ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ – ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ
(ΕΜΠΣ.ΔΕ-ΔΟΠ)

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«ΨΥΚΤΕΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΝΕΡΟΥ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ»

ΑΝΝΑ ΑΠ. ΚΟΥΤΣΟΥΜΠΑ
ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΥΧΟΣ ΧΗΜΙΚΟΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: **ΜΑΡΚΟΣ-ΜΑΡΙΟΣ ΤΣΟΓΚΑΣ**

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 2018

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων : ΜΒΑ με τίτλο: «ΨΥΚΤΕΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΝΕΡΟΥ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ» έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολο της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολο τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου.»

Κουτσούμπα Άννα
18 Ιουλίου 2018

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα θερμά να ευχαριστήσω τους καθηγητές του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών στην Διοίκηση Ολικής Ποιότητας που με βοήθησαν να αποκομίσω πολύτιμες γνώσεις και εμπειρίες στο πεδίο της Διοίκησης των Επιχειρήσεων και στην Ποιότητα.

Ένα τεράστιο ευχαριστώ οφείλω από καρδιάς στο επιβλέποντα καθηγητή κ. Μάρκο Τσόγκα, αρχικά για την εμπιστοσύνη που έδειξε απέναντί μου, αναθέτοντάς μου την παρούσα διπλωματική εργασία, αλλά και την ουσιαστική καθοδήγηση του καθ'όλη τη διάρκεια της συνεργασίας μας. Ήταν δίπλα μου σε κάθε εμπόδιο και δυσκολία. Όλα τα δύσκολα τα έκανε να φανούν μικρά και εύκολα.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για τη στήριξη, υλική και ψυχική που μου πρόσφεραν όλα αυτά τα χρόνια. Να ευχαριστήσω επίσης, και τον Κωστή για την υποστήριξη και απεριόριστη βοήθεια που με ενθάρρυνε για να φτάσω ως εδώ.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα εργασία εξετάστηκε το θέμα των ψυκτών εμφιαλωμένου νερού στις επιχειρήσεις καθώς και το ποια είναι τα κριτήρια επιλογής αυτών. Για το σκοπό αυτό διεξήχθει έρευνα με στόχο τη διερεύνηση της αγοραστικής συμπεριφοράς του καταναλωτικού κοινού καθώς και η αξιολόγηση του τρόπου πωλήσεως που εφαρμόζεται από το αρμόδιο τμήμα της εταιρίας, με απώτερο στόχο τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Αρχικά αναλύονται οι λόγοι ζήτησης σε εμφιαλωμένο νερό στην Ελλάδα και οι βασικές κατηγορίες εμφιαλωμένων νερών. Αναφέρεται η νομοθεσία η οποία διέπει τον κλάδο του εμφιαλωμένου νερού εξετάζοντας σε σημαντικό βαθμό τόσο την Ελληνική όσο και την Ευρωπαϊκή νομοθεσία, οι οποίες είναι μέρος του εξωτερικού περιβάλλοντος το οποίο σχετίζεται με την αγορά των ψυκτών εμφιαλωμένου νερού αλλά και του εμφιαλωμένου νερού γενικότερα.

Στο επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται μια πλήρης βιβλιογραφική ανασκόπηση της υπάρχουσας κατάστασης η οποία εξετάζει κατά σειρά τα βασικά χαρακτηριστικά του κλάδου, κάνοντας εκτενή αναφορά στο εξωτερικό περιβάλλον με σαφή εστίαση στους πολιτικούς, οικονομικούς αλλά και τεχνολογικούς παράγοντες.

Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στην εταιρία και παρουσιάζονται οι ψύκτες εμφιαλωμένου νερού και οι ψύκτες νερού δικτύου που διαχειρίζεται η εταιρία. Αναφέρονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των ψυκτών.

Στο επόμενο κεφάλαιο περιγράφεται η μεθοδολογία της συγκεκριμένης έρευνας όπου αναλύεται ο σκοπός της εργασίας. Γίνεται περιγραφή του δείγματος, παρουσιάζεται ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου, με ποιον τρόπο πραγματοποιήθηκε η έρευνα, πως έγινε η συλλογή των ερωτηματολογίων αλλά και η μέτρηση των μεταβλητών.

Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε για το δείγμα των επιχειρήσεων και το δείγμα των ιδιωτών με τη χρήση στατιστικών μεθόδων όπως είναι η ανάλυση συχνοτήτων και η συνδυαστική πινακοποίηση ή σταυροειδούς πινακοποίηση. Παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας υπό τη μορφή πινάκων ή διαγραμμάτων.

Τέλος, στο τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται συνοπτικά τα αποτελέσματα της έρευνας μαζί με τα συμπεράσματα που προκύπτουν. Προτείνονται προτάσεις βελτίωση ως προς την επιχείρηση καθώς και προτάσεις και πιθανές κατευθύνσεις που θα μπορούσαν να ακολουθήσουν ανάλογες μελλοντικές μελέτες επί του ίδιου θέματος.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ 1
1.1 ΝΕΡΟ, ΠΟΛΥΤΙΜΟ ΑΓΑΘΟ 2
1.2 ΛΟΓΟΙ ΖΗΤΗΣΗΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΝΕΡΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 4
1.2.Α ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ 5
1.2.Β ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 6
1.3 ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΩΝ ΝΕΡΩΝ 6
1.4 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΠΟΥ ΔΙΕΠΕΙ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΩΝ ΝΕΡΩΝ 7
1.4.Α ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ 8
1.4.Β ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ 9
2. ΚΛΑΔΟΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΩΝ ΝΕΡΩΝ 11
2.1 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΛΑΔΟΥ 12
2.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ 13
2.2.Α ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ 13
2.2.Β ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ 14
2.2.Γ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ 14
2.3 ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΝΕΡΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 15
2.4 ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟ ΝΕΡΟ ΚΑΙ ΠΙΘΑΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ 17
3. ΨΥΚΤΕΣ ΝΕΡΩΝ 19
3.1 ΨΥΚΤΕΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΝΕΡΟΥ 20
3.2 ΨΥΚΤΕΣ ΝΕΡΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ (POU – Point Of Use) 21
3.3 Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ 22
4.ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ 26
4.1 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ 27
4.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ 27
4.3 ΜΕΤΡΗΣΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΜΕΤΡΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ 29
5.ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ 30
5.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ 31
5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ 31
5.3 ΣΥΝΔΥΑΣΤΙΚΗ ΠΙΝΑΚΟΠΟΙΗΣΗ ή ΣΤΑΥΡΟΕΙΔΟΥΣ ΠΙΝΑΚΟΠΟΙΗΣΗ 78
5.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ – ΙΔΙΩΤΕΣ 86
6.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ 131
6.1 ΣΥΝΟΨΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ 132

6.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ 139
6.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ 140
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 141
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ 143
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΙΔΙΩΤΕΣ 147

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 3.3.1: Χαρακτηρισμός των τύπων ψυκτών νερού. 23
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 1 32
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτηση 2 34
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 3 35
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 4 36
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5i 37
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5ii 38
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.7 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 6 40
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.8 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{A} 42
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.9 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{B} 43
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.10 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Γ}$ 44
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.11 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Δ}$ 45
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.12 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{E} 46
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.13 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΣΤ}$ 47
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.14 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{Z} 48
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.15 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{H} 49
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.16 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Θ}$ 50
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.17 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{I} 51
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.18 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IA} 52
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.19 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IB} 53
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.20 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{IΓ}$ 54
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.21 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{IΔ}$ 55
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.22 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IE} 56
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.23 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{IΣT}$ 57
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.24 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IZ} 58
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.25 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{A} 59
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.26 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{B} 60
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.27 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Γ}$ 61
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.28 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Δ}$ 62
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.29 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{E} 63
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.30 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{ΣT}$ 64
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.31 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Z} 65
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.32 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{H} 66

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.33 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Θ}$ 67
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.34 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 9 69
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.35 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 10 70
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.36 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 11 71
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.37 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 12 71
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.38 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 13 72
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.39 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 14 74
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.40 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 15 75
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.41 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 16 76
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.42 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 17 77
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.43 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{A} 79
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.44 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{E} 79
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.45 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης $7^{ΣΤ}$ 80
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.46 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{I} 81
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.47 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{IA} 81
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.48 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{IB} 82
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.49 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης $7^{IΔ}$ 82
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.50 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{IZ} 83
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.51 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 8^{A} 84
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.52 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 8^{B} 84
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.53 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 1 86
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.54 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτηση 2 87
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.55 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 3 88
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.56 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 4 89
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.57 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5i 90
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.58 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5i 91
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.59 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 6 93
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.60 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{A} 94
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.61 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{B} 95
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.62 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Γ}$ 96
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.63 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Δ}$ 97
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.64 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{E} 98
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.65 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΣΤ}$ 99
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.66 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{Z} 100
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.67 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{H} 101
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.68 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Θ}$ 102

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.69 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{I} 103
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.70 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IA} 104
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.71 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IB} 105
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.72 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{IΓ}$ 106
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.73 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{IΔ}$ 107
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.74 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IE} 108
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.75 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{A} 109
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.76 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{B} 110
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.77 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Γ}$ 111
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.78 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Δ}$ 112
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.79 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{E} 113
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.80 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{ΣΤ}$ 114
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.81 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Z} 115
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.82 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{H} 116
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.83 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Θ}$ 117
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.84 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 9 119
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.85 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 10 120
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.86 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 11 121
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.87 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 12 122
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.88 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 13 123
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.89 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 14 124
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.90 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 15 125
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.91 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 16 126
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.92 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 17 127
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.93 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 18 128
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.94 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 19 129
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.95 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 20 130

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.1 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 1 33
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.2 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 2 34
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.3 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 3 35
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.4 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 4 37
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.5 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5i 38
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.6 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5ii 39
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.7 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 6 41
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.8 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{A} 42
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.9 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{B} 43
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.10 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Γ}$ 44
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.11 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Δ}$ 45
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.12 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{E} 46
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.13 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΣΤ}$ 47
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.14 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{Z} 48
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.15 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{H} 49
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.16 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Θ}$ 50
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.17 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{I} 51
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.18 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IA} 52
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.19 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IB} 53
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.20 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{IΓ}$ 54
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.21 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{IΔ}$ 55
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.22 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IE} 56
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.23 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{IΣΤ}$ 57
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.24 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IZ} 58
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.25 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{A} 60
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.26 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{B} 61
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.27 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Γ}$ 62
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.28 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Δ}$ 63
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.29 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{E} 64
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.30 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{ΣΤ}$ 65
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.31 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Z} 66
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.32 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{H} 67
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.33 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Θ}$ 68
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.34 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 9 69

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.35 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 10 70
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.36 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 11 71
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.37 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 12 72
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.38 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 13 73
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.39 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 14 74
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.40 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 15 75
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.41 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 16 76
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.42 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 17 77
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.43 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 1 87
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.44 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 2 88
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.45 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 3 89
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.46 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 4 90
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.47 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5i 91
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.48 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5ii 92
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.49 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 6 93
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.50 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Α}$ 94
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.51 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Β}$ 95
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.52 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Γ}$ 96
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.53 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Δ}$ 97
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.54 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Ε}$ 98
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.55 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΣΤ}$ 99
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.56 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Ζ}$ 100
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.57 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Η}$ 101
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.58 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Θ}$ 102
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.59 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{Ι}$ 103
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.60 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΙΑ}$ 104
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.61 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΙΒ}$ 105
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.62 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΙΓ}$ 106
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.63 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΙΔ}$ 107
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.64 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΙΕ}$ 108
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.65 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Α}$ 110
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.66 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Β}$ 111
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.67 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Γ}$ 112
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.68 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Δ}$ 113
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.69 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Ε}$ 114
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.70 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{ΣΤ}$ 115

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.71 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Z} 116
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.72 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{H} 117
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.73 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Θ} 118
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.74 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 9 119
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.75 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 10 120
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.76 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 11 121
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.77 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 12 122
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.78 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 13 123
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.79 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 14 124
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.80 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 15 125
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.81 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 16 126
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.82 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 17 127
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.83 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 18 128
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.84 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 19 129
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.85 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 20 130

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 ΝΕΡΟ, ΠΟΛΥΤΙΜΟ ΑΓΑΘΟ

Από αρχαιοτάτων χρόνων το νερό είναι συνδεδεμένο με τον πολιτισμό. Η παραγωγή αγαθών και η υγιεινή διαβίωση εξασφαλιζόταν και συνεχίζει να εξασφαλίζεται από την χρήση του νερού. Ταυτόχρονα όμως το νερό μεταδίδει καταστροφικές ασθένειες όπως για παράδειγμα απίστευτων ασθενειών που γεννιούνται στο νερό, όπου αρκετοί πολιτισμοί κλονίστηκαν και μερικές εκβάσεις πολεμικών συρράξεων επηρεάστηκαν όπως για παράδειγμα στον Πελοποννησιακό πόλεμο στην αρχαία Ελλάδα, όπου ξέσπασε στην Αθήνα επιδημία, άλλοι πιστεύουν ότι ήταν χολέρα ενώ άλλοι πανώλη. Από τον Θουκυδίδη περιγράφεται λεπτομερώς η επιδημία ης ασθένειας που αναφέρεται πιο πάνω, ο οποίος σαν αρχαίος Έλληνας ιστορικός περιγράφει πολύ αξιόλογα τα συμπτώματα της νόσου. από την πρόσβαση στο νερό εξαρτάται η επιβίωση ων ανθρώπων η υγεία και η ποιότητα ζωής (ICAP (2009).

Κατά τον WHO (World Health Organization) που είναι ο παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας, ο αριθμός των ανθρώπων που πεθαίνουν κάθε μέρα από την έλλειψη υγιεινής και πόσιμου νερού ασφαλούς αγγίζει τις 30,000. Το ότι το νερό μεταδίδει μια πληθώρα ασθενειών με την χολέρα να επικρατεί μαζί με τους πυρετούς του εντέρου (τύφο, παράτυφο) και τις δυσεντερίες αντιλήφθηκε στο τέλος του προηγούμενου αιώνα. Αφού εξαπλώθηκαν τα χημικά προϊόντα και πραγματοποιήθηκε βιομηχανική επανάσταση, μπορεί να περιέχονται στο νερό οργανικές και ανόργανες χημικές ενώσεις οι οποίες επιδρούν αρνητικά στην υγεία του ανθρώπου και έτσι είναι ανεπιθύμητες. Γίνεται μελέτη αυτών των επιδράσεων και μια εξέλιξη δυναμική υπάρχει όσο αφορά την ποιότητα του νερού.

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο θα αφορά τις αιτίες που το νερό μολύνεται και τις προδιαγραφές που σε διάφορες χώρες σε όλο τον κόσμο έχουν θεσπίσει οι Παγκόσμιοι οργανισμοί όσο αφορά την ποιότητα του νερού, θα εξεταστεί η μόλυνση του νερού από μικροοργανισμούς, από οργανικές και ανόργανες ενώσεις χωριστά, όπως επίσης θα αναφερθούν όλες οι παράμετροι από τις οποίες χαρακτηρίζεται η ποιότητα του νερού. Το νερό είναι φυσικός πόρος κάποια στιγμή εξαντλείτε και αυτό απειλεί πραγματικά την ανθρωπότητα (Hem J.D., (1985). Στο Περιβαλλοντικό πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών αναφέρεται ότι τα 2/3 του ολικού πληθυσμού της γης, έως το 2025 θα δυσκολέψουν οι συνθήκες διαβίωσης εξαιτίας του νερού. 1,1 δισεκατομμύρια άνθρωποι σήμερα δεν έχουν την δυνατότητα να φτάσουν σε πόσιμο ασφαλές νερό, παρά την ολική πρόοδο που πραγματοποιήθηκε την τελευταία δεκαετία βελτίωσης της κατάστασης. Σε μη κατάλληλες συνθήκες διαβίωσης ζει μεγαλύτερος αριθμός ανθρώπων. Παρατηρείτε σε πολλές πόλεις η έλλειψη σωστής συντήρησης και η παλαιότητα στα συστήματα που μετριέται το νερό στον εφοδιασμό και την διανομή. Και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα σε πολλές περιοχές που έχουν μικρό εισόδημα σε σχέση με τον μεγάλο πληθυσμό να υπάρχει είτε έλλειψη εφοδιασμού είτε τακτικότητας. Στις συγκεκριμένες περιοχές η κατανάλωση βασίζεται στην αγορά νερού στους δρόμους από ανθρώπους που λέγονται «νερουλάδες». Έως και 30 φορές πιο ακριβή είναι η τιμή του νερού από αυτό που παρέχεται μέσα από το δίκτυο. Τέλος επιστήμονες του Καναδά που πραγματοποίησαν έρευνες διαπίστωσαν ότι ο ανθρώπινος οργανισμός είναι εκτεθειμένος σε μολύνσεις τοξικών χημικών από τις οποίες το 85-95% τις προκαλεί το πόσιμο νερό (ICAP (2009).

1.2 ΛΟΓΟΙ ΖΗΤΗΣΗΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΝΕΡΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Παρακάτω θα εξετάσουμε, παρά την καλή ποιότητα νερού στο δίκτυο που έχουμε στην Ελλάδα, την κατανάλωση του εμφιαλωμένου νερού η οποία αυξάνεται σταθερά. Οι λόγοι είναι η ανεπαρκής και ακατάλληλη ποσότητα πόσιμου νερού, η αστικοποίηση, ο υπερπληθυσμός, η αναπτυγμένη γεωργία και βιομηχανία και όλα αυτά αυξάνουν την ζήτηση πόσιμου νερού, και αυτών οι δράσεις είναι που σημειώνουν αρνητικές επιπτώσεις στους υπόγειους υδροφορείς οπού είναι σημαντικές πηγές. Τα νερά γίνονται ακατάλληλα ακόμα και για άρδευση στις αγροτικές περιοχές εξαιτίας της ρύπανσης που σημειώνεται από ουσίες όπως στην περιοχή του Ασωπού το εξ ασθενές χρώμιο και τα νιτρικά στους υπόγειους υδροφορείς. Στην Κορινθία για παράδειγμα δεν διευκολύνετε η πρόσβαση σε ασφαλές νερό πόσιμο, παράλληλα σε άλλες περιοχές λόγω της άσχημης ποιότητας του δικτύου το νερό είναι κατάλληλο εκεί που πηγάζει αλλά φτάνει στον καταναλωτή με αλλοιωμένη σύσταση. Στην νησιώτικη Ελλάδα το νερό του δικτύου δεν επαρκεί να καλύψει τις ανάγκες των κατοίκων, κατάσταση η οποία γίνεται πιο έντονη κατά τους καλοκαιρινούς μήνες λόγω της τουριστικής σεζόν οπού αυξάνονται οι ανάγκες. Οπότε σε ορισμένες περιπτώσεις για να καλυφθούν οι ανάγκες του πληθυσμού γίνεται αναγκαία η κατανάλωση του εμφιαλωμένου νερού (Hem J.D., (1985).

Τα τελευταία χρόνια σημειώνεται μια κλίση του ελληνικού κοινού, έχοντας υιοθετήσει το μοντέλο της δύσης, σε τρόπο ζωής και διατροφής πιο υγιεινό. Τα ισοτονικά ποτά, τα αναψυκτικά τύπου light, οι χυμοί και τα εμφιαλωμένα νερά είναι τα προϊόντα που ευνοούνται από το κοινό, καθώς μια έντονη αθλητική δραστηριότητα και μία υγιεινή διαιτητική συμπεριφορά προωθούνται από αυτά, και

έτσι η αυξημένη κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού επηρεάζεται από την συνεχής προβολή του πρότυπου αυτού από τα μέσα.

1.2.Α ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ

Μια ομάδα καταναλωτών απωθείται από την κατανάλωση του δικτυακού νερού λόγω κάποιον χαρακτηριστικών και ας έχει κριθεί κατάλληλο από την ελληνική νομοθεσία. Η ώθηση του κοινού στην κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού οφείλεται στην αλλαγή γεύσης κατά την απολύμανση λόγω της χρήσης χλωρίου στο νερό του δικτύου ή από την αυξημένη σκληρότητα. Όπως για παράδειγμα στην Λέσβο που παρατηρείται η αυξημένη κατανάλωση εμφιαλωμένου λόγω του ότι το νερό είναι πολύ σκληρό.

Ένας ακόμα παράγοντας που έχει αυξήσει την κατανάλωση εμφιαλωμένων νερών είναι η αυξημένη προτίμηση που έχει ο κόσμος στα γεύματα μαζικών εστιάσεων, εξαιτίας του λιγοστού ελευθέρου χρόνου και των πολλών επαγγελματικών υποχρεώσεων. Έτσι αυξάνεται η ζήτηση του εμφιαλωμένου νερού σε γυάλινη συσκευασία του 1 λίτρου η οποία είναι η πιο κοινή σε αυτούς τους χώρους. Η κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού από τους ασθενείς είναι σε ελάχιστο ποσοστό και των παιδιών και η αιτία σε αυτό είναι η κατάσταση της υγείας οπού πρέπει να είναι προσεκτικοί ιδιαίτερα.

1.2.Β ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η εποχικότητα είναι αυτή που χαρακτηρίζει την ζήτηση εμφιαλωμένων νερών. Και η κορυφή αυτής της εποχικότητας είναι μεταξύ Απρίλιο και Οκτώβριο. Κατά αυτήν την περίοδο παρατηρείται μια αύξηση στην θερμοκρασία και στον τουρισμό και αυτοί οι δυο παράγοντες είναι που αυξάνουν την ζήτηση εμφιαλωμένων νερών, η προμήθεια των συγκεκριμένων προϊόντων σε αυτόν τον κλάδο είναι αυξημένη εξαιτίας των συνθηκών που επικρατούν στον τουρισμό, όπως επίσης το φαινόμενο της λειψυδρίας που παρουσιάστηκε στην χώρα την δεκαετία του ‘90.

1.3 ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΩΝ ΝΕΡΩΝ

Εμφιαλωμένο είναι το νερό που μπορεί να καταναλωθεί από τον άνθρωπο και βρίσκεται συσκευασμένο αεροστεγώς σε πλαστική ή γυάλινη συσκευασία. Τρείς είναι οι βασικές κατηγορίες που χωρίζεται το εμφιαλωμένο νερό το φυσικό μεταλλικό, το επιτραπέζιο και τέλος το ανθρακούχο (Hem J.D., (1985).

Το φυσικό μεταλλικό νερό είναι αυτό το οποίο τα φυσικοχημικά του χαρακτηριστικά δηλαδή η σύστασή του είναι σταθερή στις φυσικές διακυμάνσεις, είναι κατάλληλο από άποψη μικροβίων, όπου τα όρια είναι 2,5 φορές πιο αυστηρά από τα απλά εμφιαλωμένα, προέρχεται υπόγεια και εκμεταλλεύεται από γεωτρήσεις που έχουν γίνει τεχνητά ή από περισσότερες ή μια φυσικές εξόδους πηγής. Στην γεώτρηση ή στην πηγή γίνεται η εμφιάλωση του φυσικού μεταλλικού νερού εφόσον δεν πραγματοποιείτε καμία απολύμανση ή επεξεργασία. Είναι αυξημένη η

περιεκτικότητα σε ιχνοστοιχεία και μεταλλικά στοιχεία δηλαδή κάλιο, νάτριο, μαγνήσιο και ασβέστιο τα οποία ωφελούν κατά πολύ τον ανθρώπινο οργανισμό.

Το επιτραπέζιο νερό το οποίο είναι απλό πόσιμο προέρχεται είτε υπόγεια είτε επίγεια, πριν γίνει διαθέσιμο προς κατανάλωση περνάει από μία σειρά φυσικών και χημικών επεξεργασιών όπως είναι η οζόνωση ώστε να εξαφανιστούν τα μικρόβια η ακόμα και τα στοιχεία που δεν είναι κατάλληλα για τον ανθρώπινο οργανισμό και στην συνέχεια εμφιαλώνετε χωρίς να είναι απαραίτητα πλούσιο σε μεταλλικά στοιχεία.

Τέλος είναι το ανθρακούχο νερό το οποίο μπορεί να είναι η επιτραπέζιο η μεταλλικό και είτε από φυσικό του είτε με τεχνικά μέσα περιέχει διοξείδιο του άνθρακα (ICAP (2009).

1.4 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΠΟΥ ΔΙΕΠΕΙ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΩΝ ΝΕΡΩΝ

Μια από τις κατηγορίες του πόσιμου νερού αποτελείτε από το εμφιαλωμένο, το οποίο Ελληνικό κράτος και Ευρωπαϊκή Ένωση έχουν θεσπίσει νομικά πλαίσια σε αυτό. Αυτά τα νομικά πλαίσια έχουν να κάνουν με το πως κυκλοφορεί και διαχειρίζεται το εμφιαλωμένο νερό στο εμπόριο, όσο αφορά την ποιότητα, τα όρια συγκέντρωσης στοιχείων, αλλά και στην αναγραφή πολλών στοιχείων στην ετικέτα του εκάστοτε προϊόντος για το καλό του καταναλωτή.

1.4.Α ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 άρχισαν να εκδίδονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση οδηγίες ου αφορούν την ποιότητα του πόσιμου νερού μέλη της έως το 1980 οπού έγινε η έκδοση της Οδηγίας 80/778/ΕΕC οπού πολλά όρια συγκεντρώσεων για το πόσιμο νερό δεν είχαν θεσπιστεί από αρκετά Κράτη-μέλη, ενώ τα υπόλοιπα ακολουθούσαν τα όρια της W.H.O η οποία είναι η Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας. Η 80/778/ΕΕC οδηγία επέτρεπε στα κράτη-μέλη να εφαρμόσουν τους δικούς τους κανονισμούς, αν και εφόσον και αυτοί είναι το ίδιο αυστηρού επιπέδου με αυτούς που ορίζονται από την Οδηγία. Ύστερα το 1998 εκδόθηκε η 98/83/ΕΕ οδηγία κατά την οποία όλα τα νερά που καταναλώνονται από τον άνθρωπο θέτονται τα όρια και τα κριτήριά τους από αυτήν, ανεξάρτητα από την προέλευσή τους και αν είναι επεξεργασμένα η όχι. Συγκεκριμένα περιλαμβάνονται τα νερά που χρησιμοποιούνται από την βιομηχανία τροφίμων, τα νερά προς πώληση με εξαίρεση τα μεταλλικά και θεραπευτικά.

Για την νομοθεσία που αφορά τα εμφιαλωμένα νερά την 15^{η} Ιουλίου του 1980 εκδόθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση η οδηγία 80/777/ΕΟΚ που αφορά την προσέγγιση των νόμων των Κρατών-μελών σχετικά με την θέση στο εμπόριο και την εκμετάλλευση του φυσικού μεταλλικού νερού, καθώς το συμβούλιο της 28ης Οκτωβρίου 1996 με την 96/70/ΕΟΚ οδηγία την τροποποίησε. Στις 16 Μαΐου του 2003 εκδόθηκε η Οδηγία 2003/40/ΕΚ η οποία καθορίζει έναν κατάλογο με τιμές συγκεντρώσεων που είναι οριακές και ενδείξεις για να επισημανθούν τα συστατικά του φυσικού μεταλλικού νερού, όπως επίσης καθορίζει τους όρους χρήσης του αέρα ο οποίος είναι εμπλουτισμένος με όζον κατά την επεξεργασία νερών πηγής και φυσικών μεταλλικών. Τον Ιούλιο του 2004 οπού εφαρμόστηκε η τελευταία οδηγία η

οποία υποχρεώνει την αναγραφή των ενδείξεων στην κάθε ετικέτα της εμφιαλωμένης συσκευασίας νερού οι οποίες είναι η επωνυμία του προϊόντος, το όνομα της πηγής που εμφιαλώθηκε το νερό, ο τόπος που βρίσκεται η πηγή, η χημική ανάλυση, οι επεξεργασίες-κατεργασίες που γίνονται κατά την εμφιάλωση, ποσότητα όγκου συσκευασίας, ημερομηνία λήξης, αριθμός παραγωγής, συνθήκες χρήσης και συντήρησης και τέλος επωνυμία ή όνομα του παρασκευαστή.

Υπάρχουν κάποιες ενδείξεις οι οποίες απαγορεύεται η αναγραφή τους και είναι αυτές που αναφέρουν τις θεραπευτικές ιδιότητες του νερού, προτάσεις που δείχνουν πώς επιδρά το νερό στον οργανισμό του ανθρώπου όπως η καταλληλόλητα για δίαιτα ή η ενίσχυση της πέψης, εκφράσεις που εννοούν ψεύτικο χαρακτηριστικό οι οποίες αποσκοπούν στην παραπλάνηση σου κοινού, η αναφορά της ποσότητας ενός συστατικού σε εμφανή σημείο, το οποίο σημείο ξεχωρίζει από τα άλλα αναγραφόμενα συστατικά, και τέλος η ψευδή παραπομπή περιοχής μέσω του ονόματος του προϊόντος ενώ αυτό προέρχεται από διαφορετική γεωγραφική περιοχή.

1.4.Β ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Κατά την ελληνική νομοθεσία ως προς τα εμφιαλωμένα νερά και τον τρόπο που λειτουργούν οι επιχειρήσεις εμφιάλωσης, έχουν καθιερωθεί (ΚΥΑ) (ΥΔ) (ΠΔ) τα οποία είναι Κοινές Υπουργικές Αποφάσεις Υγειονομικές Διατάξεις Προεδρικά Διατάγματα αντίστοιχα. Η Υγειονομική Διάταξη περιλαμβάνει την περιγραφή των ποιοτικών παραμέτρων του πόσιμου νερού. Η συχνότητα των ελέγχων είναι ενσωματωμένη στο Προεδρικό Διάταγμα 4841/79 το οποίο έχει εφαρμοστεί για τα εμφιαλωτήρια και τις απαιτήσεις λειτουργίας τους. Τα χημικά χαρακτηριστικά των

πόσιμων νερών έχουν αντικατασταθεί από την ΚΥΑ 1263/99 (Φ.Ε.Κ. 1070/τ. Β'/99) η οποία έχει τροποποιήσει το Προεδρικό Διάταγμα. Για το φυσικό μεταλλικό νερό, η νομοθεσία που ισχύει είναι το Προεδρικό Διάταγμα 433/83 (Φ.Ε.Κ 163/τα'/83) και η απόφαση του Υπουργείου Φ.Ε.Κ 114/τ. Β'/12-2-98 η οποία εναρμονίζει την οδηγία 96/70/ΕC με την Ελληνική νομοθεσία. Στη Ελληνική νομοθεσία η πράξη που ισχύει είναι η ΚΥΑ/2600/01, που είναι η προσαρμοσμένη οδηγία 98/83/ΕΚ που έχει να κάνει με την ποιότητα νερού που καταναλώνει ο άνθρωπος. Η παραπάνω προσαρμοσμένη απόφαση της ελληνικής νομοθεσίας η οποία έχει στόχο να προστατέψει την ανθρώπινη υγεία από τις δυσμενείς επιπτώσεις που δημιουργούνται από την ρύπανση ή ακόμα και την μόλυνση του πόσιμου νερού. Οι Υπηρεσίες Υγείας Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων, Διεύθυνση Υγείας και Πρόνοιας των Περιφερειών, και το Υπουργείο Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης είναι οι αρμόδιες αρχές οι οποίες εξασφαλίζουν την ποιότητα του πόσιμου νερού (Φ.Ε.Κ. 1070/τ. Β'/99).

2. ΚΛΑΔΟΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΩΝ ΝΕΡΩΝ

2.1 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΛΑΔΟΥ

Ένας από τους πιο αναπτυγμένους κλάδους στην βιομηχανία ποτών και τροφίμων είναι ο κλάδος του εμφιαλωμένου νερού, στον οποίο παίρνουν δράση ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων της μικρομεσαίας τάξης και λίγες σε αριθμό επιχειρήσεις μεγάλες οι οποίες ή εμφιαλώνουν νερό ή επεκτείνονται επιχειρηματικά στον ευρύτερο κλάδο ποτών και τροφίμων. Οι τελευταίες εκμεταλλεύονται και δουλεύουν με τα ήδη οργανωμένα και εγκατεστημένα δίκτυα διανομής και πωλήσεων των προϊόντων τους όπως χυμοί, τρόφιμα και αναψυκτικά, έχοντας σαν πετυχημένο αποτέλεσμα οικονομία κλίμακας, σε αντίθεση με τις επιχειρήσεις μικρομεσαίας τάξης οι οποίες δουλεύουν με τοπική αγορά. Υπάρχουν κάποιες επιχειρήσεις που ανήκουν στην κατηγορία των μεγάλων επιχειρήσεων οι οποίες εμφιαλώνουν νερό για τρίτες εταιρίες που και αυτές η δράση τους επεκτείνετε σε μεγαλύτερο εύρος στο κλάδο ποτών και τροφίμων. Μεγάλες επενδύσεις γίνονται από μερικές εταιρείες του κλάδου για να γίνουν τα εμφιαλωτήρια πιο σύγχρονα, για να καθετοποιηθούν οι παραγωγές, ακόμα και για να αναπτυχθούν οι παραγωγές πλαστικών πωμάτων και μπουκαλιών που χρησιμοποιούνται από τις ίδιες τις εταιρείες για την εμφιάλωση του νερού με σκοπό να μειώσουν το κόστος στο ελάχιστο. Ένα από τα μεγαλύτερα και πιο σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα το οποίο χρειάζεται μεγάλη σημασία στην επένδυσή του είναι να πιστοποιηθεί η ποιότητα του εμφιαλωμένου νερού.

Σοβαρές αλλαγές έχουν σημειωθεί με το πέρασμα των χρόνων στις συσκευασίες της εμφιάλωσης του νερού. Οι συσκευασίες pet αντικατέστησαν τις συσκευασίες pvc που υστερούν σε ασφάλεια ενώ έγινε πιο ευρεία η χρήση σε φιάλες του 1λίτρου οι οποίες είναι γυάλινες ειδικά στον κλάδο μαζικής εστίασης. Οι Χήτος (Ζαγόρι), Τρία Έψιλον (Αύρα) Nestle (Κορπή), PepsiCo – Ήβη (Ήβη Λουτρακίου) Ηπειρωτική Βιομηχανία

Εμφιαλώσεων (Βίκος) και Αθηναϊκή Ζυθοποιία (Ιόλη) είναι οι μεγάλες εταιρείες που είναι κυρίαρχες στον χώρο του εμφιαλωμένου νερού. Επίσης παρατηρείται η δραστηριότητα πολλών εταιριών πιο μικρών στις τοπικές αγορές οι οποίες η δουλειά τους είναι αυξημένη μόνο στην περίοδο οπού η ζήτηση του προϊόντος είναι σε αιχμή. Από το 100% του νερού που κυκλοφορεί στην αγορά μόνο το 2% είναι εισαγωγής ενώ το υπόλοιπο 98% παρασκευάζεται και συσκευάζεται στην Ελλάδα (ICAP (2009).

2.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Εκτός από τα βασικότερα στοιχεία του κλάδου είναι πολύ σημαντικό να αναφερθούν οι εξωγενείς παράγοντες από τους οποίους επηρεάζεται η δραστηριότητα στην οικονομία του κλάδου το οποίο είναι το εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων, θα αναλυθεί παρακάτω ο τρόπος κατά τον οποίον οικονομικοί , πολιτικοί , τεχνολογικοί και κοινωνικοπολιτικοί παράγοντες επηρεάζουν τον κλάδο.

2.2.Α ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Το σύστημα το πολιτικό αλλά και οι πολιτικές που ακολουθεί η κάθε κυβέρνηση μιας χώρας μπορούν να επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό την γενική εικόνα της πορείας του κλάδου του εμφιαλωμένου νερού καθώς και την πολιτική που ακολουθεί η κάθε εταιρεία που ασχολείται με το αντικείμενο αυτό. Ο ανταγωνισμός και οι νόμοι του, η ανεξαρτητοποίηση της αγοράς, η παρέμβαση του κράτους, οι τακτικές επιδοτήσεων και οι ρυθμίσεις του περιβάλλοντος και άλλα παίζουν μεγάλο ρόλο στην κατανάλωση

και στην παραγωγή του εμφιαλωμένου νερού. Στην αγορά του εσωτερικού στα προϊόντα που εμπορεύονται τα εμφιαλωμένα παρατηρείται μια ενδεικτική τιμή την οποία την έχει υιοθετήσει το κράτος σαν πρακτική για να αντιμετωπίσει την κερδοσκοπία και την ανατίμηση. Ενώ το Υπουργείο Ανάπτυξης έχει ορίσει μια ανώτατη τιμή πώλησης για τα εμφιαλωμένα νερά που πωλούνται σε τρένα, σταθμούς του ΟΣΕ, κινηματογράφους, αεροδρόμια, γήπεδα, αρχαιολογικούς χώρους, πλοία, νοσοκομεία , κλινικές κινηματογράφους και θέατρα.

2.2.Β ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Τα πιο σημαντικά βήματα πριν πραγματοποιηθεί μια μεγάλη επένδυση σε μια χώρα είναι να αναλυθεί το επίπεδο οικονομίας της και η κατάσταση του κλάδου. Το επίπεδο ανεργίας οι πληθωριστικές τάσεις και το ακαθάριστο προϊόν και άλλα είναι τα στοιχεία που πρέπει να αναλυθούν. Η ανάπτυξη και η ίδρυση νέων επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι δύσκολο επιχείρημα λόγω της εισόδου της σε υφεσιακή τροχιά καθώς και οι μειονεκτικές οικονομικές συνθήκες που επικρατούν.

2.2.Γ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Οι εταιρείες εμφιάλωσης νερού επηρεάζονται από τάσεις και επιτεύγματα τεχνολογικού περιεχομένου τα οποία είναι άκρως σημαντικά. Η χρήση αυτών των τεχνολογιών παίζει σημαντικό ρόλο στην διαδικασία παραγωγής καθώς και η συμβολή της στην μείωση του προσωπικού. Πλέον υπάρχουν αυτοματισμοί καθώς

και υπολογιστές που ελέγχουν την παραγωγή και αυτό μειώνει το κόστος παραγωγής. Οι εταιρείες που ανήκουν σε αυτόν τον κλάδο οφείλουν να ενημερώνονται σχετικά με τις εξελίξεις των θεμάτων τεχνολογίας και να είναι συμβατές με αυτές προκειμένου να συνεχίσουν να ανταγωνίζονται στην αγορά (Τζια Κ. , Τσιαπούρης Α, (2001).

