

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤ. ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Υπόδειγμα Πολλαπλής Γραμμικής Παλινδρόμησης &
Προϋποθέσεις Εφαρμογής. Εμπειρική Εφαρμογή με τη Χρήση
Στατιστικών Πακέτων»**

Χατζηνικολάου Νικολέτα ΑΜ:16323

Φαρμακίδης Ηλίας ΑΜ:16320

Εισηγήτρια: Δρ. Παναγιώτα Βάθη-Σαράβα

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2019

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤ. ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Υπόδειγμα Πολλαπλής Γραμμικής Παλινδρόμησης &
Προϋποθέσεις Εφαρμογής. Εμπειρική Εφαρμογή με τη Χρήση
Στατιστικών Πακέτων»**

Χατζηνικολάου Νικολέτα ΑΜ: 16323

Φαρμακίδης Ηλίας ΑΜ:16320

Εισηγήτρια: Δρ. Παναγιώτα Βάθη-Σαράβα

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2019

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων / Μεσολογγίου του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας δεν υποδηλώνει απαραίτητα και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ - ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ως κύρια απαίτηση στην επιστήμη της στατιστικής συμπερασματολογίας, σύμφωνα με την βιβλιογραφική έρευνα-επισκόπηση που πραγματοποιήθηκε, είναι η διαπίστωση / προσδιορισμός του τρόπου / είδους αλλά και της δύναμης / «έντασης» της συσχέτισης που υφίσταται μεταξύ δυο τυχαίων μεταβλητών. Σε αρκετές, -υπό εξερεύνηση- συνιστώσες, απαιτούνται δύο ή και περισσότερες ανεξάρτητες μεταβλητές ώστε να αποκρυπτογραφιστεί / ερμηνευτεί ακριβέστερα ένα φυσικό φαινόμενο για να εξαχθούν ορθότερα συμπεράσματα / αποτελέσματα.

Το θέμα της παρούσης πτυχιακής εργασίας είναι: «Υπόδειγμα Πολλαπλής Γραμμικής Παλινδρόμησης & Προϋποθέσεις Εφαρμογής. Εμπειρική Εφαρμογή με τη Χρήση Στατιστικών Πακέτων» και εγγράφηκε στα πλαίσια του προπτυχιακού προγράμματος του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων / Μεσολογγίου της Σχολής Διοίκησης & Οικονομίας του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, από τους φοιτητές Χατζηνικολάου Νικολέτα και Φαρμακίδη Ηλία.

Σε αυτό το σημείο θα θέλαμε αρχικά να ευχαριστήσουμε την καθηγήτρια και εισηγήτρια του θέματος: Δρ. Παναγιώτα Βάθη-Σαράβα. Η βοήθεια που μας πρόσφερε ήταν πολύτιμη για την αποπεράτωση του συγγράμματος.

Τους καθηγητές του τμήματός μας, που με τον έναν ή άλλο τρόπο μας βοήθησαν όλα τα χρόνια των σπουδών μας.

Τέλος ευχαριστούμε τους γονείς για την αμέριστη συμπαράσταση στα χρόνια των σπουδών μας.

Χατζηνικολάου Νικολέτα

Φαρμακίδης Ηλίας

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το θέμα της παρούσης πτυχιακής εργασίας είναι: «Υπόδειγμα Πολλαπλής Γραμμικής Παλινδρόμησης & Προϋποθέσεις Εφαρμογής. Εμπειρική Εφαρμογή με τη Χρήση Στατιστικών Πακέτων».

Αρχικά στο 1^ο κεφάλαιο οι: «Εισαγωγικές έννοιες», παρατίθενται γενικά στοιχεία για την Γραμμική Παλινδρόμηση, δίνεται γενική Εισαγωγή στην Πολλαπλή Παλινδρόμηση, η επιλογή των Ανεξάρτητων Μεταβλητών στην Πολλαπλή Παλινδρόμηση, άλλες μορφές Παλινδρόμησης και έπειτα η Ανάλυση Καταλοίπων.

Στο 2^ο κεφάλαιο με θέμα: «Μελέτη Περίπτωσης: Η εταιρεία Coffee Island», παρουσιάζονται γενικά στοιχεία για την εταιρεία Coffee Island, το χρονολόγιο της πορείας της, τα βραβεία που διακρίθηκε, η φιλοσοφία της, οι εγκαταστάσεις της και τέλος τα στοιχεία που χρειάζονται για εύρεση εργασίας / καριέρα στην εταιρεία Coffee Island.

Στο 3^ο κεφάλαιο με θέμα: «Ερευνητικό Μέρος: Η περίπτωση της ελληνικής εταιρείας Coffee Island», διατυπώνεται η μεθοδολογία της έρευνας (σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα, ερευνητικά εργαλεία, διάρθρωση ερωτηματολογίων, έλεγχος αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου πελατών της εταιρείας «Coffee Island»), τα ερευνητικά δεδομένα ποσοτικής έρευνας (φύλο, ηλικία, είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με το φύλο και με την ηλικία, ποικιλία καφέ προτίμησης, βαθμός ικανοποίησης από την γεύση του καφέ, την εμφάνιση, την ποιότητα, και την τιμή του καφέ, βαθμός ικανοποίησης από το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό), από το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής), από τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς), από το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί), από το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών), από την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες) και η συχνότητα επίσκεψης σε ένα «Coffee Island»), τέλος παρατίθενται τα ερευνητικά δεδομένα ποιοτικής έρευνας (κατοχή θέσης στην επιχείρηση «Coffee Island», χρόνια εργασίας, Οι βασικές αρχές της επιχείρησης, οι βασικοί «σταθμοί» στην πορεία της επιχείρησης, οι βασικές διακρίσεις της επιχείρησης, τα βασικά προσόντα για να εργαστεί κάποιος στην επιχείρηση, η διαδικασία πρόσληψης που ακολουθείται στην επιχείρηση, οι περιοχές που βρίσκονται οι φυτείες καφέ που χρησιμοποιεί

η επιχείρηση, ο αριθμός και το όνομα ποικιλιών καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island»).

Στο 4^ο και τελευταίο κεφάλαιο τα: «Συμπεράσματα» καταγράφονται στοιχεία του Υποδείγματος Πολλαπλής Γραμμικής Παλινδρόμησης και Προϋποθέσεις Εφαρμογής. Εμπειρική Εφαρμογή με τη Χρήση Στατιστικών Πακέτων στην περίπτωση της ελληνικής εταιρείας Coffee Island.

ABSTRACT

The subject of this dissertation is: «Multiple Linear Regression and Application Conditions, Experimental Application Using Statistical Packages».

Initially in Chapter 1: «Introductory concepts», is given general information on Linear Regression, a general introduction to Multiple Regression, the selection of Independent Variables in Multiple Regression, other forms of Regression, and then Residual Analysis.

The second chapter entitled «Case Study: Coffee Island». There are general facts about Coffee Island, the chronology of its course, its distinguished awards, its philosophy, its facilities and finally the data needed for find a job / career at Coffee Island.

In the third chapter «Research Party: The Case of the Greek Coffee Island Company», are presented the research methodology (purpose and research questions, research tools, structure of questionnaires, audit of the Coffee Island customer questionnaire) research data on quantitative research (gender, age, type of coffee preference for sex and age, variety of brown preference, degree of coffee flavor, appearance, quality and price of coffee, degree of satisfaction the store (modern and modernized equipment and design), by the staff (if hygienic standards are met), from the inside and outside of the store (clean and dignified) by staff (if it provides services in time (if he has the necessary knowledge to answer customer questions), the behavior of the staff (if he inspires confidence and confidence in customers) and the frequency of visit to a Coffee Island Research Quality Research Survey (Coffee Island, Years of Work, Basic Principles of Business, Key Stages in Business Processes, Basic Business Distinctions, Basic Qualifications to Work in Business, the recruitment procedure followed in the undertaking, the areas where the coffee plantations used by the company are used, the number and name of the coffee varieties used by the Coffee Island company).

In the 4th and the last chapter «Conclusions» are recorded elements of the Multiple Linear Regression Model and the Implementation Requirements, Experimental Application with the Use of Statistical Packages in the case of the Greek company Coffee Island.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ - ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ABSTRACT	7
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ – ΕΙΚΟΝΩΝ - ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	11
ΠΙΝΑΚΕΣ.....	11
ΕΙΚΟΝΕΣ	12
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....	12
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ - ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ.....	13
1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ»	14
1.1 Γενικά στοιχεία	14
1.2 Γραμμική Παλινδρόμηση.....	15
1.3 Γενική Εισαγωγή στην Πολλαπλή Παλινδρόμηση	19
1.4 Επιλογή των Ανεξάρτητων Μεταβλητών στην Πολλαπλή Παλινδρόμηση.....	20
1.5 Άλλες Μορφές Παλινδρόμησης.....	21
1.6 Ανάλυση καταλοίπων.....	22
2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ COFFEE ISLAND»	23
2.1 Γενικά στοιχεία	23
2.2 Χρονολόγιο της εταιρείας Coffee Island.....	24
2.3 Τα βραβεία της εταιρείας Coffee Island.....	25
2.4 Η Φιλοσοφία της εταιρείας Coffee Island.....	26
2.5 Εγκαταστάσεις της εταιρείας Coffee Island.....	27
2.6 Καριέρα στην εταιρεία Coffee Island	30

3 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ COFFEE ISLAND»	31
3.1 Γενικά στοιχεία	31
3.2 Μεθοδολογία έρευνας	32
3.2.1 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα	33
3.2.2 Ερευνητικά εργαλεία	33
3.2.3 Διάρθρωση ερωτηματολογίων	36
3.2.4 Έλεγχος αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου πελατών της εταιρείας «Coffee Island»	38
3.3 Ερευνητικά Δεδομένα ποσοτικής έρευνας	40
3.3.1 Φύλο	40
3.3.2 Ηλικία	41
3.3.3 Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με το Φύλο	42
3.3.4 Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με την ηλικία	43
3.3.5 Ποικιλία καφέ προτίμησης	44
3.3.6 Βαθμός ικανοποίησης από την γεύση του καφέ	45
3.3.7 Βαθμός ικανοποίησης από την εμφάνιση του καφέ	47
3.3.8 Βαθμός ικανοποίησης από την ποιότητα του καφέ	48
3.3.9 Βαθμός ικανοποίησης από την τιμή του καφέ	49
3.3.10 Βαθμός ικανοποίησης από το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό)	51
3.3.11 Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής)	52
3.3.12 Βαθμός ικανοποίησης για τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς)	54
3.3.13 Βαθμός ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί)	55

3.3.14	Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών).....	57
3.3.15	Βαθμός ικανοποίησης από την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες)	58
3.3.16	Συχνότητα επίσκεψης σε ένα «Coffee Island».....	60
3.4	Ερευνητικά Δεδομένα ποιοτικής έρευνας.....	61
3.4.1	Κατοχή θέσης στην επιχείρηση «Coffee Island».....	61
3.4.2	Χρόνια εργασίας στην επιχείρηση «Coffee Island».....	61
3.4.3	Οι βασικές αρχές της επιχείρησης «Coffee Island».....	61
3.4.4	Οι βασικοί «Σταθμοί» στην πορεία της επιχείρησης «Coffee Island».....	62
3.4.5	Οι βασικές διακρίσεις της επιχείρησης «Coffee Island»	62
3.4.6	Τα βασικά προσόντα, για να εργαστεί κάποιος, στην επιχείρηση «Coffee Island».....	62
3.4.7	Η διαδικασία πρόσληψης που ακολουθείται στην επιχείρηση «Coffee Island»	63
3.4.8	Οι περιοχές που βρίσκονται οι φυτείες καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island».....	63
3.4.9	Αριθμό και όνομα ποικιλιών καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island».....	63
4	ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ».....	65
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	71
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	72
1ο.	Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο Πελατών «Coffee Island».....	72
2ο.	Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο Συνέντευξης Εργαζομένων.....	75
	Πνευματικά δικαιώματα.....	77

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ – ΕΙΚΟΝΩΝ - ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 3.1: Περίληψη επεξεργασίας περιπτώσεων.	38
Πίνακας 3.2: Στατιστικά αξιοπιστίας.	38
Πίνακας 3.3: Συνολικές στατιστικές των στοιχείων / δεδομένων των μεταβλητών.	39
Πίνακας 3.4: Φύλο.	40
Πίνακας 3.5: Ηλικία.	41
Πίνακας 3.6: Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με το Φύλο.	42
Πίνακας 3.7: Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με την ηλικία.	43
Πίνακας 3.8: Ποικιλία καφέ προτίμησης.	44
Πίνακας 3.9: Στατιστικά στοιχεία για την γεύση του καφέ.	45
Πίνακας 3.10: Βαθμός ικανοποίησης από την γεύση του καφέ.	46
Πίνακας 3.11: Στατιστικά στοιχεία για την εμφάνιση του καφέ.	47
Πίνακας 3.12: Βαθμός ικανοποίησης από την εμφάνιση του καφέ.	47
Πίνακας 3.13: Στατιστικά στοιχεία για την ποιότητα του καφέ.	48
Πίνακας 3.14: Βαθμός ικανοποίησης από την ποιότητα του καφέ.	49
Πίνακας 3.15: Στατιστικά στοιχεία για την τιμή του καφέ.	49
Πίνακας 3.16: Βαθμός ικανοποίησης από την τιμή του καφέ.	50
Πίνακας 3.17: Στατιστικά στοιχεία για το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό).	51
Πίνακας 3.18: Βαθμός ικανοποίησης από το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό).	51
Πίνακας 3.19: Στατιστικά στοιχεία για το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής).	52
Πίνακας 3.20: Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής).	53
Πίνακας 3.21: Στατιστικά στοιχεία για τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς).	54
Πίνακας 3.22: Βαθμός ικανοποίησης για τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς).	54
Πίνακας 3.23: Στατιστικά στοιχεία για το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί).	55
Πίνακας 3.24: Βαθμός ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί).	56
Πίνακας 3.25: Στατιστικά στοιχεία για το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών).	57
Πίνακας 3.26: Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών).	57
Πίνακας 3.27: Στατιστικά στοιχεία για την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες).	58

Πίνακας 3.28: Βαθμός ικανοποίησης από την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες).....	59
Πίνακας 3.29: Συχνότητα επίσκεψης σε ένα «Coffee Island».....	60
Πίνακας 3.30: Κατοχή θέσης στην επιχείρηση «Coffee Island».....	61

EΙΚΟΝΕΣ

Εικόνα 2.1: Ένα, από τα 419 Καφεκοπτεία, της εταιρείας Coffee Island.....	23
Εικόνα 2.2: Εγκαταστάσεις αποθήκης της εταιρείας Coffee Island.....	24
Εικόνα 2.3: Εργαστηριακός εκπαιδευτικός χώρος της εταιρείας Coffee Island.....	27
Εικόνα 2.4: Το Εκπαιδευτήριο της εταιρείας Coffee Island.....	28
Εικόνα 2.5: Μεταποίηση καφέ.....	29

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Διάγραμμα 3.1: Φύλο.....	41
Διάγραμμα 3.2: Ηλικία.....	42
Διάγραμμα 3.3: Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με το Φύλο.....	43
Διάγραμμα 3.4: Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με την ηλικία.....	44
Διάγραμμα 3.5: Ποικιλία καφέ προτίμησης.....	45
Διάγραμμα 3.6: Βαθμός ικανοποίησης από την γεύση του καφέ.....	46
Διάγραμμα 3.7: Βαθμός ικανοποίησης από την εμφάνιση του καφέ.....	48
Διάγραμμα 3.8: Βαθμός ικανοποίησης από την ποιότητα του καφέ.....	49
Διάγραμμα 3.9: Βαθμός ικανοποίησης από την τιμή του καφέ.....	50
Διάγραμμα 3.10: Βαθμός ικανοποίησης από το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό).....	52
Διάγραμμα 3.11: Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής).....	53
Διάγραμμα 3.12: Βαθμός ικανοποίησης για τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς).....	55
Διάγραμμα 3.13: Βαθμός ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί).....	56
Διάγραμμα 3.14: Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών).....	58
Διάγραμμα 3.15: Βαθμός ικανοποίησης από την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες).....	59
Διάγραμμα 3.16: Συχνότητα επίσκεψης σε ένα «Coffee Island».....	60

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ - ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Backward selection: μέθοδος αποκλεισμού μεταβλητών

Correlation analysis: ανάλυση συσχέτισης

Curve estimation: Εκτίμηση καμπύλης

Dummy variable: ψευδομεταβλητή

Forward selection: προσθήκης μεταβλητών

Generalized linear models: γενικευμένων γραμμικών μοντέλων

Logistic regression: λογιστική παλινδρόμηση

Multicollinearity: πολυσυγγραμμικότητα

Multiple regression models: μοντέλα πολλαπλής παλινδρόμησης

Odds ratio: σχετικές πιθανότητες

Rebranding: εταιρικής ταυτότητας

Sample Roaster: καβούρδισμα δειγμάτων

SCA: Specialty Coffee Association (Ειδική Ένωση Καφέ)

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences (Στατιστικό πακέτο για τις κοινωνικές επιστήμες)

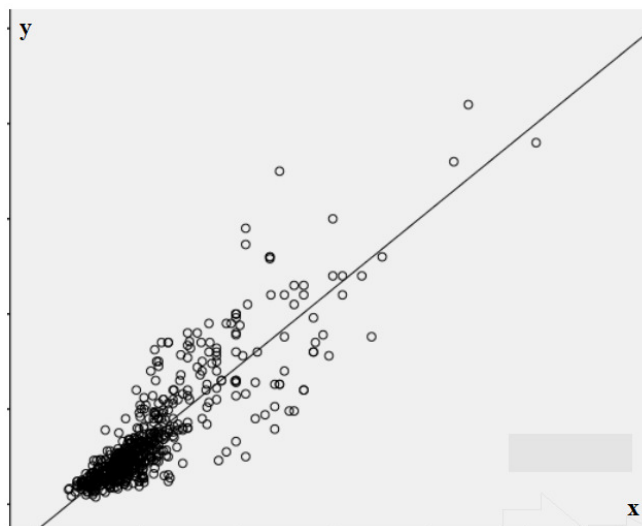
Stepwise regression: βηματικής παλινδρόμησης

1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ»

1.1 Γενικά στοιχεία

Ένα ζήτημα που τίθεται συχνά στη στατιστική συμπερασματολογία, είναι ο προσδιορισμός του είδους αλλά και της έντασης της σχέσης που υπάρχει μεταξύ δυο τυχαίων μεταβλητών. Στην περίπτωση των δίτιμων τυχαίων μεταβλητών, αναφέρθηκε ότι μετρό της υφιστάμενης σχέσης τους είναι ο λόγος των σχετικών πιθανοτήτων (odds ratio). Μια τεχνική, η οποία χρησιμοποιείται ευρύτατα για τον ποσοτικό προσδιορισμό της σχέσης δυο συνεχών τυχαίων μεταβλητών, είναι η ανάλυση συσχέτισης (correlation analysis). Όπου με τον όρο συσχέτιση ορίζεται ο βαθμός στον οποίο συμεταβάλλονται δυο συνεχείς τυχαίες μεταβλητές, υπό την προϋπόθεση ότι η σχέση τους είναι γραμμική (Γναρδέλλης, 2003).

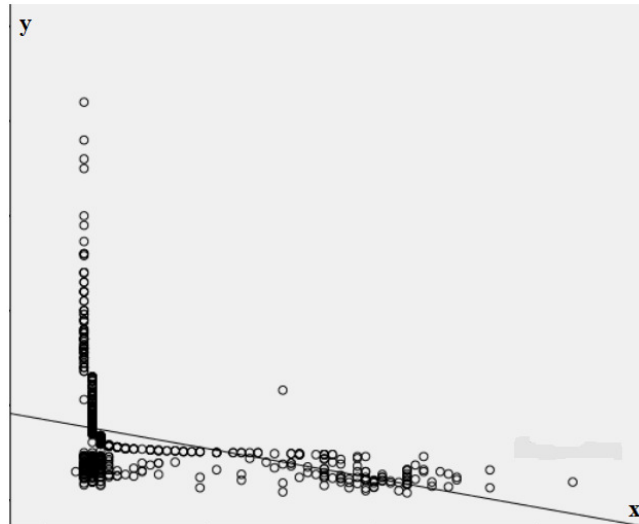
Στην πραγματικότητα υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους μπορούν να συσχετίζονται οι τιμές δυο συνεχών τυχαίων μεταβλητών και είναι απαραίτητο, προτού γίνει οποιοσδήποτε ποσοτικός προσδιορισμός της σχέσης τους, να οριστεί πρώτα η συναρτησιακή μορφή της. Η συνήθης παραδοχή που γίνεται για τη σχέση δυο συνεχών τυχαίων μεταβλητών X και Y είναι ότι αυτή είναι γραμμική. Δηλαδή ότι η συνδυασμένη απεικόνιση των τιμών των δυο μεταβλητών σε ένα ορθογώνιο σύστημα αξόνων, ορίζει ένα σύστημα σημείων τα οποία τείνουν να συσσωρεύονται κατά μήκος μιας ευθείας γραμμής (Σχήμα 1.1) (Γναρδέλλης, 2003).



Σχήμα 1.1: Διαγραμματική απεικόνιση δύο γραμμικά συσχετιζόμενων συνεχών τυχαίων μεταβλητών.

Πηγή: (Ηλιοπούλου, 2015).

Στην πράξη, πολλές από τις σχέσεις που διερευνώνται δεν έχουν την έντονη γραμμικότητα που εμφανίζεται μεταξύ των μεταβλητών του Σχήματος 1.1. Συχνά προκύπτουν διαγραμματικές απεικονίσεις που υποδηλώνουν ασθενέστερες γραμμικές σχέσεις, οι οποίες όμως, εφόσον δεν αντικατοπτρίζουν κάποιου άλλου είδους συναρτησιακή μορφή, δεν μπορούν παρά να θεωρηθούν γραμμικές (Σχήμα 1.2) (Ηλιοπούλου, 2015).



Σχήμα 1.2: Ασθενής γραμμική σχέση μεταξύ δύο συνεχών τυχαίων μεταβλητών (αρνητική σχέση).

Πηγή: (Ηλιοπούλου, 2015).

