
|---------------|--|
| Επιπλωμένη    |  |
| Μη επιπλωμένη |  |



**II. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΜΕΤΡΟΥΝ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ, ΤΟΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ, ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ.**

**17. Σημειώστε ποιο από τα παρακάτω διαρκή αγαθά κατέχετε, τον αριθμό τους καθώς και πόσο συχνά προχωράτε σε αντικατάστασή τους:**

| ΔΙΑΡΚΗ ΑΓΑΘΑ             | ΚΑΤΕΧΩ |     | ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΓΑΘΩΝ | ΧΡΟΝΟΣ ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΕ ΕΤΗ |
|--------------------------|--------|-----|----------------|------------------------------|
|                          | ΝΑΙ    | ΟΧΙ |                |                              |
| Ψυγείο                   |        |     |                |                              |
| Θερμοσίφονας             |        |     |                |                              |
| Κλιματιστικό             |        |     |                |                              |
| Κουζίνα                  |        |     |                |                              |
| Φούρνος μικροκυμάτων     |        |     |                |                              |
| Καφετιέρα                |        |     |                |                              |
| Στεγνωτήριο ρούχων       |        |     |                |                              |
| Ηλεκτρική σκούπα         |        |     |                |                              |
| Πλυντήριο πιάτων         |        |     |                |                              |
| Πλυντήριο ρούχων         |        |     |                |                              |
| Τηλεόραση                |        |     |                |                              |
| Στερεοφωνικό μηχάνημα.   |        |     |                |                              |
| Συσκευή DVD              |        |     |                |                              |
| Φωτογραφική μηχανή       |        |     |                |                              |
| Βιντεοκάμερα             |        |     |                |                              |
| Συσκευή βίντεο           |        |     |                |                              |
| Ηλεκτρονικός Υπολογιστής |        |     |                |                              |
| Αυτοκίνητο               |        |     |                |                              |
| Μοτοσικλέτα              |        |     |                |                              |
| Μηχανή του γκαζόν        |        |     |                |                              |
| Πισίνα                   |        |     |                |                              |

**18. Πότε ήταν η τελευταία φορά που αποκτήσατε τις παρακάτω συσκευές;**

| Διαρκή αγαθά         | Τελευταίο εξάμηνο | Τελευταίο 1 έτος | Τελευταία 2 έτη | Τελευταία 4 έτη | Τελευταία 6 έτη | Από 6 έτη και άνω | Δεν γνωρίζω |
|----------------------|-------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------|
| Ψυγείο               |                   |                  |                 |                 |                 |                   |             |
| Κουζίνα              |                   |                  |                 |                 |                 |                   |             |
| Φούρνος μικροκυμάτων |                   |                  |                 |                 |                 |                   |             |
| Πλυντήριο ρούχων     |                   |                  |                 |                 |                 |                   |             |
| Φωτογραφική μηχανή   |                   |                  |                 |                 |                 |                   |             |
| Βιντεοκάμερα         |                   |                  |                 |                 |                 |                   |             |
| Τηλεόραση            |                   |                  |                 |                 |                 |                   |             |
| Αυτοκίνητο           |                   |                  |                 |                 |                 |                   |             |
| Μοτοσικλέτα          |                   |                  |                 |                 |                 |                   |             |

**19. Σας έχουν προσφέρει ποτέ, κάποιες από τις παρακάτω συσκευές ως δώρο;**

| Διαρκή αγαθά         | ΝΑΙ | ΟΧΙ |
|----------------------|-----|-----|
| Ψυγείο               |     |     |
| Κουζίνα              |     |     |
| Φούρνος μικροκυμάτων |     |     |
| Πλυντήριο ρούχων     |     |     |
| Φωτογραφική μηχανή   |     |     |
| Βιντεοκάμερα         |     |     |
| Τηλεόραση            |     |     |
| DVD                  |     |     |
| Ηχοσύστημα           |     |     |

**20. Από τι είδους καταστήματα αποκτάτε τα διαρκή αγαθά τα οποία χρησιμοποιείτε;**

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| Συνοικιακό κατάστημα ηλ/κών ειδών |  |
| Συνοικιακό εμπορικό κατάστημα     |  |
| Μεγάλο εμπορικό κατάστημα         |  |
| Αλυσίδα ηλεκτρικών ειδών          |  |
| Μεγάλο σούπερ-μάρκετ              |  |

**21. Πως ενημερώνεστε για τα νέα διαρκή αγαθά της αγοράς;**

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Διαφημιστικά σποτ σε ράδιο     |  |
| Διαφημιστικά σποτ σε τηλεόραση |  |
| Διαφημιστικές πινακίδες        |  |
| Εφημερίδες/ περιοδικά          |  |
| Φέιγ βολάν                     |  |
| Από φίλους/ συγγενείς          |  |

**22. Πριν την απόκτησή των διαρκών αγαθών, προβαίνετε σε οικογενειακό οικονομικό προγραμματισμό;**

|     |  |
|-----|--|
| Ναι |  |
| Όχι |  |

**23. Αν ναι, τι είδους αποφάσεις περιλαμβάνει αυτός ο προγραμματισμός; (μπορείτε να δώσετε παραπάνω από μια απάντηση)**

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| Αποταμίευση                      |  |
| Περιοχές άλλων εξόδων            |  |
| Δανεισμός                        |  |
| Προσχεδιασμός αξιοποίησης μισθού |  |
| Έρευνα αγοράς                    |  |

**24. Αποταμιεύετε συχνά;**

|     |  |
|-----|--|
| Ναι |  |
| Όχι |  |

**25. Εάν ναι, επιλέξτε τι ποσό ετησίως;**

|                |              |              |              |              |              |                |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| Κάτω από 1000€ | 1.001€-2000€ | 2.001€-3000€ | 3.001€-4000€ | 4.001€-5000€ | 5.001€-6000€ | Πάνω από 6001€ |
|                |              |              |              |              |              |                |

**26. Με ποιους τρόπους επιλέγετε να πληρώσετε τα διαρκή αγαθά; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)**

|                                    | ΝΑΙ | ΟΧΙ |
|------------------------------------|-----|-----|
| Μετρητά                            |     |     |
| Επιταγές                           |     |     |
| Κάρτες                             |     |     |
| Άτοκες δόσεις                      |     |     |
| Ποσό σε μετρητά-υπόλοιπο με δόσεις |     |     |
| Δάνειο                             |     |     |

**27. Για ποιο λόγο θα αποκτούσατε μια νέα συσκευή;(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)**

|                                                    |  |
|----------------------------------------------------|--|
| Λόγοι χρησιμότητας                                 |  |
| Λόγοι κοινωνικής σύγκρισης                         |  |
| Προσωπική ικανοποίηση                              |  |
| Αύξηση επιπέδου φιλοδοξίας                         |  |
| Ανανέωση συσκευής με νέα τεχνολογία-χαρακτηριστικά |  |

**28. Σκεπτόμενοι ότι θα ξεκινήσετε, ένα νέο σπιτικό, με ποια σειρά προτεραιότητας/ προτίμησης, θα αποκτούσατε τα παρακάτω αγαθά; (παρακαλείστε να αριθμήσετε τις συσκευές από το 1 έως το 10)**

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Βίντεο                  |  |
| Θερμοσίφωνας            |  |
| Κουζίνα                 |  |
| Πλυντήριο πιάτων        |  |
| Πλυντήριο ρούχων        |  |
| Φούρνος μικροκυμάτων    |  |
| Φωτογραφική μηχανή      |  |
| Στερεοφωνικό συγκρότημα |  |
| Τηλεόραση               |  |
| Ψυγείο                  |  |

**29. Γνωρίζετε που καταλήγουν τα διαρκή αγαθά που ρίπτετε στα απορρίμματα; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)**

|                                                 |  |
|-------------------------------------------------|--|
| Σε χωματερές                                    |  |
| Σε ΧΥΤΑ (Χώροι Υγειονομικής Ταφής Απορριμμάτων) |  |
| Για ανακύκλωση                                  |  |
| Δεν γνωρίζω                                     |  |

**30. Επιλέξτε σε τι έκταση σας εκφράζει κάτι από τα παρακάτω:**

|                                                                                                        | Καθόλου | Πολύ<br>λίγο | Λίγο-<br>Μέτρια | Πολύ | Πάρα<br>πολύ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|-----------------|------|--------------|
| 1.Το μηνιαίο εισόδημά μου, επαρκεί για την κάλυψη των βασικών αναγκών μου.                             |         |              |                 |      |              |
| 2.Είμαι ευτυχής με το βιοτικό επίπεδό μου                                                              |         |              |                 |      |              |
| 3.Το μηνιαίο εισόδημά μου, μου εξασφαλίζει ασφάλεια για το μέλλον.                                     |         |              |                 |      |              |
| 4.Το επίπεδο κατανάλωσης μου, είναι ικανοποιητικό.                                                     |         |              |                 |      |              |
| 5.Είμαι ικανοποιημένος με αυτό που μπορώ να αγοράσω.                                                   |         |              |                 |      |              |
| 6.Τα διαρκή αγαθά που αποκτώ έχουν μεγάλη διάρκεια ζωής.                                               |         |              |                 |      |              |
| 7.Τα διαρκή αγαθά που αποκτώ επιλέγω να είναι όσο το δυνατό πιο οικονομικά.                            |         |              |                 |      |              |
| 8.Τα διαρκή αγαθά που αποκτώ τα επιλέγω με κριτήριο την εταιρεία τους.(ποιότητα)                       |         |              |                 |      |              |
| 9.Για να αυξήσω την κατανάλωση θα ξεκινούσα δεύτερη εργασία.                                           |         |              |                 |      |              |
| 10.Η οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού μου σήμερα είναι καλύτερη σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. |         |              |                 |      |              |
| 11.Η οικονομική κατάσταση της οικογένειάς μου είναι καλύτερη σε σύγκριση με άλλες οικογένειες.         |         |              |                 |      |              |
| 12.Η οικονομική θέση της οικογένειάς μου θα αλλάξει κατά τη διάρκεια του επόμενου έτους.               |         |              |                 |      |              |
| 13.Επιλέγω να εργάζομαι στο σπίτι.                                                                     |         |              |                 |      |              |
| 14.Μου αρέσει να εργάζομαι σε απόσταση κοντινή από το σπίτι.                                           |         |              |                 |      |              |
| 15.Επιλέγω να κάνω χρήση του ελεύθερου χρόνου μου γύρω από το σπίτι.                                   |         |              |                 |      |              |
| 16.Συμμετέχω σε πολλές δραστηριότητες έξω από την εργασία και το σπίτι.                                |         |              |                 |      |              |
| 17.Η τηλεόραση είναι η βασική πηγή διασκέδασής μου.                                                    |         |              |                 |      |              |
| 18.Έχω πολύ ενεργή κοινωνική ζωή.                                                                      |         |              |                 |      |              |
| 19.Ο άντρας πρέπει να τρέχει για την οικογένεια.                                                       |         |              |                 |      |              |
| 20. Η θέση της γυναίκας είναι στο σπίτι.                                                               |         |              |                 |      |              |
| 21.Είναι πολύ σημαντικό για μένα να περνάω χρόνο με την οικογένεια μου.                                |         |              |                 |      |              |

|                                                                               | Καθόλου | Πολύ<br>λίγο | Λίγο-<br>Μέτρια | Πολύ | Πάρα<br>πολύ |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|-----------------|------|--------------|
| 22. Σε γενικές γραμμές χρησιμοποιώ πιστωτικές κάρτες για την απόκτηση αγαθών. |         |              |                 |      |              |
| 23. Προτιμώ να πληρώνω μετρητά για τις αγορές.                                |         |              |                 |      |              |
| 24. Είμαι συνειδητοποιημένος σε θέματα μόδας.                                 |         |              |                 |      |              |
| 25. Ακολουθώ πιστά τις τελευταίες τάσεις της μόδας                            |         |              |                 |      |              |

**31. Σε τι έκταση θεωρείτε τα ακόλουθα αγαθά και τις υπηρεσίες απαραίτητα για την οικογένειά σας;**

|                                                                                   | Καθόλου | Πολύ<br>λίγο | Λίγο-<br>Μέτρια | Πολύ | Πάρα<br>πολύ |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|-----------------|------|--------------|
| 1. Πλυντήριο πιάτων                                                               |         |              |                 |      |              |
| 2. Πλυντήριο ρούχων                                                               |         |              |                 |      |              |
| 2. Κουζίνα, φούρνος μικροκυμάτων                                                  |         |              |                 |      |              |
| 3. DVD, ηχοσύστημα, φωτογραφική μηχανή                                            |         |              |                 |      |              |
| 2. Διασκέδαση και έξοδος με φαγητό, τουλάχιστον μια φορά το μήνα (σινεμά, θέατρο) |         |              |                 |      |              |
| 3. Διοργάνωση κάποιου πάρτυ για ειδικές περιπτώσεις                               |         |              |                 |      |              |
| 4. Πρόσκληση φίλων σε δείπνο μια φορά την εβδομάδα                                |         |              |                 |      |              |
| 5. Αγορά καινούργιων ειδών ένδυσης σε κάθε νέα σαιζόν                             |         |              |                 |      |              |

## ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΔΙΑΡΚΗ ΑΓΑΘΑ

| ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ                                                     | ΔΕΙΓΜΑ-ΧΩΡΟΣ-ΤΟΠΟΣ -                                                                                                                                               | ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ                                                                                                                                                         | ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Dickson <i>et al</i> (1983)<br>Journal of Consumer Research | 5000 νοικοκυριά, Σεπτέμβρης 1978, πληροφορίες από Home Testing Institute (United States Census Bureau)                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Γεωγραφική περιοχή</li> <li>Εισόδημα</li> <li>Μέγεθος οικογένειας</li> <li>Ηλικία</li> <li>Μορφωτικό επίπεδο</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Μέσος όρος χρησιμότητας συσκευών</li> <li>Η περιοχή δεν έχει επίδραση στην προτεραιότητα αγορών</li> <li>Δημογραφικές διαφορές (ηλικία, μέγεθος, μόρφωση) αρνητική επίδραση</li> </ul>         |
| 2. Kasulis <i>et al</i> (1979)<br>Journal of Consumer Research | 1747 άτομα το 1975 και 2025 το 1976, (σύνολο 3772), δεδομένα από Continuing Consumer Audit και τα ερευνητικά προγράμματα από το πανεπιστήμιο της Οκλαχόμα στις ΗΠΑ | <ul style="list-style-type: none"> <li>Εισόδημα</li> <li>Κοινές δομές χρησιμότητας</li> <li>Μελλοντικές τιμές διαρκών αγαθών</li> <li>Τύπος κατοικίας</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ιδιοκτήτες με μεγαλύτερο και περισσότερο εισόδημα, θετικοί στην απόκτηση διαρκών αγαθών.</li> <li>Ύπαρξη πλάνου απόκτησης διαρκών αγαθών, ανάλογο του τύπου κατοικίας και των τιμών</li> </ul> |
| 3. Clarke <i>et al</i> (1982)<br>Journal of Consumer Research  | 540 νοικοκυριά στην πόλη Πέρθ της δυτικής Αυστραλίας το Δεκέμβριο του 1979 και Γενάρη του 1980                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Γεωγραφική διαστρωμάτωση</li> <li>Τύπος κατοικίας</li> <li>Κλιματικές διαφορές</li> <li>Οικονομικές και πολιτιστικές διαφορές, εισόδημα</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ιδιοκτήτες με μεγαλύτερο και περισσότερο εισόδημα, θετικοί στην απόκτηση διαρκών αγαθών</li> <li>Ύπαρξη πλάνου απόκτησης αγαθών, παρόλη τη γεωγραφική διαστρωμάτωση.</li> </ul>                |

|                                                                                   |                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4. Karlsson <i>et al</i> (2004)<br>Journal of Economic Psychology                 | Δείγμα 1110 εκ των οποίων 411 νοικοκυριά απάντησαν σε ανώνυμα ερωτηματολόγια στη Σουηδία 57,1% γυναίκες, 42,1% άντρες          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εισόδημα</li> <li>• Αποταμίευση και άλλες οικονομικές αποφάσεις</li> <li>• Επίπεδα φιλοδοξίας</li> <li>• Κοινωνική σύγκριση</li> </ul>                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η καλή οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού έχει θετική επίδραση στην αποταμίευση.</li> <li>• Υψηλά επίπεδα φιλοδοξίας θετική επίδραση κατανάλωσης.</li> <li>• Θετική συσχέτιση κατανάλωσης και κοινωνικής σύγκρισης</li> </ul> |
| 5. MacLennan <i>et al</i> (1998)<br>Scottish Journal of Political Economy         | Τυχαίο δείγμα 7968 ιδιοκτητών για τις περιόδους 1988-89 και 1992-93                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Οικογενειακό εισόδημα</li> <li>• Χάσιμο εισοδήματος</li> <li>• Μέγεθος νοικοκυριού</li> <li>• Ηλικία νοικοκυριού</li> <li>• Δυσκολία πληρωμής υποθηκών</li> <li>• Μη-οικογενειακό πλούτο</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εισόδημα αρνητική επίδραση στην κανονική κατανάλωση, θετική στην απόκτηση διαρκών αγαθών.</li> <li>• Μη οικογενειακός πλούτος, αρνητικός συσχετισμός με κατανάλωση</li> <li>• Ηλικία, μέγεθος</li> </ul>                        |
| 6. Soutar and Cornish - Ward (1997),<br>Applied Economics                         | 401 νοικοκυριά, ερωτηματολόγια σε τυχαίες περιοχές της πόλης Πέρθ της δυτικής Αυστραλίας, μεταξύ Νοεμβρίου και Δεκεμβρίου 1989 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εισόδημα</li> </ul>                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                      |
| 7. Joffre Swait <i>et al</i> (2000)<br>Journal of Retailing and Consumer Services | 1748 καταναλωτές, ερωτηματολόγια και συνεντεύξεις σε καταναλωτές που βρίσκονται σε 5                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Χαρακτηριστικά προϊόντος (αντικειμενική αξία, ποιότητα, πραγματική τιμή, χρησιμότητα)</li> <li>• Χαρακτηριστικά</li> </ul>                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Υψηλή αντικειμενική αξία και ποιότητα, χαμηλή τιμή θετική επίδραση στην κατανάλωση</li> <li>• Δεν παρατηρείται</li> </ul>                                                                                                       |



|                                                                                                                                 |                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                 | <p>διαφορετικές αλυσίδες ηλεκτρικών συσκευές της Δ. Αυστραλίας</p>                           | <p>καταστήματος (μέγεθος, είδος, αναλογία καταστήματος και μάρκας)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Χαρακτηριστικά καταναλωτή (δυσκολία στην εκτίμηση της ποιότητας, εισόδημα)</li> </ul>                         | <p>συγκεκριμένη επίδραση όσον αφορά το είδος και το μέγεθος του καταστήματος, γιατί επηρεάζεται και από άλλους παράγοντες όπως η τιμή των αγαθών</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Το εισόδημα έχει αρνητική επίδραση στην κατανάλωση.</li> </ul>                                                                                       |
| <p>8. Tulin Erdem <i>et al</i> (2002)<br/>Learning About Computers: An analysis of Information Search and Technology Choice</p> | <p>350 άτομα στις Ηνωμένες Πολιτείες, κατά τη διάρκεια Σεπτεμβρίου 1995 έως Ιουνίου 1996</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Έρευνα αγοράς</li> <li>Προσδοκίες για την πτώση των τιμών και αύξηση ποιότητων</li> <li>Κόστος πηγών πληροφόρησης</li> <li>Μορφωτικό επίπεδο</li> <li>Αγοραστική εμπειρία</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Η έρευνα αγοράς παρουσιάζει θετική επίδραση στην κατανάλωση.</li> <li>Προσδοκίες τιμών και ποιότητων, θετική επιρροή στην κατανάλωση.</li> <li>Οικονομικές πηγές πληροφόρησης, οδηγούν σε υψηλή κατανάλωση</li> <li>Η μόρφωση και η καταναλωτική εμπειρία δεν επιδρά σημαντικά στην κατανάλωση</li> </ul> |
| <p>9. Niklas Karlsson <i>et al</i> (1999)<br/>Journal of Economic Psychology</p>                                                | <p>1<sup>ο</sup> πείραμα, 32 φοιτητές του Πανεπιστημίου Göteborg, χωρισμός σε 2 ομάδες</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Εισόδημα</li> </ul>                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Η κατανάλωση αγαθών θετική εξάρτηση με το εισόδημα</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p>10. Niklas Karlsson <i>et al</i> (1999)<br/>Journal of Economic Psychology</p>                                               | <p>2<sup>ο</sup> πείραμα 32 φοιτητές του Πανεπιστημίου Göteborg,</p>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Εισόδημα</li> </ul>                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Η κατανάλωση αγαθών θετική εξάρτηση με το εισόδημα</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                                                       |                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 11. Gerrit Antonides (1991)<br>Journal of economic psychology         | 1253 από 6000 καταναλωτές, Δεκέμβριος 1982 έως Φεβρουάριο 1983, στη Γερμανία                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Χρησιμότητα διαρκούς αγαθού (πλυντήριο ρούχων)</li> <li>Σοβαρότητα καταστροφής του διαρκούς αγαθού</li> <li>Τιμή αντικατάστασης μετά από ζημιά</li> <li>Εισόδημα</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Αρνητική επίδραση στην κατανάλωση σε περίπτωση προσφοράς υψηλής χρησιμότητας</li> <li>Θετική επίδραση στην κατανάλωση σε περίπτωση ζημιάς και χαμηλού κόστους επισκευής</li> <li>Υψηλό εισόδημα θετική καταναλωτική συμπεριφορά</li> </ul> |
| 12. David Miles (1997)<br>The Economic Journal                        | Δεδομένα από Έρευνα οικογενειακών δαπανών Family Expenditure Survey (FES), 5 έρευνες με 5000 νοικοκυριά περίπου σε κάθε μια, σε περιοχές κοντά στο Λονδίνο (Greater London) | <ul style="list-style-type: none"> <li>Εισόδημα</li> <li>Δημογραφικά στοιχεία νοικοκυριού</li> </ul>                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Εισόδημα και κατανάλωση θετική σχέση</li> <li>Δημογραφικά στοιχεία νοικοκυριού, επίδραση στο εισόδημα, άρα και στην κατανάλωση</li> </ul>                                                                                                  |
| 13. Pickering <i>et al</i> (1983)<br>Journal of Economic Psychology   | Δεδομένα από 4 χώρες, Ιρλανδία, Ιταλία, Δανία, Ην. Βασίλειο, Οκτώβρη του 1974-1976, 5000 άτομα ανά χώρα                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Καταναλωτικές προσδοκίες</li> <li>Διακύμανση τιμών</li> </ul>                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Θετική επίδραση στην κατανάλωση</li> <li>Θετική επιρροή στην απόφαση των αγορών των διαρκών αγαθών</li> </ul>                                                                                                                              |
| 14. Janet Fast <i>et al</i> (1989)<br>The Journal of Consumer Affairs | Τυχαίο δείγμα 1000 αγγλόφωνων θηλυκών ατόμων                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Μορφωτικό επίπεδο</li> <li>Προτιμήσεις καταναλωτικής συμπεριφοράς</li> </ul>                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Προσδοκίες τιμών και καταναλωτικής συμπεριφοράς, θετική επιρροή στην κατανάλωση</li> </ul>                                                                                                                                                 |

## ΑΠΟΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ

|            |                                         |
|------------|-----------------------------------------|
| SEX        | Φύλο ερωτώμενων                         |
| AGE        | Ηλικία ηλικία ερωτώμενων                |
| FAMILY     | Οικογενειακή κατάσταση                  |
| CHILDREN   | Ύπαρξη παιδιών                          |
| HOW MANY   | Αριθμός παιδιών                         |
| 1child age | Ηλικία πρώτου παιδιού                   |
| 2child age | Ηλικία δεύτερου παιδιού                 |
| 3child age | Ηλικία τρίτου παιδιού                   |
| 4child age | Ηλικία τέταρτου παιδιού                 |
| MEMBERS    | Μέλη /Ατομα οικογένειας                 |
| education  | Επίπεδο εκπαίδευσης                     |
| occupation | Απασχόληση                              |
| 2 occu?    | Δεύτερη απασχόληση                      |
| 2 occu     | Είδος δεύτερης απασχόλησης              |
| INCOME     | Μηνιαίο προσωπικό εισόδημα              |
| fam.incom  | Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα            |
| HOUSE      | Τύπος κατοικίας                         |
| home type  | Κυριότητα ή μη κατοικίας                |
| PLATE.O    | Κατοχή πλυντηρίου πιάτων                |
| WASH.O     | Κατοχή πλυντηρίου ρούχων                |
| TVO        | Κατοχή τηλεόρασης                       |
| STEREOO    | Κατοχή στερεοφωνικού συγκροτήματος      |
| DVD_O      | Κατοχή συσκευής DVD                     |
| PHOTOO     | Κατοχή φωτογραφικής μηχανής             |
| CAMERAO    | Κατοχή βιντεοκάμερας                    |
| VIDEOO     | Κατοχή συσκευής βίντεο                  |
| PC_O       | Κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή          |
| CARO       | Κατοχή αυτοκινήτου                      |
| MOTORO     | Κατοχή μοτοσυκλέτας                     |
| rent type  | Ενοικιαζόμενη κατοικία, επιπλωμένη ή μη |
| FRIDGEO    | Κατοχή ψυγείου                          |
| HEATERO    | Κατοχή θερμοσίφωνα                      |
| AIR_O      | Κατοχή κλιματιστικού                    |
| KITCHENO   | Κατοχή ηλεκτρικής κουζίνας              |
| OVENO      | Κατοχή φούρνου μικροκυμάτων             |
| COF.POTO   | Κατοχή καφετιέρας                       |
| DRYERO     | Κατοχή στεγνωτηρίου ρούχων              |
| V.CLEANO   | Κατοχή ηλεκτρικής σκούπας               |
| PLATE.N    | Αριθμός πλυντηρίων πιάτων               |
| WASH.N     | Αριθμός πλυντηρίων ρούχων               |
| TVN        | Αριθμός τηλεοράσεων                     |
| STEREON    | Αριθμός στερεοφωνικών συγκροτημάτων     |
| DVD_N      | Αριθμός συσκευών DVD                    |
| PHOTON     | Αριθμός φωτογραφικών μηχανών            |
| CAMERAN    | Αριθμός βιντεοκαμερών                   |
| VIDEON     | Αριθμός συσκευών βίντεο                 |

|           |                                                   |
|-----------|---------------------------------------------------|
| PC_N      | Αριθμός ηλεκτρονικών υπολογιστών                  |
| CARN      | Αριθμός αυτοκινήτων                               |
| MOTORN    | Αριθμός μοτοσικλετών                              |
| MOWINGO   | Κατοχή μηχανής γκαζόν                             |
| POOLO     | Κατοχή πισίνας                                    |
| FRIDGEN   | Αριθμός ψυγείων                                   |
| HEATERN   | Αριθμός θερμοσιφώνων                              |
| AIR_N     | Αριθμός κλιματιστικών                             |
| KITCHENN  | Αριθμός ηλεκτρικών κουζίνων                       |
| OVENN     | Αριθμός φούρνων μικροκυμάτων                      |
| COF.POTN  | Αριθμός καφετιέρων                                |
| DRYERN    | Αριθμός στεγνωτηρίων ρούχων                       |
| V.CLEANN  | Αριθμός ηλεκτρικών σκουπών                        |
| PLATE.T   | Χρόνος αντικατάστασης πλυντηρίου πιάτων           |
| WASH.T    | Χρόνος αντικατάστασης πλυντηρίου ρούχων           |
| TVT       | Χρόνος αντικατάστασης τηλεόρασης                  |
| STEREOT   | Χρόνος αντικατάστασης στερεοφωνικού συγκροτήματος |
| DVD_T     | Χρόνος αντικατάστασης συσκευής DVD                |
| PHOTOT    | Χρόνος αντικατάστασης φωτογραφικής μηχανής        |
| CAMERAT   | Χρόνος αντικατάστασης βιντεοκάμερας               |
| VIDEOT    | Χρόνος αντικατάστασης συσκευής βίντεο             |
| PC_T      | Χρόνος αντικατάστασης ηλεκτρικού υπολογιστή       |
| CART      | Χρόνος αντικατάστασης αυτοκινήτου                 |
| MOTORT    | Χρόνος αντικατάστασης μοτοσικλέτας                |
| MOWINGN   | Αριθμός μηχανών γκαζόν                            |
| POOLN     | Αριθμός πισινών                                   |
| FRIDGET   | Χρόνος αντικατάστασης ψυγείου                     |
| HEATERT   | Χρόνος αντικατάστασης θερμοσίφωνα                 |
| AIR_T     | Χρόνος αντικατάστασης κλιματιστικού               |
| KITCHENT  | Χρόνος αντικατάστασης ηλεκτρικής κουζίνας         |
| OVENT     | Χρόνος αντικατάστασης φούρνου μικροκυμάτων        |
| COF.POTT  | Χρόνος αντικατάστασης καφετιέρας                  |
| DRYERT    | Χρόνος αντικατάστασης στεγνωτηρίου ρούχων         |
| V.CLEANT  | Χρόνος αντικατάστασης ηλεκτρικής σκούπας          |
| FRIDGEOF  | Προσφορά ψυγείου ως δώρο                          |
| kitchenOF | Προσφορά ηλεκτρικής κουζίνας ως δώρο              |
| OVENOF    | Προσφορά φούρνου μικροκυμάτων ως δώρο             |
| WASHOF    | Προσφορά πλυντηρίου ρούχων ως δώρο                |
| PHOTOOF   | Προσφορά φωτογραφικής μηχανής ως δώρο             |
| CAMERAOF  | Προσφορά βιντεοκάμερας ως δώρο                    |
| TVOF      | Προσφορά τηλεόρασης ως δώρο                       |
| DVDOF     | Προσφορά συσκευής DVD ως δώρο                     |
| STEREOOF  | Προσφορά στερεοφωνικού συγκροτήματος ως δώρο      |
| elec.shop | Συννοικιακό κατάστημα ηλ/κών ειδών                |
| MOWINGT   | Χρόνος αντικατάστασης μηχανής γκαζόν              |
| POOLT     | Χρόνος αντικατάστασης πισίνας                     |
| FRIDGE    | Τελευταία απόκτηση ψυγείου                        |
| KITCHEN   | Τελευταία απόκτηση ηλεκτρικής κουζίνας            |

|                 |                                                                                           |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| OVEN            | Τελευταία απόκτηση φούρνου μικροκυμάτων                                                   |
| washing machine | Τελευταία απόκτηση πλυντηρίου ρούχων                                                      |
| photo camera    | Τελευταία απόκτηση φωτογραφική μηχανή                                                     |
| CAMERA          | Τελευταία απόκτηση βιντεοκάμερα                                                           |
| TV              | Τελευταία απόκτηση τηλεόρασης                                                             |
| CAR             | Τελευταία απόκτηση αυτοκινήτου                                                            |
| motorcycle      | Τελευταία απόκτηση μοτοσικλέτας                                                           |
| FRIENDS         | Ενημέρωση για νέα διαρκή αγαθά από φίλους/ συγγενείς                                      |
| econ.prog       | Οικογενειακός προγραμματισμός ή μη                                                        |
| SAVING          | Αποταμίευση                                                                               |
| CUTOTHER        | Περικοπές άλλων εξόδων                                                                    |
| BORROW          | Δανεισμός                                                                                 |
| PLANNING        | Προσχεδιασμός αξιοποίησης μισθού                                                          |
| SEARCH          | Έρευνα αγοράς                                                                             |
| SAVINGS         | Τακτική ή μη αποταμίευση                                                                  |
| AMOUNT          | Ετήσιο ποσό αποταμίευσης                                                                  |
| CASH            | Μετρητά ως τρόπος πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών                                |
| neighbour       | Συνοικιακό εμπορικό κατάστημα                                                             |
| STORE           | Μεγάλο εμπορικό κατάστημα                                                                 |
| EL.CHAIN        | Αλυσίδα ηλεκτρικών ειδών                                                                  |
| SUP.MARK        | Μεγάλο σούπερ-μάρκετ                                                                      |
| RADIO           | Ενημέρωση για νέα διαρκή αγαθά από ράδιο                                                  |
| TV              | Ενημέρωση για νέα διαρκή αγαθά από τηλεόραση                                              |
| TABLET          | Ενημέρωση για νέα διαρκή αγαθά από πινακίδες                                              |
| PAPERS          | Ενημέρωση για νέα διαρκή αγαθά από εφημερίδες /περιοδικά                                  |
| LEAFLET         | Ενημέρωση για νέα διαρκή αγαθά από φέιγ βολάν                                             |
| HEATERR         | Θέση προτεραιότητας θερμοσίφωνα σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού                 |
| KITCHENR        | Θέση προτεραιότητας ηλεκτρικής κουζίνας σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού         |
| PLATESR         | Θέση προτεραιότητας πλυντηρίου πιάτων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού           |
| CLOTHESR        | Θέση προτεραιότητας πλυντηρίου ρούχων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού           |
| OVENR           | Θέση προτεραιότητας φούρνου μικροκυμάτων δημιουργίας σε περίπτωση νέου νοικοκυριού        |
| CAMERAR         | Θέση προτεραιότητας βιντεοκάμερας σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού               |
| STEREOR         | Θέση προτεραιότητας στερεοφωνικού συγκροτήματος σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |
| TV_R            | Θέση προτεραιότητας τηλεόρασης σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού                  |
| REFRIDGR        | Θέση προτεραιότητας ψυγείου σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού                     |
| DUMP            | Χωματερές, ως χώροι κατάληξης των διαρκών αγαθών                                          |
| CHEQUE          | Επιταγές ως τρόπος πληρωμής για την απόκτηση                                              |
| CARDS           | Κάρτες ως τρόπος πληρωμής για την απόκτηση                                                |
| DOSES           | Δόσεις ως τρόπος πληρωμής για την απόκτηση                                                |

|            |                                                                                                     |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| cash/dose  | Μετρητά και υπόλοιπο με δόσεις ως τρόπος πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών                   |
| LOAN       | Δάνειο ως τρόπος πληρωμής για την απόκτηση διαρκών αγαθών                                           |
| USE        | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους χρησιμότητας                                                      |
| SOCIAL     | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους κοινωνικής σύγκρισης                                              |
| SATISFAC   | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους προσωπικής ικανοποίησης                                           |
| aspiration | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους αύξησης επιπέδου φιλοδοξίας                                       |
| RENEW      | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους ανανέωσης συσκευής με νέα τεχνολογία                              |
| VIDEOR     | Θέση προτεραιότητας συσκευής βίντεο σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού                       |
| QUALITY    | Τα διαρκή αγαθά που αποκτώ τα επιλέγω με κριτήριο την εταιρεία τους.(ποιότητα)                      |
| SEC.JOB    | Για να αυξήσω την κατανάλωση θα ξεκινούσα δεύτερη εργασία.                                          |
| BETTER     | Η οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού μου σήμερα είναι καλύτερη σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. |
| COMPARIS   | Η οικονομική κατάσταση της οικογένειάς μου είναι καλύτερη σε σύγκριση με άλλες οικογένειες.         |
| ec.situat  | Η οικογενειακή θέση της οικογένειάς μου θα αλλάξει κατά τη διάρκεια του επόμενου έτους.             |
| HOME       | Επιλέγω να εργάζομαι στο σπίτι.                                                                     |
| NEARHOME   | Μου αρέσει να εργάζομαι σε απόσταση κοντινή από το σπίτι.                                           |
| FREETIME   | Επιλέγω να κάνω χρήση του ελεύθερου χρόνου μου γύρω από το σπίτι.                                   |
| ACTIVITY   | Συμμετέχω σε πολλές δραστηριότητες έξω από την εργασία και το σπίτι.                                |
| XYTA       | XYTA, ως χώροι κατάληξης των διαρκών αγαθών                                                         |
| RECYCLE    | Ανακύκλωση, ως χώρος κατάληξης των διαρκών αγαθών                                                   |
| NOT_KNOW   | Απουσία γνώσης της κατάληξης των διαρκών αγαθών                                                     |
| MONTHLY    | Το μηνιαίο εισόδημά μου, επαρκεί για την κάλυψη των βασικών αναγκών μου.                            |
| HAPINESS   | Είμαι ευτυχής με το βιοτικό επίπεδό μου.                                                            |
| SAFETY     | Το μηνιαίο εισόδημά μου, μου εξασφαλίζει ασφάλεια για το μέλλον.                                    |
| CONSUME    | Το επίπεδο κατανάλωσής , είναι ικανοποιητικό.                                                       |
| CANBUY     | Είμαι ικανοποιημένος με αυτό που μπορώ να αγοράσω.                                                  |
| LOGLIFE    | Τα διαρκή αγαθά που αποκτώ έχουν μεγάλη διάρκεια ζωής.                                              |
| CHEAP      | Τα διαρκή αγαθά που αποκτώ επιλέγω να είναι όσο το δυνατό πιο οικονομικά.                           |
| WASHMACH   | Πλυντήριο ρούχων.                                                                                   |
| cooker     | Κουζίνα, φούρνος μικροκυμάτων.                                                                      |
| DVD,ster   | DVD, ηχοσύστημα, φωτογραφική μηχανή.                                                                |
| CINEMA     | Διασκέδαση και έξοδος με φαγητό, τουλάχιστον μια φορά το μήνα(σινεμά,θέατρο)                        |
| PARTY      | Διοργάνωση κάποιου πάρτυ για ειδικές περιπτώσεις.                                                   |

|           |                                                                           |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------|
| DINNER    | Πρόσκληση φίλων σε δείπνο μια φορά την εβδομάδα.                          |
| BUYCLOTH  | Αγορά καινούριων ειδών ένδυσης σε κάθε νέα σαιζόν.                        |
| TVASFUN   | Η τηλεόραση είναι βασική πηγή διασκέδασής μου.                            |
| sociality | Έχω πολύ ενεργή κοινωνική ζωή.                                            |
| MAN       | Ο άνδρας πρέπει να τρέχει για την οικογένεια.                             |
| WOMAN     | Η θέση της γυναίκας είναι στο σπίτι.                                      |
| parents   | Είναι πολύ σημαντικό για μένα να περνάω χρόνο με την οικογένειά μου.      |
| CREDIT    | Σε γενικές γραμμές χρησιμοποιώ πιστωτικές κάρτες για την απόκτηση αγαθών. |
| PAYCASH   | Προτιμώ να πληρώνω μετρητά για τις αγορές.                                |
| FASHION   | Είμαι συνειδητοποιημένος σε θέματα μόδας.                                 |
| F.VICTIM  | Ακολουθώ πιστά τις τελευταίες τάσεις της μόδας.                           |
| DISHWASH  | Πλυντήριο πιάτων.                                                         |



ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

|            | ΔΕΙΓΜΑ | ΕΛΑΧΙΣΤΟ | ΜΕΓΙΣΤΟ | ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ | ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ |
|------------|--------|----------|---------|-----------|-----------------|
| SEX        | 130    | 0        | 1       | 0,38      | 0,49            |
| AGE        | 130    | 19       | 73      | 39,30     | 11,32           |
| FAMILY     | 130    | 1        | 9       | 3,32      | 2,15            |
| CHILDREN   | 130    | 0        | 1       | 0,55      | 0,50            |
| HOW MANY   | 130    | 0        | 3       | 1,01      | 1,01            |
| 1child age | 130    | -9       | 51      | 4,77      | 14,30           |
| 2child age | 130    | -9       | 48      | 0,73      | 13,30           |
| 3child age | 130    | -9       | 45      | -7,37     | 7,70            |
| 4child age | 130    | -9       | -9      | -9,00     | 0,00            |
| rent type  | 130    | -9       | 1       | -6,80     | 3,95            |
| FRIDGEO    | 130    | 1        | 1       | 1,00      | 0,00            |
| HEATERO    | 130    | 0        | 1       | 0,95      | 0,21            |
| AIR_O      | 130    | 0        | 1       | 0,72      | 0,45            |
| KITCHENO   | 130    | 0        | 1       | 0,99      | 8,77E-02        |
| OVENO      | 130    | 0        | 1       | 0,61      | 0,49            |
| COF.POTO   | 130    | 0        | 1       | 0,76      | 0,43            |
| DRYERO     | 130    | 0        | 1       | 0,12      | 0,32            |
| V.CLEANO   | 130    | 0        | 1       | 0,93      | 0,25            |
| MEMBERS    | 130    | 1        | 6       | 3,48      | 1,10            |
| education  | 130    | 2        | 8       | 5,34      | 1,59            |
| occupation | 130    | 1        | 8       | 2,86      | 2,38            |
| 2 occu?    | 130    | 0        | 1       | ,20       | 0,40            |
| 2 occu     | 130    | -9       | 7       | -6,24     | 5,62            |
| INCOME     | 130    | 1        | 24      | 4,58      | 3,76            |
| fam.incom  | 130    | 1        | 7       | 3,59      | 1,64            |
| HOUSE      | 130    | 1        | 4       | 2,58      | 0,85            |
| home type  | 130    | 0        | 1       | 0,76      | 0,43            |
| MOWINGO    | 130    | 0        | 1       | 0,10      | 0,30            |
| POOLO      | 130    | 0        | 1       | 4,62E-02  | 0,21            |
| FRIDGEN    | 130    | 1        | 4       | 1,24      | 0,55            |
| HEATERN    | 130    | 0        | 4       | 1,04      | 0,44            |
| AIR_N      | 130    | 0        | 7       | 1,53      | 1,43            |
| KITCHENN   | 130    | 0        | 3       | 1,05      | 0,31            |
| OVENN      | 130    | 0        | 3       | 0,65      | 0,57            |
| COF.POTN   | 130    | 0        | 3       | 0,94      | 0,70            |
| DRYERN     | 130    | 0        | 1       | 0,12      | 0,32            |
| V.CLEANN   | 130    | 0        | 3       | 1,12      | 0,52            |
| PLATE.O    | 130    | 0        | 1       | 0,61      | 0,49            |
| WASH.O     | 130    | 0        | 1       | 0,99      | 8,77E-02        |
| TVO        | 130    | 1        | 1       | 1,00      | 0,00            |
| STEREOO    | 130    | 0        | 1       | 0,86      | 0,35            |
| DVD_O      | 130    | 0        | 1       | 0,84      | 0,37            |



|                        |     |    |    |          |       |
|------------------------|-----|----|----|----------|-------|
| <b>PHOTOO</b>          | 130 | 0  | 1  | 0,82     | 0,38  |
| <b>CAMERAO</b>         | 130 | 0  | 1  | 0,43     | 0,50  |
| <b>VIDEOO</b>          | 130 | 0  | 1  | 0,53     | 0,50  |
| <b>PC_O</b>            | 130 | 0  | 1  | 0,77     | 0,42  |
| <b>CARO</b>            | 130 | 0  | 1  | 0,79     | 0,41  |
| <b>MOTORO</b>          | 130 | 0  | 1  | 0,22     | 0,41  |
| <b>MOWINGN</b>         | 130 | 0  | 1  | 0,10     | 0,30  |
| <b>POOLN</b>           | 130 | 0  | 1  | 4,62E-02 | 0,21  |
| <b>FRIDGET</b>         | 130 | 0  | 30 | 10,39    | 7,21  |
| <b>HEATERT</b>         | 130 | -9 | 40 | 11,04    | 11,41 |
| <b>AIR_T</b>           | 130 | -9 | 30 | 4,52     | 10,65 |
| <b>KITCHENT</b>        | 130 | -9 | 30 | 10,68    | 7,39  |
| <b>OVENT</b>           | 130 | -9 | 20 | 0,68     | 8,63  |
| <b>COF.POTT</b>        | 130 | -9 | 20 | 1,91     | 7,34  |
| <b>DRYERT</b>          | 130 | -9 | 25 | -6,86    | 6,46  |
| <b>V.CLEANT</b>        | 130 | -9 | 30 | 6,81     | 7,29  |
| <b>PLATE.N</b>         | 130 | 0  | 2  | 0,63     | 0,53  |
| <b>WASH.N</b>          | 130 | 0  | 3  | 1,03     | 0,28  |
| <b>TVN</b>             | 130 | 0  | 8  | 2,28     | 1,40  |
| <b>STEREON</b>         | 130 | 0  | 4  | 1,25     | 0,89  |
| <b>DVD_N</b>           | 130 | 0  | 6  | 1,14     | 0,95  |
| <b>PHOTON</b>          | 130 | 0  | 5  | 1,35     | 1,06  |
| <b>CAMERAN</b>         | 130 | 0  | 2  | 0,46     | 0,56  |
| <b>VIDEON</b>          | 130 | 0  | 6  | 0,68     | 0,92  |
| <b>PC_N</b>            | 130 | 0  | 3  | 0,94     | 0,66  |
| <b>CARN</b>            | 130 | 0  | 4  | 1,23     | 0,91  |
| <b>MOTORN</b>          | 130 | 0  | 2  | 0,24     | 0,48  |
| <b>MOWINGT</b>         | 130 | -9 | 25 | -7,11    | 6,27  |
| <b>POOLT</b>           | 130 | -9 | 9  | -8,32    | 2,77  |
| <b>FRIDGE</b>          | 130 | 1  | 6  | 4,78     | 1,45  |
| <b>KITCHEN</b>         | 130 | -9 | 7  | 4,61     | 1,95  |
| <b>OVEN</b>            | 130 | -9 | 7  | -0,68    | 6,39  |
| <b>washing machine</b> | 130 | -9 | 7  | 4,22     | 2,79  |
| <b>photo camera</b>    | 130 | -9 | 7  | 1,70     | 5,05  |
| <b>CAMERA</b>          | 130 | -9 | 6  | -2,92    | 6,68  |
| <b>TV</b>              | 130 | -9 | 6  | 3,74     | 2,33  |
| <b>CAR</b>             | 130 | -9 | 6  | 1,35     | 5,53  |
| <b>motorcycle</b>      | 130 | -9 | 7  | -5,85    | 5,61  |
| <b>PLATE.T</b>         | 130 | -9 | 30 | 2,05     | 10,70 |
| <b>WASH.T</b>          | 130 | -9 | 30 | 9,45     | 7,21  |
| <b>TVT</b>             | 130 | -9 | 20 | 7,53     | 5,53  |
| <b>STEREOT</b>         | 130 | -9 | 30 | 5,12     | 7,84  |
| <b>DVD_T</b>           | 130 | -9 | 20 | 2,68     | 6,35  |
| <b>PHOTOT</b>          | 130 | -9 | 30 | 3,75     | 8,14  |
| <b>CAMERAT</b>         | 130 | -9 | 20 | -2,42    | 8,17  |
| <b>VIDEOT</b>          | 130 | -9 | 20 | -1,02    | 8,80  |
| <b>PC_T</b>            | 130 | -9 | 20 | 1,23     | 6,31  |

|                   |     |    |    |          |          |
|-------------------|-----|----|----|----------|----------|
| <b>CART</b>       | 130 | -9 | 30 | 5,24     | 8,79     |
| <b>MOTORT</b>     | 130 | -9 | 30 | -5,48    | 7,35     |
| <b>FRIDGEOF</b>   | 130 | 0  | 1  | 7,69E-02 | 0,27     |
| <b>kitchenOF</b>  | 130 | 0  | 1  | 8,46E-02 | 0,28     |
| <b>OVENOF</b>     | 130 | 0  | 1  | 0,22     | 0,42     |
| <b>WASHOF</b>     | 130 | 0  | 1  | 0,12     | 0,33     |
| <b>PHOTOOF</b>    | 130 | 0  | 1  | 0,28     | 0,45     |
| <b>CAMERAOF</b>   | 130 | 0  | 1  | 4,62E-02 | 0,21     |
| <b>TVOF</b>       | 130 | 0  | 1  | 0,25     | 0,44     |
| <b>DVDOF</b>      | 130 | 0  | 1  | 0,18     | 0,38     |
| <b>STEREOOF</b>   | 130 | 0  | 1  | 0,18     | 0,39     |
| <b>elec.shop</b>  | 130 | 0  | 1  | 0,21     | 0,41     |
| <b>neighbour</b>  | 130 | 0  | 1  | 6,92E-02 | 0,25     |
| <b>STORE</b>      | 130 | 0  | 1  | 0,22     | 0,41     |
| <b>EL.CHAIN</b>   | 130 | 0  | 1  | 0,68     | 0,47     |
| <b>SUP.MARK</b>   | 130 | 0  | 1  | 0,20     | 0,40     |
| <b>RADIO</b>      | 130 | 0  | 1  | 0,13     | 0,34     |
| <b>TV</b>         | 130 | 0  | 1  | 0,62     | 0,49     |
| <b>TABLET</b>     | 130 | 0  | 1  | 6,15E-02 | 0,24     |
| <b>PAPERS</b>     | 130 | 0  | 1  | 0,62     | 0,49     |
| <b>LEAFLET</b>    | 130 | 0  | 1  | 0,15     | 0,35     |
| <b>CHEQUE</b>     | 130 | 0  | 1  | 4,62E-02 | 0,21     |
| <b>CARDS</b>      | 130 | 0  | 1  | 0,18     | 0,39     |
| <b>DOSES</b>      | 130 | 0  | 1  | 0,54     | 0,50     |
| <b>cash/dose</b>  | 130 | 0  | 1  | 0,36     | 0,48     |
| <b>LOAN</b>       | 130 | 0  | 1  | 0,10     | 0,30     |
| <b>USE</b>        | 130 | 0  | 1  | 0,89     | 0,31     |
| <b>SOCIAL</b>     | 130 | 0  | 1  | 7,69E-03 | 8,77E-02 |
| <b>SATISFAC</b>   | 130 | 0  | 1  | 0,33     | 0,47     |
| <b>aspiration</b> | 130 | 0  | 1  | 3,08E-02 | 0,17     |
| <b>RENEW</b>      | 130 | 0  | 1  | 0,54     | 0,50     |
| <b>VIDEOR</b>     | 130 | 4  | 10 | 8,68     | 1,34     |
| <b>FRIENDS</b>    | 130 | 0  | 1  | 0,49     | 0,50     |
| <b>econ.prog</b>  | 130 | 0  | 1  | 0,85     | 0,35     |
| <b>SAVING</b>     | 130 | -9 | 1  | -0,95    | 3,38     |
| <b>CUTOTHER</b>   | 130 | -9 | 1  | -0,99    | 3,36     |
| <b>BORROW</b>     | 130 | -9 | 1  | -1,23    | 3,24     |
| <b>PLANNING</b>   | 130 | -9 | 1  | -0,98    | 3,36     |
| <b>SEARCH</b>     | 130 | -9 | 1  | -0,72    | 3,46     |
| <b>SAVINGS</b>    | 130 | 0  | 1  | 0,49     | 0,50     |
| <b>AMOUNT</b>     | 130 | -9 | 7  | -3,28    | 6,04     |
| <b>CASH</b>       | 130 | 0  | 1  | 0,80     | 0,40     |
| <b>HEATERR</b>    | 130 | 1  | 10 | 2,69     | 1,73     |
| <b>KITCHENR</b>   | 130 | 1  | 8  | 2,35     | 1,26     |
| <b>PLATESR</b>    | 130 | 2  | 10 | 6,92     | 1,91     |
| <b>CLOTHESR</b>   | 130 | 1  | 9  | 3,71     | 1,09     |
| <b>OVENR</b>      | 130 | 3  | 10 | 7,59     | 1,91     |
| <b>CAMERAR</b>    | 130 | 5  | 10 | 8,42     | 1,24     |

|                               |     |   |    |      |      |
|-------------------------------|-----|---|----|------|------|
| <b>STEREOR</b>                | 130 | 4 | 10 | 7,35 | 1,36 |
| <b>TV R</b>                   | 130 | 1 | 9  | 5,29 | 1,28 |
| <b>REFRIDGR</b>               | 130 | 1 | 6  | 2,00 | 1,00 |
| <b>DUMP</b>                   | 130 | 0 | 1  | 0,38 | 0,49 |
| <b>XYTA</b>                   | 130 | 0 | 1  | 0,13 | 0,34 |
| <b>RECYCLE</b>                | 130 | 0 | 1  | 0,17 | 0,38 |
| <b>NOT KNOW</b>               | 130 | 0 | 1  | 0,46 | 0,50 |
| <b>MONTHLY</b>                | 130 | 0 | 4  | 2,25 | 0,99 |
| <b>HAPINESS</b>               | 130 | 0 | 4  | 2,33 | 0,99 |
| <b>SAFETY</b>                 | 130 | 0 | 4  | 1,48 | 1,12 |
| <b>CONSUME</b>                | 130 | 0 | 4  | 2,12 | 0,90 |
| <b>CANBUY</b>                 | 130 | 0 | 4  | 2,19 | 0,97 |
| <b>LOGLIFE</b>                | 130 | 0 | 4  | 2,70 | 0,73 |
| <b>CHEAP</b>                  | 130 | 0 | 4  | 2,15 | 1,04 |
| <b>QUALITY</b>                | 130 | 0 | 4  | 2,95 | 0,80 |
| <b>SEC.JOB</b>                | 130 | 0 | 4  | 1,17 | 1,31 |
| <b>BETTER</b>                 | 130 | 0 | 4  | 1,65 | 1,12 |
| <b>COMPARIS</b>               | 130 | 0 | 4  | 2,08 | 0,97 |
| <b>ec.situat</b>              | 130 | 0 | 4  | 1,27 | 1,09 |
| <b>HOME</b>                   | 130 | 0 | 3  | 0,63 | 1,00 |
| <b>NEARHOME</b>               | 130 | 0 | 4  | 3,05 | 0,95 |
| <b>FREETIME</b>               | 130 | 0 | 4  | 1,95 | 1,14 |
| <b>ACTIVITY</b>               | 130 | 0 | 4  | 1,85 | 1,16 |
| <b>TVASFUN</b>                | 130 | 0 | 4  | 1,34 | 1,03 |
| <b>sociality</b>              | 130 | 0 | 4  | 2,23 | 1,01 |
| <b>MAN</b>                    | 130 | 0 | 4  | 2,48 | 1,12 |
| <b>WOMAN</b>                  | 130 | 0 | 4  | 1,07 | 1,12 |
| <b>parents</b>                | 130 | 1 | 4  | 3,21 | ,85  |
| <b>CREDIT</b>                 | 130 | 0 | 4  | 0,90 | 1,09 |
| <b>PAYCASH</b>                | 130 | 1 | 4  | 3,17 | 0,90 |
| <b>FASHION</b>                | 130 | 0 | 4  | 2,17 | 1,09 |
| <b>F.VICTIM</b>               | 130 | 0 | 4  | 1,34 | 1,05 |
| <b>DISHWASH</b>               | 130 | 0 | 4  | 2,22 | 1,15 |
| <b>WASHMACH</b>               | 130 | 1 | 4  | 3,78 | 0,47 |
| <b>cooker</b>                 | 130 | 0 | 4  | 3,54 | 0,77 |
| <b>DVD,ster</b>               | 130 | 0 | 4  | 2,31 | 0,89 |
| <b>CINEMA</b>                 | 130 | 0 | 4  | 2,98 | 0,98 |
| <b>PARTY</b>                  | 130 | 0 | 4  | 2,06 | 1,11 |
| <b>DINNER</b>                 | 130 | 0 | 4  | 2,07 | 1,06 |
| <b>BUYCLOTH</b>               | 130 | 0 | 4  | 1,93 | 1,12 |
| <b>Valid N<br/>(listwise)</b> | 130 |   |    |      |      |