2.3 ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΝΕΡΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο αριθμός των εταιρειών που έχουν δραστηριότητα στην εμφιάλωση νερού στην Ελλάδα ξεπερνάει τις 300. Οι πιο πολλές από αυτές είναι μικρές επιχειρήσεις των οποίων η εμβέλεια είναι τοπική, καθώς είναι πιο μικρές σε αριθμό οι μεγάλες μονάδες και παρασκευάζουν και εμφιαλώνουν και διαφορετικά προϊόντα όπως χυμούς και αναψυκτικά. Επίσης σε αυτόν τον τομέα έχουν δραστηριότητα μερικές επιχειρήσεις στις οποίες εμφιαλώνετε νερό για άλλες τρίτες εταιρίες καθώς και εταιρίες που έχουν περιορίσει την παραγωγή τους στην κατασκευή όμοιων φιαλών και πωμάτων. Η PepsiCo-Ήβη με 25%, η Ελληνική Εταιρεία Εμφιάλωσης με 18%, τα μεταλλικά νερά Κορπής με 13-14% και η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με 4 - 5% είναι οι εταιρείες που έχουν τα μεγαλύτερα μερίδια της αγοράς.

Η Χήτος, ΗΒΕ, εταιρεία εμφιαλώσεως Λουτρακίου, Προβής, Βοτόμος και Κρητική Εταιρία Εμφιαλώσεως είναι μια ομάδα επτά μεσαίας τάξης επιχειρήσεων οι οποίες έχουν μερίδια από 3 έως 7,5%. Σύμφωνα με στοιχεία του 2005 η Ελληνική παραγωγή στο σύνολο έφτασε τα 430 εκατομμύρια λίτρα νερών τα οποία δεν ήταν ανθρακούχα ενώ τα ανθρακούχα έφτασαν στα 15. 5-7 εκατομμύρια λίτρα έφτασαν οι εισαγωγές εκείνο το έτος ενώ οι εξαγωγές 2 εκατομμύρια κατά προσέγγιση. Η πορεία της

παραγωγής εμφιαλωμένου νερού εμφάνισε άνοδο την τριετία 1990-2002 με μέσο όρο αύξησης ετησίως 12,8%. Να σημειωθεί ότι τα περισσότερα νούμερα παραγωγής είναι τα νερά που δεν είναι ανθρακούχα. Επειδή σε αυτόν τον τομέα οι εισαγωγές είναι περιορισμένες αφιερώνονται στα ανθρακούχα νερά. Σε όλη την περίοδο που αναφέρθηκε πιο πάνω οι εξαγωγές των εμφιαλωμένων νερών έμειναν σε χαμηλά επίπεδα. Η παραγωγή εμφιαλωμένων νερών έφτασε το 2009 στα 490,5 εκατομμύρια λίτρα από τις 50-60 εταιρείες που έχουν δραστηριότητα σε αυτόν τον κλάδο, από τα οποία ένα 5-6% ήταν εμφιαλωμένο ανθρακούχο νερό. Τους ίδιου ρυθμούς ακολούθησε η αγορά και την διετία 2011-2013, με το μεγαλύτερο ποσοστό παραγωγής να αφορά το εμφιαλωμένο νερό και όχι το ανθρακούχο. Στην πυραμίδα παραγωγής την κορυφή την έχει το φυσικό μεταλλικό νερό με 71% μετά είναι το επιτραπέζιο εμφιαλωμένο νερό με 24% και τέλος το ανθρακούχο με 5%. Το 2009 με όφελος στον ανταγωνισμό των επιχειρήσεων ήταν οι εταιρίες του γενικότερου τομέα ποτών που αφορούν την υγιεινή ζωή. Μεγάλη αύξηση μεγεθών κέρδισαν οι εταιρείες εμφιαλωμένου νερού. Για τον τομέα διακίνησης εμφιαλωμένου νερού οι πωλήσεις παρουσίασαν άνοδο 5,09% από 810 εκατομμύρια ευρώ. Ενώ το 2011 είχαν μοιραστεί 153 εκατομμύρια ευρώ το 2010 ήταν 192 εκατομμύρια ευρώ που μοιράστηκαν. Μεγάλο ρόλο σε αυτήν την διαφορά έπαιξε ο κολοσσός των εταιρειών του τομέα η Coca Cola 3E. Δέχτηκε υποστήριξη από πιο μικρές εταιρείες. Η σουρωτή, η Χήτος και η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεως αύξησαν τις πωλήσεις τους από 18% έως και 50% ενώ παράλληλα αύξησαν και τα κέρδη πριν τον φόρο οπού στη περίπτωση της Χήτος ξεπέρασαν το 89% (APHA-AWWA-WEF).

2.4 ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟ ΝΕΡΟ ΚΑΙ ΠΙΘΑΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ

Για να είναι σωστή η καθαρότητα του νερού της κατανάλωσης πρέπει να είναι και καλή η ποιότητα του νερού που βρίσκεται μέσα στην φιάλη. Παρατηρείται σε μεγάλο βαθμό πως το καταναλωτικό κοινό εμπιστεύεται ένα εμφιαλωμένο νερό από την γεύση του, οπού είναι ένας από τους σημαντικούς παράγοντες, αλλά δεν πρέπει να είναι το μόνο κριτήριο επιλογής. Ένα εμφιαλωμένο νερό μπορεί να είναι πραγματικά καθαρό αν και εφόσον η πηγή η οποία εμφιαλώνεται βρίσκεται μακριά από βιομηχανικές ή γεωργικές μονάδες και κατοικίες και είναι γνωστό ότι η τοποθεσία της είναι ανέγγιχτη. Πέραν τούτου όμως, θα πρέπει να γίνεται έλεγχος στην ποιότητα την σύσταση και τα χαρακτηριστικά του νερού έχοντας υπόψη τους ελέγχους και τις πιστοποιήσεις που πραγματοποιούνται στο νερό (Smarter Solutions. (2017). Μία εταιρεία εμφιάλωσης νερού όπου έχει ελεγχθεί και πιστοποιηθεί για την εμφιάλωση, αποθήκευση, μεταφορά και διανομή των νερών σύμφωνα με το πρότυπο 22000 (HACCP) εξασφαλίζει πως μπορεί να παρέχει ποιοτικό νερό.

Πέρα όμως, από το σύστημα ποιότητας που ακολουθεί η εταιρεία εμφιάλωσης σημαντικό ρόλο παίζει και η κατηγορία του εμφιαλωμένου νερού, όπως αναφέρεται και στο κεφάλαιο 1.3. Το φυσικό μεταλλικό νερό, χαρακτηρίζεται ως νερό ανώτερης ποιότητας λόγω των φυσικών και χημικών του χαρακτηριστικών. Είναι νερό απευθείας από τη φύση χωρίς να έχει υποστεί ανθρώπινη παρέμβαση. Πηγάζει από υπόγειες πηγές όπου παίρνει και όλα τα ιχνοστοιχεία τα οποία διαθέτει σε μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε σχέση με τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά. Το φυσικό μεταλλικό νερό, δεν έχει περιορισμό από την οδηγία που ορίζει τα επιτρεπτά όρια σε

διάφορες ουσίες χημικές και φυσικές οπότε αναλόγως ενδέχεται να συμβάλει στην καλύτερη λειτουργία του ανθρώπινου οργανισμού.

Βέβαια στην περίπτωση που κάποιος καταναλωτής έχει κάποιο συγκεκριμένο πρόβλημα υγείας πρέπει αρχικά να απευθύνεται στο γιατρό του και με την καθοδήγησή του να αποφασίζει ποιο εμφιαλωμένο νερό είναι κατάλληλο για τον ίδιο. Για παράδειγμα, στο Γαλλικό νερό Vittel οπού η περιεκτικότητα του σε Μαγνήσιο φτάνει τα 110 mg/L, ενώ το όριο που επιτρέπει η οδηγία για το τρεχούμενο νερό φτάνει τα 50 mg/L, καθώς αυτή η μορφή μαγνησίου βοηθάει στη διούρηση. Σημειώνεται όμως, πως τέτοια είδη νερού τα οποία έχουν υψηλή περιεκτικότητα σε μαγνήσιο δεν πρέπει να καταναλώνονται συνέχεια από παιδιά που η ηλικία τους δεν ξεπερνάει τα 7 χρόνια. Άλλο ένα παράδειγμα είναι το πρόβλημα στα νεφρά που προκαλείτε από υψηλή περιεκτικότητα σε Κάλιο και συστήνεται να μην ξεπερνάει τα 12 mg/L. Παρατηρούνται όμως, πολλές μάρκες νερού που περιέχουν πολύ παραπάνω, όπως το νερό Vichy που το Κάλιο φτάνει στα 60 mg/L. Ένα τελευταίο παράδειγμα αφορά την περιεκτικότητα του νερού σε νάτριο, όπως στο νερό Vichy όπου η περιεκτικότητα σε Νάτριο φτάνει στα 1200 mg/L, ενώ σύμφωνα με την οδηγία το όριο για το τρεχούμενο νερό σε νάτριο αντιστοιχεί στα 150 mg/L. Σημειώνεται επίσης, πως μεγάλες ποσότητες νατρίου είναι αρκετά επικίνδυνες για υπερτασικούς και καρδιακούς ανθρώπους καθώς και για μικρά παιδιά.

Ενδέχεται λοιπόν, το φυσικό μεταλλικό νερό που είναι άριστης ποιότητας με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του να βοηθήσει συγκεκριμένες κατηγορίες ανθρώπων που το έχουν ανάγκη. Σε αντίθεση το φυσικό επιτραπέζιο νερό και το ανθρακούχο πρέπει να συμφωνούν με την οδηγία τρεχούμενου νερού καθώς ανήκουν σε διαφορετική κατηγορία εμφιαλωμένων νερών (APHA-AWWA-WEF).

3. ΨΥΚΤΕΣ ΝΕΡΩΝ

3.1 ΨΥΚΤΕΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΝΕΡΟΥ

Σε όλο τον κόσμο πολλές έρευνες και μελέτες βεβαιώνουν ότι το καθαρό και πραγματικά φρέσκο νερό είναι αυτό που παρέχει ευεργετικές συνέπειες στον οργανισμό του ανθρώπου, καθώς και σημαντική συνεισφορά στην υγεία και στην ευεξία. Ενώ όλος ο κόσμος γνωρίζει ότι το μεγαλύτερο μέρος της γης είναι καλυμμένο με νερό λίγο είναι το ποσοστό των ανθρώπων που γνωρίζει πως αν χωρούσε σε ένα γαλόνι, 3,79 λίτρα δηλαδή, όλο το νερό της γης που το αποτελούν θάλασσες και λίμνες κ.α. μόνο ένα κουτάλι της σούπας ποσοτικά είναι το καθαρό πόσιμο νερό. Αυτό λοιπόν είναι μια σοβαρή ένδειξη πως τα πόσιμα νερά διαφέρουν μεταξύ τους (Τζια Κ. , Τσιαπούρης Α, (2001).

Μια από τις καλύτερες λύσεις είναι να πραγματοποιείται κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού από ψύκτη με εμφιαλωμένο νερό. Η επιλογή του καταλληλότερου ψύκτη που δουλεύει με εμφιαλωμένο νερό είναι μια δύσκολη απόφαση και πρέπει να πραγματοποιείται ύστερα από πολύ καλή έρευνα.

Πρέπει να γίνει η επιλογή του κατάλληλου τύπου ύστερα από μελέτη των αναγκών που καλείται ο ψύκτης να καλύψει από την άποψη του νερού που θα καταναλώνεται όσο και από την άποψη του χώρου που θα τοποθετηθεί δηλαδή οικία, εργασιακός χώρος κ.λπ.

Η εξέταση των τεχνικών χαρακτηριστικών του ψύκτη είναι αυτές που θα οδηγήσουν στην σωστή επιλογή του ψύκτη που θα ανταποκριθεί καλύτερα στις απαιτούμενες ανάγκες. Εδώ πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι ένας ψύκτης και το κορυφαίο σύστημα να διαθέτει δεν επαρκεί για να εξασφαλίσει καθαρό νερό εάν υπάρχει έλλειψη σωστής

συντήρησης. Και αυτό γίνεται επειδή ύστερα από ορισμένες μέρες χρήσης, στο εσωτερικό του ψύκτη που έρχεται σε επαφή με το νερό μικροβιολογικές επιμολύνσεις είναι πιθανό να παρουσιαστούν. Η μόνη λύση σε αυτό είναι η υγειονομική συντήρηση η οποία πρέπει να γίνεται κάθε 4 μήνες σύμφωνα με τις οδηγίες της EBWA η οποία είναι η European Bottled Watercooler Association. Διότι ύστερα από ένα διάστημα δεν θα παράγεται πραγματικά καθαρό νερό από τον ψύκτη χωρίς αυτήν.

Η εταιρεία που πραγματοποιεί την παροχή του ψύκτη και του νερού παίζουν μεγάλο ρόλο στην τελική απόφαση της επιλογής εκτός από το νερό και τον ψύκτη το οποίο περιλαμβάνει σε όλη την διάρκεια της συνεργασίας την υποστήριξη και εξυπηρέτηση στον τεχνικό τομέα (after sales service), την καθοδήγηση για την καταλληλότερη επιλογή ψύκτη, οι εφαρμοσμένες πιστοποιήσεις διαδικασιών και τέλος, τις μονάδες εμφιάλωσης της εταιρείας.

3.2 ΨΥΚΤΕΣ ΝΕΡΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ (POU – Point Of Use)

Έως και τη σημερινή εποχή, για το σκοπό της κατανάλωσης καθαρού, ποιοτικού νερού, μοναδική επιλογή αποτελούσε η κατανάλωση νερού από τον εκάστοτε ψύκτη που διέθετε εμφιαλωμένο νερό. Παρόλα αυτά λόγω της ζήτησης για ευκολότερη και οικονομικότερη πρόσβαση σε νερό δημιουργήθηκε μια νέα σειρά ψυκτών οι οποίοι δεν χρησιμοποιούν φιάλες αλλά συνδέονται με την παροχή νερού, προσφέροντας με αυτό τον τρόπο πρακτικότητα καθώς και απεριόριστο καθαρό νερό. Οι ψύκτες αυτοί,

ονομάζονται ψύκτες νερού δικτύου και είναι συνδεδεμένοι με την παροχή νερού του δικτύου μας και διαθέτουν πιστοποιημένα, από τους αρμόδιους φορείς, φίλτρα νερού.

Τα πλεονεκτήματα των ψυκτών νερού δικτύου απέναντι στους ψύκτες με εμφιαλωμένο νερό είναι τα εξής (ICAP (2009):

- Μέσω των φίλτρων νερού γίνεται αφαίρεση της γεύσης και της οσμής του χλωρίου όπως και των ιζημάτων που εμπεριέχονται στο νερό της βρύσης.
- Το νερό περνάει από το φίλτρο της συγκεκριμένη στιγμή και με τον τρόπο αυτό αποκτά την αίσθηση φρεσκάδας.
- Λόγω της κατανάλωσης τρεχούμενου νερού το κόστος είναι πολύ πιο χαμηλό.
- Προσφέρει απλότητα καθώς η πληρωμή του νερού γίνεται μέσω του λογαριασμού της εταιρείας ύδρευσης και δεν υπάρχει λόγος για προγραμματισμό παραγγελιών φιαλών ούτε κάποιος ειδικός χώρος φύλαξης αυτών.
- Απειροελάχιστες οι πιθανότητες ο χώρος που βρίσκεται το μηχάνημα να έχει έλλειψη νερού.
- Εξαφανίζεται η ανάγκη για την χρονοβόρα αντικατάσταση φιαλών.
- Είναι πιο οικολογικοί καθώς δεν γίνεται η χρήση πλαστικών φιαλών ούτε δρομολογίων ανεφοδιασμού.
- Δεν κάνουν χρήση της αποχέτευσης.

3.3 Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η εταιρεία, Rainbow Waters, η οποία δίνει το παρόν στην αγορά από το 1999 και σε όλη την Ελλάδα έχει ικανοποιημένους πελάτες που ο αριθμός τους ξεπερνάει τους 315,000 (Smarter Solutions, 2017).

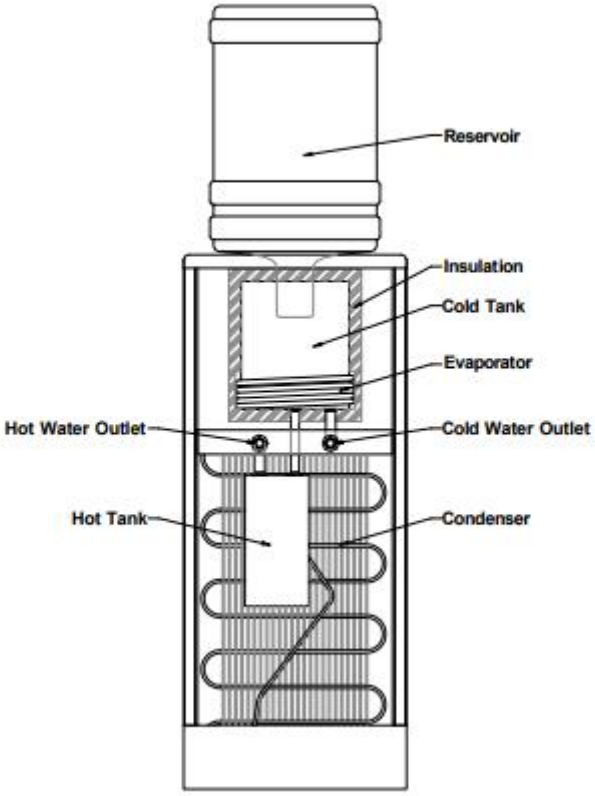
Διαθέτει και τους δύο τύπους ψυκτών. Ψυκτες με εμφιαλωμένο νερό και ψύκτες νερού δικτύου (POU). Η **Εικόνα 3.3.1** παρέχει ένα παράδειγμα του καθενός και ο **Πίνακας 3.3.1** προβαίνει στο χαρακτηρισμό βάση του τύπου τους και της λειτουργίας τους. Όλοι οι ψύκτες διανέμουν κρύο, ζεστό είτε σε θερμοκρασία δωματίου νερό. Ο καταναλωτής αποφασίζει ποιος συνδυασμός του ταιριάζει ανάλογα με τις ανάγκες του και έτσι τελικά επιλέγει.

Εικόνα 3.3.1: Ψύκτες με εμφιαλωμένο νερό 2 διαφορετικά μοντέλα και ψύκτης νερού δικτύου.

Πίνακας 3.3.1: Χαρακτηρισμός των τύπων ψυκτών νερού.

Dispenser type	*Provides cold water?*	*Provides ambient temp water?*	*Provides hot water?*
Bottled dispenser	Most (“cold” unit)	Some (“cook & cold”)	Some (“hot & cold”)
POU dispenser	Most (“cold” unit)	Some (“cook & cold”)	Some (“hot & cold”)

Οι ψύκτες, Ebac, που έχει επιλέξει για προσφορά στο καταναλωτικό κοινό είναι τελευταίας τεχνολογίας. Παρακάτω απεικονίζονται τα μέρη του ψύκτη, **Εικόνα 3.3.2.**



Εικόνα 3.3.2: Ονομαστικά τα μέρη ενός ψύκτη με εμφιαλωμένο νερό.

Στους ψύκτες με εμφιαλωμένο νερό, η εφαρμογή της υγειονομικής συντήρησης γίνεται από το εξειδικευμένο προσωπικό της Rainbow Waters οι οποίοι πραγματοποιούν επίσκεψη κάθε τέσσερις μήνες στον χώρο που έχει γίνει η εγκατάσταση του ψύκτη, αντικαθιστούν όλα τα εξαρτήματα του ψύκτη που έχουν επαφή με το νερό, δηλαδή το δοχείο που αποθηκεύεται το νερό, τις βρύσες και τα σωληνάκια, με καινούρια των οποίων το περιβάλλον κατασκευής είναι αποστειρωμένο. Μόνο κατά αυτήν την μέθοδο εξασφαλίζεται στο 100% η απολύμανση του ψύκτη και μπορεί ο καταναλωτής να απολαμβάνει νερό σε άριστη ποιότητα.

Η βασική διάκριση μεταξύ "εμφιαλωμένου" και POU σχετίζεται με το πώς παρέχεται νερό στους ψύκτες. Ο ψύκτης εμφιαλωμένου νερού απαιτεί χειροκίνητη αντικατάσταση δοχείων νερού ως πηγή νερού, ενώ η συσκευή POU χρησιμοποιεί πίεση γραμμής που ενεργοποιείται από βαλβίδα πλωτήρα για τη διατήρηση της στάθμης του νερού.

Από την ενεργειακής άποψη, οι τύποι εμφιαλωμένου νερού και POU είναι λειτουργικά πανομοιότυποι. Αρκετοί βασικοί κατασκευαστές ανέφεραν ότι τα συστατικά που επηρεάζουν τη χρήση ενέργειας είναι πανομοιότυπα στις δύο αυτές σειρές προϊόντων.

Τα χαρακτηριστικά σχεδιασμού που επηρεάζουν την κατανάλωση ενέργειας είναι τα εξής:

- Η ποσότητα μόνωσης μεταξύ θερμών και ψυχρών δεξαμενών (η ψυχρή δεξαμενή είναι συνήθως μονωμένη για να αποφευχθεί η συμπύκνωση, αλλά η θερμή δεξαμενή είναι συχνά μη μονωμένη, ειδικά σε παλαιότερα μοντέλα).
- Η θέση της θερμής δεξαμενής (συνήθως κάτω από την ψυχρή δεξαμενή).
- Η γραμμή εισόδου του ρεζερβουάρ ζεστού νερού μπορεί να προέρχεται από την έξοδο ψυχρού νερού κάτι που έχει ως αποτέλεσμα την θέρμανση του ψυχρού νερού.
- Συχνά υπάρχει μια μεταλλική διαδρομή ανάμεσα στις θερμές και τις κρύες δεξαμενές που επιτρέπουν τη διαφυγή θερμότητας μεταξύ των δύο δεξαμενών.

Μόνο οι ψύκτες με νερό σε θερμοκρασία δωματίου δεν χρησιμοποιούν ενέργεια και κατά συνέπεια δεν εξετάζονται περαιτέρω.

4.ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση της αγοραστικής συμπεριφοράς του καταναλωτικού κοινού καθώς και η αξιολόγηση του τρόπου πωλήσεως που εφαρμόζεται από το αρμόδιο τμήμα της εταιρίας με απώτερο στόχο τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

4.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Για τη μελέτη της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών απέναντι στα προϊόντα της εταιρείας η μέθοδος συγκέντρωσης πρωτογενών στοιχείων που χρησιμοποιήθηκε είναι αυτή της δημοσκόπησης (survey). Η δημοσκόπηση είναι η συστηματική συγκέντρωση πληροφοριών μέσω ερωτηματολογίου με σκοπό την κατανόηση και/ή την πρόβλεψη κάποιας πλευράς της συμπεριφοράς του ερευνώμενου πληθυσμού (Ειρ. Τηλικίδου, 2004).

Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε με μεγάλη προσοχή ώστε να μην παραληφθεί καμία απαραίτητη ερώτηση αλλά ούτε να περιέχει περιττές ερωτήσεις. Δημιουργήθηκαν ερωτήσεις τέτοιες ώστε να εξασφαλίζουν τις κατάλληλες για τις απαιτούμενες πληροφορίες ακριβείς απαντήσεις, δηλαδή να μπορούν οι ερωτώμενοι να δώσουν ακριβείς απαντήσεις. Δόθηκε επίσης, μεγάλη προσοχή στη φρασεολογία των ερωτήσεων ώστε να μην υπάρξουν περιοριστικές, παραπειστικές ή καθοδηγητικές ερωτήσεις διότι αυτό το στυλ των ερωτήσεων απαγορεύονται για δεοντολογικούς λόγους να χρησιμοποιηθούν. Η φόρμα των

απαντήσεων που επιλέχθηκε για το ερωτηματολόγιο είναι κλειστού τύπου, και περιέχει διχοτομικές και πολλαπλές απαντήσεις. Η ροή του ερωτηματολογίου ξεκινάει με πιο γενικές ερωτήσεις και προχωράει έπειτα σε πιο ειδικές ερωτήσεις. Ξεκινάει με τη συνοδευτική επιστολή όπου αναγράφονται όλα τα απαραίτητα στοιχεία όπως: το θέμα, ο φορέας, το όνομα του υπευθύνου της έρευνας κλπ.

Η πραγματοποίηση της δημοσκοπήσεις μπορεί να επιτευχθεί με διάφορους τρόπους ανάλογα με το μέσο επικοινωνίας που θα χρησιμοποιηθεί προς τους ερωτώμενους. Για την αποστολή των συγκεκριμένων ερωτηματολογίων επιλέχθηκε η ταχυδρομική συνέντευξη. Είναι απρόσωπη μορφή επικοινωνίας αλλά επιλέχθηκε λόγω χαμηλού κόστους καθώς και για αποφυγή κάθε μεροληψίας εκ μέρους του απογραφέα. Τα ερωτηματολόγια αποστάλθηκαν μέσω ίντερνετ στις ηλεκτρονικές διευθύνσεις των πελατών αλλά και υποψηφίων πελατών. Συγκεκριμένα προς επιχειρήσεις αποστάλθηκαν 140 μαιλ από τα οποία 15 δεν παραλήφθηκαν. Προς ιδιώτες αποστάλθηκαν 60 μαιλ από τα οποία 9 δεν παραλήφθηκαν. Οι λόγοι για τους οποίους δεν παραλήφθηκαν κάποια μαιλ είναι είτε κάποιο ορθογραφικό λάθος στην ηλεκτρονική διεύθυνση το οποίο οδηγεί στη μη λειτουργία του είτε κατάργηση του συγκεκριμένου μαιλ για προσωπικού λόγους του πελάτη χωρίς να έχει ενημερώσει για διόρθωση.

Τα μειονεκτήματα της ταχυδρομικής συνέντευξης είναι η αδυναμία παροχής διευκρινίσεων, η σχετική καθυστέρηση αποστολής και συγκέντρωσης των απαντημένων ερωτηματολογίων αλλά κυρίως ο εξαιρετικά μικρός βαθμός ανταπόκρισης των ερωτώμενων. Οπότε τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια που παραλήφθηκαν είναι συνολικά 45 από επιχειρήσεις και 20 από ιδιώτες.

4.3 ΜΕΤΡΗΣΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΜΕΤΡΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Για την μέτρηση των μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα στάσεων (attitude scale) όπως είναι η κλίμακα Likert, όπου ο ερωτώμενος καλείται να εκφράσει το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας του με κάποια πρόταση η οποία είναι διατυπωμένη καταφατικά. Επίσης, χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα σπουδαιότητας (importance scale), για τη μέτρηση στάσεων και συμπεριφοράς, όπου ο ερωτώμενος καλείται να εκφράσει το βαθμό σπουδαιότητας που έχει για τον ίδιο η πρόταση για την οποία ερωτάτε.

Μετά τη συλλογή των ερωτηματολογίων άρχισε η καταγραφή των αποτελεσμάτων. Για πιο εύκολη και γρήγορη επεξεργασία των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήσαμε τα υπολογιστικά φύλλα excel. Καταγράφηκαν χωριστά τα αποτελέσματα από επιχειρήσεις και χωριστά από ιδιώτες. Όμως, λόγω του μικρού ποσοστού απαντήσεων από ιδιώτες δηλαδή λόγω μικρού δείγματος δεν δόθηκε έμφαση στην ανάλυσή των απαντήσεων από ιδιώτες.

Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση του excel. Πρώτα έγινε κωδικοποίηση των ερωτήσεων και των απαντήσεων με αριθμούς και έπειτα αποτυπώθηκαν στο excel. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με τις βασικές στατιστικές αναλύσεις (descriptive statistics): την ανάλυση συχνοτήτων και τη συνδυαστική πινακοποίηση (cross tabulation).

5.ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Στην παρακάτω ενότητα παρουσιάζονται τα δεδομένα συγκεντρωμένα ώστε να μπορεί ο αναγνώστης εύκολα και γρήγορα να καταλήξει σε κάποια συμπεράσματα σχετικά με τα βασικά μεγέθη που εξετάζει η έρευνα. Πρώτα αναλύονται τα δεδομένα από το δείγμα των επιχειρήσεων και πιο κάτω παρουσιάζονται τα δεδομένα από τους ιδιώτες. Για το δείγμα των επιχειρήσεων χρησιμοποιείται η ανάλυση συχνοτήτων και η σταυροειδούς πινακοποίησης ενώ για το δείγμα των ιδιωτών χρησιμοποιείται μόνο η ανάλυση συχνοτήτων.

5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Συχνότητα είναι το σύνολο ή το άθροισμα των απαντήσεων ανά κατηγορία για κάθε ερώτηση ή μεταβλητή (Σταθακόπουλος Β., 2001). Η ανάλυση των συχνοτήτων έχει ως σκοπό την ταξινόμηση και συμπύκνωση των δεδομένων σε κατανομές συχνοτήτων με στόχο την καλύτερη περιγραφή των χαρακτηριστικών μεγεθών της έρευνας.

Ακολουθούν τα αποτελέσματα από κάθε ερώτηση για το δείγμα των επιχειρήσεων και τα δεδομένα παρουσιάζονται υπό τη μορφή πινάκων και διαγραμμάτων. Χρησιμοποιούνται είτε ιστογράμματα (bar charts) είτε διαγράμματα πίτας (pie charts).

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

5.2.1Ερώτηση 1

1)Διαθέτετε στο χώρο σας κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα; (δεκτές περισσότερες από μία απαντήσεις):	
Α)Ψύκτη Εμφιαλωμένου Νερού	
Β)Ψύκτη Νερού Δικτύου με Φίλτρα	
Γ)Οικιακό Φίλτρο Νερού	
Δ) Κανένα από τα παραπάνω	

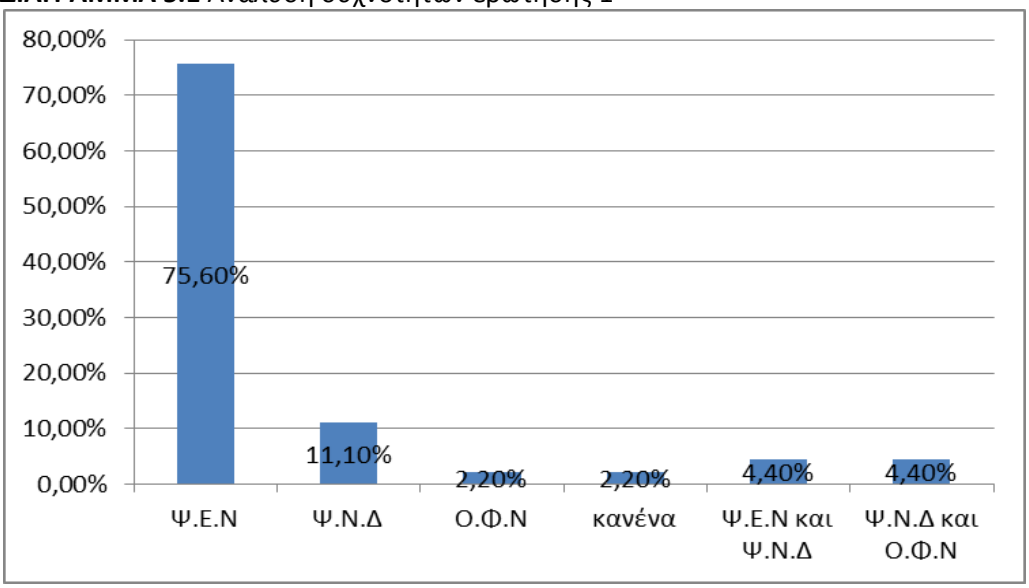
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 1

Διαθέτετε στο χώρο σας κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα;	**Frequency**	**Percent**
Ψύκτη εμφιαλωμένου νερού (Ψ.Ε.Ν)	34	75,6
Διαθέτουν ψύκτη νερού δικτύου με φίλτρα (Ψ.Ν.Δ.)	5	11,1
Οικιακό Φίλτρο Νερού (Ο.Φ.Ν.)	1	2,2
Κανένα από τα παραπάνω	1	2,2
Ψύκτη εμφιαλωμένου νερού (Ψ.Ε.Ν) και Διαθέτουν ψύκτη νερού δικτύου με φίλτρα (Ψ.Ν.Δ.)	2	4,4
Διαθέτουν ψύκτη νερού δικτύου με φίλτρα (Ψ.Ν.Δ.) και Οικιακό Φίλτρο Νερού (Ο.Φ.Ν.)	2	4,4
Total	45	100

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται η ανάλυση συχνοτήτων για την 1η ερώτηση. Στη στήλη «frequency» παρουσιάζονται οι απόλυτες συχνότητες, δηλαδή ο αριθμός (Ν) των ερωτώμενων που επέλεξαν μια απάντηση. Στη δεύτερη στήλη «percent» παρουσιάζονται οι σχετικές συχνότητες δηλαδή το ποσοστό από το σύνολο των ερωτώμενων που έδωσαν τη συγκεκριμένη απάντηση.

Ομοίως, και στις επόμενες ερωτήσεις οι πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζονται με τον ίδιο ακριβώς τρόπο και επομένως χάριν ευκολίας η επανάληψη της επεξήγησης των στοιχείων τους παραλείπεται.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.1 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 1



Τα στοιχεία παρουσιάζονται με τη μορφή ραβδογράμματος. Συνολικά απάντησαν 45 άτομα από τα οποία, τα 34 διαθέτουν Ψύκτη εμφιαλωμένου νερού και 5 άτομα διαθέτουν Ψύκτη νερού Δικτύου με φίλτρα. Επιπλέον, ένα άτομο διαθέτει οικιακό φίλτρο νερού και ένα άτομο δεν διαθέτει κανένα από τα προηγούμενα προϊόντα.

Επίσης, παρατηρήθηκε, πως 4 άτομα έδωσαν διπλή απάντηση πως διαθέτουν δηλαδή από δύο προϊόντα. Συγκεκριμένα 2 άτομα διαθέτουν Ψύκτη εμφιαλωμένου νερού αλλά και Ψύκτη νερού Δικτύου με φίλτρα. Καθώς επίσης, 2 άτομα απάντησαν πως διαθέτουν Ψύκτη νερού Δικτύου με φίλτρα αλλά και οικιακό φίλτρο νερού.

5.2.2Ερώτηση 2

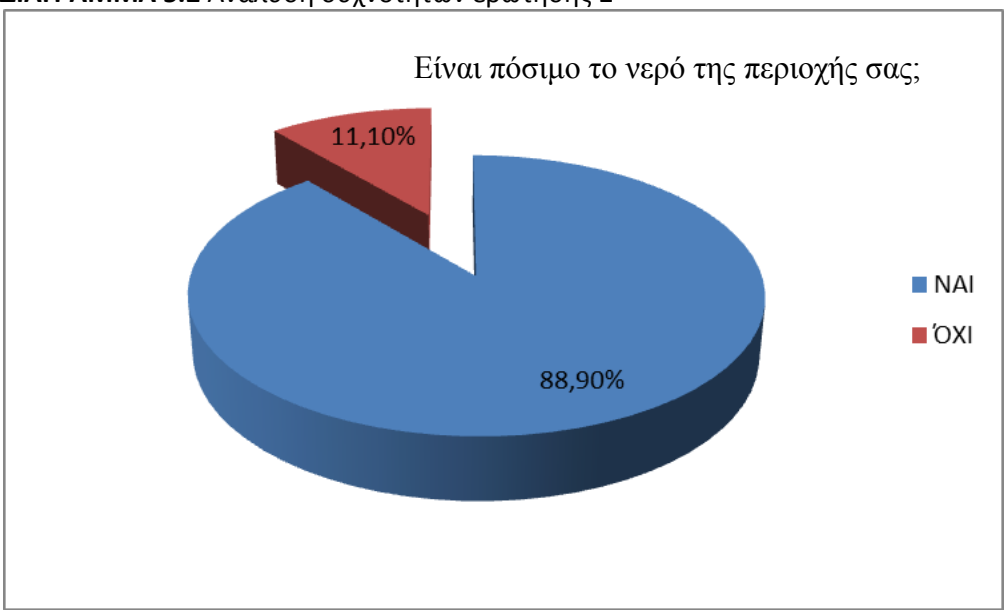
2)Είναι πόσιμο το νερό στην περιοχή σας;	
Α) ΝΑΙ	
Β) ΟΧΙ	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτηση 2

Είναι πόσιμο το νερό της περιοχής σας;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	40	88,9
ΟΧΙ	5	11,1
Total	45	100

Στην 2η ερώτηση : εάν είναι πόσιμο το νερό της περιοχής σας, λάβαμε 45 απαντήσεις. Από τις οποίες οι 40 δηλ. το 88,9% απάντησαν πως ναι, είναι πόσιμο το νερό στην περιοχή τους ενώ οι 5 δηλ. το 11,1% πως όχι, δεν είναι πόσιμο.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.2 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 2



5.2.3Ερώτηση 3

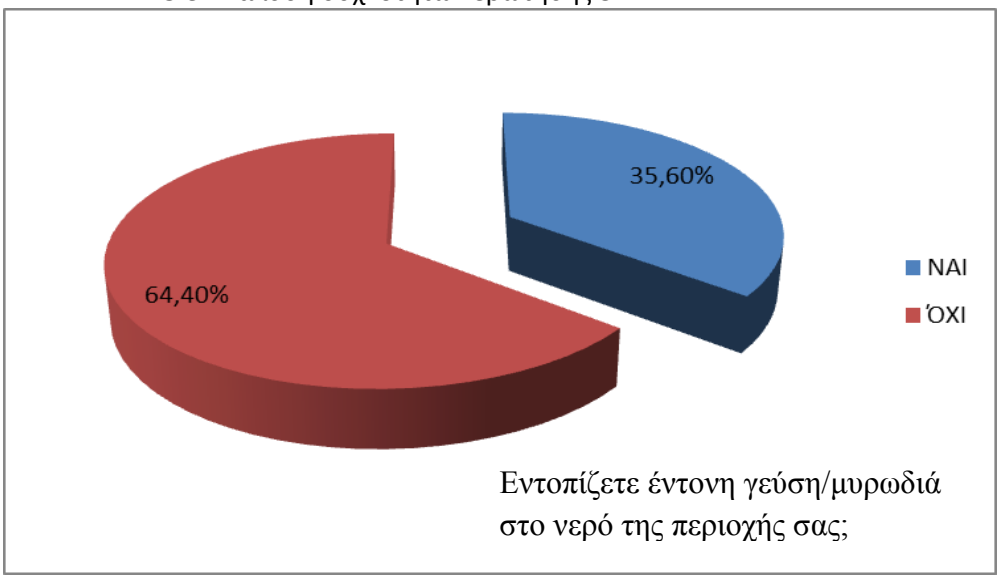
3)Εντοπίζετε έντονη γεύση/μυρωδιά χλωρίου στο νερό της περιοχής σας;	
Α) ΝΑΙ	
Β) ΟΧΙ	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 3

Εντοπίζετε έντονη γεύση/μυρωδιά στο νερό της περιοχής σας;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	16	35,6
ΟΧΙ	29	64,4
Total	45	100

Στην 3η ερώτηση : εάν εντοπίζετε έντονη γεύση/μυρωδιά χλωρίου στο νερό οι 16 απάντησαν πως ναι εντοπίζουν γεύση/ μυρωδιά χλωρίου στο νερό δηλ. το 35,6% ενώ, οι 29 δηλ. το 64,4% απάντησαν πως όχι δεν εντοπίζουν. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο παραπάνω πίνακα 5.3 αλλά και παρακάτω στο διάγραμμα 5.3.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.3 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 3



5.2.4Ερώτηση 4

4)Είχατε αγοράσει στο παρελθόν είτε πρόσφατα κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα;	
Α) Φίλτρο ενεργού άνθρακα	
Β) Φίλτρο αντίστροφης όσμωσης	
Γ) Κανένα από τα παραπάνω	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 4

Είχατε αγοράσει στο παρελθόν είτε πρόσφατα κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα;	**Frequency**	**Percent**
Φίλτρο ενεργού άνθρακα	7	15,6
Φίλτρο αντίστροφης ώσμωσης	2	4,4
Κανένα από τα παραπάνω	36	80,0
Total	45	100

Στην 4η ερώτηση: εάν έχουν αγοράσει στο παρελθόν είτε πρόσφατα κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα: φίλτρο ενεργού άνθρακα ή φίλτρο αντίστροφης όσμωσης είτε δεν αγόρασαν κανένα προϊόν ελήφθησαν οι απαντήσεις που φαίνονται στον πίνακα 5.4.

