



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Πάτρα)

**ΘΕΜΑ:** Στατιστική Ανάλυση και Αναλυτική Αναφορά Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολογίων

---



**Πτυχιακή Εργασία της Μαρίας Μερτίρη**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ : Μαρία Μιχοπούλου

**ΠΑΤΡΑ, Μάιος 2015**



---

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται τη στατιστική ανάλυση και αναλυτική αναφορά αποτελεσμάτων, report, ερωτηματολογίων και έχει χωριστεί σε δύο μέρη, στο θεωρητικό και στο ερευνητικό.

Αρχικά στο θεωρητικό μέρος παρουσιάζονται οι έννοιες ποιοτική και ποσοτική έρευνα. Στο πρώτο κεφάλαιο δίνεται ο ορισμός των εννοιών ποιοτική και ποσοτική έρευνα, και παρουσιάζονται μερικά παραδείγματα προσεγγίσεων της σύγχρονης ποιοτικής έρευνας όπως για παράδειγμα η ποιοτική έρευνα στην ψυχολογία. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι μέθοδοι της ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας αλλά και το συμπέρασμα των διαφορών τους. Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στο ρόλο του ερωτώμενου και του ερευνητή, τα οποία είναι αρκετά σημαντικά για την πραγματοποίηση μιας πρωτογενούς έρευνας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται μια ολοκληρωμένη αναφορά στη σύνταξη ενός ερωτηματολογίου ώστε να επιτευχθεί καλύτερα μια πρωτογενής έρευνα. Πρώτα γίνεται αναφορά στη δομή του ερωτηματολογίου και ύστερα στο σχεδιασμό και στις μεθόδους της συμπλήρωσής του. Έπειτα αναφέρονται οι μορφές των ερωτήσεων που θα πρέπει να έχει ένα ερωτηματολόγιο, όπως για παράδειγμα οι ανοιχτές και οι κλειστές ερωτήσεις. Επίσης γίνεται αναφορά στην κλίμακα Γκάτμαν (Guttman), στη δοκιμαστική έρευνα αλλά και στη μέθοδο της αναλυτικής επαγωγής, οι οποίες είναι σημαντικές μέθοδοι της βελτίωσης του ερωτηματολογίου.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναφέρεται ο συνδυασμός της θεωρίας με τα δεδομένα μας ώστε να χρησιμοποιηθεί σωστά η θεωρία στην πράξη. Το έκτο κεφάλαιο αναφέρει τα μέτρα της περιγραφικής στατιστικής και τη χρησιμότητά τους, όπως για παράδειγμα: το ραβδόγραμμα, το ιστόγραμμα, το αψιδωτό, το διάγραμμα χρόνου, το φυλλογράφημα και το θηκόγραμμα. Το έβδομο κεφάλαιο αναφέρει σύντομα και συνοπτικά τη λειτουργία του στατιστικού προγράμματος SPSS, αλλά και τη χρησιμότητα του στα αποτελέσματα των δεδομένων της στατιστικής έρευνας.



Το δεύτερο μέρος της παρούσας εργασίας αποτελείται από την ποιοτική έρευνα. Η έρευνα έγινε με την μορφή ερωτηματολογίου και προσωπικών συνεντεύξεων. Στη συνέχεια μέσω του στατιστικού πακέτου SPSS υπολογίστηκαν οι συχνότητες των απαντήσεων και έγιναν οι συσχετίσεις ανάμεσα στις μεταβλητές. Η έρευνα αποκαλύπτει τα προβλήματα αλλά και τις αλλαγές που επιθυμούν οι εθελοντές του κοινωνικού και πολιτιστικού κέντρου Trøjborg Beboerhus, στη δραστηριότητα Folkekøkken, στο Ώρχους της Δανίας. Στην έρευνα προβάλλονται τα προβλήματα που δημιουργήθηκαν είτε από ασυνεννοησία ή από την έλλειψη αποφάσεων των εθελοντών. Τα προβλήματα αυτά αποθάρρυναν τους εθελοντές να πάρουν αποφάσεις και να δράσουν εναντίον των προβλημάτων με αποτέλεσμα να δημιουργούνται προβλήματα στον εθελοντισμό του κέντρου Trøjborg Beboerhus.

Στο όγδοο κεφάλαιο παρουσιάζονται πληροφορίες για τη Folkekøkken, δηλαδή για το τι ακριβώς πρόκειται και ποια είναι η λειτουργία της κοινωνικής αυτής κουζίνας. Στο ένατο κεφάλαιο αναφέρονται πιο συγκεκριμένα το θέμα της έρευνας, ο σκοπός της και οι στόχοι της. Ύστερα αναφέρονται η μεθοδολογία και ο σχεδιασμός της έρευνας αλλά και η μέθοδος της συγκέντρωσης των πρωτογενών στοιχείων της. Έπειτα γίνεται η παρουσίαση του ερωτηματολογίου στα Αγγλικά, με το οποίο πραγματοποιήθηκε η έρευνα, αλλά και η μετάφραση του στα ελληνικά. Στο δέκατο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας με τους πίνακες των στατιστικών δεδομένων.

Εν κατακλείδι παρατίθενται τα συμπεράσματα τόσο από την βιβλιογραφική προσέγγιση όσο και από την ποιοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη .....	1
Εισαγωγή .....	5
Κεφάλαιο 1: Τι είναι ποιοτική και τι ποσοτική έρευνα.....	7
1.1 Προσεγγίσεις της σύγχρονης ποιοτικής έρευνας .....	8
1.2 Η Ποιοτική έρευνα στην ψυχολογία - Μια ειδική περίπτωση .....	9
1.3 Ποσοτική Έρευνα .....	10
Κεφάλαιο 2: Μέθοδοι ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας.....	12
2.1 Μέθοδοι ποιοτικής έρευνας .....	12
2.2 Μέθοδοι ποσοτικής έρευνας .....	13
2.3 Συμπέρασμα διαφορών μεταξύ ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας .....	16
Κεφάλαιο 3: Ο ρόλος του ερωτώμενου και του ερευνητή .....	18
Κεφάλαιο 4: Ερωτηματολόγιο και πως συντάσσεται .....	20
4.1 Δομή του ερωτηματολογίου.....	20
4.2 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου – μέθοδοι συμπλήρωσης .....	20
4.3 Μορφή των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου.....	21
4.4 Ανοιχτές ερωτήσεις.....	21
4.5 Κλειστές ερωτήσεις.....	23
4.6 Κλίμακα Γκάτμαν (Guttman).....	24
4.7 Κατάλογοι .....	24
4.8 Τύποι των ερωτήσεων – Οργάνωση του ερωτηματολογίου.....	25
4.9 Δοκιμαστική έρευνα.....	27
4.10 Μέθοδος της αναλυτικής επαγωγής .....	28
Κεφάλαιο 5: Συνδυασμός της θεωρίας με τα δεδομένα .....	29
Κεφάλαιο 6: Ποιά είναι τα μέτρα περιγραφικής στατιστικής και σε τι χρησιμεύουν .....	31
6.1 Διάγραμμα πίτας .....	31
6.2 Ραβδόγραμμα .....	32
6.3 Ιστόγραμμα .....	33
6.4 Πολύγωνο συχνοτήτων .....	34
6.5 Αψιδωτό .....	34
6.6 Διάγραμμα χρόνου .....	35
6.7 Φυλλογράφημα .....	36
6.8 Θηκόγραμμα .....	37
6.8.1 Λίγα λόγια για τη λειτουργία του θηκογράμματος.....	37
Κεφάλαιο 7: Λίγα λόγια για το SPSS και τη χρησιμότητά του.....	39



Κεφάλαιο 8: Λίγα λόγια για τη Folkekøkken (Κοινωνική Κουζίνα) .....	42
Κεφάλαιο 9: Θέμα της έρευνας.....	45
9.1 Σκοπός και στόχος της έρευνας .....	47
9.1.1 Γενικός στόχος.....	47
9.1.2 Ειδικοί στόχοι .....	47
9.2 Σχεδιασμός της έρευνας - Μεθοδολογία.....	48
9.3 Μέθοδος συγκέντρωσης πρωτογενών στοιχείων .....	50
9.4 Ερωτηματολόγιο της έρευνας (Στα Αγγλικά) .....	52
9.5 Μετάφραση του ερωτηματολογίου στα Ελληνικά.....	56
Κεφάλαιο 10: Αποτελέσματα της έρευνας.....	60
Κεφάλαιο 11: Συμπεράσματα .....	82
Επίλογος.....	87
Βιβλιογραφία .....	89
Άρθρα .....	93
Ιστοσελίδες .....	93
Παράρτημα (ΠΙΝΑΚΕΣ) .....	94



---

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία έχει εκπονηθεί από την Μερτίρη Μαρία, φοιτήτρια του Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδας στη σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων. Η εργασία αυτή ολοκληρώθηκε υπό την επίβλεψη της Μαρίας Μιχοπούλου, πανεπιστημιακή υπότροφος του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Η παρούσα εργασία περιορίζεται στην βιβλιογραφική έρευνα της στατιστικής ανάλυσης και αναλυτικής αναφοράς των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από τα ερωτηματολόγια και τα report. Για να γίνει η θεωρία πράξη πραγματοποιείται και παρουσιάζεται μια πρωτογενής ποιοτική έρευνα. Η έρευνα πρόκειται για την καταγραφή των εμποδίων αλλά και αλλαγών της κοινωνικής κουζίνας Folkekøkken, στο κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο του Ώρχους Trøjborg Beboerhus της Δανίας, αλλά και την επιρροή που έχουν τα εμπλεκόμενα μέλη της (εθελοντές) στη λειτουργία της ανάπτυξής της.

Η πρωτογενής αυτή έρευνα κάνει ένα πρώτο βήμα για τα πιθανές λύσεις και βελτιώσεις που θα μπορέσει το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο να ακολουθήσει. Αποτυπώνονται οι γνώμες των συμμετεχόντων/εθελοντών και η στάση τους απέναντι στη λειτουργία της κοινωνικής κουζίνας και διαπιστώνεται εάν υπάρχει ικανό ποσοστό που επιθυμεί να αλλάξει κάτι ώστε βελτιποιηθεί η ποιότητα του εθελοντισμού.

Επειδή το ζήτημα είναι αρκετά πολύπλοκο η παρούσα εργασία δεν μπορεί να καλύψει πλήρως το θέμα. Όμως θα μπορούσαμε να δημιουργήσουμε αρκετά περιθώρια για περαιτέρω ανάλυση και έρευνα επί για την ανάλυση του εθελοντισμού. Θα καταγραφούν τα οφέλη της έρευνας ώστε το κέντρο Trøjborg Beboerhus να μπορέσει να προβεί σε αλλαγές, σύμφωνα με τα αποτελέσματα που θα προκύψουν, οι οποίες αλλαγές θα βελτιώσουν όχι μόνο την ποιότητα της δραστηριότητας της Folkekøkken, αλλά και τις υπόλοιπες δραστηριότητες του κέντρου.



# I. Θεωρητικό Μέρος



---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Οι ερευνητικές μέθοδοι διακρίνονται σε ποιοτικές και ποσοτικές. Οι ποσοτικές αναλύουν την ποσότητα εμφάνισης του φαινομένου που εξετάζεται και οι ποιοτικές αναφέρονται στο είδος, στο συγκεκριμένο χαρακτήρα του φαινομένου (Kvale, 1996: 67). Και οι δύο μέθοδοι δίνουν τη δυνατότητα στον ερευνητή να προσεγγίσει ένα ερευνητικό πεδίο και να επικεντρωθεί σε αυτό.

Οι διακρίσεις που μπορούμε να κάνουμε μεταξύ των πληροφοριών που παίρνουμε για δύο ή περισσότερα υποκείμενα με τη διαδικασία της μέτρησης, μπορεί να αφορούν **ποιότητα** ή **ποσότητα**. Επομένως, τα χαρακτηριστικά των πληροφοριών μιας έρευνας μας οδηγούν στο να ονομάσουμε μια έρευνα σε **ποιοτική** ή **ποσοτική**.

Η ποιοτική έρευνα είναι μια ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιείται σε πολλούς διαφορετικούς ακαδημαϊκούς κλάδους, στις κοινωνικές επιστήμες, στην έρευνα αγοράς και σε περαιτέρω πλαίσια. Η ποιοτική έρευνα έχει ως στόχο να συγκεντρώσει μια σε βάθος κατανόηση της ανθρώπινης συμπεριφοράς και τους λόγους που διέπουν μια τέτοια συμπεριφορά. Η ποιοτική μέθοδος ερευνά το γιατί και το πώς της λήψης αποφάσεων, όχι μόνο το ό,τι, πού, πότε. Ως εκ τούτου, τα μικρότερα και επικεντρωμένα δείγματα χρησιμοποιούνται πιο συχνά από τα μεγάλα δείγματα.

Κατά τη συμβατική άποψη, οι ποιοτικές μέθοδοι παράγουν πληροφορίες μόνο για τις ειδικές περιπτώσεις που μελετήθηκαν, και τυχόν γενικότερα συμπεράσματα είναι μόνο προτάσεις και υποθέσεις. Οι ποσοτικές μέθοδοι μπορούν στη συνέχεια να χρησιμοποιηθούν για να αναζητήσουν εμπειρική υποστήριξη για τέτοιες ερευνητικές υποθέσεις.

Σημαίνοντα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τις ποιοτικές μεθόδους είναι ότι έχουν μια φυσιολογική ροή και κατά ένα μεγάλο βαθμό δεν είναι κατευθυνόμενες από τον ερευνητή. Οι Lincoln και Guba έγραψαν το 1985 ότι οι





ποιοτικές μέθοδοι είναι φυσικές (Lincoln και Guba, 1985). Ο ερευνητής έτσι μπορεί να διεισδύσει στην προσωπικότητα των υποκειμένων και να κατανοήσει τις κοινωνικές επιρροές που τα υποκείμενα έχουν δεχτεί (Παπαγεωργίου, 1998: 9-10).

---

### 1.1 ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η σύγχρονη ποιοτική έρευνα έχει διεξαχθεί από ένα μεγάλο αριθμό παραδειγμάτων που επηρεάζουν την εννοιολογική ανησυχία για την νομιμότητα της, τον έλεγχο, την ανάλυση των δεδομένων, την οντολογία και την επιστημολογία της. Η έρευνα που διεξάγεται τα τελευταία 10 χρόνια χαρακτηρίζεται από μια ξεχωριστή στροφή προς περισσότερες ερμηνευτικές, μεταμοντέρνες και κρίσιμες πρακτικές (Guba και Lincoln, 2005). Οι Guba και Lincoln προσδιορίζουν πέντε κύρια παραδείγματα της σύγχρονης ποιοτικής έρευνας:

- Θετικισμός-(positivism)
- Μετα-θετικισμός-Post-positivism
- Κρίσιμες θεωρίες-Critical theories
- Κονστρουκτιβισμός-Constructivism
- Συμμετοχικές / συνεταιριστικές προσεγγίσεις-Participatory/Cooperative

Κάθε ένα από τα παραπάνω παραδείγματα που αναφέρονται από τους Guba και Lincoln χαρακτηρίζονται από: Τις αξιωματικές διαφορές στην αξιολογία, την προορισμένη δράση της έρευνας, τον έλεγχο της διαδικασίας/αποτελεσμάτων της έρευνας, τη σχέση με τα θεμέλια της αλήθειας και της γνώσης, την εγκυρότητα, την εκπροσώπηση και φωνή του ερευνητή /



συμμετεχόντων από το κείμενο και τέλος την ισομετρία<sup>1</sup> με τις άλλες προσεγγίσεις.

Η ποιοτική έρευνα τα τελευταία δέκα χρόνια έχει χαρακτηριστεί από την ανησυχία με την καθημερινή κατηγοριοποίηση και τις απλές αφηγήσεις. Αυτή η «αφηγηματική στροφή» παράγει μια τεράστια βιβλιογραφία, καθώς οι ερευνητές παρουσιάζουν ευαίσθητοποιημένες έννοιες και προοπτικές της αφηγηματικής πρακτικής, η οποία επικεντρώνεται στις συνθήκες και τις επικοινωνιακές ενέργειες της αφήγησης.

Η Catherine Riessman (1993) και οι Gubrium και Χολστάϊν (2009) παρέχουν αναλυτικές στρατηγικές, και Holstein και Gubrium (2012) παρουσιάζουν την ποικιλία των προσεγγίσεων σε αρκετά περιεκτικά κείμενα. Επομένως, μια αφηγηματική πρακτική λαμβάνει όλο και περισσότερο τη θεσμική προετοιμασία της αφηγηματικής πρακτικής (Gubrium & Holstein, 2000).

---

## 1.2 Η ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ - ΜΙΑ ΕΙΔΙΚΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ

Ο Wilhelm Wundt, ιδρυτής της επιστημονικής ψυχολογίας, ήταν ένας από τους πρώτους ψυχολόγους για τη διεξαγωγή μιας ανοιχτής ποιοτικής έρευνας ως μέρος των πειραμάτων του. Τα πρόωρα παραδείγματα της ποιοτικής έρευνας του δημοσιεύτηκαν το 1900 με το 1920, στη μελέτη που ονομάζεται Völkerpsychologie (Κοινωνική Ψυχολογία). Ο Wundt υποστήριξε την ισχυρή σχέση ανάμεσα στην ψυχολογία και τη φιλοσοφία. Πίστευε ότι υπήρχε ένα

---

<sup>1</sup> Ειδικότερα, η ισομετρία περιλαμβάνει το βαθμό στον οποίο οι προσεγγίσεις αφορούν και μπορούν να τοποθετηθούν στο καθένα με τρόπους που κάνουν το καλύτερο δυνατό στην ταυτόχρονη πρακτική» (Guba και Lincoln, 2005).



χάσμα ανάμεσα στην ψυχολογία και την ποσοτική έρευνα που θα μπορούσε να πληρωθεί μόνο με τη διεξαγωγή ποιοτικής έρευνας. Η ποιοτική έρευνα ανέλυσε πτυχές της ανθρώπινης ζωής, που δεν θα μπορούσαν να καλυφθούν επαρκώς από την ποσοτική έρευνα. Πτυχές όπως ο πολιτισμός, η έκφραση, οι πεποιθήσεις, η ηθική και η φαντασία (Wertz, Charmaz, McMullen, 2011:16-18).

Υπάρχουν αρχαία της ποιοτικής έρευνας που χρησιμοποιήθηκαν στην ψυχολογία πριν από τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, αλλά εκείνη την εποχή οι μέθοδοι αυτές θεωρήθηκαν ως μη έγκυρα έντυπα της έρευνας. Λόγω της έλλειψης αποδοχής, πολλοί από τους ψυχολόγους, που άσκησαν ποιοτική έρευνα αρνήθηκαν τη χρήση των μεθόδων αυτών ή να ζητήσουν συγγνώμη γι' αυτό. Μέχρι τα τέλη του 20ου αιώνα, η ποιοτική έρευνα είχε αρχίσει να γίνεται ευρέως αποδεκτή στον κόσμο της ψυχολογίας (Wertz, Charmaz, McMullen, 2011:16-18).

---

### 1.3 ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΈΡΕΥΝΑ

Στην ποσοτική έρευνα απαντάμε στο πόσο, πόσο πολύ κ.τ.λ.π.. Οι μελέτες της ποσοτικής έρευνας χρησιμοποιούν μαθηματική ανάλυση και μπορούν να φανερώσουν σημαντικές στατιστικά διαφοροποιήσεις. Με λίγα λόγια, μετράμε την έκταση ή ένταση των απόψεων.

Στις φυσικές και τις κοινωνικές επιστήμες, όπως η κοινωνιολογία, οικονομία, η ανθρωπολογία, η ψυχολογία η ποσοτική έρευνα είναι η συστηματική εμπειρική διερεύνηση στα φαινόμενα που παρατηρούνται μέσω στατιστικών, μαθηματικών, αριθμητικών δεδομένων ή υπολογιστικών τεχνικών (Given, 2008). Στις κοινωνικές επιστήμες, η ποσοτική έρευνα χρησιμοποιείται ευρέως στην ψυχολογία, την οικονομία, την κοινωνιολογία, το εμπόριο, την υγεία και την ανθρώπινη ανάπτυξη, το φύλο και την πολιτική επιστήμη, και λιγότερο συχνά στην ανθρωπολογία και την ιστορία.



Ο σκοπός της ποσοτικής έρευνας είναι η ανάπτυξη και απασχόληση των μαθηματικών μοντέλων, θεωριών ή / και υποθέσεων που σχετίζονται με διάφορα φαινόμενα. Η διαδικασία της μέτρησης αποτελεί κεντρικό σημείο της ποσοτικής έρευνας, διότι παρέχει τη βασική σύνδεση μεταξύ της εμπειρικής παρατήρησης και της μαθηματικής έκφρασης των ποσοτικών σχέσεων. Τα ποσοτικά στοιχεία/χαρακτηριστικά είναι όλα τα δεδομένα που είναι σε αριθμητική μορφή, όπως οι στατιστικές, τα ποσοστά, κλπ. Επιπλέον, τα **ποσοτικά** χαρακτηριστικά διακρίνονται σε εκείνα που εκφράζονται σε κλίμακα λόγου και σε εκείνα που χρησιμοποιούν την κλίμακα διαστήματος. (Χαλικιάς, 2010:21)

Με απλά λόγια, ο ερευνητής της ποσοτικής έρευνας ζητά ένα συγκεκριμένο και περιορισμένο ζήτημα για να συλλέγει ένα δείγμα των αριθμητικών δεδομένων που προκύπτουν από παρατηρήσιμα φαινόμενα ή από τη μελέτη των συμμετεχόντων που απαντούν σε ερωτήσεις. Ο ερευνητής αναλύει τα δεδομένα με τη βοήθεια της στατιστικής επιστήμης και ελπίζει πως οι αριθμοί θα δώσουν ένα αμερόληπτο αποτέλεσμα που μπορεί να γενικευθεί σε κάποιο μεγαλύτερο πληθυσμό.