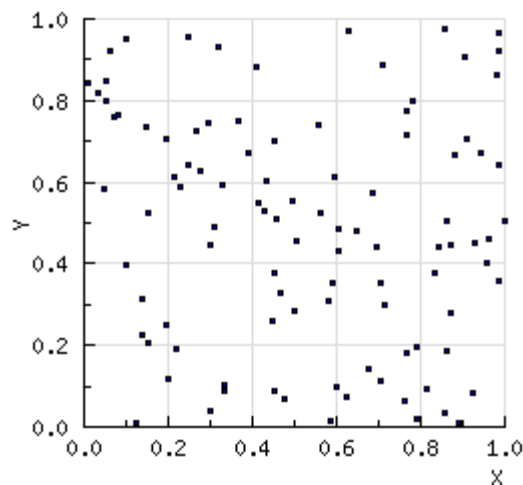
1.2 Γραμμική Παλινδρόμηση

Αν ο συμμετρικός ρόλος των δυο μεταβλητών δεν υφίσταται και η γραμμική σχέση των δυο συνεχών μεταβλητών οριστεί με όρους εξάρτησης της μιας από την άλλη, δηλαδή αν η μεταβολή των τιμών της μιας μεταβλητής θεωρηθεί ότι προκύπτει από τη μεταβολή των τιμών της άλλης, τότε η ανάλυση της σχέσης των δυο μεταβλητών πραγματοποιείται με την βοήθεια της απλής γραμμικής παλινδρόμησης¹. Η απλή γραμμική παλινδρόμηση ποσοτικοποιεί τη σχέση των δυο συνεχών τυχαίων μεταβλητών X και Y υπό την μορφή ενός γραμμικού υποδείγματος, στο οποίο οι τιμές της μιας μεταβλητής εκτιμώνται (ή προβλέπονται) από τις τιμές της άλλης. Η προγνωστική αξία ενός τέτοιου υποδείγματος μπορεί να διερευνηθεί περαιτέρω, αν σε αυτό συμπεριληφθούν περισσότερες από μια ανεξάρτητες μεταβλητές, οι οποίες επιδρούν στις τιμές της εξαρτημένης μεταβλητής χρήση και η ερμηνεία ενός υποδείγματος παλινδρόμησης με πολλές ανεξάρτητες μεταβλητές - γνωστό ως υπόδειγμα απλής γραμμικής παλινδρόμησης (multiple regression model)- είναι φυσική προέκταση του υποδείγματος της απλής γραμμικής παλινδρόμησης, αν και οι

¹ Μοντέλα παλινδρόμησης που περιέχουν δύο ή περισσότερες ανεξάρτητες μεταβλητές ονομάζονται μοντέλα πολλαπλής παλινδρόμησης (multiple regression models).

υπολογισμοί που απαιτούνται για την εκτίμηση των αντίστοιχων συντελεστών είναι αρκετά πιο σύνθετοι και χρονοβόροι (Πανάρετος, 2007).

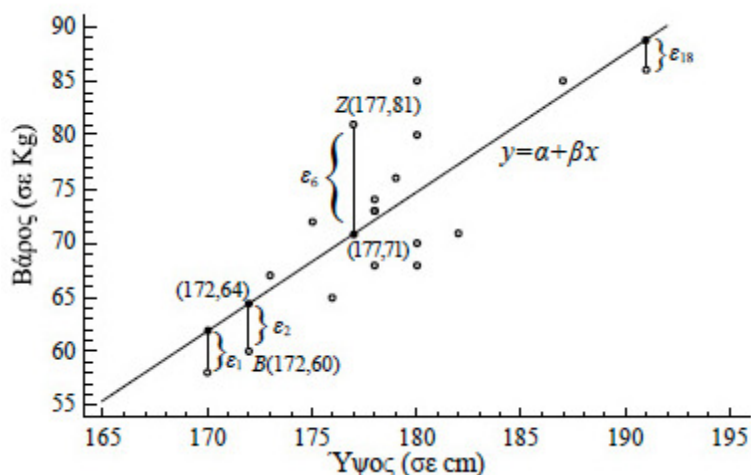
Στη δειγματική εξίσωση της παλινδρόμησης το ενδιαφέρον σε ένα τυπικό πρόβλημα της εστιάζεται στον προσδιορισμό της πληθυσμιακής ευθείας της γραμμικής παλινδρόμησης. Με τον προσδιορισμό αυτόν της ευθείας αυτής να ισοδυναμεί με την εκτίμηση των συντελεστών της παλινδρόμησης α και β . Για να μπορέσουν να εκτιμηθούν οι πληθυσμιακοί συντελεστές, αυτό γίνεται με την βοήθεια ενός στοιχείου δείγματος το οποίο λαμβάνεται από τον πληθυσμό και υπολογίζεται η αντίστοιχη δειγματική ευθεία της παλινδρόμησης. Ο προσδιορισμός αυτός είναι η βάση για την εκτίμηση των αντίστοιχων πληθυσμιακών συντελεστών. Προτού προσδιοριστεί η δειγματική ευθεία της παλινδρόμησης πρέπει πρώτα να επιβεβαιωθεί η γραμμική σχέση που υπάρχει μεταξύ των δυο μεταβλητών στα δειγματικά δεδομένα, η διαδικασία αυτή γίνεται με την βοήθεια ενός διαγράμματος διασποράς (Σταυρακούδης, 2018).



Σχήμα 1.3: Διάγραμμα διασποράς.

Πηγή: (Σταυρακούδης, 2018).

Ο προσδιορισμός της ευθείας πρέπει να γίνει με αντικειμενικό τρόπο ώστε η προσέγγιση των σημείων από αυτήν να είναι όσο τον δυνατόν πιο βέλτιστη. Η μέθοδος που χρησιμοποιούμε για το σκοπό αυτόν ονομάζεται μέθοδος των ελαχίστων τετραγώνων και η ευθεία αυτή ονομάζεται ευθεία των ελαχίστων τετραγώνων. Η διαφορά της τιμής y_i από το σημείο \hat{y}_i που ορίζεται από την κατακόρυφη προβολή (x_i, \hat{y}_i) επί της ευθείας είναι η απόσταση e_i . Η απόσταση αυτή ονομάζεται υπόλοιπο ή σφάλμα (Γναρδέλλης, 2003).



Σχήμα 1.4: Προσαρμογή ευθείας ελαχίστων τετραγώνων στο διάγραμμα διασποράς των δεδομένων Υψους και Βάρους.

Πηγή: (Σταυρακούδης, 2018).

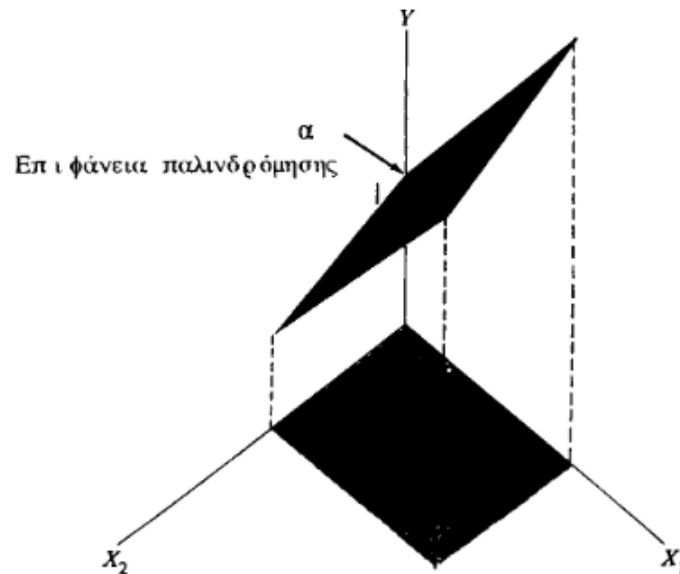
Στο υπόδειγμα της απλής γραμμικής παλινδρόμησης υποθέτουμε ότι η σχέση μιας συνεχούς μεταβλητής y και μια σειράς k ανεξάρτητων μεταβλητών $\chi_1, \chi_2, \dots, \chi_k$ είναι γραμμική. Η εκτίμηση των τιμών της y από τις τιμές των ανεξάρτητων μεταβλητών είναι εφικτή όταν ισχύουν τα εξής (Γναρδέλλης, 2003):

- Ο προσδιορισμός των μεταβλητών γίνεται χωρίς σφάλμα
- Σε κάθε σύνολο των τιμών $\chi_1, \chi_2, \dots, \chi_k$ των μεταβλητών $\chi_1, \chi_2, \dots, \chi_k$ αντιστοιχεί ένας υπο-πληθυσμός τιμών της y όπου ακολουθεί την κανονική κατανομή.
- Οι μέσες τιμές των υπο-πληθυσμών της y συνδυάζονται με τις αντίστοιχες τιμές των μεταβλητών $\chi_1, \chi_2, \dots, \chi_k$.
- Οι διακυμάνσεις των υπό -πληθυσμών της y που ορίζονται για κάθε σύνολο των τιμών $\chi_1, \chi_2, \dots, \chi_k$ είναι ίσες.
- Οι τιμές της y είναι ανεξάρτητες η μια της άλλης.

Με τη βοήθεια της μεθόδου των ελαχίστων τετραγώνων μπορούμε να εκτιμήσουμε την πληθυσμιακή εξίσωση της πολλαπλής παλινδρόμησης χρησιμοποιώντας ένα τυχαίο δείγμα παρατηρήσεων το οποίο αναπαρίσταται συμβολικά $(\chi_{1i}, \chi_{2i}, \dots, \chi_{ki}, y_i)$.

Η εξίσωση της παλινδρόμησης, y_i είναι η παρατηρούμενη από τα δειγματικά δεδομένα τιμή της μεταβλητής Y για ένα συγκεκριμένο σύνολο τιμών $\chi_{1i}, \chi_{2i}, \dots, \chi_{ki}$, ενώ \hat{y}_i είναι η αντίστοιχη τιμή της Y , η εκτιμώμενη από το υπόδειγμα της πολλαπλής παλινδρόμησης. Όταν στο υπόδειγμα υπεισέρχεται μια ανεξάρτητη μεταβλητή, οι εκτιμώμενες τιμές της Y βρίσκονται τοποθετημένες σε μια ευθεία γραμμή – την ευθεία των ελαχίστων τετραγώνων. Όταν υπεισέρχονται δυο ή περισσότερες ανεξάρτητες μεταβλητές, οι

εκτιμώμενες τιμές είναι τοποθετημένες αντίστοιχα σε ένα επίπεδο ενός τρισδιάστατου χώρου ή σε ένα υπερεπίπεδο ενός πολυδιάστατου χώρου (Γναρδέλλης, 2003).



Σχήμα 1.5: Η επιφάνεια Παλινδρόμησης με ανεξάρτητες μεταβλητές.

Πηγή: (Σταυρακούδης, 2018).

Η ερμηνεία των συντελεστών του πολλαπλού υποδείγματος της παλινδρόμησης γίνεται για την περίπτωση δυο ανεξάρτητων μεταβλητών καθώς και για περισσότερες των δυο μεταβλητών. Στην περίπτωση των δυο ανεξάρτητων μεταβλητών του υποδείγματος γράφεται (Γναρδέλλης, 2003):

$$y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \varepsilon$$

Όπου ο β_1 είναι η μέση μεταβολή της Y για μια μονάδα αύξησης της x_1 , όταν η x_2 διατηρείται σταθερή, ο δε β_2 είναι η μέση μεταβολή της Y για μια μονάδα αύξησης της x_2 όταν η x_1 διατηρείται σταθερή.

Η ισότητα αυτή ερμηνεύει πλήρως το συντελεστή β_1 ως τη μέση μεταβολή της εξαρτημένης μεταβλητής Y για μια μονάδα αύξησης της x_1 όταν οι γραμμικές σχέσεις της x_2 με την Y και της x_2 με την x_1 έχουν αφαιρεθεί από το υπόδειγμα. Τέλος ο συντελεστής παλινδρόμησης β_i της μεταβλητής x_i είναι η μέση μεταβολή της εξαρτημένης μεταβλητής Y

Για μια μονάδα αύξησης της x_i όταν οι γραμμικές σχέσεις των υπολοίπων μεταβλητών με την Y και x_i έχουν αφαιρεθεί από το υπόδειγμα.

1.3 Γενική Εισαγωγή στην Πολλαπλή Παλινδρόμηση

Σε πολλά πρακτικά προβλήματα χρειάζονται δύο ή και περισσότερες ανεξάρτητες μεταβλητές ώστε να ερμηνευτεί ακριβέστερα ένα φυσικό φαινόμενο προκειμένου να εξαχθούν σωστότερα συμπεράσματα. Παραδείγματος χάριν, το μοντέλο παλινδρόμησης όταν χρησιμοποιείται για να προβλεφθεί η ζήτηση ενός προϊόντος μιας εταιρίας σε 25 διαφορετικές πόλεις είναι απαραίτητη και η χρήση κοινωνικοοικονομικών μεταβλητών (μέσο οικογενειακό εισόδημα, μόρφωση του αρχηγού της οικογένειας και μέσος αριθμός χρόνος εκπαίδευσης), δημογραφικές μεταβλητές (μέσο μέγεθος οικογενειών, ποσοστό συνταξιούχων) και περιβαλλοντολογικές μεταβλητές (μέση ημερήσια θερμοκρασία, δείκτης ατμοσφαιρικής ρύπανσης) (Πανάρετος, 2007).

Η πολλαπλή παλινδρόμηση είναι η παλινδρόμηση με περισσότερες από μία ανεξάρτητες μεταβλητές και η εξίσωσή της έχει την εξής μορφή:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k + e$$

όπου k είναι ο αριθμός των εισαγόμενων ανεξάρτητων μεταβλητών.

Στην ανάλυση πολλαπλής παλινδρόμησης ο αριθμός των ανεξάρτητων μεταβλητών σχετίζεται με τον αριθμό των παρατηρήσεων. Στη βιβλιογραφία γίνεται αναφορά σε εμπειρικοί κανόνες, δηλαδή ότι σε κάθε ανεξάρτητη μεταβλητή πρέπει να αντιστοιχούν τουλάχιστον 10 ή 20 παρατηρήσεις. Τις περισσότερες φορές ο αριθμός των ανεξάρτητων μεταβλητών δεν ξεπερνά τις δέκα.

Ακόμα, στην πολλαπλή παλινδρόμηση οι ανεξάρτητες μεταβλητές δεν πρέπει να συσχετίζονται μεταξύ τους ή αλλιώς δεν πρέπει να έχουν πολυσυγγραμμικότητα (multicollinearity). Τα δεδομένα για τους νομούς της χώρας είναι ένα παράδειγμα πολυσυγγραμμικότητας.

Όπως και για την απλή παλινδρόμηση έτσι και στην πολλαπλή παλινδρόμηση προσδιορίζονται περισσότερες παράμετροι με τρόπο ανάλογο, δηλαδή με την ελαχιστοποίηση του αθροίσματος των τετραγώνων των καταλοίπων. Δηλαδή από τη στιγμή που υπάρχουν δύο ανεξάρτητες μεταβλητές, πρέπει να προσδιοριστούν τρεις παράμετροι, οι a , b_1 και b_2 . Αυτού του είδους η πολλαπλή παλινδρόμηση αντιστοιχεί σε προσαρμογή επιπέδου (αντί ευθείας) και μπορεί να υπάρχει παράσταση σε τρεις διαστάσεις. Ωστόσο, με περισσότερες ανεξάρτητες μεταβλητές δεν απεικονίζεται γεωμετρικά το μοντέλο της παλινδρόμησης (Πανάρετος, 2007).

1.4 Επιλογή των Ανεξάρτητων Μεταβλητών στην Πολλαπλή Παλινδρόμηση

Στην ανάλυση παλινδρόμησης οι μεταβλητές που χρησιμοποιούνται είναι συνήθως ποσοτικές μεταβλητές. Επίσης, δεν χρησιμοποιούνται γενικά ποιοτικές μεταβλητές, στην ονομαστική ή την ιεραρχική κλίμακα. Ωστόσο, κάποιες φορές είναι βασικό να περιλαμβάνονται και ποιοτικές μεταβλητές στο μοντέλο. Παραδείγματος χάριν, η ύπαρξη θέσης στάθμευσης μπορεί να θεωρηθεί πολύ σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την αξία των κατοικιών, ιδιαίτερα σε πυκνοκατοικημένες αστικές περιοχές. Στην μεταβλητή αυτή λαμβάνονται οι τιμές «ναι» και δηλαδή η μεταβλητή είναι δυαδική. Αν στην τιμή 1 αντιστοιχεί το «ναι» και στην τιμή 0 το «όχι», τότε μπορεί να περιληφθεί η μεταβλητή αυτή στην ανάλυση ως ψευδομεταβλητή (dummy variable). Στην περίπτωση που η ποιοτική μεταβλητή π.χ. οι χρήσεις γης έχει περισσότερες από μία κατηγορίες (k), τότε δημιουργείται k-1 ψευδομεταβλητές αφαιρώντας μία κατηγορία (Πανάρετος, 2007).

Σε μια πολλαπλή παλινδρόμηση η επιλογή των ανεξάρτητων μεταβλητών δεν είναι απλή διαδικασία όταν υπάρχει διαθέσιμος μεγάλος αριθμός μεταβλητών. Η διερεύνηση σε τέτοιου είδους περιπτώσεις με τις επιμέρους απλές παλινδρομήσεις, δημιουργεί πολύ μεγάλο αριθμό δοκιμών. Γενικά πρέπει να υπάρχει μια ερευνητική υπόθεση, η οποία θα καθοδηγεί στη δόμηση του μοντέλου και όχι απλά στη διαπίστωση του αν προκύπτουν υψηλές συσχετίσεις, καθώς αυτό μπορεί να είναι παραπλανητικό. Όταν όμως χρειάζεται να διερευνηθούν τα δεδομένα και να σχηματιστούν ερευνητικές υποθέσεις τότε χρησιμοποιούνται μέθοδοι που είναι διαθέσιμες στα λογισμικά στατιστικής ανάλυσης (Κούτρας, Μ., 2011).

Η μέθοδος της προοδευτικής προσθήκης μεταβλητών (forward selection) αποτελεί την πρώτη μέθοδο. Αρχικά, υπάρχει ένα μοντέλο που δεν έχει καμία μεταβλητή και στη κατόπιν προστίθεται κάθε φορά από μία μεταβλητή με σημαντική συνεισφορά στο μοντέλο. Η πρώτη μεταβλητή είναι αυτή με την υψηλότερη συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή και μετά επιλέγονται κατά σειρά σημαντικότητας οι επόμενες μεταβλητές. Η μέθοδος αποκλεισμού μεταβλητών (backward selection) είναι η αντίθετη διαδικασία, δηλαδή στην αρχή περιλαμβάνονται όλες οι μεταβλητές στο μοντέλο και σε κάθε βήμα αποκλείεται μία μεταβλητή, που δεν συνεισφέρει σημαντικά σε αυτό. Η πρώτη μεταβλητή που αφαιρείται είναι αυτή με το μικρότερο R^2 (της απλής παλινδρόμησης), με την προϋπόθεση ότι δεν συνεπάγεται σημαντική μείωση του R^2 της πολλαπλής παλινδρόμησης. Η διαδικασία

εξακολουθεί μέχρι η αφαίρεση μεταβλητών να συνεπάγεται σημαντική μείωση του R^2 . Η διαδικασία της βηματικής παλινδρόμησης (stepwise regression) μοιάζει με τη μέθοδο της προοδευτικής προσθήκης μεταβλητών. Ωστόσο, σε κάθε βήμα ελέγχεται αν οι μεταβλητές οι οποίες έχουν ήδη προστεθεί εξακολουθούν να είναι σημαντικές (Κούτρας, Μ., 2011).

1.5 Άλλες Μορφές Παλινδρόμησης

Μαζί με τις γραμμικές σχέσεις υπάρχει και μια μεγάλη ποικιλία καμπυλόγραμμων σχέσεων. Κάποιες από αυτές μετατρέπονται σε σχέσεις σε ευθεία γραμμή, άρα διευκολύνεται και η προσαρμογή του προαναφερθέντος μοντέλου της παλινδρόμησης. Μια συνηθισμένη μετατροπή γίνεται χρησιμοποιώντας λογάριθμους στις μεταβλητές ή στις παραμέτρους των μοντέλων. Ακολουθούν ορισμένες χαρακτηριστικές περιπτώσεις οι οποίες εφαρμόζονται σε γεωγραφικά προβλήματα και είναι οι εξής (Κούτρας, Μ., 2011):

Το εκθετικό μοντέλο έχει τη γενική μορφή $Y = ae^{bX}$ και μπορεί να μετατραπεί σε γραμμικό με τον λογάριθμο της Y :

$$\ln Y = \ln a + bX$$

Δηλαδή ο φυσικός λογάριθμος της μεταβλητής Y συνδέεται γραμμικά με την ανεξάρτητη μεταβλητή X . Οι παράμετροι της εξίσωσης είναι $\ln a$ και b και η εκτίμησή τους γίνεται με τη μέθοδο των ελαχίστων τετραγώνων.

Είναι πολύ σημαντική η καμπύλη η οποία ορίζεται από τη γενική συνάρτηση $Y = aX^b$ στη γεωμορφολογία και την υδρολογία και μπορεί να μετατραπεί σε ευθεία γραμμή λογαριθμώντας και τις δύο μεταβλητές X και Y :

$$\log Y = \log a + b \log X$$

Μια διαφορετική περίπτωση παλινδρόμησης συμβαίνει όταν η εξαρτημένη μεταβλητή είναι κατηγορική και δυαδική, δηλαδή λαμβάνει δύο τιμές 0 και 1, με αποτέλεσμα το μοντέλο να ονομάζεται λογιστική παλινδρόμηση (logistic regression). Στην εξαρτημένη μεταβλητή για απαριθμήσεις ή αναλογίες, όπως είναι η συχνότητα εμφάνισης μιας ασθένειας, χρησιμοποιούνται τα μοντέλα της παλινδρόμησης Poisson (Poisson regression). Πρόκειται για μοντέλα που ανήκουν στην ομάδα των γενικευμένων γραμμικών μοντέλων (generalized linear models) και αποτελούν γενίκευση της μεθόδου των ελαχίστων τετραγώνων (Κούτρας, Μ., 2011).

Στο SPSS διατίθενται αρκετά μοντέλα προσαρμογής καμπυλών στο μενού Curve estimation, στο οποίο περιλαμβάνονται πολώνυμα δεύτερης και τρίτης τάξης, λογαριθμικές και εκθετικές συναρτήσεις κλπ. Ακόμα, υπάρχει η δυνατότητα επίλυσης λογιστικής παλινδρόμησης και παλινδρόμησης Poisson (Παπάνα, 2015).

1.6 Ανάλυση καταλοίπων

Για την ανάλυση παλινδρόμησης μία από τις παραδοχές είναι ότι τα κατάλοιπα είναι ανεξάρτητα. Αυτό σημαίνει ότι η τιμή του σφάλματος για μία παρατήρηση είναι ανεξάρτητη από την τιμή του σφάλματος για μία άλλη παρατήρηση. Συνήθως αυτή η παραδοχή παραβιάζεται όταν γίνεται η ανάλυση των γεωγραφικών φαινομένων λόγω της συνέχειας του γεωγραφικού χώρου και του φαινομένου της χωρικής αυτοσυσχέτιση (Παπάνα, 2015)ς.