## ΠΙΝΑΚΑΣ 2

|            | ΔΕΙΓΜΑ | ΕΛΑΧΙΣΤΟ | ΜΕΓΙΣΤΟ | ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ | ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ |
|------------|--------|----------|---------|-----------|-----------------|
| SEX        | 130    | 0        | 1       | 0,38      | 0,49            |
| AGE        | 130    | 19       | 73      | 39,30     | 11,32           |
| FAMILY     | 130    | 1        | 9       | 3,32      | 2,15            |
| CHILDREN   | 130    | 0        | 1       | 0,55      | 0,50            |
| HOW_MANY   | 130    | 0        | 3       | 1,01      | 1,01            |
| 1child age | 72     | 1        | 51      | 15,86     | 9,57            |
| 2child age | 52     | 1        | 48      | 15,32     | 9,26            |
| 3child age | 7      | 6        | 45      | 21,29     | 16,22           |
| rent type  | 31     | 0        | 1       | 0,23      | 0,43            |
| FRIDGEO    | 130    | 1        | 1       | 1,00      | 0,00            |
| HEATERO    | 130    | 0        | 1       | 0,95      | 0,21            |
| AIR_O      | 130    | 0        | 1       | 0,72      | 0,45            |
| KITCHENO   | 130    | 0        | 1       | 0,99      | 8,77E-02        |
| OVENO      | 130    | 0        | 1       | 0,61      | 0,49            |
| COF.POTO   | 130    | 0        | 1       | 0,76      | 0,43            |
| DRYERO     | 130    | 0        | 1       | 0,12      | 0,32            |
| V.CLEANO   | 130    | 0        | 1       | 0,93      | 0,25            |
| MEMBERS    | 130    | 1        | 6       | 3,48      | 1,10            |
| education  | 130    | 2        | 8       | 5,34      | 1,59            |
| occupation | 130    | 1        | 8       | 2,86      | 2,38            |
| 2 occu?    | 130    | 0        | 1       | 0,20      | 0,40            |
| 2 occu     | 26     | 1        | 7       | 4,81      | 2,04            |
| INCOME     | 130    | 1        | 24      | 4,58      | 3,76            |
| fam.incom  | 130    | 1        | 7       | 3,59      | 1,64            |
| HOUSE      | 130    | 1        | 4       | 2,58      | ,85             |
| home type  | 130    | 0        | 1       | 0,76      | 0,43            |
| MOWINGO    | 130    | 0        | 1       | 0,10      | 0,30            |
| POOLO      | 130    | 0        | 1       | 4,62E-02  | 0,21            |
| FRIDGEN    | 130    | 1        | 4       | 1,24      | 0,55            |
| HEATERN    | 130    | 0        | 4       | 1,04      | 0,44            |
| AIR_N      | 130    | 0        | 7       | 1,53      | 1,43            |
| KITCHENN   | 130    | 0        | 3       | 1,05      | 0,31            |
| OVENN      | 130    | 0        | 3       | 0,65      | 0,57            |
| COF.POTN   | 130    | 0        | 3       | 0,94      | 0,70            |
| DRYERN     | 130    | 0        | 1       | 0,12      | 0,32            |
| V.CLEANN   | 130    | 0        | 3       | 1,12      | 0,52            |
| PLATE.O    | 130    | 0        | 1       | 0,61      | 0,49            |
| WASH.O     | 130    | 0        | 1       | 0,99      | 8,77E-02        |
| TVO        | 130    | 1        | 1       | 1,00      | 0,00            |
| STEREOO    | 130    | 0        | 1       | 0,86      | 0,35            |
| DVD_O      | 130    | 0        | 1       | 0,84      | 0,37            |
| PHOTOO     | 130    | 0        | 1       | 0,82      | 0,38            |
| CAMERAO    | 130    | 0        | 1       | 0,43      | 0,50            |
| VIDEOO     | 130    | 0        | 1       | 0,53      | 0,50            |

|                        |     |   |    |          |       |
|------------------------|-----|---|----|----------|-------|
| <b>PC_O</b>            | 130 | 0 | 1  | 0,77     | 0,42  |
| <b>CARO</b>            | 130 | 0 | 1  | 0,79     | 0,41  |
| <b>MOTORO</b>          | 130 | 0 | 1  | 0,22     | 0,41  |
| <b>MOWINGN</b>         | 130 | 0 | 1  | 0,10     | 0,30  |
| <b>POOLN</b>           | 130 | 0 | 1  | 4,62E-02 | 0,21  |
| <b>FRIDGET</b>         | 130 | 0 | 30 | 10,39    | 7,21  |
| <b>HEATERT</b>         | 123 | 0 | 40 | 12,18    | 10,65 |
| <b>AIR_T</b>           | 94  | 0 | 30 | 9,70     | 7,71  |
| <b>KITCHENT</b>        | 129 | 0 | 30 | 10,84    | 7,21  |
| <b>OVENT</b>           | 81  | 0 | 20 | 6,54     | 5,28  |
| <b>COF.POTT</b>        | 99  | 0 | 20 | 5,32     | 4,64  |
| <b>DRYERT</b>          | 15  | 0 | 25 | 9,53     | 7,68  |
| <b>V.CLEANT</b>        | 122 | 0 | 30 | 7,84     | 6,24  |
| <b>PLATE.N</b>         | 130 | 0 | 2  | 0,63     | 0,53  |
| <b>WASH.N</b>          | 130 | 0 | 3  | 1,03     | 0,28  |
| <b>TVN</b>             | 130 | 0 | 8  | 2,28     | 1,40  |
| <b>STEREON</b>         | 130 | 0 | 4  | 1,25     | 0,89  |
| <b>DVD_N</b>           | 130 | 0 | 6  | 1,14     | 0,95  |
| <b>PHOTON</b>          | 130 | 0 | 5  | 1,35     | 1,06  |
| <b>CAMERAN</b>         | 130 | 0 | 2  | 0,46     | 0,56  |
| <b>VIDEON</b>          | 130 | 0 | 6  | 0,68     | 0,92  |
| <b>PC_N</b>            | 130 | 0 | 3  | 0,94     | 0,66  |
| <b>CARN</b>            | 130 | 0 | 4  | 1,23     | 0,91  |
| <b>MOTORN</b>          | 130 | 0 | 2  | 0,24     | 0,48  |
| <b>MOWINGT</b>         | 14  | 0 | 25 | 8,57     | 9,69  |
| <b>POOLT</b>           | 8   | 0 | 9  | 2,13     | 2,90  |
| <b>FRIDGE</b>          | 130 | 1 | 6  | 4,78     | 1,45  |
| <b>KITCHEN</b>         | 129 | 1 | 7  | 4,71     | 1,54  |
| <b>OVEN</b>            | 83  | 1 | 7  | 4,04     | 1,44  |
| <b>washing machine</b> | 126 | 1 | 7  | 4,63     | 1,50  |
| <b>photo camera</b>    | 108 | 1 | 7  | 3,88     | 1,56  |
| <b>CAMERA</b>          | 60  | 1 | 6  | 4,18     | 1,57  |
| <b>TV</b>              | 128 | 0 | 6  | 3,94     | 1,71  |
| <b>CAR</b>             | 103 | 1 | 6  | 4,07     | 1,71  |
| <b>motorcycle</b>      | 32  | 0 | 7  | 3,78     | 2,00  |
| <b>PLATE.T</b>         | 79  | 0 | 30 | 9,19     | 7,62  |
| <b>WASH.T</b>          | 129 | 0 | 30 | 9,59     | 7,05  |
| <b>TVT</b>             | 129 | 0 | 20 | 7,66     | 5,35  |
| <b>STEREOT</b>         | 112 | 0 | 30 | 7,38     | 5,83  |
| <b>DVD_T</b>           | 110 | 0 | 20 | 4,81     | 4,26  |
| <b>PHOTOT</b>          | 108 | 0 | 30 | 6,34     | 6,30  |
| <b>CAMERAT</b>         | 58  | 0 | 20 | 5,76     | 5,32  |
| <b>VIDEOT</b>          | 68  | 0 | 20 | 6,26     | 6,02  |
| <b>PC_T</b>            | 100 | 0 | 20 | 4,30     | 3,26  |
| <b>CART</b>            | 105 | 0 | 30 | 8,63     | 5,95  |
| <b>MOTORT</b>          | 29  | 0 | 30 | 6,76     | 6,99  |
| <b>FRIDGEOF</b>        | 130 | 0 | 1  | 7,69E-02 | 0,27  |
| <b>kitchenOF</b>       | 130 | 0 | 1  | 8,46E-02 | 0,28  |

|                   |     |   |    |          |          |
|-------------------|-----|---|----|----------|----------|
| <b>OVENOF</b>     | 130 | 0 | 1  | 0,22     | 0,42     |
| <b>WASHOF</b>     | 130 | 0 | 1  | 0,12     | 0,33     |
| <b>PHOTOOF</b>    | 130 | 0 | 1  | 0,28     | 0,45     |
| <b>CAMERAOF</b>   | 130 | 0 | 1  | 4,62E-02 | 0,21     |
| <b>TVOF</b>       | 130 | 0 | 1  | 0,25     | 0,44     |
| <b>DVDOF</b>      | 130 | 0 | 1  | 0,18     | 0,38     |
| <b>STEREOOF</b>   | 130 | 0 | 1  | 0,18     | 0,39     |
| <b>elec.shop</b>  | 130 | 0 | 1  | 0,21     | 0,41     |
| <b>neighbour</b>  | 130 | 0 | 1  | 6,92E-02 | 0,25     |
| <b>STORE</b>      | 130 | 0 | 1  | 0,22     | 0,41     |
| <b>EL.CHAIN</b>   | 130 | 0 | 1  | 0,68     | 0,47     |
| <b>SUP.MARK</b>   | 130 | 0 | 1  | 0,20     | 0,40     |
| <b>RADIO</b>      | 130 | 0 | 1  | 0,13     | 0,34     |
| <b>TV</b>         | 130 | 0 | 1  | 0,62     | 0,49     |
| <b>TABLET</b>     | 130 | 0 | 1  | 6,15E-02 | 0,24     |
| <b>PAPERS</b>     | 130 | 0 | 1  | 0,62     | 0,49     |
| <b>LEAFLET</b>    | 130 | 0 | 1  | 0,15     | 0,35     |
| <b>CHEQUE</b>     | 130 | 0 | 1  | 4,62E-02 | 0,21     |
| <b>CARDS</b>      | 130 | 0 | 1  | 0,18     | 0,39     |
| <b>DOSES</b>      | 130 | 0 | 1  | 0,54     | 0,50     |
| <b>cash/dose</b>  | 130 | 0 | 1  | 0,36     | 0,48     |
| <b>LOAN</b>       | 130 | 0 | 1  | 0,10     | 0,30     |
| <b>USE</b>        | 130 | 0 | 1  | 0,89     | 0,31     |
| <b>SOCIAL</b>     | 130 | 0 | 1  | 7,69E-03 | 8,77E-02 |
| <b>SATISFAC</b>   | 130 | 0 | 1  | 0,33     | 0,47     |
| <b>aspiration</b> | 130 | 0 | 1  | 3,08E-02 | 0,17     |
| <b>RENEW</b>      | 130 | 0 | 1  | 0,54     | 0,50     |
| <b>VIDEOR</b>     | 130 | 4 | 10 | 8,68     | 1,34     |
| <b>FRIENDS</b>    | 130 | 0 | 1  | 0,49     | 0,50     |
| <b>econ.prog</b>  | 130 | 0 | 1  | 0,85     | 0,35     |
| <b>SAVING</b>     | 111 | 0 | 1  | 0,43     | 0,50     |
| <b>CUTOTHER</b>   | 111 | 0 | 1  | 0,38     | 0,49     |
| <b>BORROW</b>     | 111 | 0 | 1  | 9,91E-02 | 0,30     |
| <b>PLANNING</b>   | 111 | 0 | 1  | 0,39     | 0,49     |
| <b>SEARCH</b>     | 111 | 0 | 1  | 0,69     | 0,46     |
| <b>SAVINGS</b>    | 130 | 0 | 1  | 0,49     | 0,50     |
| <b>AMOUNT</b>     | 63  | 1 | 7  | 2,79     | 1,76     |
| <b>CASH</b>       | 130 | 0 | 1  | 0,80     | 0,40     |
| <b>HEATERR</b>    | 130 | 1 | 10 | 2,69     | 1,73     |
| <b>KITCHENR</b>   | 130 | 1 | 8  | 2,35     | 1,26     |
| <b>PLATESR</b>    | 130 | 2 | 10 | 6,92     | 1,91     |
| <b>CLOTHESR</b>   | 130 | 1 | 9  | 3,71     | 1,09     |
| <b>OVENR</b>      | 130 | 3 | 10 | 7,59     | 1,91     |
| <b>CAMERAR</b>    | 130 | 5 | 10 | 8,42     | 1,24     |
| <b>STEREOR</b>    | 130 | 4 | 10 | 7,35     | 1,36     |
| <b>TV_R</b>       | 130 | 1 | 9  | 5,29     | 1,28     |
| <b>REFRIDGR</b>   | 130 | 1 | 6  | 2,00     | 1,00     |
| <b>DUMP</b>       | 130 | 0 | 1  | 0,38     | 0,49     |

|                           |     |   |   |      |      |
|---------------------------|-----|---|---|------|------|
| <b>XYTA</b>               | 130 | 0 | 1 | 0,13 | 0,34 |
| <b>RECYCLE</b>            | 130 | 0 | 1 | 0,17 | 0,38 |
| <b>NOT_KNOW</b>           | 130 | 0 | 1 | 0,46 | 0,50 |
| <b>MONTHLY</b>            | 130 | 0 | 4 | 2,25 | 0,99 |
| <b>HAPINESS</b>           | 130 | 0 | 4 | 2,33 | 0,99 |
| <b>SAFETY</b>             | 130 | 0 | 4 | 1,48 | 1,12 |
| <b>CONSUME</b>            | 130 | 0 | 4 | 2,12 | 0,90 |
| <b>CANBUY</b>             | 130 | 0 | 4 | 2,19 | 0,97 |
| <b>LOGLIFE</b>            | 130 | 0 | 4 | 2,70 | 0,73 |
| <b>CHEAP</b>              | 130 | 0 | 4 | 2,15 | 1,04 |
| <b>QUALITY</b>            | 130 | 0 | 4 | 2,95 | 0,80 |
| <b>SEC.JOB</b>            | 130 | 0 | 4 | 1,17 | 1,31 |
| <b>BETTER</b>             | 130 | 0 | 4 | 1,65 | 1,12 |
| <b>COMPARIS</b>           | 130 | 0 | 4 | 2,08 | 0,97 |
| <b>ec.situat</b>          | 130 | 0 | 4 | 1,27 | 1,09 |
| <b>HOME</b>               | 130 | 0 | 3 | 0,63 | 1,00 |
| <b>NEARHOME</b>           | 130 | 0 | 4 | 3,05 | 0,95 |
| <b>FREETIME</b>           | 130 | 0 | 4 | 1,95 | 1,14 |
| <b>ACTIVITY</b>           | 130 | 0 | 4 | 1,85 | 1,16 |
| <b>TVASFUN</b>            | 130 | 0 | 4 | 1,34 | 1,03 |
| <b>sociality</b>          | 130 | 0 | 4 | 2,23 | 1,01 |
| <b>MAN</b>                | 130 | 0 | 4 | 2,48 | 1,12 |
| <b>WOMAN</b>              | 130 | 0 | 4 | 1,07 | 1,12 |
| <b>parents</b>            | 130 | 1 | 4 | 3,21 | 0,85 |
| <b>CREDIT</b>             | 130 | 0 | 4 | 0,90 | 1,09 |
| <b>PAYCASH</b>            | 130 | 1 | 4 | 3,17 | 0,90 |
| <b>FASHION</b>            | 130 | 0 | 4 | 2,17 | 1,09 |
| <b>F.VICTIM</b>           | 130 | 0 | 4 | 1,34 | 1,05 |
| <b>DISHWASH</b>           | 130 | 0 | 4 | 2,22 | 1,15 |
| <b>WASHMACH</b>           | 130 | 1 | 4 | 3,78 | 0,47 |
| <b>cooker</b>             | 130 | 0 | 4 | 3,54 | 0,77 |
| <b>DVD,ster</b>           | 130 | 0 | 4 | 2,31 | 0,89 |
| <b>CINEMA</b>             | 130 | 0 | 4 | 2,98 | 0,98 |
| <b>PARTY</b>              | 130 | 0 | 4 | 2,06 | 1,11 |
| <b>DINNER</b>             | 130 | 0 | 4 | 2,07 | 1,06 |
| <b>BUYCLOTH</b>           | 130 | 0 | 4 | 1,93 | 1,12 |
| <b>Valid N (listwise)</b> | 130 |   |   |      |      |

## ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΤΑΝΟΜΩΝ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ

**Πίνακας 1: Κατανομή συχνοτήτων για το φύλο των ερωτώμενων**

|         | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---------|-----------|---------|--------------------|
| Γυναίκα | 81        | 62,3    | 62,3               |
| Άντρας  | 49        | 37,7    | 100                |
| Σύνολο  | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 2: Κατανομή συχνοτήτων για την ηλικία των ερωτώμενων**

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 19     | 3         | 2,3     | 2,3                |
| 21     | 3         | 2,3     | 4,6                |
| 22     | 6         | 4,6     | 9,2                |
| 23     | 11        | 8,5     | 17,7               |
| 24     | 4         | 3,1     | 20,8               |
| 25     | 2         | 1,5     | 22,3               |
| 26     | 2         | 1,5     | 23,8               |
| 28     | 1         | 0,8     | 24,6               |
| 29     | 1         | 0,8     | 25,4               |
| 30     | 3         | 2,3     | 27,7               |
| 31     | 1         | 0,8     | 28,5               |
| 33     | 1         | 0,8     | 29,2               |
| 35     | 3         | 2,3     | 31,5               |
| 36     | 1         | 0,8     | 32,3               |
| 37     | 2         | 1,5     | 33,8               |
| 38     | 7         | 5,4     | 39,2               |
| 39     | 2         | 1,5     | 40,8               |
| 40     | 3         | 2,3     | 43,1               |
| 41     | 4         | 3,1     | 46,2               |
| 42     | 7         | 5,4     | 51,5               |
| 43     | 7         | 5,4     | 56,9               |
| 44     | 5         | 3,8     | 60,8               |
| 45     | 5         | 3,8     | 64,6               |
| 46     | 6         | 4,6     | 69,2               |
| 47     | 12        | 9,2     | 78,5               |
| 48     | 3         | 2,3     | 80,8               |
| 49     | 6         | 4,6     | 85,4               |
| 50     | 4         | 3,1     | 88,5               |
| 51     | 4         | 3,1     | 91,5               |
| 52     | 2         | 1,5     | 93,1               |
| 53     | 2         | 1,5     | 94,6               |
| 54     | 2         | 1,5     | 96,2               |
| 57     | 2         | 1,5     | 97,7               |
| 60     | 1         | 0,8     | 98,5               |
| 65     | 1         | 0,8     | 99,2               |
| 73     | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |



**Πίνακας 3: Κατανομή συχνοτήτων για την οικογενειακή κατάσταση.**

|                            | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|----------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Άγαμος, -η                 | 47        | 36,2    | 36,2               |
| Έγγαμος, -η                | 5         | 3,8     | 40                 |
| Έγγαμος, -η με παιδιά      | 61        | 46,9    | 86,9               |
| Διαζευγμένος, -η           | 1         | 0,8     | 87,7               |
| Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7         | 5,4     | 93,1               |
| Χήρος                      | 1         | 0,8     | 93,8               |
| Εν διαστάσει               | 1         | 0,8     | 94,6               |
| Ελεύθερη συμβίωση          | 7         | 5,4     | 100                |
| Σύνολο                     | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 4: Κατανομή συχνοτήτων για την ύπαρξη παιδιών.**

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 58        | 44,6    | 44,6               |
| Ναι    | 72        | 55,4    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 5: Κατανομή συχνοτήτων για τον αριθμό των παιδιών.**

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Κανένα παιδί | 58        | 44,6    | 44,6               |
| Ένα παιδί    | 20        | 15,4    | 60,0               |
| Δύο παιδιά   | 45        | 34,6    | 94,6               |
| Τρία παιδιά  | 7         | 5,4     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 6: Κατανομή συχνοτήτων για την ηλικία του πρώτου παιδιού.**

|                   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν υπάρχει παιδί | 58        | 44,6    | 44,6               |
| 1                 | 1         | 0,8     | 45,4               |
| 2                 | 2         | 1,5     | 46,9               |
| 3                 | 1         | 0,8     | 47,7               |
| 3                 | 1         | 0,8     | 48,5               |
| 4                 | 3         | 2,3     | 50,8               |
| 5                 | 1         | 0,8     | 51,5               |
| 6                 | 4         | 3,1     | 54,6               |
| 7                 | 1         | 0,8     | 55,4               |
| 8                 | 4         | 3,1     | 58,5               |
| 9                 | 3         | 2,3     | 60,8               |
| 10                | 1         | 0,8     | 61,5               |
| 10                | 2         | 1,5     | 63,1               |

|        |     |     |      |
|--------|-----|-----|------|
| 11     | 3   | 2,3 | 65,4 |
| 12     | 4   | 3,1 | 68,5 |
| 13     | 1   | 0,8 | 69,2 |
| 14     | 1   | 0,8 | 70,0 |
| 15     | 4   | 3,1 | 73,1 |
| 16     | 4   | 3,1 | 76,2 |
| 17     | 1   | 0,8 | 76,9 |
| 18     | 3   | 2,3 | 79,2 |
| 19     | 1   | 0,8 | 80,0 |
| 21     | 1   | 0,8 | 80,8 |
| 22     | 4   | 3,1 | 83,8 |
| 23     | 8   | 6,2 | 90,0 |
| 24     | 2   | 1,5 | 91,5 |
| 25     | 3   | 2,3 | 93,8 |
| 26     | 3   | 2,3 | 96,2 |
| 27     | 2   | 1,5 | 97,7 |
| 28     | 1   | 0,8 | 98,5 |
| 47     | 1   | 0,8 | 99,2 |
| 51     | 1   | 0,8 | 100  |
| Σύνολο | 130 | 100 |      |

**Πίνακας 7: Κατανομή συχνοτήτων για την ηλικία του δεύτερου παιδιού**

|                                  | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|----------------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν υπάρχει 2 <sup>ο</sup> παιδί | 78        | 60      | 60                 |
| 1                                | 2         | 1,5     | 61,5               |
| 3                                | 1         | 0,8     | 62,3               |
| 5                                | 2         | 1,5     | 63,8               |
| 6                                | 1         | 0,8     | 64,6               |
| 7                                | 5         | 3,8     | 68,5               |
| 8                                | 2         | 1,5     | 70,0               |
| 9                                | 1         | 0,8     | 70,8               |
| 9                                | 2         | 1,5     | 72,3               |
| 10                               | 2         | 1,5     | 73,8               |
| 11                               | 4         | 3,1     | 76,9               |
| 13                               | 2         | 1,5     | 78,5               |
| 14                               | 2         | 1,5     | 80                 |
| 15                               | 1         | 0,8     | 80,8               |
| 16                               | 2         | 1,5     | 82,3               |
| 17                               | 2         | 1,5     | 83,8               |
| 18                               | 2         | 1,5     | 85,4               |
| 19                               | 4         | 3,1     | 88,5               |
| 20                               | 2         | 1,5     | 90                 |
| 21                               | 2         | 1,5     | 91,5               |
| 22                               | 1         | 0,8     | 92,3               |
| 23                               | 2         | 1,5     | 93,8               |
| 24                               | 5         | 3,8     | 97,7               |

|               |     |     |      |
|---------------|-----|-----|------|
| 25            | 1   | 0,8 | 98,5 |
| 45            | 1   | 0,8 | 99,2 |
| 48            | 1   | 0,8 | 100  |
| <i>Σύνολο</i> | 130 | 100 |      |

**Πίνακας 8: Κατανομή συχνοτήτων για την ηλικία του τρίτου παιδιού.**

|                                  | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|----------------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν υπάρχει 3 <sup>ο</sup> παιδί | 123       | 94,6    | 94,6               |
| 6                                | 1         | 0,8     | 95,4               |
| 7                                | 1         | 0,8     | 96,2               |
| 12                               | 1         | 0,8     | 96,9               |
| 18                               | 2         | 1,5     | 98,5               |
| 43                               | 1         | 0,8     | 99,2               |
| 45                               | 1         | 0,8     | 100                |
| <i>Σύνολο</i>                    | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 9: Κατανομή συχνοτήτων για την ηλικία του τέταρτου παιδιού**

|                                  | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|----------------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν υπάρχει 4 <sup>ο</sup> παιδί | 130       | 100     | 100                |

**Πίνακας 10: Κατανομή συχνοτήτων για τα μέλη οικογενειών**

|               | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---------------|-----------|---------|--------------------|
| 1 μέλος       | 8         | 6,2     | 6,2                |
| 2 μέλη        | 17        | 13,1    | 19,2               |
| 3 μέλη        | 27        | 20,8    | 40                 |
| 4 μέλη        | 63        | 48,5    | 88,5               |
| 5 μέλη        | 12        | 9,2     | 97,7               |
| 6 μέλη        | 3         | 2,3     | 100                |
| <i>Σύνολο</i> | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 11: Κατανομή συχνοτήτων για το επίπεδο εκπαίδευσης**

|                      | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|----------------------|-----------|---------|--------------------|
| Απολυτήριο Δημοτικού | 3         | 2,3     | 2,3                |
| Απολυτήριο Γυμνασίου | 1         | 0,8     | 3,1                |
| Απολυτήριο Λυκείου   | 56        | 43,1    | 46,2               |
| Απολυτήριο           | 14        | 10,8    | 56,9               |

|                         |     |      |      |
|-------------------------|-----|------|------|
| Τεχνικού<br>Λυκείου     |     |      |      |
| Πτυχιούχος<br>ΤΕΙ       | 18  | 13,8 | 70,8 |
| Πτυχιούχος<br>ΑΕΙ       | 21  | 16,2 | 86,9 |
| Μεταπτυχιακό<br>Δίπλωμα | 17  | 13,1 | 100  |
| Σύνολο                  | 130 | 100  |      |

**Πίνακας 12: Κατανομή συχνοτήτων για το είδος της απασχόλησης**

|                            | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|----------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δημόσιος<br>Υπάλληλος      | 65        | 50      | 50                 |
| Ιδιωτικός<br>Υπάλληλος     | 31        | 23,8    | 73,8               |
| Ελεύθερος<br>επαγγελματίας | 11        | 8,5     | 82,3               |
| Εξειδικευμένος<br>τεχνίτης | 2         | 1,5     | 83,8               |
| Συνταξιούχος               | 1         | 0,8     | 84,6               |
| Οικιακά                    | 6         | 4,6     | 89,2               |
| Άνεργος                    | 14        | 10,8    | 100                |
| Σύνολο                     | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 13: Κατανομή συχνοτήτων για την ύπαρξη ή μη δεύτερης απασχόλησης**

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 104       | 80      | 80                 |
| Ναι    | 26        | 20      | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 14: Κατανομή συχνοτήτων για το είδος δεύτερης απασχόλησης**

|                        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν έχουν<br>απαντήσει | 104       | 80      | 80                 |
| Δημόσιος<br>Υπάλληλος  | 1         | 0,8     | 80,8               |
| Δημοτικός<br>Υπάλληλος | 2         | 1,5     | 82,3               |
| Ιδιωτικός<br>Υπάλληλος | 5         | 3,8     | 86,2               |
| Ελεύθερος              | 7         | 5,4     | 91,5               |

|               |     |     |     |
|---------------|-----|-----|-----|
| επαγγελματίας |     |     |     |
| Οικιακά       | 11  | 8,5 | 100 |
| Σύνολο        | 130 | 100 |     |

**Πίνακας 15: Κατανομή συχνοτήτων για το μηνιαίο προσωπικό εισόδημα**

|                | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|----------------|-----------|---------|--------------------|
| Κάτω από 500€  | 13        | 10      | 10                 |
| Από 501-800€   | 9         | 6,9     | 16,9               |
| Από 801-1100€  | 33        | 25,4    | 42,3               |
| Από 1100-1400€ | 38        | 29,2    | 71,5               |
| Από 1401-1700€ | 10        | 7,7     | 79,2               |
| Από 1701-2000€ | 11        | 8,5     | 87,7               |
| Από 2001-2300€ | 3         | 2,3     | 90                 |
| Από 2301-2600€ | 2         | 1,5     | 91,5               |
| Από 2601-2900€ | 1         | 0,8     | 92,3               |
| Από 2901-3200€ | 1         | 0,8     | 93,1               |
| Από 3201-3500€ | 4         | 3,1     | 96,2               |
| Από 3501-3800€ | 1         | 0,8     | 96,9               |
| Από 4301-4600€ | 1         | 0,8     | 97,7               |
| Από 6401-6700€ | 1         | 0,8     | 98,5               |
| Πάνω από 7100€ | 2         | 1,5     | 100                |
| Σύνολο         | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 16: Κατανομή συχνοτήτων για το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα**

|                    | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------------|-----------|---------|--------------------|
| Κάτω από 10.000€   | 5         | 3,8     | 3,8                |
| Από 10.001-20.000€ | 37        | 28,5    | 32,3               |
| Από 20.001-30.000€ | 28        | 21,5    | 53,8               |
| Από 30.001-40.000€ | 26        | 20      | 73,8               |
| Από 40.001-50.000€ | 15        | 11,5    | 85,4               |
| Από 50.001-60.000€ | 8         | 6,2     | 91,5               |
| Πάνω από 60.000€   | 11        | 8,5     | 100                |
| Σύνολο             | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 17: Κατανομή συχνοτήτων για τον τύπος κατοικίας**

|                              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|------------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Μονοκατοικία                 | 22        | 16,9    | 16,9               |
| Διαμέρισμα<br>διπλοκατοικίας | 20        | 15,4    | 32,3               |
| Διαμέρισμα<br>πολυκατοικίας  | 79        | 60,8    | 93,1               |
| Μεζονέτα                     | 9         | 6,9     | 100,0              |
| Σύνολο                       | 130       | 100,0   |                    |

**Πίνακας 18: Κατανομή συχνοτήτων για την κυριότητα κατοικίας**

|               | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---------------|-----------|---------|--------------------|
| Ενοικιαζόμενη | 31        | 23,8    | 23,8               |
| Ιδιόκτητη     | 99        | 76,2    | 100                |
| Σύνολο        | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 19: Κατανομή συχνοτήτων για την ύπαρξη επίπλωσης ή μη σε περίπτωση ενοικιαζόμενης κατοικίας**

|                       | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-----------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν μένουν σε ενοίκιο | 99        | 76,2    | 76,2               |
| Μη επιπλωμένη         | 24        | 18,5    | 94,6               |
| Επιπλωμένη            | 7         | 5,4     | 100                |
| Σύνολο                | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 20.1: Κατανομή συχνοτήτων για την κατοχή διαρκών αγαθών ανά νοικοκυριό**

## a. Ψυγείο

|          | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|----------|-----------|---------|--------------------|
| Κατέχουν | 130       | 100     | 100                |

## b. Θερμοσίφωνα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 6         | 4,6     | 4,6                |
| Κατέχουν     | 124       | 95,4    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## c. Κλιματιστικό

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 36        | 27,7    | 27,7               |
| Κατέχουν     | 94        | 72,3    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## d. Ηλεκτρική κουζίνα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 1         | 0,8     | 0,8                |
| Κατέχουν     | 129       | 99,2    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## e. Φούρνος μικροκυμάτων

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 51        | 39,2    | 39,2               |
| Κατέχουν     | 79        | 60,8    | 100                |

|        |     |     |  |
|--------|-----|-----|--|
| Σύνολο | 130 | 100 |  |
|--------|-----|-----|--|

## f. Καφετιέρα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 31        | 23,8    | 23,8               |
| Κατέχουν     | 99        | 76,2    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## g. Στεγνωτήριο ρούχων

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 115       | 88,5    | 88,5               |
| Κατέχουν     | 15        | 11,5    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## h. Ηλεκτρική σκούπα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 9         | 6,9     | 6,9                |
| Κατέχουν     | 121       | 93,1    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## i. Πλυντήριο πιάτων

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 51        | 39,2    | 39,2               |
| Κατέχουν     | 79        | 60,8    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## j. Πλυντήριο ρούχων

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 1         | 0,8     | 0,8                |
| Κατέχουν     | 129       | 99,2    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## k. Τηλεόραση

|          | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|----------|-----------|---------|--------------------|
| Κατέχουν | 130       | 100     | 100                |

## l. Στερεοφωνικό συγκρότημα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 18        | 13,8    | 13,8               |
| Κατέχουν     | 112       | 86,2    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## m. Συσκευή DVD

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 21        | 16,2    | 16,2               |

|          |     |      |     |
|----------|-----|------|-----|
| Κατέχουν | 109 | 83,8 | 100 |
| Σύνολο   | 130 | 100  |     |

n. Φωτογραφική μηχανή

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 23        | 17,7    | 17,7               |
| Κατέχουν     | 107       | 82,3    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

ο. Βιντεοκάμερα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 74        | 56,9    | 56,9               |
| Κατέχουν     | 56        | 43,1    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

ρ. Συσκευή βίντεο

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 61        | 46,9    | 46,9               |
| Κατέχουν     | 69        | 53,1    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

q. Ηλεκτρονικός υπολογιστής

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 30        | 23,1    | 23,1               |
| Κατέχουν     | 100       | 76,9    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

ρ. Αυτοκίνητο

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 27        | 20,8    | 20,8               |
| Κατέχουν     | 103       | 79,2    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

s. Μοτοσικλέτα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 102       | 78,5    | 78,5               |
| Κατέχουν     | 28        | 21,5    | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

t. Μηχανή του γκαζόν

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 117       | 90      | 90                 |
| Κατέχουν     | 13        | 10      | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |



## u. Πισίνα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 124       | 95,4    | 95,4               |
| Κατέχουν     | 6         | 4,6     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 20.2: Κατανομή συχνοτήτων για τον αριθμό των διαρκών αγαθών**

## a. Ψυγείο

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 1      | 106       | 81,5    | 81,5               |
| 2      | 18        | 13,8    | 95,4               |
| 3      | 5         | 3,8     | 99,2               |
| 4      | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## b. Θερμοσίφωνας

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 6         | 4,6     | 4,6                |
| 1      | 116       | 89,2    | 93,8               |
| 2      | 6         | 4,6     | 98,5               |
| 3      | 1         | 0,8     | 99,2               |
| 4      | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## c. Κλιματιστικό

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 36        | 27,7    | 27,7               |
| 1      | 37        | 28,5    | 56,2               |
| 2      | 28        | 21,5    | 77,7               |
| 3      | 19        | 14,6    | 92,3               |
| 4      | 3         | 2,3     | 94,6               |
| 5      | 6         | 4,6     | 99,2               |
| 7      | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## d. Ηλεκτρική κουζίνα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 1         | 0,8     | 0,8                |
| 1      | 123       | 94,6    | 95,4               |
| 2      | 4         | 3,1     | 98,5               |
| 3      | 2         | 1,5     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## e. Φούρνος μικροκυμάτων

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 50        | 38,5    | 38,5               |
| 1      | 76        | 58,5    | 96,9               |
| 2      | 3         | 2,3     | 99,2               |
| 3      | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## f. Καφετιέρα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 31        | 23,8    | 23,8               |
| 1      | 81        | 62,3    | 86,2               |
| 2      | 13        | 10,0    | 96,2               |
| 3      | 5         | 3,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## g. Στεγνωτήριο ρούχων

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 115       | 88,5    | 88,5               |
| 1      | 15        | 11,5    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## h. Ηλεκτρική σκούπα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 9         | 6,9     | 6,9                |
| 1      | 99        | 76,2    | 83,1               |
| 2      | 20        | 15,4    | 98,5               |
| 3      | 2         | 1,5     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## i. Πλυντήριο πιάτων

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 51        | 39,2    | 39,2               |
| 1      | 76        | 58,5    | 97,7               |
| 2      | 3         | 2,3     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## j. Πλυντήριο ρούχων

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 2         | 1,5     | 1,5                |
| 1      | 123       | 94,6    | 96,2               |
| 2      | 4         | 3,1     | 99,2               |
| 3      | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## k. Τηλεόραση

|  | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--|-----------|---------|--------------------|
|--|-----------|---------|--------------------|

|        |     |      |      |
|--------|-----|------|------|
| 0      | 1   | 0,8  | 0,8  |
| 1      | 44  | 33,8 | 34,6 |
| 2      | 41  | 31,5 | 66,2 |
| 3      | 21  | 16,2 | 82,3 |
| 4      | 16  | 12,3 | 94,6 |
| 5      | 3   | 2,3  | 96,9 |
| 6      | 1   | 0,8  | 97,7 |
| 7      | 2   | 1,5  | 99,2 |
| 8      | 1   | 0,8  | 100  |
| Σύνολο | 130 | 100  |      |

l. Στερεοφωνικό συγκρότημα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 18        | 13,8    | 13,8               |
| 1      | 79        | 60,8    | 74,6               |
| 2      | 18        | 13,8    | 88,5               |
| 3      | 12        | 9,2     | 97,7               |
| 4      | 3         | 2,3     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

m. Συσκευή DVD

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 21        | 16,2    | 16,2               |
| 1      | 87        | 66,9    | 83,1               |
| 2      | 12        | 9,2     | 92,3               |
| 3      | 7         | 5,4     | 97,7               |
| 5      | 2         | 1,5     | 99,2               |
| 6      | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

n. Φωτογραφική μηχανή

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 23        | 17,7    | 17,7               |
| 1      | 63        | 48,5    | 66,2               |
| 2      | 27        | 20,8    | 86,9               |
| 3      | 11        | 8,5     | 95,4               |
| 4      | 4         | 3,1     | 98,5               |
| 5      | 2         | 1,5     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

o. Βιντεοκάμερα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 74        | 56,9    | 56,9               |
| 1      | 52        | 40,0    | 96,9               |
| 2      | 4         | 3,1     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## ρ. Συσκευή βίντεο

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 61        | 46,9    | 46,9               |
| 1      | 59        | 45,4    | 92,3               |
| 2      | 6         | 4,6     | 96,9               |
| 3      | 1         | 0,8     | 97,7               |
| 4      | 1         | 0,8     | 98,5               |
| 5      | 1         | 0,8     | 99,2               |
| 6      | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## ρ. Ηλεκτρονικός υπολογιστής

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 30        | 23,1    | 23,1               |
| 1      | 80        | 61,5    | 84,6               |
| 2      | 18        | 13,8    | 98,5               |
| 3      | 2         | 1,5     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## ρ. Αυτοκίνητο

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 27        | 20,8    | 20,8               |
| 1      | 58        | 44,6    | 65,4               |
| 2      | 36        | 27,7    | 93,1               |
| 3      | 6         | 4,6     | 97,7               |
| 4      | 3         | 2,3     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## ρ. Μοτοσικλέτα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 102       | 78,5    | 78,5               |
| 1      | 25        | 19,2    | 97,7               |
| 2      | 3         | 2,3     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## ρ. Μηχανή του γκαζόν

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 117       | 90      | 90                 |
| 1      | 13        | 10      | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## ρ. Πισίνα

|   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---|-----------|---------|--------------------|
| 0 | 124       | 95,4    | 95,4               |
| 1 | 6         | 4,6     | 100                |

|        |     |     |  |
|--------|-----|-----|--|
| Σύνολο | 130 | 100 |  |
|--------|-----|-----|--|

**Πίνακας 20.3: Κατανομή συχνοτήτων για το χρόνο αντικατάστασης διαρκών αγαθών σε έτη**

a. Ψυγείο

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0 έτη  | 29        | 22,3    | 22,3               |
| 2 έτη  | 1         | 0,8     | 23,1               |
| 5 έτη  | 2         | 1,5     | 24,6               |
| 6 έτη  | 2         | 1,5     | 26,2               |
| 7 έτη  | 4         | 3,1     | 29,2               |
| 8 έτη  | 5         | 3,8     | 33,1               |
| 10 έτη | 34        | 26,2    | 59,2               |
| 12 έτη | 1         | 0,8     | 60                 |
| 13 έτη | 1         | 0,8     | 60,8               |
| 14 έτη | 1         | 0,8     | 61,5               |
| 15 έτη | 30        | 23,1    | 84,6               |
| 17 έτη | 2         | 1,5     | 86,2               |
| 20 έτη | 11        | 8,5     | 94,6               |
| 21 έτη | 1         | 0,8     | 95,4               |
| 25 έτη | 5         | 3,8     | 99,2               |
| 30 έτη | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

b. Θερμοσίφωνας

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 7         | 5,4     | 5,4                |
| 0 έτη        | 29        | 22,3    | 27,7               |
| 2 έτη        | 1         | 0,8     | 28,5               |
| 3 έτη        | 1         | 0,8     | 29,2               |
| 4 έτη        | 1         | 0,8     | 30                 |
| 5 έτη        | 6         | 4,6     | 34,6               |
| 6 έτη        | 3         | 2,3     | 36,9               |
| 7 έτη        | 1         | 0,8     | 37,7               |
| 8 έτη        | 4         | 3,1     | 40,8               |
| 10 έτη       | 27        | 20,8    | 61,5               |
| 13 έτη       | 1         | 0,8     | 62,3               |
| 14 έτη       | 1         | 0,8     | 63,1               |
| 15 έτη       | 18        | 13,8    | 76,9               |
| 20 έτη       | 8         | 6,2     | 83,1               |
| 25 έτη       | 7         | 5,4     | 88,5               |
| 30 έτη       | 6         | 4,6     | 93,1               |
| 35 έτη       | 8         | 6,2     | 99,2               |
| 40 έτη       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## c. Κλιματιστικό

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 36        | 27,7    | 27,7               |
| 0 έτη        | 26        | 20      | 47,7               |
| 4 έτη        | 2         | 1,5     | 49,2               |
| 5 έτη        | 3         | 2,3     | 51,5               |
| 7 έτη        | 6         | 4,6     | 56,2               |
| 8 έτη        | 5         | 3,8     | 60                 |
| 10 έτη       | 15        | 11,5    | 71,5               |
| 13 έτη       | 2         | 1,5     | 73,1               |
| 15 έτη       | 17        | 13,1    | 86,2               |
| 18 έτη       | 2         | 1,5     | 87,7               |
| 20 έτη       | 13        | 10      | 97,7               |
| 25 έτη       | 2         | 1,5     | 99,2               |
| 30 έτη       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## d. Ηλεκτρική κουζίνα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 1         | 0,8     | 0,8                |
| 0 έτη        | 26        | 20,0    | 20,8               |
| 3 έτη        | 1         | 0,8     | 21,5               |
| 4 έτη        | 1         | 0,8     | 22,3               |
| 5 έτη        | 3         | 2,3     | 24,6               |
| 6 έτη        | 3         | 2,3     | 26,9               |
| 7 έτη        | 2         | 1,5     | 28,5               |
| 8 έτη        | 6         | 4,6     | 33,1               |
| 10 έτη       | 29        | 22,3    | 55,4               |
| 12 έτη       | 2         | 1,5     | 56,9               |
| 13 έτη       | 1         | 0,8     | 57,7               |
| 14 έτη       | 1         | 0,8     | 58,5               |
| 15 έτη       | 29        | 22,3    | 80,8               |
| 17 έτη       | 2         | 1,5     | 82,3               |
| 20 έτη       | 19        | 14,6    | 96,9               |
| 21 έτη       | 1         | 0,8     | 97,7               |
| 25 έτη       | 1         | 0,8     | 98,5               |
| 30 έτη       | 2         | 1,5     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## e. Φούρνος μικροκυμάτων

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 49        | 37,7    | 37,7               |
| 0 έτη        | 21        | 16,2    | 53,8               |
| 1 έτη        | 1         | 0,8     | 54,6               |
| 3 έτη        | 4         | 3,1     | 57,7               |
| 5 έτη        | 11        | 8,5     | 66,2               |
| 6 έτη        | 5         | 3,8     | 70                 |
| 7 έτη        | 6         | 4,6     | 74,6               |

|        |     |      |      |
|--------|-----|------|------|
| 8 έτη  | 2   | 1,5  | 76,2 |
| 10 έτη | 19  | 14,6 | 90,8 |
| 12 έτη | 2   | 1,5  | 92,3 |
| 15 έτη | 8   | 6,2  | 98,5 |
| 20 έτη | 2   | 1,5  | 100  |
| Σύνολο | 130 | 100  |      |

## f. Καφετιέρα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 31        | 23,8    | 23,8               |
| 0 έτη        | 24        | 18,5    | 42,3               |
| 2 έτη        | 5         | 3,8     | 46,2               |
| 3 έτη        | 10        | 7,7     | 53,8               |
| 5 έτη        | 26        | 20      | 73,8               |
| 6 έτη        | 3         | 2,3     | 76,2               |
| 7 έτη        | 4         | 3,1     | 79,2               |
| 8 έτη        | 5         | 3,8     | 83,1               |
| 10 έτη       | 12        | 9,2     | 92,3               |
| 12 έτη       | 2         | 1,5     | 93,8               |
| 15 έτη       | 6         | 4,6     | 98,5               |
| 17 έτη       | 1         | 0,8     | 99,2               |
| 20 έτη       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## g. Στεγνωτήριο ρούχων

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 115       | 88,5    | 88,5               |
| 0 έτη        | 4         | 3,1     | 91,5               |
| 5 έτη        | 1         | 0,8     | 92,3               |
| 8 έτη        | 1         | 0,8     | 93,1               |
| 10 έτη       | 4         | 3,1     | 96,2               |
| 15 έτη       | 3         | 2,3     | 98,5               |
| 20 έτη       | 1         | 0,8     | 99,2               |
| 25 έτη       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## h. Ηλεκτρική σκούπα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 8         | 6,2     | 6,2                |
| 0 έτη        | 25        | 19,2    | 25,4               |
| 2 έτη        | 3         | 2,3     | 27,7               |
| 3 έτη        | 6         | 4,6     | 32,3               |
| 4 έτη        | 2         | 1,5     | 33,8               |
| 5 έτη        | 16        | 12,3    | 46,2               |
| 7 έτη        | 8         | 6,2     | 52,3               |
| 8 έτη        | 6         | 4,6     | 56,9               |
| 9 έτη        | 1         | 0,8     | 57,7               |

|        |     |      |      |
|--------|-----|------|------|
| 10 έτη | 30  | 23,1 | 80,8 |
| 12 έτη | 1   | 0,8  | 81,5 |
| 15 έτη | 14  | 10,8 | 92,3 |
| 17 έτη | 2   | 1,5  | 93,8 |
| 18 έτη | 2   | 1,5  | 95,4 |
| 20 έτη | 3   | 2,3  | 97,7 |
| 25 έτη | 2   | 1,5  | 99,2 |
| 30 έτη | 1   | 0,8  | 100  |
| Σύνολο | 130 | 100  |      |

## i. Πλυντήριο πιάτων

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 51        | 39,2    | 39,2               |
| 0 έτη        | 24        | 18,5    | 57,7               |
| 5 έτη        | 5         | 3,8     | 61,5               |
| 6 έτη        | 1         | 0,8     | 62,3               |
| 7 έτη        | 1         | 0,8     | 63,1               |
| 8 έτη        | 4         | 3,1     | 66,2               |
| 9 έτη        | 1         | 0,8     | 66,9               |
| 10 έτη       | 11        | 8,5     | 75,4               |
| 11 έτη       | 1         | 0,8     | 76,2               |
| 12 έτη       | 3         | 2,3     | 78,5               |
| 15 έτη       | 18        | 13,8    | 92,3               |
| 20 έτη       | 7         | 5,4     | 97,7               |
| 25 έτη       | 2         | 1,5     | 99,2               |
| 30 έτη       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## j. Πλυντήριο ρούχων

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 1         | 0,8     | 0,8                |
| 0 έτη        | 27        | 20,8    | 21,5               |
| 1 έτη        | 1         | 0,8     | 22,3               |
| 2 έτη        | 1         | 0,8     | 23,1               |
| 3 έτη        | 3         | 2,3     | 25,4               |
| 4 έτη        | 2         | 1,5     | 26,9               |
| 5 έτη        | 4         | 3,1     | 30                 |
| 6 έτη        | 5         | 3,8     | 33,8               |
| 7 έτη        | 3         | 2,3     | 36,2               |
| 8 έτη        | 5         | 3,8     | 40                 |
| 10 έτη       | 31        | 23,8    | 63,8               |
| 11 έτη       | 1         | 0,8     | 64,6               |
| 12 έτη       | 7         | 5,4     | 70                 |
| 15 έτη       | 21        | 16,2    | 86,2               |
| 17 έτη       | 2         | 1,5     | 87,7               |
| 20 έτη       | 10        | 7,7     | 95,4               |
| 23 έτη       | 1         | 0,8     | 96,2               |
| 24 έτη       | 1         | 0,8     | 96,9               |



|        |     |     |      |
|--------|-----|-----|------|
| 25 έτη | 3   | 2,3 | 99,2 |
| 30 έτη | 1   | 0,8 | 100  |
| Σύνολο | 130 | 100 |      |

