



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**ΠΜΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ MBA**

## **ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Θέμα:**

**«Εργασιακή Ικανοποίηση των Εργαζομένων σε  
Δίκτυα Καταστημάτων TakeAway Πώλησης Καφέ»**

**Master Thesis:**

**«Employees' Job Satisfaction in Chains of Take Away Coffee»**

**Σακαβάρας Ζήσης (Α.Μ. 21060)**

**Επιβλέπων Καθηγητής: Καλλιβωκάς Δημήτριος**

**Αθήνα, 2024**

## ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

Αυτή η διπλωματική εργασία υποβάλλεται από τον κύριο **Ζήση Σακαβάρα (Α.Μ. 21060)** συγγραφέα της, ως μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «**ΠΜΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΒΑ**» του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής.

Δηλώνω υπεύθυνα ότι, η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία είναι πρωτότυπη και ότι εκπονήθηκε αποκλειστικά και μόνο από εμένα τον ίδιο, και μόνο για την απόκτηση του συγκεκριμένου μεταπτυχιακού τίτλου. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει αξιολογηθεί στο πλαίσιο άλλου μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό.

Σε περίπτωση που διαπιστωθεί ότι μέρος της διπλωματικής εργασίας δεν είναι πρωτότυπη εργασία, αλλά αντιγραφή ήδη δημοσιευμένης εργασίας, αποτελεί ουσιαστικό λόγο οριστικής απόρριψης μου από το συγκεκριμένο πρόγραμμα σπουδών.



**Ζήσης Σακαβάρας (Α.Μ. 21060)**



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**ΠΜΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ MBA**

**Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή**

Η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς  
από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

<b>A/A</b>	<b>ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ</b>	<b>ΒΑΘΜΙΔΑ/ ΙΔΙΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ</b>
1	Δημήτριος Καλλιβωκάς	Επίκουρος Καθηγητής	
2	Γρηγόριος Γκίκας	Καθηγητής	
3	Αλέξανδρος Σαχινίδης	Καθηγητής	

## Περίληψη

Η εργασία πραγματεύεται το θέμα της εργασιακής ικανοποίησης των εργαζομένων σε δίκτυα καταστημάτων takeaway πώλησης καφέ. Η αλήθεια είναι ότι ο καφές είναι ένα από τα πιο διαδεδομένα ροφήματα παγκοσμίως και αποτελεί ένα από τους πιο βασικούς κλάδους διεθνώς.

Επίσης, η εργασιακή ικανοποίηση είναι ένα διαχρονικό ζήτημα για αυτό τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξάγεται στην εργασία, αφορούν, δυνητικά, επιχειρήσεις που θέλουν εργαζόμενους ικανοποιημένους, αφοσιωμένους και παραγωγικούς. Με βάση τη θεωρητική τεκμηρίωση, προκύπτει το εξής ερευνητικό ερώτημα: *υπάρχει ικανοποίηση των εργαζομένων σε δίκτυα καταστημάτων takeaway καφέ*; Αυτό το ερώτημα αποτελεί και τον κύριο στόχο της εργασίας.

Η εργασία απαρτίζεται από δύο μέρη: την θεωρητική και την εμπειρική τεκμηρίωση. Στο πρώτο μέρος υπάρχουν δύο κεφάλαια, το πρώτο αφορά στην εργασιακή ικανοποίηση και το δεύτερο εστιάζει στον κλάδο του καφέ. Στο δεύτερο μέρος υπάρχουν άλλα δύο κεφάλαια και το πρώτο παρουσιάζει το σχεδιασμό της έρευνας ενώ το άλλο κεφάλαιο εμπεριέχει τα πορίσματά της ανά ενότητα του ερωτηματολογίου. Στο κεφάλαιο αυτό, γίνονται και συγκρίσεις μεταξύ επιλεγμένων μεταβλητών, για να βγουν πορίσματα και να καταγραφούν οι περιορισμοί και οι προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

Συμπερασματικά, προκύπτει ότι άνθρωποι που εργάζονται έχοντας ένα σκοπό, δηλαδή για κάτι συγκεκριμένο κατά τους ίδιους, δραστηριοποιούνται ουσιαστικά. Επίσης, όταν η επιχείρηση, λ.χ. το κατάστημα takeaway καφέ, δημιουργεί ένα περιβάλλον όπου οι εργαζόμενοι ικανοποιούνται, επιτυγχάνει την αύξηση της αποδοτικότητάς της. Με άλλα λόγια, όταν οι άνθρωποι βρίσκουν ικανοποίηση στην δουλειά τους, είναι ευχαριστημένοι κατά το εργασιακό ωράριο και βιώνουν θετικά συναισθήματα στο εργασιακό τους περιβάλλον.

## Λέξεις – Κλειδιά

εργασιακή ικανοποίηση, καταστήματα takeaway καφέ, καταστήματα takeaway

## Abstract

The master thesis deals with the issue of job satisfaction in take-away coffee shops. It is a fact that coffee is one of the most widespread beverages worldwide and also, it is one of the most basic industries internationally.

Moreover, job satisfaction is a perennial issue, so the research results potentially concern companies that want satisfied, engaged, and motivated employees. Based on the literature review, the following research question arises: *Is there job satisfaction in take-away coffee shops?* This question is also the main objective of the master thesis.

The master thesis consists of two parts: the literature review and the empirical part. In the first part there are two chapters, the first concerns job satisfaction and the second focuses on the coffee industry. In the second part, there are two more chapters and the first presents the design of the research while the other chapter contains its findings per section of the questionnaire. In this chapter, statistical correlations are also presented between selected variables, so that the conclusions, the limitations and the suggestions for future research can be drawn.

In conclusion, employees who work for a special purpose, i.e. for something that is meaningful to them, are then essentially active. Accordingly, when the company, e.g. the take-away coffee shop, creates an environment where employees are satisfied, achieves an increase in its efficiency. In other words, when people find satisfaction in their work, they are happy during work hours and experience positive emotions in their work environment.

## Keywords

job satisfaction, take-away coffee shops, take away shops.

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	4
Λέξεις – Κλειδιά .....	4
Abstract .....	5
Keywords.....	5
Εισαγωγή.....	8
I. Προσδιορισμός Ερευνητικού Θέματος & Στόχος .....	8
II. Δομή.....	8
Μέρος Α': Θεωρητική Τεκμηρίωση .....	10
Κεφάλαιο 1: Εργασιακή Ικανοποίηση .....	10
1.1. Ορισμός & Παράγοντες Εργασιακής Ικανοποίησης .....	10
1.2. Θεωρίες Εργασιακής Ικανοποίησης – Παρακίνησης.....	12
1.2.1. Η Πυραμίδα Ανθρώπινων Αναγκών του A. Maslow .....	13
1.2.2. Οι Τρεις Βασικές Ανάγκες του C.D. Alderfer .....	13
1.2.3. Οι Παράγοντες Υγιεινής & Παρακίνησης του F. Herzberg.....	14
1.2.4. Οι Επίκτητες Ανάγκες του D. McClelland.....	15
Κεφάλαιο 2: Ο Κλάδος του Καφέ.....	16
2.1. Χαρακτηριστικά .....	16
2.2. Διεθνής Αγορά .....	17
2.2.1. Εισαγωγές & Εξαγωγές .....	18
2.2.2. Παραγωγή & Κατανάλωση .....	19
2.3. Δομή & Διάρθρωση στην Ελλάδα.....	19
2.3.1. Αλυσίδες & Εγχώριος Ανταγωνισμός.....	21
Μέρος Β': Εμπειρική Τεκμηρίωση .....	26
Κεφάλαιο 3: Σχεδιασμός Έρευνας .....	26

3.1. Δειγματοληψία Έρευνας & Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων .....	26
3.2. Κύριο Ερευνητικό Ερώτημα .....	27
3.3. Όργανο Μέτρησης .....	27
3.4. Μέθοδος Ανάλυσης Δεδομένων.....	28
Κεφάλαιο 4: Παρουσίαση Αποτελεσμάτων Έρευνας .....	29
4.1. Δημογραφικά Χαρακτηριστικά.....	29
4.2. Αντικείμενο εργασίας, Ωράριο .....	32
4.3 Οικονομικές απολαβές.....	35
4.4 Προοπτικές.....	38
4.5. Εργασιακές σχέσεις.....	39
4.6. Συνολική εργασιακή εμπειρία .....	42
4.7. Συσχετίσεις.....	44
Επίλογος.....	59
I. Συμπεράσματα.....	59
II. Περιορισμοί & Προτάσεις για Περαιτέρω Έρευνα .....	62
Βιβλιογραφία .....	64
I. Ελληνόγλωσση .....	64
II. Ξενόγλωσση.....	64
III. Ηλεκτρονικοί Τόποι.....	66
I. Ερωτηματολόγιο .....	67

## Εισαγωγή

### I. Προσδιορισμός Ερευνητικού Θέματος & Στόχος

Σκοπός της εργασίας είναι η μελέτη της εργασιακής ικανοποίησης των ανθρώπων που εργάζονται στον κλάδο του καφέ. Η εργασιακή ικανοποίηση αποτελεί διαχρονικό ζήτημα για αυτό και τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας ενδιαφέρουν τις επιχειρήσεις που θέλουν ο κόσμος τους να είναι ικανοποιημένος, αφοσιωμένος και παραγωγικός.

Με βάση τη θεωρητική τεκμηρίωση, προκύπτει το εξής ερευνητικό ερώτημα: *υπάρχει εργασιακή ικανοποίηση των εργαζομένων σε δίκτυα καταστημάτων takeaway καφέ;* Αυτό το ερώτημα αποτελεί και τον κύριο στόχο της εργασίας.

### II. Δομή

Η εργασία αποτελείται από δύο μέρη: την θεωρητική τεκμηρίωση και την εμπειρική τεκμηρίωση.

Στο πρώτο μέρος υπάρχουν δύο κεφάλαια: το **πρώτο κεφάλαιο** αφορά στην εργασιακή ικανοποίηση και εμπεριέχει τον ορισμό της και τους παράγοντες που την επηρεάζουν καθώς και τις Θεωρίες Εργασιακής Ικανοποίησης – Παρακίνησης, δηλαδή την Πυραμίδα Ανθρώπινων Αναγκών του A. Maslow, τις Τρεις Βασικές Ανάγκες του C.D. Alderfer, τους Παράγοντες Υγιεινής & Παρακίνησης του F. Herzberg και τις Επίκτητες Ανάγκες του D. McClelland. Το **δεύτερο κεφάλαιο** εστιάζει στον κλάδο του καφέ και πιο συγκεκριμένα, εμπεριέχει χαρακτηριστικά και πληροφορίες του, τη δομή της διεθνούς αγοράς του, στοιχεία για τις εισαγωγές και τις εξαγωγές του, στοιχεία για την παραγωγή και την κατανάλωσή του καθώς και στοιχεία για τη δομή και τη διάρθρωση του κλάδου στην Ελλάδα, δηλαδή το θεσμικό πλαίσιο καθώς και τις αλυσίδες και τον εγχώριο ανταγωνισμό.



Στο δεύτερο μέρος υπάρχουν δύο κεφάλαια: το **τρίτο κεφάλαιο** παρουσιάζει το σχεδιασμό της έρευνας, δηλαδή τη δειγματοληψία της έρευνας και τη μέθοδο συλλογής των δεδομένων, το ερευνητικό ερώτημα, το όργανο μέτρησης και τη μέθοδο ανάλυσης δεδομένων. Στο **τέταρτο κεφάλαιο** παρουσιάζονται τα πορίσματα της έρευνας ανά ενότητα του ερωτηματολογίου, δηλαδή των δημογραφικών χαρακτηριστικών, των σχετικών στοιχείων με το αντικείμενο εργασίας, το ωράριο εργασίας και τις οικονομικές απολαβές, τις εργασιακές σχέσεις, τη συνολική εργασιακή εμπειρία καθώς και εδώ, αναπτύσσονται συγκρίσεις ανάμεσα στις μεταβλητές, έτσι ώστε να προκύψουν συμπεράσματα και να καταγραφούν οι περιορισμοί και οι προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

## Μέρος Α': Θεωρητική Τεκμηρίωση

### Κεφάλαιο 1: Εργασιακή Ικανοποίηση

#### 1.1. Ορισμός & Παράγοντες Εργασιακής Ικανοποίησης

Η εργασιακή ικανοποίηση είναι μια πολυεπίπεδη έννοια για την οποία έχουν δοθεί ποικίλοι και πολλοί ορισμοί.

Οι Diener & Suh (2000) λένε ότι η εργασιακή ικανοποίηση αναφέρεται στο πώς εκτιμούν οι άνθρωποι την ποιότητα της ζωής τους και την παρουσία θετικών συναισθημάτων ως εργαζόμενοι. Πολλοί σύγχρονοι ερευνητές έχουν μελετήσει την ικανοποίηση των ανθρώπων κατά την εργασία τους (Harter κ.ά., 2003). Οι van Horn κ.ά. (2004) λένε ότι η υπό εξέταση έννοια σχετίζεται με την θετική αντίληψη και την υγιή λειτουργικότητα στο περιβάλλον εργασίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 1948 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (ΠΟΥ) εισήγαγε ένα πιο ευρύ ορισμό της ευημερίας ως *«μια κατάσταση πλήρους σωματικής, ψυχικής και κοινωνικής ευεξίας και όχι απλώς την απουσία ασθένειας και αναπηρίας»* (Cooke κ.ά., 2016). Έκτοτε, η ικανοποίηση έχει απασχολήσει πολλούς επιστημονικούς κλάδους (Cooke κ.ά., 2016).

Παρά την ανάπτυξη πλήθους θεωριών, ορισμένες εκ των οποίων παρουσιάζονται παρακάτω, οι ερευνητές λένε ότι είναι βασικά τα μοντέλα για την κατανόηση της ψυχολογίας των ανθρώπων (Butler & Kern, 2016, Huppert & So, 2013).

Συνεχίζοντας, επισημαίνεται ότι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (ΠΟΥ) συνδέει άρρηκτα την έννοια της ευημερίας με την εργασία λέγοντας ότι αποτελεί *«μια κατάσταση κατά την οποία τα άτομα αντιλαμβάνονται τη δυναμική τους, διαχειρίζονται το στρες της*

*καθημερινότητας, εργάζονται παραγωγικά και αποτελεσματικά και συμβάλλουν ευρύτερα στο περιβάλλον τους»(Cookeκ.ά., 2016).*

Οι Sahai&Mahapatra (2020) εντοπίζουν κοινά σημεία της εργασιακής ικανοποίησης των εργαζομένων με την έννοια της εκπλήρωσης του γενικού τους σκοπού στο περιβάλλον της εργασίας καθώς και τα θετικά συναισθήματά τους σε αυτόν. Παρομοίως, οι Harterκ.ά. (2003) εκφράζουν ότι η ικανοποίηση στην εργασία επιτυγχάνεται ωθώντας τους εργαζόμενους να πράττουν το «καλό», ενισχύοντας τη δέσμευση και τα θετικά συναισθήματά τους.

Πολλοί ερευνητές έχουν προσανατολιστεί σε δύο πτυχές της ικανοποίησης των εργαζομένων: τη σωματική και την ψυχική/ συναισθηματική (Danna&Griffin, 1999).

Πιο συγκεκριμένα, οι Anttonen κ.ά. (2019) λένε ότι η εργασιακή ικανοποίηση επέρχεται μέσω της ψυχικής και σωματικής κατάστασης των ατόμων και επιτυγχάνεται μέσω της ισορροπίας ελεύθερου χρόνου και εργασίας. Η σωματική ικανοποίηση συνδέεται με τα ποσοστά σωματικών ασθενειών, ενώ η ψυχική ικανοποίηση συνδέεται με τα συναισθήματα των εργαζόμενων.

Τα πορίσματα ποικίλων ερευνών φανερώνουν ότι εργαζόμενοι που είναι ικανοποιημένοι ψυχολογικά, είναι πιο αποδοτικοί στις καθημερινές εργασιακές συνθήκες, πιο παραγωγικοί και πιο «δεμένοι» με την επιχείρηση που δραστηριοποιούνται και σε βάθος χρόνου έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες για καλύτερη ποιότητα ζωής (Lubomirsky κ.ά., 2005).

Συνεχίζοντας, αξίζει να σημειωθεί ότι ο Herzberg (1935) θεωρούσε ότι η εργασιακή ικανοποίηση είναι ένα θέμα πολυπαραγοντικό. Παράλληλα, ο ίδιος διερεύνησε και κατέταξε τους πιο γνωστούς παράγοντες ικανοποίησης.

Βάσει του Locke (1976), επισημαίνεται ότι η ικανοποίηση στην εργασία μπορεί να επηρεαστεί από παράγοντες καθώς και την αναγνώριση της δουλειάς, τις σχέσεις των εργαζομένων και το καλό κλίμα στη δουλειά. Πιο συγκεκριμένα, το εργασιακό περιβάλλον και οι σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των εργαζομένων, η διοίκηση, το αντικείμενο εργασίας και κατά πόσο είναι ενδιαφέρον σαφώς και το σύστημα μοιρών είναι

κάποιοι από τους παράγοντες που παίζουν τον πιο βασικό ρόλο στην εργασιακή ικανοποίηση (Κάντας 1998).

Τέλος, οι Arveyκ.ά. (1989) πρόσθεσαν, συν τοις άλλοις, ότι η εργασιακή ικανοποίηση σχετίζεται με το ποσοστόσυμμετοχήςτωνεργαζομένων σε διοικητικά επίπεδα δηλαδή τον βαθμό στον οποίο οι εργαζόμενοι συμβάλλουν στο να ληφθούν τελικές αποφάσεις καθώς και το κατά πόσο οι σκέψεις/ απόψεις τους εν τέλει είναι αποδεκτές από τους διοικούντες.

## 1.2. Θεωρίες Εργασιακής Ικανοποίησης – Παρακίνησης

Η ικανοποίηση κι η ενθάρρυνση νοούνται έννοιες αλληλοεξαρτώμενες και από πολλούς ερευνητές και μάλλον, αυτό σχετίζεται με το ότι δεν υπάρχουν ακριβείς ορισμοί και για τις δύο (Furnham κ.ά., 2009).

Η έρευνα των Singh κ.ά. (2011) έδειξε ότι υπάρχει μεγάλη σχέση μεταξύ ικανοποίησης και κινήτρων εργαζομένων. Η αμοιβή, η επιβράβευση, η ασφάλεια, οι προαγωγές είναι οι κυριότεροι λόγοι που επηρεάζουν την ικανοποίηση των εργαζομένων.

