

**Α.Ε.Ι ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ.
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

<<Όταν οι εργαζόμενοι συν-καταστρέφουν την ευημερία των πελατών>>



Φοιτήτρια: Νικολαΐδου Ηλιάνα Α.Μ. 553

Επιβλέπων καθηγητής: Κονιόρδος Μιχαήλ

ΑΘΗΝΑ, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2016

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα εργασία γίνεται μια προσπάθεια να προσεγγιστεί και να διερευνηθεί το φαινόμενο της εργασιακής συμπεριφοράς, όπως αυτό διαμορφώνεται μέσα από τις επιρροές του περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιείται. Προκειμένου να εξετάσουμε το θέμα αυτό, αρχικά πραγματοποιήθηκε μια βιβλιογραφική ανασκόπηση σε παλαιότερες έρευνες και μελέτες, που σχετιζόταν με τις αρνητικές συμπεριφορές των εργαζομένων και τα αίτια τους. Αξίζει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι οι έρευνες που εντοπίστηκαν υλοποιήθηκαν στο εξωτερικό, και όχι στον ελλαδικό χώρο.

Επιπλέον, πραγματοποιήθηκε και μια έρευνα, με τη χρήση ερωτηματολογίου, που διανεμήθηκε σε ένα δείγμα 522 ατόμων, μέσω του διαδικτύου, και αφορούσε τη διερεύνηση της συμπεριφοράς των εργαζομένων, όπως αυτές προκύπτουν από τις επιρροές που δέχονται από το ευρύτερο περιβάλλον τους. Στο τρίτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας παρουσιάζεται η ανάλυση των απαντήσεων των ερωτώμενων, και στη συνέχεια παρατίθενται τα συμπεράσματα της έρευνας. Τέλος, παρατίθενται και κάποιες προτάσεις για μελλοντικές έρευνες στο συγκεκριμένο αντικείμενο.

ABSTRACT

In this paper an attempt is made to approach and explore the phenomenon of labor behavior, as shaped by the influences of the environment in which it operates. To examine this issue, initially conducted a literature review on previous research and studies, associated with the negative attitudes of workers and their causes. It, however, be noted that investigations detected implemented abroad, not in Greece.

Furthermore, a survey was carried out and, using a questionnaire, which was distributed to a sample of 522 people over the Internet, and concerned to investigate the behavior of workers, such as those resulting from the influences exerted by their wider environment. In the third chapter of this work presents the analysis of respondents' answers, and then presents the findings of the investigation. Finally, given some suggestions for future research in this subject.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα στο σημείο αυτό να ευχαριστήσω τον Γιώργο Σκούρτη για την συμπαράστασή του από την αρχή μέχρι το τέλος και για την βοήθεια που μου παρείχε οποιαδήποτε στιγμή αντιμετώπιζα κάποιο πρόβλημα στην συγγραφή της εργασίας. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου που με στήριξε όλα αυτά τα χρόνια στην πορεία μου στις σπουδές μου.

Σε όλους τους παραπάνω ανθρώπους θα ήθελα να αφιερώσω την παρούσα πτυχιακή εργασία και κυρίως στον πατέρα μου.

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	1
ABSTRACT.....	2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	8
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	85
Η ΕΡΕΥΝΑ.....	85
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	336
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ	340
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	341

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία έχει ως σκοπό τις ανθρώπινες σχέσεις και συμπεριφορές στον εργασιακό χώρο, και πώς αυτές μπορούν να επηρεάσουν την ομαλή λειτουργία και αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης.