## κ. Τηλεόραση

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 1         | 0,8     | 0,8                |
| 0 έτη        | 26        | 20      | 20,8               |
| 2 έτη        | 1         | 0,8     | 21,5               |
| 3 έτη        | 2         | 1,5     | 23,1               |
| 4 έτη        | 3         | 2,3     | 25,4               |
| 5 έτη        | 14        | 10,8    | 36,2               |
| 6 έτη        | 7         | 5,4     | 41,5               |
| 7 έτη        | 7         | 5,4     | 46,9               |
| 8 έτη        | 11        | 8,5     | 55,4               |
| 9 έτη        | 1         | 0,8     | 56,2               |
| 10 έτη       | 32        | 24,6    | 80,8               |
| 12 έτη       | 3         | 2,3     | 83,1               |
| 13 έτη       | 1         | 0,8     | 83,8               |
| 14 έτη       | 1         | 0,8     | 84,6               |
| 15 έτη       | 14        | 10,8    | 95,4               |
| 17 έτη       | 1         | 0,8     | 96,2               |
| 20 έτη       | 5         | 3,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## λ. Στερεοφωνικό συγκρότημα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 18        | 13,8    | 13,8               |
| 0 έτη        | 26        | 20      | 33,8               |
| 1 έτη        | 1         | 0,8     | 34,6               |
| 2 έτη        | 3         | 2,3     | 36,9               |
| 3 έτη        | 3         | 2,3     | 39,2               |
| 4 έτη        | 1         | 0,8     | 40                 |
| 5 έτη        | 10        | 7,7     | 47,7               |
| 6 έτη        | 5         | 3,8     | 51,5               |
| 7 έτη        | 6         | 4,6     | 56,2               |
| 8 έτη        | 3         | 2,3     | 58,5               |
| 10 έτη       | 34        | 26,2    | 84,6               |
| 11 έτη       | 2         | 1,5     | 86,2               |
| 12 έτη       | 2         | 1,5     | 87,7               |
| 15 έτη       | 11        | 8,5     | 96,2               |
| 20 έτη       | 4         | 3,1     | 99,2               |
| 30 έτη       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## m. Συσκευή DVD

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 20        | 15,4    | 15,4               |
| 0 έτη        | 32        | 24,6    | 40                 |
| 2 έτη        | 4         | 3,1     | 43,1               |
| 3 έτη        | 12        | 9,2     | 52,3               |
| 5 έτη        | 24        | 18,5    | 70,8               |
| 7 έτη        | 10        | 7,7     | 78,5               |
| 8 έτη        | 7         | 5,4     | 83,8               |
| 10 έτη       | 15        | 11,5    | 95,4               |
| 12 έτη       | 2         | 1,5     | 96,9               |
| 15 έτη       | 3         | 2,3     | 99,2               |
| 20 έτη       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## n. Φωτογραφική μηχανή

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 22        | 16,9    | 16,9               |
| 0 έτη        | 30        | 23,1    | 40,0               |
| 1 έτη        | 1         | 0,8     | 40,8               |
| 2 έτη        | 3         | 2,3     | 43,1               |
| 3 έτη        | 6         | 4,6     | 47,7               |
| 5 έτη        | 24        | 18,5    | 66,2               |
| 7 έτη        | 4         | 3,1     | 69,2               |
| 8 έτη        | 4         | 3,1     | 72,3               |
| 10 έτη       | 22        | 16,9    | 89,2               |
| 12 έτη       | 1         | 0,8     | 90,0               |
| 15 έτη       | 7         | 5,4     | 95,4               |
| 18 έτη       | 1         | 0,8     | 96,2               |
| 20 έτη       | 2         | 1,5     | 97,7               |
| 25 έτη       | 1         | 0,8     | 98,5               |
| 30 έτη       | 2         | 1,5     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## o. Βιντεοκάμερα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 72        | 55,4    | 55,4               |
| 0 έτη        | 19        | 14,6    | 70                 |
| 2 έτη        | 2         | 1,5     | 71,5               |
| 3 έτη        | 3         | 2,3     | 73,8               |
| 5 έτη        | 8         | 6,2     | 80                 |
| 7 έτη        | 3         | 2,3     | 82,3               |
| 8 έτη        | 2         | 1,5     | 83,8               |
| 9 έτη        | 1         | 0,8     | 84,6               |
| 10 έτη       | 14        | 10,8    | 95,4               |
| 12 έτη       | 1         | 0,8     | 96,2               |
| 15 έτη       | 3         | 2,3     | 98,5               |

|        |     |     |      |
|--------|-----|-----|------|
| 18 έτη | 1   | 0,8 | 99,2 |
| 20 έτη | 1   | 0,8 | 100  |
| Σύνολο | 130 | 100 |      |

ρ. Συσκευή βίντεο

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 62        | 47,7    | 47,7               |
| 0 έτη        | 21        | 16,2    | 63,8               |
| 2 έτη        | 4         | 3,1     | 66,9               |
| 3 έτη        | 2         | 1,5     | 68,5               |
| 4 έτη        | 3         | 2,3     | 70,8               |
| 5 έτη        | 10        | 7,7     | 78,5               |
| 6 έτη        | 1         | 0,8     | 79,2               |
| 7 έτη        | 1         | 0,8     | 80                 |
| 8 έτη        | 1         | 0,8     | 80,8               |
| 10 έτη       | 11        | 8,5     | 89,2               |
| 12 έτη       | 2         | 1,5     | 90,8               |
| 15 έτη       | 9         | 6,9     | 97,7               |
| 20 έτη       | 3         | 2,3     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

ρ. Ηλεκτρονικός υπολογιστής

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 30        | 23,1    | 23,1               |
| 0 έτη        | 20        | 15,4    | 38,5               |
| 1 έτη        | 2         | 1,5     | 40                 |
| 2 έτη        | 5         | 3,8     | 43,8               |
| 3 έτη        | 12        | 9,2     | 53,1               |
| 4 έτη        | 5         | 3,8     | 56,9               |
| 5 έτη        | 31        | 23,8    | 80,8               |
| 6 έτη        | 7         | 5,4     | 86,2               |
| 7 έτη        | 5         | 3,8     | 90                 |
| 8 έτη        | 4         | 3,1     | 93,1               |
| 9 έτη        | 2         | 1,5     | 94,6               |
| 10 έτη       | 6         | 4,6     | 99,2               |
| 20 έτη       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

ρ. Αυτοκίνητο

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 25        | 19,2    | 19,2               |
| 0            | 17        | 13,1    | 32,3               |
| 1 έτη        | 3         | 2,3     | 34,6               |
| 4 έτη        | 2         | 1,5     | 36,2               |
| 5 έτη        | 7         | 5,4     | 41,5               |
| 6 έτη        | 5         | 3,8     | 45,4               |
| 7 έτη        | 5         | 3,8     | 49,2               |
| 8 έτη        | 8         | 6,2     | 55,4               |

|        |     |      |      |
|--------|-----|------|------|
| 9 έτη  | 4   | 3,1  | 58,5 |
| 10 έτη | 30  | 23,1 | 81,5 |
| 12 έτη | 5   | 3,8  | 85,4 |
| 15 έτη | 12  | 9,2  | 94,6 |
| 17 έτη | 1   | 0,8  | 95,4 |
| 18 έτη | 1   | 0,8  | 96,2 |
| 20 έτη | 3   | 2,3  | 98,5 |
| 30 έτη | 2   | 1,5  | 100  |
| Σύνολο | 130 | 100  |      |

## s. Μοτοσικλέτα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 101       | 77,7    | 77,7               |
| 0 έτη        | 6         | 4,6     | 82,3               |
| 1 έτη        | 1         | 0,8     | 83,1               |
| 3 έτη        | 2         | 1,5     | 84,6               |
| 4 έτη        | 2         | 1,5     | 86,2               |
| 5 έτη        | 6         | 4,6     | 90,8               |
| \7 έτη       | 1         | 0,8     | 91,5               |
| 8 έτη        | 3         | 2,3     | 93,8               |
| 10 έτη       | 5         | 3,8     | 97,7               |
| 15 έτη       | 1         | 0,8     | 98,5               |
| 25 έτη       | 1         | 0,8     | 99,2               |
| 30 έτη       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## t. Μηχανή του γκαζόν

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 116       | 89,2    | 89,2               |
| 0 έτη        | 7         | 5,4     | 94,6               |
| 10 έτη       | 2         | 1,5     | 96,2               |
| 15 έτη       | 1         | 0,8     | 96,9               |
| 20 έτη       | 3         | 2,3     | 99,2               |
| 25 έτη       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

## u. Πισίνα

|              | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν | 122       | 93,8    | 93,8               |
| 0 έτη        | 1         | 0,8     | 94,6               |
| 1 έτη        | 5         | 3,8     | 98,5               |
| 3 έτη        | 1         | 0,8     | 99,2               |
| 9 έτη        | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο       | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 21: Κατανομή συχνοτήτων για την τελευταία αγορά διαρκών αγαθών****a. Ψυγείο**

|                   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------------|-----------|---------|--------------------|
| Τελευταίο εξάμηνο | 6         | 4,6     | 4,6                |
| Τελευταίο 1 έτος  | 7         | 5,4     | 10                 |
| Τελευταία 2 έτη   | 7         | 5,4     | 15,4               |
| Τελευταία 4 έτη   | 29        | 22,3    | 37,7               |
| Τελευταία 6 έτη   | 21        | 16,2    | 53,8               |
| Από 6 έτη και άνω | 60        | 46,2    | 100                |
| Σύνολο            | 130       | 100     |                    |

**b. Ηλεκτρική κουζίνα**

|                   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν      | 1         | 0,8     | ,8                 |
| Τελευταίο εξάμηνο | 6         | 4,6     | 5,4                |
| Τελευταίο 1 έτος  | 9         | 6,9     | 12,3               |
| Τελευταία 2 έτη   | 13        | 10      | 22,3               |
| Τελευταία 4 έτη   | 21        | 16,2    | 38,5               |
| Τελευταία 6 έτη   | 20        | 15,4    | 53,8               |
| Από 6 έτη και άνω | 59        | 45,4    | 99,2               |
| Δεν γνωρίζω       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο            | 130       | 100     |                    |

**c. Φούρνος μικροκυμάτων**

|                   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν      | 47        | 36,2    | 36,2               |
| Τελευταίο εξάμηνο | 4         | 3,1     | 39,2               |
| Τελευταίο 1 έτος  | 8         | 6,2     | 45,4               |
| Τελευταία 2 έτη   | 15        | 11,5    | 56,9               |
| Τελευταία 4 έτη   | 30        | 23,1    | 80                 |
| Τελευταία 6 έτη   | 7         | 5,4     | 85,4               |
| Από 6 έτη και άνω | 18        | 13,8    | 99,2               |
| Δεν γνωρίζω       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο            | 130       | 100     |                    |

**d. Πλυντήριο ρούχων**

|                   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν      | 4         | 3,1     | 3,1                |
| Τελευταίο εξάμηνο | 3         | 2,3     | 5,4                |
| Τελευταίο 1 έτος  | 11        | 8,5     | 13,8               |
| Τελευταία 2 έτη   | 17        | 13,1    | 26,9               |
| Τελευταία 4 έτη   | 24        | 18,5    | 45,4               |
| Τελευταία 6 έτη   | 15        | 11,5    | 56,9               |
| Από 6 έτη και άνω | 55        | 42,3    | 99,2               |
| Δεν γνωρίζω       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο            | 130       | 100     |                    |

## ε. Φωτογραφική μηχανή

|                   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν      | 22        | 16,9    | 16,9               |
| Τελευταίο εξάμηνο | 7         | 5,4     | 22,3               |
| Τελευταίο 1 έτος  | 12        | 9,2     | 31,5               |
| Τελευταία 2 έτη   | 32        | 24,6    | 56,2               |
| Τελευταία 4 έτη   | 20        | 15,4    | 71,5               |
| Τελευταία 6 έτη   | 11        | 8,5     | 80                 |
| Από 6 έτη και άνω | 25        | 19,2    | 99,2               |
| Δεν γνωρίζω       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο            | 130       | 100     |                    |

## φ. Βιντεοκάμερα

|                   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν      | 70        | 53,8    | 53,8               |
| Τελευταίο εξάμηνο | 2         | 1,5     | 55,4               |
| Τελευταίο 1 έτος  | 6         | 4,6     | 60                 |
| Τελευταία 2 έτη   | 18        | 13,8    | 73,8               |
| Τελευταία 4 έτη   | 7         | 5,4     | 79,2               |
| Τελευταία 6 έτη   | 7         | 5,4     | 84,6               |
| Από 6 έτη και άνω | 20        | 15,4    | 100                |
| Σύνολο            | 130       | 100     |                    |

## γ. Τηλεόραση

|                   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν      | 2         | 1,5     | 1,5                |
| Τελευταίο εξάμηνο | 14        | 10,8    | 12,3               |
| Τελευταίο 1 έτος  | 13        | 10      | 22,3               |
| Τελευταία 2 έτη   | 24        | 18,5    | 40,8               |
| Τελευταία 4 έτη   | 31        | 23,8    | 64,6               |
| Τελευταία 6 έτη   | 7         | 5,4     | 70,0               |
| Από 6 έτη και άνω | 39        | 30      | 100                |
| Σύνολο            | 130       | 100     |                    |

## η. Αυτοκίνητο

|                   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν      | 27        | 20,8    | 20,8               |
| Τελευταίο εξάμηνο | 10        | 7,7     | 28,5               |
| Τελευταίο 1 έτος  | 12        | 9,2     | 37,7               |
| Τελευταία 2 έτη   | 17        | 13,1    | 50,8               |
| Τελευταία 4 έτη   | 19        | 14,6    | 65,4               |
| Τελευταία 6 έτη   | 12        | 9,2     | 74,6               |
| Από 6 έτη και άνω | 33        | 25,4    | 100,0              |
| Σύνολο            | 130       | 100,0   |                    |

## i. Μοτοσικλέτα

|                   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κατέχουν      | 99        | 76,2    | 76,2               |
| Τελευταίο εξάμηνο | 5         | 3,8     | 80                 |
| Τελευταίο 1 έτος  | 3         | 2,3     | 82,3               |
| Τελευταία 2 έτη   | 5         | 3,8     | 86,2               |
| Τελευταία 4 έτη   | 6         | 4,6     | 90,8               |
| Τελευταία 6 έτη   | 2         | 1,5     | 92,3               |
| Από 6 έτη και άνω | 9         | 6,9     | 99,2               |
| Δεν γνωρίζω       | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο            | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 22: Κατανομή συχνότητων για την προσφορά διαρκούς αγαθού ως δώρο**

## Ψυγείο

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 120       | 92,3    | 92,3               |
| Ναι    | 10        | 7,7     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## a. Ηλεκτρική κουζίνα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 119       | 91,5    | 91,5               |
| Ναι    | 11        | 8,5     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## b. Φούρνος μικροκυμάτων

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 101       | 77,7    | 77,7               |
| Ναι    | 29        | 22,3    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## c. Πλυντήριο ρούχων

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 114       | 87,7    | 87,7               |
| Ναι    | 16        | 12,3    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## d. Φωτογραφική μηχανή

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 94        | 72,3    | 72,3               |
| Ναι    | 36        | 27,7    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## ε. Βιντεοκάμερα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 124       | 95,4    | 95,4               |
| Ναι    | 6         | 4,6     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## φ. Τηλεόραση

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 97        | 74,6    | 74,6               |
| Ναι    | 33        | 25,4    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## γ. Συσκευή DVD

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 107       | 82,3    | 82,3               |
| Ναι    | 23        | 17,7    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## η. Στερεοφωνικό συγκρότημα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 106       | 81,5    | 81,5               |
| Ναι    | 24        | 18,5    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 23: Κατανομή συχνοτήτων για τα προτιμότερα είδη καταστημάτων απόκτησης διαρκών αγαθών ανά νοικοκυριό**

## α. Συνοικιακό κατάστημα ηλ/κών ειδών

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 103       | 79,2    | 79,2               |
| Ναι    | 27        | 20,8    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100,0   |                    |

## β. Συνοικιακό εμπορικό κατάστημα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 121       | 93,1    | 93,1               |
| Ναι    | 9         | 6,9     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## γ. Μεγάλο εμπορικό κατάστημα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 102       | 78,5    | 78,5               |
| Ναι    | 28        | 21,5    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |



## d. Αλυσίδα ηλεκτρικών ειδών

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 41        | 31,5    | 31,5               |
| Ναι    | 89        | 68,5    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## e. Μεγάλο σούπερ-μάρκετ

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 104       | 80      | 80                 |
| Ναι    | 26        | 20,0    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 24: Κατανομή συχνοτήτων για τα μέσα ενημέρωσης για την απόκτηση διαρκών αγαθών**

## a. Διαφημιστικά σποτ σε ράδιο

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 113       | 86,9    | 86,9               |
| Ναι    | 17        | 13,1    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## b. Διαφημιστικά σποτ σε τηλεόραση

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 50        | 38,5    | 38,5               |
| Ναι    | 80        | 61,5    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## c. Διαφημιστικές Πινακίδες

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 122       | 93,8    | 93,8               |
| Ναι    | 8         | 6,2     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## d. Εφημερίδες/ περιοδικά

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 50        | 38,5    | 38,5               |
| Ναι    | 80        | 61,5    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## e. Φέιγ βολάν

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 111       | 85,4    | 85,4               |
| Ναι    | 19        | 14,6    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## f. Φίλοι και συγγενείς

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 66        | 50,8    | 50,8               |
| Ναι    | 64        | 49,2    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 25: Κατανομή συχνοτήτων για την ύπαρξη οικονομικού προγραμματισμού**

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 19        | 14,6    | 14,6               |
| Ναι    | 111       | 85,4    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 26: Κατανομή συχνοτήτων για τις αποφάσεις του οικονομικού προγραμματισμού**

## a. Αποταμίευση

|                                 | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---------------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κάνουν οικον.προγραμματισμό | 19        | 14,6    | 14,6               |
| Όχι                             | 63        | 48,5    | 63,1               |
| Ναι                             | 48        | 36,9    | 100                |
| Σύνολο                          | 130       | 100     |                    |

## b. Περικοπές άλλων εξόδων

|                                 | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---------------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κάνουν οικον.προγραμματισμό | 19        | 14,6    | 14,6               |
| Όχι                             | 69        | 53,1    | 67,7               |
| Ναι                             | 42        | 32,3    | 100                |
| Σύνολο                          | 130       | 100     |                    |

## c. Δανεισμός

|                                 | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---------------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κάνουν οικον.προγραμματισμό | 19        | 14,6    | 14,6               |
| Όχι                             | 100       | 76,9    | 91,5               |
| Ναι                             | 11        | 8,5     | 100                |
| Σύνολο                          | 130       | 100     |                    |

## d. Προσχεδιασμός αξιοποίησης μισθού

|                                 | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---------------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κάνουν οικον.προγραμματισμό | 19        | 14,6    | 14,6               |
| Όχι                             | 68        | 52,3    | 66,9               |
| Ναι                             | 43        | 33,1    | 100                |
| Σύνολο                          | 130       | 100     |                    |

## ε. Έρευνα αγοράς

|                                 | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---------------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κάνουν οικον.προγραμματισμό | 19        | 14,6    | 14,6               |
| Όχι                             | 34        | 26,2    | 40,8               |
| Ναι                             | 77        | 59,2    | 100                |
| Σύνολο                          | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 27: Κατανομή συχνοτήτων για την τακτική ή μη αποταμίευση**

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 67        | 51,5    | 51,5               |
| Ναι    | 63        | 48,5    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 28: Κατανομή συχνοτήτων για τα ετήσια ποσά αποταμίευσης**

|                        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|------------------------|-----------|---------|--------------------|
| Δεν κάνουν αποταμίευση | 67        | 51,5    | 51,5               |
| Κάτω από 1.000€        | 17        | 13,1    | 64,6               |
| 1.001€-2.000€          | 16        | 12,3    | 76,9               |
| 2.001€-3.000€          | 15        | 11,5    | 88,5               |
| 3.001€-4.000€          | 4         | 3,1     | 91,5               |
| 4.001€-5.000€          | 4         | 3,1     | 94,6               |
| 5.001€-6.000€          | 3         | 2,3     | 96,9               |
| Πάνω από 6.001€        | 4         | 3,1     | 100                |
| Σύνολο                 | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 29: Κατανομή συχνοτήτων για τους προτιμότερους τρόπους πληρωμής των διαρκών αγαθών**

## a. Μετρητά

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 26        | 20      | 20                 |
| 1      | 104       | 80      | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## b. Επιταγές

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 124       | 95,4    | 95,4               |
| 1      | 6         | 4,6     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## c. Πιστωτικές κάρτες

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 106       | 81,5    | 81,5               |
| 1      | 24        | 18,5    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## d. Άτοκες δόσεις

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 0      | 60        | 46,2    | 46,2               |
| 1      | 70        | 53,8    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## e. Ποσό σε μετρητά-υπόλοιπο με δόσεις

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 83        | 63,8    | 63,8               |
| Ναι    | 47        | 36,2    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## f. Δάνειο

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 117       | 90      | 90                 |
| Ναι    | 13        | 10      | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 30: Κατανομή συχνοτήτων για τους λόγους απόκτησης νέων συσκευών**

## a. Χρησιμότητα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 14        | 10,8    | 10,8               |
| Ναι    | 116       | 89,2    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## b. Κοινωνική σύγκριση

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 129       | 99,2    | 99,2               |
| Ναι    | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## c. Προσωπική ικανοποίηση

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 87        | 66,9    | 66,9               |
| Ναι    | 43        | 33,1    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## d. Αύξηση επιπέδου φιλοδοξίας

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 126       | 96,9    | 96,9               |
| Ναι    | 4         | 3,1     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## e. Ανανέωση παλαιάς συσκευής με νέας τεχνολογίας

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 60        | 46,2    | 46,2               |
| Ναι    | 70        | 53,8    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 31: Κατανομή συχνοτήτων για τη σειρά προτεραιότητας απόκτησης διαρκών αγαθών, σε περίπτωση δημιουργίας ενός νέου νοικοκυριού**

## 1. Βίντεο

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 4      | 1         | 0,8     | 0,8                |
| 5      | 1         | 0,8     | 1,5                |
| 6      | 8         | 6,2     | 7,7                |
| 7      | 15        | 11,5    | 19,2               |
| 8      | 26        | 20,0    | 39,2               |
| 9      | 32        | 24,6    | 63,8               |
| 10     | 47        | 36,2    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## 2. Θερμοσίφωνας

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 1      | 46        | 35,4    | 35,4               |
| 2      | 17        | 13,1    | 48,5               |
| 3      | 31        | 23,8    | 72,3               |
| 4      | 20        | 15,4    | 87,7               |
| 5      | 7         | 5,4     | 93,1               |
| 6      | 4         | 3,1     | 96,2               |
| 7      | 4         | 3,1     | 99,2               |
| 10     | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## 3. Ηλεκτρική κουζίνα

|   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---|-----------|---------|--------------------|
| 1 | 31        | 23,8    | 23,8               |
| 2 | 53        | 40,8    | 64,6               |
| 3 | 30        | 23,1    | 87,7               |
| 4 | 9         | 6,9     | 94,6               |

|        |     |     |      |
|--------|-----|-----|------|
| 5      | 4   | 3,1 | 97,7 |
| 7      | 2   | 1,5 | 99,2 |
| 8      | 1   | 0,8 | 100  |
| Σύνολο | 130 | 100 |      |

## 4. Πλυντήριο πιάτων

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 2      | 1         | 0,8     | 0,8                |
| 4      | 8         | 6,2     | 6,9                |
| 5      | 28        | 21,5    | 28,5               |
| 6      | 26        | 20,0    | 48,5               |
| 7      | 17        | 13,1    | 61,5               |
| 8      | 15        | 11,5    | 73,1               |
| 9      | 19        | 14,6    | 87,7               |
| 10     | 16        | 12,3    | 100,0              |
| Σύνολο | 130       | 100,0   |                    |

## 5. Πλυντήριο ρούχων

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 1      | 4         | 3,1     | 3,1                |
| 2      | 9         | 6,9     | 10,0               |
| 3      | 33        | 25,4    | 35,4               |
| 4      | 69        | 53,1    | 88,5               |
| 5      | 9         | 6,9     | 95,4               |
| 6      | 4         | 3,1     | 98,5               |
| 7      | 1         | 0,8     | 99,2               |
| 9      | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## 6. Φούρνος μικροκυμάτων

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 3      | 6         | 4,6     | 4,6                |
| 4      | 1         | 0,8     | 5,4                |
| 5      | 11        | 8,5     | 13,8               |
| 6      | 17        | 13,1    | 26,9               |
| 7      | 26        | 20      | 46,9               |
| 8      | 24        | 18,5    | 65,4               |
| 9      | 16        | 12,3    | 77,7               |
| 10     | 29        | 22,3    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## 7. Βιντεοκάμερα

|   | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|---|-----------|---------|--------------------|
| 5 | 2         | 1,5     | 1,5                |
| 6 | 7         | 5,4     | 6,9                |
| 7 | 25        | 19,2    | 26,2               |

|        |     |      |      |
|--------|-----|------|------|
| 8      | 23  | 17,7 | 43,8 |
| 9      | 47  | 36,2 | 80   |
| 10     | 26  | 20   | 100  |
| Σύνολο | 130 | 100  |      |

## 8. Στερεοφωνικό συγκρότημα

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 4      | 1         | 0,8     | 0,8                |
| 5      | 5         | 3,8     | 4,6                |
| 6      | 38        | 29,2    | 33,8               |
| 7      | 24        | 18,5    | 52,3               |
| 8      | 38        | 29,2    | 81,5               |
| 9      | 13        | 10      | 91,5               |
| 10     | 11        | 8,5     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## 9. Τηλεόραση

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 1      | 2         | 1,5     | 1,5                |
| 2      | 1         | 0,8     | 2,3                |
| 3      | 5         | 3,8     | 6,2                |
| 4      | 15        | 11,5    | 17,7               |
| 5      | 61        | 46,9    | 64,6               |
| 6      | 25        | 19,2    | 83,8               |
| 7      | 16        | 12,3    | 96,2               |
| 8      | 3         | 2,3     | 98,5               |
| 9      | 2         | 1,5     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## 10. Ψυγείο

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| 1      | 47        | 36,2    | 36,2               |
| 2      | 49        | 37,7    | 73,8               |
| 3      | 25        | 19,2    | 93,1               |
| 4      | 6         | 4,6     | 97,7               |
| 5      | 2         | 1,5     | 99,2               |
| 6      | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 32: Κατανομή συχνοτήτων για τη γνώση του τόπου κατάρριψης των διαρκών αγαθών**

## a. Χωματερές

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 81        | 62,3    | 62,3               |
| Ναι    | 49        | 37,7    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## b. ΧΥΤΑ (Χώροι Υγειονομικής Ταφής Απορριμμάτων)

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 113       | 86,9    | 86,9               |
| Ναι    | 17        | 13,1    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## c. Ανακύκλωση

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 108       | 83,1    | 83,1               |
| Ναι    | 22        | 16,9    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

## d. Δεν γνωρίζω

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------|-----------|---------|--------------------|
| Όχι    | 70        | 53,8    | 53,8               |
| Ναι    | 60        | 46,2    | 100                |
| Σύνολο | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 33: Κατανομή συχνοτήτων για την έκταση στην οποία σας καλύπτουν τα παρακάτω αγαθά και υπηρεσίες**

## 1. Το μηνιαίο εισόδημά μου, επαρκεί για την κάλυψη των βασικών αναγκών μου

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 7         | 5,4     | 5,4                |
| Πολύ λίγο   | 17        | 13,1    | 18,5               |
| Λίγο-Μέτρια | 56        | 43,1    | 61,5               |
| Πολύ        | 37        | 28,5    | 90,0               |
| Πάρα πολύ   | 13        | 10      | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## 2. Είμαι ευτυχής με το βιοτικό επίπεδό μου

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 10        | 7,7     | 7,7                |
| Πολύ λίγο   | 8         | 6,2     | 13,8               |
| Λίγο-Μέτρια | 52        | 40      | 53,8               |
| Πολύ        | 49        | 37,7    | 91,5               |
| Πάρα πολύ   | 11        | 8,5     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## 3. Το μηνιαίο εισόδημά μου, μου εξασφαλίζει ασφάλεια για το μέλλον.

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 35        | 26,9    | 26,9               |
| Πολύ λίγο   | 27        | 20,8    | 47,7               |
| Λίγο-Μέτρια | 40        | 30,8    | 78,5               |
| Πολύ        | 27        | 20,8    | 99,2               |



|           |     |     |     |
|-----------|-----|-----|-----|
| Πάρα πολύ | 1   | 0,8 | 100 |
| Σύνολο    | 130 | 100 |     |

4. Το επίπεδο κατανάλωσης μου, είναι ικανοποιητικό

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 9         | 6,9     | 6,9                |
| Πολύ λίγο   | 17        | 13,1    | 20                 |
| Λίγο-Μέτρια | 56        | 43,1    | 63,1               |
| Πολύ        | 46        | 35,4    | 98,5               |
| Πάρα πολύ   | 2         | 1,5     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

5. Είμαι ικανοποιημένος με αυτό που μπορώ να αγοράσω

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 8         | 6,2     | 6,2                |
| Πολύ λίγο   | 18        | 13,8    | 20                 |
| Λίγο-Μέτρια | 53        | 40,8    | 60,8               |
| Πολύ        | 43        | 33,1    | 93,8               |
| Πάρα πολύ   | 8         | 6,2     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

6. Τα διαρκή αγαθά που αποκτώ έχουν μεγάλη διάρκεια ζωής

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 1         | 0,8     | 0,8                |
| Πολύ λίγο   | 4         | 3,1     | 3,8                |
| Λίγο-Μέτρια | 42        | 32,3    | 36,2               |
| Πολύ        | 69        | 53,1    | 89,2               |
| Πάρα πολύ   | 14        | 10,8    | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

7. Τα διαρκή αγαθά που αποκτώ επιλέγω να είναι όσο το δυνατό πιο οικονομικά

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 11        | 8,5     | 8,5                |
| Πολύ λίγο   | 19        | 14,6    | 23,1               |
| Λίγο-Μέτρια | 50        | 38,5    | 61,5               |
| Πολύ        | 40        | 30,8    | 92,3               |
| Πάρα πολύ   | 10        | 7,7     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

8. Τα διαρκή αγαθά που αποκτώ τα επιλέγω με κριτήριο την εταιρεία τους (ποιότητα)

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 1         | 0,8     | 0,8                |
| Πολύ λίγο   | 4         | 3,1     | 3,8                |
| Λίγο-Μέτρια | 27        | 20,8    | 24,6               |
| Πολύ        | 67        | 51,5    | 76,2               |

|           |     |      |     |
|-----------|-----|------|-----|
| Πάρα πολύ | 31  | 23,8 | 100 |
| Σύνολο    | 130 | 100  |     |

9. Για να αυξήσω την κατανάλωση θα ξεκινούσα δεύτερη εργασία

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 59        | 45,4    | 45,4               |
| Πολύ λίγο   | 24        | 18,5    | 63,8               |
| Λίγο-Μέτρια | 21        | 16,2    | 80                 |
| Πολύ        | 18        | 13,8    | 93,8               |
| Πάρα πολύ   | 8         | 6,2     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

10. Η οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού μου σήμερα, είναι καλύτερη σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 27        | 20,8    | 20,8               |
| Πολύ λίγο   | 25        | 19,2    | 40,0               |
| Λίγο-Μέτρια | 51        | 39,2    | 79,2               |
| Πολύ        | 21        | 16,2    | 95,4               |
| Πάρα πολύ   | 6         | 4,6     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

11. Η οικονομική κατάσταση της οικογένειας μου είναι καλύτερη σε σύγκριση με άλλες οικογένειες

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 10        | 7,7     | 7,7                |
| Πολύ λίγο   | 19        | 14,6    | 22,3               |
| Λίγο-Μέτρια | 59        | 45,4    | 67,7               |
| Πολύ        | 35        | 26,9    | 94,6               |
| Πάρα πολύ   | 7         | 5,4     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

12. Η οικονομική θέση της οικογένειας μου θα αλλάξει κατά τη διάρκεια του επόμενου έτους

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 40        | 30,8    | 30,8               |
| Πολύ λίγο   | 34        | 26,2    | 56,9               |
| Λίγο-Μέτρια | 42        | 32,3    | 89,2               |
| Πολύ        | 9         | 6,9     | 96,2               |
| Πάρα πολύ   | 5         | 3,8     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

13. Επιλέγω να εργάζομαι στο σπίτι.

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 86        | 66,2    | 66,2               |
| Πολύ λίγο   | 17        | 13,1    | 79,2               |
| Λίγο-Μέτρια | 16        | 12,3    | 91,5               |

|        |     |     |     |
|--------|-----|-----|-----|
| Πολύ   | 11  | 8,5 | 100 |
| Σύνολο | 130 | 100 |     |

14. Μου αρέσει να εργάζομαι σε απόσταση κοντινή από το σπίτι.

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 3         | 2,3     | 2,3                |
| Πολύ λίγο   | 5         | 3,8     | 6,2                |
| Λίγο-Μέτρια | 22        | 16,9    | 23,1               |
| Πολύ        | 52        | 40,0    | 63,1               |
| Πάρα πολύ   | 48        | 36,9    | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

15. Επιλέγω να κάνω χρήση του ελεύθερου χρόνου μου γύρω από το σπίτι.

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 15        | 11,5    | 11,5               |
| Πολύ λίγο   | 32        | 24,6    | 36,2               |
| Λίγο-Μέτρια | 37        | 28,5    | 64,6               |
| Πολύ        | 36        | 27,7    | 92,3               |
| Πάρα πολύ   | 10        | 7,7     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

16. Συμμετέχω σε πολλές δραστηριότητες έξω από την εργασία και το σπίτι

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 18        | 13,8    | 13,8               |
| Πολύ λίγο   | 36        | 27,7    | 41,5               |
| Λίγο-Μέτρια | 32        | 24,6    | 66,2               |
| Πολύ        | 36        | 27,7    | 93,8               |
| Πάρα πολύ   | 8         | 6,2     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

17. Η τηλεόραση είναι η βασική πηγή διασκέδασής μου

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 28        | 21,5    | 21,5               |
| Πολύ λίγο   | 54        | 41,5    | 63,1               |
| Λίγο-Μέτρια | 26        | 20,0    | 83,1               |
| Πολύ        | 20        | 15,4    | 98,5               |
| Πάρα πολύ   | 2         | 1,5     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

18. Έχω πολύ ενεργή κοινωνική ζωή

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 6         | 4,6     | 4,6                |
| Πολύ λίγο   | 23        | 17,7    | 22,3               |
| Λίγο-Μέτρια | 49        | 37,7    | 60                 |
| Πολύ        | 39        | 30      | 90                 |
| Πάρα πολύ   | 13        | 10      | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

19. Ο άντρας πρέπει να τρέχει για την οικογένεια.

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 13        | 10      | 10                 |
| Πολύ λίγο   | 5         | 3,8     | 13,8               |
| Λίγο-Μέτρια | 40        | 30,8    | 44,6               |
| Πολύ        | 51        | 39,2    | 83,8               |
| Πάρα πολύ   | 21        | 16,2    | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

20. . Η θέση της γυναίκας είναι στο σπίτι

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 58        | 44,6    | 44,6               |
| Πολύ λίγο   | 22        | 16,9    | 61,5               |
| Λίγο-Μέτρια | 34        | 26,2    | 87,7               |
| Πολύ        | 15        | 11,5    | 99,2               |
| Πάρα πολύ   | 1         | 0,8     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

21. Είναι πολύ σημαντικό για μένα να περνάω χρόνο με την οικογένεια μου

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Πολύ λίγο   | 7         | 5,4     | 5,4                |
| Λίγο-Μέτρια | 15        | 11,5    | 16,9               |
| Πολύ        | 52        | 40      | 56,9               |
| Πάρα πολύ   | 56        | 43,1    | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

22. Σε γενικές γραμμές χρησιμοποιώ πιστωτικές κάρτες για την απόκτηση αγαθών.

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 64        | 49,2    | 49,2               |
| Πολύ λίγο   | 31        | 23,8    | 73,1               |
| Λίγο-Μέτρια | 23        | 17,7    | 90,8               |
| Πολύ        | 8         | 6,2     | 96,9               |
| Πάρα πολύ   | 4         | 3,1     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

23. Προτιμώ να πληρώνω μετρητά για τις αγορές.

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Πολύ λίγο   | 11        | 8,5     | 8,5                |
| Λίγο-Μέτρια | 10        | 7,7     | 16,2               |
| Πολύ        | 55        | 42,3    | 58,5               |
| Πάρα πολύ   | 54        | 41,5    | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## 24. Είμαι συνειδητοποιημένος σε θέματα μόδας.

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 13        | 10      | 10                 |
| Πολύ λίγο   | 18        | 13,8    | 23,8               |
| Λίγο-Μέτρια | 44        | 33,8    | 57,7               |
| Πολύ        | 44        | 33,8    | 91,5               |
| Πάρα πολύ   | 11        | 8,5     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## 25. Ακολουθώ πιστά τις τελευταίες τάσεις της μόδας

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 36        | 27,7    | 27,7               |
| Πολύ λίγο   | 31        | 23,8    | 51,5               |
| Λίγο-Μέτρια | 50        | 38,5    | 90                 |
| Πολύ        | 9         | 6,9     | 96,9               |
| Πάρα πολύ   | 4         | 3,1     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

**Πίνακας 34: Κατανομή συχνοτήτων για την έκταση στην οποία σας καλύπτουν τα παρακάτω αγαθά και υπηρεσίες.**

## 1. Πλυντήριο πιάτων

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 10        | 7,7     | 7,7                |
| Πολύ λίγο   | 25        | 19,2    | 26,9               |
| Λίγο-Μέτρια | 42        | 32,3    | 59,2               |
| Πολύ        | 33        | 25,4    | 84,6               |
| Πάρα πολύ   | 20        | 15,4    | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## 2. Πλυντήριο ρούχων

|           | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-----------|-----------|---------|--------------------|
| Πολύ λίγο | 1         | 0,8     | 0,8                |
| Πολύ      | 26        | 20      | 20,8               |
| Πάρα πολύ | 103       | 79,2    | 100                |
| Σύνολο    | 130       | 100     |                    |

## 3. Κουζίνα, φούρνος μικροκυμάτων

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 2         | 1,5     | 1,5                |
| Πολύ λίγο   | 1         | 0,8     | 2,3                |
| Λίγο-Μέτρια | 7         | 5,4     | 7,7                |
| Πολύ        | 35        | 26,9    | 34,6               |
| Πάρα πολύ   | 85        | 65,4    | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## 4. DVD, ηχοσύστημα, φωτογραφική μηχανή

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 3         | 2,3     | 2,3                |
| Πολύ λίγο   | 20        | 15,4    | 17,7               |
| Λίγο-Μέτρια | 49        | 37,7    | 55,4               |
| Πολύ        | 50        | 38,5    | 93,8               |
| Πάρα πολύ   | 8         | 6,2     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## 5. Διασκέδαση και έξοδος με φαγητό, τουλάχιστον μια φορά το μήνα (σινεμά, θέατρο)

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 2         | 1,5     | 1,5                |
| Πολύ λίγο   | 10        | 7,7     | 9,2                |
| Λίγο-Μέτρια | 22        | 16,9    | 26,2               |
| Πολύ        | 51        | 39,2    | 65,4               |
| Πάρα πολύ   | 45        | 34,6    | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## 6. Διοργάνωση κάποιου πάρτυ για ειδικές περιπτώσεις

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 12        | 9,2     | 9,2                |
| Πολύ λίγο   | 30        | 23,1    | 32,3               |
| Λίγο-Μέτρια | 36        | 27,7    | 60                 |
| Πολύ        | 42        | 32,3    | 92,3               |
| Πάρα πολύ   | 10        | 7,7     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## 7. Πρόσκληση φίλων σε δείπνο μια φορά την εβδομάδα

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 11        | 8,5     | 8,5                |
| Πολύ λίγο   | 26        | 20      | 28,5               |
| Λίγο-Μέτρια | 45        | 34,6    | 63,1               |
| Πολύ        | 39        | 30      | 93,1               |
| Πάρα πολύ   | 9         | 6,9     | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## 8. Αγορά καινούργιων ειδών ένδυσης σε κάθε νέα σαιζόν

|             | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|-------------|-----------|---------|--------------------|
| Καθόλου     | 11        | 8,5     | 8,5                |
| Πολύ λίγο   | 39        | 30      | 38,5               |
| Λίγο-Μέτρια | 41        | 31,5    | 70                 |
| Πολύ        | 26        | 20      | 90                 |
| Πάρα πολύ   | 13        | 10      | 100                |
| Σύνολο      | 130       | 100     |                    |

## ΠΙΝΑΚΕΣ ΔΙΠΛΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ

**Πίνακας 1: Οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων σε σχέση με το φύλο τους.**

|  | Φύλο    |        | Σύνολο |
|--|---------|--------|--------|
|  | Γυναίκα | Άντρας |        |
|  |         |        |        |

|                        |                            |             |             |             |
|------------------------|----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 29<br>22,3% | 18<br>13,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2<br>1,5%   | 3<br>2,3%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 38<br>29,2% | 23<br>17,7% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 0           | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 5<br>3,8%   | 2<br>1,5%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |             | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%   |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 6<br>4,6%   | 1<br>0,8%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |

Πίνακας 2: Εισόδημα και οικογενειακή κατάσταση.

| Οικογενειακή κατάσταση |                |             |             |                       |                  |                            |           |              |                   | Σύνολο      |
|------------------------|----------------|-------------|-------------|-----------------------|------------------|----------------------------|-----------|--------------|-------------------|-------------|
|                        |                | Άγαμος, -η  | Έγγαμος, -η | Έγγαμος, -η με παιδιά | Διαζευγμένος, -η | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | Χήρος, -α | Εν διαστάσει | Ελεύθερη συμβίωση |             |
| Εισόδημα               | Κάτω από 500€  | 9<br>6,9%   | 1<br>0,8%   | 3<br>2,3%             |                  |                            |           |              |                   | 13<br>10%   |
|                        | Από 501-800€   | 7<br>5,4%   |             | 1<br>0,8%             |                  | 1<br>0,8%                  |           |              |                   | 9<br>6,9%   |
|                        | Από 801-1100€  | 15<br>11,5% |             | 10<br>7,7%            | 1<br>0,8%        | 4<br>3,1%                  |           | 1<br>0,8%    | 2<br>1,5%         | 33<br>25,4% |
|                        | Από 1101-1400€ | 10<br>7,7%  | 2<br>1,5%   | 23<br>17,7%           |                  |                            |           |              | 3<br>2,3%         | 38<br>29,2% |
|                        | Από 1401-1700€ | 3<br>2,3%   | 1<br>0,8%   | 5<br>3,8%             |                  |                            |           |              | 1<br>0,8%         | 10<br>7,7%  |
|                        | Από 1701-2000€ | 1<br>0,8%   |             | 8<br>6,2%             |                  | 1<br>0,8%                  |           |              | 1<br>0,8%         | 11<br>8,5%  |
|                        | Από 2001-2300€ | 1<br>0,8%   |             | 1<br>0,8%             |                  |                            | 1<br>0,8% |              |                   | 3<br>2,3%   |
|                        | Από 2301-2600€ |             |             | 2<br>1,5%             |                  |                            |           |              |                   | 2<br>1,5%   |
|                        |                |             | 1           |                       |                  |                            |           |              |                   | 1           |



|        |                |             |           |             |           |           |           |           |           |             |
|--------|----------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
|        | Από 2601-2900€ |             | 0,8%      |             |           |           |           |           |           | 0,8%        |
|        | Από 2901-3200€ |             |           |             |           | 1<br>0,8% |           |           |           | 1<br>0,8%   |
|        | Από 3201-3500€ | 1<br>0,8%   |           | 3<br>2,3%   |           |           |           |           |           | 4<br>3,1%   |
|        | Από 3501-3800€ |             |           | 1<br>0,8%   |           |           |           |           |           | 1<br>0,8%   |
|        | Από 4301-4600€ |             |           | 1<br>0,8%   |           |           |           |           |           | 1<br>0,8%   |
|        | Από 6401-6700€ |             |           | 1<br>0,8%   |           |           |           |           |           | 1<br>0,8%   |
|        | Πάνω από 7100€ |             |           | 2<br>1,5%   |           |           |           |           |           | 2<br>1,5%   |
| Σύνολο |                | 47<br>36,2% | 5<br>3,8% | 61<br>46,9% | 1<br>0,8% | 7<br>5,4% | 1<br>0,8% | 1<br>0,8% | 7<br>5,4% | 130<br>100% |

Πίνακας 3: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή ψυγείου.

|                        |                            | Κατοχή ψυγείου | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|----------------|-------------|
|                        |                            | Ναι            |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 47<br>36,2%    | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5<br>3,8%      | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 61<br>46,9%    | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%      | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%      | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%      | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%      | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 7<br>5,4%      | 7<br>5,4%   |
|                        | Σύνολο                     | 130<br>100%    | 130<br>100% |

Πίνακας 4: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή θερμοσίφωνα.

|  | Κατοχή θερμοσίφωνα |     | Σύνολο |
|--|--------------------|-----|--------|
|  | Όχι                | Ναι |        |

|                        |                            |           |              |             |
|------------------------|----------------------------|-----------|--------------|-------------|
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 3<br>2,3% | 44<br>33,8%  | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                |           | 5<br>3,8%    | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 3<br>2,3% | 58<br>44,6%  | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |           | 7<br>5,4%    | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          |           | 7<br>5,4%    | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 6<br>4,6% | 124<br>95,4% | 130<br>100% |

Πίνακας 5: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή κλιματιστικού.

|                        |                            | Κατοχή κλιματιστικού |             | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|----------------------|-------------|-------------|
|                        |                            | Όχι                  | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 15<br>11,5%          | 32<br>24,6% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2<br>1,5%            | 3<br>2,3%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 11<br>8,5%           | 50<br>38,5% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%            |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3<br>2,3%            | 4<br>3,1%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                      | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%            |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 3<br>2,3%            | 4<br>3,1%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 36<br>27,7%          | 94<br>72,3% | 130<br>100% |

Πίνακας 6: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή ηλεκτρικής κουζίνας.

|                        |             | Κατοχή ηλεκτρικής κουζίνας |             | Σύνολο      |
|------------------------|-------------|----------------------------|-------------|-------------|
|                        |             | Όχι                        | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η  |                            | 47<br>36,2% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η | 1                          | 4           | 5           |

|        |                            |           |              |             |
|--------|----------------------------|-----------|--------------|-------------|
|        |                            | 0,8%      | 3,1%         | 3,8%        |
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      |           | 61<br>46,9%  | 61<br>46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |           | 7<br>5,4%    | 7<br>5,4%   |
|        | Χήρος, -α                  |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Εν διαστάσει               |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          |           | 7<br>5,4%    | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο |                            | 1<br>0,8% | 129<br>99,2% | 130<br>100% |

**Πίνακας 7: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή φούρνου μικροκυμάτων.**

|                        |                            | Κατοχή φούρνου μικροκυμάτων |             | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------------|-------------|
|                        |                            | Όχι                         | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 19<br>14,6%                 | 28<br>21,5% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2<br>1,5%                   | 3<br>2,3%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 22<br>16,9%                 | 39<br>30%   | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                   |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 1<br>0,8%                   | 6<br>4,6%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%                   |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%                   |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 4<br>3,1%                   | 3<br>2,3%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 51<br>39,2%                 | 79<br>60,8% | 130<br>100% |

**Πίνακας 8: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή καφετιέρας.**

|                        |             | Κατοχή καφετιέρας |             | Σύνολο      |
|------------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------|
|                        |             | Όχι               | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η  | 14<br>10,8%       | 33<br>25,4% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η | 1<br>0,8%         | 4<br>3,1%   | 5<br>3,8%   |

|        |                            |             |             |             |
|--------|----------------------------|-------------|-------------|-------------|
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 12<br>9,2%  | 49<br>37,7% | 61<br>46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%   |             | 1<br>0,8%   |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |             | 7<br>5,4%   | 7<br>5,4%   |
|        | Χήρος, -α                  |             | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|        | Εν διαστάσει               |             | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          | 3<br>2,3%   | 4<br>3,1%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο |                            | 31<br>23,8% | 99<br>76,2% | 130<br>100% |

**Πίνακας 9: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή στεγνοτηρίου ρούχων.**

|                        |                            | Κατοχή στεγνοτηρίου ρούχων |             | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------|-------------|
|                        |                            | Όχι                        | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 42<br>32,3%                | 5<br>3,8%   | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5<br>3,8%                  |             | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 53<br>40,8%                | 8<br>6,2%   | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                  |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%                  |             | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%                  |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%                  |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 5<br>3,8%                  | 2<br>1,5%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 115<br>88,5%               | 15<br>11,5% | 130<br>100% |

**Πίνακας 10: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή ηλεκτρικής σκούπας.**

|                        |             | Κατοχή ηλεκτρικής σκούπας |             | Σύνολο      |
|------------------------|-------------|---------------------------|-------------|-------------|
|                        |             | Όχι                       | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η  | 5<br>3,8%                 | 42<br>32,3% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η |                           | 5           | 5           |

|        |                            |           |              |             |
|--------|----------------------------|-----------|--------------|-------------|
|        |                            |           | 3,8%         | 3,8%        |
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 1<br>0,8% | 60<br>46,2%  | 61<br>46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 1<br>,8%  | 6<br>4,6%    | 7<br>5,4%   |
|        | Χήρος, -α                  |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Εν διαστάσει               |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          | 2<br>1,5% | 5<br>3,8%    | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο |                            | 9<br>6,9% | 121<br>93,1% | 130<br>100% |

**Πίνακας 11: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή πλυντηρίου πιάτων.**

|                        |                            | Κατοχή πλυντηρίου πιάτων |             | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|--------------------------|-------------|-------------|
|                        |                            | Όχι                      | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 28<br>21,5%              | 19<br>14,6% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2<br>1,5%                | 3<br>2,3%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 12<br>9,2%               | 49<br>37,7% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3<br>2,3%                | 4<br>3,1%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                          | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%                |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 4<br>3,1%                | 3<br>2,3%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 51<br>39,2%              | 79<br>60,8% | 130<br>100% |

**Πίνακας 12: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή πλυντηρίου ρούχων.**

|                        |             | Κατοχή πλυντηρίου ρούχων |             | Σύνολο      |
|------------------------|-------------|--------------------------|-------------|-------------|
|                        |             | Όχι                      | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η  | 1<br>0,8%                | 46<br>35,4% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η |                          | 5           | 5           |

|        |                            |           |              |             |
|--------|----------------------------|-----------|--------------|-------------|
|        |                            |           | 3,8%         | 3,8%        |
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      |           | 61<br>46,9%  | 61<br>46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |           | 7<br>5,4%    | 7<br>5,4%   |
|        | Χήρος, -α                  |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Εν διαστάσει               |           | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          |           | 7<br>5,4%    | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο |                            | 1<br>0,8% | 129<br>99,2% | 130<br>100% |

