



ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΑΠΌ
ΣΑΛΟΥΣΤΡΟΥ ΑΝΤΙΓΟΝΗ
ΣΥΓΓΛΕΤΟΥ ΕΛΕΝΗ

ΑΝΑΓΚΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- ◆ Μελέτη ποιοτικών χαρακτηριστικών ξενοδοχείων
- ◆ Συμβουλευτικές υπηρεσίες από εσωτερικούς ή εξωτερικούς συνεργάτες



ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΚΑΙ ΛΑΘΗ

- ◆ ΝΕΟΠΟΥΛΟΣ 1^η ΛΑΘΟΣ ΕΠΙΛΟΓΗ
- ◆ Ν'ΕΟ ΘΕΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ
- ◆ ΒΡΗΚΑΜΕ ΛΙΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ
- ◆ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ

- ◆ ΣΥΝΤΑΞΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ-ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ
- ◆ ΕΥΡΕΣΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ
- ◆ ΕΥΡΕΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ (ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ)
- ◆ ΑΠΡΟΣΙΤΟ ΚΟΙΝΟ
- ◆ ΚΑΚΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ (ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΟΙ ΜΗΝΕΣ)
- ◆ ΑΠΕΙΡΙΑ

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

- ◆ Πόσο σκόπιμες είναι οι ερωτήσεις
- ◆ Πόσο ορθές είναι οι απαντήσεις
- ◆ Test data



ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΝΑΚΤΗΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η διαδικασία για την ανάκτηση του δείγματος έγινε με 3 τρόπους:

- ◆ τηλεφωνικά,
- ◆ με fax και
- ◆ Και κυρίως κλείνοντας ραντεβού.



ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΟΙ

- ◆ Ταυτοποίηση στοιχειωδών μονάδων του πληθυσμού (πριν την δειγματοληψία)
- ◆ Πλαίσιο(frame) ή δειγματοληπτούμενος πληθυσμός (sampler population)
- ◆ Επιτυχία ή αποτυχία μιας στατιστικής έρευνας
- ◆ Εγκατάλειψη ή συνέχιση μελέτης

ΔΕΙΓΜΑΤΑ

- ◆ Τι είναι δείγμα;

Είναι ένα μέρος του πληθυσμού. Είναι μία συλλογή πρωταρχικών μονάδων δειγματοληψίας που επιλέγονται ώστε να αποτελούν έναν αντιπροσωπευτικό μικρόκοσμο του πληθυσμού από τον οποίο θα εξαχθούν επαγωγικά συμπεράσματα για τον πληθυσμό.

ΔΕΙΓΜΑΤΑ

- ◆ Οι μονάδες δειγματοληψίας που περιέχονται σε έναν πληθυσμό ταξινομούνται σε δύο κατηγορίες:
 - Στοιχειώδεις μονάδες
 - Πρωταρχικές μονάδες



ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΔΕΙΓΜΑΤΩΝ

- ◆ Τυχαία δείγματα
 - “Δείγμα πιθανότητας”
- ◆ Λογικά δείγματα (κρίσεως)
 - “Προσωπική κρίση του ερευνητή”
- ◆ Άλλες μορφές δειγματοληψίας
 - Δείγμα με μία μόνο δειγματοληπτική μονάδα
 - Εξαντλητική δειγματοληψία (exhaustive sampling)

ΛΟΓΟΙ ΠΑΡΑΔΟΧΗΣ ΤΗΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

- ◆ Αξιόπιστα αποτελέσματα
- ◆ Άπειροι πληθυσμοί (δειγματοληψία μόνη εφικτή μέθοδος)
- ◆ Η μελέτη ενός πεπερασμένου πληθυσμού είναι αδύνατη-κόστος ασύμφορο
- ◆ Καταστροφή των μονάδων
- ◆ Ο πληθυσμός δεν είναι προσιτός
- ◆ Σε κάθε περίπτωση η δειγματοληψία είναι περισσότερο αποτελεσματική διαδικασία

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΦΑΛΜΑΤΑ

- ◆ Σφάλμα(error) μιας δειγματικής συναρτήσεως σημαίνει τη διαφορά μεταξύ της τιμής της δειγματικής συναρτήσεως και της τιμής της αντίστοιχης παραμέτρου του πληθυσμού.
- ◆ Τα σφάλματα ταξινομούνται σε:
 - Δειγματοληπτικά
 - Μη δειγματοληπτικά

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΦΑΛΜΑΤΑ

- ◆ Το άθροισμα των δειγματοληπτικών και των μη δειγματοληπτικών σφαλμάτων είναι το συνολικό σφάλμα της στατιστικής έρευνας
 - Πρέπει να είναι όσο το δυνατόν μικρότερο
- ◆ Τρόποι μείωσης του:
 - Ακριβής καθορισμός του υπό έρευνα πληθυσμού
 - Ακριβής καθορισμός των χαρακτηριστικών του πληθυσμού
 - Λεπτομερής έλεγχος του ερωτηματολογίου
 - Πλήρης εκπαίδευση των ερευνητών

ΤΥΠΙΚΑ ΣΦΑΛΜΑΤΑ- ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΟ ΣΦΑΛΜΑ

- ◆ Προκύπτει από τυχαία επιλογή των μονάδων δειγματοληψίας
- ◆ Συμβαίνει γιατί μόνο ένα μέρος του πληθυσμού περιέχεται στο δείγμα
- ◆ Σπουδαιότερη ιδιότητα των σφαλμάτων αυτών είναι το γεγονός ότι ακολουθούν τυχαίες διακυμάνσεις που τείνουν να εξουδετερώνονται όταν γίνονται μέσοι όροι
- ◆ Αμερόληπτη εκτιμήτρια συνάρτηση (unbiased estimator)

ΤΥΠΙΚΑ ΣΦΑΛΜΑΤΑ-ΜΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΟ ΣΦΑΛΜΑ

- ◆ Μη δειγματοληπτικό σφάλμα(non- sampling error)
 - Ο τύπος σφάλματος αυτός μπορεί να συμβεί σε οποιαδήποτε έρευνα
 - Περιέχουν μεροληψίες και λάθη
- ◆ Παράγοντες οι οποίοι προκαλούν μεροληψίες:
 - Έλλιπής προσδιορισμός του προς έρευνα πληθυσμού
 - Ατέλεια του πλαισίου (διπλοεγγραφές)
 - Αοριστία ερωτηματολογίου
 - Ασαφής καθορισμός επιθυμητών πληροφοριών
 - Υπερβολικές ή άσχετες απαντήσεις σε ερωτήσεις
 - Ανακριβείς μέθοδος συντάξεως
- ◆ Λάθη σε μία έρευνα γίνονται όταν:
 - Οι απαντήσεις εισέρχονται σε λάθος στήλες από τους ερευνητές
 - Λανθασμένες απαντήσεις ή ανεπαρκείς δίνονται από τους ερωτώμενους
 - Γίνονται λανθασμένοι υπολογισμοί κατά την επεξεργασία των δεδομένων
 - **Κύρια πηγή λαθών είναι η απροσεξία όλων εκείνων που εργάζονται (στατιστικώς) για την έρευνα**