Το 4,4% δηλ. 2 από τους 45 απάντησαν πως έχουν αγοράσει φίλτρο αντίστροφης όσμωσης. Το 15,6% δηλ. οι 7 από τους 45 ερωτηθέντες απάντησαν πως έχουν αγοράσει φίλτρο ενεργού άνθρακα και το υπόλοιπο 80,0% δηλ. 36 άτομα απάντησαν πως δεν έχουν αγοράσει κανένα από τα προηγούμενα προϊόντα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.4 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 4

5.2.5Ερώτηση 5i

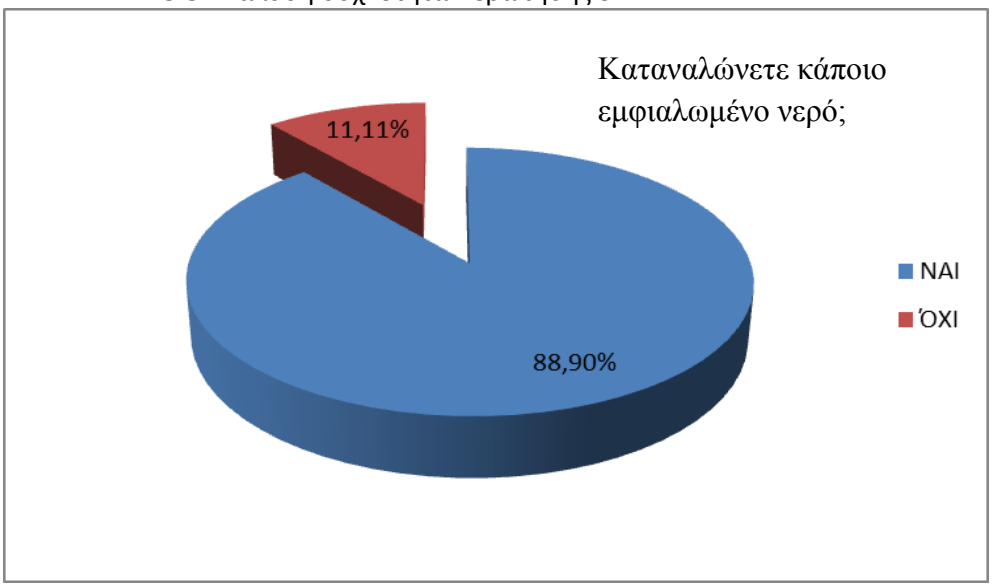
5i)Καταναλώνετε κάποιο εμφιαλωμένο νερό;	
A) NAI	
B) OXI	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5i

Καταναλώνετε κάποιο εμφιαλωμένο νερό;	**Frequency**	**Percent**
NAI	40	88,9
OXI	5	11,11
Total	45	100

Στην 5i ερώτηση : εάν καταναλώνουν κάποιο εμφιαλωμένο νερό το 88,9% δηλ. 40 στους 45 απάντησαν πως ναι καταναλώνουν, ενώ το υπόλοιπο 11,11% απάντησε πως όχι δεν καταναλώνει.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.5 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5i



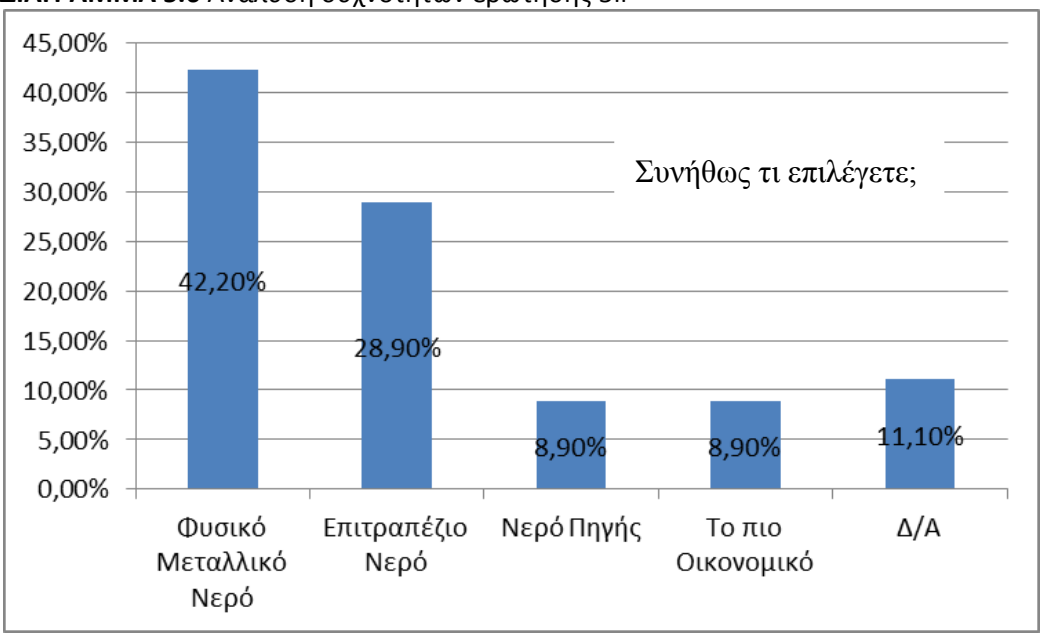
5.2.6Ερώτηση 5ii

5ii)Εάν **ναι**, συνήθως επιλέγετε:	
Α) Φυσικό μεταλλικό νερό	
Β) Επιτραπέζιο νερό	
Γ) Νερό πηγής	
Δ) Το πιο οικονομικό	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5ii

Συνήθως τι επιλέγετε;	**Frequency**	**Percent**
Φυσικό Μεταλλικό Νερό	19	42,2
Επιτραπέζιο Νερό	13	28,9
Νερό Πηγής	4	8,9
Το πιο Οικονομικό	4	8,9
Δεν απαντώ	5	11,1
Total	45	100%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.6 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5ii



Στην ερώτηση 5ii οι 19 από τους 45 δηλ. το 42,20% απάντησε πως επιλέγουν φυσικό μεταλλικό νερό ενώ το 28,90% δηλ. οι 13 στους 45 επιλέγουν επιτραπέζιο νερό. Το 8,9% δηλ. 4 στους 45 απάντησαν πως επιλέγουν νερό πηγής και επίσης το 8,9% επιλέγει το πιο οικονομικό εμφιαλωμένο νερό.

Το 11,10% δηλ. οι 5 από τους 45 δεν απάντησαν την ερώτηση 5ii εφόσον και στην ερώτηση 5i είπαν πως δεν καταναλώνουν εμφιαλωμένο νερό.

Κάποιοι περίπου το 10% δεν μπορούσαν να ξεχωρίσουν εύκολα τη διαφορά στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών και χρειάστηκε να τους δώσουμε εξηγήσεις.

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

5.2.7Ερώτηση 6

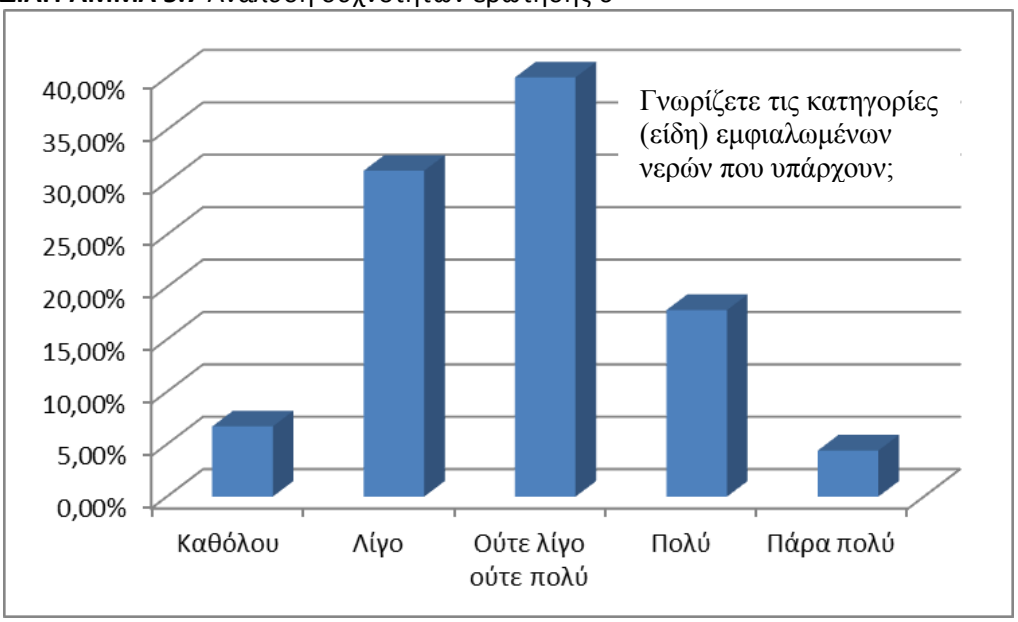
6)Πόσο ενημερωμένος/η πιστεύετε πως είστε σχετικά με τις κατηγορίες (είδη) εμφιαλωμένων νερών που υπάρχουν;	
Α) ΚΑΘΟΛΟΥ	
Β) ΛΙΓΟ	
Γ) ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ	
Δ) ΠΟΛΥ	
Ε) ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	

Στην ερώτηση 6 ερωτήθηκαν πόσο ενημερωμένοι πιστεύουν πως είναι σχετικά με τις κατηγορίες (είδη) εμφιαλωμένων νερών που υπάρχουν. Απάντησαν «ούτε λίγο ούτε πολύ» το 40,0%, δηλ. 18 από τους 45. Το 31,1% δηλ. 14 από τους 45 απάντησαν «λίγο» ενώ το 17,8% δηλ. 8 από τους 45 απάντησαν «πολύ». Το 6,7% δηλ. 3 στους 45 απάντησαν «καθόλου» και μόνο το 4,4% δηλ. 2 από τους 45 απάντησαν «πάρα πολύ».

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.7 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 6

Πόσο ενημερωμένος/η πιστεύετε πως είστε σχετικά με τις κατηγορίες (είδη) εμφιαλωμένων νερών που υπάρχουν;	**Frequency**	**Percent**
Καθόλου	3	6,7
Λίγο	14	31,1
Ούτε λίγο ούτε πολύ	18	40,0
Πολύ	8	17,8
Πάρα πολύ	2	4,4
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.7 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 6



5.2.8Ερώτηση 7^{A}

Την 7η ερώτηση τη χωρίσαμε σε 17 υποερωτήσεις με σκοπό να μάθουμε πόσο σημαντικά είναι τα παρακάτω κριτήρια για την επιλογή ύπαρξης ψύκτη στο χώρο τους. Οι απαντήσεις 1 & 2 χαρακτηρίστηκαν ως μικρής σημαντικότητας, οι απαντήσεις 3 ως μέτριας σημαντικότητας και οι απαντήσεις 4 & 5 ως μεγάλης σημαντικότητας.

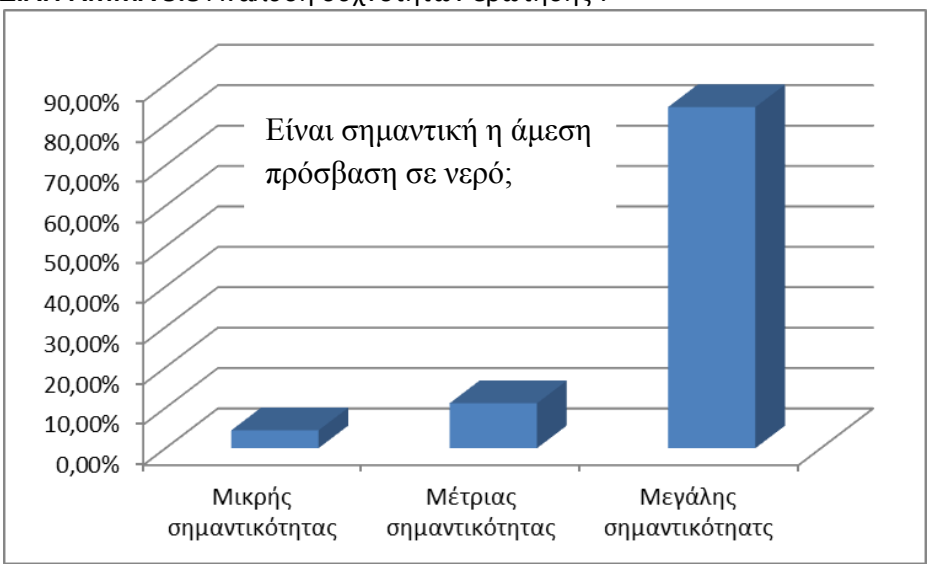
7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)

	1	2	3	4	5
Α) Άμεση πρόσβαση σε νερό.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.8 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{A}

Είναι σημαντική η άμεση πρόσβαση σε νερό;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	2	4,4
Μέτριας σημαντικότητας	5	11,1
Μεγάλης σημαντικότητας	38	84,4
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.8 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{A}



Η άμεση πρόσβαση σε νερό αξιολογήθηκε από το 84,4% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 11,1% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ το 4,4% ως μικρής σημαντικότητας.

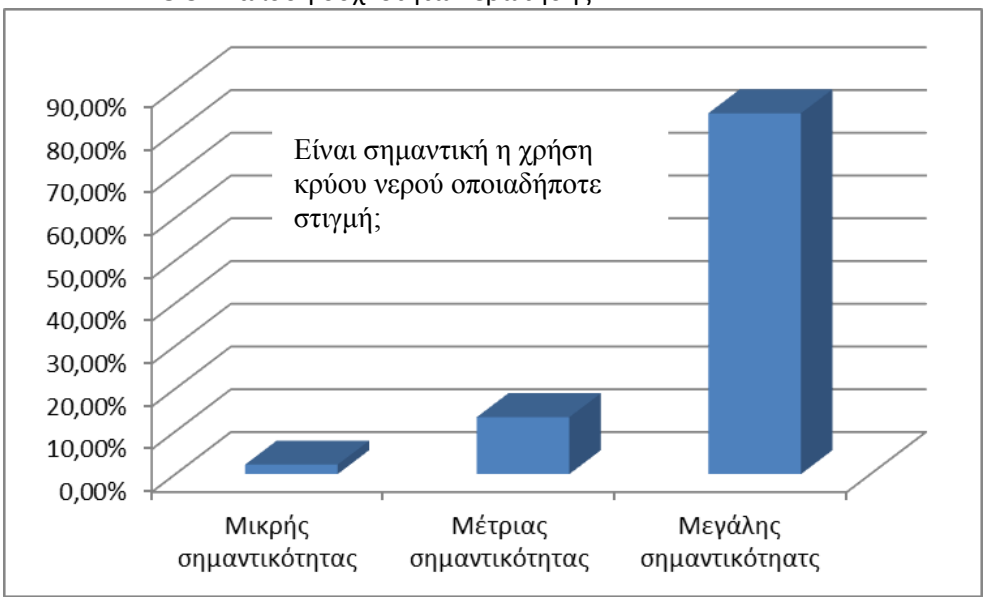
5.2.9Ερώτηση 7^{B}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Β) Χρήση κρύου νερού οποιαδήποτε στιγμή.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.9 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{B}

Είναι σημαντική η χρήση κρύου νερού οποιαδήποτε στιγμή;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	1	2,2
Μέτριας σημαντικότητας	6	13,3
Μεγάλης σημαντικότητας	38	84,4
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.9 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{B}



Η χρήση κρύου νερού οποιαδήποτε στιγμή αξιολογήθηκε από το 84,4% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 13,3% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ το 2,2% ως μικρής σημαντικότητας.

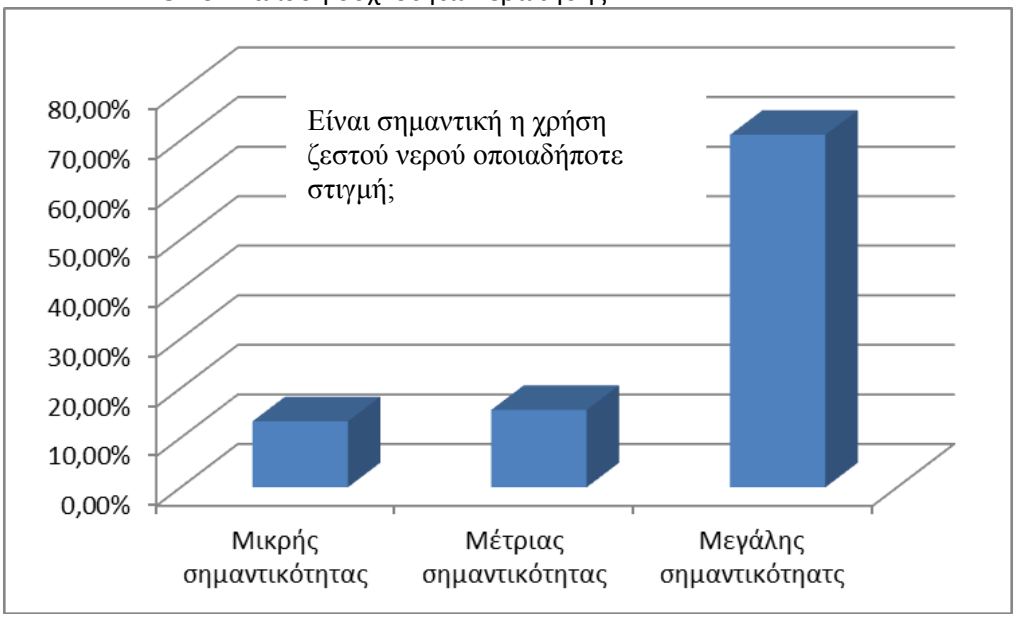
5.2.10Ερώτηση 7Γ

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Γ) Χρήση ζεστού νερού οποιαδήποτε στιγμή.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.10 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Γ

Είναι σημαντική η χρήση ζεστού νερού οποιαδήποτε στιγμή;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	6	13,3
Μέτριας σημαντικότητας	7	15,6
Μεγάλης σημαντικότητας	32	71,1
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.10 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Γ



Η χρήση ζεστού νερού οποιαδήποτε στιγμή αξιολογήθηκε από το 71,1% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 15,6% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ το 13,3% ως μικρής σημαντικότητας.

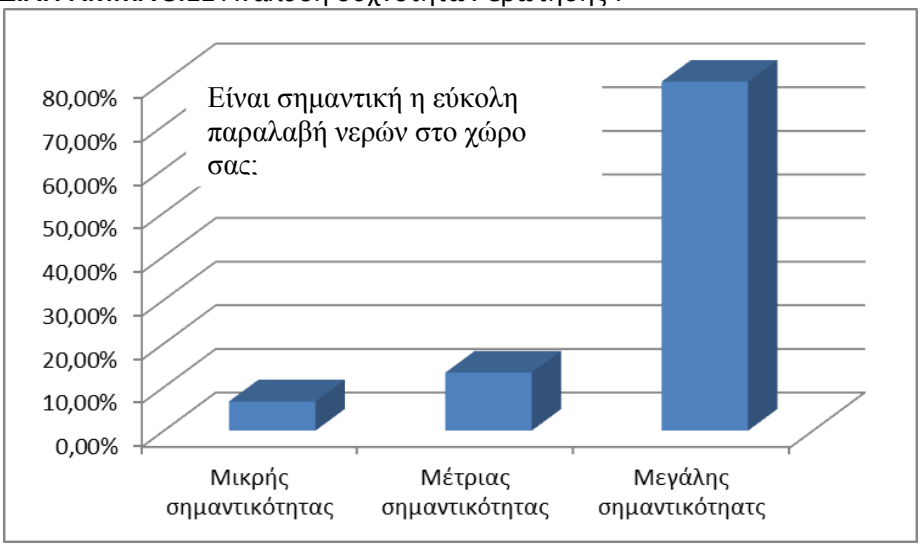
5.2.11Ερώτηση 7^{Δ}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Δ) Εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.11 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{Δ}

Είναι σημαντική η εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο σας;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	3	6,7
Μέτριας σημαντικότητας	6	13,3
Μεγάλης σημαντικότητας	36	80,0
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.11 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{Δ}



Η εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο σας αξιολογήθηκε από το 80,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 13,3% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ το 6,7% ως μικρής σημαντικότητας.

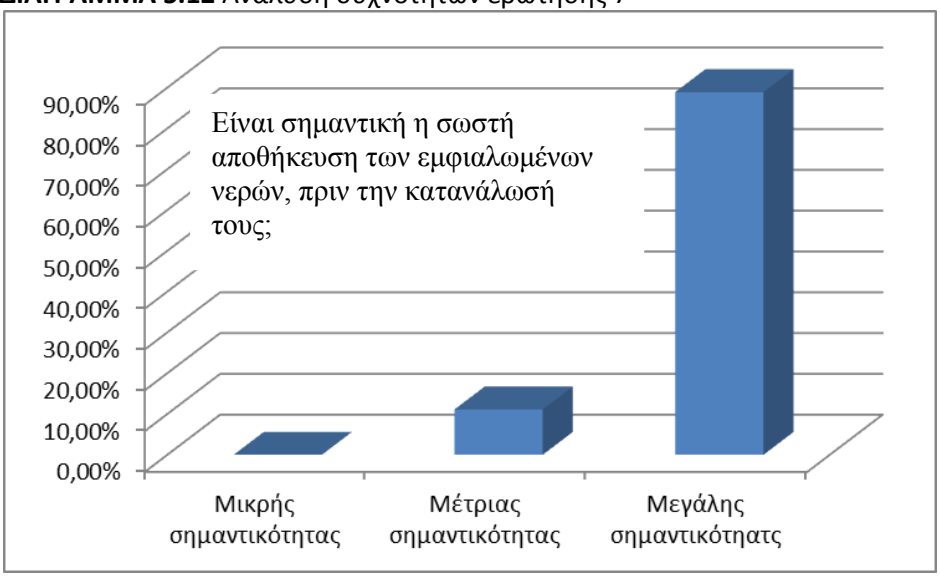
5.2.12Ερώτηση 7^{E}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Ε) Η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, πριν την κατανάλωσή τους.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.12 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{E}

Είναι σημαντική η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, πριν την κατανάλωσή τους;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	5	11,1
Μεγάλης σημαντικότητας	40	88,9
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.12 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{E}



Η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών πριν την κατανάλωσή τους αξιολογήθηκε από το 88,9% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 11,1% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ ως μικρής σημαντικότητας δεν αξιολογήθηκε από κανέναν.

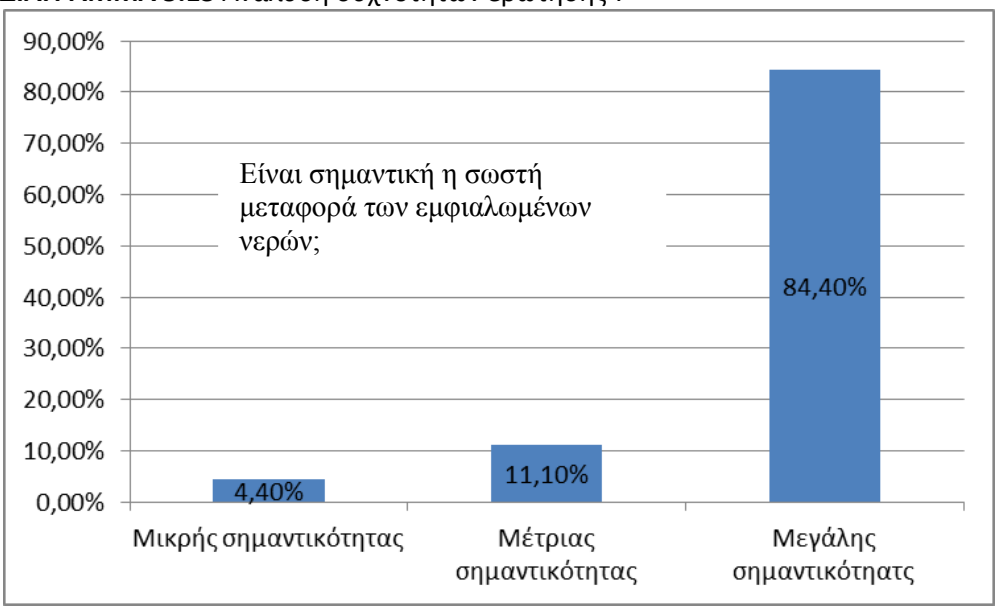
5.2.13Ερώτηση $7^{ΣΤ}$

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΣΤ) Η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.13 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΣΤ}$

Είναι σημαντική η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	2	4,4
Μέτριας σημαντικότητας	5	11,1
Μεγάλης σημαντικότητας	38	84,4
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.13 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΣΤ}$



Η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών στο χώρο σας αξιολογήθηκε από το 84,4% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο

τους. Το 11,1% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ μόλις το 4,4% ως μικρής σημαντικότητας.

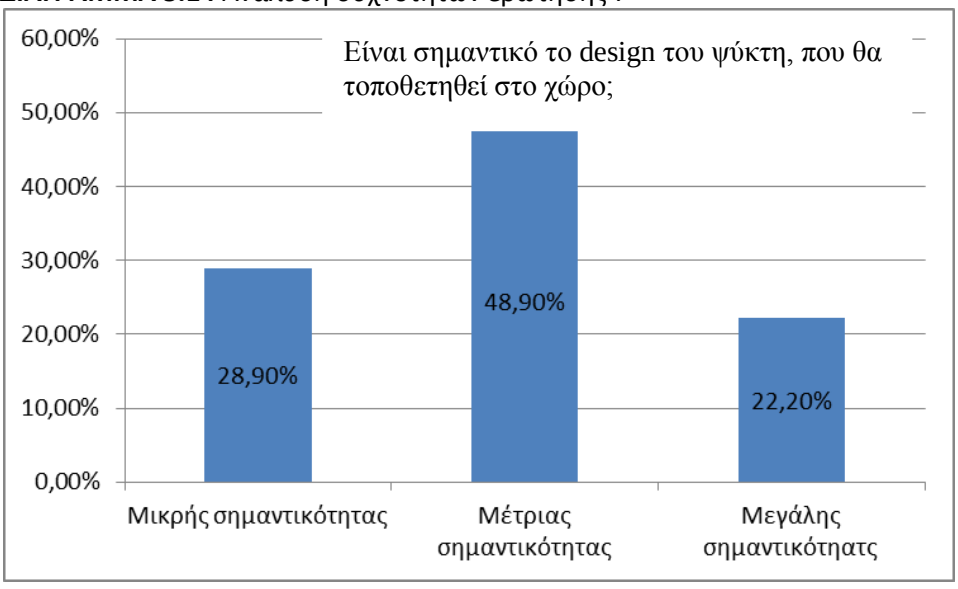
5.2.14Ερώτηση 7Z

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Z) Το design του ψύκτη, που θα τοποθετήσω στο χώρο μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.14 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Z

Είναι σημαντικό το design του ψύκτη που θα τοποθετηθεί στο χώρο μου;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	13	28,9
Μέτριας σημαντικότητας	22	48,9
Μεγάλης σημαντικότητας	10	22,2
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.14 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Z



Το design του ψύκτη, που θα τοποθετηθεί στο χώρο σας αξιολογήθηκε από το 48,9% ως μέτριας σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το

28,9% το αξιολόγησε ως μικρής σημαντικότητας ενώ μόνο το 22,2% ως μεγάλης σημαντικότητας.

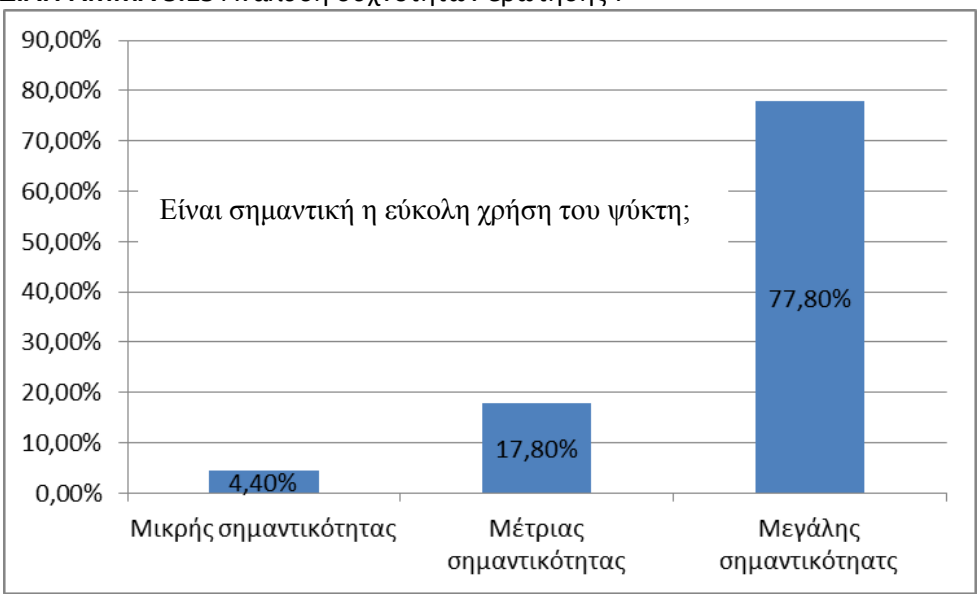
5.2.15Ερώτηση 7Η

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Η) Η εύκολη χρήση του ψύκτη.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.15 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Η

Είναι σημαντική η εύκολη χρήση του ψύκτη;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	2	4,4
Μέτριας σημαντικότητας	8	17,8
Μεγάλης σημαντικότητας	35	77,8
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.15 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Η



Η εύκολη χρήση του ψύκτη αξιολογήθηκε από το 77,8% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 17,8% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ το μόνο το 4,4% ως μικρής σημαντικότητας.

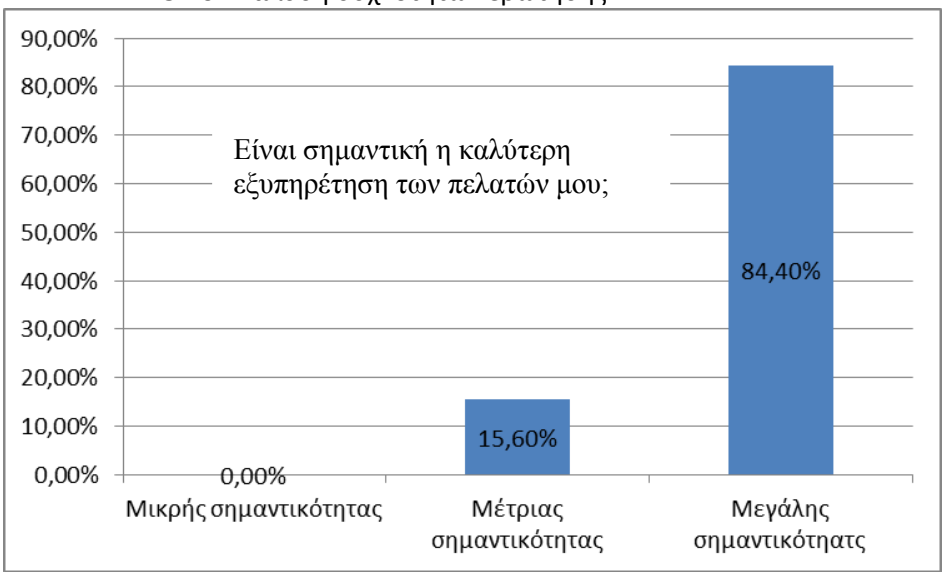
5.2.16Ερώτηση 7Θ

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Θ) Η καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.16 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Θ

Είναι σημαντική η καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών μου;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	7	15,6
Μεγάλης σημαντικότητας	38	84,4
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.16 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Θ



Η καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών μου αξιολογήθηκε από το 84,4% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 15,6% το

αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν απάντησε πως είναι μικρής σημαντικότητας.

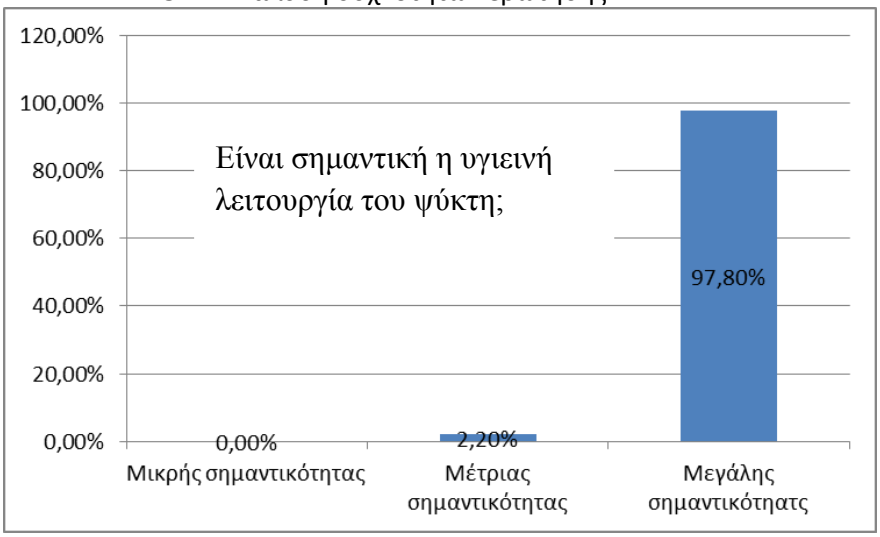
5.2.17Ερώτηση 7[I]

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
I) Η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη (δηλ. ότι συντηρείται υγειονομικά κάθε 4 μήνες), ώστε να παρέχει καθαρό νερό.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.17 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7[I]

Είναι σημαντική η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	1	2,2
Μεγάλης σημαντικότητας	44	97,8
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.17 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7[I]



Η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη αξιολογήθηκε από το 97,8% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Μονο το 2,2%

το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν απάντησε πως είναι μικρής σημαντικότητας.

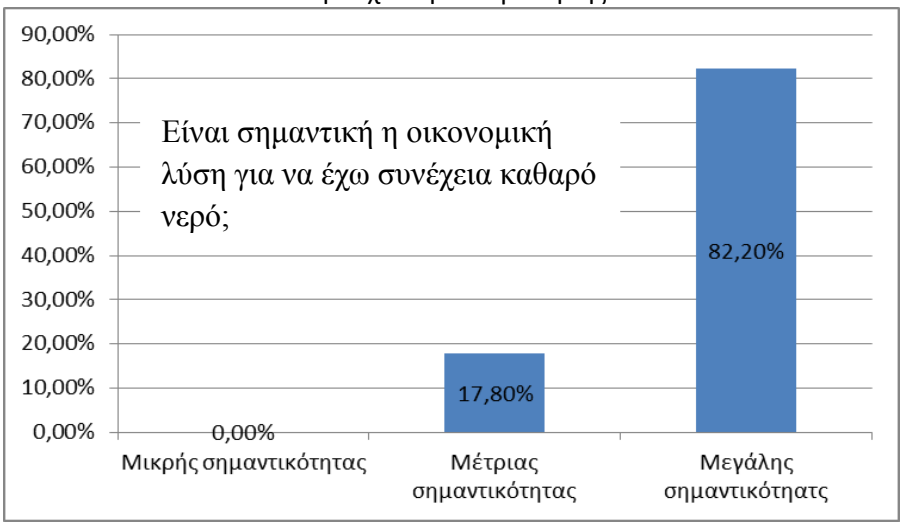
5.2.18Ερώτηση 7^{IA}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
IA) Η οικονομική λύση για να έχω συνέχεια καθαρό νερό.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.18 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IA}

Είναι σημαντική η οικονομική λύση για να έχω συνέχεια καθαρό νερό;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	8	17,8
Μεγάλης σημαντικότητας	37	82,2
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.18 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IA}



Η οικονομική λύση για να έχω συνέχεια καθαρό νερό αξιολογήθηκε από το 82,2% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το

17,8% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν απάντησε πως είναι μικρής σημαντικότητας.