**Πίνακας 13: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή τηλεόρασης.**

|                        |                       | Κατοχή<br>τηλεόρασης | Σύνολο      |
|------------------------|-----------------------|----------------------|-------------|
|                        |                       | Ναι                  |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η            | 47<br>36,2%          | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η           | 5<br>3,8%            | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά | 61<br>46,9%          | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η      | 1<br>0,8%            | 1<br>0,8%   |
|                        | 6                     | 7<br>5,4%            | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α             | 1<br>0,8%            | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει          | 1<br>0,8%            | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση     | 7<br>5,4%            | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                       | 130                  | 130         |
|                        |                       | 100%                 | 100%        |

**Πίνακας 14: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή συσκευής DVD.**

|  |            | Κατοχή συσκευής<br>DVD |     | Σύνολο |
|--|------------|------------------------|-----|--------|
|  |            | Όχι                    | Ναι |        |
|  | Άγαμος, -η | 10                     | 37  | 47     |

|                        |                            |           |             |             |
|------------------------|----------------------------|-----------|-------------|-------------|
| Οικογενειακή Κατάσταση |                            | 7,7%      | 28,5%       | 36,2%       |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2<br>1,5% | 3<br>2,3%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 7<br>5,4% | 54<br>41,5% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |           | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |           | 7<br>5,4%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |           | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |           | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 2<br>1,5% | 5<br>3,8%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 21        | 109         | 130         |
|                        |                            | 16,2%     | 83,8%       | 100%        |

**Πίνακας 15: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή φωτογραφικής μηχανής.**

|                        |                            | Κατοχή<br>φωτογραφικής<br>μηχανής |              | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|-----------------------------------|--------------|-------------|
|                        |                            | Όχι                               | Ναι          |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 16<br>12,3%                       | 31<br>23,8%  | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                |                                   | 5<br>3,8%    | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 4<br>3,1%                         | 57<br>43,8%  | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                                   | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 1<br>0,8%                         | 6<br>4,6%    | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                                   | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                                   | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 2<br>1,5%                         | 5<br>3,8%    | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 23<br>17,7%                       | 107<br>82,3% | 130<br>100% |

**Πίνακας 16: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή βιντεοκάμερας.**

|                        |             | Κατοχή<br>βιντεοκάμερας |             | Σύνολο      |
|------------------------|-------------|-------------------------|-------------|-------------|
|                        |             | Όχι                     | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η  | 33<br>25,4%             | 14<br>10,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η | 3                       | 2           | 5           |

|        |                            |             |             |             |
|--------|----------------------------|-------------|-------------|-------------|
|        |                            | 2,3%        | 1,5%        | 3,8%        |
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 25<br>19,2% | 36<br>27,7% | 61<br>46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%   |             | 1<br>0,8%   |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 6<br>4,6%   | 1<br>0,8%   | 7<br>5,4%   |
|        | Χήρος, -α                  |             | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%   |             | 1<br>0,8%   |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          | 5<br>3,8%   | 2<br>1,5%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο |                            | 74<br>56,9% | 56<br>43,1% | 130<br>100% |

**Πίνακας 17: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή συσκευής βίντεο.**

|                        |                            | Κατοχή συσκευής βίντεο |             | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|------------------------|-------------|-------------|
|                        |                            | Όχι                    | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 28<br>21,5%            | 19<br>14,6% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 3<br>2,3%              | 2<br>1,5%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 20<br>15,4%            | 41<br>31,5% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%              |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 4<br>3,1%              | 3<br>2,3%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                        | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%              |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 4<br>3,1%              | 3<br>2,3%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 61<br>46,9%            | 69<br>53,1% | 130<br>100% |

**Πίνακας 18: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή.**

|                        |            | Κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή |             | Σύνολο      |
|------------------------|------------|--------------------------------|-------------|-------------|
|                        |            | Όχι                            | Ναι         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η | 13<br>10%                      | 34<br>26,2% | 47<br>36,2% |



|        |                            |             |              |             |
|--------|----------------------------|-------------|--------------|-------------|
|        | Έγγαμος, -η                | 2<br>1,5%   | 3<br>2,3%    | 5<br>3,8%   |
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 10<br>7,7%  | 51<br>39,2%  | 61<br>46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%   | 0<br>0%      | 1<br>0,8%   |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3<br>2,3%   | 4<br>3,1%    | 7<br>5,4%   |
|        | Χήρος, -α                  | 0<br>0%     | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Εν διαστάσει               | 0<br>0%     | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          | 1<br>0,8%   | 6<br>4,6%    | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο |                            | 30<br>23,1% | 100<br>76,9% | 130<br>100% |

**Πίνακας 19: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή αυτοκινήτου.**

|                        |                            | Κατοχή αυτοκινήτου |              | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|--------------------|--------------|-------------|
|                        |                            | Όχι                | Ναι          |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 14<br>10,8%        | 33<br>25,4%  | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 1<br>0,8%          | 4<br>3,1%    | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 3<br>2,3%          | 58<br>44,6%  | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%          | 0<br>0%      | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 2<br>1,5%          | 5<br>3,8%    | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%          | 0<br>0%      | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 0<br>0%            | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 5<br>3,8%          | 2<br>1,5%    | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 27<br>20,8%        | 103<br>79,2% | 130<br>100% |

**Πίνακας 20: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή μοτοσυκλέτας.**

|                        |             | Κατοχή μοτοσυκλέτας |           | Σύνολο      |
|------------------------|-------------|---------------------|-----------|-------------|
|                        |             | Όχι                 | Ναι       |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η  | 38<br>29,2%         | 9<br>6,9% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η | 3<br>2,3%           | 2<br>1,5% | 5<br>3,8%   |

|        |                            |              |             |             |
|--------|----------------------------|--------------|-------------|-------------|
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 44<br>33,8%  | 17<br>13,1% | 61<br>46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%    | 0<br>0%     | 1<br>0,8%   |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%    | 0<br>0%     | 7<br>5,4%   |
|        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%    | 0<br>0%     | 1<br>0,8%   |
|        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%    | 0<br>0%     | 1<br>0,8%   |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          | 7<br>5,4%    | 0<br>0%     | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο |                            | 102<br>78,5% | 28<br>21,5% | 130<br>100% |

**Πίνακας 21: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή μηχανής ξυρίσματος του γκαζόν.**

|                        |                            | Κατοχή μηχανής ξυρίσματος του γκαζόν |           | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|--------------------------------------|-----------|-------------|
|                        |                            | Όχι                                  | Ναι       |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 44<br>33,8%                          | 3<br>2,3% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5<br>3,8%                            |           | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 53<br>40,8%                          | 8<br>6,2% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                            |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%                            |           | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%                            |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                                      | 1<br>0,8% | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 6<br>4,6%                            | 1<br>0,8% | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 117<br>90%                           | 13<br>10% | 130<br>100% |

**Πίνακας 22: Οικογενειακή κατάσταση και κατοχή πισίνας.**

|                        |             | Κατοχή πισίνας |     | Σύνολο      |
|------------------------|-------------|----------------|-----|-------------|
|                        |             | Όχι            | Ναι |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η  | 47<br>36,2%    |     | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η | 5<br>3,8%      |     | 5<br>3,8%   |

|        |                            |              |           |             |
|--------|----------------------------|--------------|-----------|-------------|
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 55<br>42,3%  | 6<br>4,6% | 61<br>46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%    |           | 1<br>0,8%   |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%    |           | 7<br>5,4%   |
|        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%    |           | 1<br>0,8%   |
|        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%    |           | 1<br>0,8%   |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          | 7<br>5,4%    |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο |                            | 124<br>95,4% | 6<br>4,6% | 130<br>100% |

**Πίνακας 23: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός ψυγείων.**

|                        |                            | Αριθμός ψυγείων |             |           |           | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|-----------------|-------------|-----------|-----------|-------------|
|                        |                            | 1               | 2           | 3         | 4         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 37<br>28,5%     | 7<br>5,4%   | 2<br>1,5% | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 4<br>3,1%       | 1<br>0,8%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 49<br>37,7%     | 9<br>6,9%   | 3<br>2,3% | 0<br>0%   | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%       | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 6<br>4,6%       | 1<br>0,8%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%       | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%       | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 7<br>5,4%       | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 106<br>81,5%    | 18<br>13,8% | 5<br>3,8% | 1<br>0,8% | 130<br>100% |

**Πίνακας 24: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός θερμοσιφώνων.**

|                        |             | Αριθμός θερμοσιφώνων |             |         |         |           | Σύνολο      |
|------------------------|-------------|----------------------|-------------|---------|---------|-----------|-------------|
|                        |             | 0                    | 1           | 2       | 3       | 4         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η  | 3<br>2,3%            | 43<br>33,1% | 0<br>0% | 0<br>0% | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η |                      | 4           | 1       | 0       | 0         | 5           |

|        |                            |      |       |      |      |      |       |
|--------|----------------------------|------|-------|------|------|------|-------|
|        |                            |      | 3,1%  | 0,8% | 0%   | 0%   | 3,8%  |
|        | Εγγαμος, -η με παιδιά      | 3    | 52    | 5    | 1    | 0    | 61    |
|        |                            | 2,3% | 40%   | 3,8% | 0,8% | 0%   | 46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           | 0    | 1     | 0    | 0    | 0    | 1     |
|        |                            | 0 %  | 0,8%  | 0%   | 0%   | 0%   | 0,8%  |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 0    | 7     | 0    | 0    | 0    | 7     |
|        |                            | 0%   | 5,4%  | 0%   | 0%   | 0%   | 5,4%  |
|        | Χήρος, -α                  | 0    | 1     | 0    | 0    | 0    | 1     |
|        |                            | 0%   | 0,8%  | 0%   | 0%   | 0%   | 0,8%  |
|        | Εν διαστάσει               | 0    | 1     | 0    | 0    | 0    | 1     |
|        |                            | 0%   | 0,8%  | 0%   | 0%   | 0%   | 0,8%  |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          | 0    | 7     | 0    | 0    | 0    | 7     |
|        |                            | 0%   | 5,4%  | 0%   | 0%   | 0%   | 5,4%  |
| Σύνολο |                            | 6    | 116   | 6    | 1    | 1    | 130   |
|        |                            | 4,6% | 89,2% | 4,6% | 0,8% | 0,8% | 100%  |

**Πίνακας 25: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός κλιματιστικών.**

|                        |                            | Αριθμός κλιματιστικών |             |              |             |           |           |           | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|-----------------------|-------------|--------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-------------|
|                        |                            | 0                     | 1           | 2            | 3           | 4         | 5         | 7         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 15<br>11,5%           | 13<br>10%   | 9<br>6,9%    | 3<br>2,3%   | 2<br>1,5% | 4<br>3,1% | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2<br>1,5%             | 0<br>0%     | 2<br>1,5%    | 1<br>0,8%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 11<br>8,5%            | 19<br>14,6% | 16<br>12,3 % | 12<br>9,2%  | 1<br>0,8% | 2<br>1,5% | 0<br>0%   | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%             | 0<br>0%     | 0<br>0%      | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3<br>2,3%             | 2<br>1,5%   | 0<br>0%      | 2<br>1,5%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 0<br>0%               | 0<br>0%     | 0<br>0%      | 1<br>0,8%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%             | 0<br>0%     | 0<br>0%      | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0 %  | 0<br>0 %  | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 3<br>2,3%             | 3<br>2,3%   | 1<br>0,8%    | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 36<br>27,7%           | 37<br>28,5% | 28<br>21,5 % | 19<br>14,6% | 3<br>2,3% | 6<br>4,6% | 1<br>0,8% | 130<br>100% |

**Πίνακας 26: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός ηλεκτρικών κουζινών.**

|                        |                            | Αριθμός ηλεκτρικών κουζινών |              |           |           | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------|-----------|-----------|-------------|
|                        |                            | 0                           | 1            | 2         | 3         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 |                             | 44<br>33,8%  | 2<br>1,5% | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 1<br>0,8%                   | 4<br>3,1%    | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 0<br>0%                     | 58<br>44,6%  | 2<br>1,5% | 1<br>0,8% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 0<br>0%                     | 1<br>0,8%    | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 0<br>0%                     | 7<br>5,4%    | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 0<br>0%                     | 1<br>0,8%    | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 0<br>0%                     | 1<br>0,8%    | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 0<br>0%                     | 7<br>5,4%    | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 1<br>0,8%                   | 123<br>94,6% | 4<br>3,1% | 2<br>1,5% | 130<br>100% |

**Πίνακας 27: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός φούρνων μικροκυμάτων.**

|                        |                            | Αριθμός φούρνων μικροκυμάτων |             |           |           | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|------------------------------|-------------|-----------|-----------|-------------|
|                        |                            | 0                            | 1           | 2         | 3         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 19<br>14,6%                  | 26<br>20,0% | 1<br>0,8% | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2<br>1,5%                    | 3<br>2,3%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 21<br>16,2%                  | 38<br>29,2% | 2<br>1,5% | 0<br>0%   | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                    | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 1<br>0,8%                    | 6<br>4,6%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%                    | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%                    | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 4<br>3,1%                    | 3<br>2,3%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 50<br>38,5%                  | 76<br>58,5% | 3<br>2,3% | 1<br>0,8% | 130<br>100% |

**Πίνακας 28: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός καφετιέρων.**

|  |  | Αριθμός καφετιέρων |   |   |   | Σύνολο |
|--|--|--------------------|---|---|---|--------|
|  |  | 0                  | 1 | 2 | 3 |        |

|                        |                            |             |             |           |           |             |
|------------------------|----------------------------|-------------|-------------|-----------|-----------|-------------|
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 14<br>10,8% | 28<br>21,5% | 3<br>2,3% | 2<br>1,5% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 1<br>0,8%   | 4<br>3,1%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 12<br>9,2%  | 38<br>29,2% | 8<br>6,2% | 3<br>2,3% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%   | 0<br>0%     | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 0<br>0%     | 5<br>3,8%   | 2<br>1,5% | 0<br>0%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 0<br>0%     | 1<br>0,8%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |             | 1<br>0,8%   |           |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 3<br>2,3%   | 4<br>3,1%   |           |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 31<br>23,8% | 81<br>62,3% | 13<br>10% | 5<br>3,8% | 130<br>100% |

Πίνακας 29: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός στεγνοτηρίων ρούχων.

|                        |                            | Αριθμός στεγνοτηρίων ρούχων |             | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------------|-------------|
|                        |                            | 0                           | 1           |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 42<br>32,3%                 | 5<br>3,8%   | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5<br>3,8%                   |             | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 53<br>40,8%                 | 8<br>6,2%   | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                   |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%                   |             | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%                   |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%                   |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 5<br>3,8%                   | 2<br>1,5%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 115<br>88,5%                | 15<br>11,5% | 130<br>100% |

Πίνακας 30: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός ηλεκτρικών σκουπών.

|                        |             | Αριθμός ηλεκτρικών σκουπών |             |           |           | Σύνολο      |
|------------------------|-------------|----------------------------|-------------|-----------|-----------|-------------|
|                        |             | 0                          | 1           | 2         | 3         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η  | 5<br>3,8%                  | 37<br>28,5% | 4<br>3,1% | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η |                            | 3           | 2         |           | 5           |

|        |                            |           |             |             |           |             |
|--------|----------------------------|-----------|-------------|-------------|-----------|-------------|
|        |                            |           | 2,3%        | 1,5%        |           | 3,8%        |
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% | 12<br>9,2%  | 1<br>0,8% | 61<br>46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           |           | 1<br>0,8%   |             |           | 1<br>0,8%   |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 1<br>0,8% | 5<br>3,8%   | 1<br>0,8%   |           | 7<br>5,4%   |
|        | Χήρος, -α                  |           | 1<br>0,8%   |             |           | 1<br>0,8%   |
|        | Εν διαστάσει               |           |             | 1<br>0,8%   |           | 1<br>0,8%   |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          | 2<br>1,5% | 5<br>3,8%   |             |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο |                            | 9<br>6,9% | 99<br>76,2% | 20<br>15,4% | 2<br>1,5% | 130<br>100% |

Πίνακας 31: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός πλυντηρίων πιάτων.

|                        |                            | Αριθμός πλυντηρίων πιάτων |             |           | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|---------------------------|-------------|-----------|-------------|
|                        |                            | 0                         | 1           | 2         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 28<br>21,5%               | 18<br>13,8% | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2<br>1,5%                 | 3<br>2,3%   |           | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 12<br>9,2%                | 47<br>36,2% | 2<br>1,5% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                 |             |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3<br>2,3%                 | 4<br>3,1%   |           | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                           | 1<br>0,8%   |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%                 |             |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 4<br>3,1%                 | 3<br>2,3%   |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 51<br>39,2%               | 76<br>58,5% | 3<br>2,3% | 130<br>100% |

Πίνακας 32: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός πλυντηρίων ρούχων.

|              |            | Αριθμός πλυντηρίων ρούχων |             |           |   | Σύνολο      |
|--------------|------------|---------------------------|-------------|-----------|---|-------------|
|              |            | 0                         | 1           | 2         | 3 |             |
| Οικογενειακή | Άγαμος, -η | 1<br>0,8%                 | 45<br>34,6% | 1<br>0,8% |   | 47<br>36,2% |

|           |                            |           |             |           |           |             |
|-----------|----------------------------|-----------|-------------|-----------|-----------|-------------|
| Κατάσταση | Έγγαμος, -η                |           | 5<br>3,8%   |           |           | 5<br>3,8%   |
|           | Έγγαμος, -η με παιδιά      |           | 57<br>43,8% | 3<br>2,3% | 1<br>0,8% | 61<br>46,9% |
|           | Διαζευγμένος, -η           |           | 1<br>0,8%   |           |           | 1<br>0,8%   |
|           | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 1<br>0,8% | 6<br>4,6%   |           |           | 7<br>5,4%   |
|           | Χήρος, -α                  |           | 1<br>0,8%   |           |           | 1<br>0,8%   |
|           | Εν διαστάσει               |           | 1<br>0,8%   |           |           | 1<br>0,8%   |
|           | Ελεύθερη συμβίωση          |           | 7<br>5,4%   |           |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο    |                            | 2         | 123         | 4         | 1         | 130         |
|           |                            | 1,5%      | 94,6%       | 3,1%      | 0,8%      | 100%        |

Πίνακας 33: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός τηλεοράσεων.

|                     |   | Οικογενειακή Κατάσταση |             |                       |                  |                            |           |              |                   | Σύνολο        |
|---------------------|---|------------------------|-------------|-----------------------|------------------|----------------------------|-----------|--------------|-------------------|---------------|
|                     |   | Άγαμος, -η             | Έγγαμος, -η | Έγγαμος, -η με παιδιά | Διαζευγμένος, -η | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | Χήρος, -α | Εν διαστάσει | Ελεύθερη συμβίωση |               |
| Αριθμός τηλεοράσεων | 0 | 1<br>0,8%              |             |                       |                  |                            |           |              |                   | 1<br>,8%      |
|                     | 1 | 21<br>16,2%            | 2<br>1,5%   | 16<br>12,3%           |                  | 2<br>1,5%                  |           |              | 3<br>2,3%         | 44<br>33,8%   |
|                     | 2 | 10<br>7,7%             | 2<br>1,5%   | 20<br>15,4%           | 1<br>0,8%        | 3<br>2,3%                  |           | 1<br>0,8%    | 4<br>3,1%         | 41<br>31,5%   |
|                     | 3 | 4<br>3,1%              | 1<br>0,8%   | 15<br>11,5%           |                  |                            | 1<br>0,8% |              |                   | 21<br>16,2%   |
|                     | 4 | 8<br>6,2%              |             | 8<br>6,2%             |                  |                            |           |              |                   | 16<br>12,3%   |
|                     | 5 |                        |             | 1<br>0,8%             |                  | 2<br>1,5%                  |           |              |                   | 3<br>2,3%     |
|                     | 6 | 1<br>0,8%              |             |                       |                  |                            |           |              |                   | 1<br>0,8%     |
|                     | 7 | 1<br>0,8%              |             | 1<br>0,8%             |                  |                            |           |              |                   | 2<br>1,5%     |
|                     | 8 | 1<br>0,8%              |             |                       |                  |                            |           |              |                   | 1<br>0,8%     |
| Σύνολο              |   | 47<br>36,2%            | 5<br>3,8%   | 61<br>46,9%           | 1<br>0,8%        | 7<br>5,4%                  | 1<br>0,8% | 1<br>0,8%    | 7<br>5,4%         | 130<br>100,0% |

Πίνακας 34: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός στερεοφωνικών συγκροτημάτων.

|              |            | Αριθμός στερεοφωνικών συγκροτημάτων |           |           |           |           | Σύνολο      |
|--------------|------------|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
|              |            | 0                                   | 1         | 2         | 3         | 4         |             |
| Οικογενειακή | Άγαμος, -η | 10<br>7,7%                          | 26<br>20% | 6<br>4,6% | 4<br>3,1% | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% |



|           |                            |             |             |             |            |           |             |
|-----------|----------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|-----------|-------------|
| Κατάσταση | Έγγαμος, -η                |             | 4<br>3,1%   | 1<br>0,8%   |            |           | 5<br>3,8%   |
|           | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 5<br>3,8%   | 37<br>28,5% | 9<br>6,9%   | 8<br>6,2%  | 2<br>1,5% | 61<br>46,9% |
|           | Διαζευγμένος, -η           |             | 1<br>0,8%   |             |            |           | 1<br>0,8%   |
|           | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 1<br>0,8%   | 6<br>4,6%   |             |            |           | 7<br>5,4%   |
|           | Χήρος, -α                  |             | 1<br>0,8%   |             |            |           | 1<br>0,8%   |
|           | Εν διαστάσει               |             | 1<br>0,8%   |             |            |           | 1<br>0,8%   |
|           | Ελεύθερη συμβίωση          | 2<br>1,5%   | 3<br>2,3%   | 2<br>1,5%   |            |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο    |                            | 18<br>13,8% | 79<br>60,8% | 18<br>13,8% | 12<br>9,2% | 3<br>2,3% | 130<br>100% |

Πίνακας 35: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός συσκευών DVD.

|                        |                            | Αριθμός συσκευών DVD |             |            |           |           |           | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|----------------------|-------------|------------|-----------|-----------|-----------|-------------|
|                        |                            | 0                    | 1           | 2          | 3         | 5         | 6         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 10<br>7,7%           | 27<br>20,8% | 6<br>4,6%  | 1<br>0,8% | 2<br>1,5% | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2<br>1,5%            | 2<br>1,5%   | 1<br>0,8%  |           |           |           | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 7<br>5,4%            | 43<br>33,1% | 5<br>3,8%  | 6<br>4,6% |           |           | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                      | 1<br>0,8%   |            |           |           |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |                      | 7<br>5,4%   |            |           |           |           | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                      | 1<br>0,8%   |            |           |           |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                      | 1<br>0,8%   |            |           |           |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 2<br>1,5%            | 5<br>3,8%   |            |           |           |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 21<br>16,2%          | 87<br>66,9% | 12<br>9,2% | 7<br>5,4% | 2<br>1,5% | 1<br>0,8% | 130<br>100% |

Πίνακας 36: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός φωτογραφικών μηχανών.

|                        |             | Αριθμός φωτογραφικών μηχανών |             |           |           |           |   | Σύνολο      |
|------------------------|-------------|------------------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|---|-------------|
|                        |             | 0                            | 1           | 2         | 3         | 4         | 5 |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η  | 16<br>12,3%                  | 17<br>13,1% | 8<br>6,2% | 4<br>3,1% | 2<br>1,5% |   | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η |                              | 3           | 1         | 1         |           |   | 5           |

|        |                               |       |       |       |      |      |      |       |
|--------|-------------------------------|-------|-------|-------|------|------|------|-------|
|        |                               |       | 2,3%  | 0,8%  | 0,8% |      |      | 3,8%  |
|        | Έγγαμος, -η<br>με παιδιά      | 4     | 33    | 17    | 5    |      | 2    | 61    |
|        |                               | 3,1%  | 25,4% | 13,1% | 3,8% |      | 1,5% | 46,9% |
|        | Διαζευγμένος,<br>-η           |       | 1     |       |      |      |      | 1     |
|        |                               |       | 0,8%  |       |      |      |      | 0,8%  |
|        | Διαζευγμένος,<br>-η με παιδιά | 1     | 4     |       |      | 2    |      | 7     |
|        |                               | 0,8%  | 3,1%  |       |      | 1,5% |      | 5,4%  |
|        | Χήρος, -α                     |       |       |       | 1    |      |      | 1     |
|        |                               |       |       |       | 0,8% |      |      | 0,8%  |
|        | Εν διαστάσει                  |       | 1     |       |      |      |      | 1     |
|        |                               |       | 0,8%  |       |      |      |      | 0,8%  |
|        | Ελεύθερη<br>συμβίωση          | 2     | 4     | 1     |      |      |      | 7     |
|        |                               | 1,5%  | 3,1%  | 0,8%  |      |      |      | 5,4%  |
| Σύνολο |                               | 23    | 63    | 27    | 11   | 4    | 2    | 130   |
|        |                               | 17,7% | 48,5% | 20,8% | 8,5% | 3,1% | 1,5% | 100%  |

Πίνακας Διπλής Εισόδου 37: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός βιντεοκαμερών.

|                           |                            | Αριθμός φωτογραφικών μηχανών |       |      | Σύνολο |
|---------------------------|----------------------------|------------------------------|-------|------|--------|
|                           |                            | 0                            | 1     | 2    |        |
| Οικογενειακή<br>Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 33                           | 13    | 1    | 47     |
|                           |                            | 25,4%                        | 10%   | 0,8% | 36,2%  |
|                           | Έγγαμος, -η                | 3                            | 2     |      | 5      |
|                           |                            | 2,3%                         | 1,5%  |      | 3,8%   |
|                           | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 25                           | 33    | 3    | 61     |
|                           |                            | 19,2%                        | 25,4% | 2,3% | 46,9%  |
|                           | Διαζευγμένος, -η           | 1                            |       |      | 1      |
|                           |                            | 0,8%                         |       |      | 0,8%   |
| Οικογενειακή<br>Κατάσταση | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 6                            | 1     |      | 7      |
|                           |                            | 4,6%                         | 0,8%  |      | 5,4%   |
|                           | Χήρος, -α                  |                              | 1     |      | 1      |
|                           |                            |                              | 0,8%  |      | 0,8%   |
|                           | Εν διαστάσει               | 1                            |       |      | 1      |
|                           |                            | 0,8%                         |       |      | 0,8%   |
|                           | Ελεύθερη συμβίωση          | 5                            | 2     |      | 7      |
|                           |                            | 3,8%                         | 1,5%  |      | 5,4%   |
| Σύνολο                    |                            | 74                           | 52    | 4    | 130    |
|                           |                            | 56,9%                        | 40%   | 3,1% | 100%   |

Πίνακας 38: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός συσκευών βίντεο.

|                           |             | Αριθμός συσκευών βίντεο |       |      |      |   |      |   | Σύνολο |
|---------------------------|-------------|-------------------------|-------|------|------|---|------|---|--------|
|                           |             | 0                       | 1     | 2    | 3    | 4 | 5    | 6 |        |
| Οικογενειακή<br>Κατάσταση | Άγαμος, -η  | 28                      | 15    | 2    | 1    |   | 1    |   | 47     |
|                           |             | 21,5%                   | 11,5% | 1,5% | 0,8% |   | 0,8% |   | 36,2%  |
|                           | Έγγαμος, -η | 3                       | 2     |      |      |   |      |   | 5      |

|        |                            |       |       |      |      |      |      |      |       |
|--------|----------------------------|-------|-------|------|------|------|------|------|-------|
|        |                            | 2,3%  | 1,5%  |      |      |      |      |      | 3,8%  |
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 20    | 35    | 4    |      | 1    |      | 1    | 61    |
|        |                            | 15,4% | 26,9% | 3,1% |      | 0,8% |      | 0,8% | 46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           | 1     |       |      |      |      |      |      | 1     |
|        |                            | 0,8%  |       |      |      |      |      |      | 0,8%  |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 4     | 3     |      |      |      |      |      | 7     |
|        |                            | 3,1%  | 2,3%  |      |      |      |      |      | 5,4%  |
|        | Χήρος, -α                  |       | 1     |      |      |      |      |      | 1     |
|        |                            |       | 0,8%  |      |      |      |      |      | 0,8%  |
|        | Εν διαστάσει               | 1     |       |      |      |      |      |      | 1     |
|        |                            | 0,8%  |       |      |      |      |      |      | 0,8%  |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          | 4     | 3     |      |      |      |      |      | 7     |
|        |                            | 3,1%  | 2,3%  |      |      |      |      |      | 5,4%  |
| Σύνολο |                            | 61    | 59    | 6    | 1    | 1    | 1    | 1    | 130   |
|        |                            | 46,9% | 45,4% | 4,6% | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 100%  |

Πίνακας 39: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός ηλεκτρικών υπολογιστών.

|                        |                            | Αριθμός ηλεκτρικών υπολογιστών |       |       |      | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|--------------------------------|-------|-------|------|--------|
|                        |                            | 0                              | 1     | 2     | 3    |        |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 13                             | 30    | 3     | 1    | 47     |
|                        |                            | 10%                            | 23,1% | 2,3%  | 0,8% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2                              | 2     | 1     |      | 5      |
|                        |                            | 1,5%                           | 1,5%  | 0,8%  |      | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 10                             | 40    | 10    | 1    | 61     |
|                        |                            | 7,7%                           | 30,8% | 7,7%  | 0,8% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1                              |       |       |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                           |       |       |      | 0,8%   |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3                              | 3     | 1     |      | 7      |
|                        |                            | 2,3%                           | 2,3%  | 0,8%  |      | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                                |       | 1     |      | 1      |
|                        |                            |                                |       | 0,8%  |      | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                                |       | 1     |      | 1      |
|                        |                            |                                |       | 0,8%  |      | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 1                              | 5     | 1     |      | 7      |
|                        |                            | 0,8%                           | 3,8%  | 0,8%  |      | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 30                             | 80    | 18    | 2    | 130    |
|                        |                            | 23,1%                          | 61,5% | 13,8% | 1,5% | 100%   |

Πίνακας 40: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός αυτοκινήτων.

|  |            | Αριθμός αυτοκινήτων |    |   |   |   | Σύνολο |
|--|------------|---------------------|----|---|---|---|--------|
|  |            | 0                   | 1  | 2 | 3 | 4 |        |
|  | Άγαμος, -η | 14                  | 22 | 7 | 2 | 2 | 47     |

|                        |                            |             |             |             |           |           |             |
|------------------------|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-----------|-----------|-------------|
| Οικογενειακή Κατάσταση |                            | 10,8%       | 16,9%       | 5,4%        | 1,5%      | 1,5%      | 36,2%       |
|                        | Έγγαμος, -η                | 1<br>0,8%   | 2<br>1,5%   | 2<br>1,5%   |           |           | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 3<br>2,3%   | 29<br>22,3% | 25<br>19,2% | 4<br>3,1% |           | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%   |             |             |           |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 2<br>1,5%   | 4<br>3,1%   |             |           | 1<br>0,8% | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%   |             |             |           |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |             |             | 1<br>0,8%   |           |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 5<br>3,8%   | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |           |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 27<br>20,8% | 58<br>44,6% | 36<br>27,7% | 6<br>4,6% | 3<br>2,3% | 130<br>100% |

Πίνακας 41: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός μοτοσικλετών.

|                        |                            | Αριθμός μοτοσικλετών |             |           | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|----------------------|-------------|-----------|-------------|
|                        |                            | 0                    | 1           | 2         |             |
| Οικογενειακή Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 38<br>29,2%          | 8<br>6,2%   | 1<br>0,8% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 3<br>2,3%            | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8% | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 44<br>33,8%          | 16<br>12,3% | 1<br>0,8% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%            |             |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%            |             |           | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%            |             |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%            |             |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 7<br>5,4%            |             |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 102<br>78,5%         | 25<br>19,2% | 3<br>2,3% | 130<br>100% |

Πίνακας 42: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός μηχανών του γκαζόν.

|              |            | Αριθμός μηχανών του γκαζόν |           | Σύνολο      |
|--------------|------------|----------------------------|-----------|-------------|
|              |            | 0                          | 1         |             |
| Οικογενειακή | Άγαμος, -η | 44<br>33,8%                | 3<br>2,3% | 47<br>36,2% |

|           |                            |             |           |             |
|-----------|----------------------------|-------------|-----------|-------------|
| Κατάσταση | Έγγαμος, -η                | 5<br>3,8%   |           | 5<br>3,8%   |
|           | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 53<br>40,8% | 8<br>6,2% | 61<br>46,9% |
|           | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%   |           | 1<br>0,8%   |
|           | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%   |           | 7<br>5,4%   |
|           | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%   |           | 1<br>0,8%   |
|           | Εν διαστάσει               |             | 1<br>0,8% | 1<br>0,8%   |
|           | Ελεύθερη συμβίωση          | 6<br>4,6%   | 1<br>0,8% | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο    |                            | 117<br>90%  | 13<br>10% | 130<br>100% |

Πίνακας 43: Οικογενειακή κατάσταση και αριθμός πισινών.

|                           |                            | Αριθμός πισινών |           | Σύνολο      |
|---------------------------|----------------------------|-----------------|-----------|-------------|
|                           |                            | 0               | 1         |             |
| Οικογενειακή<br>Κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 47<br>36,2%     |           | 47<br>36,2% |
|                           | Έγγαμος, -η                | 5<br>3,8%       |           | 5<br>3,8%   |
|                           | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 55<br>42,3%     | 6<br>4,6% | 61<br>46,9% |
|                           | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%       |           | 1<br>0,8%   |
|                           | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%       |           | 7<br>5,4%   |
|                           | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%       |           | 1<br>0,8%   |
|                           | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%       |           | 1<br>0,8%   |
|                           | Ελεύθερη συμβίωση          | 7<br>5,4%       |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                    |                            | 124<br>95,4%    | 6<br>4,6% | 130<br>100% |

Πίνακας 44: Φύλο και κατοχή ψυγείου.

|                |     | Φύλο        |             | Σύνολο      |
|----------------|-----|-------------|-------------|-------------|
|                |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |             |
| Κατοχή ψυγείου | Ναι | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |
| Σύνολο         |     | 81          | 49          | 130         |

|  |  |       |       |      |
|--|--|-------|-------|------|
|  |  | 62,3% | 37,7% | 100% |
|--|--|-------|-------|------|

**Πίνακας 45: Φύλο και κατοχή θερμοσίφωνα.**

|                    |     | Φύλο        |             | Σύνολο       |
|--------------------|-----|-------------|-------------|--------------|
|                    |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |              |
| Κατοχή θερμοσίφωνα | Όχι | 6<br>4,6%   |             | 6<br>4,6%    |
|                    | Ναι | 75<br>57,7% | 49<br>37,7% | 124<br>95,4% |
| Σύνολο             |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100%  |

**Πίνακας 46: Φύλο και κατοχή κλιματιστικού.**

|                      |     | Φύλο        |             | Σύνολο      |
|----------------------|-----|-------------|-------------|-------------|
|                      |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |             |
| Κατοχή κλιματιστικού | Όχι | 23<br>17,7% | 13<br>10,0% | 36<br>27,7% |
|                      | Ναι | 58<br>44,6% | 36<br>27,7% | 94<br>72,3% |
| Σύνολο               |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |

**Πίνακας 47: Φύλο και κατοχή ηλεκτρικής κουζίνας.**

|                            |     | Φύλο        |             | Σύνολο       |
|----------------------------|-----|-------------|-------------|--------------|
|                            |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |              |
| Κατοχή ηλεκτρικής κουζίνας | Όχι |             | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%    |
|                            | Ναι | 81<br>62,3% | 48<br>36,9% | 129<br>99,2% |
| Σύνολο                     |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100%  |

**Πίνακας 48: Φύλο και κατοχή φούρνου μικροκυμάτων.**

|                             |     | Φύλο        |             | Σύνολο      |
|-----------------------------|-----|-------------|-------------|-------------|
|                             |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |             |
| Κατοχή φούρνου μικροκυμάτων | Όχι | 39<br>30%   | 12<br>9,2%  | 51<br>39,2% |
|                             | Ναι | 42<br>32,3% | 37<br>28,5% | 79<br>60,8% |
| Σύνολο                      |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |

**Πίνακας 49: Φύλο και κατοχή καφετιέρας.**

|                   |     | Φύλο        |            | Σύνολο      |
|-------------------|-----|-------------|------------|-------------|
|                   |     | Γυναίκα     | Άνδρας     |             |
| Κατοχή καφετιέρας | Όχι | 19<br>14,6% | 12<br>9,2% | 31<br>23,8% |

|        |     |             |             |             |
|--------|-----|-------------|-------------|-------------|
|        | Ναι | 62<br>47,7% | 37<br>28,5% | 99<br>76,2% |
| Σύνολο |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |

**Πίνακας 50: Φύλο και κατοχή στεγνωτηρίου ρούχων.**

|                            |     | Φύλο        |             | Σύνολο       |
|----------------------------|-----|-------------|-------------|--------------|
|                            |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |              |
| Κατοχή στεγνωτηρίου ρούχων | Όχι | 72<br>55,4% | 43<br>33,1% | 115<br>88,5% |
|                            | Ναι | 9<br>6,9%   | 6<br>4,6%   | 15<br>11,5%  |
| Σύνολο                     |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100%  |

**Πίνακας 51: Φύλο και κατοχή πλυντηρίου πιάτων.**

|                          |     | Φύλο        |             | Σύνολο      |
|--------------------------|-----|-------------|-------------|-------------|
|                          |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |             |
| Κατοχή πλυντηρίου πιάτων | Όχι | 38<br>29,2% | 13<br>10%   | 51<br>39,2% |
|                          | Ναι | 43<br>33,1% | 36<br>27,7% | 79<br>60,8% |
| Σύνολο                   |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |

**Πίνακας 52: Φύλο και κατοχή πλυντηρίου ρούχων.**

|                          |     | Φύλο        |             | Σύνολο       |
|--------------------------|-----|-------------|-------------|--------------|
|                          |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |              |
| Κατοχή πλυντηρίου ρούχων | Όχι |             | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%    |
|                          | Ναι | 81<br>62,3% | 48<br>36,9% | 129<br>99,2% |
| Σύνολο                   |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100%  |

**Πίνακας 53: Φύλο και κατοχή τηλεόρασης.**

|                   |     | Φύλο        |             | Σύνολο      |
|-------------------|-----|-------------|-------------|-------------|
|                   |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |             |
| Κατοχή τηλεόρασης | Ναι | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |

|        |  |             |             |             |
|--------|--|-------------|-------------|-------------|
| Σύνολο |  | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |
|--------|--|-------------|-------------|-------------|

**Πίνακας 54: Φύλο και κατοχή στερεοφωνικού συγκροτήματος.**

|                                    |     | Φύλο        |             | Σύνολο       |
|------------------------------------|-----|-------------|-------------|--------------|
|                                    |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |              |
| Κατοχή στερεοφωνικού συγκροτήματος | Όχι | 9<br>6,9%   | 9<br>6,9%   | 18<br>13,8%  |
|                                    | Ναι | 72<br>55,4% | 40<br>30,8% | 112<br>86,2% |
| Σύνολο                             |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100%  |

**Πίνακας 55: Φύλο και κατοχή συσκευής DVD.**

|                     |     | Φύλο        |             | Σύνολο       |
|---------------------|-----|-------------|-------------|--------------|
|                     |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |              |
| Κατοχή συσκευής DVD | Όχι | 16<br>12,3% | 5<br>3,8%   | 21<br>16,2%  |
|                     | Ναι | 65<br>50%   | 44<br>33,8% | 109<br>83,8% |
| Σύνολο              |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100%  |

**Πίνακας 56: Φύλο και κατοχή φωτογραφικής μηχανής.**

|                             |     | Φύλο        |             | Σύνολο       |
|-----------------------------|-----|-------------|-------------|--------------|
|                             |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |              |
| Κατοχή φωτογραφικής μηχανής | Όχι | 16<br>12,3% | 7<br>5,4%   | 23<br>17,7%  |
|                             | Ναι | 65<br>50%   | 42<br>32,3% | 107<br>82,3% |
| Σύνολο                      |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100%  |

**Πίνακας 57: Φύλο και κατοχή συσκευής βίντεο.**

|                        |     | Φύλο        |             | Σύνολο      |
|------------------------|-----|-------------|-------------|-------------|
|                        |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |             |
| Κατοχή συσκευής βίντεο | Όχι | 37<br>28,5% | 24<br>18,5% | 61<br>46,9% |
|                        | Ναι | 44<br>33,8% | 25<br>19,2% | 69<br>53,1% |
| Σύνολο                 |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |

**Πίνακας 58: Φύλο και κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή.**

|                                |     | Φύλο        |            | Σύνολο      |
|--------------------------------|-----|-------------|------------|-------------|
|                                |     | Γυναίκα     | Άνδρας     |             |
| Κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή | Όχι | 18<br>13,8% | 12<br>9,2% | 30<br>23,1% |
|                                | Ναι | 63          | 37         | 100         |



|        |  |             |             |             |
|--------|--|-------------|-------------|-------------|
|        |  | 48,5%       | 28,5%       | 76,9%       |
| Σύνολο |  | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |

**Πίνακας 59: Φύλο και κατοχή αυτοκινήτου.**

|                    |     | Φύλο        |             | Σύνολο       |
|--------------------|-----|-------------|-------------|--------------|
|                    |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |              |
| Κατοχή αυτοκινήτου | Όχι | 18<br>13,8% | 9<br>6,9%   | 27<br>20,8%  |
|                    | Ναι | 63<br>48,5% | 40<br>30,8% | 103<br>79,2% |
| Σύνολο             |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100%  |

**Πίνακας 60: Φύλο και κατοχή μοτοσικλέτας.**

|                     |     | Φύλο        |             | Σύνολο       |
|---------------------|-----|-------------|-------------|--------------|
|                     |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |              |
| Κατοχή μοτοσικλέτας | Όχι | 70<br>53,8% | 32<br>24,6% | 102<br>78,5% |
|                     | Ναι | 11<br>8,5%  | 17<br>13,1% | 28<br>21,5%  |
| Σύνολο              |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100%  |

**Πίνακας 61: Φύλο και κατοχή μηχανής του γκαζόν.**

|                           |     | Φύλο        |             | Σύνολο      |
|---------------------------|-----|-------------|-------------|-------------|
|                           |     | Γυναίκα     | Άνδρας      |             |
| Κατοχή μηχανής του γκαζόν | Όχι | 74<br>56,9% | 43<br>33,1% | 117<br>90%  |
|                           | Ναι | 7<br>5,4%   | 6<br>4,6%   | 13<br>10%   |
| Σύνολο                    |     | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |

**Πίνακας 62: Φύλο και κατοχή πισίνας.**

|                |     | Φύλο      |             | Σύνολο       |
|----------------|-----|-----------|-------------|--------------|
|                |     | Γυναίκα   | Άνδρας      |              |
| Κατοχή πισίνας | Όχι | 78<br>60% | 46<br>35,4% | 124<br>95,4% |
|                | Ναι | 3         | 3           | 6            |

|        |  |             |             |             |
|--------|--|-------------|-------------|-------------|
|        |  | 2,3%        | 2,3%        | 4,6%        |
| Σύνολο |  | 81<br>62,3% | 49<br>37,7% | 130<br>100% |

**Πίνακας 63: Εισόδημα και κατοχή ψυγείου.**

|          |                | Κατοχή<br>ψυγείου | Σύνολο      |
|----------|----------------|-------------------|-------------|
|          |                | Ναι               |             |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 13<br>10%         | 13<br>10%   |
|          | Από 501-800€   | 9<br>6,9%         | 9<br>6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 33<br>25,4%       | 33<br>25,4% |
|          | Από 1101-1400€ | 38<br>29,2%       | 38<br>29,2% |
|          | Από 1401-1700€ | 10<br>7,7%        | 10<br>7,7%  |
|          | Από 1701-2000€ | 11<br>8,5%        | 11<br>8,5%  |
|          | Από 2001-2300€ | 3<br>2,3%         | 3<br>2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ | 2<br>1,5%         | 2<br>1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1<br>0,8%         | 1<br>0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1<br>0,8%         | 1<br>0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 4<br>3,1%         | 4<br>3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ | 1<br>0,8%         | 1<br>0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ | 1<br>0,8%         | 1<br>0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ | 1<br>0,8%         | 1<br>0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ | 2<br>1,5%         | 2<br>1,5%   |
|          |                | 130               | 130         |
|          |                | 100%              | 100%        |
| Σύνολο   |                | 130               | 130         |
|          |                | 100%              | 100%        |

**Πίνακας 64: Εισόδημα και κατοχή θερμοσίφωνα.**

|          |               | Κατοχή θερμοσίφωνα |     | Σύνολο |
|----------|---------------|--------------------|-----|--------|
|          |               | Όχι                | Ναι |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€ |                    | 13  | 13     |
|          |               |                    | 10% | 10%    |
|          | Από 501-800€  | 1                  | 8   | 9      |

|        |                |      |       |       |
|--------|----------------|------|-------|-------|
|        |                | 0,8% | 6,2%  | 6,9%  |
|        | Από 801-1100€  | 2    | 31    | 33    |
|        |                | 1,5% | 23,8% | 25,4% |
|        | Από 1101-1400€ | 3    | 35    | 38    |
|        |                | 2,3% | 26,9% | 29,2% |
|        | Από 1401-1700€ |      | 10    | 10    |
|        |                |      | 7,7%  | 7,7%  |
|        | Από 1701-2000€ |      | 11    | 11    |
|        |                |      | 8,5%  | 8,5%  |
|        | Από 2001-2300€ |      | 3     | 3     |
|        |                |      | 2,3%  | 2,3%  |
|        | Από 2301-2600€ |      | 2     | 2     |
|        |                |      | 1,5%  | 1,5%  |
|        | Από 2601-2900€ |      | 1     | 1     |
|        |                |      | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 2901-3200€ |      | 1     | 1     |
|        |                |      | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 3201-3500€ |      | 4     | 4     |
|        |                |      | 3,1%  | 3,1%  |
|        | Από 3501-3800€ |      | 1     | 1     |
|        |                |      | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 4301-4600€ |      | 1     | 1     |
|        |                |      | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 6401-6700€ |      | 1     | 1     |
|        |                |      | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Πάνω από 7101€ |      | 2     | 2     |
|        |                |      | 1,5%  | 1,5%  |
| Σύνολο |                | 6    | 124   | 130   |
|        |                | 4,6% | 95,4% | 100%  |

Πίνακας 65: Εισόδημα και κατοχή κλιματιστικού.

|          |                | Κατοχή κλιματιστικού |       | Σύνολο |
|----------|----------------|----------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                  | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 5                    | 8     | 13     |
|          |                | 3,8%                 | 6,2%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 2                    | 7     | 9      |
|          |                | 1,5%                 | 5,4%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 11                   | 22    | 33     |
|          |                | 8,5%                 | 16,9% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 11                   | 27    | 38     |
|          |                | 8,5%                 | 20,8% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 4                    | 6     | 10     |
|          |                | 3,1%                 | 4,6%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 3                    | 8     | 11     |
|          |                | 2,3%                 | 6,2%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                      | 3     | 3      |
|          |                |                      | 2,3%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                      | 2     | 2      |
|          |                |                      | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                      | 1     | 1      |
|          |                |                      | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                      | 1     | 1      |

|        |                |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|------|
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 3201-3500€ |       | 4     | 4    |
|        |                |       | 3,1%  | 3,1% |
|        | Από 3501-3800€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ |       | 2     | 2    |
|        |                |       | 1,5%  | 1,5% |
| Σύνολο |                | 36    | 94    | 130  |
|        |                | 27,7% | 72,3% | 100% |

Πίνακας 66: Εισόδημα και κατοχή ηλεκτρικής κουζίνας.

|          |                | Κατοχή ηλεκτρικής κουζίνας |       | Σύνολο |
|----------|----------------|----------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                        | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  |                            | 13    | 13     |
|          |                |                            | 10%   | 10%    |
|          | Από 501-800€   |                            | 9     | 9      |
|          |                |                            | 6,9%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  |                            | 33    | 33     |
|          |                |                            | 25,4% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ |                            | 38    | 38     |
|          |                |                            | 29,2% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ |                            | 10    | 10     |
|          |                |                            | 7,7%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ |                            | 11    | 11     |
|          |                |                            | 8,5%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                            | 3     | 3      |
|          |                |                            | 2,3%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                            | 2     | 2      |
|          |                |                            | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1                          |       | 1      |
|          |                | 0,8%                       |       | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                            | 1     | 1      |
|          |                |                            | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ |                            | 4     | 4      |
|          |                |                            | 3,1%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                            | 1     | 1      |
|          |                |                            | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                            | 1     | 1      |
|          |                |                            | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ |                            | 1     | 1      |
|          |                |                            | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ |                            | 2     | 2      |
|          |                |                            | 1,5%  | 1,5%   |
| Σύνολο   |                | 1                          | 129   | 130    |
|          |                | 0,8%                       | 99,2% | 100%   |

Πίνακας Διπλής Εισόδου 66: Εισόδημα και κατοχή φούρνου μικροκυμάτων.

|          |                | Κατοχή φούρνου μικροκυμάτων |       | Σύνολο |
|----------|----------------|-----------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                         | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 5                           | 8     | 13     |
|          |                | 3,8%                        | 6,2%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 6                           | 3     | 9      |
|          |                | 4,6%                        | 2,3%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 10                          | 23    | 33     |
|          |                | 7,7%                        | 17,7% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 19                          | 19    | 38     |
|          |                | 14,6%                       | 14,6% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 5                           | 5     | 10     |
|          |                | 3,8%                        | 3,8%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 3                           | 8     | 11     |
|          |                | 2,3%                        | 6,2%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 1                           | 2     | 3      |
|          |                | 0,8%                        | 1,5%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ | 1                           | 1     | 2      |
|          |                | 0,8%                        | 0,8%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                             | 1     | 1      |
|          |                |                             | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                             | 1     | 1      |
|          |                |                             | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1                           | 3     | 4      |
|          |                | 0,8%                        | 2,3%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                             | 1     | 1      |
|          |                |                             | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                             | 1     | 1      |
|          |                |                             | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ |                             | 1     | 1      |
|          |                |                             | 0,8%  | ,8%    |
|          | Πάνω από 7101€ |                             | 2     | 2      |
|          |                |                             | 1,5%  | 1,5%   |
| Σύνολο   |                | 51                          | 79    | 130    |
|          |                | 39,2%                       | 60,8% | 100%   |

Πίνακας 67: Εισόδημα και κατοχή καφετιέρας.

|          |                | Κατοχή καφετιέρας |       | Σύνολο |
|----------|----------------|-------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι               | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 6                 | 7     | 13     |
|          |                | 4,6%              | 5,4%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 1                 | 8     | 9      |
|          |                | 0,8%              | 6,2%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 9                 | 24    | 33     |
|          |                | 6,9%              | 18,5% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 7                 | 31    | 38     |
|          |                | 5,4%              | 23,8% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 4                 | 6     | 10     |
|          |                | 3,1%              | 4,6%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 2                 | 9     | 11     |
|          |                | 1,5%              | 6,9%  | 8,5%   |

|        |                |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|------|
|        | Από 2001-2300€ | 1     | 2     | 3    |
|        |                | 0,8%  | 1,5%  | 2,3% |
|        | Από 2301-2600€ |       | 2     | 2    |
|        |                |       | 1,5%  | 1,5% |
|        | Από 2601-2900€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 2901-3200€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 3201-3500€ | 1     | 3     | 4    |
|        |                | 0,8%  | 2,3%  | 3,1% |
|        | Από 3501-3800€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ |       | 2     | 2    |
|        |                |       | 1,5%  | 1,5% |
| Σύνολο |                | 31    | 99    | 130  |
|        |                | 23,8% | 76,2% | 100% |

