

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Βιώσιμη Ανάπτυξη»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

**ΘΕΜΑ: «Περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και πρότυπα βιώσιμης
καταναλωτικής συμπεριφοράς»**

Φοιτήτρια:

ΧΟΥΛΙΑΡΟΠΟΥΛΟΥ

ΒΑΣΙΛΕΙΑ

(Α.Μ. 213309)

Επιβλέπων: Επίκουρη καθηγήτρια, Ε. Σαρδιανού

Μέλη: Αναπληρωτής καθηγητής, Κ. Αμπελιώτης

Επίκουρος καθηγητής, Γ. Μαλινδρέτος

Αθήνα, 2016

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	
1.1 Εισαγωγή	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	
Προηγούμενες εμπειρικές μελέτες για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	
3.1 Η μεθοδολογία της έρευνας	63
3.2 Το προφίλ του δείγματος	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	
Εκτίμηση υποδειγμάτων παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επιδρούν στη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά	
4.1 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, μέσω της επίδοσης των ερωτώμενων στην κλίμακα NEP	74
4.2 Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για την πιθανότητα οι ερωτώμενοι να ανακυκλώνουν	80
4.3 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι ελαχιστοποιούν τα προϊόντα που αγοράζουν	84
4.4 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι επαναχρησιμοποιούν τα προϊόντα πριν τα πετάξουν	90
4.5 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι ενδιαφέρονται για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούν	95
4.6 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό συχνότητας στον οποίο οι ερωτώμενοι αγοράζουν προϊόντα με οικολογική συσκευασία	99
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	106
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	112
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
Παράρτημα 1	116
Το ερωτηματολόγιο της έρευνας	
Παράρτημα 2	122
Πίνακας περιγραφικών μέτρων	
Παράρτημα 3	125
Πίνακες συχνοτήτων	

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα εργασία εξετάζεται η επίδραση διαφόρων παραγόντων στην υιοθέτηση της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς. Για το λόγο αυτό πραγματοποιήθηκε έρευνα σε τυχαίο δείγμα 310 καταναλωτών, μόνιμων κατοίκων της Αττικής, την περίοδο από το Δεκέμβριο του 2015 έως τον Ιανουάριο του 2016. Παράλληλα, εκτιμήθηκαν οι παράγοντες που επηρεάζουν την επίδοση των καταναλωτών στην κλίμακα NEP, δηλαδή μία κλίμακα που μετρά την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, την πιθανότητα να ανακυκλώνουν, τον βαθμό στον οποίο οι καταναλωτές ελαχιστοποιούν τα προϊόντα που αγοράζουν, το βαθμό στον οποίο επαναχρησιμοποιούν τα προϊόντα πριν τα πετάξουν, το βαθμό στον οποίο ενδιαφέρονται για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούν και το βαθμό συχνότητας στον οποίο οι καταναλωτές αγοράζουν προϊόντα με οικολογική συσκευασία, μέσω της τεχνικής των παλινδρομήσεων (γραμμικών και λογιστικών).

Από τα εμπειρικά αποτελέσματα των παλινδρομήσεων προκύπτει πως η επίδοση των καταναλωτών στην κλίμακα NEP, άρα η περιβαλλοντική τους ευαισθητοποίηση, επηρεάζεται από το φύλο, την ηλικία, το εισόδημα, την πιθανότητα να διαθέτει το νοικοκυριό του αυτοκίνητο, την πιθανότητα ανακύκλωσης, το βαθμό συχνότητας ανακύκλωσης γυαλιού και το βαθμό στον οποίο ο καταναλωτής υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή το θέλει ο ίδιος.

Επιπλέον, η πιθανότητα να ανακυκλώνουν οι καταναλωτές φάνηκε να επηρεάζεται από τον τομέα απασχόλησης, την πιθανότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων, το βαθμό εμπιστοσύνης του οικολογικού σήματος, το βαθμό συχνότητας πραγματοποίησης κομποστοποίησης, το βαθμό συχνότητας χρήσης λαμπτήρων εξοικονόμησης ενέργειας, το βαθμό στον οποίο ο καταναλωτής γνωρίζει τα είδη που μπορούν να ανακυκλωθούν σε κάδους και εγκαταστάσεις και, τέλος, το βαθμό συχνότητας πραγματοποίησης διαλογής στην πηγή αλλά και χρήσης τσάντας πολλαπλών χρήσεων.

Λέξεις κλειδιά: βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά, περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, κλίμακα NEP, δειγματοληπτική έρευνα

ABSTRACT

This paper examines the influence of various factors on the adoption of sustainable consumer's behavior. For this reason research was conducted in a random sample of 310 consumers, residents of Attica, the period from December 2015 to January 2016. In addition, some important factors were evaluated, such as factors that affect the performance of consumers in the NEP scale, in other words, a scale that measures environmental awareness, the possibility to recycle, the extent to which consumers minimize the products they buy, the extent to which they reuse the products they don't need, to what extent they are interested in saving money through pro-environmental activities that they perform and the degree of frequency in which consumers buy products ecological packaging, via the technique of regression (linear and binary).

According to the empirical results of the regressions, the performance of consumers in the NEP scale, hence their environmental awareness, is influenced by the gender, the age, the income, the possibility to own a car, the possibility of recycling, how often the consumer recycles glass and the extent to which the consumer adopts sustainable consumer's behavior because he wants it himself.

Furthermore, the possibility that consumers recycle seemed to be influenced by their employment sector, the potential of buying organic products, to what extent they trust the eco-label, the frequency of composting, how often they use lamps that save energy, the extent to which the consumer knows the items that can be recycled in bins and facilities and, finally, the frequency of sorting at source and use of multipurpose bags.

Keywords: sustainable consumption's behavior, environmental awareness, NEP scale, survey

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Εισαγωγή

Το ζήτημα της υιοθέτησης βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς, καθώς και η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των καταναλωτών, έχουν αποτελέσει κατά καιρούς αντικείμενο μελέτης για πολλούς ερευνητές (Roberts, 1996; Johnson et al., 2004; Schultz, 2001; Luo and Deng, 2008; Lincoln and Ardoin, 2015). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις προγενέστερες έρευνες, το φύλο, η ηλικία και το εισόδημα επιδρούν στατιστικά σημαντικά καθώς, οι γυναίκες, σε σύγκριση με τους άνδρες, είναι περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες. Ακόμη, όσο αυξάνεται η ηλικία κάποιου, αυξάνεται και η επίδοσή του στην κλίμακα NEP ενώ όσο μειώνεται το επίπεδο του εισοδήματος κάποιου, αυξάνεται η επίδοσή του στην κλίμακα NEP, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένος περιβαλλοντικά. Επιπλέον, σύμφωνα με έρευνες που μελετήθηκαν, ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που επιδρούν στην πιθανότητα για ανακύκλωση, είναι ο βαθμός στον οποίο ο καταναλωτής γνωρίζει τα ακριβή είδη που μπορούν να ανακυκλωθούν στους κάδους ή τις δημοτικές εγκαταστάσεις. Συγκεκριμένα, όσο περισσότερο καλά γνωρίζει κάποιος τα είδη αυτά είναι πιο πιθανό να ανακυκλώνει (Barr, 2003).

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η εμπειρική προσέγγιση των προσδιοριστικών παραγόντων της υιοθέτησης βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς των καταναλωτών και της περιβαλλοντικής τους ευαισθητοποίησης. Πρόσθετα, η συγκεκριμένη έρευνα στοχεύει στο να διαπιστωθεί αν τα άτομα που δηλώνουν περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένα δρουν και συμπεριφέρονται με τον τρόπο αυτό.

Η εργασία αυτή χωρίζεται σε δύο μέρη, το θεωρητικό και την εμπειρική ανάλυση. Στο πρώτο μέρος, και συγκεκριμένα στο 2^ο κεφάλαιο, παρουσιάζονται εμπειρικές μελέτες, σχετικές με το θέμα που αναλύεται, οι οποίες έχουν πραγματοποιηθεί από ερευνητές σε διάφορες χώρες του πλανήτη μας, κατά περιόδους.

Έπειτα, στο δεύτερο μέρος, και συγκεκριμένα στο 3^ο κεφάλαιο, παρουσιάζονται αναλυτικά η μεθοδολογία της έρευνας αλλά και ο σκοπός της. Στο

κεφάλαιο αυτό, γίνεται, επίσης, περιγραφή του δείγματος που επιλέχθηκε τυχαία για την πραγματοποίηση της έρευνας, καθώς και ανάλυση των αποτελεσμάτων από τους πίνακες συχνοτήτων.

Στο 4^ο κεφάλαιο, που ακολουθεί, περιλαμβάνονται τα αποτελέσματα των παλινδρομήσεων (γραμμικών και λογιστικών) που πραγματοποιήθηκαν για την επίδοση των καταναλωτών στην κλίμακα NEP, από όπου προκύπτει ο βαθμός της περιβαλλοντικής τους ευαισθητοποίησης, την πιθανότητα ανακύκλωσης, το βαθμό ελαχιστοποίησης των προϊόντων που αγοράζουν, το βαθμό επαναχρησιμοποίησης των αγαθών, το βαθμό στον οποίο οι καταναλωτές ενδιαφέρονται για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούν και τέλος, το βαθμό συχνότητας στον οποίο αγοράζουν προϊόντα με οικολογική συσκευασία.

Τέλος, στο 5^ο κεφάλαιο, πραγματοποιείται μία σύγκριση μεταξύ των εμπειρικών αποτελεσμάτων με τα ευρήματα των προγενέστερων μελετών και παρουσιάζονται τα τελικά συμπεράσματα. Στη συνέχεια ακολουθεί η βιβλιογραφική ανασκόπηση και το παράρτημα, το οποίο περιλαμβάνει το ερωτηματολόγιο της έρευνας, τον πίνακα περιγραφικών μέτρων και τους πίνακες συχνοτήτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Προηγούμενες εμπειρικές μελέτες για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται ορισμένες εμπειρικές μελέτες προηγούμενων ετών, με στόχο να διαπιστώσουν και να εντοπίσουν τους προσδιοριστικούς παράγοντες της υιοθέτησης της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς, αλλά και της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης.

Οι Abeliotis et al. (2010) πραγματοποίησαν μία έρευνα με σκοπό την εξέταση του προφίλ του πράσινου Έλληνα καταναλωτή, με βάση τη μελέτη την συμμετοχής του σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τα 3R (reduce-reuse-recycle) δηλαδή τη μείωση κατανάλωσης, την επαναχρησιμοποίηση προϊόντων αλλά και την ανακύκλωση. Επιπλέον, μελετήθηκαν οι στάσεις των καταναλωτών σε ορισμένα θέματα που σχετίζονται με την αειφόρο ανάπτυξη. Πραγματοποιήθηκε, λοιπόν, εκτεταμένη έρευνα κατά το πρώτο τρίμηνο του 2008, με δείγμα 300 Έλληνες καταναλωτές ενώ το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο. Πρόσθετα, το δείγμα επιλέχθηκε από 5 περιοχές που αποτελούσαν ορισμένες από τις πιο αντιπροσωπευτικές περιοχές της Αθήνας, όσον αφορά τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού (φύλο, ηλικία, ομάδα εισοδήματος και επίπεδο εκπαίδευσης).

Από την έρευνα προκύπτει πως τα κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά, και ιδιαίτερα η ηλικία και το εισόδημα είναι οι πιο σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την βιώσιμη συμπεριφορά των καταναλωτών. Συγκεκριμένα, τέσσερις στους πέντε Έλληνες καταναλωτές αναγνωρίζουν πως η κλιματική αλλαγή είναι το πιο σημαντικό ζήτημα της εποχής μας, ωστόσο μόνο ο ένας στους πέντε καταναλωτές προθυμοποιείται να αλλάξει τον τρόπο ζωής του, με σκοπό να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις των καθημερινών δραστηριοτήτων του, με τις γυναίκες να είναι πιο πρόθυμες να προβούν σε τέτοιες ενέργειες. Πρόσθετα, ένας στους δύο καταναλωτές αναφέρουν ότι τα οικολογικά προϊόντα είναι πιο ακριβά από τα συμβατικά, ενώ τέσσερις στους πέντε φάνηκαν πρόθυμοι να καταβάλουν υψηλότερο χρηματικό ποσό για τέτοια προϊόντα. Επιπλέον, το 82% περίπου των καταναλωτών αποκρίθηκε πως η

παγκόσμια κλιματική αλλαγή είναι το κυριότερο περιβαλλοντικό ζήτημα της εποχής μας.

Όσον αφορά το δείγμα, το 53,3% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες ενώ το 46,7% άνδρες, με τις ηλικίες τους να κατανέμονται με το 24,3% κάτω των 28 ετών, το 25% μεταξύ των 29 και 40 ετών, το 25,3% μεταξύ 41 και 50 ετών και το 25,4% να είναι άνω των 51 ετών. Επίσης, το 16,7% του δείγματος είχε λάβει πρωτοβάθμια εκπαίδευση, το 35% είχε αποφοιτήσει από το γυμνάσιο ενώ το 48% είχε ολοκληρώσει τουλάχιστον τις προπτυχιακές σπουδές του σε κάποιο πανεπιστήμιο. Το μέσο μέγεθος του νοικοκυριού είναι τα τρία άτομα, με μέσο ετήσιο εισόδημα τα 24.933 ευρώ. Αξίζει να σημειωθεί πως το 81,7% του δείγματος θεωρεί την κλιματική αλλαγή ως το πιο σημαντικό περιβαλλοντικό ζήτημα ενώ το 56% την εξαφάνιση της χλωρίδας και της πανίδας.

Από την έρευνα προέκυψε επίσης, πως το 22,7% των ερωτηθέντων είναι πρόθυμοι να αλλάξουν τον τρόπο ζωής τους προκειμένου να προστατευθεί το περιβάλλον σε παγκόσμιο επίπεδο, με τις γυναίκες να είναι πιο πρόθυμες σε σχέση με τους άντρες. Επιπλέον, τα άτομα που είχαν ιδιαίτερα υψηλό μορφωτικό επίπεδο βρέθηκε να είναι πιο πιθανό να υιοθετήσουν ένα φιλικό, προς το περιβάλλον, τρόπο ζωής. Επισημαίνεται, πως το 82,6% του δείγματος έδειξε ενδιαφέρον να καταβάλλει υψηλότερο χρηματικό ποσό για προϊόντα με μικρότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Συγκεκριμένα, οι άνδρες είναι λιγότερο πιθανό να χαρακτηρίσουν φιλικά τα προϊόντα που είναι ιδιαίτερα ακριβά αλλά είναι περισσότερο πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερο για τα προϊόντα αυτά, συγκριτικά με τις γυναίκες. Συμπερασματικά, οι καταναλωτές με υψηλότερα εισοδήματα είναι λιγότερο διατεθειμένοι να υιοθετήσουν ένα πιο φιλικό, προς το περιβάλλον, τρόπο ζωής σε σχέση με τους υπόλοιπους.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, το φύλο του ερωτώμενου είναι ο λιγότερο στατιστικά σημαντικός παράγοντας που σχετίζεται με την αντίληψη για τη σοβαρότητα της παγκόσμιας κλιματικής αλλαγής, με τις γυναίκες να είναι πιο πιθανό να τη χαρακτηρίσουν ως το σημαντικότερο περιβαλλοντικό ζήτημα, σε σχέση με τους άνδρες. Όσον αφορά στην ηλικία, βρέθηκε να επηρεάζει θετικά αλλά με φθίνοντα ρυθμό, φθάνοντας τα 40 έτη ως μέγιστο. Με άλλα λόγια, για τους καταναλωτές κάτω των 40 ετών, η αύξηση της ηλικίας επηρεάζει θετικά την

πιθανότητα να χαρακτηριστεί η παγκόσμια αλλαγή κλίματος ως ένα σημαντικό περιβαλλοντικό ζήτημα. Ωστόσο, μετά την ηλικία των 40 ετών, μια περαιτέρω αύξηση της ηλικίας θα μειώσει την πιθανότητα αυτή.

Έπειτα, αναφορικά με το εισόδημα, φαίνεται να αποτελεί ισχυρή στατιστική μεταβλητή, καθώς, όπως προκύπτει από την έρευνα, οι ομάδες με υψηλότερα επίπεδα εισοδήματος είναι λιγότερο πιθανό να ενδιαφέρονται για τα περιβαλλοντικά θέματα. Αντίθετα, όσο πιο υψηλό είναι το εκπαιδευτικό επίπεδο κάποιου, είναι πιο πιθανό να εκφράζεται ιδιαίτερη ανησυχία για περιβαλλοντικά ζητήματα. Πρόσθετα, οι καταναλωτές που ενδιαφέρονται για το πρόβλημα της εξαφάνισης της χλωρίδας και της πανίδας, καθώς και για τις δασικές πυρκαγιές, παρουσιάζουν μεγαλύτερη ανησυχία για το περιβαλλοντικό ζήτημα.

Ακόμη, η ηλικία βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας στην υιοθέτηση των καταναλωτών δράσεων σχετικών με τα 3R, και μάλιστα με θετικό πρόσημο, πράγμα που σημαίνει πως όσο αυξάνεται η ηλικία, οι καταναλωτές, ανακυκλώνουν περισσότερο, επαναχρησιμοποιούν τα αγαθά και μειώνουν τη γενικότερη κατανάλωσή τους. Συγκεκριμένα, οι ηλικιωμένοι δεν αφήνουν να τρέχει νερό από τη βρύση και κατά την έξοδό τους από κάθε δωμάτιο κλείνουν το διακόπτη του φωτός.

Από την έρευνα, προέκυψε ακόμα, πως όσο αυξάνεται το εισόδημα, η εμπλοκή σε δραστηριότητες σχετικές με 3R μειώνεται. Αντίθετα, το φύλο και το εκπαιδευτικό επίπεδο δε βρέθηκε να επηρεάζουν ιδιαίτερα τη δράση αυτή των καταναλωτών. Επιπλέον, θετική σχέση βρέθηκε να υπάρχει ανάμεσα στην ηλικία του ερωτώμενου και τη χρήση ενός αυτοκινήτου για να μετακινείται από και προς την εργασία του. Όσον αφορά το φύλο, οι άνδρες βρέθηκε πως είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιούν το αυτοκίνητό τους για να μεταβούν στην εργασία τους, σε σχέση με τις γυναίκες. Αξίζει να σημειωθεί πως οι νέοι άνθρωποι αγοράζουν βιολογικά τρόφιμα πιο συχνά από ότι παλαιότερα. Τέλος, οι γυναίκες αλλά και οι καταναλωτές με ιδιαίτερα υψηλά εισοδήματα αγοράζουν σε μεγαλύτερο βαθμό βιολογικά προϊόντα σε σχέση με τους υπόλοιπους.

Με το θέμα της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς ασχολήθηκαν και οι Gilg et al. (2005), η έρευνα των οποίων έλαβε χώρα στην πόλη Devon του Ηνωμένου Βασιλείου το καλοκαίρι του 2002, με σκοπό να εντοπιστεί η σχέση μεταξύ των

διαφορετικών τύπων περιβαλλοντικών δράσεων, όπως η εξοικονόμηση ενέργειας και ύδατος, η διαχείριση των αποβλήτων και η πράσινη κατανάλωση αλλά και ποιοι παράγοντες επιδρούν στην υιοθέτηση αυτών των δράσεων. Για το σκοπό αυτό, λοιπόν, διανεμήθηκαν ερωτηματολόγια σε 1600 νοικοκυριά στον Ηνωμένο Βασίλειο, με ποσοστό ανταπόκρισης 59%. Τα ερωτήματα που εξετάζονται στην έρευνα αυτή σχετίζονται με το κατά πόσο οι καταναλωτές στρέφονται σε αγορές προϊόντων, όπως τα απορρυπαντικά, που έχουν περιορισμένες επιπτώσεις στο περιβάλλον, κατά πόσο αποφεύγουν τα προϊόντα με αεροζόλ, κατά πόσο αγοράζουν προϊόντα από ανακυκλωμένο χαρτί (όπως το χαρτί υγείας και χαρτί γραφής), κατά πόσο οι καταναλωτές προβαίνουν σε αγορές βιολογικών προϊόντων, κατά πόσο αγοράζουν τοπικά παραγόμενα τρόφιμα, κατά πόσο ενισχύουν με τις αγορές τους τα τοπικά καταστήματα. Επίσης, μελετάται η ποσότητα των εμπορεύσιμων αγαθών που αγοράζεται, η πιθανότητα να ψάχνουν οι καταναλωτές να βρουν προϊόντα που να χρησιμοποιούν λιγότερη ποσότητα συσκευασίας και τέλος, το κατά πόσο χρησιμοποιούν τις προσωπικές τους τσάντες παρά τις πλαστικές σακούλες που παρέχονται στα διάφορα καταστήματα.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, η πιο διαδεδομένη δραστηριότητα βιώσιμης συμπεριφοράς βρέθηκε να είναι η αγορά ενεργειακά αποδοτικών λαμπτήρων ενώ η λιγότερο δημοφιλής η κομποστοποίηση των απορριμμάτων της κουζίνας. Επιπλέον, λιγότερο από το 5% του δείγματος αγόραζε ανέκαθεν βιολογικά τρόφιμα και προϊόντα δίκαιου εμπορίου, το 20% του δείγματος το έκανε μερικές φορές ενώ το 60% είτε το έκανε σπάνια είτε ποτέ. Πρόσθετα, το ποσοστό του δείγματος που αγόραζε πάντα ανακυκλωμένο χαρτί τουαλέτας αγγίζει μόλις το 10%.

Έπειτα από μια κατηγοριοποίηση που πραγματοποιήθηκε ως προς το βαθμό περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης του δείγματος, προέκυψαν τέσσερις συστάδες, και συγκεκριμένα οι φανατικά περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι, οι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι, οι μερικώς περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι και οι μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι. Οι φανατικά περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι ήταν πιο πιθανό να πραγματοποιούν κομποστοποίηση στα απόβλητά τους πάντα αλλά και να προβαίνουν συνήθως σε αγορές τοπικών προϊόντων αλλά και σε τοπικά καταστήματα. Όπως είναι φυσικό, τα

άτομα αυτά ήταν πιο πιθανό να αγοράζουν βιολογικά προϊόντα σε σχέση με τους υπόλοιπους.

Όσον αφορά τους απλά περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους έδειξαν παρόμοια συμπεριφορά με τους φανατικούς, μόνο που οι πρώτοι ήταν σημαντικά λιγότερο πιθανό να προβούν σε κομποστοποίηση των αποβλήτων τους σε σχέση με τους υπόλοιπους. Στη συνέχεια, οι μερικώς περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι ήταν πιο πιθανό να προβούν σε συμπεριφορές βιώσιμης αγοράς είτε σπάνια είτε καθόλου, και συγκεκριμένα όσον αφορά στην αγορά βιολογικών προϊόντων. Τέλος, οι μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι ήταν οι λιγότερο δραστήριοι καταναλωτές με την πλειοψηφία των ατόμων να μην συμμετέχουν ποτέ στις προαναφερθείσες δραστηριότητες.

Όπως προέκυψε από την έρευνα, η μέση ηλικία των φανατικών περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένων ήταν η υψηλότερη ενώ των μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένων η χαμηλότερη, ενώ ο αριθμός των ανδρών ήταν σημαντικά μεγαλύτερος στους μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους, σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες. Επιπλέον, οι φανατικοί και οι απλά περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι έτειναν να έχουν μικρότερο μέγεθος νοικοκυριού από τους υπόλοιπους, ενώ οι φανατικοί φάνηκε να έχουν ιδιόκτητες κατοικίες και οι μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι ήταν είτε ιδιώτες μισθωτές είτε διατηρούσαν νοικιασμένο σπίτι. Αξίζει να σημειωθεί πως οι τελευταίοι εμφάνισαν μικρότερα ετήσια εισοδήματα της τάξης των 7500 λιρών σε αντίθεση με τους φανατικούς που κέρδιζαν έως και 10000 λίρες. Πρόσθετα, οι φανατικοί ήταν λιγότερο πιθανό να μην έχουν λάβει καμία εκπαίδευση σε αντίθεση με τους μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους που ήταν πιο πιθανό να μην έχουν λάβει εκπαίδευση. Ακόμη, οι μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι ήταν πιο πιθανό να μην ψηφίζουν αλλά και να μην ψηφίζουν φιλελεύθερη δημοκρατία, ενώ οι φανατικοί ήταν πιο πιθανό να ψηφίσουν κάποιο πράσινο κόμμα ή φιλελεύθερη δημοκρατία. Ακόμη οι φανατικοί ήταν πιο πιθανό να είναι μέλη σε κάποια οργάνωση της κοινότητάς τους σε αντίθεση με τους μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους που ήταν λιγότερο πιθανό να είναι μέλη κάπου. Τέλος, οι φανατικοί φάνηκε να είναι περισσότερο αλτρουιστές και να δίνουν λιγότερη έμφαση στον πλούτο σε σχέση με τους μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους.

Επιπλέον, οι φανατικοί φάνηκε να πιστεύουν πως ότι οι περιβαλλοντικές δράσεις έχουν θετικό αποτέλεσμα ενώ οι μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι ήταν πολύ λιγότερο πιθανό να ενστερνίζονται αυτή την άποψη. Ακόμα, όσοι είχαν κάποιο βαθμό περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης βρέθηκε πως ήταν πιο πιθανό να εμφανίσουν εμπιστοσύνη στις αξιόπιστες πληροφορίες που τους παρέχονται σχετικά με τη δράση τους σε αντίθεση με τους μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους. Τέλος, οι φανατικοί δήλωσαν πως η όλη δράση μπορεί να συσχετιστεί με θέματα υγείας, ασφάλειας, αγοράς σε τοπικό επίπεδο και συμφώνησαν πως η πράσινη κατανάλωση είχε θετική συμβολή στο περιβάλλον σε ποσοστό πάνω από 83%, σε αντίθεση με τους μη περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους που συμφώνησαν σε ποσοστό 40% ότι η τοπική αγορά συνέβαλλε σημαντικά και σε ποσοστό 49% ότι η πράσινη κατανάλωση βοήθησε το περιβάλλον.

Στην ίδια χώρα, οι Young et al. (2010) πραγματοποίησαν έρευνα με σκοπό τη διερεύνηση της διαδικασίας αγοράς των πράσινων καταναλωτών σχετικά με τα προϊόντα τεχνολογίας. Η έρευνα αυτή έλαβε χώρα από τον Απρίλιο του 2004 έως και τον Απρίλιο του 2005, στο Ηνωμένο Βασίλειο. Το δείγμα της έρευνας αποτελούνταν από 81 καταναλωτές ενώ το ερευνητικό εργαλείο ήταν οι συνεντεύξεις. Στην συγκεκριμένη έρευνα, τα προϊόντα τεχνολογίας για τα οποία γίνεται λόγος αφορούν τα αυτοκίνητα, τα λευκά είδη, δηλαδή μεγάλες οικιακές συσκευές όπως ψυγεία και πλυντήρια, τα καφέ αγαθά, δηλαδή οικιακές ηλεκτρικές συσκευές ψυχαγωγίας όπως τηλεοράσεις και συσκευές αναπαραγωγής δίσκων, τις μικρές οικιακές συσκευές, όπως ηλεκτρικοί βραστήρες και τοστιέρες, τους υπολογιστές και τα πράσινα τιμολόγια ηλεκτρικής ενέργειας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα πράσινα κριτήρια τα οποία επηρέαζαν τους πράσινους καταναλωτές στην αγορά των προϊόντων σχετίζονταν με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις των προϊόντων, δηλαδή με την ενεργειακή απόδοση, την ανθεκτικότητα, την κατανάλωση νερού, τη μετατροπή LPG, τον τύπο καυσίμου καθώς και την κατανάλωση καυσίμων. Επιπλέον, τα κριτήρια αυτά αφορούσαν την κατασκευή των προϊόντων, δηλαδή το αν ήταν από ανακυκλωμένο υλικό, τη χημική του σύνθεση αλλά και τις επιδιορθώσεις και τέλος, την πιθανότητα να ήταν μεταχειρισμένα.

Σύμφωνα με τους αρθρογράφους, οι ερωτηθέντες φάνηκε να αισθάνονται ενοχές για την υιοθέτηση κάποιων μη πράσινων προτεραιοτήτων, τη μη ιεράρχηση των πράσινων κριτηρίων τους, το να μην είναι σε θέση να αγοράζουν το πιο πράσινο προϊόν, το να μην ερευνούν αρκετά ή να μην έχουν γνώσεις για συγκεκριμένα θέματα, σχετικά με τα πράσινα προϊόντα, κατά την αγορά για τα οποία πληροφόρηθηκαν κατόπιν της αγοράς. Αυτό το γεγονός φάνηκε να αποτελεί κίνητρο στη διατήρηση των πράσινων κριτηρίων τους για τις αγορές. Βέβαια δεν υπάρχει σαφής συσχέτιση μεταξύ των αξιών των πράσινων καταναλωτών και των κριτηρίων τους.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψε ότι οι πράσινες ετικέτες, οι ειδικές πληροφορίες, η διαθεσιμότητα των πράσινων προϊόντων στο λιανικό εμπόριο αλλά και οι ενοχές που νιώθουν οι καταναλωτές, που αναφέρθηκαν πιο πάνω, επιδρούν στις πράσινες αγορές με θετικό πρόσημο. Αντίθετα, το κόστος των πράσινων προϊόντων όπως και ο χρόνος που απαιτείται για τον εντοπισμό τους φαίνεται να είναι σημαντικοί προσδιοριστικοί παράγοντες των πράσινων αγορών και μάλιστα με αρνητικό πρόσημο.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο διεξήχθη ακόμη μία έρευνα, από τον Barr (2003), η οποία είχε ως στόχο τον προσδιορισμό της επίδρασης των περιβαλλοντικών αξιών, των χαρακτηριστικών της κατάστασης και των ψυχολογικών μεταβλητών στις περιβαλλοντικά υπεύθυνες συμπεριφορές, όπως είναι η εξοικονόμηση ενέργειας, η διατήρηση των υδάτινων πόρων και η ανακύκλωση απορριμμάτων. Η συγκεκριμένη έρευνα έλαβε χώρα από το Σεπτέμβριο έως και το Δεκέμβριο του 1999. Το δείγμα της αποτελούνταν από 981 νοικοκυριά με ανταπόκριση 69% ενώ το ερευνητικό της εργαλείο ήταν το ερωτηματολόγιο.

Η έρευνα αυτή εξέτασε τρεις παράγοντες, οι οποίοι αφορούσαν την ελαχιστοποίηση αποβλήτων, την επαναχρησιμοποίηση και την ανακύκλωση. Η μειοψηφία των ατόμων δήλωσε ότι ανακύκλωνε περιστασιακά ενώ η πλειοψηφία αποκρίθηκε πως ανακύκλωνε πάντα ή ποτέ. Μικρός ήταν ο αριθμός των ατόμων που προσπαθούσαν να μειώνουν τις ποσότητες συσκευασίας προϊόντων, να ψάχνουν για επαναχρησιμοποιημένα δοχεία ή να χρησιμοποιούν τη δική τους σακούλα όταν προέβαιναν σε αγορές σε τακτική βάση. Παρόλα αυτά, πάνω από το

μισό ποσοστό του δείγματος προέβαινε σε τέτοιες δραστηριότητες μερικές φορές ή συνήθως.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, οι παράγοντες που επιδρούν στην ανακύκλωση είναι το μέγεθος του σπιτιού, η τοπική γνώση αναφορικά με τα απόβλητα, η πρόσβαση σε κάποιο πεζοδρόμιο που να διαθέτει κάδο ανακύκλωσης αλλά και κάποιες ψυχολογικές μεταβλητές. Συγκεκριμένα, αναφορικά με το μέγεθος του σπιτιού, εκείνοι που κατοικούν σε μεγαλύτερα σπίτια είναι πιο πιθανό να ανακυκλώνουν και μάλιστα να ανακυκλώνουν πιο συχνά τα απόβλητά τους, σε σχέση με τους άλλους. Αυτό ίσως συμβαίνει λόγω κάποιας κυριαρχίας του πεζοδρομίου όπου είναι τοποθετημένο πιθανό σύστημα ανακύκλωσης. Όσον αφορά την τοπική γνώση σχετικά με τα απόβλητα, δηλαδή τη γνώση των ακριβή ειδών που μπορούν να ανακυκλωθούν στους τροχοφόρους κάδους απορριμμάτων είτε στις δημοτικές εγκαταστάσεις, προέκυψε από τα αποτελέσματα της έρευνας ότι η μεγαλύτερη γνώση αυξάνει την πιθανότητα συμμετοχής κάποιου στην ανακύκλωση των αποβλήτων του.

Πρόσθετα, η διαθεσιμότητα ή αλλιώς η πρόσβαση του νοικοκυριού σε πεζοδρόμιο που διαθέτει κάδο ανακύκλωσης φάνηκε να αυξάνει την πιθανότητα αυτού για ανακύκλωση απορριμμάτων. Ακόμη, ψυχολογικές μεταβλητές, όπως η ευαισθητοποίηση και αποδοχή των κανόνων ανακύκλωσης βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές με θετικό πρόσημο, γεγονός που σημαίνει ότι εκείνοι που είναι ευαισθητοποιημένοι και αποδέχονται τους κανόνες της ανακύκλωσης είναι πιο πιθανό να προβαίνουν σε αυτή την ενέργεια. Αντιθέτως, η κατοχή παγκόσμιας περιβαλλοντικής γνώσης, όπως και η γνώση των προβλημάτων σχετικά με τα απόβλητα στη Βρετανία δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Αναφορικά με την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων, βρέθηκαν διάφοροι παράγοντες που επιδρούν σε αυτή και όλοι τους με θετικό τρόπο. Συγκεκριμένα, οι παράγοντες αυτοί είναι η ανησυχία για τα θέματα των αποβλήτων, η αίσθηση υποχρέωσης για ανακύκλωση αποβλήτων, η ενδογενής σημασία της φύσης, η ανθρώπινη προτεραιότητα στη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με το περιβάλλον, η προηγούμενη εμπειρία στην ανακύκλωση, η επίγνωση των θεμάτων πολιτικής όπως η βιώσιμη ανάπτυξη και η Τοπική Ατζέντα 21, το δικαίωμα για καθαρό περιβάλλον και η αίσθηση προσωπικής ευθύνης αλλά και δύο

δημογραφικές μεταβλητές, το φύλο και η ηλικία. Με άλλα λόγια, οι γυναίκες και οι ηλικιωμένοι ήταν πιο πιθανό να μειώνουν τα απόβλητά τους. Παρομοίως, εκείνοι που είχαν σύμφωνη συμπεριφορά με τους παράγοντες που προαναφέρθηκαν ήταν πιο πιθανό να ελαχιστοποιούν τα απόβλητά τους.

Η έρευνα του Evans (2011) υλοποιήθηκε στη νοτιοανατολική Αγγλία κατά τη διάρκεια ενός διαστήματος περίπου οκτώ μηνών, τη χρονολογική περίοδο 2007-2008. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια συνεντεύξεων σε 28 καταναλωτικά νοικοκυριά, εκ των οποίων αποκρινόταν ένα μέλος του νοικοκυριού κάθε φορά. Το δείγμα της έρευνας αποτελούνταν από 17 άνδρες και 11 γυναίκες. Η πλειοψηφία του δείγματος θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μεσαία τάξη, όσον αφορά την εκπαίδευση και την απασχόλησή τους, με τους 5 από αυτούς να έχουν υπόβαθρο εργατικής τάξης.

Κατά τη διάρκεια υλοποίησης της έρευνας, είχαν τοποθετηθεί σε διάφορες γεωγραφικές περιοχές, διαφημίσεις, με τη μορφή της ανακοίνωσης στο ίντερνετ, στις τοπικές εφημερίδες, στα σούπερ μάρκετ, και τα φιλανθρωπικά καταστήματα, προς ενημέρωση των καταναλωτών για τις διάφορες εκφάνσεις την βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς. Από τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα, βρέθηκε πως ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο κατέχει το να είναι κάποιος καλός γονέας με αρνητικό τρόπο. Με άλλα λόγια, όταν κάποιος είναι καλός γονέας για τα παιδιά του είναι λιγότερο πιθανό να έχει βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά. Αυτό μπορεί να ερμηνευτεί λόγω της απροθυμίας των παιδιών να διαθέτουν μεταχειρισμένα ενδύματα, υποδήματα αλλά και προϊόντα σε ευρύτερη κλίμακα, καθώς επιθυμούν να αγοράζουν καινούρια.

Επιπρόσθετα, οι ερωτώμενοι που έχουν ήδη υιοθετήσει μια βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά, αυτοσχεδιάζουν και πειραματίζονται με τρόπους που θα μπορούσαν να προάγουν βιώσιμο τρόπο συμπεριφοράς είναι πιο πιθανό να καταναλώνουν βιολογικά τρόφιμα σε σχέση με τους υπόλοιπους. Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειωθεί πως οι γονείς που προβαίνουν σε αγορές βιολογικών προϊόντων έχουν ως απώτερο σκοπό τη βελτίωση της υγείας των παιδιών τους και σε μικρότερο βαθμό τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, καθώς σύμφωνα με αυτούς, έχει παρατηρηθεί βελτίωση της υγείας των παιδιών τους σε σημαντικό βαθμό λόγω της κατανάλωσης βιολογικών προϊόντων.

Οι Barr et al. (2001) πραγματοποίησαν μία έρευνα που παρουσίασε ιδιαίτερα ενδιαφέροντα αποτελέσματα. Στόχος τους ήταν ο προσδιορισμός των παραγόντων που επιδρούν στη μείωση, την επαναχρησιμοποίηση και την ανακύκλωση. Η παρούσα έρευνα υλοποιήθηκε το φθινόπωρο του 1993, στην Αγγλία. Το δείγμα αποτέλεσαν 673 νοικοκυριά ενώ το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο.

Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε ερωτήσεις που σχετίζονταν αποκλειστικά με την μείωση, την επαναχρησιμοποίηση και την ανακύκλωση προϊόντων. Συγκεκριμένα, η ανακύκλωση αναφερόταν στο γυαλί, τις εφημερίδες και τα περιοδικά. Σύμφωνα λοιπόν, με τα αποτελέσματα της έρευνας, η ανακύκλωση φάνηκε να είναι η πιο διαδεδομένη δραστηριότητα σε σχέση με τη μείωση των αποβλήτων ή την επαναχρησιμοποίηση.

Πρόσθετα, το φύλο βρέθηκε να είναι μια στατιστικά σημαντική μεταβλητή, με τις γυναίκες να τείνουν να μειώνουν τα απόβλητά τους περισσότερο σε σχέση με τους άνδρες. Όσον αφορά την ηλικία, η οποία είναι μία ακόμα στατιστικά σημαντική μεταβλητή, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία ερωτώμενοι έτειναν να μειώνουν περισσότερο τα απορρίμματά τους σε σχέση με τους νεότερους. Ακόμη, οι γνώσεις βρέθηκε πως επιδρούν με θετικό τρόπο στη μείωση των αποβλήτων. Σύμφωνα με τους αρθρογράφους, όσοι αντιλαμβάνονται λιγότερα προβλήματα διοικητικής μέριμνας είναι πιο πιθανό να επαναχρησιμοποιούν τα προϊόντα τους πριν τα πετάξουν.

Επιπλέον, η ύπαρξη κινήτρου φάνηκε να επιδρά με θετικό τρόπο στην επαναχρησιμοποίηση, όπως, επίσης, η στάση του αλλά και η πίστη ότι η επαναχρησιμοποίηση θα κάνει τη διαφορά. Η πρόσβαση της κατοικίας του ερωτώμενου, σε κράσπεδο με κάδο ανακύκλωσης βρέθηκε στατιστικά σημαντική μεταβλητή για την ανακύκλωση και μάλιστα με θετικό πρόσημο. Συγκεκριμένα, εκείνοι που είχαν πρόσβαση στην ανακύκλωση ήταν πιο πιθανό να είναι πρόθυμοι να επαναχρησιμοποιούν και να μειώνουν τα απόβλητά τους όπως και εκείνοι που είχαν εμπειρία από την ανακύκλωση πριν αποκτήσουν πρόσβαση σε αυτή, ήταν πιο πιθανό να είναι πρόθυμοι για επαναχρησιμοποίηση και μείωση. Τέλος, ενδιαφέρον παρουσίασε το γεγονός ότι, σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας αυτής, εκείνοι

που ήταν πιο πρόθυμοι για μείωση και επαναχρησιμοποίηση έτειναν να είναι ουδέτεροι ακόμα και αρνητικοί για την ανακύκλωση.

Οι Barr and Gilg (2006) διεξήγαγαν μία έρευνα με στόχο την εξέταση της περιβαλλοντικής συμπεριφοράς των καταναλωτών, σε σχέση με δύο βασικά ζητήματα. Τα θέματα αυτά αφορούν τον τρόπο με τον οποίο η περιβαλλοντική δράση πλαισιώνεται στις καθημερινές πρακτικές (όπως η καταναλωτική συμπεριφορά) και τον τρόπο με τον οποίο αυτές οι πρακτικές απορρίφθηκαν μεταξύ των διαφόρων τμημάτων του πληθυσμού για να σχηματιστούν ομάδες τρόπου ζωής. Η συγκεκριμένη έρευνα υλοποιήθηκε το καλοκαίρι του 2002 στην Ντέβον, της νοτιοδυτικής Αγγλίας. Στην έρευνα αυτή συμμετείχαν 1600 νοικοκυριά και το ερευνητικό εργαλείο ήταν το ερωτηματολόγιο.

Στην έρευνα αυτή, εξετάστηκαν τέσσερις περιβαλλοντικές συμπεριφορές. Αυτές ήταν η εξοικονόμηση ενέργειας, η διατήρηση των υδάτων, η διαχείριση των αποβλήτων και η πράσινη κατανάλωση, μέσα και έξω από το σπίτι. Στη συνέχεια, προέκυψαν τέσσερις κατηγοριοποιήσεις του δείγματος και συγκεκριμένα οι ισχυροί περιβαλλοντολόγοι, οι οικολόγοι, οι περιστασιακοί περιβαλλοντολόγοι και οι μη-περιβαλλοντολόγοι. Αυτές οι τέσσερις διακριτές συστάδες ήταν ιδιαίτερα σημαντικές και παρείχαν ένα στιγμιότυπο της συμπεριφοράς του περιβαλλοντικού τρόπου ζωής των ομάδων του Ντέβον, στις αρχές του 21ου αιώνα.

Τα άτομα με ισχυρότερες φιλο-περιβαλλοντικές στάσεις ήταν στις δύο πρώτες συστάδες ενώ εκείνοι που κατείχαν λιγότερο φιλο-περιβαλλοντικές στάσεις ήταν στις δύο τελευταίες. Στην έρευνα περιλαμβάνονταν, επίσης, δραστηριότητες όπως η αγορά των βιολογικών προϊόντων, η χρήση μια συσκευής εξοικονόμησης νερού στο καζανάκι της τουαλέτας και η ανακύκλωση οικιακών υλικών.

Από τις δραστηριότητες που μελετήθηκαν, η εξοικονόμηση ενέργειας και οι συμπεριφορές διαχείρισης των αποβλήτων ήταν οι πιο δημοφιλείς. Ιδιαίτερα σημαντική ήταν η κομποστοποίηση καθώς μεγάλο μέρος του δείγματος δήλωσε ότι πάντα ή συνήθως κομποστοποιεί τα απόβλητά του. Αντίθετα, το 60% των οικολόγων δήλωσε πως ποτέ δεν κομποστοποιεί τα απορρίμματα της κουζίνας ή του κήπου.

