



ΘΕΜΑ:

Διερεύνηση του προφίλ των επισκεπτών των πολυκινηματογράφων (multiplex) και αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών από τα ήδη υπάρχοντα συγκροτήματα, στο νομό Θεσσαλονίκης.



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ Α.Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

Εξάμηνο: Ε'

Μάθημα: Εφαρμογές Μάρκετινγκ με Η/Υ

Υπεύθυνος καθηγητής: Δρ. Χρήστος Σαρμανιώτης

ΘΕΜΑ:

Διερεύνηση του προφίλ των επισκεπτών των πολυκινηματογράφων (multiplex) και αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών από τα ήδη υπάρχοντα συγκροτήματα, στο νομό Θεσσαλονίκης.

Εργασία των φοιτητών:
*Τσιάρτα Ελευθερίας
Χασταζέρη Δήμητρας*

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	2
I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
Γενικός Στόχος.....	5
Το Θέμα της Έρευνας	5
Ειδικοί Στόχοι	5
II. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	6
i. Μονάδα Δειγματοληψίας & Ερευνούμενου Πληθυσμού	6
ii. Προσδιορισμός Μεγέθους Δείγματος.....	6
iii. Μέθοδος Δειγματοληψίας	6
iv. Προσδιορισμός της Μεθόδου Συλλογής Δεδομένων.....	6
v. Προσδιορισμός του "Όργάνου" Συλλογής Δεδομένων	7
vi. Επιλογή των Τεχνικών Ανάλυσης των Δεδομένων	7
III. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	7
IV. ΑΝΑΛΥΣΗ - ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	9
V. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	11
Παράρτημα I - Πίνακες μονής εισόδου	12
Παράρτημα II - Πίνακες διπλής εισόδου & χ^2	32
Παράρτημα III - Πίνακες Ελέγχων που Απέδειξαν Ανεξαρτησία.....	36
Παράρτημα IV - Ερωτηματολόγιο.....	51
Τελική κωδικοποίηση.....	6

I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα έρευνα γίνεται για καθαρά εκπαιδευτικούς λόγους, στα πλαίσια του μαθήματος "Εφαρμογές Μάρκετινγκ με Η/Υ", που περιλαμβάνεται στο πρόγραμμα σπουδών του ΣΤ' εξαμήνου, της σχολής Μάρκετινγκ του Α.Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης. Το θέμα της είναι υποθετικό και αναλύεται παρακάτω στο γενικό στόχο, το θέμα της και τους ειδικούς στόχους.

ΓΕΝΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ

Η έρευνα, λοιπόν, διεξάγεται για λογαριασμό της "CINEΦΙΛΟΙ.ΑΕ", η οποία πρόκειται να δημιουργήσει ένα νέο συγκρότημα δέκα κινηματογραφικών αιθουσών στα πλαίσια του νέου εμπορικού και ψυχαγωγικού κέντρου "ΕΥ ΖΕΙΝ" στον Εύοσμο Θεσσαλονίκης. **Στοχεύει στη διερεύνηση του προφίλ των επισκεπτών του πολυκινηματογράφου, καθώς και στην αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών από τα υπάρχοντα συγκροτήματα.**

ΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω το **θέμα** της έρευνας είναι το εξής: "Διερεύνηση του προφίλ των επισκεπτών των πολυκινηματογράφων (multiplex) και αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών από τα ήδη υπάρχοντα συγκροτήματα, στο νομό Θεσσαλονίκης".

ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Για την επίτευξη του γενικού στόχου της έρευνας θέτουμε τους παρακάτω ειδικούς:

Ποιοι είναι οι επισκέπτες των πολυκινηματογράφων: Τόπος διαμονής, ηλικία, φύλο, επάγγελμα - ασχολία και χόμπι, οικονομική κατάσταση.

Είδος ταινιών που προτιμούν.

Από πού ενημερώνονται για τις ταινίες και τις ώρες προβολών.

Συχνότητα επίσκεψης στους πολυκινηματογράφους.

Ποιος είναι ο δημοφιλέστερος (πολύ)κινηματογράφος (ανταγωνισμός).

Ποια είναι τα κριτήρια της επιλογής του παραπάνω (πολύ)κινηματογράφου.

Τι μέσο χρησιμοποιούν για τη μεταφορά τους στους κινηματογράφους.

Χρήση προσφερόμενων υπηρεσιών (τηλεφωνικές κρατήσεις, μπαρ κτλ.)

Αξιολόγηση των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Ποιο θεωρούν το σημαντικότερο πλεονέκτημα των πολυκινηματογράφων.

Ποιο θεωρούν το σημαντικότερο μειονέκτημα των πολυκινηματογράφων και τι επιπλέον θα επιθυμούσαν για να καλυφθούν οι ανάγκες τους.

II. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

i. ΜΟΝΑΔΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ & ΕΡΕΥΝΟΥΜΕΝΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ

Ο ερευνούμενος πληθυσμός είναι **όλοι οι κάτοικοι του νομού Θεσσαλονίκης**, και συγκεκριμένα, άντρες και γυναίκες όλων των ηλικιών. Οι ίδιοι αποτελούν και τη μονάδα δειγματοληψίας.

ii. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Το μέγεθος του δείγματος είναι **πενήντα (50) άτομα** (σύμφωνα με τις απαιτήσεις του μαθήματος).

iii. ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

Η μέθοδος δειγματοληψίας που ακολουθήθηκε ανήκει στις μεθόδους χωρίς πιθανότητες και είναι η μέθοδος της **ευκολίας**.

iv. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η μέθοδος συλλογής των στοιχείων έγινε με **προσωπική συνέντευξη** βάσει οργανωμένου **ερωτηματολογίου** το οποίο φαίνεται όπως χρησιμοποιήθηκε στις συνεντεύξεις στο παράρτημα III και ακολουθεί η κωδικοποίησή του.

v. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ "ΟΡΓΑΝΟΥ" ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Τη συλλογή των στοιχείων ανέλαβαν οι οργανώτριες της έρευνας, δηλαδή οι φοιτήτριες Τσιάρτα Ελευθερία και Χασταζέρη Δήμητρα.

vi. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η ανάλυση των δεδομένων έγινε με τη βοήθεια του στατιστικού πακέτου SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) - για την κατανόηση και εκμάθηση του οποίου διενεργήθηκε και η παρούσα έρευνα.

III. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Τα πρώτα αποτελέσματα σε σχέση με τους ειδικούς μας στόχους, προκύπτουν από τους πίνακες μονής εισόδου και έχουν ως εξής:

Όσον αφορά το προφίλ των επισκεπτών των πολυκινηματογράφων βρέθηκε ότι σε ποσοστό 52% διαμένουν στην κεντρική Θεσσαλονίκη, ενώ το επίσης σημαντικό ποσοστό του 38% διαμένουν στην ανατολική Θεσσαλονίκη (πίνακας 1). Ως προς το φύλο προέκυψε ότι οι άντρες αποτελούν το 42% των επισκεπτών και οι γυναίκες το 58% (πίνακας 2), ενώ η ηλικία και στις δύο κατηγορίες κυμαίνεται από 21 έως 30 χρονών, σε ποσοστό 76% (πίνακας 3). Συντριπτικά πρώτοι, με ποσοστό 62%, έρχονται οι φοιτητές ΑΕΙ/ΤΕΙ, καθώς με 22% ακολουθούν οι ιδιωτικοί υπάλληλοι και οι δημόσιοι με 11% (πίνακας 4). Το 70% των ερωτηθέντων έχει ως χόμπι το σινεμά και τη μουσική, ενώ τα ταξίδια και τις εκδρομές το 54% (πίνακες 5 - 12). Τέλος, το μηνιαίο ατομικό εισόδημα του 46% των ερωτηθέντων κυμαίνεται από €301 ως €600, καθώς το 34% έχει στη διάθεσή του λιγότερα από €300 το μήνα (πίνακας 13).

Αναφορικά με το είδος της ταινίας που προτιμάται, όπως προκύπτει από τους πίνακες 14 - 22, οι κοινωνικές ταινίες βρίσκονται από την πρώτη ως την τρίτη επιλογή για το 56% του δείγματος. Ως πρώτη προτίμηση συναντάμε επίσης τις περιπέτειες για το 24% και τις κωμωδίες για το 20%, ενώ οι τελευταίες αποτελούν δεύτερη προτίμηση για το 14%. Στην δεύτερη προτίμηση βρίσκουμε και τα κινούμενα σχέδια με ποσοστό 16%. Τέλος, το 30% κατατάσσει τις ταινίες τρόμου από την έβδομη μέχρι και την ένατη επιλογή.

Ενώ το 28% δηλώνει ότι ενημερώνεται για την ταινία που θα δει πρωτίστως από τις εφημερίδες και trailers, αν συνδυάσουμε τα ποσοστά των προτιμήσεων για τις τρεις

πρώτες επιλογές, παρατηρούμε ότι πρώτα έρχονται τα trailers με 72% και ακολουθούν οι φίλοι με 66%. Οι διαφημίσεις συγκεντρώνουν το 54%, ενώ οι εφημερίδες το 48% (πίνακες 23 -28) σε αντίθεση με το 56% που συγκεντρώνουν ως πρώτη έως τρίτη προτίμηση στην ενημέρωση των θεατών για τις ώρες προβολής. Και πάλι όμως δεν είναι η απόλυτη πρώτη προτίμηση. Η πρώτη επιλογή για την ενημέρωση επί της ώρας προβολής είναι το τηλεφώνημα στον αντίστοιχο κινηματογράφο (46%), το οποίο ως πρώτη και δεύτερη επιλογή συγκεντρώνει το 66%. Καθαρή δεύτερη επιλογή για τον ίδιο σκοπό αποτελούν τα κινηματογραφικά έντυπα με ποσοστό 39% (πίνακες 29 - 34).

Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων επισκέπτεται κάποια κινηματογραφική αίθουσα μία (30%) με δύο (34%) φορές το μήνα (πίνακας 35).

Δημοφιλέστερος κινηματογράφος αναδείχθηκε ο πολυκινηματογράφος "Πλατεία Alpha Odeon" και ακολουθούν τα "Ster Century Cinemas" με 28% (πίνακας 36).