---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

---

### 2.1 ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στην ποιοτική έρευνα οι ερευνητές έχουν πολλές επιλογές που σχετίζονται με τη συλλογή δεδομένων οι οποίες κυμαίνονται από: τη θεμελιωμένη πρακτική θεωρία, την αφηγηματολογία, την αφήγηση, την κλασική εθνογραφία, ή τη σκίαση (παρακολούθηση εν ώρα). Οι ποιοτικές μέθοδοι επίσης υπάρχουν σε άλλες μεθοδολογικές προσεγγίσεις, όπως η έρευνα δράσης ή θεωρία του δικτύου δραστών. Η πιο κοινή μέθοδος είναι η έρευνα ποιοτικής συνέντευξης, αλλά οι μορφές των δεδομένων που συλλέγονται μπορούν επίσης να περιλαμβάνουν συζητήσεις της ομάδας, παρατηρήσεις και σημειώσεις του πεδίου προβληματισμού, διάφορα κείμενα, εικόνες, και άλλα υλικά (Baden, Major, 2013).

Η ποιοτική έρευνα κατηγοριοποιεί δεδομένα για την οργάνωση και την αναφορά των αποτελεσμάτων. Οι ποιοτικοί ερευνητές συνήθως βασίζονται στις ακόλουθες μεθόδους για τη συλλογή πληροφοριών: Συμμετοχική παρατήρηση, μη-συμμετοχική παρατήρηση, περιοδικά (Τύπος), δομημένη συνέντευξη, ημι-δομημένη συνέντευξη, αδόμητη συνέντευξη, και ανάλυση εγγράφων και υλικών (Marshall, Rossman, Gretchen 1998).

Οι τρόποι των συμμετεχόντων και η παρατήρηση μπορεί να ποικίλλουν σημαντικά. Η συμμετοχική παρατήρηση είναι μια στρατηγική μάθησης και όχι μια ενιαία μέθοδος παρατήρησης (Lindlof & Taylor, 2002).

Στην συμμετοχική παρατήρηση οι ερευνητές γίνονται μέλη ενός πολιτισμού, μιας ομάδας και υιοθετούν τους ρόλους με τους οποίους συμμορφώνονται σε αυτήν τη ρύθμιση. Με τον τρόπο αυτό, ο στόχος για τον ερευνητή να αποκτήσει μια πιο προσεκτική κατανόηση της κουλτούρας, των κινήτρων και των συναισθημάτων. Η ικανότητα των ερευνητών να κατανοήσουν



τις εμπειρίες του πολιτισμού μπορεί να παρεμποδιστεί εάν παρατηρούν χωρίς να συμμετέχουν (techsociety.com, Οκτώβριος 2010).

Τα δεδομένα που λαμβάνονται είναι προορισμένα για να ένα καθορισμένο θέμα ή πρότυπο. Τα δεδομένα αυτά επεξεργάζονται περαιτέρω και μετέπειτα δημιουργείται η ερευνητική υπόθεση η οποία παρέχει την τελική βάση της δήλωσης της έρευνας.

---

## 2.2 ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Οι απόψεις σχετικά με το ρόλο των μετρήσεων στην ποσοτική έρευνα διαφέρουν. Η μέτρηση θεωρείται συχνά ως το μοναδικό μέσο με το οποίο οι παρατηρήσεις εκφράζονται αριθμητικά, προκειμένου να διερευνηθούν αιτιακές σχέσεις ή ενώσεις. Παρόλα αυτά, υπάρχουν αρκετά επιχειρήματα πως η ποσοτική μέτρηση έχει συχνά έναν σημαντικό ρόλο στην ποσοτική έρευνα. (Mobballeghi & Moghaddam, 2008).

Για παράδειγμα, ο Kuhn υποστήριξε ότι στο πλαίσιο της ποσοτικής έρευνας τα αποτελέσματα που εμφανίζονται μπορεί να αποδειχθούν παράξενα. Αυτό συμβαίνει επειδή η αποδοχή μιας θεωρίας βάσει των αποτελεσμάτων των ποσοτικών δεδομένων θα μπορούσε να αποδειχθεί ως ένα φυσικό φαινόμενο. Υποστήριξε ότι τέτοιες ανωμαλίες είναι ενδιαφέρουσες όταν γίνονται κατά τη διαδικασία της συλλογής των στοιχείων (Kuhn, 1961, σ. 180).

Όταν χρησιμοποιούμε τις ποσοτικές μεθόδους για τη μέτρηση, πρέπει να ρίξουμε μια ρεαλιστική προσέγγιση για να ερευνηθούν οι μέθοδοι. Το κύριο ερώτημα στο οποίο πρέπει να απαντήσουμε είναι: Ποιές ερωτήσεις μπορούν να απαντηθούν καλύτερα χρησιμοποιώντας ποσοτικές σε αντίθεση με τις ποιοτικές μεθόδους;



Υπάρχουν τέσσερις βασικοί τύποι των ερευνητικών ερωτημάτων που στην ποσοτική έρευνα είναι ιδιαίτερα κατάλληλοι για να βρεθούν απαντήσεις:

1. Το πρώτο είδος του ερωτήματος της έρευνας είναι ότι απαιτεί μια ποσοτική απάντηση. Για παράδειγμα: Παραδείγματα είναι: «Πόσοι μαθητές επιλέγουν να σπουδάσουν;» ή «Πόσους καθηγητές μαθηματικών χρειαζόμαστε στην περιοχή μας;». Είναι προφανές πως πρέπει να χρησιμοποιήσουμε ποσοτική έρευνα για να απαντήσουμε σε αυτό το είδος των ερωτημάτων. Προφανώς οι ποιοτικές, μη αριθμητικές, μέθοδοι δεν θα μας δώσουν το (αριθμητικό) αποτέλεσμα που θέλουμε.

2. Οι αριθμητικές αλλαγές μπορούν να μελετηθούν με ακρίβεια μόνο με τη χρήση ποσοτικών μεθόδων.

3. Τη διερεύνηση μιας κατάστασης σχετικά με κάτι άλλο, ώστε να εξηγήσουμε κάποιο/α φαινόμενο/α. Για παράδειγμα, «Ποιοι παράγοντες σχετίζονται με τις αλλαγές των επιτευγμάτων των μαθητών με την πάροδο του χρόνου;».

4. Με την ποσοτική έρευνα μπορούμε να κάνουμε έλεγχο των υποθέσεων. Για παράδειγμα, σε περίπτωση που υπάρχει μια σχέση μεταξύ της επίτευξης του μαθητή με την αυτοεκτίμηση και το κοινωνικό υπόβαθρο, τότε θα μπορούσαμε να καταλήξουμε στην υπόθεση όπου η χαμηλή κοινωνική τάξη οδηγεί σε χαμηλή αυτοεκτίμηση και η οποία με τη σειρά της ίσως να σχετίζεται με τη χαμηλή επίτευξη.

Στους παραπάνω τύπους 1 και 2 οι όσα περιγράφονται ονομάζονται «περιγραφικά», διότι προσπαθούν να περιγράψουν μια κατάσταση. Το 3 και 4 ονομάζονται «επαγωγικά», διότι προσπαθούν να εξηγήσουν κάτι και όχι απλώς να το περιγράψουν.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, το συμπέρασμα είναι πως ενώ οι ποσοτικές μέθοδοι είναι καλές στο να απαντούν σε αυτούς τους τέσσερις τύπους των ερωτήσεων. Παρόλα αυτά, υπάρχουν και άλλοι τύποι ερωτήσεων όπου οι



ποσοτικές μέθοδοι δεν είναι κατάλληλες για να απαντήσουν σε αυτές, για παράδειγμα:

1. Η πρώτη κατάσταση στην οποία η ποσοτική έρευνα θα αποτύχει είναι όταν θέλουμε να διερευνήσουμε ένα πρόβλημα σε βάθος. Η ποσοτική έρευνα είναι καλή στην παροχή πληροφοριών σε πλάτος, από ένα μεγάλο αριθμό μονάδων, αλλά όταν θέλουμε να εξερευνήσουμε ένα πρόβλημα ή μια έννοια σε βάθος, οι ποσοτικές μέθοδοι θα αποβούν ρηχές. Για να καταλάβουμε πραγματικά ένα φαινόμενο, θα πρέπει να προβούμε σε εθνογραφικές μεθόδους, συνεντεύξεις, σε βάθος μελέτες περιπτώσεων και άλλες παρόμοιες ποιοτικές τεχνικές.

2. Παραπάνω έγινε αναφορά στο ότι η ποσοτική έρευνα είναι κατάλληλη για τον έλεγχο των θεωριών και υποθέσεων. Αυτό που οι ποσοτικές μέθοδοι δεν μπορούν να πετύχουν είναι το να αναπτύξουν υποθέσεις και θεωρίες. Οι υποθέσεις που πρόκειται να ελεγχθούν ίσως προέρχονται από μια ανασκοπήσεις της βιβλιογραφιών ή θεωριών, αλλά μπορεί επίσης να αναπτυχθούν με τη χρήση μιας διερευνητικής ποιοτική έρευνας.

3. Εάν τα ζητήματα που πρέπει να μελετηθούν είναι ιδιαίτερα πολύπλοκα, μια εις βάθος ποιοτική μελέτη είναι πιο πιθανό να πετύχει από μια ποσοτική μελέτη (μελέτη περίπτωσης για παράδειγμα). Αυτό προκύπτει διότι υπάρχει ένα όριο στο πόσο πολλές μεταβλητές μπορούν να εξεταστούν σε μία ποσοτική μελέτη. Επίσης, στην ποσοτική έρευνα ο ερευνητής καθορίζει τις μεταβλητές που θα μελετήσει, ενώ στην ποιοτική έρευνα απροσδόκητες μεταβλητές μπορεί να προκύψουν.

4. Τέλος, οι ποσοτικές μέθοδοι είναι καλύτερες για την εξέταση των αιτιών και επιδράσεων, ενώ οι ποιοτικές μέθοδοι είναι πιο κατάλληλες για την παρατήρηση των εννοιών των συγκεκριμένων γεγονότων ή περιστάσεων.





---

### 2.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η ποιοτική έρευνα ρωτά γενικά ερωτήματα και συλλέγει ποιοτικά δεδομένα από φαινόμενα ή συμμετέχοντες. Ο ερευνητής αναζητά συγκεκριμένα θέματα και περιγράφει τις πληροφορίες των θεμάτων αυτών αποκλειστικά για το σύνολο των συμμετεχόντων. Επομένως οι ποιοτικές μέθοδοι παράγουν πληροφορίες μόνο για τις ειδικές περιπτώσεις που μελετήθηκαν, και κάθε γενικά συμπεράσματα είναι μόνο υποθέσεις. Οι ποσοτικές μέθοδοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να ελέγξουν Ποιές από αυτές τις υποθέσεις είναι αληθινές.

Η ποσοτική έρευνα, σε αντίθεση με την ποιοτική, έχει σταθερή και δύσκαμπτη δομή. Ο σχεδιασμός της επιδέχεται ελάχιστες αλλαγές, εφόσον η έρευνα έχει ξεκινήσει, ενώ βασικό της γνώρισμα είναι ότι επιτρέπει τη σύνδεση δύο ή περισσότερων χαρακτηριστικών για ένα μεγάλο αριθμό περιπτώσεων, αναδεικνύοντας έτσι τις γενικές τάσεις που εμφανίζονται στο δείγμα. Η δυνατότητα που έχει ο ερευνητής να προσεγγίσει μεγάλο μέρος του πληθυσμού είναι βασικό στοιχείο για την προτίμηση που επιδεικνύεται προς τις ποσοτικές μεθόδους όταν πρόκειται για τον έλεγχο της θεωρίας.

Όταν τα αποτελέσματα της έρευνας στηρίζονται σε μεγάλο αριθμό περιπτώσεων, η γενική αντίληψη που επικρατεί είναι ότι οι θεωρητικές υποθέσεις υποβάλλονται σε πιο αυστηρό και έγκυρο έλεγχο. Ερευνητικές πρακτικές που έχουν ως αφετηρία τον έλεγχο κάποιας θεωρίας διατρέχονται από παραγωγικό συλλογισμό. Η θεωρία μετασχηματίζεται σε θεωρητικές υποθέσεις με εμπειρικές απολήξεις που στη συνέχεια ελέγχονται με κατάλληλα εμπειρικά στοιχεία. Τα στοιχεία αυτά αφορούν επιμέρους χαρακτηριστικά των περιπτώσεων που περιλαμβάνονται στο δείγμα της έρευνας (Merton, 1967).

Από τις παραπάνω διαφορές συμπεραίνουμε πως, εάν θέλουμε να εξετάσουμε τόσο το εύρος αλλά και το βάθος σε μία έρευνα, τότε σε αυτή την περίπτωση είναι καλύτερα να χρησιμοποιηθεί μια μικτή-ερευνητική μέθοδος σχεδιασμού. Την



μικτή μέθοδο την χρησιμοποιούμε τόσο στις ποσοτικές (για παράδειγμα, ένα ερωτηματολόγιο) αλλά και στις ποιοτικές μεθόδους (για παράδειγμα, μια σειρά από μέλετες περιπτώσεων). Η μικτή-ερευνητική μέθοδος είναι μια ευέλικτη προσέγγιση, όπου ο σχεδιασμός της έρευνας καθορίζεται από το τι θέλουμε να μάθουμε και όχι από οποιαδήποτε προκαθορισμένη επιστημολογική θέση. Στις μεικτές μεθόδους έρευνας, μία από τις ποιοτικές ή ποσοτικές συνιστώσες μπορούν να κυριαρχήσουν, ή και οι δύο μπορούν να έχουν ισότιμο καθεστώς (Tashakkori & Teddlie, 2000).



---

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΗ

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί το σύνδεσμο επικοινωνίας μεταξύ του ερευνητή και του ερωτώμενου. Η επικοινωνία αυτή είναι αμφίδρομη: ο ερευνητής επικοινωνεί με τον ερωτώμενο θέτοντας ερωτήσεις για να λάβει συγκεκριμένες πληροφορίες και ο ερωτώμενος επικοινωνεί με τον ερευνητή δίνοντας του τις πληροφορίες που θέλει. Σκοπός του ερωτηματολογίου είναι να μειωθεί το ποσοστό «θορύβου» στην αμφίδρομη επικοινωνία. Το ερωτηματολόγιο σύμφωνα με τον Σιώμκο και τον Μαύρο (2008) θεωρείται η καλύτερη επιλογή όταν οι πόροι είναι περιορισμένοι (χρήματα και χρόνος) και όταν είναι αναγκαίο να προστατευθούν τα προσωπικά στοιχεία των ερωτώμενων, καθώς το ερωτηματολόγιο εξασφαλίζει εύκολα την ανωνυμία. Η επικοινωνία στην χρήση του συγκεκριμένου ερωτηματολογίου είναι αμφίδρομη και για την συλλογή των πληροφοριών σύμφωνα με τους Malhotra & Birks (2003), ο ερωτώμενος μπορεί να ζητάει από τον ερευνητή:

- Ανταμοιβή
- Εχεμύθεια
- Ενδιαφέρον για το θέμα/ την παρουσίαση του θέματος
- Προσωπικά οφέλη από την ολοκληρωμένη έρευνα
- Κοινωνικά οφέλη από την ολοκληρωμένη έρευνα
- Συμπάθεια και εμπιστοσύνη

Από την πλευρά του, ο ερευνητής ζητά από τον ερωτώμενο:

- Ειλικρίνεια
- Να αντιληφθεί το σκοπό της έρευνας



- Να ακολουθήσει προσεκτικά τις οδηγίες συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου
  
- Να σκέφτεται προσεκτικά πριν απαντήσει.



---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΚΑΙ ΠΩΣ ΣΥΝΤΑΣΣΕΤΑΙ

---

### 4.1 ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Η δειγματοληπτική έρευνα με ερωτηματολόγια είναι η πιο διαδεδομένη μορφή εμπειρικής έρευνας. Η τυποποίηση των στοιχείων που συλλέγονται, δίνει τη δυνατότητα προσέγγισης μεγάλου μέρους του πληθυσμού. Η επιδεκτικότητα των στοιχείων σε στατιστικές μεθόδους ανάλυσης για την ανάδειξη γενικών τάσεων και ομοιομορφιών, καθώς και η συγκριτικά μικρότερη επένδυση χρόνου που χρειάζεται από τον ερευνητή, καθιστούν την δειγματοληπτική έρευνα την πλέον καθιερωμένη μέθοδο για την μελέτη των κοινωνικών φαινομένων (Κυριαζή, 2009).

---

### 4.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ – ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ

Η δυνατότητα συλλογής στοιχείων από μεγάλο αριθμό ατόμων για τα ίδια θέματα και συνεπώς, η συγκρισιμότητα, η δυνατότητα ποσοτικοποίησης και στατιστικής ανάλυσης των στοιχείων που συλλέγονται καθιστούν το τυποποιημένο ερωτηματολόγιο, το κύριο εργαλείο της ποσοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες, που χρησιμοποιείται και στην έρευνα που εξετάζεται. Η συσχέτιση μεταβλητών που αποτελεί το καθιερωμένο μοντέλο ανάλυσης για τη διαπίστωση εμπειρικών τάσεων και ομοιομορφιών, ταυτίζεται σχεδόν αποκλειστικά με το τυποποιημένο ερωτηματολόγιο και την τυποποιημένη συνέντευξη, που στη συγκεκριμένη περίπτωση δεν αποτελεί εργαλείο της έρευνας. Οι απαντήσεις των ερωτώμενων μετατρέπονται σε δείκτες των υπό έρευνα κοινωνικών φαινομένων, με σκοπό τη στατιστική τους επεξεργασία και την κατάδειξη εμπειρικών γενικεύσεων. Το ερωτηματολόγιο μπορεί να συμπληρωθεί είτε από τον ερωτώμενο (σε πλαίσιο ομαδικό/αποστέλλόμενο ταχυδρομικώς) είτε από το συνεντευκτή.



---

#### 4.3 ΜΟΡΦΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Στις αρχικές αποφάσεις του ερευνητή σχετικά με το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου συμπεριλαμβάνεται και η απόφαση για την κατάλληλη μορφή των ερωτήσεων. Πιο συγκεκριμένα, οι ερωτήσεις μπορεί να έχουν κλειστή μορφή, με απαντήσεις προκαθορισμένες από τον ερευνητή, ή ανοιχτή μορφή, με τη δυνατότητα ελεύθερης διατύπωσης της απάντησης από τον ερωτώμενο. Σε μεγάλο βαθμό, ο θεωρητικός προσανατολισμός και η γενική κατεύθυνση της έρευνας καθορίζουν εάν ο κύριος κορμός του ερωτηματολογίου θα πρέπει να περιλαμβάνει ανοιχτές ή κλειστές ερωτήσεις. Έρευνες ποσοτικού χαρακτήρα στηρίζονται σχεδόν αποκλειστικά σε κλειστές ερωτήσεις, καθώς οι εκ των προτέρων κωδικοποιημένες απαντήσεις διευκολύνουν την ποσοτικοποίηση των στοιχείων, ενώ οι έρευνες με ποιοτικό προσανατολισμό, όπως η έρευνα που μελετάμε, ταιριάζουν καλύτερα με την ανοιχτή μορφή που επιτρέπει πιο πλούσια και σε βάθος διερεύνηση των θεμάτων. Παρόλα αυτά, στην έρευνα που μελετάμε δεν ακολουθήθηκε η ανοιχτή μορφή των ερωτήσεων διότι θα ήταν πιο δύσκολο να γίνει ανάλυση της έρευνας αλλά και η κωδικοποίηση των αποτελεσμάτων θα απαιτούσε αρκετό χρόνο.

---

#### 4.4 ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Όταν πρόκειται για ανοιχτή ερώτηση, ο ερωτώμενος καλείται να εκφράσει τις απόψεις του με το δικό του τρόπο, είτε αυτές καταγράφονται από τον ίδιο απευθείας στο ερωτηματολόγιο είτε αυτολεξεί από το συνεντευκτή. Μέσω της ανοιχτής ερώτησης, ο ερωτώμενος έχει τη δυνατότητα να επεκταθεί με δικούς του όρους σε σύνθετα θέματα, να προβάλλει τις απόψεις του και τις συνθήκες υπό τις οποίες μπορεί να διαφέρουν – να δώσει δηλαδή, τις λεπτομερείς εκείνες πληροφορίες που χρειάζονται για μια πιο αξιόπιστη αναπαράσταση της κοινωνικής πραγματικότητας από τον ερευνητή. Στην έρευνα που εξετάζουμε, δεν περιέχονται



ερωτήσεις ανοιχτού τύπου, παρόλο που όπως ανέφερα παραπάνω ταιριάζουν καλύτερα οι ανοιχτές ερωτήσεις, εφόσον πρόκειται για ποιοτική έρευνα.

Τα σημεία όπου οι ερωτήσεις της έρευνας είναι ανοιχτές, ζητούν από τους ερωτώμενους να αναφέρουν κάτι άλλο το οποίο τους εκφράζει ως απάντηση και το οποίο δεν έχει συμπεριληφθεί στις προκαθορισμένες απαντήσεις. Ένας άλλος σκοπός για τις ανοιχτές απαντήσεις ήταν να αναφέρουν οι ερωτώμενοι κάποιες παρατηρήσεις που ενδεχομένως επιθυμούν να επισημάνουν.