Τα κατάλοιπα της παλινδρόμησης στη Γεωγραφική Ανάλυση αποτελούν αντικείμενο ανάλυσης ώστε να διαπιστωθεί αν ακολουθούν κάποιο χωρικό πρότυπο. Με αυτό τον τρόπο διαπιστώνεται κατά πόσο υπάρχει κάποιο χαρακτηριστικό των περιπτώσεων που αναλύονται, το οποίο στην ανάλυση παλινδρόμησης δεν έχει ληφθεί υπόψη, και άρα μπορεί να εντοπίσει μια νέα ανεξάρτητη μεταβλητή χωρίς να βρίσκεται στα αρχικά δεδομένα και βελτιώνοντας την ερμηνευτική ικανότητα του μοντέλου. Η ανάλυση των καταλοίπων γίνεται αρχικά με τη χαρτογράφησή τους (Παπάνα, 2015).

2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ COFFEE ISLAND»

2.1 Γενικά στοιχεία

Στην πόλη της Πάτρας το 1999 έγινε η αρχή με γνώμονα την αγάπη για τον καφέ. Το 2006 ήταν μια χρονιά-σταθμός, καθώς ιδρύθηκε η ίδια μονάδα για τη μεταποίηση του καφέ, επενδύοντας σε εξοπλισμό και τεχνογνωσία. Στη συνέχεια, το 2009 με την ενδυνάμωση της ομάδας, δημιουργήθηκε μια νέα εμπειρία για ποιοτικό καφέ στο χέρι, κάτι τελείως φρέσκο, καινοτόμο και πρωτότυπο.

Το 2013 πραγματοποιήθηκε ο επανασχεδιασμός της εταιρικής ταυτότητας (rebranding), παραμένοντας όμως πιστοί στον αρχικό σχεδιασμό και σεβόμενοι την υπάρχουσα δυναμική.

Οι στόχοι, το πλάνο και η στρατηγική από τότε μέχρι σήμερα έχουν αλλάξει, αλλά όχι το όραμα και οι αξίες της εταιρείας. Πλέον, η ανταπόκριση του κοινού μεταφράζεται και σε αριθμούς, καθώς απαριθμούνται πάνω από 400 καταστήματα σε Ελλάδα και εξωτερικό (Coffee Island, 2018).



Εικόνα 2.1: Ένα, από τα 419 Καφεκοπτεία, της εταιρείας Coffee Island.

Πηγή: (Coffee Island, 2018).

Στα τέλη του 2016, η εταιρεία μεγάλωσε ακόμα περισσότερο, φτάνοντας πια και στο εξωτερικό και, πιο συγκεκριμένα, στο Λονδίνο. Κατόπιν, το Μάιο του 2017 η εταιρεία επεκτάθηκε και στην αγορά του Καναδά ανοίγοντας το πρώτο κατάστημα στο Τορόντο.

Με κίνητρο τις απαιτήσεις των καταναλωτών και των συνεργατών, η εταιρεία υιοθέτησε μια νέα οπτική και ταυτότητα (επανασχεδιασμός λογότυπου και packaging),

σύγχρονο επικοινωνιακό προφίλ και νέο αρχιτεκτονικό ύφος στα καταστήματά της (Coffee Island, 2018).



Εικόνα 2.2: Εγκαταστάσεις αποθήκης της εταιρείας Coffee Island.

Πηγή: (Coffee Island, 2018).

2.2 Χρονολόγιο της εταιρείας Coffee Island

Το Χρονολόγιο της εταιρείας Coffee Island (Coffee Island, 2018):

- 2006: Ίδρυση ίδιας μονάδας παραγωγής για τη μεταποίηση του καφέ, επενδύοντας σε εξοπλισμό και τεχνογνωσία, κυρίως από την Ιταλία.
- 2009: Δραστηριοποιούμαστε στο εξωτερικό, εγκαινιάζοντας το πρώτο κατάστημα Coffee Island στη Λευκωσία. Μέσα σε διάστημα τριών ετών δημιουργήθηκε ένα ισχυρό δίκτυο καταστημάτων στην Κύπρο, το οποίο αναπτύσσεται συνεχώς αριθμώντας σήμερα 49 καταστήματα.
- 2010: Πλήρης ανακαίνιση των καταστημάτων και ένταξη των υπηρεσιών takeaway (Coffee on-the-go) υιοθετώντας το σημερινό concept, δηλαδή τον συνδυασμό της ζεστασιάς του παραδοσιακού καφεκοπτείου με τον αέρα και την αύρα ενός μοντέρνου espresso bar.
- Αυτή η πρωτοποριακή στροφή, ικανοποίησε τις σύγχρονες ανάγκες των πελατών και καταξίωσε την εταιρεία στις συνειδήσεις τους.

- 2012ς Δημιουργία δύο υπερσύγχρονων μονάδων μεταποίησης και συσκευασίας καφέ στην Πάτρα και επέκταση των υπαρχουσών αποθηκών. Η επένδυση σε μηχανολογικό εξοπλισμό έδωσε τη δυνατότητα εξασφάλισης της μέγιστης ποιότητας στο πλαίσιο της δεδομένης αύξησης της παραγωγής που προκύπτει από την συνεχόμενη επέκταση του δικτύου των καταστημάτων.
- 2013 – 2014: Συνέχιση της ανοδικής πορείας, με διαρκή επέκταση του δικτύου.
- 2016: Δυναμική είσοδος στην αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου, εγκαινιάζοντας το πρώτο καφεκοπτείο Coffee Island στο Λονδίνο.
- 2017: Υπερατλαντική επέκταση, ανοίγοντας το 1ο Καφεκοπτείο στο Τορόντο του Καναδά.

2.3 Τα βραβεία της εταιρείας Coffee Island

Στη συνέχεια ακολουθούν τα βραβεία της εταιρείας Coffee Island (Coffee Island, 2018):

- 2012 Franchise Awards – Fast Growth Franchisor
- 2013 Franchise Awards – Fast Growth Franchisor
- 2013 Franchise Awards – Best Concept Redesign
- 2014 Franchise Awards – Fast Growth Franchisor
- 2014 Franchise Awards – Best Concept Redesign
- 2014 European Business Awards – National Champion
- 2014 European Coffee Awards – 10 best coffee chains in Southern Europe
- 2015 Franchise Awards – Bespoken Franchisor
- 2015 European Business Awards – National Champion
- 2015 European Business Awards – The Elite Award for Growth Strategy
- 2016 Franchise Awards – Fast Growth Franchisor
- 2016 European Business Awards – National Champion
- 2016 Best Coffee Chain — Southern Europe
- 2017 Fastest-Growing Company Award - BURJ CEO Award
- 2017 Αριστείο «Ενίσχυση Απασχόλησης, Μικρές & Μεσαίες Επιχειρήσεις» - Αριστεία Εταιρικής Υπευθυνότητας
- 2017 Franchise Business - Best Franchise Leader of the Year
- 2017 Franchise Business - Fast Growth Franchise

- 2017 Franchise Business - Best International Expansion
- 2017 Franchise Business - Best Marketing Campaign
- 2017 Franchise Business - Best Social Media Strategy
- 2018 Estia Awards 2018 - Total Experience Gold
- 2018 Estia Awards 2018 - Best Coffee Selection Gold
- 2018 Estia Awards 2018 - Social & Digital Presence Silver
- 2018 Estia Awards 2018 - Strategic Growth Gold
- 2018 Βραβείο καινοτομίας και προσφοράς στο επιχειρείν
- 2018 Best Coffee Chain - Southern Europe

2.4 Η Φιλοσοφία της εταιρείας Coffee Island

Ο οργανισμός της εταιρείας Coffee Island αποτελείται από ανθρώπους, οι οποίοι πιστεύουν στο ίδιο όραμα και τις ίδιες αξίες.

Αυτό που τους ενώνει είναι οι κοινοί στόχοι και το κοινό όραμα. Σε όλα τα στάδια, από την επιλογή της πρώτης ύλης μέχρι την κατάλληλη αξιοποίησή της, όσοι εμπλέκονται έχουν τον ίδιο στόχο. Επίσης, προσπαθούν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους, ώστε να συμβαδίζουν με τα διεθνώς αναγνωρισμένα πρότυπα πιστοποίησης (Κωνσταντινόπουλος, 2018).

Το αποτέλεσμα αυτής της προσπάθειας είναι να αποτελεί η εταιρεία μέλος του Specialty Coffee Association (SCA), να κατέχει ISO 22000:2005, καθώς και 3 άτομα της εταιρείας να έχουν SCA Coffee Diploma Award.

Είναι προφανές ότι όλες οι παραπάνω δραστηριότητες στοχεύουν στη σταθερή και βιώσιμη διατήρηση και ανάπτυξη του δικτύου, η οποία στηρίζεται σε τρεις πυλώνες που αποτελούν και τις βασικές αρχές της εταιρείας (Κωνσταντινόπουλος, 2018):

- Σεβασμός στον καταναλωτή, προσφέροντας υψηλής ποιότητας προϊόντα και υπηρεσίες.
- Σεβασμός στον επιχειρηματία, ο οποίος εμπιστεύεται το δίκτυο της εταιρείας για να πραγματοποιήσει τα επιχειρηματικά του πλάνα και όνειρα.
- Αρμονικός συνδυασμός του παραδοσιακού καφεκοπτείου, που αποτελούσε πάντα ένα σημαντικό κομμάτι της ελληνικής γειτονιάς, με το μοντέρνο espresso bar.

2.5 Εγκαταστάσεις της εταιρείας Coffee Island

Το Coffee Campus έχει στη διάθεσή του 4 κέντρα, στην Πάτρα, στην Αθήνα, στη Θεσσαλονίκη και στη Λευκωσία. Τα εκπαιδευτήρια της εταιρείας είναι πιστοποιημένα Κέντρα Δια Βίου Μάθησης και πιστοποιημένα SCA Premier Training Campuses από τον παγκόσμιο οργανισμό, ο οποίος προωθεί τον ποιοτικό καφέ SCA. Οι εκπαιδευτές του coffee campus είναι καταρτισμένοι τόσο στην εκπαίδευση όσο και στην πρακτική εμπειρία στον χώρο του καφέ. Επίσης, στην ομάδα του Coffee Campus ανήκουν 6 Authorized SCA Trainers (ASTs), οι οποίοι κατέχουν την ανώτατη διάκριση στο χώρο του καφέ και 3 Q graders (Coffee Island, 2018).



Εικόνα 2.3: Εργαστηριακός εκπαιδευτικός χώρος της εταιρείας Coffee Island.

Μία από τις αξίες στην Coffee Island αποτελεί η επένδυση στην γνώση και την καινοτομία. Για το λόγο αυτό, ιδρύθηκε ένα πρότυπο εργαστήριο μελέτης, έρευνας και ανάπτυξης γύρω από τον καφέ στις κεντρικές εγκαταστάσεις στην Πάτρα.

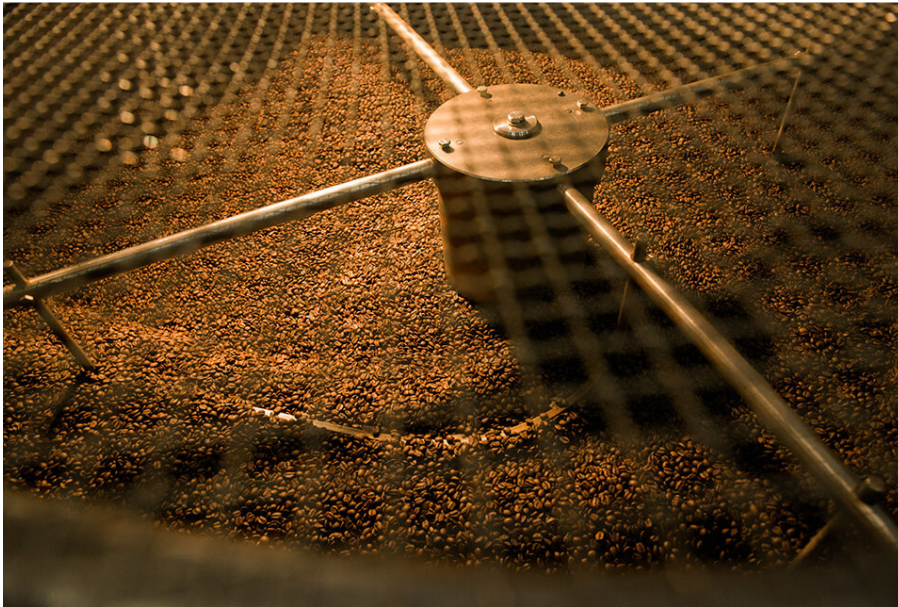


Εικόνα 2.4: Το Εκπαιδευτήριο της εταιρείας Coffee Island.

Το εργαστήριο διαθέτει τους εξής χώρους (Coffee Island, 2018):

1. Αξιολόγηση δειγμάτων ωμού καφέ (grading): Πρόκειται για έναν χώρο εξοπλισμένο με τα απαραίτητα εργαλεία (υγρασιόμετρο, κόσκινα καφέ, πρότυπα ελαττωματικών κόκκων κ.ά.), στον οποίο γίνεται ο έλεγχος των δειγμάτων ωμού καφέ, πριν οδηγηθούν στη Μονάδα Παραγωγής ή στο Sample Roaster για καβούρδισμα.
2. Sample Roaster (καβούρδισμα δειγμάτων): Πρόκειται για έναν χώρο όπου τα δείγματα του ωμού καφέ που καταφθάνουν από όλες τις άκρες της γης και περνούν από τη διαδικασία του Coffee Tech FZ-94, απελευθερώνοντας τα αρώματά τους. Επίσης, είναι απαραίτητος ένας έμπιστος χρωματογράφος Neotec για την κατανόηση και τεκμηρίωση του βαθμού καβουρδίσματος που δίνει το κάθε προφίλ.
3. Espresso & Brew bar (χώρος παρασκευής espresso & μεθόδων εκχύλισης): Σε αυτό τον χώρο είναι πάντα έτοιμες δύο μηχανές espresso για να μετατρέψουν με τη χρήση φιλτραρισμένου νερού, τους αλεσμένους κόκκους καφέ σε espresso. Παράλληλα, όλες οι δυνατές μέθοδοι εκχύλισης καφέ φίλτρου πραγματοποιούνται στο brew bar χρησιμοποιώντας κάθε φορά το κατάλληλο χρηστικό αντικείμενο (Hario Dripper, Hario Syphon, Chemex, Aeropress, French Press κ.ά.). Όλα τα ροφήματα υποβάλλονται σε brewing chart (espresso είτε φίλτρου) με τη χρήση κατάλληλων συσκευών (refractometer κ.α.) και τα αποτελέσματα συνυπολογίζονται στη γευστική δοκιμή που ακολουθεί. Τέλος, στον χώρο αυτό γίνονται και όλες οι δοκιμές που σχετίζονται με την ποιότητα του νερού και την επίπτωσή του στο γευστικό προφίλ κάθε ροφήματος.
4. Cupping Room (χώρος γευστικών δοκιμών): Πρόκειται για έναν κατάλληλα διαμορφωμένο χώρο σύμφωνα με τα πρότυπα του SCA (Specialty Coffee Association),

στον οποίο γίνονται οι γευστικές δοκιμές των καβουρδισμένων καφέδων με διάφορες μεθόδους (espresso, brewed, Brazilian), καθώς επίσης και των εκχυλισμένων τσαγιών. Στον χώρο αυτό η ένταση του φωτός, η υγρασία και η θερμοκρασία, καθώς και οι οσμές στον αέρα ελέγχονται, ώστε να μην επηρεάζεται η κρίση στην οργανοληπτική αξιολόγηση.



Εικόνα 2.5: Μεταποίηση καφέ

Η Coffee Island έχει στη διάθεσή της δύο υπερσύγχρονες μονάδες μεταποίησης και συσκευασίας καφέ στην περιοχή της Πάτρας. Η επένδυση σε υπερσύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό προσφέρει την εξασφάλιση της ποιότητας της εταιρείας στα πλαίσια της δεδομένης αύξησης της παραγωγής που προκύπτει από την αύξηση των πωλήσεων ανά κατάσταση και από την συνεχόμενη επέκταση του δικτύου της (Coffee Island, 2018).

Στις μονάδες μεταποίησης υπάρχουν πέντε μηχανές καβουρδίσματος καφέ, όπως και σιλό αποθήκευσης πράσινου αλλά και καβουρδισμένου καφέ. Όσον αφορά στις μονάδες συσκευασίας, εκεί λειτουργούν επτά διαφορετικές γραμμές συσκευασίας με έμφαση πάντα στη διατήρηση της ποιότητας και την κάλυψη των αναγκών του καταναλωτή. Όλες οι μονάδες έχουν πιστοποίηση κατά τα πρότυπο ISO22000 ως προς τη διαχείριση της ασφάλειας τροφίμων. Οι μονάδες υποστηρίζονται από εξειδικευμένο τμήμα συντήρησης, ενώ την άριστη καθημερινή τους λειτουργία επιβλέπει καθημερινά το τμήμα Ποιοτικού ελέγχου και διασφάλισης ποιότητας της εταιρίας (Coffee Island, 2018).

2.6 Καριέρα στην εταιρεία Coffee Island

Όσον αφορά την πρόσληψη προσωπικού, συλλέγονται και επεξεργάζονται τα προσωπικά δεδομένα σχετικά με τους υποψηφίους για εργασία. Η εταιρεία δεσμεύεται για τη διαφάνεια σχετικά με τον τρόπο συλλογής και χρήσης αυτών των δεδομένων και την εκπλήρωση των υποχρεώσεών της αναφορικά με την προστασία των δεδομένων των υποψηφίων εργαζομένων. Η υποβολή του βιογραφικού σημειώματος είναι ευθύνη του υποψηφίου και είναι αποκλειστικά υπεύθυνος για την αλήθεια, την ακρίβεια και το περιεχόμενο των δεδομένων ή / και εγγράφων. Τα βιογραφικά σημειώματα συλλέγονται με μοναδικό σκοπό την αξιολόγηση και την επιβεβαίωση της καταλληλότητας ενός υποψηφίου για απασχόληση και για να αποφασιστεί σε ποιον θα προσφερθεί μια θέση εργασίας. Εάν η αίτηση για την πρόσληψη είναι ανεπιτυχής, τότε διατηρούνται τα δεδομένα των υποψηφίων στο αρχείο της εταιρείας για 2 (δύο) χρόνια προκειμένου να εξετάζονται σε μελλοντικές ευκαιρίες απασχόλησης. Στο τέλος αυτής της περιόδου ή μόλις ανακαλέσει ο υποψήφιος τη συγκατάθεσή του, τα δεδομένα του διαγράφονται ή καταστρέφονται.

Τα δεδομένα των υποψηφίων διατίθενται στο κατάλληλο προσωπικό ή σε τρίτους για να ολοκληρωθούν οι σκοποί που αναφέρονται παραπάνω και για να μπορεί ο υποψήφιος να ασκεί τα νόμιμα δικαιώματά του. Εάν η αίτηση των υποψηφίων για την απασχόληση προχωρήσει για περαιτέρω αξιολόγηση, τότε δίνεται μια νέα λεπτομερέστερη δήλωση προστασίας προσωπικών δεδομένων (Coffee Island, 2018).

3 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ COFFEE ISLAND»

3.1 Γενικά στοιχεία

Την τελευταία δεκαετία προτάσσεται μεγάλο ενδιαφέρον συγκριτικά με την ποιοτική έρευνα και μάλιστα έχουν υλοποιηθεί πολλές και διάφορες εφαρμογές των ποιοτικών χαρακτηριστικών / μεθόδων έρευνας σε ολόκληρο το φάσμα των κοινωνικών επιστημών. Βέβαια, με μια πιο προσεκτικότερη εξέταση της σχετικής –ξένης και ελληνικής- βιβλιογραφίας διαφαίνεται η αβεβαιότητα / ασάφεια αλλά και το συνονθύλευμα, σε σχέση με την έννοια της ποιοτικής έρευνας αλλά και την παρουσία διαφορετικών / αντικρουόμενων προσεγγίσεων ανάδειξης των χαρακτηριστικών της (Χαλικιάς, Μανωλέσσου, & Λάλου, 2015).

Αυτό δηλώνει την συνέλιξη της έννοιας της ποιοτικής έρευνας. Έτσι, οι θεωρητικοί κοινωνιολόγοι / στατιστικοί των διαφορετικών θεωρητικών προσεγγίσεων δεσμεύονται με διαφορετικούς ορισμούς και προσεγγίσεις της ποιοτικής έρευνας.

Τέλος, ένας από τους επικρατέστερους ορισμούς της ποιοτικής έρευνας είναι ο παρακάτω: «Η ποιοτική έρευνα είναι μια συμπερασματική γνώση / δραστηριότητα, η οποία πραγματώνει / συνταιριάζει τον ερευνητή στον κόσμο της έρευνας. Δημιουργείται / αποτελείται από ένα σύνολο ερμηνευτικών και πεπερασμένων πρακτικών, τα οποία «ανακαλύπτουν» τον ερευνητικό κόσμο. Όλες αυτές οι διεργασίες / πρακτικές μεταλλάσσουν τον ερευνητικό κόσμο, σε μια διαδικασία / διαδοχή από απεικονίσεις, όπως: των σημειώσεων πεδίου, των συνεντεύξεων (στο δικό μας παράδειγμα), των συνομιλιών και των φωτογραφιών. Σε αυτό το πεδίο / επίπεδο, η ποιοτική έρευνα δημιουργεί μια αποδεδειγμένη / ερμηνευτική προσέγγιση, το οποίο συνάδει με το γεγονός ότι οι ποιοτικοί ερευνητές παραγάγουν / μελετούν τα δεδομένα / στοιχεία των μεταβλητών στο φυσικό τους περιβάλλον / πλαίσιο, έχοντας ως γνώμονα να αποδώσουν κρίσιμη αποσαφήνιση ή να ερμηνεύσουν τα φαινόμενα με πραγματικούς όρους και μεταβλητές» (Αναστασιάδου, 2015).

Σε αυτό το σημείο δημιουργείται μια καθολική στρατηγική οριοθέτησης της ποιοτικής έρευνας, έτσι ώστε να μπορεί να συγκριθεί με την ποσοτική έρευνα και να αναδειχτούν οι διαφορές τους αλλά και τα στοιχεία που τις αλληλοσυμπληρώνουν. Η ποιοτική έρευνα υλοποιείται δίχως τη χρησιμοποίηση αριθμητικών δεδομένων αλλά και μαθηματικών

υπολογισμών. Επιπλέον οι ποσοτικές έρευνες / συγκρίσεις πιθανόν υπάρχουν ακόμα και στη δομή / πλαίσιο μιας ποιοτικής έρευνας.

