



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ ΚΑΙ ΑΛΙΕΥΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΤΑΣΗΣ
ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΤΟΜΙΚΩΝ
ΕΝΥΔΡΕΙΩΝ**

Βασίλειος Α. Ντίνος

Επιβλέπων: Δημήτριος Κ. Μουτόπουλος (Καθηγητής Εφαρμογών)

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2009

ΜΕΛΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Δημήτριος Κ. Μουτόπουλος^{1,2}, Καθηγητής Εφαρμογών Τμήματος ΥΔ.ΑΔ., ΤΕΙ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

Αλέξιος Ράμφος², Έκτακτο Επιστημονικό Προσωπικό ΥΔ.ΑΔ., ΤΕΙ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

Νικόλαος Βλάχος², Ειδικό Τεχνικό Προσωπικό Τμήματος ΥΔ.ΑΔ., ΤΕΙ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

¹Επιβλέπων Καθηγητής

²Μέλη της εξεταστικής επιτροπής

Αναφορά: Β.Α. Ντίνος 2009. Έρευνα αγοράς για τη διερεύνηση της τάσης απόκτησης και διαχείρισης ατομικών ενυδρείων. Πτυχιακή Εργασία, ΤΕΙ Μεσολογγίου, Τμήμα Υδατοκαλλιεργειών και Αλιευτικής Διαχείρισης, 28 σελ. και Παράρτημα.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1.1. Ιστορικά στοιχεία	1
1.2. Εξέλιξη στην κατασκευή ενυδρείων	1
1.3. Σύγχρονες τάσεις ανταγωνιστικότητας στην κατασκευή ενυδρείων	3
1.4. Μουσείο Θαλάσσιων Ευρημάτων Καλύμνου	4
1.5. Κατοχή ατομικού ενυδρείου και ποιότητας ζωής	4
1.6. Σκοπός	5
2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	7
2.1. Διενέργεια των συνεντεύξεων - Συμμετέχοντες	7
2.1.1. Ποιοτική έρευνα	7
2.1.2. Δομή του ερωτηματολογίου της ποσοτικής έρευνας	8
2.1.3. Τύποι ερωτημάτων-μεταβλητών	9
2.1.4. Δημογραφικά και κοινωνικο-οικονομικά ερωτήματα.....	10
2.1.5. Διενέργεια συνεντεύξεων	10
2.2. Ανάλυση των δεδομένων	11
3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	12
3.1. Περιγραφική ανάλυση των ανεξάρτητων (δημογραφικών) μεταβλητών	12
3.2. Περιγραφική ανάλυση των ερωτημάτων της έρευνας	14
3.2.1. Γενικά ερωτήματα	14
3.2.2. Ερωτήσεις που αφορούν τους οργανισμούς που διαβιούν στα ενυδρεία.....	15
3.2.3. Ερωτήσεις σχετικές με τη διακόσμηση των ενυδρείων	16
3.2.4. Ερωτήσεις μόνο για κατόχους ενυδρείων	16
3.2.5. Γενικές ερωτήσεις που αφορούσαν όλους τους ερωτηθέντες.....	17
4. ΣΥΖΗΤΗΣΗ	19
4.1. Συζήτηση Αποτελεσμάτων	19
4.2. Προοπτικές και προκλήσεις	20
4.3. Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες	22
4.4. Περιορισμοί της Έρευνας	23
4.5. Συμπεράσματα	23
5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	25
<i>Περίληψη</i>	27
<i>Abstract</i>	28
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ I	1
Ερωτηματολόγιο της έρευνας	1

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1. Ιστορικά στοιχεία

Η ιστορική εξέλιξη των ενυδρείων είναι σημαντική και αξιοσημείωτη, καθώς από την πρώτη εμφάνισή τους τον 19ο αιώνα όταν και αποτελούσαν τμήμα των γνωστών «θηριοτροφείων», οι προσπάθειες της επιστήμης επικεντρώνονταν στη συντήρηση υδρόβιων οργανισμών. Ειδικότερα, τα πρώτα ενυδρεία εμφανίστηκαν στο Λονδίνο, τη Βοστώνη, τη Νέα Υόρκη και το Βερολίνο γύρω στα 1850 ως κέντρα γνώσης και μόρφωσης. Τα περισσότερα από αυτά τα ιδρύματα, ήταν το αποτέλεσμα των επιθυμιών των φυσιολατρών να εμπλακούν στην ωκεανογραφική έρευνα και να μοιραστούν με το κοινό τις ανακαλύψεις τους. Για περισσότερο από 150 χρόνια οι άνθρωποι επισκέπτονταν τα ενυδρεία για να διασκεδάσουν, να γνωρίσουν την ποικιλότητα της υδρόβιας ζωής, να κάνουν μια οικογενειακή έξοδο και να μάθουν κάτι νέο, που θα μπορούσε να προσθέσει ένα νέο στοιχείο στους υπαρξιακούς προβληματισμούς τους. Στις μέρες μας, τα ενυδρεία έχουν καταλήξει να είναι χώροι κουλτούρας, επιστήμης, αλλά και σημαντικής επιχειρηματικής δραστηριότητας.

1.2. Εξέλιξη στην κατασκευή ενυδρείων

Κατά καιρούς πολλά δημόσια και ιδιωτικά ενυδρεία άνοιξαν για το ευρύ κοινό με μεγαλύτερη ή λιγότερη επιτυχία, ενώ παράλληλα αρκετά διαφορετικά συστήματα

αναπτύχθηκαν προκειμένου να διατηρήσουν μέσα στα ενυδρεία τους οργανισμούς στη ζωή. Ωστόσο, στο τελευταίο μισό του 20ου αιώνα παρατηρήθηκε μια εκρηκτική αύξηση τόσο του αριθμού των ενυδρείων ανά τον κόσμο, όσο και του μεγέθους που αυτά καταλαμβάνουν. Μεγάλοι όγκοι δεξαμενών άρχισαν να εμφανίζονται, ενώ συνεχώς καταβάλλονται προσπάθειες προκειμένου να αναπτυχθούν νέες ιδέες και τεχνολογίες. Για παράδειγμα, σε αρκετά ευρωπαϊκά ενυδρεία πραγματοποιήθηκαν οι πρώτες κατασκευές τούνελ όπου ο επισκέπτης παρακολουθεί τις μετακινήσεις και τις συνήθειες των υδρόβιων οργανισμών κάτω από το νερό, μέσω διάφανων, γυάλινων επιφανειών μεγάλου μεγέθους και πάχους που υποστηρίζονται από μεταλλικά πλαίσια.

Κάθε ενυδρείο σχεδιάζεται ώστε να παρουσιάσει με μοναδικό τρόπο τις στοχεύσεις των δημιουργών του. Στο πεδίο του σχεδιασμού έχουν πλέον ενσωματωθεί η μηχανολογία, η αρχιτεκτονική και η σκηνογραφία, ώστε το ταξίδι στον κόσμο του βυθού να μοιάζει περισσότερο πραγματικό. Έτσι, εμφανίζονται τα πάνελ μεθακρυλικού, ενώ και οι καμπύλες στα παράθυρα δίνουν μια νέα οπτική γωνία στη θέαση. Γίνεται, λοιπόν, αντιληπτό, ότι οι εξελίξεις στην τεχνολογία ενθαρρύνουν τους σχεδιαστές των ενυδρείων να δημιουργήσουν όσο το δυνατό πιο ρεαλιστικές συνθήκες ζωής, π.χ. σε βραχώδεις όρμους με κύματα που κτυπούν στα βράχια, κοραλλιογενείς υφάλους όπου στον περίγυρό τους «περιπολούν» καρχαρίες, ακόμα και τμήματα ποταμών, και λιμνών με την περιβάλλουσα ζωή τους.

Ταυτόχρονα οι σύγχρονες τάσεις κατασκευής ενυδρείων συμπεριλαμβάνουν πλέον το σύνολο της ζωής του υγρού στοιχείου από όλο τον πλανήτη. Παραδείγματα περιπτώσεων περιβάλλοντος τροπικού δάσους ολοκληρώνονται με την ύπαρξη βροχής με κατάλληλη σκηνογραφική κάλυψη, όπως μια περιήγηση στα μυστικά του Αμαζόνιου, των λιμνών, κ.α., ή προσομοιώσεων της ζωής στους πόλους, με τεχνητούς πάγους και ζώα και πτηνά από την Ανταρκτική και την Αρκτική ή και της ζωής των Ωκεανών. Επίσης, εκτός από τη συνήθη παρουσία ειδών ψαριών, κατασκευάζονται ενυδρεία εξειδικευμένα σε διάφορα είδη κοραλλιών. Συνοπτικά, η νέα γενιά των ενυδρείων περιλαμβάνει:

- Μεγάλης κλίμακας μεγέθους και όγκου νερού για την πιο ρεαλιστική προσομοίωση του φυσικού περιβάλλοντος,
- Υψηλές οικονομικές επενδύσεις.
- Συστήματα υψηλής τεχνολογίας για τη συντήρηση νερού.
- Χρήση της υψηλής τεχνολογίας, κυρίως της πληροφορικής, σαν εργαλεία επικοινωνίας και γνώσης. Παράλληλα, τα διάφορα οπτικοακουστικά συστήματα είναι σε πλήρη ανάπτυξη.

- Η θέση των ενυδρείων τοποθετείται σε αναβαθμισμένο αστικό περιβάλλον, στις επεκτάσεις πόλεων που κυρίως συνορεύουν με το νερό.

- Το κύκλωμα υποστήριξης στο σχεδιασμό και τη συντήρηση έχει διευρυνθεί πολύ. Εταιρείες και ερευνητικά ινστιτούτα δημιουργούνται και αναπτύσσονται στην παροχή υπηρεσιών.

1.3. Σύγχρονες τάσεις ανταγωνιστικότητας στην κατασκευή ενυδρείων

Οι βασικές τάσεις στις οποίες φαίνονται να πορεύονται είτε ανταγωνιστικά ή συνεργατικά ή συνθετικά στο χώρο των ενυδρείων κοινού είναι τρεις. Αυτές αναπτύχθηκαν ιδιαίτερα στη δεκαετία του '80 και του '90 στην Ευρώπη (5η IAC στο Μονακό το Νοέμβριο του 2000). Οι τάσεις αυτές φαίνονται καθαρά σε τρεις κατευθύνσεις που αναπτύχθηκαν ταυτόχρονα στη Γαλλία:

- (α) η "πολιτισμική" στη Βουλώνη,
- (β) η "επιστημονική" στη Βρέστη και
- (γ) η "εμπορική" στη Λα Ροσέλ.

Η απάντηση για το ποια τάση μπορεί ή πρέπει να υπερισχύσει εξαρτάται από τις επιδιώξεις των οραματιστών των ενυδρείων ή των "Κέντρων της Θάλασσας" (*marine center*) όπως ονομάζονται στις δυτικοευρωπαϊκές χώρες.

Όλες οι τάσεις έχουν μερίδιο χώρου στα σύγχρονα ενυδρεία γιατί με τον τρόπο αυτό δημιουργούνται και οι αναγκαίες συνθήκες επιχειρηματικής βιωσιμότητας. Τα ενυδρεία είναι επιχειρηματικοί οργανισμοί που έχουν μεγάλο κόστος συντήρησης και λειτουργίας προκειμένου να είναι πάντα στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος του κοινού. Επίσης, έχουν ενεργοβόρο λειτουργία και απαιτούν συνεχείς αναβαθμίσεις προκειμένου να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους και την προσέλκυση των επισκεπτών.

Συνεπώς, το πλέον ενδιαφέρον στοιχείο που συνάγεται από τις τρεις παραπάνω κατευθύνσεις, αλλά και ενός πρωτοποριακού ενυδρείου της Αμερικής, το *Monterey bay Aquarium*, είναι η επίτευξη καλύτερης ισορροπίας ανάμεσα στα επιστημονικά – πολιτισμικά - οικονομικά στοιχεία της περιοχής που προβάλλουν, τα οποία θα προσφέρουν το ιδιαίτερο στίγμα τους και θα δίνουν ορίζοντα ύπαρξης για το μέλλον, ιδιαίτερα στη σύγχρονη εποχή που διακρίνεται από μια ευμετάβλητη οικονομική κατάσταση.