Ο άνθρωπος αποτελεί ένα κοινωνικό ον με διπλή έννοια, καθώς δεν μπορεί να υπάρξει αποκομμένο από το κοινωνικό σύνολο, αλλά ταυτόχρονα όλες του οι κινήσεις και οι σκέψεις είναι επηρεασμένες από το κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο ζει. Στην καθημερινότητα τους, οι άνθρωποι έρχονται συνεχώς σε επαφή με άλλους ανθρώπους, συμπεριφέρονται με έναν συγκεκριμένο τρόπο και αντιδρούν στις ενέργειες, στα πλαίσια πάντα ενός πλαισίου περίπλοκων κοινωνικών σχέσεων. Οι διαπροσωπικές αυτές σχέσεις είναι, δηλαδή, οι σχέσεις αλληλεπίδρασης που αναπτύσσουν τα άτομα όταν έρχονται σε προσωπική επαφή με άλλους. Ωστόσο, οι κοινωνικές σχέσεις δεν είναι πάντα τόσο άμεσες, αποτελούν όμως αποτέλεσμα των κοινωνικών θεσμών, οι οποίοι επηρεάζουν τις διαπροσωπικές σχέσεις. Οι κοινωνικές σχέσεις, μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε συγγενικές, εργασιακές ή οικονομικές, διαμορφώνοντας τον εκάστοτε τύπο κοινωνίας, ανάλογα με τη κυρίαρχη μορφή των σχέσεων. Με τον όρο ανθρώπινες σχέσεις χαρακτηρίζεται το σύνολο των τυπικών και άτυπων σχέσεων, όπως αυτές δημιουργούνται και αναπτύσσονται μέσα σε ένα εργασιακό περιβάλλον, προσδιορίζοντας ως θετικές ή αρνητικές τις συνθήκες εργασίας, που επηρεάζουν αναλόγως και την απόδοση της επιχείρησης (Παπατριανταφύλλου, 2011). Το αντικείμενο των ανθρωπίνων σχέσεων είναι κατά κύριο λόγο η δημιουργία εκείνων των διαδικασιών που διατηρούν και υποκινούν το προσωπικό σε εργασία, και μπορούν να διαμορφωθούν μέσα από τις άτυπες σχέσεις, που στο σύνολο τους αποτελούν τους παράγοντες που επηρεάζουν την ψυχολογική κατάσταση των εργαζομένων. Η ψυχολογική κατάσταση των εργαζομένων είναι δυνατόν να εκδηλωθεί με τη μορφή της διάθεσης, το ηθικού, του επιπέδου φιλοδοξίας, της συμμετοχής και της ευχαρίστησης ή μη από την εργασία. Το

κλίμα που αναπτύσσεται στο εσωτερικό μιας επιχείρησης εξαρτάται άμεσα από την ποιότητα των ανθρωπίνων σχέσεων, η οποία δημιουργεί επιπτώσεις και στην αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Στην απλούστερη εκδοχή τους, οι ανθρώπινες σχέσεις θεωρούνται το Status, το πλέγμα των σχέσεων, με τη συμβολή του οποίου αποφεύγονται οι ενδοεπιχειρησιακές συγκρούσεις, και κυρίως οι εντάσεις και οι τριβές ανάμεσα στους εργαζομένους και στους πελάτες, αλλά και στους εργαζομένους μεταξύ τους. «Η οικοδόμηση ενός θετικού πλέγματος ανθρωπίνων σχέσεων μπορεί να αποφέρει:

- Την επίλυση σύνθετων προβλημάτων
- Την δυνατότητα προσαρμογής του ανθρώπινου δυναμικού στις απαιτήσεις των δύσκολων πελατών ή των άδικων προϊσταμένων
- Την αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων στο περιβάλλον της εργασίας
- Την ανάπτυξη συστήματος «αυτοδιάγνωσης και ενδοσκοπήσης» του εργασιακού χώρου
- Τη διαμόρφωση ευκρινούς πλαισίου επικοινωνίας και ενδοεπικοινωνίας των ομάδων εργασίας
- Τη δημιουργία μακροχρόνιων και αποτελεσματικών σχέσεων ανάμεσα στους εργαζόμενους
- Την αποκατάσταση των ήδη διαταραγμένων σχέσεων
- Την δυνατότητα προσαρμογής των εργαζομένων στο περιβάλλον εργασίας και στη προφύλαξη τους από πιθανά προβλήματα
- Τη διαμόρφωση θετικής στάση από την πλευρά των εργαζομένων σε όλο το εύρος της επιχείρησης» (Μεντζελίδης, 2012).