Οι περιστασιακοί περιβαλλοντολόγοι ήταν σημαντικά λιγότερο πιθανό να συμμετέχουν σε όλες τις δραστηριότητες, αλλά κυρίως στην πράσινη κατανάλωση και σε ορισμένες πρακτικές διατήρησης του νερού. Όσοι ήταν λιγότερο πρόθυμοι να

πληρώσουν για φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα ήταν λιγότερο διατεθειμένοι να βοηθήσουν το περιβάλλον και την προστασία του. Οι περιβαλλοντολόγοι φάνηκε να είναι λιγότερο διατεθειμένοι να εμπιστευτούν πληροφορίες που τους παρέχονταν σε σχέση με τους μη-περιβαλλοντολόγους. Τέλος, δεν υπήρχε σημαντική διαφορά μεταξύ της προθυμίας για αλλαγή, της πίστης στο σήμα και της δέσμευσης της συμπεριφοράς.

Το Νοέμβριο του 1996 οι Tanner and Kast (2003) πραγματοποίησαν μία έρευνα στην Ελβετία. Απευθύνθηκαν σε 6500 τυχαία νοικοκυριά στα οποία μοίρασαν ερωτηματολόγια με ποσοστό ανταπόκρισης 12%, δηλαδή 745 ερωτηματολόγια. Το δείγμα τους αποτελούνταν από 547 γερμανόφωνα ενήλικα άτομα ενώ το 68% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες. Η μέση ηλικία του δείγματος ήταν 47 έτη με ελάχιστη τα 18 έτη και μέγιστη τα 90 έτη, ενώ το 59% ζούσε στην πόλη της Βέρνης ενώ το υπόλοιπο 41% σε αγροτικές περιοχές.

Οι αρθρογράφοι ασχολήθηκαν κυρίως με την επίδραση της προστασίας του περιβάλλοντος, τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα, το δίκαιο εμπόριο, την υγεία, τα τοπικά προϊόντα και τη γεύση των τροφίμων στην βιώσιμη συμπεριφορά των καταναλωτών. Επιπλέον, εκτιμήθηκαν δύο παράγοντες ως αντιλαμβανόμενα εμπόδια και συγκεκριμένα αυτά ήταν ο αντιλαμβανόμενος χρόνος και ο νομισματικός παράγοντας. Τέθηκαν θέματα επίσης, για τη λήψη μέτρων όσο αφορά στην πραγματική γνώση των καταναλωτών, στη δράση που σχετίζεται με τη γνώση και με την εμπιστοσύνη που διατηρούν οι καταναλωτές στις ετικέτες των προϊόντων.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, στατιστικά σημαντικός παράγοντας για την αγορά «πράσινων» τροφίμων, βρέθηκε η θετική στάση απέναντι στο δίκαιο εμπόριο καθώς επίσης και η ενίσχυση των τοπικών προϊόντων. Με άλλα λόγια, οι καταναλωτές που έχουν τεθεί υπέρ του δίκαιου εμπορίου όπως και εκείνοι που τείνουν να πραγματοποιούν αγορές τοπικών προϊόντων είναι πιο πιθανό να καταναλώνουν βιολογικά τρόφιμα σε σχέση με τους υπόλοιπους. Επιπλέον, όσοι έχουν επαρκείς γνώσεις προκειμένου να γίνει διάκριση μεταξύ των φιλικών και επιβλαβών για το περιβάλλον προϊόντων είναι πιο πιθανό να έχουν πιο βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά από τους υπόλοιπους. Αντίθετα, προσωπικά στοιχεία, όπως η στάση απέναντι στα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα, η γεύση των

τροφίμων, η υγεία, η πραγματική γνώση, η εμπιστοσύνη στο οικολογικό σήμα, τα προσωπικά πρότυπα αλλά και ο νομισματικός παράγοντας δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές στη συγκεκριμένη έρευνα.

Παρόλα αυτά, η εκπαίδευση, ο επαγγελματικός τομέας, η κατάσταση της απασχόλησης και το εισόδημα του νοικοκυριού βρέθηκαν να επιδρούν σημαντικά στη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά του δείγματος. Πρόσθετα, η αγορά βιολογικών τροφίμων επηρεάζεται με θετικό τρόπο από τη θετική στάση των καταναλωτών για την προστασία του περιβάλλοντος, το δίκαιο εμπόριο, τα τοπικά προϊόντα αλλά και τη διαθεσιμότητα της δράσης που σχετίζεται με τη γνώση σχετικά με το θέμα της βιώσιμης κατανάλωσης. Αντίθετα, η βιώσιμη συμπεριφορά των καταναλωτών επηρεάζεται με αρνητικό τρόπο από το χρόνο τον οποίο αντιλαμβανόμαστε ως εμπόδιο και τη συχνότητα πραγματοποίησης των αγορών στα διάφορα σούπερ μάρκετ, με την έννοια ότι οι καταναλωτές που προμηθεύονται τα προϊόντα τους από σούπερ μάρκετ παρουσιάζουν χαμηλότερο επίπεδο κατανάλωσης προϊόντων στις πράσινες αγορές λόγω και της εξοικονόμησης χρόνου.

Οι Ojea and Loureiro (2007) υλοποίησαν μια έρευνα αρκετά ενδιαφέρουσα. Στόχος τους ήταν η μέτρηση των γενικών στάσεων και ηθικών πεποιθήσεων για τη συντήρηση καθώς και τη σημασία της βιόσφαιρας, του εγωισμού και του αλτρουισμού σχετικά με την επιθυμία να καταβληθεί χρηματικό ποσό για το σκοπό αυτό. Η έρευνα έλαβε χώρα από τον Ιούνιο έως τον Ιούλιο του 2005 στην Ισπανία. Το δείγμα αποτέλεσαν 576 καταναλωτές, το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο ενώ έγινε και χρήση της κλίμακας GAC.

Το ήμισυ του δείγματος προερχόταν από παράκτιες περιοχές και το υπόλοιπο μισό από ηπειρωτικές. Αναφορικά με την ηλικία, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία ερωτώμενοι βρέθηκε πως είναι λιγότερο πιθανό να είναι πρόθυμοι να καταβάλλουν χρηματικό ποσό για το περιβάλλον. Επιπλέον, το χρηματικό ποσό της προσφοράς βρέθηκε στατιστικά σημαντικό με αρνητικό πρόσημο. Με άλλα λόγια, όσο αυξάνεται το χρηματικό ποσό μειώνεται η προθυμία για την καταβολή του.

Επιπρόσθετα, ο εγωιστικός παράγοντας, ο οποίος είναι ένδειξη του ανθρωποκεντρικού προσανατολισμού, βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας με θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει πως οι ερωτώμενοι που ενδιαφέρονται για τον εαυτό τους, την υγεία τους και το μέλλον τους, συγκριτικά με τους υπόλοιπους,

είναι πιο πιθανό να καταβάλλουν χρηματικό ποσό για την προστασία του περιβάλλοντος. Ομοίως, ο αλτρουιστικός παράγοντας, ο οποίος είναι επίσης ένδειξη του ανθρωποκεντρικού προσανατολισμού, βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας με θετική επίδραση. Δηλαδή, οι καταναλωτές που ενδιαφέρονται για την ανθρωπότητα και τους συνανθρώπους τους ήταν πιο πιθανό να είναι πρόθυμοι να καταβάλλουν κάποιο χρηματικό ποσό για το περιβάλλον. Ωστόσο, οι μεταβλητές βιόσφαιρα και εισόδημα φάνηκε να μην έχουν κάποια επίδραση στην προθυμία.

Ο προσανατολισμός προς τον αλτρουισμό ήταν ισχυρότερος από ότι προς τον εγωισμό γεγονός που δείχνει ότι το δείγμα ενδιαφερόταν για την αποκατάσταση του περιβάλλοντος. Οι δεοντολογικές πτυχές επηρέασαν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και η αξία του προσανατολισμού είχε σημαντικό ρόλο στην υιοθέτηση φιλο-περιβαλλοντικών στάσεων. Αυτή η αξία του προσανατολισμού επηρέασε την προθυμία των καταναλωτών για πληρωμή για τα περιβαλλοντικά αγαθά.

Οι Magnusson et al. (2003) διεξήγαγαν μία έρευνα αναφορικά με τα βιολογικά τρόφιμα. Στόχος της έρευνας ήταν να τονιστούν οι συνέπειες της επιλογής των οργανικών τροφίμων όσον αφορά την ανθρώπινη υγεία, το περιβάλλον και την καλή διαβίωση των ζώων. Η έρευνα αυτή έλαβε χώρα το 1998 στη Σουηδία, με 1154 Σουηδούς πολίτες να αποτελούν το δείγμα της και ερευνητικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο.

Η ηλικία του δείγματος κυμάνθηκε από τα 18 έως τα 65 έτη. Να σημειωθεί ότι οι τροφές στις οποίες έγινε αναφορά στην έρευνα ήταν το γάλα, το κρέας, οι πατάτες και το ψωμί. Το μισό ποσοστό του δείγματος προμηθευόταν γάλα και κρέας και το άλλο μισό πατάτες και ψωμί. Σχεδόν όλοι οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι ανακυκλώνουν πάντα γυαλί (95%), χαρτί και εφημερίδες (90%) και μπαταρίες (89%). Τα ποσοστά για το χαρτί ήταν (74%), για το πλαστικό (47%) και για το μέταλλο (52%). Πρόσθετα, το δείγμα συχνά ή πολύ συχνά εξοικονομούσε ηλεκτρική ενέργεια (54%), αγόραζε φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα (46%), μετέτρεπε σε λίπασμα τα απόβλητα ή τα κομποστοποιούσε (42%), δώριζε χρηματικά ποσά σε περιβαλλοντικές οργανώσεις (6%) και απέφευγε να αγοράζει νέα προϊόντα (10%).

Στο σημείο αυτό να αναφερθεί ότι ο συντελεστής εύκολη ανακύκλωση περιελάμβανε την ανακύκλωση των ειδών μιας χρήσης σε εύκολα διαθέσιμα σημεία

συλλογής ενώ η σύνθετη ανακύκλωση αφορούσε την ανακύκλωση των στοιχείων που απαιτούν περισσότερη προσπάθεια εκ μέρους του καταναλωτή (π.χ. λιγότερα σημεία συλλογής).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η αγορά βιολογικών τροφίμων σχετίζεται ισχυρότερα με τα οφέλη για την ανθρώπινη υγεία. Οι νεότεροι ερωτηθέντες ήταν πιο πιθανό να είναι θετικοί προς τα βιολογικά τρόφιμα, συγκριτικά με τους μεγαλύτερους σε ηλικία. Επιπλέον, οι ερωτηθέντες με ισχυρή πρόθεση να αγοράζουν βιολογικά τρόφιμα είχαν περισσότερες πιθανότητες να ενδιαφέρονται για την περιβαλλοντική υγεία του ανθρώπου και την καλή διαβίωση των ζώων από ότι τα άτομα με ασθενέστερη πρόθεση. Αυτό δείχνει ότι τα άτομα με ισχυρές προθέσεις αντιλαμβάνονται περισσότερα οφέλη από την αγορά βιολογικών τροφίμων από ότι εκείνους με αδύναμες προθέσεις. Επιπλέον, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι τα εγωιστικά κίνητρα ήταν καλύτεροι προγνωστικοί παράγοντες της αγοράς βιολογικών τροφίμων από ότι είναι τα αλτρουιστικά κίνητρα.

Παράλληλα, η ηλικία βρέθηκε να είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας με αρνητικό πρόσημο για τη στάση απέναντι στο περιβάλλον και για τις τέσσερις ομάδες αγοράς τροφίμων, όπως και για την πρόθεση για την πληρωμή και αγορά των βιολογικών πατατών. Ακόμη, οι άνδρες σε σχέση με τις γυναίκες φάνηκε να έχουν πιο φιλο-περιβαλλοντική στάση σε σχέση με τις γυναίκες. Οι επιδόσεις των ερωτώμενων για τη φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά τους βρέθηκε να είναι μια ακόμα στατιστικά σημαντική μεταβλητή, και μάλιστα με θετικό πρόσημο για τις τέσσερις ομάδες βιολογικών τροφίμων της έρευνας, αλλά και για τη στάση τους για πρόθεση και πληρωμή των τροφίμων.

Πρόσθετα, η σύνθετη ανακύκλωση φάνηκε να είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή με θετική επίδραση στην πληρωμή, για εκείνους που αγόραζαν βιολογικές πατάτες. Το περιβάλλον ήταν στατιστικά σημαντική μεταβλητή με θετικό πρόσημο για τη στάση των ερωτώμενων, για όλα τα τρόφιμα. Η μεταφορά ήταν, επίσης, ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας μόνο για τη στάση, για αυτούς που αγοράζουν βιολογικό γάλα και κρέας. Επιπλέον, η υγεία βρέθηκε στατιστικά σημαντική με θετικό πρόσημο για τη στάση, τη πρόθεση και την πληρωμή και στις τέσσερις κατηγορίες αγοράς τροφίμων. Τέλος, μελετήθηκαν και άλλες μεταβλητές,

όπως το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτώμενων και η εύκολη ανακύκλωση αλλά δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές.

Το ζήτημα της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς απασχόλησε και τους Vermeir et al. (2006), οι οποίοι πραγματοποίησαν μία έρευνα στο Βέλγιο και συγκεκριμένα στην πόλη της Φλάνδρας, με το δείγμα τους να αποτελείται από 459 νεαρά άτομα ηλικίας από 19 έως και 22 ετών και με ερευνητικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο. Οι αρθρογράφοι προσπάθησαν να εξετάσουν την επίδραση των χαρακτηριστικών στα οποία ο καταναλωτής δίνει ιδιαίτερη προσοχή, όπως την τιμή, τη μάρκα, την ευκολία της συσκευασίας, τα συστατικά, τη γεύση και ίσως και την αξιοπιστία του προϊόντος ως προς τη βιωσιμότητα.

Οι Vermeir et al. (2006) επικεντρώθηκαν, στην έρευνά τους αυτή, στην αγορά βιώσιμων γαλακτοκομικών προϊόντων και συμπέραναν πως η κοινωνική νόρμα, δηλαδή η κοινωνική πίεση από τους συνομηλίκους, για την αγορά βιώσιμων αγαθών έχει θετικό αντίκτυπο στην βιώσιμη κατανάλωση των νεαρών ατόμων. Το ίδιο συμβαίνει και με την προθυμία να συμμορφωθούν οι νέοι με τις απόψεις άλλων που ήδη έχουν μια βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά. Οι νέοι που είναι λοιπόν πρόθυμοι είναι πιο πιθανό να προβούν σε αγορά βιώσιμου αγαθού. Επιπλέον, οι καταναλωτές που έχουν θετική στάση προς την αγορά βιώσιμων προϊόντων είναι πιο πιθανό να προβούν στην αγορά αυτών αλλά και να εκτιμούν τη βιώσιμη συμπεριφορά πιο έντονα. Αντίθετα, εκείνοι με αρνητική στάση απέναντι στα βιώσιμα προϊόντα είναι λιγότερο πιθανό να προβούν στην αγορά, ίσως και λόγω της χαμηλής διαθεσιμότητας των αγαθών.

Πρόσθετα, στατιστικά σημαντικός παράγοντας βρέθηκε και το φύλο, καθώς οι γυναίκες φαίνεται να είναι πιο πιθανό να αγοράζουν βιώσιμα προϊόντα σε σχέση με τους άντρες αλλά και να είναι πιο πρόθυμες να προβούν σε τέτοιες αγορές. Αντίθετα, δε βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας ο τόπος διαμονής, καθώς δεν εντοπίστηκαν ιδιαίτερες διαφορές στις στάσεις και προθέσεις των ατόμων που ζουν στην πόλη με αυτών που διαμένουν στην ύπαιθρο. Τέλος, ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων, ενώ δήλωσαν πως αισθάνονται έντονη θετική τάση προς την αγορά αειφόρων προϊόντων δε θα σχεδίαζαν να προβούν στην αγορά τους σε αντίθεση με κάποιους άλλους νέους καταναλωτές που πρόκειται να προβούν στην

αγορά βιώσιμου γαλακτοκομικού προϊόντος αν και δεν αισθάνονται ιδιαίτερη θετική τάση προς αυτό.

Ο Pedersen L. (2000) πραγματοποίησε μία έρευνα σχετικά με την βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά των Δανών. Σκοπός της συγκεκριμένης μελέτης ήταν η διερεύνηση του βαθμού εκείνου στον οποίο η αύξηση της εφαρμογής των πράσινων πρακτικών κατανάλωσης, αναφορικά με τα τρόφιμα, συνδέεται με την ανακύκλωση, τη χρήση μέσων μαζικής μεταφοράς και τη συνετή κατανάλωση ενέργειας. Για το σκοπό αυτό, το χειμώνα του 1996, έλαβε χώρα η παρούσα έρευνα στην πόλη Οντέσε της Δανίας, με δείγμα 1330 νοικοκυριά και με ποσοστό ανταπόκρισης 71,5%. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο.

Η κατανάλωση βιολογικών τροφίμων διαπιστώθηκε χρησιμοποιώντας τρεις ερωτήσεις, ρωτώντας το δείγμα πόσο συχνά αγοράζει βιολογικό γάλα, λαχανικά και κρέας. Τα άτομα που δήλωσαν ότι είχαν υψηλή κατανάλωση βιολογικών τροφίμων αναφέρονται ως πράσινοι καταναλωτές. Το 10% των καταναλωτών, λοιπόν, δήλωσε ότι σχεδόν πάντα αγοράζει βιολογικό γάλα και λαχανικά, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό που στρέφεται σε αγορά βιολογικού κρέατος είναι κάπως χαμηλότερο. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι κοινωνικο-δημογραφικές ομάδες καταναλωτών με χαμηλά εισοδήματα καταναλώνουν μεγάλες ποσότητες βιολογικών προϊόντων διατροφής. Το 92% των ερωτηθέντων ισχυρίζεται ότι ανακυκλώνει γυαλί σχεδόν πάντα, ενώ το 87% ισχυρίζεται ότι ανακυκλώνει σχεδόν πάντα εφημερίδες.

Ακόμη, το 28% του δείγματος πηγαίνει στη δουλειά του πιο συχνά με το ποδήλατο, το 8% κάνει χρήση των μέσων μαζικής μεταφοράς ενώ το 24% χρησιμοποιεί το ιδιωτικό του αυτοκίνητο. Επιπρόσθετα, το 45% των ερωτώμενων ισχυρίζεται ότι αυτοί και οι φίλοι του συζητούν μεταξύ τους για το πώς θα πρέπει να συμπεριφέρονται σε θέματα που αφορούν την ενέργεια και το περιβάλλον. Το 67% δηλώνει ότι σβήνει τους διακόπτες των φώτων όταν φεύγει από το κάθε δωμάτιο και το 83% δηλώνει πως γεμίζει το πλυντήριο σε κάθε πλύση ενώ μόνο το 27% αναφέρει ότι απενεργοποιεί τη θέρμανση όταν φεύγει από το σπίτι για περισσότερο από 8 ώρες.

Από την έρευνα προέκυψε ότι υπάρχουν διάφοροι προσδιοριστικοί παράγοντες της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς. Αρχικά, η κατανάλωση βιολογικών τροφίμων φάνηκε να επηρεάζεται από την ανακύκλωση γυαλιού και μπουκαλιών. Συγκεκριμένα, η μεταβλητή αυτή βρέθηκε με θετικό πρόσημο, γεγονός που σημαίνει ότι αυτοί που ανακυκλώνουν γυαλί και μπουκάλια είναι πιο πιθανό να καταναλώνουν βιολογικά τρόφιμα, σε σχέση με τους υπόλοιπους. Επιπλέον, οι απόψεις για τα μέσα μεταφοράς βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές όσον αφορά την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι πράσινοι καταναλωτές έχουν επίγνωση των αρνητικών συνεπειών των μεταφορικών μέσων για το περιβάλλον αλλά αυτό δεν αλλάζει ιδιαίτερα τα πρότυπα μεταφοράς τους.

Πρόσθετα, η προθυμία καταβολής επιπλέον χρηματικού ποσού, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι η ηλεκτρική ενέργεια που καταναλώνεται θα παράγεται με χρήση ανεμόμυλων, φάνηκε να επηρεάζει σημαντικά και με θετικό τρόπο την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων. Αντίθετα, ο αριθμός μεγάλων ηλεκτρικών συσκευών αλλά και η χρήση λαμπτήρων φθορισμού δε σχετίζονται σημαντικά με την κατανάλωση βιολογικών τροφίμων. Επιπλέον, η χρήση των μέσων μαζικής μεταφοράς αλλά και η ιδιοκτησία αυτοκινήτου δε φάνηκε να έχουν επιδρούν στο να είναι κάποιος πράσινος καταναλωτής. Τέλος, το εισόδημα, η ηλικία, ο αριθμός ενηλίκων στο νοικοκυριό αλλά και η απόσταση από το χώρο εργασίας βρέθηκε πως συνδέονται σημαντικά με την ιδιοκτησία αυτοκινήτου.

Η έρευνα που υλοποιήθηκε από τους Grunert and Juhl (1995) είχε ως στόχο την ερμηνεία των περιβαλλοντικών αξιών και στάσεων των καταναλωτών, προκειμένου να καθοριστούν οι περιβαλλοντικές ανησυχίες και η συμπεριφορά τους. Η συγκεκριμένη μελέτη διεξήχθη στη Δανία και δείγμα της αποτέλεσαν 174 καθηγητές από είκοσι σχολεία της πρωτοβάθμιας και δέκα σχολεία της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για την πραγματοποίηση της έρευνας ήταν το ερωτηματολόγιο.

Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε ερωτήσεις που αναφέρονταν στις αξίες, τις στάσεις, τις γνώσεις σχετικά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα, την αυτο-αναφερόμενη φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά, την αγορά βιολογικών τροφίμων και τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά. Από το σύνολο του

δείγματος, το 54% ήταν γυναίκες και το 45,4% άνδρες ενώ η μέση ηλικία ήταν τα 45,1 έτη.

Στην παρούσα έρευνα, το δείγμα διαχωρίστηκε σε δύο ομάδες, τους πράσινους, που συμφωνούσαν απόλυτα με τις φιλο-περιβαλλοντικές στάσεις και τους λευκούς, που είχαν χαμηλό σκορ στις φιλο-περιβαλλοντικές στάσεις. Οι δύο αυτές ομάδες δε διέφεραν ούτε ως προς την ηλικία ούτε ως προς το φύλο. Επιπλέον, η αγορά των βιολογικών τροφίμων της έρευνας αναφερόταν στα γαλακτοκομικά προϊόντα, το τυρί, το βούτυρο, το κρέας, τα λαχανικά, τα φρούτα, το ψωμί και τα δημητριακά. Επομένως, διακρίθηκαν τρεις ομάδες: οι μη-αγοραστές (33,6%), οι περιστασιακοί αγοραστές (48,1%) και οι τακτικοί αγοραστές (18,3%).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η περιβαλλοντική ανησυχία φάνηκε να έχει στατιστικά σημαντική θετική επίδραση, με εκείνους που ενδιαφέρονται και ανησυχούν για το περιβάλλον να είναι πιο πιθανό να αγοράζουν βιολογικά προϊόντα σε σχέση με τους υπόλοιπους. Όσον αφορά τους πράσινους ερωτηθέντες, οι μεταβλητές που φάνηκε να τους ωθούν στην αγορά βιολογικών προϊόντων ήταν η προστασία του περιβάλλοντος, η ενότητα με τη φύση, η κοινωνική δικαιοσύνη, η επιθυμία για ένα κόσμο ομορφιάς, η δημιουργικότητα και η επιλογή δικών τους στόχων. Παράλληλα, για τους λευκούς, οι μεταβλητές που επιδρούν στην αγορά βιολογικών προϊόντων ήταν η εξουσία και η κοινωνική ισχύς, ο πλούτος, η κοινωνική αναγνώριση.

Ο Bamberg (2003) υλοποίησε μία έρευνα αναφορικά με τη συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στο περιβάλλον. Η έρευνα έλαβε χώρα στη Γερμανία και το δείγμα της αποτέλεσαν 380 φοιτητές από διάφορα τμήματα φυσικών επιστημών. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο. Στόχος του ερευνητή ήταν ο εντοπισμός των παραγόντων που επιδρούν στην φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά των Γερμανών καταναλωτών.

Η στάση της συμπεριφοράς των ερωτώμενων όπως και η πρόθεση της συμπεριφοράς και τα υποκειμενικά πρότυπα φάνηκε να έχουν ισχυρή επίδραση στην πραγματική συμπεριφορά. Η στάση φάνηκε να έχει θετικό πρόσημο, η πρόθεση αρνητικό και τα υποκειμενικά πρότυπα είχαν θετικό πρόσημο για τους έντονα φιλο-περιβαλλοντικά ενδιαφερόμενους φοιτητές ενώ για τους χαμηλά φιλο-περιβαλλοντικά ενδιαφερόμενους αρνητικό. Ομοίως, η καλύτερη πληροφόρηση

σχετικά με τις σύγχρονες τεχνολογίες παραγωγής ενέργειας, η καλύτερη πληροφόρηση της πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας ως μια προσωπική εναλλακτική και η καλύτερη αξιολόγηση για το εάν η πράσινη ενέργεια αντικαθιστά την πυρηνική βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές με θετική επίδραση στην φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά.

Παράλληλα, η καλύτερη απόφαση για το πόσο αξιόπιστη και ασφαλής είναι η πράσινη ενέργεια και η ενημέρωση σχετικά με τις σύγχρονες τεχνολογίες παραγωγής ενέργειας βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές με θετική επίδραση ενώ η μεταβλητή οι αρνητικές συνέπειες της κακής περιβαλλοντικής συνείδησης φάνηκε να είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή αλλά με αρνητικό πρόσημο. Πρόσθετα, η ενημέρωση από φίλους, από την οικογένεια και η συμμετοχή σε ομάδες φιλο-περιβαλλοντικής δράσης βρέθηκε να έχουν θετική επίδραση στη συμπεριφορά στην ερωτώμενων. Η ύπαρξη άγχους, επίσης, επηρεάζει με θετικό τρόπο τη φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά. Πρόσθετα, η ύπαρξη χαμηλών κινήτρων βρέθηκε να επιδρά με αρνητικό τρόπο τους έντονα φιλο-περιβαλλοντικά ενδιαφερόμενους ερωτώμενους και με θετικό τους χαμηλά ενδιαφερόμενους.

Η μέση ηλικία του δείγματος ήταν τα 22 έτη, με τις ηλικίες των φοιτητών να κυμαίνονται από τα 17 έως και τα 51 έτη. Επιπλέον, το 64,5% ήταν άνδρες ενώ το 35,5% γυναίκες. Στη μελέτη συμμετείχαν έντονης ανησυχίας, για το περιβάλλον, φοιτητές και χαμηλά ενδιαφερόμενοι. Οι έντονης ανησυχίας φοιτητές δεν σημείωσαν μόνο μια πολύ πιο θετική στάση απέναντι στο περιβάλλον αλλά και υψηλότερα υποκειμενικά πρότυπα και έλεγχο της συμπεριφοράς. Για τους εξαιρετικά περιβαλλοντικά ενδιαφερόμενους φοιτητές, ο αντιλαμβανόμενος έλεγχος της συμπεριφοράς είχε την ισχυρότερη επίδραση στην πρόθεση και η επίδραση του υποκειμενικού προτύπου ήταν μέτρια, ενώ για τους χαμηλά ενδιαφερόμενους φοιτητές ίσχυε το αντίθετο.

Πρόσθετα, τα υποκειμενικά πρότυπα είχαν το ισχυρότερο αποτέλεσμα στην πρόθεση ενώ η επίδραση του αντιλαμβανόμενου ελέγχου συμπεριφοράς ήταν στατιστικά ασήμαντη. Επομένως, για τους φοιτητές με ισχυρή ανησυχία η πρόθεση καθοριζόταν κυρίως από τον έλεγχο ενώ για τους χαμηλής ανησυχίας φοιτητές η πρόθεση καθοριζόταν κυρίως από τα κοινωνικά πρότυπα. Για τους ισχυρά ενδιαφερόμενους φοιτητές, η σχέση μεταξύ της αναφερόμενης πρόθεσης και της

πραγματικής συμπεριφοράς ήταν πολύ ισχυρότερη (το 65% εξηγεί τη διακύμανση) από ότι για τους χαμηλά ενδιαφερόμενους φοιτητές (μόνο το 38% εξηγεί τη διακύμανση). Οι περιβαλλοντικές ανησυχίες είχαν άμεσες συνέπειες για τη συμπεριφορά και τον έλεγχο των πεποιθήσεων. Επιπλέον, οι περιβαλλοντικές ανησυχίες είχαν άμεσες επιπτώσεις στα υποκειμενικά πρότυπα και στον αντιλαμβανόμενο έλεγχο της συμπεριφοράς.

Οι Raineri and Paille (2015) ασχολήθηκαν με τη συμμετοχή των Γάλλων καταναλωτών σε οργανώσεις φιλο-περιβαλλοντικών συμπεριφορών. Στόχος τους ήταν η καλύτερη κατανόηση των κοινωνικών και ψυχολογικών μηχανισμών που οδηγούν τα άτομα στη συμμετοχή σε οργανώσεις φιλο-περιβαλλοντικών συμπεριφορών και στην ενασχόλησή τους με τα περιβαλλοντικά θέματα της εταιρείας, στην οποία απασχολούνται. Για το σκοπό αυτό, υλοποιήθηκε έρευνα το 2013, στη Γαλλία με δείγμα 531 ερωτηθέντες και ερευνητικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο.

Από το σύνολο του δείγματος, το 63% ήταν γυναίκες ενώ το 37% άνδρες, με το 61% των ερωτηθέντων να είναι 30 ετών ή και λιγότερο. Το 83% είχε πέντε χρόνια ή και λιγότερο, οργανωτική θητεία ενώ το 82% κατείχε μεταπτυχιακό τίτλο. Επιπλέον, το 71% απασχολούταν στον τομέα των υπηρεσιών, το 41% αποτελούσαν στελέχη μεσαίας θέσης και το 42% εργαζόταν για οργανισμούς που απασχολούσαν περισσότερους από 500 υπαλλήλους στο προσωπικό τους. Από τους ερωτηθέντες, εκείνοι που είχαν υιοθετήσει ισχυρές περιβαλλοντικές πεποιθήσεις ήταν 253 άτομα ενώ εκείνοι που είχαν υιοθετήσει ασθενείς περιβαλλοντικές πεποιθήσεις ήταν 278 άτομα.

Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε ότι οι περιβαλλοντικές πεποιθήσεις, η περιβαλλοντική πολιτική και η εποπτική υποστήριξη ήταν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές, επηρεάζοντας την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των καταναλωτών και τη συμμετοχή τους σε ομάδες φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς με θετικό τρόπο. Επιπλέον, η περιβαλλοντική δέσμευση, η εποπτική υποστήριξη, η ηλικία αλλά και ο αριθμός εργαζομένων της εταιρείας, στην οποία εργάζεται ο ερωτώμενος, βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές με θετικό πρόσημο, σε αντίθεση με το φύλο που φάνηκε να έχει αρνητική επίδραση. Με άλλα λόγια, οι άνδρες σε σχέση με τις γυναίκες είναι λιγότερο πιθανό να συμμετέχουν σε

ομάδες φιλο-περιβαλλοντικής δράσης. Πρόσθετα, εξετάσθηκαν και άλλες μεταβλητές όπως το εκπαιδευτικό επίπεδο, η οργανωτική θητεία, το επίπεδο της απασχόλησης, ο τομέας της απασχόλησης και η κοινωνική σκοπιμότητα, οι οποίες βρέθηκαν μη στατιστικά σημαντικές.

Στην παρούσα μελέτη, η σχέση μεταξύ της περιβαλλοντικής πολιτικής και της περιβαλλοντικής δέσμευσης των εργαζομένων πραγματοποιήθηκε μόνο για τα άτομα με ασθενείς περιβαλλοντικές πεποιθήσεις. Όταν η προστασία του περιβάλλοντος ενθαρρυνόταν από την εταιρεία και τους εκπροσώπους της, τα μέλη της οργάνωσης ήταν πιο πιθανό να εμφανίσουν μια θεληματική αίσθηση της ευθύνης όσον αφορά τους εταιρικούς περιβαλλοντικούς στόχους και αξίες, που είχαν θεσπιστεί μέσω των συμπεριφορών των πολιτών.

Οι Lincoln and Ardoin (2015) υλοποίησαν μία έρευνα αναφορικά με τις φιλο-περιβαλλοντικές γεωργικές πρακτικές. Στόχος τους ήταν η ευρύτερη κατανόηση των σχέσεων μεταξύ της αίσθησης του τόπου, των περιβαλλοντικών αξιών και των φιλο-περιβαλλοντικών γεωργικών πρακτικών. Η έρευνα αυτή έλαβε χώρα από τον Ιούνιο του 2010 έως και το Φεβρουάριο του 2011, στη νότια Κονα, στη Χαβάη. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 128 αγρότες γεωργικών εκμεταλλεύσεων ενώ το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν οι συνεντεύξεις. Να σημειωθεί ότι έγινε χρήση της κλίμακας NEP.

Από το σύνολο του δείγματος, οι 82 ήταν άνδρες ενώ οι 46 γυναίκες. Οι ηλικίες των ερωτώμενων κυμαίνονταν από τα 31 έως τα 78 έτη, η πλειοψηφία του δείγματος ήταν απόφοιτοι πανεπιστημίου και το μέσο εισόδημά τους άγγιζε τα \$52.000. Το 25% των ερωτώμενων ήταν ασιατικής καταγωγής, το 16% προερχόταν από τη Χαβάη, το 82% ήταν ευρωπαίοι και το 13% ήταν άλλων εθνικοτήτων. Ο μέσος όρος διάρκειας παραμονής στη Χαβάη ήταν τα 26,7 έτη και στην Κόνα τα 18,3 έτη. Πρόσθετα, το μέσο μέγεθος εκμεταλλεύσεων ήταν τα 7,2 στρέμματα ενώ ο μέσος όρος ετών εργασίας ως αγρότης ήταν τα 12,8 έτη.

Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε ότι το εισόδημα είναι ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας για την επίδοση στην κλίμακα NEP αλλά και την αίσθηση του τόπου, και μάλιστα με αρνητικό πρόσημο. Πρόσθετα, τα στοιχεία που αφορούν την κατοικία έδειξαν σημαντική γραμμική συσχέτιση με την αίσθηση του τόπου ενώ υπήρχε μια μειωμένη σημαντικότητα όσον αφορά την ειδικότητα του

τόπου, με την κατοικία στη Χαβάη να δείχνει την ισχυρότερη γραμμική συσχέτιση, ακολουθούμενη από την κατοικία στην Κονα και την ιδιοκτησία του τόπου κατοικίας.

Ακόμη, οι περιβαλλοντικές αξίες φάνηκε να είναι σημαντικός παράγοντας για την υιοθέτηση φιλο-περιβαλλοντικών πρακτικών, με θετική επίδραση. Η αίσθηση του τόπου ήταν ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας με θετικό πρόσημο για τις πρακτικές που αφορούν την κοινότητα, την ασφάλεια των τροφίμων και την τοπική κουλτούρα και ιστορία. Στατιστικά σημαντικές βρέθηκαν και οι μεταβλητές εθνικότητα, διάρκεια διαμονής και χρονική περίοδος μετανάστευσης για την αίσθηση του τόπου ενώ μη στατιστικά σημαντικοί παράγοντες ήταν η ηλικία, το εκπαιδευτικό επίπεδο και η επίδοση στην κλίμακα NEP.

Η αίσθηση του τόπου και των περιβαλλοντικών αξιών φάνηκε να έχουν σημαντική συσχέτιση σε κάθε κατηγορία της αειφορίας. Επιπλέον, η αίσθηση του τόπου εξήγησε ένα μεγάλο μέρος των συνολικών επιδόσεων των γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Οι περιβαλλοντικές αξίες εμφάνισαν σημαντικά υψηλότερη συσχέτιση με τις περιβαλλοντικές και εκπαιδευτικές πρακτικές. Ακόμη, τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι η πιο ολοκληρωμένη άποψη των αγροτών για τις αξίες του περιβάλλοντος μπορεί να τους βοηθήσει στη λήψη επιμέρους αποφάσεων που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα των πρακτικών.

Οι Bechtel et al. (1999) υλοποίησαν μία έρευνα με τη βοήθεια των κλιμάκων NEP και HEP. Στόχος τους ήταν η μελέτη των διαπολιτισμικών περιβαλλοντικών συμπεριφορών και πεποιθήσεων, αναφορικά με το περιβάλλον. Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Μεξικό και τη Βραζιλία με δείγμα 505 προπτυχιακούς φοιτητές και ερευνητικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο.

Να σημειωθεί ότι η κλίμακα NEP υποστηρίζει τα ίσα δικαιώματα ανθρώπων, ζώων και φυτών και την αρμονική συμβίωσή τους ενώ η κλίμακα HEP υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι είναι διαφορετικοί από όλους τους άλλους οργανισμούς, όλη η ανθρώπινη συμπεριφορά ελέγχεται από τον πολιτισμό και την ελεύθερη βούληση και όλα τα προβλήματα μπορούν να επιλυθούν με την ανθρώπινη επινοητικότητα και τεχνολογία.

Από τα ευρήματα της μελέτης αυτής προέκυψε ότι ο πολιτισμός επηρέαζε τη δομή των περιβαλλοντικών πεποιθήσεων. Για τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής,

όλες οι μεταβλητές της κλίμακας NEP όπως και όλες οι μεταβλητές της κλίμακας HEP βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές. Υπάρχει μία ισχυρή και σημαντική αρνητική συσχέτιση μεταξύ των παραγόντων της NEP και της HEP. Οι μεταβλητές που αποτέλεσαν την κλίμακα NEP ήταν η λεπτή ισορροπία, η παρεμβολή με τη φύση, η αρμονική συμβίωση, η κατάχρηση του περιβάλλοντος από τους ανθρώπους, η υγιής οικονομία, η προσέγγιση του ορίου, η γη-διαστημόπλοιο και ο περιορισμός της ανάπτυξης ενώ οι μεταβλητές της HEP ήταν το δικαίωμα τροποποίησης του περιβάλλοντος, η κυβέρνηση της φύσης από τους ανθρώπους, η χρήση των φυτών και ζώων και η μη απαραίτητη προσαρμογή των ανθρώπων.

Επιπλέον, για το Μεξικό όλες οι μεταβλητές της ισορροπίας της φύσης, των ορίων αλλά και της κλίμακας HEP βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές. Οι παράγοντες της ισορροπίας της φύσης και των ορίων είχαν στατιστικά σημαντική σχέση ενώ δε σχετιζόνταν σημαντικά με τους παράγοντες της HEP. Οι μεταβλητές που αποτέλεσαν την ισορροπία της φύσης ήταν η λεπτή ισορροπία, η παρεμβολή με τη φύση, η αρμονική συμβίωση, η κατάχρηση του περιβάλλοντος από τους ανθρώπους και η υγιής οικονομία, αυτές που αποτέλεσαν τα όρια ήταν η προσέγγιση του ορίου, η γη-διαστημόπλοιο και ο περιορισμός της ανάπτυξης ενώ οι μεταβλητές της HEP ήταν οι ίδιες με εκείνες των Ηνωμένων Πολιτειών.

Για τη Βραζιλία, όλες οι μεταβλητές της ισορροπίας της φύσης, των ορίων (εκτός από τη γη-διαστημόπλοιο) και της HEP βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές. Οι παράγοντες της ισορροπίας της φύσης και των ορίων βρέθηκε να έχουν θετική συσχέτιση με τη HEP. Οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν ήταν εκείνες που χρησιμοποιήθηκαν και στο Μεξικό.

Το δείγμα των Ηνωμένων Πολιτειών είχε τη πιο διχοτομική άποψη, το δείγμα του Μεξικού ήταν επίσης διχοτομικό αλλά όχι τόσο ακραία ενώ αυτό της Βραζιλίας φάνηκε να μη διακρίνει καμία ανάγκη για διαχωρισμό ανάμεσα στη φύση και την ανάπτυξη. Η μελέτη διαπίστωσε σαφείς διαφορές στη δομή των περιβαλλοντικών πεποιθήσεων των τριών δειγμάτων. Οι Μεξικανοί δε διακρίνουν καμία σχέση μεταξύ NEP και HEP, θεωρούν ότι είναι διαφορετικές και άσχετες κοσμοθεωρίες. Παράλληλα, οι φοιτητές των ΗΠΑ παρουσιάζουν εξτρεμιστική θέση στις περιβαλλοντικές τους πεποιθήσεις. Οι Μεξικανοί διακρίνουν διαφορές μεταξύ της ανθρωποκεντρικής και της φιλο-περιβαλλοντικής άποψης και δείχνουν ότι αυτή

η ομάδα είναι πιο κοντά στις απόψεις της ΗΠΑ σε αντίθεση με τους Βραζιλιάνους που δεν εντοπίζουν διαφορές.

Οι Kotchen and Moore (2007) υλοποίησαν μία έρευνα σχετικά με τα προγράμματα παροχής πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας και τη συμμετοχή των νοικοκυριών σε αυτά. Η έρευνα αυτή διεξήχθη στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, τη χρονολογική περίοδο 1994 έως 2002. Στόχος των αρθρογράφων ήταν η παροχή μιας θεωρητικής βάσης για διαφορετικούς μηχανισμούς συμμετοχής σε προγράμματα πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας αλλά και η σύγκριση των θεωρητικών επιπτώσεων των μηχανισμών αυτών όσον αφορά τη συμμετοχή καθώς και την παροχή του δημόσιου αυτού αγαθού. Επιπλέον, οι συγγραφείς στόχευαν στην εμπειρική διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη συμμετοχή σε τέτοια προγράμματα αλλά και την ερμηνεία των αποτελεσμάτων στα πλαίσια των θεωρητικών μοντέλων και των προηγούμενων εμπειρικών ερευνών.

Στην παρούσα έρευνα έγινε αναφορά σε δύο μηχανισμούς, το μηχανισμό εθελοντικής συνεισφοράς και το μηχανισμό πράσινων δασμών ενώ έγινε και χρήση της κλίμακας NEP. Οι αρθρογράφοι εντόπισαν διάφορους παράγοντες που φάνηκε να επηρεάζουν τη συμμετοχή των νοικοκυριών σε προγράμματα πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας, με θετικό ή αρνητικό τρόπο. Συγκεκριμένα, το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα βρέθηκε με θετικό πρόσημο, γεγονός που σημαίνει ότι όσο αυξάνεται το εισόδημα αυξάνεται και η πιθανότητα συμμετοχής. Επιπλέον, με θετικό πρόσημο βρέθηκε ο αλτρουιστικός παράγοντας, οι περιβαλλοντικές ανησυχίες των ατόμων και η επίδοση στην κλίμακα NEP. Με άλλα λόγια, εκείνοι που είναι αλτρουιστές, που ανησυχούν για το περιβάλλον αλλά και εκείνοι που σημείωσαν υψηλές αποδόσεις στην κλίμακα NEP είναι πιο πιθανό να συμμετέχουν στα συγκεκριμένα προγράμματα.

Αντίθετα, με αρνητικό πρόσημο βρέθηκε το φύλο, το μέγεθος του νοικοκυριού και η τιμή που έχει οριστεί για τη συμμετοχή. Πιο αναλυτικά, οι άντρες είναι λιγότερο πιθανό να συμμετέχουν σε προγράμματα πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας αλλά και πραγματοποιούν μικρότερες συνεισφορές, σε σχέση με τις γυναίκες. Ακόμη, όσο περισσότερα μέλη υπάρχουν στο νοικοκυριό είναι λιγότερο πιθανό να υπάρχει συμμετοχή αλλά και πραγματοποιούν χαμηλότερες συνεισφορές. Πρόσθετα, όσον αφορά την τιμή, μια υψηλότερη τιμή οδηγεί στη

μείωση της πιθανότητας συμμετοχής σε κάποιο τέτοιο πρόγραμμα. Το οικογενειακό εισόδημα φάνηκε να επιδρά στο μέγεθος της συμμετοχής ενώ η ηλικία βρέθηκε πως δεν έχει καμία επίδραση.