Παράλληλα, τα σύγχρονα ενυδρεία προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες του παρόντος και του μέλλοντός τους, απαιτούν οργάνωση και δομή σύγχρονης επιχείρησης μέσα από τη συμμετοχή τους σε τομείς ενασχόλησης όπως στον εμπορικό, διαφημιστικό και

επιστημονικό τομέα. Με τον τρόπο αυτό είναι ιδιαίτερης σημασίας η ανάγκη αποτύπωσης των τάσεων του κοινού σε θέματα που άπτονται του γνωστικού αντικειμένου που πραγματεύονται τα ενυδρεία. Ταυτόχρονα, η διερεύνηση των επιθυμιών των ατόμων θα ενισχύσει τον εκπαιδευτικό χαρακτήρα των ενυδρείων και θα τα ενσωματώσει αρμονικά στο σύγχρονο τρόπο ζωής τους.

1.4. Μουσείο Θαλάσσιων Ευρημάτων Καλύμνου

Το Μουσείο Θαλάσσιων Ευρημάτων Καλύμνου είναι ένα ιδιωτικό μουσείο που βρίσκεται στον παραθαλάσσιο οικισμό Βλυχάδια στην Κάλυμνο και λειτουργεί καθημερινά. Εμπνευστές και δημιουργοί αυτού του έργος ζωής είναι τα αδέρφια Βαλσαμίδα που γεννήθηκαν και ζουν στην Κάλυμνο. Παράλληλα με την ενασχόλησή τους με το μουσείο, τα αδέρφια δούλεψαν ως αρχιτέκτονες, οικοδόμοι, συλλέκτες και διακοσμητές του μουσείου, χωρίς ποτέ να σταματήσουν την αγαπημένη τους δραστηριότητα, την κατάδυση. Τα ευρήματα, τα οποία προέρχονται από χιλιάδες καταδύσεις, περιλαμβάνουν σχεδόν ότι μπορεί κανείς να συναντήσει στο βυθό. Μεγάλες ποικιλίες από είδη ψαριών, οστρακοειδή, αστερίες, κοράλλια, διάφορα είδη χελωνών και φυσικά όλα τα είδη σφουγγαριών. Επίσης, στο μουσείο υπάρχουν όλα τα απαραίτητα εργαλεία και σκάφανδρα που χρησιμοποιήθηκαν από τους δύτες σφουγγαριών από το 1872 μέχρι σήμερα, ενώ υπάρχει και μια συλλογή από 2000 περίπου φωτογραφίες σχετικές με την ιστορία και την παράδοση των σφουγγαράδων. Επίσης, στο χώρο του μουσείου γίνεται επεξεργασία των σφουγγαριών και λειτουργεί κατάστημα με σφουγγάρια, κοράλλια και όστρακα.

1.5. Κατοχή ατομικού ενυδρείου και ποιότητας ζωής

Ο σύγχρονος απαιτητικός και χρονοβόρος τρόπος ζωής αναγκάζει ολοένα και περισσότερο τους ανθρώπους να αναζητήσουν στις ελεύθερες ώρες τους κάτι που να τους δίνει χαρά και να τους ξεκουράζει (Ross and Wall, 1999). Ταυτόχρονα, η ενασχόληση με την αλιεία, τα ψάρια και τα ενυδρεία αποτελεί μια ευχάριστη και συγχρόνως πολύ εκπαιδευτική απασχόληση (Mose, 2001). Για το λόγο αυτό δεν είναι παράξενο που ο αριθμός των ενυδρειόφιλων συνεχώς αυξάνει και καταλαμβάνει μία σημαντική θέση στον τομέα της ψυχαγωγίας. Σύγχρονες εκτιμήσεις στην Ομοσπονδιακή Γερμανία ανεβάζουν τον αριθμό των ασχολούμενων με ενυδρεία σε περίπου 1,5 εκατομμύρια άτομα. Σε χώρες του εξωτερικού, όπως η Γερμανία, η Ιταλία, η Γαλλία κ.α., η γρήγορη και ραγδαία ανάπτυξη του τομέα της ενυδρειολογίας αποτελεί μια απτή πραγματικότητα.

Όσον αφορά στην Ελλάδα, παρατηρείται μια έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού για την επάνδρωση των καταστημάτων πώλησης ενυδρείων, ενώ δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις στις οποίες η διάθεση των ενυδρείων και των οργανισμών τους γίνεται από καταστήματα πώλησης μικρών κατοικίδιων ζώων. Αντίθετα, στο εξωτερικό είναι ευρέως διαδεδομένα καταστήματα που παρέχουν αποκλειστικά ενυδρεία, ενώ και το προσωπικό που τα επανδρώνει κατέχει σημαντικές γνώσεις σχετικές με το αντικείμενο, είτε μέσα από την εκπαιδευτική διαδικασία (π.χ. σπουδές), είτε μέσα από ειδικά σεμινάρια ενυδρειολογίας.

Επίσης, έχει αναφερθεί ότι η απόκτηση και η κατοχή ενυδρείου αποτελεί σημαντικό παράγοντα κοινωνικοποίησης ιδιαίτερα των νεαρών ατόμων σε μια οικογένεια. Στις χώρες του εξωτερικού σημαντικός παράγοντας για την κοινωνικοποίηση παιδιών υπερκινιτικών ή παιδιών που πάσχουν από νευρωτικές ασθένειες ή από τάσης φυγής οι γιατροί προτείνουν ως μία λύση για την καταπολέμηση των παραπάνω προβλημάτων την αγορά κατοικίδιων ζώων συντροφιάς. Στο ίδιο πλαίσιο εντάσσονται και οι παραινήσεις των ειδικών για τις θετικές επιδράσεις που έχει η ενασχόληση, ερασιτεχνικά με την αλιεία (Moser, 2001).

Ωστόσο, η διατήρηση ζωντανών οργανισμών σε συνθήκες αιχμαλωσίας προϋποθέτει μεγάλη αίσθηση υπευθυνότητας. Το ίδιο ισχύει και για τα ψάρια. Για το λόγο αυτό ο ιδιοκτήτης ενυδρείου θα πρέπει να εγγυάται τις καλύτερες προϋποθέσεις για τη διατήρηση των ζωντανών αυτών οργανισμών. Μια από αυτές τις προϋποθέσεις είναι και η γνώση των βασικών αρχών της ενυδρειολογίας.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επισημανθεί, πως η ελλιπής γνώση των υπευθύνων των καταστημάτων πώλησης ενυδρείων σε βασικά ζητήματα ενυδρειολογίας, οδηγεί αρκετές φορές στην αποθάρρυνση απόκτησης ενυδρείου. Έτσι δεν είναι σπάνιες οι περιπτώσεις κατά τις οποίες οι ιδιοκτήτες ενυδρείων, πολύ σύντομα, αποθαρρύνονται και τα ενυδρεία παροπλίζονται. Θα πρέπει, εδώ να τονισθεί ότι ένα ενυδρείο χρειάζεται κάτι παραπάνω από λίγα ψάρια, λίγα φυτά και μερικά εργαλεία.

1.6. Σκοπός

Η παρούσα εργασία αναφέρεται στη διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς προς την απόκτηση ενυδρείου στο σπίτι. Ταυτόχρονα, διερευνώνται, κατηγοριοποιούνται και ποσοτικοποιούνται οι εμπειρίες των καταναλωτών που έχουν ενυδρεία, καθώς και η εμπιστοσύνη που επιδεικνύουν στα εξειδικευμένα καταστήματα πώλησης ενυδρείων. Τέλος, τα ερωτήματα αναλύονται σε σχέση με κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά των

καταναλωτών που ενδεχόμενα να επηρεάζουν την αγοραστική τους συμπεριφορά και την τάση απόκτησης ατομικού ενυδρείου.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας είναι ιδιαίτερα επίκαιρα στα πλαίσια της συνεχώς διευρυνόμενης αγοράς και του έντονου ανταγωνισμού, όπου όλα τα μεγέθη δέχονται ισχυρές πιέσεις. Στο πλαίσιο αυτό είναι σημαντικό να προστεθεί και η προσπάθεια που καταβάλλεται, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, σχετικά με τον επαναπροσδιορισμό του τρόπου διαβίωσης στις μεγάλες πόλεις, όπου η εξεύρεση νέων τρόπων εναλλακτικής ψυχαγωγίας των κατοίκων αποτελεί επιτακτική ανάγκη.

2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

2.1. Διενέργεια των συνεντεύξεων - Συμμετέχοντες

2.1.1. Ποιοτική έρευνα

Αρχικά, υλοποιήθηκε (Σεπτέμβριος 2008) μία πιλοτική χορήγηση του ερωτηματολογίου σε μικρό δείγμα πολιτών (25), αλλά και των εργαζόμενων στο κατάστημα «ΥΔΑΤΙΝΟΣ ΚΟΣΜΟΣ» στην Αθήνα, προκειμένου να υπάρξει ανατροφοδότηση για το σχεδιασμό της ποιοτικής σύνθεσης των ερωτημάτων του τελικού ερωτηματολογίου λαμβάνοντας υπόψη και τη συμπεριφορά του καταναλωτή και το διερευνητικό χαρακτήρα της έρευνας (Goodman 1999). Τα άτομα που συμμετείχαν στη ποιοτική έρευνα επιλέχθηκαν με τη μέθοδο της δειγματοληψίας με κριτήρια, καθόσον για ποιοτικές έρευνες δεν θεωρείται απαραίτητη η χρήση τυχαίας δειγματοληψίας (Nickel et al., 1995). Για το σκοπό αυτό, οι ενασχολούμενοι με τα ενυδρεία που έλαβαν μέρος στην ποιοτική έρευνα επιλέχθηκαν με τρόπο, ώστε να διαφοροποιούνται τα κοινωνικοοικονομικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά τους. Οι λέξεις κλειδιά και οι προτάσεις που προέκυψαν από την ποιοτική έρευνα, χρησιμοποιήθηκαν ως δηλώσεις κατά το σχεδιασμό του τελικού ερωτηματολογίου της έρευνας. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκε προέλεγχος του ερωτηματολογίου, με σκοπό να διαπιστωθεί αν αυτό ήταν κατανοητό στους καταναλωτές. Κατά τη διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου οι αποκρινόμενοι χρονομετρήθηκαν και δόθηκαν περαιτέρω εξηγήσεις στα σημεία όπου αυτό δεν ήταν κατανοητό. Μετά τον προέλεγχο του ερωτηματολογίου, έγιναν οι τελικές διορθώσεις, ώστε να λάβει την τελική του μορφή και να χρησιμοποιηθεί στην έρευνα πεδίου.