Όταν οι ανθρώπινες σχέσεις βρίσκονται σε κρίση, τότε αρχίζουν να κάνουν αισθητή την παρουσία τους οι συγκρούσεις μεταξύ των εργαζομένων, τα παράπονα, η μείωση της ποιοτικής και ποσοτικής απόδοσης του προσωπικού και η πτώση της ανταγωνιστικότητας, φέρνοντας ως τελικό αποτέλεσμα την κατάρρευση της επιχείρησης. Ως αξιολογικά καλή μπορεί να χαρακτηριστεί εκείνη η επιχείρηση που τα μέλη της συντονίζονται και συσχετίζονται με αρμονικό και ικανοποιητικό τρόπο αναφορικά με την προώθηση των γενικών αντικειμενικών σκοπών και που μπορεί να ανταποκριθεί τόσο στις εσωτερικές όσο και στις εξωτερικές ανάγκες για αλλαγή και πρόοδο. Ως παραγωγικοί εργαζόμενοι μπορούν να θεωρηθούν όσοι επιδεικνύουν θετική συμπεριφορά και

αποπνέουν θετικό κλίμα στην εργασία. Μια τέτοια θετική συμπεριφορά μπορεί να δημιουργήσει όμορφα συναισθήματα και θετικό ψυχολογικό κλίμα τόσο μεταξύ των εργαζομένων όσο και μεταξύ των υπαλλήλων και των πελατών. Αντίθετα, μια αρνητική συμπεριφορά μπορεί να αυξήσει το εργασιακό άγχος, να ανατρέψει το θετικό κλίμα της ομαδικής εργασίας και να μειώσει το δείκτη δημιουργικότητας και παραγωγικότητας .

Οι παράγοντες που οδηγούν σε αρνητικές συμπεριφορές, συνήθως έχουν άμεση σχέση με τον ανθρώπινο παράγοντα και τις περισσότερες φορές διακρίνονται σε:

Οι αρνητικές αυτές συμπεριφορές συχνά μπορούν να επιφέρουν τη δημιουργία ή επιδείνωση προβλημάτων συνέπειας, υπευθυνότητας, απόδοσης, παραγωγικότητας και ποιότητας εργασίας από την πλευρά των εργαζομένων, προβλήματα που εντείνονται όταν υπάρχουν συναισθήματα θυμού, δυσαρέσκειας και απογοήτευσης, όχι μόνο από τους εργαζόμενους, αλλά και από τους εργοδότες και τους πελάτες. Επιπλέον, δεν είναι και λίγες οι φορές που οι εργαζόμενοι ενδεχομένως να χάσουν το ενδιαφέρον τους για την ικανοποίηση των πελατών και να οδηγηθούν σε εκδικητικές ή αποτραβηκτικές συμπεριφορές, όπως είναι για παράδειγμα η παραμέληση της εργασίας ή η παθητική στάση. Με τον όρο εκδικητικές συμπεριφορές μπορούμε να ορίσουμε τις συμπεριφορές εκείνες που σχετίζονται με το σαμποτάζ ή ακόμη και με το *sweethearting*. Ωστόσο, μέσα από αυτού του είδους τις συμπεριφορές, ζημία φέρει, συνήθως, η επιχείρηση, καθώς οδηγούν αναπόφευκτα σε αντίκτυπο και σε σπύλωση του καλού ονόματος του εργοδότη (www.sigmalive.com).

Στην έρευνα αυτή γίνεται μια προσπάθεια εντοπισμού και μελέτης των παραγόντων που προκαλούν τις αρνητικές συμπεριφορές. Η σημαντικότητα της παρούσας εργασίας έγκειται στο γεγονός ότι, σύμφωνα με τις απόψεις των ερευνητών, τα φαινόμενα των αρνητικών συμπεριφορών και των πράξεων σαμποτάζ έχουν αρχίσει να αυξάνονται λόγω της περιόδου οικονομικής κρίσης που επικρατεί.