Συγκεκριμένα, στις δέκα (10) ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, οι πέντε (5) συμπεριλάμβαναν το ενδεχόμενο της ανοιχτής απάντησης. Κατά τη γνώμη μου, οι ανοιχτές ερωτήσεις θα δυσκόλευαν όσους δεν έχουν ευφράδεια και δεν μπορούν να μεταφέρουν μα σαφήνεια τις απόψεις τους στους άλλους. Παρ' όλα αυτά, στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου της έρευνας όπου ήταν δυνατό να δοθούν ανοιχτές απαντήσεις, δόθηκαν μερικές απαντήσεις αρκετά κατανοητές και σαφείς, σχετικά με το τι δεν λειτουργεί στη Folkekøkken αλλά και το τι δεν είναι σημαντικό για την συμμετοχή τους στη Folkekøkken. Για παράδειγμα, δόθηκαν απαντήσεις του τύπου «όλα λειτουργούν στη Folkekøkken» και «όλα είναι σημαντικά στη Folkekøkken». Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι αυτού του τύπου οι ερωτήσεις (ανοιχτές ερωτήσεις) συνήθως χρησιμοποιούνται στο τελικό ερωτηματολόγιο μιας ποσοτικής έρευνας, όταν ο ερευνητής επιθυμεί να προσθέσει στα στατιστικά του στοιχεία και αυτολεξεί αναφορές σε απαντήσεις των ερωτώμενων που θα στοιχειοθετήσουν, περαιτέρω, κάποια συμπεράσματα και θα εμπλουτίσουν τη στατιστική ανάλυση.



---

#### 4.5 ΚΛΕΙΣΤΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Οι κλειστές ερωτήσεις συνοδεύονται από εναλλακτικές προκαθορισμένες απαντήσεις, από τις οποίες ο ερωτώμενος επιλέγει εκείνη που τον αντιπροσωπεύει καλύτερα. Το φάσμα των πιθανών απαντήσεων συχνά προκύπτει από τις απαντήσεις που έχουν προκαλέσει αντίστοιχες ανοιχτές ερωτήσεις στη δοκιμαστική έρευνα, πράγμα όμως το οποίο συμβαίνει στη συγκεκριμένη περίπτωση της ποιοτικής έρευνας που εξετάζουμε, αφού υπήρξε πριν την έρευνα ένα δοκιμαστικό στάδιο.

Για την ενσωμάτωση απαντήσεων που δεν προβλέπονται συγκεκριμένα στο ερωτηματολόγιο, συμπεριλαμβάνονται υπολειμματικές γενικές κατηγορίες, όπως για παράδειγμα στην έρευνα που μελετάμε χρησιμοποιούνται οι φράσεις «other» (μετάφραση: άλλο). Για την κάλυψη εκείνων που δεν έχουν αποκρυσταλλωμένη άποψη, όπως στην ερώτηση του ερωτηματολογίου «για ποιο λόγο συμμετείχατε στη Folkekøkken», περιλαμβάνεται στις πιθανές απαντήσεις και η κατηγορία «άλλο».

Το χαρακτηριστικό στοιχείο των κλειστών ερωτήσεων είναι ότι ο ερευνητής επιβάλλει συγκεκριμένο φάσμα απαντήσεων στον ερωτώμενο. Το γεγονός ότι οι πτυχές του θέματος προσδιορίζονται από τον ερευνητή, σημαίνει ότι ο ερωτώμενος δεν ανατρέχει στις δικές του εμπειρίες για να τις αναζητήσει, αλλά οργανώνει τη σκέψη του στο πλαίσιο του σχήματος που του παρουσιάζεται.

Έτοιμες, εναλλακτικές απαντήσεις, από τις οποίες επιλέγει την πιο κατάλληλη, είναι μια εύκολη λύση για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου και την κωδικοποίηση των απαντήσεων – η απάντηση όμως που επιλέγεται δεν είναι κατ' ανάγκη εκείνη που ο ερωτώμενος θα έχει δώσει αυθόρμητα σε μια ανοιχτή ερώτηση. Πιο κάτω, αναλύονται οι τύποι των κλειστών ερωτήσεων που χρησιμοποιούνται στην έρευνα :





---

#### 4.6 ΚΛΙΜΑΚΑ ΓΚΑΤΜΑΝ (GUTTMAN)

Πρόκειται για μια τεχνική, για τη συγκρότηση μια κλίμακας στάσεων που εξασφαλίζει έναν μοναδικό συνδυασμό απαντήσεων για κάθε διαφορετικό βαθμό, σύμφωνα με τον Guttman (1944). Η κλίμακα Γκάτμαν έχει δύο βασικά χαρακτηριστικά : πρώτον οι ερωτήσεις που περιλαμβάνει μπορούν να τοποθετηθούν σε διάταξη σύμφωνα με τη βαρύτητα που φέρνουν ως προς την υπό μέτρηση στάση και δεύτερον, κάθε ερώτηση που περιλαμβάνεται στην κλίμακα συνοδεύεται από δύο δυνατές απαντήσεις, όπως χαρακτηριστικά μπορούμε να διακρίνουμε στο ερωτηματολόγιο της έρευνας. Στην ένατη ερώτηση, «Εθνικότητα», οι δυνατές απαντήσεις είναι Δανική/Άλλο, καθώς και στην ερώτηση επτά, «πως θα αξιολογούσατε τα παρακάτω: άνθρωποι φαγητό τοποθεσία» όπου οι απαντήσεις τοποθετούνται σε διάταξη.

---

#### 4.7 ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ

Άλλες κλειστές ερωτήσεις παρουσιάζουν εναλλακτικές απαντήσεις σε μορφή καταλόγου από τις οποίες ο ερωτώμενος σημειώνει μόνο εκείνες που τον εκφράζουν. Παραδείγματα τέτοιου είδους ερωτήσεων περιλαμβάνονται στην έρευνα που εξετάζουμε, όπως η ερώτηση τρία «συμμετείχατε στη Folkekøkken», η ερώτηση τέσσερα «τι δεν είναι σημαντικό για εσάς στη Folkekøkken», η ερώτηση πέντε «τι δεν δουλεύει στη Folkekøkken» και τέλος η ερώτηση έξι «τι θα θέλατε να αλλάξει στη Folkekøkken».

Επιπλέον, αξίζει να τονίσουμε ότι στις ερωτήσεις κλειστού τύπου του ερωτηματολογίου, το αγγλικό λεξιλόγιο που χρησιμοποιείται στη διατύπωση των ερωτήσεων είναι απλό, συγκεκριμένο και κατανοητό, χωρίς εξειδικευμένους τεχνικούς όρους και ιδιωματικές εκφράσεις, έτσι ώστε οι ερωτήσεις να είναι κατανοητές από



όλους τους συμμετέχοντες, ανεξαρτήτως μορφωτικού επιπέδου. Οι ερωτήσεις, επίσης, είναι μονοδιάστατες, δηλαδή δεν αναφέρονται σε περισσότερα του ενός θέματα, ενώ δεν προτρέπουν τον ερωτώμενο προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση. Τέλος, δεν προϋποθέτουν γνώσεις που πιθανόν δεν έχει ο ερωτώμενος, ενώ παρατηρούμε ότι είναι αρκετά απλές στη διατύπωσή τους και όσο το δυνατόν πιο σύντομες.

---

#### 4.8 ΤΥΠΟΙ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ – ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το κύριο όμως μέρος του τυποποιημένου ερωτηματολογίου στηρίζεται περισσότερο σε υποκειμενικές ερωτήσεις στάσεων και απόψεων, όπως για παράδειγμα η ερώτηση, «Για ποιο λόγο συμμετείχατε στη Folkekøkken;» ή «Τι πιστεύετε πως δεν λειτουργεί στη Folkekøkken;», ή «Τι θα επιθυμούσατε να αλλάξετε στη Folkekøkken;», οι οποίες επιλέγονται με όρους κοινής λογικής και όχι αντικειμενικών κανόνων για την μετάφραση των θεωρητικών εννοιών σε εμπειρικούς δείκτες.

Στο τέλος του ερωτηματολογίου, το οποίο αποτελεί βασικό εργαλείο της δειγματοληπτικής έρευνας που μελετάμε, υπάρχουν ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά, τα κοινωνικά και τα οικονομικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων, όπως την ηλικία την εθνικότητα και το επάγγελμα, ερωτήσεις δηλαδή που αφορούν αντικειμενικά στοιχεία του ερωτώμενου.

Η κάθε ερώτηση που περιλαμβάνεται στο ερωτηματολόγιο δεν τοποθετείται ως μεμονωμένη μονάδα, αλλά αποτελεί μέρος μιας αλληλουχίας ερωτήσεων, ανάλογα με το σημείο που έχει τοποθετηθεί, μπορεί να επηρεάσει τις απαντήσεις που θα δοθούν στις επόμενες ερωτήσεις. Η ομαλή ροή των ερωτήσεων, το περιεχόμενο των εισαγωγικών ερωτήσεων, καθώς και το σημείο τοποθέτησης των ερωτήσεων με πολύ προσωπικό χαρακτήρα, έχουν πολύ μεγάλη σημασία για τη θετική έκβαση της διαδικασίας.



Στη συγκεκριμένη έρευνα σχετικά με τη βελτισποίηση της βιώσιμης κοινωνικής κουζίνας Folkekøkken, οι ερωτήσεις που έχουν σχέση με τα δημογραφικά και τα κοινωνικο – οικονομικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων, όπως για παράδειγμα, η ηλικία, το επάγγελμα, και η εθνικότητα τα οποία περιλαμβάνονται στο τέλος του ερωτηματολογίου και όχι στην αρχή που συνήθως υποβάλλονται. Οι ερωτήσεις αυτές αποτελούν σταθερό κορμό ανεξάρτητα από το αντικείμενο της έρευνας όμως δεν είναι το κυρίως θέμα του αποτελέσματος που θέλουμε να συμπεράνουμε.

Με τα στοιχεία που συγκεντρώνονται περιγράφεται το δείγμα της έρευνας και επιπλέον, η ομαδοποίηση των ερωτώμενων που επιτρέπει τη συγκριτική ανάλυση των δεδομένων, γίνεται με βάση τις απαντήσεις τους και όχι σύμφωνα με τα δημογραφικά στοιχεία τους. Οι δημογραφικές ερωτήσεις βρίσκονται στο τέλος εφόσον δεν αποτελούν το κυρίως θέμα της έρευνας μας και για να μην πιάσουν τον ερωτώμενο να δώσει περαιτέρω προσωπικές πληροφορίες σε περίπτωση που δεν επιθυμεί.

Οι ερωτήσεις με την ίδια θεματική τοποθετούνται στο ίδιο μέρος του ερωτηματολογίου και συνήθως, οι γενικές ερωτήσεις προηγούνται των πιο συγκεκριμένων ερωτήσεων επί του ίδιου θέματος. Για παράδειγμα, οι ερωτήσεις «Πως μάθατε για τη Folkekøkken;» και «Πότε συμμετείχατε στη Folkekøkken για πρώτη φορά;», προηγούνται των ερωτήσεων «Για ποιο λόγο συμμετείχατε στη Folkekøkken;» και «Τι δεν είναι σημαντικό για εσάς στη Folkekøkken;», αφού χαρακτηρίζονται ως πιο γενικές όσον αφορά τη γνώση και τη διάρκεια της συμμετοχής, σε σχέση με τις επόμενες που εξειδικεύονται στο λόγο της συμμετοχής. Ερωτήσεις όπως, «Τι πιστεύετε πως δεν λειτουργεί στη Folkekøkken;» και «Τι θα επιθυμούσατε να αλλάξετε στη Folkekøkken;», διεισδύουν σε προσωπικές απόψεις του ερωτώμενου και αφορούν ίσως πιο λεπτά θέματα, γι αυτό δεν τοποθετούνται στην αρχή, αλλά ούτε στο τέλος, αφού μετά από τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου το ενδιαφέρον του ερωτώμενου πιθανό να έχει μειωθεί, σύμφωνα με τον Lee (1993).



---

#### 4.9 ΔΟΚΙΜΑΣΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η δοκιμαστική έρευνα είναι ένα σημαντικό στάδιο (Oppenheim, 1992) καθώς επιδιώκει να ανιχνεύσει: α) αν οι ερωτήσεις γίνονται κατανοητές, β) αν η κάθε ερώτηση εξασφαλίζει την πληροφορία για την οποία σχεδιάστηκε και γ) αν εξασφαλίζει το ενδιαφέρον και τη συνεργασία των ερωτώμενων.

Αξίζει να αναφέρουμε επίσης, ότι δοκιμαστική έρευνα, στη συγκεκριμένη περίπτωση πραγματοποιήθηκε, γεγονός όμως που θα βοηθούσε στην καλύτερη συγκρότηση του ερωτηματολογίου και στον έγκαιρο εντοπισμό τυχόν προβλημάτων. Οι ερωτώμενοι που επιλέγονται για τη δοκιμαστική έρευνα δεν χρειάζεται να αποτελούν τυχαίο δείγμα, αλλά θα πρέπει να παρουσιάζουν χαρακτηριστικά παρόμοια με εκείνους που θα συμμετάσχουν στο τελικό δείγμα. Τέλος, εκτός από την μέθοδο του τυποποιημένου ερωτηματολογίου με τη οποία συλλέχθηκαν στοιχεία από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων, άλλες μέθοδοι συλλογής στοιχείων, όπως η συμμετοχική παρατήρηση, η τυποποιημένη συνέντευξη και η δοκιμαστική έρευνα δεν αναφέρονται στην έρευνα που μελετάται.

Οι ερωτήσεις με προκατασκευασμένες απαντήσεις προσφέρουν στον ερωτώμενο μεγαλύτερη επιλογή από ό,τι οι κλειστές ερωτήσεις, επιτρέποντας έτσι την απόκτηση πιο ολοκληρωμένων απαντήσεων, ενώ ταυτόχρονα οι απαντήσεις ταξινομούνται ευκολότερα από εκείνες των ανοιχτών ερωτήσεων. Ένα σημαντικό μειονέκτημα είναι το γεγονός ότι η επιλογή των ορθών απαντήσεων μπορεί να οφείλεται στην τύχη (Τάρταρης, 1996).

Το πρόβλημα αυτό περιορίζεται με την ύπαρξη της απάντησης «Άλλο», όπου ο ερωτώμενος μπορεί να εκφράσει κάποια άλλη άποψη η οποία δεν έχει συμπεριληφθεί ή ακόμη να απαντήσει «Δε γνωρίζω» σε περίπτωση που δεν γνωρίζει το αντικείμενο της ερώτησης. Οι ερωτήσεις με προκατασκευασμένες απαντήσεις, συνδυάζουν τα πλεονεκτήματα των ανοικτών και των κλειστών ερωτήσεων ενώ ταυτόχρονα εξουδετερώνουν τα μειονεκτήματά τους (Δαουτόπουλος, 1994:107).



---

#### 4.10 ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗΣ ΕΠΑΓΩΓΗΣ

Η έρευνα που εξετάζεται, σχετικά με την Folkekøkken χρησιμοποιεί την μέθοδο της αναλυτικής επαγωγής. Η συγκεκριμένη μέθοδος προτείνει μια ανιχνευτική, δοκιμαστική υπόθεση η οποία εξετάζεται για την επεξηγηματική της ικανότητα, έναντι ολιγάριθμων περιπτώσεων, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Znaniecki (1928).

Σκοπός της μεθόδου είναι η διαπίστωση γενικών κανόνων και η ανεύρεση γενικεύσεων που θα αποδειχθούν εφαρμόσιμες σε παρόμοια αντικείμενα και συμβάντα, όπου και όποτε παρουσιάζονται (Znaniecki 1928). Έτσι μέσα από την έρευνα που διεξάγεται στους συμμετέχοντες, ίσως βγουν συμπεράσματα για τη βελτιστοποίηση της Folkekøkken ή γενικότερα συμπεράσματα που αφορούν τη συμμετοχή και δράση των ατόμων στη Folkekøkken αλλά ακόμη και τα χαρακτηριστικά των ατόμων που συμμετέχουν.



---

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ ΜΕ ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ**

---

Η έρευνα που εξετάζεται στο 2<sup>ο</sup> κεφάλαιο, έχει ως σκοπό την εξήγηση των προβλημάτων του κοινωνικού φαινομένου της Folkekøkken και το στόχο βελτισποίησης της, οπότε σύμφωνα με τον Ragin (1994), ο ρόλος της θεωρίας στην ερευνητική διαδικασία είναι αυτονόητος. Η θεωρία προσφέρει το πλαίσιο για τη συστηματική ερμηνεία των εμπειρικών δεδομένων – αναφέρεται στην μορφή που μπορεί να προσλάβει το κοινωνικό φαινόμενο, εξηγεί τους λόγους για τους οποίους εμφανίζεται και τις συνθήκες υπό τις οποίες υπάρχει.

Η έρευνα αποτελεί στην ουσία έναν συνεχή διάλογο ιδεών και στοιχείων. Προκαθορισμένες ιδέες για το υπό έρευνα θέμα συνιστούν το πλαίσιο για την ανάλυση και την ερμηνεία των στοιχείων, ενώ τα αποτελέσματα της ανάλυσης αυτής συντελούν στην εκ νέου διαμόρφωση των αρχικών ιδεών. Το μοντέλο ερευνητικής πρακτικής που αναφέρεται συνήθως ως πρότυπο σε εγχειρίδια μεθόδων και τεχνικών (και συνεπώς εκφράζει την κύρια τάση), προϋποθέτει την ύπαρξη συγκεκριμένης θεωρίας από την οποία συνεπάγονται συγκεκριμένες υποθέσεις που τίθενται σε έλεγχο με τα στοιχεία της έρευνας. Οι θεωρητικές υποθέσεις διατυπώνονται πριν από την έναρξη της έρευνας, ενώ προσδιορίζουν το είδος των στοιχείων που απαιτούνται για τον έλεγχό τους, όπως αναφέρει ο Hammersley (1992).

Οι μέθοδοι που εφαρμόζονται, είναι συνήθως ποσοτικές, όμως στην έρευνα που εξετάζεται, ενώ πολλές φορές δεν αποκλείεται και η χρήση των ποιοτικών μεθόδων για τον έλεγχο της θεωρίας, όπως στην έρευνα που εξετάζουμε η οποία αποτελεί μια δειγματοληπτική έρευνα με το τυποποιημένο ερωτηματολόγιο.

Στη δοκιμαστική έρευνα που έγινε για τη Folkekøkken, παρατηρούμε από τις απαντήσεις που δόθηκαν στα ερωτηματολόγια, ότι το φύλλο των ερωτηθέντων δεν έχει άμεση σχέση με την δεν έχει σχέση με τη βελτισποίηση της κοινωνικής κουζίνας, δηλαδή αυτό το χαρακτηριστικό δεν επηρεάζει το σύνολο των χαρακτηριστικών (κοινωνικών, οικονομικών, ψυχολογικών), που συνθέτουν την λειτουργία του κάθε ατόμου στη Folkekøkken.



Η ποσοτική έρευνα δομείται, συνεπώς σε πλέγμα μεταβλητών, δηλαδή σε χαρακτηριστικά τα οποία διαφοροποιούνται στις περιπτώσεις που περιλαμβάνονται στο δείγμα. Τα χαρακτηριστικά αυτά συσχετίζονται με σκοπό την ανεύρεση γενικών τάσεων και συνεπώς, την επαλήθευση των θεωρητικών υποθέσεων. Ως εκ τούτου, η ποσοτική έρευνα επικεντρώνεται στην μέτρηση των θεωρητικών εννοιών μέσω εργαλείων όπως το τυποποιημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο αποτελεί σημαντικό εργαλείο στην έρευνα που μελετάται. Γενικές θεωρητικές έννοιες όπως η κοινωνική απομόνωση ή η θρησκευτική πίστη ορίζονται με βάση τα συνθετικά τους στοιχεία τα οποία στη συνέχεια προσδιορίζονται εμπειρικά με κατάλληλους δείκτες (π.χ., υπό την μορφή ερωτήσεων), σύμφωνα με τον Merton (1967).

Σκοπός της θεωρίας είναι να συνδέσει εννοιολογικά τις γενικές κοινωνικές τάσεις που παρατηρούνται. Πιο συγκεκριμένα, η ποσοτική έρευνα εκθέτει τα θετικά της στοιχεία στην αναγκαιότητα μέτρησης και εμπειρικής υπόστασης των θεωρητικών εννοιών, στη σημασία ανεύρεσης αιτιωδών συνδέσεων των μεταβλητών, καθώς και στην έμφαση στις εμπειρικές γενικεύσεις και συνεπώς στις κανονικότητες των φαινομένων.



---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΣΕ ΤΙ ΧΡΗΣΙΜΕΥΟΥΝ

Συνήθως, τα πρωτογενή δεδομένα που έχουμε συλλέξει σε μια έρευνα είναι τεράστια σε μέγεθος και έχουν ακατάστατη μορφή με αποτέλεσμα να μην μπορούμε να διακρίνουμε τις πληροφορίες που περιέχουν. Οι μέθοδοι της Περιγραφικής Στατιστικής αποτελούν το επιστημονικό εργαλείο για τη σύνοψη, ταξινόμηση και παρουσίασή τους σε εύληπτη μορφή. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν τρεις διαφορετικές τεχνικές για την παρουσίασή τους: οι πίνακες συχνότητας, οι γραφικές παραστάσεις και τα στατιστικά μέτρα (Τσάντας, Μουσιάδης, Μπαγιάτης, Χατζηπαντελής, 1999).