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

- ◆ Μικρότερος αριθμός απογραφένων - καλύτερη και καταλληλότερη εκπαίδευση τους στο αντικείμενο της έρευνας - προσεκτικότερη επίοπτειυση της όλης διαδικασίας
- ◆ Μείωση χρόνου διεξαγωγής της έρευνας και του κόστους της έρευνας

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

1. ΤΥΧΑΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ

α) απλή τυχαία (ή απεριορίστη)

β) περιορισμένη τυχαία

- Στρωματοποιημένη
- Συσσωρευτική
- Συστηματική

γ) διπλή, πολλαπλή και προοδευτική

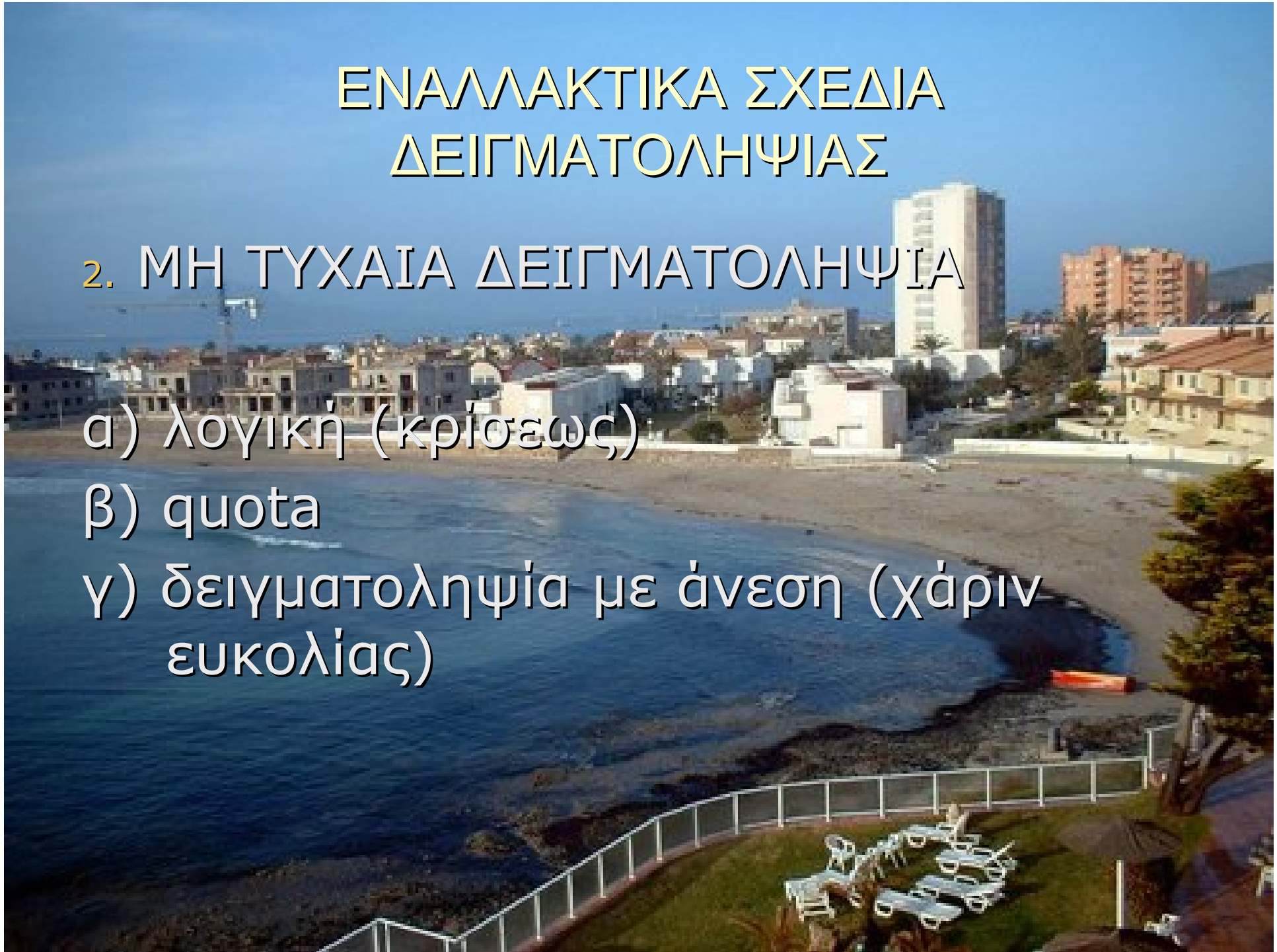
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

2. ΜΗ ΤΥΧΑΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ

α) λογική (κρίσεως)

β) quota

γ) δειγματοληψία με άνεση (χάριν ευκολίας)



Λογική δειγματοληψία (κρίσεως)

Στη συγκεκριμένη μέθοδο δειγματοληψίας η λήψη των μονάδων γίνεται με βάση την κρίση του δειγματολήπτη.

Η πιθανότητα να επιλεγεί μία μονάδα του πληθυσμού είναι άγνωστη.

Ικανός να εκτιμήσει την ακρίβεια των αποτελεσμάτων είναι μόνο ο ειδικός δειγματολήπτης. Τα αποτελέσματα εξαρτώνται από την κρίση και τις γνώσεις του. Σε περίπτωση που ένα δείγμα ληφθεί με φτωχή κρίση και το δείγμα και τα αποτελέσματα θα είναι μεροληπτικά.

ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ ΚΡΙΣΕΩΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

- ◆ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ EXPERTS (ξενοδόχους, τουριστικούς πράκτορες κλπ) προκειμένου να αναζητηθούν ποιοτικά χαρακτηριστικά σε επενδύσεις και σε συστήματα ποιότητας και όχι τα έως σήμερα κλασικά χαρακτηριστικά ερευνών σε διανυκτερεύσεις, πληρότητα κλπ
- ◆ ΛΙΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ
- ◆ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ 10% ΑΠΟ 600 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Frequency Table

STARS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	20,0	20,0	20,0
	3	24	40,0	40,0	60,0
	4	20	33,3	33,3	93,3
	5	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι από τα ξενοδοχεία που συμπεριελήφθησαν στο δείγμα:

- ◆ Το 20% είναι 2 αστέρων
- ◆ Το 40% είναι 3 αστέρων
- ◆ Το 33% είναι 4 αστέρων
- ◆ Το 6,7% είναι 5 αστέρων
- ◆ ο Μ.Ο. Των ξενοδοχείων συγκεντρώνεται στα $++\text{++}$ αστέρια

Frequency Table

HOTEL_CHAIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YES	33	55,0	55,0	55,0
	NO	27	45,0	45,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι από τα ξενοδοχεία που συμπεριελήφθησαν στο δείγμα:

- ◆ Το 55% έχουν αλυσίδα ξενοδοχείων
- ◆ ενώ
- ◆ Το 45% δεν έχουν αλυσίδα ξενοδοχείων
- ◆ Είναι ένα πολύ καλό ποσοστό για την Κρήτη. Ο τουρισμός στην Κρήτη βρίσκεται σε πολύ καλά στάδια παρ' όλη τη γενική ανησυχία.

Frequency Table

PLACE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	AGIOS_NIKOLAOS	8	13,3	13,3	13,3
	CHANIA	8	13,3	13,3	26,7
	IRAKLIO	28	46,7	46,7	73,3
	RETHYMNO	16	26,7	26,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι από τα ξενοδοχεία που συμπεριελήφθησαν στο δείγμα:

- ◆ Το 13,3% βρίσκονται στον Αγ. Νικόλαο
- ◆ Το 13,3% βρίσκονται στα Χανιά
- ◆ Το 46,7% βρίσκονται στο Ηράκλειο
- ◆ Το 26,7% βρίσκονται στο Ρέθυμνο

Σημ. Παρατηρούμε ότι παρόλο που ο Αγ. Νικόλαος έχει περισσότερα ξενοδοχεία από το Νομό Ρεθύμνου, ο αριθμός των ερωτηματολογίων που απαντήθηκαν από το νομό Ρεθύμνου είναι μεγαλύτερος και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το κοινό ήταν πιο προσιτό.

Frequency Table

RENOVATION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YES_IN_5_YEARS	41	68,3	68,3	68,3
	YES_UP_TO_5_YEAR	6	10,0	10,0	78,3
	NO	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

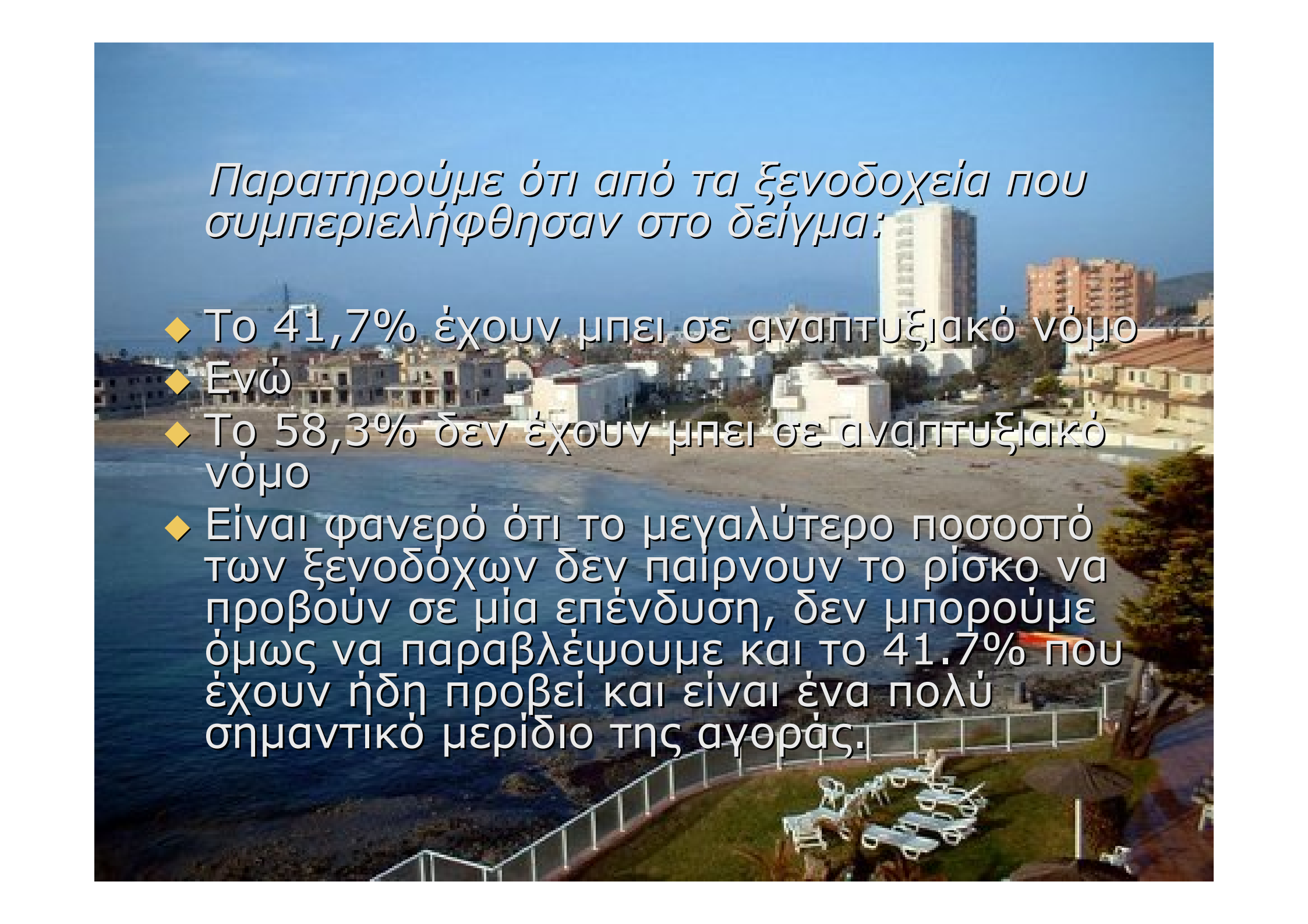
Παρατηρούμε ότι από τα ξενοδοχεία που συμπεριελήφθησαν στο δείγμα:

- ◆ Το 68,5% έχει κάνει ανακαίνιση μέσα στα τελευταία 5 χρόνια
- ◆ Το 10% έχει να κάνει ανακαίνιση πάνω από 5 χρόνια
- ◆ Ενώ
- ◆ Το 21.7% δεν έχει κάνει ανακαίνιση
- ◆ Παρατηρούμε ότι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό έχει κάνει ανακαίνιση και αυτό δείχνει την επιμονή και την επιθυμία των ξενοδόχων να προσφέρουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες που να καλύπτουν όλα τα γούστα και να βρίσκονται πάντα στο προσκήνιο.