Πρώτο κριτήριο για την επιλογή των παραπάνω κινηματογράφων είναι η ταινία που προβάλλεται, σε ποσοστό 68%, και ακολουθούν η ποιότητα της αίθουσας με 64% και η απόσταση από το σπίτι ή το γραφείο με 42% (πίνακες 37 - 42).

Βασικό μέσο μετάβασης των θεατών στους εν λόγω κινηματογράφους είναι το αυτοκίνητο με ποσοστό 38% και τα πόδια με 36% (πίνακας 43).

Όσον αφορά τις υπηρεσίες των πολυκινηματογράφων που χρησιμοποιούνται, η συντριπτική πλειοψηφία, 98%, αξιοποιεί τις τηλεφωνικές κρατήσεις και το 42,9% το πάρκινγκ. Αξιοσημείωτο είναι ότι κανείς δεν έχει κάρτα μέλους (πίνακες 44 - 47). Επίσης, το 88% αγοράζει κάτι από το μπαρ των κινηματογράφων (πίνακας 48) με προτίμηση στα αναψυκτικά με 79,5%, το ποπ-κορν με 77,3% όπως και ήταν αναμενόμενο (πίνακες 53 -61). Αυτοί που δεν αξιοποιούν το μπαρ είναι μόλις το 12%, γιατί το 33% από αυτούς βρίσκουν τις τιμές του ακριβές, ενώ το 50% δεν βρίσκει κάτι να του αρέσει (πίνακες 49 - 52). Στην ερώτηση πάντως, που τέθηκε στο σύνολο του δείγματος, για το τι άλλο θα επιθυμούσαν να έχουν τα μπαρ, το 52% απάντησε τίποτα, το 26% επιθυμεί καφέ και το 18% τσιγάρα (πίνακες 62 - 68).

Όσον αφορά τώρα στην αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών από τους ήδη υπάρχοντες κινηματογράφους, όπως προκύπτει από τον πίνακα 86 το σύνολο του δείγματος παρουσιάζεται ικανοποιημένο από αυτές. Με 7 πόντους να αντιστοιχούν στο απόλυτο επίπεδο ικανοποίησης, τους 21 στο μέτριο και τους 35 στο χειρίστο, βλέπουμε ότι το 74% κυμαίνεται μεταξύ των 10 και 14 πόντων που δείχνει ότι είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι από τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Αναλυτικότερα βλέπουμε στους πίνακες 69 -75 ότι όλες οι επιμέρους υπηρεσίες κυμαίνονται σε αυτά τα επίπεδα με μοναδικές εξαιρέσεις το πάρκινγκ που

συγκεντρώνει το 72% στη μέτρια στάση και η ποικιλία στα μπαρ με 42% τόσο στη μέτρια όσο και στην ικανοποιημένη στάση.

Σχετικά με τα πλεονεκτήματα των πολυκινηματογράφων σημαντικότερο πλεονέκτημα θεωρείται η δυνατότητα επιλογής πολλών ταινιών σε ένα χώρο και έπειτα ο συνδυασμός χώρων διασκέδασης πριν και μετά την προβολή (πίνακες 76 - 77).

Τέλος, όσον αφορά στα μειονεκτήματα των πολυκινηματογράφων, βασικότερο θεωρείται ο συνωστισμός που υπάρχει στα ταμεία και η πολυκοσμία με τη βαβούρα που δημιουργείται γενικότερα, σε ποσοστό 42% των ερωτώμενων, ενώ ακολουθεί ένα 20% που πιστεύει ότι δεν υπάρχει κάποιο μειονέκτημα. Αξιοσημείωτο επίσης είναι το 18% που θεωρεί μειονέκτημα την απόσταση των περισσότερων συγκροτημάτων (Πλατεία Alpha Odeon και Ster Century Cinemas) από την πόλη (πίνακες 78 - 85).

IV. ΑΝΑΛΥΣΗ - ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Για την περαιτέρω ανάλυση των δεδομένων που συγκεντρώθηκαν από την έρευνα εφαρμόσαμε τον έλεγχο του chi-square (χ^2) για να εξακριβώσουμε αν υπάρχει σχέση μεταξύ του είδους της ταινίας που προτιμάται με την ηλικία, το χόμπι και το επάγγελμα, τη συχνότητα επίσκεψης στον κινηματογράφο με την οικονομική κατάσταση και τον τόπο διαμονής, το δημοφιλέστερο κινηματογράφο με τον τόπο διαμονής, και τέλος τα κριτήρια επιλογής με το εισόδημα και το μέσο.

Επίσης, ακολουθώντας και πάλι τη διαδικασία ελέγχου υπόθεσης, εξετάσαμε με το τεστ Mann - Whitney τη σχέση μεταξύ φύλου και θεωρούμενων μειονεκτημάτων, καθώς και τη μονοδρομική ανάλυση διακύμανσης (ANOVA) για τον έλεγχο της σχέσης μεταξύ του επιπέδου αξιολόγησης των παρεχόμενων υπηρεσιών και τα μηνιαίο ατομικό εισόδημα και φύλο.

Αφού ακολουθήθηκε η διαδικασία ελέγχου υπόθεσης για καθεμία από τις παραπάνω περιπτώσεις εξάρτηση βρέθηκε μόνο στις παρακάτω και έχουν ως εξής:

Θέτοντας ως **μηδενική υπόθεση** την μη ύπαρξη σχέσης μεταξύ ηλικίας και είδος ταινίας που προτιμάται και **εναλλακτική** την ύπαρξη σχέσης μεταξύ των δύο, και λαμβάνοντας υπόψιν ότι η πρώτη μετράται σε τακτικό επίπεδο μέτρησης και η δεύτερη σε ονομαστικό επιλέξαμε για τη διαπίστωση της σχέσης τους το **τεστ του " χ^2 "** και θέσαμε ως **επίπεδο σημαντικότητας** το **0,1**. Αφού εφαρμόσαμε το τεστ, όπως φαίνεται και στον πίνακα 87β, προέκυψε ότι το **παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας** μεταξύ των δύο είναι **0,097** και επομένως μικρότερο του

επιλεγέντος, άρα ισχύει η εναλλακτική υπόθεση και **υπάρχει σχέση** μεταξύ των δύο μεταβλητών.

Για την περίπτωση του είδους της ταινίας που προτιμάται και το επάγγελμα ως **μηδενική υπόθεση** θέσαμε την μη ύπαρξη σχέσης μεταξύ των δύο και ως **εναλλακτική** την ύπαρξη σχέσης. Λάβαμε υπόψιν μας ότι μετρώνται σε ονομαστικό και επιλέξαμε για τη διαπίστωση της σχέσης τους το **τεστ** του " χ^2 " και θέσαμε ως **επίπεδο σημαντικότητας** το **0,1**. Αφού εφαρμόσαμε το τεστ, όπως φαίνεται και στον πίνακα 88β, προέκυψε ότι το **παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας** μεταξύ των δύο είναι **0,013**, είναι δηλαδή μικρότερο του επιλεγέντος, άρα **ισχύει η εναλλακτική υπόθεση** και **υπάρχει σχέση** μεταξύ των δύο μεταβλητών.

Όσον αφορά τα κριτήρια επιλογής της κινηματογραφικής αίθουσας και το μηνιαίο ατομικό εισόδημα ως **μηδενική υπόθεση** θέσαμε την μη ύπαρξη σχέσης μεταξύ του κάθε κριτηρίου και του εισοδήματος και ως **εναλλακτική** την ύπαρξη σχέσης. Λάβαμε υπόψιν μας ότι μετρώνται σε ονομαστικό επίπεδο μέτρησης οι πρώτες (κριτήρια) και τακτικό η δεύτερη μεταβλητή οπότε επιλέξαμε το **τεστ** του " χ^2 " και θέσαμε ως **επίπεδο σημαντικότητας** το **0,1**. Αφού εφαρμόσαμε το τεστ, προέκυψε **σχέση** μόνο μεταξύ του κριτηρίου της ταινίας που προβάλλεται και του εισοδήματος (πίνακας 89β) με **παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας** μεταξύ των δύο το **0,005**, δηλαδή μικρότερο του επιλεγέντος.

Ακριβώς την ίδια διαδικασία ακολουθήσαμε και για τη διαπίστωση της σχέσης μεταξύ των κριτηρίων επιλογής του κινηματογράφου και του μέσου μετάβασης σε αυτόν και τελικά βρέθηκε σχέση μεταξύ του μέσου και των κριτηρίων της απόστασης από το σπίτι ή το γραφείο, το εύκολο πάρκινγκ και την ποιότητα της αίθουσας με **παρατηρηθέν επίπεδο σημαντικότητας τα 0,469, 0,011 και 0,048** αντιστοίχως. **Επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας** είναι πάντα το **0,1**. (πίνακες 90α - 92β).

Σημείωση: Οι πίνακες των ελέγχων για όλες τις περιπτώσεις που εξετάστηκαν και δεν βρέθηκε σχέση μεταξύ των υπό εξέταση μεταβλητών βρίσκονται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ.

V. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΣΤΗΜΑ Ι - ΠΙΝΑΚΕΣ ΜΟΝΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ

ΚΑΤΟΙΚΙΑ

Πίνακας 1		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	19	38,0	38,0	38,0
	ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	26	52,0	52,0	90,0
	ΔΥΤΙΚΗ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	3	6,0	6,0	96,0
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΦΥΛΟ

Πίνακας 2		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΝΔΡΑΣ	21	42,0	42,0	42,0
	ΓΥΝΑΙΚΑ	29	58,0	58,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΗΛΙΚΙΑ

Πίνακας 3		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>=20	7	14,0	14,0	14,0
	21-30	38	76,0	76,0	90,0
	31<=	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

Πίνακας 4		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΜΑΘΗΤΗΣ	2	4,0	4,0	4,0
	ΦΟΙΤΗΤΗΣ ΑΕΙ/ΤΕΙ	31	62,0	62,0	66,0
	ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	5	10,0	10,0	76,0
	ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	11	22,0	22,0	98,0
	ΔΕΝ ΕΡΓΑΖΟΜΑΙ	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΧΟΜΠΙ

ΣΙΝΕΜΑ

Πίνακας 5		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	35	70,0	70,0	70,0
	ΟΧΙ	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΧΟΜΠΙ**ΘΕΑΤΡΟ**

Πίνακας 6		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	13	26,0	26,0	26,0
	OXI	37	74,0	74,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΧΟΜΠΙ**ΜΟΥΣΙΚΗ**

Πίνακας 7		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	35	70,0	70,0	70,0
	OXI	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΧΟΜΠΙ**ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ**

Πίνακας 8		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	15	30,0	30,0	30,0
	OXI	35	70,0	70,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΧΟΜΠΙ**ΤΑΞΙΔΙΑ/ΕΚΔΡΟΜΕΣ**

Πίνακας 9		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	27	54,0	54,0	54,0
	OXI	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΧΟΜΠΙ**Η/Υ**

Πίνακας 10		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	9	18,0	18,0	18,0
	OXI	41	82,0	82,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΧΟΜΠΙ**ΔΙΑΒΑΣΜΑ**

Πίνακας 11		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	3	6,0	6,0	6,0
	OXI	47	94,0	94,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΧΟΜΠΙ**ΦΙΛΟΙ/ΣΥΝΕΣΤΙΑΣΕΙΣ**

Πίνακας 12		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	3	6,0	6,0	6,0
	OXI	47	94,0	94,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΕΙΣΟΔΗΜΑ

Πίνακας 13		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<€300	17	34,0	34,0	34,0
	€301-€600	23	46,0	46,0	80,0
	€601-€900	8	16,0	16,0	96,0
	€901<	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

1^η ΕΠΙΛΟΓΗ**ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ**

Πίνακας 14		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	1	2,0	2,0	2,0
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	7	14,0	14,0	16,0
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ				
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	2	4,0	4,0	20,0
	ΘΡΙΛΕΡ	3	6,0	6,0	26,0
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	1	2,0	2,0	28,0
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	13	26,0	26,0	54,0
	ΚΩΜΙΚΕΣ	10	20,0	20,0	74,0
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	12	24,0	24,0	98,0
	ΤΡΟΜΟΥ	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

2^η ΕΠΙΛΟΓΗ**ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ**

Πίνακας 15		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	6	12,0	12,0	12,0
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	6	12,0	12,0	24,0
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ				
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	1	2,0	2,0	26,0
	ΘΡΙΛΕΡ	4	8,0	8,0	34,0
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	8	16,0	16,0	50,0
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	10	20,0	20,0	70,0
	ΚΩΜΙΚΕΣ	7	14,0	14,0	84,0
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	6	12,0	12,0	96,0
	ΤΡΟΜΟΥ	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

3^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ

Πίνακας 16		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	5	10,0	10,4	10,4
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	7	14,0	14,6	25,0
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ				
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	6	12,0	12,5	37,5
	ΘΡΙΛΕΡ	3	6,0	6,3	43,8
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	5	10,0	10,4	54,2
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	10	20,0	20,8	75,0
	ΚΩΜΙΚΕΣ	8	16,0	16,7	91,7
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	2	4,0	4,2	95,8
	ΤΡΟΜΟΥ	2	4,0	4,2	100,0
	Total	48	96,0	100,0	
Missing	System	2	4,0		
Total		50	100,0		

4^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ

Πίνακας 17		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	5	10,0	10,4	10,4
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	11	22,0	22,9	33,3
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ				
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	3	6,0	6,3	39,6
	ΘΡΙΛΕΡ	10	20,0	20,8	60,4
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	4	8,0	8,3	68,8
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	4	8,0	8,3	77,1
	ΚΩΜΙΚΕΣ	6	12,0	12,5	89,6
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	4	8,0	8,3	97,9
	ΤΡΟΜΟΥ	1	2,0	2,1	100,0
	Total	48	96,0	100,0	
Missing	System	2	4,0		
Total		50	100,0		

5^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ

Πίνακας 18		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	1	2,0	2,4	2,4
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	4	8,0	9,5	11,9
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ	8	16,0	19,0	31,0
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	14	28,0	33,3	64,3
	ΘΡΙΛΕΡ	3	6,0	7,1	71,4
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	1	2,0	2,4	73,8
	ΚΩΜΙΚΕΣ	1	2,0	2,4	76,2
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	7	14,0	16,7	92,9
	ΤΡΟΜΟΥ	3	6,0	7,1	100,0
	Total	42	84,0	100,0	
Missing	System	8	16,0		
Total		50	100,0		

6^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ

Πίνακας 19		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	6	12,0	17,1	17,1
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	3	6,0	8,6	25,7
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ	6	12,0	17,1	42,9
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	5	10,0	14,3	57,1
	ΘΡΙΛΕΡ	5	10,0	14,3	71,4
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	3	6,0	8,6	80,0
	ΚΩΜΙΚΕΣ	3	6,0	8,6	88,6
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	1	2,0	2,9	91,4
	ΤΡΟΜΟΥ	3	6,0	8,6	100,0
	Total	35	70,0	100,0	
Missing	System	15	30,0		
Total		50	100,0		

7^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ

Πίνακας 20		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	3	6,0	11,5	11,5
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	2	4,0	7,7	19,2
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ	5	10,0	19,2	38,5
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	2	4,0	7,7	46,2
	ΘΡΙΛΕΡ	3	6,0	11,5	57,7
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	6	12,0	23,1	80,8
	ΚΩΜΙΚΕΣ	1	2,0	3,8	84,6
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	4	8,0	15,4	100,0
	Total	26	52,0	100,0	
Missing	System	24	48,0		
Total		50	100,0		

8^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ

Πίνακας 21		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	3	6,0	13,6	13,6
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	3	6,0	13,6	27,3
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	1	2,0	4,5	31,8
	ΘΡΙΛΕΡ	2	4,0	9,1	40,9
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	4	8,0	18,2	59,1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	1	2,0	4,5	63,6
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	1	2,0	4,5	68,2
	ΤΡΟΜΟΥ	7	14,0	31,8	100,0
	Total	22	44,0	100,0	
Missing	System	28	56,0		
Total		50	100,0		

9^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ

Πίνακας 22		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	4	8,0	19,0	19,0
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	2	4,0	9,5	28,6
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	4	8,0	19,0	47,6
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	3	6,0	14,3	61,9
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	2	4,0	9,5	71,4
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	2	4,0	9,5	81,0
	ΤΡΟΜΟΥ	4	8,0	19,0	100,0
	Total	21	42,0	100,0	
Missing	System	29	58,0		
Total		50	100,0		

1^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΑΙΝΙΑ

Πίνακας 23		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ	10	20,0	20,4	20,4
	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	14	28,0	28,6	49,0
	ΚΙΝ/ΦΙΚΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ	2	4,0	4,1	53,1
	ΚΙΝ/ΦΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ-ΚΡΙΤΙΚΗ	2	4,0	4,1	57,1
	TRAILERS	14	28,0	28,6	85,7
	ΦΙΛΟΥΣ	7	14,0	14,3	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Missing	System	1	2,0		
Total		50	100,0		

2^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΑΙΝΙΑ

Πίνακας 24		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ	10	20,0	20,8	20,8
	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	5	10,0	10,4	31,3
	ΚΙΝ/ΦΙΚΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ	1	2,0	2,1	33,3
	ΚΙΝ/ΦΙΚΑ	3	6,0	6,3	39,6
	ΕΝΤΥΠΑ-ΚΡΙΤΙΚΗ	9	18,0	18,8	58,3
	TRAILERS	9	18,0	18,8	58,3
	ΦΙΛΟΥΣ	20	40,0	41,7	100,0
	Total	48	96,0	100,0	
Missing	System	2	4,0		
Total		50	100,0		

3^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΑΙΝΙΑ

Πίνακας 25		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ	7	14,0	18,4	18,4
	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	5	10,0	13,2	31,6
	ΚΙΝ/ΦΙΚΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ	3	6,0	7,9	39,5
	ΚΙΝ/ΦΙΚΑ	3	6,0	7,9	47,4
	ΕΝΤΥΠΑ-ΚΡΙΤΙΚΗ	3	6,0	7,9	47,4
	TRAILERS	13	26,0	34,2	81,6
	ΦΙΛΟΥΣ	6	12,0	15,8	97,4
	8	1	2,0	2,6	100,0
	Total	38	76,0	100,0	
Missing	System	12	24,0		
Total		50	100,0		

4^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΑΙΝΙΑ

Πίνακας 26		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ	6	12,0	20,7	20,7
	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	14	28,0	48,3	69,0
	ΚΙΝ/ΦΙΚΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ	1	2,0	3,4	72,4
	ΚΙΝ/ΦΙΚΑ	2	4,0	6,9	79,3
	ΕΝΤΥΠΑ-ΚΡΙΤΙΚΗ	2	4,0	6,9	79,3
	ΦΙΛΟΥΣ	6	12,0	20,7	100,0
	Total	29	58,0	100,0	
Missing	System	21	42,0		
Total		50	100,0		

5^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΑΙΝΙΑ

Πίνακας 27		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ	2	4,0	10,0	10,0
	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	5	10,0	25,0	35,0
	ΚΙΝ/ΦΙΚΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ	4	8,0	20,0	55,0
	ΚΙΝ/ΦΙΚΑ	5	10,0	25,0	80,0
	ΕΝΤΥΠΑ-ΚΡΙΤΙΚΗ				
	TRAILERS	3	6,0	15,0	95,0
	ΦΙΛΟΥΣ	1	2,0	5,0	100,0
	Total	20	40,0	100,0	
Missing	System	30	60,0		
Total		50	100,0		

6^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΑΙΝΙΑ

Πίνακας 28		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ	1	2,0	7,1	7,1
	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	1	2,0	7,1	14,3
	ΚΙΝ/ΦΙΚΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ	4	8,0	28,6	42,9
	ΚΙΝ/ΦΙΚΑ	5	10,0	35,7	78,6
	ΕΝΤΥΠΑ-ΚΡΙΤΙΚΗ				
	ΦΙΛΟΥΣ	3	6,0	21,4	100,0
	Total	14	28,0	100,0	
Missing	System	36	72,0		
Total		50	100,0		