Βάσει των Denhardt κ.ά. (2015), η πιο βασική αντίθεση μεταξύ αυτών των εννοιών είναι το ότι η ενθάρρυνση αναφέρεται σε μία κατάσταση ενώ η ικανοποίηση στηρίζεται σε ό,τι έχει γίνει. Κάνοντας μία ανασκόπηση στη βιβλιογραφία, είναι φανερό ότι ορισμένες θεωρίες αφορούν στη φύση της παρακίνησης των εργαζομένων, κι άλλες θεωρίες αναφέρονται στη διαδικασία της παρακίνησης. Στην πρώτη κατηγορία ανήκει η πυραμίδα των ανθρώπινων αναγκών του A. Maslow, οι τρεις βασικές ανάγκες του C.D. Alderfer, οι παράγοντες υγιεινής και παρακίνησης του F. Herzberg και οι επίκτητες ανάγκες του D. McClelland. Στην δεύτερη κατηγορία ανήκει η θεωρία της προσδοκίας του V. Vroom, το υπόδειγμα της προσδοκίας των W. Porter & E. Lawler, η θεωρία του λειτουργικού εθισμού του B. Skinner, η θεωρία της ισότητας του J. Adams και η θεωρία της στοχοθέτησης του E. Locke.

Οι θεωρίες της δεύτερης κατηγορίας αναφέρονται στις μεταβλητές που σχετίζονται με την ανθρώπινη παρακίνηση και την παρακίνηση για εργασία ενώ οι θεωρίες της πρώτης κατηγορίας εξετάζουν τις ανάγκες των ανθρώπων.

#### 1.2.1. Η Πυραμίδα Ανθρώπινων Αναγκών του A. Maslow

Η θεωρία του Maslow βασίζεται στα πορίσματα κλινικής μελέτης. Ο ίδιος ήταν ψυχολόγος και ανέπτυξε τη θεωρία του επί των πορισμάτων που είχε από την εργασία του. Οι απόψεις του έχουν επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τους managers (Χυτήρης, 2021). Το 1943, ο Maslow, στην εργασία του «*A Theory of Human Motivation*» στο περιοδικό *Psychological Review*, έθεσε πέντε κατηγορίες τέτοιων παραγόντων – αναγκών:

- ✚ Βιολογικές ανάγκες που περιλαμβάνουν τις ανάγκες για τροφή, νερό, στέγη, ενδυμασία, ύπνο, ανάπαυση κ.λπ.
- ✚ Ανάγκες ασφάλειας (ή σιγουριάς) που σχετίζονται με την ανάγκη εργασίας, οικείας, εξαφάνισης ή ελαχιστοποίησης πίεσης, κ.λπ.
- ✚ Κοινωνικές ανάγκες που σχετίζονται με την κοινωνική επαφή, τις κοινωνικές επαφές, την αποδοχή καθώς και τη φιλία.
- ✚ Ανάγκες εκτίμησης (ή αναγνώρισης) που περιλαμβάνουν την αυτοεκτίμηση, τη ισχύ, το κύρος, την σπουδαιότητα, την εκτίμηση από άλλα άτομα, τη φήμη.
- ✚ Ανάγκες για αυτοπραγμάτωση που είναι ξεκάθαρα ψυχολογικής φύσεως και προκύπτουν όταν τα άτομα συνειδητοποιούν ότι μπορούν να κάνουν ό,τι εκείνοι θεωρούν ότι είναι σε θέση (ότι είναι ικανοί) να κάνουν.

Ο Maslow υποστήριξε ότι μόνον αφού έχουν ικανοποιηθεί οι ανάγκες ενός επίπεδου σε ένα υψηλό επίπεδο, τότε οι άνθρωποι κατευθύνουν τις προσπάθειές τους για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του επόμενου επιπέδου (Χυτήρης, 2021).

#### 1.2.2. Οι Τρεις Βασικές Ανάγκες του C.D. Alderfer

Ο Alderfer, το 1989, ανέλυσε μια θεωρία παρακίνησης που ομοιάζει με τη θεωρία του Maslow, αλλά ελαχιστοποιεί τα επίπεδα αναγκών από πέντε σε τρία. Η εν λόγω

θεωρία είναι διαδομένη ως E.R.G. ή «Θεωρία των αναγκών Ύπαρξης – Κοινωνικών σχέσεων και Ανάπτυξης» και σημειώνεται πως το όνομά της προέκυψε από τα αρχικά: EXISTENCE - RELATEDNESS - GROWTH, που φανερώνουν τα τρία επίπεδα αναγκών, κατά τον Alderfer (Χυτήρης, 2021).

### 1.2.3. Οι Παράγοντες Υγιεινής & Παρακίνησης του F. Herzberg

Το 1959, ο Herzberg ανέπτυξε τη δική του θεωρία στο έργο του «*The motivation to work*» για τις στάσεις των ανθρώπων απέναντι στην εργασία (Χυτήρης, 2021).

Η έρευνά του πραγματοποιήθηκε σε 200 πλήρως απασχολούμενους λογιστές και μηχανικούς που δούλευαν στη «βαριά» βιομηχανία. Πρόθεσή του ήταν να διαπιστώσει τις δυνάμεις που οδηγούν σε καλή απόδοση. Από την ανάλυση των δεδομένων του, ο Herzberg συμπέρανε ότι οι παράγοντες που καταλήγουν σε ικανοποίηση από την εργασία είναι άλλοι από εκείνους που κάνουν τον άνθρωπο να είναι δυσαρεστημένος. Οι παράγοντες που καταλήγουν σε ικανοποίηση αφορούν το περιεχόμενο της ίδιας της δουλειάς. Εάν υφίστανται αυτοί οι παράγοντες, τότε οι άνθρωποι είναι ικανοποιημένοι και παρακινούνται να δουλέψουν περισσότερο. Εάν δεν υπάρχουν, τότε οι άνθρωποι είναι δυσαρεστημένοι. Αυτοί λέγονται «παράγοντες παρακίνησης» (Χυτήρης, 2021).

Ωστόσο, κάποιοι άλλοι εργασιακοί παράγοντες, οι οποίοι αναφέρονται παρακάτω, αποδείχθηκε ότι ευθύνονται για τη δυσαρέσκεια και σχετίζονται με το περιβάλλον της δουλειάς. Εάν δεν υφίστανται αυτοί οι παράγοντες, τότε οι άνθρωποι δεν είναι ικανοποιημένοι και δεν παρακινούνται να δουλέψουν περισσότερο. Εάν υπάρχουν, τότε οι άνθρωποι είναι ευχαριστημένοι. Αυτοί λέγονται «παράγοντες υγιεινής» (Χυτήρης, 2021).

Η θεωρία αυτή είχε (και έχει) μεγάλη επίδραση στους managers.

#### 1.2.4. Οι Επίκτητες Ανάγκες του D. McClelland

Με βάση τη θεωρία παρακίνησης περί τριών (ανθρωπίνων) αναγκών του Atkinson, οMcClelland ανέλυσε τη θεωρία του, λέγοντας ότι οι ανάγκες που προσδιορίζονται επίπεδο ενθάρρυνσης στο περιβάλλον δουλειάς, είναι επίκτητες και είναι οι εξής:

- ✚ Ανάγκη για επίτευγμα.
- ✚ Ανάγκη για σχέσεις.
- ✚ Ανάγκη για δύναμη (επιρροή) (Χυτήρης, 2021).

## Κεφάλαιο 2: Ο Κλάδος του Καφέ

### 2.1. Χαρακτηριστικά

Η θέση του προϊόντος στην αγορά εξαρτάται από παράγοντες, όπως: ποιότητα, τιμή, σπάνια χαρακτηριστικά, ωφέλειες από τη χρήση του προϊόντος σε σύγκριση του ανταγωνιστικού προς αυτό προϊόν(Γκίκας & Χυζ, Αξιολόγηση επενδύσεων και μελέτες σκοπιμότητας, 2022).

Για αρχή, με τη λέξη «καφέ» δεν νοούνται απλά οι κόκκοι αλλά και το ρόφημα. Ο όρος «καφές» προσδιορίζει:τον καρπό του καφεόδεντρου,το καφεόδεντρο, την ποσότητα του παραγόμενου καρπού, το ρόφημα, το περιεχόμενου της δόσης, την κατανάλωση(Μπαμπινιώτης 1998).

Αξίζει να σημειωθεί ότι η λέξη «καφές»έχει προέλευση από την περιοχή Kaffatης νοτιοδυτικής Αιθιοπίας διότι εκεί χρησιμοποιήθηκε πρώτη φορά (Μανουσίδης, 2009).

Τέσσεραείναι τα χαρακτηριστικά διάκρισης τουκαφέ: η οξύτητα, το άρωμα, η γεύσηκαιτο σώμα.Ωστόσο, ορισμένοι προσθέτουν κι ένα πέμπτο χαρακτηριστικό:τηνεπίγευση (Perrier – Robert, 2004).

Είναι γεγονός ότι ηαγοράτουκαφέ παραμένει σχεδόν σταθερήκαι ειδικά στο πλαίσιο της takeawayπώλησης τα τελευταία χρόνια.

Οι πιο βασικέςκατηγορίες καφέ είναιοκαφές φίλτρου,οστιγμιαίος καφές, οEspresso και οελληνικός καφές.



## 2.2. Διεθνής Αγορά

Σε παγκόσμια κλίμακα, εντοπίζονται πέντε αγορές με τις περισσότερες και μεγαλύτερες δυνατότητες κατανάλωσης καφέ: η Βραζιλία, οι Η.Π.Α., η Ινδονησία, η Γερμανία και η Ιαπωνία.

Αρχικά, η Βραζιλία αποτελεί τον πιο μεγάλο καταναλωτή καφέ διεθνώς δεδομένου ότι ξεπέρασε και τις Η.Π.Α. πριν δέκα χρόνια κι οι πωλήσεις της συνεχίζουν να αυξάνονται με ρυθμό 3%

Οι Η.Π.Α. αποτελούν τη δεύτερη μεγαλύτερη αγορά καφέ στον κόσμο και βρίσκονται στο 4<sup>ο</sup> επίπεδο. Αν και η χώρα έχει ανθισμένη αγορά και υπάρχει ο όγκος των πωλήσεων, οι λιανικές πωλήσεις επιβραδύνονται.

Στην Ινδονησία, την τρίτη πιο μεγάλη αγορά με καφέ διεθνώς, οι οικονομικά αδύναμοι καταναλωτές στοχεύουν στο να πίνουν καφέ στο σπίτι παρά στα καταστήματα εστίασης, αφού αυτά είναι για εκείνους που είναι πιο καλά οικονομικά.

Στη Γερμανία, οι καταναλωτές ενδιαφέρονται για όλες τις κατηγορίες καφέ αναφορικά τόσο με την παραγωγή όσο και με την κατανάλωσή του.

Τέλος, με πολύ αλλιώτικα στοιχεία από τις υπόλοιπες αγορές είναι η κατανάλωση του καφέ στην Ιαπωνία. Οι κόκκοι καφέ είναι η πιο αγαπητή επιλογή και αποτελεί περισσότερο από το 30% του όγκου των συνολικών πωλήσεων. Ο στιγμιαίος καφές, ωστόσο, έχει αξιοσημείωτη άνοδο διότι οι καταναλωτές τον βρίσκουν με ευκολία.



**Εικόνα 2.1.:** Οι πέντε πιο υποσχόμενες αγορές καφέ. Πηγή: Euromonitor International (2018). Five Most Promising Markets in Coffee, διαθέσιμο στο: <https://www.euromonitor.com/article/discover-the-top-5-coffee-markets> (προσπελάστηκε 10/07/2023).

### 2.2.1. Εισαγωγές & Εξαγωγές<sup>1</sup>

Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του International Coffee Organization (2021), κατά την περίοδο 2006 – 2018, οι εισαγωγές καφέ είχαν άνοδο με μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 2,3%.

Συνεχίζοντας, το 2018, το σύνολο των εισαγωγών έφτασε τα 129.977 εκ. σακιά, ενώ το 2006, οι εισαγωγές καφέ βρίσκονταν στα 101.567 εκ. σακιά. Επιπλέον, σημειώνεται ότι το 64,53% των εισαγωγών γίνεται στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ ακολουθούν οι Η.Π.Α. με 22,65%. Παρά ταύτα, οι εισαγωγές καφέ κατά την περίοδο 2019 – 2020 είχαν

- 
1. Πηγή: <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/2b-imports.pdf> (προσπελάστηκε 15/07/2023).
  2. Πηγή: <https://www.ico.org/prices/po-production.pdf> (προσπελάστηκε 15/07/2023).
  3. Πηγή: <https://ico.org/prices/new-consumption-table.pdf> . (προσπελάστηκε 15/07/2023).

μείωση κατά 4,6% ενώ μείωση κατά 2,6% των εισαγωγών καφέ έγινε και τον Οκτώβρη του 2020 συγκριτικά με την ίδια περίοδο τον προηγούμενο χρόνο έτους.

Σύμφωνα με τον International Coffee Organization (2021), κατά την περίοδο 2010 – 2018, διαπιστώθηκε ότι οι εξαγωγές είχαν αυξητική πορεία με μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 3%. Επίσης, σημειώνεται ότι το 2018, οι εξαγωγές έφτασαν τα 122.739 εκ. σακιά, ενώ το 2010, οι εξαγωγές έφτασαν τα 97,046 εκ. σακιά. Ακόμα, φαίνεται ότι το πιο μεγάλο ποσοστό (29,64%) των εξαγωγών γίνεται από τη Βραζιλία, με το Βιετνάμ και την Κολομβία να ακολουθούν με ποσοστά 22,7% και 10,44%, αντίστοιχα.

Σύμφωνα με τον International Coffee Organization (2021), οι εξαγωγές καφέ κατά την περίοδο 2019 – 2020 είχαν άνοδο 6,1%, ενώ υπήρξε άνοδος κατά 1,5% των εξαγωγών το Δεκέμβρη του 2020 σε σύγκριση με τον Δεκέμβρη του προηγούμενου έτους.

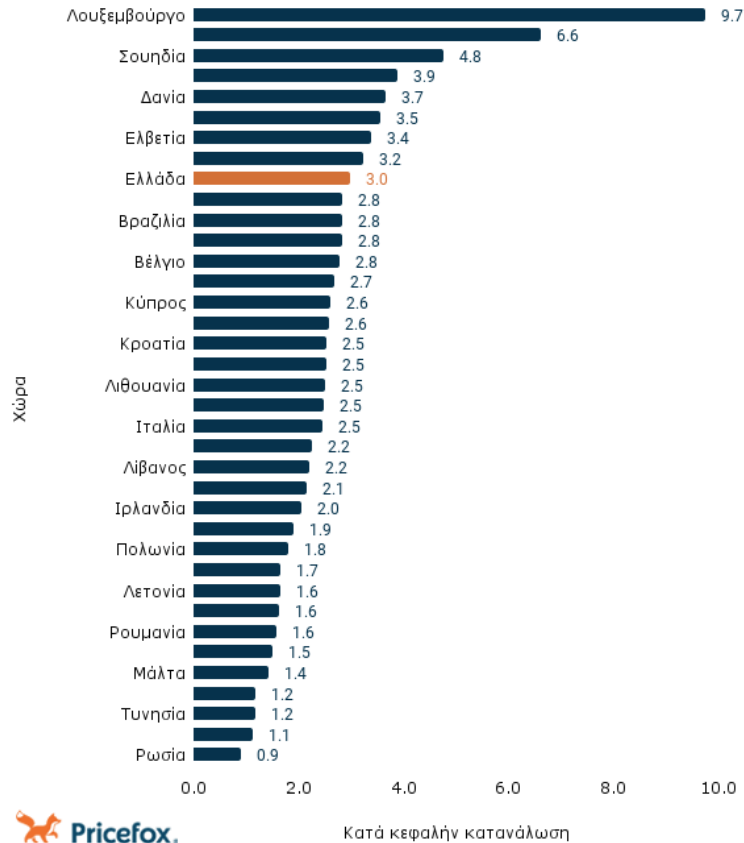
#### 2.2.2. Παραγωγή & Κατανάλωση

Σύμφωνα με το International Coffee Organization (2021), το 2019 το σύνολο της παραγωγής καφέ άγγιξε τα 168.678 εκατ. σακιά, ενώ το 2020 υπήρξε άνοδος της συνολικής παραγωγής να ανέρχεται στα 171.897 εκατ. σακιά. Όπως φαίνεται, η παραγωγή καφέ βρίσκεται σε υψηλό σημείο την τετραετία 2017 – 2020 με ελάχιστες ετήσιες διακυμάνσεις.

Όσον αφορά στην κατανάλωση του καφέ και σύμφωνα με το International Coffee Organization (2021), ο καφές έχει τη μεγαλύτερη κατανάλωση παγκοσμίως. Η συνολική κατανάλωση καφέ άγγιξε τα 166.628 εκατ. σακιά το διάστημα 2020 – 21

#### 2.3. Δομή & Διάρθρωση στην Ελλάδα

Η Ελλάδα δεν είναι χώρα που παράγει καφέ. Αυτό συνεπάγεται ότι η γεωργία βιομηχανία του προϊόντος ασχολείται μόνο με τον τομέα της επεξεργασίας του. Ωστόσο, η Ελλάδα ανήκει στην πρώτη δεκάδα με κατά κεφαλήν κατανάλωση καφέ 3 κιλά. Αυτό προκύπτει σε σχετική έρευνα της Priceris (2023) (Εικόνα 2.8.).



**Εικόνα 2.8.:**Κατανάλωση καφέ ανά χώρα (2023). Πηγή: Διαθέσιμα στοιχεία από:

[https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/67912\\_sto-top-10-pagkosmios-stin-katanalosi-kafe-i-ellada-alyssides-kai-antagonismos](https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/67912_sto-top-10-pagkosmios-stin-katanalosi-kafe-i-ellada-alyssides-kai-antagonismos)(προσπελάστηκε 16/07/2023).

Τα supermarkets, τα καταστήματα εστίασης, τα ξενοδοχεία, οι αλυσίδες καφέ (takeawayκαφέ) καθώς και τα καφεκοπτεία αποτελούν τους χώρους που μπορεί να βρει κανείς καφέ στον ελλαδικό χώρο. Ο καφές είναι κυρίως συσκευασμένος – τυποποιημένος ενώ, διατίθεται και χύμα.