Frequency Table

INVESTMENT_BY_GOVERMENT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YES	25	41,7	41,7	41,7
	NO	35	58,3	58,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	



Παρατηρούμε ότι από τα ξενοδοχεία που συμπεριελήφθησαν στο δείγμα:

- ◆ Το 41,7% έχουν μπει σε αναπτυξιακό νόμο
- ◆ Ενώ
- ◆ Το 58,3% δεν έχουν μπει σε αναπτυξιακό νόμο
- ◆ Είναι φανερό ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ξενοδόχων δεν παίρνουν το ρίσκο να προβούν σε μία επένδυση, δεν μπορούμε όμως να παραβλέψουμε και το 41.7% που έχουν ήδη προβεί και είναι ένα πολύ σημαντικό μερίδιο της αγοράς.

Frequency Table

IN_FUTURE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YES	21	35,0	35,0	35,0
	NO	39	65,0	65,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι από τα ξενοδοχεία που συμπεριελήφθησαν στο δείγμα:

- ◆ Το 35% επιθυμούν να κάνουν επένδυση στο μέλλον
- ◆ Ενώ
- ◆ το 65% δεν επιθυμούν να κάνουν επένδυση στο μέλλον
- ◆ Το ποσοστό των ξενοδοχείων που επιθυμούν να μπουν σε αναπτυξιακό νόμο είναι πολύ σημαντικό 35%, ενώ το 65% περιλαμβάνει και όσους εκείνους έχουν ήδη ενταχθεί σε κάποιο αναπτυξιακό νόμο.

Frequency Table

ISO_9001

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YES	27	45,0	45,0	45,0
	NO	33	55,0	55,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

A scenic view of a coastal town with a beach and buildings under a clear blue sky. The foreground shows a grassy area with white lounge chairs and a white fence. The middle ground features a sandy beach and the ocean. The background shows a town with various buildings, including a prominent tall white building.

Παρατηρούμε ότι από τα ξενοδοχεία που συμπεριελήφθησαν στο δείγμα:

- ◆ Το 45% έχει ISO
- ◆ Ενώ
- ◆ Το 55% δεν έχει ISO

Frequency Table

HACCP

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YES	25	41,7	41,7	41,7
	NO	35	58,3	58,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι από τα ξενοδοχεία που συμπεριελήφθησαν στο δείγμα:

- ◆ Το 41,7% έχει HACCP
- ◆ Ενώ
- ◆ το 58,3% δεν έχει HACCP

Σημ. Η γενική τάση οδηγεί στην απόκτηση Συστημάτων Ποιότητας και αυτό φαίνεται και από τους πίνακες όπου το 45% έχει ISO και το 41.7% έχει HACCP.

Frequency Table

MORE_IMPORTANT_BY_A_CONSULTING_OFFICE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INFORMATION	31	51,7	51,7	51,7
	TRUST	12	20,0	20,0	71,7
	LOW PRICE	6	10,0	10,0	81,7
	IN TIME AND SUPPORT	4	6,7	6,7	88,3
	LOAN SUPPORT	2	3,3	3,3	91,7
	WHOLE PACKAGE	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι από τα ξενοδοχεία που συμπεριελήφθησαν στο δείγμα:

- ◆ Για το 51,7% είναι σημαντικότερο από ένα γραφείο συμβούλων η ενημέρωση
- ◆ Για το 20% είναι σημαντικότερο από ένα γραφείο συμβούλων η εμπιστοσύνη
- ◆ Για το 10% είναι σημαντικότερο από ένα γραφείο συμβούλων οι χαμηλές τιμές
- ◆ Για το 6,7% είναι σημαντικότερο από ένα γραφείο συμβούλων η συνέπεια και η στήριξη
- ◆ Για το 3,3% είναι σημαντικότερο από ένα γραφείο συμβούλων η στήριξη στη σύναψη δανείου
- ◆ Για το 8,3% είναι σημαντικότερο από ένα γραφείο συμβούλων το συνολικό πακέτο

Correlations

		STARS	INVESTMENT _BY_ GOVERNMENT
STARS	Pearson Correlation	1	-,251
	Sig. (2-tailed)		,053
	N	60	60
INVESTMENT_BY_ GOVERNMENT	Pearson Correlation	-,251	1
	Sig. (2-tailed)	,053	
	N	60	60

- ◆ Σύμφωνα με τον συντελεστή Pearson, παρατηρείται ότι: τα αστέρια συγκρινόμενα με την επιχορήγηση από αναπτυξιακό νόμο παρουσιάζουν χαμηλή συσχέτιση $-0,251$,
- ◆ Δηλ. το αν κάποιο ξενοδοχείο έχει επιχορηγηθεί ποτέ δεν εξαρτάται από το πόσο καλής κατηγορίας ξενοδοχείο είναι.

Correlations

		STARS	ISO_9001
STARS	Pearson Correlation	1	-,110
	Sig. (2-tailed)		,403
	N	60	60
ISO_9001	Pearson Correlation	-,110	1
	Sig. (2-tailed)	,403	
	N	60	60

Correlations

		STARS	HACCP
STARS	Pearson Correlation	1	-,211
	Sig. (2-tailed)		,105
	N	60	60
HACCP	Pearson Correlation	-,211	1
	Sig. (2-tailed)	,105	
	N	60	60

- ◆ Σύμφωνα με τον συντελεστή Pearson, παρατηρείται ότι: τα αστέρια σε σχέση με τα Συστήματα Ποιότητας ISO (-0,11) και HACCP(-0,21) παρουσιάζουν πολύ χαμηλή συσχέτιση.