**Πίνακας Διπλής Εισόδου 68:** Εισόδημα και κατοχή στεγνωτηρίου ρούχων.

|          |                | Κατοχή στεγνωτηρίου ρούχων |           | Σύνολο      |
|----------|----------------|----------------------------|-----------|-------------|
|          |                | Όχι                        | Ναι       |             |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 11<br>8,5%                 | 2<br>1,5% | 13<br>10%   |
|          | Από 501-800€   | 9<br>6,9%                  |           | 9<br>6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 31<br>23,8%                | 2<br>1,5% | 33<br>25,4% |
|          | Από 1101-1400€ | 34<br>26,2%                | 4<br>3,1% | 38<br>29,2% |
|          | Από 1401-1700€ | 8<br>6,2%                  | 2<br>1,5% | 10<br>7,7%  |
|          | Από 1701-2000€ | 11<br>8,5%                 |           | 11<br>8,5%  |
|          | Από 2001-2300€ | 3<br>2,3%                  |           | 3<br>2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ | 1<br>0,8%                  | 1<br>0,8% | 2<br>1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1<br>0,8%                  |           | 1<br>0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1<br>0,8%                  |           | 1<br>0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 2<br>1,5%                  | 2<br>1,5% | 4<br>3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                            | 1<br>0,8% | 1<br>0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ | 1<br>0,8%                  |           | 1<br>0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ | 1<br>0,8%                  |           | 1<br>0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ | 1<br>0,8%                  | 1<br>0,8% | 2<br>1,5%   |
|          |                |                            |           |             |
|          | Σύνολο         | 115                        | 15        | 130         |
|          |                | 88,5%                      | 11,5%     | 100%        |

Πίνακας 69: Εισόδημα και κατοχή πλυντηρίου πιάτων.

|          |                | Κατοχή πλυντηρίου πιάτων |             | Σύνολο      |
|----------|----------------|--------------------------|-------------|-------------|
|          |                | Όχι                      | Ναι         |             |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 7<br>5,4%                | 6<br>4,6%   | 13<br>10%   |
|          | Από 501-800€   | 9<br>6,9%                |             | 9<br>6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 15<br>11,5%              | 18<br>13,8% | 33<br>25,4% |
|          | Από 1101-1400€ | 12<br>9,2%               | 26<br>20,0% | 38<br>29,2% |
|          | Από 1401-1700€ | 3<br>2,3%                | 7<br>5,4%   | 10<br>7,7%  |
|          | Από 1701-2000€ | 2<br>1,5%                | 9<br>6,9%   | 11<br>8,5%  |
|          |                |                          |             |             |
|          |                |                          |             |             |
|          |                |                          |             |             |
|          |                |                          |             |             |
|          |                |                          |             |             |

|        |                |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|------|
|        | Από 2001-2300€ | 1     | 2     | 3    |
|        |                | 0,8%  | 1,5%  | 2,3% |
|        | Από 2301-2600€ |       | 2     | 2    |
|        |                |       | 1,5%  | 1,5% |
|        | Από 2601-2900€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 2901-3200€ | 1     |       | 1    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Από 3201-3500€ | 1     | 3     | 4    |
|        |                | 0,8%  | 2,3%  | 3,1% |
|        | Από 3501-3800€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ |       | 2     | 2    |
|        |                |       | 1,5%  | 1,5% |
| Σύνολο |                | 51    | 79    | 130  |
|        |                | 39,2% | 60,8% | 100% |

Πίνακας 70: Εισόδημα και κατοχή ηλεκτρικής σκούπας.

|          |                | Κατοχή ηλεκτρικής σκούπας |       | Σύνολο |
|----------|----------------|---------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                       | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  |                           | 13    | 13     |
|          |                |                           | 10%   | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 2                         | 7     | 9      |
|          |                | 1,5%                      | 5,4%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 3                         | 30    | 33     |
|          |                | 2,3%                      | 23,1% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 1                         | 37    | 38     |
|          |                | 0,8%                      | 28,5% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 1                         | 9     | 10     |
|          |                | 0,8%                      | 6,9%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 1                         | 10    | 11     |
|          |                | 0,8%                      | 7,7%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                           | 3     | 3      |
|          |                |                           | 2,3%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                           | 2     | 2      |
|          |                |                           | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                           | 1     | 1      |
|          |                |                           | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                           | 1     | 1      |
|          |                |                           | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1                         | 3     | 4      |
|          |                | 0,8%                      | 2,3%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                           | 1     | 1      |
|          |                |                           | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                           | 1     | 1      |
|          |                |                           | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ |                           | 1     | 1      |
|          |                |                           | 0,8%  | 0,8%   |



|        |                |      |       |      |
|--------|----------------|------|-------|------|
|        | Πάνω από 7101€ |      | 2     | 2    |
|        |                |      | 1,5%  | 1,5% |
| Σύνολο |                | 9    | 121   | 130  |
|        |                | 6,9% | 93,1% | 100% |

**Πίνακας 71: Εισόδημα και κατοχή πλυντηρίου ρούχων.**

|          |                | Κατοχή πλυντηρίου ρούχων |       | Σύνολο |
|----------|----------------|--------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                      | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  |                          | 13    | 13     |
|          |                |                          | 10%   | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 1                        | 8     | 9      |
|          |                | 0,8%                     | 6,2%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  |                          | 33    | 33     |
|          |                |                          | 25,4% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ |                          | 38    | 38     |
|          |                |                          | 29,2% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ |                          | 10    | 10     |
|          |                |                          | 7,7%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ |                          | 11    | 11     |
|          |                |                          | 8,5%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                          | 3     | 3      |
|          |                |                          | 2,3%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                          | 2     | 2      |
|          |                |                          | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                          | 1     | 1      |
|          |                |                          | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                          | 1     | 1      |
|          |                |                          | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ |                          | 4     | 4      |
|          |                |                          | 3,1%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                          | 1     | 1      |
|          |                |                          | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                          | 1     | 1      |
|          |                |                          | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ |                          | 1     | 1      |
|          |                |                          | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ |                          | 2     | 2      |
|          |                |                          | 1,5%  | 1,5%   |
| Σύνολο   |                | 1                        | 129   | 130    |
|          |                | 0,8%                     | 99,2% | 100%   |

**Πίνακας 72: Εισόδημα και κατοχή τηλεόρασης.**

|          |               | Κατοχή τηλεόρασης | Σύνολο |
|----------|---------------|-------------------|--------|
|          |               | Ναι               |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€ | 13                | 13     |
|          |               | 10%               | 10%    |
|          | Από 501-800€  | 9                 | 9      |
|          |               | 6,9%              | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€ | 33                | 33     |
|          |               | 25,4%             | 25,4%  |

|        |                |       |       |
|--------|----------------|-------|-------|
|        | Από 1101-1400€ | 38    | 38    |
|        |                | 29,2% | 29,2% |
|        | Από 1401-1700€ | 10    | 10    |
|        |                | 7,7%  | 7,7%  |
|        | Από 1701-2000€ | 11    | 11    |
|        |                | 8,5%  | 8,5%  |
|        | Από 2001-2300€ | 3     | 3     |
|        |                | 2,3%  | 2,3%  |
|        | Από 2301-2600€ | 2     | 2     |
|        |                | 1,5%  | 1,5%  |
|        | Από 2601-2900€ | 1     | 1     |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 2901-3200€ | 1     | 1     |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 3201-3500€ | 4     | 4     |
|        |                | 3,1%  | 3,1%  |
|        | Από 3501-3800€ | 1     | 1     |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 4301-4600€ | 1     | 1     |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 6401-6700€ | 1     | 1     |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Πάνω από 7101€ | 2     | 2     |
|        |                | 1,5%  | 1,5%  |
| Σύνολο |                | 130   | 130   |
|        |                | 100%  | 100%  |

Πίνακας 73: Εισόδημα και κατοχή στερεοφωνικού συγκροτήματος.

|          |                | Κατοχή στερεοφωνικού συγκροτήματος |       | Σύνολο |
|----------|----------------|------------------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                                | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 2                                  | 11    | 13     |
|          |                | 1,5%                               | 8,5%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   |                                    | 9     | 9      |
|          |                |                                    | 6,9%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 3                                  | 30    | 33     |
|          |                | 2,3%                               | 23,1% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 7                                  | 31    | 38     |
|          |                | 5,4%                               | 23,8% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 2                                  | 8     | 10     |
|          |                | 1,5%                               | 6,2%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 3                                  | 8     | 11     |
|          |                | 2,3%                               | 6,2%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                                    | 3     | 3      |
|          |                |                                    | 2,3%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                                    | 2     | 2      |
|          |                |                                    | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                                    | 1     | 1      |
|          |                |                                    | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                                    | 1     | 1      |
|          |                |                                    | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1                                  | 3     | 4      |
|          |                | 0,8%                               | 2,3%  | 3,1%   |

|        |                |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|------|
|        | Από 3501-3800€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ |       | 2     | 2    |
|        |                |       | 1,5%  | 1,5% |
| Σύνολο |                | 18    | 112   | 130  |
|        |                | 13,8% | 86,2% | 100% |

Πίνακας 74: Εισόδημα και κατοχή συσκευής DVD.

|          |                | Κατοχή συσκευής DVD |       | Σύνολο |
|----------|----------------|---------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                 | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 6                   | 7     | 13     |
|          |                | 4,6%                | 5,4%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 3                   | 6     | 9      |
|          |                | 2,3%                | 4,6%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 4                   | 29    | 33     |
|          |                | 3,1%                | 22,3% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 6                   | 32    | 38     |
|          |                | 4,6%                | 24,6% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 2                   | 8     | 10     |
|          |                | 1,5%                | 6,2%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ |                     | 11    | 11     |
|          |                |                     | 8,5%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                     | 3     | 3      |
|          |                |                     | 2,3%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                     | 2     | 2      |
|          |                |                     | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                     | 1     | 1      |
|          |                |                     | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                     | 1     | 1      |
|          |                |                     | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ |                     | 4     | 4      |
|          |                |                     | 3,1%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                     | 1     | 1      |
|          |                |                     | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                     | 1     | 1      |
|          |                |                     | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ |                     | 1     | 1      |
|          |                |                     | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ |                     | 2     | 2      |
|          |                |                     | 1,5%  | 1,5%   |
| Σύνολο   |                | 21                  | 109   | 130    |
|          |                | 16,2%               | 83,8% | 100%   |

**Πίνακας 75: Εισόδημα και κατοχή φωτογραφικής μηχανής.**

|          |                | Κατοχή φωτογραφικής μηχανής |       | Σύνολο |
|----------|----------------|-----------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                         | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 2                           | 11    | 13     |
|          |                | 1,5%                        | 8,5%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 2                           | 7     | 9      |
|          |                | 1,5%                        | 5,4%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 8                           | 25    | 33     |
|          |                | 6,2%                        | 19,2% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 5                           | 33    | 38     |
|          |                | 3,8%                        | 25,4% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 3                           | 7     | 10     |
|          |                | 2,3%                        | 5,4%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 1                           | 10    | 11     |
|          |                | 0,8%                        | 7,7%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                             | 3     | 3      |
|          |                |                             | 2,3%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                             | 2     | 2      |
|          |                |                             | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                             | 1     | 1      |
|          |                |                             | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1                           |       | 1      |
|          |                | 0,8%                        |       | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1                           | 3     | 4      |
|          |                | 0,8%                        | 2,3%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                             | 1     | 1      |
|          |                |                             | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                             | 1     | 1      |
|          |                |                             | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ |                             | 1     | 1      |
|          |                |                             | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ |                             | 2     | 2      |
|          |                |                             | 1,5%  | 1,5%   |
| Σύνολο   |                | 23                          | 107   | 130    |
|          |                | 17,7%                       | 82,3% | 100%   |

**Πίνακας 76: Εισόδημα και κατοχή βιντεοκάμερας.**

|          |                | Κατοχή βιντεοκάμερας |       | Σύνολο |
|----------|----------------|----------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                  | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 7                    | 6     | 13     |
|          |                | 5,4%                 | 4,6%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 7                    | 2     | 9      |
|          |                | 5,4%                 | 1,5%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 24                   | 9     | 33     |
|          |                | 18,5%                | 6,9%  | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 24                   | 14    | 38     |
|          |                | 18,5%                | 10,8% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 4                    | 6     | 10     |
|          |                | 3,1%                 | 4,6%  | 7,7%   |

|        |                |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|------|
|        | Από 1701-2000€ | 6     | 5     | 11   |
|        |                | 4,6%  | 3,8%  | 8,5% |
|        | Από 2001-2300€ | 1     | 2     | 3    |
|        |                | 0,8%  | 1,5%  | 2,3% |
|        | Από 2301-2600€ |       | 2     | 2    |
|        |                |       | 1,5%  | 1,5% |
|        | Από 2601-2900€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 2901-3200€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 3201-3500€ |       | 4     | 4    |
|        |                |       | 3,1%  | 3,1% |
|        | Από 3501-3800€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ | 1     |       | 1    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ |       | 2     | 2    |
|        |                |       | 1,5%  | 1,5% |
| Σύνολο |                | 74    | 56    | 130  |
|        |                | 56,9% | 43,1% | 100% |

Πίνακας 77: Εισόδημα και κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή.

|          |                | Κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή |       | Σύνολο |
|----------|----------------|--------------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                            | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 3                              | 10    | 13     |
|          |                | 2,3%                           | 7,7%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 2                              | 7     | 9      |
|          |                | 1,5%                           | 5,4%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 10                             | 23    | 33     |
|          |                | 7,7%                           | 17,7% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 9                              | 29    | 38     |
|          |                | 6,9%                           | 22,3% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 3                              | 7     | 10     |
|          |                | 2,3%                           | 5,4%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 1                              | 10    | 11     |
|          |                | 0,8%                           | 7,7%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 1                              | 2     | 3      |
|          |                | 0,8%                           | 1,5%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                                | 2     | 2      |
|          |                |                                | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1                              |       | 1      |
|          |                | 0,8%                           |       | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                                | 1     | 1      |
|          |                |                                | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ |                                | 4     | 4      |
|          |                |                                | 3,1%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                                | 1     | 1      |
|          |                |                                | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                                | 1     | 1      |
|          |                |                                | 0,8%  | 0,8%   |

|        |                |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|------|
|        | Από 6401-6700€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ |       | 2     | 2    |
|        |                |       | 1,5%  | 1,5% |
| Σύνολο |                | 30    | 100   | 130  |
|        |                | 23,1% | 76,9% | 100% |

Πίνακας 78: Εισόδημα και κατοχή συσκευής βίντεο.

|          |                | Κατοχή συσκευής βίντεο |       | Σύνολο |
|----------|----------------|------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                    | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 10                     | 3     | 13     |
|          |                | 7,7%                   | 2,3%  | 10,0%  |
|          | Από 501-800€   | 3                      | 6     | 9      |
|          |                | 2,3%                   | 4,6%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 18                     | 15    | 33     |
|          |                | 13,8%                  | 11,5% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 18                     | 20    | 38     |
|          |                | 13,8%                  | 15,4% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 3                      | 7     | 10     |
|          |                | 2,3%                   | 5,4%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 4                      | 7     | 11     |
|          |                | 3,1%                   | 5,4%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 1                      | 2     | 3      |
|          |                | 0,8%                   | 1,5%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                        | 2     | 2      |
|          |                |                        | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1                      |       | 1      |
|          |                | 0,8%                   |       | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                        | 1     | 1      |
|          |                |                        | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 2                      | 2     | 4      |
|          |                | 1,5%                   | 1,5%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                        | 1     | 1      |
|          |                |                        | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                        | 1     | 1      |
|          |                |                        | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ | 1                      |       | 1      |
|          |                | 0,8%                   |       | 0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ |                        | 2     | 2      |
|          |                |                        | 1,5%  | 1,5%   |
| Σύνολο   |                | 61                     | 69    | 130    |
|          |                | 46,9%                  | 53,1% | 100%   |

**Πίνακας 79: Εισόδημα και κατοχή αυτοκινήτου.**

|          |                | Κατοχή αυτοκινήτου |       | Σύνολο |
|----------|----------------|--------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 2                  | 11    | 13     |
|          |                | 1,5%               | 8,5%  | 10,0%  |
|          | Από 501-800€   | 2                  | 7     | 9      |
|          |                | 1,5%               | 5,4%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 12                 | 21    | 33     |
|          |                | 9,2%               | 16,2% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 7                  | 31    | 38     |
|          |                | 5,4%               | 23,8% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 2                  | 8     | 10     |
|          |                | 1,5%               | 6,2%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 1                  | 10    | 11     |
|          |                | 0,8%               | 7,7%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 1                  | 2     | 3      |
|          |                | 0,8%               | 1,5%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                    | 2     | 2      |
|          |                |                    | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                    | 1     | 1      |
|          |                |                    | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                    | 1     | 1      |
|          |                |                    | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ |                    | 4     | 4      |
|          |                |                    | 3,1%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                    | 1     | 1      |
|          |                |                    | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                    | 1     | 1      |
|          |                |                    | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ |                    | 1     | 1      |
|          |                |                    | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ |                    | 2     | 2      |
|          |                |                    | 1,5%  | 1,5%   |
| Σύνολο   |                | 27                 | 103   | 130    |
|          |                | 20,8%              | 79,2% | 100%   |

**Πίνακας 80: Εισόδημα και κατοχή μοτοσικλέτας.**

|          |                | Κατοχή μοτοσικλέτας |      | Σύνολο |
|----------|----------------|---------------------|------|--------|
|          |                | Όχι                 | Ναι  |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 9                   | 4    | 13     |
|          |                | 6,9%                | 3,1% | 10,0%  |
|          | Από 501-800€   | 8                   | 1    | 9      |
|          |                | 6,2%                | 0,8% | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 29                  | 4    | 33     |
|          |                | 22,3%               | 3,1% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 27                  | 11   | 38     |
|          |                | 20,8%               | 8,5% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 8                   | 2    | 10     |
|          |                | 6,2%                | 1,5% | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 9                   | 2    | 11     |

|        |                |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|------|
|        |                | 6,9%  | 1,5%  | 8,5% |
|        | Από 2001-2300€ | 3     |       | 3    |
|        |                | 2,3%  |       | 2,3% |
|        | Από 2301-2600€ | 2     |       | 2    |
|        |                | 1,5%  |       | 1,5% |
|        | Από 2601-2900€ | 1     |       | 1    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Από 2901-3200€ | 1     |       | 1    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Από 3201-3500€ | 3     | 1     | 4    |
|        |                | 2,3%  | 0,8%  | 3,1% |
|        | Από 3501-3800€ | 1     |       | 1    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ | 1     |       | 1    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ |       | 2     | 2    |
|        |                |       | 1,5%  | 1,5% |
| Σύνολο |                | 102   | 28    | 130  |
|        |                | 78,5% | 21,5% | 100% |

Πίνακας 81: Εισόδημα και κατοχή μηχανής του γκαζόν.

|          |                | Κατοχή μηχανής του γκαζόν |      | Σύνολο |
|----------|----------------|---------------------------|------|--------|
|          |                | Όχι                       | Ναι  |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 11                        | 2    | 13     |
|          |                | 8,5%                      | 1,5% | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 9                         |      | 9      |
|          |                | 6,9%                      |      | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 32                        | 1    | 33     |
|          |                | 24,6%                     | 0,8% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 35                        | 3    | 38     |
|          |                | 26,9%                     | 2,3% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 9                         | 1    | 10     |
|          |                | 6,9%                      | 0,8% | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 8                         | 3    | 11     |
|          |                | 6,2%                      | 2,3% | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 3                         |      | 3      |
|          |                | 2,3%                      |      | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ | 2                         |      | 2      |
|          |                | 1,5%                      |      | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1                         |      | 1      |
|          |                | 0,8%                      |      | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1                         |      | 1      |
|          |                | 0,8%                      |      | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1                         | 3    | 4      |
|          |                | 0,8%                      | 2,3% | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ | 1                         |      | 1      |
|          |                | 0,8%                      |      | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ | 1                         |      | 1      |
|          |                | 0,8%                      |      | 0,8%   |



|        |                |      |     |      |
|--------|----------------|------|-----|------|
|        | Από 6401-6700€ | 1    |     | 1    |
|        |                | 0,8% |     | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ | 2    |     | 2    |
|        |                | 1,5% |     | 1,5% |
| Σύνολο |                | 117  | 13  | 130  |
|        |                | 90%  | 10% | 100% |

**Πίνακας Διπλής Εισόδου 82:** Εισόδημα και κατοχή πισίνας.

|          |                | Κατοχή πισίνας |      | Σύνολο |
|----------|----------------|----------------|------|--------|
|          |                | Όχι            | Ναι  |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 13             |      | 13     |
|          |                | 10%            |      | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 9              |      | 9      |
|          |                | 6,9%           |      | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 33             |      | 33     |
|          |                | 25,4%          |      | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 37             | 1    | 38     |
|          |                | 28,5%          | 0,8% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 10             |      | 10     |
|          |                | 7,7%           |      | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 10             | 1    | 11     |
|          |                | 7,7%           | 0,8% | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 3              |      | 3      |
|          |                | 2,3%           |      | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ | 2              |      | 2      |
|          |                | 1,5%           |      | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1              |      | 1      |
|          |                | 0,8%           |      | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1              |      | 1      |
|          |                | 0,8%           |      | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 3              | 1    | 4      |
|          |                | 2,3%           | 0,8% | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                | 1    | 1      |
|          |                |                | 0,8% | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                | 1    | 1      |
|          |                |                | 0,8% | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ | 1              |      | 1      |
|          |                | 0,8%           |      | 0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ | 1              | 1    | 2      |
|          |                | 0,8%           | 0,8% | 1,5%   |
| Σύνολο   |                | 124            | 6    | 130    |
|          |                | 95,4%          | 4,6% | 100%   |

**Πίνακας 83:** Εισόδημα και τρόπος πληρωμής με μετρητά.

|          |               | Τρόπος πληρωμής με μετρητά |      | Σύνολο |
|----------|---------------|----------------------------|------|--------|
|          |               | Όχι                        | Ναι  |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€ | 1                          | 12   | 13     |
|          |               | 0,8%                       | 9,2% | 10,0%  |
|          | Από 501-800€  | 2                          | 7    | 9      |

|        |                |      |       |       |
|--------|----------------|------|-------|-------|
|        |                | 1,5% | 5,4%  | 6,9%  |
|        | Από 801-1100€  | 8    | 25    | 33    |
|        |                | 6,2% | 19,2% | 25,4% |
|        | Από 1101-1400€ | 7    | 31    | 38    |
|        |                | 5,4% | 23,8% | 29,2% |
|        | Από 1401-1700€ | 2    | 8     | 10    |
|        |                | 1,5% | 6,2%  | 7,7%  |
|        | Από 1701-2000€ | 4    | 7     | 11    |
|        |                | 3,1% | 5,4%  | 8,5%  |
|        | Από 2001-2300€ | 1    | 2     | 3     |
|        |                | 0,8% | 1,5%  | 2,3%  |
|        | Από 2301-2600€ |      | 2     | 2     |
|        |                |      | 1,5%  | 1,5%  |
|        | Από 2601-2900€ |      | 1     | 1     |
|        |                |      | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 2901-3200€ | 1    |       | 1     |
|        |                | 0,8% |       | 0,8%  |
|        | Από 3201-3500€ |      | 4     | 4     |
|        |                |      | 3,1%  | 3,1%  |
|        | Από 3501-3800€ |      | 1     | 1     |
|        |                |      | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 4301-4600€ |      | 1     | 1     |
|        |                |      | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Από 6401-6700€ |      | 1     | 1     |
|        |                |      | 0,8%  | 0,8%  |
|        | Πάνω από 7101€ |      | 2     | 2     |
|        |                |      | 1,5%  | 1,5%  |
| Σύνολο |                | 26   | 104   | 130   |
|        |                | 20%  | 80%   | 100%  |

Πίνακας 84: Εισόδημα και τρόπος πληρωμής με επιταγές.

|          |                | Τρόπος πληρωμής με επιταγές |      | Σύνολο |
|----------|----------------|-----------------------------|------|--------|
|          |                | Όχι                         | Ναι  |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 12                          | 1    | 13     |
|          |                | 9,2%                        | 0,8% | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 9                           |      | 9      |
|          |                | 6,9%                        |      | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 32                          | 1    | 33     |
|          |                | 24,6%                       | 0,8% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 36                          | 2    | 38     |
|          |                | 27,7%                       | 1,5% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 10                          |      | 10     |
|          |                | 7,7%                        |      | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 11                          |      | 11     |
|          |                | 8,5%                        |      | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 3                           |      | 3      |
|          |                | 2,3%                        |      | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ | 2                           |      | 2      |
|          |                | 1,5%                        |      | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1                           |      | 1      |

|        |                |       |      |      |
|--------|----------------|-------|------|------|
|        |                | 0,8%  |      | 0,8% |
|        | Από 2901-3200€ | 1     |      | 1    |
|        |                | 0,8%  |      | 0,8% |
|        | Από 3201-3500€ | 4     |      | 4    |
|        |                | 3,1%  |      | 3,1% |
|        | Από 3501-3800€ | 1     |      | 1    |
|        |                | 0,8%  |      | 0,8% |
|        | Από 4301-4600€ | 1     |      | 1    |
|        |                | 0,8%  |      | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       | 1    | 1    |
|        |                |       | 0,8% | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ | 1     | 1    | 2    |
|        |                | 0,8%  | 0,8% | 1,5% |
| Σύνολο |                | 124   | 6    | 130  |
|        |                | 95,4% | 4,6% | 100% |

Πίνακας 85:Εισόδημα και τρόπος πληρωμής με πιστωτικές κάρτες.

|          |                | Τρόπος πληρωμής με πιστωτικές κάρτες |       | Σύνολο |
|----------|----------------|--------------------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                                  | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 11                                   | 2     | 13     |
|          |                | 8,5%                                 | 1,5%  | 10,0%  |
|          | Από 501-800€   | 7                                    | 2     | 9      |
|          |                | 5,4%                                 | 1,5%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 27                                   | 6     | 33     |
|          |                | 20,8%                                | 4,6%  | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 34                                   | 4     | 38     |
|          |                | 26,2%                                | 3,1%  | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 10                                   |       | 10     |
|          |                | 7,7%                                 |       | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 7                                    | 4     | 11     |
|          |                | 5,4%                                 | 3,1%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 2                                    | 1     | 3      |
|          |                | 1,5%                                 | 0,8%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ | 1                                    | 1     | 2      |
|          |                | 0,8%                                 | 0,8%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1                                    |       | 1      |
|          |                | 0,8%                                 |       | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                                      | 1     | 1      |
|          |                |                                      | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 3                                    | 1     | 4      |
|          |                | 2,3%                                 | 0,8%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ | 1                                    |       | 1      |
|          |                | 0,8%                                 |       | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                                      | 1     | 1      |
|          |                |                                      | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ | 1                                    |       | 1      |
|          |                | 0,8%                                 |       | 0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ | 1                                    | 1     | 2      |
|          |                | 0,8%                                 | 0,8%  | 1,5%   |
| Σύνολο   |                | 106                                  | 24    | 130    |
|          |                | 81,5%                                | 18,5% | 100%   |

Πίνακας 86: Εισόδημα και τρόπος πληρωμής με δόσεις.

|          |                | Τρόπος πληρωμής με δόσεις |       | Σύνολο |
|----------|----------------|---------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                       | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 7                         | 6     | 13     |
|          |                | 5,4%                      | 4,6%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 5                         | 4     | 9      |
|          |                | 3,8%                      | 3,1%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 17                        | 16    | 33     |
|          |                | 13,1%                     | 12,3% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 18                        | 20    | 38     |
|          |                | 13,8%                     | 15,4% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 2                         | 8     | 10     |
|          |                | 1,5%                      | 6,2%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 2                         | 9     | 11     |
|          |                | 1,5%                      | 6,9%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 2                         | 1     | 3      |
|          |                | 1,5%                      | 0,8%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                           | 2     | 2      |
|          |                |                           | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1                         |       | 1      |
|          |                | 0,8%                      |       | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1                         |       | 1      |
|          |                | 0,8%                      |       | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 2                         | 2     | 4      |
|          |                | 1,5%                      | 1,5%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ | 1                         |       | 1      |
|          |                | 0,8%                      |       | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                           | 1     | 1      |
|          |                |                           | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ |                           | 1     | 1      |
|          |                |                           | 0,8%  | 0,8%   |
|          | 24             | 2                         |       | 2      |
|          |                | 1,5%                      |       | 1,5%   |
| Σύνολο   |                | 60                        | 70    | 130    |
|          |                | 46,2%                     | 53,8% | 100%   |

Πίνακας 87: Εισόδημα και τρόπος πληρωμής με μετρητά και δόσεις.

|          |                | Τρόπος πληρωμής με μετρητά και δόσεις |      | Σύνολο |
|----------|----------------|---------------------------------------|------|--------|
|          |                | Όχι                                   | Ναι  |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 7                                     | 6    | 13     |
|          |                | 5,4%                                  | 4,6% | 10,0%  |
|          | Από 501-800€   | 4                                     | 5    | 9      |
|          |                | 3,1%                                  | 3,8% | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 23                                    | 10   | 33     |
|          |                | 17,7%                                 | 7,7% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 26                                    | 12   | 38     |
|          |                | 20,0%                                 | 9,2% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 6                                     | 4    | 10     |
|          |                | 4,6%                                  | 3,1% | 7,7%   |

|        |                |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|------|
|        | Από 1701-2000€ | 7     | 4     | 11   |
|        |                | 5,4%  | 3,1%  | 8,5% |
|        | Από 2001-2300€ | 1     | 2     | 3    |
|        |                | 0,8%  | 1,5%  | 2,3% |
|        | Από 2301-2600€ | 1     | 1     | 2    |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  | 1,5% |
|        | Από 2601-2900€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 2901-3200€ | 1     |       | 1    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Από 3201-3500€ | 2     | 2     | 4    |
|        |                | 1,5%  | 1,5%  | 3,1% |
|        | Από 3501-3800€ | 1     |       | 1    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Από 4301-4600€ | 1     |       | 1    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ | 1     |       | 1    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ | 2     |       | 2    |
|        |                | 1,5%  |       | 1,5% |
| Σύνολο |                | 83    | 47    | 130  |
|        |                | 63,8% | 36,2% | 100% |

Πίνακας 88:Εισόδημα και τρόπος πληρωμής με δάνεια.

|          |                | Τρόπος πληρωμής με δάνεια |      | Σύνολο |
|----------|----------------|---------------------------|------|--------|
|          |                | Όχι                       | Ναι  |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 12                        | 1    | 13     |
|          |                | 9,2%                      | 0,8% | 10,0%  |
|          | Από 501-800€   | 9                         |      | 9      |
|          |                | 6,9%                      |      | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 31                        | 2    | 33     |
|          |                | 23,8%                     | 1,5% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 31                        | 7    | 38     |
|          |                | 23,8%                     | 5,4% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 10                        |      | 10     |
|          |                | 7,7%                      |      | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 10                        | 1    | 11     |
|          |                | 7,7%                      | 0,8% | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 2                         | 1    | 3      |
|          |                | 1,5%                      | 0,8% | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ | 1                         | 1    | 2      |
|          |                | 0,8%                      | 0,8% | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ | 1                         |      | 1      |
|          |                | 0,8%                      |      | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1                         |      | 1      |
|          |                | 0,8%                      |      | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 4                         |      | 4      |
|          |                | 3,1%                      |      | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ | 1                         |      | 1      |
|          |                | 0,8%                      |      | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ | 1                         |      | 1      |
|          |                | 0,8%                      |      | 0,8%   |

|        |                |      |     |      |
|--------|----------------|------|-----|------|
|        | Από 6401-6700€ | 1    |     | 1    |
|        |                | 0,8% |     | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ | 2    |     | 2    |
|        |                | 1,5% |     | 1,5% |
| Σύνολο |                | 117  | 13  | 130  |
|        |                | 90%  | 10% | 100% |

Πίνακας 89: Οικογενειακή κατάσταση και συνοικιακά καταστήματα ηλεκτρικών ειδών.

|                        |                            | Συνοικιακά καταστήματα ηλεκτρικών ειδών |       | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|-----------------------------------------|-------|--------|
|                        |                            | Όχι                                     | Ναι   |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 40                                      | 7     | 47     |
|                        |                            | 30,8%                                   | 5,4%  | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 3                                       | 2     | 5      |
|                        |                            | 2,3%                                    | 1,5%  | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 50                                      | 11    | 61     |
|                        |                            | 38,5%                                   | 8,5%  | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1                                       |       | 1      |
|                        |                            | 0,8%                                    |       | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 5                                       | 2     | 7      |
|                        |                            | 3,8%                                    | 1,5%  | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                                         | 1     | 1      |
|                        |                            |                                         | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                                         | 1     | 1      |
|                        |                            |                                         | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 4                                       | 3     | 7      |
|                        |                            | 3,1%                                    | 2,3%  | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 103                                     | 27    | 130    |
|                        |                            | 79,2%                                   | 20,8% | 100%   |

Πίνακας 90: Οικογενειακή κατάσταση και συνοικιακά εμπορικά καταστήματα.

|                        |                            | Συνοικιακά εμπορικά καταστήματα |      | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|---------------------------------|------|--------|
|                        |                            | Όχι                             | Ναι  |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 42                              | 5    | 47     |
|                        |                            | 32,3%                           | 3,8% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5                               |      | 5      |
|                        |                            | 3,8%                            |      | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 58                              | 3    | 61     |
|                        |                            | 44,6%                           | 2,3% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1                               |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                            |      | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 6                               | 1    | 7      |
|                        |                            | 4,6%                            | 0,8% | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1                               |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                            |      | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1                               |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                            |      | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 7                               |      | 7      |
|                        |                            | 5,4%                            |      | 5,4%   |

|        |  |       |      |      |
|--------|--|-------|------|------|
| Σύνολο |  | 121   | 9    | 130  |
|        |  | 93,1% | 6,9% | 100% |

**Πίνακας 91: Οικογενειακή κατάσταση και μεγάλα εμπορικά καταστήματα.**

|                        |                            | Μεγάλα εμπορικά καταστήματα |       | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------|--------|
|                        |                            | Όχι                         | Ναι   |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 36                          | 11    | 47     |
|                        |                            | 27,7%                       | 8,5%  | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5                           |       | 5      |
|                        |                            | 3,8%                        |       | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 45                          | 16    | 61     |
|                        |                            | 34,6%                       | 12,3% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1                           |       | 1      |
|                        |                            | 0,8%                        |       | ,8%    |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 6                           | 1     | 7      |
|                        |                            | 4,6%                        | 0,8%  | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1                           |       | 1      |
|                        |                            | 0,8%                        |       | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1                           |       | 1      |
|                        |                            | 0,8%                        |       | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 7                           |       | 7      |
|                        |                            | 5,4%                        |       | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 102                         | 28    | 130    |
|                        |                            | 78,5%                       | 21,5% | 100%   |

**Πίνακας 92: Οικογενειακή κατάσταση και αλυσίδα ηλεκτρικών ειδών.**

|                        |                            | Αλυσίδα ηλεκτρικών ειδών |       | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|--------------------------|-------|--------|
|                        |                            | Όχι                      | Ναι   |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 15                       | 32    | 47     |
|                        |                            | 11,5%                    | 24,6% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2                        | 3     | 5      |
|                        |                            | 1,5%                     | 2,3%  | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 16                       | 45    | 61     |
|                        |                            | 12,3%                    | 34,6% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                          | 1     | 1      |
|                        |                            |                          | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3                        | 4     | 7      |
|                        |                            | 2,3%                     | 3,1%  | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1                        |       | 1      |
|                        |                            | 0,8%                     |       | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1                        |       | 1      |
|                        |                            | 0,8%                     |       | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 3                        | 4     | 7      |
|                        |                            | 2,3%                     | 3,1%  | 5,4%   |

|        |  |       |       |      |
|--------|--|-------|-------|------|
| Σύνολο |  | 41    | 89    | 130  |
|        |  | 31,5% | 68,5% | 100% |

Πίνακας 93: Οικογενειακή κατάσταση και μεγάλα σούπερ-μάρκετ.

|                        |                            | Μεγάλα σούπερ-μάρκετ |      | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|----------------------|------|--------|
|                        |                            | Όχι                  | Ναι  |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 36                   | 11   | 47     |
|                        |                            | 27,7%                | 8,5% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5                    |      | 5      |
|                        |                            | 3,8%                 |      | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 52                   | 9    | 61     |
|                        |                            | 40%                  | 6,9% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1                    |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                 |      | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3                    | 4    | 7      |
|                        |                            | 2,3%                 | 3,1% | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1                    |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                 |      | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1                    |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                 |      | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 5                    | 2    | 7      |
|                        |                            | 3,8%                 | 1,5% | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 104                  | 26   | 130    |
|                        |                            | 80%                  | 20%  | 100%   |

Πίνακας 94: Οικογενειακή κατάσταση και ενημέρωση για διαρκή αγαθά από ράδιο.

|                        |                            | Ενημέρωση για διαρκή αγαθά από ράδιο |      | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|--------------------------------------|------|--------|
|                        |                            | Όχι                                  | Ναι  |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 40                                   | 7    | 47     |
|                        |                            | 30,8%                                | 5,4% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5                                    |      | 5      |
|                        |                            | 3,8%                                 |      | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 55                                   | 6    | 61     |
|                        |                            | 42,3%                                | 4,6% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                                      | 1    | 1      |
|                        |                            |                                      | 0,8% | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 4                                    | 3    | 7      |
|                        |                            | 3,1%                                 | 2,3% | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1                                    |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                                 |      | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1                                    |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                                 |      | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 7                                    |      | 7      |



|        |  |       |       |      |
|--------|--|-------|-------|------|
|        |  | 5,4%  |       | 5,4% |
| Σύνολο |  | 113   | 17    | 130  |
|        |  | 86,9% | 13,1% | 100% |

**Πίνακας 95: Οικογενειακή κατάσταση και ενημέρωση για διαρκή αγαθά από τηλεόραση.**

|                        |                            | Ενημέρωση για διαρκή αγαθά από τηλεόραση |       | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|------------------------------------------|-------|--------|
|                        |                            | Όχι                                      | Ναι   |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 16                                       | 31    | 47     |
|                        |                            | 12,3%                                    | 23,8% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 3                                        | 2     | 5      |
|                        |                            | 2,3%                                     | 1,5%  | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 24                                       | 37    | 61     |
|                        |                            | 18,5%                                    | 28,5% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                                          | 1     | 1      |
|                        |                            |                                          | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |                                          | 7     | 7      |
|                        |                            |                                          | 5,4%  | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1                                        |       | 1      |
|                        |                            | 0,8%                                     |       | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1                                        |       | 1      |
|                        |                            | 0,8%                                     |       | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 5                                        | 2     | 7      |
|                        |                            | 3,8%                                     | 1,5%  | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 50                                       | 80    | 130    |
|                        |                            | 38,5%                                    | 61,5% | 100%   |

**Πίνακας 96: Οικογενειακή κατάσταση και ενημέρωση για διαρκή αγαθά από πινακίδες.**

|                        |                            | Ενημέρωση για διαρκή αγαθά από πινακίδες |      | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|------------------------------------------|------|--------|
|                        |                            | Όχι                                      | Ναι  |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 43                                       | 4    | 47     |
|                        |                            | 33,1%                                    | 3,1% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5                                        |      | 5      |
|                        |                            | 3,8%                                     |      | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 57                                       | 4    | 61     |
|                        |                            | 43,8%                                    | 3,1% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1                                        |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                                     |      | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7                                        |      | 7      |
|                        |                            | 5,4%                                     |      | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1                                        |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                                     |      | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1                                        |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                                     |      | 0,8%   |

|        |                   |       |      |      |
|--------|-------------------|-------|------|------|
|        | Ελεύθερη συμβίωση | 7     |      | 7    |
|        |                   | 5,4%  |      | 5,4% |
| Σύνολο |                   | 122   | 8    | 130  |
|        |                   | 93,8% | 6,2% | 100% |

**Πίνακας 97: Οικογενειακή κατάσταση και ενημέρωση για διαρκή αγαθά από εφημερίδες/ περιοδικά.**

|                        |                            | Ενημέρωση για διαρκή αγαθά από εφημερίδες/ περιοδικά |       | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------|-------|--------|
|                        |                            | Όχι                                                  | Ναι   |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 21                                                   | 26    | 47     |
|                        |                            | 16,2%                                                | 20%   | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 2                                                    | 3     | 5      |
|                        |                            | 1,5%                                                 | 2,3%  | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 22                                                   | 39    | 61     |
|                        |                            | 16,9%                                                | 30%   | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                                                      | 1     | 1      |
|                        |                            |                                                      | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3                                                    | 4     | 7      |
|                        |                            | 2,3%                                                 | 3,1%  | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                                                      | 1     | 1      |
|                        |                            |                                                      | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                                                      | 1     | 1      |
|                        |                            |                                                      | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 2                                                    | 5     | 7      |
|                        |                            | 1,5%                                                 | 3,8%  | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 50                                                   | 80    | 130    |
|                        |                            | 38,5%                                                | 61,5% | 100%   |

**Πίνακας 98: Οικογενειακή κατάσταση και ενημέρωση για διαρκή αγαθά από φέιγ βολάν.**

|                        |                            | Ενημέρωση για διαρκή αγαθά από φέιγ βολάν |      | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|-------------------------------------------|------|--------|
|                        |                            | Όχι                                       | Ναι  |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 35                                        | 12   | 47     |
|                        |                            | 26,9%                                     | 9,2% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5                                         |      | 5      |
|                        |                            | 3,8%                                      |      | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 56                                        | 5    | 61     |
|                        |                            | 43,1%                                     | 3,8% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1                                         |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                                      |      | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 6                                         | 1    | 7      |
|                        |                            | 4,6%                                      | 0,8% | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1                                         |      | 1      |

|        |                      |       |       |      |
|--------|----------------------|-------|-------|------|
|        |                      | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Εν διαστάσει         | 1     |       | 1    |
|        |                      | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Ελεύθερη<br>συμβίωση | 6     | 1     | 7    |
|        |                      | 4,6%  | 0,8%  | 5,4% |
| Σύνολο |                      | 111   | 19    | 130  |
|        |                      | 85,4% | 14,6% | 100% |

**Πίνακας 100: Οικογενειακή κατάσταση και ενημέρωση για διαρκή αγαθά από φίλους/συγγενείς.**

|                           |                               | Ενημέρωση για διαρκή αγαθά από φίλους/<br>συγγενείς |       | Σύνολο |
|---------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------|-------|--------|
|                           |                               | Όχι                                                 | Ναι   |        |
| Οικογενειακή<br>κατάσταση | Άγαμος, -η                    | 21                                                  | 26    | 47     |
|                           |                               | 16,2%                                               | 20%   | 36,2%  |
|                           | Έγγαμος, -η                   | 3                                                   | 2     | 5      |
|                           |                               | 2,3%                                                | 1,5%  | 3,8%   |
|                           | Έγγαμος, -η με<br>παιδιά      | 30                                                  | 31    | 61     |
|                           |                               | 23,1%                                               | 23,8% | 46,9%  |
|                           | Διαζευγμένος, -η              | 1                                                   |       | 1      |
|                           |                               | 0,8%                                                |       | 0,8%   |
|                           | Διαζευγμένος, -η<br>με παιδιά | 7                                                   |       | 7      |
|                           |                               | 5,4%                                                |       | 5,4%   |
|                           | Χήρος, -α                     | 1                                                   |       | 1      |
|                           |                               | 0,8%                                                |       | 0,8%   |
|                           | Εν διαστάσει                  | 1                                                   |       | 1      |
|                           |                               | 0,8%                                                |       | 0,8%   |
|                           | Ελεύθερη<br>συμβίωση          | 2                                                   | 5     | 7      |
|                           |                               | 1,5%                                                | 3,8%  | 5,4%   |
| Σύνολο                    |                               | 66                                                  | 64    | 130    |
|                           |                               | 50,8%                                               | 49,2% | 100%   |

**Πίνακας 101: Οικογενειακή κατάσταση και αναγκαιότητα πλυντηρίου πιάτων.**

|                           |                          | Αναγκαιότητα πλυντηρίου πιάτων |      |       |       |      | Σύνολο |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------------|------|-------|-------|------|--------|
|                           |                          | 0                              | 1    | 2     | 3     | 4    |        |
| Οικογενειακή<br>κατάσταση | Άγαμος, -η               | 4                              | 13   | 14    | 12    | 4    | 47     |
|                           |                          | 3,1%                           | 10%  | 10,8% | 9,2%  | 3,1% | 36,2%  |
|                           | Έγγαμος, -η              | 1                              |      | 2     |       | 2    | 5      |
|                           |                          | 0,8%                           |      | 1,5%  |       | 1,5% | 3,8%   |
|                           | Έγγαμος, -η με<br>παιδιά | 3                              | 8    | 21    | 18    | 11   | 61     |
|                           |                          | 2,3%                           | 6,2% | 16,2% | 13,8% | 8,5% | 46,9%  |
|                           | Διαζευγμένος, -η         |                                |      | 1     |       |      | 1      |
|                           |                          |                                |      | 0,8%  |       |      | 0,8%   |

|        |                            |      |       |       |       |       |      |
|--------|----------------------------|------|-------|-------|-------|-------|------|
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 1    | 2     | 1     | 1     | 2     | 7    |
|        |                            | 0,8% | 1,5%  | 0,8%  | 0,8%  | 1,5%  | 5,4% |
|        | Χήρος, -α                  |      |       |       |       | 1     | 1    |
|        |                            |      |       |       |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Εν διαστάσει               |      | 1     |       |       |       | 1    |
|        |                            |      | 0,8%  |       |       |       | 0,8% |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          | 1    | 1     | 3     | 2     |       | 7    |
|        |                            | 0,8% | 0,8%  | 2,3%  | 1,5%  |       | 5,4% |
| Σύνολο |                            | 10   | 25    | 42    | 33    | 20    | 130  |
|        |                            | 7,7% | 19,2% | 32,3% | 25,4% | 15,4% | 100% |

Πίνακας 102: Οικογενειακή κατάσταση και αναγκαιότητα πλυντηρίου ρούχων.

|                        |                            | Αναγκαιότητα πλυντηρίου ρούχων |       |       | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|--------------------------------|-------|-------|--------|
|                        |                            | 1                              | 3     | 4     |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 |                                | 8     | 39    | 47     |
|                        |                            |                                | 6,2%  | 30%   | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                |                                | 1     | 4     | 5      |
|                        |                            |                                | 0,8%  | 3,1%  | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 1                              | 13    | 47    | 61     |
|                        |                            | 0,8%                           | 10%   | 36,2% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                                |       | 1     | 1      |
|                        |                            |                                |       | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |                                | 1     | 6     | 7      |
|                        |                            |                                | 0,8%  | 4,6%  | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                                |       | 1     | 1      |
|                        |                            |                                |       | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                                |       | 1     | 1      |
|                        |                            |                                |       | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          |                                | 3     | 4     | 7      |
|                        |                            |                                | 2,3%  | 3,1%  | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 1                              | 26    | 103   | 130    |
|                        |                            | ,8%                            | 20,0% | 79,2% | 100%   |

Πίνακας 103: Οικογενειακή κατάσταση και αναγκαιότητα κουζίνας και φούρνου μικροκυμάτων.

|                        |                            | Αναγκαιότητα κουζίνας και φούρνου μικροκυμάτων |      |      |       |       | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|------------------------------------------------|------|------|-------|-------|--------|
|                        |                            | 0                                              | 1    | 2    | 3     | 4     |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 1                                              |      | 3    | 12    | 31    | 47     |
|                        |                            | 8,8%                                           |      | 2,3% | 9,2%  | 23,8% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                |                                                |      |      | 3     | 2     | 5      |
|                        |                            |                                                |      |      | 2,3%  | 1,5%  | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 1                                              | 1    | 3    | 14    | 42    | 61     |
|                        |                            | 8,8%                                           | 8,8% | 2,3% | 10,8% | 32,3% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                                                |      |      |       | 1     | 1      |
|                        |                            |                                                |      |      |       | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |                                                |      |      | 3     | 4     | 7      |

|        |                   |      |      |      |       |       |      |
|--------|-------------------|------|------|------|-------|-------|------|
|        |                   |      |      |      | 2,3%  | 3,1%  | 5,4% |
|        | Χήρος, -α         |      |      |      |       | 1     | 1    |
|        |                   |      |      |      |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Εν διαστάσει      |      |      |      | 1     |       | 1    |
|        |                   |      |      |      | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Ελεύθερη συμβίωση |      |      | 1    | 2     | 4     | 7    |
|        |                   |      |      | 0,8% | 1,5%  | 3,1%  | 5,4% |
| Σύνολο |                   | 2    | 1    | 7    | 35    | 85    | 130  |
|        |                   | 1,5% | 0,8% | 5,4% | 26,9% | 65,4% | 100% |

**Πίνακας 104: Οικογενειακή κατάσταση και αναγκαιότητα συσκευής DVD, ηχοσυστήματος και φωτογραφικής μηχανής.**

|                        |                            | Αναγκαιότητα συσκευής DVD, ηχοσυστήματος και φωτογραφικής μηχανής |       |       |       |      | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|------|--------|
|                        |                            | 0                                                                 | 1     | 2     | 3     | 4    |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 1                                                                 | 8     | 18    | 15    | 5    | 47     |
|                        |                            | 0,8%                                                              | 6,2%  | 13,8% | 11,5% | 3,8% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                |                                                                   |       | 2     | 3     |      | 5      |
|                        |                            |                                                                   |       | 1,5%  | 2,3%  |      | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 2                                                                 | 11    | 22    | 24    | 2    | 61     |
|                        |                            | 1,5%                                                              | 8,5%  | 16,9% | 18,5% | 1,5% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                                                                   |       | 1     |       |      | 1      |
|                        |                            |                                                                   |       | 0,8%  |       |      | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |                                                                   | 1     | 5     | 1     |      | 7      |
|                        |                            |                                                                   | 0,8%  | 3,8%  | 0,8%  |      | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                                                                   |       |       |       | 1    | 1      |
|                        |                            |                                                                   |       |       |       | 0,8% | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                                                                   |       |       | 1     |      | 1      |
|                        |                            |                                                                   |       |       | 0,8%  |      | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          |                                                                   |       | 1     | 6     |      | 7      |
|                        |                            |                                                                   |       | 0,8%  | 4,6%  |      | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 3                                                                 | 20    | 49    | 50    | 8    | 130    |
|                        |                            | 2,3%                                                              | 15,4% | 37,7% | 38,5% | 6,2% | 100%   |

**Πίνακας 105: Οικογενειακή κατάσταση και αναγκαιότητα διασκέδασης/ εξόδου με φαγητό, τουλάχιστον μια φορά το μήνα (σινεμά, θέατρο).**

|                        |                       | Αναγκαιότητα διασκέδασης/ εξόδου με φαγητό, τουλάχιστον μια φορά το μήνα (σινεμά, θέατρο) |      |      |       |       | Σύνολο |
|------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|-------|-------|--------|
|                        |                       | 0                                                                                         | 1    | 2    | 3     | 4     |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η            |                                                                                           | 2    | 7    | 21    | 17    | 47     |
|                        |                       |                                                                                           | 1,5% | 5,4% | 16,2% | 13,1% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η           |                                                                                           | 1    |      | 1     | 3     | 5      |
|                        |                       |                                                                                           | 0,8% |      | 0,8%  | 2,3%  | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά | 2                                                                                         | 5    | 12   | 24    | 18    | 61     |
|                        |                       | 1,5%                                                                                      | 3,8% | 9,2% | 18,5% | 13,8% | 46,9%  |

|        |                            |      |      |       |       |       |      |
|--------|----------------------------|------|------|-------|-------|-------|------|
|        | Διαζευγμένος, -η           |      |      |       | 1     |       | 1    |
|        |                            |      |      |       | 0,8%  |       | ,8%  |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |      | 2    | 2     | 1     | 2     | 7    |
|        |                            |      | 1,5% | 1,5%  | 0,8%  | 1,5%  | 5,4% |
|        | Χήρος, -α                  |      |      |       |       | 1     | 1    |
|        |                            |      |      |       |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Εν διαστάσει               |      |      |       | 1     |       | 1    |
|        |                            |      |      |       | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          |      |      | 1     | 2     | 4     | 7    |
|        |                            |      |      | 0,8%  | 1,5%  | 3,1%  | 5,4% |
| Σύνολο |                            | 2    | 10   | 22    | 51    | 45    | 130  |
|        |                            | 1,5% | 7,7% | 16,9% | 39,2% | 34,6% | 100% |