2.1.2. Δομή του ερωτηματολογίου της ποσοτικής έρευνας

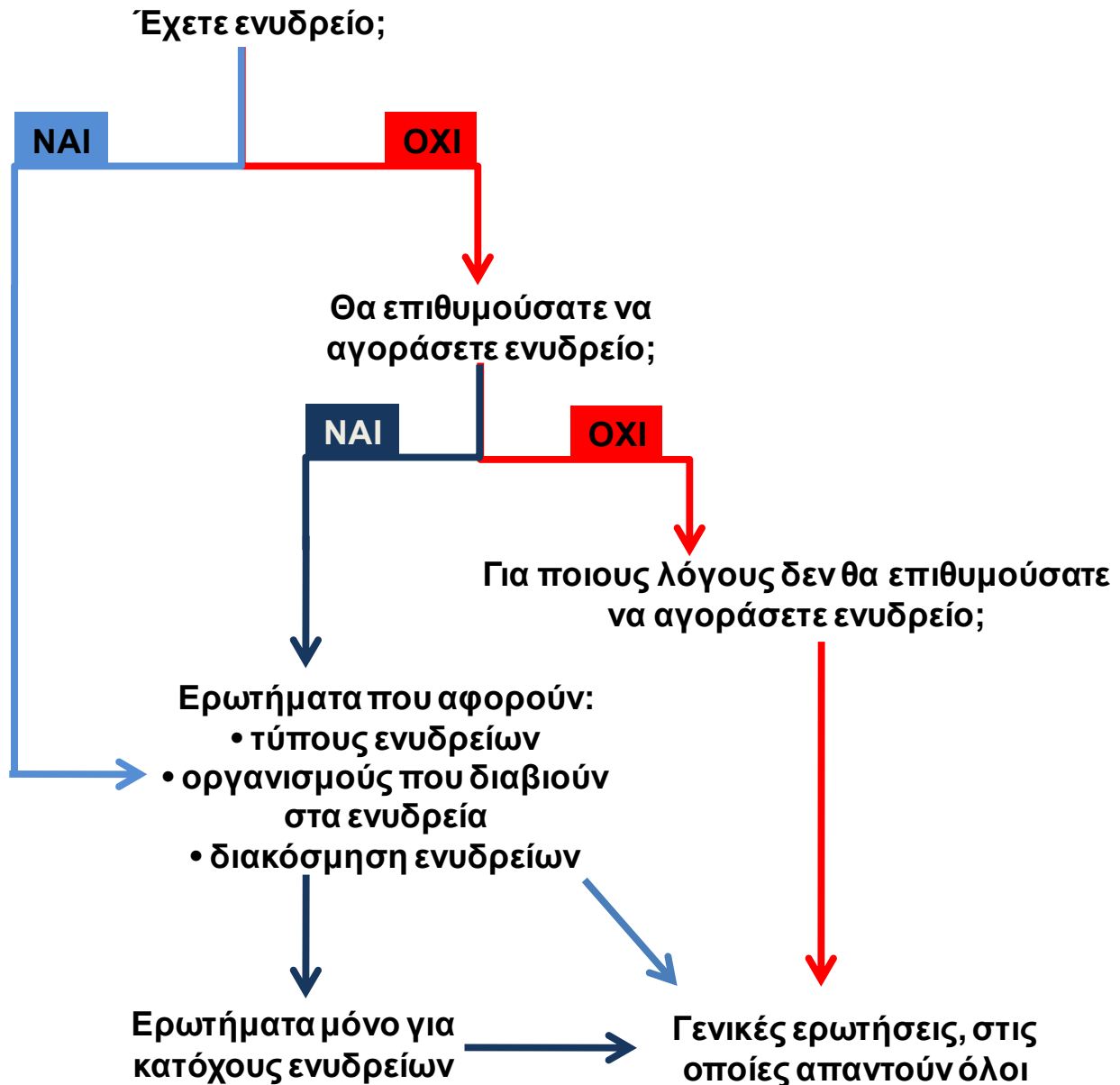
Το ερωτηματολόγιο της έρευνας (Παράρτημα Ι) αποτελούνταν από δύο βασικά τμήματα, ένα που αφορούσε τα ερωτήματα της έρευνας και ένα δεύτερο κομάτι που αφορούσε δημογραφικά και κοινωνικά στοιχεία των ερωτηθέντων. Τα ερωτήματα της έρευνας σχεδιάστηκαν με βάση τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας, όπως περιγράφηκε παραπάνω και αποτελούνταν από πέντε μέρη (Εικόνα 2.1):

- 1) γενικά ερωτήματα τα οποία είχαν ως στόχο το διαχωρισμό των κατόχων ενυδρείων από τους ενδιαφερόμενους προς απόκτηση ενυδρείου,
- 2) ερωτήσεις σχετικές με τους οργανισμούς που διαβιούν στα ενυδρεία,
- 3) ερωτήσεις σχετικές με τη διακόσμηση των ενυδρείων,
- 4) ερωτήσεις μόνο για κατόχους ενυδρείων και
- 5) γενικές ερωτήσεις, που αναφέρονταν σε όλους τους ερωτώμενους

Αρχικά, οι πολίτες κλήθηκαν να απαντήσουν σε δύο ερωτήματα τα οποία ήταν θεμελιώδη για την υπόλοιπη έρευνα: (α) στην ερώτηση «έχετε ενυδρείο;» και (β) στα άτομα που δεν είχαν ενυδρείο το ερώτημα «αν επιθυμούσαν την αγορά ενυδρείου;». Στη συνέχεια οι ενδιαφερόμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήματα που κρίνονται σημαντικά για την ανάδειξη της τάσης των καταναλωτών για την αγορά ενυδρείου, όπως είναι οι διαθέσιμοι τύποι ενυδρείων, η προτίμηση διαφορετικών ειδών-οργανισμών (μικρά, μεγάλα, σμυνόψαρα, μοναχικά) που διαβιούν στα ενυδρεία, η χρήση ή μη διακοσμητικών στοιχείων, καθώς και διάφορες γενικές ερωτήσεις προς τους ενασχολούμενους και τους ενδιαφερόμενους με τα ενυδρεία. Στο πλαίσιο αυτό σημαντικό ερώτημα αποτελεί η διερεύνηση των ενδιαφερόμενων προς είδη των θαλασσινών ή γλυκών νερών.

Ένα άλλο σπουδαίο και σημαντικό ερώτημα που καθορίζει την απόκτηση ενυδρείου και για το οποίο πολλοί άνθρωποι δεν αγοράζουν ενυδρείο ήταν η ερώτηση «όταν πρόκειται να απουσιάσετε για μεγάλο χρονικό διάστημα από το σπίτι σας, πού αναθέτετε τη φροντίδα του ενυδρείου;». Θα πρέπει να σημειωθεί πως οι αυτόματες συσκευές δεν είναι ευρέως γνωστές στην χώρα μας, αλλά ούτε και πολύ αποτελεσματικές ιδίως για τα θαλασσινά είδη ψαριών, καθώς τα όργανα του ενυδρείου και οι οργανισμοί που διαβιούν απαιτούν συστηματική παρακολούθηση για τυχόν βλάβες ή ανωμαλίες που μπορούν να προκύψουν. Επίσης, με την ερώτηση «από πού αντλείται πληροφορίες σχετικά με τα ενυδρεία;» μπορεί να διερευνηθεί το κατά πόσο οι κάτοχοι ενυδρείων εμπιστεύονται για τα προβλήματα τους ή για τυχόν άλλες ερωτήσεις πάνω στο αντικείμενο της ενυδρειολογίας τα καταστήματα πώλησης ενυδρείων.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΗ «ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΤΟΜΙΚΩΝ ΕΝΥΔΡΕΙΩΝ»



Εικόνα 1. Διαγραμματική απεικόνιση των ερωτημάτων της έρευνας αναφορικά με την τάση των καταναλωτών να αποκτήσουν ή/και να διαχειριστούν ένα ατομικό ενυδρείο.

2.1.3. Τύποι ερωτημάτων-μεταβλητών

Η έρευνα περιελάμβανε τους ακόλουθους τύπους ερωτήσεων-μεταβλητών:

A) Διχοτομικές ερωτήσεις (ΝΑΙ, ΟΧΙ)

B) Πολυθεματικές ερωτήσεις, οι οποίες αποτελούνταν από δηλώσεις-ερωτήματα στα οποία οι ενδιαφερόμενοι κλήθηκαν να:

I. επιλέξουν περισσότερες από μια δηλώσεις,

II. κατατάξουν τις δηλώσεις με βάση τη σπουδαιότητα που πιστεύουν ότι έχουν και

III. επιλέξουν μόνο μια δήλωση-ερώτημα

Γ) Ερωτήσεις πενταβάθμιας κλίμακας τύπου Likert, όπως είναι το ερώτημα που αφορά τους λόγους που «ΔΕΝ θα επιθυμούσατε την αγορά ενυδρείου». Η απάντηση του ερωτήματος αυτού βασίστηκε σε πέντε επίπεδα συμφωνίας/διαφωνίας και αποδόθηκαν οι αντίστοιχες τιμές στις απαντήσεις: “Διαφωνώ απόλυτα”=1, “Διαφωνώ σχετικά”=2, “Ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ”=3, “Συμφωνώ σχετικά”=4 και “Συμφωνώ απόλυτα”=6.

2.1.4. Δημογραφικά και κοινωνικο-οικονομικά ερωτήματα

Αναφορικά με τα δημογραφικά και κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά, οι συμμετέχοντες δήλωναν το φύλο, την ηλικιακή τους κλάση, το επίπεδο μόρφωσης, την οικογενειακή τους κατάσταση, τον αριθμό των παιδιών στην οικογένεια (ενήλικα ή μη), την επαγγελματική τους κατάσταση και το μηνιαίο εισόδημά τους. Για την επιλογή των επιπέδων σε κάθε ένα από τα παραπάνω ερωτήματα ακολουθήθηκε η κατηγοριοποίηση που εφαρμόστηκε σε παρόμοιες έρευνες σύμφωνα με τους Batzios et al. 2004, και Μουτόπουλος και συν. 2007 (Πίνακας 2.1).

2.1.5. Διενέργεια συνεντεύξεων

Η συγκέντρωση των δεδομένων της έρευνας πεδίου προήλθε με τη δειγματοληψία mall intercept interview (Malhotra, 1996) κατά το χρονικό διάστημα Οκτώβριος 2008 - Μάιος 2009. Συγκεντρώθηκε δείγμα 125 έγκυρων ερωτηματολογίων το οποίο για στόχους της έρευνας θεωρήθηκε ικανοποιητικό (Lehmann κ.ά. 1998, Hair κ.ά. 1995). Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε στο κυρίως δείγμα της έρευνας το οποίο αποτελούνταν από άνεργους και εργαζόμενους πολίτες ηλικίας από 18 ετών και άνω, με διαφορετικό μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακή κατάσταση, επάγγελμα και μηνιαίο εισόδημα. Θα πρέπει, εδώ, να σημειώσουμε πως η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου δεν ήταν υποχρεωτική. Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν στα εξής καταστήματα: «Υδάτινος κόσμος» (Αθήνα), «Άββυσσος» (Αθήνα), «FISH MANIA» (Πειραιάς), «CLUB 22GR» (Πειραιάς) και στο Μουσείο Θαλάσσιων Ευρημάτων Καλύμνου στην Κάλυμνο. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι κατά τη χρονική περίοδο των συνεντεύξεων έγιναν 24 εξορμήσεις στις περιοχές της Αθήνας και του Πειραιά (περίοδος: 9/10-20/03) και 4 εξορμήσεις στην Κάλυμνο (περίοδος: 13/04-16/04). Οι διαφορετικές ημερομηνίες των εξορμήσεων σε κάθε περιοχή έγιναν με σκοπό να συγκεντρωθεί δείγμα τόσο από τους ενδιαφερόμενους που επισκέπτονται τα καταστήματα

πώλησης ενυδρείων και το Μουσείο κατά τη διάρκεια των εορτών των Χριστουγέννων και του Πάσχα, όπου γενικά παρατηρείται αύξηση της εμπορικής δραστηριότητας. Επίσης, στις περιοχές της Αθήνας και του Πειραιά η έρευνα διεξήχθη και σε άλλες περιόδους με σκοπό να προσεγγιστεί όσο το δυνατό μεγαλύτερο δείγμα καταναλωτών που ασχολείται ερασιτεχνικά με τα ενυδρεία.

Πίνακας 2.1. Κατηγοριοποίηση των επιπέδων για τα κοινωνικο-οικονομικά ερωτήματα της παρούσας έρευνας.

Ηλικιακή κλάση	Φύλο
18-30	Άνδρας
31-45	Γυναίκα
46-65	
> 66	
Επίπεδο εκπαίδευσης	Επάγγελμα
Δεν έχω τελειώσει το δημοτικό	Εκπαιδευτικός
Απολυτήριο Δημοτικού	Δημόσιος υπάλληλος
Απολυτήριο Λυκείου	Ιδιωτικός Υπάλληλος
Φοιτητής/φοιτήτρια	Ελεύθερος επαγγελματίας
Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ	Σπουδαστής-τρια/ φοιτητής/τρια
Μετ/κό-Διδ/κό	Συνταξιούχος
	Οικιακά
	Άνεργος
Μηνιαίο εισόδημα	Οικογενειακή κατάσταση
έως 700 ευρώ	Ανύπανδρος / η
701-1300 ευρώ	Έγγαμος / η
1301-1600 ευρώ	Διαζευγμένος / η -Σε διάσταση - Χήρος /α
1601-2000 ευρώ	
2001 -2500 ευρώ	
περισσότερα από 2500	

2.2. Ανάλυση των δεδομένων

Μετά τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, τα δεδομένα που συλλέχθηκαν καταγράφηκαν σε μια βάση δεδομένων του προγράμματος SPSS (ver. 17.0), η οποία περιελάμβανε σε ξεχωριστές στήλες τα παρακάτω στοιχεία:

- A) τον αύξοντα αριθμό του ερωτηματολογίου
- B) τα ερωτήματα της έρευνας (κωδικοποιημένα με γράμματα και αριθμούς) και
- Γ) τα δημογραφικά στοιχεία, (κωδικοποιημένα με γράμματα)

Η ανάλυση των δεδομένων της ποσοτικής έρευνας περιλάμβανε την κλασική περιγραφική ανάλυση δεδομένων για την εκτίμηση των συχνοτήτων (%) των επιπέδων των δηλώσεων-ερωτημάτων για τις διάφορες κατηγορίες των ανεξάρτητων μεταβλητών (δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά) του δείγματος.