Correlations

		YEARS	RENOVATING
YEARS	Pearson Correlation	1	-,248
	Sig. (2-tailed)		,056
	N	60	60
RENOVATING	Pearson Correlation	-,248	1
	Sig. (2-tailed)	,056	
	N	60	60

- ◆ Σύμφωνα με τον συντελεστή Pearson, παρατηρείται ότι: το αν έχει κάνει ή όχι κάποιο ξενοδοχείο ανακαίνιση δεν σχετίζεται με τα χρόνια λειτουργίας του.
- ◆ Αυτό βέβαια έρχεται σε αντίθεση με την κοινή λογική που κάποιο ξενοδοχείο θα πρέπει να ανανεώνεται και να εκσυγχρονίζεται συνεχώς έτσι ώστε να μην χάνει την αξία του με το πέρασμα του χρόνου.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RENOVATING	60	1	2	1,25	,437
MONEY_FROM_WHO	60	1	4	2,35	1,147
Valid N (listwise)	60				

Η ανακαίνιση των ξενοδοχείων γίνεται κυρίως μέσα στα τελευταία 5 χρόνια χρησιμοποιώντας Ίδια Κεφάλαια και Δανεισμό, ένα ποσοστό ξενοδοχείων μόνο με δανεισμό.

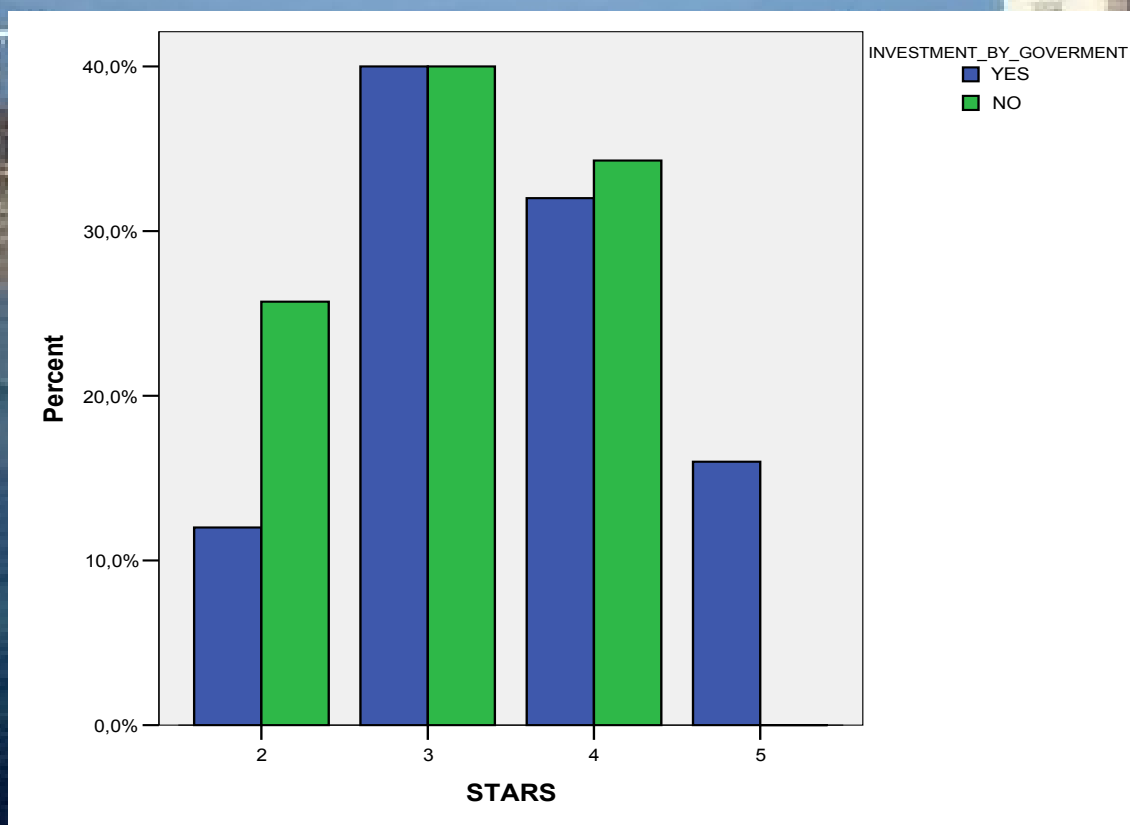
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
STARS	60	2	5	3,27	,861
INVESTMENT_BY_ GOVERNMENT	60	1	2	1,58	,497
Valid N (listwise)	60				

Παρόλο που η κατηγορία των ξενοδοχείων συγκεντρώνεται στα 3 με 4 αστέρια, είναι περισσότερα εκείνα τα ξενοδοχεία που δεν έχουν ενταχθεί σε πρόγραμμα όμως το ποσοστό δεν είναι και τόσο χαμηλό αφού το 41,7% έχει τελικά ενταχθεί σε σχέση με το 58,3% ποσοστό των ξενοδοχείων που δεν έχουν ενταχθεί.