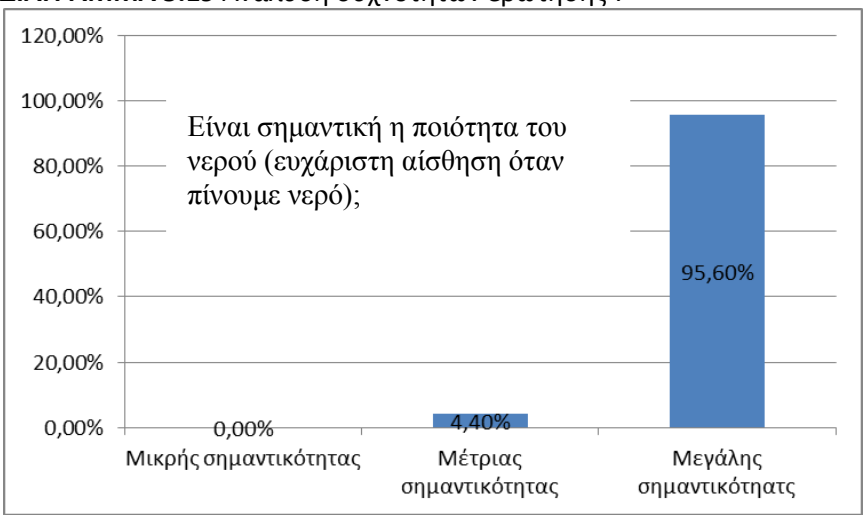
5.2.19Ερώτηση 7^{IB}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
IB) Η ποιότητα του νερού (ευχάριστη αίσθηση όταν πίνουμε νερό).					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.19 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IB}

Είναι σημαντική η ποιότητα του νερού (ευχάριστη αίσθηση όταν πίνουμε νερό);	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	2	4,4
Μεγάλης σημαντικότητας	43	95,6
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.19 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IB}



Η ποιότητα του νερού δηλαδή η ευχάριστη γεύση όταν πίνουμε νερό αξιολογήθηκε από το 95,6% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο

χώρο τους. Μόνο το 4,4% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν απάντησε πως είναι μικρής σημαντικότητας.

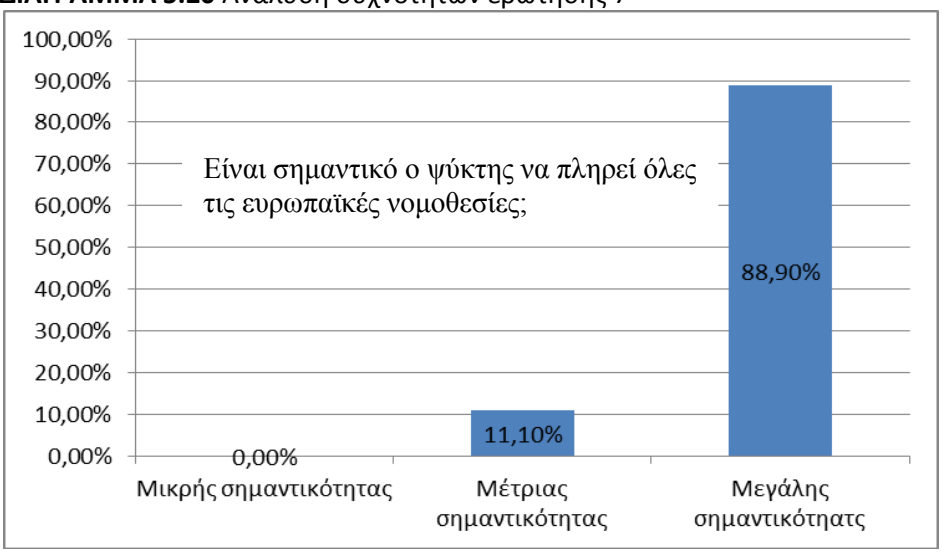
5.2.20Ερώτηση 7ΙΓ

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΙΓ) Ο ψύκτης πληροί όλες τις ευρωπαϊκές νομοθεσίες.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.20 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7ΙΓ

Είναι σημαντικό ο ψύκτης να πληροί όλες τις ευρωπαικές νομοθεσίες;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	5	11,1
Μεγάλης σημαντικότητας	40	88,9
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.20 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7ΙΓ



Ο ψύκτης να πληρεί όλες τις ευρωπαϊκές νομοθεσίες αξιολογήθηκε από το 88,9% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το

11,1% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν απάντησε πως είναι μικρής σημαντικότητας.

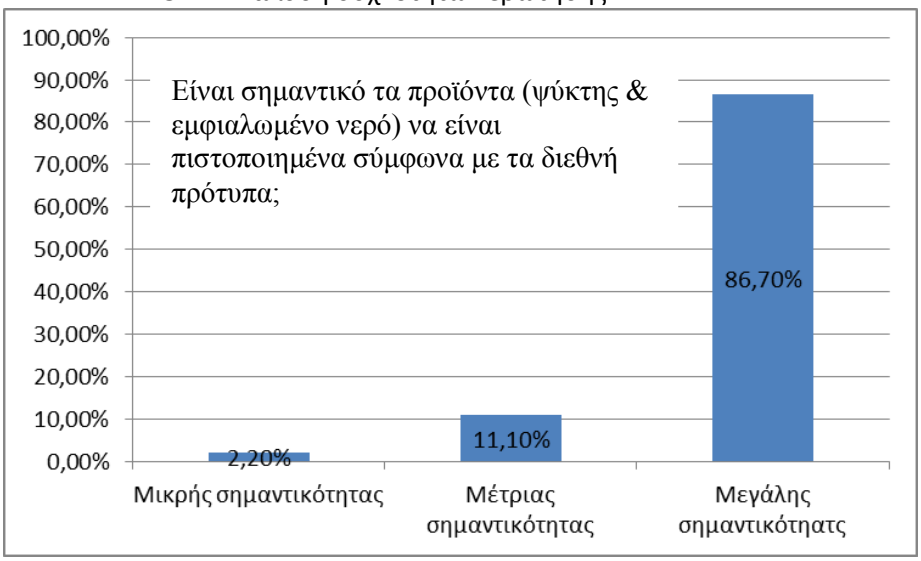
5.2.21Ερώτηση 7ΙΔ

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΙΔ) Πιστοποιημένα προϊόντα (ψύκτης & εμφιαλωμένο νερό) σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.21 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7ΙΔ

Είναι σημαντικό τα προϊόντα (ψύκτης & εμφιαλωμένο νερό) να είναι πιστοποιημένα σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	1	2,2
Μέτριας σημαντικότητας	5	11,1
Μεγάλης σημαντικότητας	39	86,7
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.21 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7ΙΔ



Εάν τα προϊόντα (ψύκτης & εμφιαλωμένο νερό) είναι πιστοποιημένα σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα αξιολογήθηκαν από το 86,7% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 11,1% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ το 2,2% ως μικρής σημαντικότητας κριτήριο.

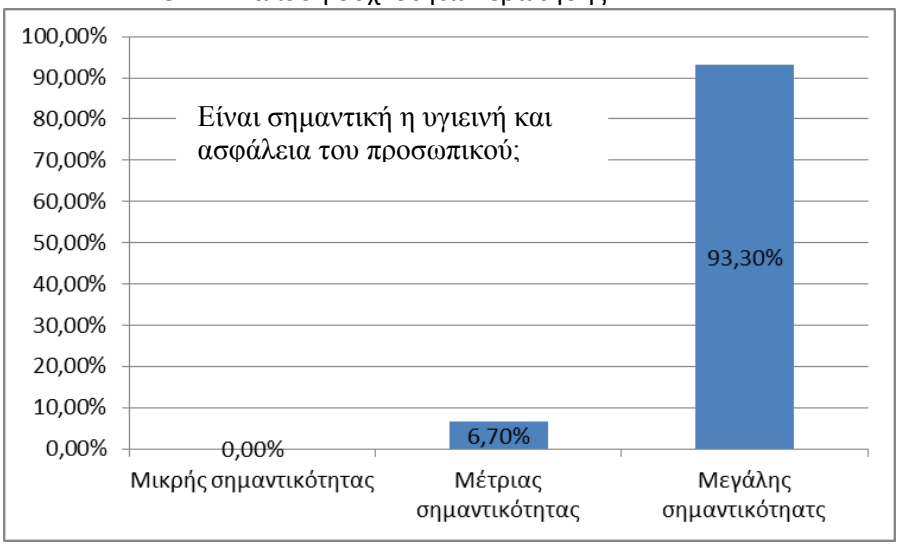
5.2.22Ερώτηση 7[IE]

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΙΕ) Η υγιεινή και η ασφάλεια του προσωπικού μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.22 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7[IE]

Είναι σημαντική η υγιεινή και ασφάλεια του προσωπικού;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	3	6,7
Μεγάλης σημαντικότητας	42	93,3
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.22 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7[IE]



Η υγιεινή και ασφάλεια του προσωπικού τους αξιολογήθηκε από το 93,3% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Μόλις το 6,7% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν το αξιολόγησε ως μικρής σημαντικότητας κριτήριο.

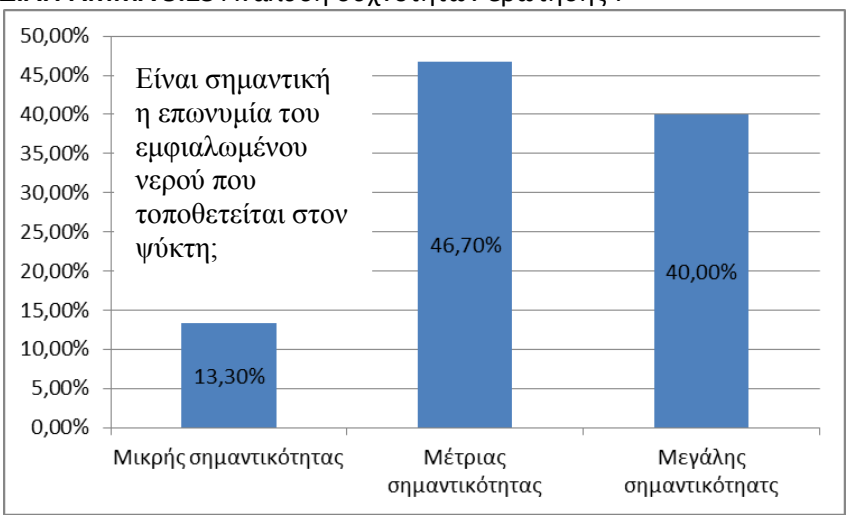
5.2.23Ερώτηση 7ΙΣΤ

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΙΣΤ) Η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στον ψύκτη.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.23 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7ΙΣΤ

Είναι σημαντική η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στον ψύκτη;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	6	13,3
Μέτριας σημαντικότητας	21	46,7
Μεγάλης σημαντικότητας	18	40,0
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.23 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7ΙΣΤ



Η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στον ψύκτη αξιολογήθηκε από το 46,7% ως μέτριας σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 40,0% το αξιολόγησε ως μεγάλης σημαντικότητας. Ενώ το 13,3% ως μικρής σημαντικότητας κριτήριο.

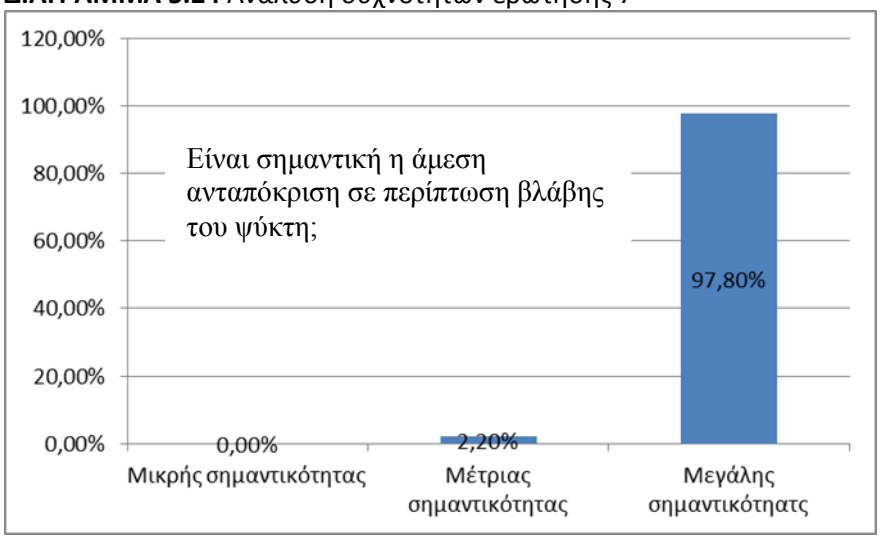
5.2.24Ερώτηση 7IZ

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
IZ) Η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.24 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7IZ

Είναι σημαντική η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	1	2,2
Μεγάλης σημαντικότητας	44	97,8
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.24 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7IZ



Η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη αξιολογήθηκε από το 97,8% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 22,2% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν το αξιολόγησε ως μικρής σημαντικότητας κριτήριο.

5.2.25Ερώτηση 8^{A}

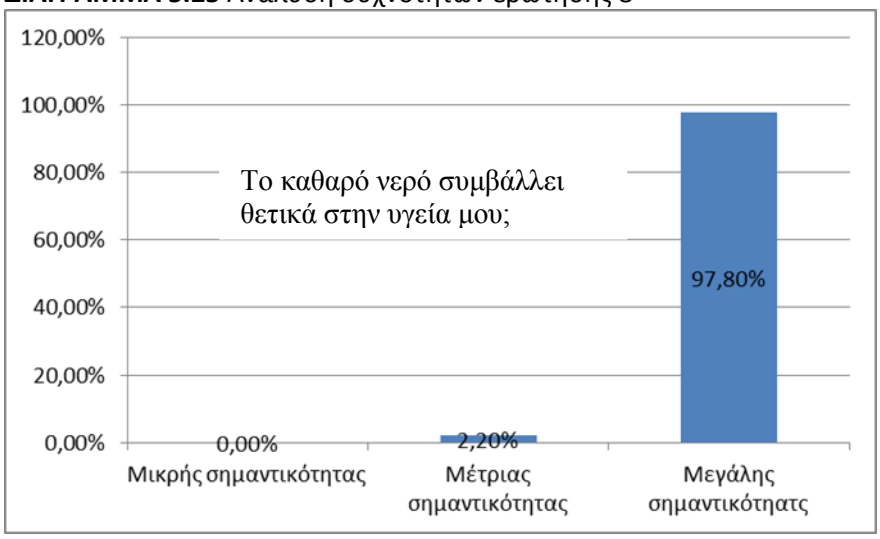
Την 8η ερώτηση τη χωρίσαμε σε 9 υποερωτήσεις με σκοπό να μάθουμε σε ποιο βαθμό συμφωνούν ή διαφωνούν στις ακόλουθες προτάσεις σχετικά με την ποιότητα του νερού. Οι απαντήσεις 1 & 2 χαρακτηρίστηκαν ως διαφωνώ, οι απαντήσεις 3 ως ουδέτερες ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ και οι απαντήσεις 4 & 5 ως συμφωνώ.

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Α) Το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.25 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{A}

Το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία μου;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	0	0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	1	2,2
Συμφωνώ	44	97,8
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.25 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{A}



Το 97,8% συμφωνεί πως το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία μας. Ενώ το 22,2% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με την παραπάνω πρόταση. Επίσης, δεν υπήρξε κανένας που να διαφωνεί.

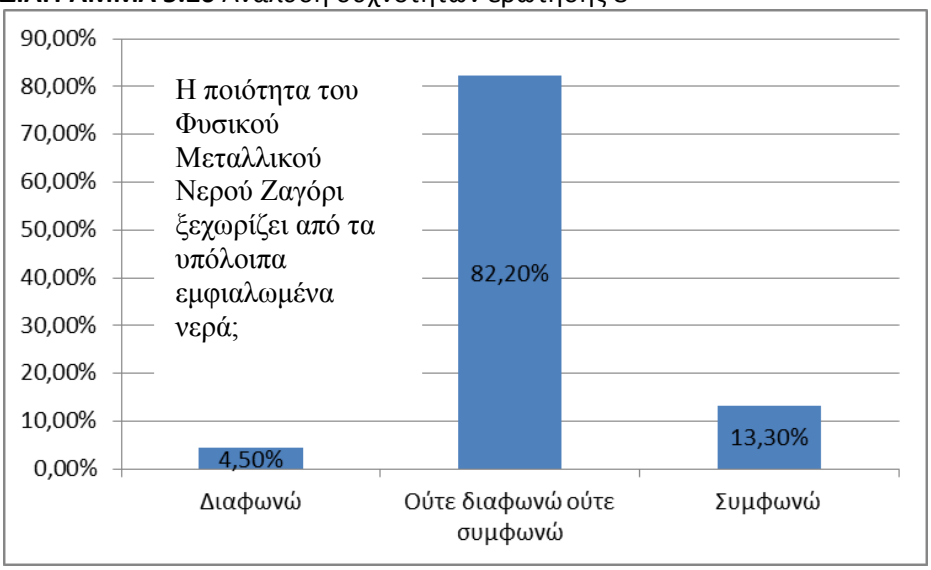
5.2.26Ερώτηση 8^{B}

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Β) Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.26 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{B}

Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	2	4,5
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	37	82,2
Συμφωνώ	6	13,3
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.26 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Β}$



Το 82,2% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί πως η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά. Μόνο το 13,3% συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση ενώ το 4,5% διαφωνεί.

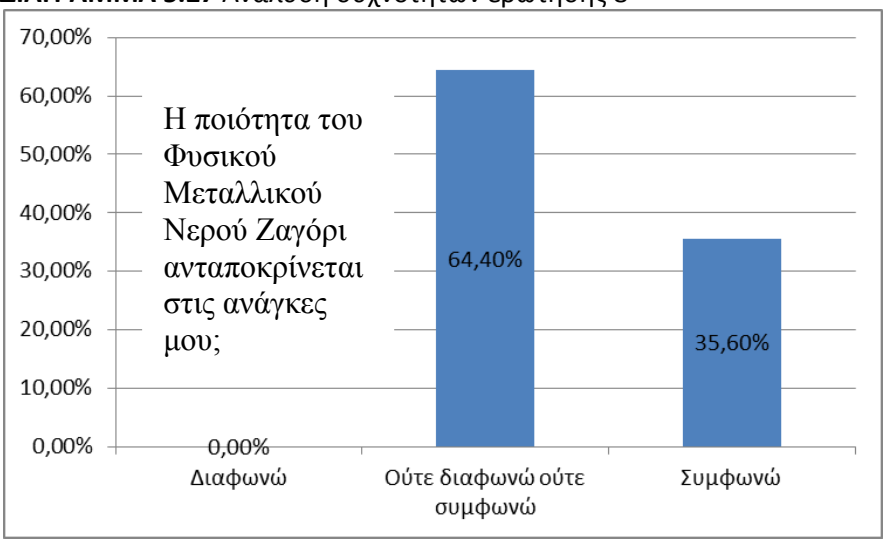
5.2.27Ερώτηση $8^{Γ}$

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Γ) Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στις ανάγκες μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.27 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Γ}$

Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στις ανάγκες μου;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	0	0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	29	64,4
Συμφωνώ	16	35,6
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.27 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8[Γ]



Το 64,4% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί πως η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στις ανάγκες του. Ενώ το 35,6% απάντησε πως συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση και δεν υπήρξε κανένας που να διαφωνεί.

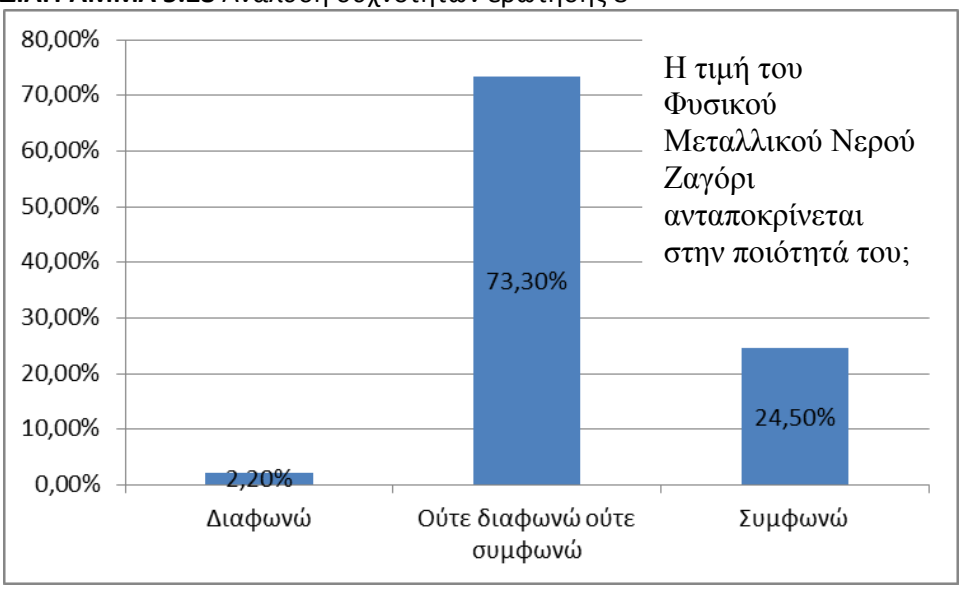
5.2.28Ερώτηση 8[Δ]

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Δ) Η τιμή του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στην ποιότητα του.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.28 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8[Δ]

Η τιμή του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στην ποιότητά του;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	1	2,2
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	33	73,3
Συμφωνώ	11	24,5
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.28 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Δ}$



Το 73,3% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί πως η τιμή του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στην ποιότητά του. Ενώ το 24,5% απάντησε πως συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση και μόνο το 2,2% πως διαφωνεί.

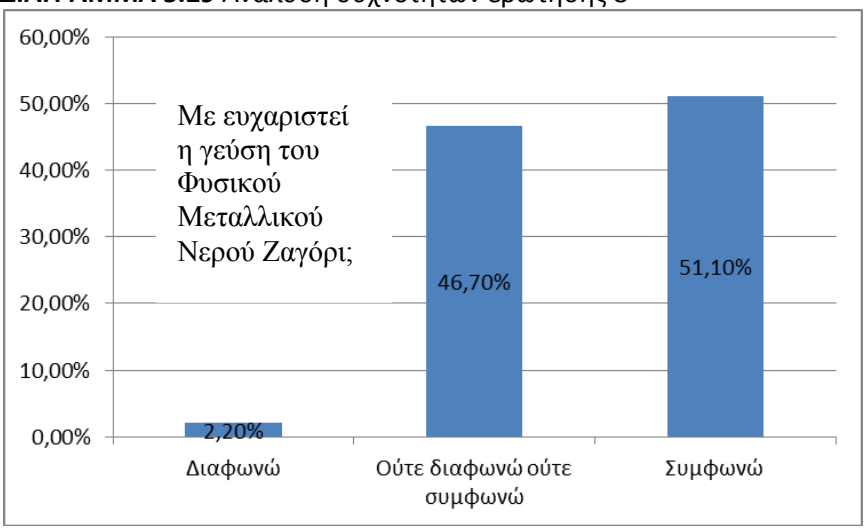
5.2.29Ερώτηση 8^{E}

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Ε) Με ευχαριστεί η γεύση του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.29 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{E}

Με ευχαριστεί η γεύση του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	1	22,2
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	21	47,7
Συμφωνώ	23	51,1
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.29 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Ε}$



Το 51,1% συμφωνεί με την πρόταση πως τον ευχαριστεί η γεύση του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι και το 46,7% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με την πρόταση αυτή. Επίσης, το 2,2% απάντησε πως διαφωνεί.

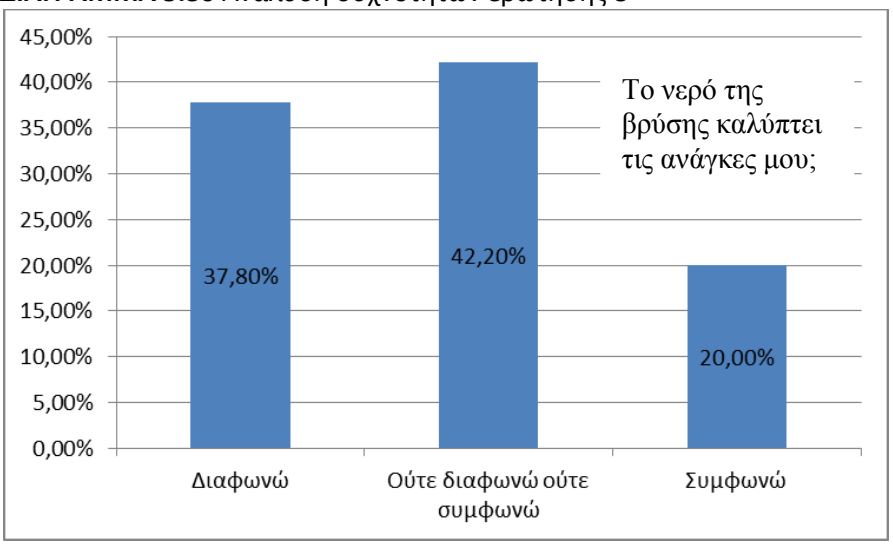
5.2.30Ερώτηση $8^{ΣΤ}$

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΣΤ) Το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.30 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{ΣΤ}$

Το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες μου;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	17	37,8
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	19	42,2
Συμφωνώ	9	20,0
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.30 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{ΣΤ}$



Το 42,2% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί πως το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες του και το 37,8% απάντησε πως διαφωνεί με την παραπάνω πρόταση. Ενώ το 20,0% απάντησε πως συμφωνεί.

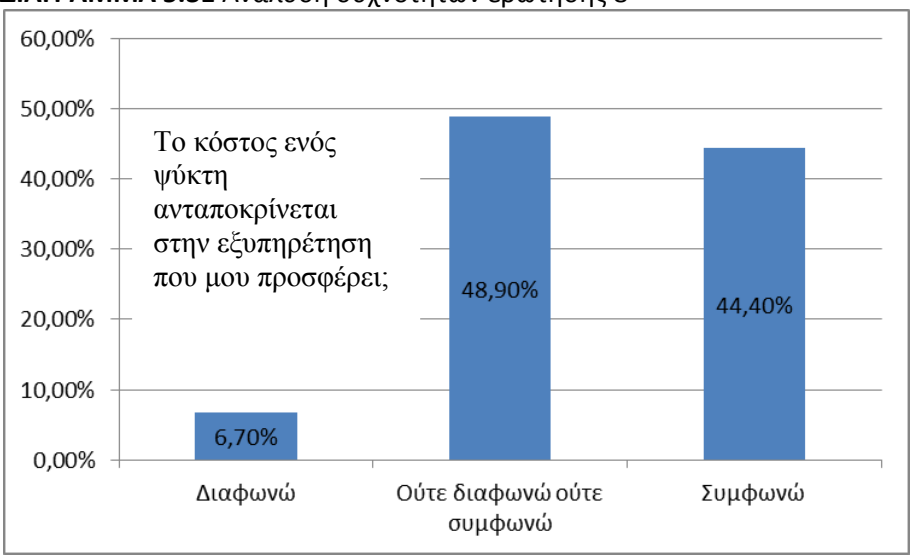
5.2.31Ερώτηση 8^{Z}

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Z) Το κόστος ενός ψύκτης ανταποκρίνεται στην εξυπηρέτηση που μου προσφέρει.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.31 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Z}

Το κόστος ενός ψύκτη ανταποκρίνεται στην εξυπηρέτηση που μου προσφέρει;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	3	6,7
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	22	48,9
Συμφωνώ	20	44,4
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.31 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Z}



Το 48,9% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί πως το κόστος ενός ψύκτη ανταποκρίνεται στην εξυπηρέτηση που του προσφέρει, ενώ το 44,4% απάντησε πως συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση. Μόνο το 6,7% απάντησε πως διαφωνεί.

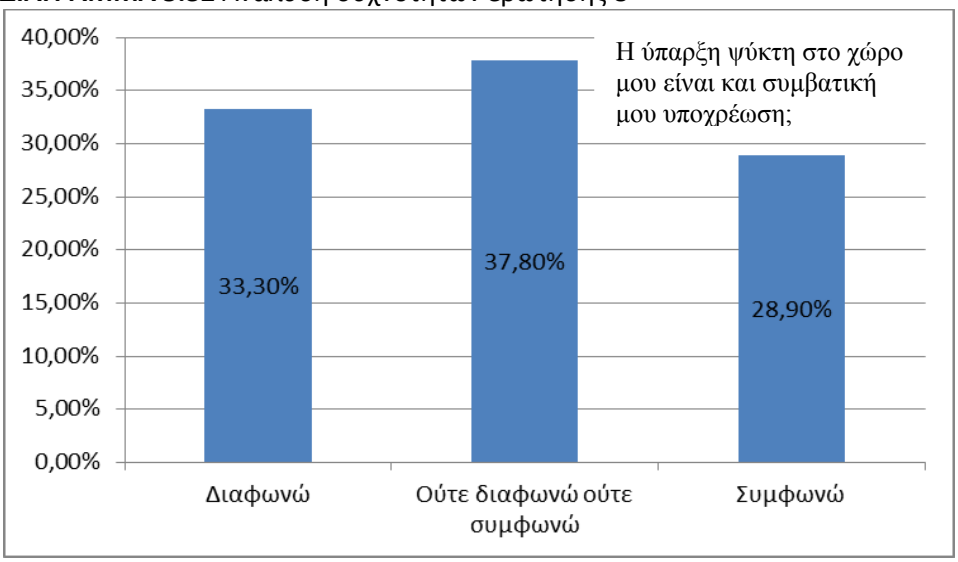
5.2.32Ερώτηση 8^{H}

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Η) Η ύπαρξη ψύκτη στο χώρο μου είναι και συμβατική μου υποχρέωση.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.32 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{H}

Η ύπαρξη ψύκτη στο χώρο μου είναι και συμβατική μου υποχρέωση;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	15	33,3
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	17	37,8
Συμφωνώ	13	28,9
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.32 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Η}



Το 37,8% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί πως η ύπαρξη ψύκτη στο χώρο του είναι και συμβατική του υποχρέωση. Το 28,9% απάντησε πως συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση και το 33,3% απάντησε πως διαφωνεί.

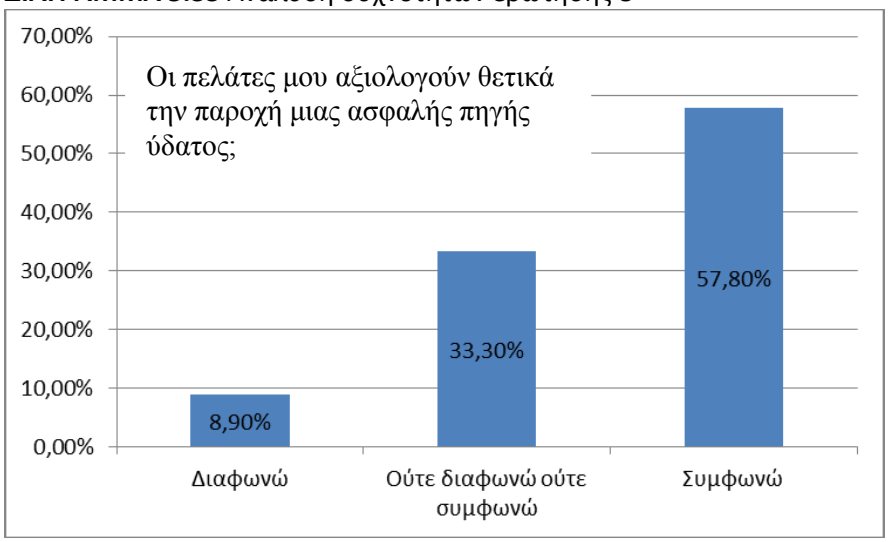
5.2.33Ερώτηση 8^{Θ}

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Θ) Οι πελάτες μου αξιολογούν θετικά την παροχή μιας ασφαλής πηγής ύδατος.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.33 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Θ}

Οι πελάτες μου αξιολογούν θετικά την παροχή μιας ασφαλής πηγής ύδατος;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	4	8,9
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	15	33,3
Συμφωνώ	26	57,8
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.33 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{ο}



Το 57,8% απάντησε πως συμφωνεί πως οι πελάτες του αξιολογούν θετικά την παροχή μιας ασφαλής πηγής ύδατος. Ενώ το 33,3% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με την παραπάνω πρόταση και το 8,9% απάντησε πως διαφωνεί με αυτήν.

5.2.34Ερώτηση 9

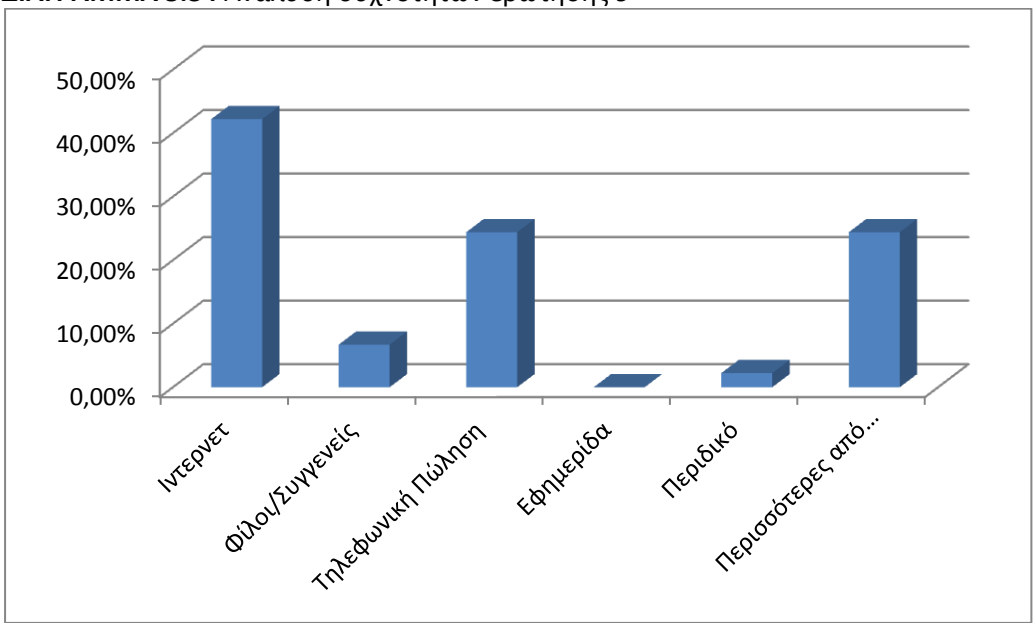
Στην 9η ερώτηση : από πού ενημερώνομαι σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες παροχής ψυκτών νερού είτε οικιακού φίλτρου, συλλέχθηκαν οι απαντήσεις και παρουσιάζονται στην εικόνα παρακάτω.

9)Ενημερώνομαι σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες παροχής ψυκτών νερού είτε οικιακού φίλτρου από:	
Α) Ιντερνέτ	
Β) Φίλους / συγγενείς	
Γ) Μέσω τηλεφωνικής πώλησης	
Δ) Εφημερίδα	
Ε) Περιοδικά	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.34 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 9

Ενημερώνομαι σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες παροχής ψυκτών νερού είτε οικιακό φίλτρο από:	**Frequency**	**Percent**
Ίντερνετ	19	42,2%
Φίλους/ συγγενείς	3	6,7%
Μέσω τηλεφωνικής πώλησης	11	24,4%
Εφημερίδα	0	0
Περιοδικά	1	2,22%
Περισσότερες από μία απαντήσεις	11	24,4%
Total	45	~100%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.34 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 9



5.2.35Ερώτηση 10

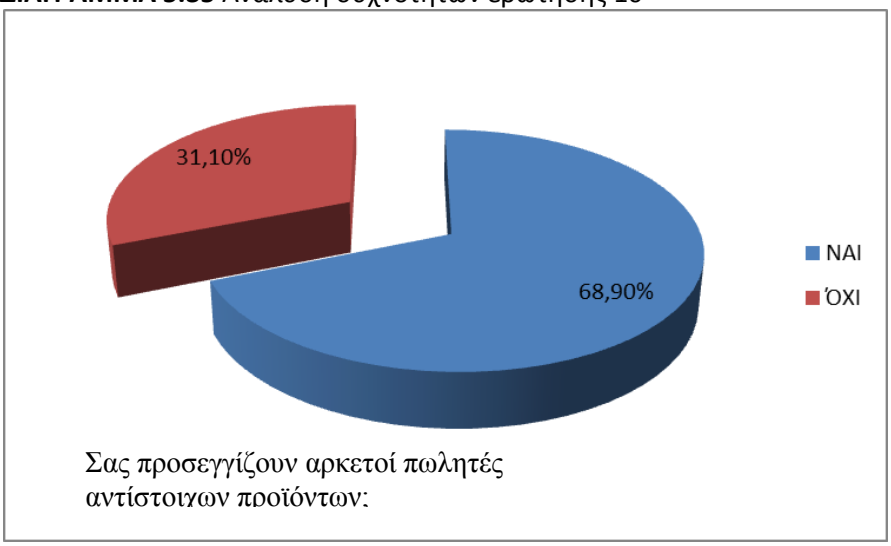
Στην 10η ερώτηση : ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν σας προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων.

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
10) Σας προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.35 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 10

Σας προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	31	68,9
ΟΧΙ	14	31,1
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.35 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 10



Συλλέχθηκαν οι εξής απαντήσεις: οι 31 από τους 45 (68,9%) απάντησαν ΝΑΙ τους προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων ενώ οι 14 από τους 45 (31,1%) απάντησαν ΟΧΙ δεν τους προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων.

5.2.36Ερώτηση 11

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
11) Γνωρίζετε προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδου;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.36 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 11

Γνωρίζετε προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδου;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	20	44,4
ΟΧΙ	25	55,6
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.36 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 11

Οι 20 από τους 45 (44,4%) απάντησαν ΝΑΙ γνωρίζουν προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδους και οι 25 από τους 45 (55,6%) απάντησαν ΟΧΙ δεν γνωρίζουν προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδους.