Επιπροσθέτως, σε μια ποσοτική έρευνα ενδέχεται να διαμορφωθούν / ενσωματωθούν ερωτήσεις ανοικτού τύπου αλλά και συλλογή «ποιοτικών» δεδομένων.

3.2 Μεθοδολογία έρευνας

Με τον όρο της μεθοδολογίας της έρευνας, που απορρέει από τον όρο / έννοια της μεθόδου, εξυπακούονται οι θεωρητικές υποθέσεις και αξίες που δημιουργούν μια ειδική ερευνητική προσέγγιση. Δηλαδή η θεωρητική προσέγγιση και χρήση των διεργασιών / μεθόδων αλλά και των γνώσεων που μπορούν αυτές να δημιουργούν. Είθισται η ερευνητική μεθοδολογία να σχετίζεται με ειδικά επιστημονικά ευρήματα (Χαλικιάς, Μανωλέσσου, & Λάλου, 2015).

Παράλληλα, με την παραπάνω προσέγγιση, υφίστανται ερευνητικές μεθοδολογίες οι οποίες σχετίζονται με συγκεκριμένες επιστήμες. Άρα με την μεθοδολογία ως ερευνητικό εργαλείο, ο εκάστοτε ερευνητής καθοδηγείται για την σωστότερη και έγκυρη καταγραφή των ερευνητικών του ερωτημάτων αλλά και για τις επιλογές των τεχνικών και ερευνητικών μεθόδων συλλογής στοιχείων / δεδομένων και τέλος την ανάλυση και ερμηνείας τους (Ζαφειρόπουλος, 2013).

Βέβαια οι μεθοδολογικές προσεγγίσεις / επιλογές δεν είναι ανεξάρτητες από τις προτιμήσεις που συσχετίζονται με τις θεωρητικές προσεγγίσεις / προοπτικές αλλά και την επιστημονική τεκμηρίωση / προσέγγιση που χρησιμοποιήθηκε. Η ερευνητική μεθοδολογία, πρέπει να συνδέει τα θεωρητικά ζητήματα και επισημάνσεις της βιβλιογραφικής έρευνας του θεωρητικού μέρους με διάφορες διεργασίες, τεχνικές ή μεθόδους έρευνας. Επιπλέον υφίστανται αμφίδρομες σχέσεις μεταξύ της ερευνητικής μεθοδολογίας και της βιβλιογραφικής έρευνας, στο επίπεδο των οποίων συνδέονται τα αποτελέσματα μιας ερευνητικής μελέτης με όλα τα επίπεδα της ερευνητικής διαδικασίας: από τη δημιουργία του ερευνητικού σκοπού, τον επικείμενο σχεδιασμό, τη διατύπωση / εξωτερίκευση των ερευνητικών ερωτημάτων μέχρι την καταγραφή / συλλογή, αποκωδικοποίηση / ανάλυση αλλά και ερμηνεία των στοιχείων / δεδομένων (Αναστασιάδου, 2015).

Η παρούσα πρωτογενής ερευνητική διαδικασία βασίστηκε στην ποιοτική και ποσοτική έρευνα. Χρησιμοποιήθηκαν και οι δύο τρόποι / τεχνικές έρευνας, η ποιοτική έρευνα με την βοήθεια των συνεντεύξεων για την εύρεση των απόψεων των εργαζομένων της

εταιρείας «Coffee Island» και η ποσοτική έρευνα με την βοήθεια των ερωτηματολογίων για την εύρεση των απόψεων πελατών της εταιρείας «Coffee Island». Όλη η παραπάνω διεργασία δημιουργήθηκε διότι αναπτύσσονται σχέσεις μεταξύ διαφορετικών παραγόντων. Η συλλογή δεδομένων / στοιχείων θα πραγματοποιηθεί με την τεχνική της δειγματοληψίας με συνεντεύξεις (ανοικτού τύπου ερωτήσεις) και ερωτηματολόγια, με ειδικά σχεδιασμένο δομημένο πρωτόκολλο όπου οι ερωτήσεις θα είναι κλειστού τύπου. Από την ολοκληρωμένη ερευνητική διεργασία / διαδικασία θα καταγράφουν οι απόψεις των εργαζομένων αλλά και των πελατών της εταιρείας «Coffee Island» ως ενδεικτική παρουσίαση, με κύριο στόχο / σκοπό να επαληθευτούν τα ερευνητικά ερωτήματα.

3.2.1 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα

Σκοπός της συγκεκριμένης πρωτογενής έρευνας είναι να διερευνηθούν / καταγράφουν οι απόψεις των εργαζομένων αλλά και των πελατών της εταιρείας «Coffee Island».

Τα ερευνητικά ερωτήματα της πρωτογενής έρευνας – ποιοτική έρευνα με την βοήθεια των συνεντεύξεων για την εύρεση των απόψεων των εργαζομένων της εταιρείας «Coffee Island» και ποσοτική έρευνα με την βοήθεια των ερωτηματολογίων για την εύρεση των απόψεων πελατών της εταιρείας «Coffee Island»- που θα δημιουργηθούν / τεθούν θα περιλαμβάνουν τις έννοιες και τους όρους που παρουσιάστηκαν στο θεωρητικό μέρος.

Η ανάλυση / μελέτη –όσον αφορά τις συνεντεύξεις των εργαζομένων- θα εστιαστεί στην καταγραφή των βασικών αρχών της επιχείρησης, τους βασικούς «Σταθμούς» στην πορεία της επιχείρησης, τις βασικές διακρίσεις της επιχείρησης, τα βασικά προσόντα για να εργαστεί κάποιος στην επιχείρηση, την διαδικασία πρόσληψης που ακολουθείται στην επιχείρηση και τέλος τις ποικιλίες καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση. Η ανάλυση / μελέτη –όσον αφορά τις απόψεις των πελατών της εταιρείας - θα εστιαστεί στην καταγραφή του είδους προτίμησης καφέ, της προτίμησης ποικιλίας καφέ, της ικανοποίησης από την γεύση του καφέ, από την εμφάνιση, από την ποιότητα, από την τιμή, και από τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

3.2.2 Ερευνητικά εργαλεία

3.2.2.1 Το πρώτο ερευνητικό εργαλείο

Το πρώτο ερευνητικό εργαλείο συλλογής πληροφοριών που χρησιμοποιήσαμε είναι η «συνέντευξη». Αποτελεί την πιο διαδεδομένη τεχνική / μέθοδο συλλογής δεδομένων στην

ποιοτική έρευνα². Ο κύριος σκοπός της μεθόδου της συνέντευξης είναι η οικοδόμηση / οργάνωση μιας δημιουργικής προφορικής επικοινωνίας ανάμεσα σε δύο μέρη / πρόσωπα, το συνεντευκτή και τον ερωτώμενο, με στόχο τη συλλογή και καταγραφή ορισμένων πληροφοριών πάνω σε μία συγκεκριμένη πλατφόρμα / αντικείμενο.

Αρχικά δημιουργήθηκε έντυπο ερωτηματολόγιο από την ερευνητική ομάδα με τα εξής χαρακτηριστικά:

- Μεταστοιχείωση των στόχων της πρωτογενής έρευνας σε επιμέρους ερωτήσεις.
- Κατάλληλη προσαρμογή του ερωτηματολογίου της συνέντευξης στα άτομα με τα οποία θα πραγματοποιηθεί η συνέντευξη.
- Σαφήνεια / ευκρίνεια του ερωτηματολογίου της συνέντευξης έτσι ώστε ο ερωτώμενος να απαντήσει αυθόρμητα.

Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου της συνέντευξης που δημιουργήθηκε έχει «Ανοικτές τύπου ερωτήσεις» (open questions). Είναι ερωτήσεις με πρόθεση την ελευθερία έκφρασης άποψης από τον ερωτώμενο, έτσι αναπτύσσει την απάντηση του χωρίς προκαθοριστικά πλαίσια. Το είδος αυτό των ερωτήσεων δομείται κυρίως στην «μη δομημένες» και στις «ημιδομημένες» συνεντεύξεις.

3.2.2.2 Το δεύτερο ερευνητικό εργαλείο

Το δεύτερο ερευνητικό εργαλείο συλλογής πληροφοριών που χρησιμοποιήσαμε είναι το «ερωτηματολόγιο». Αποτελεί την πιο διαδεδομένη τεχνική / μέθοδο συλλογής δεδομένων στην ποσοτική έρευνα³.

Το ερωτηματολόγιο έχει πολλά πλεονεκτήματα και δίνει μια απλή προσέγγιση των ζητημάτων που διερευνούν. Επιπλέον έχουν την δυνατότητα να γενικεύουν τα ευρήματα, να συμπληρώνονται δίχως προ συνεννόηση -σε οποιοδήποτε τόπο και χρόνο- και τέλος χαρακτηρίζονται από την ανωνυμία. Βέβαια στον αντίποδα υπάρχουν και μειονεκτήματα, όπως: αμφίβολη ποιότητα των δεδομένων, η ειλικρίνεια και η σοβαρότητα των απαντήσεων, τα χαμηλά ποσοστά συμπλήρωσης αλλά και ο κίνδυνος παρεξήγησης / παρερμηνείας.

Σύμφωνα με την μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας, δεν βρέθηκε παρόμοιο ερωτηματολόγιο που να καλύπτει / αναφέρεται στις προεκτάσεις / ανάγκες της συγκεκριμένης έρευνας για τις απόψεις των πελατών της εταιρείας «Coffee Island», ώστε να

² Παράρτημα 1°.

³ Παράρτημα 2°.

χρησιμοποιηθεί ως υπόδειγμα. Έτσι δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο εξαρχής, με ερωτήσεις σε κύρια / βασικά σημεία των προεκτάσεων / αξόνων που μελετώνται. Το ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε πελάτες της εταιρείας «Coffee Island». Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει 13 ερωτήσεις που αφορούν στο σκοπό και τα ερευνητικά ερωτήματα και 2 ερωτήσεις για τα δημογραφικά στοιχεία. Οι ερωτήσεις δεν έχουν τις λεγόμενες «παγίδες», και είναι εύκολα κατανοητές. Μάλιστα καλύπτουν / αντιπροσωπεύουν όλα τα ειδικά θέματα που σχετίζονται με τους άξονες και τα στοιχεία του βαθμού ικανοποίησης για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας «Coffee Island», με στόχο την εξασφάλιση της εγκυρότητας της έρευνας. Εκτός από τις ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής χρησιμοποιήθηκε η κωδικοποιημένη πενταβάθμια κλίμακα διαστημάτων Likert. Σύμφωνα με πολλούς ερευνητές, οι κλίμακες ιεράρχησης θεωρούνται πολύ χρήσιμοι μηχανισμοί / μέθοδος για τον εκάστοτε ερευνητή διότι περιλαμβάνουν / ενσωματώνουν ένα ιδιαίτερο βαθμό ευαισθησίας και διαφοροποίησης των επιλογών / απαντήσεων, ενώ παράλληλα καταγράφουν ποσοτικά δεδομένα. Η διαβάθμιση της κλίμακας στο παρόν ερωτηματολόγιο έγινε ως εξής:

- (1) Καθόλου Ικανοποιημένος/η
- (2) Μέτρια Ικανοποιημένος/η
- (3) Ικανοποιημένος/η
- (4) Πολύ Ικανοποιημένος/η
- (5) Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

Οι ερωτήσεις των ερωτηματολογίων χαρακτηρίζονται ως: απλές και σύντομες και αποφεύχθηκαν ερωτήσεις με ασάφεια. Όλες οι ερωτήσεις έχουν την κατάλληλη δόμηση έτσι ώστε να περιορίζουν τις διάφορες προεκτάσεις του θέματος, να διευκολύνουν την αποκωδικοποίηση και τέλος να δίνουν στοιχεία / πληροφορίες με αντικειμενικότητα και ακεραιότητα. Όλα τα προηγούμενα θα βοηθήσουν στην ακριβή μέτρηση των δεδομένων.

Αρχικά πραγματοποιήθηκε προκαταρκτικός έλεγχος και στα δύο ερευνητικά εργαλεία: τις ερωτήσεις της «συνέντευξης» και του «ερωτηματολογίου» από την επιβλέπουσα καθηγήτρια, προκειμένου να διασφαλιστεί η ορθότητα, η αντικειμενικότητα, η αξιοπιστία και η εγκυρότητα των ερωτηματολογίων αλλά και το επίπεδο δυσκολίας των ερωτημάτων. Έπειτα πραγματοποιήθηκε προκαταρκτικός έλεγχος, ο οποίος αποτέλεσε μια δοκιμαστική διαδικασία της πραγματικής έρευνας. Ο εν λόγω «πilotικός» έλεγχος πραγματοποιήθηκε σε συμφοιτητές μας και έδωσε με ανατροφοδότηση, ιδιαίτερα και χρήσιμα συμπεράσματα. Οι συμφοιτητές μας που συμμετείχαν στον «πilotικό» έλεγχο

ερωτήθηκαν στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που είχαν δημιουργηθεί αλλά και σχετικά με την αποδοτικότητα του ερωτηματολογίου, δηλαδή:

- Πόσος ήταν ο χρόνος για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου;
- Οι ερωτήσεις ήταν σαφείς;
- Υπήρξαν δυσνόητες ερωτήσεις;

Έτσι, μετά την χρήσιμη ανατροφοδότηση οι ερωτήσεις έγιναν περισσότερο σαφείς, απλές και κατανοητές δίχως δυσκολίες αλλά και παρερμηνείες. Επιπροσθέτως δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στην μορφοποίηση / εμφάνιση του ερωτηματολογίου, έτσι ώστε να πληροί τις βασικές προδιέγραφες ενός εγγράφου (διάστιχο, γραμματοσειρά, μέγεθος κλπ) και επιπλέον, να είναι αρκετά ενδιαφέρον για τον ερωτώμενο.

Η διανομή των ερωτηματολογίων ξεκίνησε τον Ιανουάριο του 2019 και ολοκληρώθηκε τον Φεβρουάριο του 2019. Μετά την απάντηση έντυπων αλλά και ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων –ανάλογα την περίπτωση-, πραγματοποιήθηκε η συγκέντρωση και η ανάλυση των ερωτηματολογίων με την βοήθεια του στατιστικού προγράμματος IBM Statistics SPSS 22, το οποίο είναι στατιστικό πακέτο ανάλυσης δεδομένων, το οποίο δίνει στον ερευνητή / χρήστη δυνατότητες για δημιουργία αναφορών, ανάλυση και μοντελοποίηση δεδομένων αλλά και για γραφική αναπαράσταση τους (Τσαγρής, 2014).

Βέβαια κατά την διεξαγωγή της έρευνας, έγινε σεβαστό η απόφαση / αίτημα κάποιων πελατών των «Coffee Island» να μην συμμετέχουν στην έρευνα.

Από τις 19/1/2019 έως και 13/2/2019, είχαν συλλεχθεί 136 ερωτηματολόγια, ο οποίος θεωρήθηκε κατάλληλος αριθμός για να προχωρήσουμε στην ανάλυση των στοιχείων / δεδομένων της έρευνας.

3.2.3 Διάρθρωση ερωτηματολογίων

3.2.3.1 Το Ερωτηματολόγιο της Συνέντευξης εργαζομένων της «COFFEE ISLAND»

Το ερωτηματολόγιο διαρθρώθηκε με ερωτήσεις όπως:

- Κατοχή θέσης στην επιχείρηση «Coffee Island»
- Χρόνια εργασίας στην επιχείρηση «Coffee Island»
- Οι βασικές αρχές της επιχείρησης «Coffee Island»
- Οι βασικοί «Σταθμοί» στην πορεία της επιχείρησης «Coffee Island»

- Οι βασικές διακρίσεις της επιχείρησης «Coffee Island»
- Τα βασικά προσόντα, για να εργαστεί κάποιος, στην επιχείρηση «Coffee Island»
- Η διαδικασία πρόσληψης που ακολουθείται στην επιχείρηση «Coffee Island»
- Οι περιοχές που βρίσκονται οι φυτείες καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island»
- Αριθμό και όνομα ποικιλιών καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island»

3.2.3.2 Το Ερωτηματολόγιο των Πελατών της «COFFEE ISLAND»

Το ερωτηματολόγιο διαρθρώθηκε ως εξής:

Στην αρχή τοποθετήθηκαν δύο ερωτήσεις που αφορούν στα κοινωνικό - δημογραφικά στοιχεία των πελατών των «Coffee Island». Από τους ερωτώμενους ζητήθηκε να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικές με το φύλο και την ηλικία τους.

Στη συνέχεια το ερωτηματολόγιο διαμορφώθηκε με ερωτήσεις που αφορούσαν τα στοιχεία του βαθμού ικανοποίησης για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας «Coffee Island». Δηλαδή ερωτήσεις σχετικές με το(ν):

Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με το Φύλο

- Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με την ηλικία
- Ποικιλία καφέ προτίμησης
- Βαθμό ικανοποίησης από την γεύση του καφέ
- Βαθμό ικανοποίησης από την εμφάνιση του καφέ
- Βαθμό ικανοποίησης από την ποιότητα του καφέ
- Βαθμό ικανοποίησης από την τιμή του καφέ
- Βαθμό ικανοποίησης από το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό)
- Βαθμό ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής)
- Βαθμό ικανοποίησης για τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς)
- Βαθμό ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί)
- Βαθμό ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών)

- Βαθμό ικανοποίησης από την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες)
- Συχνότητα επίσκεψης σε ένα «Coffee Island»

Η κωδικοποίηση των μεταβλητών των ερωτήσεων μέτρησης του βαθμού ικανοποίησης για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας «Coffee Island» πραγματοποιήθηκε με την κλίμακα Likert (1-5) με απαντήσεις σειράς κατάταξης που δίνουν τη δυνατότητα της καταγραφής ενός σχετικού βαθμού ικανοποίησης / προτίμησης (Τσαγρής, 2014).

3.2.4 Έλεγχος αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου πελατών της εταιρείας «Coffee Island»

Η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου, ελέγχθηκε με την βοήθεια του συντελεστή εσωτερικής συνέπειας «Cronbach's Alpha» (Τσαγρής, 2014).

Από τον Πίνακα 3.1 της περίληψης επεξεργασίας περιπτώσεων καταγράφεται ότι 136 περιπτώσεις από το δείγμα της έρευνας συμπληρώθηκαν στις μεταβλητές του στατιστικού προγράμματος IBM Statistics SPSS 22, άρα από την ανάλυση δεν εξαιρέθηκε καμία των περιπτώσεων.

Πίνακας 3.1: Περίληψη επεξεργασίας περιπτώσεων.

		N	%
Cases	Valid	136	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	136	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας (Πίνακας 3.2), διαφαίνεται ότι ο συντελεστής Cronbach's Alpha είναι 0,746 ο οποίος δείχνει ένα αρκετά καλό / υψηλό επίπεδο εσωτερικής συνέπειας στο συγκεκριμένο δείγμα των 136 ερωτώμενων της παρούσης έρευνας.

Πίνακας 3.2: Στατιστικά αξιοπιστίας.

Cronbach's Alpha	N of Items
,746	15

Τέλος στον Πίνακα 3.3 παρατίθενται οι συνολικές στατιστικές των στοιχείων / δεδομένων των μεταβλητών. Η 4^η στήλη προτάσσει τον συντελεστή «Cronbach's Alpha if

Item Deleted», δηλαδή την τιμή του συντελεστή «Cronbach's Alpha» εάν διαγραφεί το αντίστοιχο ερώτημα από την συνολική έρευνα. Βασική πυλώνας αξιοπιστίας είναι ότι ο συντελεστής «Cronbach's Alpha» είναι σχετικά καλός για όλες τις μεταβλητές.

Πίνακας 3.3: Συνολικές στατιστικές των στοιχείων / δεδομένων των μεταβλητών.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. Φύλο	47,95588	64,294	,151	,746
2. Ηλικία	48,05882	64,085	,125	,748
3. Τι είδους καφέ προτιμάτε;	46,96324	61,028	,044	,785
4. Τι είδους ποικιλία καφέ προτιμάτε;	44,08824	60,407	,048	,789
5. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την γεύση του καφέ;	45,38235	60,431	,357	,733
6. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την εμφάνιση του καφέ;	45,40441	61,280	,294	,737
7. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την ποιότητα του καφέ;	45,50735	59,111	,394	,729
8. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την τιμή του καφέ;	45,77941	58,040	,421	,726
9.1. Το κατάστημα έχει μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό	46,25735	53,674	,663	,701
9.2. Το προσωπικό τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής	46,04412	52,680	,669	,698
9.3. Οι εσωτερικοί και εξωτερικοί χώροι του καταστήματος διατηρούνται καθαροί και αξιοπρεπείς	46,16912	51,919	,707	,693

9.4. Το προσωπικό παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί	46,08824	52,925	,681	,697
9.5. Το προσωπικό έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών	46,06618	52,507	,689	,696
9.6. Η συμπεριφορά του προσωπικού εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες	46,13971	54,121	,615	,705
10. Πόσο συχνά επισκέπτεστε ένα «Coffee Island»;	47,30147	68,212	-,255	,769

3.3 Ερευνητικά Δεδομένα ποσοτικής έρευνας

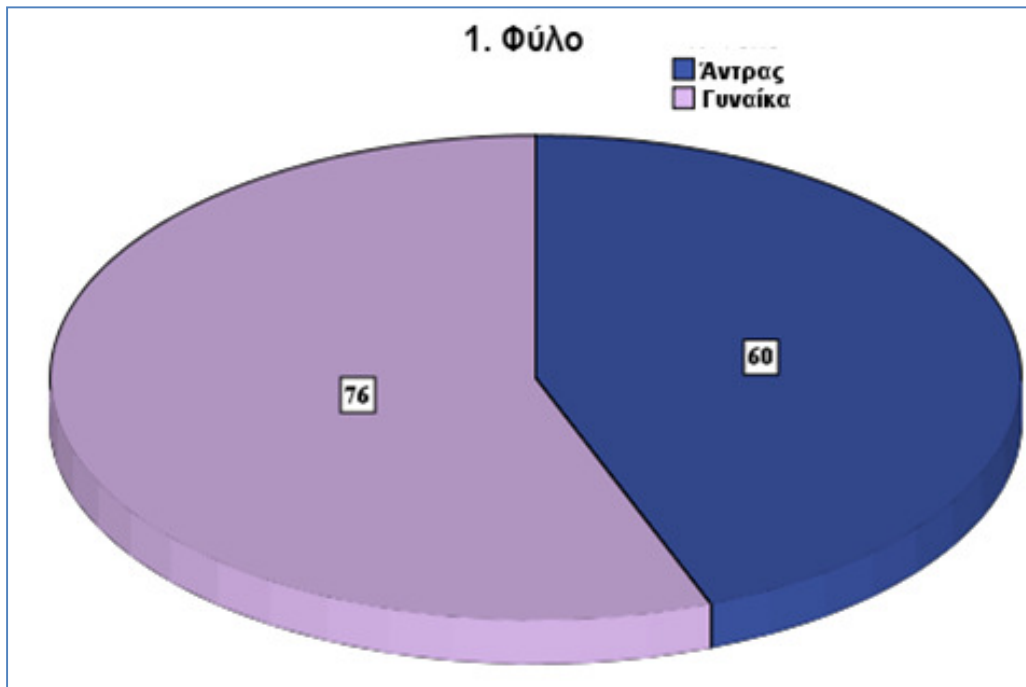
Στο παρόν υποκεφάλαιο και για την ευκολότερη ανάγνωση και κατανόηση των ευρημάτων / αποτελεσμάτων της πρωτογενούς ποσοτικής έρευνας, έχουν καταρτιστεί πίνακες και διαγράμματα, όπου απεικονίζονται / καταγράφονται τα αποτελέσματα κάθε ερώτησης. Έτσι για όλες τις μεταβλητές του ερωτηματολογίου, πραγματοποιήθηκε εξαγωγή περιγραφικών στατιστικών στοιχείων.