Επιπρόσθετα, στην Ελλάδα, μπορεί να βρει κανείς μαγαζιά πώλησης εξειδικευμένων μηχανημάτων καφέ, μηχανών παρασκευής καφέ και αξεσουάρ για οικιακή χρήση.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο καφές για τον ελληνικό πληθυσμό είναι ένα στρόγγυλο διασκέδασης και ευχάριστη καθημερινή συνήθεια, η ζήτησή του είναι ανοδική κι επηρεάζεται από την ηλικία, τις κοινωνικές συναναστροφές, την οικονομική

κατάσταση, την εποχικότητα, την διαφήμιση και τον ειδικό φόρο κατανάλωσης καφέ – τιμή, όπως προσδιορίζεται από το σχετικό θεσμικό πλαίσιο.

### 2.3.1. Αλυσίδες & Εγχώριος Ανταγωνισμός

Είναι γεγονός ότι στις συνήθειες του ελληνικού πληθυσμού υπήρχε πάντα ο καφές. Με βάση τα στοιχεία (Mentor Consulting), ετησίως, στην Ελλάδα γίνεται κατανάλωση 40.000 τόνων καφέ. Το 60% αναφέρεται στο σπίτι και το 40% εκτός από αυτό. Η αξία της κατανάλωσης στο σπίτι φτάνει τα 400 εκατ. ευρώ, ενώ εκτός από αυτό τα 3 δισ. ευρώ.

Υπάρχουν πολλές αλυσίδες καταστημάτων πώλησης καφέ αλλά και καταστήματα τα οποία ξεκινούν σαν ανεξάρτητες νέες επιχειρήσεις, των οποίων η ίδρυση εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Η προσωπικότητα παίζει σημαντικό ρόλο αλλά ακόμα και προγράμματα εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα, μπορεί να βοηθήσουν στην κατεύθυνση της αυτοαπασχόλησης (Sahinidis, Polychronopoulos, & Kallivokas, Entrepreneurship Education Impact on Entrepreneurial Intention among Tourism Students. A Longitudinal Study, 2019).

Η ευσυνειδησία είναι σημαντικός παράγοντας που έχει επιρροή στις οικονομικές αποδόσεις μιας επιχείρησης. (Sahinidis, Kallivokas, Metalidou, Sahinidis, & Tsakni, 2015).

Τις τελευταίες δεκαετίες πολλοί νέοι άνθρωποι που συνήθως έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο επιλέγουν να εγκαταλείψουν τη χώρα. Κάποιοι άλλοι επιζητούν απασχόληση στο Δημόσιο Τομέα. Όμως υπάρχουν και αυτοί που επιλέγουν να απασχοληθούν στον ιδιωτικό τομέα. Οι παράγοντες επιλογής εργασίας στο Δημόσιο ή τον Ιδιωτικό Τομέα έχουν να κάνουν αφενός με την ασφάλεια που για κάποιους προσφέρει η εργασία στο Δημόσιο Τομέα και αφετέρου με την κουλτούρα η οποία κάνει κάποιους άλλους να αποστρέφονται το Δημόσιο Τομέα και να αναζητούν ευκαιρίες στον Ιδιωτικό Τομέα (Sahinidis, Tsakni, & Kallivokas, Prospective Employee Attitudes Toward Public and Private Sector Employment: A Comparison Study of a Belgian and Two Greek University Student Groups. , 2019).

Κάποιοι απο αυτούς που επιλέγουν την απασχόληση στον Ιδιωτικό Τομέα, απασχολούνται στο χώρο της εστίασης και κάποιοι επιλέγουν να ξεκινήσουν μικρές επιχειρήσεις. Η δημιουργία βέβαια μιας μικρής επιχείρησης χρειάζεται δημιουργία επιχειρηματικού σχεδίου, αναζήτηση πηγών χρηματοδότησης και χρηματοοικονομική ανάλυση (Γκίκας & Χυζ, Εγχειρίδιο Σύγχρονης Χρηματοοικονομικής, 2020).

Αρκετοί εργαζόμενοι απασχολούνται σε καταστήματα πώλησης καφέ. Στην παρούσα εργασία προσπαθείται να ερευνηθεί η εργασιακή ικανοποίηση εργαζομένων στα καταστήματα πώλησης καφέ takeaway.

Παρότι υπάρχουν πολλές μικρές επιχειρήσεις πώλησης καφέ, στο χώρο επικρατούν μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων.

Από όλες τις μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων, που αναλύονται παρακάτω, οι πέντε μεγαλύτερες καταλαμβάνουν περίπου το 60% της αγοράς καφέ στον ελλαδικό χώρο. Το Coffee Island έχει τα πιο πολλά μαγαζιά, δηλαδή υπερβαίνει τα 400, ενώ ακολουθούν η εταιρεία Γρηγόρης και τα καταστήματα Mikel με 348 και 269 μαγαζιά, αντίστοιχα. Η διεθνής αλυσίδα Starbucks έχει πάνω από 18 χρόνια παρουσίας στην ελληνική αγορά (Εικόνα 2.9.).



**Εικόνα 2.9.:** Αριθμός καταστημάτων ανά αλυσίδα (2023). Πηγή: Διαθέσιμα στοιχεία από:

[https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/67912\\_sto-top-10-pagkosmios-stin-katanalosi-kafe-i-ellada-alyssides-kai-antagonismos](https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/67912_sto-top-10-pagkosmios-stin-katanalosi-kafe-i-ellada-alyssides-kai-antagonismos) (προσπελάστηκε 16/07/2023).



Η πιο παλιά αλυσίδα στη χώρα είναι η Flocafe. Ξεκίνησε το 1994. Ένα χρόνο μετά, άνοιξε μαγαζί και εκτός Αττικής. Το 2003, άνοιξε μαγαζί και εκτός Ελλάδας. Το 2014, η Flocafe μετονομάστηκε σε FlocafeEspressoRoom<sup>2</sup>.

Το 1999, εμφανίζονται τα Coffeeland, στο κέντρο της Πάτρας υπό τη μορφή της οικογενειακής επιχείρησης. Τώρα, πλέον, η Coffeeland έχει περισσότερα από 400 μαγαζιά εντός και εκτός Ελλάδος<sup>3</sup>.



Τα Starbucks άνοιξαν στο Σιάτλ το 1971 και έχουν πάνω από 18.000 μαγαζιά σε περισσότερα από 60 κράτη, πλέον. Τα Starbucks άνοιξαν στην Ελλάδα το 2002<sup>4</sup>.



Τα Mikel, άνοιξαν στη Λάρισα το 2008, ενώ πλέον, έχουν πια πολλά από 180 μαγαζιά πανελλαδικά, στην Κύπρο, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και τη Μεγάλη Βρετανία<sup>5</sup>.

<sup>2</sup> Πηγή: <https://www.flocafe.gr/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).

<sup>3</sup> Πηγή: <https://www.coffeeland.gr/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).

<sup>4</sup> Πηγή: <https://www.starbucks.com/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).

<sup>5</sup> Πηγή: <https://mikelcoffee.com/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).

Το 2009, τα CoffeeLab άνοιξαν στην Χαλκίδα και έχει πια πολλά από 100 μαγαζιά στην Ελλάδα. Έχει επεκταθεί στην Κύπρο, την Αίγυπτο και σύντομα, θα πάει και σε άλλα κράτη<sup>6</sup>.



Το 2016, άνοιξαν τα CoffeeBerry, έχοντας και ξηρούς καρπούς εκτός από καφέ. Εντός 3 ετών, η αλυσίδα αναπτύχθηκε κι απαριθμεί 115 μαγαζιά στον ελλαδικό χώρο και την Κύπρο<sup>7</sup>.

Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι μερίδιο στην αγορά του προϊόντος αυτού διεκδικούν και αλυσίδες, που δεν είναι καθαρά μαγαζιά πώλησης καφέ, όπως ο Γρηγόρης και τα Everest<sup>8</sup>.



Τα Everest είναι από πολύ παλιά στη χώρα και πλέον, έχουν περισσότερα από 130 μαγαζιά στον ελλαδικό χώρο. Από την άλλη πλευρά, ο Γρηγόρης άνοιξε το 1972 και πλέον, έχει περισσότερα από 315 μαγαζιά στον ελλαδικό χώρο, την Κύπρο, την Γερμανία, τη Ρουμανία και τις Μπαχάμες<sup>9</sup>.

Η αλυσίδα της Palmiebistro ξεκίνησε το 1966 με το άνοιγμα του πρώτου καφέ – εστιατορίου στο Παγκράτι του Νομού Αττικής. Τα Palmiebistro έχουν καταστήματα και σε άλλες περιοχές του Νομού



<sup>6</sup> Πηγή: <https://coffeelab.gr/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).

<sup>7</sup> Πηγή: <https://coffeeberry.coffee/en/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).

<sup>8</sup> Πηγή: <https://www.gregorys.gr/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).

<sup>9</sup> Πηγή: <https://www.everest.gr/kafes/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).



Αττικής, στο Ηράκλειο Κρήτης, ακόμα και στο εξωτερικό όπως για παράδειγμα στα Σκόπια<sup>10</sup>.



Το 2009, άνοιξε το πρώτο κατάστημα Coffebrands στο νομό Αχαΐας, λίγο έξω από την Πάτρα.. Πριν ακόμα κλείσει τον πρώτο χρόνο λειτουργίας το πρώτο κατάστημα Coffebrands είχε δημιουργηθεί και δεύτερο. Πλέον, τα καταστήματα Coffebrands είναι σχεδόν 100 και εδρεύουν στην Ελλάδα, την Κύπρο, την Γερμανία, τη Σερβία, το Ντουμπάι και τη Σαουδική Αραβία<sup>11</sup>.



ιστορίας τους<sup>12</sup>.

Ξεκινήσαν το 1994 στο Κολωνάκι της Αθήνας. Τα Coffeeway αναπτύσσονται μέσω franchise παραπάνω από 25 χρόνια. Τον Οκτώβριο του 2013 εγκαινιάστηκε νέο κατάστημα Coffeeway στην Κωνσταντινούπολη. Αργότερα, άνοιξαν καταστήματα Coffeeway και στην Κύπρο. Τα Coffeeway έχουν τιμηθεί με σχεδόν 10 σημαντικά βραβεία στην περίοδο της

<sup>10</sup> Πηγή: <https://www.palmiebistro.gr/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).

<sup>11</sup> Πηγή: <https://coffebrands.gr/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).

<sup>12</sup> Πηγή: <https://www.coffeeway.com/> (προσπελάστηκε 15/07/2023).

## Μέρος Β': Εμπειρική Τεκμηρίωση

### Κεφάλαιο 3: Σχεδιασμός Έρευνας

#### 3.1. Δειγματοληψία Έρευνας & Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων

Η έρευνα στηρίζεται σε ένα διερευνητικό δείγμα (exploratory sample). Σύμφωνα με τον Denscombe (2010), το δείγμα αυτό χρησιμοποιείται σε έρευνες μικρής κλίμακας.

Επιπλέον, στην έρευνα γίνεται προσέγγιση δειγματοληψίας χωρίς πιθανότητες (non-probability sampling). Αυτή χρησιμοποιείται εκεί που οι συμμετέχοντες επιλέγονται βάσει της εμπειρίας τους. Άρα, η επιλογή δεν είναι τυχαία (Denscombe, 2010).

Αναφορικά με την τεχνική της δειγματοληψίας, χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της σκόπιμης δειγματοληψίας (purposive sampling). Με βάση αυτή, το δείγμα διαλέγεται βάσει της συνάφειας με το θέμα που εξετάζεται και των γνώσεων του σχετικά με αυτό, (Denscombe, 2010).

Τόσο η προσέγγιση όσο και οι τεχνικές συσχετίζονται και επιλέχθηκαν με βάση τις ανάγκες αυτής της έρευνας, δεδομένου ότι ήταν βασική προϋπόθεση οι συμμετέχοντες σε αυτή, να εργάζονται στο συγκεκριμένο κλάδο στην υπό εξέταση γεωγραφική περιοχή.

Το ερωτηματολόγιο (βλ. Παράρτημα) ετοιμάστηκε στις αρχές του Νοέμβρη του 2023 και από τις 06/11/2023 έως τις 19/11/2023, έγινε τηλεφωνική επικοινωνία με τον υπεύθυνο/ προϊστάμενο/ ιδιοκτήτη της κάθε καφετέριας ενός Δήμου του Λεκανοπεδίου Αττικής και κατόπιν συναίνεσης, εστάλη ηλεκτρονικά, μέσω e-mail, ο σύνδεσμος με το ερωτηματολόγιο ενώ ζητήθηκε ευγενικά να διαμοιραστεί στο προσωπικό, να απαντηθεί ανώνυμα και φυσικά, αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς. Τελικά, το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από 63 εργαζομένους.

### 3.2. Κύριο Ερευνητικό Ερώτημα

Σύμφωνα με τη θεωρητική τεκμηρίωση που αναφέρθηκε, προκύπτει το εξής ερευνητικό ερώτημα: *υπάρχει εργασιακή ικανοποίηση των εργαζομένων σε δίκτυα καταστημάτων takeaway καφέ;* Αυτό το ερώτημα αποτελεί και τον κύριο στόχο της εργασίας.

### 3.3. Όργανο Μέτρησης

Η έρευνα πραγματοποιείται ποσοτικά και χρησιμοποιείται ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε για την συγκεκριμένη έρευνα βασισμένο στην βιβλιογραφία, καθώς και στο πρότυπο Job Descriptive Index (JDI) των Smith κ.ά. (1969), και αποτελείται από ερωτήσεις κλειστού τύπου, ερωτήσεις ανοικτού τύπου και ερωτήσεις με ποσοτική διαβάθμιση στάσεων σύμφωνα με την 5 – βαθμια κλίμακα Likert.

Το σύνολο των ερωτήσεων ανέρχεται στις 30 ενώ ο χρόνος που εκτιμάται ότι κανείς μπορεί να συμπληρώσει το ερωτηματολόγιο είναι τα 10 – 12 λεπτά. Πιο αναλυτικά, τα δεδομένα που συλλέγονται για να καλυφθεί ο προαναφερθέντας στόχος είναι πληροφορίες για στοιχεία, βαθμό ικανοποίησης, προσωπικές απόψεις, προσδοκίες και στάση ως προς την εργασία σε δίκτυα καταστημάτων takeaway καφέ. Αυτές οι πληροφορίες εάν συνδυαστούν υπάρχει η δυνατότητα να δώσουν μια ολοκληρωμένη οπτική του πώς νιώθουν οι άνθρωποι και κατά πόσο εργασία τους προσφέρει ικανοποίηση.

Πιο συγκεκριμένα, πέρα από τα δημογραφικά στοιχεία των εργαζομένων, υπάρχουν ερωτήσεις σχετικές με τον εργασιακό φόρτο τους, τις ευθύνες και τις αρμοδιότητές τους σε καθημερινό επίπεδο, το ωράριο, το περιβάλλον εργασίας, τη χρηματική αμοιβή, τα περιθώρια ανάπτυξης, το κλίμα με τους συναδέλφους και τους προϊσταμένους.

#### 3.4. Μέθοδος Ανάλυσης Δεδομένων

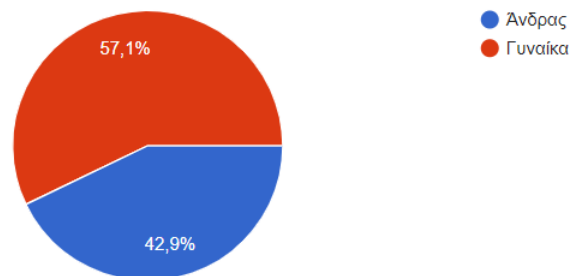
Το υλικό που ελήφθη, αποδελτιώθηκε, κωδικοποιήθηκε και ετοιμάστηκε για να επεξεργαστεί και να αναλυθεί. Η επεξεργασία και η ανάλυση των δεδομένων έγινε με τη βοήθεια του λογισμικού υπολογιστικού φύλλου MicrosoftExcel και εν συνεχεία, του λογισμικού SPSS.

## Κεφάλαιο 4: Παρουσίαση Αποτελεσμάτων Έρευνας

### 4.1. Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

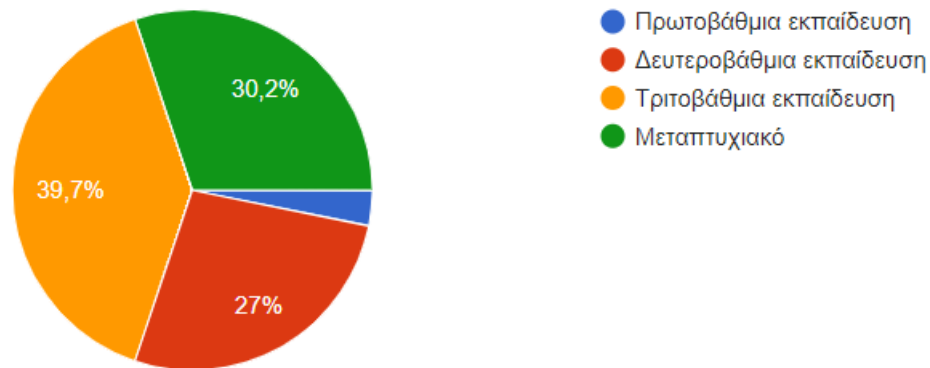
Στην έρευνα συμμετείχαν 63 εργαζόμενοι εκ των οποίων οι 27 είναι άνδρες και οι 36 είναι γυναίκες (Πίνακας 4.1.) εκτων οποίων εντοπίζονται τα εξής ως προς την ηλικία: 8 εργαζόμενοι ήταν στην ηλικία των 28 ετών, 9 εργαζόμενοι ήταν στην ηλικία των 29 ετών, 5 εργαζόμενοι ήταν στην ηλικία των 34 ετών, 4 εργαζόμενοι ήταν στην ηλικία των 30 ετών. Οι υπόλοιποι εργαζόμενοι είναι μεταξύ 19 και 56 ετών.

