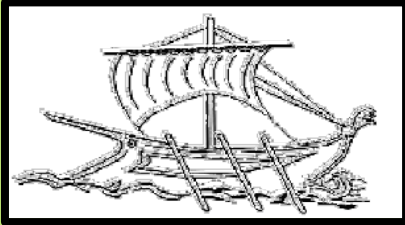


**Τ.Ε.Ι ΠΕΙΡΑΙΑ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ &
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**Καταναλωτική/ αγοραστική
συμπεριφορά. Η περίπτωση των
Σπετσών.**

**Ζησιμοπούλου Πανωρέα Α.Μ.: 083
& Σταύρου Άννα Α.Μ.: 116**

**Επιβλέπων καθηγητής :
Κονιόρδος Μιχαήλ**

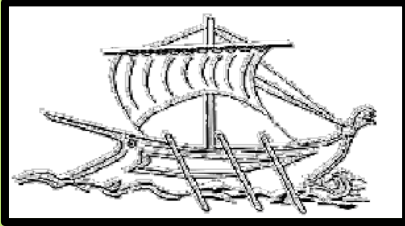


Αγοραστική/ καταναλωτική συμπεριφορά :

- Δραστηριότητες
- Σκέψεις
- Επιδράσεις
- Διάρκεια αγοράς
- Ικανοποίηση αναγκών

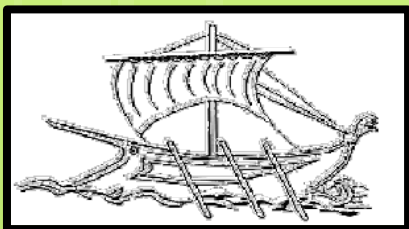
Ορίζεται από :

- Δημογραφικά χαρακτηριστικά
- Οικονομική κατάσταση
- Επιρροές περιβάλλοντος
- Συνεχώς μεταβαλλόμενα στοιχεία



Ανάλυση καταναλωτικής συμπεριφοράς :

- Τουριστικά κίνητρα και θεωρίες
 - Επιλογές και διαδικασίες λήψης απόφασης τουριστών
-
- Προσεγγίσεις τμηματοποίησης
 - Τυπολογίες των τουριστών



Μεθοδολογία:

- Εμπειρική έρευνα
- 300 ερωτηματολόγια
- Σπέτσες/ Τουριστική περίοδος Ιούλιος-Αύγουστος 2012

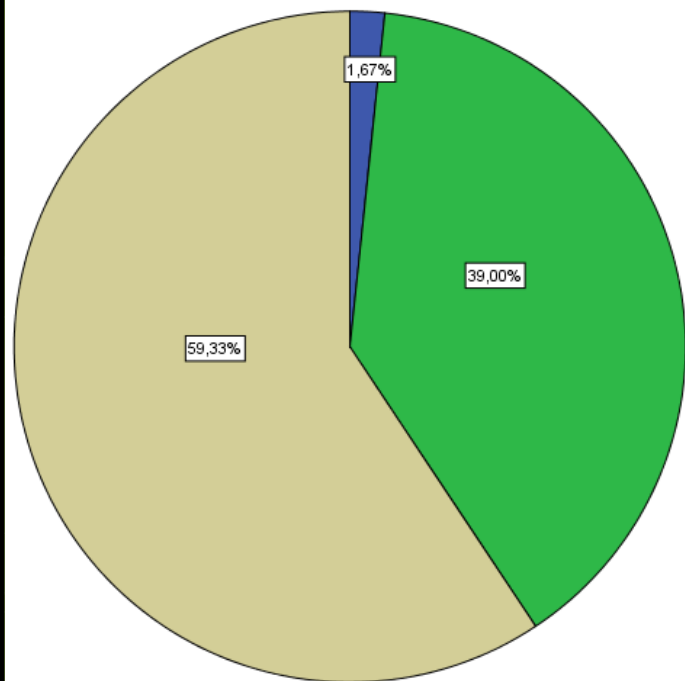
Δημογραφικά στοιχεία :

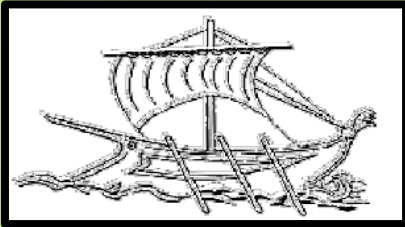
Φύλο συμμετεχόντων:

- **59,33%** γυναίκες
- **39,00%** άνδρες

Φύλο συμμετεχόντων

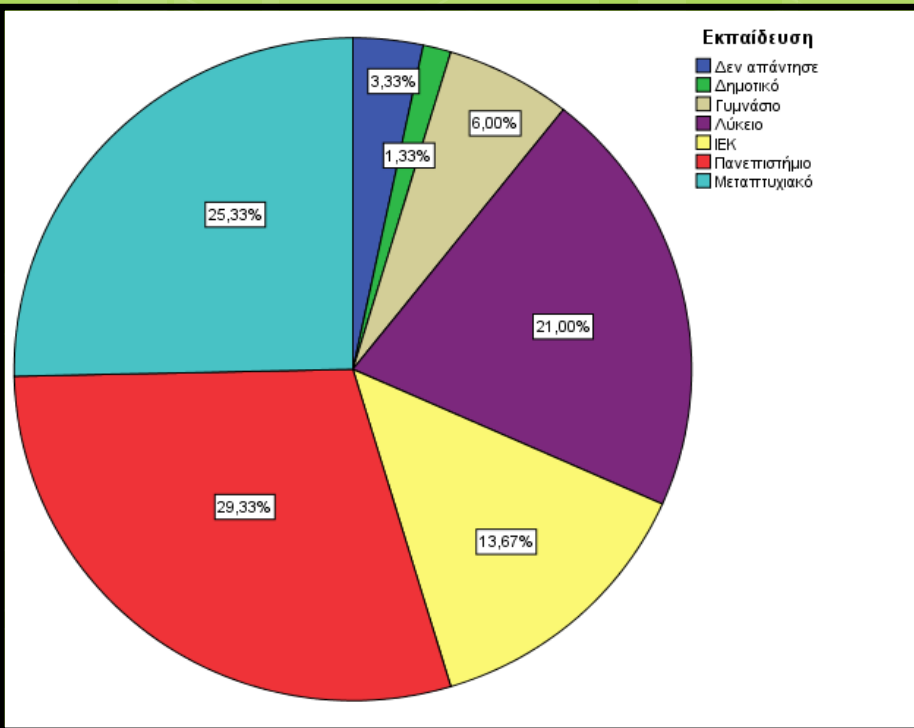
- Δεν απάντησε
- Άνδρας
- Γυναίκα



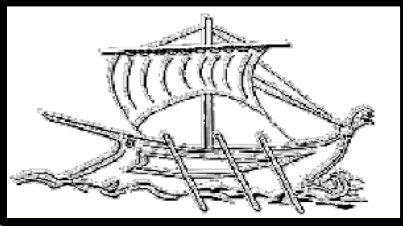


Εκπαίδευση :

Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων είναι πτυχιούχοι.



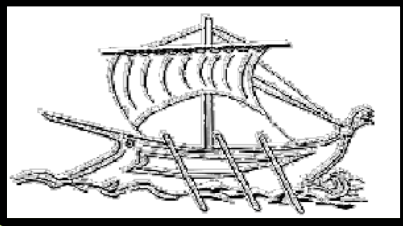
Εκπαίδευση		
	Frequency	Valid Percent
Δεν απάντησε	10	3,3
Δημοτικό	4	1,3
Γυμνάσιο	18	6,0
Λύκειο	63	21,0
ΙΕΚ	41	13,7
Πανεπιστήμιο	88	29,3
Μεταπτυχιακό	76	25,3
Total	300	100,0



Συμπεράσματα :

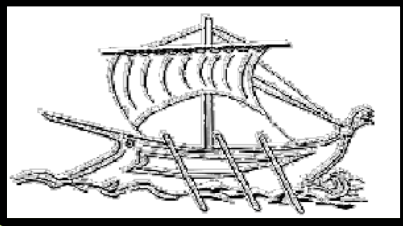
→ Moscardo(2004) και Dholakia(1999) υποστήριξαν πως οι αγορές είναι αποκλειστικά γυναικεία υπόθεση.

→ Σύμφωνα με την έρευνα η διαφοροποίηση μεταξύ των δύο φύλων ήταν πως οι γυναίκες είναι πιο αυθόρμητες στις αγορές τους.



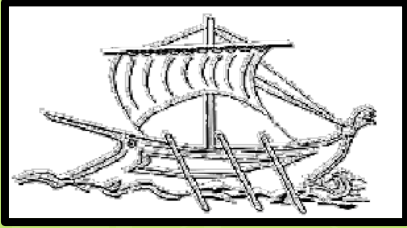
Συμπεράσματα :

- McIntyre(2007) υποστήριξε πως η ύπαρξη παιδιών καθορίζει τον τόπο διακοπών αλλά και την καταναλωτική συμπεριφορά για την ικανοποίηση αυτών.
- Το ίδιο παρατηρήθηκε και στην παρούσα έρευνα καθώς όσοι έχουν παιδιά έδειξαν να είναι πιο προσεκτικοί στις αγορές τους σε σχέση με όσους δεν έχουν.



Συμπεράσματα :

- Σύμφωνα με τους Kozak και Duman (2010) συμπεράναμε πως η λήψη μιας απόφασης βασίζεται πολύ στην ικανοποίηση των μελών της οικογένειας.
- Το ανωτέρω επιβεβαιώνεται και μέσα από την έρευνα καθώς τα αποτελέσματα έδειξαν πως οι παντρεμένοι έδειξαν πιο συνεπείς στις καταναλωτικές τους συνήθειες.



**Ευχαριστούμε
πολύ**



<http://www.touristorama.com/assets/images/articles/Spetses/spetses.jpg>