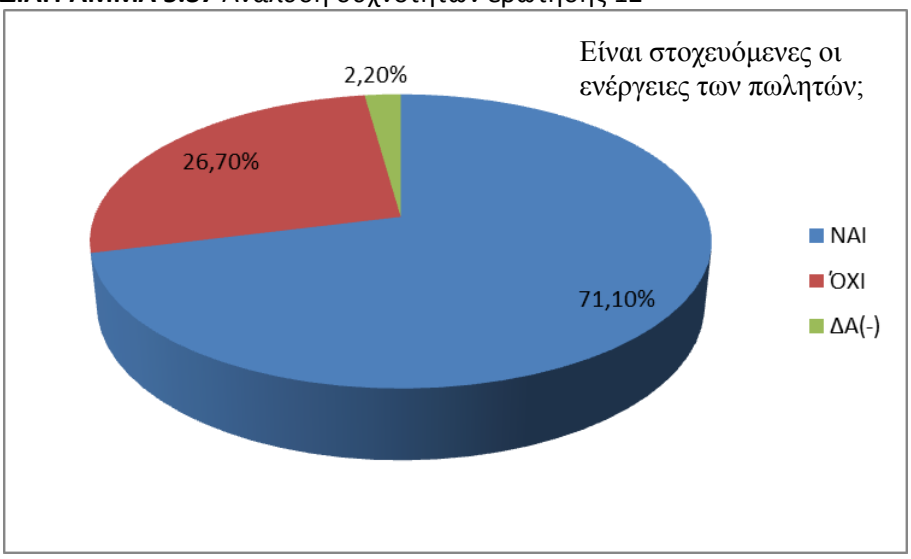
5.2.37Ερώτηση 12

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
12) Είναι στοχευμένες οι ενέργειες των πωλητών;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.37 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 12

Είναι στοχευόμενες οι ενέργειες των πωλητών;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	32	71,1
ΟΧΙ	12	26,7
ΔΑ (-)	1	2,2
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.37 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 12



Στην 12η ερώτηση : ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν είναι στοχευόμενες οι ενέργειες των πωλητών.

Συλλέχθηκαν οι εξής απαντήσεις: οι 32 από τους 45 (71,1%) απάντησαν ΝΑΙ και οι 12 από τους 45 (26,7%) απάντησαν ΟΧΙ ενώ, 1 από τους 45 (2,2%) δεν απάντησε καθόλου.

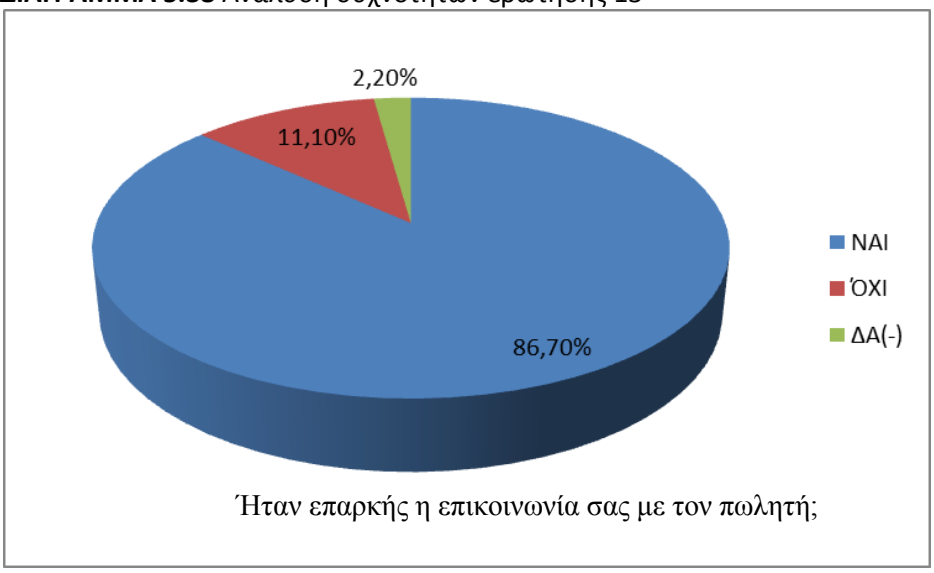
5.2.38Ερώτηση 13

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
13) Ήταν επαρκής η επικοινωνία σας με τον πωλητή;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.38 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 13

Ήταν επαρκής η επικοινωνία σας με τον πωλητή;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	39	86,7
ΟΧΙ	5	11,1
ΔΑ (-)	1	2,2
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.38 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 13



Στην 13η ερώτηση: ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν ήταν επαρκής η επικοινωνία σας με τον πωλητή.

Συλλέχθηκαν οι εξής απαντήσεις,: οι 39 από τους 45 (86,7%) απάντησαν ΝΑΙ ενώ μόλις 5 από τους 45 (11,1%) απάντησαν ΟΧΙ. Τέλος, 1 από τους 45 (2,2%) δεν απάντησε καθόλου.

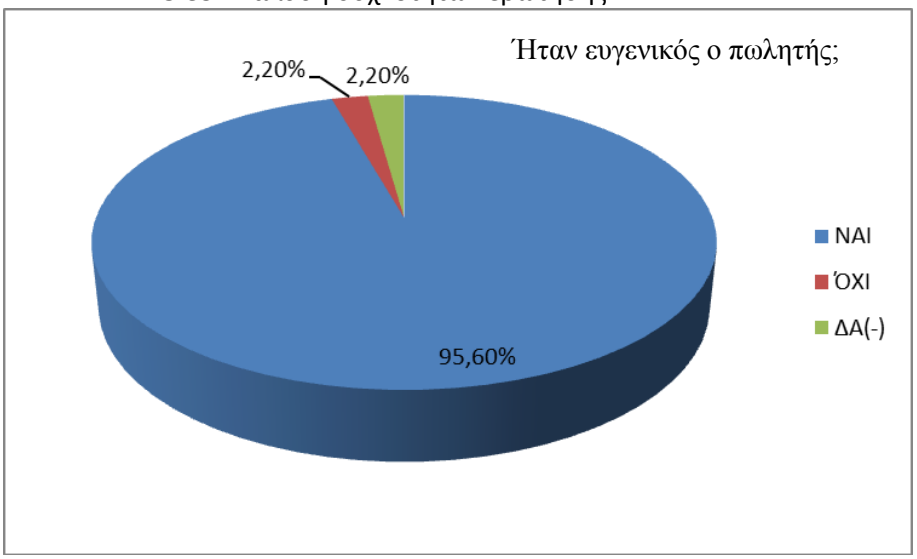
5.2.39Ερώτηση 14

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
14) Ήταν ευγενικός ο πωλητής;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.39 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 14

Ήταν ευγενικός ο πωλητής;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	43	95,6
ΟΧΙ	1	2,2
ΔΑ (-)	1	2,2
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.39 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 14



Στην 14η ερώτηση : ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν ήταν ευγενικός ο πωλητής.

Συλλέχθηκαν οι εξής απαντήσεις: οι 43 από τους 45 (95,6%) απάντησαν ΝΑΙ ενώ 1 από τους 45 (2,2%) απάντησαν ΟΧΙ και 1 από τους 45 (2,2%) δεν απάντησε καθόλου.

5.2.40Ερώτηση 15

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
15) Σας στάλθηκε η προσφορά σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.40 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 15

Σας στάλθηκε η προσφορά σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	41	91,1
ΟΧΙ	4	8,9
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.40 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 15

Στην 15η ερώτηση : ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν σας στάλθηκε η προσφορά σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα.

Συλλέχθηκαν οι εξής απαντήσεις: οι 41 από τους 45 (91,1%) απάντησαν ΝΑΙ και οι 4 από τους 45 (8,9%) απάντησαν ΟΧΙ.

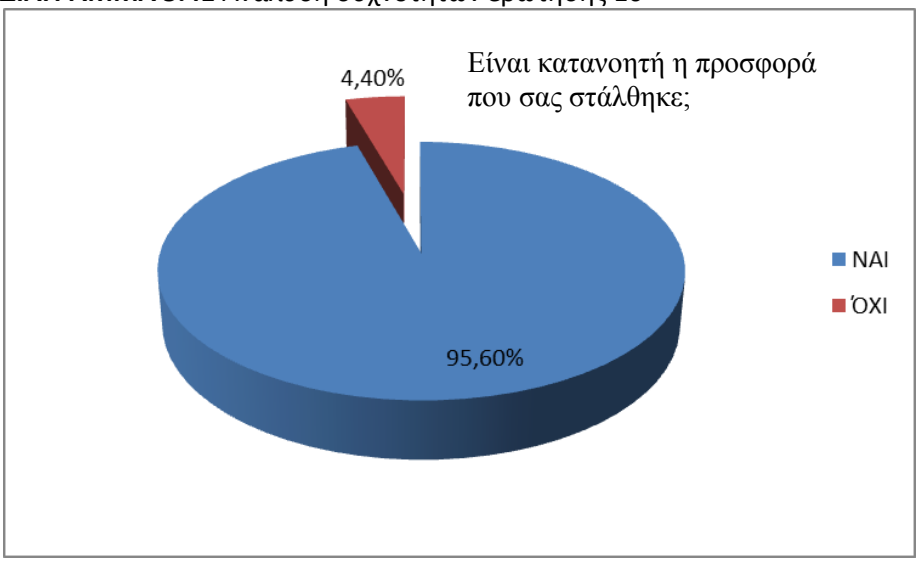
5.2.41Ερώτηση 16

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
16) Είναι κατανοητή η προσφορά που σας στάλθηκε;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.41 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 16

Είναι κατανοητή η προσφορά που σας στάλθηκε;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	43	95,6
ΟΧΙ	2	4,4
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.41 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 16



Στην 16η ερώτηση : ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν είναι κατανοητή η προσφορά που σας στάλθηκε.

Συλλέχθηκαν οι παρακάτω απαντήσεις: οι 43 από τους 45 (95,6%) απάντησαν ΝΑΙ και οι 2 από τους 45 (4,4%) απάντησαν ΟΧΙ.

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

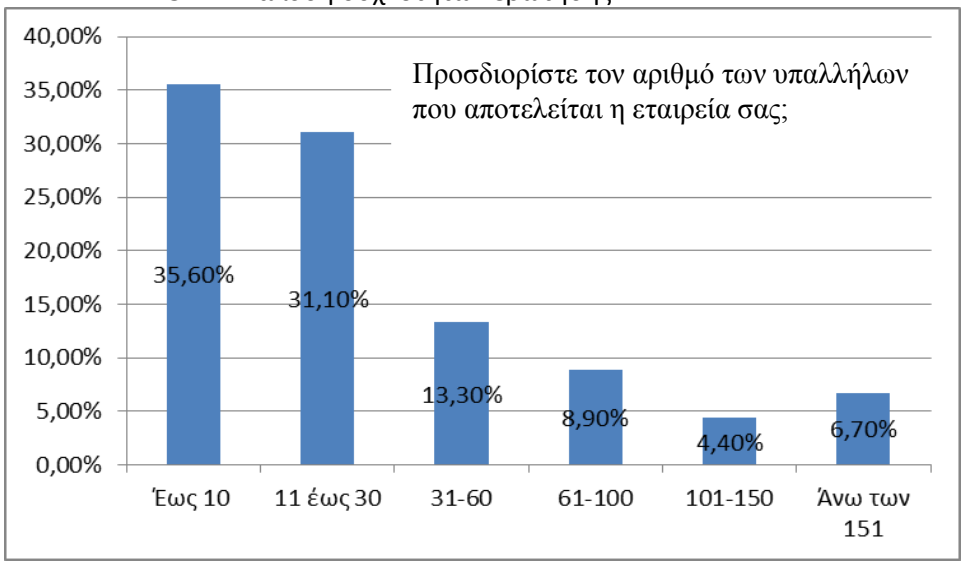
5.2.42Ερώτηση 17

17)Προσδιορίστε τον αριθμό των υπαλλήλων που αποτελείται η εταιρία σας:	
Α) Έως 10	
Β) 11-30	
Γ) 31-60	
Δ) 61-100	
Ε) 101-150	
ΣΤ) Άνω των 151	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.42 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 17

Προσδιορίστε τον αριθμό των υπαλλήλων που αποτελείται η εταιρία σας:	**Frequency**	**Percent**
Έως 10	16	35,6
11-30	14	31,1
31-60	6	13,3
61-100	4	8,9
101-150	2	4,4
Άνω των 151	3	6,7
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.42 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 17



Στην ερώτηση 17: «Προσδιορίστε τον αριθμό των υπαλλήλων που αποτελείται η εταιρεία σας», λάβαμε τις εξής απαντήσεις: το 35,6% είναι έως 10 υπάλληλοι, το 31,1% είναι από 11 έως 30 υπάλληλοι, το 13,3% είναι από 31 έως 60 υπάλληλοι, το 8,9% είναι από 61 έως 100 υπάλληλοι, το 4,4% είναι από 101 έως 150 υπάλληλοι και το 6,7% άνω των 151 υπαλλήλων.

5.3 ΣΥΝΔΥΑΣΤΙΚΗ ΠΙΝΑΚΟΠΟΙΗΣΗ ή ΣΤΑΥΡΟΕΙΔΟΥΣ ΠΙΝΑΚΟΠΟΙΗΣΗ

Η συνδυαστική ή διασταυρούμενη πινακοποίηση είναι η κατασκευή ενός πίνακα διπλής εισόδου με σκοπό να μπορεί να εξεταστεί με ποιο τρόπο απάντησαν σε κάποιες μεταβλητές οι ερωτώμενοι που απάντησαν κάποια συγκεκριμένη κατηγορία σε μία μεταβλητή. Η ανάλυση αυτή δηλαδή επιτρέπει να εξεταστεί η σχέση μεταξύ μεταβλητών. Η ύπαρξη ή όχι στατιστικά σημαντικής σχέσης σε μία διασταυρούμενη πινακοποίηση προσδιορίζεται με τον υπολογισμό της τιμής χ^2. Η τιμή χ^2 δείχνει κατά πόσο οι διαφορές που παρατηρούνται είναι πραγματικές ή οφείλονται στην τυχαία διακύμανση των τιμών (Σταθακόπουλος Β.).

Οπότε σε δεύτερο επίπεδο ανάλυσης των αποτελεσμάτων θα προχωρήσουμε να μελετήσουμε εάν υπάρχει σημαντική σχέση ανάμεσα σε δύο μεταβλητές και για αυτό το σκοπό θα χρησιμοποιήσουμε τον έλεγχο χ^2. Στην περίπτωση που ο έλεγχος δεν δείχνει στατιστική σημαντικότητα, τα αποτελέσματα θα παραλείπονται ενώ όπου εντοπίζεται στατιστική σημαντικότητα θα παρατίθενται οι αντίστοιχοι πίνακες. Επίσης, πρέπει να αναφερθεί πως λόγω του μικρού αριθμού των παρατηρήσεων που περιέχονται σε κάθε κελί υπήρξε ενοποίηση των τιμών των μεταβλητών. Παρόλα

αυτά τα αποτελέσματα μεταφράζονται με προσοχή λόγω του μικρού αριθμού των παρατηρήσεων που περιέχονται τελικά σε κάθε κελί.

5.3.1Ερώτηση 7^{A}

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.43 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{A}

Ερώτηση 7Α: Η άμεση πρόσβαση σε νερό	**Μικρής σημασίας**	**Μεγάλης σημασίας**	**Total**
Μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	5	30	35
Μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$2^{(*)}$	8	10
Total	7	38	45

Πιθανότητα 0,000168% να είναι τυχαία η συσχέτιση, άρα υπάρχει.

Η άμεση πρόσβαση σε νερό παρουσιάζει μεγάλη βαρύτητας σημασία σε όσους έχουν μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών.

5.3.5Ερώτηση 7^{E}

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.44 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{E}

Ερώτηση 7Ε: Η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, πριν την κατανάλωσή τους.	**Μικρής σημασίας**	**Μεγάλης σημασίας**	**Total**
Μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	5	30	35
Μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$0^{(*)}$	10	10
Total	5	40	45

Πιθανότητα 0,00001% να είναι τυχαία η συσχέτιση, άρα υπάρχει.

Η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, πριν την κατανάλωσή τους έχει μεγάλη βαρύτητας σημασία σε όσους έχουν μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών.

5.3.6Ερώτηση 7ΣΤ

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.45 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης $7^{ΣΤ}$

Ερώτηση 7ΣΤ: Η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών.	**Μικρής σημασίας**	**Μεγάλης σημασίας**	**Total**
Μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	5	30	35
Μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$2^{(*)}$	8	10
Total	7	38	45

Πιθανότητα 0,000168003% να είναι τυχαία η συσχέτιση, άρα υπάρχει.

Η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών παρουσιάζει μεγάλη βαρύτητας σημασία σε όσους έχουν μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών.

5.3.10Ερώτηση 7I

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.46 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^I

Ερώτηση 7I: Η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη, ώστε να παρέχει καθαρό νερό.	**Μικρής σημασίας**	**Μεγάλης σημασίας**	**Total**
Μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$0^{(*)}$	35	35
Μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$1^{(*)}$	9	10
Total	1	44	45

Πιθανότητα 0,000000004% να είναι τυχαία η συσχέτιση, άρα υπάρχει.

Η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη, ώστε να παρέχει καθαρό νερό παρουσιάζει μεγάλη βαρύτητας σημασία σε όσους έχουν μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών.

5.3.11Ερώτηση 7IA

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.47 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{IA}

Ερώτηση 7IA: Η οικονομική λύση για να έχω συνέχεια καθαρό νερό.	**Μικρής σημασίας**	**Μεγάλης σημασίας**	**Total**
Μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	5	30	35
Μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$2^{(*)}$	8	10
Total	7	38	45

Πιθανότητα 0,000168% να είναι τυχαία η συσχέτιση, άρα υπάρχει.

Η οικονομική λύση για να έχω συνέχεια καθαρό νερό παρουσιάζει μεγάλη βαρύτητας σημασία σε όσους έχουν μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών.

5.3.12Ερώτηση 7ΙΒ

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.48 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{IB}

Ερώτηση 7ΙΒ: Η ποιότητα του νερού (ωραία γεύση).	**Μικρής σημασίας**	**Μεγάλης σημασίας**	**Total**
Μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$2^{(*)}$	33	35
Μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$0^{(*)}$	10	10
Total	2	43	45

Πιθανότητα 0,00000004% να είναι τυχαία η συσχέτιση, άρα υπάρχει.

Η ποιότητα του νερού (ωραία γεύση) παρουσιάζει μεγάλη βαρύτητας σημασία σε όσους έχουν μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών.

5.3.14Ερώτηση 7ΙΔ

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.49 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης $7^{IΔ}$

Ερώτηση 7ΙΔ: Πιστοποιημένα προϊόντα (ψύκτης & εμφιαλωμένο νερό) σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα.	**Μικρής σημασίας**	**Μεγάλης σημασίας**	**Total**
Μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$4^{(*)}$	31	35

Μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$2^{(*)}$	8	10
Total	6	39	45

Πιθανότητα 0,00003% να είναι τυχαία η συσχέτιση, άρα υπάρχει.

Πιστοποιημένα προϊόντα (ψύκτης & εμφιαλωμένο νερό) σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα έχει μεγάλης σημασίας βαρύτητα σε όσους έχουν μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών.

5.3.17Ερώτηση 7IZ

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.50 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 7^{IZ}

Ερώτηση 7IZ: Η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη.	**Μικρής σημασίας**	**Μεγάλης σημασίας**	**Total**
Μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$1^{(*)}$	34	35
Μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$0^{(*)}$	10	10
Total	1	44	45

Πιθανότητα 0,00000001% να είναι τυχαία η συσχέτιση, άρα υπάρχει.

Η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη παρουσιάζει μεγάλη βαρύτητας σημασία σε όσους έχουν μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών.

5.3.18Ερώτηση 8^{A}

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.51 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 8^{A}

Ερώτηση 8Α: Το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία μου	**Διαφωνώ**	**Συμφωνώ**	**Total**
Μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$1^{(*)}$	34	35
Μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	$0^{(*)}$	10	10
Total	1	44	45

Πιθανότητα 0,00000001% να είναι τυχαία η συσχέτιση, άρα υπάρχει.

Μεγάλη βαρύτητας σημασία έχει η πρόταση πως το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία σε όσους έχουν μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών.

5.3.19Ερώτηση 8Β

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.52 Έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 για την ερώτησης 8^{B}

Ερώτηση 8Β: Η ποιότητα του Φ.Μ.Ν. Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά;	**Διαφωνώ**	**Συμφωνώ**	**Total**
Μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	31	$4^{(*)}$	35
Μεγάλη εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών	8	$2^{(*)}$	10
Total	39	6	45

Πιθανότητα 0,000168% να είναι τυχαία η συσχέτιση, άρα υπάρχει.

Έντονα διαφωνούν με την πρόταση πως η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού νερού Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά όσοι έχουν μικρή εξοικείωση σχετικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών.

(*) Επειδή κάποια κελιά περιέχουν λιγότερες από 5 παρατηρήσεις τα αποτελέσματα πρέπει να ερμηνεύονται με προσοχή.

Σε όλες τις υπόλοιπες ερωτήσεις δεν εντοπίστηκε καμία σημαντική σχέση.

5.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ – ΙΔΙΩΤΕΣ

Στην παρακάτω ενότητα παρουσιάζονται και αναλύονται τα δεδομένα συγκεντρωμένα από το δείγμα ιδιώτες. Η μέθοδος που χρησιμοποιείται η ανάλυση συχνοτήτων.

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

5.4.1Ερώτηση 1

1)Διαθέτετε στο χώρο σας κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα; (δεκτές περισσότερες από μία απαντήσεις):	
Α)Ψύκτη Εμφιαλωμένου Νερού	
Β)Ψύκτη Νερού Δικτύου με Φίλτρα	
Γ)Οικιακό Φίλτρο Νερού	
Δ) Κανένα από τα παραπάνω	

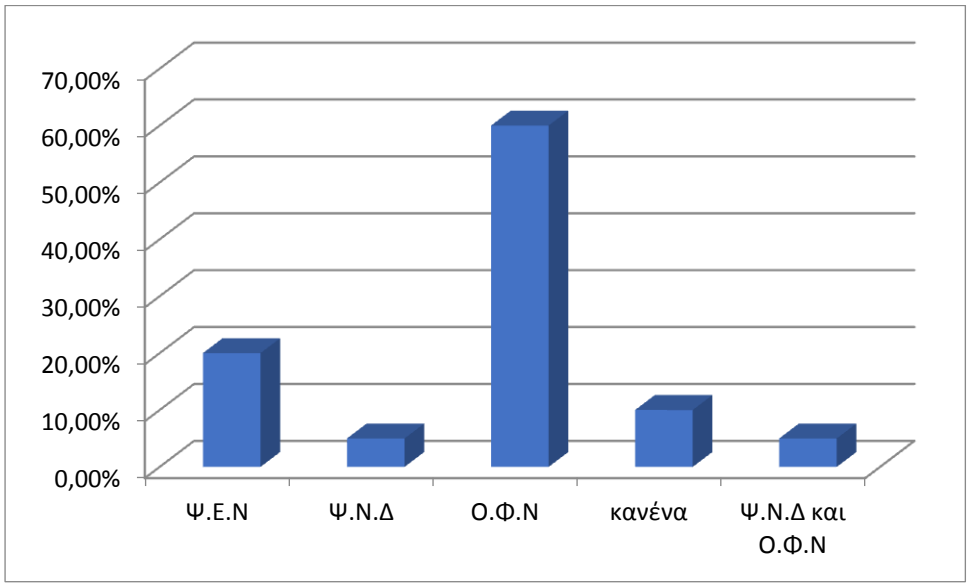
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.53 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 1

Διαθέτετε στο χώρο σας κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα;	**Frequency**	**Percent**
Ψύκτη εμφιαλωμένου νερού (Ψ.Ε.Ν)	4	20,0
Ψύκτη νερού δικτύου με φίλτρα (Ψ.Ν.Δ.)	1	5,0
Οικιακό Φίλτρο Νερού (Ο.Φ.Ν.)	12	60,0
Κανένα από τα παραπάνω	2	10,0
Ψύκτη νερού δικτύου με φίλτρα (Ψ.Ν.Δ.) και Οικιακό Φίλτρο Νερού (Ο.Φ.Ν.)	1	5,0
Total	20	100

Τα στοιχεία παρουσιάζονται παρακάτω με τη μορφή ραβδογράμματος. Συνολικά απάντησαν 20 άτομα από τα οποία, τα 12 διαθέτουν οικιακό φίλτρο νερού και 4 άτομα ψύκτη εμφιαλωμένου νερού. Επιπλέον, ένα άτομο διαθέτει οικιακό φίλτρο νερού ενώ δύο άτομα δεν διαθέτουν κανένα από τα προηγούμενα προϊόντα.

Επίσης, παρατηρήθηκε, πως 1 άτομο έδωσε διπλή απάντηση πως διαθέτει δηλαδή περισσότερα από ένα προϊόντα. Συγκεκριμένα 1 άτομο διαθέτει Ψύκτη νερού Δικτύου με φίλτρα αλλά και οικιακό φίλτρο νερού.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.43 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 1



5.4.2Ερώτηση 2

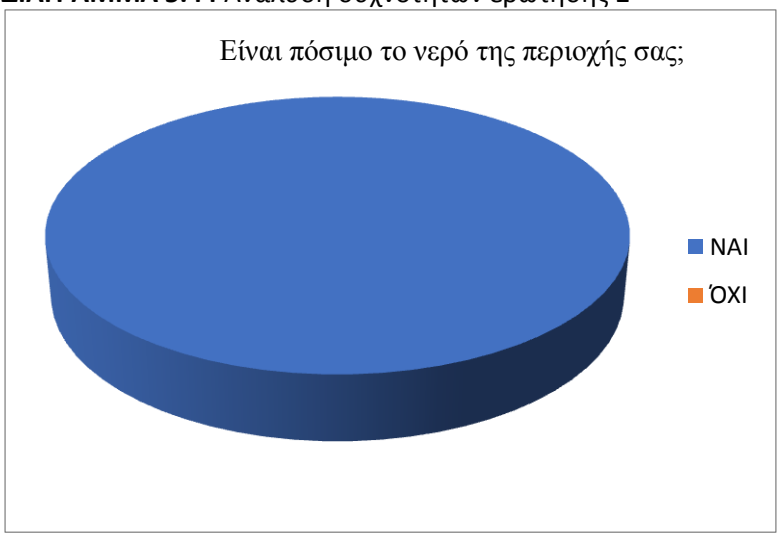
2)Είναι πόσιμο το νερό στην περιοχή σας;	
A) NAI	
B) OXI	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.54 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτηση 2

Είναι πόσιμο το νερό της περιοχής σας;	**Frequency**	**Percent**
NAI	20	100,0
OXI	0	0
Total	20	100

Στην 2η ερώτηση : εάν είναι πόσιμο το νερό της περιοχής σας, λάβαμε 20 απαντήσεις. Από τις οποίες και οι 20 δηλ. το 100% απάντησαν πως ναι, είναι πόσιμο το νερό στην περιοχή τους.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.44 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 2



5.4.3Ερώτηση 3

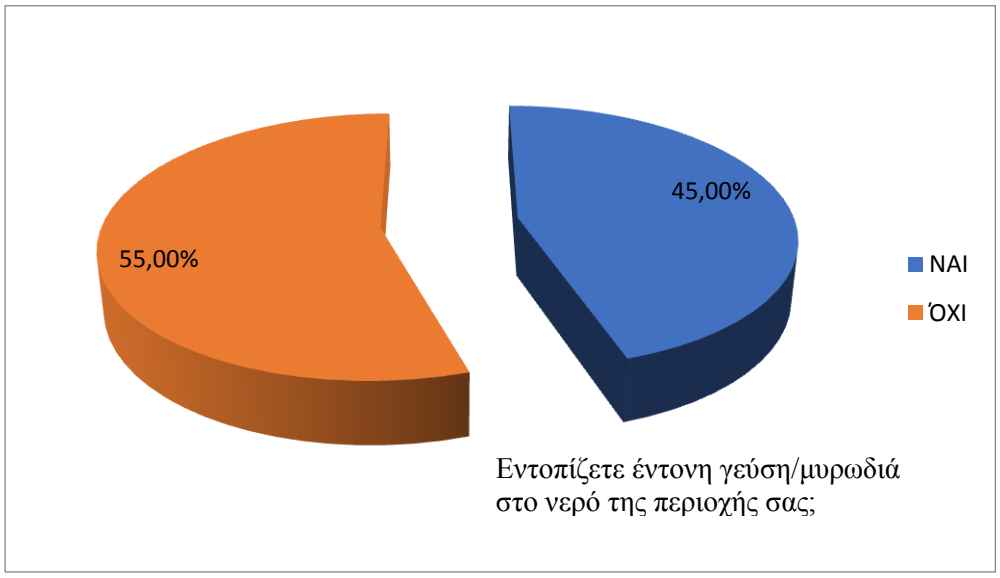
3)Εντοπίζετε έντονη γεύση/μυρωδιά χλωρίου στο νερό της περιοχής σας;	
A) NAI	
B) OXI	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.55 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 3

Εντοπίζετε έντονη γεύση/μυρωδιά στο νερό της περιοχής σας;	**Frequency**	**Percent**
NAI	9	45,0
OXI	11	55,0
Total	20	100

Στην 3η ερώτηση : εάν εντοπίζετε έντονη γεύση/μυρωδιά χλωρίου στο νερό οι 9 απάντησαν πως ναι εντοπίζουν γεύση/ μυρωδιά χλωρίου στο νερό δηλ. το 45% ενώ, οι 11 δηλ. το 55% απάντησαν πως όχι δεν εντοπίζουν. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο παραπάνω πίνακα 5.78 αλλά και παρακάτω στο διάγραμμα 5.45.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.45 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 3



5.4.4Ερώτηση 4

4)Είχατε αγοράσει στο παρελθόν είτε πρόσφατα κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα;	
Α) Φίλτρο ενεργού άνθρακα	
Β) Φίλτρο αντίστροφης όσμωσης	
Γ) Κανένα από τα παραπάνω	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.56 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 4

Είχατε αγοράσει στο παρελθόν είτε πρόσφατα κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα;	**Frequency**	**Percent**
Φίλτρο ενεργού άνθρακα	4	20,0
Φίλτρο αντίστροφης ώσμωσης	0	0
Κανένα από τα παραπάνω	16	80,0
Total	20	100

Στην 4η ερώτηση : εάν έχουν αγοράσει στο παρελθόν είτε πρόσφατα κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα: φίλτρο ενεργού άνθρακα ή φίλτρο αντίστροφης όσμωσης είτε δεν αγόρασαν κανένα προϊόν ελήφθησαν οι απαντήσεις που φαίνονται στον πίνακα 5.79.

Το 20,0% δηλ. 4 από τους 20 απάντησαν πως έχουν αγοράσει φίλτρο ενεργού άνθρακα, κανένας δεν απάντησε πως έχει αγοράσει φίλτρο αντίστροφης ώσμωσης και

το υπόλοιπο 80,0% δηλ. 16 άτομα απάντησαν πως δεν έχουν αγοράσει κανένα από τα προηγούμενα προϊόντα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.46 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 4

5.4.5Ερώτηση 5i

5i)Καταναλώνετε κάποιο εμφιαλωμένο νερό;	
A) NAI	
B) OXI	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.57 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5i

Καταναλώνετε κάποιο εμφιαλωμένο νερό;	**Frequency**	**Percent**
NAI	15	75,0
OXI	5	25,0
Total	20	100

Στην 5i ερώτηση : εάν καταναλώνουν κάποιο εμφιαλωμένο νερό το 75,0% δηλ. 15 στους 20 απάντησαν πως ναι καταναλώνουν, ενώ το υπόλοιπο 25,0% απάντησε πως όχι δεν καταναλώνει.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.47 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5i

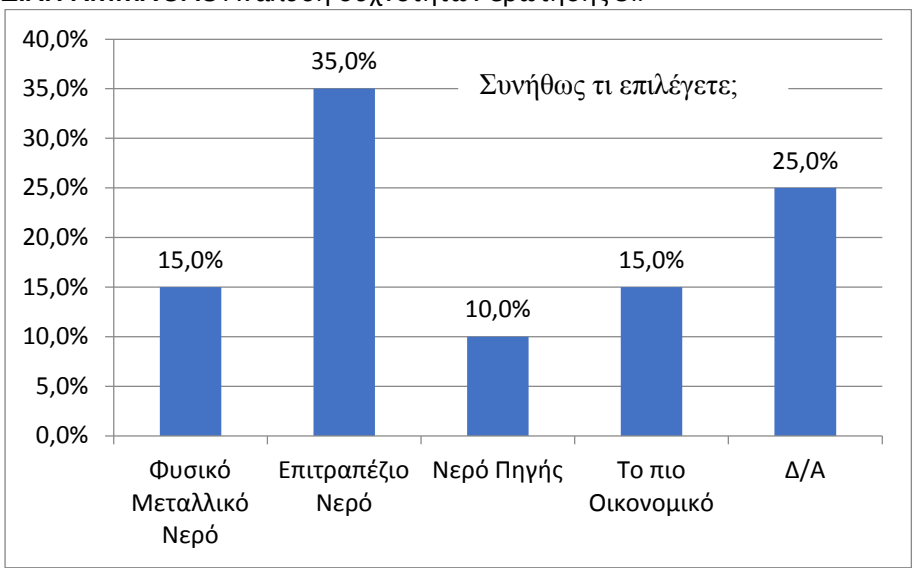
5.4.6Ερώτηση 5ii

5ii)Εάν **ναι**, συνήθως επιλέγετε:	
Α) Φυσικό μεταλλικό νερό	
Β) Επιτραπέζιο νερό	
Γ) Νερό πηγής	
Δ) Το πιο οικονομικό	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.58 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5i

Συνήθως τι επιλέγετε;	**Frequency**	**Percent**
Φυσικό Μεταλλικό Νερό	3	15,0
Επιτραπέζιο Νερό	7	35,0
Νερό Πηγής	2	10,0
Το πιο Οικονομικό	3	15,0
Δεν απαντώ	5	25,0
Total	20	100%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.48 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 5ii



Στην ερώτηση 5ii, οι 7 από τους 20 δηλ. το 35,0% απάντησε πως επιλέγουν επιτραπέζιο νερό ενώ το 15,0% δηλ. οι 3 στους 20 επιλέγουν φυσικό μεταλλικό νερό αλλά και το πιο οικονομικό εμφιαλωμένο νερό. Τέλος, μόνο το 10,0% επιλέγει νερό πηγής.

Επίσης, το 25,0% δηλ. οι 5 από τους 20 δεν απάντησαν την ερώτηση 5ii εφόσον και στην ερώτηση 5i είπαν πως δεν καταναλώνουν κάποιο εμφιαλωμένο νερό.

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

5.4.7Ερώτηση 6

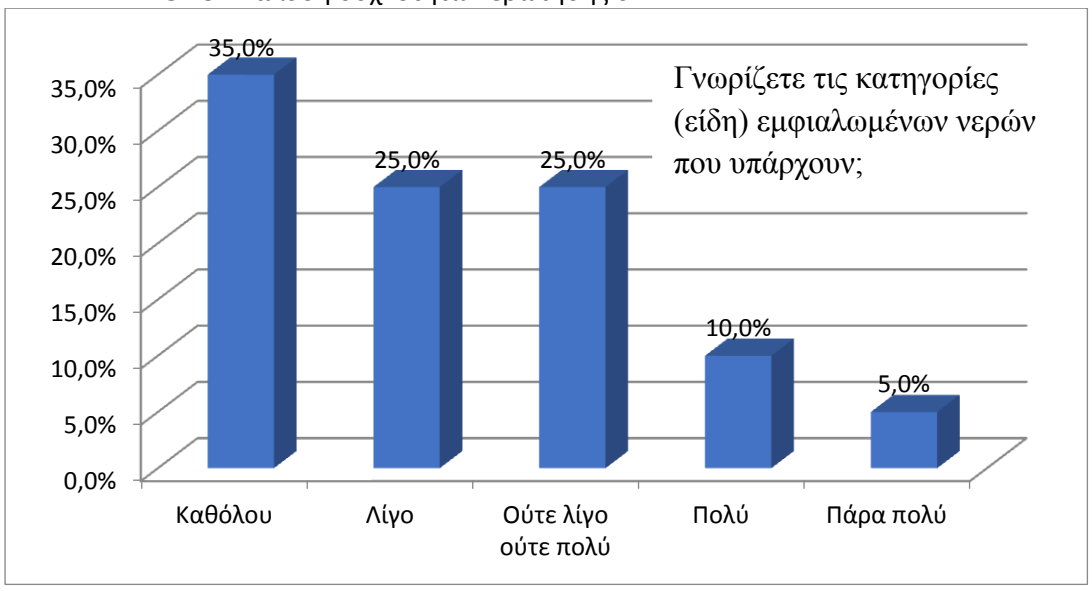
6)Πόσο ενημερωμένος/η πιστεύετε πως είστε σχετικά με τις κατηγορίες (είδη) εμφιαλωμένων νερών που υπάρχουν;	
Α) ΚΑΘΟΛΟΥ	
Β) ΛΙΓΟ	
Γ) ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ	
Δ) ΠΟΛΥ	
Ε) ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	

Στην ερώτηση 6 ερωτήθηκαν πόσο ενημερωμένοι πιστεύουν πως είναι σχετικά με τις κατηγορίες (είδη) εμφιαλωμένων νερών που υπάρχουν. Απάντησαν «καθόλου» το 35,0%, δηλ. 7 από τους 20. Το 25,0% δηλ. 5 από τους 20 απάντησαν «λίγο» και «ούτε λίγο ούτε πολύ». Ενώ το 10,0% δηλ. 2 από τους 20 απάντησαν «πολύ» και μόνο το 5,0% δηλ. 1 από τους 20 απάντησαν «πάρα πολύ».