Ως προς τα έτη απασχόλησης, παρατηρείται ότι 10 εργαζόμενοι απασχολούνται 4 χρόνια, 8 εργαζόμενοι απασχολούνται 2 χρόνια, 6 εργαζόμενοι απασχολούνται 1 έτος, 4 εργαζόμενοι απασχολούνται 5 χρόνια και άλλοι 4 εργάζονται 10 χρόνια. Οι υπόλοιποι εργαζόμενοι έχουν από 0 έως 36 χρόνια προϋπηρεσίας στον κλάδο.



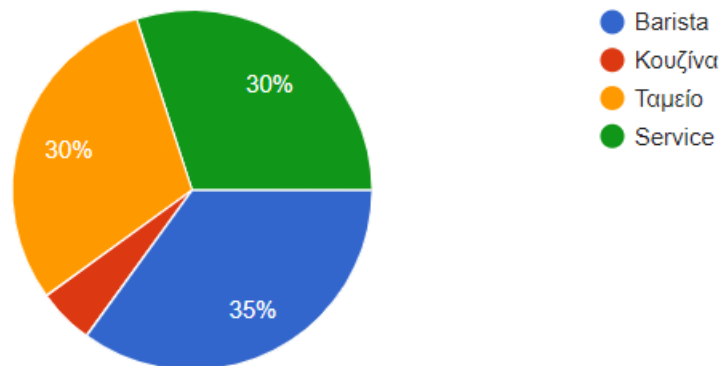
**Πίνακας 4.1.:** Φύλο

Ως προς το μορφωτικό επίπεδο, παρατηρείται ότι μόνο 2 εργαζόμενοι είναι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, 17 εργαζόμενοι είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και η συντριπτική πλειοψηφία (69,9%) είναι κάτοχοι πτυχίου ή/ και μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, δηλαδή απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (Πίνακας 4.2.).



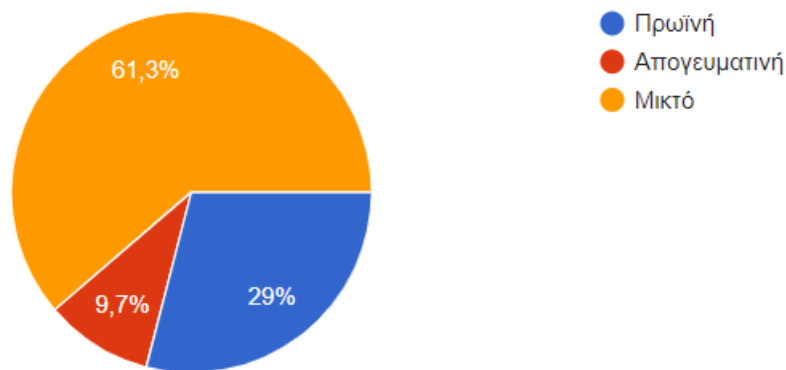
**Πίνακας 4.2.:**Μορφωτικό επίπεδο

Ως προς την θέση στο κατάστημα takeaway καφέ, παρατηρείται ότι μόνο 3 εργαζόμενοι απασχολούνται στην κουζίνα, 21 εργαζόμενοι έχουν θέση barista, 18 εργάζονται στο ταμείο και οι υπόλοιποι απασχολούνται με το service (Πίνακας 4.3.).



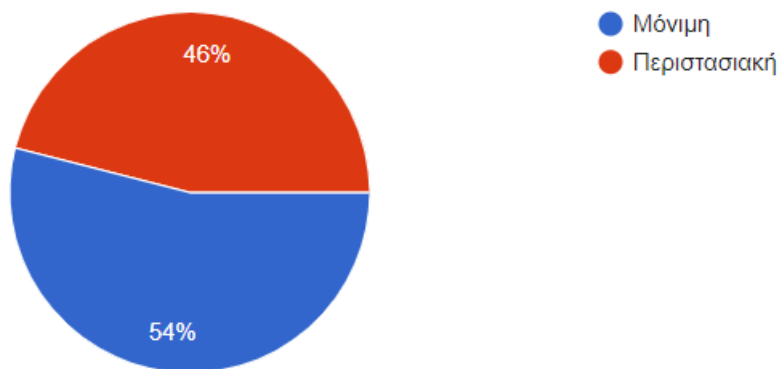
**Πίνακας 4.3.:**Θέση στο κατάστημα

Εξετάζοντας τη βάρδια εργασίας στο κατάστημα takeaway καφέ, παρατηρείται ότι μόνο 6 εργαζόμενοι απασχολούνται μόνο σε απογευματινή, 18 εργάζονται μόνο πρωινή και η συντριπτική πλειοψηφία (61,3%) έχουν μικτό ωράριο εργασίας (Πίνακας 4.4.).



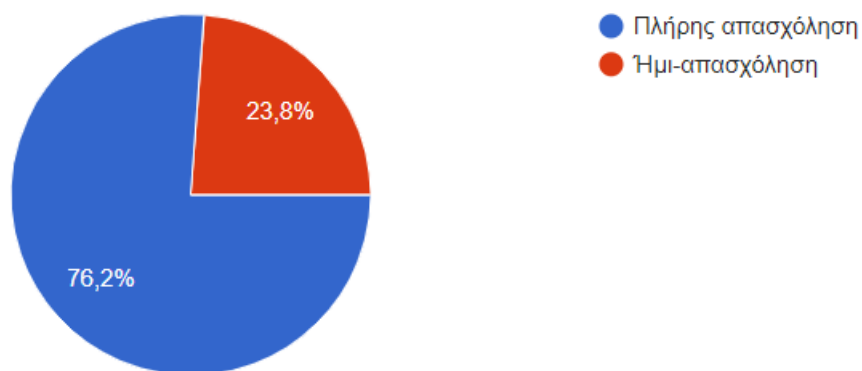
**Πίνακας 4.4.:**Βάρδια εργασίας

Βλέποντας τον προσδιορισμό της φύσης εργασίας στο εν λόγω κατάστημα takeaway καφέ, είναι φανερό ότι τα ποσοστά είναι παραπλήσια, δηλαδή 34 εργαζόμενοι εκτιμούν ότι η εργασία τους αυτή είναι μόνιμη και οι λοιποί 29 εργαζόμενοι χαρακτηρίζουν την εργασία τους ως περιστασιακή (Πίνακας 4.5.).



**Πίνακας 4.5.:**Προσδιορισμός φύσης εργασίας

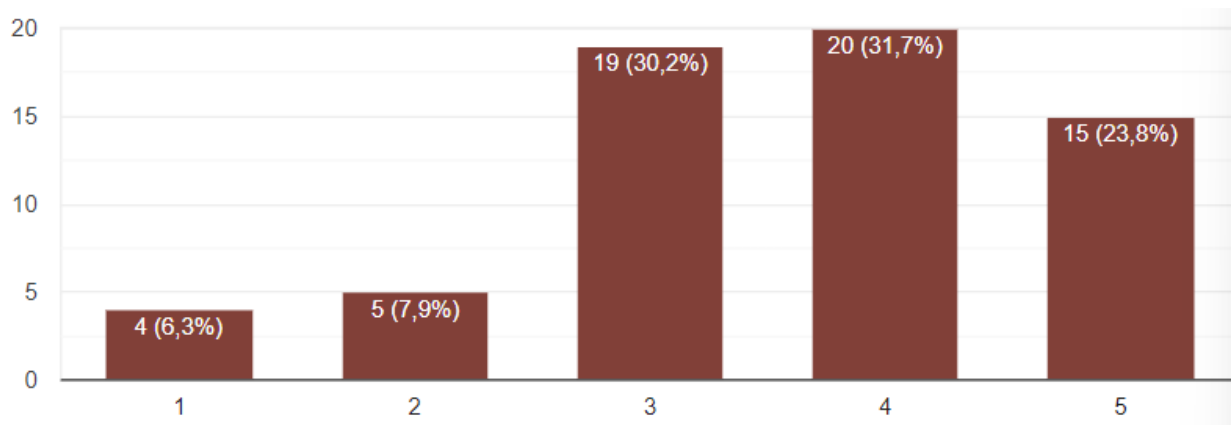
Εξετάζοντας το είδος εργασίας στο κατάστημα takeaway καφέ, παρατηρείται ότι 15 εργαζόμενοι ημιαπασχολούνται, ενώ η συντριπτική πλειοψηφία (76,2%) έχουν πλήρη απασχόληση (Πίνακας 4.6.).



**Πίνακας 4.6.:**Είδος εργασίας

#### 4.2. Αντικείμενο εργασίας, Ωράριο

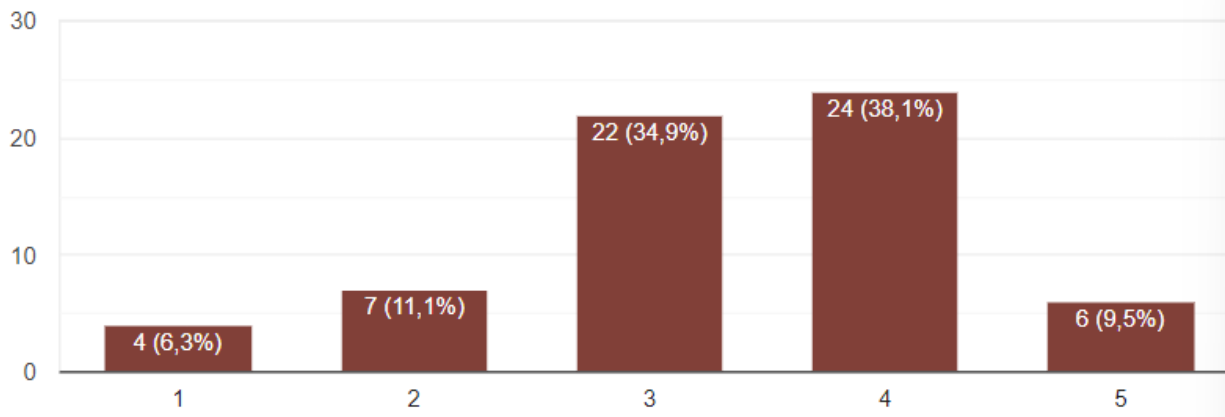
Ως προς τη πρώτη ερώτηση αναφορικά με το εάν το αντικείμενο εργασίας είναι ενδιαφέρον, παρατηρείται ότι λίγο περισσότεροι από τους μισούς εργαζομένους, δηλαδή οι 35, εκφράζουν θετική απάντηση σε αυτό, αρκετοί (30,2%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και λιγότεροι, δηλαδή 9, δεν είναι ευχαριστημένοι από το αντικείμενο εργασίας τους (Πίνακας 4.7.).



**Πίνακας 4.7.:**Ερώτηση «Βρίσκω το αντικείμενο εργασίας μου ενδιαφέρον»

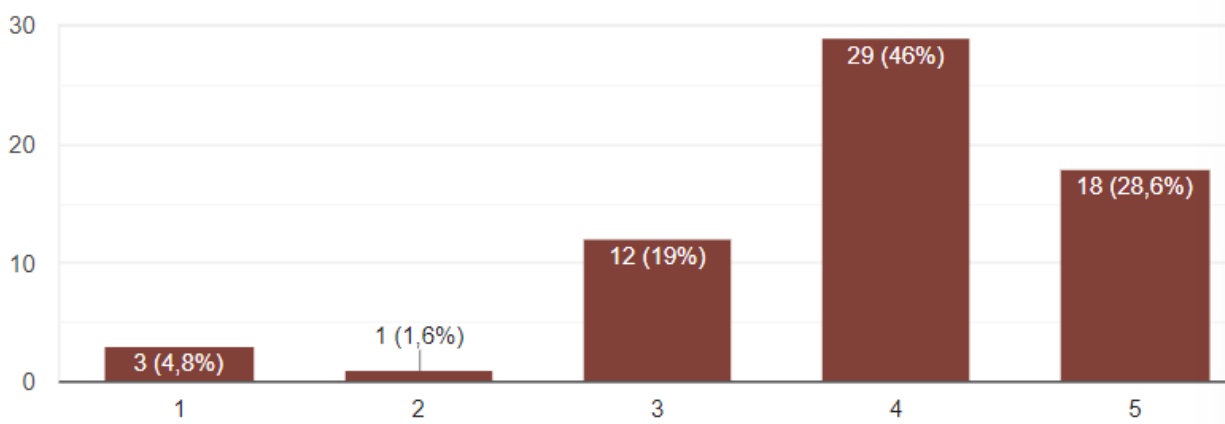
Ως προς τη δεύτερη ερώτηση σχετικά με το εάν ο εργασιακός φόρτος τους σε καθημερινή βάση είναι φυσιολογικός, παρατηρείται ότι λίγο λιγότεροι από τους μισούς εργαζομένους, δηλαδή οι 30, εκφράζουν θετική απάντηση σε αυτό, αρκετοί (34,9%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και λιγότεροι, δηλαδή 11, δεν συμφωνούν (Πίνακας 4.8.).





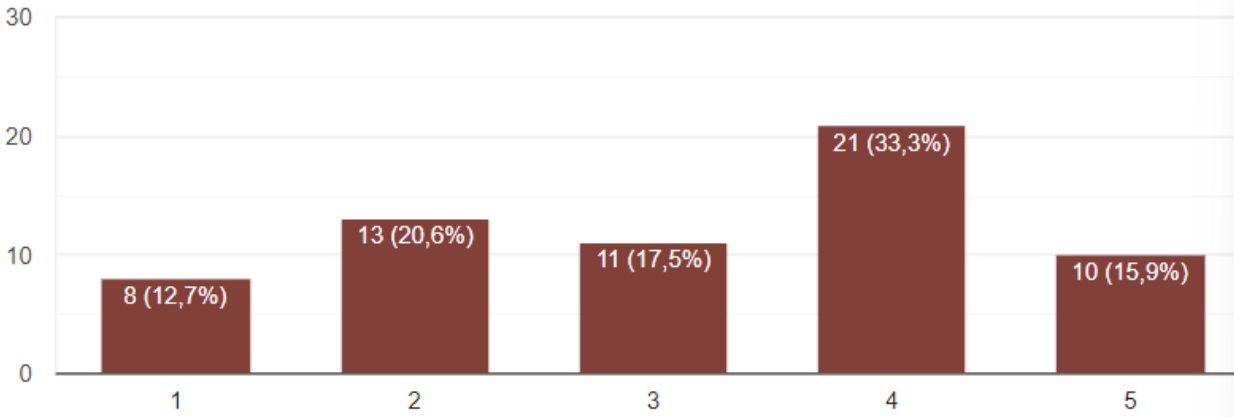
**Πίνακας 4.8:**Ερώτηση «Ο εργασιακός μου φόρτος καθημερινά είναι φυσιολογικός»

Ως προς την τρίτη ερώτηση σχετικά με το εάν ο κάθε εργαζόμενος είναι διατεθειμένος να αναλάβει περισσότερες ευθύνες και αρμοδιότητες, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων, δηλαδή οι 47, εκφράζουν θετική απάντηση σε αυτό, λίγοι (19%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και λιγότεροι, δηλαδή 4, δεν νιώθουν έτοιμοι να αναλάβουν περισσότερες αρμοδιότητες στο κατάστημα που εργάζονται (Πίνακας 4.8.).



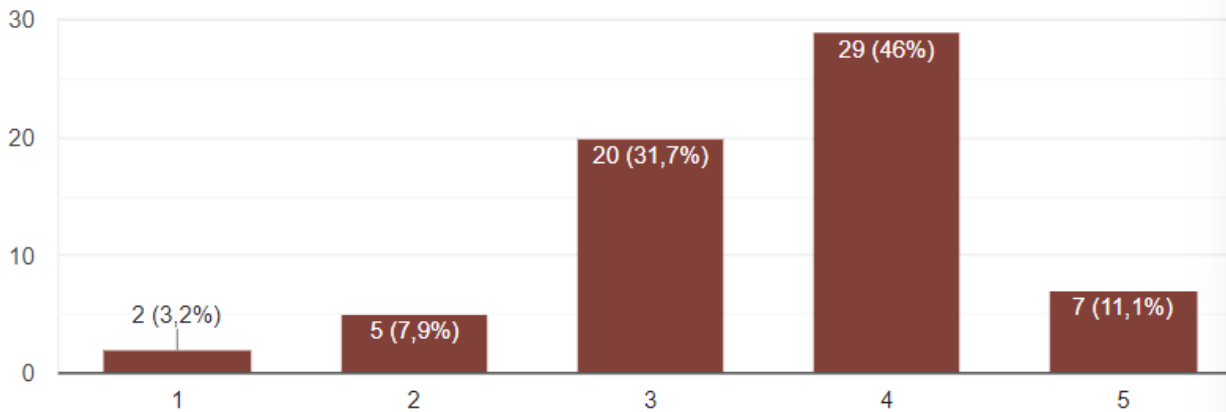
**Πίνακας 4.8:**Ερώτηση «Είμαι διατεθειμένος να αναλάβω περισσότερες ευθύνες και αρμοδιότητες»

Ως προς την τέταρτη ερώτηση αναφορικά με το εάν η εργασία είναι αντίστοιχη των δεξιοτήτων των εργαζομένων, παρατηρείται μια σχεδόν σταθερή διακύμανση στις απαντήσεις: 31 εργαζόμενοι εκφράζουν θετική στάση σε αυτό, λίγοι (17,5%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και άλλοι 21 εργαζόμενοι εκτιμούν ότι η εργασία τους δεν είναι ανάλογη των δεξιοτήτων που διαθέτουν (Πίνακας 4.9.).



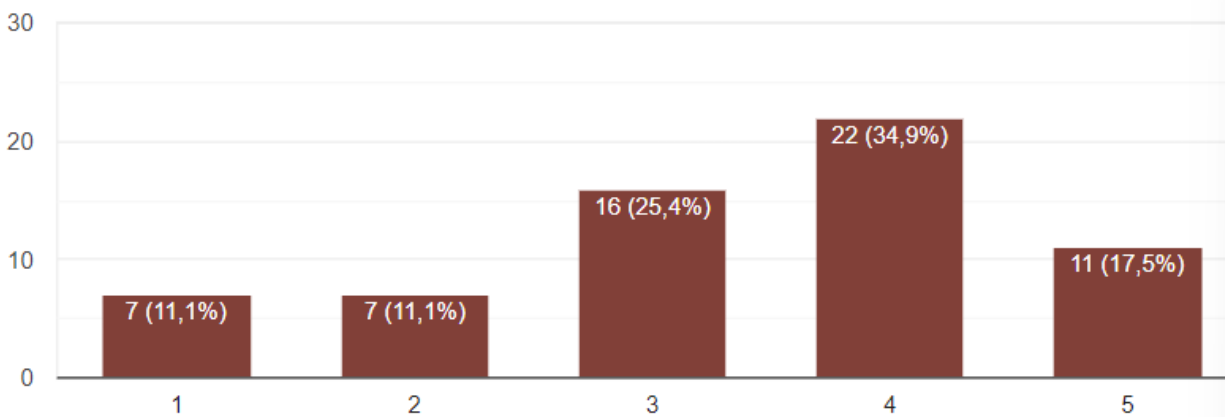
**Πίνακας 4.9:**Ερώτηση «Η εργασία είναι ανάλογη των δεξιοτήτων μου»

Ως προς την πέμπτη ερώτηση σχετικά με το ωράριο εκτιμάται ως κουραστικό, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι, δηλαδή οι 36, εκφράζουν θετική στάση σε αυτό, αρκετοί εξ αυτών (31,7%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και μόνο 7 εργαζόμενοι εκτιμούν ότι το εργασιακό τους ωράριο δεν είναι κουραστικό (Πίνακας 4.10.).