3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

3.1. Περιγραφική ανάλυση των ανεξάρτητων (δημογραφικών) μεταβλητών

Από την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που μετείχαν στην έρευνα ήταν άνδρες (64%) ενώ το 36% ήταν γυναίκες (Πίνακας 1). Όσον αφορά την ηλικιακή κατανομή των ερωτηθέντων (Πίνακας 2) οι μισοί περίπου (47,2%) είχαν ηλικία από 18-30 ετών, το 36% από 31-45 ετών και το 16,8% από 46-65 ετών. Αναφορικά με το επίπεδο μόρφωσης (Πίνακας 3), το 49,6% είχε Απολυτήριο Λυκείου, το 31,2% Πτυχίο Ανωτάτης Σχολής (ΑΕΙ/ΤΕΙ), το 7,2% φοιτούσε σε κάποια σχολή, το 4,8% κατείχε Μεταπτυχιακό ή/και Διδακτορικό τίτλο και τέλος το 1,6% απάντησε πως «Δεν έχω τελειώσει το δημοτικό». Ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι ανύπανδροι (60,8%), ενώ το 39,2% είναι έγγαμοι (Πίνακας 4). Από τους έγγαμους, σχεδόν όλοι (97,1%) απάντησαν πως είχαν παιδιά μικρότερα των 18 ετών, ενώ ένα ποσοστό 2,9% είχε παιδιά μεγαλύτερα των 18 ετών (Πίνακας 5). Αναφορικά με την επαγγελματική απασχόληση των ερωτώμενων (Πίνακας 6), το 25% εργάζονταν ως ανειδίκευτοι ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 20,2% ως ειδικευμένοι ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 16,1% ως δημόσιοι υπάλληλοι, το 15,3% ως ελεύθεροι επαγγελματίες, το 12,1% απασχολούνταν με τα οικιακά, το 9,7% ήταν σπουδαστής-τρια/φοιτητής-τρια και ένα πολύ μικρό ποσοστό ήταν συνταξιούχοι ή άνεργοι (0,8%). Τέλος, αναφορικά με το επίπεδο του μηνιαίου εισοδήματος (Πίνακας 7),

περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (52,8%) απάντησαν πως διέθεταν μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα από 701-1300 €, το 23,2% 1301-1600 €, το 12,2% μέχρι 700 €, ενώ ένα μικρό ποσοστό των ερωτηθέντων υπερέβαινε τα 1600 € (το 6,4% από 1601-2000 €, το 0,8% 2001-2500 € και το 4,8% περισσότερα από 2500 €).

Πίνακας 1. Συχνότητες κατανομής (%) του φύλου των ατόμων (N) που μετείχαν στην έρευνα.

Φύλο	N	%
Άνδρες	80	64,0
Γυναίκες	45	36,0
Σύνολο ατόμων	125	100,0

Πίνακας 2. Συχνότητες κατανομής (%) της ηλικίας των ατόμων (N) που μετείχαν στην έρευνα.

Ηλικιακή κλάση (έτη)	N	%
18 – 30	59	47,2
31 – 45	45	36,0
46 – 65	21	16,8
> 66	0	0
Σύνολο ατόμων	125	100,0

Πίνακας 3. Συχνότητες κατανομής (%) του μορφωτικού επιπέδου των ατόμων (N) που μετείχαν στην έρευνα.

Εκπαίδευση	N	%
Δεν έχω τελειώσει το Δημοτικό	2	1,6
Απολυτήριο Δημοτικού	7	5,6
Απολυτήριο Λυκείου	62	49,6
Φοιτητής/τρια	9	7,2
Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ	39	31,2
Μεταπτυχιακό-Διδακτορικό	6	4,8
Σύνολο ατόμων	125	100,0

Πίνακας 4. Συχνότητες κατανομής (%) της οικογενειακής κατάστασης των ατόμων (N) που μετείχαν στην έρευνα.

Εργασιακή κατάσταση	N	%
Ανύπανδρος/η	76	60,8
Έγγαμος/η	49	39,2
Διαζευγμένος/η-Σε διάσταση-Χήρος	0	0,0
Σύνολο ατόμων	125	100,0

Πίνακας 5. Συχνότητες κατανομής (%) για το αν έχουν παιδιά τα άτομα (N) που μετείχαν στην έρευνα.

Αν έχουν παιδιά	N	%
Ενήλικες (πάνω από 18	7	2,9
Παιδιά κάτω των 18 ετών	33	97,1
Σύνολο ατόμων	40	100,0

Πίνακας 6. Συχνότητες κατανομής (%) του επαγγέλματος των ατόμων (N) που μετείχαν στην έρευνα.

Επάγγελμα	N	%
Ελεύθερος επαγγελματίας	19	15,2
Δημόσιος υπάλληλος	20	16,0
Ειδικευμένος Ιδιωτικός υπάλληλος	25	20,0
Ανειδίκευτος Ιδιωτικός υπάλληλος	31	24,8
Σπουδαστής/τρια	12	9,6
Συνταξιούχος	1	0,8
Οικιακά	15	12,0
Άνεργος/η	1	0,8
Σύνολο ατόμων	125	100,0

Πίνακας 7. Συχνότητες κατανομής (%) του μηνιαίου εισοδήματος των ατόμων (N) που μετείχαν στην έρευνα.

Μηνιαίο εισόδημα	N	%
έως 700 €	15	12,0
701-1300 €	66	52,8
1301-1600 €	29	23,2
1601-2000 €	8	6,4
2001-2500 €	1	0,8
Περισσότερα από 2500 €	6	4,8
Σύνολο ατόμων	125	100,0

3.2. Περιγραφική ανάλυση των ερωτημάτων της έρευνας

3.2.1. Γενικά ερωτήματα

Σύμφωνα με τη δομή του ερωτηματολογίου (εικόνα 2.1 στα Υλικά και Μέθοδοι), το δείγμα των ερωτηθέντων, με βάση τις απαντήσεις που έδωσαν, διαχωρίστηκε:

- (α) σε ποσοστό 69,6% σε αυτούς που κατείχαν ενυδρείο,
- (β) σε ποσοστό 29,6% σε αυτούς που θα επιθυμούσαν να αποκτήσουν ενυδρείο και

(γ) σε ένα πολύ μικρό ποσοστό ατόμων (0,8%: ένα άτομο) που δεν επιθυμούσαν την απόκτηση ενυδρείου.

Όσον αφορά τα υπόλοιπα ερωτήματα στους κατόχους ενυδρείου, το 29,9 % των ερωτηθέντων είχε ενυδρείο για χρονικό διάστημα 1-2 χρόνια, το 28,7% για λιγότερο από ένα έτος, το 21,8 % για περισσότερα από 3 χρόνια και το 19,5 % για 2-3 χρόνια. Παράλληλα, το 85,1% των κατόχων ενυδρείου είχε αγοράσει το ενυδρείο από κατάστημα, ενώ το 14,9% το είχαν κατασκευάσει από μόνοι τους.

Σχεδόν οι μισοί από τους ενασχολούμενους με τα ενυδρεία που είτε είχαν ενυδρείο ή ήταν θετικά διακείμενοι στην αγορά του, δήλωσαν πως προτιμάνε τον τετράγωνο τύπο ενυδρείου (46,4%), ενώ σε μικρότερα ποσοστά προτιμάνε το στρογγυλό τύπο ενυδρείου (20%), ή τον ημικύκλιο (18,4%), ή τον εντοιχισμένο (16,8%). Οι βασικοί παράγοντες που «.....οδηγούν ή θα σας οδηγήσουν στην αγορά ενός ενυδρείου» ήταν η «ευκολία χειρισμού και φροντίδας» (25,6%) και «η τιμή αγοράς» (25,6%). Σε μικρότερο ποσοστό οι ερωτηθέντες δήλωσαν πως επηρεάζονται από «την ασφάλεια» (19,2%) και το «κόστος συντήρησης» (17,6%) του ενυδρείου. Στην ερώτηση «πόσα χρήματα διαθέσατε ή θα διαθέτατε για την αγορά-κατασκευή ενυδρείου», για το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (41,6%) η δαπάνη κυμάνθηκε μεταξύ από 51-100€, ενώ ένα ποσοστό 20,8% των ατόμων τοποθέτησε ως ικανοποιητικό το κόστος απόκτησης ενυδρείου μεταξύ 101-150€. Σε μικρότερα ποσοστά, το 15,2% των ατόμων θα διέθετα μέχρι 50€, το 10,4% από 151-200€ και ένα 12% περισσότερα από 200€.

3.2.2. Ερωτήσεις που αφορούν τους οργανισμούς που διαβιούν στα ενυδρεία

Μεγάλο ποσοστό των ενδιαφερόμενων απάντησαν στην ερώτηση «ποια είδη ψαριών έχετε –θα αγοράζατε για την δημιουργία ενυδρείου» πως θα προτιμούσε μικρά σε μέγεθος είδη ψαριών (67,2%), ενώ ποσοστό 30,4% θα προτιμούσε σμηνόψαρα, το 29,6% μεγάλα και το 17,6% μοναχικά ψάρια. Στο ίδιο πλαίσιο ερωτήσεων, περισσότερο από το 4/5 των ερωτηθέντων (80,8%) δείχνει την προτίμησή του σε είδη των γλυκών νερών και μόνο το 19,2% σε θαλασσινά είδη. Όσον αφορά τα καλλιεργούμενα είδη ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων δεν προτιμούσε είδη που αναπαράγονται (73,6%). Αναφορικά με τον αριθμό των ειδών ψαριών που «έχετε-θα επιθυμούσατε να έχετε μέσα στο ενυδρείο», περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (56%) απάντησε ένα είδος, ενώ το 32,8% δύο είδη και το υπόλοιπο ποσοστό (11,2%) τρία και περισσότερα είδη. Επίσης, περίπου τα $\frac{3}{4}$ των

ερωτηθέντων (74,4%) απάντησε καταφατικά στην ερώτηση αν «χρησιμοποιείτε-θα χρησιμοποιούσατε για λόγους υγιεινής τη χορήγηση φαρμάκων στα ψάρια».

3.2.3. Ερωτήσεις σχετικές με τη διακόσμηση των ενυδρείων

Ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων θα προτιμούσε, ως διακόσμηση στο ενυδρείο, τεχνητά φυτά (68,8%), ενώ παράλληλα ένα μεγάλο ποσοστό (71,2%) δε χρησιμοποιεί/επιθυμεί να χρησιμοποιήσει άλλο ζωντανό οργανισμό μέσα στο ενυδρείο. Από το υπόλοιπο ποσοστό των ερωτηθέντων που χρησιμοποιούν άλλους ζωντανούς οργανισμούς (28,8%), το 22,4% χρησιμοποιεί καραβίδες, το 9,6% καβούρια και το 8,8% χελώνες. Στην ερώτηση σχετικά με «τι άλλο διακοσμητικό υλικό χρησιμοποιείτε-θα χρησιμοποιούσατε στο ενυδρείο» ένα μεγάλο ποσοστό χρησιμοποιεί χαλίκι διαφόρων χρωμάτων (75,2%) και φωτισμό (68,8%), ενώ σε μικρότερο ποσοστά χρησιμοποιούν στάμνες (40%), σφουγγαράδες (35,2%) και караβάκια (30,4%), ενώ το 5,6% δεν χρησιμοποιεί τίποτα κανένα διακοσμητικό στοιχείο.