Εφόσον λοιπόν έχουμε συλλέξει τα στοιχεία/δεδομένα από την έρευνα πρέπει να τα ομαδοποιήσουμε και να τα παρουσιάσουμε. Για την παρουσίαση τους μπορούμε να κατασκευάσουμε ραβδογράμματα, κυκλικά διαγράμματα, ιστογράμματα και άλλα διαγράμματα που θα αναφερθούν παρακάτω. Εδώ αξίζει να αναφέρουμε πως παρακάτω περιγράφονται μόνο τα διαγράμματα ως μέτρα περιγραφικής στατιστικής και όχι οι πίνακες, εφόσον στην έρευνα μας εστίασαμε κυρίως στα διαγράμματα. Επομένως οι τρόποι παρουσίασης των δεδομένων μέσω της περιγραφικής στατιστικής είναι οι εξής:

---

### 6.1 ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΠΙΤΑΣ

Είναι μια απλή περιγραφική απεικόνιση των δεδομένων που αθροίζουν σε μια δοθείσα τιμή. Το διάγραμμα πίτα είναι πιθανό ο πιο επεξηγηματικός τρόπος παρουσίασης ποσοτήτων ως ποσοστά μιας δοθείσας τιμής. Η συνολική περιοχή της πίτας αντιπροσωπεύει το 100% της ποσότητας που μας ενδιαφέρει και το μέγεθος κάθε κομματιού είναι το ποσοστό του συνόλου που αντιπροσωπεύεται από την κατηγορία που υποδηλώνει το κομμάτι. Τα διαγράμματά πίτα χρησιμοποιούνται για





την παρουσίαση συχνοτήτων των κατηγορικών δεδομένων. Η κλίμακα μέτρησης μπορεί να είναι ονομαστική ή κλίμακα διάταξης (Aczel & Sounderpandian, 2013).



Εικόνα 1: Διάγραμμα πίτας ([gr.dreamstime.com](http://gr.dreamstime.com))

---

## 6.2 ΡΑΒΔΟΓΡΑΜΜΑ

Το ραβδόγραμμα, μπορεί να χρησιμοποιηθεί είτε οριζόντια ή κάθετα. Χρησιμοποιείται συχνά για την παρουσίαση κατηγορικών δεδομένων, όταν δεν υπάρχει έμφαση στο ποσοστό του συνόλου που αντιπροσωπεύει κάθε κατηγορία. Η κλίμακα μέτρησης μπορεί να είναι ονομαστική ή κλίμακα διάταξης.

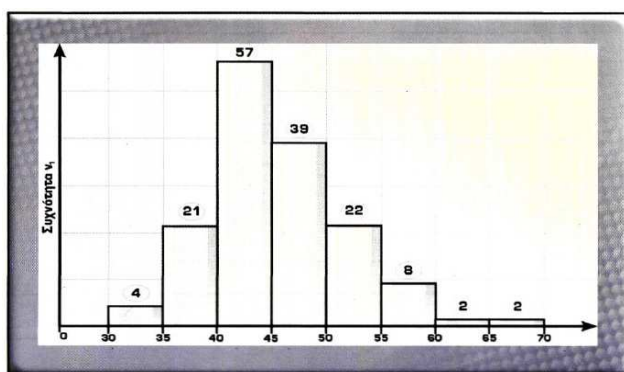
Το οριζόντιο ραβδόγραμμα είναι ακριβώς το ίδιο με το κάθετο ραβδόγραμμα. Σε κάποιες περιπτώσεις το ένα μπορεί να είναι πιο εύκολο ή βολικό από το άλλο και αυτό εξαρτάται από την κάθε περίπτωση που εξετάζεται. Για παράδειγμα, εάν θέλουμε να γράψουμε το όνομα κάθε κατηγορίας μέσα στο ορθογώνιο που αντιπροσωπεύει αυτή την κατηγορία, τότε ένα οριζόντιο ραβδόγραμμα είναι περισσότερο βολικό. Άλλο ένα παράδειγμα είναι όταν θέλουμε να δώσουμε έμφαση στο ύψος των διαφορετικών στηλών ως μέτρα των ποσοτήτων που μας ενδιαφέρουν, τότε είναι πιο εύκολο να χρησιμοποιήσουμε ένα ραβδόγραμμα (Aczel & Sounderpandian, 2013).



Εικόνα 2: Ραβδόγραμμα ([ogeeka-dimitra.org.gr](http://ogeeka-dimitra.org.gr))

### 6.3 ΙΣΤΟΓΡΑΜΜΑ

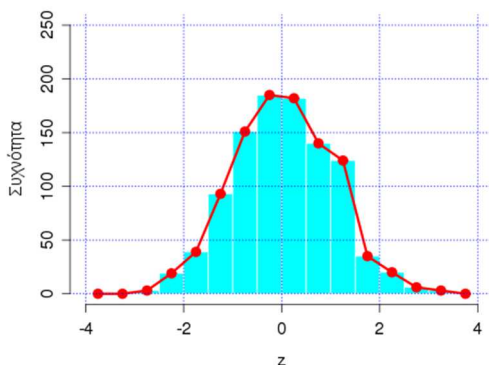
Το ιστόγραμμα χρησιμοποιείται για την απεικόνιση των κατανομών συχνοτήτων. Ιστόγραμμα είναι ένα διάγραμμα με κάθετες στήλες, οι οποίες λέγονται αλλιώς και ιστοί. Οι ιστοί έχουν ως βάση τα διαστήματα τάξης και ύψος ανάλογο με τον αριθμό (συχνότητα) των παρατηρήσεων που ανήκουν στα διαστήματα. Επομένως, το ύψος της κάθε στήλης (ιστού) αντιστοιχεί στον αριθμό των παρατηρήσεων (συχνότητα) που ανήκουν στα διαστήματα τάξης. Τέλος, αντί των απόλυτων συχνοτήτων, μπορούμε να απεικονίσουμε στον κάθετο άξονα ενός ιστογράμματος τις απόλυτες συχνότητες, δηλαδή τα ποσοστά του συνόλου των παρατηρήσεων που ανήκουν στα διαστήματα τάξης (Χαλικιάς, 2010).



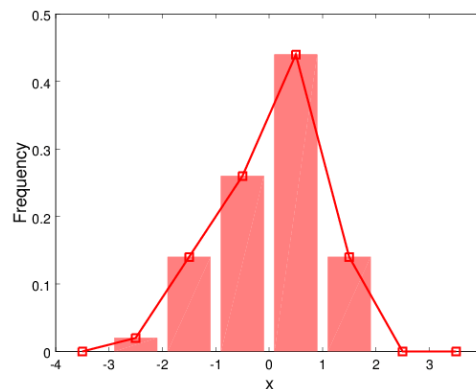
Εικόνα 3: Ιστόγραμμα ([ebooks.edu.gr](http://ebooks.edu.gr))

#### 6.4 ΠΟΛΥΓΩΝΟ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ

Το πολύγωνο συχνοτήτων είναι όμοιο με το ιστόγραμμα εκτός από το ότι δεν περιέχει ορθογώνια. Επίσης, η συχνότητα είναι τοποθετημένη στο μέσο του διαστήματος ως ένα σημείο με ύψος ίσο με τη σχετική συχνότητα του διαστήματος. Το δεξιότερο και αριστερότερο σημείο του είναι ίσο με το μηδέν (Aczel & Sounderpandian, 2013).



Εικόνα 4α: Πολύγωνο Συχνοτήτων  
([stavrakoudis.econ.uoi.gr](http://stavrakoudis.econ.uoi.gr))



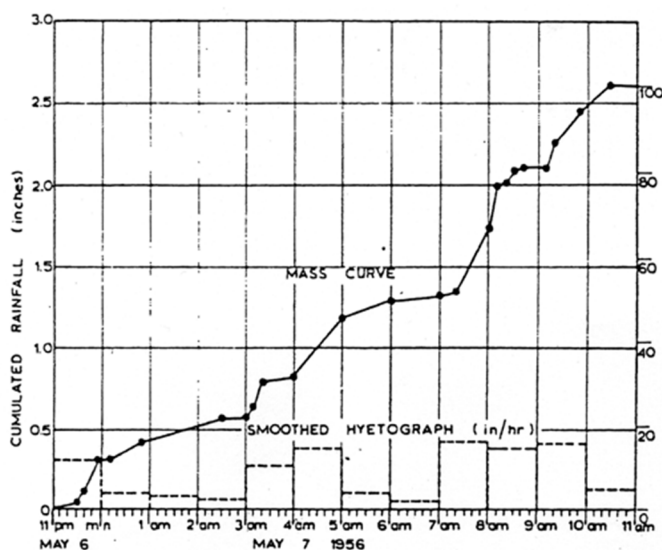
Εικόνα 4β: Πολύγωνο Συχνοτήτων  
([stavrakoudis.econ.uoi.gr](http://stavrakoudis.econ.uoi.gr))

#### 6.5. ΑΨΙΔΩΤΟ

Το αψιδωτό είναι ένα διάγραμμα αθροιστικών συχνοτήτων ή αθροιστικών σχετικών συχνοτήτων. Το αψιδωτό αρχίζει από το 0 και φτάνει στο 1,00 ή στη μέγιστη αθροιστική του συχνότητα. Το σημείο με το ύψος που αντιστοιχεί στην αθροιστική συχνότητα είναι τοποθετημένο στο δεξιό άκρο του κάθε διαστήματος. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τις αθροιστικές σχετικές συχνότητες αλλά και για τις αθροιστικές απόλυτες συχνότητες (Aczel & Sounderpandian, 2013).



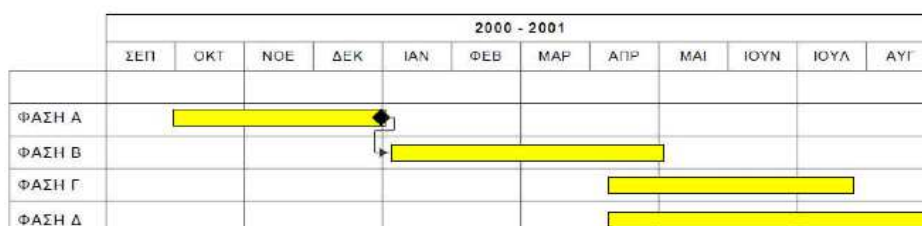
Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολόγιον



Εικόνα 5: Αψιδωτό ([vlikonet.gr](http://vlikonet.gr))

6.6 ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΧΡΟΝΟΥ

Το διάγραμμα χρόνου μας βοηθά να σχεδιάσουμε τις αλλαγές σε μια μεταβλητή στη διάρκεια του χρόνου. Το διάγραμμα χρόνου ονομάζεται αλλιώς και διάγραμμα Γκάντ (Gantt) το οποίο αναπτύχθηκε ως εργαλείο ελέγχου παραγωγής το 1917 από τον Χένρι Γκαντ. Το χρονικό διάγραμμα είναι ένα οριζόντιο ιστόγραμμα το οποίο κατασκευάζεται με έναν οριζόντιο άξονα που αντιπροσωπεύει τη συνολική χρονική έκταση του έργου, που χωρίζεται σε διαστήματα (π.χ., ημέρες, εβδομάδες, ή μήνες) και ένα κάθετο άξονα που αντιπροσωπεύει τις εργασίες που αποτελούν το έργο. Συνήθως χρησιμοποιείται και στο χρηματιστήριο (Chatfield, 1996. P. 269)



Εικόνα 6α: Διάγραμμα Χρόνου ([el.wikipedia.org](http://el.wikipedia.org))



Εργασία	Εβδομάδες									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Παραγγελία εξαρτημάτων	■									
Έλεγχος εξαρτημάτων		■								
Συναρμολόγηση περιβλήματος			■	■	■					
Συναρμολόγηση της φιάλης				■	■	■				
Τοποθέτηση της φιάλης στο περίβλημα					■	■	■			
Έλεγχος της μονάδας						■	■	■	■	
Επικόλληση ετικετών							■	■	■	
Συσκευασία								■	■	
Αποστολή										■

Εικόνα 6β: Διάγραμμα Χρόνου ([el.wikipedia.org](http://el.wikipedia.org))

## 6.7 ΦΥΛΛΟΓΡΑΦΗΜΑ

Το φυλλογράφημα είναι ένας γρήγορος τρόπος για να κοιτάξει κάποιος ένα σύνολο δεδομένων. Περιέχει ορισμένα από τα χαρακτηριστικά του ιστογράμματος και επιπλέον δεν έχει απώλειες πληροφορίας που έχει το ιστόγραμμα, το οποίο προκύπτει από την άθροιση των δεδομένων σε διαστήματα. Το φυλλογράφημα βασίζεται στην αρχή της καταμέτρησης, όμως χρησιμοποιεί και την δεκαδική βάση του αριθμητικού συστήματος. Στο φυλλογράφημα το στέλεχος είναι ο αριθμός χωρίς το δεξιότερο ψηφίο του (το φύλλο). Το στέλεχος γράφεται στα αριστερά μιας κάθετης γραμμής ου χωρίζει το στέλεχος από το φύλλο. Το φυλλογράφημα μας βοηθά να αναγνωρίσουμε με μια απλή ματιά αριθμούς στο σύνολο των δεδομένων που έχουν μεγάλη συχνότητα.

0		8
1		3 6
2		5 6 9
3		0 2 7 8
4		0 1 4 7 9
5		1 4 5 8
6		1 3 7
7		5 8
8		2 6
9		5

Το σχήμα μοιάζει με ένα ιστόγραμμα που έχει περιστραφεί κατά 90°.

Εδώ π.χ. υπάρχει ένδειξη ότι η κατανομή είναι συμμετρική.

Εικόνα 7: Φυλλογράφημα ([unipi.gr](http://unipi.gr))



---

## 6.8 ΘΗΚΟΓΡΑΜΜΑ

Το θηκόγραμμα (γνωστό και ως θηκόγραμμα με απολήξεις) είναι ένας άλλος τρόπος διερευνητικής ανάλυσης των δεδομένων. Με το θηκόγραμμα μπορούμε να παρατηρήσουμε τα δεδομένα έτσι ώστε να προσπαθήσουμε να καθορίσουμε την κεντρική τάση, την μεταβλητότητα, την λοξότητα και την ύπαρξη έκτροπων παρατηρήσεων.

Το θηκόγραμμα είναι πολύ χρήσιμο για την εντόπιση της θέσης ενός συνόλου δεδομένων με βάση τη διάμεσο. Επίσης είναι χρήσιμο για την εντόπιση της μεταβλητότητας των δεδομένων με βάση το μήκος του πλαισίου από ακμή σε ακμή (το ενδοτεταρτημοριακό εύρος) και το μήκος των απολήξεων (δηλαδή το εύρος των δεδομένων χωρίς ακραίες παρατηρήσεις και εκτροπές). Ακόμη μπορούμε να εντοπίσουμε την λοξότητα της κατανομής του συνόλου των δεδομένων και τις πιθανές εκτροπές των παρατηρήσεων. Τέλος, με το θηκόγραμμα μπορούμε να συγκρίνουμε δύο ή περισσότερα σύνολα δεδομένων (Aczel & Sounderpandian, 2013).

### 6.8.1 ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΘΗΚΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

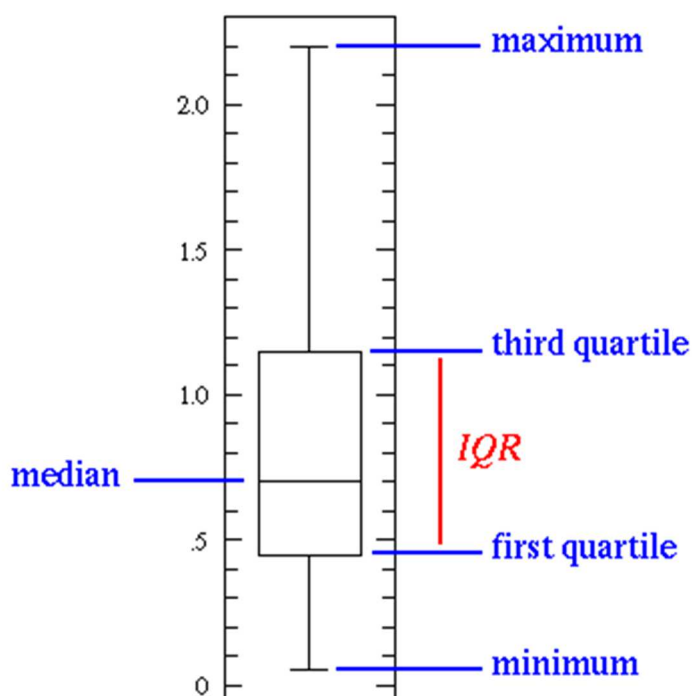
---

Εφόσον το θηκόγραμμα είναι ένας τρόπος διερευνητικής ανάλυσης των δεδομένων και αρκετά χρήσιμο για να αντλήσουμε αρκετές πληροφορίες από τα δεδομένα, θεώρησα ενδιαφέρον να αναφέρω μερικές παραπάνω πληροφορίες για τη λειτουργία του.

Το θηκόγραμμα είναι ένα σύνολο πέντε μέτρων που συνοψίζουν την κατανομή των δεδομένων. Τα μέτρα αυτά είναι: Η διάμεσος των δεδομένων, το κάτω τεταρτημόριο, το πάνω τεταρτημόριο, η μικρότερη παρατήρηση, και η μεγαλύτερη παρατήρηση.



Η διάμεσος είναι μια γραμμή εντός του πλαισίου του θηκογράμματος. Οι απολήξεις<sup>2</sup> του θηκογράμματος κατασκευάζονται με την έκταση της γραμμής από το πάνω τεταρτημόριο έως την μεγαλύτερη παρατήρηση και από το κάτω τεταρτημόριο έως την μικρότερη παρατήρηση. Οι ακμές του κουτιού είναι το πάνω και το κάτω τεταρτημόριο (ή η δεξιότερη και αριστερότερη πλευρά του κουτιού). Το ενδοτεταρτημοριακό εύρος (IQR) είναι η απόσταση από το πάνω τεταρτημόριο έως το κάτω τεταρτημόριο (δηλαδή το μήκος του πλαισίου από άκρη σε άκρη (Aczel & Sounderbandian, 2013)).



Εικόνα 8: Θηκόγραμμα ([ebooks.edu.gr](http://ebooks.edu.gr))

<sup>2</sup> Αυτό ισχύει μόνο εάν η μεγαλύτερη και η μικρότερη παρατήρηση είναι εντός μιας απόστασης που ισούται με 1,5 φορά το ενδοτεταρτημοριακό εύρος. Σε περίπτωση που μία ή περισσότερες από αυτές τις παρατηρήσεις είναι μακρύτερα από αυτήν την απόσταση, τότε σημειώνονται ως πιθανές έκτροπες παρατηρήσεις (Aczel & Sounderbandian, 2013).



---

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟ SPSS ΚΑΙ ΤΗ ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ**

Για την ανάλυση και επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας που αντλήθηκαν από τα γραπτά ερωτηματολόγια χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS 20. Το στατιστικό αυτό λογισμικό είναι από τα παλαιότερα που κατασκευάστηκαν για την εξυπηρέτηση, από τη μεριά της στατιστικής, των κάθε είδους προέλευσης επιστημόνων που έχουν ανάγκη από κάποια μορφή στατιστικής ανάλυσης.

Το SPSS ενσωματώνει διάφορες διαδικασίες για την πραγμάτωση της Περιγραφικής Στατιστικής στις παρατηρήσεις /τιμές μιας μεταβλητής. Η επιλογή της κατάλληλης μεταξύ αυτών εξαρτάται αποκλειστικά από το χαρακτήρα των δεδομένων, τη διάκρισή τους δηλαδή σε ποιοτικά και ποσοτικά (Τσάντας, Μουσιάδης, Μπαγιάτης, Χατζηπαντελής, 1999).

Στη συγκεκριμένη έρευνα τα δεδομένα μας είναι κυρίως ποιοτικά, επομένως οι μέθοδοι σύνοψης και παρουσίασης των ποιοτικών δεδομένων με το SPSS περιορίζονται στους πίνακες συχνοτήτων και τις γραφικές παραστάσεις. Με τη διαδικασία «Frequencies» μπορούμε να πετύχουμε την άμεση κατασκευή των πινάκων συχνοτήτων αλλά και των γραφικών παραστάσεων για τα ποιοτικά μας δεδομένα. Η διαδικασία «Frequencies» μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί και στην περίπτωση ποσοτικών μεταβλητών, σύμφωνα με τους Τσάντας, Μουσιάδης, Μπαγιάτης, Χατζηπαντελής (1999).

Το SPSS μας βοηθά επίσης στην Στατιστική Συμπερασματολογία. Η Στατιστική Συμπερασματολογία ακολουθεί την Περιγραφική Στατιστική και εξαρτάται άμεσα από την κατανομή που ακολουθούν οι μεταβλητές που εμπλέκονται σε αυτήν. Επομένως το πρώτο βήμα στην εξαγωγή των συμπερασμάτων για τον πληθυσμό από τον οποίο προέρχεται το δείγμα της κάθε μεταβλητής που έχουμε, αφορά την αναζήτηση της κατανομής της. Στη Στατιστική Συμπερασματολογία για μία μεταβλητή μπορεί να θεωρηθεί ότι ανήκουν επίσης η





αναζήτηση διαστημάτων εμπιστοσύνης και οι έλεγχοι υποθέσεων για το ποσοστό, τη μέση τιμή ή τη διάμεσο μιας μεταβλητής (Τσάντας, Μουσιάδης, Μπαγιάτης, Χατζηπαντελής, 1999).

Εκτός από την στατιστική συμπερασματολογία το SPSS ενσωματώνει στατιστικούς ελέγχους (tests) αλλά και γραφικές διαδικασίες για την αναζήτηση της κατανομής μιας μεταβλητής. Σύμφωνα με τους Τσάντας, Μουσιάδης, Μπαγιάτης, Χατζηπαντελής (1999), SPSS μας βοηθά με τους στατιστικούς ελέγχους στο να διαπιστωθεί:

1. Εάν οι παρατηρούμενες συχνότητες των κατηγοριών μιας μεταβλητής απέχουν πολύ από τις αντίστοιχες θεωρητικές ή αναμενόμενες μιας γνωστής κατανομής

2. Εάν η παρατηρούμενη συνάρτηση αθροιστικής κατανομής μιας μεταβλητής συμπίπτει με κάποια εκ των γνωστών θεωρητικών: Poisson, ομοιόμορφη, κανονική

3. Εάν οι παρατηρούμενες συχνότητες των κατηγοριών μιας διχοτομικής μεταβλητής απέχουν πολύ από τις αντίστοιχες θεωρητικές ή αναμενόμενες μιας δυνωμικής κατανομής με δοσμένη πιθανότητα επιτυχίας

4. Εάν οι παρατηρήσεις μιας μεταβλητής είναι τυχαίες

5. Εάν υπάρχει αυτοσυσχέτιση μεταξύ των παρατηρήσεων μιας μεταβλητής



## II. ΕΡΕΥΝΑ



---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗ FOLKEKØKKEN (ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ)

Η Folkekøkken (στα αγγλικά people's kitchen) ή αλλιώς κοινωνική κουζίνα - κουζίνα του λαού - είναι μία λέσχη, κυρίως χορτοφάγων, η οποία λειτουργεί από εθελοντές και είναι δωρεάν και ανοιχτή για όλους κάθε Κυριακή στο Ωρχους στη Δανία.