**Πίνακας 106: Οικογενειακή κατάσταση και αναγκαιότητα διοργάνωσης κάποιου πάρτυ για ειδικές περιπτώσεις.**

|                        |                            | Αναγκαιότητα διοργάνωσης κάποιου πάρτυ για ειδικές περιπτώσεις |       |       |       |      | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|------|--------|
|                        |                            | 0                                                              | 1     | 2     | 3     | 4    |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 3                                                              | 15    | 13    | 13    | 3    | 47     |
|                        |                            | 2,3%                                                           | 11,5% | 10,0% | 10,0% | 2,3% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                |                                                                |       | 2     | 3     |      | 5      |
|                        |                            |                                                                |       | 1,5%  | 2,3%  |      | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 7                                                              | 12    | 13    | 22    | 7    | 61     |
|                        |                            | 5,4%                                                           | 9,2%  | 10%   | 16,9% | 5,4% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                                                                |       | 1     |       |      | 1      |
|                        |                            |                                                                |       | 0,8%  |       |      | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 1                                                              | 3     | 2     | 1     |      | 7      |
|                        |                            | 0,8%                                                           | 2,3%  | 1,5%  | 0,8%  |      | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1                                                              |       |       |       |      | 1      |
|                        |                            | 0,8%                                                           |       |       |       |      | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                                                                |       |       | 1     |      | 1      |
|                        |                            |                                                                |       |       | 0,8%  |      | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          |                                                                |       | 5     | 2     |      | 7      |
|                        |                            |                                                                |       | 3,8%  | 1,5%  |      | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 12                                                             | 30    | 36    | 42    | 10   | 130    |
|                        |                            | 9,2%                                                           | 23,1% | 27,7% | 32,3% | 7,7% | 100%   |

**Πίνακας 107: Οικογενειακή κατάσταση και αναγκαιότητα πρόσκλησης φίλων σε δείπνο μια φορά την εβδομάδα.**

|                        |             | Αναγκαιότητα πρόσκλησης φίλων σε δείπνο μια φορά την εβδομάδα |      |       |      |      | Σύνολο |
|------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------|------|-------|------|------|--------|
|                        |             | 0                                                             | 1    | 2     | 3    | 4    |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η  | 4                                                             | 11   | 18    | 11   | 3    | 47     |
|                        |             | 3,1%                                                          | 8,5% | 13,8% | 8,5% | 2,3% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η |                                                               | 1    | 2     | 2    |      | 5      |
|                        |             |                                                               | 0,8% | 1,5%  | 1,5% |      | 3,8%   |

|        |                            |      |      |       |       |      |       |
|--------|----------------------------|------|------|-------|-------|------|-------|
|        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 4    | 11   | 19    | 21    | 6    | 61    |
|        |                            | 3,1% | 8,5% | 14,6% | 16,2% | 4,6% | 46,9% |
|        | Διαζευγμένος, -η           |      | 1    |       |       |      | 1     |
|        |                            |      | 0,8% |       |       |      | 0,8%  |
|        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3    | 1    | 2     | 1     |      | 7     |
|        |                            | 2,3% | 0,8% | 1,5%  | 0,8%  |      | 5,4%  |
|        | Χήρος, -α                  |      | 1    |       |       |      | 1     |
|        |                            |      | 0,8% |       |       |      | 0,8%  |
|        | Εν διαστάσει               |      |      | 1     |       |      | 1     |
|        |                            |      |      | 0,8%  |       |      | 0,8%  |
|        | Ελεύθερη συμβίωση          |      |      | 3     | 4     |      | 7     |
|        |                            |      |      | 2,3%  | 3,1%  |      | 5,4%  |
| Σύνολο |                            | 11   | 26   | 45    | 39    | 9    | 130   |
|        |                            | 8,5% | 20%  | 34,6% | 30%   | 6,9% | 100%  |

**Πίνακας 108: Οικογενειακή κατάσταση και αναγκαιότητα αγοράς καινούριων ειδών ένδυσης σε κάθε νέα σαιζόν.**

|                        |                            | Αναγκαιότητα αγοράς καινούριων ειδών ένδυσης σε κάθε νέα σαιζόν |       |       |      |      | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------|-------|------|------|--------|
|                        |                            | 0                                                               | 1     | 2     | 3    | 4    |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 4                                                               | 16    | 14    | 9    | 4    | 47     |
|                        |                            | 3,1%                                                            | 12,3% | 10,8% | 6,9% | 3,1% | 36,2%  |
|                        | Έγγαμος, -η                |                                                                 | 3     |       | 2    |      | 5      |
|                        |                            |                                                                 | 2,3%  |       | 1,5% |      | 3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 6                                                               | 16    | 22    | 11   | 6    | 61     |
|                        |                            | 4,6%                                                            | 12,3% | 16,9% | 8,5% | 4,6% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                                                                 |       | 1     |      |      | 1      |
|                        |                            |                                                                 |       | 0,8%  |      |      | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |                                                                 | 3     | 2     | 2    |      | 7      |
|                        |                            |                                                                 | 2,3%  | 1,5%  | 1,5% |      | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                                                                 |       |       |      | 1    | 1      |
|                        |                            |                                                                 |       |       |      | 0,8% | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                                                                 | 1     |       |      |      | 1      |
|                        |                            |                                                                 | 0,8%  |       |      |      | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 1                                                               |       | 2     | 2    | 2    | 7      |
|                        |                            | 0,8%                                                            |       | 1,5%  | 1,5% | 1,5% | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 11                                                              | 39    | 41    | 26   | 13   | 130    |
|                        |                            | 8,5%                                                            | 30%   | 31,5% | 20%  | 10%  | 100%   |

**Πίνακας 109: Φύλο και αναγκαιότητα πλυντηρίου πιάτων.**

|        |         | Αναγκαιότητα πλυντηρίου πιάτων |       |       |       |       | Σύνολο |
|--------|---------|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
|        |         | 0                              | 1     | 2     | 3     | 4     |        |
| Φύλο   | Γυναίκα | 8                              | 16    | 24    | 22    | 11    | 81     |
|        |         | 6,2%                           | 12,3% | 18,5% | 16,9% | 8,5%  | 62,3%  |
|        | Ανδρας  | 2                              | 9     | 18    | 11    | 9     | 49     |
|        |         | 1,5%                           | 6,9%  | 13,8% | 8,5%  | 6,9%  | 37,7%  |
| Σύνολο |         | 10                             | 25    | 42    | 33    | 20    | 130    |
|        |         | 7,7%                           | 19,2% | 32,3% | 25,4% | 15,4% | 100%   |

**Πίνακας 110: Φύλο και αναγκαιότητα πλυντηρίου ρούχων.**

|        |         | Αναγκαιότητα πλυντηρίου ρούχων |       |       | Σύνολο |
|--------|---------|--------------------------------|-------|-------|--------|
|        |         | 1                              | 3     | 4     |        |
| Φύλο   | Γυναίκα |                                | 12    | 69    | 81     |
|        |         |                                | 9,2%  | 53,1% | 62,3%  |
|        | Ανδρας  | 1                              | 14    | 34    | 49     |
|        |         | 0,8%                           | 10,8% | 26,2% | 37,7%  |
| Σύνολο |         | 1                              | 26    | 103   | 130    |
|        |         | 0,8%                           | 20,0% | 79,2% | 100%   |

**Πίνακας 111: Φύλο και αναγκαιότητα κουζίνας και φούρνου μικροκυμάτων.**

|        |         | Αναγκαιότητα κουζίνας και φούρνου μικροκυμάτων |      |      |       |       | Σύνολο |
|--------|---------|------------------------------------------------|------|------|-------|-------|--------|
|        |         | 0                                              | 1    | 2    | 3     | 4     |        |
| Φύλο   | Γυναίκα | 1                                              |      | 4    | 20    | 56    | 81     |
|        |         | 0,8%                                           |      | 3,1% | 15,4% | 43,1% | 62,3%  |
|        | Ανδρας  | 1                                              | 1    | 3    | 15    | 29    | 49     |
|        |         | 0,8%                                           | 0,8% | 2,3% | 11,5% | 22,3% | 37,7%  |
| Σύνολο |         | 2                                              | 1    | 7    | 35    | 85    | 130    |
|        |         | 1,5%                                           | 0,8% | 5,4% | 26,9% | 65,4% | 100%   |

**Πίνακας 112: Φύλο και αναγκαιότητα συσκευής DVD, ηχοσυστήματος και φωτογραφικής μηχανής.**

|        |         | Αναγκαιότητα συσκευής DVD, ηχοσυστήματος και φωτογραφικής μηχανής |       |       |       |      | Σύνολο |
|--------|---------|-------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|------|--------|
|        |         | 0                                                                 | 1     | 2     | 3     | 4    |        |
| Φύλο   | Γυναίκα | 2                                                                 | 13    | 31    | 30    | 5    | 81     |
|        |         | 1,5%                                                              | 10%   | 23,8% | 23,1% | 3,8% | 62,3%  |
|        | Ανδρας  | 1                                                                 | 7     | 18    | 20    | 3    | 49     |
|        |         | 0,8%                                                              | 5,4%  | 13,8% | 15,4% | 2,3% | 37,7%  |
| Σύνολο |         | 3                                                                 | 20    | 49    | 50    | 8    | 130    |
|        |         | 2,3%                                                              | 15,4% | 37,7% | 38,5% | 6,2% | 100%   |



**Πίνακας 113: Φύλο και αναγκαιότητα διασκέδασης/ εξόδου με φαγητό, τουλάχιστον μια φορά το μήνα (σινεμά, θέατρο).**

|        |         | Αναγκαιότητα διασκέδασης/ εξόδου με φαγητό, τουλάχιστον μια φορά το μήνα (σινεμά, θέατρο) |      |       |       |       | Σύνολο |
|--------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------|-------|-------|--------|
|        |         | 0                                                                                         | 1    | 2     | 3     | 4     |        |
| Φύλο   | Γυναίκα | 1                                                                                         | 6    | 12    | 33    | 29    | 81     |
|        |         | 0,8%                                                                                      | 4,6% | 9,2%  | 25,4% | 22,3% | 62,3%  |
|        | Άνδρας  | 1                                                                                         | 4    | 10    | 18    | 16    | 49     |
|        |         | 0,8%                                                                                      | 3,1% | 7,7%  | 13,8% | 12,3% | 37,7%  |
| Σύνολο |         | 2                                                                                         | 10   | 22    | 51    | 45    | 130    |
|        |         | 1,5%                                                                                      | 7.7% | 16.9% | 39.2% | 34.6% | 100%   |

**Πίνακας 114: Φύλο και αναγκαιότητα διοργάνωσης κάποιου πάρτυ για ειδικές περιπτώσεις.**

|        |         | Αναγκαιότητα διοργάνωσης κάποιου πάρτυ για ειδικές περιπτώσεις |       |       |       |      | Σύνολο |
|--------|---------|----------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|------|--------|
|        |         | 0                                                              | 1     | 2     | 3     | 4    |        |
| Φύλο   | Γυναίκα | 6                                                              | 20    | 22    | 26    | 7    | 81     |
|        |         | 4,6%                                                           | 15,4% | 16,9% | 20%   | 5,4% | 62,3%  |
|        | Ανδρας  | 6                                                              | 10    | 14    | 16    | 3    | 49     |
|        |         | 4,6%                                                           | 7,7%  | 10,8% | 12,3% | 2,3% | 37,7%  |
| Σύνολο |         | 12                                                             | 30    | 36    | 42    | 10   | 130    |
|        |         | 9,2%                                                           | 23,1% | 27,7% | 32,3% | 7,7% | 100%   |

**Πίνακας 115: Φύλο και αναγκαιότητα πρόσκλησης φίλων σε δείπνο μια φορά την εβδομάδα.**

|        |         | Αναγκαιότητα πρόσκλησης φίλων σε δείπνο μια φορά την εβδομάδα |       |       |       |      | Σύνολο |
|--------|---------|---------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|------|--------|
|        |         | 0                                                             | 1     | 2     | 3     | 4    |        |
| Φύλο   | Γυναίκα | 8                                                             | 14    | 31    | 24    | 4    | 81     |
|        |         | 6,2%                                                          | 10,8% | 23,8% | 18,5% | 3,1% | 62,3%  |
|        | Άνδρας  | 3                                                             | 12    | 14    | 15    | 5    | 49     |
|        |         | 2,3%                                                          | 9,2%  | 10,8% | 11,5% | 3,8% | 37,7%  |
| Σύνολο |         | 11                                                            | 26    | 45    | 39    | 9    | 130    |
|        |         | 8,5%                                                          | 20 %  | 34,6% | 30%   | 6,9% | 100%   |

**Πίνακας 116: Φύλο και αναγκαιότητα αγοράς καινούριων ειδών ένδυσης σε κάθε νέα σεζόν.**

|        |         | Αναγκαιότητα αγοράς καινούριων ειδών ένδυσης σε κάθε νέα σαιζόν |       |       |       |      | Σύνολο |
|--------|---------|-----------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|------|--------|
|        |         | 0                                                               | 1     | 2     | 3     | 4    |        |
| Φύλο   | Γυναίκα | 5                                                               | 18    | 31    | 18    | 9    | 81     |
|        |         | 3,8%                                                            | 13,8% | 23,8% | 13,8% | 6,9% | 62,3%  |
|        | Άνδρας  | 6                                                               | 21    | 10    | 8     | 4    | 49     |
|        |         | 4,6%                                                            | 16,2% | 7,7%  | 6,2%  | 3,1% | 37,7%  |
| Σύνολο |         | 11                                                              | 39    | 41    | 26    | 13   | 130    |
|        |         | 8,5%                                                            | 30%   | 31,5% | 20%   | 10%  | 100%   |

Πίνακας 117: Εισόδημα και τύπος κατοικίας.

|          |                | Τύπος κατοικίας |                           |                          |          | Σύνολο |
|----------|----------------|-----------------|---------------------------|--------------------------|----------|--------|
|          |                | Μονοκατοικία    | Διαμέρισμα διπλοκατοικίας | Διαμέρισμα πολυκατοικίας | Μεζονέτα |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 4               | 3                         | 5                        | 1        | 13     |
|          |                | 3,1%            | 2,3%                      | 3,8%                     | 0,8%     | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 2               |                           | 7                        |          | 9      |
|          |                | 1,5%            |                           | 5,4%                     |          | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 6               | 4                         | 23                       |          | 33     |
|          |                | 4,6%            | 3,1%                      | 17,7%                    |          | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 4               | 10                        | 21                       | 3        | 38     |
|          |                | 3,1%            | 7,7%                      | 16,2%                    | 2,3%     | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 3               | 1                         | 4                        | 2        | 10     |
|          |                | 2,3%            | 0,8%                      | 3,1%                     | 1,5%     | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 2               | 1                         | 7                        | 1        | 11     |
|          |                | 1,5%            | 0,8%                      | 5,4%                     | 0,8%     | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                 |                           | 3                        |          | 3      |
|          |                |                 |                           | 2,3%                     |          | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                 |                           | 2                        |          | 2      |
|          |                |                 |                           | 1,5%                     |          | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                 |                           | 1                        |          | 1      |
|          |                |                 |                           | 0,8%                     |          | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                 |                           | 1                        |          | 1      |
|          |                |                 |                           | 0,8%                     |          | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1               |                           | 3                        |          | 4      |
|          |                | 0,8%            |                           | 2,3%                     |          | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                 |                           |                          | 1        | 1      |
|          |                |                 |                           |                          | 0,8%     | 0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                 | 1                         |                          |          | 1      |
|          |                |                 | 0,8%                      |                          |          | 0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ |                 |                           | 1                        |          | 1      |
|          |                |                 |                           | 0,8%                     |          | 0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ |                 |                           | 1                        | 1        | 2      |
|          |                |                 |                           | 0,8%                     | 0,8%     | 1,5%   |

|        |  |       |       |       |      |      |
|--------|--|-------|-------|-------|------|------|
| Σύνολο |  | 22    | 20    | 79    | 9    | 130  |
|        |  | 16,9% | 15,4% | 60,8% | 6,9% | 100% |

**Πίνακας 118: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή ψυγείου.**

|                     |               | Κατοχή ψυγείου | Σύνολο |
|---------------------|---------------|----------------|--------|
|                     |               | Ναι            |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 31             | 31     |
|                     |               | 23,8%          | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 99             | 99     |
|                     |               | 76,2%          | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 130            | 130    |
|                     |               | 100%           | 100%   |

**Πίνακας 119: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή θερμοσίφωνα.**

|                     |               | Κατοχή θερμοσίφωνα |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|--------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 2                  | 29    | 31     |
|                     |               | 1,5%               | 22,3% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 4                  | 95    | 99     |
|                     |               | 3,1%               | 73,1% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 6                  | 124   | 130    |
|                     |               | 4,6%               | 95,4% | 100%   |

**Πίνακας 120: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή κλιματιστικού.**

|                     |               | Κατοχή κλιματιστικού |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|----------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                  | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 12                   | 19    | 31     |
|                     |               | 9,2%                 | 14,6% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 24                   | 75    | 99     |
|                     |               | 18,5%                | 57,7% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 36                   | 94    | 130    |
|                     |               | 27,7%                | 72,3% | 100%   |

**Πίνακας 121: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή ηλεκτρικής κουζίνας.**

|                     |               | Κατοχή ηλεκτρικής κουζίνας |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|----------------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                        | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη |                            | 31    | 31     |
|                     |               |                            | 23,8% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 1                          | 98    | 99     |
|                     |               | 0,8%                       | 75,4% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 1                          | 129   | 130    |
|                     |               | 0,8%                       | 99,2% | 100%   |

**Πίνακας 122: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή φούρνου μικροκυμάτων.**

|                     |               | Κατοχή φούρνου μικροκυμάτων |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|-----------------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                         | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 16                          | 15    | 31     |
|                     |               | 12,3%                       | 11,5% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 35                          | 64    | 99     |
|                     |               | 26,9%                       | 49,2% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 51                          | 79    | 130    |
|                     |               | 39,2%                       | 60,8% | 100%   |

**Πίνακας 123: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή καφετιέρας.**

|                     |               | Κατοχή καφετιέρας |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|-------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι               | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 12                | 19    | 31     |
|                     |               | 9,2%              | 14,6% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 19                | 80    | 99     |
|                     |               | 14,6%             | 61,5% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 31                | 99    | 130    |
|                     |               | 23,8%             | 76,2% | 100%   |

**Πίνακας 124: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή στεγνωτηρίου ρούχων.**

|                     |               | Κατοχή στεγνωτηρίου ρούχων |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|----------------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                        | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 28                         | 3     | 31     |
|                     |               | 21,5%                      | 2,3%  | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 87                         | 12    | 99     |
|                     |               | 66,9%                      | 9,2%  | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 115                        | 15    | 130    |
|                     |               | 88,5%                      | 11,5% | 100%   |

**Πίνακας 125: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή ηλεκτρικής σκούπας.**

|                     |               | Κατοχή ηλεκτρικής σκούπας |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|---------------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                       | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 4                         | 27    | 31     |
|                     |               | 3,1%                      | 20,8% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 5                         | 94    | 99     |
|                     |               | 3,8%                      | 72,3% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 9                         | 121   | 130    |
|                     |               | 6,9%                      | 93,1% | 100%   |

**Πίνακας 126: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή πλυντηρίου πιάτων.**

|                     |               | Κατοχή πλυντηρίου πιάτων |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|--------------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                      | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 21                       | 10    | 31     |
|                     |               | 16,2%                    | 7,7%  | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 30                       | 69    | 99     |
|                     |               | 23,1%                    | 53,1% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 51                       | 79    | 130    |
|                     |               | 39,2%                    | 60,8% | 100%   |

**Πίνακας 127: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή πλυντηρίου ρούχων.**

|                     |               | Κατοχή πλυντηρίου ρούχων |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|--------------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                      | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 1                        | 30    | 31     |
|                     |               | 0,8%                     | 23,1% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     |                          | 99    | 99     |
|                     |               |                          | 76,2% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 1                        | 129   | 130    |
|                     |               | 0,8%                     | 99,2% | 100%   |

**Πίνακας 128: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή τηλεόρασης.**

|                     |               | Κατοχή τηλεόρασης |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|-------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι               | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | Σύνολο            | 31    | 31     |
|                     |               | Ποσοστό           | 23,8% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | Σύνολο            | 99    | 99     |
|                     |               | Ποσοστό           | 76,2% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | Σύνολο            | 130   | 130    |
|                     |               | Ποσοστό           | 100%  | 100%   |

**Πίνακας 129: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή στερεοφωνικού συγκροτήματος**

|                     |               | Κατοχή στερεοφωνικού συγκροτήματος |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|------------------------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                                | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 3                                  | 28    | 31     |
|                     |               | 2,3%                               | 21,5% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 15                                 | 84    | 99     |
|                     |               | 11,5%                              | 64,6% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 18                                 | 112   | 130    |
|                     |               | 13,8%                              | 86,2% | 100%   |

**Πίνακας 130: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή συσκευής DVD.**

|                     |               | Κατοχή συσκευής DVD |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|---------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                 | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 8                   | 23    | 31     |
|                     |               | 6,2%                | 17,7% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 13                  | 86    | 99     |
|                     |               | 10%                 | 66,2% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 21                  | 109   | 130    |
|                     |               | 16,2%               | 83,8% | 100%   |

**Πίνακας 131: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή φωτογραφικής μηχανής.**

|                     |               | Κατοχή φωτογραφικής μηχανής |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|-----------------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                         | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 9                           | 22    | 31     |
|                     |               | 6,9%                        | 16,9% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 14                          | 85    | 99     |
|                     |               | 10,8%                       | 65,4% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 23                          | 107   | 130    |
|                     |               | 17,7%                       | 82,3% | 100,0% |

**Πίνακας 132: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή βιντεοκάμερας.**

|                     |               | Κατοχή βιντεοκάμερας |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|----------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                  | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 20                   | 11    | 31     |
|                     |               | 15,4%                | 8,5%  | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 54                   | 45    | 99     |
|                     |               | 41,5%                | 34,6% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 74                   | 56    | 130    |
|                     |               | 56,9%                | 43,1% | 100%   |

**Πίνακας 133: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή συσκευής βίντεο.**

|                     |               | Κατοχή συσκευής βίντεο |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|------------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                    | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 22                     | 9     | 31     |
|                     |               | 16,9%                  | 6,9%  | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 39                     | 60    | 99     |
|                     |               | 30%                    | 46,2% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 61                     | 69    | 130    |
|                     |               | 46,9%                  | 53,1% | 100%   |

**Πίνακας 134: Τύπος κατοικίας και κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή.**

|                     |               | Κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|--------------------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                            | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 8                              | 23    | 31     |
|                     |               | 6,2%                           | 17,7% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 22                             | 77    | 99     |
|                     |               | 16,9%                          | 59,2% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 30                             | 100   | 130    |
|                     |               | 23,1%                          | 76,9% | 100%   |

**Πίνακας 135: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή αυτοκινήτου.**

|                     |               | Κατοχή αυτοκινήτου |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|--------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 15                 | 16    | 31     |
|                     |               | 11,5%              | 12,3% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 12                 | 87    | 99     |
|                     |               | 9,2%               | 66,9% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 27                 | 103   | 130    |
|                     |               | 20,8%              | 79,2% | 100%   |

**Πίνακας 136: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή μοτοσικλέτας.**

|                     |               | Κατοχή μοτοσικλέτας |       | Σύνολο |
|---------------------|---------------|---------------------|-------|--------|
|                     |               | Όχι                 | Ναι   |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 24                  | 7     | 31     |
|                     |               | 18,5%               | 5,4%  | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 78                  | 21    | 99     |
|                     |               | 60%                 | 16,2% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 102                 | 28    | 130    |
|                     |               | 78,5%               | 21,5% | 100%   |

**Πίνακας 137: Κυριότητα κατοικίας και κατοχή μηχανής του γκαζόν.**

|                     |               | Κατοχή μηχανής του γκαζόν |      | Σύνολο |
|---------------------|---------------|---------------------------|------|--------|
|                     |               | Όχι                       | Ναι  |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 30                        | 1    | 31     |
|                     |               | 23,1%                     | 0,8% | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 87                        | 12   | 99     |
|                     |               | 66,9%                     | 9,2% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 117                       | 13   | 130    |
|                     |               | 90%                       | 10%  | 100%   |

**Πίνακας 138 : Κυριότητα κατοικίας και κατοχή πισίνας.**

|                     |               | Κατοχή πισίνας |      | Σύνολο |
|---------------------|---------------|----------------|------|--------|
|                     |               | Όχι            | Ναι  |        |
| Κυριότητα κατοικίας | Ενοικιαζόμενη | 31             |      | 31     |
|                     |               | 23,8%          |      | 23,8%  |
|                     | Ιδιόκτητη     | 93             | 6    | 99     |
|                     |               | 71,5%          | 4,6% | 76,2%  |
| Σύνολο              |               | 124            | 6    | 130    |
|                     |               | 95,4%          | 4,6% | 100%   |

**Πίνακας 139:Εισόδημα και οικογενειακός προγραμματισμός.**

|          |                | Οικογενειακός προγραμματισμός |       | Σύνολο |
|----------|----------------|-------------------------------|-------|--------|
|          |                | Όχι                           | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 4                             | 9     | 13     |
|          |                | 3,1%                          | 6,9%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   |                               | 9     | 9      |
|          |                |                               | 6,9%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 4                             | 29    | 33     |
|          |                | 3,1%                          | 22,3% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 5                             | 33    | 38     |
|          |                | 3,8%                          | 25,4% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 1                             | 9     | 10     |
|          |                | 0,8%                          | 6,9%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 2                             | 9     | 11     |
|          |                | 1,5%                          | 6,9%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                               | 3     | 3      |
|          |                |                               | 2,3%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                               | 2     | 2      |
|          |                |                               | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                               | 1     | 1      |
|          |                |                               | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1                             |       | 1      |
|          |                | 0,8%                          |       | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1                             | 3     | 4      |
|          |                | 0,8%                          | 2,3%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                               | 1     | 1      |



|        |                |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|------|
|        |                |       | 0,8%  | ,8%  |
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       | 1     | 1    |
|        |                |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ | 1     | 1     | 2    |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  | 1,5% |
| Σύνολο |                | 19    | 111   | 130  |
|        |                | 14,6% | 85,4% | 100% |

Πίνακας 140: Εισόδημα και αποταμίευση.

|          |                | Αποταμίευση |       |       | Σύνολο |
|----------|----------------|-------------|-------|-------|--------|
|          |                | -9          | Όχι   | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 4           | 5     | 4     | 13     |
|          |                | 3,1%        | 3,8%  | 3,1%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   |             | 4     | 5     | 9      |
|          |                |             | 3,1%  | 3,8%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 4           | 14    | 15    | 33     |
|          |                | 3,1%        | 10,8% | 11,5% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 5           | 21    | 12    | 38     |
|          |                | 3,8%        | 16,2% | 9,2%  | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 1           | 5     | 4     | 10     |
|          |                | 0,8%        | 3,8%  | 3,1%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 2           | 6     | 3     | 11     |
|          |                | 1,5%        | 4,6%  | 2,3%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |             | 3     |       | 3      |
|          |                |             | 2,3%  |       | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |             |       | 2     | 2      |
|          |                |             |       | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |             | 1     |       | 1      |
|          |                |             | 0,8%  |       | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1           |       |       | 1      |
|          |                | 0,8%        |       |       | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1           | 2     | 1     | 4      |
|          |                | 0,8%        | 1,5%  | 0,8%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |             | 1     |       | 1      |
|          |                |             | 0,8%  |       | 0,8%   |

|        |                |       |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|-------|------|
|        | Από 4301-4600€ |       |       | 1     | 1    |
|        |                |       |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       |       | 1     | 1    |
|        |                |       |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ | 1     | 1     |       | 2    |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  |       | 1,5% |
| Σύνολο |                | 19    | 63    | 48    | 130  |
|        |                | 14,6% | 48,5% | 36,9% | 100% |

Πίνακας 141: Εισόδημα και περικοπές άλλων εξόδων.

|          |                | Περικοπές άλλων εξόδων |       |      | Σύνολο |
|----------|----------------|------------------------|-------|------|--------|
|          |                | -9                     | Όχι   | Ναι  |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 4                      | 4     | 5    | 13     |
|          |                | 3,1%                   | 3,1%  | 3,8% | 10%    |
|          | Από 501-800€   |                        | 7     | 2    | 9      |
|          |                |                        | 5,4%  | 1,5% | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 4                      | 17    | 12   | 33     |
|          |                | 3,1%                   | 13,1% | 9,2% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 5                      | 24    | 9    | 38     |
|          |                | 3,8%                   | 18,5% | 6,9% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 1                      | 5     | 4    | 10     |
|          |                | 0,8%                   | 3,8%  | 3,1% | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 2                      | 4     | 5    | 11     |
|          |                | 1,5%                   | 3,1%  | 3,8% | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                        | 1     | 2    | 3      |
|          |                |                        | 0,8%  | 1,5% | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                        | 1     | 1    | 2      |
|          |                |                        | 0,8%  | 0,8% | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                        | 1     |      | 1      |
|          |                |                        | 0,8%  |      | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1                      |       |      | 1      |
|          |                | 0,8%                   |       |      | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1                      | 3     |      | 4      |
|          |                | 0,8%                   | 2,3%  |      | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                        | 1     |      | 1      |
|          |                |                        | 0,8%  |      | 0,8%   |

|        |                |       |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|-------|------|
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     |       | 1    |
|        |                |       | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       |       | 1     | 1    |
|        |                |       |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ | 1     |       | 1     | 2    |
|        |                | 0,8%  |       | 0,8%  | 1,5% |
| Σύνολο |                | 19    | 69    | 42    | 130  |
|        |                | 14,6% | 53,1% | 32,3% | 100% |

Πίνακας 142: Εισόδημα και δανεισμός.

|          |                | Δανεισμός |       |      | Σύνολο |
|----------|----------------|-----------|-------|------|--------|
|          |                | -9        | Όχι   | Ναι  |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 4         | 8     | 1    | 13     |
|          |                | 3,1%      | 6,2%  | 0,8% | 10%    |
|          | Από 501-800€   |           | 9     |      | 9      |
|          |                |           | 6,9%  |      | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 4         | 24    | 5    | 33     |
|          |                | 3,1%      | 18,5% | 3,8% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 5         | 30    | 3    | 38     |
|          |                | 3,8%      | 23,1% | 2,3% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 1         | 9     |      | 10     |
|          |                | 0,8%      | 6,9%  |      | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 2         | 8     | 1    | 11     |
|          |                | 1,5%      | 6,2%  | 0,8% | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |           | 2     | 1    | 3      |
|          |                |           | 1,5%  | 0,8% | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |           | 2     |      | 2      |
|          |                |           | 1,5%  |      | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |           | 1     |      | 1      |
|          |                |           | 0,8%  |      | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1         |       |      | 1      |
|          |                | 0,8%      |       |      | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1         | 3     |      | 4      |
|          |                | 0,8%      | 2,3%  |      | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |           | 1     |      | 1      |
|          |                |           | 0,8%  |      | 0,8%   |

|        |                |       |       |      |      |
|--------|----------------|-------|-------|------|------|
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     |      | 1    |
|        |                |       | 0,8%  |      | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       | 1     |      | 1    |
|        |                |       | 0,8%  |      | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ | 1     | 1     |      | 2    |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  |      | 1,5% |
| Σύνολο |                | 19    | 100   | 11   | 130  |
|        |                | 14,6% | 76,9% | 8,5% | 100% |

Πίνακας 143: Εισόδημα και προσχεδιασμός μισθού.

|          |                | Προσχεδιασμός μισθού |       |       | Σύνολο |
|----------|----------------|----------------------|-------|-------|--------|
|          |                | -9                   | Όχι   | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 4                    | 9     |       | 13     |
|          |                | 3,1%                 | 6,9%  |       | 10%    |
|          | Από 501-800€   |                      | 7     | 2     | 9      |
|          |                |                      | 5,4%  | 1,5%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 4                    | 14    | 15    | 33     |
|          |                | 3,1%                 | 10,8% | 11,5% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 5                    | 18    | 15    | 38     |
|          |                | 3,8%                 | 13,8% | 11,5% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 1                    | 5     | 4     | 10     |
|          |                | 0,8%                 | 3,8%  | 3,1%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 2                    | 7     | 2     | 11     |
|          |                | 1,5%                 | 5,4%  | 1,5%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |                      | 2     | 1     | 3      |
|          |                |                      | 1,5%  | 0,8%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                      |       | 2     | 2      |
|          |                |                      |       | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                      | 1     |       | 1      |
|          |                |                      | 0,8%  |       | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1                    |       |       | 1      |
|          |                | 0,8%                 |       |       | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1                    | 2     | 1     | 4      |
|          |                | 0,8%                 | 1,5%  | 0,8%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                      |       | 1     | 1      |
|          |                |                      |       | 0,8%  | 0,8%   |

|        |                |       |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|-------|------|
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     |       | 1    |
|        |                |       | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       | 1     |       | 1    |
|        |                |       | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ | 1     | 1     |       | 2    |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  |       | 1,5% |
| Σύνολο |                | 19    | 68    | 43    | 130  |
|        |                | 14,6% | 52,3% | 33,1% | 100% |

Πίνακας 144: Εισόδημα και έρευνα αγοράς.

|          |                | Έρευνα αγοράς |      |       | Σύνολο |
|----------|----------------|---------------|------|-------|--------|
|          |                | -9            | Όχι  | Ναι   |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 4             | 4    | 5     | 13     |
|          |                | 3,1%          | 3,1% | 3,8%  | 10%    |
|          | Από 501-800€   |               | 2    | 7     | 9      |
|          |                |               | 1,5% | 5,4%  | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 4             | 12   | 17    | 33     |
|          |                | 3,1%          | 9,2% | 13,1% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 5             | 8    | 25    | 38     |
|          |                | 3,8%          | 6,2% | 19,2% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 1             | 3    | 6     | 10     |
|          |                | 0,8%          | 2,3% | 4,6%  | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 2             | 1    | 8     | 11     |
|          |                | 1,5%          | 0,8% | 6,2%  | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ |               | 1    | 2     | 3      |
|          |                |               | 0,8% | 1,5%  | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |               |      | 2     | 2      |
|          |                |               |      | 1,5%  | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |               |      | 1     | 1      |
|          |                |               |      | 0,8%  | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1             |      |       | 1      |
|          |                | 0,8%          |      |       | 0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ | 1             |      | 3     | 4      |
|          |                | 0,8%          |      | 2,3%  | 3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |               | 1    |       | 1      |
|          |                |               | 0,8% |       | 0,8%   |

|        |                |       |       |       |      |
|--------|----------------|-------|-------|-------|------|
|        | Από 4301-4600€ |       | 1     |       | 1    |
|        |                |       | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | Από 6401-6700€ |       |       | 1     | 1    |
|        |                |       |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | Πάνω από 7101€ | 1     | 1     |       | 2    |
|        |                | 0,8%  | 0,8%  |       | 1,5% |
| Σύνολο |                | 19    | 34    | 77    | 130  |
|        |                | 14,6% | 26,2% | 59,2% | 100% |

**Πίνακας 145: Οικογενειακή κατάσταση και αποταμίευση.**

|                        |                            | Αποταμίευση |       | Σύνολο |
|------------------------|----------------------------|-------------|-------|--------|
|                        |                            | Όχι         | Ναι   |        |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 25          | 22    | 47     |
|                        |                            | 19,2%       | 16,9% | 36,2%  |
|                        | Εγγαμος, -η                | 3           | 2     | 5      |
|                        |                            | 2,3%        | 1,5%  | 3,8%   |
|                        | Εγγαμος, -η με παιδιά      | 26          | 35    | 61     |
|                        |                            | 20%         | 26,9% | 46,9%  |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1           |       | 1      |
|                        |                            | 0,8%        |       | 0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 5           | 2     | 7      |
|                        |                            | 3,8%        | 1,5%  | 5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |             | 1     | 1      |
|                        |                            |             | 0,8%  | 0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1           |       | 1      |
|                        |                            | 0,8%        |       | 0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 5           | 2     | 7      |
|                        |                            | 3,8%        | 1,5%  | 5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 66          | 64    | 130    |
|                        |                            | 50,8%       | 49,2% | 100%   |

**Πίνακας 146: Επίπεδο μόρφωσης και φύλο.**

|                  |                      | Φύλο    |        | Σύνολο |
|------------------|----------------------|---------|--------|--------|
|                  |                      | Γυναίκα | Άνδρας |        |
| Επίπεδο μόρφωσης | Απολυτήριο Δημοτικού | 3       |        | 3      |
|                  |                      | 2,3%    |        | 2,3%   |
|                  | Απολυτήριο Γυμνασίου | 1       |        | 1      |
|                  |                      | 0,8%    |        | 0,8%   |
|                  | Απολυτήριο Λυκείου   | 37      | 19     | 56     |

|        |                                     |       |       |       |
|--------|-------------------------------------|-------|-------|-------|
|        |                                     | 28,5% | 14,6% | 43,1% |
|        | Απολυτήριο Τεχνικού Λυκείου/ Σχολής | 6     | 8     | 14    |
|        |                                     | 4,6%  | 6,2%  | 10,8% |
|        | Πτυχιούχος ΤΕΙ                      | 13    | 5     | 18    |
|        |                                     | 10%   | 3,8%  | 13,8% |
|        | Πτυχιούχος ΑΕΙ                      | 13    | 8     | 21    |
|        |                                     | 10%   | 6,2%  | 16,2% |
|        | Μεταπτυχιακό Δίπλωμα                | 8     | 9     | 17    |
|        |                                     | 6,2%  | 6,9%  | 13,1% |
| Σύνολο |                                     | 81    | 49    | 130   |
|        |                                     | 62,3% | 37,7% | 100%  |

Πίνακας 147: Εισόδημα και απασχόληση.

|          |                | Απασχόληση |      |      |      |      |      |      | Σύνολο |
|----------|----------------|------------|------|------|------|------|------|------|--------|
|          |                | 1          | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 8    |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  |            | 1    |      |      |      | 4    | 8    | 13     |
|          |                |            | 0,8% |      |      |      | 3,1% | 6,2% | 10%    |
|          | Από 501-800€   | 1          | 3    | 2    |      |      | 1    | 2    | 9      |
|          |                | 0,8%       | 2,3% | 1,5% |      |      | 0,8% | 1,5% | 6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 16         | 10   | 3    |      |      | 1    | 3    | 33     |
|          |                | 12,3%      | 7,7% | 2,3% |      |      | 0,8% | 2,3% | 25,4%  |
|          | Από 1101-1400€ | 27         | 4    | 4    | 2    |      |      | 1    | 38     |
|          |                | 20,8%      | 3,1% | 3,1% | 1,5% |      |      | 0,8% | 29,2%  |
|          | Από 1401-1700€ | 8          | 1    |      |      | 1    |      |      | 10     |
|          |                | 6,2%       | 0,8% |      |      | 0,8% |      |      | 7,7%   |
|          | Από 1701-2000€ | 8          | 3    |      |      |      |      |      | 11     |
|          |                | 6,2%       | 2,3% |      |      |      |      |      | 8,5%   |
|          | Από 2001-2300€ | 1          | 2    |      |      |      |      |      | 3      |
|          |                | 0,8%       | 1,5% |      |      |      |      |      | 2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ | 1          | 1    |      |      |      |      |      | 2      |
|          |                | 0,8%       | 0,8% |      |      |      |      |      | 1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |            | 1    |      |      |      |      |      | 1      |
|          |                |            | 0,8% |      |      |      |      |      | 0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ | 1          |      |      |      |      |      |      | 1      |

|        |                         |      |       |      |      |      |      |       |      |
|--------|-------------------------|------|-------|------|------|------|------|-------|------|
|        |                         | ,8%  |       |      |      |      |      |       | 0,8% |
|        | Από<br>3201-<br>3500€   | 1    | 3     |      |      |      |      |       | 4    |
|        |                         | 0,8% | 2,3%  |      |      |      |      |       | 3,1% |
|        | Από<br>3501-<br>3800€   |      |       | 1    |      |      |      |       | 1    |
|        |                         |      |       | 0,8% |      |      |      |       | 0,8% |
|        | 1 Από<br>4301-<br>4600€ | 1    |       |      |      |      |      |       | 1    |
|        |                         | 0,8% |       |      |      |      |      |       | 0,8% |
|        | Από<br>6401-<br>6700€   |      | 1     |      |      |      |      |       | 1    |
|        |                         |      | 0,8%  |      |      |      |      |       | 0,8% |
|        | Πάνω<br>από<br>7101€    |      | 1     | 1    |      |      |      |       | 2    |
|        |                         |      | 0,8%  | 0,8% |      |      |      |       | 1,5% |
| Σύνολο |                         | 65   | 31    | 11   | 2    | 1    | 6    | 14    | 130  |
|        |                         | 50%  | 23,8% | 8,5% | 1,5% | 0,8% | 4,6% | 10,8% | 100% |

**Πίνακας 148: Φύλο και θέση προτεραιότητας συσκευής βίντεο σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|                                                                               |    | Φύλο    |        | Σύνολο |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|---------|--------|--------|
|                                                                               |    | Γυναίκα | Άνδρας |        |
| Θέση προτεραιότητας συσκευής βίντεο σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού | 4  |         | 1      | 1      |
|                                                                               |    |         | 0,8%   | 0,8%   |
|                                                                               | 5  |         | 1      | 1      |
|                                                                               |    |         | 0,8%   | 0,8%   |
|                                                                               | 6  | 5       | 3      | 8      |
|                                                                               |    | 3,8%    | 2,3%   | 6,2%   |
|                                                                               | 7  | 10      | 5      | 15     |
|                                                                               |    | 7,7%    | 3,8%   | 11,5%  |
|                                                                               | 8  | 18      | 8      | 26     |
|                                                                               |    | 13,8%   | 6,2%   | 20%    |
|                                                                               | 9  | 22      | 10     | 32     |
|                                                                               |    | 16,9%   | 7,7%   | 24,6%  |
|                                                                               | 10 | 26      | 21     | 47     |
|                                                                               |    | 20,0%   | 16,2%  | 36,2%  |
| Σύνολο                                                                        |    | 81      | 49     | 130    |
|                                                                               |    | 62,3%   | 37,7%  | 100%   |



**Πίνακας 149: Φύλο και θέση προτεραιότητας θερμοσίφωνα σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|                                                                           |    | Φύλο    |        | Σύνολο |
|---------------------------------------------------------------------------|----|---------|--------|--------|
|                                                                           |    | Γυναίκα | Ανδρας |        |
| Θέση προτεραιότητας θερμοσίφωνα σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού | 1  | 29      | 17     | 46     |
|                                                                           |    | 22,3%   | 13,1%  | 35,4%  |
|                                                                           | 2  | 10      | 7      | 17     |
|                                                                           |    | 7,7%    | 5,4%   | 13,1%  |
|                                                                           | 3  | 18      | 13     | 31     |
|                                                                           |    | 13,8%   | 10,0%  | 23,8%  |
|                                                                           | 4  | 15      | 5      | 20     |
|                                                                           |    | 11,5%   | 3,8%   | 15,4%  |
|                                                                           | 5  | 5       | 2      | 7      |
|                                                                           |    | 3,8%    | 1,5%   | 5,4%   |
|                                                                           | 6  | 2       | 2      | 4      |
|                                                                           |    | 1,5%    | 1,5%   | 3,1%   |
|                                                                           | 7  | 1       | 3      | 4      |
|                                                                           |    | 0,8%    | 2,3%   | 3,1%   |
|                                                                           | 10 | 1       |        | 1      |
|                                                                           |    | 0,8%    |        | 0,8%   |
| Σύνολο                                                                    |    | 81      | 49     | 130    |
|                                                                           |    | 62,3%   | 37,7%  | 100%   |

**Πίνακας 150: Φύλο και θέση προτεραιότητας ηλεκτρικής κουζίνας σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|                                                                                   |   | Φύλο    |        | Σύνολο |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---|---------|--------|--------|
|                                                                                   |   | Γυναίκα | Ανδρας |        |
| Θέση προτεραιότητας ηλεκτρικής κουζίνας σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού | 1 | 19      | 12     | 31     |
|                                                                                   |   | 14,6%   | 9,2%   | 23,8%  |
|                                                                                   | 2 | 37      | 16     | 53     |
|                                                                                   |   | 28,5%   | 12,3%  | 40,8%  |
|                                                                                   | 3 | 20      | 10     | 30     |
|                                                                                   |   | 15,4%   | 7,7%   | 23,1%  |
|                                                                                   | 4 | 5       | 4      | 9      |
|                                                                                   |   | 3,8%    | 3,1%   | 6,9%   |
|                                                                                   | 5 |         | 4      | 4      |
|                                                                                   |   |         | 3,1%   | 3,1%   |
|                                                                                   | 7 |         | 2      | 2      |
|                                                                                   |   |         | 1,5%   | 1,5%   |
|                                                                                   | 8 |         | 1      | 1      |
|                                                                                   |   |         | 0,8%   | 0,8%   |
| Σύνολο                                                                            |   | 81      | 49     | 130    |
|                                                                                   |   | 62,3%   | 37,7%  | 100%   |

**Πίνακας 151: Φύλο και θέση προτεραιότητας πλυντηρίου πιάτων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|                                                                                 |    | Φύλο    |        | Σύνολο |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|---------|--------|--------|
|                                                                                 |    | Γυναίκα | Ανδρας |        |
| Θέση προτεραιότητας πλυντηρίου πιάτων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού | 2  | 1       |        | 1      |
|                                                                                 |    | 0,8%    |        | 0,8%   |
|                                                                                 | 4  | 5       | 3      | 8      |
|                                                                                 |    | 3,8%    | 2,3%   | 6,2%   |
|                                                                                 | 5  | 18      | 10     | 28     |
|                                                                                 |    | 13,8%   | 7,7%   | 21,5%  |
|                                                                                 | 6  | 18      | 8      | 26     |
|                                                                                 |    | 13,8%   | 6,2%   | 20%    |
|                                                                                 | 7  | 11      | 6      | 17     |
|                                                                                 |    | 8,5%    | 4,6%   | 13,1%  |
|                                                                                 | 8  | 6       | 9      | 15     |
|                                                                                 |    | 4,6%    | 6,9%   | 11,5%  |
|                                                                                 | 9  | 12      | 7      | 19     |
|                                                                                 |    | 9,2%    | 5,4%   | 14,6%  |
|                                                                                 | 10 | 10      | 6      | 16     |
|                                                                                 |    | 7,7%    | 4,6%   | 12,3%  |
| Σύνολο                                                                          |    | 81      | 49     | 130    |
|                                                                                 |    | 62,3%   | 37,7%  | 100%   |

**Πίνακας 152: Φύλο και θέση προτεραιότητας πλυντηρίου ρούχων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|                                                                                 |   | Φύλο    |        | Σύνολο |
|---------------------------------------------------------------------------------|---|---------|--------|--------|
|                                                                                 |   | Γυναίκα | Ανδρας |        |
| Θέση προτεραιότητας πλυντηρίου ρούχων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού | 1 | 4       |        | 4      |
|                                                                                 |   | 3,1%    |        | 3,1%   |
|                                                                                 | 2 | 6       | 3      | 9      |
|                                                                                 |   | 4,6%    | 2,3%   | 6,9%   |
|                                                                                 | 3 | 22      | 11     | 33     |
|                                                                                 |   | 16,9%   | 8,5%   | 25,4%  |
|                                                                                 | 4 | 43      | 26     | 69     |
|                                                                                 |   | 33,1%   | 20,0%  | 53,1%  |
|                                                                                 | 5 | 4       | 5      | 9      |
|                                                                                 |   | 3,1%    | 3,8%   | 6,9%   |
|                                                                                 | 6 | 1       | 3      | 4      |
|                                                                                 |   | 0,8%    | 2,3%   | 3,1%   |
|                                                                                 | 7 | 1       |        | 1      |
|                                                                                 |   | 0,8%    |        | 0,8%   |
|                                                                                 | 9 |         | 1      | 1      |
|                                                                                 |   |         | 0,8%   | 0,8%   |
| Σύνολο                                                                          |   | 81      | 49     | 130    |
|                                                                                 |   | 62,3%   | 37,7%  | 100%   |

**Πίνακας 153: Φύλο και θέση προτεραιότητας φούρνου μικροκυμάτων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|                                                                                    |    | Φύλο    |        | Σύνολο |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|---------|--------|--------|
|                                                                                    |    | Γυναίκα | Ανδρας |        |
| Θέση προτεραιότητας φούρνου μικροκυμάτων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού | 3  | 1       | 5      | 6      |
|                                                                                    |    | 0,8%    | 3,8%   | 4,6%   |
|                                                                                    | 4  |         | 1      | 1      |
|                                                                                    |    |         | 0,8%   | 0,8%   |
|                                                                                    | 5  | 5       | 6      | 11     |
|                                                                                    |    | 3,8%    | 4,6%   | 8,5%   |
|                                                                                    | 6  | 10      | 7      | 17     |
|                                                                                    |    | 7,7%    | 5,4%   | 13,1%  |
|                                                                                    | 7  | 18      | 8      | 26     |
|                                                                                    |    | 13,8%   | 6,2%   | 20%    |
|                                                                                    | 8  | 15      | 9      | 24     |
|                                                                                    |    | 11,5%   | 6,9%   | 18,5%  |
|                                                                                    | 9  | 9       | 7      | 16     |
|                                                                                    |    | 6,9%    | 5,4%   | 12,3%  |
|                                                                                    | 10 | 23      | 6      | 29     |
|                                                                                    |    | 17,7%   | 4,6%   | 22,3%  |
| Σύνολο                                                                             |    | 81      | 49     | 130    |
|                                                                                    |    | 62,3%   | 37,7%  | 100%   |

**Πίνακας 154: Φύλο και θέση προτεραιότητας βιντεοκάμερας σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|                                                                             |    | Φύλο    |        | Σύνολο |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|---------|--------|--------|
|                                                                             |    | Γυναίκα | Ανδρας |        |
| Θέση προτεραιότητας βιντεοκάμερας σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού | 5  | 1       | 1      | 2      |
|                                                                             |    | 0,8%    | 0,8%   | 1,5%   |
|                                                                             | 6  | 4       | 3      | 7      |
|                                                                             |    | 3,1%    | 2,3%   | 5,4%   |
|                                                                             | 7  | 16      | 9      | 25     |
|                                                                             |    | 12,3%   | 6,9%   | 19,2%  |
|                                                                             | 8  | 16      | 7      | 23     |
|                                                                             |    | 12,3%   | 5,4%   | 17,7%  |
|                                                                             | 9  | 30      | 17     | 47     |
|                                                                             |    | 23,1%   | 13,1%  | 36,2%  |
|                                                                             | 10 | 14      | 12     | 26     |
|                                                                             |    | 10,8%   | 9,2%   | 20%    |
| Σύνολο                                                                      |    | 81      | 49     | 130    |
|                                                                             |    | 62,3%   | 37,7%  | 100%   |

**Πίνακας 155: Φύλο και θέση προτεραιότητας στερεοφωνικού συγκροτήματος σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|                                                                                           |    | Φύλο    |        | Σύνολο |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------|--------|--------|
|                                                                                           |    | Γυναίκα | Ανδρας |        |
| Θέση προτεραιότητας στερεοφωνικού συγκροτήματος σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού | 4  |         | 1      | 1      |
|                                                                                           |    |         | 0,8%   | ,8%    |
|                                                                                           | 5  | 2       | 3      | 5      |
|                                                                                           |    | 1,5%    | 2,3%   | 3,8%   |
|                                                                                           | 6  | 27      | 11     | 38     |
|                                                                                           |    | 20,8%   | 8,5%   | 29,2%  |
|                                                                                           | 7  | 15      | 9      | 24     |
|                                                                                           |    | 11,5%   | 6,9%   | 18,5%  |
|                                                                                           | 8  | 24      | 14     | 38     |
|                                                                                           |    | 18,5%   | 10,8%  | 29,2%  |
|                                                                                           | 9  | 6       | 7      | 13     |
|                                                                                           |    | 4,6%    | 5,4%   | 10%    |
|                                                                                           | 10 | 7       | 4      | 11     |
|                                                                                           |    | 5,4%    | 3,1%   | 8,5%   |
| Σύνολο                                                                                    |    | 81      | 49     | 130    |
|                                                                                           |    | 62,3%   | 37,7%  | 100%   |