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.59 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 6

	Frequency	**Percent**
Καθόλου	7	35,0
Λίγο	5	25,0
Ούτε λίγο ούτε πολύ	5	25,0
Πολύ	2	10,0
Πάρα πολύ	1	5,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.49 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 6



5.4.8Ερώτηση 7^{A}

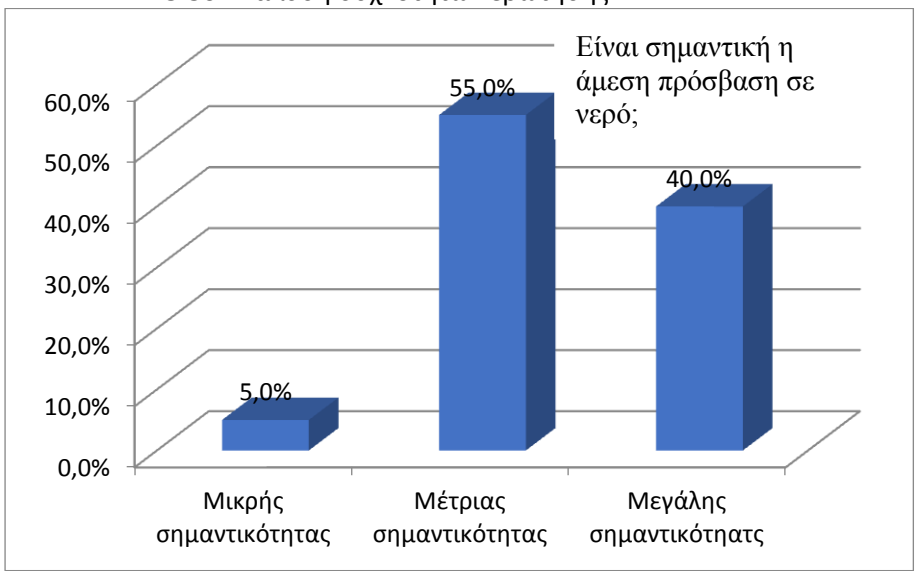
Την 7η ερώτηση τη χωρίσαμε σε 17 υποερωτήσεις με σκοπό να μάθουμε πόσο σημαντικά είναι τα παρακάτω κριτήρια για την επιλογή ύπαρξης ψύκτη στο χώρο τους. Οι απαντήσεις 1 & 2 χαρακτηρίστηκαν ως μικρής σημαντικότητας, οι απαντήσεις 3 ως μέτριας σημαντικότητας και οι απαντήσεις 4 & 5 ως μεγάλης σημαντικότητας.

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Α) Άμεση πρόσβαση σε νερό.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.60 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{A}

Είναι σημαντική η άμεση πρόσβαση σε νερό;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	1	5,0
Μέτριας σημαντικότητας	11	55,0
Μεγάλης σημαντικότητας	8	40,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.50 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{A}



Η άμεση πρόσβαση σε νερό αξιολογήθηκε από το 55,0% ως μέτριας σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 40,0% το αξιολόγησε ως μεγάλης σημαντικότητας ενώ το 5,0% ως μικρής σημαντικότητας.

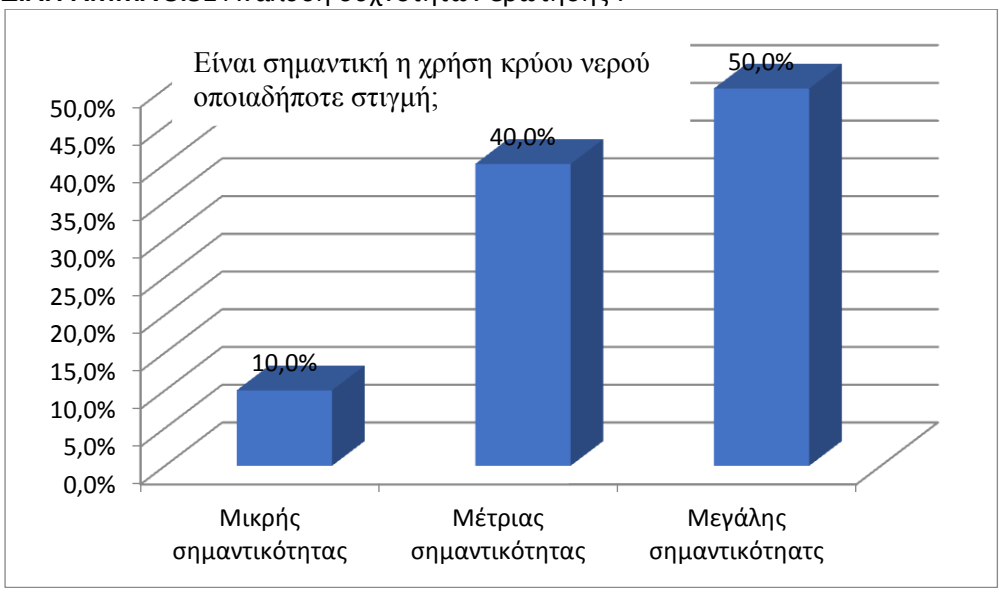
5.4.9Ερώτηση 7^{B}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Β) Χρήση κρύου νερού οποιαδήποτε στιγμή.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.61 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{B}

Είναι σημαντική η χρήση κρύου νερού οποιαδήποτε στιγμή;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	2	10,0
Μέτριας σημαντικότητας	8	40,0
Μεγάλης σημαντικότητας	10	50,0
Total	45	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.51 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{B}



Η χρήση κρύου νερού οποιαδήποτε στιγμή αξιολογήθηκε από το 50,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 40,0% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ το 10,0% ως μικρής σημαντικότητας.

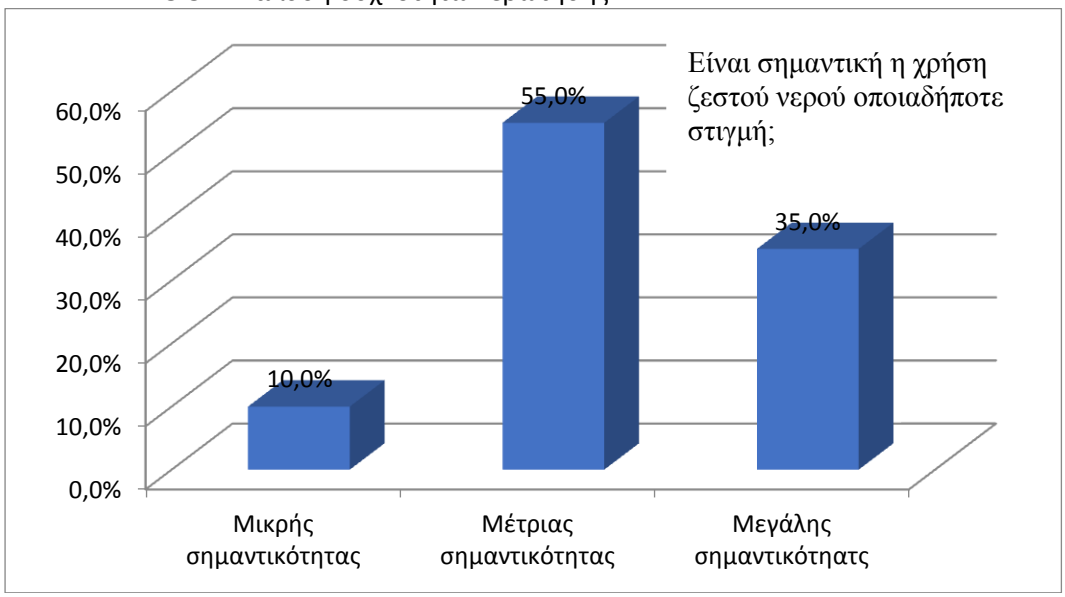
5.4.10Ερώτηση 7Γ

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Γ) Χρήση ζεστού νερού οποιαδήποτε στιγμή.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.62 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Γ

Είναι σημαντική η χρήση ζεστού νερού οποιαδήποτε στιγμή;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	2	10,0
Μέτριας σημαντικότητας	11	55,0
Μεγάλης σημαντικότητας	7	35,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.52 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Γ



Η χρήση ζεστού νερού οποιαδήποτε στιγμή αξιολογήθηκε από το 55,0% ως μέτριας σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 35,0% το αξιολόγησε ως μεγάλης σημαντικότητας ενώ το 10,0% ως μικρής σημαντικότητας.

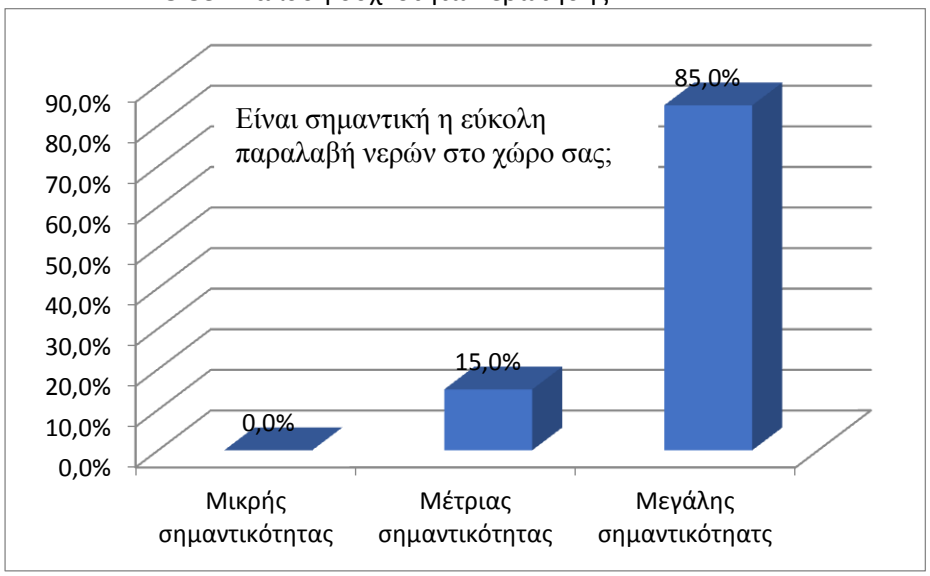
5.4.11Ερώτηση 7^{Δ}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Δ) Εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.63 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{Δ}

Είναι σημαντική η εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο σας;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	3	15,0
Μεγάλης σημαντικότητας	17	85,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.53 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{Δ}



Η εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο σας αξιολογήθηκε από το 85,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 15,0% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ κανείς δεν απάντησε πως είναι μικρής σημαντικότητας.

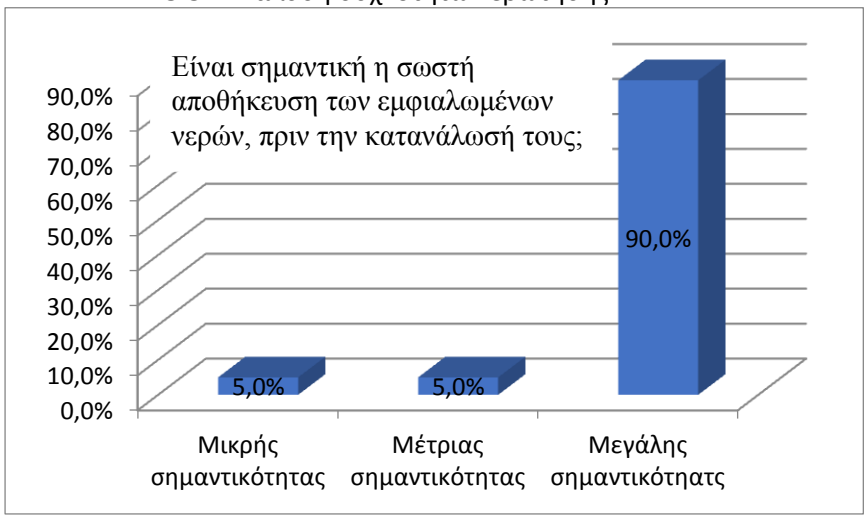
5.4.12Ερώτηση 7^{E}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Ε) Η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, πριν την κατανάλωσή τους.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.64 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{E}

Είναι σημαντική η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, πριν την κατανάλωσή τους;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	1	5,0
Μέτριας σημαντικότητας	1	5,0
Μεγάλης σημαντικότητας	18	90,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.54 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{E}



Η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών πριν την κατανάλωσή τους αξιολογήθηκε από το 90,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 5,0% το αξιολόγησε ως μέτριας και ως μικρής σημαντικότητας.

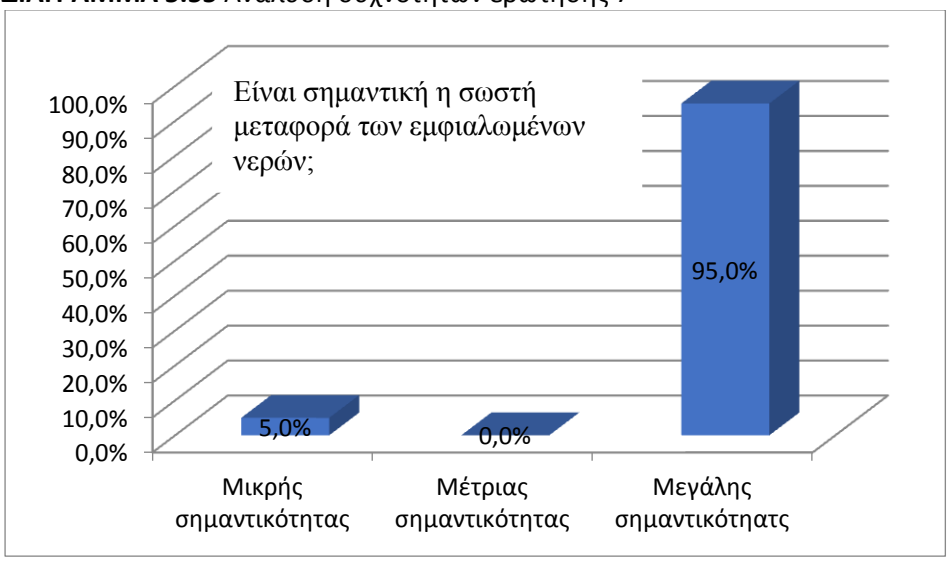
5.4.13Ερώτηση $7^{ΣΤ}$

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΣΤ) Η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.65 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΣΤ}$

Είναι σημαντική η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	1	5,0
Μέτριας σημαντικότητας	0	0
Μεγάλης σημαντικότητας	19	95,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.55 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $7^{ΣΤ}$



Η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών στο χώρο σας αξιολογήθηκε από το 95,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Ενώ το 5,0% το αξιολόγησε ως μικρής σημαντικότητας.

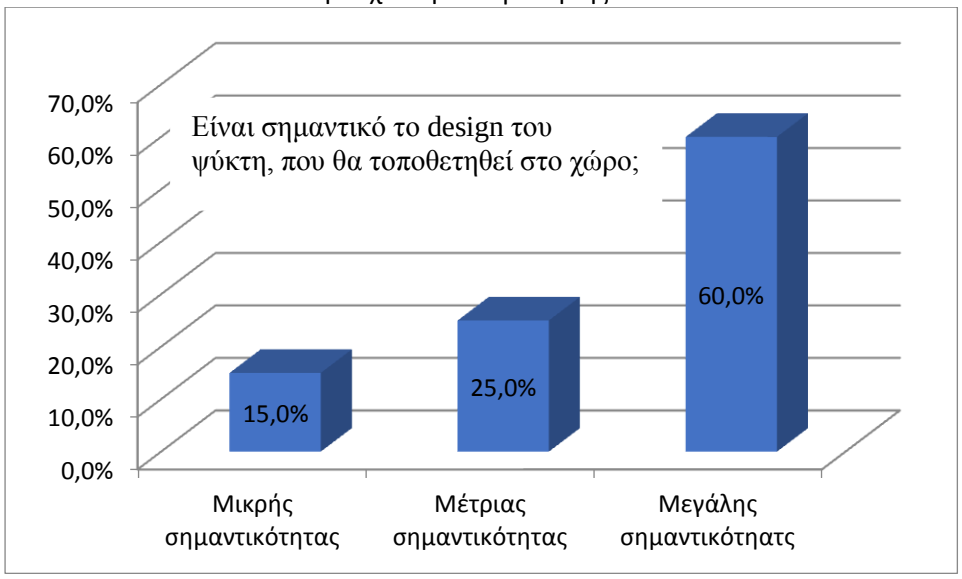
5.4.14Ερώτηση 7^{Z}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Z) Το design του ψύκτη, που θα τοποθετήσω στο χώρο μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.66 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{Z}

Είναι σημαντικό το design του ψύκτη που θα τοποθετηθεί στο χώρο μου;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	3	15,0
Μέτριας σημαντικότητας	5	25,0
Μεγάλης σημαντικότητας	12	60,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.56 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{Z}



Το design του ψύκτη, που θα τοποθετηθεί στο χώρο σας αξιολογήθηκε από το 60,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 25,0% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ μόνο το 15,0% ως μικρής σημαντικότητας.

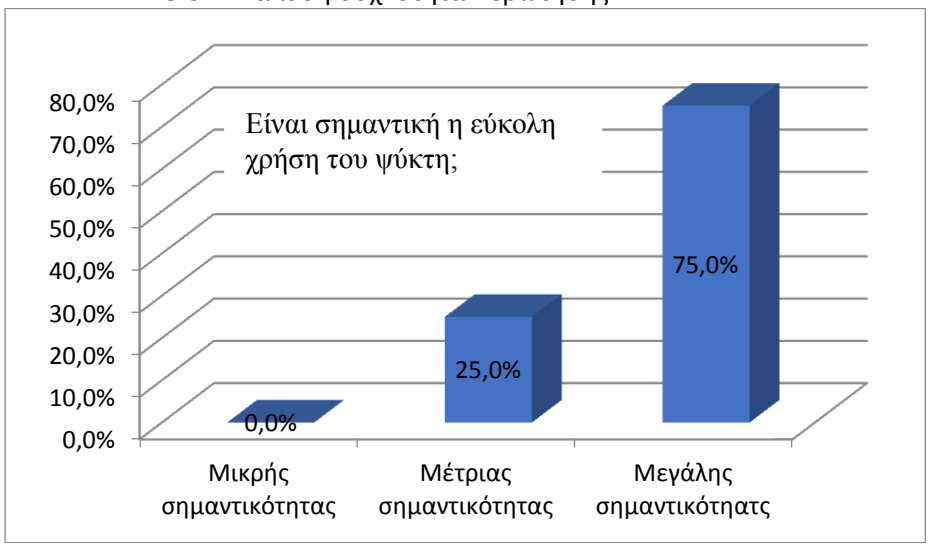
5.4.15Ερώτηση 7Η

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Η) Η εύκολη χρήση του ψύκτη.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.67 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Η

Είναι σημαντική η εύκολη χρήση του ψύκτη;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	5	25,0
Μεγάλης σημαντικότητας	15	75,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.57 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Η



Η εύκολη χρήση του ψύκτη αξιολογήθηκε από το 75,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 25,0% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας ενώ κανείς δεν απάντησε πως το κρίνει ως μικρής σημαντικότητας.

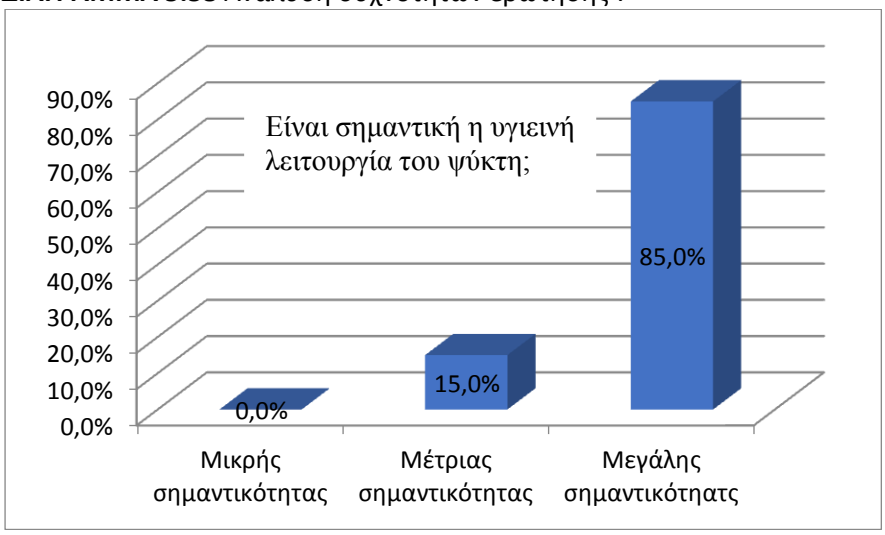
5.4.16Ερώτηση 7Θ

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Θ) Η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη (δηλ. ότι συντηρείται υγειονομικά κάθε 4 μήνες), ώστε να παρέχει καθαρό νερό.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.68 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Θ

Είναι σημαντική η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	3	15,0
Μεγάλης σημαντικότητας	17	85,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.58 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7Θ



Η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη αξιολογήθηκε από το 85,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 15,0% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν απάντησε πως είναι μικρής σημαντικότητας.

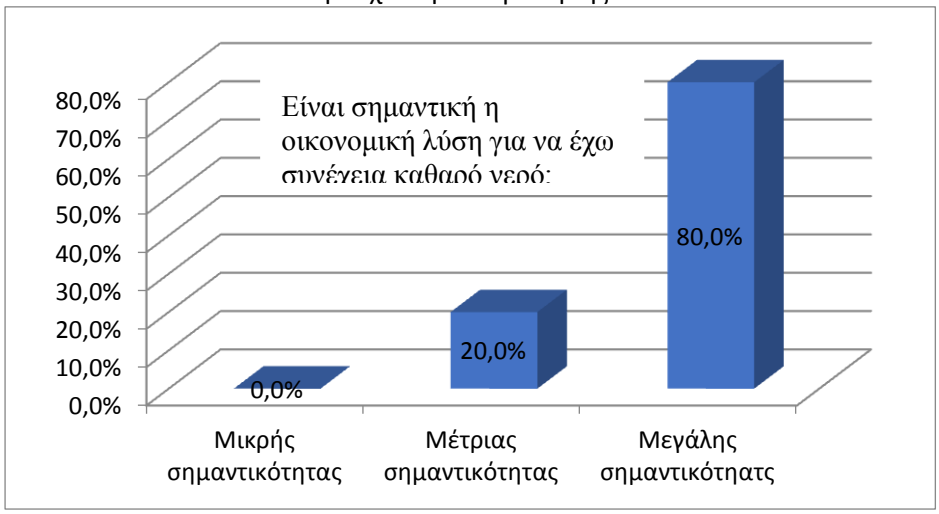
5.4.17Ερώτηση 7[I]

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
I) Η οικονομική λύση για να έχω συνέχεια καθαρό νερό.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.69 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7[I]

Είναι σημαντική η οικονομική λύση για να έχω συνέχεια καθαρό νερό;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	4	20,0
Μεγάλης σημαντικότητας	16	80,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.59 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7[I]



Η οικονομική λύση για να έχω συνέχεια καθαρό νερό αξιολογήθηκε από το 80,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 20,0% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν απάντησε πως είναι μικρής σημαντικότητας.

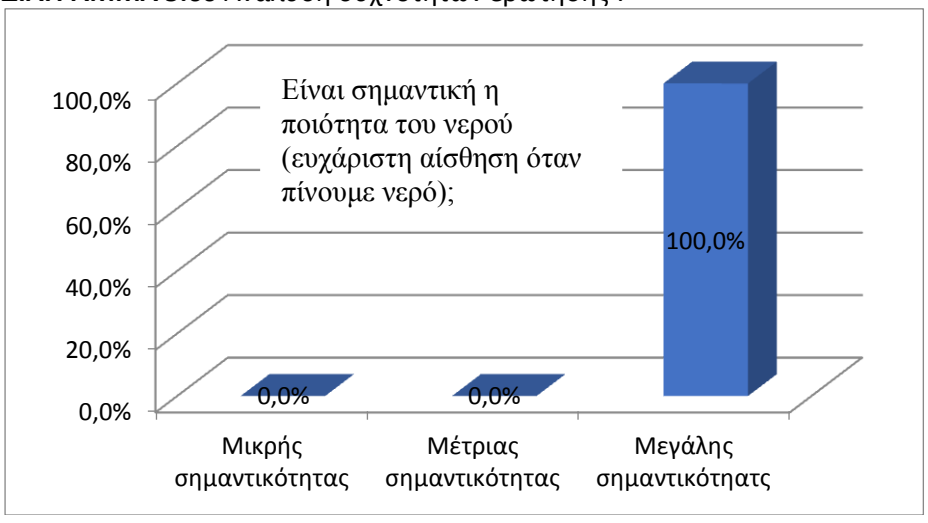
5.4.18Ερώτηση 7^{IA}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΙΑ) Η ποιότητα του νερού (ευχάριστη αίσθηση όταν πίνουμε νερό).					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.70 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IA}

Είναι σημαντική η ποιότητα του νερού (ευχάριστη αίσθηση όταν πίνουμε νερό);	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	0	0
Μεγάλης σημαντικότητας	20	100,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.60 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IA}



Η ποιότητα του νερού δηλαδή η ευχάριστη γεύση όταν πίνουμε νερό αξιολογήθηκε από όλους ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο.

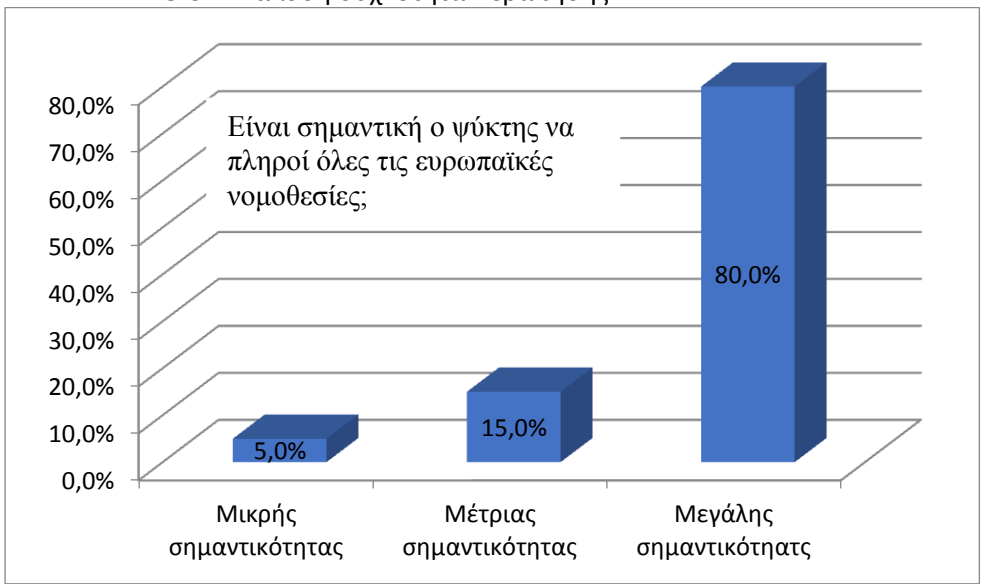
5.4.19Ερώτηση 7^{IB}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
IB) Ο ψύκτης πληροί όλες τις ευρωπαϊκές νομοθεσίες.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.71 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IB}

Είναι σημαντικό ο ψύκτης να πληροί όλες τις ευρωπαϊκές νομοθεσίες;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	1	5,0
Μέτριας σημαντικότητας	3	15,0
Μεγάλης σημαντικότητας	16	80,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.61 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IB}



Ο ψύκτης να πληρεί όλες τις ευρωπαϊκές νομοθεσίες αξιολογήθηκε από το 80,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 15,0% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας και μόνο το 5,0% το αξιολόγησε ως μικρής σημαντικότητας.

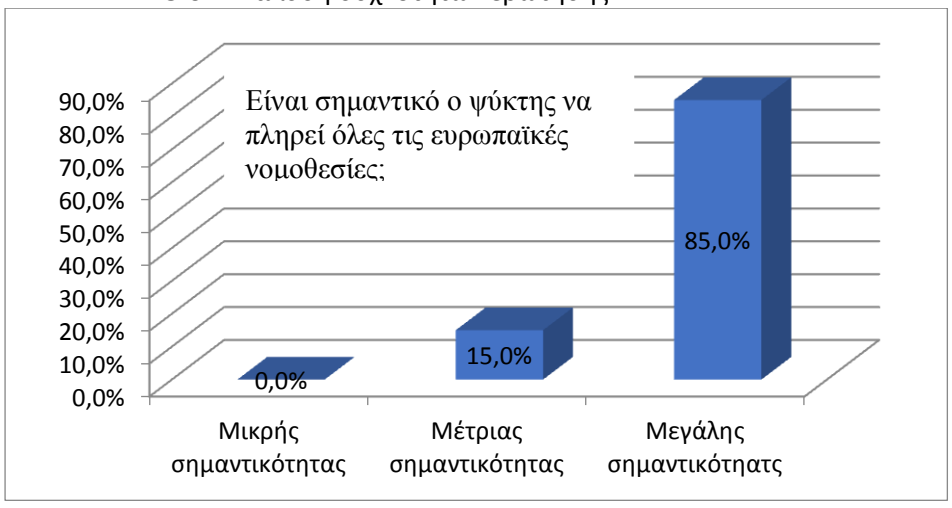
5.4.20Ερώτηση 7ΙΓ

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΙΓ) Πιστοποιημένα προϊόντα (ψύκτης & εμφιαλωμένο νερό) σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.72 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7ΙΓ

Είναι σημαντικό τα προϊόντα (ψύκτης & εμφιαλωμένο νερό) να είναι πιστοποιημένα σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	3	15,0
Μεγάλης σημαντικότητας	17	85,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.62 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7ΙΓ



Εάν τα προϊόντα (ψύκτης & εμφιαλωμένο νερό) είναι πιστοποιημένα σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα αξιολογήθηκε από το 85,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 15,0% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν απάντησε πως είναι μικρής σημαντικότητας.

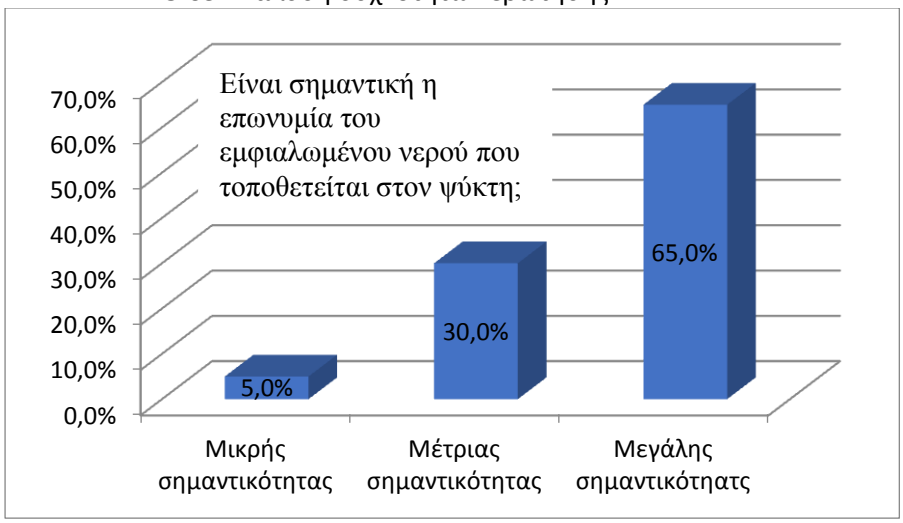
5.4.21Ερώτηση 7ΙΔ

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΙΔ) Η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στον ψύκτη.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.73 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7ΙΔ

Είναι σημαντική η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στον ψύκτη;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	1	5,0
Μέτριας σημαντικότητας	6	30,0
Μεγάλης σημαντικότητας	13	65,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.63 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7ΙΔ



Η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στον ψύκτη αξιολογήθηκε από το 65,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Το 30,0% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ το 5,0% ως μικρής σημαντικότητας κριτήριο.

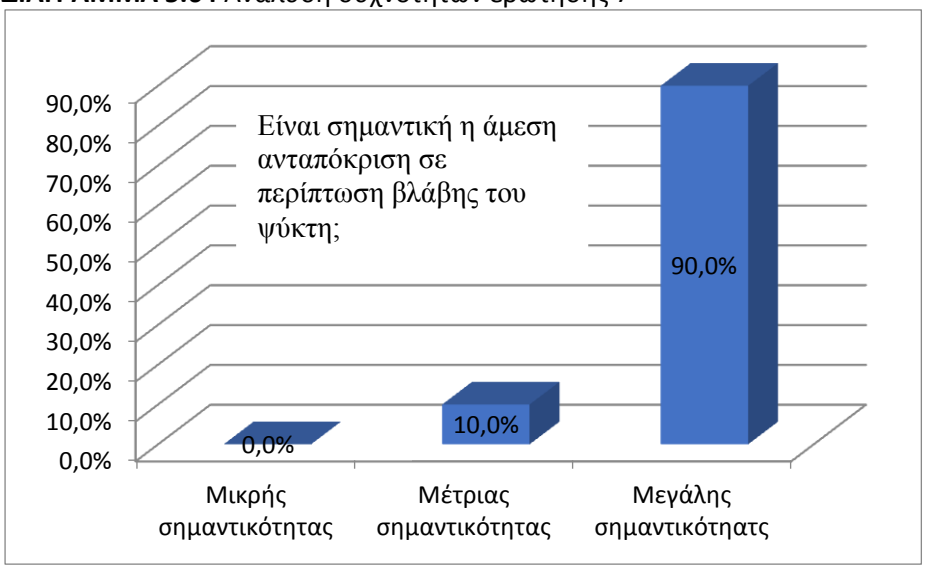
5.4.22Ερώτηση 7^{IE}

7) Παρακαλώ επιλέξτε **πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη** νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=καθόλου σημαντικό, **2**=λίγο σημαντικό, **3**=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, **4**=πολύ σημαντικό και **5**=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΙΕ) Η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.74 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IE}

Είναι σημαντική η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη;	**Frequency**	**Percent**
Μικρής σημαντικότητας	0	0
Μέτριας σημαντικότητας	2	10,0
Μεγάλης σημαντικότητας	18	90,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.64 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 7^{IE}



Η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη αξιολογήθηκε από το 90,0% ως μεγάλης σημαντικότητας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο τους. Μόλις το 10,0% το αξιολόγησε ως μέτριας σημαντικότητας. Ενώ κανένας δεν το αξιολόγησε ως μικρής σημαντικότητας κριτήριο.

5.4.23Ερώτηση 8^{A}

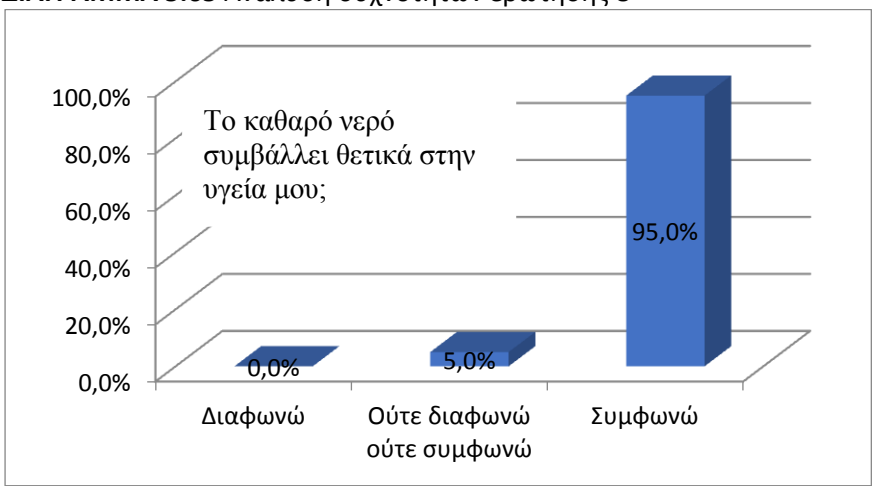
Την 8η ερώτηση τη χωρίσαμε σε 9 υποερωτήσεις με σκοπό να μάθουμε σε ποιο βαθμό συμφωνούν ή διαφωνούν στις ακόλουθες προτάσεις σχετικά με την ποιότητα του νερού. Οι απαντήσεις 1 & 2 χαρακτηρίστηκαν ως διαφωνώ, οι απαντήσεις 3 ως ουδέτερες ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ και οι απαντήσεις 4 & 5 ως συμφωνώ.

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Α) Το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.75 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{A}

Το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία μου;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	0	0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	1	5,0
Συμφωνώ	19	95,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.65 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{A}



Το 95,0% συμφωνεί πως το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία μας. Ενώ το 5,0% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με την παραπάνω πρόταση. Επίσης, δεν υπήρξε κανένας που να διαφωνεί.

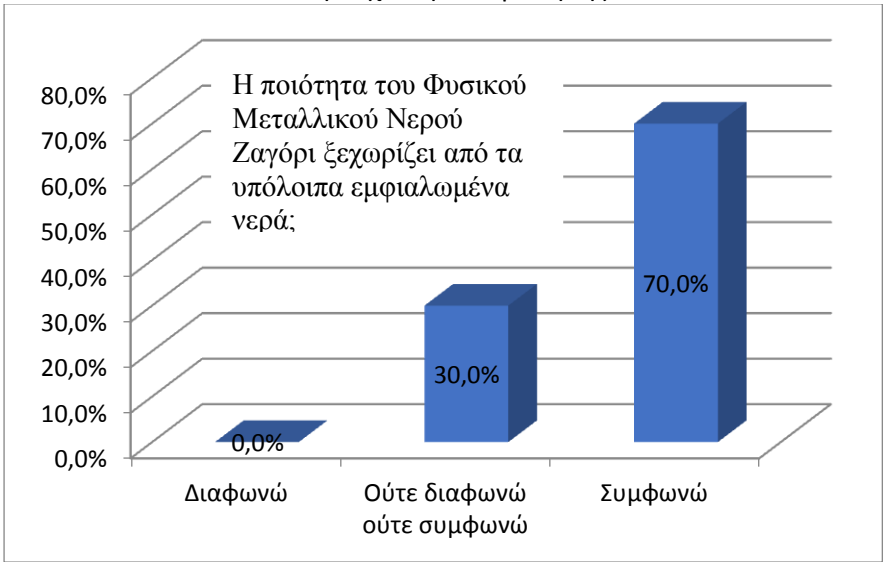
5.4.24Ερώτηση 8^{B}

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Β) Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.76 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{B}

Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	0	0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	6	30,0
Συμφωνώ	14	70,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.66 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Β}$



Το 70,0% συμφωνεί πως η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά. Ενώ το 30,0% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με την παραπάνω πρόταση.