Η Folkekøkken ξεκίνησε πριν από περίπου 6 χρόνια από μια ομάδα Δανών και μη πολιτών και στεγάζεται από το πολιτιστικό και κοινωνικό κέντρο του Ωρχους. Το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο στο οποίο στεγάζεται ονομάζεται Trøjborg Beboerforening (ένωση/σύνδεσμος κατοίκων), ή ακόμη και με την παλιά ονομασία Beboerhus (σπίτι κατοίκων), η οποία είναι μια λέσχη των κατοίκων της περιοχής Trøjborg (<http://trojborg-beboerhus.dk>).

Στην Folkekøkken όπως ανέφερα συμμετέχουν τα άτομα μόνο εθελοντικά και ο σκοπός είναι η κοινωνικοποίηση των ατόμων που έχουν κοινωνικά ή μη προβλήματα αλλά και ξένων (μη δανών) πολιτών που ζουν στην πόλη Ωρχους. Κατά τη συμμετοχή τα άτομα προσέρχονται στο κοινωνικό κέντρο, όπου στεγάζεται η Folkekøkken, μαγειρεύουν με δωρεάν τρόφιμα και τρώνε όλοι μαζί κάθε Κυριακή από τις 16.00 μέχρι τις 19.00. Τα τρόφιμα αυτά τα οποία είναι κυρίως βιολογικά λαχανικά και φρούτα προέρχονται από τοπικούς παραγωγούς της Δανίας, οι οποίοι τα χαρίζουν στους εθελοντές της Folkekøkken εφόσον κάποιοι εθελοντές βοηθούν τους παραγωγούς με το μάζεμα και το κλείσιμο της τοπικής αγοράς.

Ο σκοπός της Folkekøkken δεν είναι μόνο η κοινωνική βοήθεια για την παροχή τροφής σε άτομα που πάσχουν από κοινωνικοψυχολογικά προβλήματα, αλλά και η κοινωνικοποίηση και ένταξη αυτών των ατόμων στο κοινωνικό σύνολο. Το αξιοσημείωτο είναι πως σε αυτή τη λέσχη συμμετέχουν όχι μόνο δανοί υπήκοοι αλλά και ξένοι πολίτες οι οποίοι είτε σπουδάζουν ή εργάζονται στην πόλη.

Η ιδέα της Folkekøkken όταν ξεκίνησε (πριν από 6 χρόνια) μέχρι και σήμερα είναι η απόδειξη πως σε ένα περιβάλλον μπορούν να συμμετέχουν και να



συμβάλλουν εθελοντικά άνθρωποι από διαφορετικό κοινωνικό περιβάλλον αλλά και με διαφορετική γλώσσα, ήθη και έθιμα με αποτέλεσμα να ανταλλάξουν ιδέες και γνώσεις κατά τη διάρκεια του μαγειρέματος. Με αυτόν τον τρόπο έρχονται σε επαφή Δανοί πολίτες, φοιτητές και εργαζόμενοι, με ξένους υπήκοους κρατών οι οποίοι και αυτοί με τη σειρά τους είναι εργαζόμενοι ή φοιτητές, έτσι ώστε να δημιουργήσουν ένα νέο κοινωνικό κύκλο με σκοπό είτε την εκμάθηση της δανικής γλώσσας στους ξένους πολίτες, ή της αγγλικής γλώσσας στους Δανούς πολίτες.

Παρόλα αυτά η κύρια ιδέα της Folkekøkken είναι η ελεύθερη από χρήματα λέσχη, στην οποία μπορεί να αποδειχθεί πως άνθρωποι από διαφορετικό περιβάλλον μπορούν να συνυπάρξουν με σκοπό τη δημιουργία φαγητού το οποίο αποκτούν χωρίς χρήματα όμως εθελοντικά.

Ακόμη, η Folkekøkken έχει συμμετάσχει σε αρκετά μουσικά και κοινωνικά φεστιβάλ αλλά και σεμινάρια ή συνέδρια που αφορούν το περιβάλλον, την πράσινη ανάπτυξη αλλά και τη μείωση της σπατάλης του φαγητού. Οι συμμετέχοντες έχουν ως σκοπό να ενημερώσουν το κοινωνικό σύνολο για τα αποτελέσματα που ασκούν στο περιβάλλον οι διατροφικές συνήθειες των ανθρώπων (κυρίως του δυτικού κόσμου) αλλά και την προώθηση της χορτοφαγικής διατροφής.

Εδώ αξίζει να επισημανθεί πως στη Δανία από τα πέντε εκατομμύρια πληθυσμό, τα δύο εκατομμύρια είναι εθελοντές κάθε χρόνο σε διάφορες λέσχες. Το Δανικό κράτος είναι ένα κράτος αρκετά οργανωμένο, το οποίο προτρέπει τους πολίτες του να συμμετέχουν σε εθελοντισμό. Επομένως ο εθελοντισμός τύπου Folkekøkken δεν είναι κάτι καινούριο στη Δανία αλλά ένα αρκετά σύνθηες φαινόμενο.

**ΘΕΜΑ: Στατιστική Ανάλυση και Αναλυτική Αναφορά**  
**Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολογίων**



Παρακάτω παρουσιάζονται μερικές φωτογραφίες από τη Folkekøkken:





---

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Η πρωτογενής έρευνα με ερωτηματολόγια έχει ως θέμα: «Folkekøkken, a sustainable community kitchen in Aarhus» (Folkekøkken, μία βιώσιμη κοινωνική κουζίνα στο Όρχους). Το ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε όσους συμμετέχουν ή έχουν συμμετάσχει στην Folkekøkken. Εφαρμόζεται η απλή δειγματοληψία (τυχαίο δείγμα), όπου τα άτομα επιλέγονται τυχαία. Οι απαντήσεις που λαμβάνονται αποτελούν το τυχαίο δείγμα που αντιπροσωπεύει τον πληθυσμό που συμμετέχει στη Folkekøkken και από αυτό διεξάγονται τα συμπεράσματα της έρευνας. Ο τύπος των ερωτήσεων που επιλέχθηκε για την εν λόγω έρευνα είναι οι κλειστές ερωτήσεις, όπου οι απαντήσεις καθορίζονται από πριν και ο ερωτώμενος οφείλει να υποχρεωτικά να επιλέξει μεταξύ όλων αυτών που προτείνονται, αλλά ταυτόχρονα περιέχει και μερικές ανοικτού τύπου ερωτήσεις.

Η σχεδίαση του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει δύο φάσεις: τον προσδιορισμό των πληροφοριών, οι οποίες ζητούνται, και η σύνταξη του ερωτηματολογίου. Είναι άλλο θέμα οι πληροφορίες που ζητάμε και άλλο θέμα οι ερωτήσεις που θα περιληφθούν στο ερωτηματολόγιο. Ακολουθείται μια τακτική σταδιακής διεύθυνσης ή αλλιώς η «προσέγγιση του χωνιού (funnel approach)». Οι προσωπικές ή αδιάκριτες ερωτήσεις και οι ερωτήσεις γύρω από την ηλικία (ιδιαίτερα όταν πρόκειται για γυναίκες), το εισόδημα, το επάγγελμα και γενικά διάφορες δημογραφικές ερωτήσεις ή ερωτήσεις ταξινόμησης, τοποθετήθηκαν στο τέλος (Τομάρας, 2006). Το ερωτηματολόγιο της έρευνας παρατίθεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας.

Η δειγματοληπτική έρευνα είναι αναμφισβήτητα πολύ χρήσιμο εργαλείο για την καταμέτρηση συγκεκριμένων, αντικειμενικών χαρακτηριστικών, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα στον ερευνητή να συνθέσει την απαραίτητη περιγραφική εικόνα του υπό έρευνα πληθυσμού (Κυριαζή, 1999). Συλλέχθηκαν 126 ερωτηματολόγια και οι 126 ερωτώμενοι απάντησαν παρουσία του ερευνητή στο κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο του Όρχους Trøjborg Beboerforening. Ωστόσο λήφθηκαν υπόψη μόνο τα 109 ερωτηματολόγια, καθώς οι υπόλοιποι 17 δεν ολοκλήρωσαν την έρευνα.



Εκτός από την δειγματοληπτική έρευνα, λόγω της πολυπλοκότητας του θέματος, έγινε και πρόσωπο με πρόσωπο δοκιμαστική έρευνα (τύπου συνέντευξη) με τους συμμετέχοντες στη Folkekøkken αλλά και τα 6 μέλη του συμβουλίου του κοινωνικοπολιτιστικού κέντρου Beboerforening. Επίσης πραγματοποιήθηκε και έρευνα μέσω παρατήρησης ή ανθρωπολογική έρευνα κατά τη διάρκεια της Folkekøkken. Ακολούθησε η ημιδομημένη συνέντευξη με ανοικτού τύπου ερωτήσεις και ερωτήσεις γνώμης.

Η ημιδομημένη συνέντευξη χαρακτηρίζεται από ένα σύνολο προκαθορισμένων ερωτήσεων αλλά παρουσιάζει πολύ περισσότερη ευελιξία ως προς την σειρά των ερωτήσεων, ως προς την τροποποίηση του περιεχομένου των ερωτήσεων ανάλογα με τον ερωτώμενο και ως προς την προσθαφαίρεση ερωτήσεων και θεμάτων για συζήτηση. Ρωτήθηκαν κυρίως θέματα στα οποία οι συμμετέχοντες θα ήθελαν να αλλάξει κάτι στον τρόπο λειτουργίας της Folkekøkken αλλά και που αστοχεί ή είναι ελλιπής.



---

## 9.1 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

### 9.1.1 ΓΕΝΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ

---

Πέρα από ερευνήτρια και αναλύτρια του θέματος, ήμουν μέλος του κοινωνικοπολιτιστικού κέντρου Trøjborg Beboerforening αλλά και εθελόντρια στη Folkekøkken. Επομένως, κατά τη διάρκεια της ενασχόλησης μου με το κέντρο παρουσιάστηκαν αρκετά προβλήματα αλλά και ερωτήματα για τη δημιουργία μιας έρευνας για τη βελτισποίηση της κοινωνικής κουζίνας. Επομένως ο γενικός στόχος ήταν το τι θα μπορούσε να γίνει ώστε να βελτιποιηθεί η να αν ανασυγχρονιστεί στην κοινωνική κουζίνα και με ποιόν τρόπο θα μπορούσε να προσεγγιστεί το όλο θέμα.

### 9.1.2 ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

---

Με τη βοήθεια της ψυχολόγου του κέντρου Xanthi Fynbo έγινε η προσέγγιση των ειδικών στόχων της έρευνας, οι οποίοι είναι:

- ❖ Για ποιούς λόγους συμμετέχουν οι εθελοντές στη Folkekøkken.
- ❖ Τι δεν λειτουργεί σύμφωνα με τους εθελοντές στη Folkekøkken και θα πρέπει να αλλάξει.
- ❖ Πως θα πρέπει να αλλάξει η Folkekøkken σύμφωνα με τους εθελοντές.
- ❖ Να βρεθεί πόσο καιρό συμμετέχουν περίπου οι εθελοντές Folkekøkken για να εκτιμηθεί η εμπειρία τους.
- ❖ Μερικά δημογραφικά στοιχεία των εθελοντών που θα χρησιμεύσουν στην έρευνα για να εκτιμηθεί το κοινωνικό υπόβαθρο των εθελοντών όπως: η ηλικία, το επάγγελμα και το εάν είναι υπήκοοι της Δανίας ή όχι.

Αξίζει να σημειωθεί πως στην έρευνα δεν μας ενδιαφέρει το φύλο των ερωτώμενων διότι δεν αφορά την έρευνα και το αποτέλεσμα της και γι' αυτό δεν χρησιμοποιήθηκε σαν ερώτηση. Παρόλα αυτά σημειώθηκε πίσω από κάθε επιστρεφόμενο ερωτηματολόγιο το φύλο του ερωτώμενου και καταχωρήθηκε στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS, σε περίπτωση που χρειαστεί αργότερα σε κάποια άλλη υπόθεση που ίσως προκύψει κατά τη διάρκεια των αποτελεσμάτων.





---

## 9.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Στην έρευνα αρχικά παρουσιάζονται οι λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκε η συγκεκριμένη περιοχή ως πεδίο για την έρευνα. Για την τεκμηρίωση της συγκεκριμένης πρόθεσης έγινε συμβούλιο με τα μέλη του Trøjborg Beboerforening αλλά και συνάντηση με την ψυχολόγο Xanthi Fynbo για να δοθούν στοιχεία που θα χρησιμοποιηθούν για την έρευνα, και συνεπώς και των εθελοντών-συμμετεχόντων στη Folkekøkken, για την πραγμάτωση της συγκεκριμένης έρευνας.

Συμπληρωματικά ως προς το θεωρητικό πλαίσιο πραγματοποιείται έρευνα. Στην έρευνα χρησιμοποιήθηκαν πρωτογενή δεδομένα. Τα πρωτογενή δεδομένα συλλέγονται από τον ίδιο τον ερευνητή ειδικά για τους σκοπούς της έρευνας που διεξάγει (Σιώμοκς, 2008). Η συλλογή των στοιχείων στην διαδικασία της έρευνας μπορεί να γίνει με τρεις τρόπους: ποιοτική έρευνα, ποσοτική έρευνα και μικτή ή «πλουραλιστική έρευνα».

Η διαδικασία της έρευνας είναι μια ακολουθία από βήματα, τα οποία αντανακλούν θα μπορούσαμε να πούμε την μεθοδολογία της(Τομάρας,2006). Τα συγκεκριμένα στάδια σύμφωνα με τον Churchill(1991) είναι:

- Προσδιορισμός και διατύπωση του προβλήματος
- Σχεδιασμός έρευνας και προσδιορισμός των πηγών και πληροφοριών
- Σχεδιασμός μεθόδων συλλογής των στοιχείων και έντυπα συλλογής αυτών
- Σχεδιασμός του δείγματος και συλλογή των στοιχείων
- Ανάλυση και εμπειρία των στοιχείων
- Σύνταξη έκθεσης με τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα της έρευνας



Μια άλλη προσέγγιση από τους Kinnear και Taylor(1996) αναλύει σε 9 στάδια τη διαδικασία της έρευνας:

- Καθορισμός της ανάγκης για πληροφόρηση
- Καθορισμός των αντικειμένων της έρευνας και των αναγκών πληροφόρησης
- Προσδιορισμός των πηγών των στοιχείων
- Ανάπτυξη των εντύπων συλλογής στοιχείων
- Σχεδιασμός του δείγματος
- Συλλογή των στοιχείων
- Επεξεργασία των στοιχείων
- Ανάλυση των στοιχείων
- Παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Υπάρχει συνεπώς ένα θεωρητικό υπόβαθρο, μια συγκεκριμένη θεωρία, από την οποία συνάγονται συγκεκριμένες υποθέσεις που τίθενται σε έλεγχο με τα στοιχεία της έρευνας. Οι θεωρητικές διατυπώσεις διατυπώνονται πριν από την έναρξη της έρευνας, ενώ προσδιορίζεται το είδος των στοιχείων που απαιτούνται για τον έλεγχο τους.

Τον τελευταίο χρόνο παρουσιάζονται κάποια προβλήματα και δυσκολίες όσο αναφορά τους εθελοντές στη Folkekøkken και αυτό σύμφωνα με τα μέλη της Folkekøkken αλλά και τα μέλη του κοινωνικοπολιτιστικού κέντρου Trøjborg Beboerforening σχετίζεται με τους κύριους στόχους(ερευνητικά ερωτήματα - υποθέσεις) της έρευνας, την αποκάλυψη των πραγματικών προβλημάτων αλλά και των αλλαγών που πρέπει να γίνουν.



Η δειγματοληπτική έρευνα με ερωτηματολόγια είναι η πιο διαδεδομένη μορφή εμπειρικής έρευνας. Η τυποποίηση των στοιχείων που συλλέγονται, η δυνατότητα προσέγγισης μεγάλου μέρους του πληθυσμού που μας αφορά, η επιδεκτικότητα των στοιχείων σε στατιστικές μεθόδους ανάλυσης για την ανάδειξη γενικών τάσεων και ομοιομορφιών, καθώς και η συγκριτικά μικρότερη επένδυση χρόνου που χρειάζεται από τον ερευνητή, καθιστούν την δειγματοληπτική έρευνα την πλέον καθιερωμένη μέθοδο (Κυριαζή, 2009).

---

### 9.3 ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Η συλλογή των στοιχείων στην διαδικασία της έρευνας μπορεί να γίνει με τρεις τρόπους: ποιοτική έρευνα, ποσοτική έρευνα και μικτή ή «πλουραλιστική έρευνα» (Burns and Bush, 2005). Στην περίπτωση της Folkekøkken, η έρευνα ήταν κυρίως ποιοτική έρευνα αλλά και σε μερικά σημεία μικτή.

Στην έρευνα χρησιμοποιήθηκαν πρωτογενή δεδομένα αλλά και δεδομένα από τη δοκιμαστική έρευνα που πραγματοποιήθηκε (Σιώμκος, 2008). Τα πρωτογενή δεδομένα συλλέγονται από τον ίδιο τον ερευνητή ειδικά για τους σκοπούς της έρευνας που διεξάγει. Από την άλλη πλευρά τα στοιχεία της δοκιμαστικής έρευνας που είχαν συλλεχθεί αξιολογήθηκαν πριν χρησιμοποιηθούν ως ερωτήσεις στην τελική έρευνα.

Στην περίπτωση της Folkekøkken, η έρευνα έγινε με ερωτηματολόγια στα οποία οι ερωτώμενοι απαντούσαν χειρόγραφα. Η γλώσσα της έρευνας ήταν στα αγγλικά εφόσον οι ερωτώμενοι προέρχονται από διαφορετικές χώρες και το ερωτηματολόγιο έπρεπε να είναι κατανοητό για όλους. Η προσπάθεια συλλογής των στοιχείων έγινε 4 φορές και κράτησε περίπου ένα μήνα.



Η ομαδοποίηση των στοιχείων της έρευνας χρειάστηκε αρκετό διάστημα, διότι τα ερωτηματολόγια ήταν χειρόγραφα και έπρεπε να αποθηκευτούν σε ηλεκτρονική μορφή για να επεξεργαστούν με το στατιστικό πακέτο του IBM, SPSS 20. Επειδή η γνώση του στατιστικού προγράμματος επεξεργασίας των δεδομένων ήταν μηδαμινή, χρειάστηκαν σχεδόν έξι μήνες να αποκτηθούν οι γνώσεις του στατιστικού προγράμματος ώστε να γίνει η επεξεργασία των δεδομένων.



---

9.4 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ (ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ)

**Folkekøkken-a Sustainable Community Kitchen in Aarhus**

**1) How did you learn about Folkekøkken?**

- From internet
- From Beboerhus/Trøjborg Neighborhood
- From a friend/friends
- From other: .....

**2) When did you join Folkekøkken for the first time?**

- It's my first time
- Within the last month
- Within the last year/last 2 years
- More than 2 years ago

**3) Why did you join Folkekøkken? (You may select more than one.)**

- Socialise/meet new people
- Find vegan/vegetarian food
- Learn how to cook/new recipes
- DIYDIT (Do it yourself do it together)
- Healthy/nutritional food
- Find free food
- Environmental reasons (antiwaste/organic food)



Other:.....

**4) What is NOT important for you at Folkekokken? (You may select more than one.)**

Socialising/meeting new people

Vegan/vegetarian food

Learn cooking/new recipes

DIYDIT (Do it yourself do it together)

Healthy/nutritional food

Free food

Environmental reasons (antiwaste/organic food)

Other:.....

**5) What is NOT working at Folkekøkken? (You may select more than one.)**

Not enough space for cooking.

There are too many people.

People start late to prepare food.

There is not a fixed time for eating.

Food (sometimes) tastes bad.

Not all people care about preparing the food.

Cleaning system (sometimes) is not working.

It's difficult to find people to collect the vegetables.

Lack of basic ingredients for making food (oil, flour,...).

Lack of equipment (food processors, dehydrator, storage jars,...).



Other:.....

**6) What would you like to change at Folkekøkken? (You may select more than one.)**

Nothing

The location.

The cleaning system.

Make a cooking plan.

Bring cooking books.

Find more sources for food.

More political activism.

Play more games.

Buy more needed things for cooking (e.g oil, flour,...).

Make a month-forward-schedule for picking up the veggies.

Buy equipment for cooking (food processors, dehydrator, storage jars,...).

Other:.....

**7) How would you rate the following factors at Folkekøkken?**

	Very bad	Bad	Medium	Good	Very good
People					
Food					
Location					



Personal data:

**8) Age:**

15-25      26-36      37-47      48-58      Over 59

**9) Nationality:**

Danish      Other

**10) Occupation:**

Student      Unemployed      Worker      Freelancer

Pensionist      Other

**Thank you for your time!**





---

**9.5 ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ**

**Folkekøkken-Μια βιώσιμη κοινωνική κουζίνα στο Aarhus**

**1) Πως μάθατε για τη Folkekøkken;**

- Από το internet
- Από το Beboerhus/Γειτονιά Trøjborg (όπου βρίσκεται το πολιτιστικό/κοινωνικό κέντρο)
- Από φίλο/φίλους
- Από άλλο: .....