1^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΩΡΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Πίνακας 29		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	11	22,0	22,4	22,4
	INTERNET	1	2,0	2,0	24,5
	ΚΙΝ/ΦΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ	4	8,0	8,2	32,7
	ΟΘΟΝΕΣ ΣΤΑ ΤΑΜΕΙΑ	1	2,0	2,0	34,7
	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΙΝ/ΦΟ	23	46,0	46,9	81,6
	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΑΠΟ ΤΟ 181- ΛΟΙΠΕΣ				
	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	9	18,0	18,4	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Missing	System	1	2,0		
Total		50	100,0		

2^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΩΡΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Πίνακας 30		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	9	18,0	20,0	20,0
	INTERNET	4	8,0	8,9	28,9
	ΚΙΝ/ΦΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ	17	34,0	37,8	66,7
	ΟΘΟΝΕΣ ΣΤΑ ΤΑΜΕΙΑ	4	8,0	8,9	75,6
	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΙΝ/ΦΟ	9	18,0	20,0	95,6
	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΑΠΟ ΤΟ 181- ΛΟΙΠΕΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	2	4,0	4,4	100,0
	Total	45	90,0	100,0	
Missing	System	5	10,0		
Total		50	100,0		

3^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΩΡΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Πίνακας 31		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	8	16,0	26,7	26,7
	INTERNET	2	4,0	6,7	33,3
	ΚΙΝ/ΦΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ	8	16,0	26,7	60,0
	ΟΘΟΝΕΣ ΣΤΑ ΤΑΜΕΙΑ	9	18,0	30,0	90,0
	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΙΝ/ΦΟ	3	6,0	10,0	100,0
	Total	30	60,0	100,0	
Missing	System	20	40,0		
Total		50	100,0		

4^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΩΡΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Πίνακας 32		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	5	10,0	23,8	23,8
	INTERNET	1	2,0	4,8	28,6
	ΚΙΝ/ΦΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ	4	8,0	19,0	47,6
	ΟΘΟΝΕΣ ΣΤΑ ΤΑΜΕΙΑ	9	18,0	42,9	90,5
	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΙΝ/ΦΟ	2	4,0	9,5	100,0
	Total	21	42,0	100,0	
Missing	System	29	58,0		
Total		50	100,0		

5^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΩΡΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Πίνακας 33		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	1	2,0	8,3	8,3
	INTERNET	4	8,0	33,3	41,7
	ΟΘΟΝΕΣ ΣΤΑ ΤΑΜΕΙΑ	1	2,0	8,3	50,0
	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΑΠΟ ΤΟ 181- ΛΟΙΠΕΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	6	12,0	50,0	100,0
	Total	12	24,0	100,0	
Missing	System	38	76,0		
Total		50	100,0		

6^η ΕΠΙΛΟΓΗ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΩΡΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Πίνακας 34		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INTERNET	6	12,0	60,0	60,0
	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΙΝ/ΦΟ	1	2,0	10,0	70,0
	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ ΑΠΟ ΤΟ 181- ΛΟΙΠΕΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	3	6,0	30,0	100,0
	Total	10	20,0	100,0	
Missing	System	40	80,0		
Total		50	100,0		

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ

Πίνακας 35		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΠΑΝΙΑ-ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	2	4,0	4,0	4,0
	ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	6	12,0	12,0	16,0
	1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	15	30,0	30,0	46,0
	2 ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	17	34,0	34,0	80,0
	4 ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	9	18,0	18,0	98,0
	ΣΥΧΝΑ- ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 4 ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΠΟΙΟΣ ΚΙΝ/ΦΟΣ ΕΠΙΛΕΓΕΤΑΙ ΣΥΧΝΟΤΕΡΑ

Πίνακας 36		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΠΛΑΤΕΙΑ ALFA ODEON	22	44,0	44,9	44,9
	VILLAGE CENTER	9	18,0	18,4	63,3
	STER CENTURY CINEMAS	14	28,0	28,6	91,8
	ΣΥΝΟΙΚΙΑΚΟΣ	4	8,0	8,2	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Missing	System	1	2,0		
Total		50	100,0		

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ **ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ/ΓΡΑΦΕΙΟ**

Πίνακας 37		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	21	42,0	42,0	42,0
	ΟΧΙ	29	58,0	58,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ **ΕΥΚΟΛΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ**

Πίνακας 38		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	8	16,0	16,0	16,0
	ΟΧΙ	42	84,0	84,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ **ΕΥΚΟΛΟ ΠΑΡΚΙΝΓΚ**

Πίνακας 39		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	14	28,0	28,0	28,0
	ΟΧΙ	36	72,0	72,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ **ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΑΙΘΟΥΣΑΣ**

Πίνακας 40		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	32	64,0	64,0	64,0
	ΟΧΙ	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ **ΤΑΙΝΙΑ**

Πίνακας 41		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	34	68,0	68,0	68,0
	ΟΧΙ	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ **ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΗΧΟΥ**

Πίνακας 42		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	50	100,0	100,0	100,0

ΜΕ ΤΙ ΜΕΣΟ ΠΗΓΑΙΟΥΝ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΚΙΝ/ΦΟ

Πίνακας 43		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ	19	38,0	38,0	38,0
	ΜΗΧΑΝΗ	2	4,0	4,0	42,0
	ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑ	11	22,0	22,0	64,0
	ΠΟΔΙΑ	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ **ΚΑΡΤΑ ΜΕΛΟΥΣ**

Πίνακας 44		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	49	98,0	100,0	100,0
Missing	System	1	2,0		
Total		50	100,0		

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ **ΠΑΡΚΙΝΓΚ**

Πίνακας 45		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	21	42,0	42,9	42,9
	OXI	28	56,0	57,1	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Missing	System	1	2,0		
Total		50	100,0		

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ **ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ**

Πίνακας 46		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	48	96,0	96,0	96,0
	OXI	1	2,0	2,0	98,0
	3	1	2,0	2,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ **ΚΑΜΙΑ**

Πίνακας 47		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	49	98,0	100,0	100,0
Missing	System	1	2,0		
Total		50	100,0		

ΑΓΟΡΑΖΟΥΝ ΚΑΤΙ ΑΠΟ ΤΟ ΜΠΑΡ ΤΟΥ ΚΙΝ/ΦΟΥ

Πίνακας 48		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	44	88,0	88,0	88,0
	OXI	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΑΝ ΟΧΙ ΓΙΑΤΙ

ΔΕΝ ΕΧΩ ΧΡΟΝΟ

Πίνακας 49		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	1	2,0	16,7	16,7
	OXI	5	10,0	83,3	100,0
	Total	6	12,0	100,0	
Missing	System	44	88,0		
Total		50	100,0		

ΑΝ ΟΧΙ ΓΙΑΤΙ

ΔΕΝ ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ ΚΑΤΙ

Πίνακας 50		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	3	6,0	50,0	50,0
	OXI	3	6,0	50,0	100,0
	Total	6	12,0	100,0	
Missing	System	44	88,0		
Total		50	100,0		

ΑΝ ΟΧΙ ΓΙΑΤΙ

ΕΙΝΑΙ ΑΚΡΙΒΑ

Πίνακας 51		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	2	4,0	33,3	33,3
	OXI	4	8,0	66,7	100,0
	Total	6	12,0	100,0	
Missing	System	44	88,0		
Total		50	100,0		

ΑΝ ΟΧΙ ΓΙΑΤΙ

ΕΧΕΙ ΣΥΝΩΣΤΙΣΜΟ

Πίνακας 52		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	1	2,0	16,7	16,7
	OXI	5	10,0	83,3	100,0
	Total	6	12,0	100,0	
Missing	System	44	88,0		
Total		50	100,0		

AN NAI TI

ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΟ

Πίνακας 53		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	35	70,0	79,5	79,5
	OXI	9	18,0	20,5	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

AN NAI TI

HOT-DOG

Πίνακας 54		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	2	4,0	4,5	4,5
	OXI	42	84,0	95,5	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

AN NAI TI

NACHOS

Πίνακας 55		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	9	18,0	20,5	20,5
	OXI	35	70,0	79,5	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

AN NAI TI

NEPO

Πίνακας 56		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	16	32,0	36,4	36,4
	OXI	28	56,0	63,6	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

AN NAI TI

ΠΑΤΑΤΑΚΙΑ

Πίνακας 57		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	5	10,0	11,4	11,4
	OXI	39	78,0	88,6	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

ΑΝ ΝΑΙ ΤΙ

ΠΟΠ-ΚΟΡΝ

Πίνακας 58		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	34	68,0	77,3	77,3
	ΟΧΙ	10	20,0	22,7	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

ΑΝ ΝΑΙ ΤΙ

ΠΟΤΟ

Πίνακας 59		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	1	2,0	2,3	2,3
	ΟΧΙ	43	86,0	97,7	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

ΑΝ ΝΑΙ ΤΙ

ΣΟΚΟΛΑΤΑ

Πίνακας 60		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	6	12,0	13,6	13,6
	ΟΧΙ	38	76,0	86,4	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

ΑΝ ΝΑΙ ΤΙ

ΚΑΦΕΣ

Πίνακας 61		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	1	2,0	2,3	2,3
	ΟΧΙ	43	86,0	97,7	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

ΤΙ ΑΛΛΟ ΘΕΛΟΥΝ

ΚΑΡΑΜΕΛΕΣ

Πίνακας 62		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	2	4,0	4,0	4,0
	ΟΧΙ	48	96,0	96,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΤΙ ΑΛΛΟ ΘΕΛΟΥΝ

ΚΑΦΕΣ

Πίνακας 63		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	13	26,0	26,0	26,0
	ΟΧΙ	37	74,0	74,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΤΙ ΑΛΛΟ ΘΕΛΟΥΝ

ΜΠΙΣΚΟΤΑ

Πίνακας 64		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	1	2,0	2,0	2,0
	ΟΧΙ	49	98,0	98,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΤΙ ΑΛΛΟ ΘΕΛΟΥΝ

ΠΑΓΩΤΑ

Πίνακας 65		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	5	10,0	10,0	10,0
	ΟΧΙ	45	90,0	90,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΤΙ ΑΛΛΟ ΘΕΛΟΥΝ

ΤΙΠΟΤΑ

Πίνακας 66		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	26	52,0	52,0	52,0
	ΟΧΙ	24	48,0	48,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΤΙ ΑΛΛΟ ΘΕΛΟΥΝ