**Πίνακας 156: Φύλο και θέση προτεραιότητας τηλεόρασης σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|                                                                          |   | Φύλο    |        | Σύνολο |
|--------------------------------------------------------------------------|---|---------|--------|--------|
|                                                                          |   | Γυναίκα | Ανδρας |        |
| Θέση προτεραιότητας τηλεόρασης σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού | 1 |         | 2      | 2      |
|                                                                          |   |         | 1,5%   | 1,5%   |
|                                                                          | 2 |         | 1      | 1      |
|                                                                          |   |         | 0,8%   | 0,8%   |
|                                                                          | 3 | 2       | 3      | 5      |
|                                                                          |   | 1,5%    | 2,3%   | 3,8%   |
|                                                                          | 4 | 9       | 6      | 15     |
|                                                                          |   | 6,9%    | 4,6%   | 11,5%  |
|                                                                          | 5 | 44      | 17     | 61     |
|                                                                          |   | 33,8%   | 13,1%  | 46,9%  |
|                                                                          | 6 | 13      | 12     | 25     |
|                                                                          |   | 10%     | 9,2%   | 19,2%  |
|                                                                          | 7 | 9       | 7      | 16     |
|                                                                          |   | 6,9%    | 5,4%   | 12,3%  |
|                                                                          | 8 | 2       | 1      | 3      |
|                                                                          |   | 1,5%    | 0,8%   | 2,3%   |
|                                                                          | 9 | 2       |        | 2      |
|                                                                          |   | 1,5%    |        | 1,5%   |
| Σύνολο                                                                   |   | 81      | 49     | 130    |
|                                                                          |   | 62,3%   | 37,7%  | 100%   |

**Πίνακας 157: Φύλο και θέση προτεραιότητας ψυγείου σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|                                                                       |   | Φύλο    |        | Σύνολο |
|-----------------------------------------------------------------------|---|---------|--------|--------|
|                                                                       |   | Γυναίκα | Ανδρας |        |
| Θέση προτεραιότητας ψυγείου σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού | 1 | 29      | 18     | 47     |
|                                                                       |   | 22,3%   | 13,8%  | 36,2%  |
|                                                                       | 2 | 27      | 22     | 49     |
|                                                                       |   | 20,8%   | 16,9%  | 37,7%  |
|                                                                       | 3 | 18      | 7      | 25     |
|                                                                       |   | 13,8%   | 5,4%   | 19,2%  |
|                                                                       | 4 | 4       | 2      | 6      |
|                                                                       |   | 3,1%    | 1,5%   | 4,6%   |
|                                                                       | 5 | 2       |        | 2      |
|                                                                       |   | 1,5%    |        | 1,5%   |
|                                                                       | 6 | 1       |        | 1      |
|                                                                       |   | 0,8%    |        | 0,8%   |
| Σύνολο                                                                |   | 81      | 49     | 130    |
|                                                                       |   | 62,3%   | 37,7%  | 100%   |

**Πίνακας 158: Ηλικία και θέση προτεραιότητας συσκευής βίντεο σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|        |    | Θέση προτεραιότητας συσκευής βίντεο σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |   |      |      |      |      |      | Σύνολο |
|--------|----|-------------------------------------------------------------------------------|---|------|------|------|------|------|--------|
|        |    | 4                                                                             | 5 | 6    | 7    | 8    | 9    | 10   |        |
| Ηλικία | 19 |                                                                               |   |      |      | 2    | 1    |      | 3      |
|        |    |                                                                               |   |      |      | 1,5% | 0,8% |      | 2,3%   |
|        | 21 |                                                                               |   |      |      | 3    |      |      | 3      |
|        |    |                                                                               |   |      |      | 2,3% |      |      | 2,3%   |
|        | 22 |                                                                               |   |      |      | 1    | 1    | 4    | 6      |
|        |    |                                                                               |   |      |      | 0,8% | 0,8% | 3,1% | 4,6%   |
|        | 23 |                                                                               |   | 1    | 1    |      | 4    | 5    | 11     |
|        |    |                                                                               |   | 0,8% | 0,8% |      | 3,1% | 3,8% | 8,5%   |
|        | 24 |                                                                               |   |      | 1    |      | 2    | 1    | 4      |
|        |    |                                                                               |   |      | 0,8% |      | 1,5% | 0,8% | 3,1%   |
|        | 25 |                                                                               |   |      |      |      |      | 2    | 2      |
|        |    |                                                                               |   |      |      |      |      | 1,5% | 1,5%   |
|        | 26 |                                                                               |   |      | 1    | 1    |      |      | 2      |
|        |    |                                                                               |   |      | 0,8% | 0,8% |      |      | 1,5%   |
|        | 28 |                                                                               |   |      |      |      |      | 1    | 1      |
|        |    |                                                                               |   |      |      |      |      | 0,8% | 0,8%   |
|        | 29 |                                                                               |   | 1    |      |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                               |   | 0,8% |      |      |      |      | 0,8%   |
|        | 30 |                                                                               |   |      | 1    |      | 1    | 1    | 3      |
|        |    |                                                                               |   |      | 0,8% |      | 0,8% | 0,8% | 2,3%   |
|        | 31 |                                                                               |   |      |      |      | 1    |      | 1      |
|        |    |                                                                               |   |      |      |      | 0,8% |      | 0,8%   |
|        | 33 |                                                                               |   |      |      |      | 1    |      | 1      |
|        |    |                                                                               |   |      |      |      | 0,8% |      | 0,8%   |

|        |    |      |      |      |       |      |       |       |      |
|--------|----|------|------|------|-------|------|-------|-------|------|
|        | 35 |      |      |      | 1     |      | 2     |       | 3    |
|        |    |      |      |      | 0,8%  |      | 1,5%  |       | 2,3% |
|        | 36 |      |      |      |       |      |       | 1     | 1    |
|        |    |      |      |      |       |      |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | 37 |      |      |      |       | 1    | 1     |       | 2    |
|        |    |      |      |      |       | 0,8% | 0,8%  |       | 1,5% |
|        | 38 |      |      |      | 2     | 1    | 2     | 2     | 7    |
|        |    |      |      |      | 1,5%  | 0,8% | 1,5%  | 1,5%  | 5,4% |
|        | 39 | 1    |      |      |       |      |       | 1     | 2    |
|        |    | 0,8% |      |      |       |      |       | 0,8%  | 1,5% |
|        | 40 |      |      | 1    |       |      |       | 2     | 3    |
|        |    |      |      | 0,8% |       |      |       | 1,5%  | 2,3% |
|        | 41 |      |      |      | 1     |      | 1     | 2     | 4    |
|        |    |      |      |      | 0,8%  |      | 0,8%  | 1,5%  | 3,1% |
|        | 42 |      |      |      | 1     | 3    | 2     | 1     | 7    |
|        |    |      |      |      | 0,8%  | 2,3% | 1,5%  | 0,8%  | 5,4% |
|        | 43 |      |      | 1    | 1     | 3    | 1     | 1     | 7    |
|        |    |      |      | 0,8% | 0,8%  | 2,3% | 0,8%  | 0,8%  | 5,4% |
|        | 44 |      |      | 1    | 1     |      |       | 3     | 5    |
|        |    |      |      | 0,8% | 0,8%  |      |       | 2,3%  | 3,8% |
|        | 45 |      |      | 1    |       | 1    | 1     | 2     | 5    |
|        |    |      |      | 0,8% |       | 0,8% | 0,8%  | 1,5%  | 3,8% |
|        | 46 |      |      |      |       |      |       | 6     | 6    |
|        |    |      |      |      |       |      |       | 4,6%  | 4,6% |
|        | 47 |      |      | 1    | 1     | 2    | 2     | 6     | 12   |
|        |    |      |      | 0,8% | 0,8%  | 1,5% | 1,5%  | 4,6%  | 9,2% |
|        | 48 |      |      |      | 1     | 1    | 1     |       | 3    |
|        |    |      |      |      | 0,8%  | 0,8% | 0,8%  |       | 2,3% |
|        | 49 |      | 1    |      | 1     | 2    | 1     | 1     | 6    |
|        |    |      | 0,8% |      | 0,8%  | 1,5% | 0,8%  | 0,8%  | 4,6% |
|        | 50 |      |      | 1    | 1     | 1    | 1     |       | 4    |
|        |    |      |      | 0,8% | 0,8%  | 0,8% | 0,8%  |       | 3,1% |
|        | 51 |      |      |      |       | 1    | 1     | 2     | 4    |
|        |    |      |      |      |       | 0,8% | 0,8%  | 1,5%  | 3,1% |
|        | 52 |      |      |      |       |      | 1     | 1     | 2    |
|        |    |      |      |      |       |      | 0,8%  | 0,8%  | 1,5% |
|        | 53 |      |      |      |       | 2    |       |       | 2    |
|        |    |      |      |      |       | 1,5% |       |       | 1,5% |
|        | 54 |      |      |      |       |      |       | 2     | 2    |
|        |    |      |      |      |       |      |       | 1,5%  | 1,5% |
|        | 57 |      |      |      |       |      | 2     |       | 2    |
|        |    |      |      |      |       |      | 1,5%  |       | 1,5% |
|        | 60 |      |      |      |       | 1    |       |       | 1    |
|        |    |      |      |      |       | 0,8% |       |       | 0,8% |
|        | 65 |      |      |      |       |      | 1     |       | 1    |
|        |    |      |      |      |       |      | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | 73 |      |      |      |       |      | 1     |       | 1    |
|        |    |      |      |      |       |      | 0,8%  |       | 0,8% |
| Σύνολο |    | 1    | 1    | 8    | 15    | 26   | 32    | 47    | 130  |
|        |    | 0,8% | 0,8% | 6,2% | 11,5% | 20%  | 24,6% | 36,2% | 100% |

**Πίνακας 159: Ηλικία και θέση προτεραιότητας θερμοσίφωνα σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|        |    | Θέση προτεραιότητας θερμοσίφωνα σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |      |      |      |      |      |      | Σύνολο |      |
|--------|----|---------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|--------|------|
|        |    | 1                                                                         | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 10     |      |
| Ηλικία | 19 | 2                                                                         | 1    |      |      |      |      |      |        | 3    |
|        |    | 1,5%                                                                      | 0,8% |      |      |      |      |      |        | 2,3% |
|        | 21 | 1                                                                         |      | 1    | 1    |      |      |      |        | 3    |
|        |    | 0,8%                                                                      |      | 0,8% | 0,8% |      |      |      |        | 2,3% |
|        | 22 | 6                                                                         |      |      |      |      |      |      |        | 6    |
|        |    | 4,6%                                                                      |      |      |      |      |      |      |        | 4,6% |
|        | 23 | 3                                                                         | 5    | 2    |      | 1    |      |      |        | 11   |
|        |    | 2,3%                                                                      | 3,8% | 1,5% |      | 0,8% |      |      |        | 8,5% |
|        | 24 |                                                                           |      | 2    | 2    |      |      |      |        | 4    |
|        |    |                                                                           |      | 1,5% | 1,5% |      |      |      |        | 3,1% |
|        | 25 |                                                                           |      |      | 2    |      |      |      |        | 2    |
|        |    |                                                                           |      |      | 1,5% |      |      |      |        | 1,5% |
|        | 26 |                                                                           |      | 1    | 1    |      |      |      |        | 2    |
|        |    |                                                                           |      | 0,8% | 0,8% |      |      |      |        | 1,5% |
|        | 28 | 1                                                                         |      |      |      |      |      |      |        | 1    |
|        |    | 0,8%                                                                      |      |      |      |      |      |      |        | ,8%  |
|        | 29 | 1                                                                         |      |      |      |      |      |      |        | 1    |
|        |    | 0,8%                                                                      |      |      |      |      |      |      |        | ,8%  |
|        | 30 | 2                                                                         |      | 1    |      |      |      |      |        | 3    |
|        |    | 1,5%                                                                      |      | 0,8% |      |      |      |      |        | 2,3% |
|        | 31 |                                                                           | 1    |      |      |      |      |      |        | 1    |
|        |    |                                                                           | 0,8% |      |      |      |      |      |        | ,8%  |
|        | 33 |                                                                           |      | 1    |      |      |      |      |        | 1    |
|        |    |                                                                           |      | 0,8% |      |      |      |      |        | ,8%  |
|        | 35 |                                                                           | 1    | 1    |      |      | 1    |      |        | 3    |
|        |    |                                                                           | 0,8% | 0,8% |      |      | 0,8% |      |        | 2,3% |
|        | 36 |                                                                           |      |      |      |      |      | 1    |        | 1    |
|        |    |                                                                           |      |      |      |      |      | 0,8% |        | ,8%  |
|        | 37 |                                                                           |      |      | 1    |      |      | 1    |        | 2    |
|        |    |                                                                           |      |      | 0,8% |      |      | 0,8% |        | 1,5% |
|        | 38 | 1                                                                         | 1    | 3    | 2    |      |      |      |        | 7    |
|        |    | 0,8%                                                                      | 0,8% | 2,3% | 1,5% |      |      |      |        | 5,4% |
|        | 39 |                                                                           | 1    |      |      |      |      | 1    |        | 2    |
|        |    |                                                                           | 0,8% |      |      |      |      | 0,8% |        | 1,5% |
|        | 40 | 1                                                                         |      |      | 1    | 1    |      |      |        | 3    |
|        |    | 0,8%                                                                      |      |      | 0,8% | 0,8% |      |      |        | 2,3% |
|        | 41 | 3                                                                         |      | 1    |      |      |      |      |        | 4    |
|        |    | 2,3%                                                                      |      | 0,8% |      |      |      |      |        | 3,1% |
|        | 42 | 2                                                                         | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |      |        | 7    |
|        |    | 1,5%                                                                      | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 0,8% |      |        | 5,4% |
|        | 43 | 1                                                                         | 1    | 2    | 1    | 1    |      |      | 1      | 7    |
|        |    | 0,8%                                                                      | 0,8% | 1,5% | 0,8% | 0,8% |      |      | 0,8%   | 5,4% |
|        | 44 | 2                                                                         |      | 1    | 1    | 1    |      |      |        | 5    |
|        |    | 1,5%                                                                      |      | 0,8% | 0,8% | 0,8% |      |      |        | 3,8% |
|        | 45 | 2                                                                         |      | 1    |      |      | 1    | 1    |        | 5    |
|        |    | 1,5%                                                                      |      | 0,8% |      |      | 0,8% | 0,8% |        | 3,8% |
|        | 46 | 3                                                                         |      | 1    | 2    |      |      |      |        | 6    |

|        |   |       |       |       |       |      |      |      |        |
|--------|---|-------|-------|-------|-------|------|------|------|--------|
|        |   | 2,3%  |       | 0,8%  | 1,5%  |      |      |      | 4,6%   |
| 47     | 4 |       |       | 6     | 2     |      |      |      | 12     |
|        |   | 3,1%  |       | 4,6%  | 1,5%  |      |      |      | 9,2%   |
| 48     | 1 | 1     | 1     |       |       |      |      |      | 3      |
|        |   | 0,8%  | 0,8%  | 0,8%  |       |      |      |      | 2,3%   |
| 49     | 3 | 1     | 1     |       |       | 1    |      |      | 6      |
|        |   | 2,3%  | 0,8%  | 0,8%  |       | 0,8% |      |      | 4,6%   |
| 50     | 1 | 1     |       | 2     |       |      |      |      | 4      |
|        |   | 0,8%  | 0,8%  |       | 1,5%  |      |      |      | 3,1%   |
| 51     | 1 | 1     | 1     | 1     |       |      |      |      | 4      |
|        |   | 0,8%  | 0,8%  | 0,8%  | 0,8%  |      |      |      | 3,1%   |
| 52     | 1 | 1     |       |       |       |      |      |      | 2      |
|        |   | 0,8%  | 0,8%  |       |       |      |      |      | 1,5%   |
| 53     | 1 |       |       |       | 1     |      |      |      | 2      |
|        |   | 0,8%  |       |       | 0,8%  |      |      |      | 1,5%   |
| 54     | 1 |       |       |       | 1     |      |      |      | 2      |
|        |   | 0,8%  |       |       | 0,8%  |      |      |      | 1,5%   |
| 57     | 1 |       | 1     |       |       |      |      |      | 2      |
|        |   | 0,8%  |       | 0,8%  |       |      |      |      | 1,5%   |
| 60     | 1 |       |       |       |       |      |      |      | 1      |
|        |   | 0,8%  |       |       |       |      |      |      | ,8%    |
| 65     |   |       | 1     |       |       |      |      |      | 1      |
|        |   |       | 0,8%  |       |       |      |      |      | ,8%    |
| 73     |   |       | 1     |       |       |      |      |      | 1      |
|        |   |       | 0,8%  |       |       |      |      |      | ,8%    |
| Σύνολο |   | 46    | 17    | 31    | 20    | 7    | 4    | 4    | 1      |
|        |   | 35,4% | 13,1% | 23,8% | 15,4% | 5,4% | 3,1% | 3,1% | 0,8%   |
|        |   |       |       |       |       |      |      |      | 100,0% |

**Πίνακας 160: Ηλικία και θέση προτεραιότητας ηλεκτρικής κουζίνας σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|        |    | Θέση προτεραιότητας ηλεκτρικής κουζίνας σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |      |      |      |      |      |   | Σύνολο |
|--------|----|-----------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|---|--------|
|        |    | 1                                                                                 | 2    | 3    | 4    | 5    | 7    | 8 |        |
| Ηλικία | 19 |                                                                                   | 2    | 1    |      |      |      |   | 3      |
|        |    |                                                                                   | 1,5% | 0,8% |      |      |      |   | 2,3%   |
|        | 21 | 1                                                                                 | 1    |      |      | 1    |      |   | 3      |
|        |    | 0,8%                                                                              | 0,8% |      |      | 0,8% |      |   | 2,3%   |
|        | 22 |                                                                                   | 2    | 2    | 1    | 1    |      |   | 6      |
|        |    |                                                                                   | 1,5% | 1,5% | 0,8% | 0,8% |      |   | 4,6%   |
|        | 23 | 4                                                                                 | 2    | 4    | 1    |      |      |   | 11     |
|        |    | 3,1%                                                                              | 1,5% | 3,1% | 0,8% |      |      |   | 8,5%   |
|        | 24 | 1                                                                                 | 2    | 1    |      |      |      |   | 4      |
|        |    | 0,8%                                                                              | 1,5% | 0,8% |      |      |      |   | 3,1%   |
|        | 25 |                                                                                   | 1    |      |      |      | 1    |   | 2      |
|        |    |                                                                                   | 0,8% |      |      |      | 0,8% |   | 1,5%   |
|        | 26 | 1                                                                                 | 1    |      |      |      |      |   | 2      |
|        |    | 0,8%                                                                              | 0,8% |      |      |      |      |   | 1,5%   |
|        | 28 |                                                                                   |      |      | 1    |      |      |   | 1      |
|        |    |                                                                                   |      |      | 0,8% |      |      |   | ,8%    |
|        | 29 |                                                                                   |      |      |      | 1    |      |   | 1      |
|        |    |                                                                                   |      |      |      | 0,8% |      |   | ,8%    |
|        | 30 | 1                                                                                 |      | 2    |      |      |      |   | 3      |



|    |      |      |      |      |      |      |  |      |      |
|----|------|------|------|------|------|------|--|------|------|
|    |      | 0,8% |      | 1,5% |      |      |  |      | 2,3% |
| 31 |      |      |      | 1    |      |      |  |      | 1    |
|    |      |      |      | 0,8% |      |      |  |      | ,8%  |
| 33 | 1    |      |      |      |      |      |  |      | 1    |
|    | 0,8% |      |      |      |      |      |  |      | ,8%  |
| 35 | 1    | 1    | 1    |      |      |      |  |      | 3    |
|    | 0,8% | 0,8% | 0,8% |      |      |      |  |      | 2,3% |
| 36 |      | 1    |      |      |      |      |  |      | 1    |
|    |      | 0,8% |      |      |      |      |  |      | ,8%  |
| 37 |      | 2    |      |      |      |      |  |      | 2    |
|    |      | 1,5% |      |      |      |      |  |      | 1,5% |
| 38 | 3    | 3    | 1    |      |      |      |  |      | 7    |
|    | 2,3% | 2,3% | 0,8% |      |      |      |  |      | 5,4% |
| 39 | 2    |      |      |      |      |      |  |      | 2    |
|    | 1,5% |      |      |      |      |      |  |      | 1,5% |
| 40 | 2    | 1    |      |      |      |      |  |      | 3    |
|    | 1,5% | 0,8% |      |      |      |      |  |      | 2,3% |
| 41 |      | 1    | 2    | 1    |      |      |  |      | 4    |
|    |      | 0,8% | 1,5% | 0,8% |      |      |  |      | 3,1% |
| 42 | 2    | 2    | 2    | 1    |      |      |  |      | 7    |
|    | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 0,8% |      |      |  |      | 5,4% |
| 43 | 2    | 3    | 2    |      |      |      |  |      | 7    |
|    | 1,5% | 2,3% | 1,5% |      |      |      |  |      | 5,4% |
| 44 |      | 2    |      | 1    | 1    | 1    |  |      | 5    |
|    |      | 1,5% |      | 0,8% | 0,8% | 0,8% |  |      | 3,8% |
| 45 |      | 3    | 1    | 1    |      |      |  |      | 5    |
|    |      | 2,3% | 0,8% | 0,8% |      |      |  |      | 3,8% |
| 46 |      | 3    | 3    |      |      |      |  |      | 6    |
|    |      | 2,3% | 2,3% |      |      |      |  |      | 4,6% |
| 47 | 3    | 7    | 2    |      |      |      |  |      | 12   |
|    | 2,3% | 5,4% | 1,5% |      |      |      |  |      | 9,2% |
| 48 | 1    | 2    |      |      |      |      |  |      | 3    |
|    | 0,8% | 1,5% |      |      |      |      |  |      | 2,3% |
| 49 | 1    | 2    | 2    |      |      |      |  | 1    | 6    |
|    | 0,8% | 1,5% | 1,5% |      |      |      |  | 0,8% | 4,6% |
| 50 | 1    | 2    |      | 1    |      |      |  |      | 4    |
|    | 0,8% | 1,5% |      | 0,8% |      |      |  |      | 3,1% |
| 51 | 1    | 1    | 1    | 1    |      |      |  |      | 4    |
|    | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 0,8% |      |      |  |      | 3,1% |
| 52 |      | 1    | 1    |      |      |      |  |      | 2    |
|    |      | 0,8% | 0,8% |      |      |      |  |      | 1,5% |
| 53 |      | 2    |      |      |      |      |  |      | 2    |
|    |      | 1,5% |      |      |      |      |  |      | 1,5% |
| 54 |      | 1    | 1    |      |      |      |  |      | 2    |
|    |      | 0,8% | 0,8% |      |      |      |  |      | 1,5% |
| 57 | 1    | 1    |      |      |      |      |  |      | 2    |
|    | 0,8% | 0,8% |      |      |      |      |  |      | 1,5% |
| 60 |      | 1    |      |      |      |      |  |      | 1    |
|    |      | 0,8% |      |      |      |      |  |      | 0,8% |
| 65 | 1    |      |      |      |      |      |  |      | 1    |
|    | 0,8% |      |      |      |      |      |  |      | 0,8% |
| 73 | 1    |      |      |      |      |      |  |      | 1    |
|    | 0,8% |      |      |      |      |      |  |      | 0,8% |

|        |  |       |       |       |      |      |      |      |      |
|--------|--|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|
| Σύνολο |  | 31    | 53    | 30    | 9    | 4    | 2    | 1    | 130  |
|        |  | 23,8% | 40,8% | 23,1% | 6,9% | 3,1% | 1,5% | 0,8% | 100% |

**Πίνακας 161: Ηλικία και θέση προτεραιότητας πλυντηρίου πιάτων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|        |    | Θέση προτεραιότητας πλυντηρίου πιάτων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |      |      |      |      |      |      |      | Σύνολο |
|--------|----|---------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|--------|
|        |    | 2                                                                               | 4    | 5    | 6    | 7    | 8    | 9    | 10   |        |
| Ηλικία | 19 |                                                                                 |      | 1    |      | 1    |      | 1    |      | 3      |
|        |    |                                                                                 |      | 0,8% |      | 0,8% |      | 0,8% |      | 2,3%   |
|        | 21 |                                                                                 |      |      |      |      |      | 2    | 1    | 3      |
|        |    |                                                                                 |      |      |      |      |      | 1,5% | ,8%  | 2,3%   |
|        | 22 |                                                                                 |      | 2    | 2    | 1    | 1    |      |      | 6      |
|        |    |                                                                                 |      | 1,5% | 1,5% | 0,8% | 0,8% |      |      | 4,6%   |
|        | 23 |                                                                                 | 1    |      | 1    | 4    | 3    | 1    | 1    | 11     |
|        |    |                                                                                 | 0,8% |      | 0,8% | 3,1% | 2,3% | 0,8% | ,8%  | 8,5%   |
|        | 24 |                                                                                 |      | 1    |      | 1    |      |      | 2    | 4      |
|        |    |                                                                                 |      | 0,8% |      | 0,8% |      |      | 1,5% | 3,1%   |
|        | 25 |                                                                                 |      |      |      |      | 1    | 1    |      | 2      |
|        |    |                                                                                 |      |      |      |      | 0,8% | 0,8% |      | 1,5%   |
|        | 26 |                                                                                 |      | 1    | 1    |      |      |      |      | 2      |
|        |    |                                                                                 |      | 0,8% | 0,8% |      |      |      |      | 1,5%   |
|        | 28 |                                                                                 |      |      | 1    |      |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                                 |      |      | 0,8% |      |      |      |      | ,8%    |
|        | 29 |                                                                                 |      |      |      |      |      |      | 1    | 1      |
|        |    |                                                                                 |      |      |      |      |      |      | 0,8% | ,8%    |
|        | 30 |                                                                                 |      | 1    |      |      |      | 1    | 1    | 3      |
|        |    |                                                                                 |      | 0,8% |      |      |      | 0,8% | 0,8% | 2,3%   |
|        | 31 |                                                                                 |      | 1    |      |      |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                                 |      | 0,8% |      |      |      |      |      | ,8%    |
|        | 33 |                                                                                 |      |      |      |      | 1    |      |      | 1      |
|        |    |                                                                                 |      |      |      |      | 0,8% |      |      | ,8%    |
|        | 35 |                                                                                 |      | 1    |      |      |      |      | 2    | 3      |
|        |    |                                                                                 |      | 0,8% |      |      |      |      | 1,5% | 2,3%   |
|        | 36 |                                                                                 | 1    |      |      |      |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                                 | 0,8% |      |      |      |      |      |      | ,8%    |
|        | 37 |                                                                                 |      | 1    | 1    |      |      |      |      | 2      |
|        |    |                                                                                 |      | 0,8% | 0,8% |      |      |      |      | 1,5%   |
|        | 38 |                                                                                 |      | 1    | 2    |      | 2    |      | 2    | 7      |
|        |    |                                                                                 |      | 0,8% | 1,5% |      | 1,5% |      | 1,5% | 5,4%   |
|        | 39 |                                                                                 |      |      | 1    |      | 1    |      |      | 2      |
|        |    |                                                                                 |      |      | 0,8% |      | 0,8% |      |      | 1,5%   |
|        | 40 | 1                                                                               |      | 1    |      |      |      | 1    |      | 3      |
|        |    | 0,8%                                                                            |      | 0,8% |      |      |      | 0,8% |      | 2,3%   |
|        | 41 |                                                                                 | 1    | 1    | 1    |      | 1    |      |      | 4      |
|        |    |                                                                                 | 0,8% | 0,8% | 0,8% |      | 0,8% |      |      | 3,1%   |
|        | 42 |                                                                                 | 1    | 3    | 2    |      |      | 1    |      | 7      |
|        |    |                                                                                 | 0,8% | 2,3% | 1,5% |      |      | 0,8% |      | 5,4%   |
|        | 43 |                                                                                 |      |      | 1    | 2    |      | 4    |      | 7      |
|        |    |                                                                                 |      |      | 0,8% | 1,5% |      | 3,1% |      | 5,4%   |
|        | 44 |                                                                                 |      | 1    |      | 2    |      | 1    | 1    | 5      |

|        |  |      |      |       |      |       |       |       |       |        |
|--------|--|------|------|-------|------|-------|-------|-------|-------|--------|
|        |  |      |      | 0,8%  |      | 1,5%  |       | 0,8%  | 0,8%  | 3,8%   |
| 45     |  | 1    | 1    | 1     |      |       | 1     |       | 1     | 5      |
|        |  | 0,8% | 0,8% | 0,8%  |      |       | 0,8%  |       | 0,8%  | 3,8%   |
| 46     |  |      | 2    | 2     |      |       |       | 2     |       | 6      |
|        |  |      | 1,5% | 1,5%  |      |       |       | 1,5%  |       | 4,6%   |
| 47     |  |      | 3    | 2     | 5    |       |       | 2     |       | 12     |
|        |  |      | 2,3% | 1,5%  | 3,8% |       |       | 1,5%  |       | 9,2%   |
| 48     |  |      |      | 1     |      |       | 1     | 1     |       | 3      |
|        |  |      |      | 0,8%  |      |       | 0,8%  | 0,8%  |       | 2,3%   |
| 49     |  | 1    | 2    |       | 1    |       |       | 1     | 1     | 6      |
|        |  | 0,8% | 1,5% |       | 0,8% |       |       | 0,8%  | 0,8%  | 4,6%   |
| 50     |  |      |      | 1     |      |       | 1     |       | 2     | 4      |
|        |  |      |      | 0,8%  |      |       | 0,8%  |       | 1,5%  | 3,1%   |
| 51     |  |      | 1    | 2     |      |       | 1     |       |       | 4      |
|        |  |      | 0,8% | 1,5%  |      |       | 0,8%  |       |       | 3,1%   |
| 52     |  |      | 2    |       |      |       |       |       |       | 2      |
|        |  |      | 1,5% |       |      |       |       |       |       | 1,5%   |
| 53     |  |      |      | 1     |      |       |       |       | 1     | 2      |
|        |  |      |      | 0,8%  |      |       |       |       | 0,8%  | 1,5%   |
| 54     |  | 1    |      | 1     |      |       |       |       |       | 2      |
|        |  | 0,8% |      | 0,8%  |      |       |       |       |       | 1,5%   |
| 57     |  |      | 1    |       |      |       | 1     |       |       | 2      |
|        |  |      | 0,8% |       |      |       | 0,8%  |       |       | 1,5%   |
| 60     |  | 1    |      |       |      |       |       |       |       | 1      |
|        |  | 0,8% |      |       |      |       |       |       |       | ,8%    |
| 65     |  |      |      | 1     |      |       |       |       |       | 1      |
|        |  |      |      | 0,8%  |      |       |       |       |       | ,8%    |
| 73     |  |      |      | 1     |      |       |       |       |       | 1      |
|        |  |      |      | 0,8%  |      |       |       |       |       | ,8%    |
| Σύνολο |  | 1    | 8    | 28    | 26   | 17    | 15    | 19    | 16    | 130    |
|        |  | 0,8% | 6,2% | 21,5% | 20%  | 13,1% | 11,5% | 14,6% | 12,3% | 100,0% |

**Πίνακας 162: Ηλικία και θέση προτεραιότητας πλυντηρίου ρούχων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|        |    | Θέση προτεραιότητας πλυντηρίου ρούχων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |      |      |      |      |      |   |   | Total |
|--------|----|---------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|---|---|-------|
|        |    | 1                                                                               | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7 | 9 |       |
| Ηλικία | 19 |                                                                                 |      |      | 2    | 1    |      |   |   | 3     |
|        |    |                                                                                 |      |      | 1,5% | 0,8% |      |   |   | 2,3%  |
|        | 21 | 1                                                                               |      | 1    | 1    |      |      |   |   | 3     |
|        |    | 0,8%                                                                            |      | 0,8% | 0,8% |      |      |   |   | 2,3%  |
|        | 22 |                                                                                 | 1    | 2    | 2    |      | 1    |   |   | 6     |
|        |    |                                                                                 | 0,8% | 1,5% | 1,5% |      | 0,8% |   |   | 4,6%  |
|        | 23 |                                                                                 |      | 2    | 9    |      |      |   |   | 11    |
|        |    |                                                                                 |      | 1,5% | 6,9% |      |      |   |   | 8,5%  |
|        | 24 | 1                                                                               |      | 1    | 2    |      |      |   |   | 4     |
|        |    | 0,8%                                                                            |      | 0,8% | 1,5% |      |      |   |   | 3,1%  |
|        | 25 |                                                                                 | 1    | 1    |      |      |      |   |   | 2     |
|        |    |                                                                                 | 0,8% | 0,8% |      |      |      |   |   | 1,5%  |
|        | 26 |                                                                                 | 1    |      | 1    |      |      |   |   | 2     |
|        |    |                                                                                 | 0,8% |      | 0,8% |      |      |   |   | 1,5%  |

|    |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 28 |      |      |      |      | 1    |      |      |      | 1    |
|    |      |      |      |      | 0,8% |      |      |      | ,8%  |
| 29 |      |      |      |      |      |      |      | 1    | 1    |
|    |      |      |      |      |      |      |      | 0,8% | ,8%  |
| 30 |      |      |      | 3    |      |      |      |      | 3    |
|    |      |      |      | 2,3% |      |      |      |      | 2,3% |
| 31 |      |      |      | 1    |      |      |      |      | 1    |
|    |      |      |      | 0,8% |      |      |      |      | 0,8% |
| 33 |      |      |      | 1    |      |      |      |      | 1    |
|    |      |      |      | 0,8% |      |      |      |      | 0,8% |
| 35 |      | 1    |      | 2    |      |      |      |      | 3    |
|    |      | 0,8% |      | 1,5% |      |      |      |      | 2,3% |
| 36 |      |      | 1    |      |      |      |      |      | 1    |
|    |      |      | 0,8% |      |      |      |      |      | ,8%  |
| 37 |      |      | 1    | 1    |      |      |      |      | 2    |
|    |      |      | 0,8% | 0,8% |      |      |      |      | 1,5% |
| 38 |      |      | 1    | 5    |      |      | 1    |      | 7    |
|    |      |      | 0,8% | 3,8% |      |      | 0,8% |      | 5,4% |
| 39 |      |      |      | 1    |      | 1    |      |      | 2    |
|    |      |      |      | 0,8% |      | 0,8% |      |      | 1,5% |
| 40 |      |      | 1    | 1    |      | 1    |      |      | 3    |
|    |      |      | 0,8% | 0,8% |      | 0,8% |      |      | 2,3% |
| 41 |      | 1    |      | 2    | 1    |      |      |      | 4    |
|    |      | 0,8% |      | 1,5% | 0,8% |      |      |      | 3,1% |
| 42 |      | 1    | 3    | 3    |      |      |      |      | 7    |
|    |      | 0,8% | 2,3% | 2,3% |      |      |      |      | 5,4% |
| 43 |      |      | 2    | 5    |      |      |      |      | 7    |
|    |      |      | 1,5% | 3,8% |      |      |      |      | 5,4% |
| 44 |      |      | 2    | 2    | 1    |      |      |      | 5    |
|    |      |      | 1,5% | 1,5% | 0,8% |      |      |      | 3,8% |
| 45 |      |      | 2    | 1    | 2    |      |      |      | 5    |
|    |      |      | 1,5% | 0,8% | 1,5% |      |      |      | 3,8% |
| 46 |      | 1    | 2    | 3    |      |      |      |      | 6    |
|    |      | 0,8% | 1,5% | 2,3% |      |      |      |      | 4,6% |
| 47 | 1    |      | 2    | 7    | 1    | 1    |      |      | 12   |
|    | 0,8% |      | 1,5% | 5,4% | 0,8% | 0,8% |      |      | 9,2% |
| 48 |      |      |      | 3    |      |      |      |      | 3    |
|    |      |      |      | 2,3% |      |      |      |      | 2,3% |
| 49 |      |      | 2    | 4    |      |      |      |      | 6    |
|    |      |      | 1,5% | 3,1% |      |      |      |      | 4,6% |
| 50 |      |      | 4    |      |      |      |      |      | 4    |
|    |      |      | 3,1% |      |      |      |      |      | 3,1% |
| 51 |      | 1    | 2    | 1    |      |      |      |      | 4    |
|    |      | 0,8% | 1,5% | 0,8% |      |      |      |      | 3,1% |
| 52 |      |      |      | 2    |      |      |      |      | 2    |
|    |      |      |      | 1,5% |      |      |      |      | 1,5% |
| 53 | 1    |      |      | 1    |      |      |      |      | 2    |
|    | 0,8% |      |      | 0,8% |      |      |      |      | 1,5% |
| 54 |      | 1    |      | 1    |      |      |      |      | 2    |
|    |      | 0,8% |      | 0,8% |      |      |      |      | 1,5% |
| 57 |      |      | 1    | 1    |      |      |      |      | 2    |
|    |      |      | 0,8% | 0,8% |      |      |      |      | 1,5% |
| 60 |      |      |      |      | 1    |      |      |      | 1    |

|        |    |      |      |       |       |      |      |      |      |        |
|--------|----|------|------|-------|-------|------|------|------|------|--------|
|        |    |      |      |       |       | 0,8% |      |      |      | 0,8%   |
|        | 65 |      |      |       | 1     |      |      |      |      | 1      |
|        |    |      |      |       | 0,8%  |      |      |      |      | 0,8%   |
|        | 73 |      |      |       |       | 1    |      |      |      | 1      |
|        |    |      |      |       |       | 0,8% |      |      |      | 0,8%   |
| Σύνολο |    | 4    | 9    | 33    | 69    | 9    | 4    | 1    | 1    | 130    |
|        |    | 3,1% | 6,9% | 25,4% | 53,1% | 6,9% | 3,1% | 0,8% | 0,8% | 100,0% |

**Πίνακας 163: Ηλικία και θέση προτεραιότητας φούρνου μικροκυμάτων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|        |    | Θέση προτεραιότητας φούρνου μικροκυμάτων σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |      |      |      |      |      |      |      | Total |
|--------|----|------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
|        |    | 3                                                                                  | 4    | 5    | 6    | 7    | 8    | 9    | 10   |       |
| Ηλικία | 19 |                                                                                    |      | 1    | 1    |      |      |      | 1    | 3     |
|        |    |                                                                                    |      | 0,8% | 0,8% |      |      |      | 0,8% | 2,3%  |
|        | 21 |                                                                                    |      |      | 2    |      |      | 1    |      | 3     |
|        |    |                                                                                    |      |      | 1,5% |      |      | 0,8% |      | 2,3%  |
|        | 22 |                                                                                    | 1    |      | 1    | 2    | 1    | 1    |      | 6     |
|        |    |                                                                                    | 0,8% |      | 0,8% | 1,5% | 0,8% | 0,8% |      | 4,6%  |
|        | 23 |                                                                                    |      | 3    | 2    | 3    | 2    |      | 1    | 11    |
|        |    |                                                                                    |      | 2,3% | 1,5% | 2,3% | 1,5% |      | 0,8% | 8,5%  |
|        | 24 |                                                                                    |      |      |      | 1    | 1    | 1    | 1    | 4     |
|        |    |                                                                                    |      |      |      | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 3,1%  |
|        | 25 | 1                                                                                  |      |      |      |      | 1    |      |      | 2     |
|        |    | 0,8%                                                                               |      |      |      |      | 0,8% |      |      | 1,5%  |
|        | 26 |                                                                                    |      |      |      |      |      | 1    | 1    | 2     |
|        |    |                                                                                    |      |      |      |      |      | 0,8% | 0,8% | 1,5%  |
|        | 28 |                                                                                    |      |      |      |      |      | 1    |      | 1     |
|        |    |                                                                                    |      |      |      |      |      | 0,8% |      | ,8%   |
|        | 29 | 1                                                                                  |      |      |      |      |      |      |      | 1     |
|        |    | 0,8%                                                                               |      |      |      |      |      |      |      | ,8%   |
|        | 30 |                                                                                    |      |      |      |      | 2    |      | 1    | 3     |
|        |    |                                                                                    |      |      |      |      | 1,5% |      | 0,8% | 2,3%  |
|        | 31 |                                                                                    |      |      |      | 1    |      |      |      | 1     |
|        |    |                                                                                    |      |      |      | 0,8% |      |      |      | ,8%   |
|        | 33 |                                                                                    |      |      |      |      |      |      | 1    | 1     |
|        |    |                                                                                    |      |      |      |      |      |      | 0,8% | ,8%   |
|        | 35 |                                                                                    |      |      |      |      | 2    |      | 1    | 3     |
|        |    |                                                                                    |      |      |      |      | 1,5% |      | 0,8% | 2,3%  |
|        | 36 |                                                                                    |      |      |      |      | 1    |      |      | 1     |
|        |    |                                                                                    |      |      |      |      | 0,8% |      |      | ,8%   |
|        | 37 | 1                                                                                  |      |      |      |      |      |      | 1    | 2     |
|        |    | 0,8%                                                                               |      |      |      |      |      |      | 0,8% | 1,5%  |
|        | 38 | 1                                                                                  |      |      |      | 2    | 2    | 1    | 1    | 7     |
|        |    | 0,8%                                                                               |      |      |      | 1,5% | 1,5% | 0,8% | 0,8% | 5,4%  |
|        | 39 |                                                                                    |      | 1    |      | 1    |      |      |      | 2     |
|        |    |                                                                                    |      | 0,8% |      | 0,8% |      |      |      | 1,5%  |
|        | 40 |                                                                                    |      |      |      | 2    |      |      | 1    | 3     |
|        |    |                                                                                    |      |      |      | 1,5% |      |      | 0,8% | 2,3%  |
|        | 41 |                                                                                    |      | 1    |      | 1    |      | 1    | 1    | 4     |
|        |    |                                                                                    |      | 0,8% |      | 0,8% |      | 0,8% | 0,8% | 3,1%  |

|        |    |      |      |      |       |       |       |       |       |        |
|--------|----|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
|        | 42 |      |      | 1    | 1     | 1     |       | 1     | 3     | 7      |
|        |    |      |      | 0,8% | 0,8%  | 0,8%  |       | 0,8%  | 2,3%  | 5,4%   |
|        | 43 |      |      | 1    |       |       | 2     |       | 4     | 7      |
|        |    |      |      | 0,8% |       |       | 1,5%  |       | 3,1%  | 5,4%   |
|        | 44 | 1    |      |      | 1     |       | 2     | 1     |       | 5      |
|        |    | 0,8% |      |      | 0,8%  |       | 1,5%  | 0,8%  |       | 3,8%   |
|        | 45 | 1    |      |      |       | 3     | 1     |       |       | 5      |
|        |    | 0,8% |      |      |       | 2,3%  | 0,8%  |       |       | 3,8%   |
|        | 46 |      |      |      | 1     | 3     | 1     | 1     |       | 6      |
|        |    |      |      |      | 0,8%  | 2,3%  | 0,8%  | 0,8%  |       | 4,6%   |
|        | 47 |      |      | 2    | 2     |       | 3     | 1     | 4     | 12     |
|        |    |      |      | 1,5% | 1,5%  |       | 2,3%  | 0,8%  | 3,1%  | 9,2%   |
|        | 48 |      |      |      | 1     |       |       | 1     | 1     | 3      |
|        |    |      |      |      | 0,8%  |       |       | 0,8%  | 0,8%  | 2,3%   |
|        | 49 |      |      |      | 2     | 1     | 1     |       | 2     | 6      |
|        |    |      |      |      | 1,5%  | 0,8%  | 0,8%  |       | 1,5%  | 4,6%   |
|        | 50 |      |      |      |       | 1     | 1     | 1     | 1     | 4      |
|        |    |      |      |      |       | 0,8%  | 0,8%  | 0,8%  | 0,8%  | 3,1%   |
|        | 51 |      |      | 1    | 1     | 1     |       | 1     |       | 4      |
|        |    |      |      | 0,8% | 0,8%  | 0,8%  |       | 0,8%  |       | 3,1%   |
|        | 52 |      |      |      | 1     |       |       |       | 1     | 2      |
|        |    |      |      |      | 0,8%  |       |       |       | 0,8%  | 1,5%   |
|        | 53 |      |      |      |       | 1     |       | 1     |       | 2      |
|        |    |      |      |      |       | 0,8%  |       | 0,8%  |       | 1,5%   |
|        | 54 |      |      |      |       | 1     |       | 1     |       | 2      |
|        |    |      |      |      |       | 0,8%  |       | 0,8%  |       | 1,5%   |
|        | 57 |      |      |      |       | 1     | 1     |       |       | 2      |
|        |    |      |      |      |       | 0,8%  | 0,8%  |       |       | 1,5%   |
|        | 60 |      |      |      | 1     |       |       |       |       | 1      |
|        |    |      |      |      | 0,8%  |       |       |       |       | ,8%    |
|        | 65 |      |      |      |       |       |       |       | 1     | 1      |
|        |    |      |      |      |       |       |       |       | 0,8%  | ,8%    |
|        | 73 |      |      |      |       |       |       |       | 1     | 1      |
|        |    |      |      |      |       |       |       |       | 0,8%  | ,8%    |
| Σύνολο |    | 6    | 1    | 11   | 17    | 26    | 24    | 16    | 29    | 130    |
|        |    | 4,6% | 0,8% | 8,5% | 13,1% | 20,0% | 18,5% | 12,3% | 22,3% | 100,0% |

**Πίνακας 164: Ηλικία και θέση προτεραιότητας βιντεοκάμερας σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|        |    | Θέση προτεραιότητας βιντεοκάμερας σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |      |      |      |      |      | Σύνολο |
|--------|----|-----------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|--------|
|        |    | 5                                                                           | 6    | 7    | 8    | 9    | 10   |        |
| Ηλικία | 19 |                                                                             | 1    |      |      |      | 2    | 3      |
|        |    |                                                                             | 0,8% |      |      |      | 1,5% | 2,3%   |
|        | 21 |                                                                             |      | 1    |      |      | 2    | 3      |
|        |    |                                                                             |      | 0,8% |      |      | 1,5% | 2,3%   |
|        | 22 |                                                                             |      |      |      | 4    | 2    | 6      |
|        |    |                                                                             |      |      |      | 3,1% | 1,5% | 4,6%   |
|        | 23 |                                                                             |      |      | 2    | 5    | 4    | 11     |
|        |    |                                                                             |      |      | 1,5% | 3,8% | 3,1% | 8,5%   |
|        | 24 |                                                                             |      | 1    | 2    | 1    |      | 4      |

|    |      |      |      |      |      |      |      |
|----|------|------|------|------|------|------|------|
|    |      |      | 0,8% | 1,5% | 0,8% |      | 3,1% |
| 25 | 1    |      |      |      | 1    |      | 2    |
|    | 0,8% |      |      |      | 0,8% |      | 1,5% |
| 26 |      |      |      |      | 1    | 1    | 2    |
|    |      |      |      |      | 0,8% | 0,8% | 1,5% |
| 28 |      |      |      | 1    |      |      | 1    |
|    |      |      |      | 0,8% |      |      | 0,8% |
| 29 |      |      |      | 1    |      |      | 1    |
|    |      |      |      | 0,8% |      |      | 0,8% |
| 30 |      |      | 2    |      | 1    |      | 3    |
|    |      |      | 1,5% |      | 0,8% |      | 2,3% |
| 31 |      |      |      |      |      | 1    | 1    |
|    |      |      |      |      |      | 0,8% | 0,8% |
| 33 | 1    |      |      |      |      |      | 1    |
|    | 0,8% |      |      |      |      |      | 0,8% |
| 35 |      | 1    |      | 1    | 1    |      | 3    |
|    |      | 0,8% |      | 0,8% | 0,8% |      | 2,3% |
| 36 |      |      |      |      | 1    |      | 1    |
|    |      |      |      |      | 0,8% |      | 0,8% |
| 37 |      |      |      | 1    | 1    |      | 2    |
|    |      |      |      | 0,8% | 0,8% |      | 1,5% |
| 38 |      |      | 2    | 1    | 3    | 1    | 7    |
|    |      |      | 1,5% | 0,8% | 2,3% | 0,8% | 5,4% |
| 39 |      |      |      |      | 1    | 1    | 2    |
|    |      |      |      |      | 0,8% | 0,8% | 1,5% |
| 40 |      |      | 1    | 1    | 1    |      | 3    |
|    |      |      | 0,8% | 0,8% | 0,8% |      | 2,3% |
| 41 |      |      | 2    | 1    | 1    |      | 4    |
|    |      |      | 1,5% | 0,8% | 0,8% |      | 3,1% |
| 42 |      |      | 1    | 1    | 2    | 3    | 7    |
|    |      |      | 0,8% | 0,8% | 1,5% | 2,3% | 5,4% |
| 43 |      | 1    | 3    | 1    | 1    | 1    | 7    |
|    |      | 0,8% | 2,3% | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 5,4% |
| 44 |      |      | 1    | 1    | 3    |      | 5    |
|    |      |      | 0,8% | 0,8% | 2,3% |      | 3,8% |
| 45 |      |      |      | 1    | 3    | 1    | 5    |
|    |      |      |      | 0,8% | 2,3% | 0,8% | 3,8% |
| 46 |      | 1    | 2    |      | 3    |      | 6    |
|    |      | 0,8% | 1,5% |      | 2,3% |      | 4,6% |
| 47 |      | 1    | 4    | 3    | 4    |      | 12   |
|    |      | 0,8% | 3,1% | 2,3% | 3,1% |      | 9,2% |
| 48 |      |      | 2    |      |      | 1    | 3    |
|    |      |      | 1,5% |      |      | 0,8% | 2,3% |
| 49 |      |      | 1    |      | 4    | 1    | 6    |
|    |      |      | 0,8% |      | 3,1% | 0,8% | 4,6% |
| 50 |      |      | 1    | 1    | 2    |      | 4    |
|    |      |      | 0,8% | 0,8% | 1,5% |      | 3,1% |
| 51 |      | 1    |      |      | 2    | 1    | 4    |
|    |      | 0,8% |      |      | 1,5% | 0,8% | 3,1% |
| 52 |      |      |      | 1    | 1    |      | 2    |
|    |      |      |      | 0,8% | 0,8% |      | 1,5% |
| 53 |      | 1    |      |      |      | 1    | 2    |
|    |      | 0,8% |      |      |      | 0,8% | 1,5% |

|        |    |      |      |       |       |       |      |      |
|--------|----|------|------|-------|-------|-------|------|------|
|        | 54 |      |      |       | 2     |       |      | 2    |
|        |    |      |      |       | 1,5%  |       |      | 1,5% |
|        | 57 |      |      |       |       |       | 2    | 2    |
|        |    |      |      |       |       |       | 1,5% | 1,5% |
|        | 60 |      |      |       |       |       | 1    | 1    |
|        |    |      |      |       |       |       | 0,8% | 0,8% |
|        | 65 |      |      |       | 1     |       |      | 1    |
|        |    |      |      |       | 0,8%  |       |      | 0,8% |
|        | 73 |      |      | 1     |       |       |      | 1    |
|        |    |      |      | 0,8%  |       |       |      | 0,8% |
| Σύνολο |    | 2    | 7    | 25    | 23    | 47    | 26   | 130  |
|        |    | 1,5% | 5,4% | 19,2% | 17,7% | 36,2% | 20%  | 100% |