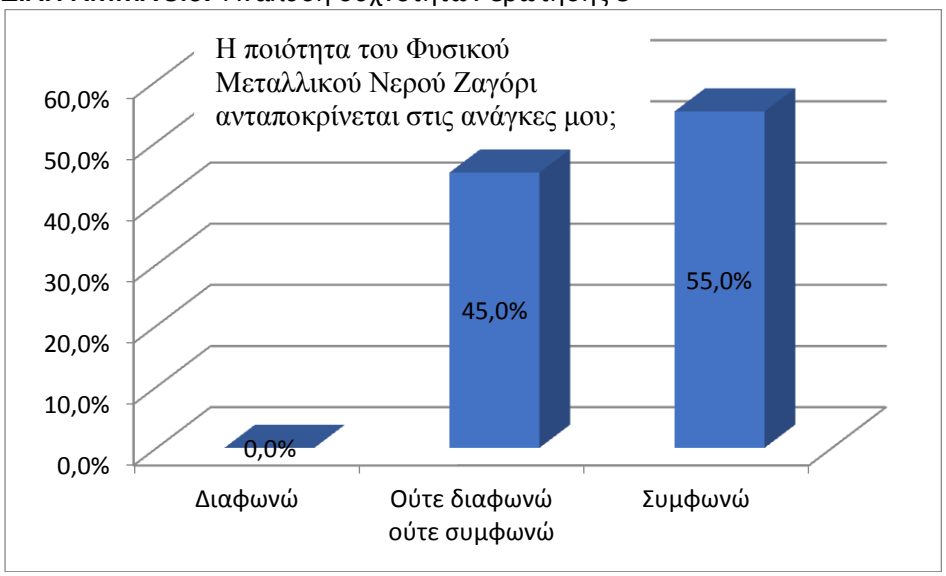
5.4.25Ερώτηση $8^{Γ}$

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Γ) Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στις ανάγκες μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.77 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Γ}$

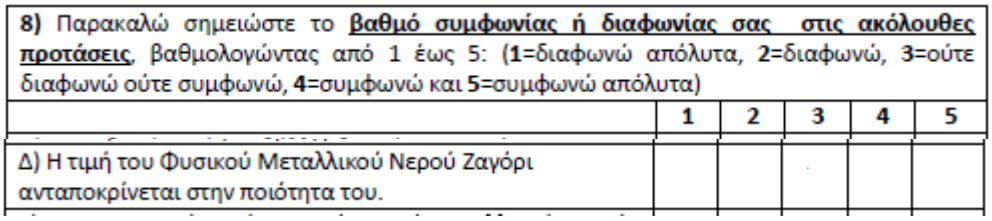
Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στις ανάγκες μου;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	0	0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	9	45,0
Συμφωνώ	11	55,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.67 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8[Γ]



Το 55,0% συμφωνεί πως η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στις ανάγκες του. Ενώ το 45,0% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με την παραπάνω πρόταση.

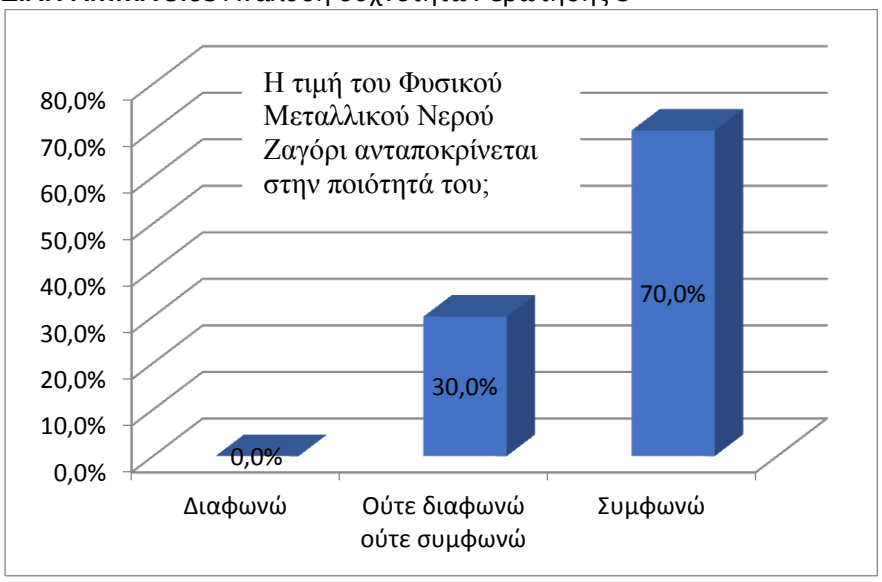
5.4.26Ερώτηση 8[Δ]



ΠΙΝΑΚΑΣ 5.78 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8[Δ]

Η τιμή του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στην ποιότητά του;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	0	0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	6	30,0
Συμφωνώ	14	70,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.68 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{Δ}$



Το 70,0% συμφωνεί πως η τιμή του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στην ποιότητά του. Ενώ το 30,0% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με την παραπάνω πρόταση.

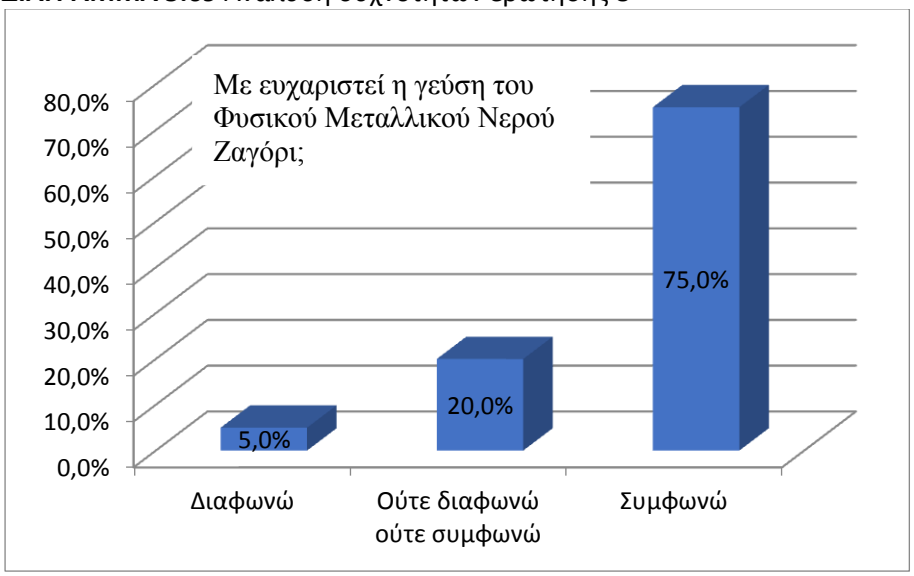
5.4.27Ερώτηση 8^{E}

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Ε) Με ευχαριστεί η γεύση του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.79 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{E}

Με ευχαριστεί η γεύση του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	1	5,0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	4	20,0
Συμφωνώ	15	75,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.69 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{E}



Το 75,0% συμφωνεί με την πρόταση πως τον ευχαριστεί η γεύση του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι και το 20,0% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με την πρόταση αυτή. Ενώ το 5,0% απάντησε πως διαφωνεί.

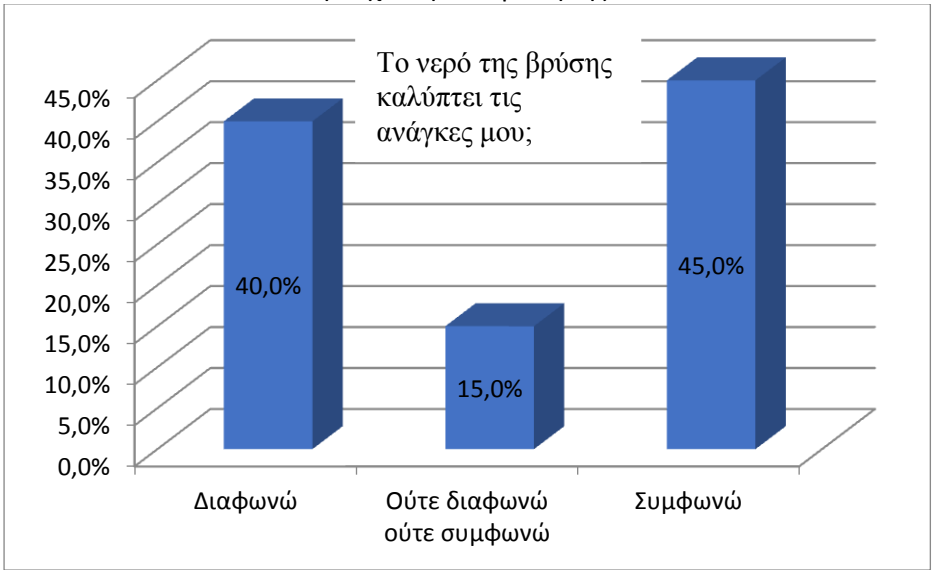
5.4.28Ερώτηση $8^{ΣΤ}$

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ΣΤ) Το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες μου.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.80 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{ΣΤ}$

Το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες μου;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	8	40,0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	3	15,0
Συμφωνώ	9	45,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.70 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης $8^{ΣΤ}$



Το 45,0% συμφωνεί πως το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες του και το 40,0% απάντησε πως διαφωνεί με την παραπάνω πρόταση. Ενώ το 15,0% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί.

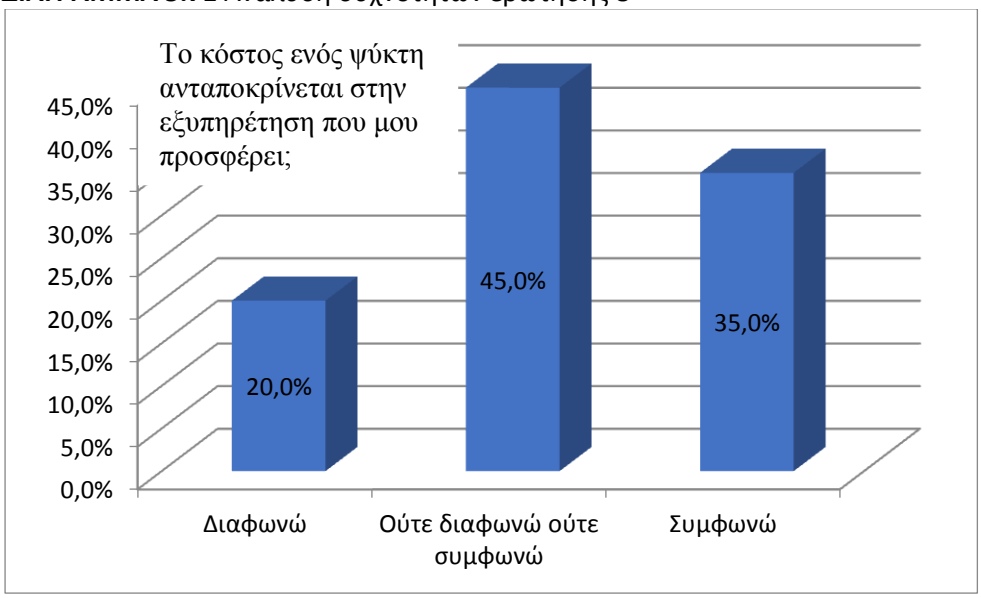
5.4.29Ερώτηση 8^{Z}

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Z) Το κόστος ενός ψύκτης ανταποκρίνεται στην εξυπηρέτηση που μου προσφέρει.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.81 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Z}

Το κόστος ενός ψύκτη ανταποκρίνεται στην εξυπηρέτηση που μου προσφέρει;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	4	20,0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	9	45,0
Συμφωνώ	7	35,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.71 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Z}



Το 45,0% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί πως το κόστος ενός ψύκτη ανταποκρίνεται στην εξυπηρέτηση που του προσφέρει, ενώ το 35,0% απάντησε πως συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση και το 20,0% απάντησε πως διαφωνεί.

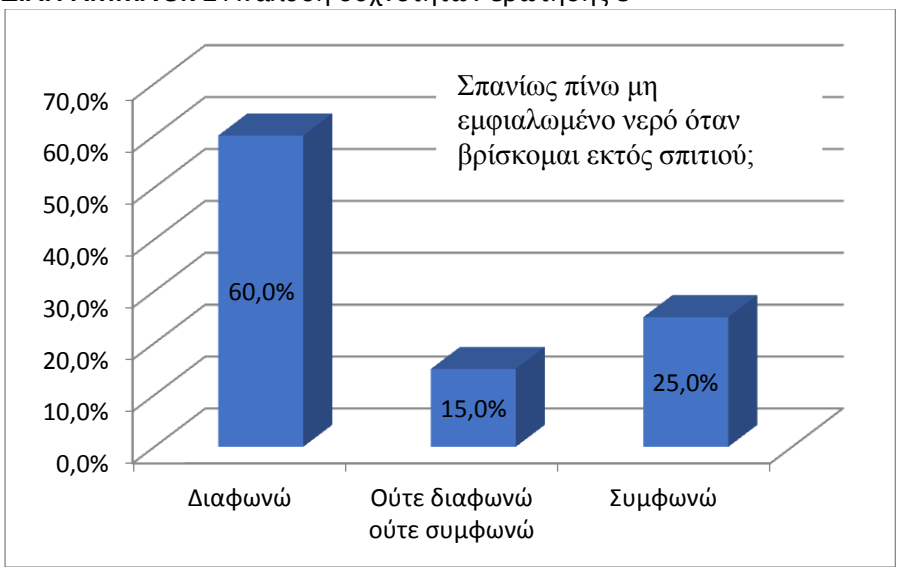
5.4.30Ερώτηση 8^{H}

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Η) Σπανίως πίνω μη εμφιαλωμένο νερό όταν βρίσκομαι εκτός σπιτιού.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.82 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{H}

Σπανίως πίνω μη εμφιαλωμένο νερό όταν βρίσκομαι εκτός σπιτιού;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	12	60,0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	3	15,0
Συμφωνώ	5	25,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.72 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Η}



Το 60,0% διαφωνεί πως σπανίως πίνει μη εμφιαλωμένο νερό όταν βρίσκεται εκτός σπιτιού. Το 25,0% απάντησε πως συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση και το 15,0% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί.

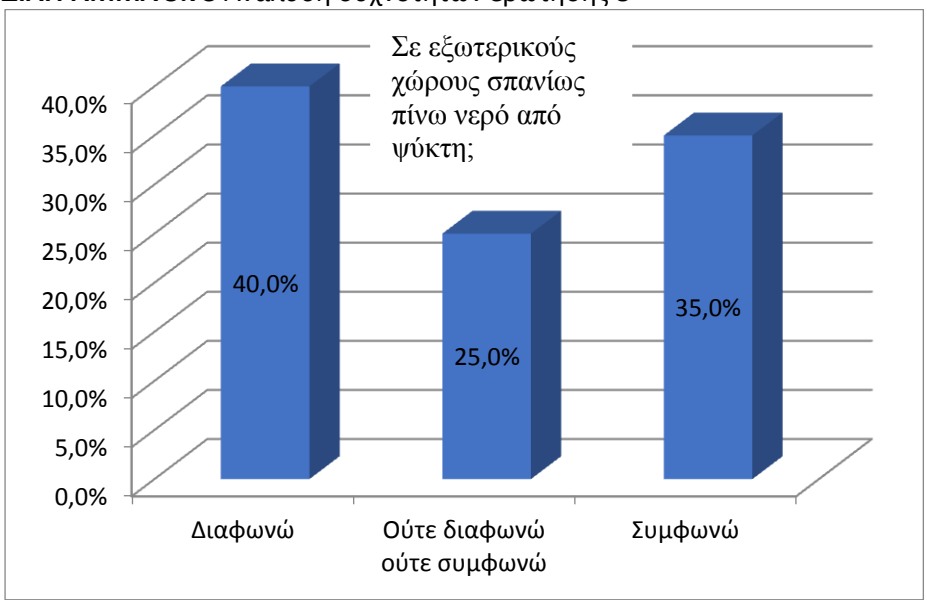
5.4.31Ερώτηση 8^{Θ}

8) Παρακαλώ σημειώστε το **βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις**, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (**1**=διαφωνώ απόλυτα, **2**=διαφωνώ, **3**=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, **4**=συμφωνώ και **5**=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Θ) Σε εξωτερικούς χώρους σπανίως πίνω νερό από ψύκτη.					

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.83 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8^{Θ}

Σε εξωτερικούς χώρους σπανίως πίνω νερό από ψύκτη;	**Frequency**	**Percent**
Διαφωνώ	8	40,0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	5	25,0
Συμφωνώ	7	35,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.73 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 8$^{\Theta}$



Το 40,0% απάντησε πως διαφωνεί πως σε εξωτερικούς χώρους σπανίως πίνει νερό από ψύκτη. Ενώ το 35,0% απάντησε συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση και το 25,0% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με αυτήν.

5.4.32Ερώτηση 9

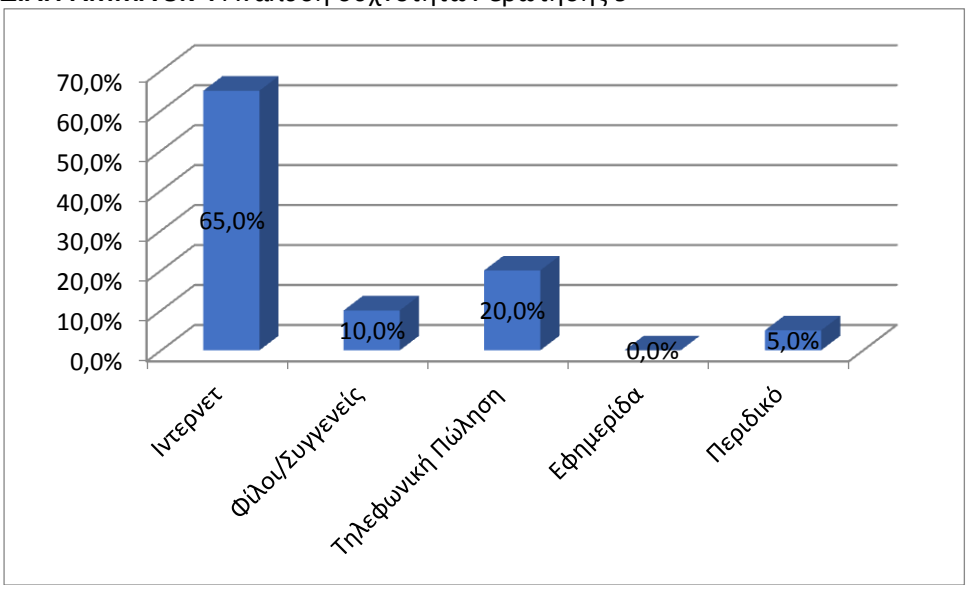
Στην 9η ερώτηση : από πού ενημερώνομαι σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες παροχής ψυκτών νερού είτε οικιακού φίλτρου, συλλέχθηκαν οι απαντήσεις και παρουσιάζονται στην εικόνα παρακάτω.

9)Ενημερώνομαι σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες παροχής ψυκτών νερού είτε οικιακού φίλτρου από:	
Α) Ιντερνέτ	
Β) Φίλους / συγγενείς	
Γ) Μέσω τηλεφωνικής πώλησης	
Δ) Εφημερίδα	
Ε) Περιοδικά	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.84 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 9

Ενημερώνομαι σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες παροχής ψυκτών νερού είτε οικιακό φίλτρο από:	**Frequency**	**Percent**
Ίντερνετ	13	65,0%
Φίλους/ συγγενείς	2	10,0%
Μέσω τηλεφωνικής πώλησης	4	20,0%
Εφημερίδα	0	0
Περιοδικά	1	5,0%
Total	20	100%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.74 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 9



5.4.33Ερώτηση 10

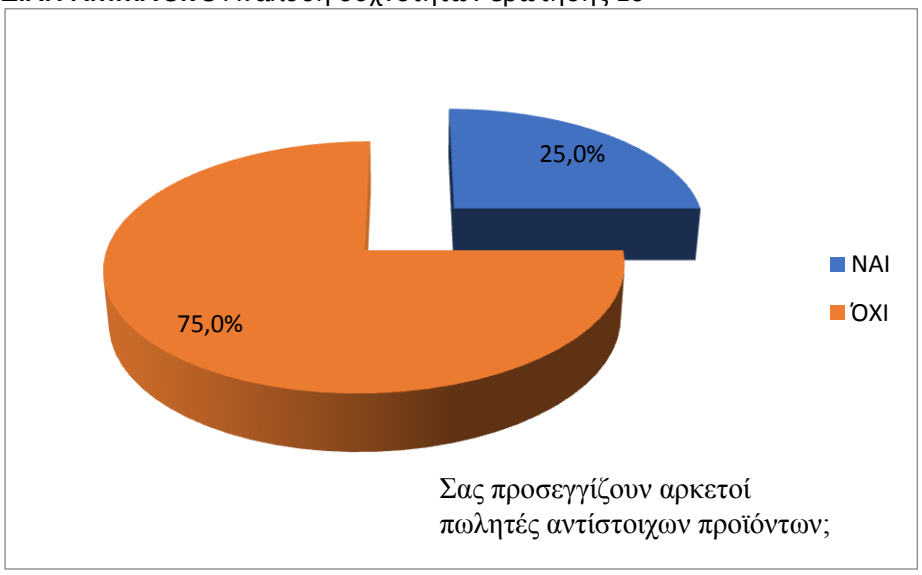
Στην 10η ερώτηση : ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν σας προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων.

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
10) Σας προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.85 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 10

Σας προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	5	25,0
ΟΧΙ	15	75,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.75 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 10



Συλλέχθηκαν οι εξής απαντήσεις: οι 15 από τους 20 (75,0%) απάντησαν πως ΟΧΙ δεν τους προσεγγίζουν πωλητές αντίστοιχων προϊόντων ενώ οι 5 από τους 20 (25,0%) απάντησαν ΝΑΙ τους προσεγγίζουν πωλητές αντίστοιχων προϊόντων.

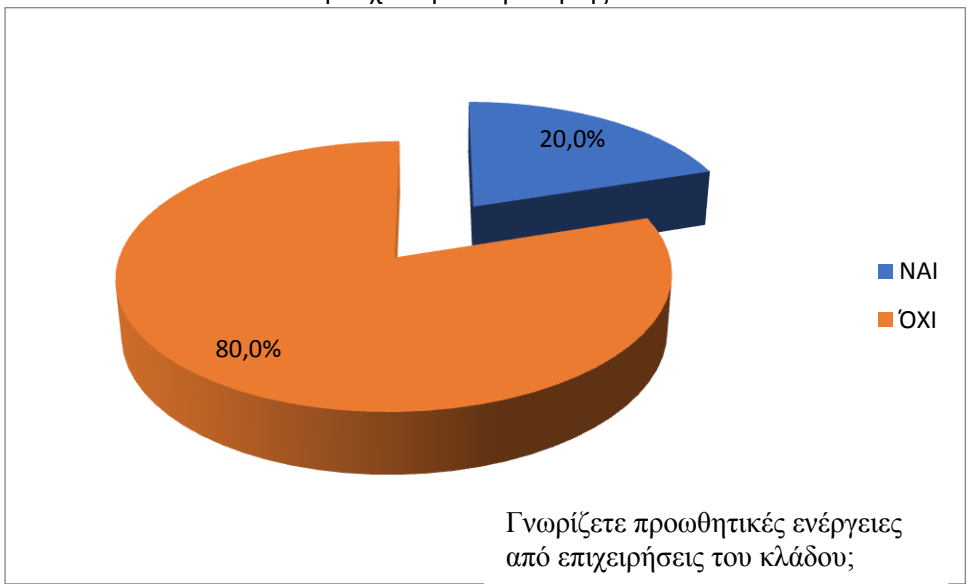
5.4.34Ερώτηση 11

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
11) Γνωρίζετε προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδου;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.86 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 11

Γνωρίζετε προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδου;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	4	20,0
ΟΧΙ	16	80,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.76 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 11



Οι 16 από τους 20 (80,0%) απάντησαν πως ΟΧΙ δεν γνωρίζουν προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδους και οι 4 από τους 20 (20,0%) απάντησαν πως ΝΑΙ γνωρίζουν προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδους.

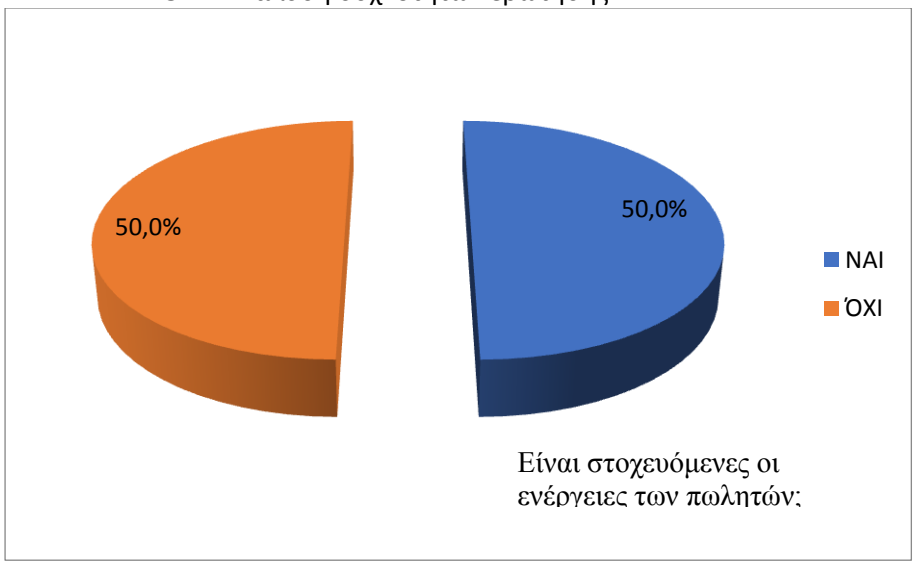
5.4.35Ερώτηση 12

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
12) Είναι στοχευμένες οι ενέργειες των πωλητών;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.87 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 12

Είναι στοχευόμενες οι ενέργειες των πωλητών;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	10	50,0
ΟΧΙ	10	50,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.77 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 12



Στην 12η ερώτηση : ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν είναι στοχευόμενες οι ενέργειες των πωλητών.

Εδώ οι απαντήσεις είναι 50,0% ΝΑΙ και 50,0% ΟΧΙ.

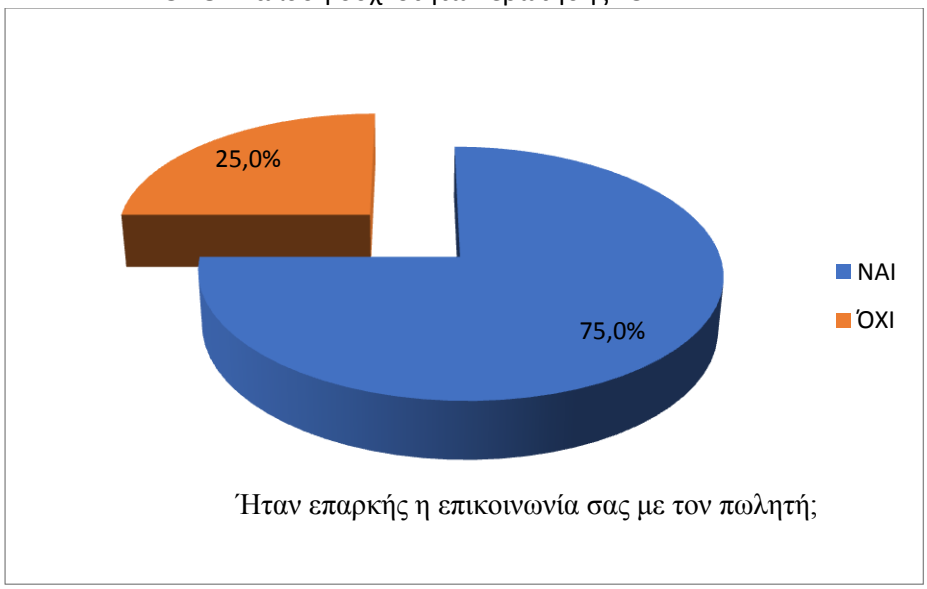
5.4.36Ερώτηση 13

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
13)Ήταν επαρκής η επικοινωνία σας με τον πωλητή;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.88 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 13

Ήταν επαρκής η επικοινωνία σας με τον πωλητή;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	15	75,0
ΟΧΙ	5	25,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.78 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 13



Στην 13η ερώτηση: ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν ήταν επαρκής η επικοινωνία σας με τον πωλητή.

Συλλέχθηκαν οι εξής απαντήσεις,: οι 15 από τους 20 (75,0%) απάντησαν ΝΑΙ ενώ μόλις 5 από τους 20 (25,0%) απάντησαν ΟΧΙ.

5.4.37Ερώτηση 14

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
14) Ήταν ευγενικός ο πωλητής;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.89 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 14

Ήταν ευγενικός ο πωλητής;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	17	85,0
ΟΧΙ	3	15,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.79 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 14

Στην 14η ερώτηση : ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν ήταν ευγενικός ο πωλητής.

Συλλέχθηκαν οι εξής απαντήσεις: οι 17 από τους 20 (85,0%) απάντησαν ΝΑΙ ενώ 3 από τους 20 (15,0%) απάντησαν ΟΧΙ.

5.4.38Ερώτηση 15

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
15) Σας στάλθηκε η προσφορά σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.90 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 15

Σας στάλθηκε η προσφορά σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	19	95,0
ΟΧΙ	1	5,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.80 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 15

Στην 15η ερώτηση : ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν σας στάλθηκε η προσφορά σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα.

Συλλέχθηκαν οι εξής απαντήσεις: οι 19 από τους 20 (95,0%) απάντησαν ΝΑΙ και 1 από τους 20 (5,0%) απάντησε ΟΧΙ.

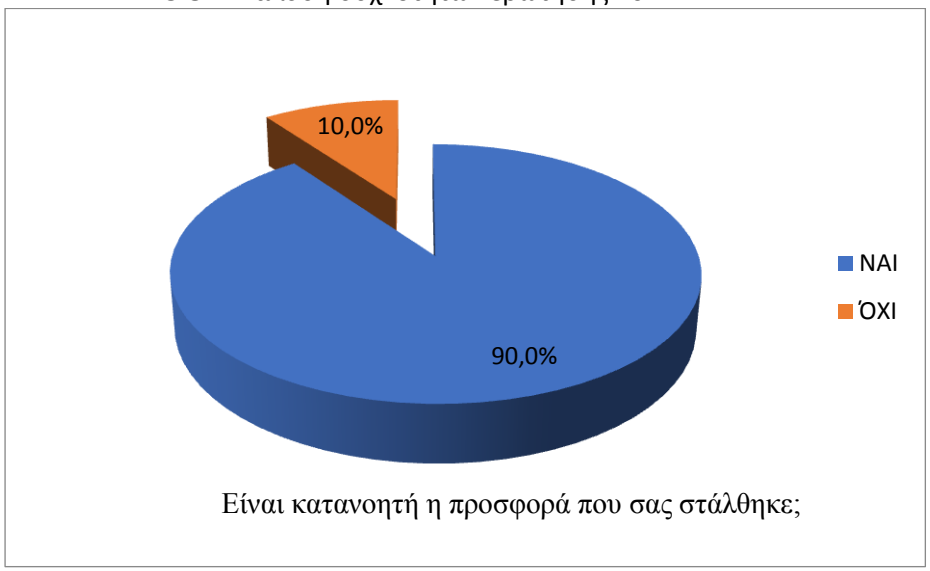
5.4.39Ερώτηση 16

*Παρακαλώ απαντήστε με **ναι ή όχι** στις παρακάτω ερωτήσεις:*		
	ΝΑΙ	**ΟΧΙ**
16) Ήταν κατανοητή η προσφορά που λάβατε;		

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.91 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 16

Είναι κατανοητή η προσφορά που σας στάλθηκε;	**Frequency**	**Percent**
ΝΑΙ	18	90,0
ΟΧΙ	2	10,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.81 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 16



Στην 16η ερώτηση : ζητήθηκε να δοθεί απάντηση με ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην ερώτηση εάν είναι κατανοητή η προσφορά που σας στάλθηκε.

Συλλέχθηκαν οι παρακάτω απαντήσεις: οι 18 από τους 20 (90,0%) απάντησαν ΝΑΙ και οι 2 από τους 20 (10,0%) απάντησαν ΟΧΙ.

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

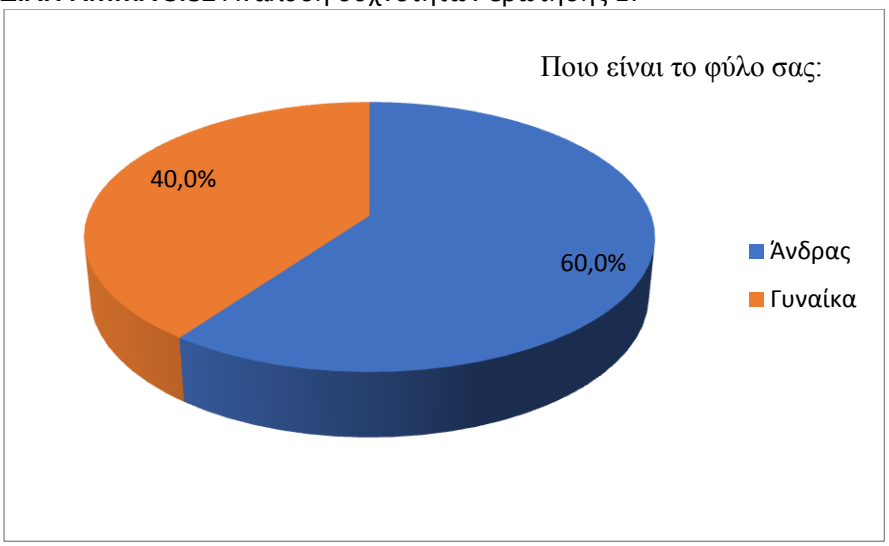
5.4.40Ερώτηση 17

17)Το φύλο σας είναι:	
Α) Άνδρας	
Β) Γυναίκα	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.92 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 17

Ποιο είναι το φύλο σας:	**Frequency**	**Percent**
Άνδρας	12	60,0
Γυναίκα	8	40,0
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.82 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 17



Στην ερώτηση 17: «Ποιο είναι το φύλο σας», λάβαμε τις εξής απαντήσεις: το 60,0% είναι άνδρες ενώ το 40,0% είναι γυναίκες.

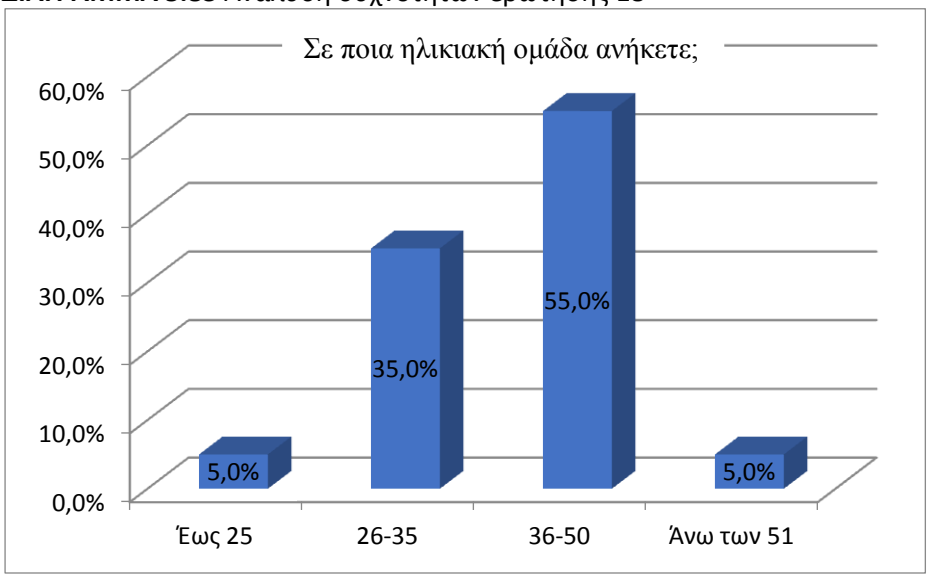
5.4.41Ερώτηση 18

18)Σημειώστε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε:	
Α) Έως 25	
Β) 26-35	
Γ) 36-50	
Δ) Άνω των 51	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.93 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 18

Σημειώστε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε;	**Frequency**	**Percent**
Έως 25	1	5,0%
26-35	7	35,0%
36-50	11	55,0%
Άνω των 51	1	5,0%
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.83 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 18



Στην ερώτηση 18: «Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε», λάβαμε τις εξής απαντήσεις: το 55,0% είναι από 36 έως 55 ετών ενώ το 35,0% είναι από 26 έως 35 ετών. Μόνο το 5,0% είναι έως 5,0% και άνω των 51.

5.4.42Ερώτηση 19

19)Προσδιορίστε το μορφωτικό σας επίπεδο:	
Α) Απόφοιτος/η Λυκείου	
Β) Σπουδές Πανεπιστημίου	
Γ) Μεταπτυχιακές σπουδές	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.94 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 19

Προσδιορίστε το μορφωτικό σας επίπεδο:	**Frequency**	**Percent**
Απόφοιτος/η Λυκείου	12	60,0%
Σπουδές Πανεπιστημίου	4	20,0%
Μεταπτυχιακές σπουδές	4	20,0%
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.84 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 19

Στην ερώτηση 19: «Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο», λάβαμε τις εξής απαντήσεις: το 60,0% είναι απόφοιτοι Λυκείου ενώ το 20,0% είναι είτε με σπουδές Πανεπιστημίου είτε με μεταπτυχιακές σπουδές.