Στην ίδια χώρα υλοποίησαν την έρευνά τους οι Clark et al. (2003) και είχαν ως στόχο τον εντοπισμό των εσωτερικών και εξωτερικών μεταβλητών που επηρεάζουν τη συμμετοχή σε ένα πρόγραμμα πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας. Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε για την ολοκλήρωση της έρευνας αποτελούνταν από 281 συμμετέχοντες σε κάποιο πράσινο πρόγραμμα της Detroit Edison και από 619 μη συμμετέχοντες, με ποσοστά ανταπόκρισης 95% και 67% αντίστοιχα. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο.

Από την έρευνα αυτή προέκυψε ότι οι εσωτερικές μεταβλητές που σχετίζονται με την απόδοση των ερωτώμενων στην κλίμακα NEP όπως και ο αλτρουιστικός παράγοντας επιδρούν με θετικό τρόπο στη συμμετοχή σε πρόγραμμα πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας. Συγκεκριμένα, αυτοί που έχουν ισχυρότερη φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά είναι πιο πιθανό να συμμετέχουν σε τέτοιο πρόγραμμα, όπως επίσης, και αυτοί που έχουν ισχυρότερη αλτρουιστική συμπεριφορά. Ακόμη, θετική επιρροή παρουσίασε η εξωτερική μεταβλητή εισόδημα, γεγονός που σημαίνει πως όσο αυξάνεται το εισόδημα είναι πιο πιθανό να συμμετέχει κάποιος σε πρόγραμμα πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας. Αντίθετα, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, που αποτελεί εξωτερική μεταβλητή, βρέθηκε με αρνητικό πρόσημο. Με άλλα λόγια, όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των μελών της οικογένειας είναι λιγότερο πιθανό να συμμετέχει το νοικοκυριό σε κάποιο πρόγραμμα. Τέλος, το φύλο, η ηλικία αλλά και η εμφάνιση άσθματος ή άλλων ασθενειών του αναπνευστικού δε φάνηκε να επηρεάζουν ιδιαίτερα την απόφαση του νοικοκυριού στη συμμετοχή του σε κάποιο πρόγραμμα πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας.

Αξίζει να σημειωθεί πως αυτοί που συμμετείχαν σε προγράμματα πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας αλλά και εκείνοι που δε συμμετείχαν έδειξαν ισχυρές φιλο-περιβαλλοντικές και αλτρουιστικές στάσεις. Σχετικά με την ηλικία του δείγματος, ο μέσος όρος της ήταν τα 50 έτη ενώ το ποσοστό εμφάνισης άσθματος ήταν πάνω από 20%. Το 90% του δείγματος αποκρίθηκε ότι η ηλιακή ενέργεια είναι ένας περιβαλλοντικά ορθός τρόπος για τη δημιουργία και παραγωγή ηλεκτρικής

ενέργειας, για αυτό το λόγο συμμετέχουν στο πρόγραμμα. Πρόσθετα, το 76% υποστήριξε πως ένας ακόμη λόγος συμμετοχής τους ήταν ότι πίστευαν πως με αυτό τον τρόπο θα μειωνόταν το κόστος της ηλιακής ενέργειας στο μέλλον. Ένας επιπλέον λόγος, που υποστήριξε το 65%, ήταν ότι είναι καλό να υποστηρίζεται η νέα τεχνολογία αλλά και η ανεξαρτητοποίηση από το εισαγόμενο πετρέλαιο. Τέλος, ενδιαφέρον παρουσίασε το γεγονός κατά το οποίο, σύμφωνα με τα ποσά των χρηματικών εισφορών, τα πιο ισχυρά κίνητρα για τη συμμετοχή σε κάποιο πράσινο πρόγραμμα σχετίζονται πιο ισχυρά με τον αλτρουισμό προς το περιβάλλον, έπειτα με τις τοπικές ανησυχίες και λιγότερο με τα παγκόσμια προβλήματα που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή.

Ο Roberts (1996) υλοποίησε μία έρευνα αναφορικά με τη στάση των καταναλωτών απέναντι στο περιβάλλον. Η έρευνά του αυτή έλαβε χώρα στο Τέξας των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής, το 1990. Στόχος του αρθρογράφου ήταν ο εντοπισμός των παραγόντων εκείνων που επιδρούν στην εμφάνιση ενδιαφέροντος για το περιβάλλον και την προστασία του. Για το σκοπό αυτό 582 ενήλικοι καταναλωτές κλήθηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα. Αξίζει να σημειωθεί πως το ενδιαφέρον του δείγματος για το περιβάλλον σχετίζεται με τη βαθμολογία που πέτυχαν σε συγκεκριμένη κλίμακα μέτρησης της συμπεριφοράς οικολογικής συνείδησης.

Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε πως υπάρχουν ορισμένοι παράγοντες που επιδρούν με θετικό ή αρνητικό τρόπο στην οικολογική συνείδηση των ατόμων. Συγκεκριμένα, η ηλικία και το εκπαιδευτικό επίπεδο του δείγματος φάνηκε να είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές και μάλιστα, με θετικό πρόσημο. Με άλλα λόγια, όσο αυξάνεται η ηλικία είναι πιο πιθανό κάποιος να έχει οικολογική συνείδηση. Ομοίως, όσο πιο αυξημένο είναι το μορφωτικό επίπεδο κάποιου είναι πιο πιθανό να παρουσιάζει περισσότερο ενδιαφέρον για το περιβάλλον και την προστασία του.

Αντιθέτως, το εισόδημα βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας με αρνητικό πρόσημο, γεγονός που σημαίνει ότι όσο αυξάνεται το εισόδημα μειώνεται η πιθανότητα να παρουσιάζει κάποιος φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά. Αναφορικά με το φύλο, το οποίο αποτελεί ακόμα μία στατιστικά σημαντική μεταβλητή, οι γυναίκες βρέθηκε να παρουσιάζουν περισσότερο ενδιαφέρον και

ανησυχία για το περιβάλλον, συγκριτικά με τους άνδρες. Τέλος, η απασχόληση κάποιου δε φάνηκε να επηρεάζει με κάποιο τρόπο την ύπαρξη ή όχι οικολογικής συνείδησης.

Αναφορικά με το προφίλ του δείγματος, η μέση ηλικία του ήταν τα 49 έτη. Στην έρευνα, οι δύο ομάδες που υπήρχαν ήταν εκείνοι που είχαν υιοθετήσει κάποια οικολογική συνείδηση και εκείνοι που δεν είχαν. Η ηλικία, λοιπόν, ήταν η μόνη μεταβλητή που παρουσίασε σημαντική διαφορά ανάμεσα στις δύο αυτές ομάδες. Αξίζει να σημειωθεί πως, σύμφωνα με τους αρθρογράφους, αν οι άνθρωποι ανησυχούν για το περιβάλλον αλλά αισθάνονται ότι οι ενέργειές τους δε θα αλλάξουν κάτι είναι λιγότερο πιθανό να συμμετάσχουν σε φιλο-περιβαλλοντικές δραστηριότητες, σε σύγκριση με τους υπόλοιπους.

Οι Cordano et al. (2011) διεξήγαγαν έρευνα αναφορικά με τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά. Η έρευνά τους υλοποιήθηκε σε δύο χώρες, τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και τη Χιλή και σε συγκεκριμένα, σε 256 φοιτητές από τις Ηνωμένες Πολιτείες και 310 από τη Χιλή. Η συγκεκριμένη έρευνα είχε τρεις στόχους. Αρχικά στόχευε στην ανάπτυξη ορθών μέτρων για όλες τις μεταβλητές, μεταξύ των τριών θεωριών που μελετώνται στο άρθρο. Επιπλέον στόχος ήταν η εξέταση και σύγκριση της διακύμανσης για την κάθε θεωρία και τέλος, η σύγκριση των αποτελεσμάτων μεταξύ των δύο πολιτισμών για την κάθε θεωρία. Στο σημείο αυτό, καλό θα ήταν να αναφερθεί πως οι θεωρίες που μελετήθηκαν ήταν η θεωρία της αιτιολογημένης δράσης, η θεωρία της ενεργοποίησης και η θεωρία αξιών, πεποιθήσεων και προτύπων.

Αναφορικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, οι φοιτητές ήταν προπτυχιακού και μεταπτυχιακού επιπέδου στο πανεπιστήμιο του Michigan, στο πανεπιστήμιο του Maine και στο πανεπιστήμιο του Wright για τις ΗΠΑ ενώ για τη Χιλή οι φοιτητές ήταν προπτυχιακού επιπέδου και μεταπτυχιακού επιπέδου στο πανεπιστήμιο Universidad de Concepcion και στο Universidad de Santiago. Για τη Χιλή ο μέσος όρος ηλικίας ήταν τα 26,9 έτη με την πλειοψηφία του δείγματος να είναι άνδρες. Για τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής ο μέσος όρος ηλικίας ήταν τα 26,3 έτη με ομοιόμορφα κατανεμημένο δείγμα ως προς το φύλο. Αξίζει να σημειωθεί πως για τη Χιλή, ο πιο ισχυρός παράγοντας ήταν τα πρότυπα, ακολουθούμενα από την αποδοχή των συνεπειών και τον αλτρουισμό ενώ για τις

ΗΠΑ, τα πρότυπα ήταν ένας ιδιαίτερα ισχυρός παράγοντας ακολουθούμενος από τις στάσεις.

Αναλυτικότερα, για τη Χιλή, αναφορικά με τη θεωρία της αιτιολογημένης δράσης, στατιστικά σημαντική με θετικό πρόσημο βρέθηκαν τα πρότυπα ενώ με αρνητικό, η ηλικία. Το φύλο και οι στάσεις δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικοί παράγοντες. Για την ίδια χώρα, όσον αφορά τη θεωρία της ενεργοποίησης, τα πρότυπα και η αποδοχή της ευθύνης φάνηκε να είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές με θετικό πρόσημο ενώ η συνειδητοποίηση των συνεπειών και η ηλικία με αρνητικό. Το φύλο βρέθηκε μη στατιστικά σημαντικό. Σχετικά με τη θεωρία αξιών, πεποιθήσεων και προτύπων, με θετικό πρόσημο και στατιστικά σημαντικές μεταβλητές βρέθηκαν οι πεποιθήσεις, τα πρότυπα και η παράδοση, με αρνητικό ο αλτρουιστικός παράγοντας ενώ η αλλαγή και ο εγωιστικός παράγοντας βρέθηκαν μη στατιστικά σημαντικοί.

Παράλληλα, για τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, αναφορικά με τη θεωρία της αιτιολογημένης δράσης, στατιστικά σημαντικές με θετικό πρόσημο βρέθηκαν οι στάσεις και τα πρότυπα ενώ με αρνητικό το φύλο. Η ηλικία δε βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας. Για τη χώρα αυτή, όσον αφορά τη θεωρία της ενεργοποίησης, τα πρότυπα και η αποδοχή της ευθύνης βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές με θετική επίδραση ενώ η συνειδητοποίηση των συνεπειών και το φύλο με αρνητική. Η ηλικία βρέθηκε μη στατιστικά σημαντική. Σχετικά με τη θεωρία αξιών, πεποιθήσεων και προτύπων, με θετικό πρόσημο και στατιστικά σημαντικές μεταβλητές βρέθηκαν οι πεποιθήσεις και τα πρότυπα ενώ με αρνητικό ο αλτρουιστικός παράγοντας και το φύλο. Η αλλαγή, ο εγωιστικός παράγοντας, η παράδοση και η ηλικία βρέθηκαν μη στατιστικά σημαντικοί παράγοντες.

Οι Steger et al. (1989) πραγματοποίησαν μία μελέτη χρησιμοποιώντας την κλίμακα NEP. Στόχος τους ήταν ο εντοπισμός και προσδιορισμός των παραγόντων που συνδέονται με την κλίμακα NEP. Για το σκοπό αυτό η συγκεκριμένη έρευνα διεξήχθη στον Καναδά και τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής. Το δείγμα αποτέλεσαν 600 ερωτηθέντες από το Οντάριο του Καναδά και 476 από το Μίσιγκαν των Ηνωμένων Πολιτειών. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο.

Στην παρούσα έρευνα συμμετείχαν υλιστικοί και ακτιβιστές. Οι πολίτες του Μίσιγκαν είχαν σχεδόν διπλάσιες πιθανότητες σε σχέση με τους πολίτες του Οντάριο να είναι στην κατηγορία των υλιστικών. Συγκεκριμένα, το ποσοστό για τους πρώτους άγγιζε το 26% ενώ για τους δεύτερους το 14%. Ένα υψηλότερο ποσοστό των ακτιβιστών του Οντάριο είχε φιλο-περιβαλλοντικές αξίες και ένα μικρότερο ποσοστό των κατοίκων του Οντάριο είχε υλιστικές πεποιθήσεις, σε σύγκριση με τους ομολόγους τους στο Μίσιγκαν. Οι ακτιβιστές και στις δύο χώρες, είχαν υψηλότερη μέση επίδοση στην κλίμακα NEP από αυτή του αντίστοιχου πληθυσμού τους και τόσο ο πληθυσμός του Οντάριο όσο και οι ακτιβιστές του Οντάριο είχαν υψηλότερη μέση βαθμολογία από τους ομολόγους τους του Μίσιγκαν.

Όσον αφορά τους πολιτικούς προσανατολισμούς και τις αντιλήψεις του κινδύνου, ο Καναδικός και αμερικανικός πληθυσμός αλλά και οι ακτιβιστές εμφάνιζαν κάποιες αναμενόμενες διαφορές. Σε σύγκριση με το Michigan, τόσο ο πληθυσμός όσο και οι ακτιβιστές στο Οντάριο είχαν υψηλότερη μέση βαθμολογία για τη δυσπιστία για την επιστήμη και την τεχνολογία, την υποστήριξη της συμμετοχής των πολιτών, την αναγνώριση της συντηρητικότητας, την αντίληψη της σοβαρότητας του προβλήματος της όξινης βροχής και την υποστήριξη για ένα μορατόριουμ στις δραστηριότητες που προκαλούνται από την όξινη βροχή.

Πρόσθετα, οι ακτιβιστές του Μίσιγκαν και ο πληθυσμός, είχαν υψηλότερη μέση τιμή στην αντίληψη του βαθμού της σύγκρουσης μεταξύ των πολιτικών ελίτ και χαμηλότερες μέσες τιμές στο επίπεδο της στήριξης των κυβερνητικών ρυθμίσεων. Οι ακτιβιστές του Μίσιγκαν έτειναν να είναι πιο συντηρητικοί από τους ακτιβιστές του Οντάριο, αλλά τα μέλη της περιβαλλοντικής ομάδας και στις δύο χώρες ήταν λιγότερο συντηρητικά από τους αντίστοιχους πληθυσμούς τους. Οι λιγότερο συμμετοχικοί πολίτες του Μίσιγκαν σημείωσαν υψηλές μέσες βαθμολογίες στην αντιληπτή πολιτική επιρροή. Οι πολίτες του Οντάριο δήλωσαν υψηλότερες μέσες τιμές στην αντίληψη των επιβλαβών συνεπειών που προκύπτουν από την όξινη βροχή.

Οι Καναδοί υλιστές υποστήριξαν τη NEP σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι οι Αμερικανοί υλιστές. Ομοίως, οι Καναδοί με φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά υποστήριξαν την NEP σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι οι Αμερικανοί ομολογοί τους. Οι Καναδοί εμφάνισαν υψηλότερα επίπεδα υποστήριξης για τις υλιστικές αξίες και

πεποιθήσεις της NEP από τους Αμερικανούς ενώ οι ακτιβιστές και στις δύο χώρες εξέφρασαν μεγαλύτερη υποστήριξη για αυτές τις τιμές από τις αντίστοιχες του πληθυσμού τους. Επιπλέον, οι Καναδοί κατείχαν μια σειρά από γενικούς και ειδικούς προσανατολισμούς που ήταν υπέρ του περιβάλλοντος. Οι ερωτηθέντες του Οντάριο, σε μεγαλύτερο βαθμό από αυτούς του Μίσιγκαν, δεν πίστευαν ότι η επιστήμη και η τεχνολογία θα λύσουν απαραίτητως τα προβλήματα της κοινωνίας, και είχε γίνει σε αυτούς αντιληπτό πως η όξινη βροχή είναι ένα πολύ σοβαρό πρόβλημα, που παρήγαγε πολλές επιβλαβείς συνέπειες, και ήταν πρόθυμοι να υποστηρίξουν ένα μορατόριουμ για τις δραστηριότητες που προκαλούνται από την όξινη βροχή.

Αναφορικά με τις περιβαλλοντικές αξίες, βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές με θετικό πρόσημο, όπως και η υποστήριξη για την κλίμακα NEP και η δυσπιστία της επιστήμης και της τεχνολογίας. Η υποστήριξη για τη συμμετοχή του πολίτη σε φιλο-περιβαλλοντικές δράσεις, η αντίληψη της σοβαρότητας του προβλήματος της όξινης βροχής, όπως και η υποστήριξη για μορατόριουμ στις δραστηριότητες που προκαλούνται από την όξινη βροχή βρέθηκαν να επιδρούν με θετικό τρόπο στην επίδοση στην κλίμακα NEP. Αντίθετα, οι πολιτικά φιλελεύθεροι ερωτώμενοι, εκείνοι που συνεργάζονταν με τις πολιτικές ελίτ και εκείνοι που υποστήριζαν τους κανονισμούς της κυβέρνησης είναι λιγότερο πιθανό να σημείωσαν υψηλή επίδοση στην κλίμακα NEP.

Οι Roberts and Bacon (1997) υλοποίησαν μία έρευνα για τη φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά των καταναλωτών. Η μελέτη τους διεξήχθη στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής με 572 Αμερικάνους καταναλωτές να αποτελούν το δείγμα της. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο. Στόχος της συγκεκριμένης έρευνας ήταν η μέτρηση της φιλικής, προς το περιβάλλον, συμπεριφοράς των αμερικάνων καταναλωτών. Για το σκοπό αυτό, έγινε χρήση της κλίμακας NEP και της ECCB.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψε ότι ο μέσος όρος ηλικίας ήταν τα 49 έτη. Η ηλικία όμως, δεν αποτέλεσε στατιστικά σημαντική μεταβλητή. Αντίθετα, το εκπαιδευτικό επίπεδο φάνηκε να επιδρά σημαντικά στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των καταναλωτών. Συγκεκριμένα, όσοι είχαν στην κατοχή τους διδακτορικό τίτλο ήταν πιο πιθανό να είναι περιβαλλοντικά

ευαισθητοποιημένοι. Επιπλέον, τα άτομα που υποστήριζαν ότι θα πρέπει να υπάρχει ισορροπία στη φύση ήταν πιο πιθανό να είναι ευαισθητοποιημένοι απέναντι στο περιβάλλον.

Επιπρόσθετα, όσον αφορά τη μεταβλητή «όρια στην ανάπτυξη», οι ερωτώμενοι που πιστεύουν ότι θα έπρεπε να περιοριστεί η τεχνολογική ανάπτυξη βρέθηκε ότι ήταν πιο πιθανό να ανακυκλώνουν αλλά και να μειώνουν τη χρήση του αυτοκινήτου για τις μετακινήσεις τους. Αναφορικά με τη γενική συμπεριφορά περί ανακύκλωσης, τα άτομα που ανακυκλώνουν φάνηκε να είναι πιο πιθανό να ενδιαφέρονται και να ανησυχούν για το περιβάλλον και την προστασία του. Ακόμη, σχετικά με τη συνειδητή λήψη περιβαλλοντικών αποφάσεων, οι ερωτώμενοι που συνειδητά λαμβάνουν αποφάσεις υπέρ του περιβάλλοντος ήταν περισσότερο πιθανό να ενδιαφέρονται και να ανησυχούν για την περιβαλλοντική προστασία.

Επιπλέον, όσοι θεωρούσαν ότι οι άνθρωποι πρέπει να ζουν σε ισορροπία με το περιβάλλον, ήταν εκείνοι που επέλεγαν προϊόντα που επιβαρύνουν λιγότερο το περιβάλλον, έκαναν προσπάθειες για ανακύκλωση, έβαζαν όρια στην κατανάλωση προϊόντων που ήταν φτιαγμένα από σπάνιους πόρους και γενικά, έκαναν ορθές επιλογές προϊόντων που επρόκειτο να αγοράσουν. Τέλος, εξετάστηκαν και άλλες μεταβλητές, όπως το επάγγελμα του ερωτώμενου, το φύλο και το εισόδημα που όμως δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές.

Οι Carrete et al. (2012) υλοποίησαν μία έρευνα αναφορικά με την πράσινη συμπεριφορά των καταναλωτών. Η έρευνα αυτή διεξήχθη το 2012 στο Μεξικό σε δεκαπέντε νοικοκυριά αστικών περιοχών, διαφορετικών ομάδων εισοδημάτων. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν οι συνεντεύξεις. Στόχος των Carrete et al. (2012) ήταν να συμβάλλουν στην καλύτερη κατανόηση των βαθύτερων κινήτρων και των ανασταλτικών παραγόντων της πράσινης συμπεριφοράς των καταναλωτών στο πλαίσιο των αναδυόμενων οικονομιών.

Από τα ευρήματα της συγκεκριμένης έρευνας προέκυψε ότι η εκπαίδευση και η οικογένεια, ως εξωτερικοί παράγοντες, αποτελούν σημαντικούς παράγοντες που μυούν τα παιδιά στην υιοθέτηση και συμμετοχή σε φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές και δραστηριότητες. Επιπλέον, η ηλικία κατέχει καθοριστικό ρόλο, καθώς τα παιδιά έχουν περισσότερη περιβαλλοντική γνώση και είναι πιο πιθανό να εμπλέκονται σε δραστηριότητες σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος σε

σχέση με τους υπόλοιπους. Επιπλέον, τα παιδιά προσπάθησαν να επηρεάσουν και τους γονείς τους να δράσουν όμοια με εκείνα. Αξίζει να σημειωθεί πως στην υιοθέτηση αυτής της συμπεριφοράς των παιδιών, έχει παίξει καταλυτικό ρόλο το σχολείο. Πρόσθετα, από την έρευνα προέκυψε πως οι οικογένειες με χαμηλά εισοδήματα είναι λιγότερο πιθανό να αγοράζουν φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα, εφόσον αυτά είναι πιο ακριβά από τα συμβατικά.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας η πράσινη συμπεριφορά φαίνεται να συνδέεται ισχυρά με την παραδοσιακή κληρονομιά της αποταμίευσης και τη λιτότητα παρά να βασίζεται σε ισχυρές περιβαλλοντικές αξίες. Οι παράγοντες που οδηγούν τους καταναλωτές να αποκτούν θετικές στάσεις και προθέσεις για την πραγματική υιοθέτηση πράσινων συμπεριφορών είναι ο συνδυασμός των αντιληπτών προσωπικών οφελών, της μειωμένης αντίληψης του κινδύνου και της αβεβαιότητας, της αίσθησης του ελέγχου του κόστους και της αποσύνθεσης και ανασυγκρότησης των βαθιά ριζωμένων πολιτιστικών αξιών και πρακτικών.

Ανεξάρτητα από την κοινωνική τάξη και τη γεωγραφική περιοχή οι καταναλωτές του Μεξικού δεν έδειξαν υψηλά επίπεδα φιλικής προς το περιβάλλον συμπεριφοράς. Με άλλα λόγια, τα μέλη των φτωχότερων οικογενειών δεν ανακυκλώνουν λιγότερο σε σύγκριση με τα μέλη από τις πλουσιότερες οικογένειες. Ακόμη, οι οικογένειες από το βόρειο τμήμα του Μεξικού δεν πρόκειται να αγοράσει μεγαλύτερες ποσότητες βιολογικών τροφίμων από ότι οι οικογένειες του νότιου τμήματος του Μεξικού.

Τα νοικοκυριά που εξοικονομούν ενέργεια και νερό προβαίνουν σε αυτή τη συμπεριφορά για οικονομικούς λόγους κυρίως παρά για τη βελτίωση του φυσικού περιβάλλοντος. Παράλληλα, συμπεριφορές που σχετίζονται με την επαναχρησιμοποίηση, αφορούν την επαναχρησιμοποίηση των πλαστικών σακουλών που λαμβάνονται στα σημεία λιανικής πώλησης, το ξαναγέμισμα των πλαστικών μπουκαλιών ή τη διατήρηση των χάρτινων κουτιών με σκοπό την επαναχρησιμοποίηση από τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας. Αξίζει να αναφερθεί πως η εξοικονόμηση χρημάτων είναι η κύρια κινητήρια δύναμη για την υιοθέτηση της περιβαλλοντικά φιλικής συμπεριφοράς για τις κατώτερες τάξεις.

Οι Minton and Rose (1997) υλοποίησαν μία έρευνα σχετικά με τις καταναλωτικές συμπεριφορές και τις προθέσεις συμπεριφοράς, που σχετίζονται με

το περιβάλλον. Συγκεκριμένα, στόχος των αρθρογράφων ήταν ο προσδιορισμός των επιδράσεων της περιβαλλοντικής ανησυχίας αλλά και των προτύπων όσον αφορά τις καταναλωτικές συμπεριφορές και τις προθέσεις συμπεριφοράς. Για το σκοπό αυτό, η έρευνα διεξήχθη στη Νότια Καρολίνα, με 144 ερωτώμενους να αποτελούν το δείγμα της και το ερωτηματολόγιο το ερευνητικό της εργαλείο.

Στη συγκεκριμένη έρευνα, μελετήθηκαν τρεις καταναλωτικές συμπεριφορές, που αφορούσαν την πληρωμή για την ανακύκλωση, την πληρωμή για ασφαλή προϊόντα και την αναζήτηση πληροφοριών. Επιπλέον, εξετάστηκαν έξι προθέσεις συμπεριφοράς, οι οποίες σχετίζονταν με την προθυμία να υπογράψει ο ερωτώμενος μία αίτηση για περιβαλλοντικό σκοπό, την προθυμία ένταξής του σε μια ομάδα σχετική με περιβαλλοντικά θέματα, την προθυμία πληρωμής περισσότερων φόρων για την υποστήριξη μεγαλύτερου κυβερνητικού ελέγχου της ρύπανσης του περιβάλλοντος, την προθυμία για καταβολή μεγαλύτερου χρηματικού ποσού προκειμένου η ατμόσφαιρα να μην είναι επιβαρυνόμενη, την προθυμία για περιορισμό των αγορών από εταιρείες που επιβαρύνουν το περιβάλλον και, τέλος, την προθυμία του ερωτώμενου να κάνει προσωπικές θυσίες με σκοπό την επιβράδυνση της ρύπανσης του περιβάλλοντος.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, τα προσωπικά πρότυπα φάνηκε να είναι μία στατιστικά σημαντική μεταβλητή με θετικό πρόσημο. Με άλλα λόγια, όσο πιο ισχυρά ήταν τα προσωπικά πρότυπα κάποιου ήταν πιο πιθανό η συμπεριφορά του να είναι φιλική προς το περιβάλλον. Πρόσθετα, τα διατακτικά πρότυπα βρέθηκαν στατιστικά σημαντικά με θετικό πρόσημο, γεγονός που σημαίνει ότι όσο πιο ισχυρά ήταν τα διατακτικά πρότυπα, ήταν πιο πιθανό το άτομο να αναζητά πληροφορίες για φιλο-περιβαλλοντικά θέματα αλλά και να ανακυκλώνει.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα προσωπικά πρότυπα ήταν πιο ισχυρά από τα διατακτικά πρότυπα. Επιπλέον, με τον όρο προσωπικά πρότυπα, νοείται το τι αισθανόταν το άτομο ότι οφείλει να κάνει ενώ με τον όρο διατακτικά, νοείται το τι θεωρούσαν οι υπόλοιποι ότι οφείλει να κάνει το συγκεκριμένο άτομο.

Παράλληλα, στατιστικά σημαντικός παράγοντας με θετική επίδραση βρέθηκε η υποχρέωση. Συγκεκριμένα, όσο πιο έντονη υποχρέωση ένιωθε κάποιος για να υιοθετήσει μια φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά ήταν πιο πιθανό να προβεί σε αυτή τη δράση. Ακόμη, η ανησυχία φάνηκε να αποτελεί στατιστικά

σημαντική μεταβλητή με θετικό τρόπο. Με άλλα λόγια, όσο πιο ανήσυχος ήταν κάποιος για το περιβάλλον, ήταν πιο πιθανό να πληρώσει για κάποιο προϊόν που είναι ανακυκλωμένο ή που είναι φτιαγμένο από ανακυκλωμένα υλικά, να ψάχνει πληροφορίες για τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και να ανακυκλώνει. Τέλος, τα προσωπικά πρότυπα ήταν ο πιο σημαντικός παράγοντας επίδρασης για τις συμπεριφορές ενώ οι στάσεις ήταν ο πιο σημαντικός παράγοντας για τις προθέσεις συμπεριφοράς.

Οι Johnson et al. (2004) διεξήγαγαν μία έρευνα η οποία εξέτασε την σύγκλιση της εθνικής πολυμορφίας και της οικολογίας, με τη χρήση της κλίμακας NEP. Στόχος τους ήταν ο προσδιορισμός των παραγόντων που επηρεάζουν τις τέσσερις περιβαλλοντικές συμπεριφορές που σχετίζονται με την περιβαλλοντική ανάγνωση και ενημέρωση, την οικιακή ανακύκλωση, τη συμμετοχή σε κάποια περιβαλλοντική ομάδα και τη συμμετοχή σε δραστηριότητες αναψυχής που βασίζονται στο φυσικό στοιχείο. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 3513 ερωτώμενοι από διάφορες χώρες.

Συγκεκριμένα, από το σύνολο του δείγματος, οι 248 ήταν Αφροαμερικανοί, οι 169 Αμερικάνοι που γεννήθηκαν στη Λατινική Αμερική, οι 44 ξένοι που γεννήθηκαν στη Λατινική Αμερική, οι 57 Ασιάτες και οι 2995 Ευρωπαίοι που κατοικούσαν στην Αμερική. Η εθνικότητα, λοιπόν, βρέθηκε στατιστικά σημαντική μεταβλητή. Οι Αφροαμερικανοί και οι ξένοι που γεννήθηκαν στην Λατινική Αμερική ήταν λιγότερο πιθανό να έχουν υψηλή βαθμολογία στο NEP, σε σχέση με τους λευκούς. Οι Αφροαμερικανοί ήταν σημαντικά λιγότερο πιθανό, σε σχέση με τους ομολόγους τους, να συμμετέχουν σε συχνότερη περιβαλλοντική ανάγνωση. Οι Αφροαμερικανοί και οι ξένοι που γεννήθηκαν στη Λατινική Αμερική ήταν λιγότερο πιθανό να ανακυκλώνουν σε σχέση με τους υπόλοιπους. Οι ξένοι και οι Αμερικάνοι που γεννήθηκαν στη Λατινική Αμερική ήταν λιγότερο πιθανό να είναι σε ομάδα περιβαλλοντικής δράσης. Οι Αφροαμερικανοί, οι Αμερικάνοι που γεννήθηκαν στη Λατινική Αμερική και οι Ασιάτες είναι λιγότερο πιθανό να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής που βασίζονται στο φυσικό στοιχείο.

Αναφορικά με το φύλο, οι γυναίκες ήταν πιο πιθανό να σημειώσουν σημαντικά υψηλότερο σκορ στην κλίμακα NEP και έδειξαν περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες σε σχέση με τους άνδρες. Επίσης, ήταν

σημαντικά λιγότερο πιθανό να συμμετέχουν σε συχνότερη περιβαλλοντική ανάγνωση, σε σχέση με τους άνδρες. Οι γυναίκες ήταν, ακόμη, πιο πιθανό να ανακυκλώνουν αλλά ήταν λιγότερο πιθανό να είναι μέλος περιβαλλοντικής ομάδας.

Σχετικά με το μορφωτικό επίπεδο, τα άτομα με τριτοβάθμια εκπαίδευση ήταν πιθανότερο να προβούν σε περιβαλλοντική ανάγνωση αλλά και να ανακυκλώνουν. Επιπλέον, τα άτομα αυτά ήταν περισσότερο πιθανό να είναι μέλος κάποιας περιβαλλοντικής ομάδας. Αντίθετα, τα άτομα με τριτοβάθμια εκπαίδευση ήταν λιγότερο πιθανό να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής που βασίζονται στο φυσικό στοιχείο αλλά ήταν περισσότερο πιθανό να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής που βασίζονται στο φυσικό στοιχείο.

Όσον αφορά τον τόπο διαμονής, οι κάτοικοι αστικών περιοχών ήταν λιγότερο πιθανό να προβούν σε περιβαλλοντική ανάγνωση ενώ ήταν πιο πιθανό να ανακυκλώνουν. Επιπλέον, οι κάτοικοι αστικών περιοχών ήταν λιγότερο πιθανό να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής που βασίζονται στο φυσικό στοιχείο. Παράλληλα, τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας είναι πιο πιθανό να σημείωσαν χαμηλό σκορ στο NEP. Τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας ήταν, επίσης, πιο πιθανό να προβούν σε περιβαλλοντική ανάγνωση, σε σχέση με τους νεότερους. Ήταν ακόμη, πιο πιθανό να ανακυκλώνουν αλλά λιγότερο πιθανό να είναι μέλος περιβαλλοντικής ομάδας.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της μελέτης αυτής, τα άτομα με μεγαλύτερο αριθμό μελών στην οικογένειά τους ήταν πιο πιθανό να έχουν χαμηλή επίδοση στην κλίμακα NEP, καθώς και να ανακυκλώνουν. Πρόσθετα, ήταν περισσότερο πιθανό να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής που βασίζονται στο φυσικό στοιχείο. Αναφορικά με την πολιτική ιδεολογία, οι φιλελεύθεροι ήταν πιο πιθανό να είναι πιο ευαισθητοποιημένοι για το περιβάλλον. Επίσης ήταν πιο πιθανό να προβούν σε περιβαλλοντική ανάγνωση σε σχέση με τους υπόλοιπους αλλά και πιο πιθανό να ανακυκλώνουν. Τέλος, οι φιλελεύθεροι ήταν περισσότερο πιθανό να είναι μέλος περιβαλλοντικής ομάδας και να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής που βασίζονται στο φυσικό στοιχείο.

Οι Edgell and Nowell (1989) υλοποίησαν μία έρευνα αναφορικά με τις πεποιθήσεις και τις περιβαλλοντικές αξίες. Συγκεκριμένα, στόχος της μελέτης τους ήταν να εκφραστούν οι γενικές περιβαλλοντικές πεποιθήσεις και αξίες των μεγάλων μη κυβερνητικών εκλογικών περιφερειών που συμμετέχουν στη σύγκρουση των

θαλάσσιων θηλαστικών και της αλιείας. Για το λόγο αυτό, διεξήχθη η συγκεκριμένη έρευνα στη British Columbia, με 306 ερωτηθέντες να αποτελούν το δείγμα της και με ερευνητικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο.

Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν τρεις ομάδες, και συγκεκριμένα, οι εμπορικοί αλιείς, η Greenpeace και το ευρύ κοινό. Από το σύνολο των εμπορικών αλιέων της British Columbia, μόνο το 25% ήταν μέλη συνδικάτων.

Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε ότι το ευρύ κοινό και η Greenpeace σχετίζονταν με παράγοντες που εντοπίστηκαν σε τρεις τομείς πεποίθησης. Αυτοί οι τομείς αναφέρονταν στην ισορροπία της φύσης, τον περιορισμό της ανάπτυξης και την άποψη ότι η ανθρωπότητα είναι πάνω από τη φύση. Οι εμπορικοί αλιείς είχαν απαντήσει στην κλίμακα NEP με διαφορετικό τρόπο από αυτόν που απάντησαν τα άλλα δύο δείγματα. Τα μέλη της Greenpeace εμφάνισαν μια ισχυρή υποστήριξη όλων των διαστάσεων της κλίμακας NEP. Σχεδόν το 100% της Greenpeace συμφώνησε με τις φιλο-περιβαλλοντικές απόψεις της NEP ενώ απέρριψε τις απόψεις που ήταν αντίθετες με αυτές της κλίμακας NEP. Το επίπεδο αποδοχής από το κοινό ήταν επίσης ιδιαίτερα υψηλό.

Το μεγαλύτερο μέρος του δημόσιου δείγματος συμφώνησε απόλυτα με τις φιλο-περιβαλλοντικές απόψεις της NEP ενώ απέρριψε τις αντι-NEP απόψεις, όπως όμοια συμπεριφορά παρουσίασαν και τα μέλη της Greenpeace. Η Greenpeace όμως, σημείωσε σημαντικά υψηλότερες επιδόσεις από αυτές του κοινού. Οι αλιείς απέρριψαν ομόφωνα τις απόψεις που εξέφραζε η κλίμακα NEP. Οι περισσότεροι από αυτούς συμφώνησαν με τις απόψεις που ήταν αντίθετες με αυτές τις συγκεκριμένης κλίμακας.

Αντιθέτως, οι οικολόγοι και το ευρύ κοινό επέδειξαν ισχυρή στήριξη για την κλίμακα NEP και την οικολογικά ήπια κοσμοθεωρία που ενσαρκώνει. Για το κοινό και τη Greenpeace η ικανότητα αποδοχής της άγριας ζωής συνδεόταν κυρίως με αντιλήψεις και πεποιθήσεις τους για το περιβάλλον, ενώ για τους εμπορικούς αλιείς βασιζόταν σε χρηστικές και οικονομικές πεποιθήσεις.

Μία έρευνα πραγματοποιήθηκε από το Schultz (2001), με στόχο την αξιολόγηση των τριών παραγόντων και συγκεκριμένα του ίδιου του ερωτώμενου, των υπολοίπων και της βιόσφαιρας, που σχετίζονται με την περιβαλλοντική ανησυχία των ερωτώμενων. Η συγκεκριμένη έρευνα αποτελείται από τέσσερις επιμέρους μελέτες.

Η πρώτη υλοποιήθηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, με δείγμα 1010 μαθητές κολεγίου, η δεύτερη στην Καλιφόρνια με δείγμα 1005 ενήλικες ερωτηθέντες, η Τρίτη στις Ηνωμένες Πολιτείες με δείγμα 148 φοιτητές ψυχολογίας και η τέταρτη σε διάφορες χώρες, και συγκεκριμένα στην Κολομβία, την Κόστα Ρίκα, τη Δομινικανή Δημοκρατία, το Εκουαδόρ, το Ελ Σαλβαδόρ, τον Παναμά, την Παραγουάη, το Περού, την Ισπανία και τη Βενεζουέλα, με δείγμα 1700 ισπανόφωνους φοιτητές. Το ερευνητικό εργαλείο των τεσσάρων ερευνών ήταν το ερωτηματολόγιο.

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την πρώτη μελέτη, απέδειξαν πως υπήρχαν τρεις παράγοντες που επέδρασαν στο περιβαλλοντικό ενδιαφέρον των φοιτητών και αυτοί ήταν ο εγωιστικός, ο αλτρουιστικός και η βιόσφαιρα. Ο εγωιστικός παράγοντας αναφερόταν στον εαυτό του ερωτηθέντα, στην υγεία του, τον τρόπο ζωής του και το μέλλον του, ο αλτρουιστικός σχετιζόταν με το σύνολο των ανθρώπων, τα παιδιά, τα παιδιά του ερωτώμενου και τους κατοίκους της χώρας του ενώ η βιόσφαιρα περιελάμβανε τα φυτά, την υδρόβια ζωή, τα ζώα και τα πουλιά.

Αναφορικά με τη δεύτερη μελέτη, το 49% του δείγματος ήταν γυναίκες και το 51% άνδρες. Επιπλέον, το 64% ήταν λευκοί, το 22% Λατίνοι, και το 6% Αφρικανοί. Η μέση ηλικία ήταν τα 45 έτη, με την ηλικία να κυμαίνεται από τα 18 έως τα 89 έτη. Η μόνη διαφορά που προέκυψε σε σύγκριση με τα αποτελέσματα της πρώτης έρευνας, είναι ότι η ανησυχία του δείγματος για τη βιόσφαιρα είναι ελαφρώς χαμηλότερου επιπέδου.

Από τα αποτελέσματα της πρώτης και της δεύτερης έρευνας λοιπόν, το φύλο βρέθηκε στατιστικά σημαντικό, με τις γυναίκες να σημειώσει υψηλότερες επιδόσεις και για τον εγωιστικό παράγοντα, αλλά και για τον αλτρουιστικό και τη βιόσφαιρα. Επιπλέον, η ηλικία βρέθηκε σημαντικός παράγοντας με αρνητική επίδραση, γεγονός που σημαίνει ότι οι μεγαλύτεροι σε ηλικία ερωτώμενοι είχαν σημειώσει χαμηλότερες επιδόσεις, σε σύγκριση με τους μικρότερους. Πρόσθετα, οι καθολικοί φάνηκε να έχουν υψηλότερες περιβαλλοντικές ανησυχίες για τους τρεις παράγοντες, από τους προτεστάντες. Μελετήθηκαν και άλλες μεταβλητές, όπως η πολιτική ιδεολογία, το εκπαιδευτικό επίπεδο και το εισόδημα, που όμως δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές.

Από τα ευρήματα της τρίτης έρευνας διεξήχθη το συμπέρασμα ότι οι ερωτηθέντες που παρουσίαζαν έντονο ανταγωνισμό, όπως, επίσης, και οι ατομικιστές, παρουσίασαν υψηλότερη ανησυχία για τον παράγοντα εγωισμός σε σχέση με τους υπόλοιπους. Ακόμη, οι ερωτώμενοι που δήλωσαν ότι ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τον παράγοντα βιόσφαιρα ήταν πιο πιθανό να έχουν σημειώσει υψηλότερες επιδόσεις στην κλίμακα NEP αλλά και να αισθάνονται περισσότερη ανησυχία ενσυναίσθησης και αυτοαναφερόμενη συμπεριφορά. Μελετήθηκαν, επίσης, ο εγωιστικός και ο αλτρουιστικός παράγοντας αλλά δε βρέθηκε να έχουν κάποια επίδραση.

Τέλος, στα πλαίσια της τέταρτης έρευνας, μελετήθηκαν οι μεταβλητές αυτό-υπέρβαση, αυτό-βελτίωση, ειλικρίνεια και διατήρηση. Η αυτό-υπέρβαση βρέθηκε στατιστικά σημαντική και μάλιστα με θετικό πρόσημο για τον αλτρουιστικό παράγοντα και τη βιόσφαιρα και με αρνητικό πρόσημο για τον εγωιστικό παράγοντα. Με άλλα λόγια, οι ερωτηθέντες που πραγματοποιούσαν αυτο-υπέρβαση ήταν πιο πιθανό να είναι αλτρουιστές και να ενδιαφέρονται για τη βιόσφαιρα και ταυτόχρονα λιγότερο πιθανό να είναι εγωιστές. Αντίθετα, η αυτο-βελτίωση φάνηκε να είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας με αρνητικό πρόσημο για τον αλτρουιστικό παράγοντα και με θετικό πρόσημο για τον εγωιστικό. Πρόσθετα, η διατήρηση βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας μόνο για τον αλτρουιστικό παράγοντα και τη βιόσφαιρα με αρνητικό πρόσημο. Η ειλικρίνεια δε βρέθηκε στατιστικά σημαντική.