**2) Πότε συμμετείχατε στη Folkekøkken για πρώτη φορά;**

- Συμμετέχω για πρώτη φορά
- Συμμετέχω τον τελευταίο μήνα
- Συμμετέχω τον τελευταίο χρόνο/τα τελευταία 2 χρόνια
- Περισσότερο από 2 χρόνια πριν

**3) Για ποιο λόγο συμμετείχατε στη Folkekøkken; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα.)**

- Κοινωνικοποίηση/συνάντηση με καινούργια άτομα
- Εύρεση vegan/χορτοφαγικού φαγητού
- Μάθηση μαγειρέματος/νέων συνταγών
- ΚΜΚΜΑ (DIYDIT) – Κάν' το μόνος/η σου, κάν' το με άλλους
- Υγιεινό/διατροφικό φαγητό



- Εύρεση δωρεάν φαγητού
- Περιβαλλοντολογικοί λόγοι (αντισπατάλη/βιολογικά τρόφιμα)
- Άλλο:.....

**4) Τι ΔΕΝ είναι σημαντικό για εσάς στη Folkekokken; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα.)**

- Κοινωνικοποίηση/συνάντηση με καινούργια άτομα
- Εύρεση vegan/χορτοφαγικού φαγητού
- Μάθηση μαγειρέματος/νέων συνταγών
- ΚΜΚΜΑ (DIYDIT) – Κάντο μόνος/η σου, κάν' το με άλλους
- Υγιεινό/διατροφικό φαγητό
- Εύρεση δωρεάν φαγητού
- Περιβαλλοντολογικοί λόγοι (αντισπατάλη/βιολογικά τρόφιμα)
- Άλλο:.....

**5) Τι πιστεύετε πως ΔΕΝ λειτουργεί στη Folkekokken; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα.)**

- Όχι αρκετός χώρος για μαγείρεμα.
- Ο αριθμός των ατόμων είναι υπερβολικά μεγάλος.
- Τα άτομα ξεκινούν αργά για την προετοιμασία του φαγητού.
- Δεν υπάρχει συγκεκριμένη ώρα για το τέλος της προετοιμασίας του φαγητού.
- Το φαγητό (μερικές φορές) έχει άσχημη γεύση.
- Δεν νοιάζονται όλοι για την προετοιμασία του φαγητού.
- Το σύστημα καθαριότητας (μερικές φορές) δεν λειτουργεί.



- Είναι δύσκολο να βρεθούν τα άτομα για την παραλαβή των λαχανικών.
- Έλλειψη των βασικών συστατικών για την Παρασκευή του (π.χ. λάδι, αλεύρι,...).
- Έλλειψη εξοπλισμού (π.χ. επεξεργαστές τροφίμων, αφυδρατήρες, αποθηκευτικά πιθάρια,...).
- Άλλο:.....

**6) Τι θα επιθυμούσατε να αλλάξετε στη Folkekøkken; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα.)**

- Τίποτα
- Την τοποθεσία
- Το σύστημα καθαρισμού.
- Τη δημιουργία ενός προγράμματος για το μαγείρεμα.
- Να υπάρχουν βιβλία μαγειρικής.
- Να βρεθούν περισσότερες «πηγές» φαγητού.
- Περισσότερος πολιτικός ακτιβισμός/ενέργειες.
- Περισσότερα παιχνίδια.
- Αγορά περισσότερων αγαθών για το (π.χ. λάδι, αλεύρι,...).
- Τη δημιουργία ενός προγράμματος για την παραλαβή των λαχανικών (ενός μήνα εκ των προτέρων)
- Αγορά εξοπλισμού για το μαγείρεμα (π.χ. επεξεργαστές τροφίμων, αφυδρατήρες, αποθηκευτικά πιθάρια,...).
- Other:.....



**7) Πως αξιολογείτε τα παρακάτω στη Folkekehkken;**

	Πολύ κακά	Κακά	Μέτρια	Καλά	Πολύ καλά
Άνθρωποι					
Φαγητό					
Τοποθεσία					

Προσωπικές πληροφορίες:

**8) Ηλικία:**

15-25      26-36      37-47      48-58      Over 59

**9) Εθνικότητα:**

Δανική      Άλλο

**10) Επάγγελμα:**

Φοιτητής/ρια      Άνεργος/η      Εργαζόμενος

Ελεύθερος επαγγελματίας      Συνταξιούχος      Άλλο

**Σας ευχαριστώ για το χρόνο σας!**

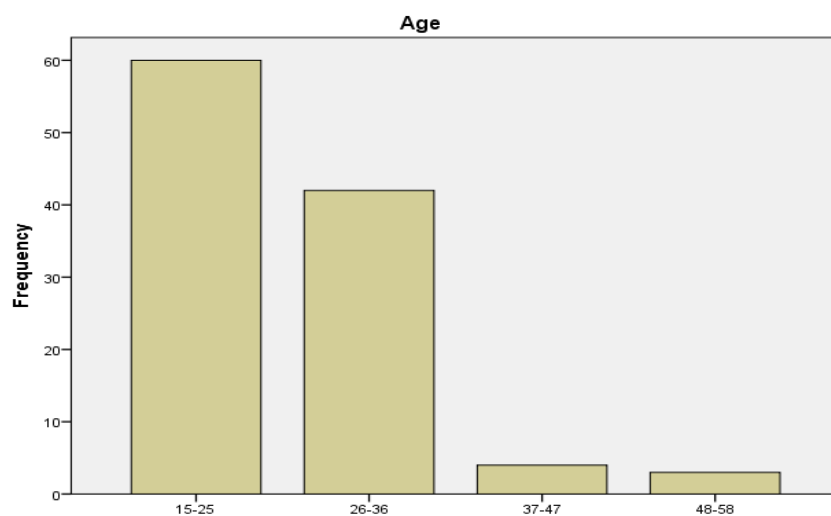


ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Όπως βλέπουμε από τον παρακάτω πίνακα αλλά και ραβδόγραμμα, οι συμμετέχοντες/εθελοντές στη Folkekøkken είναι το 55 % μεταξύ 15 και 25 χρονών, και το 38,5 % μεταξύ 26 και 36 χρονών. Το υπόλοιπο ποσοστό είναι: 3,7 % μεταξύ 37 και 47 χρονών και 2,8 % μεταξύ 48 και 58 χρονών. Σύμφωνα με τη δοκιμαστική έρευνα, δεν είχαμε κάποιο δείγμα ηλικίας πάνω από 58 χρονών. Σύμφωνα με τα παραπάνω, μπορούμε να αντιληφθούμε πως περισσότερο οι νέοι άνθρωποι συμμετέχουν εθελοντικά στη Folkekøkken.

1. Age

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
15-25	60	55,0	55,0	55,0
26-36	42	38,5	38,5	93,6
Valid 37-47	4	3,7	3,7	97,2
48-58	3	2,8	2,8	100,0
Total	109	100,0	100,0	



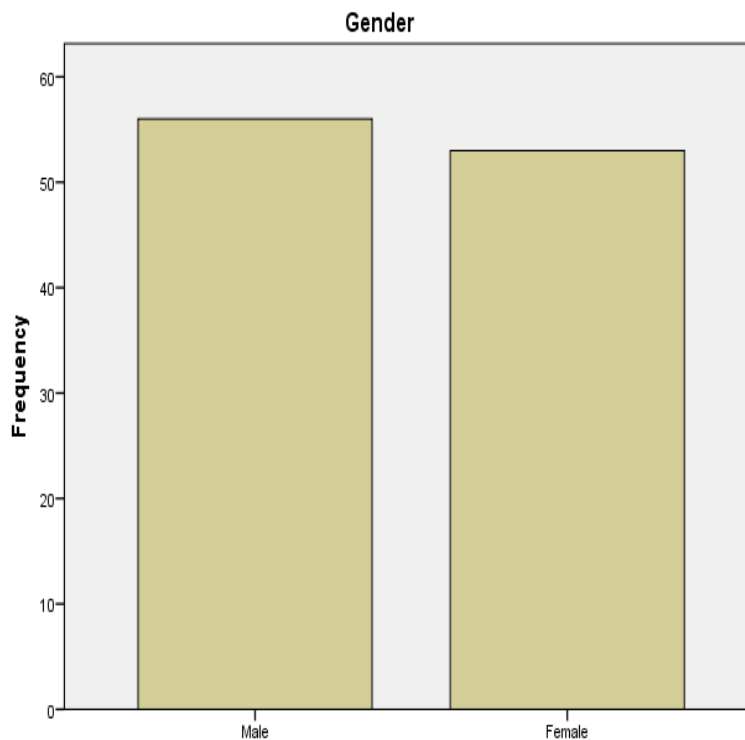


Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολογίων

Σχετικά με το φύλο των συμμετεχόντων και σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα αλλά και διάγραμμα, μπορούμε να συμπεράνουμε πως δεν υπάρχει μεγάλη διαφορά στο ποσοστό ανδρών-γυναικών που συμμετέχουν στη Folkekehkken. Συγκεκριμένα, το 51,4 % είναι άντρες και το 48,6 % είναι γυναίκες. Δηλαδή η διαφορά κυμαίνεται στο 2,8 %.

2. Gender

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Male	56	51,4	51,4	51,4
Valid Female	53	48,6	48,6	100,0
Total	109	100,0	100,0	



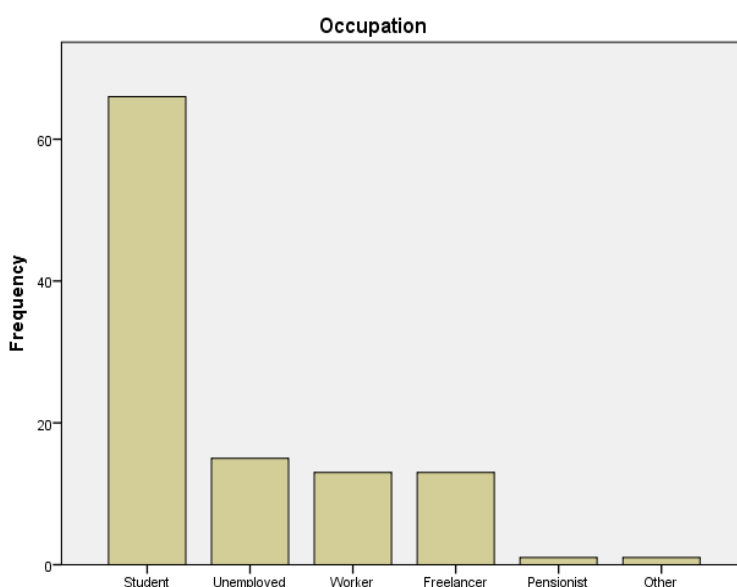


Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολόγιον

Όσον αφορά το επάγγελμα των συμμετεχόντων, μπορούμε να διακρίνουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό είναι φοιτητές, 60,6 %. Ακολουθούν οι άνεργοι με 13,8%, οι εργαζόμενοι με 11,9 %, οι ελεύθεροι επαγγελματίες, επίσης με 11,9 % και οι συνταξιούχοι με 0,9%. Με τα παραπάνω μπορούμε να υποθέσουμε πως στη Folkekøkken πέρα από τους φοιτητές που συμμετέχουν εφόσον έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο από τους εργαζόμενους και ελεύθερους επαγγελματίες, συμμετέχουν ακόμη και άνεργοι, οι οποίοι είναι το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό. Αυτό ακολουθείται από μια λογική εξήγηση, εφόσον η Folkekøkken στεγάζεται στο κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο όπου είναι ένας πολυχώρος που συμμετέχουν άτομα με κοινωνικά προβλήματα, όπως για παράδειγμα οι άνεργοι.

3. Occupation

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Student	66	60,6	60,6	60,6
Unemployed	15	13,8	13,8	74,3
Worker	13	11,9	11,9	86,2
Valid Freelancer	13	11,9	11,9	98,2
Pensionist	1	,9	,9	99,1
Other	1	,9	,9	100,0
Total	109	100,0	100,0	





Σχετικά με την εθνικότητα των συμμετεχόντων στη Folkekøkken, μπορούμε να συμπεράνουμε πως το ποσοστό των μη Δανών είναι 53,2 % και είναι μεγαλύτερο από το ποσοστό των Δανών υπηκόων όπου είναι 46,8 %. Αυτό είναι αξιοσημείωτο διότι σύμφωνα με την στατιστική υπηρεσία της Δανίας, Statistics Denmark στον πίνακα 5, το ποσοστό των ξένων υπηκόων στη Δανία είναι μόνο 657.000 κάτοικοι με ποσοστό 11,7 %. Επομένως, μπορούμε να συμπεράνουμε πως αρκετοί ξένοι υπήκοοι είναι εθελοντές στη Δανία, μιας και ο εθελοντισμός τους δίνει τη δυνατότητα να δημιουργήσουν έναν κοινωνικό κύκλο σε μια ξένη χώρα.

#### 4. Nationality

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Danish	51	46,8	46,8	46,8
Valid Non Danish	58	53,2	53,2	100,0
Total	109	100,0	100,0	

The screenshot shows the Statistics Denmark website interface. The main content area is titled "Immigrants and their descendants" and includes a "Key Figures" section. Below this, there is a table titled "Population at the first day of the quarter" with the unit "Number". The table displays data for four quarters: 2014Q2, 2014Q3, 2014Q4, and 2015Q1. The data is categorized into Total, Western countries, and Non-western countries, and further subdivided into Immigrants and Descendants.

	2014Q2	2014Q3	2014Q4	2015Q1
<b>Total</b>				
Total	634 300	637 842	653 041	657 471
Western countries	224 703	224 582	233 484	232 913
Non-western countries	409 597	413 260	419 557	424 558
<b>Immigrants</b>				
Total	482 876	484 702	498 252	501 055
Western countries	202 594	202 070	210 589	209 648
Non-western countries	280 282	282 632	287 663	291 407
<b>Descendants</b>				
Total	151 424	153 140	154 789	156 416
Western countries	22 109	22 512	22 895	23 265
Non-western countries	129 315	130 628	131 894	133 151

Get your own statistics about Population at the first day of the quarter (FOLK1)

#### 5. Δημογραφικά στοιχεία ξένων υπηκόων στη Δανία από την Statistics Denmark

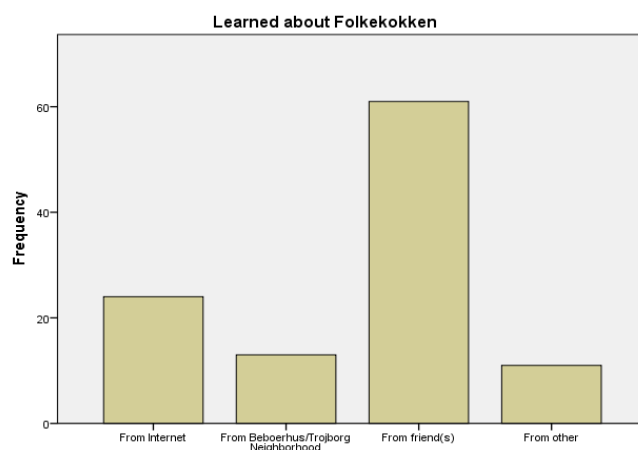




Μετά τα δημογραφικά στοιχεία, τα οποία δεν ήταν απαραίτητα για την έρευνα μας, αλλά τοποθετήθηκαν στην αρχή των αποτελεσμάτων για να μας δώσουν μια εικόνα του πληθυσμού των συμμετεχόντων στη Folkekøkken, ακολουθεί το αποτέλεσμα της πρώτης ερώτησης του ερωτηματολογίου. Η ερώτηση είναι «με ποιόν τρόπο έμαθαν οι εθελοντές για τη Folkekøkken» και από τα αποτελέσματα μπορούμε να διακρίνουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό έμαθε γι' αυτήν από κάποιο φίλο/φίλη. Επομένως μπορούμε να υποθέσουμε πως η γνώση για τη Folkekøkken μεταδίδεται από στόμα σε στόμα μέσω κοινών γνωστών. Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό, το οποίο είναι 22 % έμαθε για τη Folkekøkken από το ίντερνετ. Αυτό είναι λογικό, εφόσον η Folkekøkken διατηρεί σελίδα στο Facebook ώστε να ενημερώσει τους ενδιαφερόμενους εθελοντές για τη λειτουργία της και το πρόγραμμά της.

#### 6. Learned about Folkekøkken

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
From Internet	24	22,0	22,0	22,0
From Beboerhus/Trøjborg Neighborhood	13	11,9	11,9	33,9
From friend(s)	61	56,0	56,0	89,9
From other	11	10,1	10,1	100,0
Total	109	100,0	100,0	



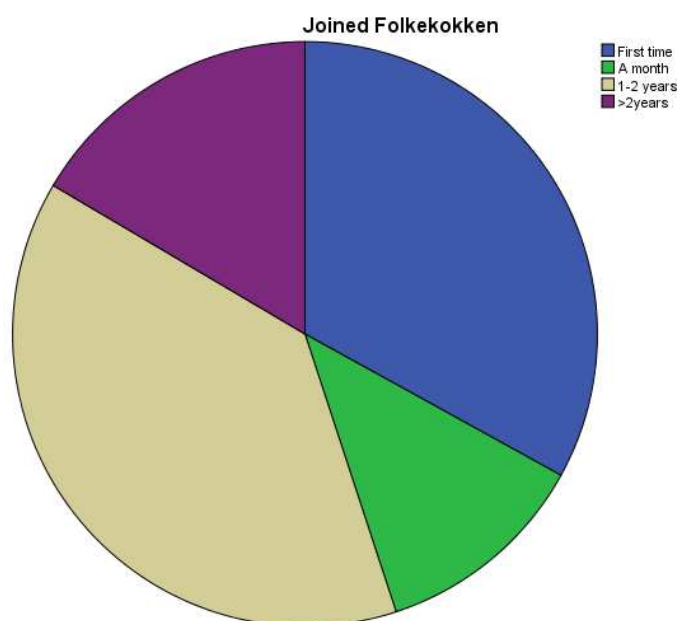


Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολογίων

Σύμφωνα με τη δεύτερη ερώτηση του ερωτηματολογίου, πότε συμμετείχαν για πρώτη φορά στη Folkekekken, μπορούμε να διατυπώσουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό, 38,5 %, είναι εθελοντές σχεδόν 1 με 2 χρόνια ενώ το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό, 33 %, συμμετέχουν για πρώτη φορά. Αυτό δεν είναι κάτι καινούριο, διότι από τη δοκιμαστική έρευνα είχε διατυπωθεί πως κάθε εβδομάδα υπάρχουν καινούρια άτομα τα οποία συμμετέχουν τα οποία αποτελούν συνήθως το ένα τρίτο των συμμετεχόντων. Εφόσον οι περισσότεροι εθελοντές είναι φοιτητές, είναι λογικό να υπάρχουν κάθε φορά καινούρια άτομα που μαθαίνουν για τη Folkekekken και είναι φίλοι των φοιτητών. Επίσης δεν υπάρχουν αρκετά άτομα τα οποία συμμετέχουν για πάνω από 2 χρόνια, το ποσοστό είναι μόνο 16,5 %, διότι το Ώρχους είναι μια φοιτητούπολη και τα περισσότερα άτομα εφόσον ολοκληρώσουν τις σπουδές τους μετακομίζουν από την πόλη.

7. Joined Folkekokken

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
First time	36	33,0	33,0	33,0
A month	13	11,9	11,9	45,0
Valid 1-2 years	42	38,5	38,5	83,5
>2years	18	16,5	16,5	100,0
Total	109	100,0	100,0	





Στην τρίτη ερώτηση, για ποιο λόγο συμμετείχαν στη Folkekøkken, μπορούμε να παρατηρήσουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό των εθελοντών με 24,4 % συμμετέχει κυρίως για να κοινωνικοποιηθεί και να γνωρίσει καινούρια άτομα. Αυτό το αποτέλεσμα είναι αρκετά λογικό, εφόσον οι περισσότεροι συμμετέχοντες όχι μόνο είναι ξένοι αλλά και φοιτητές. Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό, 16,3 %, συμμετέχει για περιβαλλοντολογικούς λόγους όπως για παράδειγμα ή αντισπατάλη και αντιρύπανση, μιας και είναι γνωστό πως η Folkekøkken συμβάλλει στη μείωση αυτών και στη μετάδοση της γνώσης για λιγότερη σπατάλη και ρύπανση.

**8. Reason For Joining Folkekøkken**

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Socialise/meet new people	99	24,4%	90,8%
For Vegan/Vegetarian food	45	11,1%	41,3%
Learn cooking/new receipes	31	7,7%	28,4%
DIYDIT (Do it yourself-Do it together)	61	15,1%	56,0%
Reason <sup>a</sup> Healthy Food	39	9,6%	35,8%
Free Food	55	13,6%	50,5%
Environmental/Antiwaste reasons	66	16,3%	60,6%
Other	9	2,2%	8,3%
Total	405	100,0%	371,6%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.



Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολόγιον

Παρακάτω παρουσιάζονται τα ραβδογράμματα με την κάθε μία από τις απαντήσεις ξεχωριστά, του πίνακα (8.) για την ην ερώτηση «λόγοι συμμετοχής στη Folkekøkken», έτσι ώστε να παρουσιαστούν τα ποσοστά των ατόμων που απάντησαν ναι και όχι στην κάθε απάντηση της ερώτησης. Είναι αρκετά ενδιαφέρουσα παρατήρηση διότι μας δείχνει πόσοι δεν ενδιαφέρονται για κάθε μία από τις απαντήσεις.