3.3.1 Φύλο

Το θέμα του 1^{ου} ερωτήματος είναι το φύλο των ερωτώμενων του δείγματος. Από τον πίνακα 3.4 και το αντίστοιχο Διάγραμμα 3.1 παρατηρείται ότι 44,1% (60 άτομα) είναι άντρες και 55,9% είναι γυναίκες.

Πίνακας 3.4: Φύλο.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Άντρας	60	44,1	44,1	44,1
Γυναίκα	76	55,9	55,9	100,0
Total	136	100,0	100,0	



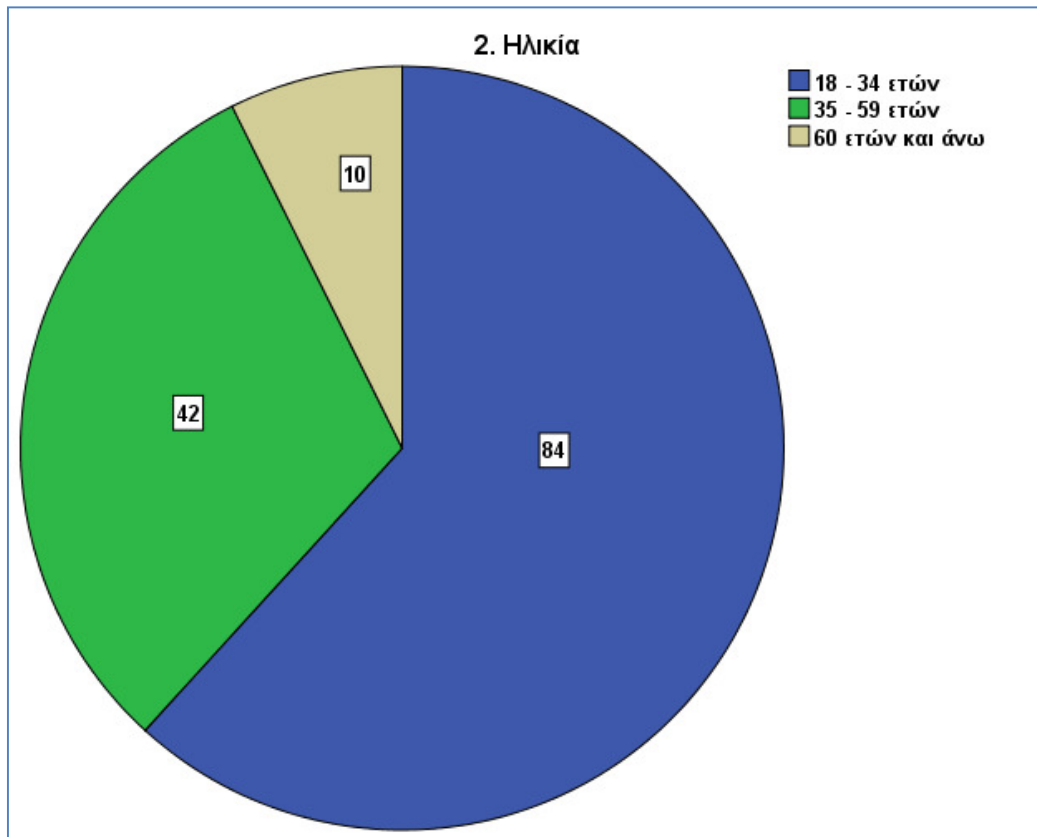
Διάγραμμα 3.1: Φύλο.

3.3.2 Ηλικία

Το θέμα του 2^{ου} ερωτήματος είναι η ηλικία των ερωτώμενων του δείγματος. Από τον πίνακα 3.5 και το αντίστοιχο Διάγραμμα 3.2 παρατηρείται ότι 61,8% (84 άτομα) έχουν ηλικία «18 - 34 ετών», 30,9% (42 άτομα) έχουν ηλικία «35 - 59 ετών» και τέλος 7,4% (10 άτομα) έχουν ηλικία «60 ετών και άνω».

Πίνακας 3.5: Ηλικία.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18 - 34 ετών	84	61,8	61,8	61,8
35 - 59 ετών	42	30,9	30,9	92,6
60 ετών και άνω	10	7,4	7,4	100,0
Total	136	100,0	100,0	



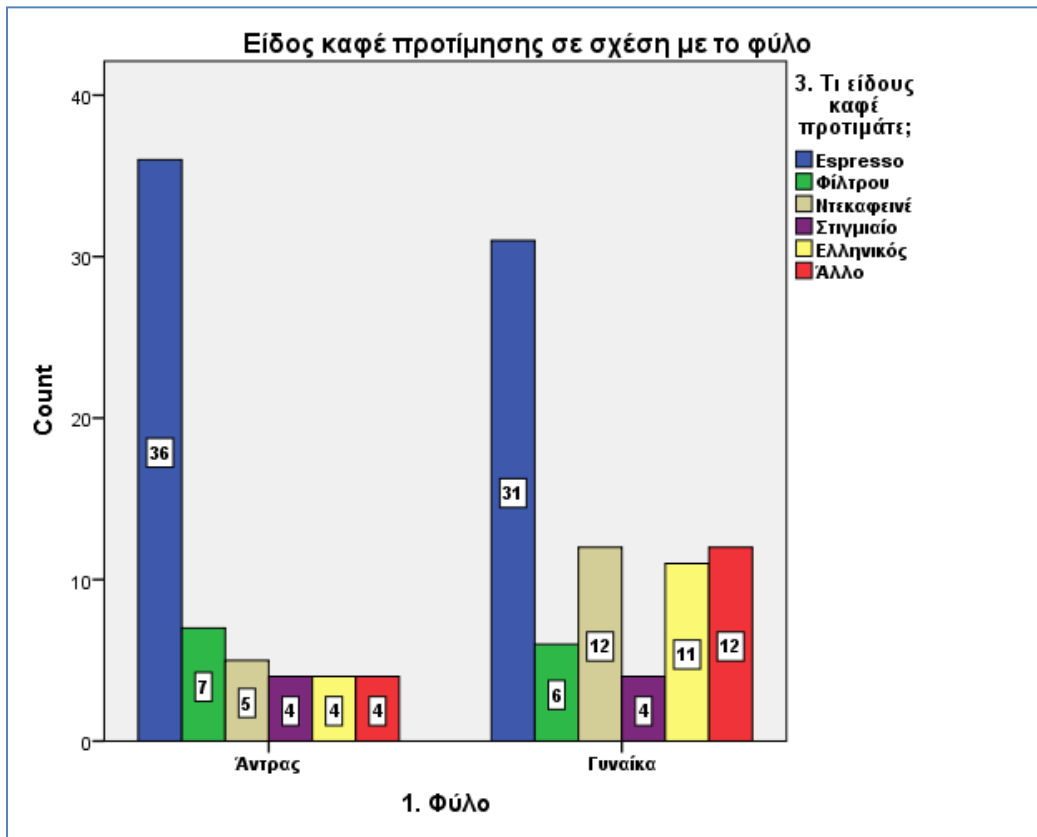
Διάγραμμα 3.2: Ηλικία.

3.3.3 Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με το Φύλο

Η σχέση του φύλου των ερωτώμενων του δείγματος με το είδος καφέ προτίμησης, φαίνονται στο παρακάτω Πίνακα 3.6 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.3. Παρατηρείται ότι και τα δύο φύλα προτιμούν Espresso. Βέβαια το ποσοστό στους άνδρες είναι της τάξης 60% ενώ στις γυναίκες είναι 41%.

Πίνακας 3.6: Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με το Φύλο.

	3. Τι είδους καφέ προτιμάτε;						Total
	Espresso	Φίλτρου	Ντεκαφεινέ	Στιγμαίο	Ελληνικός	Άλλο	
1. Φύλο Άντρας	36	7	5	4	4	4	60
Γυναίκα	31	6	12	4	11	12	76
Total	67	13	17	8	15	16	136



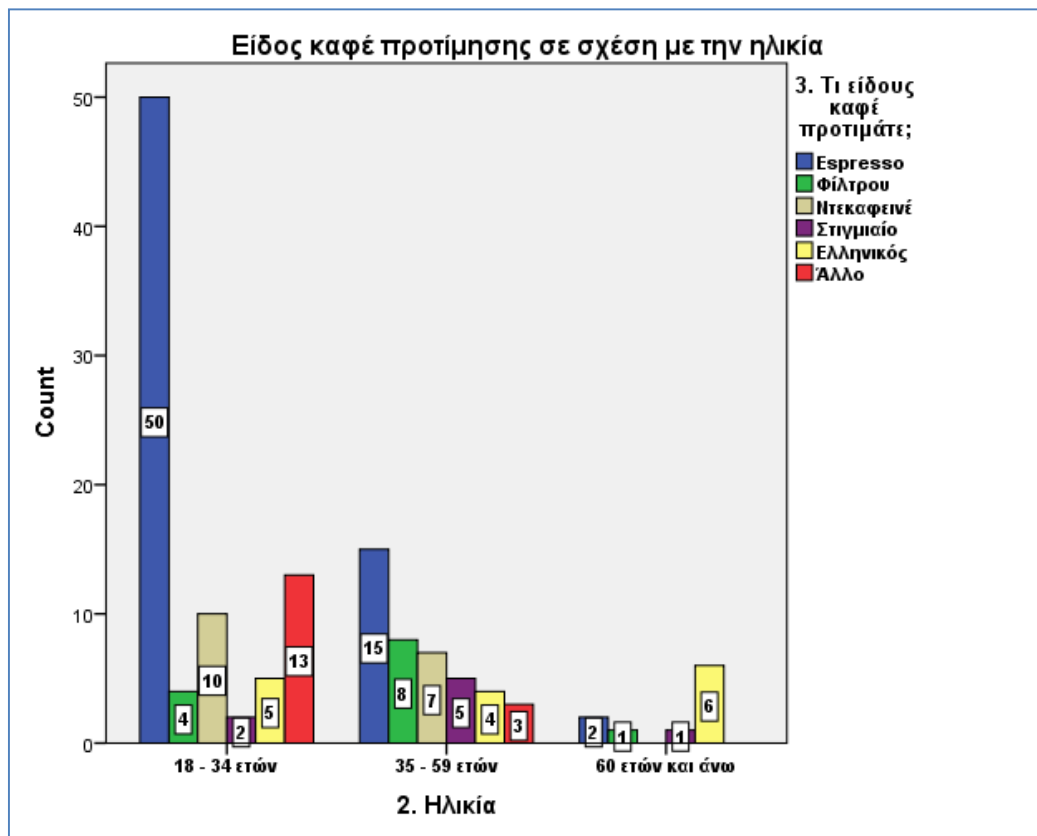
Διάγραμμα 3.3: Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με το Φύλο.

3.3.4 Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με την ηλικία

Η σχέση της ηλικίας των ερωτώμενων του δείγματος με το είδος καφέ προτίμησης, φαίνονται στο παρακάτω Πίνακα 3.7 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.4. Παρατηρείται ότι οι ηλικιακές ομάδες «18 - 34 ετών» και «35 - 59 ετών» προτιμούν τον «Espresso», ενώ η ηλικιακή ομάδα «60 ετών και άνω» προτιμά τον «Ελληνικό».

Πίνακας 3.7: Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με την ηλικία.

	3. Τι είδους καφέ προτιμάτε;						Total
	Espresso	Φίλτρου	Ντεκαφεινέ	Στιγμαίο	Ελληνικός	Άλλο	
2. Ηλικία 18 - 34 ετών	50	4	10	2	5	13	84
35 - 59 ετών	15	8	7	5	4	3	42
60 ετών και άνω	2	1	0	1	6	0	10
Total	67	13	17	8	15	16	136



Διάγραμμα 3.4: Είδος καφέ προτίμησης σε σχέση με την ηλικία.

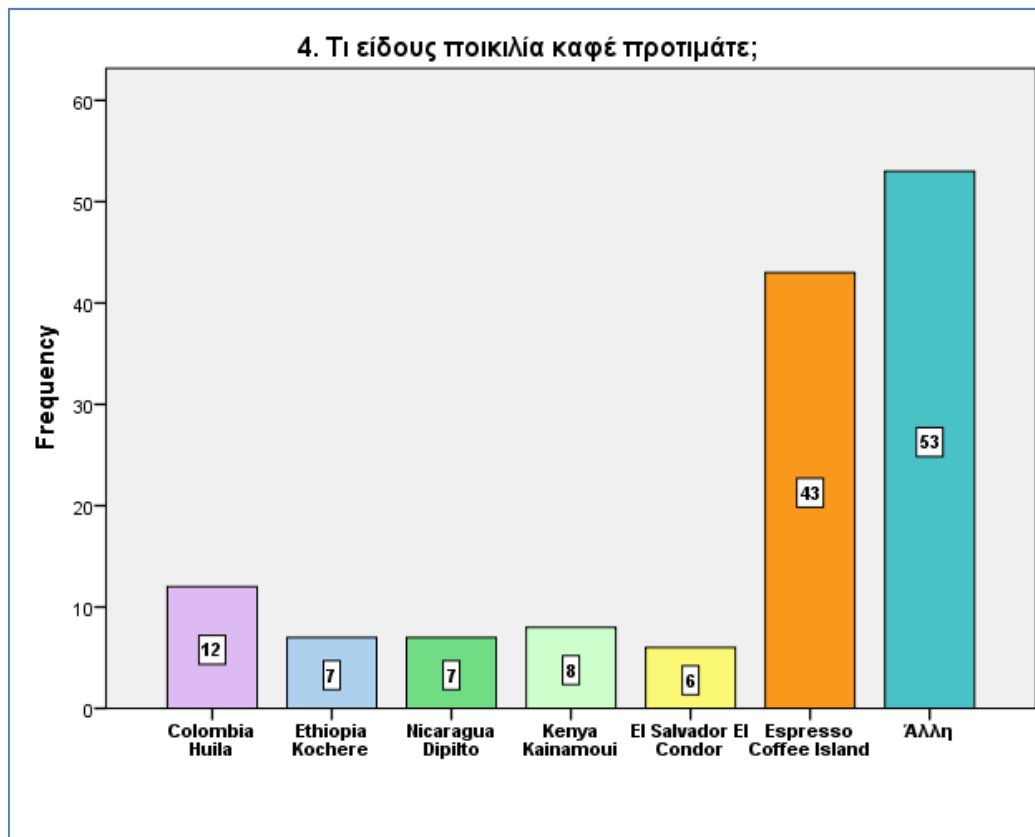
3.3.5 Ποικιλία καφέ προτίμησης

Το θέμα της 4^{ης} ερώτησης είναι «Τι είδους ποικιλία καφέ προτιμάτε;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.8 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.5. Παρατηρείται ότι 12 άτομα (8,8%) επέλεξαν την ποικιλία καφέ «Colombia Huila», 7 άτομα (5,1%) επέλεξαν τις ποικιλίες καφέ «Ethiopia Kochere» και «Nicaragua Dipilto», 8 άτομα (5,9%) επέλεξαν την ποικιλία καφέ «Kenya Kainamoui», 6 άτομα (4,4%) επέλεξαν την ποικιλία καφέ «El Salvador El Condor», 43 άτομα (31,6%) επέλεξαν την ποικιλία καφέ «Espresso Coffee Island» και τέλος 53 άτομα (39%) επέλεξαν κάποια «άλλη» ποικιλία καφέ.

Πίνακας 3.8: Ποικιλία καφέ προτίμησης.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Colombia Huila	12	8,8	8,8	8,8
Ethiopia Kochere	7	5,1	5,1	14,0
Nicaragua Dipilto	7	5,1	5,1	19,1
Kenya Kainamoui	8	5,9	5,9	25,0
El Salvador El Condor	6	4,4	4,4	29,4
Espresso Coffee Island	43	31,6	31,6	61,0
Άλλη	53	39,0	39,0	100,0

Total	136	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------



Διάγραμμα 3.5: Ποικιλία καφέ προτίμησης.

3.3.6 Βαθμός ικανοποίησης από την γεύση του καφέ

Στον Πίνακα 3.9 καταγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για την γεύση του καφέ. Παρατηρείται ότι η Μέση τιμή / Mean είναι: 4,1324 και η Std. Deviation / Τυπική απόκλιση είναι: 0,83274.

Πίνακας 3.9: Στατιστικά στοιχεία για την γεύση του καφέ.

N	Valid	136
	Missing	0
Mean ⁴		4,1324
Median ⁵		4,0000
Std. Deviation ⁶		,83274

⁴ Mean - Αριθμητικός μέσος ή Μέση τιμή: ορίζεται ως το άθροισμα των παρατηρήσεων διά του πλήθους των παρατηρήσεων.

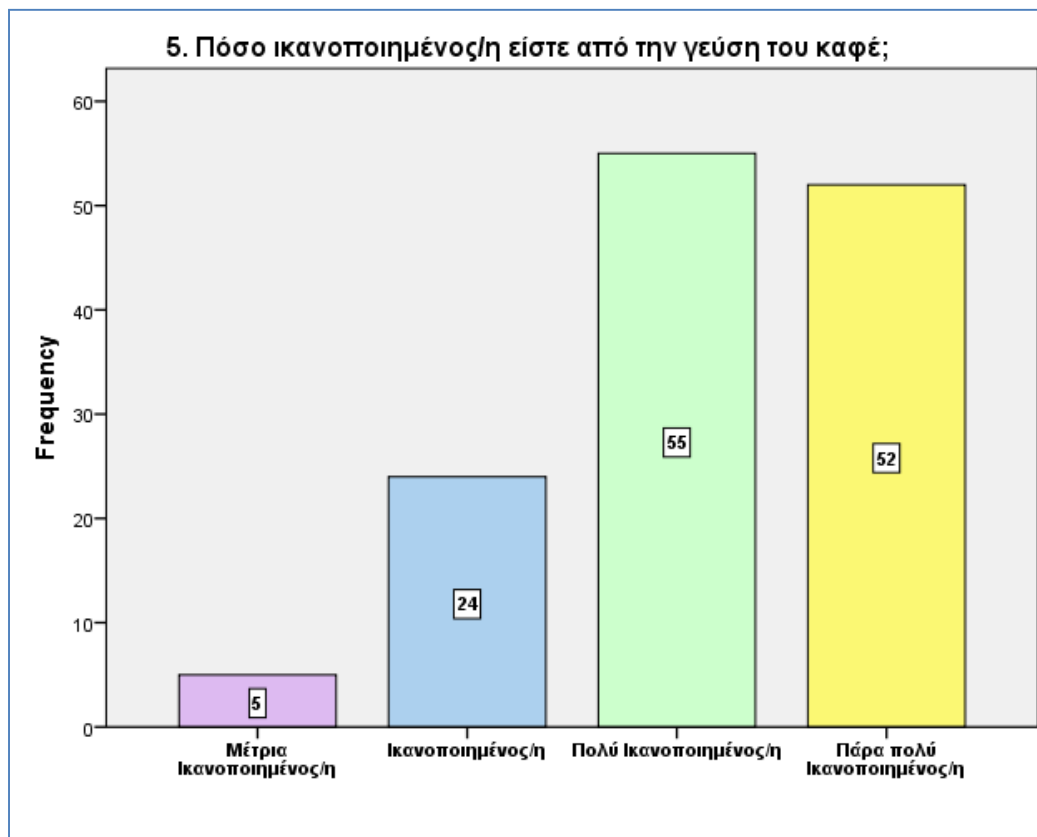
⁵ Median – Διάμεσος: ορίζεται ως η μεσαία παρατήρηση.

⁶ Std. Deviation - Τυπική απόκλιση: ορίζεται ως η τετραγωνική ρίζα της διακύμανσης (αριθμητικός μέσος των τετραγώνων των αποκλίσεων των τιμών της μεταβλητής από τον αριθμητικό μέσο).

Το θέμα της 5^{ης} ερώτησης είναι «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την γεύση του καφέ;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.10 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.6. Παρατηρείται ότι 5 άτομα (3,7%) είναι «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 24 άτομα (17,6%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 55 άτομα (40,4%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 52 άτομα (38,2%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η». Η επιλογή / βαθμός ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η» δεν επιλέχθηκε από το δείγμα της έρευνας.

Πίνακας 3.10: Βαθμός ικανοποίησης από την γεύση του καφέ.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Μέτρια Ικανοποιημένος/η	5	3,7	3,7	3,7
Ικανοποιημένος/η	24	17,6	17,6	21,3
Πολύ Ικανοποιημένος/η	55	40,4	40,4	61,8
Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	52	38,2	38,2	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.6: Βαθμός ικανοποίησης από την γεύση του καφέ.

3.3.7 Βαθμός ικανοποίησης από την εμφάνιση του καφέ

Στον Πίνακα 3.11 καταγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για την εμφάνιση του καφέ. Παρατηρείται ότι η Μέση τιμή / Mean είναι: 4,1103 και η Std. Deviation / Τυπική απόκλιση είναι: 0,82258.