Οι Schultz and Zelezny (1999) διεξήγαγαν μία μελέτη που σχετιζόταν με τις περιβαλλοντικές ψυχολογικές αξίες και συμπεριφορές. Η έρευνα αυτή έλαβε χώρα στην Ευρώπη, τη Λατινική Αμερική και τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και συγκεκριμένα στη Αργεντινή, τον Καναδά, την Κολομβία, την Κόστα Ρίκα, τη Δομινικανή Δημοκρατία, το Ελ Σαλβαδόρ, το Εκουαδόρ, το Μεξικό, τον Παναμά, το Περού, την Παραγουάη, την Ισπανία, τις Ηνωμένες Πολιτείες και τη Βενεζουέλα.

Δείγμα της έρευνας αυτής αποτέλεσαν 2160 φοιτητές των δεκατεσσάρων χωρών, με τουλάχιστον 120 συμμετέχοντες από κάθε χώρα και με ερευνητικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο. Στόχος των αρθρογράφων ήταν ο προσδιορισμός των ψυχολογικών αξιών που επιδρούν στις στάσεις και τις συμπεριφορές των φοιτητών, σχετικά με το περιβάλλον.

Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε ότι ο οικουμενισμός ήταν μια στατιστικά σημαντική μεταβλητή με θετική επίδραση στην επίδοση στην κλίμακα NEP και τον οικοκεντρισμό. Ομοίως, η συμμόρφωση βρέθηκε να επιδρά με θετικό τρόπο στην επίδοση στην κλίμακα NEP και τον οικοκεντρισμό. Με άλλα λόγια, τα άτομα που είχαν έντονα δείγματα οικουμενισμού και δύναμης ήταν περισσότερο πιθανό να σημειώσει υψηλές επιδόσεις στην κλίμακα NEP και ήταν περισσότερο στραμμένοι στον οικοκεντρισμό, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι, σε σχέση με τους υπόλοιπους.

Αντιθέτως, η δύναμη βρέθηκε να είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας με αρνητικό πρόσημο για τις επιδόσεις στην κλίμακα NEP και τον οικοκεντρισμό. Στατιστικά σημαντική μεταβλητή με αρνητική επίδραση βρέθηκε και η παράδοση. Επομένως, μπορεί να διεξαχθεί το συμπέρασμα ότι οι ερωτηθέντες που είχαν ισχυρή δύναμη και ήταν υπέρ της παράδοσης ήταν λιγότερο πιθανό να έχουν σημειώσει υψηλές επιδόσεις στην κλίμα NEP και ήταν λιγότερο στραμμένοι στον οικοκεντρισμό, με αποτέλεσμα να είναι λιγότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι από τους υπόλοιπους.

Παράλληλα, η ισχύς, η παράδοση και η ασφάλεια φάνηκε να είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές για τις ανθρωποκεντρικές ανησυχίες και συγκεκριμένα με θετικό πρόσημο. Με άλλα λόγια, οι ερωτώμενοι που ένιωθαν έντονη ισχύ και ήταν υπέρ της παράδοσης και της ασφάλειας ήταν πιο πιθανό να ενδιαφέρονται για τις ανθρωποκεντρικές ανησυχίες, σε σχέση με τους άλλους. Αντίθετα, η καλοσύνη βρέθηκε να έχει αρνητικό πρόσημο, καθιστώντας έτσι, εκείνους που είχαν υψηλά επίπεδα καλοσύνης να ενδιαφέρονται λιγότερο για τις ανθρωποκεντρικές ανησυχίες.

Οι Aoyagi-Usui et al. (2003) υλοποίησαν μία έρευνα με στόχο τον προσδιορισμό των παραγόντων που επιδρούν στις περιβαλλοντικές αξίες, τις πολιτικές αξίες και συμπεριφορές, την εξοικονόμηση ενέργειας και στο να είναι κάποιος πράσινος καταναλωτής. Η συγκεκριμένη έρευνα έλαβε χώρα τη χρονολογική περίοδο 1997 έως 1998 σε τέσσερις χώρες και συγκεκριμένα στην Ιαπωνία, την Ταϊλάνδη, τις Φιλιππίνες και την Ολλανδία. Το δείγμα της έρευνας αποτελούνταν από 2190 ερωτηθέντες, με ποσοστό ανταπόκρισης 70% και το ερευνητικό εργαλείο ήταν οι συνεντεύξεις.

Στην Ιαπωνία και την Ολλανδία, η ηλικία του δείγματος ήταν από 16 ετών και άνω ενώ στην Ταϊλάνδη και τις Φιλιππίνες από 20 έως 49 ετών. Στην Ταϊλάνδη το ετήσιο εισόδημα κυμαινόταν από 20.000 bahts και άνω ενώ στις Φιλιππίνες από 25.000 πέσος και άνω. Στην παρούσα έρευνα επισημαίνονται τρεις παράγοντες. Αυτοί είναι το περιβάλλον-παράδοση, καθώς περιλαμβάνει δύο στοιχεία παράδοσης και δύο περιβαλλοντικά στοιχεία, ο αλτρουιστικός παράγοντας που περιλαμβάνει αλτρουιστικά στοιχεία και ο εγωιστικός παράγοντας που περιλαμβάνει τον πλούτο και την εξουσία.

Όσον αφορά τις περιβαλλοντικές αξίες, για την Ιαπωνία, προσδιοριστικοί παράγοντες με θετικό πρόσημο βρέθηκαν η παράδοση και το φύλο, με τις γυναίκες να είναι πιο πιθανό να έχουν υιοθετήσει περιβαλλοντικές αξίες. Αντίθετα, με αρνητικό πρόσημο βρέθηκε ο εγωιστικός παράγοντας ενώ ο αλτρουιστικός παράγοντας και η ηλικία βρέθηκαν μη στατιστικά σημαντικοί. Για την Ολλανδία, η παράδοση και ο εγωιστικός παράγοντας βρέθηκαν να έχουν αρνητικό πρόσημο ενώ ο αλτρουιστικός παράγοντας και το φύλο φάνηκε να έχουν θετική επίδραση, με τις γυναίκες να είναι πιο πιθανό να έχουν υιοθετήσει περιβαλλοντικές αξίες. Η ηλικία δε βρέθηκε στατιστικά σημαντική. Για τις Φιλιππίνες, καμία από τις παραπάνω μεταβλητές δε βρέθηκε στατιστικά σημαντική.

Όσον αφορά τις πολιτικές αξίες και συμπεριφορές, πρόκειται για τη συμμετοχή σε διαδηλώσεις, την επικοινωνία με τα κυβερνητικά στελέχη και το να είναι κάποιος μέλος σε ομάδες προστασίας του περιβάλλοντος. Για την Ιαπωνία, οι παράγοντες που βρέθηκαν να επιδρούν στις πολιτικές αξίες και συμπεριφορές ήταν με θετικό πρόσημο η παράδοση, ο αλτρουιστικός παράγοντας, το οικογενειακό εισόδημα και η ηλικία. Με αρνητικό πρόσημο βρέθηκε να επηρεάζουν το ενδιαφέρον για την πρόοδο και το φύλο, με τις γυναίκες να είναι λιγότερο πιθανό να έχουν υιοθετήσει πολιτικές αξίες και συμπεριφορές ενώ ο εγωιστικός παράγοντας και το εκπαιδευτικό επίπεδο δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές. Για την Ολλανδία, η παράδοση και το ενδιαφέρον για πρόοδο βρέθηκαν με αρνητικό πρόσημο ενώ ο αλτρουιστικός και ο εγωιστικός παράγοντας, η εκπαίδευση, η ηλικία και το φύλο φάνηκε να έχουν θετική επίδραση, με τις γυναίκες να είναι πιο πιθανό να έχουν υιοθετήσει πολιτικές αξίες και συμπεριφορές. Η εκπαίδευση δε φάνηκε να έχει κάποια επίδραση.

Όσον αφορά το να είναι κάποιος πράσινος καταναλωτής, για την Ιαπωνία, ο αλτρουιστικός παράγοντας και το ενδιαφέρον για πρόοδο βρέθηκαν με θετικό πρόσημο ενώ το οικογενειακό εισόδημα με αρνητικό. Η παράδοση, ο εγωιστικός παράγοντας, η εκπαίδευση, η ηλικία και το φύλο δε φάνηκε να έχουν καμία επίδραση. Για την Ολλανδία, η παράδοση έχει θετική επίδραση, ο αλτρουιστικός και ο εγωιστικός παράγοντας αρνητική ενώ το ενδιαφέρον για πρόοδο, το οικογενειακό εισόδημα, η εκπαίδευση, η ηλικία και το φύλο καμία επίδραση.

Η Chan K. (1998) πραγματοποίησε μία έρευνα αναφορικά με την ανακύκλωση των απορριμμάτων. Η έρευνα αυτή υλοποιήθηκε στο Μάρτιο του 1994 στην Κίνα. Σκοπός της ήταν η πρόβλεψη της στάσης, των υποκειμενικών προτύπων και κανόνων, του ελέγχου της συμπεριφοράς, της πρόθεσης συμπεριφοράς αλλά και της πραγματικής συμπεριφοράς για την εθελοντική χρήση των κάδων ανακύκλωσης απορριμμάτων. Επιπλέον, στόχος στην έρευνας ήταν η εκτίμηση του ρόλου των μέσων μαζικής ενημέρωσης στην υιοθέτηση κοινωνικών προτύπων. Το μέγεθος του δείγματος ανήλθε στα 173 μέλη νοικοκυριών, με ανταπόκριση 48%. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν οι συνεντεύξεις.

Η μέση ηλικία του δείγματος ήταν τα 35 έτη, με τις νοικοκυρές και τους μαθητές να αποτελούν το 60% του δείγματος ενώ το υπόλοιπο ποσοστό αποτελούνταν από υπαλλήλους γραφείου, εργαζόμενους σε υπηρεσίες και εργαζόμενους στην παραγωγή και την επιδιόρθωση. Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, τα νοικοκυριά σπάνια αποθήκευαν μεγάλες ποσότητες ανακυκλώσιμων απορριμμάτων στο σπίτι. Επιπλέον, το 43% δήλωσε ότι δε χρησιμοποίησε καθόλου τους κάδους ανακύκλωσης τον περασμένο μήνα, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό τους χρησιμοποίησε από μία έως εξήντα φορές.

Πρόσθετα, το 40% αποκρίθηκε ότι ανακυκλώνει περιστασιακά, το 20% ότι ανακυκλώνει εντατικά ενώ το υπόλοιπο ποσοστό δεν ανακυκλώνει. Τα άτομα που ανακύκλωναν εντατικά και εκείνα που ανακύκλωναν περιστασιακά είχαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ως προς τη μέση τιμή της στάσης, των υποκειμενικών προτύπων και της πρόθεσης συμπεριφοράς. Αντίθετα ο έλεγχος συμπεριφοράς δεν παρουσίασε διαφορές ανάμεσα στις τρεις κατηγορίες. Επιπλέον, όσοι ανακύκλωναν περιστασιακά και όσοι δεν ανακύκλωναν παρουσίασαν παρόμοια επίπεδα

υποκειμενικών προτύπων σχετικά με τα ενημερωτικά προγράμματα τηλεόρασης, τους φίλους και την οικογένεια.

Παράλληλα, όσοι ανακύκλωναν περιστασιακά και όσοι ανακύκλωναν εντατικά φάνηκε να έχουν υψηλότερη πρόθεση για ανακύκλωση σε σχέση με τους υπόλοιπους. Ακόμη, αυτοί που έδειξαν μεγαλύτερη πρόθεση είναι και πιο πιθανό να ανακυκλώσουν στην πραγματικότητα. Επιπλέον, η στάση φάνηκε να έχει την υψηλότερη συσχέτιση με τις υπόλοιπες μεταβλητές ενώ ο συντελεστής συσχέτισης για την στάση και την πρόθεση συμπεριφοράς είναι 0,66. Παράλληλα, η υψηλή συσχέτιση που βρέθηκε ανάμεσα στην πρόθεση και την συμπεριφορά επιβεβαιώνει ότι η πρόθεση και η συμπεριφορά σχεδόν ταυτίζονται. Τέλος, ο έλεγχος της συμπεριφοράς είχε τη μικρότερη στατιστική σημαντικότητα.

Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε πως το φύλο αλλά και η ηλικία είναι ιδιαίτερα σημαντικοί προσδιοριστικοί παράγοντες. Συγκεκριμένα, αυτοί που ανακυκλώνουν εντατικά τείνουν να είναι γυναίκες και ηλικίας 30-39 ετών ενώ αυτοί που δεν ανακυκλώνουν τείνουν να είναι άνδρες και ηλικίας 50 ετών και άνω. Πρόσθετα, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης όπως η τηλεόραση, οι εφημερίδες και τα περιοδικά, αλλά και τα μέλη της οικογένειας, οι φίλοι και οι γείτονες φάνηκε να είναι παράγοντες που επιδρούν σημαντικά στα υποκειμενικά πρότυπα του δείγματος. Ειδικότερα, εκείνοι που ανακυκλώνουν εντατικά φάνηκε να επηρεάζονται περισσότερο από τους γείτονες και τα έντυπα μέσα ενημέρωσης σε σχέση με εκείνους που ανακυκλώνουν περιστασιακά ή καθόλου. Τέλος, το μορφωτικό επίπεδο και η απασχόληση βρέθηκαν μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Η μελέτη των Luo and Deng (2008) παρουσίασε ιδιαίτερα ενδιαφέροντα αποτελέσματα. Στόχος των αρθρογράφων ήταν να εξεταστεί ο βαθμός στον οποίο οι περιβαλλοντικές συμπεριφορές, όπως μετράται από τη NEP, σχετίζονταν με τα κίνητρα του τουρισμού που βασίζεται στη φύση, που μετρώνται με τις προτιμήσεις για εμπειρία αναψυχής (REP), χρησιμοποιώντας στοιχεία που συλλέγονται από την Κίνα, για πρώτη φορά στο Εθνικό Δασικό Πάρκο Zhangjiajie.

Κατά την υλοποίηση της συγκεκριμένης έρευνας, δημιουργήθηκαν τρεις ομάδες, η πρώτη αναφερόταν στη χαμηλή επίδοση στην κλίμακα NEP, η δεύτερη στη μέτρια και η τρίτη στην υψηλή. Από το σύνολο του δείγματος, το 65,1% ήταν

άνδρες 65,1% και το 31,9% γυναίκες. Το 66,9% ήταν μεταξύ των 18 και 35 ετών και οι περισσότεροι είχαν υψηλές επιδόσεις στη ΝΕΡ. Πρόσθετα, το 71% των ερωτώμενων ήταν απόφοιτοι πανεπιστημίου και το 6% κατείχε μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών. Το 40,3% απασχολούνταν στον κυβερνητικό τομέα και το 41,5% σε κάποια εταιρεία ενώ το 81,8% ήταν εργαζόμενοι σε θέσεις υπαλλήλων. Παράλληλα, το 60,9% είχε μηνιαίο εισόδημα περίπου από \$100 έως και \$313. Σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες ήταν κάτοικοι αστικών κέντρων. Για την πλειοψηφία του δείγματος (84,2%) ήταν η πρώτη φορά που πήγε στο πάρκο ενώ για το 10,7% ήταν η δεύτερη.

Οι γυναίκες, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία, και τα άτομα με υψηλά επίπεδα εκπαίδευσης ήταν λιγότερο πιθανό να υποστηρίζουν την άποψη «Ο άνθρωπος πάνω από τη Φύση» σε σχέση με τους άνδρες, τους νεαρότερους σε ηλικία ερωτηθέντες και τα άτομα με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο. Επιπλέον, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία ήταν πιο πιθανό, σε σχέση με τους νεότερους, να υποστηρίζουν την άποψη «Όρια στην Ανάπτυξη» και η αυτοβελτίωση ήταν το λιγότερο σημαντικό κίνητρο για να επισκεφθούν το πάρκο. Αντίθετα, η επιστροφή στη φύση ήταν το πιο σημαντικό κίνητρο, ακολουθούμενη από τη γνώση και την ανάγκη για διαφυγή. Η διαφυγή υποδείκνυε ότι οι τουρίστες ήθελαν να ξεφύγουν από τα προβλήματα που σχετίζονται με τις πόλεις, όπου οι σχέσεις με την οικογένεια και τους φίλους θα μπορούσε να ενισχυθεί περαιτέρω.

Οι συμμετέχοντες της μελέτης αυτής υποκινούνταν από την εγγύτητα προς τη φύση, ήθελαν να μάθουν περισσότερα για τη φύση, διατηρώντας παράλληλα μια καλή φυσική κατάσταση. Στην περίπτωση της κλίμακας REP, η ηλικία βρέθηκε να σχετίζεται σημαντικά με την αυτο-ανάπτυξη, με τους νεότερους ερωτηθέντες να συνδέονται περισσότερο με αυτόν τον παράγοντα από ότι οι μεγαλύτεροι. Πρόσθετα, εκείνοι που ήταν περισσότερο υποστηρικτικοί στα «όρια της οικονομικής ανάπτυξης» και αυτοί που ήταν πιο ανήσυχοι για την κρίση του περιβάλλοντος έτειναν να έχουν μεγαλύτερη επιθυμία να είναι κοντά στη φύση, να μάθουν για τη φύση και να ξεφύγουν από τη ρουτίνα και τα ζητήματα που σχετίζονται με τις πόλεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι περιβαλλοντικές στάσεις και τα κίνητρα για τουρισμό που βασίζεται στη φύση, ήταν στενά και θετικά συσχετισμένα. Επιπλέον, οι επισκέπτες οι οποίοι υποστήριζαν περισσότερο την άποψη «Ο άνθρωπος πάνω από τη Φύση» είχαν περισσότερα κίνητρα επιδιώκοντας την αυτοβελτίωση.

Η έρευνα που πραγματοποίησε η Chan (1996) παρουσίασε ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Στόχος της ήταν η διερεύνηση των περιβαλλοντικών στάσεων που αντικατοπτρίζουν τη συμμετοχή των μαθητών σε διάφορες φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές, όπως η ανακύκλωση του χαρτιού στο σχολείο και στο σπίτι αλλά και τη χρήση λιγότερου χαρτιού υγείας αλλά και λιγότερων πλαστικών σακουλών. Η έρευνα διεξήχθη τον Ιούνιο του 1994 στο Χονγκ Κονγκ. Το δείγμα της αποτέλεσαν 992 μαθητές από 44 διαφορετικά σχολεία της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και το ερευνητικό της εργαλείο ήταν το ερωτηματολόγιο.

Σύμφωνα με την έρευνα, το φύλο βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας με τα κορίτσια να είναι πιο πιθανό να συμμετέχουν σε φιλικές προς το περιβάλλον δραστηριότητες, σε σχέση με τα αγόρια. Η ηλικία επίσης φάνηκε να είναι σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας με τους μεγαλύτερους σε ηλικία μαθητές, και συγκεκριμένα τους μαθητές της τρίτης τάξης να είναι πιο πιθανό να συμμετέχουν σε τέτοιου είδους δραστηριότητες. Επιπλέον, το είδος της κατοικίας βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας, καθώς αυτοί που κατοικούσαν σε ιδιωτικές κατοικίες ήταν πιο πιθανό να συμμετέχουν σε φιλο-περιβαλλοντικές δραστηριότητες, συγκριτικά με τους υπόλοιπους. Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειωθεί πως το 60% του δείγματος διέμενε σε κατοικίες του δημοσίου.

Επιπρόσθετα, η τηλεόραση (87%) και το σχολείο (58%) ήταν τα πιο σημαντικά μέσα τροφοδότησης των μαθητών με περιβαλλοντικές πληροφορίες, με τις εφημερίδες (54%), τα περιοδικά (42%) και το ραδιόφωνο (41%) να ακολουθούν ενώ η οικογένεια έλαβε την τελευταία θέση με ποσοστό μόλις 15%. Οι μαθητές σημείωσαν πολύ ισχυρή στάση για την προστασία των άγριων ζώων και των φυσικών πόρων αλλά και ιδιαίτερα υψηλή προθυμία για προσωπική συμβολή στην προστασία του περιβάλλοντος και τη συμμετοχή τους σε περιβαλλοντικές οργανώσεις. Επιπλέον, οι μαθητές ήταν πολύ πρόθυμοι να ανακυκλώνουν χαρτί στο σχολείο και το σπίτι καθώς και να χρησιμοποιούν λιγότερες πλαστικές σακούλες και χαρτί υγείας. Παράλληλα, η υπερβολική αισιοδοξία των μαθητών σχετικά με την τεχνολογική ανάπτυξη και η αντιλαμβανόμενη σημασία των οφελών των καταναλωτικών αγαθών ήταν οι κύριοι παράγοντες που διαψεύδουν την ανησυχία για το περιβάλλον. Αξίζει να αναφερθεί πως βρέθηκε υψηλή συσχέτιση με θετικό

πρόσημο μεταξύ της περιβαλλοντικής μέριμνας και της πρόθεσης για φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά.

Συνοψίζοντας, τα κορίτσια, οι μαθητές μεγαλύτερης ηλικίας και οι μαθητές που κατοικούν σε ιδιωτικές κατοικίες έδειξαν πιο θετικές περιβαλλοντικές στάσεις αλλά και περισσότερη προθυμία για συμμετοχή σε δραστηριότητες φιλικής προς το περιβάλλον συμπεριφοράς. Να σημειωθεί πως η ανησυχία της περιβαλλοντικής κλίμακας αποτελείται από δύο παράγοντες: τις προσωπικές αξίες και την αισιοδοξία. Η προσωπική θυσία παρουσίασε υψηλότερο βαθμό συσχέτισης με την ετοιμότητα των μαθητών να συμμετάσχουν σε φιλο-περιβαλλοντικές δραστηριότητες σε σχέση με την αισιοδοξία. Γενικότερα, οι μαθητές εξέφρασαν μεγάλη ανησυχία για το περιβάλλον και έδειξαν ιδιαίτερα ισχυρή θέληση να συμμετέχουν σε δραστηριότητες φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς. Ωστόσο, φάνηκε να υπερεκτιμούν την τεχνολογική ανάπτυξη.

Η έρευνα των Chung and Poon (2000) για την ανακύκλωση παρουσίασε ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Στόχος της ήταν η σύγκριση των στάσεων σχετικά με την ανακύκλωση των αποβλήτων και την αποφυγή, στη Νότια Κίνα. Η έρευνα έλαβε χώρα από το Νοέμβριο του 1997 έως και το Μάιο του 1998 σε τέσσερις περιοχές και συγκεκριμένα το Hong Kong, τη Guangzhou, τη Dongguan και τη Yuanzhou. Το δείγμα αποτέλεσαν 2220 Κινέζοι καταναλωτές και το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο.

Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε ότι η ηλικία είναι μια ιδιαίτερα σημαντική μεταβλητή αναφορικά με την προθυμία για διαχωρισμό του πλαστικού από το γυαλί και το αλουμίνιο. Συγκεκριμένα, οι νεότεροι σε ηλικία ήταν πιο πιθανό να είναι περισσότερο ενήμεροι και πρόθυμοι, στη Dongguan και στο Hong Kong. Επιπλέον, το εκπαιδευτικό επίπεδο φάνηκε να είναι σημαντική μεταβλητή, καθώς εκείνοι που είχαν υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο σημείωσαν υψηλότερες βαθμολογίες στην κλίμακα NEP.

Επιπλέον, η ποσότητα των αποβλήτων που μειώνουν βρέθηκε στατιστικά σημαντική καθώς επηρεάζει με θετικό πρόσημο την επίδοση των ερωτώμενων στην κλίμακα NEP, στις περιοχές Guangzhou, Dongguan και Hong Kong ενώ στη Yuanzhou δεν είναι στατιστικά σημαντική. Ακόμη, η μορφή της κατοικίας των ερωτώμενων αποδείχθηκε σημαντικός παράγοντας καθώς, όσοι κατοικούσαν σε ιδιωτικές

κατοικίες ήταν πιο πιθανό να πωλούν τα ανακυκλώσιμα απόβλητα. Ωστόσο, λίγοι από αυτούς είχαν συμμετάσχει σε προγράμματα ανακύκλωσης της κοινότητας. Μελετήθηκαν, επίσης, οι μεταβλητές υποστήριξη και έκταση ανάκτησης αποβλήτων που όμως φάνηκε να είναι στατιστικά μη σημαντικές.

Στην παρούσα έρευνα, το γυναικείο φύλο όπως και η ηλικιακή ομάδα των 31 έως 55 ετών υπερεκπροσωπούνταν ως αυτοί που χειρίζονται τα απόβλητα. Αντίθετα, η βασική εκπαίδευση υποεκπροσωπήθηκε από το συγκεκριμένο δείγμα. Οι κάτοικοι αγροτικών περιοχών της Yuanzhou ήταν οι πιο δεκτικοί στην άποψη του NEP και ακολουθούν οι κάτοικοι του Χονγκ Κονγκ. Σε σύγκριση με τους πολίτες του Χονγκ Κονγκ, οι πολίτες της Guangdong βρέθηκε να έχουν εξίσου ανεπτυγμένη συνείδηση για τη διατήρηση αρμονικών σχέσεων με τη φύση αλλά ήταν λιγότερο υπέρ της εκμετάλλευσης των πόρων της γης. Το 6% των ερωτηθέντων έδειξε έλλειψη εξοικείωσης με τα περιβαλλοντικά θέματα, το 17% δεν είχε καμία γνώμη ενώ το 24% δεν ήταν σε θέση να εκφράσει τις απόψεις του, γεγονός που σημαίνει ότι είχαν χαμηλά επίπεδα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.

Όσον αφορά την ηπειρωτική Κίνα, αυτοί που είχαν το καλύτερο εκπαιδευτικό επίπεδο έχουν τη χαμηλότερη βαθμολογία στην κλίμακα NEP, γεγονός που δεν παρατηρείται στο Χονγκ Κονγκ. Οι νοικοκυρές στην Guangdong ήταν σημαντικά λιγότερο δεκτικές στις απόψεις του NEP σε σύγκριση με τις νοικοκυρές του Χονγκ Κονγκ. Οι κυβερνητικοί αξιωματούχοι στο Χονγκ Κονγκ ήταν πιο δεκτικοί στις απόψεις του NEP από ότι οι κάτοικοι της ηπειρωτικής χώρας. Η λιγότερο δεκτική ομάδα στην ηπειρωτική Κίνα ήταν οι ηλικιωμένοι αλλά στο Χονγκ Κονγκ ήταν οι εργαζόμενοι στον τομέα μεταφορών. Όσον αφορά τη Guangdong, οι ηλικιωμένοι από 56 έως 65 ετών, όσοι είχαν λάβει τριτοβάθμια εκπαίδευση και εκπαίδευση σχετικά με την περιβαλλοντική υγιεινή, σημείωσαν μικρότερη αποδοχή της κλίμακας NEP σε σχέση με τους αστικούς ομολόγους τους.

Παράλληλα, στη Guangzhou, η συλλογή των απορριμμάτων γίνεται κατά βάση με τη διαδικασία πόρτα-πόρτα. Αξίζει να σημειωθεί ότι στην πόλη αυτή όπως και στην Dongguan, οι κάτοικοι οφείλουν να καταβάλλουν ορισμένο χρηματικό ποσό για τη διαχείριση των αποβλήτων τους, σε μηνιαία βάση. Στο Χονγκ Κονγκ, για τις δημόσιες κατοικίες η πιο διαδεδομένη μέθοδος είναι η πόρτα-πόρτα ενώ για τα ιδιωτικά οικοδομικά τετράγωνα προτιμάται να τοποθετούνται όλα τα απορρίμματα

σε ορισμένο σημείο του δαπέδου. Υπάρχει και σε αυτή την πόλη μία έξτρα χρέωση για τη διαχείριση των αποβλήτων. Στη Guangdog προτιμάται η διαλογή στην πηγή, με το 11% μόλις να προτιμά άλλη μέθοδο. Το 85% του αστικού πληθυσμού του δείγματος έχει υιοθετήσει τη διαλογή στην πηγή των οικιακών αποβλήτων, ως μέθοδο εσωτερικής ανακύκλωσης των αποβλήτων και το 11-13% των οικιακών αποβλήτων ανακτάται και πωλείται από τους ιδιοκτήτες για οικονομικά οφέλη. Άτομα με χαμηλά εισοδήματα έτειναν να ανακτούν τακτικά το μεγαλύτερο τμήμα των αποβλήτων τους, υποδεικνύοντας ότι οι εθελοντικές δραστηριότητες ανάκτησης αποβλήτων στην ηπειρωτική Κίνα πραγματοποιήθηκαν σε μεγάλο βαθμό για οικονομικούς λόγους. Τέλος, στο Χονγκ Κονγκ η ανάκτηση των οικιακών αποβλήτων άγγιξε μόλις το 6%.

Η έρευνα που διεξήχθη από τους Lee et al. (2013) παρουσίασε ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Στόχος της ήταν να αναδειχτούν τα χαρακτηριστικά των διαφόρων φιλικών προς το περιβάλλον, δραστηριοτήτων και των μεταβλητών που επηρεάζουν τη συμμετοχή ή όχι, των ατόμων, σε αυτές. Για το λόγο αυτό, το Νοέμβριο του 2010 και το Φεβρουάριο του 2013 μοιράστηκαν σε 2393 και 2220 ερωτηθέντες, στη Σεούλ και το Τόκιο, αντίστοιχα. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, οι μεταβλητές που φάνηκε να επηρεάζουν τη συμμετοχή σε φιλο-περιβαλλοντικές δραστηριότητες και πρακτικές ήταν το φύλο, η ηλικία, η εξοικονόμηση χρήματος, η πολιτική και οι υποδομές. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες ήταν πιο πιθανό να έχουν υιοθετήσει φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά, σε σχέση με τους άνδρες. Ομοίως, οι ηλικιωμένοι ήταν πιο πιθανό να συμμετέχουν σε φιλικές, προς το περιβάλλον, συμπεριφορές. Επιπλέον, οι ηλικιωμένοι παρουσίασαν υψηλότερα ποσοστά στη χρήση φώτων ενέργειας ενώ οι νεότεροι σε θέματα μετακίνησης με μέσα μαζικής μεταφοράς.

Στη συγκεκριμένη έρευνα, οι ηλικίες του δείγματος κυμαίνονταν από τα 20 έως τα 50 έτη. Στη Σεούλ, οι πιο συνήθεις δραστηριότητες με τα υψηλότερα ποσοστά του δείγματος να τις υποστήριζαν, ήταν η εξωτερική αποτέφρωση και η διάθεση των αποβλήτων σύμφωνα με τους κανόνες ενώ χαμηλά ποσοστά παρατηρήθηκαν για την κομποστοποίηση και τη χρήση σκάλας αντί ανελκυστήρα. Στο Τόκιο, όμοια υψηλό ποσοστό σημείωσε η διάθεση των αποβλήτων σύμφωνα με

τους κανόνες και χαμηλό ποσοστό η κομποστοποίηση. Αν και παρατηρήθηκαν χαμηλά ποσοστά για την κομποστοποίηση και στις δύο πόλεις, υπήρχε σημαντική διαφορά στο μέγεθός τους με το ποσοστό να φτάνει το 21,1% στη Σεούλ ενώ μόλις το 7% στο Τόκιο.

Επιπλέον, η μεταβλητή «έλεγχος της θερμοκρασίας» ήταν στατιστικά πιο σημαντική στο Τόκιο από ότι στη Σεούλ ενώ η μεταβλητή «ανακύκλωση μεταχειρισμένων ρούχων» ήταν στατιστικά πιο σημαντική στη Σεούλ από ότι στο Τόκιο. Επιπρόσθετα, στο Τόκιο οι κυριότεροι λόγοι που οδηγούσαν τα άτομα σε φιλο-περιβαλλοντικές δραστηριότητες σχετίζονταν με την εξοικονόμηση, τη συνήθεια και την ευκολία ενώ στη Σεούλ με την εξοικονόμηση, τους κανόνες και την υγεία. Στην προκειμένη περίπτωση, ως κανόνες αναφερόταν για παράδειγμα η ανακύκλωση ενώ ως υγεία το περπάτημα, το ποδήλατο, η χρήση σκάλας και τα βιολογικά προϊόντα. Αξίζει να σημειωθεί ότι στη Σεούλ, το δείγμα αναγνώριζε τον καθαρισμό των φίλτρων ως δραστηριότητα υγείας ενώ στο Τόκιο ως δραστηριότητα συνήθειας. Παράλληλα, στο Τόκιο οι δραστηριότητες που θεωρούνταν «ενοχλητικές» ήταν ο καθαρισμός των φίλτρων, η ανακύκλωση μεταχειρισμένων ρούχων, τα χρησιμοποιημένα μαγειρικά έλαια, η ανακύκλωση χαρτιού, η αφυδάτωση των απορριμμάτων τροφίμων ενώ σαν «ταλαιπωρία» θεωρούνταν ο ανελκυστήρας, η εξοικονόμηση νερού στο ντους και το ποδήλατο ή το περπάτημα. Τέλος, υπήρχε μικρή διαφορά μεταξύ στις δύο πόλεις, όσον αφορά στις επιπτώσεις των κοινωνικο-δημογραφικών μεταβλητών.

Οι Vernekar and Wadhwa (2011) υλοποίησαν μία έρευνα στο Νέο Δελχί, αναφορικά με τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα. Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε στις πόλεις Gurgaon και Noida, με το αντιπροσωπευτικό της δείγμα να αποτελείται από 160 ερωτηθέντες. Στόχος των αρθρογράφων ήταν η διερεύνηση των στάσεων και των αντιλήψεων των καταναλωτών απέναντι στα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα αλλά και της προθυμίας τους να πληρώσουν γι' αυτά.

Όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, στην έρευνα συμμετείχαν 90 άνδρες και 70 γυναίκες. Οι ερωτώμενοι ήταν φοιτητές, ακαδημαϊκοί, υπάλληλοι γραφείου, νοικοκυρές, υπάλληλοι επιχειρήσεων και διευθυντικά στελέχη εταιρειών.

Αξίζει να σημειωθεί, πως το πράσινο μάρκετινγκ φάνηκε πως ήταν μια ιδιαίτερα στατιστική μεταβλητή, η οποία έχει σημαντική επίδραση στην επιλογή καταστήματος από το οποίο ο καταναλωτής θα προμηθευτεί τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα του. Επιπλέον, η φιλική προς το περιβάλλον συσκευασία βρέθηκε εξαιρετικά στατιστικά σημαντική μεταβλητή για την αγορά τέτοιων προϊόντων καθώς όσο πιο φιλική προς το περιβάλλον είναι η συσκευασία, τόσο πιο πιθανό είναι να προβεί κάποιος στην αγορά του συγκεκριμένου προϊόντος.

Σχετικά με τις αποφάσεις αγοράς, η πλειοψηφία των ερωτώμενων (57%) αποκρίθηκε ότι οι προσφορές των πράσινων προϊόντων επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τις αποφάσεις αγοράς τους. Επιπλέον, το 89% του δείγματος ανέφερε ότι η οικολογική συσκευασία επηρεάζει έντονα την αγοραστική συμπεριφορά τους, ειδικά μια βιοδιασπώμενη συσκευασία θα επηρεάσει ισχυρά την αγορά τους. Ακόμη, το 46% των καταναλωτών δήλωσε πως είναι πρόθυμοι να καταναλώσουν τις πράσινες υπηρεσίες από τις θέσεις και τα κανάλια διανομής τους προκειμένου να μην προκληθεί περιβαλλοντική ρύπανση (για παράδειγμα φιλικά προς το περιβάλλον ξενοδοχεία). Πρόσθετα, το 62% των εργαζομένων είναι πρόθυμοι να λάβουν τις υπηρεσίες τους από τα καταστήματα που δε βρίσκονται σε μολυσμένο περιβάλλον.

Σύμφωνα λοιπόν με την έρευνα των Vernekar and Wadhwa (2011), οι ερωτώμενοι ηλικίας 18 έως 30 αλλά και από 31 έως 50 ετών θεωρούν ως τον πιο σημαντικό παράγοντα για τις αποφάσεις αγοράς τους την εξαιρετικά φιλική προς το περιβάλλον συσκευασία. Παράλληλα, οι απόφοιτοι και οι μεταπτυχιακοί φοιτητές δίνουν προτεραιότητα στα πράσινα χαρακτηριστικά του προϊόντος. Οι άνδρες δίνουν προτεραιότητα στην πράσινη συσκευασία ενώ οι γυναίκες στα πράσινα χαρακτηριστικά του αγαθού. Εν τέλει, σύμφωνα με την έρευνα, οι καταναλωτές είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένοι απέναντι στα πράσινα προϊόντα και είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν γι' αυτά.

Μία έρευνα έλαβε χώρα από τους Korfiatis et al. (2004) με στόχο τον εντοπισμό των παραγόντων που επιδρούν στην φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά. Για το λόγο αυτό, ένα δείγμα 1128 ερωτηθέντων συμμετείχε στην έρευνα, από πέντε διαφορετικές χώρες. Συγκεκριμένα, 232 άτομα από την Ελλάδα, 250 άτομα από τη Ρουμανία, 142 άτομα από τη Βουλγαρία, 250 άτομα από την

Ουκρανία και 254 άτομα από τη Γεωργία αποκρίθηκαν στις διάφορες ερωτήσεις που περιελάμβανε το ερωτηματολόγιο της συγκεκριμένης έρευνας.

Το δείγμα αποτελούνταν από 56% γυναίκες και 44% άνδρες. Αναφορικά με την εκπαίδευση, υπήρχαν απόφοιτοι της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης από την Ελλάδα, τη Ρουμανία και τη Βουλγαρία και απόφοιτοι της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης από την Ουκρανία και τη Γεωργία. Σχετικά με το εισόδημα, οι Έλληνες προσκόμιζαν τον υψηλότερο ενώ οι Γεωργιανοί το χαμηλότερο. Πρόσθετα, η στάση των ανθρώπων απέναντι στα περιβαλλοντικά θέματα και στα θέματα οικονομίας και περιβάλλοντος θεωρούνται αξιόπιστοι προγνωστικοί παράγοντες, σε αντίθεση με τους πολιτικούς παράγοντες. Στο σημείο αυτό, καλό θα ήταν να αναφερθεί πως η περιβαλλοντική συμπεριφορά περιλαμβάνει δραστηριότητες, όπως η ανακύκλωση, η συνεισφορά χρηματικών ποσών σε οικολογικές οργανώσεις, η οικονομία στην ενέργεια ή το νερό, η αγορά περιβαλλοντικών ασφαλών προϊόντων και η χρήση των μέσων μαζικής μεταφοράς.

Πρόσθετα, μελετήθηκαν δύο μεταβλητές ως εξαρτημένες και συγκεκριμένα, η ενεργή οικολογική συμπεριφορά και η περιβαλλοντικά υπεύθυνη συμπεριφορά. Το φύλο βρέθηκε να είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή με θετικό πρόσημο για την Ελλάδα και για τις δύο εξαρτημένες μεταβλητές ενώ για τη Ρουμανία μόνο για την ενεργή οικολογική συμπεριφορά. Η ηλικία βρέθηκε στατιστικά σημαντική με θετικό πρόσημο για την Ελλάδα και τη Γεωργία και για τις δύο εξαρτημένες. Αντιθέτως, το εισόδημα βρέθηκε στατιστικά σημαντικό με αρνητικό πρόσημο για την Ουκρανία και μόνο για την ενεργή οικολογική συμπεριφορά. Ακόμη, το εκπαιδευτικό επίπεδο φάνηκε να επιδρά με αρνητικό τρόπο και τις δύο εξαρτημένες, για την Ελλάδα αλλά και την Ουκρανία.

Επιπλέον, τα χρηματικά ποσά που προορίζονται για την προστασία του περιβάλλοντος βρέθηκε να είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή με θετικό πρόσημο για όλες τις χώρες και για όλες τις εξαρτημένες μεταβλητές. Η ανακατανομή του κρατικού ταμείου βρέθηκε επίσης στατιστικά σημαντική μεταβλητή με θετικό πρόσημο για την περιβαλλοντικά υπεύθυνη συμπεριφορά στη Γεωργία ενώ στην Ελλάδα, τη Βουλγαρία και τη Ρουμανία βρέθηκε να επιδρά και στις δύο εξαρτημένες μεταβλητές.

Όσον αφορά τις κλίμακες περιβαλλοντικής πολιτικής, στο παγκόσμιο επίπεδο βρέθηκε να επηρεάζουν με θετικό πρόσημο την ενεργή οικολογική συμπεριφορά για την Ελλάδα, τη Ρουμανία, την Ουκρανία και τη Γεωργία ενώ για την Ουκρανία επιδρά στην περιβαλλοντικά υπεύθυνη συμπεριφορά. Στο τοπικό πλαίσιο, οι κλίμακες περιβαλλοντικής συμπεριφοράς επιδρούν με αρνητικό πρόσημο για την Ελλάδα και για τις δύο μεταβλητές ενώ για την Ουκρανία και τη Βουλγαρία με θετικό πρόσημο. Για τη Γεωργία, σε τοπικό πλαίσιο οι κλίμακες αυτές επιδρούν με θετικό τρόπο στην ενεργή οικολογική συμπεριφορά ενώ για τη Ρουμανία στην περιβαλλοντικά υπεύθυνη συμπεριφορά.

Σχετικά με τις κλίμακες πολιτικών στάσεων, ο φιλελευθερισμός βρέθηκε στατιστικά σημαντική μεταβλητή μόνο για την Ελλάδα και μάλιστα επηρεάζει αρνητικά την ενεργή οικολογική συμπεριφορά. Το κράτος πρόνοιας, αντιθέτως, φάνηκε να επιδρά με θετικό τρόπο στην περιβαλλοντικά υπεύθυνη συμπεριφορά για τη Ρουμανία. Τέλος, η ισοπολιτεία δε βρέθηκε να επιδρά σε καμία από τις δύο εξαρτημένες μεταβλητές, σε καμία χώρα.

Ο Erdogan (2009) διεξήγαγε μία έρευνα από την οποία προέκυψαν ενδιαφέροντα αποτελέσματα. Στόχος του αρθρογράφου ήταν η εξέταση της αξιοπιστίας της αναθεωρημένης κλίμακας NEP. Για το σκοπό αυτό υλοποιήθηκε η συγκεκριμένη έρευνα τη χρονολογική περίοδο 2006-2007, στην Τουρκία. Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε για την έρευνα αποτέλεσαν 1295 φοιτητές οι οποίοι συμπλήρωσαν ερωτηματολόγια για την ομαλή διεξαγωγή της έρευνας.

Από το σύνολο του δείγματος, το 37,6% αποτελούνταν από πρωτοετείς φοιτητές, το 32,3% από δευτεροετείς, το 16,8% από τριτοετείς και το 13,4% από τεταρτοετείς φοιτητές. Επιπλέον, το 54,7% ήταν γυναίκες. Οι ηλικίες κυμαίνονταν μεταξύ των 17 και των 28 ετών, με το 93,6% να βρίσκεται ανάμεσα στα 18 και 24 έτη. Αναφορικά με το εισόδημα, το 38,8% των ερωτώμενων αποκόμιζε λιγότερο από 1500 τουρκικές λίρες, το 32,2% μεταξύ 1501 και 3000 λιρών και το 29% πάνω από 3000 λίρες το μήνα.

Πρόσθετα, το 28,6% των φοιτητών είχε ισχυρή άποψη σχετικά με την κλίμακα NEP, το 27,4% μέτρια ενώ το 24,9% ήπια έως ισχυρή άποψη για την DSP, η οποία ήταν ανθρωποκεντρική. Ακόμη, το 19,1% του δείγματος είχε σημαντικές αντιμαχόμενες απόψεις για τα περιβαλλοντικά θέματα. Οι περισσότεροι φοιτητές

είχαν εμπιστοσύνη στην ανθρώπινη επινοητικότητα και την ικανότητα να ξεπεραστούν οι περιορισμοί της φύσης. Ωστόσο, πάνω από τα δύο τρίτα από αυτούς (67,1%) υποστήριζαν την άποψη ότι «παρά τις ιδιαίτερες ικανότητες μας, οι άνθρωποι εξακολουθούμε να είμαστε έρμαιο των νόμων της φύσης». Η δήλωση κατά της ανθρωποκεντρικής άποψης, σχετικά με το δικαίωμα ύπαρξης φυτών και ζώων υποστηρίζεται από τη συντριπτική πλειοψηφία (91,0%).