ΤΣΙΓΑΡΑ

Πίνακας 67		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	9	18,0	18,0	18,0
	ΟΧΙ	41	82,0	82,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΤΙ ΑΛΛΟ ΘΕΛΟΥΝ

ΦΥΣΙΚΟΙ ΧΥΜΟΙ

Πίνακας 68		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	1	2,0	2,0	2,0
	ΟΧΙ	49	98,0	98,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ Η ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΕΙΝΑΙ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Πίνακας 69		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	30	60,0	60,0	60,0
	ΣΥΜΦΩΝΩ	18	36,0	36,0	96,0
	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΑΙΘΟΥΣΩΝ ΕΙΝΑΙ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Πίνακας 70		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	19	38,0	38,0	38,0
	ΣΥΜΦΩΝΩ	25	50,0	50,0	88,0
	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΑΡΕΧΟΥΝ ΠΟΛΥ ΚΑΛΕΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Πίνακας 71		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	14	28,0	28,0	28,0
	ΣΥΜΦΩΝΩ	25	50,0	50,0	78,0
	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	9	18,0	18,0	96,0
	ΔΙΑΦΩΝΩ	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΑ ΕΚΔΟΤΗΡΙΑ ΕΙΣΗΤΗΡΙΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΝ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ΚΑΛΑ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Πίνακας 72		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	9	18,0	18,0	18,0
	ΣΥΜΦΩΝΩ	25	50,0	50,0	68,0
	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	14	28,0	28,0	96,0
	ΔΙΑΦΩΝΩ	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ Η ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΑ ΜΠΑΡ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΗ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Πίνακας 73		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	1	2,0	2,0	2,0
	ΣΥΜΦΩΝΩ	21	42,0	42,0	44,0
	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	21	42,0	42,0	86,0
	ΔΙΑΦΩΝΩ	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Η ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΣΤΑ ΜΠΑΡ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ

Πίνακας 74		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	3	6,0	6,0	6,0
	ΣΥΜΦΩΝΩ	35	70,0	70,0	76,0
	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ΟΥΤΕ	9	18,0	18,0	94,0
	ΔΙΑΦΩΝΩ	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ ΠΑΡΚΙΝΓΚ ΕΙΝΑΙ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ΚΑΛΕΣ

Πίνακας 75		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	7	14,0	19,4	19,4
	ΣΥΜΦΩΝΩ	11	22,0	30,6	50,0
	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ΟΥΤΕ	17	34,0	47,2	97,2
	ΔΙΑΦΩΝΩ	1	2,0	2,8	100,0
	Total	36	72,0	100,0	
Missing	System	14	28,0		
	Total	50	100,0		

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΙΝ/ΦΩΝ

Η ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΟΛΛΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ ΣΕ ΕΝΑ ΧΩΡΟ

Πίνακας 76		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	32	64,0	64,0	64,0
	ΣΥΜΦΩΝΩ	15	30,0	30,0	94,0
	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ΟΥΤΕ	3	6,0	6,0	100,0
	ΔΙΑΦΩΝΩ				
	Total	50	100,0	100,0	

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΙΝ/ΦΩΝ

Ο ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΧΩΡΩΝ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗΣ ΠΡΙΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ

Πίνακας 77		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	20	40,0	40,0	40,0
	ΣΥΜΦΩΝΩ	19	38,0	38,0	78,0
	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ΟΥΤΕ	9	18,0	18,0	96,0
	ΔΙΑΦΩΝΩ	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΙΝ/ΦΩΝ

Συνωστισμός

Πίνακας 78		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	21	42,0	42,0	42,0
	ΟΧΙ	29	58,0	58,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΙΝ/ΦΩΝ **Κακή τηλεφωνική εξυπηρέτηση**

Πίνακας 79		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	6	12,0	12,0	12,0
	ΟΧΙ	44	88,0	88,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΙΝ/ΦΩΝ **Απόσταση από την πόλη**

Πίνακας 80		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	9	18,0	18,0	18,0
	ΟΧΙ	41	82,0	82,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΙΝ/ΦΩΝ **Δε γίνεται διάλλειμα**

Πίνακας 81		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	3	6,0	6,0	6,0
	ΟΧΙ	47	94,0	94,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΙΝ/ΦΩΝ **Δεν υπάρχουν αίθουσες καπνιστών**

Πίνακας 82		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	3	6,0	6,0	6,0
	ΟΧΙ	47	94,0	94,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΙΝ/ΦΩΝ **Δίνουν έμφαση στον εμπορικό/Αμερικάνικο κιν/φο**

Πίνακας 83		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	6	12,0	12,0	12,0
	ΟΧΙ	44	88,0	88,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΙΝ/ΦΩΝ **Ακρίβεια**

Πίνακας 84		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	1	2,0	2,0	2,0
	ΟΧΙ	49	98,0	98,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΙΝ/ΦΩΝ **Κανένα**

Πίνακας 85		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΝΑΙ	10	20,0	20,0	20,0
	ΟΧΙ	40	80,0	80,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Αξιόλογηση παρεχόμενων υπηρεσιών

Πίνακας 86		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8	2	4,0	4,0	4,0
	9	4	8,0	8,0	12,0
	10	8	16,0	16,0	28,0
	11	7	14,0	14,0	42,0
	12	7	14,0	14,0	56,0
	13	7	14,0	14,0	70,0
	14	8	16,0	16,0	86,0
	15	2	4,0	4,0	90,0
	16	1	2,0	2,0	92,0
	17	2	4,0	4,0	96,0
	18	1	2,0	2,0	98,0
	19	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ - ΠΙΝΑΚΕΣ ΔΙΠΛΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ & Χ²

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΗΛΙΚΙΑ Crosstabulation

Count

Πίνακας 87α		ΗΛΙΚΙΑ			Total
		>=20	21-30	31<=	
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ		1		1
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ		4	3	7
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ		1	1	2
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ				
	ΘΡΙΛΕΡ	1	2		3
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	1			1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	2	10	1	13
	ΚΩΜΙΚΕΣ	2	8		10
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	1	11		12
	ΤΡΟΜΟΥ		1		1
Total		7	38	5	50

Chi-Square Tests

Πίνακας 87β	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	23,662 ^a	16	,097
Likelihood Ratio	20,500	16	,199
Linear-by-Linear Association	4,714	1	,030
N of Valid Cases	50		

a. 23 cells (85,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,10.

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ Crosstabulation

Count

Πίνακας 88α		ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ				Total
		ΜΑΘΗΤΗΣ	ΦΟΙΤΗΤΗΣ ΑΕΙ/ΤΕΙ	ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ		1			1
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ		3	1	3	7
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ			2		2
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ					
	ΘΡΙΛΕΡ		2		1	3
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	1				1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ		9	1	2	13
	ΚΩΜΙΚΕΣ		8		2	10
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	1	7	1	3	12
	ΤΡΟΜΟΥ		1			1
Total		2	31	5	11	50

Chi-Square Tests

Πίνακας 88β	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	52,354 ^a	32	,013
Likelihood Ratio	28,619	32	,638
Linear-by-Linear Association	1,446	1	,229
N of Valid Cases	50		

a. 42 cells (93,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Crosstab

Count ΜΗΝΙΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ*ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΙΝ/ΦΟΥ

Πίνακας 89α	ΤΑΙΝΙΑ		Total
	ΝΑΙ	ΟΧΙ	
Μηνιαίο <€300	7	9	16
ατομικό €301-€600	21	3	24
εισόδημα €601-€900	6	2	8
€901<		2	2
Total	34	16	50

Chi-Square Tests

Πίνακας 89β	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,948 ^a	3	,005
Likelihood Ratio	13,675	3	,003
Linear-by-Linear Association	,421	1	,517
N of Valid Cases	50		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,64.

Crosstab

Count ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΒΑΣΗΣ*ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΙΝ/ΦΟΥ

Πίνακας 90α	ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ/ΓΡΑΦΕΙΟ		Total
	ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΜΕ ΤΙ ΜΕΣΟ ΠΗΓΑΙΝΟΥΝ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ	2	17	19
ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΜΗΧΑΝΗ		2	2
ΚΙΝ/ΦΟ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑ	7	4	11
ΠΟΔΙΑ	12	6	18
Total	21	29	50

Chi-Square Tests

Πίνακας 90β	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,535 ^a	3	,469
Likelihood Ratio	2,574	3	,462
Linear-by-Linear Association	1,400	1	,237
N of Valid Cases	50		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,84.

Crosstab

Count **ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΒΑΣΗΣ*ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΙΝ/ΦΟΥ**

Πίνακας 91α	ΕΥΚΟΛΟ ΠΑΡΚΙΝΓΚ		Total
	ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΜΕ ΤΙ ΜΕΣΟ ΠΗΓΑΙΝΟΥΝ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΜΗΧΑΝΗ	10	9	19
ΚΙΝ/ΦΟ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑ		2	2
		11	11
	4	14	18
Total	14	36	50

Chi-Square Tests

Πίνακας 91β	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,072 ^a	3	,011
Likelihood Ratio	13,939	3	,003
Linear-by-Linear Association	3,844	1	,050
N of Valid Cases	50		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,56.

Crosstab

Count **ΜΕΣΟ ΜΕΤΑΒΑΣΗΣ*ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΙΝ/ΦΟΥ**

Πίνακας 92α	ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΑΙΘΟΥΣΑΣ		Total
	ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΜΕ ΤΙ ΜΕΣΟ ΠΗΓΑΙΝΟΥΝ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΜΗΧΑΝΗ	16	3	19
ΚΙΝ/ΦΟ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑ	2		2
	6	5	11
	8	10	18
Total	32	18	50

Chi-Square Tests

Πίνακας 92β	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,908 ^a	3	,048
Likelihood Ratio	8,879	3	,031
Linear-by-Linear Association	6,774	1	,009
N of Valid Cases	50		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,72.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ - ΠΙΝΑΚΕΣ ΕΛΕΓΧΩΝ ΠΟΥ ΑΠΕΔΕΙΞΑΝ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ

Σε όλες τις παρακάτω περιπτώσεις το επιλεγέν επίπεδο σημαντικότητας είναι 0,1 και το παρατηρηθέν σημειώνεται με

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΣΙΝΕΜΑ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΘΕΑΤΡΟ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΜΟΥΣΙΚΗ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΤΑΞΙΔΙΑ/ΕΚΔΡΟΜΕΣ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * Η/Υ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΔΙΑΒΑΣΜΑΤΑ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΦΙΛΟΙ/ΣΥΝΕΣΤΙΑΣΕΙΣ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΣΙΝΕΜΑ

Crosstab

Count

		ΣΙΝΕΜΑ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	1		1
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	5	2	7
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ			
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	2		2
	ΘΡΙΛΕΡ	3		3
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	1		1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	8	5	13
	ΚΩΜΙΚΕΣ	6	4	10
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	8	4	12
	ΤΡΟΜΟΥ	1		1
Total		35	15	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,418 ^a	8	,818
Likelihood Ratio	6,651	8	,575
Linear-by-Linear Association	,898	1	,343
N of Valid Cases	50		

a. 15 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,30.