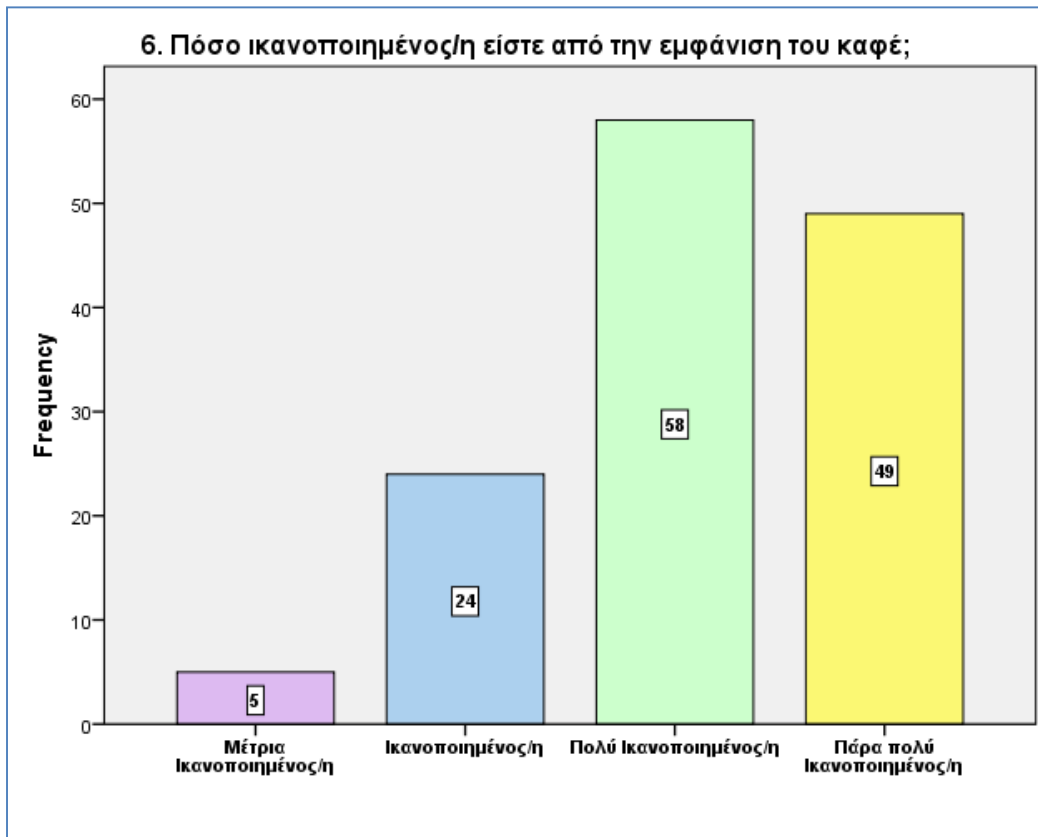
Πίνακας 3.11: Στατιστικά στοιχεία για την εμφάνιση του καφέ.

N	Valid	136
	Missing	0
Mean		4,1103
Median		4,0000
Std. Deviation		,82258

Το θέμα της 6^{ης} ερώτησης είναι «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την εμφάνιση του καφέ;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.12 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.7. Παρατηρείται ότι 5 άτομα (3,7%) είναι «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 24 άτομα (17,6%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 58 άτομα (42,6%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 49 άτομα (36%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η». Η επιλογή / βαθμός ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η» δεν επιλέχθηκε από το δείγμα της έρευνας.

Πίνακας 3.12: Βαθμός ικανοποίησης από την εμφάνιση του καφέ.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Μέτρια Ικανοποιημένος/η	5	3,7	3,7	3,7
Ικανοποιημένος/η	24	17,6	17,6	21,3
Πολύ Ικανοποιημένος/η	58	42,6	42,6	64,0
Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	49	36,0	36,0	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.7: Βαθμός ικανοποίησης από την εμφάνιση του καφέ.

3.3.8 Βαθμός ικανοποίησης από την ποιότητα του καφέ

Στον Πίνακα 3.13 καταγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για την ποιότητα του καφέ. Παρατηρείται ότι η Μέση τιμή / Mean είναι: 4,0074 και η Std. Deviation / Τυπική απόκλιση είναι: 0,94670.

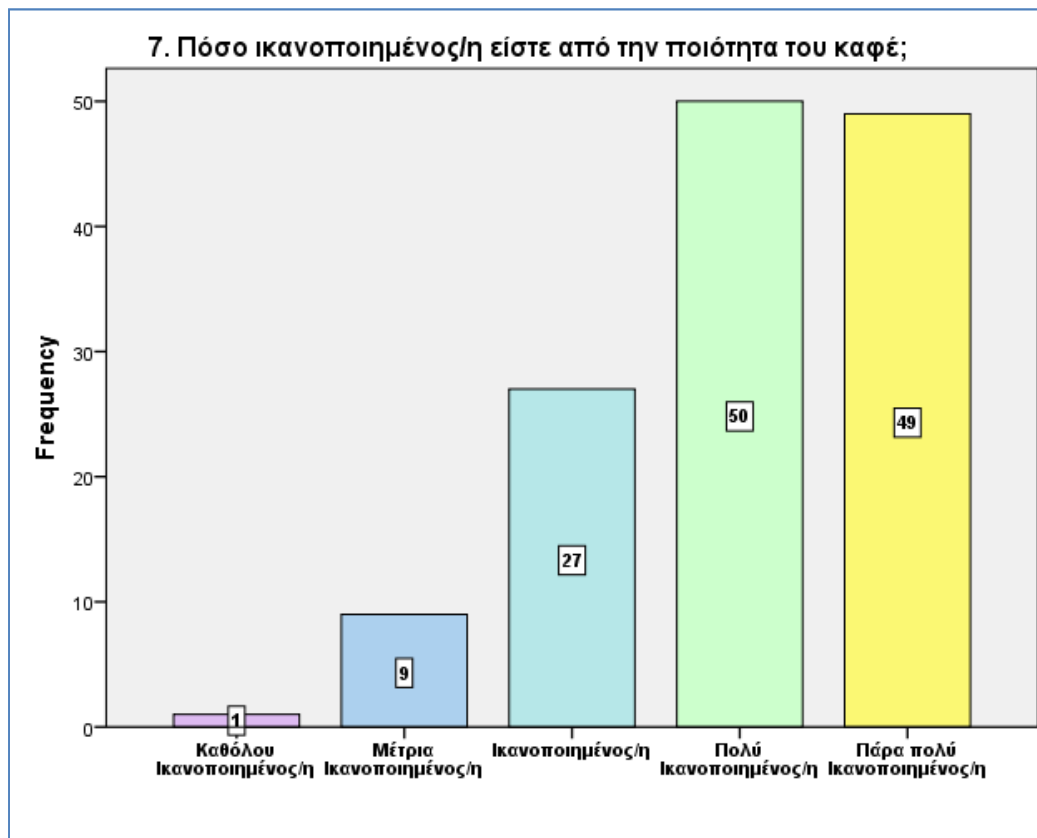
Πίνακας 3.13: Στατιστικά στοιχεία για την ποιότητα του καφέ.

Statistics		
N	Valid	136
	Missing	0
Mean		4,0074
Median		4,0000
Std. Deviation		,94670

Το θέμα της 7^{ης} ερώτησης είναι «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την ποιότητα του καφέ;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.14 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.8. Παρατηρείται ότι 1 άτομο (0,7%) είναι «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 9 άτομα (6,6%) είναι «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 27 άτομα (19,9%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 50 άτομα (36,8%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 49 άτομα (36%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Πίνακας 3.14: Βαθμός ικανοποίησης από την ποιότητα του καφέ.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου Ικανοποιημένος/η	1	,7	,7	,7
Μέτρια Ικανοποιημένος/η	9	6,6	6,6	7,4
Ικανοποιημένος/η	27	19,9	19,9	27,2
Πολύ Ικανοποιημένος/η	50	36,8	36,8	64,0
Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	49	36,0	36,0	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.8: Βαθμός ικανοποίησης από την ποιότητα του καφέ.

3.3.9 Βαθμός ικανοποίησης από την τιμή του καφέ

Στον Πίνακα 3.15 καταγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για την τιμή του καφέ. Παρατηρείται ότι η Μέση τιμή / Mean είναι: 3,7353 και η Std. Deviation / Τυπική απόκλιση είναι: 1,03448.

Πίνακας 3.15: Στατιστικά στοιχεία για την τιμή του καφέ.

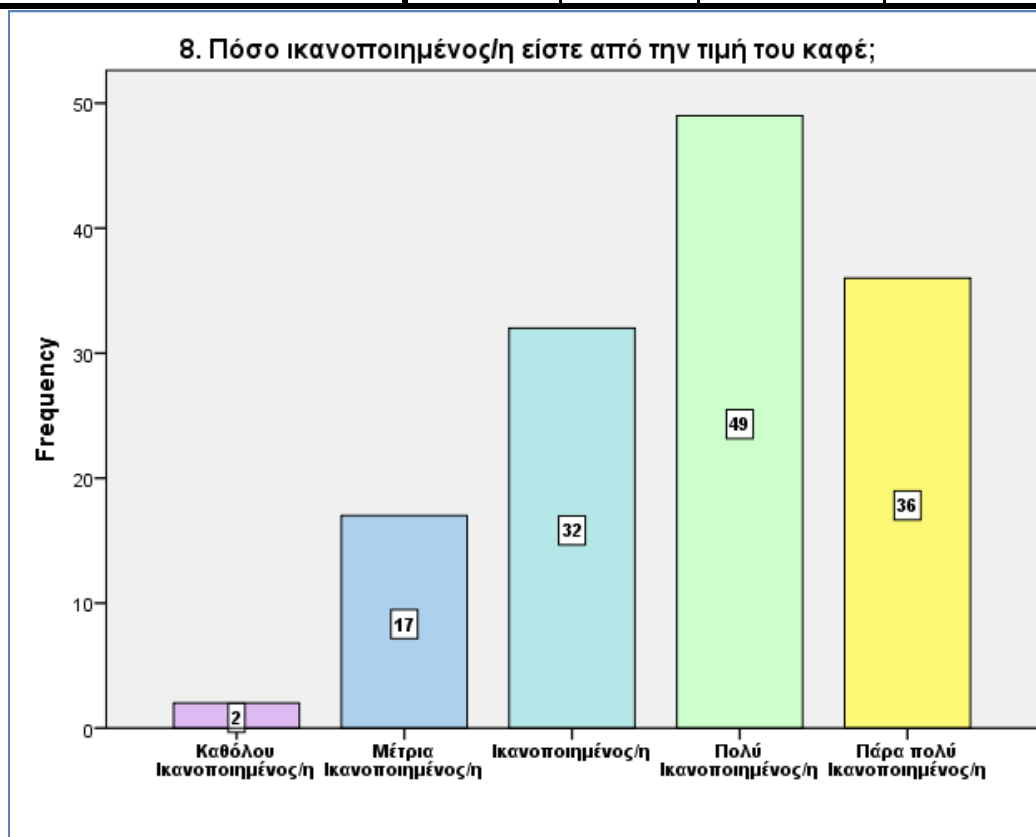
N	Valid	136
	Missing	0

Mean	3,7353
Median	4,0000
Std. Deviation	1,03448

Το θέμα της 8^{ης} ερώτησης είναι «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την τιμή του καφέ;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.16 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.9. Παρατηρείται ότι 2 άτομα (1,5%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 17 άτομα (12,5%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 32 άτομα (23,5%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 49 άτομα (36%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 36 άτομα (26,5%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Πίνακας 3.16: Βαθμός ικανοποίησης από την τιμή του καφέ.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου Ικανοποιημένος/η	2	1,5	1,5	1,5
Μέτρια Ικανοποιημένος/η	17	12,5	12,5	14,0
Ικανοποιημένος/η	32	23,5	23,5	37,5
Πολύ Ικανοποιημένος/η	49	36,0	36,0	73,5
Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	36	26,5	26,5	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.9: Βαθμός ικανοποίησης από την τιμή του καφέ.

3.3.10 Βαθμός ικανοποίησης από το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό)

Στον Πίνακα 3.17 καταγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για τον βαθμό ικανοποίησης από το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό). Παρατηρείται ότι η Μέση τιμή / Mean είναι: 3,25735 και η Std. Deviation / Τυπική απόκλιση είναι: 1,115522.

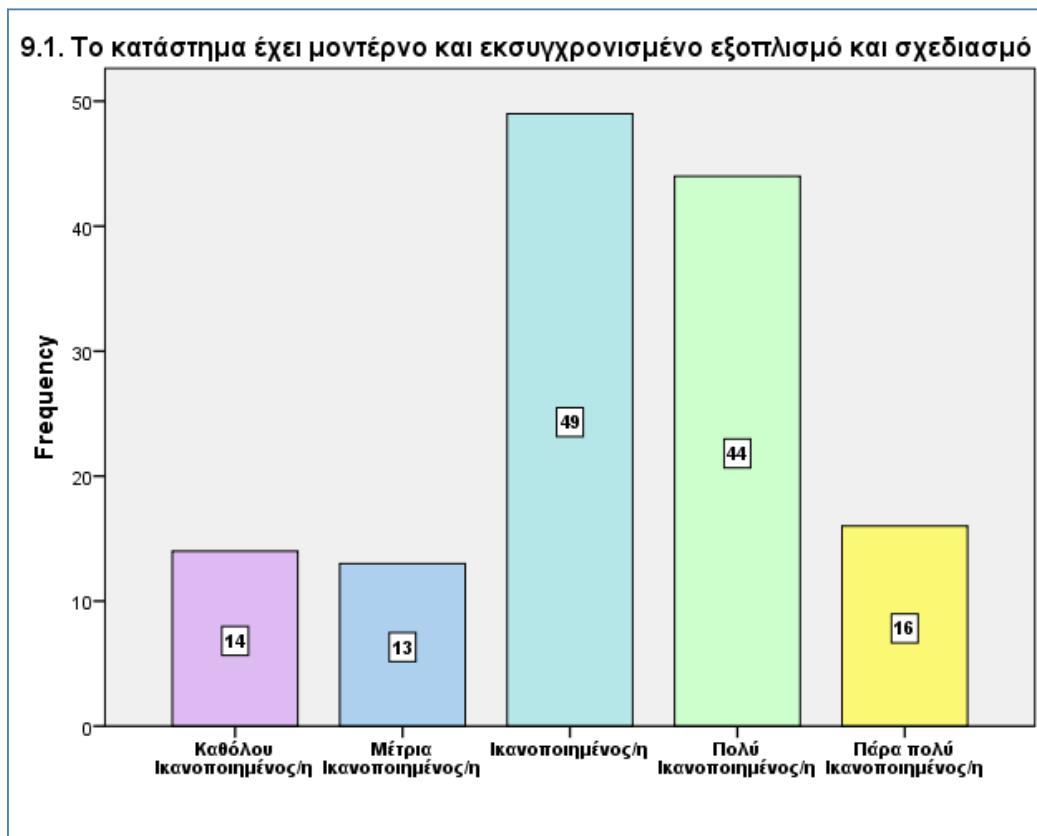
Πίνακας 3.17: Στατιστικά στοιχεία για το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό).

N	Valid	136
	Missing	0
Mean		3,25735
Median		3,00000
Std. Deviation		1,115522

Το θέμα της 9^{ης} ερώτησης είναι «Το κατάστημα έχει μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.18 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.10. Παρατηρείται ότι 14 άτομα (10,3%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 13 άτομα (9,6%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 49 άτομα (36%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 44 άτομα (32,4%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 16 άτομα (11,8%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Πίνακας 3.18: Βαθμός ικανοποίησης από το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου Ικανοποιημένος/η	14	10,3	10,3	10,3
Μέτρια Ικανοποιημένος/η	13	9,6	9,6	19,9
Ικανοποιημένος/η	49	36,0	36,0	55,9
Πολύ Ικανοποιημένος/η	44	32,4	32,4	88,2
Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	16	11,8	11,8	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.10: Βαθμός ικανοποίησης από το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό).

3.3.11 Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής)

Στον Πίνακα 3.19 καταγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για τον βαθμό ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής). Παρατηρείται ότι η Μέση τιμή / Mean είναι: 3,4706 και η Std. Deviation / Τυπική απόκλιση είναι: 1,19840.

Πίνακας 3.19: Στατιστικά στοιχεία για το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής).

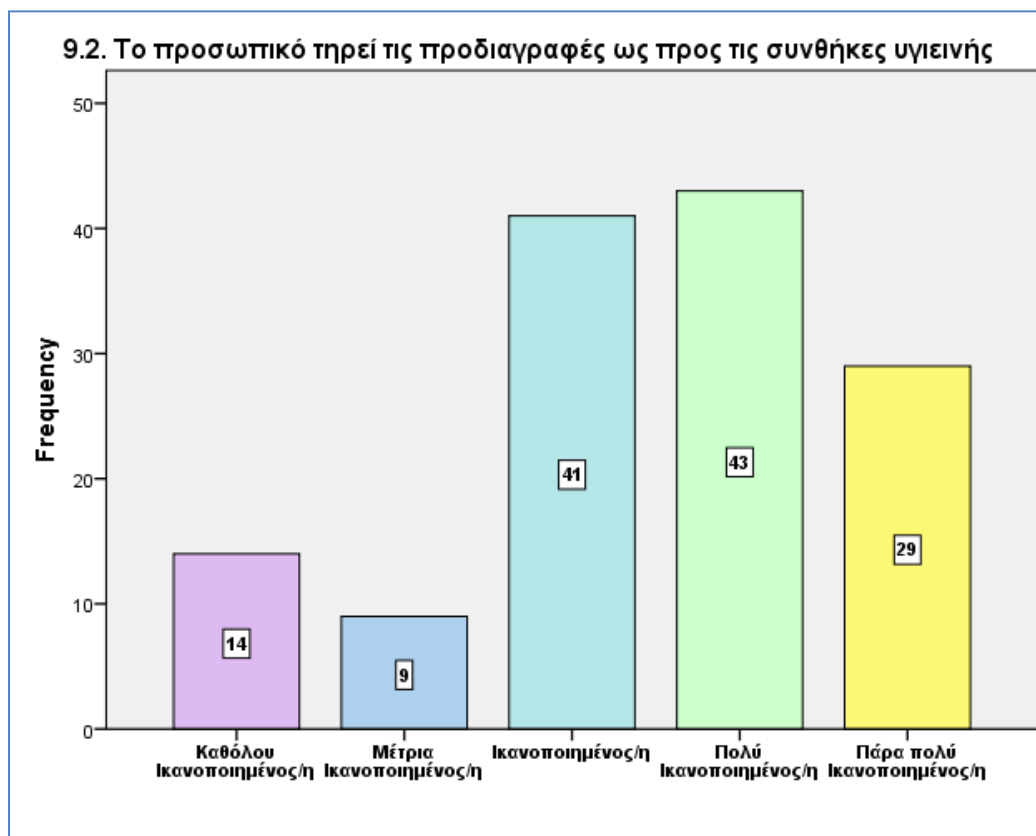
N	Valid	136
	Missing	0
Mean		3,4706
Median		4,0000
Std. Deviation		1,19840

Το θέμα της 10^{ης} ερώτησης είναι «Το προσωπικό τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.20 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.11. Παρατηρείται ότι 14 άτομα (10,3%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 9 άτομα (6,6%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η»,

41 άτομα (30,1%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 43 άτομα (31,6%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 29 άτομα (21,3%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Πίνακας 3.20: Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου Ικανοποιημένος/η	14	10,3	10,3	10,3
Μέτρια Ικανοποιημένος/η	9	6,6	6,6	16,9
Ικανοποιημένος/η	41	30,1	30,1	47,1
Πολύ Ικανοποιημένος/η	43	31,6	31,6	78,7
Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	29	21,3	21,3	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.11: Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής).

3.3.12 Βαθμός ικανοποίησης για τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς)

Στον Πίνακα 3.21 καταγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για τον βαθμό ικανοποίησης από τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς). Παρατηρείται ότι η Μέση τιμή / Mean είναι: 3,3456 και η Std. Deviation / Τυπική απόκλιση είναι: 1,21337.

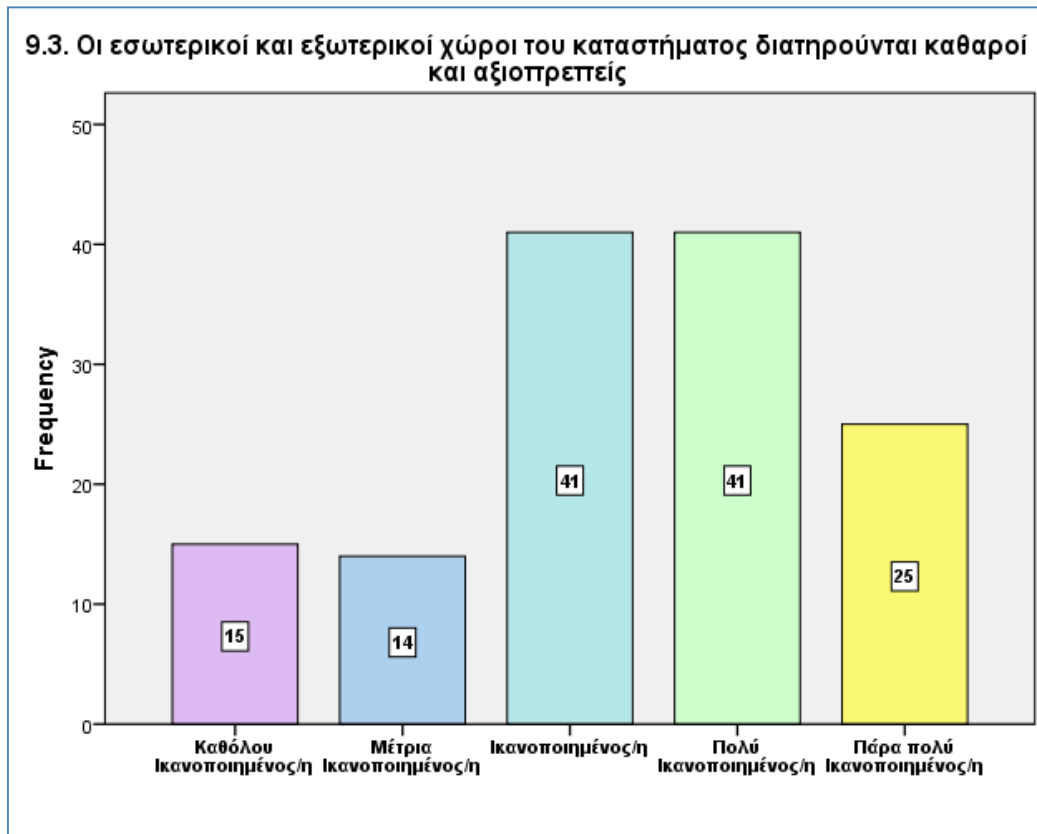
Πίνακας 3.21: Στατιστικά στοιχεία για τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς).