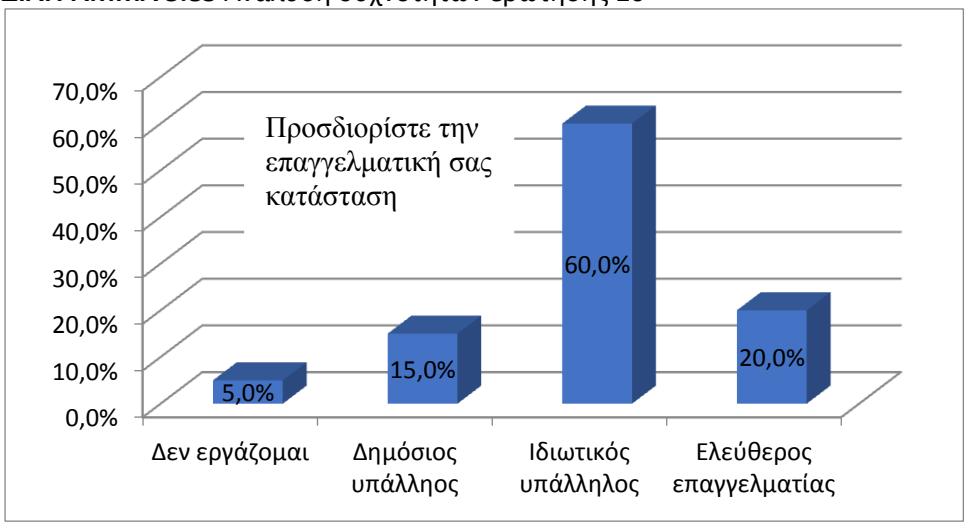
5.4.43Ερώτηση 20

20)Προσδιορίστε την επαγγελματική σας κατάσταση:	
Α) Δεν εργάζομαι	
Β) Είμαι δημόσιος υπάλληλος	
Γ) Είμαι ιδιωτικός υπάλληλος	
Δ) Είμαι ελεύθερος επαγγελματίας	
Ε) Κάτι άλλο και τι;.....	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.95 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 20

Προσδιορίστε την επαγγελματική σας κατάσταση	**Frequency**	**Percent**
Δεν εργάζομαι	1	5,0%
Είμαι δημόσιος υπάλληλος	3	15,0%
Είμαι ιδιωτικός υπάλληλος	12	60,0%
Είμαι ελεύθερος επαγγελματίας	4	20,0%
Κάτι άλλο και τι;	0	0%
Total	20	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.85 Ανάλυση συχνοτήτων ερώτησης 20



Στην ερώτηση 20: «Ποια είναι η επαγγελματική σας κατάσταση», λάβαμε τις εξής απαντήσεις: το 60,0% είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 20,0% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες και το 15% είναι δημόσιοι υπάλληλοι ενώ το 5,0% δεν εργάζονται.

6.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1 ΣΥΝΟΨΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα υπάρξει μία σύνοψη των αποτελεσμάτων της έρευνας και τα αντίστοιχα συμπεράσματα που προκύπτουν. Αρχικά εξετάσθηκε το δείγμα των επιχειρήσεων και έπειτα το δείγμα των ιδιωτών, οπότε με αυτή τη σειρά παρουσιάζονται τα αποτελέσματα παρακάτω.

Στο δείγμα των επιχειρήσεων αρχικά τέθηκαν κάποιες γενικές ερωτήσεις ώστε να δούμε ποια προϊόντα επιλέγουν οι καταναλωτές αλλά και ερωτήσεις αναφορικά είτε με το νερό της περιοχής τους είτε με τα εμφιαλωμένα νερά. Οι καταναλωτές από όλα τα προϊόντα δείχνουν την προτίμησή τους στο ψύκτη με εμφιαλωμένο νερό καθώς, το 75,6% τον επιλέγει, ενώ με ποσοστό μόνο 11,1% ακολουθεί στην προτίμηση τους ο ψύκτης νερού δικτύου. Οι καταναλωτές διαλέγουν ψύκτη με εμφιαλωμένο νερό παρόλο, που το 88,9% απάντησε πως είναι πόσιμο το νερό στην περιοχή του και μάλιστα το 64,4% δεν εντοπίζει έντονη γεύση/μυρωδιά χλωρίου στο νερό της περιοχής του.

Επίσης, από το 88,9% που καταναλώνει εμφιαλωμένο νερό μόνο το 42,2% επιλέγει φυσικό μεταλλικό νερό, το 28,9% επιλέγει επιτραπέζιο νερό ενώ το 8,9% επιλέγει το πιο οικονομικό. Αυτή η επιλογή τους εξηγεί και την επόμενη απάντηση που έδωσαν σχετικά με το πόσο ενημερωμένοι πιστεύουν πως είναι αναφορικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών που υπάρχουν. Το 40,0% απάντησε πως δεν είναι ενημερωμένοι ούτε λίγο ούτε πολύ και ακολουθεί το 31,1% που απάντησε λίγο. Μόνο το 17,8% απάντησε πως πιστεύει πως είναι πολύ ενημερωμένοι για τις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών. Τέλος, το 6,7% δήλωσε πως δεν είναι καθόλου ενημερωμένοι και μόνο το 4,4% πως είναι πάρα πολύ. Σύμφωνα με τα παραπάνω

δικαιολογείται το χαμηλό ποσοστό των καταναλωτών που επιλέγει φυσικό μεταλλικό νερό (42,2%) καθώς οι περισσότεροι το 40% δεν είναι ενημερωμένοι ούτε λίγο ούτε πολύ για τις διαφορές που υπάρχουν ανάμεσα στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών. Βέβαια δεν μπορούμε να αγνοήσουμε και την απάντηση των καταναλωτών πως απλά επιλέγουν το πιο οικονομικό νερό (8,9%).

Στη συνέχεια της έρευνα ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να αξιολογήσουν το βαθμό σημαντικότητας που κρίνουν πως έχουν διάφορα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη. Εφόσον από την πρώτη κιόλας ερώτηση φαίνεται πως οι περισσότεροι καταναλωτές προτιμούν το ψύκτη με εμφιαλωμένο νερό είναι σκόπιμο να μελετήσουμε με ποια κριτήρια τον επιλέγουν. Συγκεκριμένα, 97,8% απάντησε πως έχει μεγάλη σημασία η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη, ώστε να παρέχει καθαρό νερό και η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη. Το 95,6% απάντησε πως έχει μεγάλη σημασία η ποιότητα του νερού (ωραία γεύση), ενώ το 93,3% η υγιεινή και η ασφάλεια του προσωπικού του. Για το 88,9% έχει μεγάλη σημασία η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, πριν την κατανάλωσή τους και να πληρεί ο ψύκτης όλες τις ευρωπαϊκές νομοθεσίες. Το 86,7% κρίνει πως έχει μεγάλη σημασία τα προϊόντα να είναι πιστοποιημένα (ψύκτης και εμφιαλωμένο νερό) σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα. Το 84,4% απάντησε πως έχει μεγάλη σημασία η άμεση πρόσβαση σε νερό, η χρήση του κρύου νερού οποιαδήποτε στιγμή, η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών και η καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών του. Η οικονομική λύση για να έχει συνέχεια καθαρό νερό απάντησαν οι ερωτώμενοι πως είναι μεγάλης σημασίας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη και συμφώνησε το 82,2%. Επίσης, η εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο τους απάντησε το 80,0% πως είναι μεγάλης σημασίας και το 77,8% θεωρεί μεγάλης σημασίας την εύκολη χρήση του ψύκτη. Για τη χρήση του ζεστού νερού το 71,1% απάντησε πως είναι μεγάλης σημασίας κριτήριο

ενώ μόνο το 48,9% θεωρεί μεγάλης σημασίας το design του ψύκτη που θα τοποθετήσει στο χώρο του. Τέλος, αξίζει να σημειώσουμε πως το 46,7% απάντησε πως είναι μέτριας σημασίας η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στον ψύκτη, ενώ το 40,0% απάντησε πως το κριτήριο αυτό το θεωρεί μεγάλης σημασίας και το 13,3% μικρής σημασίας.

Εφόσον ολοκληρώσαμε τις ερωτήσεις σχετικά με τον ψύκτη συνεχίσαμε την έρευνα με σκοπό να καταγράψουμε τη γνώμη των καταναλωτών για το εμφιαλωμένο νερό. Το 97,8% των ερωτηθέντων απάντησε πως συμφωνεί πως το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία του. Αλλά μόνο το 20% συμφωνεί πως το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες του. Σχετικά με την ποιότητα του φυσικού μεταλλικού νερού Ζαγόρι εάν ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά το 82,2% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με αυτήν την πρόταση. Το 64,4% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με το εάν η ποιότητα του φυσικού μεταλλικού νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στις ανάγκες του. Το 24,5% συμφωνεί πως η τιμή του φυσικού μεταλλικού νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στην ποιότητά του ενώ το 73,3% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με αυτήν την πρόταση. Το 51,1% συμφωνεί πως τον ευχαριστεί η γεύση του φυσικού μεταλλικού νερού Ζαγόρι αλλά το 46,7% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με αυτήν την πρόταση. Ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί το 48,9% πως το κόστος ενός ψύκτη ανταποκρίνεται στην εξυπηρέτηση που του προσφέρει ενώ το 44,4% απάντησε πως συμφωνεί με αυτήν την πρόταση. Μόνο το 28,9% συμφωνεί πως είναι συμβατική του υποχρέωση η ύπαρξη ψύκτη στο χώρο του και το 57,8% συμφωνεί πως οι πελάτες του αξιολογούν θετικά την παροχή μιας ασφαλής πηγής ύδατος.

Στις τελευταίες ερωτήσεις στοχεύσαμε στο να συλλέξουμε πληροφορίες και στοιχεία για τον τρόπο πώλησης των προϊόντων αλλά και για το πώς ενημερώνονται οι

καταναλωτές. Σχετικά με το ποιον τρόπο ενημερώνονται για τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες ψυκτών νερού είτε οικιακού φίλτρου οι περισσότεροι καταναλωτές απάντησαν μέσω ιντερνέτ με ποσοστό 42,2% και έπειτα ακολουθεί η απάντηση μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας με ποσοστό 24,4%. Από τους ερωτηθέντες το 68,9% απάντησε πως ναι τους προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων. Το 55,6% απάντησε πως όχι δεν γνωρίζουν προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδου ενώ το 44,4% απάντησε πως ναι γνωρίζει. Το 71,1% θεωρεί στοχευόμενες τις ενέργειες των πωλητών ενώ το 26,7% πιστεύει πως δεν είναι στοχευόμενες. Το 86,7% έκρινε επαρκή την επικοινωνία με τον πωλητή και το 96,6% απάντησε πως ο πωλητής ήταν ευγενικός. Επίσης, το 91,1% απάντησε πως η προσφορά του στάλθηκε σε εύλογο χρονικό διάστημα και επιπλέον το 95,6% βρήκε κατανοητή την προσφορά που του στάλθηκε.

Συνοψίζοντας, έπειτα από την αναλυτική παρουσίαση των αποτελεσμάτων που έγινε παραπάνω αναφορικά με το δείγμα των επιχειρήσεων, καταλήγουμε στα ακόλουθα συμπεράσματα: οι καταναλωτές από όλα τα προϊόντα προτιμούν τον ψύκτη εμφιαλωμένου νερού παρόλο που δεν αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα στο νερό της περιοχής τους. Επίσης, δίνουν μεγάλη σημασία στο σωστό τρόπο λειτουργίας του ψύκτη, δηλαδή στην υγιεινή λειτουργία του αλλά και στην ποιότητα (ωραία γεύση) του νερού που απολαμβάνουν από τον ψύκτη. Επιπλέον, υψηλή σημασία για τους καταναλωτές έχει η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, η εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο τους και η εύκολη χρήση του ψύκτη. Ενώ η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στο ψύκτη αξιολογήθηκε ως μέτριας σημασίας από τους καταναλωτές.

Στο δείγμα των ιδιωτών, τα αποτελέσματα είναι διαφορετικά από αυτά των επιχειρήσεων καθώς το 60,0% επιλέγει οικιακό φίλτρο νερού και μόνο το 20,0% επιλέγει το ψύκτη εμφιαλωμένου νερού. Αυτό οφείλετε βέβαια στις διαφορετικές ανάγκες που υπάρχουν στο χώρο ενός ιδιώτη καταναλωτή (οικία) σε σχέση με μία επιχείρηση. Οι ιδιώτες καταναλωτές διαλέγουν οικιακό φίλτρο νερού παρόλο, που το 100,0% απάντησε πως ναι είναι πόσιμο το νερό στην περιοχή του και μάλιστα το 55,0% δεν εντοπίζει έντονη γεύση/μυρωδιά χλωρίου στο νερό της περιοχής του.

Επίσης, από το 75,0% που καταναλώνει εμφιαλωμένο νερό μόνο το 15,0% επιλέγει φυσικό μεταλλικό νερό ενώ το 35,0% επιλέγει επιτραπέζιο νερό. Αυτή η επιλογή τους εξηγεί και την επόμενη απάντηση που έδωσαν σχετικά με το πόσο ενημερωμένοι πιστεύουν πως είναι αναφορικά με τα είδη των εμφιαλωμένων νερών που υπάρχουν. Το 35,0% απάντησε πως δεν είναι καθόλου ενημερωμένοι και ακολουθεί το 25,0% που απάντησε πως είναι λίγο ενημερωμένοι. Το 10,0% απάντησε πως πιστεύει πως είναι πολύ ενημερωμένοι για τις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών και μόνο το 5,0% πως είναι πάρα πολύ ενημερωμένοι. Σύμφωνα με τα παραπάνω δικαιολογείται το χαμηλό ποσοστό των καταναλωτών που επιλέγει φυσικό μεταλλικό νερό (15,0%) καθώς οι περισσότεροι το 35,0% δεν είναι καθόλου ενημερωμένοι για τις διαφορές που υπάρχουν ανάμεσα στις κατηγορίες των εμφιαλωμένων νερών. Βέβαια δεν μπορούμε να αγνοήσουμε και την απάντηση των καταναλωτών πως απλά επιλέγουν το πιο οικονομικό νερό (15,0%).

Στη συνέχεια της έρευνα ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να αξιολογήσουν το βαθμό σημαντικότητας που κρίνουν πως έχουν διάφορα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη. Συγκεκριμένα, 100,0% απάντησαν πως έχει μεγάλη σημασία η ποιότητα του νερού (ευχάριστη γεύση) και το 95,0% απάντησε πως έχει μεγάλη σημασία η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών. Το 90,0% απάντησε πως η σωστή αποθήκευση

των εμφιαλωμένων νερών, πριν την κατανάλωσή τους αλλά και η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη είναι μεγάλης σημασίας κριτήριο για την επιλογή ψύκτη. Έπειτα ακολουθεί το 85,0% που απάντησε πως είναι μεγάλης σημασίας η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη, ώστε να παρέχει καθαρό νερό, η εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο του αλλά και το γεγονός πως τα προϊόντα είναι πιστοποιημένα σύμφωνα με διεθνή πρότυπα. Το 80,0% θεωρεί μεγάλης σημασίας κριτήριο το να πληρεί ο ψύκτης όλες τις ευρωπαϊκές νομοθεσίες και επίσης, πως θα βρει μία οικονομική λύση ώστε να έχει συνέχεια καθαρό νερό. Με 75,0% απάντησαν η ευκολία του ψύτκη πως είναι μεγάλης σημασίας και το 65,0% αξιολόγησε πως η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στον ψύκτη είναι επίσης σημαντικής σημασίας. Το 60,0% κρίνει πως έχει μεγάλη σημασία ο σχεδιασμός, η εμφάνιση του ψύκτη που θα τοποθετηθεί στο χώρο του. Ενώ το 55,0% απάντησε πως η άμεση πρόσβαση σε νερό είτε η χρήση ζεστού νερού οποιαδήποτε στιγμή είναι μέτριας σημαντικότητας κριτήριο. Ενώ, σε αντίθεση το 50,0% απάντησε πως θεωρεί μεγάλης σημαντικότητας τη χρήση κρύου νερού οποιαδήποτε στιγμή.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα από το δείγμα ιδιώτες με σκοπό να καταγράψουμε τη γνώμη τους για το εμφιαλωμένο νερό. Το 95,0% των ερωτηθέντων απάντησε πως συμφωνεί πως το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία του ενώ το 45,0% συμφωνεί πως το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες του. Σχετικά με την ποιότητα του φυσικού μεταλλικού νερού Ζαγόρι το 75,0% απάντησε πως τους ευχαριστεί η γεύση του και το 70,0% απάντησε πως η ποιότητα του φυσικού μεταλλικού νερού Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά. Επίσης, το 70,0% απάντησε πως η τιμή του ανταποκρίνεται στην ποιότητά του και το 55,0% συμφωνεί πως η ποιότητα του φυσικού μεταλλικού νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στις ανάγκες του. Παρόλα αυτά το 60,0% απάντησε πως πίνει μη εμφιαλωμένο νερό

όταν βρίσκεται εκτός σπιτιού και το 40,0% πως πίνει νερό από ψύκτη όταν βρίσκεται σε εξωτερικό χώρο. Τέλος, το 45,0% συμφωνεί πως το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες του και το 45,0% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί πως το κόστος ενός ψύκτη ανταποκρίνεται στην εξυπηρέτηση που του προσφέρει.

Στις τελευταίες ερωτήσεις στοχεύσαμε στο να συλλέξουμε πληροφορίες και στοιχεία για τον τρόπο πώλησης των προϊόντων αλλά και για το πώς ενημερώνονται οι καταναλωτές. Σχετικά με το ποιον τρόπο ενημερώνονται για τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες ψυκτών νερού είτε οικιακού φίλτρου οι περισσότεροι καταναλωτές απάντησαν μέσω ιντερνέτ με ποσοστό 65,0% και έπειτα ακολουθεί η απάντηση μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας με ποσοστό 20,0%. Από τους ερωτηθέντες το 75,0% απάντησε πως ναι τους προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων. Το 85,0% απάντησε πως όχι δεν γνωρίζουν προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδου. Το 50,0% θεωρεί στοχευόμενες τις ενέργειες των πωλητών ενώ το άλλο 50,0% πιστεύει πως δεν είναι στοχευόμενες. Το 75,0% έκρινε επαρκή την επικοινωνία με τον πωλητή και το 85,0% απάντησε πως ο πωλητής ήταν ευγενικός. Επίσης, το 95,0% απάντησε πως η προσφορά του στάλθηκε σε εύλογο χρονικό διάστημα και επιπλέον το 90,0% βρήκε κατανοητή την προσφορά που του στάλθηκε.

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από το δείγμα των ιδιωτών είναι πως από όλα τα προϊόντα προτιμούν το οικιακό φίλτρο νερού παρόλο που το νερό στην περιοχή τους είναι πόσιμο. Δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην ποιότητα του νερού (ωραία γεύση) αλλά επίσης κρίνουν ως σημαντικό κριτήριο την σωστή μεταφορά και αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, την υγιεινή λειτουργία του ψύκτη και την άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης. Πρώτο στην προτίμησή τους έρχεται το επιτραπέζιο νερό και όχι το φυσικό μεταλλικό νερό.

Κλείνοντας την παραπάνω παράγραφο οφείλουμε να αναφέρουμε κάποιους περιορισμούς που υπήρξαν κατά τη διάρκεια της παρούσας μελέτης. Ο πιο σημαντικός περιορισμός είναι το δείγμα και συγκεκριμένα το μέγεθός του. Ο αριθμός των ατόμων στη συγκεκριμένη έρευνα δεν ήταν ευνοϊκός για τους στατιστικούς ελέγχους που πραγματοποιήθηκαν. Στα κελιά συνδυαστικής πινακοποίησης για παράδειγμα, υπήρχε μικρός αριθμός παρατηρήσεων με αποτέλεσμα να δυσχεραίνεται ο εντοπισμός των συσχετίσεων. Επίσης, το μικρό μέγεθος δυσκόλεψε την στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων καθώς έγινε χρήση του προγράμματος excel και όχι κάποιου προγράμματος στατιστικής μελέτης, όπου εκεί μπορούν να αποφευχθούν τυχών λάθη λόγω ανθρώπινου παράγοντα κατά την διεξαγωγή των αποτελεσμάτων.

6.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Καθώς η συγκεκριμένη έρευνα ολοκληρώνεται οφείλουμε να καταθέσουμε προτάσεις βελτίωσης ως προς την επιχείρηση. Οι προτάσεις αυτές προκύπτουν από τα αποτελέσματα της έρευνας και τα συμπεράσματα στα οποία καταλήξαμε και παρουσιάσαμε στην παραπάνω παράγραφο.

Προτείνεται στην εταιρία να δώσει έμφαση και να βελτιώσει την ποιότητα της εξυπηρέτηση που προσφέρει. Η βελτίωση των υπηρεσιών της θα καλύψει τις ανάγκες των πελατών της όπως μελετήθηκαν στην συγκεκριμένη έρευνα. Η σωστή αποθήκευση και μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών, η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη καθώς και η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης ήταν τα πιο κρίσιμα κριτήρια επιλογής ψύκτη σύμφωνα με τους καταναλωτές. Σε αντίθεση όμως, η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού ήταν μέτριας σημασίας για τους καταναλωτές. Η

εταιρία λοιπόν, δίνοντας πάντα βαρύτητα στην ποιότητα του νερού (ωραία γεύση), μπορεί να προσφέρει ένα πιο απλό νερό. Προτείνεται να επιλέξει ένα εμφιαλωμένο νερό, το οποίο θα είναι ποιοτικό και αγνό αλλά σίγουρα και πιο οικονομικό σύμφωνα με τις ανάγκες των καταναλωτών.

6.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ

Καθώς η ερευνητική διαδικασία είναι ένας αέναος κύκλος όπου δε σταματά ποτέ αλλά συνεχίζει πάντα να εξερευνά το διαφορετικό, το νέο ολοκληρώνοντας την παρούσα εργασία θα ήταν σκόπιμο να υπάρξουν κάποιες κατευθύνσεις όπου σε μελλοντικές αντίστοιχες μελέτες θα μπορούσαν να φανούν χρήσιμες.

Για την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης δημοσκοπήσεις επιλέχθηκε η ταχυδρομική συνέντευξη και τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν μέσω ίντερνετ λόγω χαμηλού κόστους. Ο συγκεκριμένος τρόπος όμως, έχει μικρό αριθμό ανταπόκρισης και ως αποτέλεσμα το μέγεθος του δείγματος να είναι ιδιαίτερα μικρό. Συνεπώς σε μία επόμενη αντίστοιχη μελέτη προτείνεται να ακολουθηθεί διαφορετικός τρόπος πραγματοποίησης της δημοσκόπησης ώστε να υπάρξει ένα ικανοποιητικό μέγεθος δείγματος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. World Health Organization", Hem J.D., 1985
2. U.S. Geological Survay 1993 Study and interpretation of the chemical characteristics of Natural water. Water-supply paper, 2254:1-263. Volume 1, 2, 3 Second Edition
3. APHA-AWWA-WEF "Standard Methods for the Examination of Water and Wastewater", 21st Edition
4. Υ.Α.(Υπουργική Απόφαση) Α5/288/86. Ποιότητα του πόσιμου νερού σε συμμόρφωση προς την 80/778 οδηγία του Συμβουλίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων της 15/7/80.
5. Φ.Ε.Κ. 1070/τ. Β'/99,(1999)
6. Τζια Κ. , Τσιαπούρης Α, (2001) HACCP : Ανάλυση επικινδυνότητας στα κρίσιμα σημεία ελέγχου (HACCP) στη βιομηχανία τροφίμων, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα,1996.
7. Οδηγία 80/777/ (1980) Ε.Ο.Κ του συμβουλίου της 15ης Ιουλίου 1980 περί προσεγγίσεως των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με την εκμετάλλευση και τη θέση στο εμπόριο των φυσικών μεταλλικών νερών.
8. Ε.Φ.Ε.Τ. (2003) Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων, οδηγός υγιεινής για τις επιχειρήσεις εμφιάλωσης νερού , Αθήνα
9. ICAP (2009) – Έρευνα αγοράς, εταιρία οικονομικών πληροφοριών, εκδόσεων και συμβούλων επιχειρήσεων, Αθήνα,
10. Κουζέλη-Κατσίρη Α. (1992) «Μέθοδοι Βελτίωσης Ποιότητας Πόσιμου Νερού», Εκδότης δεν αναφέρεται, Αθήνα
11. Figueras M.J., Borrego J.J. (2010) New perspectives in monitoring drinking water microbial quality. Int. J. Environ. Res. Public Health., 7:4179-4202

12. ΥΑ Α1β/4841 (1979). Υγειονομική Διάταξη περί της Ποιότητας των Εμφιαλωμένων Νερών. Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας, τεύχος δεύτερο, αριθμός φύλλου 629, 21 Αυγούστου 1979
13. Consumerpsychologist.com. (2017). *Introduction to Marketing*. [online] Available at: http://www.consumerpsychologist.com/intro.htm [Accessed 2 Aug. 2017].
14. Marriot, J. (2017). *Data Collection Methods Used In Market Research by James Marriot in Business at Isnare.com Free Articles : Article #179044*. [online] iSnare.com Articles. Available at: http://www.isnare.com/?aid=179044&ca=Business [Accessed 2 Aug. 2017].
15. Smarter Solutions. (2017). *Resources | Smarter Solutions*. [online] Available at: http://www.smartersolutions.com/blog/forrestbreyfogle/2010/08/04/michael-porter-generic-strategies-and-an-enhanced-business-management-system/ [Accessed 2 Aug. 2017].
16. (Shaw, F. (2017). *Water coolers | AquAid UK*. [online] Aquaidwatercoolers.co.uk. Available at: http://www.aquaidwatercoolers.co.uk/water-coolers-in-school [Accessed 2 Aug. 2017].
17. Aquafresh. (2017). *Water Dispensers | Aquafresh Water | Bottled Drinking Water*. [online] Available at: http://www.Aquafresh.lk [Accessed 2 Aug. 2017].
18. Ειρήνη Ι.Τηλικίδου (2004), Η έρευνα του μάρκετινγκ, θεωρητικές προσεγγίσεις και εφαρμογές, Ελληνικά γράμματα, Αθήνα 2004
19. Σταθακόπουλος Β. (2001), Μέθοδοι έρευνας αγοράς, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

«ΜΕΛΕΤΗ ΑΓΟΡΑΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΩΝ ΝΕΡΩΝ»

Αξιότιμε (-η) κ.,

Στα πλαίσια του μεταπτυχιακού μου προγράμματος στη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, υπό την αιγίδα του Πανεπιστημίου Πειραιά και σε συνεργασία με την εταιρία στην οποία εργάζομαι, RainbowWaters®, δημιούργησα το παρακάτω ερωτηματολόγιο.

Σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση της αγοραστικής συμπεριφοράς του καταναλωτικού κοινού καθώς και η αξιολόγηση του τρόπου πωλήσεως που εφαρμόζεται από το αρμόδιο τμήμα της εταιρίας. Βασιζόμενη στο ενδιαφέρον σας για τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών, σας παρακαλώ να αφιερώσετε λίγο από το χρόνο σας για να απαντήσετε στις ερωτήσεις που ακολουθούν.

Σας τονίζεται πως τα ερωτηματολόγια θα χρησιμοποιηθούν, αποκλειστικά και μόνο για ερευνητικούς σκοπούς και δεν θα κοινοποιηθούν σε τρίτους.

Σας ευχαριστώ θερμά για τη συνεργασία σας.

Με εκτίμηση,

Κουτσούμπα Άννα

Υποψήφια μεταπτυχιακή φοιτήτρια Παν/μίου Πειραιά

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

Παρακαλώ σημειώστε (με Χ) την απάντησή σας στις παρακάτω ερωτήσεις:

1)Διαθέτετε στο χώρο σας κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα; (δεκτές περισσότερες από μία απαντήσεις):	
Α)Ψύκτη Εμφιαλωμένου Νερού	
Β)Ψύκτη Νερού Δικτύου με Φίλτρα	
Γ)Οικιακό Φίλτρο Νερού	
Δ) Κανένα από τα παραπάνω	

2)Είναι πόσιμο το νερό στην περιοχή σας;	
Α) ΝΑΙ	
Β) ΟΧΙ	

3)Εντοπίζετε έντονη γεύση/μυρωδιά χλωρίου στο νερό της περιοχής σας;	
Α) ΝΑΙ	
Β) ΟΧΙ	

4)Είχατε αγοράσει στο παρελθόν είτε πρόσφατα κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα;	
Α) Φίλτρο ενεργού άνθρακα	
Β) Φίλτρο αντίστροφης όσμωσης	
Γ) Κανένα από τα παραπάνω	

5i)Καταναλώνετε κάποιο εμφιαλωμένο νερό;	
Α) ΝΑΙ	
Β) ΟΧΙ	
5ii)Εάν <u>ναι</u>, συνήθως επιλέγετε:	
Α) Φυσικό μεταλλικό νερό	
Β) Επιτραπέζιο νερό	
Γ) Νερό πηγής	
Δ) Το πιο οικονομικό	

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

Παρακαλώ σημειώστε (με Χ) την απάντησή σας στις παρακάτω ερωτήσεις:

6)Πόσο ενημερωμένος/η πιστεύετε πως είστε σχετικά με τις κατηγορίες (είδη) εμφιαλωμένων νερών που υπάρχουν;	
Α) ΚΑΘΟΛΟΥ	
Β) ΛΙΓΟ	
Γ) ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ	
Δ) ΠΟΛΥ	
Ε) ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	

7) Παρακαλώ επιλέξτε πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτηνερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (1=καθόλου σημαντικό, 2=λίγο σημαντικό, 3=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, 4=πολύ σημαντικό και 5=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	2	3	4	5
Α) Άμεση πρόσβαση σε νερό.					
Β) Χρήση κρύου νερού οποιαδήποτε στιγμή.					
Γ) Χρήση ζεστού νερού οποιαδήποτε στιγμή.					
Δ) Εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο μου.					
Ε) Η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, πριν την κατανάλωσή τους.					
ΣΤ) Η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών.					
Ζ) Το design του ψύκτη, που θα τοποθετήσω στο χώρο μου.					
Η) Η εύκολη χρήση του ψύκτη.					
Θ) Η καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών μου.					
Ι) Η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη, ώστε να παρέχει καθαρό νερό.					
ΙΑ) Η οικονομική λύση για να έχω συνέχεια καθαρό νερό.					
ΙΒ) Η ποιότητα του νερού (ωραία γεύση).					
ΙΓ) Ο ψύκτης πληροί όλες τις ευρωπαϊκές νομοθεσίες.					
ΙΔ) Πιστοποιημένα προϊόντα (ψύκτης& εμφιαλωμένο νερό) σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα.					
ΙΕ) Η υγιεινή και η ασφάλεια του προσωπικού μου.					
ΙΣΤ) Η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στον ψύκτη.					
ΙΖ) Η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη.					

8) Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (1=διαφωνώ απόλυτα, 2=διαφωνώ, 3=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, 4=συμφωνώ και 5=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	2	3	4	5
Α) Το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία μου.					
Β) Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά.					
Γ) Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στις ανάγκες μου.					
Δ) Η τιμή του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στην ποιότητα του.					
Ε) Με ευχαριστεί η γεύση του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι.					
ΣΤ) Το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες μου.					
Ζ) Το κόστος ενός ψύκτης ανταποκρίνεται στην εξυπηρέτηση που μου προσφέρει.					
Η) Η ύπαρξη ψύκτη στο χώρο μου είναι και συμβατική μου υποχρέωση.					
Θ) Οι πελάτες μου αξιολογούν θετικά την παροχή μιας ασφαλής πηγής ύδατος.					

9)Ενημερώνομαι σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες παροχής ψυκτών νερού είτε οικιακού φίλτρου από:

Α) Ιντερνέτ	
Β) Φίλους / συγγενείς	
Γ) Μέσω τηλεφωνικής πώλησης	
Δ) Εφημερίδα	
Ε) Περιοδικά	

Παρακαλώ απαντήστε με <u>ναι ή όχι</u> στις παρακάτω ερωτήσεις:		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
10) Σας προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων;		
11) Γνωρίζετε προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδου;		
12) Είναι στοχευμένες οι ενέργειες των πωλητών;		
13) Ήταν επαρκής η επικοινωνία σας με τον πωλητή;		
14) Ήταν ευγενικός ο πωλητής;		
15) Σας στάλθηκε η προσφορά σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα;		
16) Είναι κατανοητή η προσφορά που σας στάλθηκε;		

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

Παρακαλώ σημειώστε (με Χ) την απάντησή σας στις παρακάτω προτάσεις:

15)Επωνυμία εταιρίας: ……
16)Θέση εκπροσώπου εταιρίας: ……..

17)Προσδιορίστε τον αριθμό των υπαλλήλων που αποτελείται η εταιρία σας:	
Α) Έως 10	
Β) 11-30	
Γ) 31-60	
Δ) 61-100	
Ε) 101-150	
ΣΤ) Άνω των 151	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΙΔΙΩΤΕΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

Παρακαλώ σημειώστε (με Χ) την απάντησή σας στις παρακάτω ερωτήσεις:

1)Διαθέτετε στο χώρο σας κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα; (δεκτές περισσότερες από μία απαντήσεις):	
Α)Ψύκτη Εμφιαλωμένου Νερού	
Β)Ψύκτη Νερού Δικτύου με Φίλτρα	
Γ)Οικιακό Φίλτρο Νερού	
Δ) Κανένα από τα παραπάνω	

2)Είναι πόσιμο το νερό στην περιοχή σας;	
Α) ΝΑΙ	
Β) ΟΧΙ	

3)Εντοπίζετε έντονη γεύση/μυρωδιά χλωρίου στο νερό της περιοχής σας;	
Α) ΝΑΙ	
Β) ΟΧΙ	

4)Είχατε αγοράσει στο παρελθόν είτε πρόσφατα κάποιο από τα παρακάτω προϊόντα;	
Α) Φίλτρο ενεργού άνθρακα	
Β) Φίλτρο αντίστροφης όσμωσης	
Γ) Κανένα από τα παραπάνω	

5i)Καταναλώνετε κάποιο εμφιαλωμένο νερό;	
Α) ΝΑΙ	
Β) ΟΧΙ	
5ii)Εάν <u>ναι</u>, συνήθως επιλέγετε:	
Α) Φυσικό μεταλλικό νερό	
Β) Επιτραπέζιο νερό	
Γ) Νερό πηγής	
Δ) Το πιο οικονομικό	

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

Παρακαλώ σημειώστε (με Χ) την απάντησή σας στις παρακάτω ερωτήσεις:

6)Πόσο ενημερωμένος/η πιστεύετε πως είστε σχετικά με τις κατηγορίες (είδη) εμφιαλωμένων νερών που υπάρχουν;	
Α) ΚΑΘΟΛΟΥ	
Β) ΛΙΓΟ	
Γ) ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ	
Δ) ΠΟΛΥ	
Ε) ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	

7) Παρακαλώ επιλέξτε πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα ακόλουθα κριτήρια για την επιλογή ψύκτη νερού στο χώρο σας, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (1=καθόλου σημαντικό, 2=λίγο σημαντικό, 3=ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικό, 4=πολύ σημαντικό και 5=πάρα πολύ σημαντικό)					
	1	2	3	4	5
Α) Άμεση πρόσβαση σε νερό.					
Β) Χρήση κρύου νερού οποιαδήποτε στιγμή.					
Γ) Χρήση ζεστού νερού οποιαδήποτε στιγμή.					
Δ) Εύκολη παραλαβή νερών στο χώρο μου.					
Ε) Η σωστή αποθήκευση των εμφιαλωμένων νερών, πριν την κατανάλωσή τους.					
ΣΤ) Η σωστή μεταφορά των εμφιαλωμένων νερών.					
Ζ) Το design του ψύκτη, που θα τοποθετήσω στο χώρο μου.					
Η) Η εύκολη χρήση του ψύκτη.					
Θ) Η υγιεινή λειτουργία του ψύκτη, ώστε να παρέχει καθαρό νερό.					
Ι) Η οικονομική λύση για να έχω συνέχεια καθαρό νερό.					
ΙΑ) Η ποιότητα του νερού (ωραία γεύση).					
ΙΒ) Ο ψύκτης πληροί όλες τις ευρωπαϊκές νομοθεσίες.					
ΙΓ) Πιστοποιημένα προϊόντα (ψύκτης& εμφιαλωμένο νερό) σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα.					
ΙΔ) Η επωνυμία του εμφιαλωμένου νερού που τοποθετείται στον ψύκτη.					
ΙΕ) Η άμεση ανταπόκριση σε περίπτωση βλάβης του ψύκτη.					

8) Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις, βαθμολογώντας από 1 έως 5: (1=διαφωνώ απόλυτα, 2=διαφωνώ, 3=ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, 4=συμφωνώ και 5=συμφωνώ απόλυτα)					
	1	2	3	4	5
Α) Το καθαρό νερό συμβάλλει θετικά στην υγεία μου.					
Β) Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα εμφιαλωμένα νερά.					
Γ) Η ποιότητα του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στις ανάγκες μου.					
Δ) Η τιμή του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι ανταποκρίνεται στην ποιότητα του.					
Ε) Με ευχαριστεί η γεύση του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι.					
ΣΤ) Το νερό της βρύσης καλύπτει τις ανάγκες μου.					
Ζ) Το κόστος ενός ψύκτης ανταποκρίνεται στην εξυπηρέτηση που μου προσφέρει.					
Η) Σπανίως πίνω μη εμφιαλωμένο νερό όταν βρίσκομαι εκτός σπιτιού.					
Θ) Σε εξωτερικούς χώρους σπανίως πίνω νερό από ψύκτη.					

9)Ενημερώνομαι σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες παροχής ψυκτών νερού είτε οικιακού φίλτρου από:

Α) Ιντερνέτ	
Β) Φίλους / συγγενείς	
Γ) Μέσω τηλεφωνικής πώλησης	
Δ) Εφημερίδα	
Ε) Περιοδικά	

Παρακαλώ απαντήστε με <u>ναι ή όχι</u> στις παρακάτω ερωτήσεις:		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
10) Σας προσεγγίζουν αρκετοί πωλητές αντίστοιχων προϊόντων;		
11) Γνωρίζετε προωθητικές ενέργειες από επιχειρήσεις του κλάδου;		
12) Είναι στοχευμένες οι ενέργειες των πωλητών;		
13) Ήταν επαρκής η επικοινωνία σας με τον πωλητή;		
14) Ήταν ευγενικός ο πωλητής;		
15) Σας στάλθηκε η προσφορά σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα;		
16) Ήταν κατανοητή η προσφορά που λάβατε;		

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

Παρακαλώ σημειώστε (με Χ) την απάντησή σας στις παρακάτω προτάσεις:

17)Το φύλο σας είναι:	
Α) Άνδρας	
Β) Γυναίκα	

18)Σημειώστε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε:	
Α) Έως 25	
Β) 26-35	
Γ) 36-50	
Δ) Άνω των 51	

19)Προσδιορίστε το μορφωτικό σας επίπεδο:	
Α) Απόφοιτος/η Λυκείου	
Β) Σπουδές Πανεπιστημίου	
Γ) Μεταπτυχιακές σπουδές	

20)Προσδιορίστε την επαγγελματική σας κατάσταση:	
Α) Δεν εργάζομαι	
Β) Είμαι δημόσιος υπάλληλος	
Γ) Είμαι ιδιωτικός υπάλληλος	
Δ) Είμαι ελεύθερος επαγγελματίας	
Ε) Κάτι άλλο και τι;……	