Πρόσθετα, πάνω από το μισό ποσοστό των φοιτητών (58,0%) υποστήριξε τις πεποιθήσεις σχετικά με τον έλεγχο του πληθυσμού (62,0%) και τη διατήρηση των φυσικών πόρων (53,9%). Ωστόσο, οι περισσότεροι φοιτητές (86,9%) αποδέχονται την ιδέα της κλίμακας DSP για τους απεριόριστους πόρους. Το 46,2% διαφωνεί ενώ το 25,0% συμφωνεί με τη δήλωση ότι η ισορροπία της φύσης είναι αρκετά ισχυρή για να αντιμετωπιστούν οι επιπτώσεις των σύγχρονων βιομηχανιών. Παράλληλα, ένας στους πέντε φοιτητές δεν μπορούσε να αποφασίσει σχετικά με τα περιβαλλοντικά θέματα. Από τα ευρήματα της έρευνας μπορεί να προκύψει ότι δεν υπάρχει ευρεία υιοθέτηση, από μεριάς των φοιτητών, των απόψεων της κλίμακας NEP.

Ο Mostafa (2009) πραγματοποίησε μία έρευνα με στόχο την εξέταση της επίδρασης των διαφόρων γνωστικών και ψυχογραφικών παραγόντων στην πράσινη κατανάλωση, με χρήση οργάνωσης χαρτών, όπως επίσης και τη σκιαγράφιση των πράσινων και μη καταναλωτών. Η έρευνα αυτή υλοποιήθηκε στο Κουβέιτ, με δείγμα που αποτέλεσαν 418 ερωτηθέντες. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο.

Σύμφωνα με την έρευνα, προέκυψαν τέσσερις ομάδες, οι οποίες αποτελούνταν από τους πραγματικούς πράσινους (45,22% του δείγματος), τους απρόθυμους πράσινους (20,57% του δείγματος), τους βασικούς καφέ (21,77% του δείγματος) και τους δυνητικούς πράσινους (12,44% του δείγματος). Αναφορικά με το φύλο, οι άνδρες αντιστοιχούσαν στο 73,4% και οι γυναίκες στο 26,2% του δείγματος. Η ηλικία κυμάνθηκε από τα 17 έως τα 50 έτη με μέση τιμή τα 24,7 έτη.

Τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης υπογραμμίζουν τη σημασία των περιβαλλοντικών γνώσεων, της ανησυχίας, των στάσεων, καθώς και της πρόθεσης για την πρόβλεψη της πράσινης συμπεριφοράς των καταναλωτών. Οι μεταβλητές που επηρεάζουν την πράσινη κατανάλωση σχετίζονται με τις αλτρουιστικές αξίες,

τις περιβαλλοντικές ανησυχίες, την περιβαλλοντική γνώση, το σκεπτικισμό προς τις περιβαλλοντικές απαιτήσεις, τις στάσεις προς την πράσινη κατανάλωση, και την πρόθεση να αγοράσουν οικολογικά προϊόντα. Η μελέτη δείχνει, επίσης, ότι τα μοντέλα οργάνωσης χαρτών μπορούν να βελτιώσουν την ομαδοποίηση της ποιότητας, ενώ εξάγονται πολύτιμες πληροφορίες από τα πολυδιάστατα δεδομένα.

Η σημαντική διαφορά μεταξύ των πράσινων καταναλωτών και των μη πράσινων του Κουβέιτ, όσον αφορά την αντίληψή τους για τις περιβαλλοντικές ανησυχίες, συνδέεται με τα πράσινα πρότυπα κατανάλωσης που υποδηλώνουν ότι οι κυβερνητικοί οργανισμοί πρέπει να αναπτύξουν εξειδικευμένες στρατηγικές για την αύξηση του επιπέδου της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, όπως σωματικές (π.χ. φόβος της περιβαλλοντικής καταστροφής), ψυχολογικές (π.χ. φόβος για το άγνωστο), και αλτρουιστικές (π.χ. ηθική ευθύνη).

Οι Ando et al. (2010) πραγματοποίησαν μία έρευνα αναφορικά με την ατομική και συλλογική φιλο-περιβαλλοντική συμπεριφορά. Η έρευνα αυτή υλοποιήθηκε από τον Οκτώβριο έως και το Δεκέμβριο του 2003 σε δύο χώρες, τη Γερμανία και την Ιαπωνία. Το δείγμα της έρευνας περιελάμβανε 996 άτομα από την Κολωνία της Γερμανίας και 531 άτομα από την Ναγκόγια της Ιαπωνίας. Το ερευνητικό εργαλείο ήταν το ερωτηματολόγιο. Στόχος της συγκεκριμένης έρευνας ήταν ο εντοπισμός και η σύγκριση των καθοριστικών παραγόντων της ατομικής και συλλογικής φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς στις δύο χώρες.

Στη συγκεκριμένη έρευνα, ατομικές φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές θεωρούνται οι δράσεις που έχουν αναληφθεί από το ίδιο το άτομο, όπως η εξοικονόμηση ενέργειας, οι δραστηριότητες 3R και η μετακίνηση με τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Συλλογικές φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές θεωρούνται οι δράσεις που αποσκοπούν στην προστασία του περιβάλλοντος μέσω συλλογικών προσπαθειών, όπως η ένταξη σε ομάδες που αναλαμβάνουν δραστηριότητες και εκδηλώσεις φιλο-περιβαλλοντικού χαρακτήρα.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας, για τη Γερμανία, η ηλικία του δείγματος ήταν από τα 18 έως τα 47,3 έτη ενώ για την Ιαπωνία, από τα 20 έως τα 48,9 έτη. Επιπλέον, για τη Γερμανία, το 52,3% ήταν γυναίκες και το υπόλοιπο ποσοστό άνδρες ενώ για την Ιαπωνία το 61,1% γυναίκες και το υπόλοιπο άνδρες. Το 27,7% του δείγματος της Γερμανίας ήταν απόφοιτοι πανεπιστημίου ή κολεγίου ενώ το

αντίστοιχο ποσοστό για την Ιαπωνία ήταν 42,4%. Πρόσθετα, το 38,1% των Γερμανών ερωτώμενων ήταν μισθωτοί πλήρους απασχόλησης και το 6,5% νοικοκυρές ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για τους Ιάπωνες ερωτώμενους ήταν 28,7% και 22,2%.

Ακόμη, οι Γερμανοί καταναλωτές παρουσίασαν μεγαλύτερη ανησυχία σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όσον αφορά τη γενική τους στάση, σε σχέση με τους Ιάπωνες, αναφορικά με την ελαχιστοποίηση. Αντίθετα, οι Ιάπωνες παρουσίασαν συμμετοχή σε συλλογικές προσπάθειες πιο συχνά από ότι οι Γερμανοί. Οι γερμανοί ερωτώμενοι είχαν υψηλότερη βαθμολογία στον έλεγχο της συμπεριφοράς για τη μείωση και χαμηλότερη στον έλεγχο συμπεριφοράς σχετικά με τις συλλογικές δράσεις.

Σύμφωνα με την έρευνα, υπάρχει σημαντική αλληλεπίδραση μεταξύ της χώρας του ερωτώμενου και της ατομικής και συλλογικής συμπεριφοράς. Συγκεκριμένα, ο τόπος διαμονής βρέθηκε να έχει θετικό πρόσημο για τις ατομικές δραστηριότητες και αρνητικό για τις συλλογικές. Για την ατομική συμπεριφορά, σημαντικό ρόλο έπαιξαν τα υποκειμενικά πρότυπα στην Ιαπωνία ενώ για τη συλλογική συμπεριφορά, σημαντικό ρόλο έπαιξε ο αντιλαμβανόμενος έλεγχος της συμπεριφοράς στη Γερμανία. Συγκεκριμένα, τα υποκειμενικά πρότυπα βρέθηκαν να είναι καθοριστικός παράγοντας και μάλιστα με θετικό πρόσημο για την ατομική αλλά και τη συλλογική δραστηριότητα. Ομοίως, ο αντιλαμβανόμενος έλεγχος της συμπεριφοράς βρέθηκε με θετικό πρόσημο.

Επιπλέον, οι φίλοι που έχουν υιοθετήσει φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές και στάσεις, φάνηκε να είναι ιδιαίτερα καθοριστικός παράγοντας. Το μέγεθος του περιβαλλοντικού δικτύου ήταν μεγαλύτερο για τους Γερμανούς από ότι για τους Ιάπωνες ερωτηθέντες, αναφορικά με τις συλλογικές δραστηριότητες. Πρόσθετα, οι γυναίκες ήταν πιο πιθανό να υιοθετήσουν φιλικές προς το περιβάλλον συμπεριφορές, σε σχέση με τους άνδρες και για τις ατομικές αλλά και για τις συλλογικές δραστηριότητες. Τέλος, οι ηλικιωμένοι ήταν πιο πιθανό να υιοθετήσουν τέτοιου είδους συμπεριφορά σε σχέση με τους νεότερους ερωτώμενους, για τις συλλογικές αλλά και τις ατομικές δραστηριότητες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1. Η μεθοδολογία της έρευνας

Η συγκεκριμένη έρευνα έγινε με σκοπό τον προσδιορισμό και την ανάλυση των παραγόντων εκείνων που φαίνεται να επιδρούν στη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά των ατόμων. Επιπλέον, η παρούσα έρευνα στοχεύει στο να διαπιστωθεί αν τα άτομα που δηλώνουν περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένα δρουν και συμπεριφέρονται με τον τρόπο αυτό. Γι' αυτό το σκοπό συντάχθηκε ερωτηματολόγιο σύμφωνα με προγενέστερες εμπειρικές μελέτες. Μοιράστηκαν 310 ερωτηματολόγια σε κατοίκους του νομού Αττικής, οι οποίοι είτε είχαν υιοθετήσει μία φιλική προς το περιβάλλον στάση και συμπεριφορά είτε όχι. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από το Δεκέμβριο του 2015 μέχρι και τον Ιανουάριο του 2016.

Το ερωτηματολόγιο της δειγματοληπτικής έρευνας αποτελείται από δύο ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει τα δημογραφικά στοιχεία του ερωτώμενου, ενώ η δεύτερη αφορά ερωτήσεις σχετικά με δραστηριότητες φιλικές προς το περιβάλλον, στάσεις και απόψεις σχετικά με το θέμα.

Συγκεκριμένα, στην πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου που αναφέρεται στα δημογραφικά στοιχεία, περιλαμβάνονται ερωτήσεις όπως το φύλο, η ηλικία, το εκπαιδευτικό επίπεδο, η απασχόληση του ερωτώμενου. Στην ενότητα αυτή υπάρχουν και άλλες παρεμφερείς ερωτήσεις προκειμένου να διερευνηθεί αν οι μεταβλητές αυτές επηρεάζουν –και αν ναι πόσο– τους καταναλωτές στο να υιοθετήσουν μια βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά.

Στη δεύτερη ενότητα οι ερωτήσεις αφορούν στοιχεία που έχουν να κάνουν με τις φιλικές προς το περιβάλλον συμπεριφορές και δραστηριότητες, την στάση αλλά και τις απόψεις του ερωτώμενου. Συγκεκριμένα, ο ερωτώμενος κλήθηκε να απαντήσει σε ερωτήσεις που αφορούσαν τη συχνότητα μετακίνησής του με κάποιο μέσο μαζικής μεταφοράς αλλά και με το αυτοκίνητό του, το πόσο συχνά κάνει ανακύκλωση, το πόσο συχνά αγοράζει βιολογικά προϊόντα, το πόσο συχνά πραγματοποιεί διαλογή στην πηγή και κομποστοποίηση αλλά και την πηγή ενημέρωσής του αναφορικά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα.

Επιπλέον, στην ενότητα αυτή οι ερωτήσεις αφορούν τη συχνότητα που ο ερωτώμενος αγοράζει προϊόντα με οικολογική συσκευασία, τη συχνότητα που χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές του αλλά και λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας, τη συχνότητα που κλείνει τους διακόπτες του φωτός όταν εξέρχεται από το δωμάτιο ή τη βρύση όταν δε τη χρειάζεται άλλο. Ακόμη, ο ερωτώμενος αποκρίθηκε σε ερωτήσεις σχετικά με το βαθμό που προσπαθεί να μειώσει ή να επαναχρησιμοποιήσει τα προϊόντα του, τους παράγοντες που θα τον ωθούσαν ή όχι στην αγορά βιολογικών προϊόντων και σε ποιο βαθμό, και τη συχνότητα που λαμβάνει πληροφορίες αναφορικά με την πράσινη ηλεκτρική ενέργεια.

Επιπρόσθετα, περιλαμβάνονται ερωτήσεις σχετικά με το βαθμό προθυμίας του ερωτώμενου για καταβολή επιπλέον χρηματικού ποσού προκειμένου να διασφαλιστεί ότι η ηλεκτρική ενέργεια που καταναλώνει θα παράγεται από κάποια ανανεώσιμη πηγή ενέργειας, το βαθμό προθυμίας του για αλλαγή και υιοθέτηση βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς, το βαθμό στον οποίο νοιάζεται για τον εαυτό του, την υγεία και το μέλλον του, το βαθμό στον οποίο νοιάζεται για την ανθρωπότητα, τα παιδιά του και τα παιδιά του κόσμου αλλά και το βαθμό στον οποίο νοιάζεται για τα φυτά, τα ζώα και τα πουλιά, με σκοπό να δειχθεί πώς και αν τα παραπάνω χαρακτηριστικά επιδρούν στην απόφαση του ερωτώμενου να υιοθετήσει βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά.

Τέλος, η τελευταία κατηγορία ερωτήσεων αποτελεί την κλίμακα NEP (New Environmental Paradigm), η οποία καταλήγει στο συμπέρασμα αν ο ερωτώμενος είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένος ή όχι. Οι ερωτήσεις αυτές σχετίζονται με το κατά πόσο ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η γη έχει συγκεκριμένα όρια, τα ζώα και τα φυτά έχουν τα ίδια δικαιώματα με τον άνθρωπο, ο άνθρωπος έχει το δικαίωμα να τροποποιεί το περιβάλλον προκειμένου να ικανοποιεί τις ανάγκες του, η γη διαθέτει ανεξάντλητους φυσικούς πόρους και άλλες απόψεις στο θέμα αυτό.

Στην ακόλουθη ενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της στατιστικής και οικονομετρικής ανάλυσης η οποία πραγματοποιήθηκε με χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS 17.

3.2. Το προφίλ του δείγματος

Το σύνολο του δείγματος αποτελείται από 310 καταναλωτές εκ των οποίων οι 149 είναι γυναίκες και οι 161 άνδρες, δηλαδή, το 48,1% και 51,9% του συνολικού δείγματος αντίστοιχα. Η ηλικία του δείγματος κυμαίνεται από τα 18 έως τα 67 έτη με κυρίαρχο ποσοστό το 11% να είναι 24 ετών. Όσον αφορά το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτηθέντων, η πλειοψηφία τους (53,5%) αποτελείται από απόφοιτους κάποιου Πανεπιστημίου ενώ αμέσως μετά ακολουθούν οι απόφοιτοι λυκείου σε ποσοστό που αγγίζει το 35,2%.

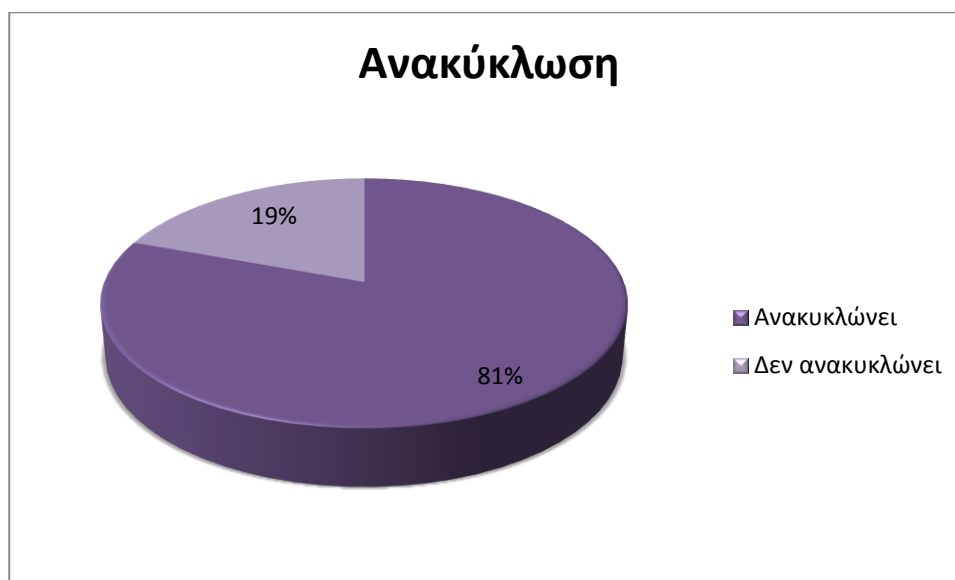
Όπως φαίνεται, το 39,7% των ερωτώμενων απασχολείται στον ιδιωτικό τομέα και ακολουθούν οι φοιτητές και οι άνεργοι με ποσοστά 25,5% και 11,9% αντίστοιχα. Οι απασχολούμενοι στο δημόσιο τομέα άγγιξαν το ποσοστό της τάξης του 8,1%, οι ελεύθεροι επαγγελματίες το 10,3% ενώ οι συνταξιούχοι και εκείνοι που ασχολούνται με τα οικιακά τα ποσοστά των 3,5% και 1% αντίστοιχα. Σχετικά με το εισόδημα των ερωτώμενων, η πλειοψηφία του δείγματος (29,7%) δήλωσε ότι αμείβεται με 401 έως 800 € το μήνα, το 22,3% με λιγότερα από 400 €, το 19% προσκομίζει 801 έως 1200 € ενώ μόλις το 0,3% περισσότερα από 2000 € το μήνα.

Η πλειοψηφία του δείγματος (33,9%), όπως προέκυψε από την έρευνα, δήλωσε πως το νοικοκυριό του αποτελείται από τέσσερα άτομα ενώ το 23,5% και το 22,6% από τρία και δύο άτομα αντίστοιχα. Αναφορικά με τον αριθμό των ενήλικων ατόμων του νοικοκυριού το 37,1% αποκρίθηκε πως τα άτομα που έχουν συμπληρώσει το 18^ο έτος της ηλικίας τους στο νοικοκυριό είναι δύο, το 25,2% αποκρίθηκε πως είναι τέσσερα ενώ το 20,6% τρία.

Κυρίαρχο ποσοστό, του ύψους του 42,6% διαμένει σε κατοικία 81 έως 120 τ.μ. και ακολουθεί εξίσου σημαντικό ποσοστό της τάξης του 41,6% το οποίο διαμένει σε 41 έως 80 τ.μ.. Επιπλέον, το 58,7% κατοικεί σε ιδιόκτητο διαμέρισμα ενώ το 41,3% σε ενοικιαζόμενο. Όσον αφορά την απόσταση της οικίας από το χώρο εργασίας, το 26,8% απέχει 31 έως 45 λεπτά, το 21,6% απέχει 16 έως 30 λεπτά ενώ μόλις το 4,8% περισσότερο από μία ώρα. Πρόσθετα, η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος (72,9%) δήλωσε πως το νοικοκυριό του έχει στην κατοχή του αυτοκίνητο ενώ το 27,1% όχι. Από τα άτομα που έχουν αυτοκίνητο και από εκείνους που εργάζονται, το 13,2 % μεταβαίνει μερικές φορές στο χώρο εργασίας του με το

αυτοκίνητο, το 13,5% πάντα και το 11% ποτέ. Ακόμη, το 35,5% του συνολικού δείγματος χρησιμοποιεί κάποιο μέσο μαζικής μεταφοράς για τη γενικότερη μετακίνησή του συνήθως, το 31,9% πάντα ενώ το 3,5% ποτέ.

Γράφημα 3.2.1: Κατανομή της ανακύκλωσης.



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, 250 άτομα, δηλαδή το 80,6% των ερωτώμενων δήλωσαν πως ανακυκλώνουν ενώ τα υπόλοιπα 60, δηλαδή το 19,4%, όχι. Από το σύνολο των ατόμων που ανακυκλώνουν λοιπόν, το 25,8% ανακυκλώνει γυαλί και μπουκάλια μερικές φορές, το 24,8% αρκετά συχνά και το 16,5% πάντα. Επιπλέον, το 32,6% ανακυκλώνει χαρτί αρκετά συχνά, το 20,6% μερικές φορές ενώ το 1,3 ποτέ. Το 22,9% ανακυκλώνει αλουμίνιο μερικές φορές, το 18,4% αρκετά συχνά αλλά και σπάνια και το 8,4% ποτέ. Πρόσθετα, το 32,3% ανακυκλώνει πλαστικό αρκετά συχνά, το 21,6% μερικές φορές και το 16,8 πάντα.

Αναφορικά με το αν υπάρχει κάποιος μπλε κάδος στο πεζοδρόμιο κοντά στην κατοικία του ερωτώμενου, το 88,1% αποκρίθηκε θετικά ενώ το 11,9% αρνητικά. Επίσης, το 30,6% δήλωσε πως κάνει διαλογή στην πηγή αρκετά συχνά, το 12,6% πάντα και το 20% ποτέ. Σχετικά με την κομποστοποίηση, το κυρίαρχο ποσοστό του 87,7% δήλωσε πως δεν κάνει ποτέ, το 7,7% σπάνια, το 3,9% μερικές φορές ενώ μόλις το 0,6% αρκετά συχνά. Ακόμη, ο αριθμός των μεγάλων ηλεκτρικών

συσκευών του νοικοκυριού κυμαίνονται από 2 έως 9, με το 35,5% να σημειώνει τρεις συσκευές, το 27,7% τέσσερις και το 20,6% πέντε.

Η πλειοψηφία του δείγματος 94,8% δήλωσε πως δεν είναι μέλος κάποιας ομάδας φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς ενώ το 5,2% όχι. Πρόσθετα, το 92,9% δε συμμετέχει ενεργά σε δραστηριότητες φιλικές προς το περιβάλλον ενώ το 7,1% ναι. Παράλληλα, το 64,5% φάνηκε να ενημερώνεται για τα περιβαλλοντικά ζητήματα από το διαδίκτυο, το 24,2% από την τηλεόραση, το 4,5% από εφημερίδες και περιοδικά, το 3,9% από την οικογένειά του και το 2,9% από φίλους και γείτονες.

Από το σύνολο του δείγματος, το 62,3% αγοράζει βιολογικά τρόφιμα ενώ το 37,7% όχι. Από αυτούς που προβαίνουν σε αγορά βιολογικών προϊόντων, το 27,1% αγοράζει γαλακτοκομικά προϊόντα μερικές φορές, το 21,3% σπάνια και το 1,6% πάντα. Το 21% αγοράζει σπάνια κρέας, το 13,9% μερικές φορές, το 3,9% αρκετά συχνά. Επιπρόσθετα, το 25,2% αγοράζει βιολογικά λαχανικά μερικές φορές, το 21,6% αρκετά συχνά και το 3,5% πάντα. Το 27,7% αγοράζει βιολογικά δημητριακά και ζυμαρικά, το 17,7% σπάνια ενώ μόλις το 1,3% πάντα.

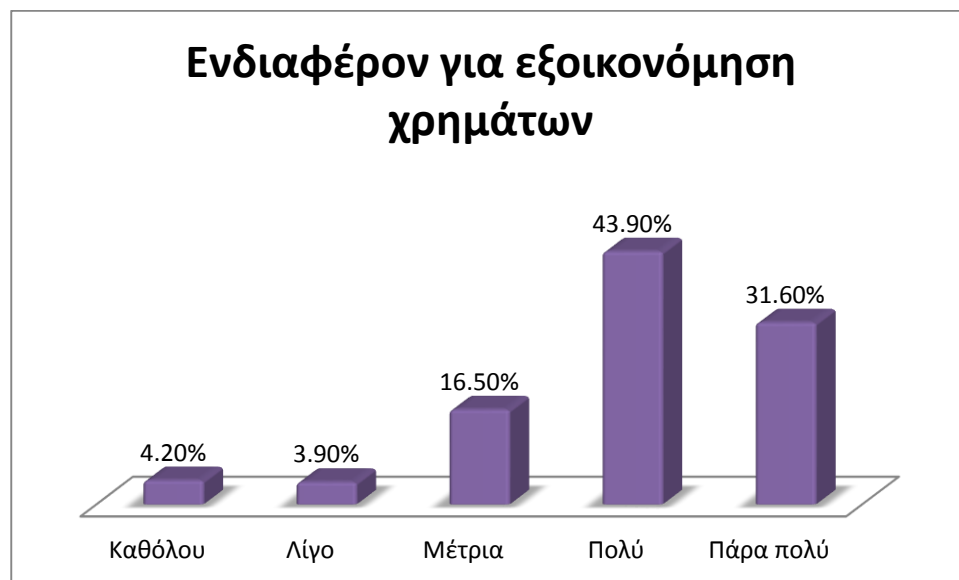
Γράφημα 3.2.2: Κατανομή της αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία.



Αναφορικά με τη συχνότητα αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία, το 34,2% του συνολικού δείγματος πραγματοποιεί αυτή την ενέργεια σπάνια, το 31,3% μερικές φορές ενώ το 23,5% ποτέ. Ακόμη, το 45,2% φάνηκε πως δε

χρησιμοποιεί ποτέ τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές του, το 27,1% χρησιμοποιεί σπάνια, το 18,1% μερικές φορές ενώ μόλις το 2,6% πάντα. Πρόσθετα, το 55,2% κλείνει πάντα τους διακόπτες του φωτός όταν εξέρχεται από το δωμάτιο, το 28,4% αρκετά συχνά ενώ μόλις το 1% ποτέ. Το 33,5% χρησιμοποιεί πάντα λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας, το 32,9% αρκετά συχνά ενώ μόλις το 2,9% ποτέ. Επιπλέον, ένα εντυπωσιακό ποσοστό της τάξης του 67,7% εξοικονομεί νερό, κλείνοντας πάντα τη βρύση όταν δε τη χρησιμοποιεί, το 22,3% αρκετά συχνά και το 1,6% ποτέ.

Γράφημα 3.2.3: Κατανομή του ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων.

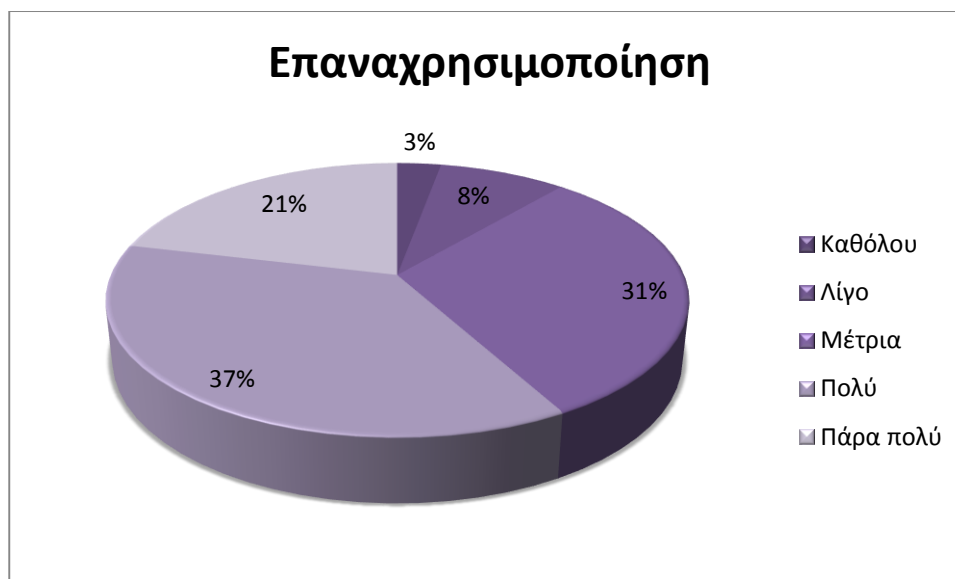


Σύμφωνα με την παρούσα έρευνα, το 43,9% ενδιαφέρεται πολύ για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών του δραστηριοτήτων, το 31,6% πάρα πολύ ενώ το 4,2% καθόλου. Παράλληλα, το 23,9% δίνει μέτρια προτεραιότητα στη βελτίωση της υγείας του, μέσω της κατανάλωσης βιολογικών προϊόντων, το 23,2% πολύ ενώ το 17,4% πάρα πολύ και καθόλου. Ενδιαφέρον παρουσίασε το γεγονός κατά το οποίο, το 43,9% δίνει πολύ μεγάλη προτεραιότητα στο περιβάλλον και την προστασία του, το 25,2% πάρα πολύ ενώ το 2,9% καθόλου.

Γράφημα 3.2.4: Κατανομή της ελαχιστοποίησης των προϊόντων.



Γράφημα 3.2.5: Κατανομή της επαναχρησιμοποίησης των προϊόντων.



Η πλειοψηφία του δείγματος (46,1%) προσπαθεί μέτρια να μειώνει την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει, το 26,1% προσπαθεί πολύ, το 16,8% λίγο ενώ το 7,1% πάρα πολύ. Το 36,8% προσπαθεί πολύ να επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα του πριν τα πετάξει, το 30,6% μέτρια, το 21,3% πάρα πολύ ενώ το 2,9% καθόλου. Επιπλέον, το 35,2% επιθυμεί μέτρια να ενισχύσει τα τοπικά και βιολογικά

προϊόντα, το 31,3% πολύ ενώ το 8,7 καθόλου. Ακόμη, 108 από τους ερωτώμενους, δηλαδή το 34,8%, δήλωσε πως εμπιστεύεται πολύ το οικολογικό σήμα των προϊόντων, το 33,5% μέτρια και το 16,1% λίγο. Πρόσθετα, το 36,1% αποκρίθηκε πως προσπαθεί πολύ να δίνει σε άλλους μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα, το 27,7% πάρα πολύ ενώ το 12,3% λίγο.

Όσον αφορά τα ακριβή είδη που μπορούν να ανακυκλωθούν είτε στους κάδους είτε στις δημοτικές εγκαταστάσεις, το 41,9% γνωρίζει πολύ καλά τα ανακυκλώσιμα αυτά είδη, το 16,1% πάρα πολύ ενώ ο 27,1% μέτρια. Ακόμη, το 40% κατέχει μέτρια περιβαλλοντική γνώση, το 39,7% πολύ καλή ενώ το 1,9% καθόλου. Από το σύνολο του δείγματος, το 48,1% αποδέχεται πολύ τους κανόνες ανακύκλωσης, το 24,8% μέτρια ενώ το 22,9% πάρα πολύ. Πρόσθετα, το 43,2% ανησυχεί πολύ για τα θέματα των αποβλήτων, το 24,8% πάρα πολύ και το 21,6% μέτρια ενώ όσον αφορά την αίσθηση υποχρέωσης για την ανακύκλωση αποβλήτων, το 47,1% αισθάνεται πολύ υποχρεωμένο, το 20,6% μέτρια και το 17,4% πάρα πολύ. Το 48,1% σέβεται πάρα πολύ τη φύση και ακολουθεί το 40,6% που τη σέβεται πολύ και το 9,4% που τη σέβεται μέτρια.

Επιπλέον, από το σύνολο του δείγματος, το 38,7% δήλωσε πως δίνει μέτρια προτεραιότητα στον άνθρωπο και τις ανάγκες του, από ότι στο περιβάλλον, το 30,6% πολύ ενώ το 3,9% καθόλου. Αξίζει να σημειωθεί πως το 35,8% αποκρίθηκε πως δεν έχει καθόλου επίγνωση των θεμάτων πολιτικής, όπως η Βιώσιμη Ανάπτυξη και η Τοπική Ατζέντα 21, το 32,6% έχει λίγο ενώ μόλις το 4,8% πάρα πολύ. Το 44,2% υποστηρίζει πολύ το δικαίωμα για καθαρό περιβάλλον και αίσθηση προσωπικής ευθύνης, το 31,6% πάρα πολύ και το 19% μέτρια.

Αναφορικά με τα βιολογικά προϊόντα, το 25,5% δήλωσε πως ωθείται πολύ στην αγορά τους λόγω της τιμής τους, 24,5% καθόλου ενώ το 19,4% μέτρια. Στην αγορά τέτοιων προϊόντων λόγω του χρόνου που απαιτείται για τον εντοπισμό τους, στράφηκε μέτρια το 38,7%, λίγο το 23,5% και πολύ το 18,4%. Η διαθεσιμότητα των βιολογικών αγαθών ώθησε μέτρια το 40,6%, λίγο το 23,5% και πολύ το 19%. Λόγω γεύσης, αποκρίθηκε το 36,8% ότι στράφηκε πολύ στην αγορά βιολογικών τροφίμων ενώ το 22,9% πάρα πολύ και το 21,9% μέτρια. Επιπρόσθετα, οι ερωτώμενοι που φάνηκε πως ωθούνται πολύ στην αγορά βιολογικών προϊόντων λόγω των ενοχών που νιώθουν για τις συνέπειες για το περιβάλλον σε περίπτωση μη αγοράς τους,

άγγιξαν το 38,1% ενώ αυτοί που απάντησαν λίγο ανήλθαν στο 22,6% και καθόλου στο 11,9%. Το 37,7% στράφηκε μέτρια στην αγορά βιολογικών αγαθών λόγω της εμπιστοσύνης του στις πράσινες ετικέτες ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για αυτούς που ωθήθηκαν στα αγαθά αυτά λόγω των ειδικών πληροφοριών τους, άγγιξε το 41,9%. Επιπλέον, το 43,9% επηρεάστηκε πολύ από την εμπιστοσύνη που νιώθει για την ποιότητα των βιολογικών, με σκοπό την αγορά τους ενώ το 6,8% καθόλου.

Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, 100 ερωτώμενοι, δηλαδή το 32,3% του δείγματος δήλωσε πως λαμβάνει σε μικρό βαθμό πληροφορίες για τα προγράμματα προώθησης πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας, το 35,2% λαμβάνει σε μέτριο βαθμό πληροφορίες για την ασφάλεια της πράσινης ενέργειας και το 37,1% επίσης σε μέτριο βαθμό, για το πώς η αγορά της συγκεκριμένης ενέργειας επηρεάζει το λογαριασμό του ηλεκτρικού. Ακόμη, σε μέτρια βαθμό λαμβάνονται πληροφορίες, από το 24,5% του δείγματος, σχετικά με την υποκατάσταση της πυρηνικής ενέργειας από την πράσινη, ενώ πληροφορίες για την πράσινη ως εναλλακτική πηγή ενέργειας για τη χρήση στο νοικοκυριό, λαμβάνονται σε μέτριο βαθμό από το 30% των ερωτώμενων. Παράλληλα, το 31,9% αποκρίθηκε πως λαμβάνει πληροφορίες σε μέτριο βαθμό, για τις σύγχρονες τεχνολογίες παραγωγής ενέργειας και σε μέτριο βαθμό επίσης, λαμβάνονται πληροφορίες από το 35,2% του δείγματος αναφορικά με το πόσο αξιόπιστη και ασφαλής είναι η πράσινη ηλεκτρική ενέργεια.

Από το σύνολο του δείγματος, το 50,3% φάνηκε να μην ωθείται στην αγορά αγαθών που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον, λόγω της πίεσης που νιώθουν από τους συνομηλίκους του ενώ το 0,6% στράφηκε για αυτό το λόγο στην αγορά βιώσιμων αγαθών πάρα πολύ. Το 36,5% δήλωσε πως ο περίγυρός του έχει υιοθετήσει φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές και στάσεις σε μέτριο βαθμό ενώ το 49,4% των ερωτώμενων έχει θετική στάση απέναντι στα προϊόντα αυτά σε πολύ μεγάλο βαθμό. Επιπλέον, οι απόψεις για τα μέσα μαζικής μεταφοράς είναι πολύ θετικές για το 39% του δείγματος ενώ για τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα φάνηκε να είναι ιδιαίτερα αρνητικές, για το 64,5% του συνόλου.

Παράλληλα, το 34,2% του δείγματος δήλωσε πως είναι σε μέτριο βαθμό πρόθυμος να καταβάλλει ένα επιπλέον χρηματικό ποσό, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι η ηλεκτρική ενέργεια που καταναλώνει θα παράγεται από κάποια ανανεώσιμη πηγή ενέργειας. Πρόσθετα, το 46,1% είναι πολύ πρόθυμο να αλλάξει

και να αποκτήσει βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά ενώ το 34,2% έχει ήδη υιοθετήσει αυτή τη συμπεριφορά σε μέτριο βαθμό και το 38,4% έχει συνειδητοποιήσει τις συνέπειες της μη-υιοθέτησής της σε πολύ μεγάλο βαθμό. Ακόμη, το 37,1% του δείγματος δεν είναι ιδιαίτερα υπέρ της τεχνολογικής προόδου έστω κι αν έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον ενώ μόλις το 2,3% τέθηκε υπέρ αυτής.

Από το σύνολο του δείγματος, το 41,3% υιοθετεί σε μεγάλο βαθμό, τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή το θέλει ο ίδιος ενώ η συντριπτική πλειοψηφία του 73,5% δε την υιοθετεί λόγω εξαναγκασμού από άλλους. Αξίζει να σημειωθεί ότι η πλειοψηφία (29,7%) δήλωσε, σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό, πως η υιοθέτηση βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς είναι θέμα ηθικής και το 36,5%, δήλωσε επίσης σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό, πως είναι θέμα νοοτροπίας και συνήθειας. Επιπλέον, σε πάρα πολύ υψηλό βαθμό, δήλωσε το 64,5% πως νοιάζεται για τον εαυτό του, την υγεία του, τον τρόπο ζωής του και το μέλλον του, το 68,7% για την ανθρωπότητα, τα παιδιά του κόσμου, τα δικά του παιδιά και τους ανθρώπους της χώρας του και το 56,8% για τα φυτά, τα ζώα και τα πουλιά.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το 40,6% δήλωσε πως συμφωνεί ότι πλησιάζουμε το όριο του αριθμού των ανθρώπων που η γη μπορεί να υποστηρίξει ενώ το 48,7% πως διαφωνεί στο ότι οι άνθρωποι έχουν το δικαίωμα να τροποποιούν το φυσικό περιβάλλον ώστε να ικανοποιούν τις ανάγκες τους. Επιπλέον, το 46,1% συμφώνησε πως όταν οι άνθρωποι επεμβαίνουν στη φύση, αυτό συχνά προκαλεί καταστροφικές συνέπειες και το 40% επίσης συμφώνησε ότι η ευφυΐα των ανθρώπων θα εξασφαλίσει ότι δεν κάνουμε τη γη μη κατοικήσιμη. Διαφωνία σημείωσε το 47,1% αναφορικά με το ότι οι άνθρωποι σπάνια καταχρώνται τη γη ενώ μόλις το 2,6% συμφώνησε. Παράλληλα, το 44,5% συμφώνησε με το ότι η γη διαθέτει ανεξάντλητους φυσικούς πόρους, απλά πρέπει να μάθουμε αν τους χρησιμοποιούμε αποδοτικά και το 44,5% συμφώνησε απόλυτα στο ότι τα φυτά και τα ζώα έχουν τα ίδια δικαιώματα ύπαρξης με τους ανθρώπους.

Η πλειοψηφία του δείγματος (51,6%) σημείωσε διαφωνία αναφορικά με το ότι η ισορροπία της φύσης είναι αρκετά δυνατή για να αντιμετωπίσει τις επιπτώσεις των σύγχρονων βιομηχανικών εθνών. Αντίθετα, σύμφωνοι βρέθηκαν 164 ερωτώμενοι, σε ποσοστό 52,9%, με το ότι παρά την τεχνολογική μας ανάπτυξη, οι

άνθρωποι είμαστε ακόμη έρμαιο των νόμων της φύσης. Επιπρόσθετα, το 38,7% συμφώνησε πως η λεγόμενη οικολογική κρίση που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα, έχει γίνει σε μεγάλο βαθμό υπερβολική ενώ το 41,9% επίσης συμφώνησε πως η γη είναι σαν ένα διαστημόπλοιο με πολύ περιορισμένο χώρο και πόρους. Ένα αρκετά υψηλό ποσοστό της τάξης του 43,5% συμφώνησε με το ότι οι άνθρωποι ήταν γραφτό να αποφασίζουν για την υπόλοιπη φύση και ένα ακόμη πιο υψηλό ποσοστό της τάξης του 61,3% συμφώνησε και αυτό στο ότι η ισορροπία της φύσης είναι πολύ λεπτή και διαταράζεται εύκολα. Τέλος, το 45,8% συμφώνησε πως οι άνθρωποι θα μάθουν τελικά αρκετά για το πώς λειτουργεί η φύση, έτσι ώστε να είναι σε θέση να την ελέγχουν ενώ το 48,4% του δείγματος βρέθηκε απόλυτα σύμφωνο με το ότι εάν τα πράγματα συνεχίσουν ως έχουν, θα βιώσουμε σύντομα μια μεγάλη περιβαλλοντική καταστροφή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται η εκτίμηση των υποδειγμάτων παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επιδρούν στην υιοθέτηση βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς από τους ερωτώμενους. Ειδικότερα, εκτιμώνται υποδείγματα i) πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό επίδοσης των ερωτώμενων στην κλίμακα NEP, δηλαδή για το βαθμό της περιβαλλοντικής τους ευαισθητοποίησης, ii) λογιστικής παλινδρόμησης για την πιθανότητα οι ερωτώμενοι να ανακυκλώνουν, iii) πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι ελαχιστοποιούν τα προϊόντα που αγοράζουν, iv) πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι επαναχρησιμοποιούν τα προϊόντα πριν τα πετάξουν, v) πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι ενδιαφέρονται για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούν και vi) πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό συχνότητας στον οποίο οι ερωτώμενοι αγοράζουν προϊόντα με οικολογική συσκευασία.

4.1 Εκτίμηση υποδείγματος του βαθμού περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, μέσω της επίδοσης των ερωτώμενων στην κλίμακα NEP

Σε προγενέστερες έρευνες (Roberts, 1996; Lincoln and Ardoin, 2015; Johnson et al., 2004; Steger et al., 1989; Luo and Deng, 2008; Schultz, 2001; Chung and Poon, 2000) εκτιμάται εξίσωση παλινδρόμησης για το βαθμό επίδοσης του ερωτώμενου στην κλίμακα NEP, που βασίζεται στις ακόλουθες μεταβλητές που αφορούν δημογραφικά στοιχεία, όπως το φύλο και η ηλικία, αλλά και μεταβλητές που σχετίζονται με απόψεις, στάσεις και συμπεριφορές απέναντι στο περιβάλλον.

Εκτιμήθηκε η παρακάτω εξίσωση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης. (4.1)

$$\begin{aligned} \text{Sum15} = & b_0 + b_1 * \text{gender} + b_2 * \text{age} + b_3 * \text{apasxolisineu} + b_4 * \text{income} + b_5 * \text{ypokprot} + \\ & b_6 * \text{recycle} + b_7 * \text{reduce} + b_8 * \text{reuse} + b_9 * \text{gyali} + b_{10} * \text{xarti} + b_{11} * \text{aluminio} + b_{12} * \text{plastiko} \\ & + b_{13} * \text{kados} + b_{14} * \text{dialogi} + b_{15} * \text{compost} + b_{16} * \text{melos} + b_{17} * \text{tsanta} + \\ & b_{18} * \text{e3oikonomisi} + b_{19} * \text{prperiballon} + b_{20} * \text{Rfysi} + b_{21} * \text{car} + \varepsilon_i \end{aligned}$$

Όπου:

Sum15: ποσοτική μεταβλητή που εκφράζει την επίδοση του ερωτώμενου στην κλίμακα NEP ή αλλιώς την περιβαλλοντική του ευαισθητοποίηση.