N	Valid	136
	Missing	0
Mean		3,3456
Median		3,0000
Std. Deviation		1,21337

Το θέμα της 11^{ης} ερώτησης είναι «Οι εσωτερικοί και εξωτερικοί χώροι του καταστήματος διατηρούνται καθαροί και αξιοπρεπείς;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.22 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.12. Παρατηρείται ότι 15 άτομα (11%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 14 άτομα (10,3%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 41 άτομα (30,1%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 41 άτομα (30,1%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 25 άτομα (18,4%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Πίνακας 3.22: Βαθμός ικανοποίησης για τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου Ικανοποιημένος/η	15	11,0	11,0	11,0
Μέτρια Ικανοποιημένος/η	14	10,3	10,3	21,3
Ικανοποιημένος/η	41	30,1	30,1	51,5
Πολύ Ικανοποιημένος/η	41	30,1	30,1	81,6
Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	25	18,4	18,4	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.12: Βαθμός ικανοποίησης για τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς).

3.3.13 Βαθμός ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί)

Στον Πίνακα 3.23 καταγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για τον βαθμό ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί). Παρατηρείται ότι η Μέση τιμή / Mean είναι: 3,4265 και η Std. Deviation / Τυπική απόκλιση είναι: 1,15875.

Πίνακας 3.23: Στατιστικά στοιχεία για το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί).

N	Valid	136
	Missing	0
	Mean	3,4265
	Median	4,0000
	Std. Deviation	1,15875

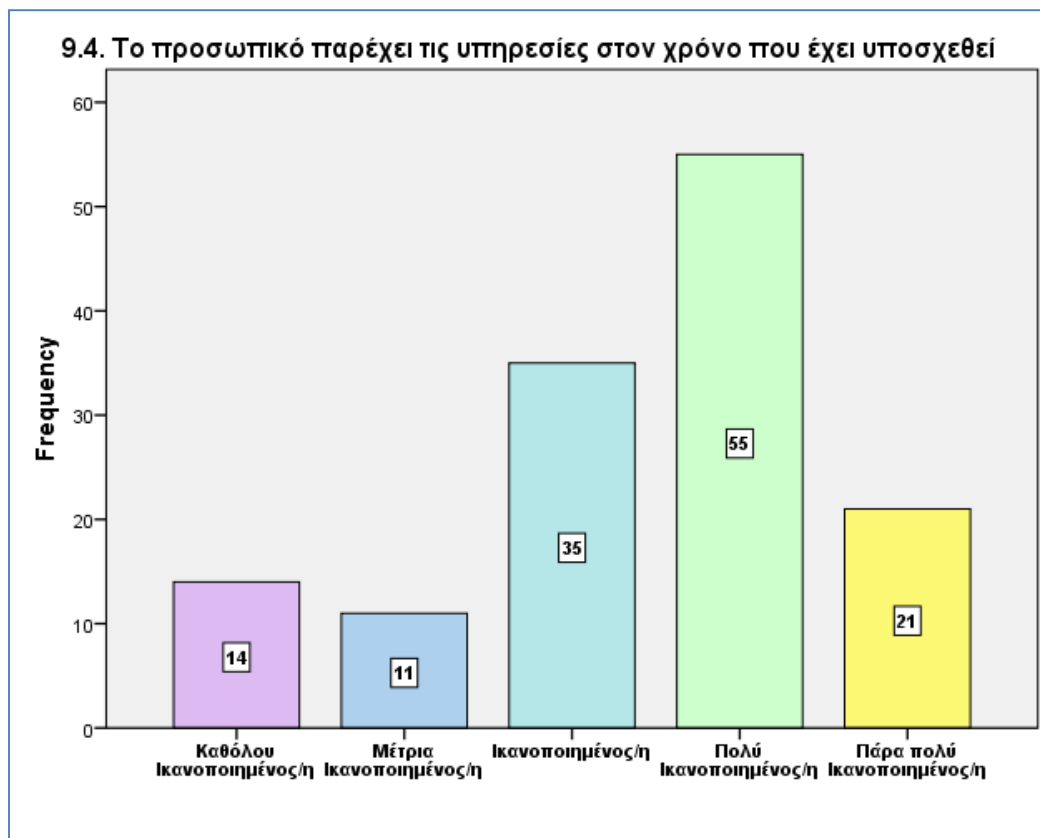
Το θέμα της 12^{ης} ερώτησης είναι «Το προσωπικό παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.24 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.13. Παρατηρείται ότι 14 άτομα (10,3%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 11 άτομα (8,1%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η»,

35 άτομα (25,7%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 55 άτομα (40,4%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 21 άτομα (15,4%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Πίνακας 3.24: Βαθμός ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί).

9.4. Το προσωπικό παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	14	10,3	10,3	10,3
Μέτρια Ικανοποιημένος/η	11	8,1	8,1	18,4
Valid Ικανοποιημένος/η	35	25,7	25,7	44,1
Πολύ Ικανοποιημένος/η	55	40,4	40,4	84,6
Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	21	15,4	15,4	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.13: Βαθμός ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί).

3.3.14 Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών)

Στον Πίνακα 3.25 καταγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για τον βαθμό ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών). Παρατηρείται ότι η Μέση τιμή / Mean είναι: 3,4485 και η Std. Deviation / Τυπική απόκλιση είναι: 1,18522.

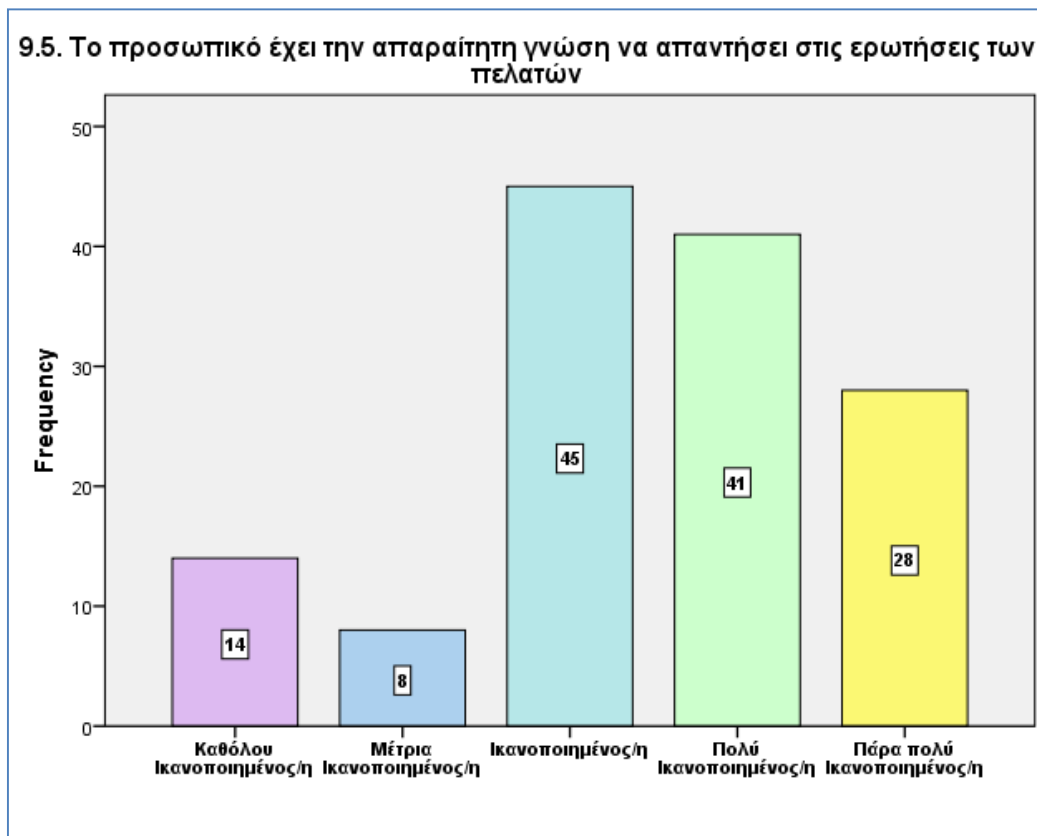
Πίνακας 3.25: Στατιστικά στοιχεία για το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών).

N	Valid	136
	Missing	0
	Mean	3,4485
	Median	4,0000
	Std. Deviation	1,18522

Το θέμα της 13^{ης} ερώτησης είναι «Το προσωπικό έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.26 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.14. Παρατηρείται ότι 14 άτομα (10,3%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 8 άτομα (5,9%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 45 άτομα (33,1%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 41 άτομα (30,1%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 28 άτομα (20,6%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Πίνακας 3.26: Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	14	10,3	10,3	10,3
Μέτρια Ικανοποιημένος/η	8	5,9	5,9	16,2
Valid Ικανοποιημένος/η	45	33,1	33,1	49,3
Πολύ Ικανοποιημένος/η	41	30,1	30,1	79,4
Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	28	20,6	20,6	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.14: Βαθμός ικανοποίησης για το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών).

3.3.15 Βαθμός ικανοποίησης από την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες)

Στον Πίνακα 3.27 καταγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για τον βαθμό ικανοποίησης από την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες). Παρατηρείται ότι η Μέση τιμή / Mean είναι: 3,375 και η Std. Deviation / Τυπική απόκλιση είναι: 1,14139.

Πίνακας 3.27: Στατιστικά στοιχεία για την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες).

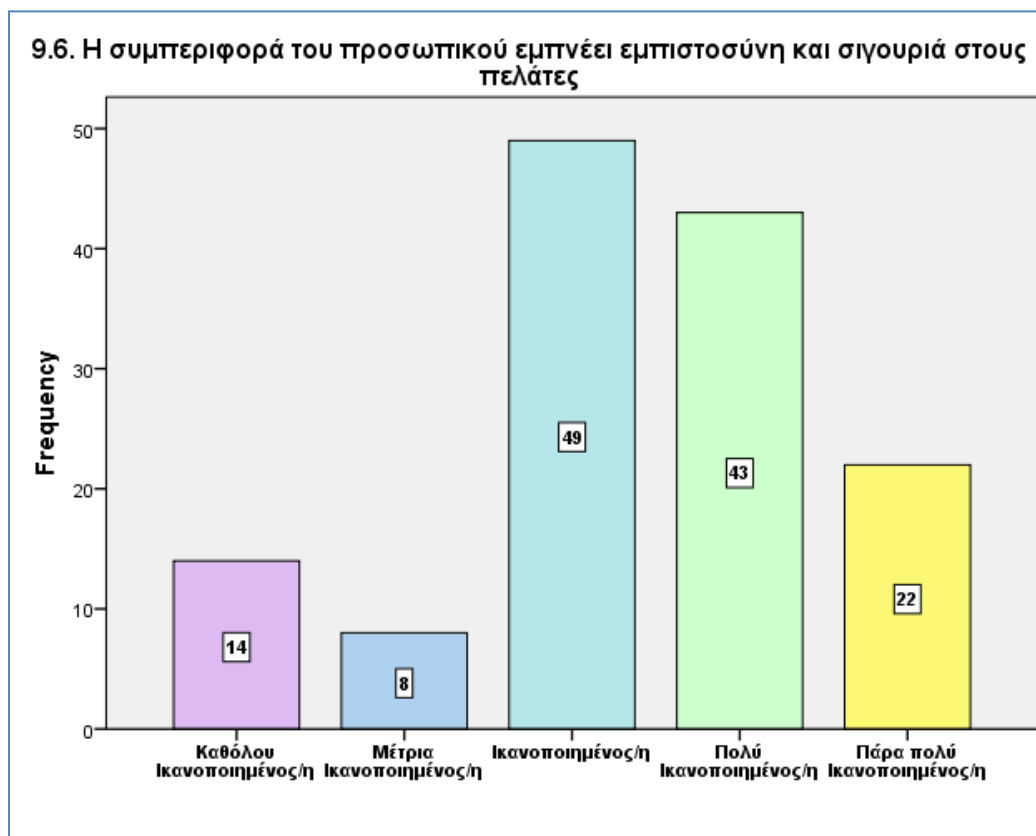
N	Valid	136
	Missing	0
Mean		3,3750
Median		3,0000
Std. Deviation		1,14139

Το θέμα της 14^{ης} ερώτησης είναι «Η συμπεριφορά του προσωπικού εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.28 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.15. Παρατηρείται ότι 14 άτομα (10,3%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 8 άτομα (5,9%) «Μέτρια

Ικανοποιημένος/η», 49 άτομα (36%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 43 άτομα (31,6%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 22 άτομα (16,2%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Πίνακας 3.28: Βαθμός ικανοποίησης από την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου Ικανοποιημένος/η	14	10,3	10,3	10,3
Μέτρια Ικανοποιημένος/η	8	5,9	5,9	16,2
Ικανοποιημένος/η	49	36,0	36,0	52,2
Πολύ Ικανοποιημένος/η	43	31,6	31,6	83,8
Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	22	16,2	16,2	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.15: Βαθμός ικανοποίησης από την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες).

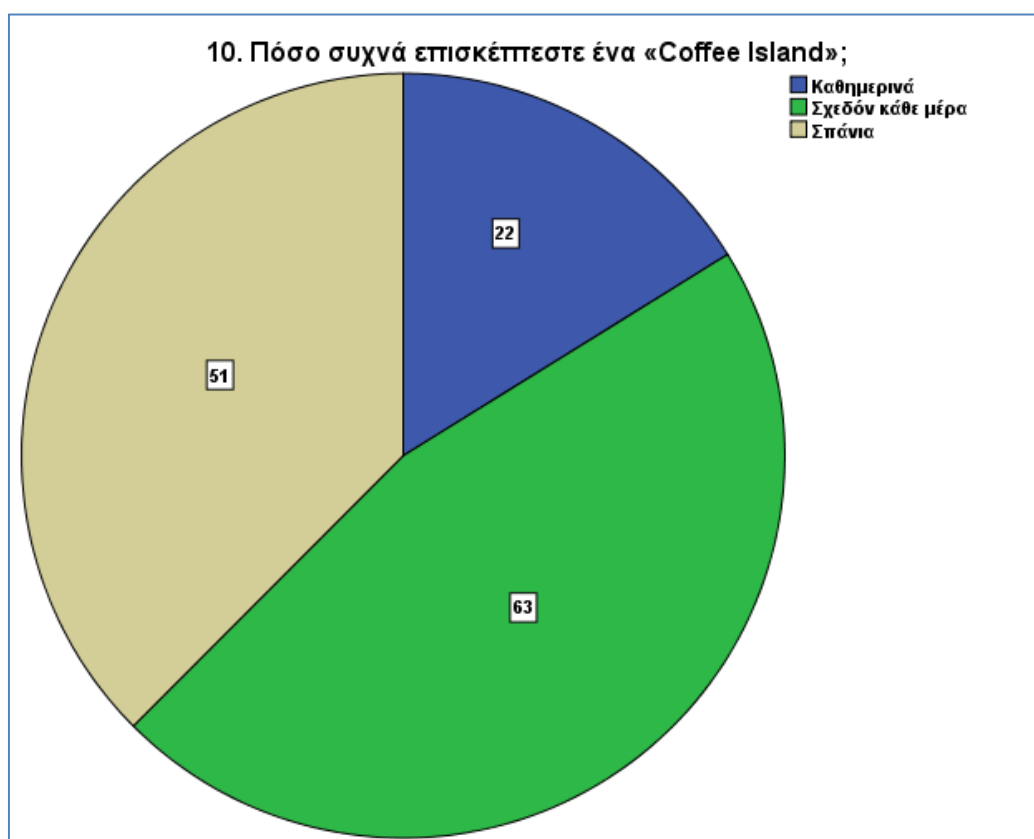
3.3.16 Συχνότητα επίσκεψης σε ένα «Coffee Island»

Το θέμα της 15^{ης} ερώτησης είναι «Πόσο συχνά επισκέπτεστε ένα «Coffee Island»;», και οι επιλογές του δείγματος καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.29 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.16. Παρατηρείται ότι 22 άτομα (16,2%) έχουν συχνότητα επίσκεψης «Καθημερινά», 63 άτομα (46,3%) «Σχεδόν κάθε μέρα», και 51 άτομα (37,5%) είναι «Σπάνια».

Πίνακας 3.29: Συχνότητα επίσκεψης σε ένα «Coffee Island».

10. Πόσο συχνά επισκέπτεστε ένα «Coffee Island»;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθημερινά	22	16,2	16,2	16,2
Σχεδόν κάθε μέρα	63	46,3	46,3	62,5
Σπάνια	51	37,5	37,5	100,0
Total	136	100,0	100,0	



Διάγραμμα 3.16: Συχνότητα επίσκεψης σε ένα «Coffee Island».

3.4 Ερευνητικά Δεδομένα ποιοτικής έρευνας

Στο παρόν υποκεφάλαιο και για την επιστημονική τεκμηρίωση και κατανόηση των ευρημάτων / αποτελεσμάτων της πρωτογενούς ποιοτικής έρευνας, καταγράφονται τα αποτελέσματα κάθε ερώτησης από διαφορετικούς εργαζόμενους, διαφορετικών καταστημάτων.

Απευθυνθήκαμε σε εργαζόμενους δύο κεντρικών καταστημάτων της εταιρείας «Coffee Island», αφού εξηγήσαμε τους σκοπούς μας, πήραμε την άδεια από τους υπευθύνους και ξεκινήσαμε την έρευνά μας.

Οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου συνέντευξης εργαζομένων της εταιρείας «Coffee Island» έχουν ως εξής:

3.4.1 Κατοχή θέσης στην επιχείρηση «Coffee Island»

Από το πρώτο ερώτημα «Ποια η θέση που κατέχετε στη επιχείρηση «Coffee Island»;» οι απαντήσεις καταγράφονται στον παρακάτω Πίνακα 3.30.

Πίνακας 3.30: Κατοχή θέσης στην επιχείρηση «Coffee Island».

Θέση	Αριθμός
Μπαρίστα (barista)	5
Delivery (Διανομέας)	4
Υπεύθυνος	2

3.4.2 Χρόνια εργασίας στην επιχείρηση «Coffee Island»

Από το δεύτερο ερώτημα «Πόσα τα χρόνια εργασίας στην επιχείρηση «Coffee Island»;» παρατηρήθηκε ότι οι εργαζόμενοι είχαν έως 6 έτη προϋπηρεσία.

3.4.3 Οι βασικές αρχές της επιχείρησης «Coffee Island»

Από το τρίτο ερώτημα «Ποιες είναι οι βασικές αρχές της επιχείρησης «Coffee Island»;» παρατηρήθηκε ότι οι εργαζόμενοι απάντησαν με σειρά τα εξής: η «σωστή εξυπηρέτηση και η ικανοποίηση των πελατών», η «θεμιτή προώθηση των προϊόντων».

3.4.4 Οι βασικοί «Σταθμοί» στην πορεία της επιχείρησης «Coffee Island»

Από το τέταρτο ερώτημα «Ποιοι είναι οι βασικοί «Σταθμοί» στην πορεία της επιχείρησης «Coffee Island»;» παρατηρήθηκε ότι όλοι οι εργαζόμενοι γνώριζαν την ιστορία / βασικούς «Σταθμούς» στην πορεία της επιχείρησης «Coffee Island», όπως:

- «Ξεκίνησε από την Πάτρα και ήρθε στην Αθήνα πριν 18 χρόνια»
- «Ξεκίνησε σαν καφενείο πριν 20 χρόνια και όταν μπορούσε -βάση νομοθεσίας / αδειοδότηση (να δίνουν καφέ στο χερι σαν take away)- αναπτύχθηκε και έγινε αλυσίδα καταστημάτων».
- «Συνεχή επέκταση του δικτύου στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό»
- «Πραγματοποιεί -συμβολαιακή γεωργία- σε ό, τι αφορά την πρώτη ύλη με απευθείας συμφωνίες»

3.4.5 Οι βασικές διακρίσεις της επιχείρησης «Coffee Island»

Από το πέμπτο ερώτημα «Ποιες είναι οι βασικές διακρίσεις της επιχείρησης «Coffee Island»;» παρατηρήθηκε ότι όλοι οι εργαζόμενοι κατέγραψαν διακρίσεις της επιχείρησης «Coffee Island», όπως:

- «Διακρίθηκε και στο εξωτερικό και στο εσωτερικό, σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο».
- «Τα βραβεία που πήρε είναι:
 - Specialty coffee assn of Europe
 - Specialty coffee association of America».
- «Έχει το: Q-Graders, που αποτελούν μελή μιας παγκόσμιας κοινότητας, ενώ απαριθμούνται στους 3000 σε 58 χώρες. Είναι οι πιστοποιημένοι γευσιγνώστες για τον καφέ από το Coffe Q uality Institute (CQI)».
- «Αριστείο «Ενίσχυση Απασχόλησης, Μικρές & Μεσαίες Επιχειρήσεις» - Αριστεία Εταιρικής Υπευθυνότητας»
- Τελευταία το: «Best Coffee Chain - Southern Europe».

3.4.6 Τα βασικά προσόντα, για να εργαστεί κάποιος, στην επιχείρηση «Coffee Island»

Το έκτο ερώτημα «Ποιες είναι τα βασικά προσόντα, για να εργαστεί κάποιος, στην επιχείρηση «Coffee Island»;» απαντήθηκε μόνο από τους υπεύθυνους των δύο καταστημάτων

«Coffee Island» που πραγματοποιήθηκε η έρευνα, και τα διάφορα προσόντα κατέγραψαν ήταν:

- «Να έχει θέληση, να είναι ευγενικός, να είναι εργατικός - γρήγορος, να είναι συνεργάσιμος και να έχει ευέλικτο ωράριο».
- «Να έχει όρεξη για δουλειά, να είναι «ανοιχτός» στο να μαθαίνει καινούργια πράγματα, να έχει πάθος για τον καφέ και να ακολουθεί τις διαδικασίες παρασκευής του καφέ».

3.4.7 Η διαδικασία πρόσληψης που ακολουθείται στην επιχείρηση «Coffee Island»

Το έβδομο ερώτημα «Ποια είναι η διαδικασία πρόσληψης που ακολουθείται στην επιχείρηση «Coffee Island»;» απαντήθηκε μόνο από τους υπεύθυνους των δύο καταστημάτων «Coffee Island» που πραγματοποιήθηκε η έρευνα, και καταγράφηκαν τα εξής:

- «Η διαδικασία πρόσληψης είναι να έχει προϋπηρεσία στην εστίαση, όρεξη για μάθηση και να έχει τα απαραίτητα προσόντα».
- «Κατά την διαδικασία πρόσληψη, συλλέγονται τα στοιχεία των υποψήφιων για εργασία και με διαφάνεια πραγματοποιείται η αξιολόγηση αυτών».