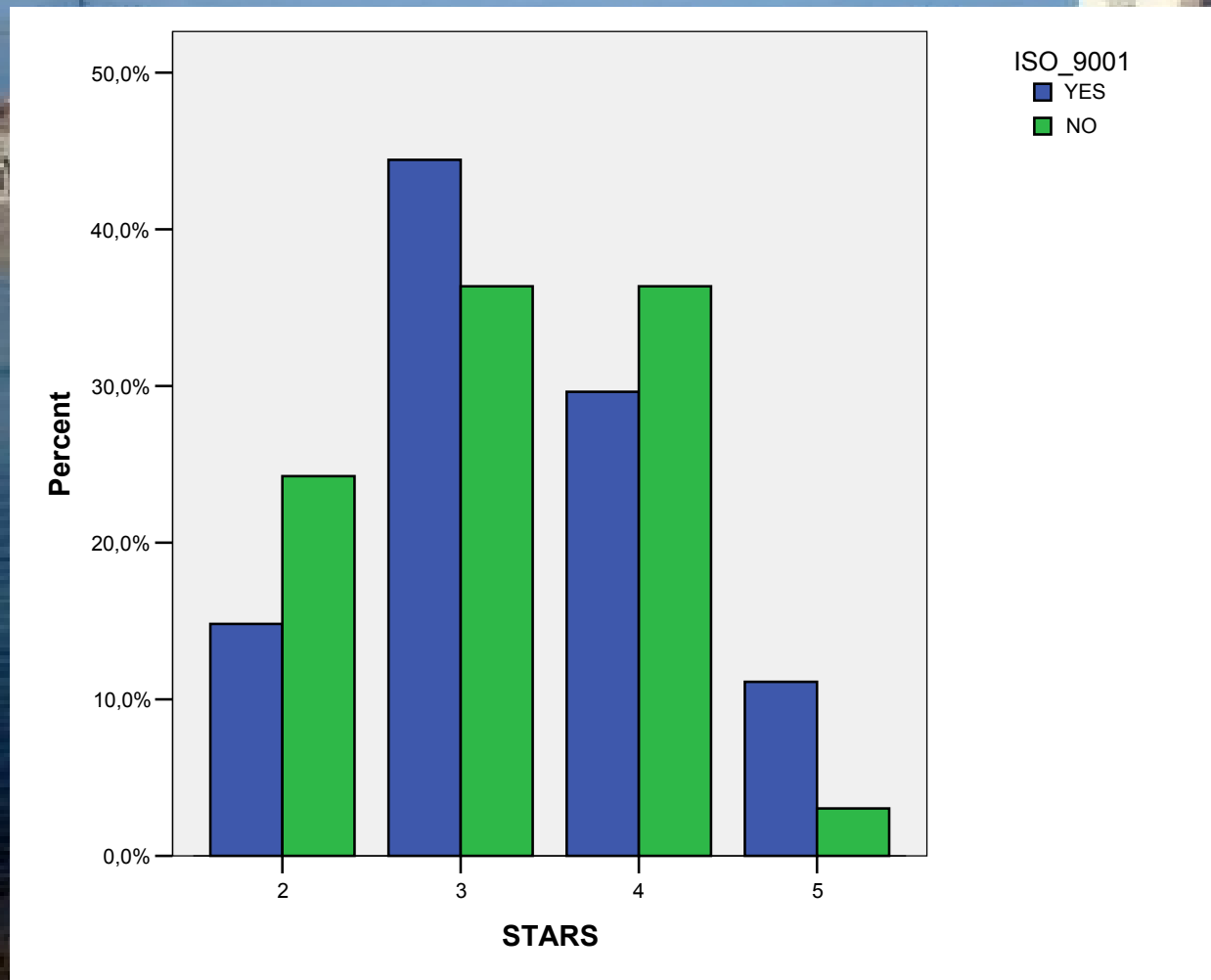
Βλ. Frequencies σελ. +++

Καθώς αυξάνεται ο αριθμός των αστέρων, αυξάνεται και το ποσοστό επιχορήγησης. Σε αντίθεση, όμως έρχεται η κατηγορία των 4 αστέρων, όπου η σχέση αυτή είναι αρνητική.