**9. Join for Socialising /meet new people**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	10	9,2	9,2	9,2
Valid Yes	99	90,8	90,8	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**10. Join for Vegan/Vegetarian food**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	64	58,7	58,7	58,7
Valid Yes	45	41,3	41,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**11. Join for Learn cooking/new receipes**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	78	71,6	71,6	71,6
Valid Yes	31	28,4	28,4	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**12. Join for DIYDIT (Do it yourself-Do it together)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	48	44,0	44,0	44,0
Valid Yes	61	56,0	56,0	100,0
Total	109	100,0	100,0	



Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολογίων

**13. Join for Healthy Food**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	70	64,2	64,2	64,2
Valid Yes	39	35,8	35,8	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**14. Join for Free Food**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	54	49,5	49,5	49,5
Valid Yes	55	50,5	50,5	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**15. Join for Environmental/Antiwaste reasons**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	43	39,4	39,4	39,4
Valid Yes	66	60,6	60,6	100,0
Total	109	100,0	100,0	



Η τέταρτη ερώτηση «τι δεν είναι σημαντικό για εσάς στη Folkekøkken», σχεδιάστηκε με τη βοήθεια της ψυχολόγου του κέντρου Trøjborg Beboerforening, ώστε να βρεθεί το αποτέλεσμα για το τι δεν ενδιαφέρει τους εθελοντές, δηλαδή τι δεν είναι σημαντικό για αυτούς. Αυτό το αποτέλεσμα θα βοηθήσει στην αλλαγή και βελτιστοποίηση της κοινωνικής κουζίνας. Το μεγαλύτερο ποσοστό με 27,9 % απάντησε πως όλες οι απαντήσεις της ερώτησης είναι σημαντικές. Το επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε «η μάθηση μαγειρέματος/νέων συνταγών» με 24 %. Αυτό δεν μας εκπλήσσει εφόσον οι περισσότεροι εθελοντές έχουν ως χόμπι το μαγείρεμα και έχουν ήδη εμπειρία σε αυτό.

16. Not Important for Joining Folkekøkken

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Socialising/meeting people	1	0,6%	0,9%
Vegan/Vegetarian Food	26	16,9%	24,1%
Learn cooking/new receipes	37	24,0%	34,3%
DIYDIT (Do it yourself-Do it together)	7	4,5%	6,5%
Healthy Food	14	9,1%	13,0%
Free Food	21	13,6%	19,4%
Environmental/Anti-waste reasons	5	3,2%	4,6%
Everything is important	43	27,9%	39,8%
Total	154	100,0%	142,6%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.



Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολόγιον

Παρακάτω παρουσιάζονται τα ραβδογράμματα με την κάθε μία από τις απαντήσεις ξεχωριστά, του πίνακα (16.) για την ην ερώτηση «τι δεν είναι σημαντικό για εσάς στη Folkekeðkken», έτσι ώστε να παρουσιαστούν τα ποσοστά των ατόμων που απάντησαν ναι και όχι στην κάθε ξεχωριστή απάντηση της ερώτησης. Είναι αρκετά ενδιαφέρουσα παρατήρηση διότι μας δείχνει πόσοι δεν ενδιαφέρονται για κάθε μία από τις απαντήσεις.

**17. Not important to Socialise/meet people**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	108	99,1	99,1	99,1
Valid Yes	1	,9	,9	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**18. Not important Vegan/Vegetarian Food**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	83	76,1	76,1	76,1
Valid Yes	26	23,9	23,9	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**19. Not Important to Learn cooking/new receipes**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	72	66,1	66,1	66,1
Valid Yes	37	33,9	33,9	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**20. Not Important DIYDIT (Do it yourself-Do it together)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	102	93,6	93,6	93,6
Valid Yes	7	6,4	6,4	100,0
Total	109	100,0	100,0	



Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολόγιον

**21. Not Important Healthy Food**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	95	87,2	87,2	87,2
Valid Yes	14	12,8	12,8	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**22. Not Important Free Food**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	88	80,7	80,7	80,7
Valid Yes	21	19,3	19,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**23. Not Important Environmental/Anti-waste reasons**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	104	95,4	95,4	95,4
Valid Yes	5	4,6	4,6	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**24. Everything is important**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	66	60,6	60,6	60,6
Valid Yes	43	39,4	39,4	100,0
Total	109	100,0	100,0	





Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολογίων

Στην πέμπτη ερώτηση του ερωτηματολογίου όπου αναφέρεται στο «τι δεν λειτουργεί στη Folkekøkken», παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό, 13,8 %, απάντησε πως το σύστημα καθαρισμού δεν λειτουργεί. Δηλαδή με λίγα λόγια, οι εθελοντές δεν καθαρίζουν καλά μετά τη δραστηριότητα της Folkekøkken. Το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό, 12,9 %, απάντησε πως δεν υπάρχει σταθερή ώρα προετοιμασίας του φαγητού ώστε να καθίσουν να φάνε όλοι μαζί. Αυτό συμβαίνει γιατί οι εθελοντές δεν είναι καθιερωμένοι κάθε φορά, επομένως είναι φυσιολογικό το ότι δεν είναι κανείς υπεύθυνος για το μαγείρεμα. Γι αυτό και τα αμέσως επόμενα μεγαλύτερα ποσοστά με 10,7 % αναφέρονται στην αργοπορία της προετοιμασίας του φαγητού αλλά και τη δυσκολία να βρεθούν εθελοντές για τα λαχανικά.

25. Not Working at Folkekøkken

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Too many people	5	2,2%	5,0%
Late preparation of food	24	10,7%	23,8%
Not fixed time for eating	29	12,9%	28,7%
Food tastes bad	11	4,9%	10,9%
Bad cleaning system	31	13,8%	30,7%
Not all people care for preparing food	21	9,4%	20,8%
Difficult to find volunteers to collect veggies	24	10,7%	23,8%
Lack of ingredients (oil, flour..)	20	8,9%	19,8%
Lack of basic equipment	23	10,3%	22,8%
Everything works	20	8,9%	19,8%
Other	16	7,1%	15,8%
Total	224	100,0%	221,8%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.



Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολόγιον

Παρακάτω παρουσιάζονται τα ραβδογράμματα με την κάθε μία από τις απαντήσεις ξεχωριστά, του πίνακα (25.) για την ερώτηση «τι δεν λειτουργεί στη Folkekøkken έτσι ώστε να παρουσιαστούν ξεχωριστά τα ποσοστά των ατόμων που απάντησαν ναι και όχι στην κάθε ξεχωριστή απάντηση της ερώτησης. Είναι αρκετά ενδιαφέρουσα παρατήρηση διότι μας δείχνει πόσοι δεν ενδιαφέρονται για κάθε μία από τις απαντήσεις.

**26. Not enough space**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	67	61,5	61,5	61,5
Valid Yes	42	38,5	38,5	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**27. Too many people**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	104	95,4	95,4	95,4
Valid Yes	5	4,6	4,6	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**28. Late preparation of food**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	85	78,0	78,0	78,0
Valid Yes	24	22,0	22,0	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**29. Not fixed time for eating**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	80	73,4	73,4	73,4
Valid Yes	29	26,6	26,6	100,0
Total	109	100,0	100,0	



Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολόγιον

**30. Food tastes bad**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	98	89,9	89,9	89,9
Valid Yes	11	10,1	10,1	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**31. Bad cleaning system**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	78	71,6	71,6	71,6
Valid Yes	31	28,4	28,4	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**32. Not all people care for preparing food**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	88	80,7	80,7	80,7
Valid Yes	21	19,3	19,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**33. Difficult to find volunteers to collect veggies**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	85	78,0	78,0	78,0
Valid Yes	24	22,0	22,0	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**34. Lack of ingredients (oil,flour..)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	89	81,7	81,7	81,7
Valid Yes	20	18,3	18,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	



**35. Everything works**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	88	80,7	80,7	80,7
Valid Yes	21	19,3	19,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Στην έκτη ερώτηση «τι θα θέλατε να αλλάξετε στη Folkekøkken», το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε με 13,2 % απάντησε «αγορά περισσότερων αγαθών» και το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε με 11,5 % «αγορά εξοπλισμού για το μαγείρεμα». Αυτές οι δύο μεγαλύτερες σε ποσοστά απαντήσεις είναι αρκετά χρήσιμες για το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο όπου στεγάζεται η Folkekøkken, γιατί το κέντρο είναι υπεύθυνο για την αγορά εξοπλισμού και υλικών αγαθών. Επομένως το κέντρο θα μπορέσει να βελτιώσει την κοινωνική κουζίνα με την αγορά εξοπλισμού και άλλων αγαθών που έχουν ανάγκη οι εθελοντές για την καλή λειτουργία της Folkekøkken.

**36. Change at Folkekøkken**

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Nothing	23	9,8%	21,1%
Improve/Change Location	10	4,3%	9,2%
Cleaning system	25	10,7%	22,9%
Make a cooking plan	24	10,3%	22,0%
Bring cooking books	12	5,1%	11,0%
Find more food sources	10	4,3%	9,2%
More political activism	19	8,1%	17,4%
More games/activities	23	9,8%	21,1%
Buy more needed ingredients	31	13,2%	28,4%
Make a month-forward schedule for volunteers	19	8,1%	17,4%
Buy needed equipment	27	11,5%	24,8%
Long Food Presentation	11	4,7%	10,1%
Total	234	100,0%	214,7%



Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολόγιον

Παρακάτω παρουσιάζονται τα ραβδογράμματα με την κάθε μία από τις απαντήσεις ξεχωριστά, του πίνακα (36.) για την ερώτηση «τι θα θέλατε να αλλάξετε στη Folkekøkken», έτσι ώστε να παρουσιαστούν ξεχωριστά τα ποσοστά των ατόμων που απάντησαν ναι και όχι στην κάθε ξεχωριστή απάντηση της ερώτησης. Είναι αρκετά ενδιαφέρουσα παρατήρηση διότι μας δείχνει πόσοι δεν ενδιαφέρονται για κάθε μία από τις απαντήσεις.

**37. Change Nothing**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	86	78,9	78,9	78,9
Valid Yes	23	21,1	21,1	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**38. Improve/Change Location**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	99	90,8	90,8	90,8
Valid Yes	10	9,2	9,2	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**39. Change Cleaning system**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	84	77,1	77,1	77,1
Valid Yes	25	22,9	22,9	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**40. Make a cooking plan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	85	78,0	78,0	78,0
Valid Yes	24	22,0	22,0	100,0
Total	109	100,0	100,0	



Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολόγιον

**41. Bring cooking books**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	97	89,0	89,0	89,0
Valid Yes	12	11,0	11,0	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**42. Find more food sources**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	99	90,8	90,8	90,8
Valid Yes	10	9,2	9,2	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**43. More political activism**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	90	82,6	82,6	82,6
Valid Yes	19	17,4	17,4	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**44. More games/activities**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	86	78,9	78,9	78,9
Valid Yes	23	21,1	21,1	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**45. Buy more needed ingredients**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	77	70,6	70,6	70,6
Valid Yes	32	29,4	29,4	100,0
Total	109	100,0	100,0	



Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολογίων

**46. Make a month-forward schedule for volunteers**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	90	82,6	82,6	82,6
Valid Yes	19	17,4	17,4	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**47. Buy needed equipment**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	82	75,2	75,2	75,2
Valid Yes	27	24,8	24,8	100,0
Total	109	100,0	100,0	

**48. Change Long Food Presentation**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	98	89,9	89,9	89,9
Valid Yes	11	10,1	10,1	100,0
Total	109	100,0	100,0	



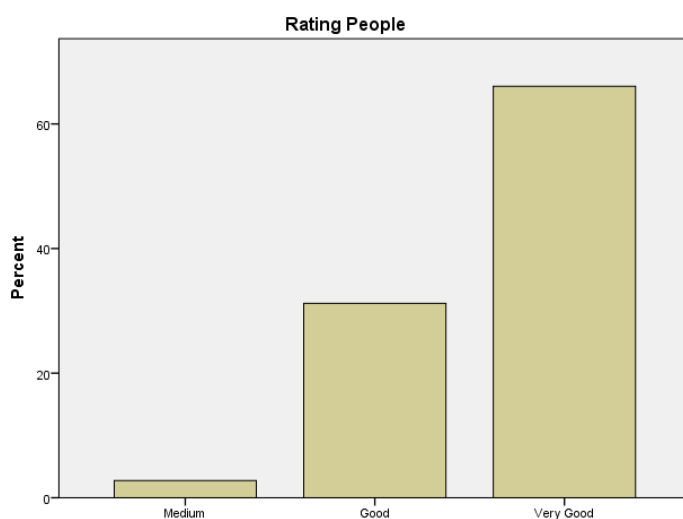
Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολογίων

Στην ερώτηση επτά του ερωτηματολογίου «πως θα αξιολογούσατε τα παρακάτω: άνθρωποι, φαγητό, τοποθεσία» είχε δοθεί πίνακας αξιολόγησης με 5 δυνατές γνώμες για τον κάθε τομέα. Εφόσον κάποιες γνώμες δεν εκφράστηκαν καθόλου σε κάποιους τομείς από τους ερωτηθέντες, όπως για παράδειγμα η γνώμη «πολύ κακά» η οποία δεν εκφράστηκε σε κανέναν τομέα, αποφασίστηκε να καταχωρηθεί κάθε τομέας ξεχωριστά για την πιο εύκολη καταγραφή και εικόνα των αποτελεσμάτων. Επομένως, στα παρακάτω διαγράμματα έχει χωριστεί ο πίνακας σε 3 ξεχωριστούς πίνακες οι οποίοι αφορούν τους τομείς: Άνθρωποι, Φαγητό και Τοποθεσία.

Στην αξιολόγηση των ανθρώπων/εθελοντών που συμμετέχουν στη Folkeøkken από τους εθελοντές, δεν δόθηκε καμία απάντηση με την κατηγορία «κακά» ή «πολύ κακά», άρα συμπεριλήφθηκαν μόνο οι 3 άλλες κατηγορίες. Το μεγαλύτερο ποσοστό επέλεξε «πολύ καλά», που είναι αρκετά θετικό για την έρευνα μας γιατί μας δείχνει πως τα προβλήματα στην κοινωνική κουζίνα δεν αφορούν τις σχέσεις των εθελοντών μεταξύ τους.

49. Rating People

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Medium	3	2,8	2,8	2,8
Valid Good	34	31,2	31,2	33,9
Valid Very Good	72	66,1	66,1	100,0
Total	109	100,0	100,0	





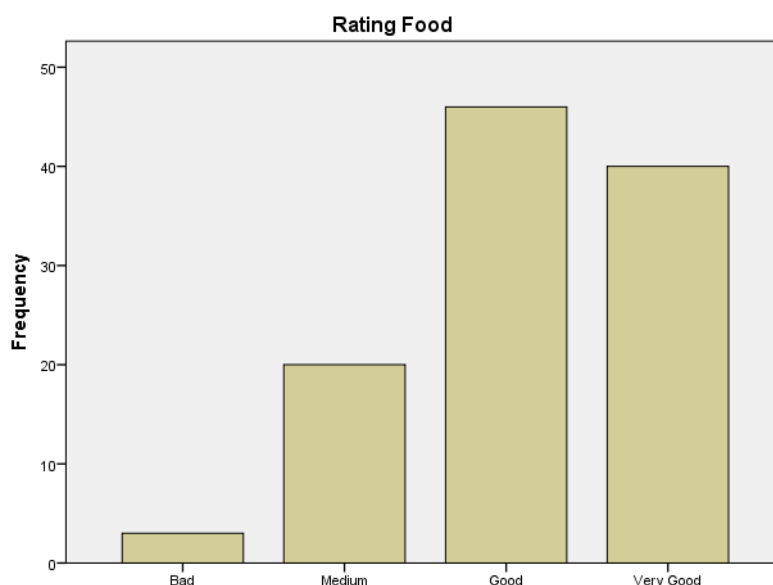


Αποτελεσμάτων - Report – Ερωτηματολόγιον

Στην αξιολόγηση του φαγητού δόθηκαν 4 κατηγορίες γνώμης, επομένως αναφέρθηκε η κατηγορία «κακά» η οποία δεν αναφέρθηκε στην αξιολόγηση των ανθρώπων. Μπορούμε να υποθέσουμε πως αυτό συμβαίνει λόγω της έλλειψης αγαθών και εξοπλισμού του φαγητού, όπου αναφέρθηκε προηγουμένως στην ερώτηση έξι του ερωτηματολογίου και στον πίνακα 36. Εδώ παρατηρούμε επίσης πως το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε «καλά» με 42,2 % και το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε «πολύ καλά» με 36,7 %. Όπως βλέπουμε, οι απόψεις δίστανται αλλά το αποτέλεσμα δεν είναι άσχημο, εφόσον είναι θετικό. Βεβαίως, το κέντρο θα πρέπει να λάβει υπόψιν του όλες τις απαντήσεις εάν θέλει να βελτιώσει όλους τους τομείς της κοινωνικής κουζίνας.

50. Rating Food

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Bad	3	2,8	2,8	2,8
Medium	20	18,3	18,3	21,1
Valid Good	46	42,2	42,2	63,3
Very Good	40	36,7	36,7	100,0
Total	109	100,0	100,0	

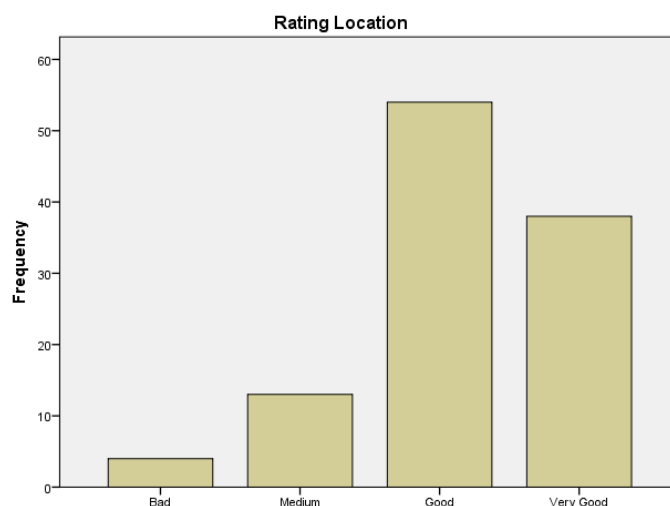




Ο τελευταίος τομέας της αξιολόγησης, η τοποθεσία, είναι επίσης ένα θέμα που ενδιαφέρει το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο. Στη δοκιμαστική έρευνα αναφέρθηκαν κάποιες προτάσεις σχετικά με την οργάνωση και άλλων δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια της Folkeøkken, ώστε να ενισχύσουν/εμπλουτίσουν τη λειτουργία της. Μία άλλη πρόταση που αναφέρθηκε ήταν να αλλάζει κάποιες φορές το περιβάλλον ώστε να μην γίνεται μονότονο προς τους εθελοντές. Οι περισσότερες προτάσεις της δοκιμαστικής έρευνας, συμπεριλήφθηκαν στο ερωτηματολόγιο ως προκαθορισμένες απαντήσεις και επιλέχθηκαν από τους ερωτηθέντες. Επομένως το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο θα πρέπει να λάβει και αυτόν τον τομέα της αξιολόγησης υπόψιν του ώστε να γίνει η καλύτερη δυνατή βελτιστοποίηση της κοινωνικής κουζίνας.

Το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε με 49,5 % πως η τοποθεσία είναι «καλή» και το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε με 34,9 % πως η τοποθεσία είναι «πολύ καλή».

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Bad	4	3,7	3,7	3,7
Medium	13	11,9	11,9	15,6
Valid Good	54	49,5	49,5	65,1
Very Good	38	34,9	34,9	100,0
Total	109	100,0	100,0	





---

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Η παρούσα εργασία μέσω της θεωρητικής στατιστικής ανάλυσης και της έρευνας που πραγματοποιήθηκε οδήγησε στο συμπέρασμα πως σε ένα κοινωνικό και πολιτιστικό κέντρο, όπως το Trøjborg Beboerhus του Ώρχους, όπου απασχολεί κυρίως εθελοντές, υπάρχει η περίπτωση δημιουργίας προβλημάτων και είναι απαραίτητο να γίνει μία έρευνα σε βάθος ώστε να αποκαλυφθούν τα αίτια των προβλημάτων και να προταθεί η λύση τους.

Στη συγκεκριμένη ποιοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο κοινωνικο-πολιτιστικό κέντρο και συγκεκριμένα στη δραστηριότητα Folkekøkken του κέντρου, δημιουργήθηκαν προβλήματα ασυνεννοησίας μεταξύ των εθελοντών και προβλήματα έλλειψης αποφάσεων κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας από τους εθελοντές. Τα προβλήματα αυτά αποθάρρυναν τους εθελοντές να πάρουν σωστές αποφάσεις και να λύσουν τα τυχόν προβλήματα που προέκυπταν με αποτέλεσμα τη δημιουργία προβλημάτων κατά τη δραστηριότητα Folkekøkken, όπως αργοπορία στο μαγείρεμα, παράλειψη μεταφοράς τροφίμων στο κέντρο από τους εθελοντές, όχι άριστη καθαριότητα κλπ. Αυτά τα προβλήματα είχαν ως αποτέλεσμα τη μη σωστή λειτουργία της δραστηριότητας Folkekøkken του κέντρου και τη δυσφήμιση του ίδιου του κέντρου ή και ακόμη την αποθάρρυνση της συμμετοχής νέων εθελοντών.

Η έρευνα εστίασε κυρίως στο ποια είναι ακριβώς τα προβλήματα που δημιουργούνται στη Folkekøkken αλλά και το τι ακριβώς επιθυμούν η εθελοντές να αλλάξει στον τρόπο της δραστηριότητας της. Ακόμη, η έρευνα εστίασε στα δημογραφικά στοιχεία των εθελοντών, για παράδειγμα στην εθνικότητα, την ηλικία και τη διάρκεια συμμετοχής, σε περίπτωση που αποδειχθεί κάποια συσχέτιση μεταξύ αυτών των στοιχείων με τα προβλήματα τα οποία προκύπτουν. Παρ' όλα αυτά, τα δημογραφικά στοιχεία δεν ήταν το κυρίως ζήτημα της έρευνας, οπότε η έρευνα μας δεν βασίστηκε σε αυτά.