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΘΕΑΤΡΟ

Crosstab

Count

		ΘΕΑΤΡΟ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ		1	1
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	5	2	7
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ		2	2
	ΘΡΙΛΕΡ	1	2	3
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ		1	1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	4	9	13
	ΚΩΜΙΚΕΣ	2	8	10
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	1	11	12
	ΤΡΟΜΟΥ		1	1
Total		13	37	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,637 ^a	8	,168
Likelihood Ratio	12,170	8	,144
Linear-by-Linear Association	5,352	1	,021
N of Valid Cases	50		

a. 14 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,26.

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΜΟΥΣΙΚΗ

Crosstab

Count		ΜΟΥΣΙΚΗ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΕΙΔΟΣ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ	1		1
ΤΑΙΝΙΑΣ	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	6	1	7
ΠΟΥ	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ			
ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	2		2
	ΘΡΙΛΕΡ	2	1	3
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	1		1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	10	3	13
	ΚΩΜΙΚΕΣ	7	3	10
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	5	7	12
	ΤΡΟΜΟΥ	1		1
Total		35	15	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,866 ^a	8	,447
Likelihood Ratio	8,962	8	,345
Linear-by-Linear Association	3,753	1	,053
N of Valid Cases	50		

a. 15 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,30.

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ

Crosstab

Count		ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΕΙΔΟΣ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ		1	1
ΤΑΙΝΙΑΣ	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ		7	7
ΠΟΥ	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ			
ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	1	1	2
	ΘΡΙΛΕΡ		3	3
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	1		1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	3	10	13
	ΚΩΜΙΚΕΣ	5	5	10
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	5	7	12
	ΤΡΟΜΟΥ		1	1
Total		15	35	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,836 ^a	8	,211
Likelihood Ratio	14,105	8	,079
Linear-by-Linear Association	3,753	1	,053
N of Valid Cases	50		

a. 15 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,30.

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΤΑΞΙΔΙΑ/ΕΚΔΡΟΜΕΣ

Crosstab

Count

		ΤΑΞΙΔΙΑ/ΕΚΔΡΟΜΕΣ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	1		1
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ	1	1	2
	ΘΡΙΛΕΡ	1	2	3
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ		1	1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	8	5	13
	ΚΩΜΙΚΕΣ	6	4	10
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	8	4	12
	ΤΡΟΜΟΥ	1		1
Total		27	23	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,068 ^a	8	,337
Likelihood Ratio	10,601	8	,225
Linear-by-Linear Association	4,252	1	,039
N of Valid Cases	50		

a. 13 cells (72,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,46.

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * Η/Υ

Crosstab

Count		Η/Υ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ		1	1
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ		7	7
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ		2	2
	ΘΡΙΛΕΡ	1	2	3
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ		1	1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	1	12	13
	ΚΩΜΙΚΕΣ	2	8	10
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	5	7	12
	ΤΡΟΜΟΥ		1	1
Total		9	41	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,629 ^a	8	,375
Likelihood Ratio	9,961	8	,268
Linear-by-Linear Association	3,841	1	,050
N of Valid Cases	50		

a. 14 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,18.

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΔΙΑΒΑΣΜΑ

Crosstab

Count		ΔΙΑΒΑΣΜΑ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ		1	1
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ	1	6	7
	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ		2	2
	ΘΡΙΛΕΡ		3	3
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ		1	1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	1	12	13
	ΚΩΜΙΚΕΣ	1	9	10
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ		12	12
	ΤΡΟΜΟΥ		1	1
Total		3	47	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,478 ^a	8	,963
Likelihood Ratio	3,403	8	,907
Linear-by-Linear Association	,451	1	,502
N of Valid Cases	50		

a. 14 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΦΙΛΟΙ/ΣΥΝΕΣΤΙΑΣΕΙΣ

Crosstab

Count

		ΦΙΛΟΙ/ΣΥΝΕΣΤΙΑΣΕΙΣ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΕΙΔΟΣ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΝΤ		1	1
ΤΑΙΝΙΑΣ	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ	2	5	7
ΠΟΥ	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ		2	2
ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ		3	3
	ΘΡΙΛΕΡ		1	1
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ		12	13
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ	1	10	10
	ΚΩΜΙΚΕΣ		12	12
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ		1	1
	ΤΡΟΜΟΥ			
Total		3	47	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,304 ^a	8	,404
Likelihood Ratio	7,270	8	,508
Linear-by-Linear Association	4,143	1	,042
N of Valid Cases	50		

a. 14 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ Crosstabulation

Count

		ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ					ΣΥΧΝΑ-ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 4 ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	Total
		ΣΠΑΝΙΑ-ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	2 ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	4 ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ		
Μηνιαίο ατομικό εισόδημα	<€300		2	6	5	3		16
	€301-€600	1	1	8	10	4		24
	€601-€900	1	3	1	1	1	1	8
	€901<				1	1		2
Total		2	6	15	17	9	1	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,017 ^a	15	,262
Likelihood Ratio	16,459	15	,352
Linear-by-Linear Association	,001	1	,969
N of Valid Cases	50		

a. 21 cells (87,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ * ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ Crosstabulation

Count

		ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ					Total
		ΜΑΘΗΤΗΣ	ΦΟΙΤΗΤΗΣ ΑΕΙ/ΤΕΙ	ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	ΔΕΝ ΕΡΓΑΖΟΜΑΙ	
ΕΙΔΟΣ ΤΑΙΝΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ	ΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΕΣ ΚΟΜΕΔΙΕΣ		1				1
	ΔΡΑΜΑΤΙΚΕΣ		3	1	3		7
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ			2			2
	ΘΡΙΛΕΡ		2		1		3
	ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ	1					1
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ		9	1	2	1	13
	ΚΩΜΙΚΕΣ		8		2		10
	ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ	1	7	1	3		12
	ΤΡΟΜΟΥ		1				1
Total		2	31	5	11	1	50

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΚΑΤΟΙΚΙΑ * ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%

ΚΑΤΟΙΚΙΑ * ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ Crosstabulation

Count

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ						Total
	ΠΑΝΙΑ-ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	2 ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	4 ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	ΣΥΧΝΑ-ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 4 ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	
ΚΑΤΟΙΚΙ. ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΘΕΣ/ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΘΕΣ/Ν. ΔΥΤΙΚΗ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	2	4	3	4	6	1	19
		1	9	12	3		26
		1	1	1			3
			2				2
Total	2	6	15	17	9	1	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,240 ^a	15	,203
Likelihood Ratio	20,732	15	,146
Linear-by-Linear Association	,049	1	,825
N of Valid Cases	50		

a. 20 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΚΑΤΟΙΚΙΑ * ΠΟΙΟΣ ΚΙΝ/ΦΟΣ ΕΠΙΛΕΓΕΤΑΙ ΣΥΧΝΟΤΕΡΑ	49	98,0%	1	2,0%	50	100,0%

ΚΑΤΟΙΚΙΑ * ΠΟΙΟΣ ΚΙΝ/ΦΟΣ ΕΠΙΛΕΓΕΤΑΙ ΣΥΧΝΟΤΕΡΑ Crosstabulation

Count

	ΠΟΙΟΣ ΚΙΝ/ΦΟΣ ΕΠΙΛΕΓΕΤΑΙ ΣΥΧΝΟΤΕΡΑ				Total
	ΠΛΑΤΕΙΑ ALFA ΟΔΕΟΝ	VILLAGE CENTER	STER CENTURY CINEMAS	ΣΥΝΟΙΚΙΑΚΟΣ	
ΚΑΤΟΙΚΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	4	4	8	2	18
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	15	4	5	2	26
ΔΥΤΙΚΗ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	3				3
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ		1	1		2
Total	22	9	14	4	49

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,015 ^a	9	,212
Likelihood Ratio	14,035	9	,121
Linear-by-Linear Association	2,818	1	,093
N of Valid Cases	49		

a. 12 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,16.

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ/ΓΡΑΦΕΙΟ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΕΥΚΟΛΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΕΥΚΟΛΟ ΠΑΡΚΙΝΓΚ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΑΙΘΟΥΣΑΣ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΤΑΙΝΙΑ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%
Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΗΧΟΥ	50	100,0%	0	,0%	50	100,0%

Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ/ΓΡΑΦΕΙΟ

Crosstab

Count

		ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ/ΓΡΑΦΕΙΟ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
Μηνιαίο ατομικό εισόδημα	<€300	9	7	16
	€301-€600	9	15	24
	€601-€900	2	6	8
	€901<	1	1	2
Total		21	29	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,535 ^a	3	,469
Likelihood Ratio	2,574	3	,462
Linear-by-Linear Association	1,400	1	,237
N of Valid Cases	50		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,84.

Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΕΥΚΟΛΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ

Crosstab

Count

		ΕΥΚΟΛΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
Μηνιαίο ατομικό εισόδημα	<€300	2	14	16
	€301-€600	4	20	24
	€601-€900	1	7	8
	€901<	1	1	2
Total		8	42	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,947 ^a	3	,583
Likelihood Ratio	1,482	3	,686
Linear-by-Linear Association	,619	1	,431
N of Valid Cases	50		

a. 5 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,32.

Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΕΥΚΟΛΟ ΠΑΡΚΙΝΓΚ

Crosstab

Count

		ΕΥΚΟΛΟ ΠΑΡΚΙΝΓΚ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
Μηνιαίο	<€300	4	12	16
ατομικό	€301-€600	7	17	24
εισόδημα	€601-€900	2	6	8
	€901<	1	1	2
Total		14	36	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,604 ^a	3	,896
Likelihood Ratio	,556	3	,906
Linear-by-Linear Association	,192	1	,661
N of Valid Cases	50		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,56.

Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΑΙΘΟΥΣΑΣ

Crosstab

Count

		ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΑΙΘΟΥΣΑΣ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
Μηνιαίο	<€300	10	6	16
ατομικό	€301-€600	17	7	24
εισόδημα	€601-€900	4	4	8
	€901<	1	1	2
Total		32	18	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,353 ^a	3	,717
Likelihood Ratio	1,334	3	,721
Linear-by-Linear Association	,278	1	,598
N of Valid Cases	50		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,72.

Μηνιαίο ατομικό εισόδημα * ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΗΧΟΥ

Crosstab

Count

		ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΗΧΟΥ	
		ΟΧΙ	Total
Μηνιαίο ατομικό εισόδημα	<€300	16	16
	€301-€600	24	24
	€601-€900	8	8
	€901<	2	2
Total		50	50

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	, ^a
N of Valid Cases	50

a. No statistics are computed because ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΗΧΟΥ is a constant.

ΜΕ ΤΙ ΜΕΣΟ ΠΗΓΑΙΝΟΥΝ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΚΙΝ/ΦΟ * ΕΥΚΟΛΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ

Crosstab

Count

		ΕΥΚΟΛΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΜΕ ΤΙ ΜΕΣΟ ΠΗΓΑΙΝΟΥΝ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΚΙΝ/ΦΟ	ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ	2	17	19
	ΜΗΧΑΝΗ		2	2
	ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑ	4	7	11
	ΠΟΔΙΑ	2	16	18
Total		8	42	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,519 ^a	3	,211
Likelihood Ratio	4,202	3	,241
Linear-by-Linear Association	,020	1	,888
N of Valid Cases	50		

a. 5 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,32.

ΜΕ ΤΙ ΜΕΣΟ ΠΗΓΑΙΝΟΥΝ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΚΙΝ/ΦΟ * ΤΑΙΝΙΑ

Crosstab

Count		ΤΑΙΝΙΑ		Total
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΜΕ ΤΙ ΜΕΣΟ ΠΗΓΑΙΝΟΥΝ	ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ	13	6	19
ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ	ΜΗΧΑΝΗ	2		2
ΚΙΝ/ΦΟ	ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑ	5	6	11
	ΠΟΔΙΑ	14	4	18
Total		34	16	50

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,303 ^a	3	,231
Likelihood Ratio	4,760	3	,190
Linear-by-Linear Association	,223	1	,637
N of Valid Cases	50		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,64.

ΜΕ ΤΙ ΜΕΣΟ ΠΗΓΑΙΝΟΥΝ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΚΙΝ/ΦΟ * ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΗΧΟΥ

Crosstab

Count		ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΗΧΟΥ	Total
		ΟΧΙ	
ΜΕ ΤΙ ΜΕΣΟ ΠΗΓΑΙΝΟΥΝ	ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ	19	19
ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ	ΜΗΧΑΝΗ	2	2
ΚΙΝ/ΦΟ	ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑ	11	11
	ΠΟΔΙΑ	18	18
Total		50	50

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	, ^a
N of Valid Cases	50

a. No statistics are computed because ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΗΧΟΥ is a constant.

NPar Tests - Mann-Whitney Test

Ranks

	ΦΥΛΟ	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Συνωσισμός	ΑΝΔΡΑΣ	21	24,10	506,00
	ΓΥΝΑΙΚΑ	29	26,52	769,00
	Total	50		
Κακή τηλεφωνική εξυπηρέτηση	ΑΝΔΡΑΣ	21	23,74	498,50
	ΓΥΝΑΙΚΑ	29	26,78	776,50
	Total	50		
Απόσταση από την πόλη	ΑΝΔΡΑΣ	21	24,05	505,00
	ΓΥΝΑΙΚΑ	29	26,55	770,00
	Total	50		
Δε γίνεται διάλλειμα	ΑΝΔΡΑΣ	21	25,81	542,00
	ΓΥΝΑΙΚΑ	29	25,28	733,00
	Total	50		
Δεν υπάρχουν αίθουσες καπνιστών	ΑΝΔΡΑΣ	21	24,62	517,00
	ΓΥΝΑΙΚΑ	29	26,14	758,00
	Total	50		
Δίνουν έμφαση στον εμπορικό/Αμερικάνικο κιν/φο	ΑΝΔΡΑΣ	21	26,12	548,50
	ΓΥΝΑΙΚΑ	29	25,05	726,50
	Total	50		
Ακρίβεια	ΑΝΔΡΑΣ	21	24,81	521,00
	ΓΥΝΑΙΚΑ	29	26,00	754,00
	Total	50		
Κανένα	ΑΝΔΡΑΣ	21	26,93	565,50
	ΓΥΝΑΙΚΑ	29	24,47	709,50
	Total	50		

Test Statistics^a

	Συνωσισμός	Κακή τηλεφωνική εξυπηρέτηση	Απόσταση από την πόλη	Δε γίνεται διάλλειμα	Δεν υπάρχουν αίθουσες καπνιστών	Δίνουν έμφαση στον εμπορικό/Αμερικάνικο κιν/φο	Ακρίβεια	Κανένα
Mann-Whitney U	275,000	267,500	274,000	298,000	286,000	291,500	290,000	274,500
Wilcoxon W	506,000	498,500	505,000	733,000	517,000	726,500	521,000	709,500
Z	-.678	-1,292	-.901	-.311	-.884	-.454	-1,175	-.851
Asymp. Sig. (2-tailed)	,498	,196	,368	,756	,377	,650	,240	,395

a. Grouping Variable: ΦΥΛΟ

Oneway

ANOVA

Μηνιαίο ατομικό εισόδημα - Αξιολόγηση παρεχόμενων υπηρεσιών

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,644	11	,331	,449	,922
Within Groups	28,036	38	,738		
Total	31,680	49			

Oneway

ANOVA

Ηλικία - Αξιολόγηση παρεχόμενων υπηρεσιών

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,527	11	,139	,508	,886
Within Groups	10,393	38	,273		
Total	11,920	49			

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙV - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Σε αυτό το παράρτημα φαίνεται το ερωτηματολόγιο όπως χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα και έπειτα όπως κατέληξε τελικά η κωδικοποίησή του για το πέρασμα των δεδομένων στο SPSS.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΘΕΜΑ:

Διερεύνηση του προφίλ των επισκεπτών των πολυκινηματογράφων (multiplex) και αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών από τα ήδη υπάρχοντα συγκροτήματα, στο νομό Θεσσαλονίκης.

Καλημέρα σας, το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο έχει σκοπό να χρησιμοποιηθεί στη διεξαγωγή έρευνας με το παραπάνω θέμα. Όλα τα στοιχεία που θα μας εμπιστευτείτε, θα είναι άκρως απόρρητα και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για το σκοπό της έρευνας .

Ευχαριστούμε πολύ για το χρόνο που θα μας διαθέσετε

Η ερευνητική ομάδα

Όνοματεπώνυμο Ερευνητή:_____

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΜΑΪΟΣ 2002

Όνοματεπώνυμο (ερωτώμενου) _____

Τηλέφωνο _____

1. Περιοχή διαμονής _____

1

2. Φύλο 1. Άνδρας 2. Γυναίκα

2

3. Ηλικία _____

3

4. Επάγγελμα / ασχολία

1. Μαθητής

5. Ιδιωτικός υπάλληλος

2. Φοιτητής ΑΕΙ / ΤΕΙ

6. Ελεύθερος επαγγελματίας

4

3. Ι.Ε.Κ./ Λοιπές σχολές

7. Δεν εργάζομαι

4. Δημόσιος υπάλληλος

5. Χόμπι (Μέχρι τρεις απαντήσεις)

1. Σινεμά

5. Ταξίδια εκδρομές

5

2. Θέατρο

6. Η/Υ

6

3. Μουσική

7. Άλλο _____

7

4. Αθλητισμός

6. Μηνιαίο ατομικό εισόδημα

1. < €300

2. €301 - €600

3. €601 - €900

4. €901 <

5. Δεν απαντώ

8

7. Ιεραρχείστε τα παρακάτω είδη ταινιών, από το 1 = 1^η προτίμηση μέχρι το 9 = τελευταία, σύμφωνα με τις προτιμήσεις σας.

1. Αισθηματικές κομεντί

9

2. Δραματικές

10

3. Επιστημονικής φαντασίας

11

4. Θρίλερ

12

5. Κινούμενα σχέδια

13

6. Κοινωνικές

14

7. Κωμικές

15

8. Περιπέτειες

16

9. Τρόμου

17

8. Ιεραρχείστε, από το 1 = 1^η προτίμηση μέχρι το 6 = τελευταία, από πού ενημερώνεστε για την ταινία που θα δείτε, σύμφωνα με τις προτιμήσεις σας;

- | | | | |
|----|---------------------------|--------------------------|----|
| 1. | Διαφημίσεις | <input type="checkbox"/> | 18 |
| 2. | Εφημερίδες - Περιοδικά | <input type="checkbox"/> | 19 |
| 3. | Κιν/φικές εκπομπές | <input type="checkbox"/> | 20 |
| 4. | Κιν/φικά έντυπα - Κριτική | <input type="checkbox"/> | 21 |
| 5. | Trailers | <input type="checkbox"/> | 22 |
| 6. | Φίλους | <input type="checkbox"/> | 23 |

9. Ιεραρχείστε, από το 1 = 1^η προτίμηση μέχρι το 6 = τελευταία, από πού ενημερώνεστε για τις ώρες προβολής της ταινίας που θα δείτε, σύμφωνα με τις προτιμήσεις σας;

- | | | | |
|----|--|--------------------------|----|
| 1. | Εφημερίδες - Περιοδικά | <input type="checkbox"/> | 24 |
| 2. | Internet | <input type="checkbox"/> | 25 |
| 3. | Κιν/φικά έντυπα | <input type="checkbox"/> | 26 |
| 4. | Οθόνες στα ταμεία | <input type="checkbox"/> | 27 |
| 5. | Τηλεφωνικά από τον κινηματογράφο | <input type="checkbox"/> | 28 |
| 6. | Τηλεφωνικά από το 181 - Λοιπές τηλεφωνικές υπηρεσίες | <input type="checkbox"/> | 29 |