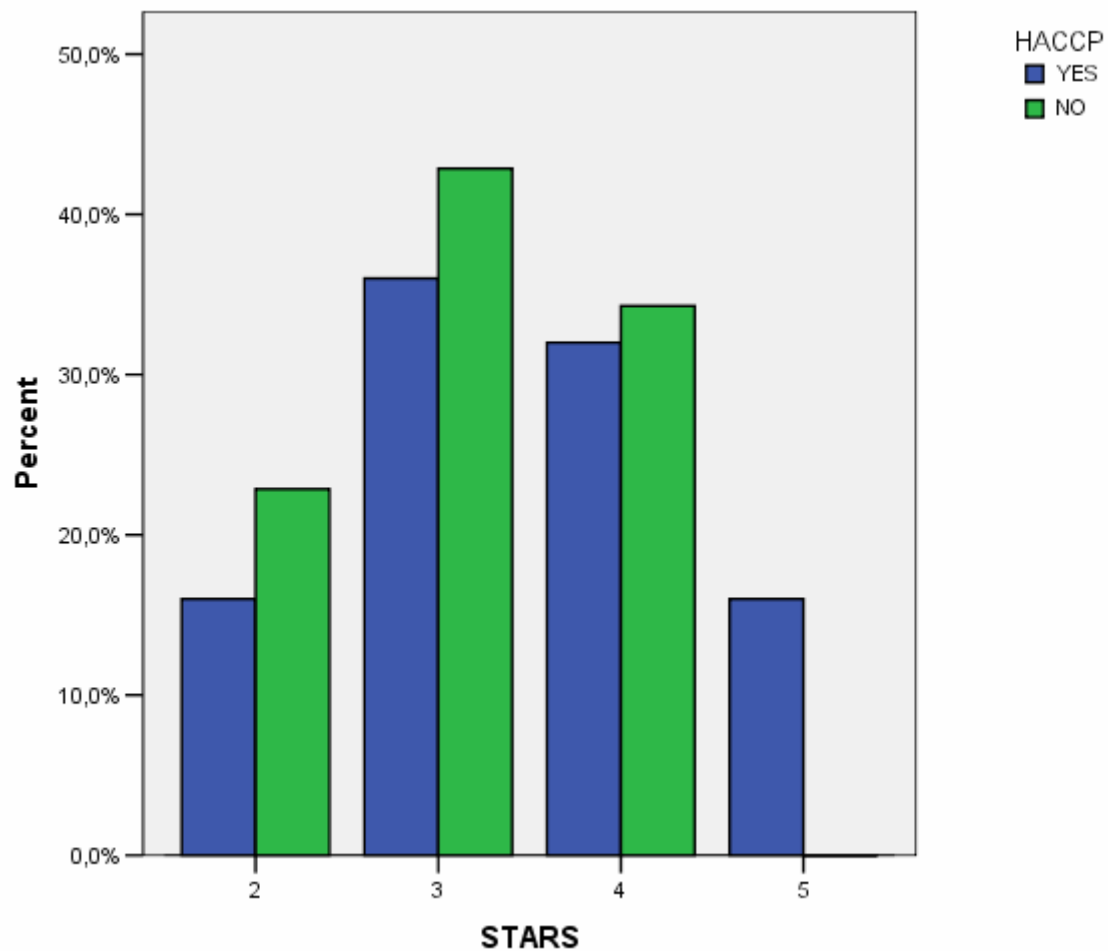
Descriptive Statistics

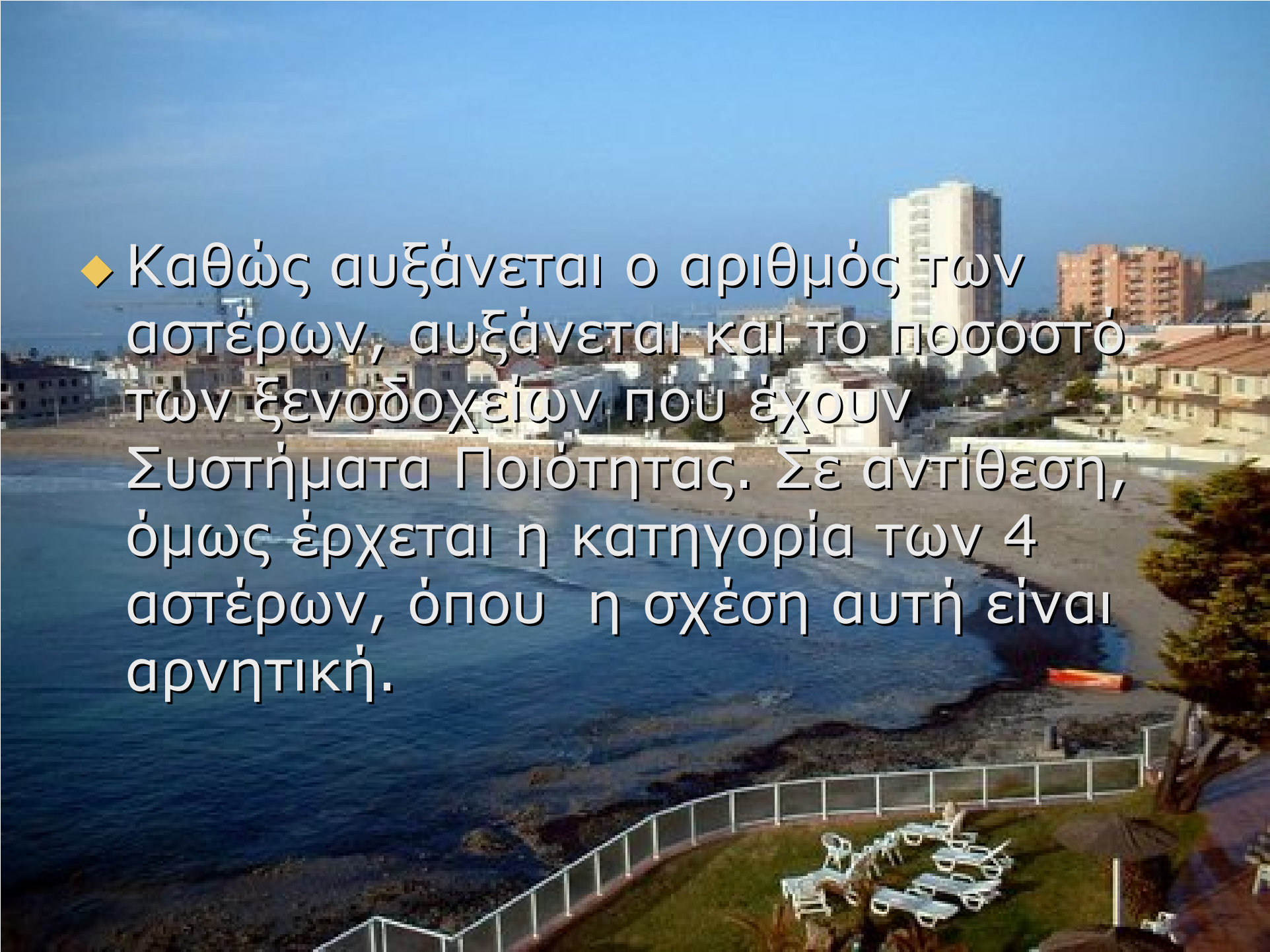
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
STARS	60	2	5	3,27	,861
ISO_9001	60	1	2	1,55	,502
Valid N (listwise)	60				



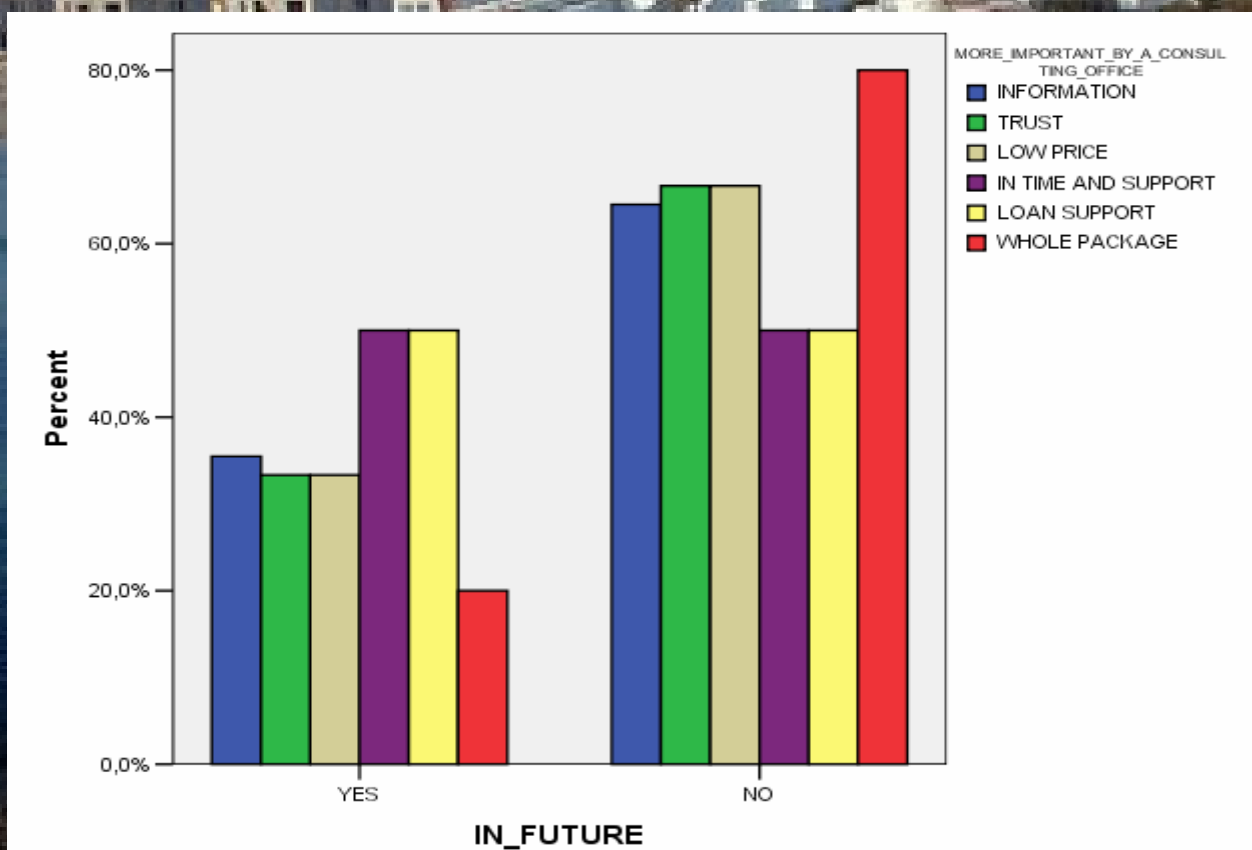
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
STARS	60	2	5	3,27	,861
HACCP	60	1	2	1,58	,497
Valid N (listwise)	60				