Gender: ψευδομεταβλητή που εκφράζει το φύλο του ερωτώμενου, 1=άνδρας και 0=γυναίκα.

Age: ποσοτική μεταβλητή που εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου.

Apasxolisineu: ψευδομεταβλητή που εκφράζει τον τομέα στον οποίο απασχολείται ο ερωτώμενος, 1=δημόσιος τομέας και 0=υπόλοιπα.

Income: ψευδομεταβλητή που εκφράζει το εισόδημα του ερωτώμενου, 0=κάτω από 400 €, 1= από 401 έως 800 €, 2= από 801 έως 1200 €, 3= από 1201 έως 1600 €, 4= από 1601 έως 2000 € και 5= άνω των 2000 €.

Ypokprot: μεταβλητή κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή το θέλει ο ίδιος.

Recycle: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να ανακυκλώνει, 1=ναι και 0=όχι.

Reduce: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει.

Reuse: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Gyali: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει γυαλί και μπουκάλια.

Xarti: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει χαρτί.

Aluminio: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει αλουμίνιο.

Plastiko: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει πλαστικό.

Kados: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα να υπάρχει μπλε κάδος ανακύκλωσης στο πεζοδρόμιο κοντά στην οικία του ερωτώμενου, 1=ναι και 0=όχι.

Dialogi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κάνει διαλογή στην πηγή.

Compost: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κάνει κομποστοποίηση.

Melos: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να είναι μέλος σε κάποια ομάδα φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς, 1=ναι και 0=όχι.

Tsanta: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές του.

Ezoikonomisi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί.

Prperiballon: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος δίνει προτεραιότητα στο περιβάλλον και την προστασία του.

Rfysi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος σέβεται τη φύση.

Car: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα το νοικοκυριό του ερωτώμενου να έχει αυτοκίνητο, 1=ναι και 0=όχι.

ei: εκφράζει τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Η τελική εξίσωση παλινδρόμησης είναι:

$$\text{Sum15} = 19,190 + 1,857 * \text{gender} + 0,106 * \text{age} - 0,290 * \text{income} + 1,870 * \text{apasxolisineu} + 1,799 * \text{ypokprot} - 1,704 * \text{car} + 10,796 * \text{recycle} - 0,801 * \text{gyali}$$

Στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 5% αποτελεί το φύλο του ερωτώμενου και ασκεί θετική επίδραση στην επίδοσή του στην κλίμακα NEP. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως οι γυναίκες, σε σύγκριση με τους άνδρες, σημειώνουν υψηλότερες επιδόσεις στην κλίμακα NEP, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο

περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες (Roberts, 1996; Johnson et al., 2004; Schultz, 2001).

Η ηλικία του ερωτώμενου αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στην επίδοσή του στην κλίμακα NEP. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο αυξάνεται η ηλικία κάποιου, αυξάνεται και η επίδοσή του στην κλίμακα NEP, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένος (Roberts, 1996; Luo and Deng, 2008; Schultz, 2001).

Ακόμη, το μηνιαίο εισόδημα του ερωτώμενου αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 1% και ασκεί αρνητική επίδραση στην επίδοσή του στην κλίμακα NEP. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο μειώνεται το επίπεδο του εισοδήματος κάποιου, αυξάνεται η επίδοσή του στην κλίμακα NEP, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένος περιβαλλοντικά (Roberts, 1996; Lincoln and Ardoin, 2015).

Ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή το θέλει ο ίδιος αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα με θετική επίδραση στην επίδοσή του στην κλίμακα NEP. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο περισσότερο ο ερωτώμενος υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή το θέλει ο ίδιος, αυξάνεται η επίδοσή του στην κλίμακα NEP, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένος.

Επιπλέον, η πιθανότητα να ανακυκλώνει ο ερωτώμενος αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 5% και ασκεί θετική επίδραση στην επίδοσή του στην κλίμακα NEP. Εκτιμάται πως αυτοί που ανακυκλώνουν, σε σύγκριση με τους υπόλοιπους, έχουν υψηλότερες επιδόσεις στην κλίμακα NEP, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένοι περιβαλλοντικά.

Ο βαθμός συχνότητας που ο ερωτώμενος ανακυκλώνει γυαλί είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και ασκεί αρνητική επίδραση στην επίδοσή του στην κλίμακα NEP. Εκτιμάται, λοιπόν, πως όσο λιγότερο συχνά ανακυκλώνει κάποιος γυαλί σημειώνει υψηλότερη επίδοση στην κλίμακα NEP, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένος.

Πρόσθετα, η πιθανότητα το νοικοκυριό του ερωτώμενου να έχει αυτοκίνητο αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 5% και ασκεί αρνητική επίδραση στην επίδοσή του στην κλίμακα NEP. Εκτιμήθηκε πως αυτοί που δεν

έχουν αυτοκίνητο σημειώνουν υψηλότερη επίδοση στην κλίμακα NEP, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένοι περιβαλλοντικά.

Επιπρόσθετα, εξετάστηκαν και άλλες μεταβλητές όπως ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να ελαχιστοποιεί τα προϊόντα που αγοράζει (reduce), ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει (reuse), ο βαθμός συχνότητας που ο ερωτώμενος ανακυκλώνει χαρτί (charti), αλουμίνιο (aluminio) και πλαστικό (plastiko), η πιθανότητα να υπάρχει μπλε κάδος ανακύκλωσης κοντά στην οικία του ερωτώμενου (kados), ο βαθμός συχνότητας που ο ερωτώμενος κάνει διαλογή στην πηγή (dialogi) και κομποστοποίηση (compost), η πιθανότητα ο ερωτώμενος να είναι μέλος σε ομάδα φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς (melos), ο βαθμός συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές του (tsanta), ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών του δραστηριοτήτων (e3oikonomisi), ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος δίνει προτεραιότητα στο περιβάλλον (prperiballon) και ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος σέβεται τη φύση (Rfyysi), οι οποίες όμως δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές στο υπόδειγμα που παρουσιάστηκε.

Τέλος, στο συγκεκριμένο υπόδειγμα, το R^2 διορθωμένο ως προς τους βαθμούς ελευθερίας είναι 0,194, που σημαίνει ότι το 19,4% της διακύμανσης της επίδοσης του ερωτώμενου στην κλίμακα NEP, δηλαδή της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, ερμηνεύεται από τη συγκεκριμένη παλινδρόμηση.

Συμπερασματικά, οι ερωτώμενοι που είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι έχοντας σημειώσει υψηλότερες επιδόσεις στην κλίμακα NEP είναι οι γυναίκες, οι μεγαλύτερης ηλικίας ερωτώμενοι, εκείνοι που προσκομίζουν χαμηλό εισόδημα, εκείνοι που υιοθετούν τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή το θέλουν οι ίδιοι, εκείνοι που ανακυκλώνουν, εκείνοι που ανακυκλώνουν λιγότερο συχνά γυαλί και εκείνοι που δε διαθέτει το νοικοκυριό τους αυτοκίνητο.

Πίνακας 4.1 Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, που μετράται από το βαθμό επίδοσης των ερωτώμενων στην κλίμακα NEP.

Μεταβλητές	Υπόδειγμα Ι	Υπόδειγμα ΙΙ
	Συντελεστές	Συντελεστές
Σταθερός όρος	4,623 (0,882)	19,190*** (5,104)
Gender	1,335* (1,932)	1,857** (2,548)
Age	0,065* (1,796)	0,106*** (2,789)
Apasxolisineu	0,560 (0,437)	1,870 (1,377)
Income	-0,209** (-2,431)	-0,290*** (-3,168)
Υποκprot	1,109*** (2,940)	1,799*** (5,214)
Recycle	19,704*** (3,393)	10,796** (2,455)
Reduce	-1,256*** (-2,701)	---
Reuse	-0,078 (-0,186)	---
Gyali	-0,471 (-0,960)	-0,801** (-2,133)
Xarti	-1,506*** (-3,344)	---
Aluminio	0,435 (1,039)	---
Plastiko	-0,264 (-0,523)	---
Kados	2,244** (2,104)	---
Dialogi	1,372*** (3,975)	---
Compost	-0,017 (-0,026)	---
Melos	-3,084* (-1,972)	---
Tsanta	-0,960*** (-2,681)	---
E3oikonomisi	0,775** (2,101)	---
Prperiballon	0,648 (1,236)	---
Rfysi	1,778*** (3,288)	---
Car	-0,545 (-0,715)	-1,704** (-2,116)
R ² adj.	0,335	0,194
F-statistic	8,411	10,289

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t-statistics.

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

4.2 Εκτίμηση υποδείγματος πιθανότητας για την ανακύκλωση των ερωτώμενων

Στην ενότητα αυτή εκτιμάται λογιστική παλινδρόμηση για την πιθανότητα να ανακυκλώνει ο ερωτώμενος, με σκοπό να προσδιοριστούν οι παράγοντες που την επηρεάζουν. Οι μεταβλητές που εξετάστηκαν αποτέλεσαν αντικείμενο μελέτης και προγενέστερων ερευνών (Abeliotis et al., 2010; Chan, 1998; Barr, 2003; Barr et al., 2001).

Εκτιμήθηκε η παρακάτω εξίσωση λογιστικής παλινδρόμησης. (4.2)

$$\text{Recycle} = b_0 + b_1 * \text{gender} + b_2 * \text{age} + b_3 * \text{educ2} + b_4 * \text{apasxolisi2} + b_5 * \text{kados} + b_6 * \text{dialogi} + b_7 * \text{compost} + b_8 * \text{enimerosi2} + b_9 * \text{biologika} + b_{10} * \text{tsanta} + b_{11} * \text{lamptires} + b_{12} * \text{oikologikosima} + b_{13} * \text{Reidi} + b_{14} * \text{Rkanones} + b_{15} * \text{Ryroxrewsi} + \varepsilon_i$$

Όπου:

Recycle: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να ανακυκλώνει, 1=ναι και 0=όχι.

Gender: ψευδομεταβλητή που εκφράζει το φύλο του ερωτώμενου, 1=άνδρας και 0=γυναίκα.

Age: ποσοτική μεταβλητή που εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου.

Educ2: ψευδομεταβλητή που εκφράζει το εκπαιδευτικό επίπεδο του ερωτώμενου, 1=υψηλό και 0=χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης.

Apasxolisineu: ψευδομεταβλητή που εκφράζει τον τομέα στον οποίο απασχολείται ο ερωτώμενος, 1=δημόσιος τομέας και 0=υπόλοιπα.

Kados: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα να υπάρχει μπλε κάδος ανακύκλωσης στο πεζοδρόμιο κοντά στην οικία του ερωτώμενου, 1=ναι και 0=όχι.

Dialogi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κάνει διαλογή στην πηγή.

Compost: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κάνει κομποστοποίηση.

Enimerosi2: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πηγή ενημέρωσης του ερωτώμενου για περιβαλλοντικά θέματα, 1=διαδίκτυο και 0=υπόλοιπα.

Biologika: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να αγοράζει βιολογικά τρόφιμα, 1=ναι και 0=όχι.

Tsanta: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές του.

Lamptires: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας.

Oikologikosima: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος εμπιστεύεται το οικολογικό σήμα των προϊόντων.

Reidi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος γνωρίζει τα ακριβή είδη που μπορούν να ανακυκλωθούν είτε στους κάδους είτε στις δημοτικές εγκαταστάσεις.

Rkanones: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος αποδέχεται τους κανόνες ανακύκλωσης.

Ryroxrewsi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος έχει την αίσθηση υποχρέωσης για την ανακύκλωση αποβλήτων.

ei: εκφράζει τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Η τελική εξίσωση παλινδρόμησης είναι:

$$\text{Recycle} = -5,436 + 1,867 \cdot \text{apasxolisi2} + 0,735 \cdot \text{kados} + 2,325 \cdot \text{dialogi} - 1,110 \cdot \text{compost} - 1,027 \cdot \text{biologika} + 0,872 \cdot \text{tsanta} + 0,561 \cdot \text{lamptires} + 0,428 \cdot \text{oikologikosima} + 0,631 \cdot \text{Reidi}$$

Από τον πίνακα 4.2 φαίνεται πως το αν ο ερωτώμενος ανακυκλώνει λόγω της απασχόλησής του είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 10% και ασκεί θετική επίδραση στο αν ο ερωτώμενος ανακυκλώνει. Εκτιμάται πως οι απασχολούμενοι στο δημόσιο τομέα είναι περισσότερο πιθανό να ανακυκλώνουν, σε σύγκριση με τους υπόλοιπους.

Ο βαθμός συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κάνει διαλογή στην πηγή είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και με θετική επίδραση στην πιθανότητα να ανακυκλώνει ο ερωτώμενος. Εκτιμάται πως όσο πιο συχνά κάποιος κάνει διαλογή στην πηγή είναι πιθανότερο να ανακυκλώνει.

Επιπλέον, ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος κάνει κομποστοποίηση βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και με αρνητική επίδραση στην πιθανότητα να ανακυκλώνει ο ερωτώμενος. Εκτιμάται, λοιπόν, πως όσο λιγότερο συχνά κάποιος κάνει κάποιος κομποστοποίηση είναι πιθανότερο να ανακυκλώνει.

Το αν ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικά τρόφιμα είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 10% και με αρνητική επίδραση στην πιθανότητα να ανακυκλώνει. Εκτιμήθηκε πως αυτοί που δεν αγοράζουν βιολογικά προϊόντα είναι πιθανότερο να ανακυκλώνουν.

Ο βαθμός συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές του είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στην πιθανότητα να ανακυκλώνει. Εκτιμάται, λοιπόν, πως όσο πιο συχνά ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων είναι πιθανότερο να ανακυκλώνει.

Πρόσθετα, ο βαθμός συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας βρέθηκε στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο 5% και με θετική επίδραση στην πιθανότητα να ανακυκλώνει. Εκτιμήθηκε πως όσο πιο συχνά κάποιος χρησιμοποιεί λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας είναι περισσότερο πιθανό να ανακυκλώνει.

Στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο 10% με θετική επίδραση στην πιθανότητα να ανακυκλώνει ο ερωτώμενος, βρέθηκε ο βαθμός στον οποίο εμπιστεύεται το οικολογικό σήμα των προϊόντων. Εκτιμάται πως όσο περισσότερο κάποιος εμπιστεύεται το οικολογικό σήμα των προϊόντων είναι πιθανότερο να ανακυκλώνει.

Ακόμη, στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και με θετική επίδραση στην πιθανότητα για ανακύκλωση, βρέθηκε ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος γνωρίζει τα ακριβή είδη που μπορούν να ανακυκλωθούν στους κάδους ή στις εγκαταστάσεις. Εκτιμήθηκε πως όσο περισσότερο καλά γνωρίζει ο ερωτώμενος τα είδη αυτά είναι πιο πιθανό να ανακυκλώνει (Barr, 2003).

Επιπρόσθετα, εξετάστηκαν και μεταβλητές, όπως το φύλο (gender), η ηλικία (age), το εκπαιδευτικό επίπεδο (educ2), η πηγή ενημέρωσης του ερωτώμενου για περιβαλλοντικά θέματα (enimerosi2), ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος αποδέχεται τους κανόνες ανακύκλωσης (Rkanones) και βαθμός στον οποίο νιώθει

υποχρεωμένος να ανακυκλώνει τα απόβλητά του (Rypoxrewsi), οι οποίες όμως δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές στο υπόδειγμα που παρουσιάστηκε.

Ακόμη, στο συγκεκριμένο υπόδειγμα, το R^2 κατά Nagelkerke είναι 0,706, που σημαίνει ότι το 70,6% της πιθανότητας να ανακυκλώνει ο ερωτώμενος ερμηνεύεται από τη συγκεκριμένη παλινδρόμηση, κατά Nagelkerke.

Πίνακας 4.2 Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για την πιθανότητα οι ερωτώμενοι να ανακυκλώνουν.

Μεταβλητές	Υπόδειγμα I Binary	Υπόδειγμα II Binary
	Συντελεστές	Συντελεστές
Σταθερός όρος	-5,815*** (14,396)	-5,436*** (20,996)
Gender	0,286 (0,287)	---
Age	-0,016 (0,215)	---
Educ2	-0,444 (0,812)	---
Apasxolisi2	2,153* (3,511)	1,867* (3,042)
Kados	0,812 (1,784)	0,735 (1,558)
Dialogi	2,376*** (37,874)	2,325*** (41,050)
Compost	-0,979* (2,819)	-1,110** (4,317)
Enimerosi2	0,122 (0,053)	---
Biologika	-1,027* (3,361)	-1,027* (3,690)
Tsanta	0,849** (6,316)	0,872*** (8,463)
Lamptires	0,606** (5,326)	0,561** (5,180)
Oikologikosima	0,452* (2,759)	0,428* (3,065)
Reidi	0,666** (5,891)	0,631** (6,574)
Rkanones	0,453 (1,528)	---
Rypoxrewsi	-0,320 (0,897)	---
R^2 (Nagelkerke)	0,716	0,706
-2 Log likelihood	120,378	123,774
<i>Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική Wald.</i> <i>Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.</i>		

Συμπερασματικά, οι ερωτώμενοι που ανακυκλώνουν τα απόβλητά τους είναι εκείνοι που απασχολούνται στο δημόσιο τομέα, εκείνοι που κάνουν συχνά διαλογή στην πηγή, εκείνοι που κάνουν σπάνια κομποστοποίηση, εκείνοι που δεν αγοράζουν βιολογικά τρόφιμα, εκείνοι που χρησιμοποιούν πολύ την τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές τους, εκείνοι που χρησιμοποιούν πολύ τους λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας, εκείνοι που εμπιστεύονται πολύ το οικολογικό σήμα των προϊόντων και εκείνοι που γνωρίζουν σε μεγάλο βαθμό τα είδη που μπορούν να ανακυκλωθούν στους κάδους και τις εγκαταστάσεις.

4.3 Εκτίμηση υποδείγματος για την ελαχιστοποίηση των προϊόντων που αγοράζουν οι ερωτώμενοι

Στη συγκεκριμένη ενότητα εκτιμάται πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι ελαχιστοποιούν τα προϊόντα που αγοράζουν, με σκοπό να προσδιοριστούν οι παράγοντες που τον επηρεάζουν. Οι μεταβλητές που εξετάστηκαν αποτέλεσαν αντικείμενο μελέτης και προγενέστερων ερευνών (Abeliotis et al., 2010, Ando et al. 2010, οι Barr et al. 2001, Chung and Poon, 2000).

Εκτιμήθηκε η παρακάτω εξίσωση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης. (4.3)

$$\text{Reduce} = b_0 + b_1 * \text{gender} + b_2 * \text{age} + b_3 * \text{car} + b_4 * \text{metakinisi} + b_5 * \text{mmm} + b_6 * \text{recycle} + b_7 * \text{compost} + b_8 * \text{melos} + b_9 * \text{biologika} + b_{10} * \text{gala} + b_{11} * \text{e3oikonomisi} + b_{12} * \text{reuse} + b_{13} * \text{Rgnwsi} + b_{14} * \text{texnolpr} + b_{15} * \text{diatprot} + b_{16} * \text{Sum15} + b_{17} * \text{Benoxi} + \varepsilon_i$$

Όπου:

Reduce: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει.

Gender: ψευδομεταβλητή που εκφράζει το φύλο του ερωτώμενου, 1=άνδρας και 0=γυναίκα.

Age: ποσοτική μεταβλητή που εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου.

Car: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα το νοικοκυριό του ερωτώμενου να έχει αυτοκίνητο, 1=ναι και 0=όχι.

Metakinisi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος μεταβαίνει στο χώρο εργασίας του με το αυτοκίνητο.

Mmm: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί για τη γενικότερη μετακίνησή του τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

Recycle: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να ανακυκλώνει, 1=ναι και 0=όχι.

Compost: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κάνει κομποστοποίηση.

Melos: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να είναι μέλος σε κάποια ομάδα φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς, 1=ναι και 0=όχι.

Biologika: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να αγοράζει βιολογικά τρόφιμα, 1=ναι και 0=όχι.

Gala: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας που ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικό γάλα.

Ezoikonomisi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί.

Reuse: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Rgnwsi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος κατέχει περιβαλλοντική γνώση.

Techno/pr: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος είναι υπέρ της τεχνολογικής προόδου έστω κι αν έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον.

Diatprot: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τον αναγκάζουν.

Sum15: ποσοτική μεταβλητή που εκφράζει την επίδοση του ερωτώμενου στην κλίμακα NEP ή αλλιώς την περιβαλλοντική του ευαισθητοποίηση.

Benoxi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος νιώθει ενοχή για τις συνέπειες στο περιβάλλον σε περίπτωση μη αγοράς βιολογικών προϊόντων.

ε_i: εκφράζει τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Η τελική εξίσωση παλινδρόμησης είναι:

$$\text{Reduce} = 1,562 + 0,098*\text{mmm} + 0,420*\text{melos} - 1,285*\text{biologika} + 0,138*\text{gala} + 0,247*\text{e3oikonomisi} + 0,381*\text{reuse} - 0,094*\text{texnolpr} + 0,122*\text{diatprot} - 0,013*\text{Sum15} + 0,100*\text{Benoxi}$$

Από τον πίνακα 4.3 φαίνεται πως ο βαθμός συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τα μέσα μαζικής μεταφοράς για τη μετακίνηση του είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει. Εκτιμάται πως όσο πιο συχνά χρησιμοποιεί κάποιος τα μέσα μαζικής μεταφοράς αυξάνει το βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει.

Η πιθανότητα να είναι ο ερωτώμενος μέλος κάποιας φιλο-περιβαλλοντικής ομάδας είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως κάποιος που είναι μέλος σε ομάδα φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς αυξάνει το βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει.

Η πιθανότητα να αγοράζει βιολογικά τρόφιμα ο ερωτώμενος αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 5% και με αρνητική επίδραση στο βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει. Εκτιμήθηκε πως κάποιος που δεν αγοράζει βιολογικά τρόφιμα αυξάνει το βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει.

Ακόμη, ο βαθμός συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικό γάλα βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων

που αγοράζει. Εκτιμάται, λοιπόν, πως όσο πιο συχνά αγοράζει κάποιος βιολογικό γάλα αυξάνει το βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει.

Πρόσθετα, ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί φάνηκε να είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και με θετική επίδραση στο βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει. Εκτιμάται πως όσο περισσότερο ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων κάποιος, αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει.

Στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και με θετικό πρόσημο για το βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει, είναι ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να επαναχρησιμοποιεί τα χρησιμοποιημένα προϊόντα πριν τα πετάξει. Εκτιμάται πως όσο πιο πολύ προσπαθεί να κάνει κάποιος επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει.

Ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος είναι υπέρ της τεχνολογικής προόδου, έστω κι αν έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και ασκεί αρνητική επίδραση στο βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο λιγότερο ο ερωτώμενος είναι υπέρ της τεχνολογικής προόδου, αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει.

Ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τον αναγκάζουν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει. Εκτιμάται πως όσο πιο πολύ κάποιος υιοθετεί βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τον αναγκάζουν αυξάνει το βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει.

Ο βαθμός της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, δηλαδή της επίδοσης του ερωτώμενου στην κλίμακα NEP, βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε

επίπεδο 5% και ασκεί αρνητική επίδραση στο βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει. Εκτιμάται πως όσο λιγότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένος είναι κάποιος αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει.

Ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος ωθείται στην αγορά βιολογικών προϊόντων λόγω της ενοχής που νιώθει για τις αρνητικές συνέπειες για το περιβάλλον αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 5% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει. Εκτιμάται, λοιπόν, πως όσο περισσότερο κάποιος αγοράζει βιολογικά προϊόντα λόγω της ενοχής που νιώθει, αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα προϊόντων που αγοράζει.

Επιπρόσθετα, εξετάστηκαν και μεταβλητές όπως το φύλο (gender), η ηλικία (age), η πιθανότητα κατοχής αυτοκινήτου (car), ο βαθμός συχνότητας μετάβασης στο χώρο εργασίας με το αυτοκίνητο (metakinisi), η πιθανότητα ανακύκλωσης (recycle), ο βαθμός συχνότητας πραγματοποίησης κομποστοποίησης (compost) και ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος κατέχει περιβαλλοντική γνώση (Rgnwsi), οι οποίες όμως δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές στο υπόδειγμα που παρουσιάστηκε.

Ακόμη, στο συγκεκριμένο υπόδειγμα, το R^2 διορθωμένο ως προς τους βαθμούς ελευθερίας είναι 0,460 που σημαίνει ότι το 46% της διακύμανσης του βαθμού στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει, ερμηνεύεται από τη συγκεκριμένη παλινδρόμηση.

Πίνακας 4.3 Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι ελαχιστοποιούν τα προϊόντα που αγοράζουν.

Μεταβλητές	Υπόδειγμα I	Υπόδειγμα II
	Συντελεστές	Συντελεστές
Σταθερός όρος	1,532** (2,413)	1,562** (2,589)
Gender	-0,060 (-0,702)	---
Age	0,007 (1,629)	---
Car	-0,181 (-1,427)	---
Metakinisi	0,010 (0,916)	---
Mmm	0,098** (2,463)	0,098*** (2,746)
Recycle	-0,089 (-0,834)	---
Compost	0,096 1,198	---
Melos	0,402** (0,031)	0,420** (2,308)
Biologika	-1,297** (-2,075)	-1,285** (-2,072)
Gala	0,136** (2,312)	0,138** (2,355)
E3oikonomisi	0,233*** (5,548)	0,247*** (6,100)
Reuse	0,364*** (8,246)	0,381*** (8,932)
Rgnwsi	0,075 (1,467)	---
Texnolpr	-0,076* (-1,695)	-0,094** (-2,165)
Diatprot	0,117** (2,012)	0,122** (2,151)
Sum15	-0,013** (-2,033)	-0,013** (-1,975)
Benoxi	0,086** (1,994)	0,100** (2,421)
R ² adj.	0,462	0,460
F-statistic	16,639	27,343
<u>Σημείωση:</u> Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t-statistics. Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.		

Συμπερασματικά, οι ερωτώμενοι που ελαχιστοποιούν την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζουν είναι εκείνοι που χρησιμοποιούν συχνά τα μέσα μαζικής μεταφοράς, εκείνοι που είναι μέλος ομάδας φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς, εκείνοι που δεν αγοράζουν βιολογικά τρόφιμα, εκείνοι που αγοράζουν συχνά βιολογικό γάλα, εκείνοι που ενδιαφέρονται πολύ για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω

φίλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων, εκείνοι που επαναχρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό τα προϊόντα τους, εκείνοι που είναι λιγότερο υπέρ της τεχνολογικής προόδου, εκείνοι που υιοθετούν τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τους αναγκάζουν, εκείνοι που έχουν χαμηλότερες επιδόσεις στην κλίμακα NEP και εκείνοι που αγοράζουν βιολογικά τρόφιμα λόγω της ενοχής που νιώθουν για το περιβάλλον.

4.4 Εκτίμηση υποδείγματος για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι επαναχρησιμοποιούν τα προϊόντα

Στη συγκεκριμένη ενότητα εκτιμάται πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση για το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα του πριν τα πετάξει, με σκοπό να προσδιοριστούν οι παράγοντες που τον επηρεάζουν. Οι μεταβλητές που εξετάστηκαν αποτέλεσαν αντικείμενο μελέτης και προγενέστερων ερευνών (Abeliotis et al., 2010, Barr et al. 2001).

Εκτιμήθηκε η παρακάτω εξίσωση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης. (4.4)

$$\text{Reuse} = b_0 + b_1 * \text{age} + b_2 * \text{mmm} + b_3 * \text{recycle} + b_4 * \text{plastiko} + b_5 * \text{kados} + b_6 * \text{dialogi} + b_7 * \text{melos} + b_8 * \text{diakoptes} + b_9 * \text{nero} + b_{10} * \text{e3oikonomisi} + b_{11} * \text{prperiballon} + b_{12} * \text{reduce} + b_{13} * \text{metaxruxa} + b_{14} * \text{xrimposo} + b_{15} * \text{texnolpr} + b_{16} * \text{diatprot} + \varepsilon_i$$

Όπου:

Reuse: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Age: ποσοτική μεταβλητή που εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου.

Mmm: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί για τη γενικότερη μετακίνησή του τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

Recycle: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να ανακυκλώνει, 1=ναι και 0=όχι.

Plastiko: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει πλαστικό.

Kados: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα να υπάρχει μπλε κάδος ανακύκλωσης στο πεζοδρόμιο κοντά στην οικία του ερωτώμενου, 1=ναι και 0=όχι.

Dialogi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κάνει διαλογή στην πηγή.

Melos: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να είναι μέλος σε κάποια ομάδα φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς, 1=ναι και 0=όχι.

Diakoptes: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κλείνει τους διακόπτες όταν εξέρχεται από το δωμάτιο.

Nero: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος εξοικονομεί νερό, κλείνοντας τη βρύση όταν δε τη χρειάζεται.

Ezoikonomisi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί.

Prperiballon: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος δίνει προτεραιότητα στο περιβάλλον και την προστασία του.

Reduce: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει.

Metaxruxa: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος δίνει ενδύματα και υποδήματα σε άλλους.

Xrimposo: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος είναι πρόθυμος να καταβάλλει ένα χρηματικό ποσό προκειμένου να εξασφαλίσει ότι η ενέργεια που καταναλώνει θα παράγεται από κάποια ανανεώσιμη πηγή ενέργειας.

TexnoIpr: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος είναι υπέρ της τεχνολογικής προόδου έστω κι αν έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον.

Diatprot: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τον αναγκάζουν.

ει: εκφράζει τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Η τελική εξίσωση παλινδρόμησης είναι:

$$\text{Reuse} = - 0,053 + 0,430 \cdot \text{kados} + 0,146 \cdot \text{diakoptes} - 0,112 \cdot \text{e3oikonomisi} + 0,198 \cdot \text{prperiballon} + 0,446 \cdot \text{reduce} + 0,137 \cdot \text{metaxruxa} + 0,110 \cdot \text{xrimposo} + 0,125 \cdot \text{texnolpr} - 0,164 \cdot \text{diatprot}$$

Από τον πίνακα 4.4 βρέθηκε ότι η πιθανότητα ύπαρξης μπλε κάδου ανακύκλωσης κοντά στην κατοικία του ερωτώμενου αποτελεί στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όταν υπάρχει μπλε κάδος ανακύκλωσης κοντά στην κατοικία του ερωτώμενου αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Επιπλέον, στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και με θετική επίδραση στο βαθμό επαναχρησιμοποίησης, αποτελεί ο βαθμός στον οποίο οι ερωτώμενοι κλείνουν τους διακόπτες όταν εξέρχονται από το δωμάτιο. Εκτιμάται πως όσο πιο συχνά οι ερωτώμενοι κλείνουν τους διακόπτες, αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο επαναχρησιμοποιούν τα προϊόντα πριν τα πετάξουν.

Στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και με αρνητική επίδραση στο βαθμό επαναχρησιμοποίησης, βρέθηκε ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί. Εκτιμήθηκε πως όσο λιγότερο ενδιαφέρεται κάποιος για την εξοικονόμηση χρημάτων αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα του πριν τα πετάξει.

Ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος δίνει προτεραιότητα στο περιβάλλον αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό επαναχρησιμοποίησης. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο περισσότερη προτεραιότητα δίνει κάποιος στο περιβάλλον, αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να ελαχιστοποιεί τα προϊόντα που αγοράζει είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό επαναχρησιμοποίησης. Εκτιμάται πως όσο

περισσότερο κάποιος προσπαθεί να ελαχιστοποιεί τα απόβλητά του αυξάνει το βαθμό στον οποίο επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Επιπλέον, ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος δίνει σε άλλους μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό επαναχρησιμοποίησης. Εκτιμάται πως όσο περισσότερο κάποιος δίνει μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα σε άλλους αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Παράλληλα, στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και με θετική επίδραση στο βαθμό επαναχρησιμοποίησης αποτελεί η προθυμία των ερωτώμενων να καταβάλλουν ένα χρηματικό ποσό προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι η ενέργεια που καταναλώνουν θα παράγεται από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Εκτιμάται πως όσο πιο πρόθυμος είναι κάποιος για την καταβολή του χρηματικού ποσού αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Ο βαθμός στον οποίο οι ερωτώμενοι είναι υπέρ της τεχνολογικής προόδου έστω κι αν έχει αρνητικές επιπτώσεις για το περιβάλλον, βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό επαναχρησιμοποίησης. Εκτιμήθηκε πως όσο περισσότερο υπέρ της τεχνολογικής προόδου είναι κάποιος αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% με αρνητική επίδραση στο βαθμό επαναχρησιμοποίησης, είναι ο βαθμός στον οποίο οι ερωτώμενοι υιοθετούν τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τους αναγκάζουν. Εκτιμήθηκε, λοιπόν πως όσο λιγότερο υιοθετεί κάποιος τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά λόγω εξαναγκασμού, αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Επιπρόσθετα, εξετάστηκαν και μεταβλητές, όπως η ηλικία (age), ο βαθμός συχνότητας της χρήσης των μέσων μαζικής μεταφοράς (mmm), η πιθανότητα ανακύκλωσης (recycle), ο βαθμός συχνότητας ανακύκλωσης πλαστικού (plastiko), ο βαθμός συχνότητας πραγματοποίησης διαλογής στην πηγή (dialogi), η πιθανότητα ο ερωτώμενος να είναι μέλος σε κάποια ομάδα φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς (melos) και ο βαθμός συχνότητας εξοικονόμησης νερού, κλείνοντας τη βρύση

(nero), οι οποίες όμως δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές στο υπόδειγμα που παρουσιάστηκε.

Ακόμη, στο συγκεκριμένο υπόδειγμα, το R^2 διορθωμένο ως προς τους βαθμούς ελευθερίας του είναι 0,446, που σημαίνει ότι το 44,6% του βαθμού επαναχρησιμοποίησης των προϊόντων από τον ερωτώμενο, ερμηνεύεται από τη συγκεκριμένη παλινδρόμηση.

Πίνακας 4.4 Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι επαναχρησιμοποιούν τα προϊόντα τους πριν τα πετάξουν.

Μεταβλητές	Υπόδειγμα I	Υπόδειγμα II
	Συντελεστές	Συντελεστές
Σταθερός όρος	0,402 (0,657)	-0,053 (-0,221)
Age	0,001 (0,131)	---
Mmm	-0,009 (-0,230)	---
Recycle	-0,596 (-0,982)	---
Plastiko	0,049 (0,904)	---
Kados	0,417*** (2,912)	0,430*** (3,162)
Dialogi	0,019 (0,402)	---
Melos	0,158 (0,777)	---
Diakoptes	0,120* (1,816)	0,146** (2,475)
Nero	0,054 (0,767)	---
E3oikonomisi	-0,116** (-2,237)	-0,112** (-2,218)
Prperiballon	0,186*** (3,229)	0,198*** (3,707)
Reduce	0,428*** (7,335)	0,446*** (7,987)
Metaxruxa	0,129*** (3,091)	0,137*** (3,498)
Xrimposo	0,099** (2,098)	0,110** (2,412)
Texnolpr	0,123** (2,593)	0,125*** (2,675)
Diatprot	-0,160** (-2,527)	-0,164*** (-2,652)
R ² adj.	0,438	0,446
F-statistic	16,057	28,592

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t-statistics.

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

Συμπερασματικά, οι ερωτώμενοι που επαναχρησιμοποιούν τα προϊόντα πριν τα πετάξουν είναι εκείνοι που κοντά στην κατοικία τους υπάρχει μπλε κάδος ανακύκλωσης, εκείνοι που κλείνουν συχνά τους διακόπτες όταν εξέρχονται από το δωμάτιο, εκείνοι που ενδιαφέρονται λιγότερο για την εξοικονόμηση χρημάτων από τις φιλο-περιβαλλοντικές δραστηριότητες που πραγματοποιούν, εκείνοι που δίνουν σε μεγάλο βαθμό προτεραιότητα στο περιβάλλον, εκείνοι που ελαχιστοποιούν σε μεγάλο βαθμό τα προϊόντα που αγοράζουν, εκείνοι που δίνουν σε μεγάλο βαθμό σε άλλους μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα, εκείνοι που είναι πολύ πρόθυμοι να καταβάλλουν κάποιο χρηματικό ποσό για την προστασία του περιβάλλοντος, εκείνοι που είναι υπέρ της τεχνολογικής προόδου και εκείνοι που σε μικρό βαθμό υιοθετούν τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τους αναγκάζουν.

4.5 Εκτίμηση υποδείγματος για το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω την φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί

Στη συγκεκριμένη ενότητα εκτιμάται πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι ενδιαφέρονται για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων τους, με σκοπό τον εντοπισμό των παραγόντων που τον επηρεάζουν.

Εκτιμήθηκε η παρακάτω πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση. (4.5)

$$E_{\text{zoikonomisi}} = b_0 + b_1 \cdot \text{apasxolisineu} + b_2 \cdot \text{mmm} + b_3 \cdot \text{diakoptes} + b_4 \cdot \text{lamptires} + b_5 \cdot \text{nero} + b_6 \cdot \text{prperiballon} + b_7 \cdot \text{reduce} + b_8 \cdot \text{reuse} + b_9 \cdot \text{metaxruxa} + b_{10} \cdot \text{oikologikosima} + \varepsilon_i$$

Όπου:

Ezoikonomisi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί.

Apasxolisinew: ψευδομεταβλητή που εκφράζει τον τομέα στον οποίο απασχολείται ο ερωτώμενος, 1=δημόσιος τομέας και 0=υπόλοιπα.

Mmm: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί για τη γενικότερη μετακίνησή του τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

Diakoptes: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κλείνει τους διακόπτες όταν εξέρχεται από το δωμάτιο.

Lamptires: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας.

Nero: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος εξοικονομεί νερό, κλείνοντας τη βρύση όταν δε τη χρειάζεται.

Prperiballon: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος δίνει προτεραιότητα στο περιβάλλον και την προστασία του.

Reduce: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει.

Reuse: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος προσπαθεί να επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

Metaxruxa: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος δίνει ενδύματα και υποδήματα σε άλλους.

Oikologikosima: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος εμπιστεύεται το οικολογικό σήμα των προϊόντων.

ei: εκφράζει τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Η τελική εξίσωση παλινδρόμησης είναι:

$$E_{\text{oikonomisi}} = 0,325 + 0,233 \cdot \text{diakoptes} + 0,235 \cdot \text{nero} + 0,221 \cdot \text{prperiballon} + 0,261 \cdot \text{reduce} - 0,131 \cdot \text{reuse} + 0,112 \cdot \text{metaxruxa} - 0,057 \cdot \text{oikologikosima}$$

Από τον πίνακα 4.5 φαίνεται πως στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 1% και με θετική επίδραση στο βαθμό ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων, αποτελεί ο βαθμός συχνότητας που οι ερωτώμενοι κλείνουν τους

διακόπτες φωτός όταν εξέρχονται από το δωμάτιο. Εκτιμάται πως όσο πιο συχνά κάποιος κλείνει τους διακόπτες φωτός αυξάνεται ο βαθμός ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων.

Ο βαθμός συχνότητας εξοικονόμησης νερού, κλείνοντας τη βρύση, βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων. Εκτιμήθηκε πως όσο πιο συχνά κάποιος εξοικονομεί νερό αυξάνεται ο βαθμός ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων.

Ο βαθμός στον οποίο οι ερωτώμενοι δίνουν προτεραιότητα στο περιβάλλον είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων. Εκτιμάται, λοιπόν, πως όσο περισσότερο κάποιος δίνει προτεραιότητα στο περιβάλλον αυξάνεται ο βαθμός ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων.

Επιπλέον, στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο 1% και με θετική επίδραση στο βαθμό ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων αποτελεί ο βαθμός ελαχιστοποίησης της ποσότητας των προϊόντων που αγοράζουν οι ερωτώμενοι. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο περισσότερο κάποιος προσπαθεί να ελαχιστοποιεί τα απόβλητά του αυξάνεται ο βαθμός ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί.

Ο βαθμός στον οποίο οι ερωτώμενοι προσπαθούν να επαναχρησιμοποιούν τα προϊόντα, πριν τα πετάξουν, αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 1% και ασκεί αρνητική επίδραση στο βαθμό ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων. Εκτιμάται πως όσο λιγότερο προσπαθεί κάποιος να επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα του αυξάνεται ο βαθμός ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων.

Επιπλέον, ο βαθμός στον οποίο οι ερωτώμενοι δίνουν μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα σε άλλους είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο περισσότερο κάποιος δίνει μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα σε άλλους αυξάνεται ο βαθμός ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων του.

Επιπρόσθετα, εξετάστηκαν και άλλες μεταβλητές, όπως ο τομέας απασχόλησης των ερωτώμενων, ο βαθμός συχνότητας που οι ερωτώμενοι χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής μεταφοράς και ο βαθμός συχνότητας που οι ερωτώμενοι χρησιμοποιούν λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας, οι οποίες όμως δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές στο υπόδειγμα που παρουσιάστηκε.

Τέλος, στο συγκεκριμένο υπόδειγμα, το R^2 διορθωμένο ως προς τους βαθμούς ελευθερίας είναι 0,311, που σημαίνει ότι το 31,1% της διακύμανσης του βαθμού ενδιαφέροντος για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί ο ερωτώμενος, ερμηνεύεται από τη συγκεκριμένη παλινδρόμηση.

Πίνακας 4.5 Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι ενδιαφέρονται για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων τους.

Μεταβλητές	Υπόδειγμα I	Υπόδειγμα II
	Συντελεστές	Συντελεστές
Σταθερός όρος	0,294 (1,159)	0,325 (1,345)
Apasxolisineu	0,232 (1,299)	---
Mmm	0,038 (0,869)	---
Diakoptes	0,176** (2,282)	0,233*** (3,368)
Lampitres	0,084 (1,456)	---
Nero	0,231*** (3,131)	0,235*** (3,179)
Prperiballon	0,221*** (3,465)	0,221*** (3,463)
Reduce	0,242*** (3,606)	0,261*** (3,924)
Reuse	-0,132** (-2,105)	-0,131** (-2,088)
Metaxruxa	0,083* (1,798)	0,112** (2,552)
Oikologikosima	-0,061 (-1,049)	-0,057 (-0,978)
R^2 adj.	0,315	0,311
F-statistic	15,229	20,958
<u>Σημείωση:</u> Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t-statistics. Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.		

Συμπερασματικά, οι ερωτώμενοι που ενδιαφέρονται για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούν είναι εκείνοι που κλείνουν τους διακόπτες του φωτός, όταν εξέρχονται από το δωμάτιο, σε μεγάλο βαθμό, εκείνοι που εξοικονομούν νερό, κλείνοντας τη βρύση, σε μεγάλο βαθμό, εκείνοι που δίνουν σε μεγάλο βαθμό προτεραιότητα στον περιβάλλον, εκείνοι που προσπαθούν σε μεγάλο βαθμό να ελαχιστοποιήσουν τα απόβλητά τους, εκείνοι που σε μικρό βαθμό προσπαθούν να επαναχρησιμοποιήσουν τα προϊόντα τους πριν τα πετάξουν και εκείνοι που σε μεγάλο βαθμό δίνουν σε άλλους μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα.