10. Πόσο συχνά πηγαίνετε στον κινηματογράφο;

- | | | | |
|----|---|--------------------------|----|
| 1. | Σπάνια - λιγότερο από 1 φορά το δίμηνο | | |
| 2. | Λιγότερο από 1 φορά το μήνα | | |
| 3. | 1 φορά το μήνα | <input type="checkbox"/> | 30 |
| 4. | 2 φορές το μήνα | | |
| 5. | 4 φορές το μήνα | | |
| 6. | Συχνά - περισσότερο από 4 φορές το μήνα | | |

11. Ποιον κινηματογράφο επιλέγετε συχνότερα;

_____ 31

12. Με βάση ποια κριτήρια (μέχρι 3 επιλογές) επιλέγετε τον παραπάνω κινηματογράφο;

- | | | | |
|----|---------------------------------|--------------------------|----|
| 1. | Απόσταση από το σπίτι / γραφείο | <input type="checkbox"/> | 32 |
| 2. | Εύκολη πρόσβαση | | |
| 3. | Εύκολο πάρκινγκ | <input type="checkbox"/> | 33 |
| 4. | Ποιότητα αίθουσας | | |
| 5. | Ταινία | <input type="checkbox"/> | 34 |
| 6. | Άλλο _____ | | |

13. Με τι μέσο πηγαίνετε συνήθως στον παραπάνω κινηματογράφο (1 επιλογή);

1. Με αυτοκίνητο
2. Με μηχανή
3. Με συγκοινωνία
4. Με ταξί
5. Με τα πόδια

35

14. Ποιες από τις παρακάτω υπηρεσίες των πολυκινηματογράφων χρησιμοποιείτε συχνότερα (μέχρι 2 επιλογές);

1. Κάρτα μέλους
2. Πάρκινγκ
3. Τηλεφωνικές κρατήσεις
4. Άλλο _____

36

37

15. Αγοράζετε κάτι από το μπαρ των κινηματογράφων;

1. Ναι
2. Όχι

38

(Αν Ναι πηγαίνετε στην ερώτηση 17, αν Όχι στη 16)

16. Αν όχι γιατί (μέχρι 2 επιλογές);

1. Δεν έχω χρόνο
2. Δεν μου αρέσει κάτι
3. Είναι ακριβά
4. Έχει συνωστισμό

39

40

17. Αν ναι τι αγοράζετε συχνότερα (μέχρι 3 επιλογές);

1. Αναψυκτικό
2. Hot dog
3. Nachos
4. Νερό
5. Πατατάκια
6. Popcorn
7. Ποτό
8. Σοκολάτες
9. Άλλο _____

41

42

43

18. Τι άλλο θα επιθυμούσατε να διαθέτουν τα μπαρ των κινηματογράφων;

1. _____
2. _____

44

45

19. Αν επισκέπτεστε (κάποιον από) τους υπάρχοντες πολυκινηματογράφους απαντήστε στις παρακάτω ερωτήσεις.

	(1) ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	(2) ΣΥΜΦΩΝΩ	(3) ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	(4) ΔΙΑΦΩΝΩ	(5) ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
--	-----------------------------	----------------	---	----------------	-----------------------------

1. Η καθαριότητα του χώρου είναι πάρα πολύ καλή.

46

	1	2	3	4	5	
2. Η ποιότητα των αιθουσών είναι πάρα πολύ καλή.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 47
3. Παρέχουν πολύ καλές υπηρεσίες τηλεφωνικών κρατήσεων.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 48
4. Τα εκδοτήρια εισιτηρίων λειτουργούν πάρα πολύ καλά.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 49
5. Η ποικιλία των προϊόντων στα μπαρ είναι πολύ μεγάλη.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 50
6. Η εξυπηρέτηση στα μπαρ είναι πολύ καλή.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 51
7. Οι υπηρεσίες πάρκινγκ είναι πάρα πολύ καλές.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 52

20. Κατά τη γνώμη μου το μεγαλύτερο πλεονέκτημα των πολυκινηματογράφων είναι:

	(1) ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	(2) ΣΥΜΦΩΝΩ	(3) ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ/ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	(4) ΔΙΑΦΩΝΩ	(5) ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	
1. Η δυνατότητα επιλογής πολλών ταινιών σε ένα χώρο.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 53
2. Ο συνδυασμός χώρων διασκέδασης πριν και μετά την προβολή.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 54

21. Κατά τη γνώμη μου το μεγαλύτερο μειονέκτημα των πολυκινηματογράφων είναι:

1. _____
2. _____

56

55

Ευχαριστούμε πολύ για τη συνεργασία

Τελική κωδικοποίηση

Ερώτηση 1 (περιοχή διαμονής):

- 1 = Ανατολική Θεσσαλονίκη
- 2 = Κεντρική Θεσσαλονίκη
- 3 = Δυτική Θεσσαλονίκη
- 4 = Περιφερειακή Θεσσαλονίκη

Ερώτηση 2 (φύλο):

- 1 = Άνδρας
- 2 = Γυναίκα

Ερώτηση 3 (ηλικία):

- 1 = μέχρι 20 ετών
- 2 = 21 - 30 ετών
- 3 = 31 και πάνω ετών

Ερώτηση 4 (επάγγελμα):

Ως έχει στο πρωτότυπο.

Ερώτηση 5 (χόμπι):

Για κάθε περίπτωση 1 έως 6, καθώς και για δύο νέες περιπτώσεις, το διάβασμα και τις συνεστιάσεις με φίλους, δημιουργήθηκαν χωριστές μεταβλητές με κωδικούς:

- 1 = Ναι (αν σημειώθηκε)
- 2 = Όχι (αν δεν σημειώθηκε)

Ερώτηση 6 (μηνιαίο ατομικό εισόδημα):

Ως έχει στο πρωτότυπο.

Ερώτηση 7 (είδη ταινιών που προτιμούνται):

Δημιουργήθηκαν 9 μεταβλητές για κάθε επιλογή από την 1^η μέχρι και την 9^η και η κωδικοποίηση παρέμεινε ως έχει στο πρωτότυπο.

Ερώτηση 8 (τρόπος ενημέρωσης για ταινία):

Δημιουργήθηκαν 6 μεταβλητές για κάθε επιλογή από την 1^η μέχρι και την 6^η και η κωδικοποίηση παρέμεινε ως έχει στο πρωτότυπο.

Ερώτηση 9 (τρόπος ενημέρωσης για ώρες προβολής):

Ακριβώς όπως και στην 8.

Ερώτηση 10 (συχνότητα επίσκεψης κιν/φων):

Ως έχει στο πρωτότυπο.

Ερώτηση 11 (δημοφιλέστερος κιν/φος):

- 1 = Πλατεία Alpha Odeon
- 2 = Village Center
- 3 = Ster Century Cinemas
- 4 = Συνοικιακός κιν/φος

Ερώτηση 12 (κριτήρια επιλογής κιν/φου):

Για κάθε περίπτωση 1 έως 6 δημιουργήθηκαν χωριστές μεταβλητές με κωδικούς:

- 1 = Ναι (αν σημειώθηκε)
- 2 = Όχι (αν δεν σημειώθηκε)

Ερώτηση 13 (μέσο μετάβασης στον κιν/φο):

Για κάθε περίπτωση 1 έως 5 δημιουργήθηκαν χωριστές μεταβλητές με κωδικούς:

- 1 = Ναι (αν σημειώθηκε)
- 2 = Όχι (αν δεν σημειώθηκε)

Ερώτηση 14 (χρήση υπηρεσιών πολυκινηματογράφων):

Για κάθε περίπτωση 1 έως 4 - όπου άλλο = καμία - δημιουργήθηκαν χωριστές μεταβλητές με κωδικούς:

- 1 = Ναι (αν σημειώθηκε)
- 2 = Όχι (αν δεν σημειώθηκε)

Ερώτηση 15 (αγορά από το μπαρ του κιν/φου):

Ως έχει στο πρότυπο.

Ερώτηση 16 (λόγοι μη αγοράς από το μπαρ):

Για κάθε περίπτωση 1 έως 4 δημιουργήθηκαν χωριστές μεταβλητές με κωδικούς:

- 1 = Ναι (αν σημειώθηκε)
- 2 = Όχι (αν δεν σημειώθηκε)

Ερώτηση 17 (τι αγοράζουν από τα μπαρ):

Για κάθε περίπτωση 1 έως 9 - όπου άλλο = καφές - δημιουργήθηκαν χωριστές μεταβλητές με κωδικούς:

- 1 = Ναι (αν σημειώθηκε)
- 2 = Όχι (αν δεν σημειώθηκε)

Ερώτηση 18 (τι αγοράζουν από τα μπαρ):

Δημιουργήθηκαν οι μεταβλητές: Καραμέλες, Καφές, Μπισκότα, Παγωτά, Τίποτα, Τσιγάρα και Φυσικοί χυμοί με κωδικούς:

1 = Ναι (αν σημειώθηκε)

2 = Όχι (αν δεν σημειώθηκε)

Ερώτηση 19 (αξιοποίηση υπηρεσιών):

Κάθε επιμέρους πρόταση αποτέλεσε μία μεταβλητή η οποία ακολούθησε τους κωδικούς (1 - 5) όπως φαίνονται πάνω στην κλίμακα Likert.

Ερώτηση 20 (πλεονεκτήματα):

Κάθε επιμέρους πρόταση αποτέλεσε μία μεταβλητή η οποία ακολούθησε τους κωδικούς (1 - 2) όπως φαίνονται πάνω στην κλίμακα Likert.

Ερώτηση 21 (μειονεκτήματα):

Δημιουργήθηκαν οι μεταβλητές: Συνωστισμός, Κακή τηλεφωνική εξυπηρέτηση, Απόσταση από την πόλη, Έλλειψη διαλείμματος, Ελλείπει αιθουσών για καπνιστές, Έμφαση στον Εμπορικό /Αμερικάνικο κιν/φο, Ακρίβεια και Κανένα, όπου για κάθε περίπτωση οι κωδικοί ήταν:

1 = Ναι (αν σημειώθηκε)

2 = Όχι (αν δεν σημειώθηκε)