**Πίνακας 165: Ηλικία και θέση προτεραιότητας στερεοφωνικού συγκροτήματος σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|        |    | Θέση προτεραιότητας στερεοφωνικού συγκροτήματος σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |      |      |      |      |      |      | Σύνολο |
|--------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|--------|
|        |    | 4                                                                                         | 5    | 6    | 7    | 8    | 9    | 10   |        |
| Ηλικία | 19 | 1                                                                                         |      |      |      | 1    | 1    |      | 3      |
|        |    | 0,8%                                                                                      |      |      |      | 0,8% | 0,8% |      | 2,3%   |
|        | 21 |                                                                                           |      | 1    | 2    |      |      |      | 3      |
|        |    |                                                                                           |      | 0,8% | 1,5% |      |      |      | 2,3%   |
|        | 22 |                                                                                           |      | 1    | 3    | 2    |      |      | 6      |
|        |    |                                                                                           |      | 0,8% | 2,3% | 1,5% |      |      | 4,6%   |
|        | 23 |                                                                                           |      | 4    | 2    | 4    | 1    |      | 11     |
|        |    |                                                                                           |      | 3,1% | 1,5% | 3,1% | 0,8% |      | 8,5%   |
|        | 24 |                                                                                           |      | 3    |      | 1    |      |      | 4      |
|        |    |                                                                                           |      | 2,3% |      | 0,8% |      |      | 3,1%   |
|        | 25 |                                                                                           |      | 2    |      |      |      |      | 2      |
|        |    |                                                                                           |      | 1,5% |      |      |      |      | 1,5%   |
|        | 26 |                                                                                           | 1    |      |      | 1    |      |      | 2      |
|        |    |                                                                                           | 0,8% |      |      | 0,8% |      |      | 1,5%   |
|        | 28 |                                                                                           |      |      | 1    |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                                           |      |      | 0,8% |      |      |      | 0,8%   |
|        | 29 |                                                                                           |      |      | 1    |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                                           |      |      | 0,8% |      |      |      | 0,8%   |
|        | 30 |                                                                                           |      | 2    |      | 1    |      |      | 3      |
|        |    |                                                                                           |      | 1,5% |      | 0,8% |      |      | 2,3%   |
|        | 31 |                                                                                           |      | 1    |      |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                                           |      | 0,8% |      |      |      |      | 0,8%   |
|        | 33 |                                                                                           |      | 1    |      |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                                           |      | 0,8% |      |      |      |      | 0,8%   |
|        | 35 |                                                                                           |      | 1    | 2    |      |      |      | 3      |
|        |    |                                                                                           |      | 0,8% | 1,5% |      |      |      | 2,3%   |
|        | 36 |                                                                                           |      | 1    |      |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                                           |      | 0,8% |      |      |      |      | 0,8%   |
|        | 37 |                                                                                           |      |      | 1    |      |      | 1    | 2      |
|        |    |                                                                                           |      |      | 0,8% |      |      | 0,8% | 1,5%   |
|        | 38 |                                                                                           | 1    | 3    |      | 1    | 1    | 1    | 7      |
|        |    |                                                                                           | 0,8% | 2,3% |      | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 5,4%   |
|        | 39 |                                                                                           |      |      |      | 1    | 1    |      | 2      |
|        |    |                                                                                           |      |      |      | 0,8% | 0,8% |      | 1,5%   |



|        |  |      |      |       |       |       |      |      |
|--------|--|------|------|-------|-------|-------|------|------|
| 40     |  |      |      |       | 2     | 1     |      | 3    |
|        |  |      |      |       | 1,5%  | 0,8%  |      | 2,3% |
| 41     |  |      | 1    |       | 1     | 1     | 1    | 4    |
|        |  |      | 0,8% |       | 0,8%  | 0,8%  | 0,8% | 3,1% |
| 42     |  |      | 2    | 1     | 3     | 1     |      | 7    |
|        |  |      | 1,5% | 0,8%  | 2,3%  | 0,8%  |      | 5,4% |
| 43     |  | 1    | 3    | 1     | 1     | 1     |      | 7    |
|        |  | 0,8% | 2,3% | 0,8%  | 0,8%  | 0,8%  |      | 5,4% |
| 44     |  |      | 2    |       | 2     |       | 1    | 5    |
|        |  |      | 1,5% |       | 1,5%  |       | 0,8% | 3,8% |
| 45     |  |      | 1    | 1     | 1     | 1     | 1    | 5    |
|        |  |      | 0,8% | 0,8%  | 0,8%  | 0,8%  | 0,8% | 3,8% |
| 46     |  |      |      | 1     | 5     |       |      | 6    |
|        |  |      |      | ,8%   | 3,8%  |       |      | 4,6% |
| 47     |  | 1    | 2    | 2     | 4     | 1     | 2    | 12   |
|        |  | 0,8% | 1,5% | 1,5%  | 3,1%  | 0,8%  | 1,5% | 9,2% |
| 48     |  |      | 1    |       | 1     |       | 1    | 3    |
|        |  |      | 0,8% |       | 0,8%  |       | 0,8% | 2,3% |
| 49     |  |      | 2    | 1     | 2     |       | 1    | 6    |
|        |  |      | 1,5% | 0,8%  | 1,5%  |       | 0,8% | 4,6% |
| 50     |  |      | 2    | 1     |       |       | 1    | 4    |
|        |  |      | 1,5% | 0,8%  |       |       | 0,8% | 3,1% |
| 51     |  |      |      | 1     | 2     |       | 1    | 4    |
|        |  |      |      | 0,8%  | 1,5%  |       | 0,8% | 3,1% |
| 52     |  |      | 1    |       | 1     |       |      | 2    |
|        |  |      | 0,8% |       | 0,8%  |       |      | 1,5% |
| 53     |  |      |      | 1     |       | 1     |      | 2    |
|        |  |      |      | 0,8%  |       | 0,8%  |      | 1,5% |
| 54     |  | 1    |      |       |       | 1     |      | 2    |
|        |  | 0,8% |      |       |       | 0,8%  |      | 1,5% |
| 57     |  |      | 1    | 1     |       |       |      | 2    |
|        |  |      | 0,8% | 0,8%  |       |       |      | 1,5% |
| 60     |  |      |      |       |       | 1     |      | 1    |
|        |  |      |      |       |       | 0,8%  |      | 0,8% |
| 65     |  |      |      | 1     |       |       |      | 1    |
|        |  |      |      | 0,8%  |       |       |      | 0,8% |
| 73     |  |      |      |       | 1     |       |      | 1    |
|        |  |      |      |       | 0,8%  |       |      | 0,8% |
| Σύνολο |  | 1    | 5    | 38    | 24    | 38    | 13   | 130  |
|        |  | 0,8% | 3,8% | 29,2% | 18,5% | 29,2% | 10%  | 100% |

**Πίνακας 166: Ηλικία και θέση προτεραιότητας τηλεόρασης σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|           |    | Θέση προτεραιότητας τηλεόρασης σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |      |      |      |      |      |      |      | Total |       |
|-----------|----|--------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
|           |    | 1                                                                        | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 8    | 9     |       |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ | 19 |                                                                          |      |      |      |      | 1    | 2    |      |       | 2583  |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      | 0,8% | 1,5% |      |       | 2,3%  |
|           | 21 |                                                                          |      | 1    | 1    | 1    |      |      |      |       | 3     |
|           |    |                                                                          |      | 0,8% | 0,8% | 0,8% |      |      |      |       | 2,3%  |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      |      |      |      |       |       |
|           | 22 |                                                                          |      |      | 1    | 3    | 1    |      | 1    |       | 6     |
|           |    |                                                                          |      |      | 0,8% | 2,3% | 0,8% |      | 0,8% |       | 4,6%  |
|           | 23 |                                                                          |      | 1    |      | 7    | 2    | 1    |      |       | 11    |
|           |    |                                                                          |      | 0,8% |      | 5,4% | 1,5% | 0,8% |      |       | 8,5%  |
|           | 24 |                                                                          |      |      |      | 3    | 1    |      |      |       | 4     |
|           |    |                                                                          |      |      |      | 2,3% | 0,8% |      |      |       | 3,1%  |
|           | 25 |                                                                          |      |      |      | 1    |      | 1    |      |       | 2     |
|           |    |                                                                          |      |      |      | 0,8% |      | 0,8% |      |       | 1,5%  |
|           | 26 |                                                                          |      |      |      |      |      | 1    | 1    |       | 2     |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      |      | 0,8% | 0,8% |       | 1,5%  |
|           | 28 |                                                                          |      | 1    |      |      |      |      |      |       | 1     |
|           |    |                                                                          |      | 0,8% |      |      |      |      |      |       | ,8%   |
|           | 29 |                                                                          |      |      | 1    |      |      |      |      |       | 1     |
|           |    |                                                                          |      |      | 0,8% |      |      |      |      |       | ,8%   |
|           | 30 |                                                                          |      |      |      |      | 2    | 1    |      |       | 3     |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      | 1,5% | 0,8% |      |       | 2,3%  |
|           | 31 |                                                                          |      |      |      |      |      |      |      | 1     | 1     |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      |      |      |      | 0,8%  | 00,8% |
|           | 33 |                                                                          |      |      |      |      |      |      | 1    |       | 1     |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      |      |      | 0,8% |       | 0,8%  |
|           | 35 |                                                                          |      |      | 1    | 2    |      |      |      |       | 3     |
|           |    |                                                                          |      |      |      | 0,8% | 1,5% |      |      |       | 2,3%  |
|           | 36 |                                                                          |      |      |      |      | 1    |      |      |       | 1     |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      | 0,8% |      |      |       | ,8%   |
|           | 37 |                                                                          |      |      |      |      | 1    | 1    |      |       | 2     |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      | 0,8% | 0,8% |      |       | 1,5%  |
|           | 38 |                                                                          |      |      |      |      | 5    | 2    |      |       | 7     |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      | 3,8% | 1,5% |      |       | 5,4%  |
|           | 39 |                                                                          |      | 1    |      |      | 1    |      |      |       | 2     |
|           |    |                                                                          |      | 0,8% |      |      | 0,8% |      |      |       | 1,5%  |
|           | 40 |                                                                          |      |      | 1    | 1    | 1    |      |      |       | 3     |
|           |    |                                                                          |      |      |      | 0,8% | 0,8% | 0,8% |      |       | 2,3%  |
|           | 41 |                                                                          |      |      |      |      | 1    | 2    |      | 1     | 4     |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      | 0,8% | 1,5% |      | 0,8%  | 3,1%  |
|           | 42 |                                                                          |      |      | 1    | 2    | 1    | 3    |      |       | 7     |
|           |    |                                                                          |      |      |      | 0,8% | 1,5% | 0,8% | 2,3% |       | 5,4%  |
|           | 43 | 1                                                                        |      |      | 1    | 4    | 1    |      |      |       | 7     |
|           |    | 0,8%                                                                     |      |      |      | 0,8% | 3,1% | 0,8% |      |       | 5,4%  |
|           | 44 |                                                                          | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |      |      |       | 5     |
|           |    |                                                                          | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 0,8% |      |      |       | 3,8%  |
|           | 45 | 1                                                                        |      |      | 1    | 2    | 1    |      |      |       | 5     |
|           |    | 0,8%                                                                     |      |      |      | 0,8% | 1,5% | 0,8% |      |       | 3,8%  |
|           | 46 |                                                                          |      |      |      |      | 4    | 2    |      |       | 6     |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      | 3,1% | 1,5% |      |       | 4,6%  |
|           | 47 |                                                                          |      |      | 2    | 5    | 3    |      |      | 2     | 12    |
|           |    |                                                                          |      |      | 1,5% | 3,8% | 2,3% |      |      | 1,5%  | 9,2%  |
|           | 48 |                                                                          |      |      |      | 3    |      |      |      |       | 3     |
|           |    |                                                                          |      |      |      | 2,3% |      |      |      |       | 2,3%  |
|           | 49 |                                                                          |      |      | 1    | 3    | 1    | 1    |      |       | 6     |
|           |    |                                                                          |      |      |      | 0,8% | 2,3% | 0,8% | 0,8% |       | 4,6%  |
|           | 50 |                                                                          |      |      | 1    | 3    |      |      |      |       | 4     |
|           |    |                                                                          |      |      | 0,8% | 2,3% |      |      |      |       | 3,1%  |
|           | 51 |                                                                          |      |      |      | 2    |      | 2    |      |       | 4     |
|           |    |                                                                          |      |      |      | 1,5% |      | 1,5% |      |       | 3,1%  |
|           | 52 |                                                                          |      |      |      |      |      | 2    |      |       | 2     |
|           |    |                                                                          |      |      |      |      |      | 1,5% |      |       | 1,5%  |

**Πίνακας 167: Ηλικία και θέση προτεραιότητας ψυγείου σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού.**

|        |    | Θέση προτεραιότητας ψυγείου σε περίπτωση δημιουργίας νέου νοικοκυριού |      |      |      |      |      | Σύνολο |
|--------|----|-----------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|--------|
|        |    | 1                                                                     | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    |        |
| Ηλικία | 19 | 1                                                                     |      | 2    |      |      |      | 3      |
|        |    | 0,8%                                                                  |      | 1,5% |      |      |      | 2,3%   |
|        | 21 |                                                                       | 2    |      |      | 1    |      | 3      |
|        |    |                                                                       | 1,5% |      |      | 0,8% |      | 2,3%   |
|        | 22 |                                                                       | 3    | 2    | 1    |      |      | 6      |
|        |    |                                                                       | 2,3% | 1,5% | 0,8% |      |      | 4,6%   |
|        | 23 | 4                                                                     | 4    | 2    |      |      | 1    | 11     |
|        |    | 3,1%                                                                  | 3,1% | 1,5% |      |      | 0,8% | 8,5%   |
|        | 24 | 2                                                                     | 2    |      |      |      |      | 4      |
|        |    | 1,5%                                                                  | 1,5% |      |      |      |      | 3,1%   |
|        | 25 | 2                                                                     |      |      |      |      |      | 2      |
|        |    | 1,5%                                                                  |      |      |      |      |      | 1,5%   |
|        | 26 | 1                                                                     |      | 1    |      |      |      | 2      |
|        |    | 0,8%                                                                  |      | 0,8% |      |      |      | 1,5%   |
|        | 28 |                                                                       | 1    |      |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                       | 0,8% |      |      |      |      | 0,8%   |
|        | 29 |                                                                       | 1    |      |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                       | 0,8% |      |      |      |      | 0,8%   |
|        | 30 |                                                                       | 3    |      |      |      |      | 3      |
|        |    |                                                                       | 2,3% |      |      |      |      | 2,3%   |
|        | 31 | 1                                                                     |      |      |      |      |      | 1      |
|        |    | 0,8%                                                                  |      |      |      |      |      | 0,8%   |
|        | 33 |                                                                       | 1    |      |      |      |      | 1      |
|        |    |                                                                       | 0,8% |      |      |      |      | 0,8%   |
|        | 35 | 2                                                                     |      | 1    |      |      |      | 3      |
|        |    | 1,5%                                                                  |      | 0,8% |      |      |      | 2,3%   |
|        | 36 | 1                                                                     |      |      |      |      |      | 1      |
|        |    | 0,8%                                                                  |      |      |      |      |      | 0,8%   |
|        | 37 | 2                                                                     |      |      |      |      |      | 2      |
|        |    | 1,5%                                                                  |      |      |      |      |      | 1,5%   |
|        | 38 | 3                                                                     | 3    | 1    |      |      |      | 7      |
|        |    | 2,3%                                                                  | 2,3% | 0,8% |      |      |      | 5,4%   |
|        | 39 |                                                                       | 1    | 1    |      |      |      | 2      |
|        |    |                                                                       | 0,8% | 0,8% |      |      |      | 1,5%   |
|        | 40 |                                                                       | 1    | 2    |      |      |      | 3      |
|        |    |                                                                       | 0,8% | 1,5% |      |      |      | 2,3%   |
|        | 41 | 1                                                                     | 2    | 1    |      |      |      | 4      |
|        |    | 0,8%                                                                  | 1,5% | 0,8% |      |      |      | 3,1%   |
|        | 42 | 3                                                                     | 3    | 1    |      |      |      | 7      |
|        |    | 2,3%                                                                  | 2,3% | 0,8% |      |      |      | 5,4%   |
|        | 43 | 3                                                                     | 3    | 1    |      |      |      | 7      |
|        |    | 2,3%                                                                  | 2,3% | 0,8% |      |      |      | 5,4%   |
|        | 44 | 3                                                                     | 2    |      |      |      |      | 5      |
|        |    | 2,3%                                                                  | 1,5% |      |      |      |      | 3,8%   |
|        | 45 | 2                                                                     | 2    |      | 1    |      |      | 5      |
|        |    | 1,5%                                                                  | 1,5% |      | 0,8% |      |      | 3,8%   |
|        | 46 | 3                                                                     | 2    |      | 1    |      |      | 6      |

|        |    |       |       |       |      |      |     |      |
|--------|----|-------|-------|-------|------|------|-----|------|
|        |    | 2,3%  | 1,5%  |       | 0,8% |      |     | 4,6% |
|        | 47 | 4     | 5     | 2     | 1    |      |     | 12   |
|        |    | 3,1%  | 3,8%  | 1,5%  | 0,8% |      |     | 9,2% |
|        | 48 | 1     |       | 2     |      |      |     | 3    |
|        |    | 0,8%  |       | 1,5%  |      |      |     | 2,3% |
|        | 49 | 2     | 3     | 1     |      |      |     | 6    |
|        |    | 1,5%  | 2,3%  | 0,8%  |      |      |     | 4,6% |
|        | 50 | 2     | 1     |       |      | 1    |     | 4    |
|        |    | 1,5%  | 0,8%  |       |      | 0,8% |     | 3,1% |
|        | 51 | 2     | 1     |       | 1    |      |     | 4    |
|        |    | 1,5%  | 0,8%  |       | 0,8% |      |     | 3,1% |
|        | 52 | 1     |       | 1     |      |      |     | 2    |
|        |    | 0,8%  |       | 0,8%  |      |      |     | 1,5% |
|        | 53 |       |       | 2     |      |      |     | 2    |
|        |    |       |       | 1,5%  |      |      |     | 1,5% |
|        | 54 | 1     |       | 1     |      |      |     | 2    |
|        |    | 0,8%  |       | 0,8%  |      |      |     | 1,5% |
|        | 57 |       | 1     |       | 1    |      |     | 2    |
|        |    |       | 0,8%  |       | 0,8% |      |     | 1,5% |
|        | 60 |       |       | 1     |      |      |     | 1    |
|        |    |       |       | 0,8%  |      |      |     | 0,8% |
|        | 65 |       | 1     |       |      |      |     | 1    |
|        |    |       | 0,8%  |       |      |      |     | 0,8% |
|        | 73 |       | 1     |       |      |      |     | 1    |
|        |    |       | 0,8%  |       |      |      |     | 0,8% |
| Σύνολο |    | 47    | 49    | 25    | 6    | 2    | 1   | 130  |
|        |    | 36,2% | 37,7% | 19,2% | 4,6% | 1,5% | ,8% | 100% |

Πίνακας 168: Ηλικία και χωματερές, ως χώροι κατάληξης των διαρκών αγαθών.

|        |    | Χωματερές, ως χώροι<br>κατάληξης των<br>διαρκών αγαθών |      | Σύνολο |
|--------|----|--------------------------------------------------------|------|--------|
|        |    | Όχι                                                    | Ναι  |        |
| Ηλικία | 19 | 2                                                      | 1    | 3      |
|        |    | 1,5%                                                   | 0,8% | 2,3%   |
|        | 21 | 3                                                      |      | 3      |
|        |    | 2,3%                                                   |      | 2,3%   |
|        | 22 | 4                                                      | 2    | 6      |
|        |    | 3,1%                                                   | 1,5% | 4,6%   |
|        | 23 | 7                                                      | 4    | 11     |
|        |    | 5,4%                                                   | 3,1% | 8,5%   |
|        | 24 | 2                                                      | 2    | 4      |
|        |    | 1,5%                                                   | 1,5% | 3,1%   |
|        | 25 | 1                                                      | 1    | 2      |
|        |    | 0,8%                                                   | 0,8% | 1,5%   |
|        | 26 | 1                                                      | 1    | 2      |
|        |    | 0,8%                                                   | 0,8% | 1,5%   |
|        | 28 | 1                                                      |      | 1      |
|        |    | 0,8%                                                   |      | 0,8%   |
|        | 29 |                                                        | 1    | 1      |
|        |    |                                                        | 0,8% | 0,8%   |

|    |      |      |      |
|----|------|------|------|
| 30 |      | 3    | 3    |
|    |      | 2,3% | 2,3% |
| 31 | 1    |      | 1    |
|    | 0,8% |      | 0,8% |
| 33 | 1    |      | 1    |
|    | 0,8% |      | 0,8% |
| 35 | 1    | 2    | 3    |
|    | 0,8% | 1,5% | 2,3% |
| 36 | 1    |      | 1    |
|    | 0,8% |      | 0,8% |
| 37 | 1    | 1    | 2    |
|    | 0,8% | 0,8% | 1,5% |
| 38 | 4    | 3    | 7    |
|    | 3,1% | 2,3% | 5,4% |
| 39 | 2    |      | 2    |
|    | 1,5% |      | 1,5% |
| 40 | 3    |      | 3    |
|    | 2,3% |      | 2,3% |
| 41 | 3    | 1    | 4    |
|    | 2,3% | 0,8% | 3,1% |
| 42 | 4    | 3    | 7    |
|    | 3,1% | 2,3% | 5,4% |
| 43 | 4    | 3    | 7    |
|    | 3,1% | 2,3% | 5,4% |
| 44 | 4    | 1    | 5    |
|    | 3,1% | 0,8% | 3,8% |
| 45 | 2    | 3    | 5    |
|    | 1,5% | 2,3% | 3,8% |
| 46 | 4    | 2    | 6    |
|    | 3,1% | 1,5% | 4,6% |
| 47 | 9    | 3    | 12   |
|    | 6,9% | 2,3% | 9,2% |
| 48 | 1    | 2    | 3    |
|    | 0,8% | 1,5% | 2,3% |
| 49 | 5    | 1    | 6    |
|    | 3,8% | 0,8% | 4,6% |
| 50 | 1    | 3    | 4    |
|    | 0,8% | 2,3% | 3,1% |
| 51 | 3    | 1    | 4    |
|    | 2,3% | 0,8% | 3,1% |
| 52 | 1    | 1    | 2    |
|    | 0,8% | 0,8% | 1,5% |
| 53 | 2    |      | 2    |
|    | 1,5% |      | 1,5% |
| 54 |      | 2    | 2    |
|    |      | 1,5% | 1,5% |
| 57 | 1    | 1    | 2    |
|    | 0,8% | 0,8% | 1,5% |
| 60 |      | 1    | 1    |
|    |      | 0,8% | 0,8% |
| 65 | 1    |      | 1    |
|    | 0,8% |      | 0,8% |
| 73 | 1    |      | 1    |

|        |  |       |       |      |
|--------|--|-------|-------|------|
|        |  | 0,8%  |       | 0,8% |
| Σύνολο |  | 81    | 49    | 130  |
|        |  | 62,3% | 37,7% | 100% |

**Πίνακας 169: Ηλικία και ΧΥΤΑ, ως χώροι κατάληξης των διαρκών αγαθών.**

|        |    | ΧΥΤΑ, ως χώροι<br>κατάληξης των<br>διαρκών αγαθών |      | Σύνολο |
|--------|----|---------------------------------------------------|------|--------|
|        |    | Όχι                                               | Ναι  |        |
| Ηλικία | 19 | 3                                                 |      | 3      |
|        |    | 2,3%                                              |      | 2,3%   |
|        | 21 | 2                                                 | 1    | 3      |
|        |    | 1,5%                                              | 0,8% | 2,3%   |
|        | 22 | 6                                                 |      | 6      |
|        |    | 4,6%                                              |      | 4,6%   |
|        | 23 | 8                                                 | 3    | 11     |
|        |    | 6,2%                                              | 2,3% | 8,5%   |
|        | 24 | 4                                                 |      | 4      |
|        |    | 3,1%                                              |      | 3,1%   |
|        | 25 | 1                                                 | 1    | 2      |
|        |    | 0,8%                                              | 0,8% | 1,5%   |
|        | 26 | 2                                                 |      | 2      |
|        |    | 1,5%                                              |      | 1,5%   |
|        | 28 | 1                                                 |      | 1      |
|        |    | 0,8%                                              |      | 0,8%   |
|        | 29 | 1                                                 |      | 1      |
|        |    | 0,8%                                              |      | 0,8%   |
|        | 30 | 3                                                 |      | 3      |
|        |    | 2,3%                                              |      | 2,3%   |
|        | 31 | 1                                                 |      | 1      |
|        |    | 0,8%                                              |      | 0,8%   |
|        | 33 | 1                                                 |      | 1      |
|        |    | 0,8%                                              |      | 0,8%   |
|        | 35 | 3                                                 |      | 3      |
|        |    | 2,3%                                              |      | 2,3%   |
|        | 36 | 1                                                 |      | 1      |
|        |    | 0,8%                                              |      | 0,8%   |
|        | 37 | 2                                                 |      | 2      |
|        |    | 1,5%                                              |      | 1,5%   |
|        | 38 | 6                                                 | 1    | 7      |
|        |    | 4,6%                                              | 0,8% | 5,4%   |
|        | 39 | 1                                                 | 1    | 2      |
|        |    | 0,8%                                              | 0,8% | 1,5%   |
|        | 40 | 3                                                 |      | 3      |
|        |    | 2,3%                                              |      | 2,3%   |
|        | 41 | 3                                                 | 1    | 4      |
|        |    | 2,3%                                              | 0,8% | 3,1%   |
|        | 42 | 6                                                 | 1    | 7      |
|        |    | 4,6%                                              | 0,8% | 5,4%   |
|        | 43 | 6                                                 | 1    | 7      |
|        |    | 4,6%                                              | 0,8% | 5,4%   |
|        | 44 | 5                                                 |      | 5      |

|        |    |       |       |      |
|--------|----|-------|-------|------|
|        |    | 3,8%  |       | 3,8% |
|        | 45 | 4     | 1     | 5    |
|        |    | 3,1%  | 0,8%  | 3,8% |
|        | 46 | 5     | 1     | 6    |
|        |    | 3,8%  | 0,8%  | 4,6% |
|        | 47 | 11    | 1     | 12   |
|        |    | 8,5%  | 0,8%  | 9,2% |
|        | 48 | 2     | 1     | 3    |
|        |    | 1,5%  | 0,8%  | 2,3% |
|        | 49 | 3     | 3     | 6    |
|        |    | 2,3%  | 2,3%  | 4,6% |
|        | 50 | 4     |       | 4    |
|        |    | 3,1%  |       | 3,1% |
|        | 51 | 4     |       | 4    |
|        |    | 3,1%  |       | 3,1% |
|        | 52 | 2     |       | 2    |
|        |    | 1,5%  |       | 1,5% |
|        | 53 | 2     |       | 2    |
|        |    | 1,5%  |       | 1,5% |
|        | 54 | 2     |       | 2    |
|        |    | 1,5%  |       | 1,5% |
|        | 57 | 2     |       | 2    |
|        |    | 1,5%  |       | 1,5% |
|        | 60 | 1     |       | 1    |
|        |    | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | 65 | 1     |       | 1    |
|        |    | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | 73 | 1     |       | 1    |
|        |    | 0,8%  |       | 0,8% |
| Σύνολο |    | 113   | 17    | 130  |
|        |    | 86,9% | 13,1% | 100% |

**Πίνακας 170: Ηλικία και ανακύκλωση, ως χώρος κατάληξης των διαρκών αγαθών.**

|        |    | Ανακύκλωση, ως<br>χώρος κατάληξης των<br>διαρκών αγαθών |      | Σύνολο |
|--------|----|---------------------------------------------------------|------|--------|
|        |    | Όχι                                                     | Ναι  |        |
| Ηλικία | 19 | 3                                                       |      | 3      |
|        |    | 2,3%                                                    |      | 2,3%   |
|        | 21 | 3                                                       |      | 3      |
|        |    | 2,3%                                                    |      | 2,3%   |
|        | 22 | 5                                                       | 1    | 6      |
|        |    | 3,8%                                                    | 0,8% | 4,6%   |
|        | 23 | 11                                                      |      | 11     |
|        |    | 8,5%                                                    |      | 8,5%   |
|        | 24 | 4                                                       |      | 4      |
|        |    | 3,1%                                                    |      | 3,1%   |
|        | 25 | 1                                                       | 1    | 2      |
|        |    | 0,8%                                                    | 0,8% | 1,5%   |
|        | 26 | 1                                                       | 1    | 2      |
|        |    | 0,8%                                                    | 0,8% | 1,5%   |
|        | 28 | 1                                                       |      | 1      |



|    |    |      |      |      |
|----|----|------|------|------|
|    |    | 0,8% |      | 0,8% |
| 29 | 1  |      |      | 1    |
|    |    | 0,8% |      | 0,8% |
| 30 | 2  | 1    |      | 3    |
|    |    | 1,5% | 0,8% | 2,3% |
| 31 | 1  |      |      | 1    |
|    |    | 0,8% |      | 0,8% |
| 33 | 1  |      |      | 1    |
|    |    | 0,8% |      | 0,8% |
| 35 | 2  | 1    |      | 3    |
|    |    | 1,5% | 0,8% | 2,3% |
| 36 | 1  |      |      | 1    |
|    |    | 0,8% |      | 0,8% |
| 37 | 2  |      |      | 2    |
|    |    | 1,5% |      | 1,5% |
| 38 | 6  | 1    |      | 7    |
|    |    | 4,6% | 0,8% | 5,4% |
| 39 | 1  | 1    |      | 2    |
|    |    | 0,8% | 0,8% | 1,5% |
| 40 | 2  | 1    |      | 3    |
|    |    | 1,5% | 0,8% | 2,3% |
| 41 | 3  | 1    |      | 4    |
|    |    | 2,3% | 0,8% | 3,1% |
| 42 | 6  | 1    |      | 7    |
|    |    | 4,6% | 0,8% | 5,4% |
| 43 | 7  |      |      | 7    |
|    |    | 5,4% |      | 5,4% |
| 44 | 5  |      |      | 5    |
|    |    | 3,8% |      | 3,8% |
| 45 | 3  | 2    |      | 5    |
|    |    | 2,3% | 1,5% | 3,8% |
| 46 | 4  | 2    |      | 6    |
|    |    | 3,1% | 1,5% | 4,6% |
| 47 | 11 | 1    |      | 12   |
|    |    | 8,5% | 0,8% | 9,2% |
| 48 | 1  | 2    |      | 3    |
|    |    | 0,8% | 1,5% | 2,3% |
| 49 | 5  | 1    |      | 6    |
|    |    | 3,8% | 0,8% | 4,6% |
| 50 | 3  | 1    |      | 4    |
|    |    | 2,3% | 0,8% | 3,1% |
| 51 | 2  | 2    |      | 4    |
|    |    | 1,5% | 1,5% | 3,1% |
| 52 | 1  | 1    |      | 2    |
|    |    | 0,8% | 0,8% | 1,5% |
| 53 | 2  |      |      | 2    |
|    |    | 1,5% |      | 1,5% |
| 54 | 2  |      |      | 2    |
|    |    | 1,5% |      | 1,5% |
| 57 | 2  |      |      | 2    |
|    |    | 1,5% |      | 1,5% |
| 60 | 1  |      |      | 1    |
|    |    | 0,8% |      | 0,8% |

|        |    |       |       |      |
|--------|----|-------|-------|------|
|        | 65 | 1     |       | 1    |
|        |    | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | 73 | 1     |       | 1    |
|        |    | 0,8%  |       | 0,8% |
| Σύνολο |    | 108   | 22    | 130  |
|        |    | 83,1% | 16,9% | 100% |

**Πίνακας 171: Ηλικία και απουσία γνώσης της κατάληξης των διαρκών αγαθών.**

|        |    | Απουσία γνώσης της κατάληξης των διαρκών αγαθών |      | Σύνολο |
|--------|----|-------------------------------------------------|------|--------|
|        |    | Όχι                                             | Ναι  |        |
| Ηλικία | 19 | 1                                               | 2    | 3      |
|        |    | 0,8%                                            | 1,5% | 2,3%   |
|        | 21 | 1                                               | 2    | 3      |
|        |    | 0,8%                                            | 1,5% | 2,3%   |
|        | 22 | 3                                               | 3    | 6      |
|        |    | 2,3%                                            | 2,3% | 4,6%   |
|        | 23 | 5                                               | 6    | 11     |
|        |    | 3,8%                                            | 4,6% | 8,5%   |
|        | 24 | 2                                               | 2    | 4      |
|        |    | 1,5%                                            | 1,5% | 3,1%   |
|        | 25 | 2                                               |      | 2      |
|        |    | 1,5%                                            |      | 1,5%   |
|        | 26 | 1                                               | 1    | 2      |
|        |    | 0,8%                                            | 0,8% | 1,5%   |
|        | 28 |                                                 | 1    | 1      |
|        |    |                                                 | 0,8% | 0,8%   |
|        | 29 | 1                                               |      | 1      |
|        |    | 0,8%                                            |      | 0,8%   |
|        | 30 | 3                                               |      | 3      |
|        |    | 2,3%                                            |      | 2,3%   |
|        | 31 |                                                 | 1    | 1      |
|        |    |                                                 | 0,8% | 0,8%   |
|        | 33 |                                                 | 1    | 1      |
|        |    |                                                 | 0,8% | 0,8%   |
|        | 35 | 2                                               | 1    | 3      |
|        |    | 1,5%                                            | 0,8% | 2,3%   |
|        | 36 |                                                 | 1    | 1      |
|        |    |                                                 | 0,8% | 0,8%   |
|        | 37 | 1                                               | 1    | 2      |
|        |    | 0,8%                                            | 0,8% | 1,5%   |
|        | 38 | 4                                               | 3    | 7      |
|        |    | 3,1%                                            | 2,3% | 5,4%   |
|        | 39 | 2                                               |      | 2      |
|        |    | 1,5%                                            |      | 1,5%   |
|        | 40 | 1                                               | 2    | 3      |
|        |    | 0,8%                                            | 1,5% | 2,3%   |
|        | 41 | 2                                               | 2    | 4      |
|        |    | 1,5%                                            | 1,5% | 3,1%   |
|        | 42 | 4                                               | 3    | 7      |
|        |    | 3,1%                                            | 2,3% | 5,4%   |

|        |    |       |       |      |
|--------|----|-------|-------|------|
|        | 43 | 4     | 3     | 7    |
|        |    | 3,1%  | 2,3%  | 5,4% |
|        | 44 | 1     | 4     | 5    |
|        |    | 0,8%  | 3,1%  | 3,8% |
|        | 45 | 4     | 1     | 5    |
|        |    | 3,1%  | 0,8%  | 3,8% |
|        | 46 | 3     | 3     | 6    |
|        |    | 2,3%  | 2,3%  | 4,6% |
|        | 47 | 5     | 7     | 12   |
|        |    | 3,8%  | 5,4%  | 9,2% |
|        | 48 | 3     |       | 3    |
|        |    | 2,3%  |       | 2,3% |
|        | 49 | 4     | 2     | 6    |
|        |    | 3,1%  | 1,5%  | 4,6% |
|        | 50 | 4     |       | 4    |
|        |    | 3,1%  |       | 3,1% |
|        | 51 | 2     | 2     | 4    |
|        |    | 1,5%  | 1,5%  | 3,1% |
|        | 52 | 1     | 1     | 2    |
|        |    | 0,8%  | 0,8%  | 1,5% |
|        | 53 |       | 2     | 2    |
|        |    |       | 1,5%  | 1,5% |
|        | 54 | 2     |       | 2    |
|        |    | 1,5%  |       | 1,5% |
|        | 57 | 1     | 1     | 2    |
|        |    | 0,8%  | 0,8%  | 1,5% |
|        | 60 | 1     |       | 1    |
|        |    | 0,8%  |       | 0,8% |
|        | 65 |       | 1     | 1    |
|        |    |       | 0,8%  | 0,8% |
|        | 73 |       | 1     | 1    |
|        |    |       | 0,8%  | 0,8% |
| Σύνολο |    | 70    | 60    | 130  |
|        |    | 53,8% | 46,2% | 100% |

**Πίνακας 172: Επίπεδο μόρφωσης και χωματερές, ως χώροι κατάληξης των διαρκών αγαθών.**

|                  |                                     | Χωματερές, ως χώροι κατάληξης των διαρκών αγαθών |       | Σύνολο |
|------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------------|-------|--------|
|                  |                                     | Όχι                                              | Ναι   |        |
| Επίπεδο μόρφωσης | Απολυτήριο Δημοτικού                | 3                                                |       | 3      |
|                  |                                     | 2,3%                                             |       | 2,3%   |
|                  | Απολυτήριο Γυμνασίου                |                                                  | 1     | 1      |
|                  |                                     |                                                  | 0,8%  | 0,8%   |
|                  | Απολυτήριο Λυκείου                  | 35                                               | 21    | 56     |
|                  |                                     | 26,9%                                            | 16,2% | 43,1%  |
|                  | Απολυτήριο Τεχνικού Λυκείου/ Σχολής | 7                                                | 7     | 14     |
|                  |                                     | 5,4%                                             | 5,4%  | 10,8%  |
|                  | Πτυχιούχος ΤΕΙ                      | 12                                               | 6     | 18     |
|                  |                                     | 9,2%                                             | 4,6%  | 13,8%  |
|                  | Πτυχιούχος ΑΕΙ                      | 14                                               | 7     | 21     |

|        |                      |       |       |       |
|--------|----------------------|-------|-------|-------|
|        |                      | 10,8% | 5,4%  | 16,2% |
|        | Μεταπτυχιακό Δίπλωμα | 10    | 7     | 17    |
|        |                      | 7,7%  | 5,4%  | 13,1% |
| Σύνολο |                      | 81    | 49    | 130   |
|        |                      | 62,3% | 37,7% | 100%  |

**Πίνακας 173: Επίπεδο μόρφωσης και ΧΥΤΑ, ως χώροι κατάληξης των διαρκών αγαθών.**

|                     |                                     | ΧΥΤΑ, ως χώροι<br>κατάληξης των<br>διαρκών αγαθών |             | Σύνολο      |
|---------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------|-------------|
|                     |                                     | Όχι                                               | Ναι         |             |
| Επίπεδο<br>μόρφωσης | Απολυτήριο Δημοτικού                | 3<br>2,3%                                         |             | 3<br>2,3%   |
|                     | Απολυτήριο Γυμνασίου                | 1<br>0,8%                                         |             | 1<br>0,8%   |
|                     | Απολυτήριο Λυκείου                  | 46<br>35,4%                                       | 10<br>7,7%  | 56<br>43,1% |
|                     | Απολυτήριο Τεχνικού Λυκείου/ Σχολής | 11<br>8,5%                                        | 3<br>2,3%   | 14<br>10,8% |
|                     | Πτυχιούχος ΤΕΙ                      | 17<br>13,1%                                       | 1<br>0,8%   | 18<br>13,8% |
|                     | Πτυχιούχος ΑΕΙ                      | 19<br>14,6%                                       | 2<br>1,5%   | 21<br>16,2% |
|                     | Μεταπτυχιακό Δίπλωμα                | 16<br>12,3%                                       | 1<br>0,8%   | 17<br>13,1% |
| Σύνολο              |                                     | 113<br>86,9%                                      | 17<br>13,1% | 130<br>100% |

**Πίνακας 174: Επίπεδο μόρφωσης και ανακύκλωση, ως χώρος κατάληξης των διαρκών αγαθών.**

|                     |                                     | Ανακύκλωση, ως<br>χώρος κατάληξης των<br>διαρκών αγαθών |           | Σύνολο      |
|---------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------|-------------|
|                     |                                     | Όχι                                                     | Ναι       |             |
| Επίπεδο<br>μόρφωσης | Απολυτήριο Δημοτικού                | 2<br>1,5%                                               | 1<br>0,8% | 3<br>2,3%   |
|                     | Απολυτήριο Γυμνασίου                | 1<br>0,8%                                               |           | 1<br>0,8%   |
|                     | Απολυτήριο Λυκείου                  | 49<br>37,7%                                             | 7<br>5,4% | 56<br>43,1% |
|                     | Απολυτήριο Τεχνικού Λυκείου/ Σχολής | 9<br>6,9%                                               | 5<br>3,8% | 14<br>10,8% |
|                     | Πτυχιούχος ΤΕΙ                      | 15<br>11,5%                                             | 3<br>2,3% | 18<br>13,8% |
|                     | Πτυχιούχος ΑΕΙ                      | 21<br>16,2%                                             |           | 21<br>16,2% |
|                     | Μεταπτυχιακό Δίπλωμα                | 11                                                      | 6         | 17          |

|        |  |              |             |             |
|--------|--|--------------|-------------|-------------|
|        |  | 8,5%         | 4,6%        | 13,1%       |
| Σύνολο |  | 108<br>83,1% | 22<br>16,9% | 130<br>100% |

**Πίνακας 175: Επίπεδο μόρφωσης και απουσία γνώσης της κατάληξης των διαρκών αγαθών.**

|                  |                                     | Απουσία γνώσης της κατάληξης των διαρκών αγαθών |             | Σύνολο      |
|------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------|-------------|
|                  |                                     | Όχι                                             | Ναι         |             |
| Επίπεδο μόρφωσης | Απολυτήριο Δημοτικού                | 1<br>0,8%                                       | 2<br>1,5%   | 3<br>2,3%   |
|                  | Απολυτήριο Γυμνασίου                | 1<br>0,8%                                       |             | 1<br>0,8%   |
|                  | Απολυτήριο Λυκείου                  | 31<br>23,8%                                     | 25<br>19,2% | 56<br>43,1% |
|                  | Απολυτήριο Τεχνικού Λυκείου/ Σχολής | 11<br>8,5%                                      | 3<br>2,3%   | 14<br>10,8% |
|                  | Πτυχιούχος ΤΕΙ                      | 7<br>5,4%                                       | 11<br>8,5%  | 18<br>13,8% |
|                  | Πτυχιούχος ΑΕΙ                      | 8<br>6,2%                                       | 13<br>10%   | 21<br>16,2% |
|                  | Μεταπτυχιακό Δίπλωμα                | 11<br>8,5%                                      | 6<br>4,6%   | 17<br>13,1% |
| Σύνολο           |                                     | 70<br>53,8%                                     | 60<br>46,2% | 130<br>100% |

**Πίνακας Διπλής Εισόδου 176: Οικογενειακή κατάσταση και απόκτηση νέας συσκευής για λόγους χρησιμότητας.**

|                        |                            | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους χρησιμότητας |              | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|------------------------------------------------|--------------|-------------|
|                        |                            | Όχι                                            | Ναι          |             |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 8<br>6,2%                                      | 39<br>30%    | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                |                                                | 5<br>3,8%    | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 6<br>4,6%                                      | 55<br>42,3%  | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           |                                                | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά |                                                | 7<br>5,4%    | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  |                                                | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               |                                                | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          |                                                | 7<br>5,4%    | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 14<br>10,8%                                    | 116<br>89,2% | 130<br>100% |

**Πίνακας 177: Οικογενειακή κατάσταση και απόκτηση νέας συσκευής για λόγους κοινωνικής σύγκρισης.**

|                        |                            | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους κοινωνικής σύγκρισης |           | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------|-----------|-------------|
|                        |                            | Όχι                                                    | Ναι       |             |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 47<br>36,2%                                            |           | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5<br>3,8%                                              |           | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 60<br>46,2%                                            | 1<br>0,8% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                                              |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%                                              |           | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%                                              |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%                                              |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 7<br>5,4%                                              |           | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 129<br>99,2%                                           | 1<br>0,8% | 130<br>100% |

**Πίνακας 178: Οικογενειακή κατάσταση και απόκτηση νέας συσκευής για λόγους προσωπικής ικανοποίησης.**

|                        |                            | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους προσωπικής ικανοποίησης |             | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------|-------------|
|                        |                            | Όχι                                                       | Ναι         |             |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 26<br>20,0%                                               | 21<br>16,2% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 3<br>2,3%                                                 | 2<br>1,5%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 46<br>35,4%                                               | 15<br>11,5% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                                                 |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 3<br>2,3%                                                 | 4<br>3,1%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%                                                 |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%                                                 |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 6<br>4,6%                                                 | 1<br>0,8%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 87<br>66,9%                                               | 43<br>33,1% | 130<br>100% |

**Πίνακας 179: Οικογενειακή κατάσταση και απόκτηση νέας συσκευής για λόγους ανανέωσης συσκευής με νέα τεχνολογία.**

|                        |                            | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους ανανέωσης συσκευής με νέα τεχνολογία |             | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
|                        |                            | Όχι                                                                    | Ναι         |             |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 18<br>13,8%                                                            | 29<br>22,3% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 1<br>0,8%                                                              | 4<br>3,1%   | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 32<br>24,6%                                                            | 29<br>22,3% | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                                                              |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 4<br>3,1%                                                              | 3<br>2,3%   | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%                                                              |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%                                                              |             | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 2<br>1,5%                                                              | 5<br>3,8%   | 7<br>5,4%   |
| Σύνολο                 |                            | 60<br>46,2%                                                            | 70<br>53,8% | 130<br>100% |

**Πίνακας 180: Οικογενειακή κατάσταση και απόκτηση νέας συσκευής για λόγους αύξησης επιπέδου φιλοδοξίας.**

|                        |                            | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους αύξησης επιπέδου φιλοδοξίας |           | Σύνολο      |
|------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------|-------------|
|                        |                            | Όχι                                                           | Ναι       |             |
| Οικογενειακή κατάσταση | Άγαμος, -η                 | 43<br>33,1%                                                   | 4<br>3,1% | 47<br>36,2% |
|                        | Έγγαμος, -η                | 5<br>3,8%                                                     |           | 5<br>3,8%   |
|                        | Έγγαμος, -η με παιδιά      | 61<br>46,9%                                                   |           | 61<br>46,9% |
|                        | Διαζευγμένος, -η           | 1<br>0,8%                                                     |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Διαζευγμένος, -η με παιδιά | 7<br>5,4%                                                     |           | 7<br>5,4%   |
|                        | Χήρος, -α                  | 1<br>0,8%                                                     |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Εν διαστάσει               | 1<br>0,8%                                                     |           | 1<br>0,8%   |
|                        | Ελεύθερη συμβίωση          | 7                                                             |           | 7           |

|        |  |       |      |      |
|--------|--|-------|------|------|
|        |  | 5,4%  |      | 5,4% |
| Σύνολο |  | 126   | 4    | 130  |
|        |  | 96,9% | 3,1% | 100% |

Πίνακας 181: Εισόδημα και απόκτηση νέας συσκευής για λόγους χρησιμότητας.

|          |                | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους χρησιμότητας |              | Σύνολο      |
|----------|----------------|------------------------------------------------|--------------|-------------|
|          |                | Όχι                                            | Ναι          |             |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 3<br>2,3%                                      | 10<br>7,7%   | 13<br>10%   |
|          | Από 501-800€   |                                                | 9<br>6,9%    | 9<br>6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 4<br>3,1%                                      | 29<br>22,3%  | 33<br>25,4% |
|          | Από 1101-1400€ | 2<br>1,5%                                      | 36<br>27,7%  | 38<br>29,2% |
|          | Από 1401-1700€ | 2<br>1,5%                                      | 8<br>6,2%    | 10<br>7,7%  |
|          | Από 1701-2000€ | 3<br>2,3%                                      | 8<br>6,2%    | 11<br>8,5%  |
|          | Από 2001-2300€ |                                                | 3<br>2,3%    | 3<br>2,3%   |
|          | Από 2301-2600€ |                                                | 2<br>1,5%    | 2<br>1,5%   |
|          | Από 2601-2900€ |                                                | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|          | Από 2901-3200€ |                                                | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|          | Από 3201-3500€ |                                                | 4<br>3,1%    | 4<br>3,1%   |
|          | Από 3501-3800€ |                                                | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|          | Από 4301-4600€ |                                                | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|          | Από 6401-6700€ |                                                | 1<br>0,8%    | 1<br>0,8%   |
|          | Πάνω από 7101€ |                                                | 2<br>1,5%    | 2<br>1,5%   |
| Σύνολο   |                | 14<br>10,8%                                    | 116<br>89,2% | 130<br>100% |

Πίνακας 182: Εισόδημα και απόκτηση νέας συσκευής για λόγους κοινωνικής σύγκρισης.

|          |               | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους κοινωνικής σύγκρισης |     | Σύνολο |
|----------|---------------|--------------------------------------------------------|-----|--------|
|          |               | Όχι                                                    | Ναι |        |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€ | 13                                                     |     | 13     |



|        |                |              |           |             |
|--------|----------------|--------------|-----------|-------------|
|        |                | 10%          |           | 10%         |
|        | Από 501-800€   | 9<br>6,9%    |           | 9<br>6,9%   |
|        | Από 801-1100€  | 32<br>24,6%  | 1<br>0,8% | 33<br>25,4% |
|        | Από 1101-1400€ | 38<br>29,2%  |           | 38<br>29,2% |
|        | Από 1401-1700€ | 10<br>7,7%   |           | 10<br>7,7%  |
|        | Από 1701-2000€ | 11<br>8,5%   |           | 11<br>8,5%  |
|        | Από 2001-2300€ | 3<br>2,3%    |           | 3<br>2,3%   |
|        | Από 2301-2600€ | 2<br>1,5%    |           | 2<br>1,5%   |
|        | Από 2601-2900€ | 1<br>0,8%    |           | 1<br>0,8%   |
|        | Από 2901-3200€ | 1<br>0,8%    |           | 1<br>0,8%   |
|        | Από 3201-3500€ | 4<br>3,1%    |           | 4<br>3,1%   |
|        | Από 3501-3800€ | 1<br>0,8%    |           | 1<br>0,8%   |
|        | Από 4301-4600€ | 1<br>0,8%    |           | 1<br>0,8%   |
|        | Από 6401-6700€ | 1<br>0,8%    |           | 1<br>0,8%   |
|        | Πάνω από 7101€ | 2<br>1,5%    |           | 2<br>1,5%   |
| Σύνολο |                | 129<br>99,2% | 1<br>0,8% | 130<br>100% |

**Πίνακας 183: Εισόδημα και απόκτηση νέας συσκευής για λόγους ανανέωσης συσκευής με νέα τεχνολογία.**

|          |                | Απόκτηση νέας συσκευής για λόγους ανανέωσης συσκευής με νέα τεχνολογία |             | Σύνολο      |
|----------|----------------|------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
|          |                | Όχι                                                                    | Ναι         |             |
| Εισόδημα | Κάτω από 500€  | 7<br>5,4%                                                              | 6<br>4,6%   | 13<br>10%   |
|          | Από 501-800€   | 3<br>2,3%                                                              | 6<br>4,6%   | 9<br>6,9%   |
|          | Από 801-1100€  | 16<br>12,3%                                                            | 17<br>13,1% | 33<br>25,4% |
|          | Από 1101-1400€ | 19<br>14,6%                                                            | 19<br>14,6% | 38<br>29,2% |
|          | Από 1401-1700€ | 3<br>2,3%                                                              | 7<br>5,4%   | 10<br>7,7%  |

|        |                |             |             |             |
|--------|----------------|-------------|-------------|-------------|
|        | Από 1701-2000€ | 3<br>2,3%   | 8<br>6,2%   | 11<br>8,5%  |
|        | Από 2001-2300€ | 2<br>1,5%   | 1<br>0,8%   | 3<br>2,3%   |
|        | Από 2301-2600€ | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   | 2<br>1,5%   |
|        | Από 2601-2900€ |             | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|        | Από 2901-3200€ | 1<br>0,8%   |             | 1<br>0,8%   |
|        | Από 3201-3500€ | 3<br>2,3%   | 1<br>0,8%   | 4<br>3,1%   |
|        | Από 3501-3800€ | 1<br>0,8%   |             | 1<br>0,8%   |
|        | Από 4301-4600€ |             | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|        | Από 6401-6700€ |             | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   |
|        | Πάνω από 7101€ | 1<br>0,8%   | 1<br>0,8%   | 2<br>1,5%   |
| Σύνολο |                | 60<br>46,2% | 70<br>53,8% | 130<br>100% |