4.6 Εκτίμηση υποδείγματος για το βαθμό συχνότητας στον οποίο οι ερωτώμενοι αγοράζουν προϊόντα με οικολογική συσκευασία

Στην ενότητα αυτή εκτιμάται πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση για το βαθμό συχνότητας στον οποίο οι ερωτώμενοι αγοράζουν προϊόντα με οικολογική συσκευασία, με σκοπό τον εντοπισμό των παραγόντων που τον επηρεάζουν.

Εκτιμήθηκε η παρακάτω εξίσωση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης. (4.6)

$$\text{Oikolsyskeuasias} = b_0 + b_1 * \text{gender} + b_2 * \text{car} + b_3 * \text{enimerosinew} + b_4 * \text{recycle} + b_5 * \text{gyali} + b_6 * \text{xarti} + b_7 * \text{aluminio} + b_8 * \text{plastiko} + b_9 * \text{drastiriotites} + b_{10} * \text{biologika} + b_{11} * \text{gala} + b_{12} * \text{kreas} + b_{13} * \text{laxanika} + b_{14} * \text{dimitriaka} + b_{15} * \text{tsanta} + b_{16} * \text{diakoptes} + b_{17} * \text{Rka9aroperib} + b_{18} * \text{Rfysi} + b_{19} * \text{idibks} + b_{20} * \text{piesi} + \epsilon_i$$

Όπου:

Gender: ψευδομεταβλητή που εκφράζει το φύλο του ερωτώμενου, 1=άνδρας και 0=γυναίκα.

Car: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα το νοικοκυριό του ερωτώμενου να έχει αυτοκίνητο, 1=ναι και 0=όχι.

Enimerosinew: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πηγή ενημέρωσης του ερωτώμενου για περιβαλλοντικά θέματα, 1=διαδίκτυο και 0=υπόλοιπα.

Recycle: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να ανακυκλώνει, 1=ναι και 0=όχι.

Gyali: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει γυαλί και μπουκάλια.

Xarti: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει χαρτί.

Aluminio: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει αλουμίνιο.

Plastiko: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει πλαστικό.

Drastiriotites: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να συμμετέχει ενεργά σε δραστηριότητες φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς, 1=ναι και 0=όχι.

Biologika: ψευδομεταβλητή που εκφράζει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να αγοράζει βιολογικά τρόφιμα, 1=ναι και 0=όχι.

Gala: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας που ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικό γάλα.

Kreas: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας που ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικό κρέας.

Laxanika: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας που ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικά λαχανικά.

Dimitriaka: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας που ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικά δημητριακά και ζυμαρικά.

Tsanta: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές του.

Diakoptes: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κλείνει τους διακόπτες όταν εξέρχεται από το δωμάτιο.

Rka9aroperib: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος υποστηρίζει το δικαίωμα για καθαρό περιβάλλον και αίσθηση προσωπικής ευθύνης.

Rfysi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος σέβεται τη φύση.

Idibks: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος έχει ήδη υιοθετήσει βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά.

Piesi: μεταβλητή της κλίμακας Likert που εκφράζει το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος ωθείται στην αγορά αγαθών που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον λόγω της πίεσης που νιώθει από τους συνομηλίκους του.

ει: εκφράζει τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Η τελική εξίσωση παλινδρόμησης είναι:

$$\text{Oikolsyskeyasia} = 4,285 - 0,179*\text{gender} + 0,250*\text{car} - 2,324*\text{recycle} + 0,213*\text{gyali} + 0,124*\text{xarti} - 0,124*\text{aluminio} + 0,423*\text{drastiriotites} - 2,684*\text{biologika} + 0,151*\text{gala} + 0,137*\text{dimitriaka} + 0,228*\text{tsanta} + 0,116*\text{diakoptes} + 0,165*\text{Rfysi} - 0,110*\text{idibks} + 0,082*\text{piesi}$$

Από τον πίνακα 4.6 φαίνεται πως το φύλο του ερωτώμενου αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 5% και ασκεί αρνητική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία. Εκτιμάται πως οι άνδρες, συγκριτικά με τις γυναίκες, αγοράζουν πιο συχνά προϊόντα με οικολογική συσκευασία.

Επιπλέον, η πιθανότητα να διαθέτει το νοικοκυριό του ερωτώμενου αυτοκίνητο, βρέθηκε στατιστικά σημαντική μεταβλητή, σε επίπεδο 5% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία. Εκτιμήθηκε πως εκείνοι που έχουν αυτοκίνητο αγοράζουν πιο συχνά προϊόντα με οικολογική συσκευασία.

Στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και με αρνητική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία φαίνεται να είναι η πιθανότητα να ανακυκλώνει ο ερωτώμενος. Εκτιμάται πως εκείνοι που δεν ανακυκλώνουν αγοράζουν πιο συχνά προϊόντα με οικολογική συσκευασία.

Αντίθετα, ο βαθμός συχνότητας ανακύκλωσης γυαλιού βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στον βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως

όσο πιο συχνά ανακυκλώνει κάποιος γυαλί, αυξάνεται ο βαθμός συχνότητας αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία.

Παράλληλα, ο βαθμός συχνότητας ανακύκλωσης χαρτιού βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και ασκεί θετική επίδραση στον βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο πιο συχνά ανακυκλώνει κάποιος χαρτί, αυξάνεται ο βαθμός συχνότητας αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία.

Πρόσθετα, ο βαθμός συχνότητας ανακύκλωσης αλουμινίου βρέθηκε στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και ασκεί αρνητική επίδραση στον βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο πιο σπάνια ανακυκλώνει κάποιος αλουμίνιο, αυξάνεται ο βαθμός συχνότητας αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία.

Στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και με θετική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία, βρέθηκε να αποτελεί η πιθανότητα ο ερωτώμενος να συμμετέχει ενεργά σε δραστηριότητες φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς. Εκτιμάται πως εκείνοι που συμμετέχουν ενεργά σε δραστηριότητες φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς αγοράζουν πιο συχνά προϊόντα με οικολογική συσκευασία.

Η πιθανότητα να αγοράζουν οι ερωτώμενοι βιολογικά τρόφιμα αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 1% και ασκεί αρνητική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως αυτοί που δεν αγοράζουν βιολογικά τρόφιμα, αγοράζουν πιο συχνά προϊόντα με οικολογική συσκευασία.

Ο βαθμός συχνότητας αγοράς βιολογικών γαλακτοκομικών προϊόντων αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 5% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία. Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο πιο συχνά κάποιος αγοράζει βιολογικά γαλακτοκομικά προϊόντα, αυξάνεται ο βαθμός αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία.

Ομοίως, ο βαθμός συχνότητας αγοράς βιολογικών δημητριακών και ζυμαρικών αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 5% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία.

Εκτιμήθηκε, λοιπόν, πως όσο πιο συχνά κάποιος αγοράζει βιολογικά δημητριακά και ζυμαρικά, αυξάνεται ο βαθμός αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία.

Ο βαθμός συχνότητας που ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 1% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία. Εκτιμάται, λοιπόν, πως όσο πιο συχνά κάποιος χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές του, αυξάνεται ο βαθμός αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία.

Επιπλέον, ο βαθμός συχνότητας που ο ερωτώμενος κλείνει τους διακόπτες του φωτός, όταν εξέρχεται από το δωμάτιο, βρέθηκε να είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και ασκεί θετική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία. Εκτιμάται πως όσο πιο συχνά κλείνει κάποιος τους διακόπτες, όταν δε χρειάζεται το φως, αυξάνεται ο βαθμός αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία.

Ακόμη, στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο 5% και με θετική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία αποτελεί ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει επειδή σέβεται τη φύση. Εκτιμάται πως όσο περισσότερο κάποιος ανακυκλώνει επειδή σέβεται τη φύση, αυξάνεται ο βαθμός αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία.

Ο βαθμός στον οποίο οι ερωτώμενοι έχουν ήδη υιοθετήσει βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά αποτελεί στατιστικά σημαντικό παράγοντα σε επίπεδο 5% και ασκεί αρνητική επίδραση στο βαθμό συχνότητας αγοράς αγαθών με οικολογική συσκευασία. Εκτιμάται πως όσο λιγότερο έχει υιοθετήσει κάποιος τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά, αυξάνεται ο βαθμός αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία.

Επιπρόσθετα, εξετάστηκαν και μεταβλητές, όπως η πηγή ενημέρωσης του ερωτώμενου για τα περιβαλλοντικά θέματα (enimerosinew), ο βαθμός συχνότητας που ο ερωτώμενος ανακυκλώνει πλαστικό (plastiko), ο βαθμός συχνότητας που αγοράζει βιολογικό κρέας (kreas) και λαχανικά (laxanika) και ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος ανακυκλώνει επειδή υποστηρίζει το δικαίωμα για καθαρό περιβάλλον και έχει την αίσθηση της προσωπικής ευθύνης (Rka9agoperib), οι οποίες όμως δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές στο υπόδειγμα που παρουσιάστηκε.

Ακόμη, στο συγκεκριμένο υπόδειγμα, το R^2 διορθωμένο ως προς τους βαθμούς ελευθερίας του είναι 0,391, που σημαίνει ότι το 39,1% του βαθμού συχνότητας που ο ερωτώμενος αγοράζει προϊόντα με οικολογική συσκευασία, ερμηνεύεται από τη συγκεκριμένη παλινδρόμηση.

Συμπερασματικά, οι ερωτώμενοι που αγοράζουν συχνά προϊόντα με οικολογική συσκευασία είναι οι άνδρες, εκείνοι που το νοικοκυριό τους διαθέτει αυτοκίνητο, εκείνοι που δεν ανακυκλώνουν, εκείνοι που ανακυκλώνουν γυαλί και χαρτί συχνά, εκείνοι που ανακυκλώνουν αλουμίνιο σπάνια, εκείνοι που συμμετέχουν ενεργά σε φιλο-περιβαλλοντικές δραστηριότητες, εκείνοι που δεν αγοράζουν βιολογικά προϊόντα, εκείνοι που αγοράζουν συχνά βιολογικά γαλακτοκομικά τρόφιμα, δημητριακά και ζυμαρικά, εκείνοι που χρησιμοποιούν συχνά τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές τους, εκείνοι που κλείνουν συχνά τους διακόπτες του φωτός όταν εξέρχονται από το δωμάτιο, εκείνοι που ανακυκλώνουν σε μεγάλο βαθμό επειδή σέβονται τη φύση και εκείνοι που δεν έχουν υιοθετήσει ήδη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά.

Πίνακας 4.6 Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό συχνότητας στον οποίο οι ερωτώμενοι αγοράζουν προϊόντα με οικολογική συσκευασία.

Μεταβλητές	Υπόδειγμα Ι	Υπόδειγμα ΙΙ
	Συντελεστές	Συντελεστές
Σταθερός όρος	4,051*** (3,812)	4,285*** (4,279)
Gender	-0,158* (-1,721)	-0,179** (-1,990)
Car	0,242** (2,377)	0,250** (2,505)
Enimerosinew	0,138 (1,473)	---
Recycle	-2,275*** (-2,977)	-2,324*** (-3,331)
Gyali	0,200*** (3,030)	0,213*** (3,375)
Xarti	0,118* (1,925)	0,124** (2,072)
Aluminio	-0,118** (-2,077)	-0,124** (-2,338)
Plastiko	0,007 (0,103)	---
Drastiriotites	0,452** (2,503)	0,423** (2,395)
Biologika	-2,551*** (-2,624)	-2,684*** (-3,017)
Gala	0,160** (2,264)	0,151** (2,315)
Kreas	0,010 (0,134)	---
Laxanika	-0,048 (-0,582)	---
Dimitriaka	0,158** (2,070)	0,137** (2,130)
Tsanta	0,226*** (4,695)	0,228*** (4,917)
Diakoptes	0,113** (2,008)	0,116** (2,097)
Rka9aroperib	0,074 (1,043)	---
Rfysi	0,123 (1,652)	0,165** (2,559)
Idibks	-0,137*** (-2,641)	-0,110** (-2,261)
Piesi	0,082 (1,585)	0,082 (1,606)
R ² adj.	0,388	0,391
F-statistic	10,800	14,236
<u>Σημείωση:</u> Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t-statistics. Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.		

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Συμπεράσματα

Σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι η εμπειρική προσέγγιση των προσδιοριστικών παραγόντων της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς και της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των ατόμων. Επιπλέον, επιμέρους στόχος που τέθηκε είναι να διαπιστωθεί εάν τα άτομα που δηλώνουν ότι είναι ευαισθητοποιημένα απέναντι στο περιβάλλον, συμπεριφέρονται με αυτό τον τρόπο.

Από την ανάλυση των στοιχείων προέκυψε ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων είναι άνδρες ενώ το εκπαιδευτικό επίπεδο των περισσότερων είναι η αποφοίτηση από κάποιο ΑΕΙ-ΤΕΙ. Επιπλέον, οι περισσότεροι ερωτώμενοι απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα με πιο σύνηθες εισόδημα από 401€ έως 800€. Η πλειοψηφία του δείγματος διαμένει στην ιδιόκτητη κατοικία του μαζί με 3 ακόμη άτομα του νοικοκυριού. Ακόμη, οι περισσότεροι ερωτώμενοι διαθέτουν αυτοκίνητο στο νοικοκυριό τους, με το οποίο μεταβαίνει πάντα στο χώρο εργασίας του. Παράλληλα, οι περισσότεροι ερωτώμενοι χρησιμοποιούν συνήθως τα μέσα μαζικής μεταφοράς για τη μετακίνησή τους.

Επιπρόσθετα, η πλειοψηφία του δείγματος ανακυκλώνει, κάνει αρκετά συχνά διαλογή στην πηγή και ποτέ κομποστοποίηση ενώ δεν είναι μέλος σε κάποια ομάδα φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς ούτε συμμετέχει ενεργά σε δραστηριότητες φιλικής προς το περιβάλλον συμπεριφοράς. Επιπλέον, οι περισσότεροι ερωτώμενοι αγοράζουν βιολογικά τρόφιμα αλλά σπάνια προϊόντα με οικολογική συσκευασία ενώ ποτέ δε χρησιμοποιούν τσάντα πλαστικών χρήσεων στις αγορές τους. Αντιθέτως, πάντα κλείνουν τους διακόπτες του φωτός όταν εξέρχονται από το δωμάτιο, πάντα χρησιμοποιούν λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας και πάντοτε κλείνουν τη βρύση, εξοικονομώντας νερό όταν δε το χρειάζονται.

Παράλληλα, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος ενδιαφέρεται πολύ για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί, προσπαθεί μέτρια να ελαχιστοποιεί την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει αλλά προσπαθεί πολύ να επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα

πετάξει. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων εμπιστεύεται πολύ το οικολογικό σήμα των προϊόντων. Πρόσθετα, οι περισσότεροι ερωτώμενοι είναι μέτρια πρόθυμοι να καταβάλλουν ένα επιπλέον χρηματικό ποσό, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι η ηλεκτρική ενέργεια που καταναλώνουν θα παράγεται από κάποια ανανεώσιμη πηγή ενέργειας.

Όσον αφορά τα αποτελέσματα της εκτίμησης της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, δηλαδή το βαθμό επίδοσης των ερωτώμενων στην κλίμακα NEP, βρέθηκε στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% το φύλο, η πιθανότητα ανακύκλωσης, ο βαθμός συχνότητας ανακύκλωσης γυαλιού και η πιθανότητα να διαθέτει το νοικοκυριό αυτοκίνητο. Στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1% βρέθηκε η ηλικία αλλά και το εισόδημα και ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή το θέλει ο ίδιος.

Συγκεκριμένα, οι γυναίκες, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία, όσοι απασχολούνται στο δημόσιο τομέα και όσοι υιοθετούν τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή το θέλουν οι ίδιοι, είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένοι περιβαλλοντικά, σημειώνοντας υψηλότερες επιδόσεις στην κλίμακα NEP. Επιπλέον, αυτοί που δε διαθέτουν αυτοκίνητο στο νοικοκυριό τους έχουν υψηλές επιδόσεις στην κλίμακα NEP και είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένοι αναφορικά με το περιβάλλον, αλλά και όσο λιγότερο συχνά ανακυκλώνει κάποιος γυαλί και όσο μειώνεται το επίπεδο του εισοδήματός του, σημειώνει υψηλότερες επιδόσεις στην κλίμακα NEP, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένος (Roberts, 1996; Johnson et al., 2004; Schultz, 2001; Luo and Deng, 2008; Lincoln and Ardoin, 2015).

Όσον αφορά τα αποτελέσματα της λογιστικής παλινδρόμησης για την πιθανότητα να ανακυκλώνει ο ερωτώμενος, βρέθηκε στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10% ο τομέας απασχόλησης, η πιθανότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων και ο βαθμός εμπιστοσύνης του οικολογικού σήματος. Σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% βρέθηκε στατιστικά σημαντικός ο βαθμός συχνότητας πραγματοποίησης κομποστοποίησης, ο βαθμός συχνότητας χρησιμοποίησης λαμπτήρων εξοικονόμησης ενέργειας και ο βαθμός

στον οποίο ο ερωτώμενος γνωρίζει τα είδη που μπορούν να ανακυκλωθούν σε κάδους και εγκαταστάσεις. Σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1% βρέθηκε στατιστικά σημαντικός ο βαθμός συχνότητας πραγματοποίησης διαλογής στην πηγή και χρήσης τσάντας πολλαπλών χρήσεων.

Συγκεκριμένα, εκείνοι που απασχολούνται στο δημόσιο τομέα, που κάνουν συχνά διαλογή στην πηγή και σπάνια κομποστοποίηση, εκείνοι που δεν αγοράζουν βιολογικά τρόφιμα, εκείνοι που χρησιμοποιούν συχνά τσάντα πολλαπλών χρήσεων και λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας είναι πιο πιθανό να ανακυκλώνουν. Επιπλέον, όσοι εμπιστεύονται σε μεγάλο βαθμό το οικολογικό σήμα των προϊόντων και γνωρίζουν τα ακριβή είδη που μπορούν να ανακυκλωθούν στους κάδους και τις δημοτικές εγκαταστάσεις είναι πιο πιθανό να ανακυκλώνουν (Barr, 2003).

Αναφορικά με τα αποτελέσματα της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι ελαχιστοποιούν τα προϊόντα που αγοράζουν, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% βρέθηκε στατιστικά σημαντική η πιθανότητα να είναι ο ερωτώμενος μέλος ομάδας φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς, η πιθανότητα να αγοράζει βιολογικά τρόφιμα, ο βαθμός συχνότητας αγοράς βιολογικών γαλακτοκομικών προϊόντων, ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος είναι υπέρ της τεχνολογικής προόδου, ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τον αναγκάζουν, η περιβαλλοντική του ευαισθητοποίηση μέσω της επίδοσής του στην κλίμακα NEP και ο βαθμός στον οποίο αγοράζει βιολογικά τρόφιμα επειδή νιώθει ενοχές για το περιβάλλον. Σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%, στατιστικά σημαντικός βρέθηκε ο βαθμός συχνότητας μετακίνησης του ερωτώμενου με τα μέσα μαζικής μεταφοράς, ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών του δραστηριοτήτων και ο βαθμός επαναχρησιμοποίησης των προϊόντων.

Συγκεκριμένα, όσο πιο συχνά μετακινείται κάποιος με τα μέσα μεταφοράς, όσο πιο συχνά αγοράζει βιολογικά γαλακτοκομικά προϊόντα, όσο περισσότερο ενδιαφέρεται κάποιος για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί, όσο πιο πολύ επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει, όσο λιγότερο είναι κάποιος υπέρ της τεχνολογικής προόδου, όσο περισσότερο υιοθετεί κάποιος βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τον

αναγκάζουν και όσο περισσότερο αγοράζει κάποιος βιολογικά τρόφιμα λόγω της ενοχής που νιώθει για το περιβάλλον, αυξάνεται ο βαθμός που ελαχιστοποιεί την ποσότητα των προϊόντων. Επιπλέον, αυτοί που είναι μέλη σε ομάδες φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς, αυτοί που δεν αγοράζουν βιολογικά τρόφιμα, αλλά και η χαμηλότερη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση μέσω των χαμηλότερων επιδόσεων στην κλίμακα NEP αυξάνουν το βαθμό που ελαχιστοποιούν την ποσότητα των προϊόντων.

Σχετικά με την πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση για το βαθμό στον οποίο ο ερωτώμενος επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα του πριν τα πετάξει, στατιστικά σημαντικές μεταβλητές, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% είναι ο βαθμός συχνότητας που ο ερωτώμενος κλείνει τους διακόπτες φωτός, ο βαθμός στον οποίο ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων και ο βαθμός στον οποίο είναι πρόθυμος να καταβάλλει ένα χρηματικό ποσό για το περιβάλλον. Πρόσθετα, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1% βρέθηκαν οι μεταβλητές που αφορούν την πιθανότητα ύπαρξης μπλε κάδου κοντά στην κατοικία του ερωτώμενου, ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος δίνει προτεραιότητα στο περιβάλλον, ο βαθμός ελαχιστοποίησης, ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος δίνει μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα, ο βαθμός στον οποίο είναι υπέρ της τεχνολογικής προόδου και ο βαθμός που υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τον αναγκάζουν.

Συγκεκριμένα, όταν υπάρχει μπλε κάδος ανακύκλωσης κοντά στην κατοικία του ερωτώμενου αυξάνεται ο βαθμός στον οποίο επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει. Επιπλέον, ο βαθμός στον οποίο ο ερωτώμενος κλείνει συχνά τους διακόπτες του φωτός, ενδιαφέρεται λίγο για εξοικονόμηση χρημάτων, δίνει μεγάλη προτεραιότητα στο περιβάλλον, ελαχιστοποιεί πολύ την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει, δίνει σε άλλους μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα, είναι πολύ πρόθυμος να καταβάλλει ένα χρηματικό ποσό για το περιβάλλον, είναι υπέρ της τεχνολογικής προόδου και υιοθετεί λίγο τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τον αναγκάζουν, αυξάνει το βαθμό επαναχρησιμοποίησης των προϊόντων πριν τα πετάξει.

Όσον αφορά τα αποτελέσματα της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το βαθμό στον οποίο οι ερωτώμενοι ενδιαφέρονται για εξοικονόμηση

χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων τους, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%, στατιστικά σημαντικός βρέθηκε ο βαθμός συχνότητας που ο ερωτώμενος κλείνει τους διακόπτες του φωτός και τη βρύση, εξοικονομώντας νερό, ο βαθμός στον οποίο δίνει προτεραιότητα στο περιβάλλον και ελαχιστοποιεί την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει. Σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%, στατιστικά σημαντικός βρέθηκε ο βαθμός στον οποίο επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα του και δίνει μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα σε άλλους.

Συγκεκριμένα, όσοι κλείνουν τους διακόπτες του φωτός και τη βρύση πολύ συχνά, δίνουν σε μεγάλο βαθμό προτεραιότητα στο περιβάλλον, ελαχιστοποιούν πολύ τα προϊόντα που αγοράζουν, επαναχρησιμοποιούν σε μικρό βαθμό τα προϊόντα πριν τα πετάξουν και δίνουν σε μεγάλο βαθμό μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα σε άλλους, αυξάνουν το βαθμό στον οποίο ενδιαφέρονται για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών τους δραστηριοτήτων.

Αναφορικά με την πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση για το βαθμό συχνότητας στον οποίο οι ερωτώμενοι αγοράζουν προϊόντα με οικολογική συσκευασία, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% στατιστικά σημαντικό είναι το φύλο, η πιθανότητα το νοικοκυριό να διαθέτει αυτοκίνητο, ο βαθμός συχνότητας ανακύκλωσης χαρτιού και αλουμινίου, η πιθανότητα να συμμετέχει ο ερωτώμενος ενεργά σε δραστηριότητες φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς, ο βαθμός συχνότητας αγοράς βιολογικών γαλακτοκομικών προϊόντων και δημητριακών, ο βαθμός συχνότητας στον οποίο ο ερωτώμενος κλείνει τους διακόπτες φωτός, και ο βαθμός στον οποίο σέβεται τη φύση. Σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%, στατιστικά σημαντική βρέθηκε η πιθανότητα ανακύκλωσης και αγοράς βιολογικών τροφίμων, ο βαθμός συχνότητας ανακύκλωσης γυαλιού και ο βαθμός συχνότητας χρήσης τσάντας πολλαπλών χρήσεων.

Συγκεκριμένα, οι άνδρες, σε σχέση με τις γυναίκες, εκείνοι που έχουν αυτοκίνητο και που δεν ανακυκλώνουν, εκείνοι που συμμετέχουν ενεργά σε δραστηριότητες φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς και που δεν αγοράζουν βιολογικά προϊόντα, αγοράζουν πιο συχνά προϊόντα με οικολογική συσκευασία. Επιπλέον, όσο πιο συχνά ανακυκλώνει κάποιος γυαλί και χαρτί, όσο πιο σπάνια ανακυκλώνει αλουμίνιο, όσο πιο συχνά αγοράζει βιολογικά γαλακτοκομικά τρόφιμα

και δημητριακά, όσο πιο συχνά χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων και κλείνει τους διακόπτες φωτός αλλά και όσο περισσότερο σέβεται τη φύση αλλά έχει υιοθετήσει σε μικρό βαθμό τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά, αυξάνεται ο βαθμός αγοράς προϊόντων με οικολογική συσκευασία.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Abeliotis, K., Koniari, C. and E. Sardianou (2010), "The profile of the green consumer in Greece", *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 34, No. 2, pp. 153-160.
2. Ando, K., Ohnuma, S., Blobaum, A., Matthies E. and J. Sugiura (2010), "Determinants of Individual and Collective Pro-Environmental Behaviors: Comparing Germany and Japan", *Journal of Environmental Information Science*, Vol. 38, No. 5, pp. 21-32.
3. Aoyagi-Usui, M., Vinken, H. and A. Kuribayashi (2003), "Pro-environmental attitudes and behaviors: An international comparison", *Human Ecology Review*, Vol. 10, No. 1, pp. 23-31.
4. Bamberg, S. (2003), "How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? A new answer to an old question", *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 23, No. 1, pp. 21-32.
5. Barr, S. (2003), "Strategies for sustainability: responsible environmental citizens and behaviour", *Area*, Vol. 35, No. 3, pp. 227-240.
6. Barr, S. and A. Gilg (2006), "Sustainable lifestyles: Framing environmental action in and around the home", *Geoforum*, Vol. 37, No. 6, pp. 906-920.
7. Barr, S., Gilg, A. and N. Ford (2001), "Differences Between Household Waste Reduction, Reuse and Recycling Behaviour: a Study of Reported Behaviours, Intentions and Explanatory Variables", *Environmental & Waste Management*, Vol. 4, No. 2, pp. 69-82.
8. Bechtel, R., Verdugo, V. and J. Pinheiro (1999), "Environmental belief systems United States, Brazil, and Mexico", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 30, No. 1, pp. 122-128.
9. Carrete, L., Castano, R., Felix, R., Centeno, E. and E. Gonzalez (2012), "Green consumer behavior in an emerging economy: confusion, credibility, and compatibility", *The Journal of Consumer Marketing*, Vol. 29, No. 7, pp. 470-481.
10. Chan, K. (1998), "Mass communication and proenvironmental behaviour: waste recycling in Hong Kong", *Journal of Environmental Management*, Vol. 52, No. 4, pp. 317-325.

11. Chan, K. (1996), "Environmental attitudes and behaviour of secondary school students in Hong Kong", *The Environmentalist*, Vol. 16, No. 4, pp. 297-306.
12. Chung, S. and C. Poon (2000), "A Comparison of Waste Reduction Practices and the New Environmental Paradigm in Four Southern Chinese Areas", *Environmental Management*, Vol. 26, No. 2, pp. 195-206.
13. Clark, C., Kotchen, M. and M. Moore (2003), "Internal and external influences on pro-environmental behavior: Participation in a green electricity program", *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 23, No. 3, pp. 237-246.
14. Cordano, M., Welcomer, S., Scherer, R., Pradenas, L. and V. Parada (2011), "A Cross-Cultural Assessment of Three Theories of Pro-Environmental Behavior: A Comparison Between Business Students of Chile and the United States", *Environment and Behavior*, Vol. 43, No. 5, pp. 634-657.
15. Edgell, M. and D. Nowell (1989), "The new environmental paradigm scale: Wildlife and environmental beliefs in British Columbia", *Society & Natural Resources*, Vol. 2, No. 1, pp. 285-296.
16. Erdogan, N. (2009), "Testing the new ecological paradigm scale: Turkish Case", *African Journal of Agricultural Research*, Vol. 4, No. 10, pp. 1023-1031.
17. Evans, D. (2011), "Consuming conventions: sustainable consumption, ecological citizenship and the worlds of worth", *Journal of Rural Studies*, Vol. 27, No. 2, pp. 109-115.
18. Gilg, A., Barr, S. and N. Ford (2005), "Green consumption or sustainable lifestyles? Identifying the sustainable consumer", *Futures*, Vol. 37, No. 6, pp. 481-504.
19. Grunert, S. and H. Juhl (1995), "Values, environmental attitudes, and buying of organic foods", *Journal of Economic Psychology*, Vol. 16, No. 1, pp. 39-62.
20. Johnson, C., Bowker, J. and H. Cordell (2004), "Ethnic variation in environmental belief and behavior: An examination of the New Environmental Paradigm in a social psychological context", *Environment & Behavior*, Vol. 36, No. 2, pp. 157-186.
21. Korfiatis, K., Hovardas, T. and J. Pantis (2004), "Determinants of Environmental Behavior in Societies in Transition: Evidence from five European Countries", *Population and Environment*, Vol. 25, No. 6, pp. 563-584.

22. Kotchen, M. and M. Moore (2007), "Private provision of environmental public goods: Household participation in green-electricity programs", *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol. 53, No. 1, pp. 1-16.
23. Lee, H., Kurisu, K. and K. Hanaki (2013), "Influential Factors on Pro-Environmental Behaviors—A Case Study in Tokyo and Seoul", *Low Carbon Economy*, Vol. 4, No. 3, pp. 104-116.
24. Lincoln, N. and N. Ardoin (2015), "Cultivating values: environmental values and sense of place as correlates of sustainable agricultural practices", *Agriculture and Human Values*, pp. 1-13.
25. Luo, Y. and J. Deng (2008), "The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation", *Journal of Travel Research*, Vol. 46, No. 4, pp. 392-402.
26. Magnusson, M., Arvola, A., Hursti, U., Aberg, L. and P. Sjoden (2003), "Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behavior", *Appetite*, Vol. 40, No. 2, pp. 109-117.
27. Minton, A. and R. Rose (1997), "The Effects of Environmental Concern on Environmentally Friendly Consumer Behavior: An Exploratory Study", *Journal of Business Research*, Vol. 40, No. 1, pp. 37-48.
28. Mostafa, M. (2009), "Shades of green: A psychographic segmentation of the green consumer in Kuwait using self-organizing maps", *Expert Systems with Applications*, Vol. 36, No. 8, pp. 11030-11038.
29. Ojea, E. and M. Loureiro (2007), "Altruistic, egoistic and biospheric values in willingness to pay (WTP) for wildlife", *Ecological Economics*, Vol. 63, No. 4, pp. 807-814.
30. Pedersen, L. (2000), "The Dynamics of Green Consumption: A Matter of Visibility?", *Journal of Environmental Policy & Planning*, Vol. 2, No. 3, pp. 193-210.
31. Raineri, N. and P. Paille (2015), "Linking Corporate Policy and Supervisory Support with Environmental Citizenship Behaviors: The Role of Employee Environmental Beliefs and Commitment", *Journal of Business Ethics*, pp. 1-20.
32. Roberts, J. (1996) "Green Consumers in the 1990s: Profile and Implications for Advertising", *Journal of Business Research*, Vol. 36, No. 3, pp. 217-231.

33. Roberts, J. and D. Bacon (1997), "Exploring the Subtle Relationships between Environmental Concern and Ecologically Conscious Consumer Behavior", *Journal of Business Research*, Vol. 40, No. 1, pp. 79-89.
34. Schultz, P. (2001), "The structure of environmental concern: Concern for self, other people, and the biosphere", *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 21, No. 4, pp. 327-339.
35. Schultz, P. and L. Zelezny (1999), "Values as predictors of environmental attitudes: evidence for consistency across 14 countries", *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 19, No. 3, pp. 255-265.
36. Steger, M., Pierce, J., Steel, B. and N. Lovrich (1989), "Political culture, postmaterial values and the New Environmental Paradigm: A comparative analysis of Canada and the United States", *Political Behavior*, Vol. 11, No. 3, pp. 233-254.
37. Tanner, C. and S. Kast (2003), "Promoting Sustainable Consumption: Determinants of Green Purchases by Swiss Consumers", *Psychology & Marketing*, Vol. 20, No. 10, pp. 883-902.
38. Vermeir, I. and W. Verbeke (2006), "Sustainable food consumption: Exploring the consumer "Attitude-Intention" Gap", *Journal of Agricultural Ethics*, Vol. 19, pp. 169-194.
39. Vernekar S. and P. Wadhwa (2011), "Green Consumption: An Empirical Study of Consumers Attitudes and Perception regarding Eco-Friendly FMCG Products, with special reference to Delhi and NCR Region", *Opinion*, Vol. 1, No. 1, pp. 64-74.
40. Young, W., Hwang, K., McDonald, S. and C. Oates (2010), "Sustainable consumption: Green consumer behavior when purchasing products", *Sustainable Development*, Vol. 18, No. 1, pp. 20-31.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1. Το ερωτηματολόγιο της έρευνας

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί αποτελεί μέρος διπλωματικής εργασίας με θέμα «Περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και πρότυπα βιώσιμης κατανάλωσης». Είναι ανώνυμο και θα συμβάλει στον εντοπισμό των παραγόντων που επιδρούν στην βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά των κατοίκων του νομού Αττικής. Παρακαλείσθε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις. Ευχαριστώ πολύ για τη συνεργασία σας.

1. Επιλέξτε το φύλο σας. Άνδρας ☐ Γυναίκα ☐
- 1.2. Σημειώστε την ηλικία σας. _____ ετών
- 1.3. Σημειώστε τον τόπο διαμονής σας. _____
- 1.4. Επιλέξτε το εκπαιδευτικό σας επίπεδο.

Δεν έχω τελειώσει το δημοτικό	
Απόφοιτος-η δημοτικού	
Απόφοιτος-η γυμνασίου	
Απόφοιτος-η λυκείου	
Απόφοιτος-η ΑΕΙ-ΤΕΙ	
Κάτοχος μεταπτυχιακού/ διδακτορικού τίτλου	
2. Ποια είναι η απασχόλησή σας;

Ιδιωτικός τομέας	
Δημόσιος τομέας	
Ελεύθερος επαγγελματίας	
Οικιακά	
Συνταξιούχος	
Άνεργος-η	
Φοιτητής	
3. Επιλέξτε το μηνιαίο ατομικό εισόδημά σας.

Κάτω από 400 ευρώ		401-800 ευρώ	
801-1200 ευρώ		1201-1600 ευρώ	
1601-2000 ευρώ		Άνω των 2000 ευρώ	
4. Α) Πόσα άτομα κατοικούν στο νοικοκυριό σας; (Συμπεριλάβετε και τον εαυτό σας στην απάντηση) _____
Β) Εκ των οποίων πόσα ενήλικα άτομα υπάρχουν στο νοικοκυριό; (Συμπεριλάβετε και τον εαυτό σας στην απάντηση) _____
5. Επιλέξτε το μέγεθος της κατοικίας σας. (σε τετραγωνικά μέτρα)

Λιγότερο από 40 τ.μ.		41-80 τ.μ.	
81-120 τ.μ.		121-160 τ.μ.	
161-200 τ.μ.		Περισσότερο από 200 τ.μ.	
6. Επιλέξτε το είδος της κατοικίας σας.

Ιδιόκτητη		Ενοικιαζόμενη	
-----------	--	---------------	--
7. Εάν εργάζεστε, πόσο απέχει ο χώρος εργασίας από την κατοικία σας;

Λιγότερο από 15 λεπτά		16-30 λεπτά	
31-45 λεπτά		46-60 λεπτά	
Περισσότερο από 1 ώρα			

8. Α) Το νοικοκυριό σας διαθέτει αυτοκίνητο; Ναι ☐ Όχι ☐
 Β) Εάν διαθέτετε αυτοκίνητο, πόσο συχνά το χρησιμοποιείτε για τη μετακίνησή σας από και προς το χώρο εργασίας σας;

Ποτέ		Σπάνια		Μερικές φορές		Συνήθως		Πάντα	
------	--	--------	--	---------------	--	---------	--	-------	--

9. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε για τη γενικότερη μετακίνησή σας κάποιο μέσο μαζικής μεταφοράς (όπως μετρό, λεωφορείο, τρόλεϊ);

Ποτέ		Σπάνια		Μερικές φορές		Συνήθως		Πάντα	
------	--	--------	--	---------------	--	---------	--	-------	--

10. Α) Ανακυκλώνετε τα χρησιμοποιημένα προϊόντα σας; Ναι ☐ Όχι ☐

Β) Εάν ναι, πόσο συχνά κάνετε ανακύκλωση στα παρακάτω προϊόντα;

	Ποτέ	Σπάνια	Μερικές φορές	Αρκετά συχνά	Πάντα
Γυαλί και μπουκάλια					
Χαρτί					
Αλουμίνιο					
Πλαστικό					
Άλλο (σημειώστε)					

11. Υπάρχει κάποιος μπλε κάδος ανακύκλωσης στο πεζοδρόμιο κοντά στην κατοικία σας ώστε να έχετε πρόσβαση σε αυτόν; Ναι ☐ Όχι ☐

12. Πόσο συχνά κάνετε κάποια από τις παρακάτω ενέργειες στα απόβλητά σας;

	Ποτέ	Σπάνια	Μερικές φορές	Αρκετά συχνά	Πάντα
Διαλογή στην πηγή (Διαχωρισμός των απορριμμάτων σε κατηγορίες ανάλογα με το υλικό του κάθε απορρίμματος, με σκοπό την ανακύκλωση)					
Κομποστοποίηση (Εναπόθεση των φυτικών απορριμμάτων σε κάδους, ώστε να μετατραπούν σε λίγους μήνες από μόνα τους σε κομπόστ, το οποίο χρησιμοποιείται ως λίπασμα)					

13. Σημειώστε τον αριθμό των μεγάλων ηλεκτρικών συσκευών που διαθέτει το νοικοκυριό σας. (πχ. ηλεκτρική κουζίνα, ψυγείο) _____

14. Είστε μέλος κάποιας ομάδας φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς; Ναι ☐ Όχι ☐

15. Συμμετέχετε ενεργά σε δραστηριότητες φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς;

Ναι ☐ Όχι ☐

16. Η ενημέρωσή σας για τα περιβαλλοντικά ζητήματα προέρχεται από:

Τηλεόραση		Διαδίκτυο	
Εφημερίδες/ Περιοδικά		Οικογένεια	
Φίλους/ Γείτονες		Άλλο (σημειώστε)	

17. Α) Αγοράζετε βιολογικά τρόφιμα; Ναι ☐ Όχι ☐

Β) Εάν ναι, πόσο συχνά;

	Ποτέ	Σπάνια	Μερικές φορές	Αρκετά συχνά	Πάντα
Γαλακτοκομικά					
Κρέας					
Λαχανικά					
Δημητριακά/ Ζυμαρικά					
Άλλο (σημειώστε)					

18. Σημειώστε για κάθε ένα από τα παρακάτω, το βαθμό συχνότητας που σας αντιπροσωπεύει.

	Ποτέ	Σπάνια	Μερικές φορές	Αρκετά συχνά	Πάντα
Αγοράζω προϊόντα με οικολογική συσκευασία					
Χρησιμοποιώ τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές μου					
Κλείνω τους διακόπτες του φωτός όταν εξέρχομαι από το δωμάτιο					
Χρησιμοποιώ λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας					
Εξοικονομώ νερό κλείνοντας τη βρύση όταν δε τη χρησιμοποιώ					

19. Σημειώστε για κάθε ένα από τα παρακάτω, το βαθμό στον οποίο σας εκφράζει.

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Ενδιαφέρομαι για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιώ (πχ κλείσιμο διακόπτη φωτός όταν δεν είμαι στο δωμάτιο)					
Δίνω προτεραιότητα στη βελτίωση της υγείας μου μέσω της κατανάλωσης βιολογικών προϊόντων					
Δίνω προτεραιότητα στο περιβάλλον και την προστασία του					
Προσπαθώ να μειώνω την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζω					
Προσπαθώ να επαναχρησιμοποιώ τα προϊόντα που μπορώ να επαναχρησιμοποιήσω πριν τα πετάξω					
Επιθυμώ να ενισχύσω τα τοπικά και βιολογικά προϊόντα					
Εμπιστεύομαι το οικολογικό σήμα των προϊόντων					
Δίνω σε άλλους μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα (π.χ. φιλανθρωπία)					

20. Σημειώστε για κάθε ένα από τα παρακάτω, το βαθμό στον οποίο θα σας επηρέαζε στο να **ανακυκλώνετε**.

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Γνωρίζω τα ακριβή είδη που μπορούν να ανακυκλωθούν είτε στους κάδους είτε στις δημοτικές εγκαταστάσεις					
Κατέχω περιβαλλοντική γνώση					
Αποδέχομαι τους κανόνες ανακύκλωσης					
Ανησυχώ για τα θέματα των αποβλήτων					
Έχω την αίσθηση υποχρέωσης για την ανακύκλωση αποβλήτων					
Σέβομαι τη φύση					
Δίνω μεγαλύτερη προτεραιότητα στον άνθρωπο και τις ανάγκες του, από ότι στο περιβάλλον.					

(πχ εξοικονομώ νερό ή ηλεκτρική ενέργεια για οικονομικούς μου λόγους παρά για περιβαλλοντικούς)					
Έχω επίγνωση των θεμάτων πολιτικής όπως η Βιώσιμη Ανάπτυξη και η Τοπική Ατζέντα 21					
Υποστηρίζω το δικαίωμα για καθαρό περιβάλλον και αίσθηση προσωπικής ευθύνης					

21. Σημειώστε για κάθε ένα από τα παρακάτω, το βαθμό στον οποίο θα σας ωθούσε ή όχι στην **αγορά βιολογικών προϊόντων**.