3.4.8 Οι περιοχές που βρίσκονται οι φυτείες καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island»

Από το όγδοο ερώτημα «Σε ποιες περιοχές βρίσκονται οι φυτείες καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island»;» παρατηρήθηκε ότι όλοι οι εργαζόμενοι γνώριζαν περιοχές βρίσκονται οι φυτείες καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island», όπως:

«Οι φυτείες είναι στην Κεντρική και Λατινική Αμερική και Κεντρική Αφρική. Η επεξεργασία του καφέ γίνεται στην Πάτρα».

3.4.9 Αριθμό και όνομα ποικιλιών καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island»

Από το ένατο ερώτημα «Πόσες ποικιλίες καφέ (και ποιες;) χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island»;» παρατηρήθηκε ότι όλοι οι εργαζόμενοι γνώριζαν διάφορες ποικιλίες καφέ που χρησιμοποιεί καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island», όπως:

«Όλες οι ποικιλίες είναι 31.

1) Εσπρέσο:

- Coffee island
- Extra χαρμάνι
- Classic

2) Φίλτρου είναι ο παραδοσιακός και οι αρωματικοί που είναι 12:

- Βανίλια πορτοκαλί
- Φουντούκι
- Γαλλική καραμέλα
- Σοκολάτα
- Σοκολάτα πορτοκάλι κ.α.

3) Ελληνικός είναι ο:

- Παραδοσιακός,
- Ξανθός και
- Σπέσιαλ σκούρος

4) Ντεκαφεΐνε υπάρχει ο:

- Φίλτρου
- Ελληνικός και
- Έσπρεσο

4 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: «ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ»

Βασική προϋπόθεση στη στατιστική συμπερασματολογία, είναι ο προσδιορισμός του είδους αλλά και της έντασης της σχέσης που υπάρχει μεταξύ δυο τυχαίων μεταβλητών. Σε πολλά βασικά / πρακτικά προβλήματα χρειάζονται δύο ή και περισσότερες ανεξάρτητες μεταβλητές ώστε να ερμηνευτεί ακριβέστερα ένα φυσικό φαινόμενο προκειμένου να εξαχθούν σωστότερα συμπεράσματα.

Έτσι στην ανάλυση παλινδρόμησης οι μεταβλητές που χρησιμοποιούνται είναι συνήθως ποσοτικές μεταβλητές. Επίσης, δεν χρησιμοποιούνται γενικά ποιοτικές μεταβλητές, στην ονομαστική ή την ιεραρχική κλίμακα. Ωστόσο, κάποιες φορές είναι βασικό να περιλαμβάνονται και ποιοτικές μεταβλητές στο μοντέλο.

Η μελέτη περίπτωσης της παρούσης πτυχιακής αφορά την εταιρεία Coffee Island», η αποτελείται από ανθρώπους, οι οποίοι πιστεύουν στο ίδιο όραμα και τις ίδιες αξίες.

Η πρωτογενής ερευνητική διαδικασία βασίστηκε στην ποιοτική και ποσοτική έρευνα. Χρησιμοποιήθηκαν και οι δύο τρόποι / τεχνικές έρευνας, η ποιοτική έρευνα με την βοήθεια των συνεντεύξεων για την εύρεση των απόψεων των εργαζομένων της εταιρείας «Coffee Island» και η ποσοτική έρευνα με την βοήθεια των ερωτηματολογίων για την εύρεση των απόψεων πελατών της εταιρείας «Coffee Island». Η συλλογή δεδομένων / στοιχείων πραγματοποιήθηκε με την τεχνική της δειγματοληψίας με συνεντεύξεις (ανοικτού τύπου ερωτήσεις) και ερωτηματολογία, με ειδικά σχεδιασμένο δομημένο πρωτόκολλο όπου οι ερωτήσεις θα είναι κλειστού τύπου. Από την ολοκληρωμένη ερευνητική διεργασία / διαδικασία θα καταγράφουν οι απόψεις των εργαζομένων αλλά και των πελατών της εταιρείας «Coffee Island» ως ενδεικτική παρουσίαση, με κύριο στόχο / σκοπό να επαληθευτούν τα ερευνητικά ερωτήματα.

Από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων από τους πελάτες εξάγονται τα εξής συμπεράσματα:

Από το ερώτημα για το φύλο των ερωτώμενων του δείγματος, παρατηρείται ότι 44,1% (60 άτομα) είναι άντρες και 55,9% είναι γυναίκες.

Από το ερώτημα για την ηλικία των ερωτώμενων του δείγματος, παρατηρείται ότι 61,8% (84 άτομα) έχουν ηλικία «18 - 34 ετών», 30,9% (42 άτομα) έχουν ηλικία «35 - 59 ετών» και τέλος 7,4% (10 άτομα) έχουν ηλικία «60 ετών και άνω».

Από την συσχέτιση του φύλου των ερωτώμενων του δείγματος με το είδος του καφέ προτίμησης, παρατηρείται ότι και τα δύο φύλα προτιμούν Espresso. Βέβαια το ποσοστό στους άνδρες είναι της τάξης 60% ενώ στις γυναίκες είναι 41%.

Από την συσχέτιση της ηλικίας των ερωτώμενων του δείγματος με το είδος καφέ προτίμησης, παρατηρείται ότι οι ηλικιακές ομάδες «18 - 34 ετών» και «35 - 59 ετών» προτιμούν τον «Espresso», ενώ η ηλικιακή ομάδα «60 ετών και άνω» προτιμά τον «Ελληνικό».

Από το ερώτημα για το είδους ποικιλίας καφέ προτίμησης, παρατηρείται ότι 12 άτομα (8,8%) επέλεξαν την ποικιλία καφέ «Colombia Huila», 7 άτομα (5,1%) επέλεξαν τις ποικιλίες καφέ «Ethiopia Kochere» και «Nicaragua Dipilto», 8 άτομα (5,9%) επέλεξαν την ποικιλία καφέ «Kenya Kainamoui», 6 άτομα (4,4%) επέλεξαν την ποικιλία καφέ «El Salvador El Condor», 43 άτομα (31,6%) επέλεξαν την ποικιλία καφέ «Espresso Coffee Island» και τέλος 53 άτομα (39%) επέλεξαν κάποια «άλλη» ποικιλία καφέ.

Από το ερώτημα για τον βαθμό ικανοποίησης από την γεύση του καφέ, παρατηρείται ότι 5 άτομα (3,7%) είναι «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 24 άτομα (17,6%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 55 άτομα (40,4%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 52 άτομα (38,2%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η». Η επιλογή / βαθμός ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η» δεν επιλέχθηκε από το δείγμα της έρευνας.

Από το ερώτημα για τον βαθμό ικανοποίησης από την εμφάνιση του καφέ, παρατηρείται ότι 5 άτομα (3,7%) είναι «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 24 άτομα (17,6%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 58 άτομα (42,6%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 49 άτομα (36%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η». Η επιλογή / βαθμός ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η» δεν επιλέχθηκε από το δείγμα της έρευνας.

Από το ερώτημα για τον βαθμό ικανοποίησης από την ποιότητα του καφέ, παρατηρείται ότι 1 άτομο (0,7%) είναι «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 9 άτομα (6,6%) είναι «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 27 άτομα (19,9%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 50 άτομα (36,8%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 49 άτομα (36%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Από το ερώτημα για τον βαθμό ικανοποίησης από την τιμή του καφέ, παρατηρείται ότι 2 άτομα (1,5%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 17 άτομα (12,5%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 32 άτομα (23,5%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 49 άτομα (36%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 36 άτομα (26,5%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Από το ερώτημα για τον βαθμό ικανοποίησης από το κατάστημα (μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό) παρατηρείται ότι 14 άτομα (10,3%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 13 άτομα (9,6%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 49 άτομα (36%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 44 άτομα (32,4%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 16 άτομα (11,8%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Από το ερώτημα για τον βαθμό ικανοποίησης από το προσωπικό (τηρεί προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής), παρατηρείται ότι 14 άτομα (10,3%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 9 άτομα (6,6%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 41 άτομα (30,1%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 43 άτομα (31,6%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 29 άτομα (21,3%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Από το ερώτημα για τον βαθμό ικανοποίησης από τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του καταστήματος (καθαροί και αξιοπρεπείς), παρατηρείται ότι 15 άτομα (11%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 14 άτομα (10,3%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 41 άτομα (30,1%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 41 άτομα (0,1%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 25 άτομα (18,4%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Από το ερώτημα για τον βαθμό ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν παρέχει υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί), παρατηρείται ότι 14 άτομα (10,3%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 11 άτομα (8,1%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 35 άτομα (25,7%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 55 άτομα (40,4%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 21 άτομα (15,4%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Από το ερώτημα για τον βαθμό ικανοποίησης από το προσωπικό (εάν έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών), παρατηρείται ότι 14 άτομα (10,3%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 8 άτομα (5,9%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 45 άτομα (33,1%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 41 άτομα (30,1%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 28 άτομα (20,6%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Από το ερώτημα για τον βαθμό ικανοποίησης από την συμπεριφορά του προσωπικού (εάν εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες), παρατηρείται ότι 14 άτομα (10,3%) έχουν βαθμό ικανοποίησης «Καθόλου Ικανοποιημένος/η», 8 άτομα (5,9%) «Μέτρια Ικανοποιημένος/η», 49 άτομα (36%) είναι «Ικανοποιημένος/η», 43 άτομα (31,6%) είναι «Πολύ Ικανοποιημένος/η» και 22 άτομα (16,2%) είναι «Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η».

Από το ερώτημα για την συχνότητα επίσκεψης ενός «Coffee Island», παρατηρείται ότι 22 άτομα (16,2%) έχουν συχνότητα επίσκεψης «Καθημερινά», 63 άτομα (46,3%) «Σχεδόν κάθε μέρα», και 51 άτομα (37,5%) είναι «Σπάνια».

Από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων συνέντευξης από τους εργαζόμενους εξάγονται τα εξής συμπεράσματα:

Από το ερώτημα για την κατοχή θέσης στην επιχείρησης, καταγράφονται τα εξής: οι περισσότεροι είναι «Μπαρίστα (barista)», έπειτα με το πόστο «Delivery (Διανομέας) και τέλος με την θέση «Υπεύθυνος».

Από το ερώτημα σχετικά με τα χρόνια εργασίας στην επιχείρηση, παρατηρήθηκε ότι οι εργαζόμενοι είχαν έως 6 έτη προϋπηρεσία.

Από το ερώτημα σχετικά με τις βασικές αρχές της επιχείρησης καταγράφηκαν τα εξής: η «σωστή εξυπηρέτηση και η ικανοποίηση των πελατών», η «θεμιτή προώθηση των προϊόντων».

Από το ερώτημα σχετικά με τους βασικούς «Σταθμούς» στην πορεία της επιχείρησης «Coffee Island»;» παρατηρήθηκε ότι όλοι οι εργαζόμενοι γνώριζαν την ιστορία / βασικούς «Σταθμούς» στην πορεία της επιχείρησης «Coffee Island», όπως:

- «Ξεκίνησε από την Πάτρα και ήρθε στην Αθήνα πριν 18 χρόνια»
- «Ξεκίνησε σαν καφενείο πριν 20 χρόνια και όταν μπορούσε -βάση νομοθεσίας / αδειοδότηση (να δίνουν καφέ στο χερι σαν take away)- αναπτύχτηκε και έγινε αλυσίδα καταστημάτων».
- «Συνεχή επέκταση του δικτύου στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό»
- «Πραγματοποιεί -συμβολαιακή γεωργία- σε ό, τι αφορά την πρώτη ύλη με απευθείας συμφωνίες»

Από το ερώτημα σχετικά με τις βασικές διακρίσεις της επιχείρησης «Coffee Island», παρατηρήθηκε ότι όλοι οι εργαζόμενοι κατέγραψαν διακρίσεις της επιχείρησης «Coffee Island», όπως:

- «Διακρίθηκε και στο εξωτερικό και στο εσωτερικό, σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο».
- «Τα βραβεία που πήρε είναι:
 - Specialty coffee assn of Europe
 - Specialty coffee association of America».

- «Έχει το: Q-Graders, που αποτελούν μελή μιας παγκόσμιας κοινότητας, ενώ απαριθμούνται στους 3000 σε 58 χώρες. Είναι οι πιστοποιημένοι γευσιγνώστες για τον καφέ από το Coffee Quality Institute (CQI)».
- «Αριστείο «Ενίσχυση Απασχόλησης, Μικρές & Μεσαίες Επιχειρήσεις» - Αριστεία Εταιρικής Υπευθυνότητας»
- Τελευταία το: «Best Coffee Chain - Southern Europe».

Από το ερώτημα σχετικά με τα βασικά προσόντα, για να εργαστεί κάποιος, στην επιχείρηση «Coffee Island», απαντήθηκε μόνο από τους υπεύθυνους των δύο καταστημάτων «Coffee Island» που πραγματοποιήθηκε η έρευνα, και τα διάφορα προσόντα κατέγραψαν ήταν:

- «Να έχει θέληση, να είναι ευγενικός, να είναι εργατικός - γρήγορος, να είναι συνεργάσιμος και να έχει ευέλικτο ωράριο».
- «Να έχει όρεξη για δουλειά, να είναι «ανοιχτός» στο να μαθαίνει καινούργια πράγματα, να έχει πάθος για τον καφέ και να ακολουθεί τις διαδικασίες παρασκευής του καφέ».

Από το ερώτημα σχετικά με την διαδικασία πρόσληψης που ακολουθείται στην επιχείρηση «Coffee Island» απαντήθηκε μόνο από τους υπεύθυνους των δύο καταστημάτων «Coffee Island» που πραγματοποιήθηκε η έρευνα, και καταγράφηκαν τα εξής:

- «Η διαδικασία πρόσληψης είναι να έχει προϋπηρεσία στην εστίαση, όρεξη για μάθηση και να έχει τα απαραίτητα προσόντα».
- «Κατά την διαδικασία πρόσληψη, συλλέγονται τα στοιχεία των υποψηφίων για εργασία και με διαφάνεια πραγματοποιείται η αξιολόγηση αυτών».

Από το ερώτημα σχετικά με τις περιοχές βρίσκονται οι φυτείες καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island»;» παρατηρήθηκε ότι όλοι οι εργαζόμενοι γνώριζαν περιοχές βρίσκονται οι φυτείες καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island», όπως: «Οι φυτείες είναι στην Κεντρική και Λατινική Αμερική και Κεντρική Αφρική. Η επεξεργασία του καφέ γίνεται στην Πάτρα».

Από το ερώτημα σχετικά με τις ποικιλίες καφέ (και ποιες;) χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island» παρατηρήθηκε ότι όλοι οι εργαζόμενοι γνώριζαν διάφορες ποικιλίες καφέ που χρησιμοποιεί καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island», όπως: «Όλες οι ποικιλίες είναι 31». Εσπρέσο (Coffee island, Extra χαρμάνι, Classic), Φίλτρου είναι ο παραδοσιακός και οι αρωματικοί που είναι 12 (Βανίλια πορτοκαλί, Φουντούκι, Γαλλική

καραμέλα, Σοκολάτα, Σοκολάτα πορτοκάλι κ.α.), Ελληνικός (Παραδοσιακός, Ξανθός και Σπέσιαλ σκούρος), Ντεκαφεΐνε (Φίλτρου, Ελληνικός και Έσπρεσο).

Σύμφωνα με τα παραπάνω καταγράφεται μεγάλος βαθμός ικανοποίησης πελατών από τις συνολικά παρεχόμενες υπηρεσίες και προϊόντα της επιχείρησης «Coffee Island», μάλιστα σε αυτή την εκτίμηση προστίθεται και η μεγάλη δεξιοτεχνία και «εργασιακή ικανοποίηση» των εργαζομένων της επιχείρησης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Coffee Island. (2018). *Ιστορία της εταιρείας Coffee Island*. Ανάκτηση 12 2018, από <https://www.coffeeisland.gr/pages/company/history>
- Αναστασιάδου, Σ. (2015). *Στατιστική και μεθοδολογία έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες*. Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ Α.Ε.
- Γναρδέλλης, Χ. (2003). *Εφαρμοσμένη Στατιστική* (Παπαζήση εκδ.). Αθήνα.
- Ζαφειρόπουλος, Κ. (2013). *Εισαγωγή στη στατιστική και τις πιθανότητες*. Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ Α.Ε.
- Ηλιοπούλου, Π. (2015). *Ανάλυση Συσχέτισης – Παλινδρόμησης Χωρική Αυτοσυσχέτιση – Χωρική Παλινδρόμηση*. (Χ. Κίτσος, Επιμ.) Αθήνα: Κάλλιπος.
- Κούτρας, Μ. (2011). *Ανάλυση Παλινδρόμησης*. Ανάκτηση 12 2018, από http://www.unipi.gr/faculty/mkoutras/regres/regres1_1.pdf
- Κωνσταντινόπουλος, κ. (2018). *Φιλοσοφία της εταιρείας Coffee Island*. Ανάκτηση 12 2018, από <https://www.coffeeisland.gr/pages/company/philosophy>
- Πανάρετος, Ι. (2007). *Γραμμικά Μοντέλα με Έμφαση στις Εφαρμογές* (5η εκδ.). Αθήνα: Μπένου Ε.
- Παπάνα, Α. (2015). *Εργαστήριο στατιστικής-Στατιστικό πακέτο S.P.S.S.-Τμήμα Τυποποίησης και Διακίνησης Προϊόντων (Logistics)-Α.Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης*. Ανάκτηση 12 2018, από <http://users.auth.gr/agrapana/SPSS>
- Σταυρακούδης, Α. (2018). *Διάγραμμα διασποράς*. Ανάκτηση 1 2019, από <http://stavrakoudis.econ.uoi.gr/stavrakoudis/?iid=42>
- Τσαγρής, Μ. (2014). *Στατιστική με τη χρήση του IBM SPSS 22*. Αθήνα & Nottingham: Ιδιωτική.
- Χαλικιάς, Μ., Μανωλέσσου, Α., & Λάλου, Π. (2015). *Μεθοδολογία Έρευνας και Εισαγωγή στη Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το SPSS STATISTICS*. Ανάκτηση 1 2019, από https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/5075/1/00_master_document__with-cover.pdf

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

1ο.Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο Πελατών «Coffee Island»

Ερωτηματολόγιο απόψεων πελατών της εταιρείας «Coffee Island» στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας: «Υπόδειγμα Πολλαπλής Γραμμικής Παλινδρόμησης & Προϋποθέσεις Εφαρμογής. Εμπειρική Εφαρμογή με τη Χρήση Στατιστικών Πακέτων».

(Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της παραπάνω πτυχιακής εργασίας και τα ευρήματα θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς).

A. Κοινωνικό - Δημογραφικά στοιχεία:

1. Φύλο

- Άνδρας
- Γυναίκα

2. Ηλικία

- 18 - 34
- 35 - 59
- 60 και άνω

B. Στοιχεία του βαθμού ικανοποίησης για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας «Coffee Island»:

3. Τι είδους καφέ προτιμάτε;

- Espresso
- Φίλτρου
- Ντεκαφεινέ
- Στιγμαίο
- Ελληνικός
- Άλλο

4. Τι είδους ποικιλία καφέ προτιμάτε;

- Colombia Huila
- Ethiopia Kochere
- Nicaragua Dipilto
- Kenya Kainamoui
- El Salvador El Condor
- Espresso Coffee Island
- Άλλη

5. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την γεύση του καφέ;

Καθόλου Ικανοποιημένος/η	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η
-------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------

6. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την εμφάνιση του καφέ;

Καθόλου Ικανοποιημένος/η	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η
-------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------

7. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την ποιότητα του καφέ;

Καθόλου Ικανοποιημένος/η	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η
-------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------

8. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την τιμή του καφέ;

Καθόλου Ικανοποιημένος/η	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η
-------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------

9. Όσον αφορά τις παρεχόμενες υπηρεσίες, πόσο ικανοποιημένος/η είστε από κάθε ένα από τα πιο κάτω:

	Καθόλου Ικανοποιημ ένος/η	Μέτρια Ικανοποιημ ένος/η	Ικανοποιημ ένος/ η	Πολύ Ικανοποιημ ένος/η	Πάρα πολύ Ικανοποιημ ένος/η
--	--	---	-------------------------------	---------------------------------------	--

9.1. Το κατάστημα έχει μοντέρνο και εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό και σχεδιασμό	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.2. Το προσωπικό τηρεί τις προδιαγραφές ως προς τις συνθήκες υγιεινής	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.3. Οι εσωτερικοί και εξωτερικοί χώροι του καταστήματος διατηρούνται καθαροί και αξιοπρεπείς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.4. Το προσωπικό παρέχει τις υπηρεσίες στον χρόνο που έχει υποσχεθεί	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.5. Το προσωπικό έχει την απαραίτητη γνώση να απαντήσει στις ερωτήσεις των πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.6. Η συμπεριφορά του προσωπικού εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά στους πελάτες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Πόσο συχνά επισκέπτεστε ένα «Coffee Island»;

- Καθημερινά
- Σχεδόν κάθε μέρα
- Σπάνια

Ευχαριστούμε πάρα πολύ για την συνεργασία!!!

2ο.Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο Συνέντευξης Εργαζομένων

Ερωτηματολόγιο απόψεων εργαζομένων της εταιρείας «Coffee Island» στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας: Υπόδειγμα Πολλαπλής Γραμμικής Παλινδρόμησης & Προϋποθέσεις Εφαρμογής. Εμπειρική Εφαρμογή με τη Χρήση Στατιστικών Πακέτων».

(Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της παραπάνω πτυχιακής εργασίας και τα ευρήματα θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς).

1. Ποια η θέση που κατέχετε στη επιχείρηση «Coffee Island»;

2. Πόσα τα χρόνια εργασίας στην επιχείρηση «Coffee Island»;

3. Ποιες είναι οι βασικές αρχές της επιχείρησης «Coffee Island»;

4. Ποιοι είναι οι βασικοί «Σταθμοί» στην πορεία της επιχείρησης «Coffee Island»;

5. Ποιες είναι οι βασικές διακρίσεις της επιχείρησης «Coffee Island»;

6. Ποιες είναι τα βασικά προσόντα, για να εργαστεί κάποιος, στην επιχείρηση «Coffee Island»;

7. Ποια είναι η διαδικασία πρόσληψης που ακολουθείται στην επιχείρηση «Coffee Island»;

8. Σε ποιες περιοχές βρίσκονται οι φυτείες καφέ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island»;

9. Πόσες ποικιλίες καφέ (και ποιες;) χρησιμοποιεί η επιχείρηση «Coffee Island»;

Ευχαριστούμε πάρα πολύ για την συνεργασία!!!

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1988 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.

Χατζηνικολάου Νικολέτα, Φαρμακίδης Ηλίας, [2019]