3.2.4. Ερωτήσεις μόνο για κατόχους ενυδρείων

Το κεφάλαιο αυτό του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν το 69,6% του δείγματος (αυτούς που ήταν κάτοχοι ενυδρείου). Σχεδόν όλοι οι κάτοχοι των ενυδρείων (92%) χρησιμοποιούσαν συνθετική-ξηρή τροφή, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό (8%) απάντησε πως χρησιμοποιούσε ζωντανή τροφή. Στο πλαίσιο αυτό που αφορά την επιλογή της τροφής, περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (64,4%) αντλεί πληροφορίες από εξειδικευμένα καταστήματα στα οποία αγοράζει τις τροφές, ενώ σε μικρότερα ποσοστά αντλούν πληροφορίες από φίλους-άτομα με εξειδικευμένες γνώσεις (21,8%) ή από προσωπική εμπειρία (13,8%). Αναφορικά με τις πληροφορίες που αναζητούσαν οι ενδιαφερόμενοι στοιχεία έδωσε το 69,6% του δείγματος. Ειδικότερα, οι πληροφορίες που αναζητούσαν οι ενδιαφερόμενοι μπορούσαν να ομαδοποιηθούν στις ακόλουθες κύριες κατηγορίες και αφορούσαν:

A) ασθένειες (συμπτώματα και παρενέργειες) ψαριών και τρόποι αντιμετώπισής τους (ποσοστό 85%)

B) τη σωστή λειτουργία του ενυδρείου (ανανέωση των νερών, καθαρισμός του ενυδρείου, προσθήκη ουσιών) (ποσοστό 73%)

Γ) πληροφορίες για τα καλλιεργούμενα είδη, αλλά και για άλλα είδη, καθώς και για την ιχθυοφόρτιση του ενυδρείου (ποσοστό 23%)

Δ) πληροφορίες για τα κριτήρια επιλογής της τροφής, του είδους της τροφής αλλά και συμπληρωμάτων διατροφής (ποσοστό 82%)

Στη συνέχεια, τα ακόλουθα ερωτήματα σχετίζονταν με την ύπαρξη εξειδικευμένων γνώσεων από τους κατόχους ενυδρείων. Έτσι, η εμφάνιση υψηλών ποσοστών στις δηλώσεις που σχετίζονται με τη γνώση του φίλτρου που χρησιμοποιούν στα ενυδρεία (91,9%) και με την περιοδική συντήρηση του ενυδρείου (83,9%), φανερώνουν ότι οι κάτοχοι ενυδρείου είναι ιδιαίτερα εξοικειωμένοι με την τεχνογνωσία των ενυδρείων και καλά πληροφορημένοι σε ζητήματα που αφορούν τη σωστή τους λειτουργία. Ειδικότερα, περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (56,3%) χρησιμοποιούν εξωτερικά φίλτρα, ενώ σε ποσοστό 35,6% χρησιμοποιούν βιολογικά. Παρόμοια με το προηγούμενο, το 48,3% των ερωτηθέντων δήλωσε πως πραγματοποιείται ανανέωση του νερού στο ενυδρείο κάθε 15νθήμερο, ενώ το 35,6% κάθε εβδομάδα, το 14,9% μια φορά το μήνα και ένα πολύ μικρό ποσοστό (1,1%) κάθε 2 μήνες. Στο ίδιο πλαίσιο, οι ερωτηθέντες απάντησαν σε υψηλό ποσοστό (83,9%) ότι ο «καθαρισμός του ενυδρείου» γίνεται από τους ίδιους, ενώ σε μικρότερα ποσοστά εμπιστεύονται φίλους-άτομα με εξειδικευμένες γνώσεις (12,6%) και τα εξειδικευμένα καταστήματα πώλησης ενυδρείων (3,4%).

Παράλληλα, στην ερώτηση που αφορά τη διάρκεια απουσίας για μεγάλο χρονικό διάστημα από το σπίτι, οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι το 73,6% εμπιστεύεται συγγενείς-φίλους, ενώ ένα μικρότερο ποσοστό (21,8%) τις αυτόματες συσκευές ταΐσματος. Αντίθετα, ένα ποσοστό 4,6% των ερωτηθέντων προτιμάει να «παίρνω μαζί μου το ενυδρείο». Τέλος, η νέα τεχνολογία και συγκεκριμένα το διαδίκτυο φαίνεται να αποτελούν σε ποσοστό 41,4% την πιο σημαντική πηγή πληροφόρησης των κατόχων ενυδρείων, ενώ σε μικρότερα ποσοστά σημαντική πηγή πληροφόρησης αποτελούν τα εξειδικευμένα βιβλία και περιοδικά (24,1%), η τηλεόραση-ραδιόφωνο (20,7%), τα εξειδικευμένα καταστήματα πώλησης ενυδρείων (12,6%) και μόνο το 1,1% εμπιστεύεται τις εξειδικευμένες γνώσεις από φίλους.

3.2.5. Γενικές ερωτήσεις που αφορούσαν όλους τους ερωτηθέντες

Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (56%) δήλωσαν πως δεν ασχολούνται ερασιτεχνικά με τη θάλασσα. Στο ίδιο πλαίσιο περισσότεροι από τα $\frac{3}{4}$ των ερωτηθέντων (78,4%) δήλωσαν πως δεν έχουν «επισκεφτεί κάποιο ενυδρείο».

Από τους ερωτηθέντες που είχαν επισκεφτεί κάποιο ενυδρείο (21,6%), το μεγαλύτερο ποσοστό είχε επισκεφτεί το Δημόσιο Ενυδρείο της Ρόδου (70%), ενώ σημαντικό ποσοστό είχε επισκεφτεί το ενυδρείο της Κρήτης (40%). Όσον αφορά ενυδρεία του εξωτερικού ένα

μεγάλο ποσοστό είχε επισκεφτεί ενυδρεία της Γαλλίας (37%), ενώ ένα μικρότερο ποσοστό αυτά της Γερμανίας (12,7%). Όσον αφορά το ποσοστό των ατόμων που απάντησε στην ερώτηση «τι σας έκανε περισσότερο εντύπωση από τα ενυδρεία που έχετε επισκεφτεί», οι περισσότεροι απάντησαν ότι ήταν «τα καλλιεργούμενα είδη που υπήρχαν στα ενυδρεία» (40,5%), «ο τρόπος που ήταν διακοσμημένα τα ενυδρεία» (65%) και τέλος «το έμπειρο προσωπικό με τις εξειδικευμένες γνώσεις που υπήρχε και μπορούσε να σε κατατοπίσει και να λύσει όλες τις απορίες σου» (22%).

Όσον αφορά τους ερωτηθέντες που δεν είχαν επισκεφτεί κάποιο ενυδρείο, οι περισσότεροι από τους μισούς (59,2%) θα επιθυμούσαν να «δαπανούσατε το χρόνο των διακοπών σας για να επισκεφτείτε κάποιο ενυδρείο», ενώ επίσης ένα ποσοστό 30,4% δήλωσε πως ίσως είναι θετικά διακείμενοι σε μια τέτοια προοπτική. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τους ενδιαφερόμενους στο να επισκεφτούν κάποιο ενυδρείο αφορούσαν κυρίως την παροχή υπηρεσιών (32%) και την ευκολία πρόσβασης στην περιοχή που βρίσκεται το ενυδρείο (24,8%). Άλλοι σημαντικοί λόγοι επισκεψιμότητας των ενυδρείων αποτελούν η διαθεσιμότητα διαμονής στην περιοχή που βρίσκεται το ενυδρείο και το φιλικό περιβάλλον για την προστασία των μικρών παιδιών (και τα δυο από 15,2%). Σε μικρότερο ποσοστό οι ερωτηθέντες απάντησαν πως σημαντικοί παράγοντες για την επίσκεψη σε κάποιο ενυδρείο αποτελούν τα πολιτιστικά και ιστορικά στοιχεία της περιοχής (6,4%), η δυνατότητα ανάπτυξης παράλληλων δραστηριοτήτων (το 2,4%), ενώ μόνο ένα πολύ μικρό ποσοστό (4%) απάντησε πως επηρεάζεται από οικονομικούς λόγους.

4. ΣΥΖΗΤΗΣΗ

4.1. Συζήτηση Αποτελεσμάτων

Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στην αποτύπωση της τάσης των καταναλωτών για την απόκτηση ενυδρείου και της διερεύνησης των απόψεων των κατόχων ενυδρείου για τη διαχείρισή τους. Στο πλαίσιο αυτό, ο καταναλωτής αποτελεί σημαντικό κρίκο μεταξύ προσφοράς και ζήτησης (Arvanitoyannis et al., 2004) και η διερεύνηση των απόψεων του σχετικά με την απόκτηση και διαχείριση ατομικών ενυδρείων, παράλληλα με την ενημέρωσή του για το αντικείμενο της ενυδρειολογίας μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών από τα καταστήματα πώλησης ενυδρείων και την προώθηση της συγκεκριμένης δραστηριότητας από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης

Αρχικά, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων (92%) που δεν έχουν ενυδρείο αλλά που θα επιθυμούσαν την απόκτησή του, δήλωσαν πως ανασταλτικός παράγοντας απόκτησής τους αποτελεί η έλλειψη του κατάλληλου χώρου και του εξειδικευμένου προσωπικού που θα αναλάμβανε τη φροντίδα του ενυδρείου κατά τη διάρκεια της απουσίας τους από το σπίτι, όπως σε αντιστοιχία συμβαίνει με τα μικρά κατοικίδια ζώα. Γίνεται φανερό πως η έλλειψη εναλλακτικών φορέων/ατόμων που να επιφορτίζονται με τη συντήρηση των ενυδρείων αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα απόκτησης ενυδρείου, ακόμη και αν συντρέχουν όλες οι προϋποθέσεις για την απόκτηση ενυδρείου. Το γεγονός αυτό φαίνεται να

αντανακλάται και στα υψηλά ποσοστά (73,6%) ατόμων που εμπιστεύεται το ενυδρείο του σε φίλους ή συγγενείς.

Επίσης, από τα στοιχεία της έρευνας φαίνεται ότι ένα μεγάλο ποσοστό των ατόμων προτιμάει τα είδη ψαριών του γλυκού νερού, παρόλο που αυτά φαίνεται να μην βρίσκονται στο επίκεντρο των διατροφικών τους προτιμήσεων τους σε αντίθεση με τα θαλασσινά είδη (Batzios et al., 2002). Το γεγονός αυτό μπορεί να οφείλεται στις πολύπλοκες διαδικασίες που έχει η συντήρηση ενός ενυδρείου σε συνθήκες αλμυρού νερού. Επίσης, τα μικρά ποσοστά των ατόμων που προτιμούν το ενυδρείο εντοιχισμένου τύπου είναι πιθανό να οφείλονται στην υψηλή τιμή που έχει. Για τον ίδιο λόγο ίσως το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων (67,2%) να προτιμάει να εκτρέφει ψάρια μικρού μεγέθους.

Ακόμη, από τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται ότι περισσότεροι από τα $\frac{3}{4}$ των ερωτηθέντων (78,4%) δήλωσαν πως δεν έχουν επισκεφτεί κάποιο ενυδρείο, ενώ αντίθετα, ένα συντριπτικό ποσοστό των ατόμων της έρευνας (89,6%) θα ήταν θετικά διακείμενοι και θα επιθυμούσαν να επισκεφτούν κάποιο ενυδρείο κατά το χρονικό διάστημα των διακοπών τους. Σε έρευνα που διεξήχθη για τη μελέτη ανάπτυξης αλιευτικού τουρισμού στις Κυκλάδες και τον Αμβρακικό κόλπο, φαίνεται ότι περισσότεροι από το 65% των ερωτηθέντων και στις δυο περιοχές γνωρίζουν για τον οικοτουρισμό, ενώ αξιολογούν ως σημαντικό παράγοντα για τον προορισμό των διακοπών τους την ύπαρξη οικολογικού ενδιαφέροντος της περιοχής (Σπάλα και συν., 2009). Γίνεται, λοιπόν, αντιληπτό ότι ο οικολογικός-αλιευτικός τουρισμός, ως μια νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού δε συνοδεύεται από προβολή-διαφήμιση τόσο στον έντυπο τύπο, όσο και στη σύγχρονη μορφή του μέσω των ιστοσελίδων. Ταυτόχρονα, η ανεπάρκεια των δραστηριοτήτων αυτού του τύπου στον ελληνικό χώρο ίσως και να οφείλεται στην έλλειψη υποδομών, αλλά και υποστήριξης από τις τοπικές κοινωνίες και τους φορείς της.

4.2. Προοπτικές και προκλήσεις

Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται ένας έντονος προβληματισμός για το παρόν και το μέλλον της βιοσιμότητας των ενυδρείων. Η επιστημονική κοινότητα που εργάζεται στον τομέα αυτό προσπαθεί να ενσωματώσει τις προκλήσεις της σύγχρονης ζωής. Η συντήρηση των υδρόβιων οργανισμών, η διατήρηση ειδών υπό εξαφάνιση και της άγριας ζωής της φύσης, η γνώση της βιολογίας των θαλάσσιων οργανισμών, το πρόβλημα των τροφών τους αποτελούν μέρος των προκλήσεων της εποχής. Το γεγονός αυτό συναντάται και στα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, καθώς μέσα από τις απαντήσεις των ατόμων που

μετείχαν στην έρευνα, ένα σημαντικό κομμάτι των κατόχων ενυδρείων (περισσότερο από το 75%) αναζητούσαν πληροφορίες που σε μεγάλο ποσοστό και εκτός από τις γνώσεις ενυδρειολογίας, αναφέρονταν στην αντιμετώπιση ασθενειών των ψαριών και σε γνώσεις που άπτονται της βιολογίας των οργανισμών.