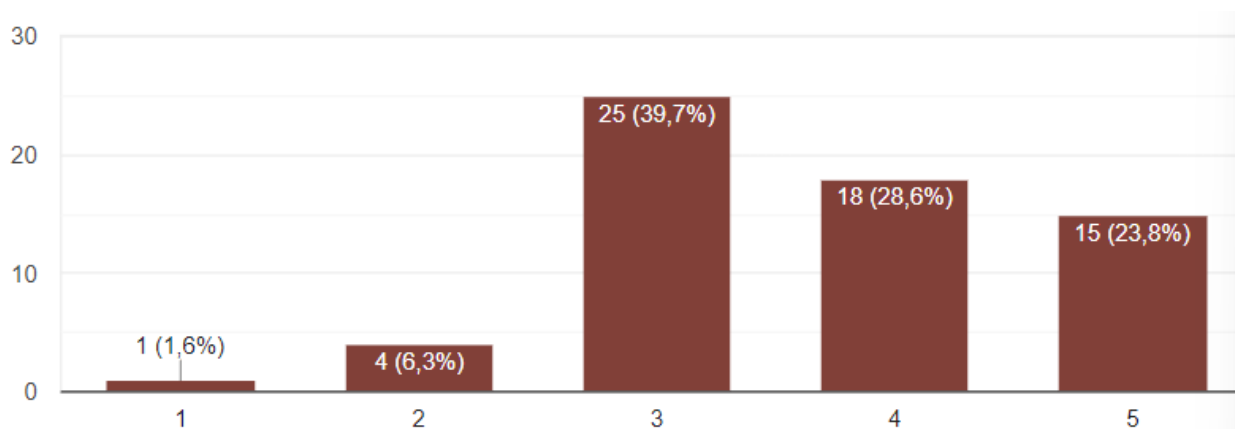
**Πίνακας 4.10:**Ερώτηση «Το ωράριό μου είναι κουραστικό»

Ως προς την έκτη ερώτηση σχετικά με το εάν ζητείται συχνά να γίνονται υπερωρίες, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι, δηλαδή οι 33, εκφράζουν θετική στάση σε αυτό, αρκετοί εξ αυτών (25,4%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και άλλοι 14 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν τους ζητείται αυτό τακτικά (Πίνακας 4.11.).



**Πίνακας 4.11:**Ερώτηση «Μου ζητείται πολύ συχνά να κάνω υπερωρίες»

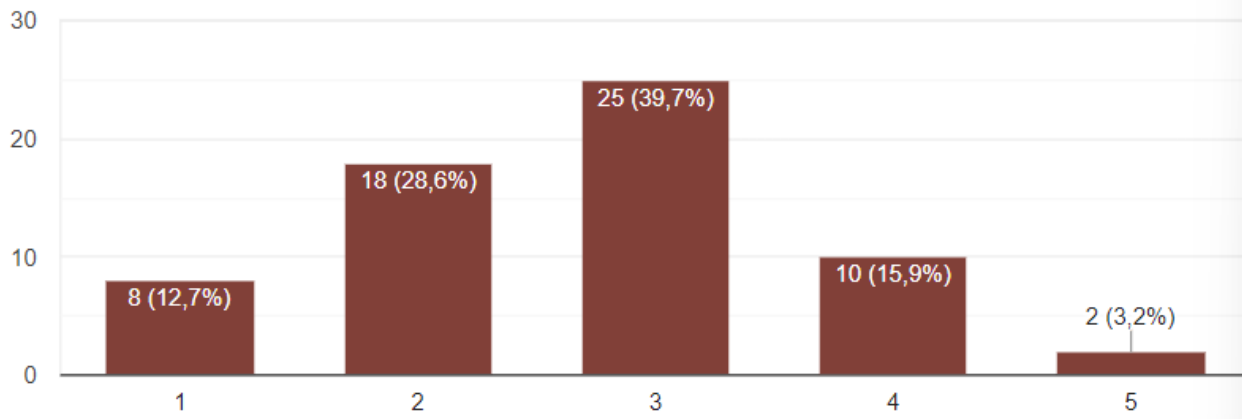
Ως προς την έβδομη ερώτηση σχετικά με το εάν το περιβάλλον εργασίας κρίνεται ως ικανοποιητικό, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι, δηλαδή οι 33, εκφράζουν θετική στάση σε αυτό, ένα εξίσου μεγάλο μέρος εξ αυτών (39,7%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και μόνο 5 εργαζόμενοι διαφωνούν (Πίνακας 4.11.).



**Πίνακας 4.12:**Ερώτηση «Το περιβάλλον που εργάζομαι είναι ικανοποιητικό»

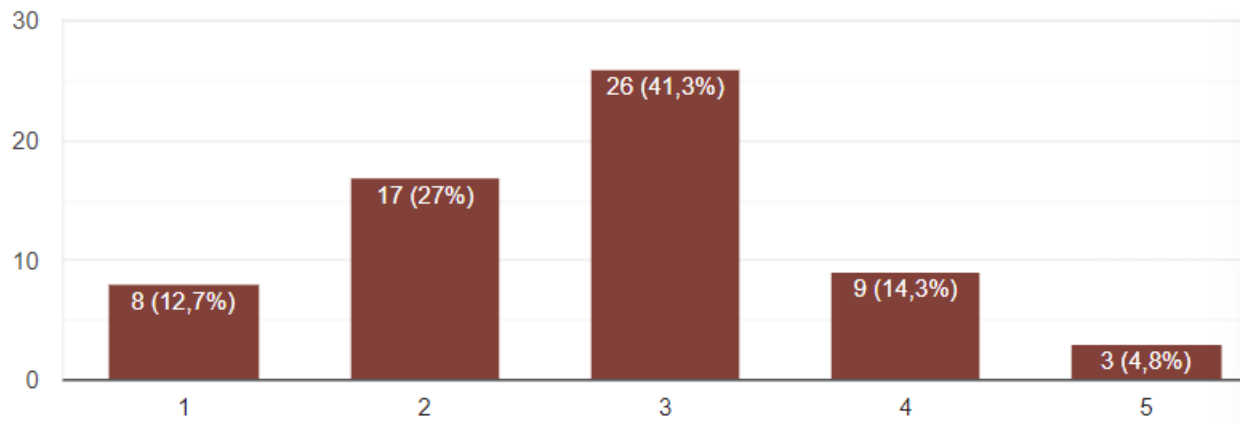
#### 4.3 Οικονομικές απολαβές

Ως προς την πρώτη ερώτηση σχετικά με το εάν η χρηματική αμοιβή τους εκτιμάται ως δίκαιη σχετικά με την προσφορά τους και τις απαιτήσεις της εργασίας, παρατηρείται ότι πολλοί εργαζόμενοι, δηλαδή οι 26, εκφράζουν αρνητική στάση σε αυτό, ένα εξίσου μεγάλο μέρος εξ αυτών (39,7%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και μόνο 12 εργαζόμενοι θεωρούν ότι η αμοιβή τους ανταποκρίνεται στην προσφορά και στις απαιτήσεις της δουλειάς τους (Πίνακας 4.13.).



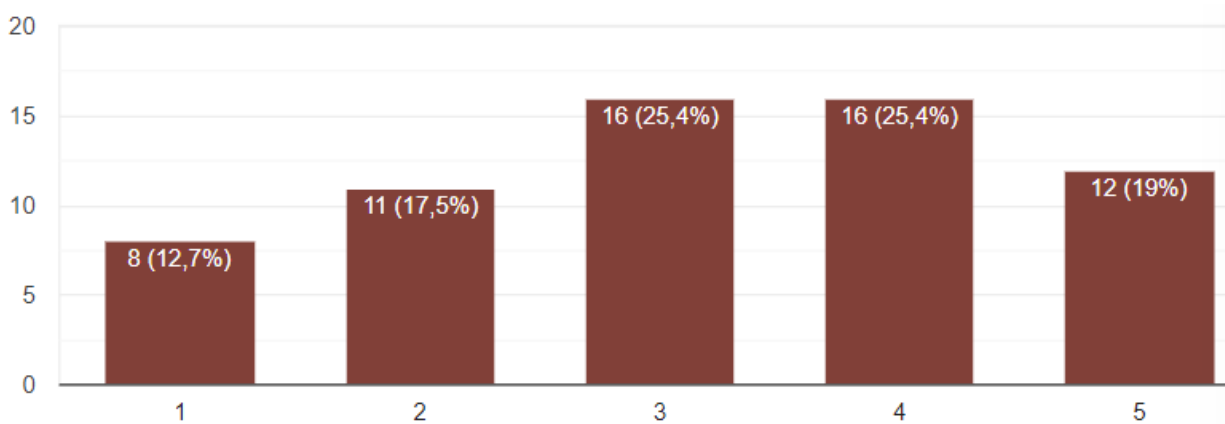
**Πίνακας 4.13:**Ερώτηση «Η χρηματική μου αμοιβή είναι δίκαιη σε σχέση με την προσφορά μου και τις απαιτήσεις της εργασίας»

Ως προς την δεύτερη ερώτηση σχετικά με το εάν οι εργαζόμενοι λαμβάνουν τα προνόμια που επιθυμούν, παρατηρείται ότι πολλοί εργαζόμενοι, δηλαδή οι 25, εκφράζουν αρνητική στάση σε αυτό, ένα ακόμα μεγαλύτερο μέρος εξ αυτών (41,3%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και μόνο 12 εργαζόμενοι θεωρούν ότι λαμβάνουν τα προνόμια που θέλουν (Πίνακας 4.14.).



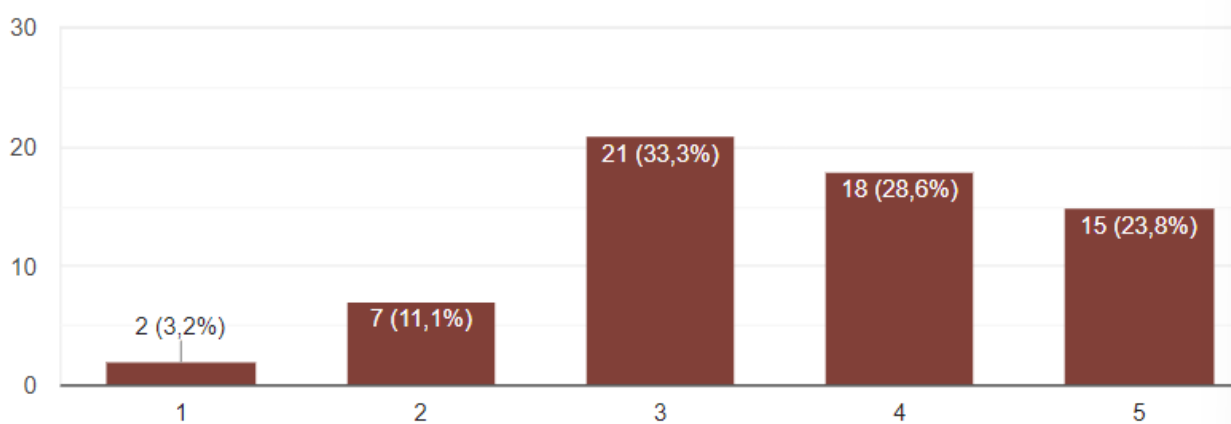
**Πίνακας 4.14.:**Ερώτηση «Λαμβάνω τα προνόμια που επιθυμώ»

Ως προς την τρίτη ερώτηση σχετικά με το εάν οι εργαζόμενοι αμείβονται κανονικά για τυχόν υπερωρίες, παρατηρείται μια σταθερή διακύμανση στις απαντήσεις: πολλοί εργαζόμενοι, δηλαδή οι 28, εκφράζουν θετική στάση σε αυτό, ένα μεγάλο μέρος εξ αυτών (25,4%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και άλλοι 19 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν αμείβονται όπως θα έπρεπε όταν κάνουν υπερωρίες (Πίνακας 4.15.).



**Πίνακας 4.15.:**Ερώτηση «Αμείβομαι κανονικά για τυχόν υπερωρίες»

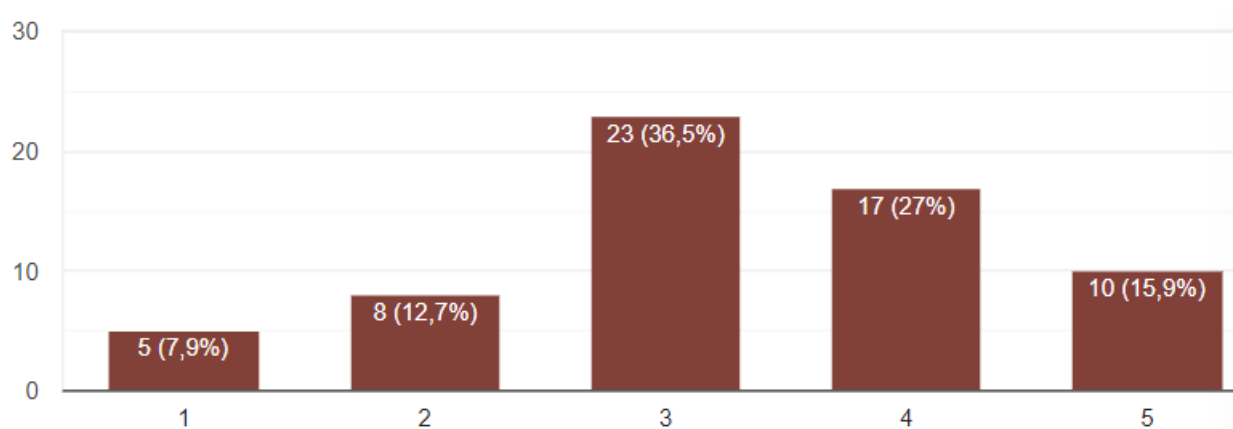
Ως προς την τέταρτη ερώτηση σχετικά με το εάν οι εργαζόμενοι αμείβονται δίκαια σε σχέση με τους συναδέλφους τους, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι, δηλαδή οι 33, συμφωνούν με αυτό, ένα μεγάλο μέρος εξ αυτών (33,3%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και μόνο 9 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν αμείβονται όπως θα έπρεπε συγκριτικά με τους συναδέλφους τους (Πίνακας 4.16.).



**Πίνακας 4.16.:**Ερώτηση «Η αμοιβή μου είναι δίκαιη σε σχέση με των συναδέλφων μου»

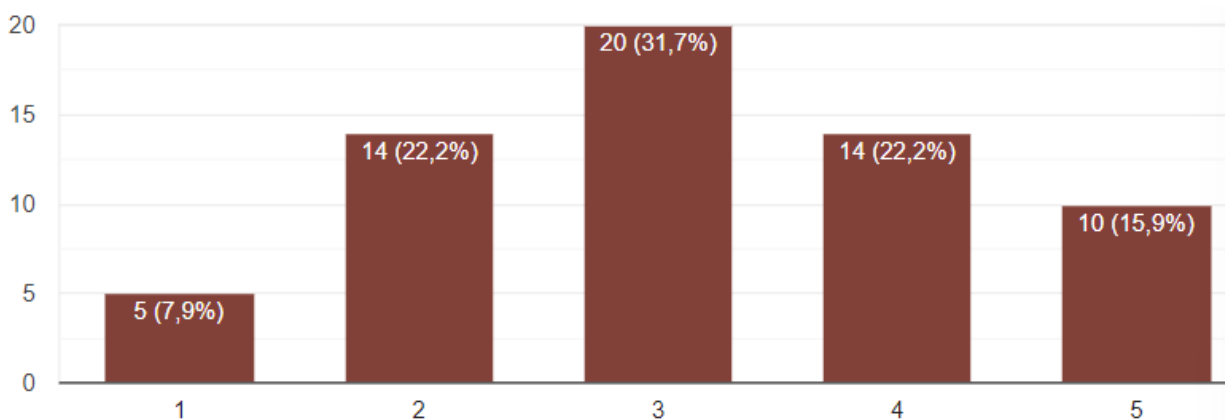
#### 4.4 Προοπτικές

Ως προς την πρώτη ερώτηση σχετικά με το εάν η προσπάθειά τους αναγνωρίζεται, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι, δηλαδή οι 27, συμφωνούν με αυτό, ένα μεγάλο μέρος εξ αυτών (36,5%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και άλλοι 13 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν διακρίνουν στοιχεία αναγνώρισης και επιβράβευσης της προσπάθειας που καταβάλλουν στο κατάστημα που εργάζονται (Πίνακας 4.17.).