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Η υψηλή τιμή των βιολογικών προϊόντων					
Ο χρόνος που απαιτείται για τον εντοπισμό τους					
Η διαθεσιμότητα των βιολογικών προϊόντων					
Η καλύτερη γεύση των βιολογικών τροφίμων					
Η ενοχή που νιώθω για τις συνέπειες για το περιβάλλον σε περίπτωση μη αγοράς των βιολογικών προϊόντων					
Η εμπιστοσύνη στις πράσινες ετικέτες					
Οι ειδικές πληροφορίες για τα βιολογικά προϊόντα					
Η εμπιστοσύνη που νιώθω για την ποιότητα των βιολογικών τροφίμων					

22. Επιλέξτε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στα παρακάτω, σχετικά με τις πληροφορίες που λαμβάνετε όσον αφορά:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Τα προγράμματα προώθησης πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας					
Την ασφάλεια της πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας					
Το πώς η αγορά πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας επηρεάζει τον λογαριασμό του ηλεκτρικού					
Το κατά πόσο η πράσινη ενέργεια μπορεί να υποκαταστήσει την πυρηνική ενέργεια					
Την πράσινη ηλεκτρική ενέργεια ως εναλλακτική πηγή ενέργειας για τη χρήση του νοικοκυριού					
Τις σύγχρονες τεχνολογίες παραγωγής ενέργειας					
Το πόσο αξιόπιστη και ασφαλής είναι η πράσινη ηλεκτρική ενέργεια					

23. Επιλέξτε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στα παρακάτω:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Η πίεση που νιώθω από άτομα της					

ηλικίας μου με ωθεί στην αγορά αγαθών που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον (βιώσιμα προϊόντα)					
Ο περίγυρός μου έχει υιοθετήσει φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές και στάσεις					
Έχω θετική στάση απέναντι στα προϊόντα που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον					
Έχω θετικές απόψεις για τα μέσα μαζικής μεταφοράς					
Έχω θετική στάση για τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα (GMO)					

24. Επιλέξτε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στα παρακάτω:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Είμαι πρόθυμος να καταβάλλω ένα επιπλέον χρηματικό ποσό, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι η ηλεκτρική ενέργεια που καταναλώνω θα παράγεται από κάποια ανανεώσιμη πηγή ενέργειας (όπως η χρήση ανεμογεννητριών)					
Είμαι πρόθυμος-η να αλλάξω και να αποκτήσω βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά					
Έχω ήδη υιοθετήσει βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά					
Έχω συνειδητοποιήσει τις συνέπειες της μη-υιοθέτησης βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς					
Είμαι υπέρ της τεχνολογικής προόδου έστω κι αν έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον					
Υιοθετώ τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά γιατί το θέλω εγώ					
Υιοθετώ τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά γιατί με αναγκάζουν					
Η υιοθέτηση βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς είναι θέμα ηθικής					
Η υιοθέτηση βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς είναι θέμα νοοτροπίας και συνήθειας					
Με νοιάζει ο εαυτός μου, η υγεία μου, ο τρόπος ζωής μου και το μέλλον μου					
Με νοιάζει η ανθρωπότητα, τα παιδιά του κόσμου, τα δικά μου παιδιά και οι άνθρωποι της χώρας μου					
Με νοιάζουν τα φυτά, τα ψάρια, τα ζώα και τα πουλιά					

25. Επιλέξτε για κάθε ένα από τα παρακάτω, το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας.

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ουδέτερος-η	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Πλησιάζουμε το όριο του αριθμού των					

ανθρώπων που η γη μπορεί να υποστηρίξει.					
Οι άνθρωποι έχουν το δικαίωμα να τροποποιούν το φυσικό περιβάλλον ώστε να ικανοποιούν τις ανάγκες τους.					
Όταν οι άνθρωποι επεμβαίνουν στη φύση, αυτό συχνά προκαλεί καταστροφικές συνέπειες.					
Η ευφυΐα των ανθρώπων θα εξασφαλίσει ότι δεν κάνουμε τη γη μη κατοικήσιμη.					
Οι άνθρωποι σπάνια καταχρώνται τη γη.					
Η γη διαθέτει ανεξάντλητους φυσικούς πόρους. Απλά πρέπει να μάθουμε αν τους χρησιμοποιούμε αποδοτικά.					
Τα φυτά και τα ζώα έχουν τα ίδια δικαιώματα ύπαρξης με τους ανθρώπους.					
Η ισορροπία της φύσης είναι αρκετά δυνατή για να αντιμετωπίσει τις επιπτώσεις των σύγχρονων βιομηχανικών εθνών.					
Παρά την τεχνολογική μας ανάπτυξη, οι άνθρωποι είμαστε ακόμη έρμαιο των νόμων της φύσης.					
Η λεγόμενη οικολογική κρίση που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα έχει γίνει σε μεγάλο βαθμό υπερβολική.					
Η γη είναι σαν ένα διαστημόπλοιο με πολύ περιορισμένο χώρο και πόρους.					
Οι άνθρωποι ήταν γραφτό να αποφασίζουν για την υπόλοιπη φύση.					
Η ισορροπία της φύσης είναι πολύ λεπτή και διαταράζεται εύκολα.					
Οι άνθρωποι θα μάθουν τελικά αρκετά για το πώς λειτουργεί η φύση, έτσι ώστε να είναι σε θέση να την ελέγχουν.					
Εάν τα πράγματα συνεχίσουν ως έχουν, θα βιώσουμε σύντομα μια μεγάλη περιβαλλοντική καταστροφή.					

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2. Πίνακες Περιγραφικών Μέτρων

Πίνακας Περιγραφικών Συχνοτήτων

Μεταβλητές	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
gender	310	0	1	,52	,500
age	310	18	67	30,03	10,232
educ	310	1	5	3,70	,671
apaxxolisi	310	0	6	2,58	2,579
income	310	-9	5	-,71	4,133
noikok	310	1	11	3,07	1,286
enilnoikok	310	1	9	2,73	1,179
mkatoikia	310	0	5	1,66	,913
ekatoikia	310	0	1	,41	,493
distance	310	-9	4	-,57	4,613
car	310	0	1	,73	,445
metakinisi	310	-9	4	-2,51	5,592
mmm	310	0	4	2,80	1,119
recycle	310	0	1	,81	,396
gyali	310	-9	4	,29	4,656
xarti	310	-9	4	,47	4,728
aluminio	310	-9	4	-,05	4,529
plastiko	310	-9	4	,41	4,703
kados	310	0	1	,88	,325
dialogi	310	0	4	2,01	1,327
compost	310	0	3	,17	,511
syskeues	310	2	9	4,10	1,335
melos	310	0	1	,05	,222
drastiriotites	310	0	1	,07	,257
enimerosi	310	0	4	,97	,839
biologika	310	0	1	,62	,486
gala	310	-9	4	-2,36	5,221
kreas	310	-9	4	-2,77	4,920
laxanika	310	-9	4	-2,00	5,505
dimitriaka	310	-9	4	-2,35	5,235
oikolsyskeuasias	310	0	4	1,30	,965

tsanta	310	0	4	,95	1,072
diakoptes	310	0	4	3,35	,856
lamptires	310	0	4	2,85	1,071
nero	310	0	4	3,53	,823
e3oikonomisi	310	0	4	2,95	1,007
prygeia	310	0	4	2,05	1,341
prperiballon	310	0	4	2,83	,970
reduce	310	0	4	2,16	,920
reuse	310	0	4	2,65	,999
topika	310	0	4	2,13	1,067
oikologikosima	310	0	4	2,20	1,045
metaxruxa	310	0	4	2,68	1,162
Reidi	310	0	4	2,56	,992
Rgnwsi	310	0	4	2,50	,858
Rkanones	310	0	4	2,88	,836
Rapoblita	310	0	4	2,81	,969
Rypoxrewsi	310	0	4	2,63	1,018
Rfysi	310	0	4	3,34	,778
Ran9rwpos	310	0	4	2,36	1,000
Rpolitiki	310	0	4	1,13	1,124
Rka9aroperib	310	0	4	3,01	,883
Btimi	310	0	4	1,78	1,348
Bxronos	310	0	4	1,64	1,033
Bdia9esimotita	310	0	4	1,74	1,015
Bgeusi	310	0	4	2,56	1,177
Benoxi	310	0	4	2,05	1,159
Bprasinetik	310	0	4	2,00	1,049
Bpliروفories	310	0	4	1,92	1,006
Bpoiotita	310	0	4	2,34	1,033
Pproo9isi	310	0	4	1,36	1,010
Pasfaleia	310	0	4	1,41	,987
Plogariasmos	310	0	4	1,68	,994
Ppyriniki	310	0	4	1,56	1,280
Penallaktiki	310	0	4	1,91	1,130
Ptexnologies	310	0	4	1,99	1,067
Pa3iopisti	310	0	4	1,74	1,097

piesi	310	0	4	,71	,865
perigyros	310	0	4	1,81	1,033
thetikistasi	310	0	4	2,83	,965
apopsimmm	310	0	4	2,49	1,014
gmo	310	0	4	,56	,882
xrimposo	310	0	4	1,75	1,064
allagi	310	0	4	2,69	,938
idibks	310	0	4	1,97	1,088
synepeies	310	0	4	2,34	1,020
texnolpr	310	0	4	1,20	1,021
ypokprot	310	0	4	2,67	1,107
diatprot	310	0	4	,39	,749
i9iki	310	0	4	2,52	1,299
syni9ia	310	0	4	2,82	1,145
egoistic	310	0	4	3,48	,858
altruistic	310	0	4	3,56	,751
biosphere	310	0	4	3,39	,855
NEPorio	310	0	4	2,68	1,022
NEPtropop	310	0	4	1,40	,969
NEPkatastrofsynep	310	0	4	3,17	,875
NEPeufuia	310	0	4	2,21	,952
NEPkataxr	310	0	4	,82	,824
NEPane3poroi	310	0	4	2,30	1,232
NEPfza	310	0	4	3,20	,944
NEPdynati	310	0	4	1,44	,983
NEPermaio	310	0	4	2,98	,892
NEPyperboliki	310	0	4	2,28	1,086
NEPdiastimoploio	310	0	4	2,44	1,021
NEPgrafto	310	0	4	2,13	1,279
NEPleptisorop	310	0	4	3,05	,772
NEPelegx	310	0	4	2,32	,954
NEPperibkatastrof	310	0	4	3,30	,857
Sum15	310	0	50	35,72	6,843
Valid N (listwise)	310				

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3. Πίνακες Κατανομής Συχνοτήτων

Πίνακας 1: Κατανομή συχνοτήτων για το φύλο του ερωτώμενου.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Γυναίκα	149	48,1	48,1
	Άνδρας	161	51,9	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 2: Κατανομή συχνοτήτων για την ηλικία του ερωτώμενου.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	18	10	3,2	3,2
	19	7	2,3	5,5
	20	10	3,2	8,7
	21	15	4,8	13,5
	22	20	6,5	20,0
	23	17	5,5	25,5
	24	34	11,0	36,5
	25	20	6,5	42,9
	26	14	4,5	47,4
	27	16	5,2	52,6
	28	15	4,8	57,4
	29	11	3,5	61,0
	30	13	4,2	65,2
	31	11	3,5	68,7
	32	7	2,3	71,0
	33	14	4,5	75,5
	34	8	2,6	78,1
	35	9	2,9	81,0
	36	2	,6	81,6
	37	5	1,6	83,2

38	7	2,3	85,5
39	1	,3	85,8
40	5	1,6	87,4
41	1	,3	87,7
42	4	1,3	89,0
43	1	,3	89,4
44	1	,3	89,7
45	2	,6	90,3
46	5	1,6	91,9
47	3	1,0	92,9
48	1	,3	93,2
49	2	,6	93,9
51	2	,6	94,5
52	1	,3	94,8
55	3	1,0	95,8
56	2	,6	96,5
57	1	,3	96,8
58	1	,3	97,1
63	1	,3	97,4
64	3	1,0	98,4
65	3	1,0	99,4
66	1	,3	99,7
67	1	,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 3: Κατανομή συχνοτήτων για το εκπαιδευτικό επίπεδο του ερωτώμενου.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Απόφοιτος-η δημοτικού	1	,3	,3
Απόφοιτος-η γυμνασίου	5	1,6	1,9
Απόφοιτος-η λυκείου	109	35,2	37,1
Απόφοιτος-η ΑΕΙ-ΤΕΙ	166	53,5	90,6

Κάτοχος μεταπτυχιακού/ διδακτορικού τίτλου	29	9,4	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 4: Κατανομή συχνοτήτων για την απασχόληση του ερωτώμενου.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ιδιωτικός τομέας	123	39,7	39,7
Δημόσιος τομέας	25	8,1	47,7
Ελεύθερος επαγγελματίας	32	10,3	58,1
Οικιακά	3	1,0	59,0
Συνταξιούχος	11	3,5	62,6
Άνεργος-η	37	11,9	74,5
Φοιτητής	79	25,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 5: Κατανομή συχνοτήτων για το εισόδημα του ερωτώμενου.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ορθώς δεν απάντησε	59	19,0	19,0
Κάτω από 400 €	69	22,3	41,3
401-800 €	92	29,7	71,0
801-1200 €	59	19,0	90,0
1201-1600 €	25	8,1	98,1
1601-2000 €	5	1,6	99,7
Άνω των 2000 €	1	,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 6: Κατανομή συχνοτήτων για τον αριθμό των ατόμων του νοικοκυριού του ερωτώμενου.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή 1	37	11,9	11,9
2	70	22,6	34,5
3	73	23,5	58,1
4	105	33,9	91,9
5	18	5,8	97,7
6	6	1,9	99,7
11	1	,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 7: Κατανομή συχνοτήτων για τον αριθμό των ενήλικων ατόμων του νοικοκυριού του ερωτώμενου.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή 1	40	12,9	12,9
2	115	37,1	50,0
3	64	20,6	70,6
4	78	25,2	95,8
5	9	2,9	98,7
6	3	1,0	99,7
9	1	,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 8: Κατανομή συχνοτήτων για το μέγεθος της κατοικίας του ερωτώμενου.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Λιγότερο από 40 τ.μ.	15	4,8	4,8
41-80 τ.μ.	129	41,6	46,5

81-120 τ.μ.	132	42,6	89,0
121-160 τ.μ.	22	7,1	96,1
161-200 τ.μ.	5	1,6	97,7
Περισσότερο από 200 τ.μ.	7	2,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 9: Κατανομή συχνοτήτων για το είδος της κατοικίας του ερωτώμενου.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ιδιόκτητη	182	58,7	58,7
Ενοικιαζόμενη	128	41,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 10: Κατανομή συχνοτήτων για την απόσταση του χώρου εργασίας από την κατοικία του ερωτώμενου.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ορθώς δεν απάντησε	69	22,3	22,3
Λιγότερο από 15 λεπτά	26	8,4	30,6
16-30 λεπτά	67	21,6	52,3
31-45 λεπτά	83	26,8	79,0
46-60 λεπτά	50	16,1	95,2
Περισσότερο από 60 λεπτά	15	4,8	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 11: Κατανομή συχνοτήτων για το αν το νοικοκυριό του ερωτώμενου διαθέτει αυτοκίνητο.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Όχι	84	27,1	27,1
Ναι	226	72,9	100,0

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Όχι	84	27,1	27,1
Ναι	226	72,9	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 12: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος μεταβαίνει στο χώρο εργασίας του με το αυτοκίνητο του νοικοκυριού.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ορθώς δεν απάντησε	129	41,6	41,6
Ποτέ	34	11,0	52,6
Σπάνια	30	9,7	62,3
Μερικές φορές	41	13,2	75,5
Συνήθως	34	11,0	86,5
Πάντα	42	13,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 13: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά χρησιμοποιεί ο ερωτώμενος κάποιο μέσο μαζικής μεταφοράς, για τη γενικότερη μετακίνησή του.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ποτέ	11	3,5	3,5
Σπάνια	37	11,9	15,5
Μερικές φορές	53	17,1	32,6
Συνήθως	110	35,5	68,1
Πάντα	99	31,9	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 14: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος ανακυκλώνει.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Όχι	60	19,4	19,4
	Ναι	250	80,6	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 15: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος ανακυκλώνει γυαλί και μπουκάλια.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Ορθώς δεν απάντησε	60	19,4	19,4
	Ποτέ	7	2,3	21,6
	Σπάνια	35	11,3	32,9
	Μερικές φορές	80	25,8	58,7
	Αρκετά συχνά	77	24,8	83,5
	Πάντα	51	16,5	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 16: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος ανακυκλώνει χαρτί.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Ορθώς δεν απάντησε	60	19,4	19,4
	Ποτέ	4	1,3	20,6
	Σπάνια	23	7,4	28,1
	Μερικές φορές	64	20,6	48,7
	Αρκετά συχνά	101	32,6	81,3
	Πάντα	58	18,7	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 17: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος ανακυκλώνει αλουμίνιο.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Ορθώς δεν απάντησε	60	19,4	19,4
	Ποτέ	26	8,4	27,7
	Σπάνια	57	18,4	46,1
	Μερικές φορές	71	22,9	69,0
	Αρκετά συχνά	57	18,4	87,4
	Πάντα	39	12,6	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 18: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος ανακυκλώνει πλαστικό.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Ορθώς δεν απάντησε	60	19,4	19,4
	Ποτέ	5	1,6	21,0
	Σπάνια	26	8,4	29,4
	Μερικές φορές	67	21,6	51,0
	Αρκετά συχνά	100	32,3	83,2
	Πάντα	52	16,8	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 19: Κατανομή συχνοτήτων για το αν υπάρχει κάποιος μπλε κάδος κοντά στην κατοικία του ερωτώμενου.

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

Μεταβλητή	Όχι	37	11,9	11,9
	Ναι	273	88,1	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 20: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος κάνει διαλογή στην πηγή.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Ποτέ	62	20,0	20,0
	Σπάνια	45	14,5	34,5
	Μερικές φορές	69	22,3	56,8
	Αρκετά συχνά	95	30,6	87,4
	Πάντα	39	12,6	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 21: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος κάνει κομποστοποίηση.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Ποτέ	272	87,7	87,7
	Σπάνια	24	7,7	95,5
	Μερικές φορές	12	3,9	99,4
	Αρκετά συχνά	2	,6	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 22: Κατανομή συχνοτήτων για τον αριθμό των μεγάλων ηλεκτρικών συσκευών που διαθέτει το νοικοκυριό του ερωτώμενου.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	2	13	4,2	4,2

3	110	35,5	39,7
4	86	27,7	67,4
5	64	20,6	88,1
6	19	6,1	94,2
7	9	2,9	97,1
8	6	1,9	99,0
9	3	1,0	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 23: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος είναι μέλος κάποιας ομάδας φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Όχι	294	94,8	94,8
Ναι	16	5,2	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 24: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος συμμετέχει ενεργά σε δραστηριότητες φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Όχι	288	92,9	92,9
Ναι	22	7,1	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 25: Κατανομή συχνοτήτων για την πηγή ενημέρωσης για περιβαλλοντικά ζητήματα, του ερωτώμενου.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Τηλεόραση	75	24,2	24,2
Διαδίκτυο	200	64,5	88,7

Εφημερίδες/ περιοδικά	14	4,5	93,2
Οικογένεια	12	3,9	97,1
Φίλοι/ γείτονες	9	2,9	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 26: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικά τρόφιμα.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Όχι	117	37,7	37,7
Ναι	193	62,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 27: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικά γαλακτοκομικά προϊόντα.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ορθώς δεν απάντησε	117	37,7	37,7
Ποτέ	16	5,2	42,9
Σπάνια	66	21,3	64,2
Μερικές φορές	84	27,1	91,3
Αρκετά συχνά	22	7,1	98,4
Πάντα	5	1,6	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 28: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικό κρέας.

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

Μεταβλητή	Ορθώς δεν απάντησε	117	37,7	37,7
	Ποτέ	71	22,9	60,6
	Σπάνια	65	21,0	81,6
	Μερικές φορές	43	13,9	95,5
	Αρκετά συχνά	12	3,9	99,4
	Πάντα	2	,6	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 29: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικά λαχανικά.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Ορθώς δεν απάντησε	117	37,7	37,7
	Ποτέ	4	1,3	39,0
	Σπάνια	33	10,6	49,7
	Μερικές φορές	78	25,2	74,8
	Αρκετά συχνά	67	21,6	96,5
	Πάντα	11	3,5	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 30: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος αγοράζει βιολογικά δημητριακά και ζυμαρικά.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Ορθώς δεν απάντησε	117	37,7	37,7
	Ποτέ	21	6,8	44,5
	Σπάνια	55	17,7	62,3
	Μερικές φορές	86	27,7	90,0
	Αρκετά συχνά	27	8,7	98,7

Πάντα	4	1,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 31: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος αγοράζει προϊόντα με οικολογική συσκευασία.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ποτέ	73	23,5	23,5
Σπάνια	106	34,2	57,7
Μερικές φορές	97	31,3	89,0
Αρκετά συχνά	32	10,3	99,4
Πάντα	2	,6	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 32: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τσάντα πολλαπλών χρήσεων στις αγορές του.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ποτέ	140	45,2	45,2
Σπάνια	84	27,1	72,3
Μερικές φορές	56	18,1	90,3
Αρκετά συχνά	22	7,1	97,4
Πάντα	8	2,6	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 33: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος κλείνει τους διακόπτες του φωτός όταν εξέρχεται από το δωμάτιο.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ποτέ	3	1,0	1,0
Σπάνια	6	1,9	2,9

Μερικές φορές	42	13,5	16,5
Αρκετά συχνά	88	28,4	44,8
Πάντα	171	55,2	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 34: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ποτέ	9	2,9	2,9
Σπάνια	27	8,7	11,6
Μερικές φορές	68	21,9	33,5
Αρκετά συχνά	102	32,9	66,5
Πάντα	104	33,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 35: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο συχνά ο ερωτώμενος εξοικονομεί νερό, κλείνοντας τη βρύση όταν δε τη χρησιμοποιεί.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Ποτέ	5	1,6	1,6
Σπάνια	5	1,6	3,2
Μερικές φορές	21	6,8	10,0
Αρκετά συχνά	69	22,3	32,3
Πάντα	210	67,7	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 36: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο ο ερωτώμενος ενδιαφέρεται για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω των φιλο-περιβαλλοντικών του δραστηριοτήτων.

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

Μεταβλητή	Καθόλου	13	4,2	4,2
	Λίγο	12	3,9	8,1
	Μέτρια	51	16,5	24,5
	Πολύ	136	43,9	68,4
	Πάρα πολύ	98	31,6	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 37: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο ο ερωτώμενος δίνει προτεραιότητα στη βελτίωση της υγείας του μέσω της κατανάλωσης βιολογικών προϊόντων.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Καθόλου	53	17,1	17,1
	Λίγο	57	18,4	35,5
	Μέτρια	74	23,9	59,4
	Πολύ	72	23,2	82,6
	Πάρα πολύ	54	17,4	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 38: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο ο ερωτώμενος δίνει προτεραιότητα στο περιβάλλον και την προστασία του.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Καθόλου	9	2,9	2,9
	Λίγο	18	5,8	8,7
	Μέτρια	69	22,3	31,0
	Πολύ	136	43,9	74,8
	Πάρα πολύ	78	25,2	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 39: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο ο ερωτώμενος προσπαθεί να μειώνει την ποσότητα των προϊόντων που αγοράζει.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	12	3,9	3,9
Λίγο	52	16,8	20,6
Μέτρια	143	46,1	66,8
Πολύ	81	26,1	92,9
Πάρα πολύ	22	7,1	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 40: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο ο ερωτώμενος προσπαθεί να επαναχρησιμοποιεί τα προϊόντα πριν τα πετάξει.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	9	2,9	2,9
Λίγο	26	8,4	11,3
Μέτρια	95	30,6	41,9
Πολύ	114	36,8	78,7
Πάρα πολύ	66	21,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 41: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο ο ερωτώμενος επιθυμεί να ενισχύσει τα τοπικά και βιολογικά προϊόντα.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	27	8,7	8,7
Λίγο	52	16,8	25,5
Μέτρια	109	35,2	60,6
Πολύ	97	31,3	91,9
Πάρα πολύ	25	8,1	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 42: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο ο ερωτώμενος εμπιστεύεται το οικολογικό σήμα των προϊόντων.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	23	7,4	7,4
Λίγο	50	16,1	23,5
Μέτρια	104	33,5	57,1
Πολύ	108	34,8	91,9
Πάρα πολύ	25	8,1	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 43: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσο ο ερωτώμενος δίνει σε άλλους μεταχειρισμένα ενδύματα και υποδήματα.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	17	5,5	5,5
Λίγο	38	12,3	17,7
Μέτρια	57	18,4	36,1
Πολύ	112	36,1	72,3
Πάρα πολύ	86	27,7	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 44: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος γνωρίζει τα ακριβή είδη που μπορούν να ανακυκλωθούν είτε στους κάδους είτε στις δημοτικές εγκαταστάσεις.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	9	2,9	2,9
Λίγο	37	11,9	14,8
Μέτρια	84	27,1	41,9

Πολύ	130	41,9	83,9
Πάρα πολύ	50	16,1	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 45: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος κατέχει περιβαλλοντική γνώση.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	6	1,9	1,9
Λίγο	23	7,4	9,4
Μέτρια	124	40,0	49,4
Πολύ	123	39,7	89,0
Πάρα πολύ	34	11,0	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 46: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος αποδέχεται τους κανόνες ανακύκλωσης.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	4	1,3	1,3
Λίγο	9	2,9	4,2
Μέτρια	77	24,8	29,0
Πολύ	149	48,1	77,1
Πάρα πολύ	71	22,9	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 47: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος ανησυχεί για τα θέματα των αποβλήτων.

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

Μεταβλητή	Καθόλου	6	1,9	1,9
	Λίγο	26	8,4	10,3
	Μέτρια	67	21,6	31,9
	Πολύ	134	43,2	75,2
	Πάρα πολύ	77	24,8	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 48: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος έχει την αίσθηση υποχρέωσης για την ανακύκλωση αποβλήτων.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Καθόλου	12	3,9	3,9
	Λίγο	34	11,0	14,8
	Μέτρια	64	20,6	35,5
	Πολύ	146	47,1	82,6
	Πάρα πολύ	54	17,4	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 49: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος σέβεται τη φύση.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Καθόλου	4	1,3	1,3
	Λίγο	2	,6	1,9
	Μέτρια	29	9,4	11,3
	Πολύ	126	40,6	51,9
	Πάρα πολύ	149	48,1	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 50: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος δίνει μεγαλύτερη προτεραιότητα στον άνθρωπο και τις ανάγκες του, από ότι στο περιβάλλον.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	12	3,9	3,9
Λίγο	42	13,5	17,4
Μέτρια	120	38,7	56,1
Πολύ	95	30,6	86,8
Πάρα πολύ	41	13,2	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 51: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος έχει επίγνωση των θεμάτων πολιτικής, όπως η Βιώσιμη Ανάπτυξη και η Τοπική Ατζέντα 21.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	111	35,8	35,8
Λίγο	101	32,6	68,4
Μέτρια	61	19,7	88,1
Πολύ	22	7,1	95,2
Πάρα πολύ	15	4,8	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 52: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος υποστηρίζει το δικαίωμα για καθαρό περιβάλλον και αίσθηση προσωπικής ευθύνης.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	4	1,3	1,3
Λίγο	12	3,9	5,2
Μέτρια	59	19,0	24,2
Πολύ	137	44,2	68,4

Πάρα πολύ	98	31,6	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 53: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος ωθείται στην αγορά βιολογικών προϊόντων λόγω της τιμής τους.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	76	24,5	24,5
Λίγο	62	20,0	44,5
Μέτρια	60	19,4	63,9
Πολύ	79	25,5	89,4
Πάρα πολύ	33	10,6	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 54: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος ωθείται στην αγορά βιολογικών προϊόντων λόγω του χρόνου που απαιτείται για τον εντοπισμό τους.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	54	17,4	17,4
Λίγο	73	23,5	41,0
Μέτρια	120	38,7	79,7
Πολύ	57	18,4	98,1
Πάρα πολύ	6	1,9	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 55: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος ωθείται στην αγορά βιολογικών προϊόντων λόγω της διαθεσιμότητάς τους.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	43	13,9	13,9
Λίγο	73	23,5	37,4

Μέτρια	126	40,6	78,1
Πολύ	59	19,0	97,1
Πάρα πολύ	9	2,9	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 56: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος ωθείται στην αγορά βιολογικών τροφίμων λόγω της γεύσης τους.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	24	7,7	7,7
Λίγο	33	10,6	18,4
Μέτρια	68	21,9	40,3
Πολύ	114	36,8	77,1
Πάρα πολύ	71	22,9	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 57: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος ωθείται στην αγορά βιολογικών προϊόντων λόγω των ενοχών που νιώθει για τις συνέπειες για το περιβάλλον σε περίπτωση μη αγοράς τους.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	37	11,9	11,9
Λίγο	70	22,6	34,5
Μέτρια	65	21,0	55,5
Πολύ	118	38,1	93,5
Πάρα πολύ	20	6,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 58: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος ωθείται στην αγορά βιολογικών προϊόντων λόγω της εμπιστοσύνης του στις πράσινες ετικέτες.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	33	10,6	10,6
Λίγο	55	17,7	28,4
Μέτρια	117	37,7	66,1
Πολύ	89	28,7	94,8
Πάρα πολύ	16	5,2	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 59: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος ωθείται στην αγορά των βιολογικών προϊόντων λόγω των ειδικών πληροφοριών για αυτά.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	32	10,3	10,3
Λίγο	61	19,7	30,0
Μέτρια	130	41,9	71,9
Πολύ	74	23,9	95,8
Πάρα πολύ	13	4,2	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 60: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος ωθείται στην αγορά των βιολογικών προϊόντων λόγω της εμπιστοσύνης που νιώθει για την ποιότητά τους.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	21	6,8	6,8
Λίγο	41	13,2	20,0
Μέτρια	86	27,7	47,7
Πολύ	136	43,9	91,6
Πάρα πολύ	26	8,4	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 61: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος λαμβάνει πληροφορίες για τα προγράμματα προώθησης πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	72	23,2	23,2
Λίγο	100	32,3	55,5
Μέτρια	98	31,6	87,1
Πολύ	35	11,3	98,4
Πάρα πολύ	5	1,6	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 62: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος λαμβάνει πληροφορίες για την ασφάλεια της πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	64	20,6	20,6
Λίγο	98	31,6	52,3
Μέτρια	109	35,2	87,4
Πολύ	34	11,0	98,4
Πάρα πολύ	5	1,6	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 63: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος λαμβάνει πληροφορίες για το πώς η αγορά πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας επηρεάζει το λογαριασμό του ηλεκτρικού.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	40	12,9	12,9
Λίγο	90	29,0	41,9
Μέτρια	115	37,1	79,0
Πολύ	58	18,7	97,7

Πάρα πολύ	7	2,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 64: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος λαμβάνει πληροφορίες σχετικά με την υποκατάσταση της πυρηνικής ενέργειας από την πράσινη ηλεκτρική ενέργεια.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	94	30,3	30,3
Λίγο	53	17,1	47,4
Μέτρια	76	24,5	71,9
Πολύ	70	22,6	94,5
Πάρα πολύ	17	5,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 65: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος λαμβάνει πληροφορίες για την πράσινη ηλεκτρική ενέργεια ως εναλλακτική πηγή ενέργειας για τη χρήση του νοικοκυριού.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	41	13,2	13,2
Λίγο	71	22,9	36,1
Μέτρια	93	30,0	66,1
Πολύ	86	27,7	93,9
Πάρα πολύ	19	6,1	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 66: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος λαμβάνει πληροφορίες για τις σύγχρονες τεχνολογίες παραγωγής ενέργειας.

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

Μεταβλητή	Καθόλου	31	10,0	10,0
	Λίγο	68	21,9	31,9
	Μέτρια	99	31,9	63,9
	Πολύ	96	31,0	94,8
	Πάρα πολύ	16	5,2	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 67: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος λαμβάνει πληροφορίες για το πόσο αξιόπιστη και ασφαλής είναι η πράσινη ηλεκτρική ενέργεια.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Καθόλου	50	16,1
	Λίγο	73	23,5
	Μέτρια	109	35,2
	Πολύ	64	20,6
	Πάρα πολύ	14	4,5
	Σύνολο	310	100,0

Πίνακας 68: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο η πίεση που νιώθει ο ερωτώμενος από τους συνομήλικούς του τον ωθεί στην αγορά αγαθών που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Καθόλου	156	50,3
	Λίγο	102	32,9
	Μέτρια	39	12,6
	Πολύ	11	3,5
	Πάρα πολύ	2	,6
	Σύνολο	310	100,0

Πίνακας 69: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο περίγυρος του ερωτώμενου έχει υιοθετήσει φιλο-περιβαλλοντικές συμπεριφορές και στάσεις.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	38	12,3	12,3
Λίγο	76	24,5	36,8
Μέτρια	113	36,5	73,2
Πολύ	73	23,5	96,8
Πάρα πολύ	10	3,2	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 70: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος έχει θετική στάση απέναντι στα προϊόντα που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	10	3,2	3,2
Λίγο	20	6,5	9,7
Μέτρια	55	17,7	27,4
Πολύ	153	49,4	76,8
Πάρα πολύ	72	23,2	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 71: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος έχει θετικές απόψεις για τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	15	4,8	4,8
Λίγο	30	9,7	14,5
Μέτρια	99	31,9	46,5
Πολύ	121	39,0	85,5
Πάρα πολύ	45	14,5	100,0

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	15	4,8	4,8
Λίγο	30	9,7	14,5
Μέτρια	99	31,9	46,5
Πολύ	121	39,0	85,5
Πάρα πολύ	45	14,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 72: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος έχει θετική στάση για τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	200	64,5	64,5
Λίγο	59	19,0	83,5
Μέτρια	40	12,9	96,5
Πολύ	8	2,6	99,0
Πάρα πολύ	3	1,0	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 73: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος είναι πρόθυμος να καταβάλλει ένα επιπλέον χρηματικό ποσό, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι η ηλεκτρική ενέργεια που καταναλώνει θα παράγεται από κάποια ανανεώσιμη πηγή ενέργειας.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	41	13,2	13,2
Λίγο	86	27,7	41,0
Μέτρια	106	34,2	75,2
Πολύ	63	20,3	95,5
Πάρα πολύ	14	4,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 74: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος είναι πρόθυμος να αλλάξει και να αποκτήσει βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	7	2,3	2,3
Λίγο	26	8,4	10,6
Μέτρια	78	25,2	35,8
Πολύ	143	46,1	81,9
Πάρα πολύ	56	18,1	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 75: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος έχει ήδη υιοθετήσει βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	33	10,6	10,6
Λίγο	68	21,9	32,6
Μέτρια	106	34,2	66,8
Πολύ	82	26,5	93,2
Πάρα πολύ	21	6,8	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 76: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος έχει συνειδητοποιήσει τις συνέπειες της μη-υιοθέτησης βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	17	5,5	5,5
Λίγο	43	13,9	19,4
Μέτρια	99	31,9	51,3
Πολύ	119	38,4	89,7

Πάρα πολύ	32	10,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 77: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος είναι υπέρ της τεχνολογικής προόδου έστω κι αν έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	87	28,1	28,1
Λίγο	115	37,1	65,2
Μέτρια	73	23,5	88,7
Πολύ	28	9,0	97,7
Πάρα πολύ	7	2,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 78: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή το θέλει ο ίδιος.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	16	5,2	5,2
Λίγο	34	11,0	16,1
Μέτρια	59	19,0	35,2
Πολύ	128	41,3	76,5
Πάρα πολύ	73	23,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 79: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος υιοθετεί τη βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά επειδή τον αναγκάζουν.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	228	73,5	73,5
Λίγο	54	17,4	91,0

Μέτρια	20	6,5	97,4
Πολύ	6	1,9	99,4
Πάρα πολύ	2	,6	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 80: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η υιοθέτηση βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς είναι θέμα ηθικής.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	26	8,4	8,4
Λίγο	52	16,8	25,2
Μέτρια	60	19,4	44,5
Πολύ	80	25,8	70,3
Πάρα πολύ	92	29,7	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 81: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η υιοθέτηση βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς είναι θέμα νοοτροπίας και συνήθειας.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Καθόλου	6	1,9	1,9
Λίγο	49	15,8	17,7
Μέτρια	52	16,8	34,5
Πολύ	90	29,0	63,5
Πάρα πολύ	113	36,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 82: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος νοιάζεται για τον εαυτό του, την υγεία του, τον τρόπο ζωής του και το μέλλον του.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Καθόλου	6	1,9	1,9
	Λίγο	5	1,6	3,5
	Μέτρια	24	7,7	11,3
	Πολύ	75	24,2	35,5
	Πάρα πολύ	200	64,5	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 83: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος νοιάζεται για την ανθρωπότητα, τα παιδιά του κόσμου, τα δικά του παιδιά και τους ανθρώπους της χώρας του.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Καθόλου	2	,6	,6
	Λίγο	4	1,3	1,9
	Μέτρια	25	8,1	10,0
	Πολύ	66	21,3	31,3
	Πάρα πολύ	213	68,7	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 84: Κατανομή συχνοτήτων για το κατά πόσο ο ερωτώμενος νοιάζεται για τα φυτά, τα ζώα και τα πουλιά.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Καθόλου	4	1,3	1,3
	Λίγο	9	2,9	4,2
	Μέτρια	25	8,1	12,3
	Πολύ	96	31,0	43,2
	Πάρα πολύ	176	56,8	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 85: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως πλησιάζουμε το όριο του αριθμού των ανθρώπων που η γη μπορεί να υποστηρίξει.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Διαφωνών απόλυτα	10	3,2	3,2
Διαφωνών	30	9,7	12,9
Είμαι ουδέτερος-η	76	24,5	37,4
Συμφωνών	126	40,6	78,1
Συμφωνών απόλυτα	68	21,9	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 86: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως οι άνθρωποι έχουν το δικαίωμα να τροποποιούν το φυσικό περιβάλλον ώστε να ικανοποιούν τις ανάγκες τους.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Διαφωνών απόλυτα	47	15,2	15,2
Διαφωνών	151	48,7	63,9
Είμαι ουδέτερος-η	57	18,4	82,3
Συμφωνών	52	16,8	99,0
Συμφωνών απόλυτα	3	1,0	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 87: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως όταν οι άνθρωποι επεμβαίνουν στη φύση, αυτό συχνά προκαλεί καταστροφικές συνέπειες.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Διαφωνών απόλυτα	5	1,6	1,6
Διαφωνών	13	4,2	5,8
Είμαι ουδέτερος-η	27	8,7	14,5
Συμφωνών	143	46,1	60,6

Συμφωνών απόλυτα	122	39,4	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 88: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως η ευφυΐα των ανθρώπων θα εξασφαλίσει ότι δεν κάνουμε τη γη μη κατοικήσιμη.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Διαφωνών απόλυτα	14	4,5	4,5
Διαφωνών	58	18,7	23,2
Είμαι ουδέτερος-η	100	32,3	55,5
Συμφωνών	124	40,0	95,5
Συμφωνών απόλυτα	14	4,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 89: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως οι άνθρωποι σπάνια καταχρώνται τη γη.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Διαφωνών απόλυτα	118	38,1	38,1
Διαφωνών	146	47,1	85,2
Είμαι ουδέτερος-η	34	11,0	96,1
Συμφωνών	8	2,6	98,7
Συμφωνών απόλυτα	4	1,3	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 90: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως η γη διαθέτει ανεξάντλητους φυσικούς πόρους, απλά πρέπει να μάθουμε αν τους χρησιμοποιούμε αποδοτικά.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Διαφωνών απόλυτα	36	11,6	11,6

Διαφωνώ	54	17,4	29,0
Είμαι ουδέτερος-η	42	13,5	42,6
Συμφωνώ	138	44,5	87,1
Συμφωνώ απόλυτα	40	12,9	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 91: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως τα φυτά και τα ζώα έχουν τα ίδια δικαιώματα ύπαρξης με τους ανθρώπους.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Διαφωνώ απόλυτα	9	2,9	2,9
Διαφωνώ	10	3,2	6,1
Είμαι ουδέτερος-η	29	9,4	15,5
Συμφωνώ	124	40,0	55,5
Συμφωνώ απόλυτα	138	44,5	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 92: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως η ισορροπία της φύσης είναι αρκετά δυνατή για να αντιμετωπίσει τις επιπτώσεις των σύγχρονων βιομηχανικών εθνών.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Διαφωνώ απόλυτα	39	12,6	12,6
Διαφωνώ	160	51,6	64,2
Είμαι ουδέτερος-η	55	17,7	81,9
Συμφωνώ	48	15,5	97,4
Συμφωνώ απόλυτα	8	2,6	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 93: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως παρά την τεχνολογική μας ανάπτυξη, οι άνθρωποι είμαστε ακόμη έρμαιο των νόμων της φύσης.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Διαφωνώ απόλυτα	8	2,6	2,6
	Διαφωνώ	12	3,9	6,5
	Είμαι ουδέτερος-η	42	13,5	20,0
	Συμφωνώ	164	52,9	72,9
	Συμφωνώ απόλυτα	84	27,1	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 94: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως η λεγόμενη οικολογική κρίση που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα, έχει γίνει σε μεγάλο βαθμό υπερβολική.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Διαφωνώ απόλυτα	19	6,1	6,1
	Διαφωνώ	61	19,7	25,8
	Είμαι ουδέτερος-η	77	24,8	50,6
	Συμφωνώ	120	38,7	89,4
	Συμφωνώ απόλυτα	33	10,6	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 95: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως η γη είναι σαν ένα διαστημόπλοιο με πολύ περιορισμένο χώρο και πόρους.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Διαφωνώ απόλυτα	9	2,9	2,9
	Διαφωνώ	56	18,1	21,0
	Είμαι ουδέτερος-η	75	24,2	45,2

Συμφωνώ	130	41,9	87,1
Συμφωνώ απόλυτα	40	12,9	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 96: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως οι άνθρωποι ήταν γραφτό να αποφασίζουν για την υπόλοιπη φύση.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Διαφωνώ απόλυτα	51	16,5	16,5
Διαφωνώ	52	16,8	33,2
Είμαι ουδέτερος-η	42	13,5	46,8
Συμφωνώ	135	43,5	90,3
Συμφωνώ απόλυτα	30	9,7	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 97: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως η ισορροπία της φύσης είναι πολύ λεπτή και διαταράζεται εύκολα.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή Διαφωνώ απόλυτα	4	1,3	1,3
Διαφωνώ	11	3,5	4,8
Είμαι ουδέτερος-η	27	8,7	13,5
Συμφωνώ	190	61,3	74,8
Συμφωνώ απόλυτα	78	25,2	100,0
Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 98: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως οι άνθρωποι θα μάθουν τελικά αρκετά για το πώς λειτουργεί η φύση, έτσι ώστε να είναι σε θέση να την ελέγχουν.

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

Μεταβλητή	Διαφωνών απόλυτα	9	2,9	2,9
	Διαφωνών	62	20,0	22,9
	Είμαι ουδέτερος-η	79	25,5	48,4
	Συμφωνών	142	45,8	94,2
	Συμφωνών απόλυτα	18	5,8	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 99: Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος πιστεύει πως εάν τα πράγματα συνεχίσουν ως έχουν, θα βιώσουμε σύντομα μια μεγάλη περιβαλλοντική καταστροφή.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	Διαφωνών απόλυτα	4	1,3	1,3
	Διαφωνών	11	3,5	4,8
	Είμαι ουδέτερος-η	24	7,7	12,6
	Συμφωνών	121	39,0	51,6
	Συμφωνών απόλυτα	150	48,4	100,0
	Σύνολο	310	100,0	

Πίνακας 100: Κατανομή συχνοτήτων για την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του ερωτώμενου, μέσω της επίδοσής του στην κλίμακα NEP.

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Μεταβλητή	0	1	,3	,3
	7	1	,3	,6
	10	1	,3	1,0
	15	1	,3	1,3
	16	1	,3	1,6
	17	1	,3	1,9
	22	1	,3	2,3
	23	2	,6	2,9
	24	3	1,0	3,9

25	3	1,0	4,8
26	3	1,0	5,8
27	5	1,6	7,4
28	15	4,8	12,3
29	16	5,2	17,4
30	14	4,5	21,9
31	16	5,2	27,1
32	18	5,8	32,9
33	15	4,8	37,7
34	13	4,2	41,9
35	10	3,2	45,2
36	13	4,2	49,4
37	13	4,2	53,5
38	20	6,5	60,0
39	21	6,8	66,8
40	18	5,8	72,6
41	20	6,5	79,0
42	21	6,8	85,8
43	15	4,8	90,6
44	9	2,9	93,5
45	5	1,6	95,2
46	9	2,9	98,1
47	2	,6	98,7
48	3	1,0	99,7
50	1	,3	100,0
Total	310	100,0	