Τα τελευταία χρόνια, τα καταστήματα πώλησης ενυδρείων αλλά και τα δημόσια και ιδιωτικά ενυδρεία με επιστημονικό προσανατολισμό έχουν αναπτύξει έντονη δράση στη στρατηγική διατήρησης των ειδών, δαπανούν πόρους για την ανάπτυξη έρευνας γύρω από τη ζωή των οργανισμών που πραγματεύονται και τα αποτελέσματα εφαρμόζουν στο πεδίο ζωής των οργανισμών αυτών για τη συνέχιση της ύπαρξής τους. Εντούτοις, το πρόβλημα δεν είναι απλώς να σχεδιαστεί μια συλλογή εκθεμάτων ζωντανών, αλλά μέσα από τον κατάλληλο σχεδιασμό να δημιουργηθούν τα ερωτήματα και οι προκλήσεις για την ανάληψη δράσεων στον επισκέπτη. Έχει επισημανθεί και από άλλη έρευνα που διερευνά την αποδοχή του αλιευτικού τουρισμού στις Κυκλάδες (Πυραλεμίδου, 2007), ότι η ενεργή συμμετοχή των ατόμων σε αλιευτικές δραστηριότητες αποτελεί κίνητρο για την υιοθέτηση δραστηριοτήτων αλιευτικού τουρισμού. Στην κατεύθυνση αυτή είναι σημαντικό να γίνει μια διάδοση του ρόλου που επιτελούν τα ενυδρεία σήμερα, όχι μόνο ως Ινστιτούτα Φυσικής Ιστορίας, αλλά ως σημαντικοί παροχείς περιβαλλοντικής γνώσης.

Ταυτόχρονα, γίνεται φανερό ότι η επάνδρωση των καταστημάτων πώλησης ενυδρείων από άτομα με εξειδικευμένες γνώσεις βιολογίας των ψαριών και ενυδρειολογίας είναι ιδιαίζουσας σημασίας για την επιβίωση του κλάδου, αλλά και για την ενδυνάμωσή του στην ελληνική αγορά. Ο λόγος της αδυναμίας εξάπλωσης του κλάδου στην ελληνική αγορά φαίνεται να είναι οι ελλειπείς γνώσεις των ατόμων που επανδρώνουν τέτοιες επιχειρήσεις, όπως φαίνεται και από την έλλειψη εμπιστοσύνης που επιδεικνύουν οι κάτοχοι ενυδρείων στα καταστήματα πώλησης (μόνο το 12,6% αντλεί εξειδικευμένες πληροφορίες από τα καταστήματα και ένα ποσοστό 3,4% τα εμπιστεύονται για τη συντήρησή του ενυδρείου. Αντίθετα, σε μεγάλο ποσοστό των ατόμων που επισκέπτονται το χώρο του ενυδρείου προξενεί ευχάριστη εντύπωση η ύπαρξη έμπειρου και εξειδικευμένου προσωπικού (όπως δείχνουν και τα ποσοστά των ατόμων που είχαν επισκεφτεί κάποιο/α ενυδρείο/α). Στο πλαίσιο αυτό θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμη η διεξαγωγή επιμορφωτικών σεμιναρίων των ιδιοκτητών καταστημάτων και του προσωπικού τους από φορείς και πανεπιστήμια.

Το γεγονός αυτό αποκτά μεγαλύτερη σημασία, αν συνυπολογιστεί πως οι κάτοχοι ενυδρείων έχουν σε υψηλό βαθμό (περισσότεροι από τους μισούς κατόχους ενυδρείων) τις απαιτούμενες γνώσεις και την τεχνογνωσία για τη διαχείριση του ενυδρείου τους. Έτσι, γίνεται φανερό πως αυξάνεται αντίστοιχα και ο απαιτούμενος βαθμός ετοιμότητας και

γνώσεων των επαγγελματιών που δραστηριοποιούνται στον τομέα της ενυδρείολογίας. Στο πλαίσιο αυτό, είναι ιδιαίτερα θετικό το στοιχείο πως ορισμένα τμήματα Ιχθυολογίας των Ανωτέρων Ιδρυμάτων της χώρας προσφέρουν στους φοιτητές τους εξειδικευμένες γνώσεις ενυδρείολογίας. Με τον τρόπο αυτό δίνεται μια εναλλακτική οδός στους φοιτητές για την εύρεση εργασίας στην ελληνική αγορά, μαζί με τον τομέα των υδατοκαλλιιεργειών και της αλιευτικής διαχείρισης.

4.3. Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες

Η εισαγωγή και άλλων ερωτημάτων στο ερωτηματολόγιο της παραύσας έρευνας θα διευρύνει την κατανόηση του μηχανισμού για την προτίμηση των ενυδρείων ως εναλλακτικής μορφής ψυχαγωγίας.

Ενδεικτικά ερωτήματα που θα μπορούσαν να προστεθούν είναι:

- 1) Θα επιθυμούσατε να πουλάνε ότι έχει σχέση με ενυδρεία ψαριών μόνο τα εξειδικευμένα καταστήματα και όχι τα κοινά καταστήματα κατοικίδιων ζώων (pet shops);
- 2) Σας φαίνονται ακριβές οι τιμές σε ενυδρεία, ψάρια, τροφές και εξαρτήματα ενυδρείου;
- 3) Υπάρχει ποικιλία διακοσμητικών ψαριών και είδη στολισμού ενυδρείων στα κατά τόπους καταστήματα;
- 4) Τι σας ωθεί στην αγορά ενός ενυδρείου ή ενός συγκεκριμένου είδος ψαριού;
- 5) Απογοητεύεστε εύκολα από τα προβλήματα που σας παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια λειτουργίας του ενυδρείου;
- 6) Σας φαίνεται ασφαλής η χρήση και ο χειρισμός ενός ενυδρείου και ειδικότερα εάν υπάρχουν μικρά παιδιά στο χώρο όπου βρίσκεται;
- 7) Είναι δέσμευση η απόκτηση ενυδρείου;
- 8) Καταπολεμάει το stress και τα προβλήματα της καθημερινότητας η ενασχόληση με το ενυδρείο στον ελεύθερο χρόνο;

Παράλληλα, καθώς θεμελιώδης σκοπός κάθε ερευνητικής προσπάθειας είναι η απόδοση αιτιακών σχέσεων (Μπάντζιος και συν., 2003, Batzios et al., 2005), καθίσταται ιδιαίτερα σημαντική η διερεύνηση της ύπαρξης αιτιακής σχέσης μεταξύ των κυριότερων δηλώσεων-ερωτημάτων και των κοινωνικο-οικονομικών χαρακτηριστικών του δείγματος μέσα από την εφαρμογή μονο-παραγοντικών και πολύ-παραγοντικών αναλύσεων (κατηγορική παλινδρόμηση, χρήση της Ανάλυσης Κύριων Συνιστωσών, κ.α.).

4.4. Περιορισμοί της Έρευνας

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι το αγοραστικό κοινό και οι επισκέπτες του Μουσείου Θαλασσιών Ευρημάτων στην Κάλυμνο που αντιμετωπίζει θετικά το ενδεχόμενο ενασχόλησης με τα ενυδρεία είναι μάλλον το «εν δυνάμει» παρά το κατεξοχήν αγοραστικό κοινό του έλληνα καταναλωτή. Η απάντηση στην ερώτηση «Θα επιθυμούσατε να αγοράσετε ενυδρείο;» αντικατοπτρίζει περισσότερο τη θετική αντιμετώπιση απέναντι σε ένα αντικείμενο που αν και είναι πρωτόγνωρο για τα ελληνικά δεδομένα, είναι πολύ ευχάριστο ως σκέψη. Για το λόγο αυτό, όσο και αν βάσει του σχεδιασμού της δειγματοληψίας επιχειρήθηκε να εξαληφθεί η μεροληψία της συμμετοχής ατόμων που επισκέπτονταν χώρους με ενυδρεία, λόγω της φύσης του θέματος που μελετούμε, στην εξαγωγή των συμπερασμάτων εμπεριέχεται ένα ποσοστό μεροληψίας υπέρ των ατόμων που είναι θετικά διακείμενοι στην ενασχόληση με τα ενυδρεία.

Επίσης, τα δεδομένα της παρούσας έρευνας περιορίστηκαν στο στενό χωρικό πλαίσιο των καταστημάτων πώλησης ενυδρείων στην Αθήνα και τον Πειραιά και το Μουσείο Θαλάσσιων Ευρημάτων στην Κάλυμνο και τα αποτελέσματά της θα πρέπει να ερμηνευτούν λαμβάνοντας υπόψη αυτούς τους περιορισμούς και χωρίς να θεωρούνται γενικεύσιμα για ολόκληρη την ελληνική επικράτεια. Για το λόγο αυτό, εάν θέλουμε να συγκρίνουμε τα αποτελέσματα της έρευνας με αυτά παρόμοιων ερευνών θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η εστίαση στις δυο ουσιαστικά αυτές περιοχές. Ακόμη, αξίζει να σημειωθεί ότι καθώς το δείγμα της έρευνας αποτελούνταν αποκλειστικά από άτομα τα οποία βρίσκονταν στο χώρο πώλησης ενυδρείων, τα αποτελέσματα της έρευνας δεν μπορούν να γενικευθούν σε άλλους πληθυσμούς. Πέρα όμως από τη συγκεκριμένη έρευνα, υπάρχει εγγενής αδυναμία γενίκευσης σε άλλους πληθυσμούς, καθώς οι ερωτήσεις που έχουν περιληφθεί αφορούν κυρίως άτομα που έχουν κάποια επαφή/γνώσεις με το αντικείμενο της ενυδρειολογίας.

4.5. Συμπεράσματα

Τα συμπεράσματα της έρευνας αυτής σκιαγραφούν αρκετά ικανοποιητικά τις τάσεις και τις ιδιαίτερες προτιμήσεις του Έλληνα καταναλωτή ως προς την αγορά και τη διαχείριση ατομικών ενυδρείων και γενικότερα τη στάση του απέναντι σε αυτού του τύπου την ψυχαγωγία. Οι επιμέρους προτιμήσεις των καταναλωτών σηματοδοτούν την ανάγκη υιοθέτησης εξελιγμένων μορφών marketing στον κλάδο, με ολοκληρωμένα σχέδια προβολής και προώθησης των πλεονεκτημάτων των ενυδρείων ως ψυχαγωγικής ενασχόλησης. Γενικά, οι εναλλακτικοί τρόποι ψυχαγωγίας, όπως είναι ο οικότουρισμός, το ψάρεμα και η κατοχή

ενυδρείου προσφέρει στα άτομα τη φυγή από την καθημερινότητα και τα προβλήματα της σύγχρονης ζωής και βοηθάει τα άτομα να αποβάλλουν το άγχος και το stress. Παράλληλα, ο κλάδος των ενυρείων θα πρέπει να μετατραπεί σε δραστηριότητα η οποία να καθοδηγείται σημαντικά από την αγορά, προσφέροντας προϊόντα ή μορφές προϊόντων που να συναντούν την αποδοχή των καταναλωτών στους οποίους απευθύνονται. Επίσης, η στάση των καταναλωτών αναφορικά με την απόκτηση ενυδρείου ή την επίσκεψή τους σε χώρους με ενυδρεία αποτελούν σημαντικό δείκτη κατεύθυνσης και χρήσιμο εργαλείο στην προσπάθεια υιοθέτησης εναλλακτικών μορφών ψυχαγωγίας και τουριστικών δραστηριοτήτων.