Πίνακας 4.17:Ερώτηση «Η προσπάθειά μου αναγνωρίζεται»

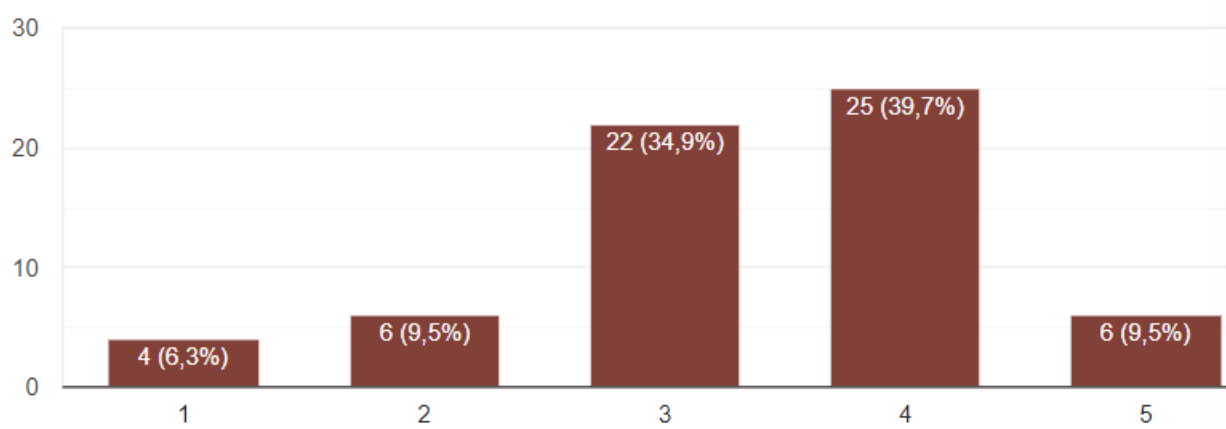
Ως προς τη δεύτερη ερώτηση σχετικά με το εάν οι εργαζόμενοι εκτιμούν ότι υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης, παρατηρείται μια σταθερή διακύμανση στις απαντήσεις: αρκετοί εξ αυτών, δηλαδή οι 24, συμφωνούν με αυτό, ένα μεγάλο μέρος εξ αυτών (31,7%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και άλλοι 19 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν διακρίνουν περιθώρια ανάπτυξης στην συγκεκριμένη απασχόληση (Πίνακας 4.18.).



Πίνακας 4.18:Ερώτηση «Υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης»

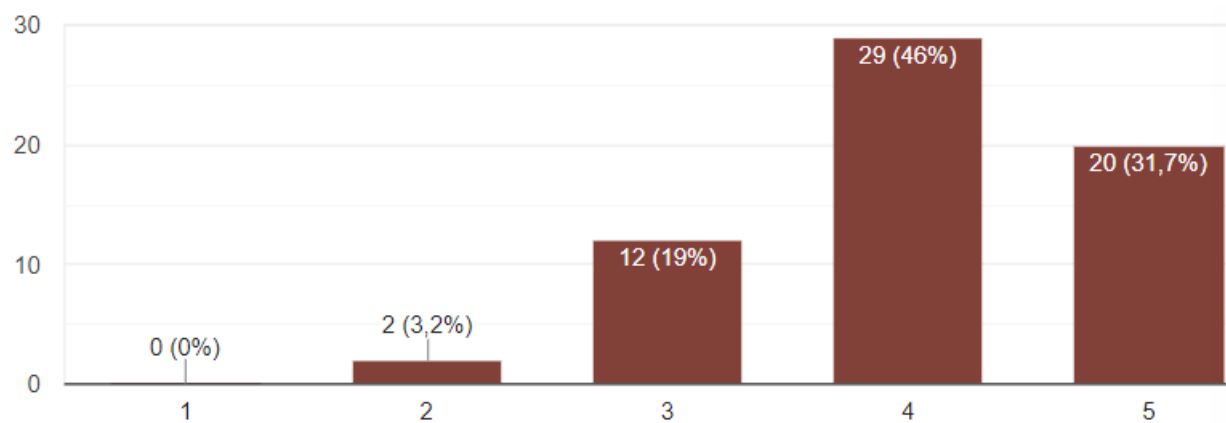
#### 4.5. Εργασιακές σχέσεις

Ως προς την πρώτη ερώτηση σχετικά με το εάν υπάρχει εμπιστοσύνη προς τους συναδέλφους, παρατηρείται ότι οι πολλοί εργαζόμενοι, δηλαδή οι 31, συμφωνούν με αυτό, ένα μεγάλο μέρος εξ αυτών (34,9%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και άλλοι 10 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν έχουν εμπιστοσύνη στους συναδέλφους τους (Πίνακας 4.19.).



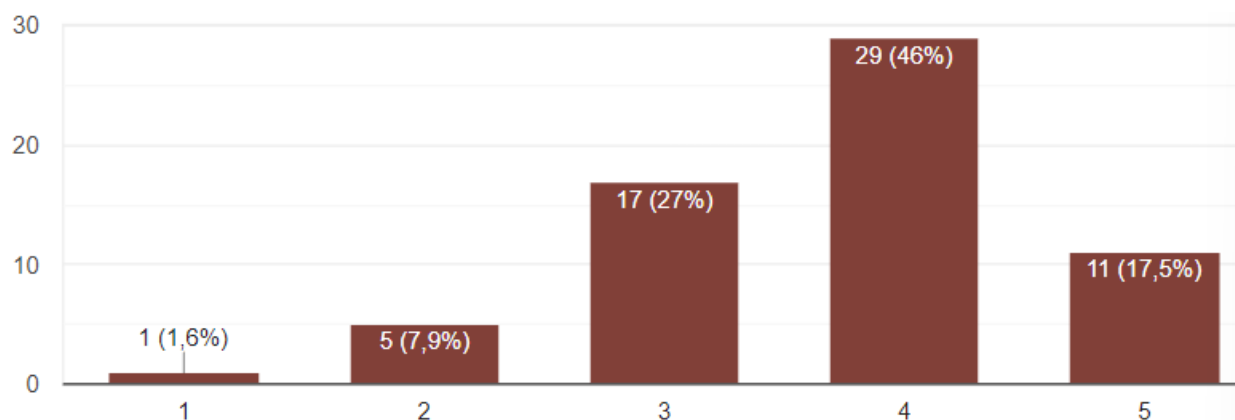
**Πίνακας 4.19:**Ερώτηση «Έχω εμπιστοσύνη στους συναδέλφους μου»

Ως προς την δεύτερη ερώτηση σχετικά με το εάν υπάρχει καλή σχέση με τους συναδέλφους, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων εργαζόμενοι, δηλαδή οι 39, συμφωνούν με αυτό, ένα μικρότερο μέρος εξ αυτών (19%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και μόνο 2 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν έχουν καλές σχέσεις με τους συναδέλφους τους (Πίνακας 4.20.).



**Πίνακας 4.20:**Ερώτηση «Έχω καλές σχέσεις με τους συναδέλφους μου»

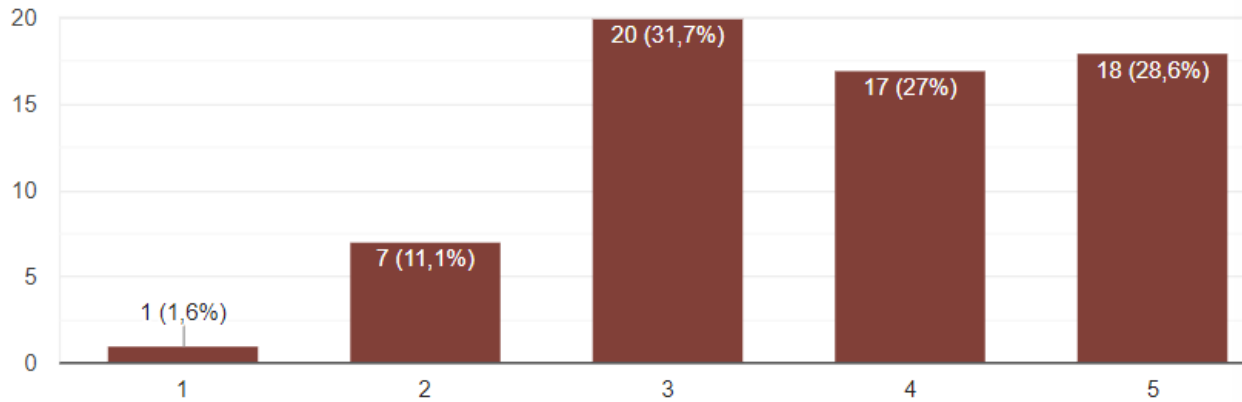
Ως προς την τρίτη ερώτηση σχετικά με το εάν υπάρχει ένα περιβάλλον που το διακατέχει η καλή συνεργασία των συναδέλφων, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων εργαζόμενοι, δηλαδή οι 41, συμφωνούν με αυτό, ένα μικρότερο μέρος εξ αυτών (27%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και μόνο 6 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν εργάζονται σε ένα περιβάλλον που το χαρακτηρίζει η καλή συνεργασία και η ομαδικότητα (Πίνακας 4.21.).



**Πίνακας 4.21:** Ερώτηση «Εργάζομαι σε ένα περιβάλλον που το διακατέχει η καλή συνεργασία μεταξύ των υπαλλήλων»

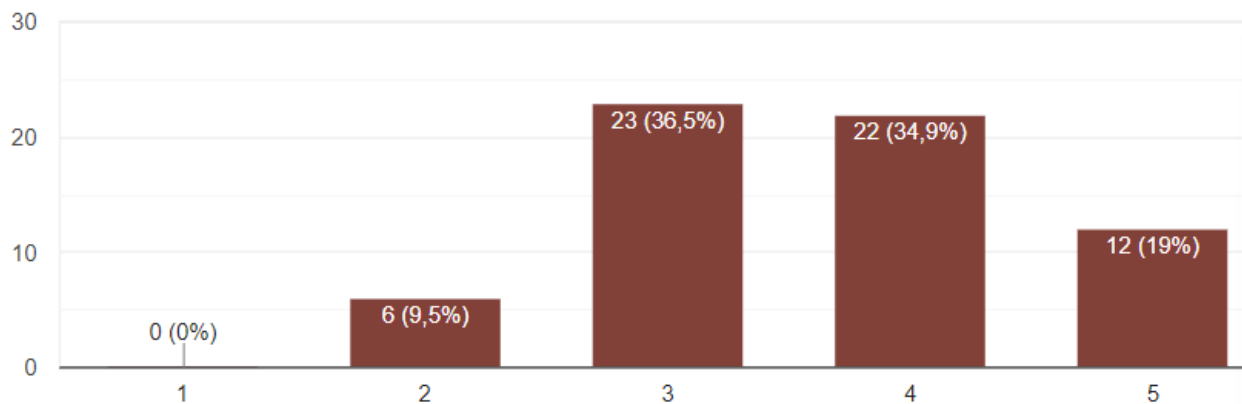
Ως προς την τέταρτη ερώτηση σχετικά με τη δίκαιη αντιμετώπιση από τον προϊστάμενο, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων, δηλαδή οι 35, συμφωνούν με αυτό, ένα μικρότερο μέρος εξ αυτών (31,7%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και μόνο 8 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν νιώθουν ότι αντιμετωπίζονται με δίκαιο τρόπο (Πίνακας 4.22.).





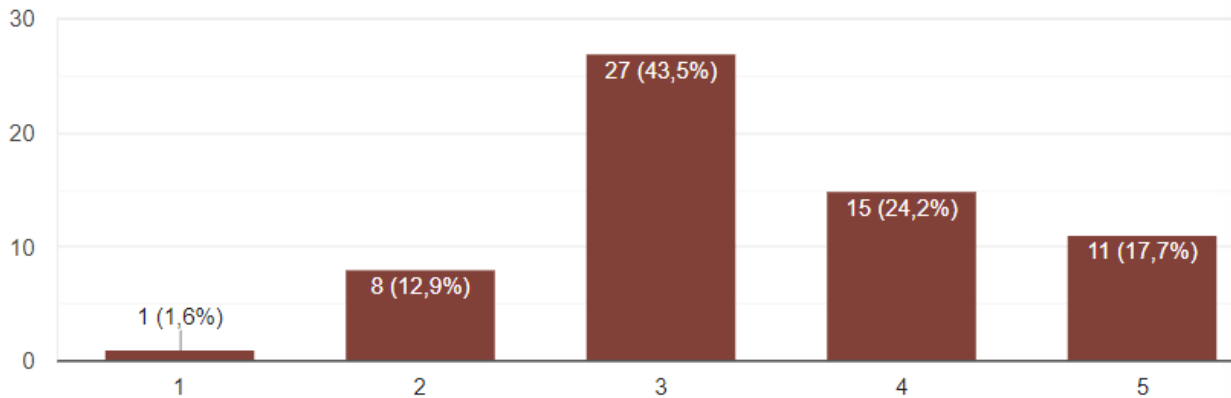
**Πίνακας 4.22:**Ερώτηση «Αντιμετωπίζομαι δίκαια από τον προϊστάμενό μου»

Ως προς την πέμπτη ερώτηση σχετικά με το εάν ο προϊστάμενος συμβάλλει στην διατήρηση της καλής συνεργασίας μεταξύ των εργαζομένων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των εργαζομένων, δηλαδή οι 34, συμφωνούν με αυτό, ένα μικρότερο μέρος εξ αυτών (36,5%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και μόνο 6 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι ο προϊστάμενός τους δεν συμβάλλει στην διατήρηση της καλής συνεργασίας και την προώθηση της ομαδικότητας στο χώρο εργασίας (Πίνακας 4.23.).



**Πίνακας 4.23:**Ερώτηση «Ο προϊστάμενός μου συμβάλλει στην διατήρηση της καλής συνεργασίας μεταξύ των υπαλλήλων»

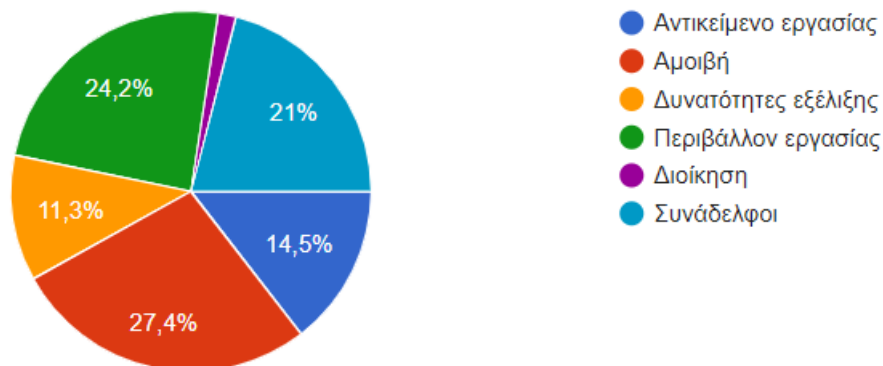
Ως προς την έκτη ερώτηση αναφορικά με το εάν η επιχείρηση νοιάζεται για τους υπαλλήλους της, παρατηρείται ότι αρκετοί εργαζόμενοι, δηλαδή οι 26, συμφωνούν με αυτό, ένα σχεδόν ίσο μέρος εξ αυτών (43,5%) εκφράζουν ουδέτερη στάση και μόνο 9 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν νιώθουν πως η επιχείρηση νοιάζεται για αυτούς (Πίνακας 4.24.).



**Πίνακας 4.24:**Ερώτηση «Η επιχείρηση νοιάζεται για τους εργαζομένους της»

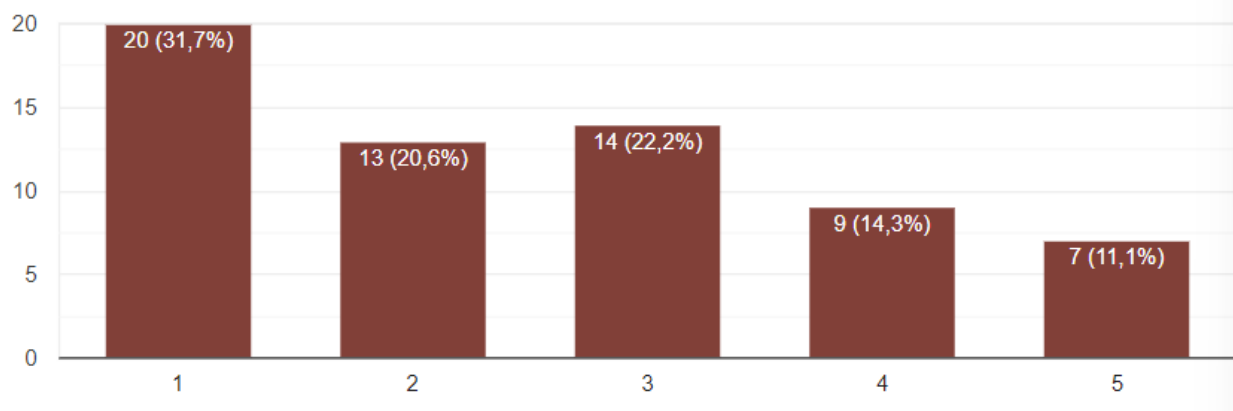
#### 4.6. Συνολική εργασιακή εμπειρία

Ως προς την πρώτη ερώτηση σχετικά με το σημαντικότερο πλεονέκτημα της εργασιακής απασχόλησης, οι απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο είναι σχεδόν ισάξια μοιρασμένες: 17 εργαζόμενοι εκτιμούν ότι είναι αμοιβή, 15 εργαζόμενοι θεωρούν ότι είναι το περιβάλλον εργασίας, 13 εργαζόμενοι πιστεύουν ότι είναι οι σχέσεις με τους συναδέλφους. Έπειτα, ακολουθούν 9 εργαζόμενοι που εκτιμούν ότι το αντικείμενο εργασίας αποτελεί το πιο σημαντικό στοιχείο της σημερινής τους απασχόλησης και 7 εργαζόμενοι που θεωρούν ότι το πιο σημαντικό θετικό στοιχείο της εργασίας τους είναι οι δυνατότητες εξέλιξης. Τέλος, μόνο 1 εργαζόμενος δηλώνει ότι η διοίκηση αποτελεί το πιο δυνατό σημείο της σημερινής του εργασίας (Πίνακας 4.25.).