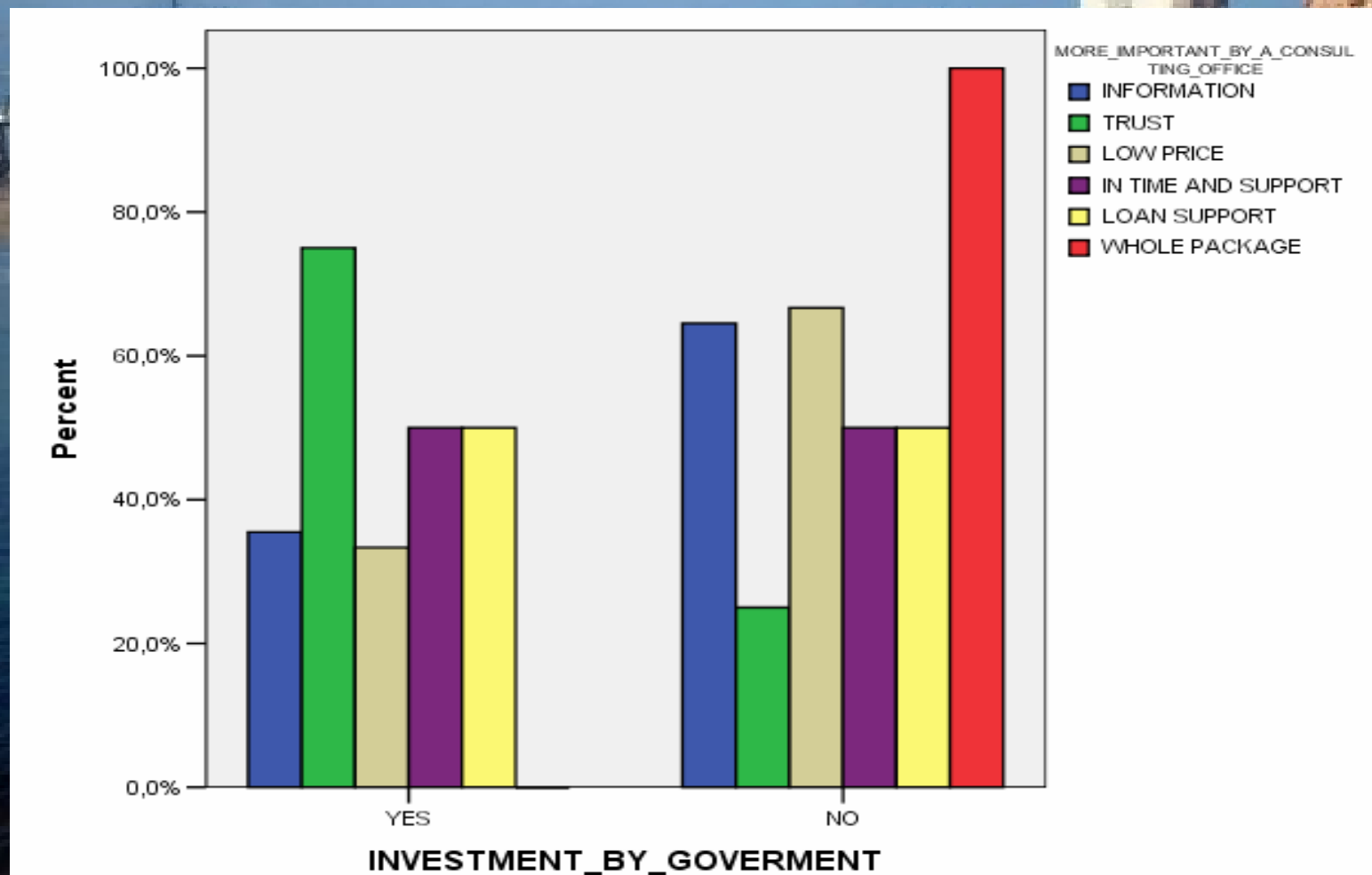


- 
- ◆ Καθώς αυξάνεται ο αριθμός των αστέρων, αυξάνεται και το ποσοστό των ξενοδοχείων που έχουν Συστήματα Ποιότητας. Σε αντίθεση, όμως έρχεται η κατηγορία των 4 αστέρων, όπου η σχέση αυτή είναι αρνητική.

Από το γράφημα βγαίνει το συμπέρασμα ότι εκείνοι που επιθυμούν να προβούν σε επένδυση μελλοντικά θεωρούν πιο σημαντικό τη συνέπεια και στήριξη καθώς και τη δανειακή υποστήριξη από ένα γραφείο συμβούλων. Ενώ εκείνοι οι οποίοι δεν επιθυμούν να προχωρήσουν σε επένδυση στο μέλλον πιστεύουν ότι η παροχή πλήρης δέσμης υπηρεσιών είναι η σημαντικότερη προσφορά από ένα γραφείο συμβούλων, διατηρώντας σε ίσο ποσοστό τη συνέπεια και στήριξη καθώς και την δανειακή υποστήριξη.



Σε αντίθεση έρχεται το επόμενο γράφημα, το οποίο μας δείχνει ότι όσοι έχουν προβεί σε επένδυση θεωρούν σημαντικότερο την εμπιστοσύνη ενώ δεν τους ενδιαφέρει καθόλου η πλήρης δέσμη υπηρεσιών.



Variables Entered/Removed

b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	YEARS ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: STARS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3,302	,238		13,900	,000	2,826	3,777
	YEARS	-,002	,012	-,022	-,167	,868	-,027	,023

a. Dependent Variable: STARS

Με την τεχνική της απλής παλινδρόμησης, εξετάζουμε τη σχέση μεταξύ των μεταβλητών: stars και years. Διαπιστώνουμε ότι υπάρχει πρακτικά μηδενική συσχέτιση μεταξύ τους. Στο διάστημα κυρίως της τριακονταετίας κατασκευάστηκαν ξενοδοχεία και των τεσσάρων κατηγοριών 2*, 3*, 4*, 5* χωρίς διαφοροποίηση από την ανώτερη προς την κατώτερη κατηγορία.