Από το πρώτο στατιστικό συμπέρασμα που προέκυψε διαπιστώθηκε πως σχεδόν ο μισός πληθυσμός της Folkekøkken είναι μη Δανοί υπήκοοι πολίτες, δηλαδή ξένοι υπήκοοι, οι οποίοι ανήκουν σε διάφορες εθνικότητες. Με αυτό μπορούμε να



υποθέσουμε πως ίσως επηρεάζετε η επικοινωνία μεταξύ των εθελοντών λόγω της διαφορετικής κουλτούρας και γλώσσας που έχουν οι εθελοντές. Παρόλο που η γλώσσα επικοινωνίας μεταξύ των εθελοντών είναι η αγγλική, κάποιες φορές παρατηρείται ασυνεννοησία ή και λανθασμένη επικοινωνία, σύμφωνα με τη δοκιμαστική έρευνα. Παρότι το πρόβλημα της γλώσσας ή κουλτούρας δυσκολεύει την επικοινωνία, το αποτέλεσμα της πολυπολιτισμικότητας επηρεάζει θετικά τη Folkekøkken διότι προτρέπει ακόμη περισσότερο τους Δανούς εθελοντές να συμμετάσχουν στην δραστηριότητα, μιας και τους δίνει τη δυνατότητα να γνωρίσουν άτομα διαφορετικής κουλτούρας και εθνικότητας. Άλλο ένα θετικό αποτέλεσμα της πολυπολιτισμικότητας είναι πως οι ξένοι υπήκοοι εθελοντές μπορούν να συνυπάρξουν αλλά και να συζητήσουν με άλλα άτομα της ίδιας εθνικότητας (ή διαφορετικής), στη Folkekøkken, που τυχόν παρουσιάζουν τα ίδια κοινωνικά και οικονομικά προβλήματα στη Δανία.

Το δεύτερο συμπέρασμα είναι η νεαρή ηλικία των εθελοντών, όπως έδειξαν τα στατιστικά στοιχεία οι περισσότεροι συμμετέχοντες/εθελοντές στη Folkekøkken είναι νέοι σε ηλικία με ποσοστό 55 % και συγκεκριμένα μεταξύ 15 και 25 χρονών. Η νεαρή ηλικία των εθελοντών ίσως επηρεάζει την επικοινωνία αλλά και την ασυμφωνία στη λήψη των αποφάσεων κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας. Αυτό επίσης εκφράστηκε από τους εθελοντές στη δοκιμαστική έρευνα.

Σχετικά με το φύλο των εθελοντών δεν υπήρξε κάποιο σημαντικό συμπέρασμα εφόσον το στατιστικό αποτέλεσμα μας έδειξε πως το 51,4 % είναι άντρες και το 48,6 % γυναίκες. Επίσης, τα στατιστικά αποτελέσματα δεν μας έδειξαν κάποια συσχέτιση του φύλου με τα προβλήματα που παρουσιάζονται στη Folkekøkken.

Όσον αφορά το επάγγελμα των συμμετεχόντων, μπορούμε να διακρίνουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό είναι φοιτητές, με 60,6 %. Επομένως, μπορούμε να υποθέσουμε πως αυτού του τύπου οι εθελοντές είναι αρκετά απασχολημένοι με τις σπουδές τους και ίσως δεν μπορούν να διαθέσουν αρκετό χρόνο στη Folkekøkken. Επομένως, ίσως τα προβλήματα της βιαστικής και μη σωστής καθαριότητας ή της βιασύνης του μαγειρέματος ίσως οφείλεται στο ότι οι φοιτητές εθελοντές δεν διαθέτουν αρκετό χρόνο. Άρα το κέντρο θα μπορούσε να μειώσει τις ώρες των



εθελοντών και να αυξήσει τον αριθμό των εθελοντών κατά τη διάρκεια της Folkekøkken.

Στην ερώτηση «με ποιόν τρόπο έμαθαν οι εθελοντές για τη Folkekøkken» το αποτέλεσμα μας έδειξε πως το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό, συγκεκριμένα το 22 %, έμαθε γι' αυτήν από το ίντερνετ. Το κέντρο Trøjborg Beboerhus έλαβε υπόψιν του την απάντηση και επιθυμεί να προσπαθήσει να διαφημίσει περισσότερο τη σελίδα του όχι μόνο στο ίντερνετ αλλά και στο Facebook (μιας και είναι ένα σημαντικό εργαλείο ενημέρωσης των νέων σήμερα), ώστε να ενημερώσουν ακόμη περισσότερα άτομα για τη λειτουργία του κέντρου, το πρόγραμμά του και για τη Folkekøkken. Ίσως έτσι θα μπορέσει να αυξήσει τον αριθμό των εθελοντών μιας και ένα από τα προβλήματα ήταν η έλλειψη αυτών στη Folkekøkken.

Σύμφωνα με την ερώτηση του ερωτηματολογίου, «πότε συμμετείχατε για πρώτη φορά στη Folkekøkken», το αποτέλεσμα μας έδειξε πως το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό, με 33 %, συμμετείχαν για πρώτη φορά. Αυτό δεν είναι κάτι καινούριο, διότι από τη δοκιμαστική έρευνα είχε ήδη διατυπωθεί πως κάθε εβδομάδα έρχονται καινούριοι εθελοντές και οι οποίοι αποτελούν συνήθως το ένα τρίτο των συνολικών συμμετεχόντων-εθελοντών. Αυτό ίσως επιφέρει τη δυσκολία της δραστηριότητας, εφόσον το ένα τρίτο που συμμετέχει για πρώτη φορά δεν γνωρίζει αρκετά καλά όλες τις λεπτομέρειες και διαδικασίες της δραστηριότητας. Επίσης μπορεί να οδηγήσει στην καθυστέρηση της δραστηριότητας, εφόσον οι παλαιοί εθελοντές πρέπει να ξοδέψουν χρόνο για να εξηγήσουν τη διαδικασία της λειτουργίας στους καινούριους εθελοντές. Επομένως το κέντρο Trøjborg Beboerhus θα πρέπει να μην αναθέτει αποκλειστικά στους καινούριους εθελοντές τις δραστηριότητες που απαιτούν εμπειρία. Θα μπορούσε επίσης να αναθέσει τις δραστηριότητες σε ομάδες που αποτελούν μία μίξη των καινούριων με τους παλιούς εθελοντές.

Στην ερώτηση «τι δεν λειτουργεί στη Folkekøkken», το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε πως το σύστημα καθαρισμού δεν λειτουργεί. Αυτό φαίνεται να συνδέεται άμεσα με το προηγούμενο αποτέλεσμα, πως το ένα τρίτο των εθελοντών συμμετέχουν για πρώτη φορά. Οι εθελοντές είναι ίσοι στη Folkekøkken ανεξαρτήτως διάρκειας συμμετοχής και πολλές φορές οι καινούριοι εθελοντές αναλαμβάνουν εργασίες που δεν γνωρίζουν αρκετά καλά, όπως για παράδειγμα ο καθαρισμός στο τέλος.



Επομένως η καθαριότητα είναι ένα αρκετά σημαντικό πρόβλημα της δραστηριότητα το οποίο αφορά άμεσα το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο. Στη δοκιμαστική έρευνα αναφέρθηκε πως οι μεγαλύτεροι σε διάρκεια εθελοντές αναγκάζονται να επαναλάβουν τον καθαρισμό πριν το ξεκίνημα της επόμενης δραστηριότητας της κοινωνικής κουζίνας. Επομένως το κέντρο θα πρέπει να δράσει άμεσα με το να αναθέσει την καθαριότητα στα άτομα που συμμετέχουν για μεγαλύτερο διάστημα και γνωρίζουν αρκετά καλά τη διαδικασία του καθαρισμού. Επίσης το κέντρο θα μπορούσε να αναθέσει στους ήδη καθαριστές του κτιρίου να αναλάβουν τον καθαρισμό μετά τη Folkekøkken με κάποια επιπλέον αμοιβή.

Στην ερώτηση «τι θα θέλατε να αλλάξετε στη Folkekøkken», το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε: «αγορά περισσότερων αγαθών» και «αγορά εξοπλισμού για το μαγείρεμα». Αυτές οι δύο μεγαλύτερες σε ποσοστά απαντήσεις είναι αρκετά χρήσιμες για το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο όπου στεγάζεται η Folkekøkken, γιατί το κέντρο είναι υπεύθυνο για την αγορά εξοπλισμού και υλικών αγαθών των δραστηριοτήτων του. Επομένως το κέντρο θα βελτιώσει αρκετά την λειτουργία της Folkekøkken με την αγορά εξοπλισμού μαγειρέματος αλλά και άλλων αγαθών που έχουν ανάγκη οι εθελοντές.

Στην αξιολόγηση των ανθρώπων/εθελοντών που συμμετέχουν στη Folkekøkken το μεγαλύτερο ποσοστό επέλεξε την απάντηση «πολύ καλά». Αυτό είναι ένα αρκετά θετικό αποτέλεσμα για την έρευνα μας, εφόσον μας δείχνει πως τα προβλήματα στην κοινωνική κουζίνα δεν βασίζονται στις προσωπικές σχέσεις μεταξύ των εθελοντών

Στην αξιολόγηση του φαγητού το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε «καλά». Το αποτέλεσμα της απάντησης είναι ικανοποιητικό εφόσον είναι θετικό. Παρόλα αυτά, εάν το κέντρο Trøjborg Beboerhus επιθυμεί να βελτιώσει περισσότερο την ποιότητα του φαγητού θα πρέπει να αναθέσει το μαγείρεμα κυρίως σε άτομα που έχουν μεγαλύτερη εμπειρία. Επίσης άλλη μία πρόταση είναι να φέρει βιβλία μαγειρικής (αγγλικών και δανικών) ώστε οι εθελοντές να μπορέσουν να χρησιμοποιήσουν κατά τη διάρκεια του μαγειρέματος και να βελτιώσουν το φαγητό.



Στην αξιολόγηση της τοποθεσίας το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε πως η τοποθεσία είναι «καλή». Η αξιολόγηση της τοποθεσία είναι ένας ακόμη σημαντικός τομέας για το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο Trøjborg Beboerhus. Εάν το κέντρο θέλει να βελτιώσει ακόμη περισσότερο την τοποθεσία, μπορεί παράλληλα με τη δραστηριότητα της Folkekøkken να προσθέσει/οργανώσει και άλλες δραστηριότητες ώστε να εμπλουτίσουν τη λειτουργία της. Ένα άλλο παράδειγμα για να βελτιωθεί η τοποθεσία είναι η ανακαίνιση του χώρου της Folkekøkken, ώστε να μην γίνεται μονότονο το περιβάλλον προς τους εθελοντές. Ακόμη, θα μπορούσε το κέντρο να οργανώσει μικρές συναυλίες όπου θα συμμετέχουν παράλληλα οι εθελοντές ή και ομαδικά παιχνίδια.



---

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία περιορίστηκε στην ποιοτική έρευνα της καταγραφής των εμποδίων της κοινωνικής κουζίνας Folkekøkken, αλλά και στην επιρροή που έχουν στα εμπλεκόμενα μέλη της (εθελοντές) στη λειτουργία της. Η πρωτογενής έρευνα έκανε ένα πρώτο βήμα για τα πιθανά προβλήματα που αντιμετωπίζει η Folkekøkken αλλά και για τις πιθανές λύσεις ή και βελτιοποιήσεις που θα μπορούσε το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο να ακολουθήσει. Αποτυπώθηκαν οι γνώμες των συμμετεχόντων-εθελοντών και καταγράφηκε η στάση τους απέναντι στη λειτουργία της κοινωνικής κουζίνας Folkekøkken. Διαπιστώθηκε πως υπάρχει ένα ικανό ποσοστό που επιθυμεί να αλλάξει/ βελτιώσει τη δραστηριότητα της Folkekøkken προκειμένου να βελτιωθεί και η ποιότητα του εθελοντισμού της κοινωνικής κουζίνας.

Συγκεκριμένα από τις 234 πολλαπλές επιλογές που δόθηκαν στην ερώτηση 5 «τι θα θέλατε να αλλάξετε στη Folkekøkken», οι 31 επέλεξαν ‘αγορά περισσότερων αγαθών για το μαγείρεμα’, οι 27 ‘αγορά εξοπλισμού μαγειρέματος’, οι 25 ‘αλλαγή του συστήματος καθαρισμού’, οι 24 ‘αλλαγή του προγράμματος μαγειρέματος’, οι 23 ‘περισσότερες δραστηριότητες/παιχνίδια’ και οι υπόλοιποι επέλεξαν ανάμεσα στις υπόλοιπες πολλαπλές απαντήσεις όπως: ‘αλλαγή/διαμόρφωση τοποθεσίας’, ‘αγορά βιβλίων μαγειρικής’, ‘εύρεση περισσότερων πηγών-δωρεάς τροφίμων’, ‘περισσότερος κοινωνικός-πολιτικός ακτιβισμός’, ‘δημιουργία προγράμματος εθελοντισμού ενός μήνα-εκ των προτέρων’, ‘αλλαγή της μεγάλης σε διάρκεια παρουσίασης του φαγητού’. Τα ποσοστά της κάθε απάντησης φαίνονται πιο αναλυτικά στον πίνακα 36 της σελίδας 75 του κεφαλαίου 11 με τα συμπεράσματα.

Έχουν καταγραφεί τα οφέλη της έρευνας και φαίνεται πως το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο Tøjborg Beboerhus είναι αρκετά ικανοποιημένο με αυτή την έρευνα. Το κέντρο έχει λάβει υπόψιν του τα αποτελέσματα της έρευνας και επιθυμεί να προβεί σε αλλαγές που θα βελτιώσουν όχι μόνο την ποιότητα της δραστηριότητας Folkekøkken, αλλά και τις υπόλοιπες δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στο κέντρο. Θα επικεντρωθεί κυρίως στις προτεινόμενες αλλαγές των προβλημάτων που προέκυψαν από την έρευνα και στις αλλαγές που πρότειναν οι εθελοντές μέσω της έρευνας.





Από την άλλη πλευρά, το ζήτημα φάνηκε να είναι αρκετά πολύπλοκο. Η παρούσα εργασία δεν έχει καλύψει πλήρως το θέμα. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι έχει δημιουργήσει πολλά περιθώρια για περαιτέρω ανάλυση και έρευνα επί του εθελοντισμού στο κέντρο Trøjborg Beboerhus. Για παράδειγμα θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί μία επιπλέον έρευνα για ποια τα αίτια που προτρέπουν τους εθελοντές να συμμετέχουν στη Folkekøkken, ή για το ποιο είναι το οικογενειακό και οικονομικό υπόβαθρο των συμμετεχόντων, ή ακόμη για τις προσδοκίες που έχουν οι εθελοντές για το μέλλον της Folkekøkken ή του κέντρου Trøjborg Beboerhus.

Χρειάζεται να γίνει μια περαιτέρω έρευνα σε βάθος από τον ψυχολόγο του κέντρου, ώστε να καταγραφούν και άλλα δεδομένα που αφορούν τους εθελοντές και ίσως είναι αρκετά σημαντικά για το κοινωνικοπολιτιστικό κέντρο Trøjborg Beboerhus. Ίσως με αυτόν τον τρόπο το κέντρο Trøjborg Beboerhus θα μπορέσει να έχει μια καλύτερη εικόνα για τα διαφορετικά είδη των εθελοντών που συμμετέχουν και εφόσον προτιμά κάποια συγκεκριμένη κατηγορία εθελοντών, ίσως μπορέσει να έχει τη δυνατότητα της επιλογής των εθελοντών βάσει ενός ερωτηματολογίου.



---

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

1. Αποστολόπουλος, *Στατιστική Επιχειρήσεων – περιγραφική και επαγωγική στατιστική*, Θ.Η., Αθήνα, 1991.
2. Δαουτόπουλος, Γ., «*Μεθοδολογία Κοινωνικών Ερευνών στον Αγροτικό Χώρο*» 2, εκδ. του ιδίου, Θεσσαλονίκη, 1994
3. Ζαχαροπούλου Χρυσούλα, *Στατιστική μέθοδοι – εφαρμογές*, Θεσσαλονίκη, 1993.
4. Κατσίλλης Ιωάννης, *Περιγραφική Στατιστική*, Gutenberg, 1997.
5. Κυριαζή, Ν. (1998). *Η κοινωνιολογική έρευνα, κριτική επισκόπηση των μεθόδων και τεχνικών*. Αθήνα: Ελληνικές Επιστημονικές Εκδόσεις.
6. Παπαγεωργίου Γ. (1998). *Μέθοδοι στην Κοινωνιολογική Έρευνα*. Αθήνα: Τυπωθήτω.
7. Παρασκευοπούλου-Κόλλια Ευφροσύνη-Αλκηστη, *Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες και συνεντεύξεις -Methodology of qualitative research in social sciences and interviews*, Κοινωνιολόγος της Εκπαίδευσης
8. Σιώμος Γιώργος και Μαύρος Δημήτρης. (2008). *Έρευνα Αγοράς*. Αθήνα: Σταμούλη.



9. Τομάρας Πέτρος. (2006). *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ και την έρευνα αγοράς*. Αθήνα: Πέτρος Τομάρας.
10. Φίλιας, Β. (1993). *Εισαγωγή στη μεθοδολογία και τεχνικές των κοινωνικών ερευνών*.
11. Χαλικιάς Ιωάννης Γ., *Στατιστική-Μέθοδοι Ανάλυσης για Επιχειρηματικές Αποφάσεις*, Ph.D., Αθήνα 2010.

### Ξενόγλωσση

12. Antaki, C. and Rapley, M., *“Quality of life” talk: the liberal paradox of psychological testing. Discourse and society*, 1996
13. Burns Alvin C., Bush Ronald F., *Marketing Research*, annotated, Pearson/Prentice Hall, 2005
14. Chatfield, Michael., «*Gantt, Henry Laurence (1861-1919).*” *History of Accounting: An International Encyclopedia*, edited by Michael Chatfield and Richard Vangermeersch.», Garland Publishing, New York, 1996
15. Churchill, G.A. *Marketing Research: Methodological Foundations*, Dryden Press, Chicago, 1991
16. Cohen, L. and Manion, L., *Research methods in education*, Routledge, London, 1992



17. Eisner, W. E., *The enlightened eye, qualitative inquiry and the enhancement of educational practice*, New York: Macmillan, 1991
18. Given, Lisa M., *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*, Sage Publications, Los Angeles, 2008
19. Guttman, L.A., *A basis for scaling qualitative data*, American Sociological Review, 1944
20. Hammersley Martyn, *Social Research*, London, 1992
21. Kinnear Thomas C., James R. Taylor, *Marketing Research: An Applied Approach*, McGraw-Hill, 1996
22. Kvale, S. (1996). *Interviews, an introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
23. Nachimias David & Frankfort-Nachmias Chava, *Research Methods in the Social Sciences*, 2008
24. Lincoln, Y. S. and Guba, E., *Naturalistic Inquiry*. SAGE, Beverly Hills, 1985
25. Lee Raymond M., *Doing research on sensitive topics*, London, Newbury Park, Sage Publications, 1993



26. Lindlof, T. R., & Taylor, B. C., *Qualitative communication research methods: Second edition*, Thousand Oaks, 2002
27. Marshall, Catherine & Rossman, Gretchen B., *Designing Qualitative Research*, Thousand Oaks, 1998
28. Merton Robert K., *Social Theory and Social Structure*, New York, 1967
29. Moballeghi, M. & Moghaddam, G.G., "*How Do We Measure Use of Scientific Journals? A Note on Research Methodologies*", 2008
30. Oppenheim, A. N., *Questionnaire Design, Interviewing And Attitude Measurement*, Continuum, London and New York, 1992
31. Peshkin, A., *Virtuous subjectivity in the participant observer's*, D. Berg & K. K. Smith, *Exploring clinical methods for sound research*. SAGE: Beverly Hills, 1985
32. Rubin, J. H. και Rubin, S. I, *Qualitative interviewing, the art of hearing data*, SAGE publications, London, 1995
33. Savin-Baden, M. & Major, C., *Qualitative Research: The Essential Guide to Theory and Practice*, Routledge, London, 2013
34. Tashakkori, A. & Teddlie, C. *Mixed Methodology*, Sage, 2000



35. Tuckman, B. W., *Conducting educational research*, Harcourt Brace Jovanovich, New York, 1972

36. Wertz, Charmaz, McMullen. “*Five Ways of Doing Qualitative Analysis: Phenomenological Psychology, Grounded Theory, Discourse Analysis, Narrative Research, and Intuitive Inquiry*”, The Guilford Press, 2011

---

#### ΑΡΘΡΑ

"*Qualitative Research Methods: A Data Collector's Field Guide*", techsociety.com, October 2010).

---

#### ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

trojborg-beboerhus.dk

en.wikipedia.org

ebooks.edu.gr

unipi.gr



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ (ΠΙΝΑΚΕΣ)

Ερώτηση 3: Για ποιο λόγο συμμετείχατε στη Folkekøkken;

Απάντηση: Άλλο

Reason for Joining Folkekøkken: Other

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	100	91,7	91,7	91,7
Valid Yes	9	8,3	8,3	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Ερώτηση 5: Τι πιστεύετε πως ΔΕΝ λειτουργεί στη Folkekøkken;

Απάντηση: Άλλο

What is not working at Folkekøkken: Other

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	93	85,3	85,3	85,3
Valid Yes	16	14,7	14,7	100,0
Total	109	100,0	100,0	