5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Arvanitoyannis I.S., A. Krystallis, P. Panagiotaki, A.J. Theodorou (2004).** A marketing survey on Greek consumers' attitudes towards fish. *Aquaculture International*, 12: 259-279, 2004.
- Batzios Ch., D.K. Moutopoulos, G. Arampatzis, G. Siardos (2005).** Understanding Consumer's Attitude on Fish Quality and Marketing Aspects in the Greek Market. *Agricultural Economic Review*, 6(1): 18-30.
- Batzios Ch., P. Angelidis, D.K. Moutopoulos, Ch. Anastasiadou, V. Chrisopolitou (2002).** Consumer's attitude concerning the marine captured fish market in Greece. *1st International Conference Aquaculture, Fishing Technology and Environmental Management* (σε CD).
- Batzios Ch., P. Angelidis, E.P. Papapanagiotou, D.K. Moutopoulos, Ch. Anastasiadou, V. Chrisopolitou (2004).** Greek Consumer's Image of the Cultured Mussel Market. *Aquaculture International*, 12(3): 239-257.
- Goodman, M.R.V. (1999).** The pursuit of value through qualitative market research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2 (2): 111-120.
- Kamenidou I., I. Tzimitra-Kalogianni, Y. Zotos, K. Mattas (2002).** Household purchasing and consumption behaviour towards processed peach products. *New Medit*, 1(1): 45-49.
- Malhotra, N.K. (1996).** *Marketing Research. An Applied Orientation*. Prentice Hall, Englewood, Cliffs, N.J., U.S.A.
- Moser S.E. (2001).** Piscatorial Therapy-fishing for mental relaxation. *Journal of Family Practice*, July 2001.

- Μουτόπουλος Δ.Κ., Ε. Καμενίδου, Σ. Βασιλειάδου, Χρ. Μπάτζιος (2007).** Καπνιστή τσιπούρα με θερμή κάπνιση: Διερεύνηση καταναλωτικών προτιμήσεων με τη χρήση της κατηγορικής παλινδρόμησης. *13^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ιχθυολόγων Υπουργείου Γεωργίας* 417-420.
- Μπάντζιος Χρ., Ε. Τσακνίδου, Κ. Πολύμερος, Δ. Μουτόπουλος (2003).** Διερεύνηση της προθυμίας των καταναλωτών για αγορά ψαριών με διακριτικό Σήμα Πιστοποίησης Ποιότητας. *Γεωτεχνικά Επιστημονικά Θέματα* (3): 30-39.
- Nickel B., M. Berger, P. Schmidt, K. Plies (1995).** Qualitative sampling in a multi- method survey: Practical problems of method triangulation in sexual behavior research. *Quality and Quantity*, 29: 223-240.
- Πυραλεμίδου Δ., 2007.** Μελέτη της δυνατότητας ανάπτυξης αλιευτικού τουρισμού στις Κυκλάδες ως μέτρο στήριξης περιοχών που εξαρτώνται από την αλιεία. Μεταπτυχιακή Εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Βιολογίας, 111 σελίδες.
- Ross, S., Wall, G. (1999).** Ecotourism: towards congruence between theory and practise. *Tourism Management* 20 (1999) 123-132.
- Σπάλα Κ., Δ. Πυραλεμίδου, Α. Ρούσση, Κ. Κουτσικόπουλος (2009).** Συγκριτική μελέτη ανάπτυξης αλιευτικού τουρισμού στις Κυκλάδες και τον Αμβρακικό κόλπο. Πρακτικά 9^{ου} Συμποσίου Ωκεανογραφίας και Αλιείας, Τόμος II.

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση της τάσης του καταναλωτή για την απόκτηση ενυδρείου και της αποτύπωσης των πρακτικών διαχείρισης των ενυδρείων από τους κατόχους. Ειδικότερα, καταγράφονται οι εμπειρίες των καταναλωτών που έχουν σε σχέση με την ενυδρειολογία και την εμπιστοσύνη που επιδεικνύουν στα εξειδικευμένα καταστήματα πώλησης ενυδρείων. Τέλος, γίνεται διερεύνηση της εμπειρίας των ατόμων από τυχόν επίσκεψή τους σε διάφορα δημόσια ενυδρεία.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ήταν κάτοχοι ενυδρείων (69,6%), ενώ το συντριπτικό ποσοστό των μη κατόχων ενυδρείων επιθυμούσε να αγοράσει (92%). Ωστόσο, η έλλειψη εναλλακτικών φορέων/ατόμων που να επιφορτίζονται με τη συντήρηση των ενυδρείων αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα απόκτησης ενυδρείου, όπως δείχνουν τα υψηλά ποσοστά ατόμων που εμπιστεύεται το ενυδρείο του σε φίλους ή συγγενείς (73,6%). Επίσης, υψηλά ποσοστά των ατόμων προτιμούσε την αγορά μικρών σε μέγεθος ειδών ψαριών (67,2%) του γλυκού νερού (80,8%). Από τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται, επίσης, ότι ένα συντριπτικό ποσοστό των ατόμων της έρευνας θα ήταν θετικά διακείμενοι και θα επιθυμούσαν να επισκεφτούν κάποιο ενυδρείο κατά το χρονικό διάστημα των διακοπών τους (89,6%).

Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται έντονος προβληματισμός για το παρόν και το μέλλον της βιωσιμότητας του κλάδου. Τα προβλήματα που υφίστανται έχουν καταγραφεί και στο παρόν ερωτηματολόγιο από μερίδα ερωτηθέντων που είναι κάτοχοι ενυδρείου. Αυτοί φαίνεται πως εμπιστεύονται περισσότερο το διαδίκτυο για την αναζήτηση λύσεων στα προβλήματά τους σε σύγκριση με τα καταστήματα πώλησης ενυδρείων. Ο λόγος της αδυναμίας εξάπλωσης του κλάδου στην ελληνική αγορά φαίνεται να είναι οι ελλείψεις γνώσεις των ατόμων που επανδρώνουν τέτοιες επιχειρήσεις (μόνο το 12,6% αντλεί εξειδικευμένες πληροφορίες από τα καταστήματα και ένα ποσοστό 3,4% τα εμπιστεύονται για τη συντήρησή του ενυδρείου). Το γεγονός αυτό αποκτά μεγαλύτερη σημασία, αν συνυπολογιστεί πως οι κάτοχοι ενυδρείων έχουν σε υψηλό βαθμό τις απαιτούμενες γνώσεις για τη διαχείριση του ενυδρείου τους. Συμπερασματικά, οι επιμέρους προτιμήσεις των καταναλωτών σηματοδοτούν την ανάγκη υιοθέτησης εξελιγμένων μορφών marketing στον κλάδο, με ολοκληρωμένα σχέδια προβολής και προώθησης των πλεονεκτημάτων των ενυδρείων ως ψυχαγωγικής ενασχόλησης.

Abstract

During the last decade, the sectors of private and public aquariums have faced significant problems such as low market offer and consumers' demand. In this study we present the investigation of consumer's preferences concerning private aquarium in Greece and the imprinting of proceeding of management of aquariums from the holders. More specifically, it recorded the experiences of consumers keeping aquarium and their confidence upon the specialised shops of aquariums. Finally, there are also investigated the experience of individuals from their visit in various public aquariums.

The highest percentage of the consumers have a private aquarium (69,6%), while an overwhelming percentage of not holders of aquariums wished it to buy (92%). However, the lack of alternative institutions that would be charged with the maintainance of aquariums constitutes a suspensive factor of acquisition of aquarium, as they show the high percentages of individuals that it entrusts his aquarium in friends or relatives (73.6%). Also, a high percentages of individuals preferred small size (67.2%) of freshwater (80,8%) fish species. From the results it appears, also, that an overwhelming percentage of individuals would be positive to visit public aquariums at their holidays (89.6%).

The problems that exist for the management of aquarium sales have been also recorded in the present study. The consumers entrust for their solution to their problems the internet and their relatives. The weakness of aquarium stores to spread in the Greek market it could be related with the incomplete knowledge of their personnel (only 12.6% of the consumers draw specialised information from the shops and a 3.4% entrust them for the maintainance of their aquarium). This fact acquires higher importance whether it is included that the holders of aquariums have in high degree the required knowledge for the management of their aquarium. In conclusion, the individual preferences of consumers signal the need of adoption of evolved forms marketing with completed drawings of projection and promotion of advantages of aquariums as recreational habitat.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Ερωτηματολόγιο της έρευνας



Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Μεσολογγίου
Τμήμα Υδροβιολογίας και Αλιευτικής Διαχείρισης
Εργαστήριο Υδροβιολογίας και Αλιευτικής Διαχείρισης

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ-ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΗ «ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΤΑΣΗΣ
ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΤΟΜΙΚΩΝ ΕΝΥΔΡΕΙΩΝ»**

Είμαι φοιτητής στο ΤΕΙ Μεσολογγίου και πραγματοποιώ έρευνα για τις διαθέσεις των καταναλωτών προς την απόκτηση ενυδρείου για το σπίτι. Στην προσπάθειά μου αυτή θα ήθελα να με βοηθήσετε. Σας παρακαλώ να απαντήσετε με σαφήνεια και ακρίβεια στις παρακάτω ερωτήσεις. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και οι απαντήσεις σας είναι άκρως εμπιστευτικές.

Αριθμός ερωτηματολογίου:

Πόλη.....

Νομός.....

Μεσολόγγι 2009

1. Έχετε ενυδρείο;

Ναι	[1] <input type="checkbox"/>	Όχι	[2] <input type="checkbox"/>
-----	------------------------------	-----	------------------------------

ΑΝ απαντήσατε ΟΧΙ πηγαίνετε στην ερώτηση 4
Αν απαντήσατε ΝΑΙ συνεχίστε με την ερώτηση 2

2. Έχετε ενυδρείο για;

Λιγότερο από ένα έτος	[1] <input type="checkbox"/>
1-2 χρόνια	[2] <input type="checkbox"/>
2-3 χρόνια	[3] <input type="checkbox"/>
Περισσότερα από 3 χρόνια	[4] <input type="checkbox"/>

3. Το ενυδρείο που έχετε, το:

Αγοράσατε [1] <input type="checkbox"/>	Κατασκευάσατε από μόνος/η σας [2] <input type="checkbox"/>
--	--

Συνεχίστε με την ερώτηση 6

4. Θα επιθυμούσατε να αγοράσετε ενυδρείο;

Ναι	[1] <input type="checkbox"/>	Όχι	[2] <input type="checkbox"/>
-----	------------------------------	-----	------------------------------

ΑΝ απαντήσατε ΟΧΙ συνεχίστε με την ερώτηση 5
Αν απαντήσατε ΝΑΙ πηγαίνετε στην ερώτηση 6

5. Για ποιους λόγους ΔΕΝ θα επιθυμούσατε την αγορά ενυδρείου (ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΕ ΚΑΘΕ ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΔΗΛΩΣΕΙΣ):

Δηλώσεις	Συμφωνών		Ούτε διαφωνώ/ συμφωνώ	Διαφωνώ	
	Απόλυτα	Σχετικά		Σχετικά	Απόλυτα
Για λόγους υγιεινής μέσα στο σπίτι	[5] <input type="checkbox"/>	[4] <input type="checkbox"/>	[3] <input type="checkbox"/>	[2] <input type="checkbox"/>	[1] <input type="checkbox"/>
Έχω αλλεργία σε αυτά	[5] <input type="checkbox"/>	[4] <input type="checkbox"/>	[3] <input type="checkbox"/>	[2] <input type="checkbox"/>	[1] <input type="checkbox"/>
Δεν με αρέσουν τα ψάρια γενικά	[5] <input type="checkbox"/>	[4] <input type="checkbox"/>	[3] <input type="checkbox"/>	[2] <input type="checkbox"/>	[1] <input type="checkbox"/>
Έλλειψη χρόνου για τη φροντίδα του ενυδρείου	[5] <input type="checkbox"/>	[4] <input type="checkbox"/>	[3] <input type="checkbox"/>	[2] <input type="checkbox"/>	[1] <input type="checkbox"/>
Δεν είμαι ικανοποιημένος/η από την παροχή υπηρεσιών σχετικές με τα ενυδρεία	[5] <input type="checkbox"/>	[4] <input type="checkbox"/>	[3] <input type="checkbox"/>	[2] <input type="checkbox"/>	[1] <input type="checkbox"/>
Φόβος πρόκλησης ατυχήματος από την παρουσία παιδιών	[5] <input type="checkbox"/>	[4] <input type="checkbox"/>	[3] <input type="checkbox"/>	[2] <input type="checkbox"/>	[1] <input type="checkbox"/>
Έχουν υψηλή τιμή	[5] <input type="checkbox"/>	[4] <input type="checkbox"/>	[3] <input type="checkbox"/>	[2] <input type="checkbox"/>	[1] <input type="checkbox"/>
Άλλο (αναφέρατε):					

Μετά την παραπάνω ερώτηση πηγαίνετε στο κεφάλαιο του ερωτηματολογίου «γενικές ερωτήσεις»

6. Τι τύπο ενυδρείου έχετε/θα επιθυμούσατε να έχετε? (ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ)

Τύπος ενυδρείου	Απαντήσεις
Στρογγυλό	[1] <input type="checkbox"/>
Ημικύκλιο	[2] <input type="checkbox"/>
Τετράγωνο	[3] <input type="checkbox"/>
Εντοιχισμένο	[4] <input type="checkbox"/>
Άλλος τύπος(αναφέρατε):	

7. Ποιοι παράγοντες σας οδήγησαν/θα σας οδηγήσουν να επιλέξετε ένα συγκεκριμένο τύπο ενυδρείου; Κατατάξτε με περισσότερο σημαντικό τον αριθμό 1 και λιγότερο σημαντικό τον αριθμό 4.