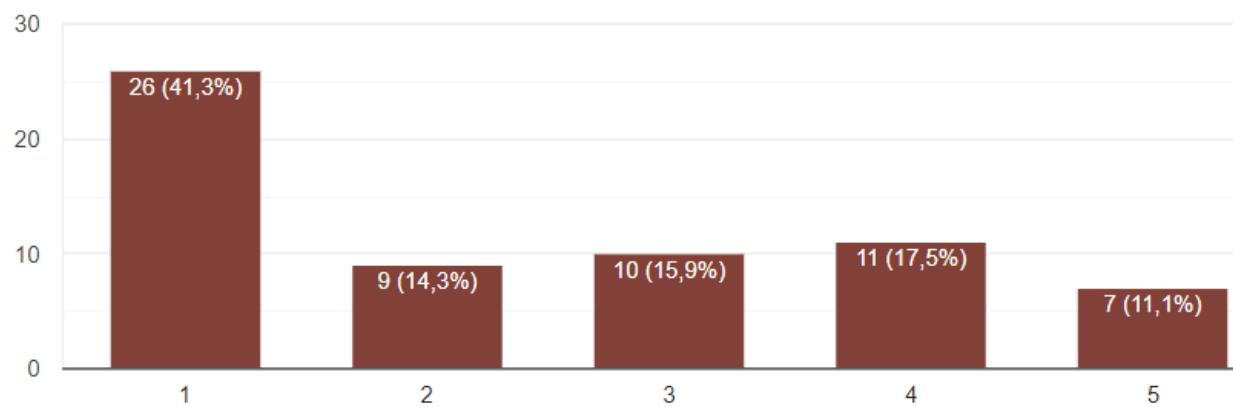
**Πίνακας 4.25:**Ερώτηση «Το σημαντικότερο πλεονέκτημα της εργασιακής μου απασχόλησης»

Ως προς την δεύτερη ερώτηση σχετικά με το εάν βλέπουν οι εργαζόμενοι τον εαυτό τους στην ίδια εργασία και τα επόμενα χρόνια, οι απαντήσεις παρουσιάζουν μια σχεδόν σταθερή διακύμανση: 16 εξ αυτών εκτιμούν πως αυτό θα συμβεί, ένα σχεδόν ίσο μέρος εξ αυτών (22,2%) εκφράζουν ουδέτερη αντίληψη στο θέμα και 33 εργαζόμενοι δηλώνουν ότι δεν θα ήθελαν να είναι σε αυτή την εργασία προοδευτικά (Πίνακας 4.26.).



**Πίνακας 4.26:**Ερώτηση «Βλέπω τον εαυτό μου σε αυτή την εργασία και τα επόμενα χρόνια»

Ως προς την τρίτη ερώτηση σχετικά με το εάν είχαν την δυνατότητα αλλαγής εργασιακού περιβάλλοντος «σήμερα» τι επιλογές θα έκαναν οι εργαζόμενοι, η πλειοψηφία τους, δηλαδή οι 35, εκτιμά πως θα άλλαζε εργασία, μόνο 10 εξ αυτών εκφράζουν ουδέτερη στάση και οι άλλοι 18 εκτιμούν πως εάν είχαν τη δυνατότητα επιλογής, θα παρέμειναν στην τωρινή τους εργασία αντί να επιλέξουν κάποια άλλη (Πίνακας 4.27.).



**Πίνακας 4.27:**Ερώτηση «Αν είχα τη δυνατότητα επιλογής θα παρέμεινα στην τωρινή μου εργασία αντί να επιλέξω κάποια άλλη»

#### 4.7. Συσχετίσεις

Όπως ειπώθηκε και προηγουμένως, στην έρευνα συμμετείχαν 63 εργαζόμενοι εκ των οποίων οι 27 είναι άνδρες, οι οποίοι αποτελούν το 42,9% του δείγματος και οι 36 είναι γυναίκες, οι οποίες αποτελούν το υπόλοιπο 57,1%. Με βάση αυτό, παρακάτω, γίνεται προσπάθεια διάγνωσης του βαθμού της σχέσης που υφίσταται μεταξύ δύο ή περισσότερων μεταβλητών, κατά περίπτωση, προκειμένου να εξαχθούν συμπεράσματα.

Για τον **πρώτο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για το αντικείμενο και το ωράριο.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για το αντικείμενο και τοωράριο διαφοροποιείται ως προς το φύλο.

Φύλο

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid Άνδρας	27	42,9	42,9	42,9
Γυναίκα	36	57,1	57,1	100,0
Total	63	100,0	100,0	

**Το σημαντικότερο πλεονέκτημα της εργασιακής μου απασχόλησης αποτελεί...**

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid Αμοιβή	17	27,0	27,0	27,0
Αντικείμενο εργασίας	9	14,3	14,3	41,3
Διοίκηση	1	1,6	1,6	42,9
Δυνατότητες εξέλιξης	7	11,1	11,1	54,0
Περιβάλλον εργασίας	15	23,8	23,8	77,8
Συνάδελφοι	14	22,2	22,2	100,0
Total	63	100,0	100,0	

**GroupStatistics**

Φύλο	N	Mean	Std. Deviation	Std. ErrorMean
ANTIKEIMENO KAI ΩΡΑΠΙΟ Άνδρες	27	3,6296	,53048	,10209
Γυναίκες	36	3,4286	,55905	,09317

**IndependentSamplesTest**

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	MeanDifference	Std. ErrorDifference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ANTIKEIMENO KAI ΩΡΑΠΙΟ	Equalvariances assumed	,566	,455	1,444	61	,154	,20106	,13927	-,07744	,47955
	Equalvariances not assumed			1,455	57,643	,151	,20106	,13822	-,07565	,47777

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στα φύλα, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significance level ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,154, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για το αντικείμενο και το ωράριο.

Σημειώνεται δε, ότι στις κοινωνικές επιστήμες χρησιμοποιείται συχνά, το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας  $\alpha=0,05$  ως ανώτατο επιτρεπτό όριο που σημαίνει ότι, για να απορρίψουμε την μηδενική υπόθεση, θα πρέπει η πιθανότητα να οφείλεται το αποτέλεσμα της περιγραφικής ανάλυσης σε τυχαίους παράγοντες να είναι ίση με 5% ή χαμηλότερη.

Για τον **δεύτερο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

$H_0$ : δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για την αμοιβή.

$H_1$ : η γνώμη για την αμοιβή διαφοροποιείται ως προς το φύλο.

φυλο	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ΑΜΟΙΒΗ 1	27	3,0648	,89225	,17171
2	36	3,0347	,85597	,14266

**IndependentSamplesTest**

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	MeanDifference	Std. ErrorDifference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
AMO Equalvariance IBH sassumed	,114	,737	,136	61	,893	,03009	,22190	-,41363	,47382
Equalvariance snotassumed			,135	54,863	,893	,03009	,22324	-,41733	,47751

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στα φύλα, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significancelevel ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,893, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για την αμοιβή.

Για τον **τρίτο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για τις προοπτικές.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για τις προοπτικές διαφοροποιείται ως προς το φύλο.

**GroupStatistics**

φυλο	N	Mean	Std. Deviation	Std. ErrorMean
1	27	3,2222	,95407	,18361
2	36	3,2361	1,04530	,17422

**IndependentSamplesTest**

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	,039	,845	-,054	61	,957	-,01389	,25648	-,52675	,49897
Equalvariances assumed									
			-,055	58,603	,956	-,01389	,25311	-,52043	,49266
Equalvariances not assumed									

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στα φύλα, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significance level ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,893, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για τις προοπτικές.

Για τον **τέταρτο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για τις εργασιακές σχέσεις.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για τις εργασιακές σχέσεις διαφοροποιείται ως προς το φύλο.

**Group Statistics**

	φυλο	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	1	27	3,6975	,79129	,15228
	2	36	3,6157	,65079	,10846

**Independent Samples Test**



	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	MeanDi fferenc e	Std. ErrorDif ference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ΕΡΓΑΣΙΑΚ ΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	Equalvarianc esassumed	1,213	,275	,450	61	,654	,08179	,18179	-,28173	,44531
	Equalvarianc esnotassum ed			,437	49,5 90	,664	,08179	,18696	-,29381	,45739

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στα φύλα, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significance level ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,654, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για τις εργασιακές σχέσεις.

Για τον **πέμπτο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για το εάν βλέπει ο καθένας και η καθεμία τον εαυτό του/ της σε αυτή την εργασία και τα επόμενα χρόνια.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για το εάν βλέπει ο καθένας και η καθεμία τον εαυτό του/ της σε αυτή την εργασία και τα επόμενα χρόνια διαφοροποιείται ως προς το φύλο.

**Group Statistics**

	φυλο	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Βλέπω τον εαυτό μου σε	1	27	2,78	1,340	,258
αυτήν την εργασία και τα	2	36	2,33	1,373	,229
επόμενα χρόνια					

**IndependentSamplesTest**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	MeanDi fferenc e	Std. ErrorDif ference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Βλέπω τον εαυτό μου σε αυτήν την εργασία και τα επόμενα χρόνια	Equalvarianc esassumed	,031	,861	1,28 5	61	,204	,444	,346	-,247	1,136
	Equalvarianc esnotassum ed			1,28 9	56,8 82	,203	,444	,345	-,246	1,135

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στα φύλα, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significancelevel ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,204, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για το εάν βλέπει ο καθένας και η καθεμία τον εαυτό του/ της σε αυτή την εργασία και τα επόμενα χρόνια.

Για τον **έκτο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για το εάν είχε κάποιος/ κάποια την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενε στην τωρινή του εργασία αντί να επιλέξει κάποια άλλη.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για το εάν είχε κάποιος/ κάποια την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενε στην τωρινή του εργασία αντί να επιλέξει κάποια άλληδιαφοροποιείται ως προς το φύλο.

### Group Statistics

	φυλο	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Αν είχα την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενα στην τωρινή μου εργασία αντί να επιλέξω κάποια άλλη	1	27	2,70	1,489	,287
	2	36	2,22	1,416	,236

### Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Αν είχα την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενα στην τωρινή μου εργασία αντί να επιλέξω κάποια άλλη	Equal variances assumed	,510	,478	1,306	61	,196	,481	,369	-,256	1,218
	Equal variances not assumed			1,297	54,594	,200	,481	,371	-,263	1,226

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στα φύλα, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significance level ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,196, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για το εάν είχε κάποιος/ κάποια την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενε στην τωρινή του εργασία αντί να επιλέξει κάποια άλλη.

Για τον **έβδομο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για το αντικείμενο και το ωράριο.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για το ωράριο και το αντικείμενο διαφοροποιείται ως προς την ηλικία.

#### Group Statistics

Ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ANTIKEIMENO KAI ΩΡΑΠΙΟ >= 33	29	3,5764	,57964	,10764
< 33	34	3,4622	,52994	,09088

#### Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ANTIKEIMENO KAI ΩΡΑΠΙΟ	Equal variances assumed	,010	,921	,816	61	,418	,11417	,13986	-,16550	,39384
	Equal variances not assumed			,810	57,401	,421	,11417	,14087	-,16788	,39622

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στις ηλικίες, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significance level ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,418, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για το αντικείμενο και το ωράριο.

Για τον **όγδοο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για την αμοιβή.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για την αμοιβή διαφοροποιείται ως προς την ηλικία.

**GroupStatistics**

Ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. ErrorMean
AMOIBH >= 33	29	3,2328	,79600	,14781
< 33	34	2,8897	,90074	,15448

**IndependentSamplesTest**

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	MeanDifference	Std. ErrorDifference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
AMO IBH Equalvariancesassumed	,283	,597	1,589	61	,117	,34305	,21593	-,08873	,77484
Equalvariancesnotassumed			1,605	60,912	,114	,34305	,21380	-,08448	,77059

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στις ηλικίες, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significancelevel ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,117, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για την αμοιβή.

Για τον **ένατο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για τις προοπτικές.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για τις προοπτικές διαφοροποιείται ως προς την ηλικία.

### Group Statistics

	Ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	>= 33	29	3,4483	,99413	,18461
	< 33	34	3,0441	,97986	,16804

### Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	Equalvariances assumed	,000	,998	1,621	61	,110	,40416	,24934	-,09444	,90275
	Equalvariances not assumed			1,619	59,162	,111	,40416	,24964	-,09533	,90365

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στις ηλικίες, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significance level ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,110, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς τις προοπτικές.

Για τον **δέκατο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για τις εργασιακές σχέσεις.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για τις εργασιακές σχέσεις διαφοροποιείται ως προς την ηλικία.

### GroupStatistics

	Ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. ErrorMean
ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	>= 33	29	3,8621	,55469	,10300
	< 33	34	3,4706	,78224	,13415

### IndependentSamplesTest

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	MeanDi fferenc e	Std. ErrorDif ference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ΕΡΓΑΣΙΑΚ ΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	Equalvarianc esassumed	2,700	,106	2,25 4	61	,028	,39148	,17371	,04413	,73883
	Equalvarianc esnotassum ed			2,31 5	59,1 50	,024	,39148	,16914	,05306	,72990

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στις ηλικίες, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significancelevel ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,028, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς τις εργασιακές σχέσεις.

Για τον **ενδέκατο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για το εάν βλέπει ο καθένας και η καθεμία τον εαυτό του/ της σε αυτή την εργασία και τα επόμενα χρόνια.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για το εάν βλέπει ο καθένας και η καθεμία τον εαυτό του/ της σε αυτή την εργασία και τα επόμενα χρόνια διαφοροποιείται ως προς την ηλικία.

### GroupStatistics

	Ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. ErrorMean
Βλέπω τον εαυτό μου σε	>= 33	29	2,90	1,291	,240
αυτήν την εργασία και τα επόμενα χρόνια	< 33	34	2,21	1,366	,234

### IndependentSamplesTest

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
Βλέπω τον εαυτό μου σε αυτήν την εργασία και τα επόμενα χρόνια	,445	,507	2,051	61	,045	,691	,337	,017	1,364	
			2,060	60,325	,044	,691	,335	,020	1,361	

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στις ηλικίες, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significance level ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,045, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το εάν βλέπει ο καθένας και η καθεμία τον εαυτό του/ της σε αυτή την εργασία και τα επόμενα χρόνια.



Για τον **δωδέκατο** έλεγχο, γίνανε οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H<sub>0</sub>: δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για το εάν είχε κάποιος/ κάποια την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενε στην τωρινή του εργασία αντί να επιλέξει κάποια άλλη.

H<sub>1</sub>: η γνώμη για το εάν είχε κάποιος/ κάποια την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενε στην τωρινή του εργασία αντί να επιλέξει κάποια άλλη διαφοροποιείται ως προς την ηλικία.

**Group Statistics**

	Ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Αν είχα την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενα στην τωρινή μου εργασία αντί να επιλέξω κάποια άλλη	>= 33	29	2,86	1,505	,280
	< 33	34	2,06	1,324	,227

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Αν είχα την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενα στην τωρινή μου εργασία αντί να επιλέξω κάποια άλλη	Equal variances assumed	2,056	,157	2,253	61	,028	,803	,356	,090	1,516
	Equal variances not assumed			2,230	56,340	,030	,803	,360	,082	1,525

Για να ελεγχθεί το εάν υπάρχει διαφορά στις ηλικίες, εφαρμόστηκε το t-test καθορίζοντας την στάθμη σημαντικότητας (significance level ή p - value). Επειδή Sig. (2-tailed) = 0,028, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, φαίνεται ότι υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το εάν είχε κάποιος/ κάποια την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενε στην τωρινή του εργασία αντί να επιλέξει κάποια άλλη διαφοροποιείται ως προς την ηλικία.

## Επίλογος

### I. Συμπεράσματα

Η έρευνα είχε σκοπό την διερεύνηση της εργασιακήςικανοποίησης των εργαζομένων σε δίκτυα καταστημάτων takeawayπώλησης καφέ.Στην έρευνα συμμετείχαν 63 εργαζόμενοι εκ των οποίων οι 27 είναι άνδρες και οι 36 είναι γυναίκες. Ως προς τα έτη απασχόλησης, παρατηρείται ότι 10 εργαζόμενοι απασχολούνται 4 χρόνια και ως προς το μορφωτικό επίπεδο, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία είναι κάτοχοι πτυχίου ή/ και μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, δηλαδή απόφοιτοι τριτοβάθμιας. Ως προς την θέση στο κατάστημα takeaway καφέ, παρατηρείται ότι μόνο 3 εργαζόμενοι απασχολούνται στην κουζίνα, 21 εργαζόμενοι έχουν θέση barista, 18 εργάζονται στο ταμείο και οι υπόλοιποι απασχολούνται με το service. Εξετάζοντας τη βάρδια εργασίας στο κατάστημα takeaway καφέ, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία (61,3%) έχουν μικτό ωράριο εργασίας. Βλέποντας τον προσδιορισμό της φύσης εργασίας στο εν λόγω κατάστημα takeaway καφέ, είναι φανερό ότι τα ποσοστά είναι παραπλήσια, δηλαδή 34 εργαζόμενοι εκτιμούν ότι η εργασία τους αυτή είναι μόνιμη και οι λοιποί 29 εργαζόμενοι χαρακτηρίζουν την εργασία τους ως περιστασιακή.Εξετάζοντας το είδος εργασίας στο κατάστημα takeaway καφέ, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία (76,2%) έχουν πλήρη απασχόληση.

Ως προς το εάν το αντικείμενο εργασίας είναι ενδιαφέρον, παρατηρείται ότι λίγο περισσότεροι από τους μισούς εργαζομένους, δηλαδή οι 35, εκφράζουν θετική απάντηση σε αυτό. Συνεχίζοντας, προς το εάν ο εργασιακός φόρτος τους σε καθημερινή βάση είναι φυσιολογικός, παρατηρείται ότι λίγο λιγότεροι από τους μισούς εργαζομένους, δηλαδή οι 30, εκφράζουν θετική απάντηση σε αυτό. Ως προς το εάν ο κάθε εργαζόμενος είναι διατεθειμένος να αναλάβει περισσότερες ευθύνες και αρμοδιότητες, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων, δηλαδή οι 47, εκφράζουν θετική απάντηση σε αυτό.Επίσης, σχετικά με το ωράριο εκτιμάται ως κουραστικό και σχετικά με το εάν ζητείται συχνά να γίνονται υπερωρίες, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι, δηλαδή οι 33, εκφράζουν θετική στάση σε αυτό.Ως

προς το εάν το περιβάλλον εργασίας κρίνεται ως ικανοποιητικό, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι, δηλαδή οι 33, εκφράζουν θετική στάση σε αυτό. Ως προς το εάν η χρηματική αμοιβή τους εκτιμάται ως δίκαιη, παρατηρείται ότι πολλοί εργαζόμενοι, δηλαδή οι 26, εκφράζουν αρνητική στάση σε αυτό. Σχετικά με το εάν οι εργαζόμενοι λαμβάνουν τα προνόμια που επιθυμούν, παρατηρείται ότι πολλοί εργαζόμενοι, δηλαδή οι 25, εκφράζουν αρνητική στάση σε αυτό. Ως προς το εάν οι εργαζόμενοι αμείβονται δίκαια σε σχέση με τους συναδέλφους τους, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι, δηλαδή οι 33, συμφωνούν με αυτό. Ως προς το εάν η προσπάθειά τους αναγνωρίζεται, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι, δηλαδή οι 27, συμφωνούν με αυτό.