Δηλώσεις	Κατάταξη
Τιμή αγοράς	
Κόστος συντήρησης	
Διαστάσεις	
Ευκολία χειρισμού και φροντίδας	
Ασφάλειας	
Άλλο (αναφέρατε):	

8. Πόσα χρήματα διαθέσατε/θα διαθέτατε για την αγορά/κατασκευή ενυδρείου;

έως 50 €	[1] <input type="checkbox"/>
51-100 €	[2] <input type="checkbox"/>
101-150 €	[3] <input type="checkbox"/>
151-200 €	[4] <input type="checkbox"/>
περισσότερα από 200 €	[5] <input type="checkbox"/>

Ερωτήσεις σχετικές με τους οργανισμούς που διαβιών στα ενυδρεία**9. Ποιά είδη ψαριών έχετε/θα αγοράζατε για τη δημιουργία ενυδρείου; (ΠΟΛΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)**

Είδος ψαριού ενυδρείων	Απαντήσεις
Μικρά	[1] <input type="checkbox"/>
Μεγάλα	[2] <input type="checkbox"/>
Σμυρνόψαρα	[3] <input type="checkbox"/>
Μοναχικά	[4] <input type="checkbox"/>
Άλλο (αναφέρατε):	

10. Προτιμάτε/θα προτιμούσατε είδη:

Θαλασσινά [1] <input type="checkbox"/>	Γλυκών νερών [2] <input type="checkbox"/>
--	---

11. Προτιμάτε/θα προτιμούσατε είδη που αναπαράγονται?

Ναι [1] <input type="checkbox"/>	Όχι [2] <input type="checkbox"/>
----------------------------------	----------------------------------

12. Πόσα είδη ψαριών έχετε/θα επιθυμούσατε να έχετε μέσα στο ενυδρείο? (ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ)

Αριθμός ψαριών	Απαντήσεις
1	[1] <input type="checkbox"/>
2	[2] <input type="checkbox"/>
3	[3] <input type="checkbox"/>
Περισσότερα από 3	[4] <input type="checkbox"/>

13. Χρησιμοποιείτε/θα χρησιμοποιούσατε για λόγους υγιεινής τη χορήγηση φαρμάκων στα ψάρια;ΟΧΙ [1] ΝΑΙ [2] **Ερωτήσεις σχετικές με τη διακόσμηση των ενυδρείων****14. Χρησιμοποιείτε/θα χρησιμοποιούσατε την ύπαρξη:**Φυσικών φυτών [1] Τεχνητών φυτών [2] **15. Τι άλλο ζωντανό οργανισμό (εκτός από ψάρια) χρησιμοποιείτε/θα χρησιμοποιούσατε ως διακοσμητικό στοιχείο στο ενυδρείο; (ΟΣΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΘΕΛΕΤΕ)**

Είδος οργανισμού	Απαντήσεις
Κανέναν οργανισμό	[1] <input type="checkbox"/>
Καραβίδες	[2] <input type="checkbox"/>
Χελώνες	[3] <input type="checkbox"/>
Καβούρια	[4] <input type="checkbox"/>
Άλλο (αναφέρατε):	

16. Τι διακοσμητικό υλικό χρησιμοποιείτε/θα χρησιμοποιούσατε στο ενυδρείο; (ΟΣΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΘΕΛΕΤΕ)

Υλικό	Απαντήσεις
Κανένα διακοσμητικό	[1] <input type="checkbox"/>
Χαλίκι διαφόρων χρωμάτων	[2] <input type="checkbox"/>
Στάμνες	[3] <input type="checkbox"/>
Σφουγγαράδες	[4] <input type="checkbox"/>
Φωτισμό	[5] <input type="checkbox"/>
Καραβάκια	[6] <input type="checkbox"/>
Άλλο (αναφέρατε):	

Ερωτήσεις ΜΟΝΟ για κατόχους ενυδρείων**17. Τι είδους τροφή χρησιμοποιείτε στα ψάρια του ενυδρείου σας:**Ζωντανή τροφή [1] Συνθετική/Ξηρή τροφή [2] Δεν γνωρίζω [3] **18. Πως γίνεται η επιλογή της τροφής στα ψάρια του ενυδρείου σας;**Προσωπική εμπειρία
[1] Πληροφορίες από τα
εξειδικευμένα καταστήματα
[2] Πληροφορίες από φίλους-άτομα με
εξειδικευμένες γνώσεις
[3]

19. Τι είδους φίλτρα χρησιμοποιείτε/θα χρησιμοποιούσατε στο ενυδρείο;Βιολογικά (εσωτερικά φίλτρα) [1] Εξωτερικά φίλτρα [2] Δεν γνωρίζω [3] **20. Κάθε πότε πραγματοποιείτε ανανέωση του νερού στο ενυδρείο σας; (ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ)**

Χρόνος ανανέωσης	Απαντήσεις
Κάθε εβδομάδα	[1] <input type="checkbox"/>
Κάθε 15μερο	[2] <input type="checkbox"/>
Μια φορά το μήνα	[3] <input type="checkbox"/>
Κάθε 2 μήνες	[4] <input type="checkbox"/>
Μια φορά το εξάμηνο	[5] <input type="checkbox"/>
Άλλο (αναφέρατε):	

21. Από ποιόν γίνεται ο καθαρισμός/συντήρηση του ενυδρείου;Εμένα προσωπικά
[1] Από εξειδικευμένα καταστήματα
πώλησης ενυδρείων [2] Από φίλους-άτομα με εξειδικευμένες
γνώσεις [3] **22. Ποιές φυσικοχημικές παραμέτρους εξετάζετε σχετικά με την ποιότητα του νερού; (ΠΟΛΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)**

Παράμετροι	Απαντήσεις
Οξύγονο	[1] <input type="checkbox"/>
pH	[2] <input type="checkbox"/>
Θερμοκρασία	[3] <input type="checkbox"/>
Αλατότητα	[4] <input type="checkbox"/>
Άλλο (αναφέρατε):	

23. Όταν πρόκειται να απουσιάσετε για μεγάλο χρονικό διάστημα από το σπίτι σας, που αναθέτετε τη φροντίδα του ενυδρείου;Αυτόματες συσκευές
ταΐσματος [1] Σε συγγενείς-φίλους [2] Παίρνω μαζί μου το ενυδρείο
[3] **24. Από πού αντλείται πληροφορίες σχετικά με τα ενυδρεία; Κατάταξη κατά σειρά σπουδαιότητας με πιο σπουδαίο τον αριθμό 1 και λιγότερο σπουδαίο τον αριθμό 5**

Πηγή ενημέρωσης	Απαντήσεις
Βιβλία/περιοδικό τύπο	[1] <input type="checkbox"/>
Τηλεόραση/Ραδιόφωνο	[2] <input type="checkbox"/>
INTERNET	[3] <input type="checkbox"/>
Από εξειδικευμένα καταστήματα πώλησης ενυδρείων	[4] <input type="checkbox"/>
Από φίλους-άτομα με εξειδικευμένες γνώσεις	[5] <input type="checkbox"/>
Άλλο (αναφέρατε):	

25. Συγκεκριμένα τι είδους πληροφορίες αναζητείτε;

Παρακαλώ αναφέρατε _____

Γενικές Ερωτήσεις (ΟΛΟΙ ΑΠΑΝΤΟΥΝ)

26. Ασχολείστε ερασιτεχνικά με το ψάρεμα και τη θάλασσα γενικότερα (εκδρομές, κτλ);

Ναι [1]

Όχι [2]

27. Έχετε επισκεφτεί κάποιο ενυδρείο (στην Ελλάδα ή και το εξωτερικό);

Ναι [1]

Όχι [2]

ΑΝ απαντήσατε ΟΧΙ συνεχίστε με την ερώτηση 30

Αν απαντήσατε ΝΑΙ πηγαίnete στην ερώτηση 28

28. Ποιό ενυδρείο/α έχετε επισκεφτεί;

Παρακαλώ αναφέρετε _____

29. Τι σας έκανε περισσότερο εντύπωση από τα ενυδρεία που έχετε επισκεφτεί;

Παρακαλώ αναφέρετε _____

30. Θα δαπανούσατε το χρόνο των διακοπών σας για να επισκεφτείτε κάποιο ενυδρείο;

Ναι [1]

Όχι [2]

Ίσως [3]

31. Ποιοι παράγοντες θα σας οδηγήσουν στο να επισκεφτείτε ένα συγκεκριμένο ενυδρείο; Κατατάξτε με περισσότερο σημαντικό τον αριθμό 1 και λιγότερο σημαντικό τον αριθμό 7.

Δηλώσεις	Κατάταξη
Διαθεσιμότητα διαμονής στην περιοχή που βρίσκεται το ενυδρείο	
Ευκολία πρόσβασης στην περιοχή που βρίσκεται το ενυδρείο	
Παροχή υπηρεσιών στο ενυδρείο (εξειδικευμένο προσωπικό και ποικιλία ειδών)	
Φιλικό περιβάλλον για την προστασία των μικρών παιδιών	
Πολιτιστικά και Ιστορικά στοιχεία της περιοχής	
Δυνατότητα ανάπτυξης δραστηριοτήτων (π.χ. άθληση, οικοτουρισμός, ψάρεμα)	
Οικονομικοί όροι (κόστος εισιτηρίου στο ενυδρείο)	
Άλλο (αναφέρατε):	

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

A. Φύλο:

Άνδρας [1] <input type="checkbox"/>	Γυναίκα [2] <input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------------------

B. Ηλικία:

18-30	[1] <input type="checkbox"/>	46-65	[3] <input type="checkbox"/>
31-45	[2] <input type="checkbox"/>	> 66	[4] <input type="checkbox"/>

Γ. Τι επίπεδο εκπαίδευσης έχετε λάβει;

Δεν έχω τελειώσει το δημοτικό	[1] <input type="checkbox"/>	Φοιτητής/φοιτήτρια /	[4] <input type="checkbox"/>
Απολυτήριο Δημοτικού	[2] <input type="checkbox"/>	Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ	[5] <input type="checkbox"/>
Απολυτήριο Λυκείου	[3] <input type="checkbox"/>	Μετ/κό-Διδ/κό	[6] <input type="checkbox"/>

Δ. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Ανύπανδρος / η	[1] <input type="checkbox"/>
Έγγαμος / η	[2] <input type="checkbox"/>
Διαζευγμένος / η -Σε διάσταση - Χήρος	[3] <input type="checkbox"/>

Ε. Έχετε παιδιά;

Ενήλικα, μεγαλύτερα από 18 ετών	
Παιδιά κάτω των 18 ετών	

ΣΤ. Ποιο είναι το επάγγελμά σας;

Εκπαιδευτικός	[1] <input type="checkbox"/>	Σπουδαστής-τρια/ φοιτητής/τρια	[5] <input type="checkbox"/>
Δημόσιος υπάλληλος	[2] <input type="checkbox"/>	Συνταξιούχος	[6] <input type="checkbox"/>
Ιδιωτικός Υπάλληλος	[3] <input type="checkbox"/>	Οικιακά	[7] <input type="checkbox"/>
Ελεύθερος επαγγελματίας	[4] <input type="checkbox"/>	Άνεργος	[8] <input type="checkbox"/>

Z. Ποιο είναι το μηνιαίο εισόδημά του νοικοκυριού σας (σε ευρώ);

έως 700 ευρώ	[1] <input type="checkbox"/>	1601-2000 ευρώ	[4] <input type="checkbox"/>
701-1300 ευρώ	[2] <input type="checkbox"/>	2001 -2500 ευρώ	[6] <input type="checkbox"/>
1301-1600 ευρώ	[3] <input type="checkbox"/>	περισσότερα από 2500	[7] <input type="checkbox"/>

Ευχαριστώ πολύ για τη συνεργασία σας