Ως προς το εάν υπάρχει εμπιστοσύνη προς τους συναδέλφους, παρατηρείται ότι οι πολλοί εργαζόμενοι, δηλαδή οι 31, συμφωνούν με αυτό. Ως προς το εάν υπάρχει καλή σχέση με τους συναδέλφους, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων εργαζόμενοι, δηλαδή οι 39, συμφωνούν με αυτό, Ως προς το εάν υπάρχει ένα περιβάλλον που το διακατέχει η καλή συνεργασία των συναδέλφων, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων εργαζόμενοι, δηλαδή οι 41, συμφωνούν με αυτό. Ως προς τη δίκαιη αντιμετώπιση από τον προϊστάμενο, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων, δηλαδή οι 35, συμφωνούν με αυτό, Ως προς την πέμπτη ερώτηση σχετικά με το εάν ο προϊστάμενος συμβάλλει στην διατήρηση της καλής συνεργασίας μεταξύ των εργαζομένων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των εργαζομένων, δηλαδή οι 34, συμφωνούν με αυτό. Ως προς το εάν η επιχείρηση νοιάζεται για τους εργαζομένους της, παρατηρείται ότι αρκετοί εργαζόμενοι, δηλαδή οι 26, συμφωνούν με αυτό.

Επιπροσθέτως, το πιο ενδιαφέρον μέρος της έρευνας προκύπτει από τους ελέγχους υποθέσεων που γίνανε, απ' όπου προκύπτουν τα εξής πορίσματα:

- i. δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για το αντικείμενο και το ωράριο.
- ii. δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για την αμοιβή.
- iii. δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για τις προοπτικές.
- iv. δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για τις εργασιακές σχέσεις.

- v. δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για το εάν βλέπει ο καθένας και η καθεμία τον εαυτό του/ της σε αυτή την εργασία και τα επόμενα χρόνια.
- vi. δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς το φύλο για το εάν είχε κάποιος/ κάποια την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενε στην τωρινή του εργασία αντί να επιλέξει κάποια άλλη.
- vii. δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για το αντικείμενο και το ωράριο.
- viii. δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για την αμοιβή.
- ix. δεν υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για τις προοπτικές.
- x. υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για τις εργασιακές σχέσεις.
- xi. υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία για το εάν βλέπει ο καθένας και η καθεμία τον εαυτό του/ της σε αυτή την εργασία και τα επόμενα χρόνια.
- xii. υπάρχει διαφορετική γνώμη ως προς την ηλικία το εάν είχε κάποιος/ κάποια την δυνατότητα επιλογής θα παρέμενε στην τωρινή του εργασία αντί να επιλέξει κάποια άλλη διαφοροποιείται ως προς την ηλικία.

Συμπερασματικά, είναι φανερό ότι όταν οι άνθρωποι εργάζονται για κάτι που έχει νόημα κατά την άποψή τους, τότε δρουν ουσιαστικά. Αντίστοιχα, όταν η επιχείρηση, λ.χ. το κατάστημα takeawayκαφέ, δημιουργεί ένα ωραίο περιβάλλον για τον εργαζόμενο, επιτυγχάνει αύξηση της παραγωγικότητάς της. Η εργασιακή ικανοποίηση μπορεί να γίνει με αύξηση των καλών συναισθημάτων των εργαζομένων, ορθή διαχείριση των κακών συναισθημάτων των εργαζομένων, αναγνώριση των προσπαθειών των εργαζομένων, βελτίωση των σχέσεων και της δημιουργικότητας των εργαζομένων.

Ένα από τα κυριότερα συμπεράσματα που προέκυψαν κατά την ανάλυση της έρευνας, είναι το γεγονός πως ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό των εργαζομένων στα καταστήματα takeawayκαφέ φαίνεται να αντιμετωπίζει αυτόν τον εργασιακό κλάδο ως μια προσωρινή εργασία μέχρι να προσληφθούν σε κάποια ιδανικότερη εργασία για αυτούς. Το παραπάνω συμπέρασμα οδηγεί στο γεγονός της μόνιμης έλλειψης προσωπικού στα καταστήματα takeawayκαφέ. Οι επιχειρηματίες του κλάδου, καθώς και οι manager των καταστημάτων θα πρέπει να βρουν τρόπους παρακίνησης των εργαζομένων, έτσι ώστε

να μειωθεί η συνεχόμενη ροή αυτών, αντιμετωπίζοντας έτσι και την συνεχή έλλειψη αυτών.

Είναι πρόδηλο, λοιπόν, ότι η συνολική ικανοποίηση των εργαζομένων είναι αποτέλεσμα ενός συνδυασμού παραγόντων. Ως προς αυτό, η διοίκηση πρέπει να διασφαλίζει ότι το εργασιακό περιβάλλον θα είναι καλό και οι εργαζόμενοι θα έχουν τα απαραίτητα στοιχεία που απαιτούνται για να διεκπεραιώσουν τις αρμοδιότητές τους δεδομένου ότι αυτοί οι ίδιοι είναι το πιο βασικό στοιχείο μιας επιχείρησης.

## II. Περιορισμοί & Προτάσεις για Περαιτέρω Έρευνα

Η έρευνα αποτέλεσε μια αρχική και απλή μελέτη αναφορικά με το βαθμό ικανοποίησης των εργαζομένων σε δίκτυα καταστημάτων takeaway του καφέ σε έναν Δήμο του Λεκανοπεδίου Αττικής. Τα αποτελέσματα ανέδειξαν ότι πρέπει να γίνει μια πιο ολοκληρωμένη έρευνα επί του θέματος, μελλοντικά.

Εκτιμάται ότι μια έρευνα θα μπορούσε να γίνει για το ίδιο θέμα αλλά με μεγαλύτερο εύρος δεδομένων ώστε να προβάλλει περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το πώς νιώθουν οι άνθρωποι που εργάζονται σε αυτό το χώρο.

Θα ήταν βασικό και ωραίο, ταυτόχρονα, να διερευνηθεί το ίδιο θέμα αλλά εκ μέρους των προϊσταμένων/ ιδιοκτητών/ υπευθύνων των καταστημάτων, δηλαδή να γίνει μια έρευνα αναφορικά με το τι νιώθουν οι προϊστάμενοι/ ιδιοκτήτες/ υπεύθυνοι.

Μια άλλη μελέτη θα μπορούσε να εστιάσει στο εάν και πώς η οικονομική κατάσταση της χώρας επηρεάζει την ικανοποίηση των εργαζομένων στο κλάδο αυτό.

Όσον αφορά στους περιορισμούς της έρευνας, χρειάζεται να αναφέρουμε ότι αφορά σε μικρό αριθμό εργαζομένων που δραστηριοποιούνται στο χώρο του καφέ. Έτσι, δεν εκπροσωπείται όλος ο κλάδος.

Ακόμη, η έρευνα έχει γίνει σε ένα δίμηνο, επομένως υπάρχει μία μεθοδολογική στενότητα και έλλειψη πληροφοριών σε ετήσια ή/ και εξαμηνιαία ή/ και διαχρονική βάση.

Τέλος, η έρευνα διεξήχθη σε έναν Δήμο του Λεκανοπεδίου Αττικής, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι σε κάποιον άλλο Δήμο το αποτέλεσμα θα μπορούσε να είναι διαφορετικό.

Συμπερασματικά, τα αποτελέσματα της έρευνας δεν μπορούν να γενικευθούν, διότι αυτός ο κλάδος έχει υψηλό επίπεδο ανομοιογένειας. Η κουλτούρα της κάθε επιχείρησης, ο τρόπος διοίκησής της, το σύστημα αποδοχών, το εργασιακό κλίμα, η ποιότητα της επικοινωνίας μεταξύ του προϊσταμένου/ του ιδιοκτήτη/ του υπευθύνου και των εργαζομένων είναι κάποιοι παράγοντες που μπορεί να φέρουν θετικά ή αρνητικά τα αποτελέσματα.

## Βιβλιογραφία

### I. Ελληνόγλωσση

1. Perrier - Robert, A. (2004). Ο καφές, Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
2. Κάντας Α. (1998). Οργανωτική – Βιομηχανική Ψυχολογία. Αθήνα, Ελληνικά Γράμματα.
3. Μανουσίδης, Χ. (2009). Το εγχειρίδιο του καφέ, Εκδόσεις Ψύχαλος, Αθήνα.
4. Μπαμπινιώτης, Γ. (1998), Λεξικό της Νέας Ελληνική Γλώσσας, Β' Έκδοση, Αθήνα: ΚΕΝΤΡΟ ΛΕΞΙΚΟΛΟΓΙΑΣ Ε.Π.Ε.
5. Χυτήρης, Λ. (2021). Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων: Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα.

### II. Ξενόγλωσση

1. Anttonen, H., Räsänen, T., Aaltonen, M., Husman, P. (2019). Well-being at Work - New Innovations and Good Practices, Finnish Institute of Occupational Health, ISBN: 978-951-802-884-3.
2. Arvey, R. D. et al. (1989). Job satisfaction: Environmental and genetic components. *Journal of Applied Psychology*, 74 (2), 187.
3. Atkinson, J.W. (1983). *Personality, Motivation and Action: Selected Papers*, Praeger, New York, 174-188.
4. Butler, J., & Kern, M. L. (2016). The PERMA-Profilier: A Brief Multidimensional Measure of Flourishing. *International Journal of Wellbeing*, 6, 1-48.
5. Cooke, R., Dahdah, M., Norman, P., French, D.P. (2016). How well does the theory of planned behavior predict alcohol consumption? A systematic review and meta-analysis, *Health Psychol Rev*, 10 (2), 148-67.
6. Danna, K., & Griffin, R. W. (1999). Health and well-being in the workplace: A review and synthesis of the literature. *Journal of Management*, 25(3), 357–384.
7. Denhardt, R. B., Denhardt, J. V., Aristigueta, M. P., Rawlings, K. C. (2018). *Managing human behavior in public and nonprofit organizations*. CQ Press.



8. Diener, E., & Suh, E. M. (Eds.). (2000). Culture and subjective well-being. The MIT Press.
9. Furnham, A., Eracleous, A., & Chamorro-Premuzic, T. (2009). Personality, motivation and job satisfaction: Hertzberg meets the Big Five, *Journal of managerial psychology*, 24 (8), 765-779.
10. Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Keyes, C. L. M. (2003). Well-being in the workplace and its relationship to business outcomes: A review of the Gallup studies. In C. L. M. Keyes & J. Haidt (Eds.), *Flourishing: Positive psychology and the life well-lived* (pp. 205–224). American Psychological Association.
11. Hoppock, R. (1935) *Job Satisfaction*. Harper, Oxford.
12. Huppert, F.A., So, T.C.T. (2013). Flourishing Across Europe: Application of a New Conceptual Framework for Defining Well-Being, *Soc Indic Res*, 110 (3), 837-61.
13. Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 1297-1343). Chicago, IL: RandMcNally.
14. Lyubomirsky, S., Sheldon, K.M. and Schkade, D. (2005) Pursuing Happiness: The Architecture of Sustainable Change. *Review of General Psychology*, 9, 111-131.
15. McClelland, D.C. (1962). Business Drive and National Achievement, *Harvard Business Review*, 40, July-August, 99-112.
16. Sahinidis, A. G., Kallivokas, D., Metalidou, E., Sahinidis, G. A., & Tsakni, G. (2015). Demographic and Psychological Characteristics of Social Entrepreneurs in Greece. 4th International Conference on Quantitative Methodologies in the Economic and Administrative Sciences, (σσ. 311-316). Athens, Greece.
17. Sahinidis, A. G., Polychronopoulos, G., & Kallivokas, D. (2019). Entrepreneurship Education Impact on Entrepreneurial Intention among Tourism Students. A Longitudinal Study. *Strategic Innovative Marketing and Tourism*, 1245- 1250.
18. Sahinidis, A. G., Tsakni, G., & Kallivokas, D. (2019). Prospective Employee Attitudes Toward Public and Private Sector Employment: A Comparison Study of a Belgian and Two Greek University Student Groups. . *Economic and Financial*

Challenges for Eastern Europe, Springer Proceedings in Business and Economics, 423-434.

19. Γκίκας, Γ., & Χυζ, Α. (2020). Εγχειρίδιο Σύγχρονης Χρηματοοικονομικής. Nicosia, Cyprus: Broken Hill Publishers.
20. Γκίκας, Γ., & Χυζ, Α. (2022). Αξιολόγηση επενδύσεων και μελέτες σκοπιμότητας. Nicosia, Cyprus: Εκδόσεις Broken Hill.
21. Sahai, A., Mahapatra, M. (2020). Subjective well – being at workplace: A review on its implications, Journal of Critical Reviews, 7 (11), 807-10.
22. Singh, S. K., Tiwari, V. (2011). Relationship between motivation and job satisfaction of the white-collar employees: A case study. Management insight, 7(2), 31-39.
23. Smith, P. C., Kendall, L., & Hulin, C. L. (1969). The measurement of satisfaction in work and retirement. Chicago, IL: Rand McNally.
24. van Horn, J. E., Taris, T. W., Schaufeli, W. B., & Schreurs, P. J. G. (2004). The structure of occupational well-being: A study among Dutch teachers. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 77(3), 365–375.

### III. Ηλεκτρονικοί Τόποι

1. Euromonitor International (2018). Five Most Promising Markets in Coffee, διαθέσιμο στο: <https://www.euromonitor.com/article/discover-the-top-5-coffee-markets> (προσπελάστηκε 10/07/2023).
2. Αποστόλου Μ. (2023). Στο top-10 παγκοσμίως στην κατανάλωση καφέ η Ελλάδα- Αλυσίδες και ανταγωνισμός. Διαθέσιμα στοιχεία από: [https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/67912\\_sto-top-10-pagkosmios-stin-katanalosi-kafe-i-ellada-alyssides-kai-antagonismos](https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/67912_sto-top-10-pagkosmios-stin-katanalosi-kafe-i-ellada-alyssides-kai-antagonismos) (προσπελάστηκε 16/07/2023).
3. Mentor Consulting. Ελληνική Ένωση Καφέ: Στοιχεία της Ελληνικής Αγοράς. Διαθέσιμα στοιχεία από: <https://i-mentor.gr/ellhnikh-enwsh-kafe-stoixeia-ths-ellhnikhs-agoras/> (προσπελάστηκε 15/07/2023). (προσπελάστηκε 15/07/2023).

## Παράρτημα

### I. Ερωτηματολόγιο

#### **«Εργασιακή Ικανοποίηση των Εργαζομένων σε Δίκτυα Καταστημάτων TakeAway Πώλησης Καφέ»**

Σε αυτήν την έρευνα προσπαθούμε να διερευνήσουμε την εργασιακή ικανοποίηση των εργαζομένων σε καταστήματα πώλησης καφέ, μέσω της οπτικής γωνίας των τελευταίων. Η έρευνα γίνεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας για το Μεταπτυχιακό πρόγραμμα Διοίκηση επιχειρήσεων MBA, του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής. Τα ερωτηματολόγια είναι ανώνυμα και οι απαντήσεις και τα στοιχεία δεν θα χρησιμοποιηθούν ή δεν θα διαρρεύσουν για άλλο σκοπό.

1. Φύλο

Άνδρας

Γυναίκα

2. Ηλικία

.....[να συμπληρωθεί]

3. Έτη απασχόλησης

.....[να συμπληρωθεί]

4. Μορφωτικό επίπεδο

Πρωτοβάθμια εκπαίδευση

Δευτοβάθμια εκπαίδευση

Τριτοβάθμια εκπαίδευση

Μεταπτυχιακό

5. Θέση στο κατάστημα

Barista

Κουζίνα

Ταμείο

Service

6. Βάρδια εργασίας

Πρωινή

Απογευματινή

Μικτό

7. Προσδιορισμός φύσης εργασίας

Μόνιμη

Περιστασιακή

8. Είδος απασχόλησης

Πλήρης απασχόληση

Ημιαπασχόληση

### **Αντικείμενο εργασίας & Ωράριο**

1. Βρίσκω το αντικείμενο εργασίας μου ενδιαφέρον.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

2. Ο εργασιακός μου φόρτος καθημερινά είναι φυσιολογικός.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

3. Είμαι διατεθειμένος να αναλάβω περισσότερες ευθύνες και αρμοδιότητες.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

4. Η εργασία είναι ανάλογη των δεξιοτήτων μου.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

5. Το ωράριό μου είναι κουραστικό.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

6. Μου ζητείται συχνά να κάνω υπερωρίες.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

7. Το περιβάλλον που εργάζομαι είναι ικανοποιητικό.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

### **Αμοιβές**

1. Η χρηματική μου αμοιβή είναι δίκαιη σε σχέση με την προσφορά μου και τις απαιτήσεις της εργασίας.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

2. Λαμβάνω τα προνόμια που επιθυμώ.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

3. Αμείβομαι κανονικά για τυχόν υπερωρίες.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

4. Η αμοιβή μου είναι δίκαιη σε σχέση με των συναδέλφων μου.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

### **Προοπτικές**

1. Η προσπάθειά μου αναγνωρίζεται.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

2. Υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

### **Εργασιακές σχέσεις**

1. Έχω εμπιστοσύνη στους συναδέλφους μου.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

2. Έχω καλές σχέσεις με τους συναδέλφους μου.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

3. Εργάζομαι σε ένα περιβάλλον που το διακατέχει η καλή συνεργασία μεταξύ των υπαλλήλων.

1[καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

4. Αντιμετωπίζομαι δίκαια από τον προϊστάμενό μου.

1[καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

5. Ο προϊστάμενος μου συμβάλλει στην διατήρηση της καλής συνεργασίας μεταξύ των υπαλλήλων.

1[καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

6. Η επιχείρηση νοιάζεται για τους εργαζομένους της.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

### **Συνολική εργασιακή εμπειρία**

1. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα της εργασιακής μου απασχόλησης αποτελεί...

Το Αντικείμενο εργασίας

Η Αμοιβή

Οι Δυνατότητες εξέλιξης

Το Περιβάλλον εργασίας

Η Διοίκηση

Οι Συνάδελφοι

2. Βλέπω τον εαυτό μου σε αυτή την εργασία και τα επόμενα χρόνια.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]

3. Αν είχα τη δυνατότητα επιλογής θα παρέμενα στην τωρινή μου εργασία αντί να επιλέξω κάποια άλλη.

1 [καθόλου] 2 3 4 5[πάρα πολύ]