Αρχικά, στο θεωρητικό μέρος της εργασίας αυτής γίνεται μια βιβλιογραφική ανασκόπηση σε έρευνες που έχουν διεξαχθεί και είχαν ως στόχο τη διερεύνηση των παραγόντων που στρέφουν τους εργαζόμενους σε αρνητικές συμπεριφορές. Έπειτα, στο ερευνητικό μέρος, γίνεται μια προσπάθεια μελέτης της ικανοποίησης των πελατών στον ξενοδοχειακό κλάδο, ενώ στο τέλος παρατίθενται και τα συμπεράσματα, όπως αυτά προκύπτουν από την έρευνα μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Πολλές έρευνες έχουν πραγματοποιηθεί με σκοπό τη διερεύνηση των σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ των εργαζόμενων και των πελατών, και ιδιαίτερα για τις συμπεριφορές εκείνες των εργαζομένων που ενδέχεται να έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην επιχείρηση.

Οι Groth και Grandey (2012), διερεύνησαν τις συμπεριφορές που εκλαμβάνουν οι πελάτες από τους υπαλλήλους και το αντίστροφο. Η μελέτη τους δεν στηρίχθηκε σε έρευνα, αλλά σε ανασκόπηση παλαιότερων ερευνών που αφορούσαν το συγκεκριμένο θέμα στους χώρους εργασίας. Όπως είναι ήδη γνωστό, στους περισσότερους χώρους εργασίας υπάρχουν, σε καθημερινή βάση, σχέσεις αλληλεπίδρασης των εργαζομένων με τους πελάτες, και διακρίνονται οι προσπάθειες από τους πρώτους για την αποφυγή των συγκρούσεων. Σύμφωνα, λοιπόν, με την μελέτη των Groth και Grandey (2012), παρατηρείται ότι πολλές φορές μικροεντάσεις και κακομεταχειρίσεις των εργαζομένων από συναδέλφους είναι δυνατόν να οδηγήσουν σε μεγαλύτερες συγκρούσεις. Αν και η πλειοψηφία των εργαζομένων γνωρίζουν ότι έχουν υιοθετήσει κάποια άσχημη συμπεριφορά, δεν θέλουν ή και δεν μπορούν να την αλλάξουν, γεγονός που οδηγεί σε κακές συνεργασίες, σε μειωμένη απόδοση στη δουλειά τους και σε μη ικανοποίηση των προσδοκιών των πελατών, καταλήγοντας σε συγκρούσεις. Δημιουργείται, λοιπόν έτσι ένας φαύλος κύκλος. Στην παρούσα μελέτη, οι συγγραφείς εστίασαν στα αρνητικά συναισθήματα που μεταδίδονται από τους εργαζόμενους προς τους πελάτες και το αντίστροφο. Συνεπώς, όταν οι υπάλληλοι «πρώτης γραμμής» φέρονται με αγένεια και υιοθετούν άσχημη στάση απέναντι στον πελάτη, χρησιμοποιώντας ακόμη και λεκτική επιθετικότητα, τότε είναι λογικό όχι μόνο να δημιουργηθεί μια δυσάρεστη ατμόσφαιρά, αλλά να αποτύχει και η συνάντηση, αφού δεν θα εκπληρωθεί η επιθυμία του πελάτη, γεγονός που θα προκαλέσει και τον θυμό του τελευταίου. Πολλές φορές, οι

αντικοινωνικές αυτές συμπεριφορές προκαλούνται από την αντίληψη περί δικαιοσύνης. Οι άσχημες αυτές συμπεριφορές, όμως, μπορούν να έχουν αρνητικές συνέπειες και στους ίδιους τους εργαζόμενους, όπως είναι για παράδειγμα ψυχολογικές και σωματικές επιπτώσεις, άγχος και αγωνία, ή ακόμη και η αποφυγή της εργασίας, οπότε και μείωση τη απόδοσης τους. Ως μέσο αντιμετώπισης αυτών των συνεπειών, συνήθως επιλέγουν να αποφεύγουν την εξυπηρέτηση των πελατών, εξαντλώντας ψυχολογικά τον εαυτό τους και μειώνοντας την ευημερία τους.

Η χρήση του σαμποτάζ είναι η πιο διαδεδομένη λύση, καθώς μέσω αυτής μπορούν να ικανοποιήσουν τα άσχημα συναισθήματα που προκλήθηκαν από τους πελάτες, και αδυνατώντας να στοχεύσουν στον ίδιο, στοχεύουν στα πράγματά του. Ωστόσο, δεν πρέπει να ξεχαστούν και τα θετικά συναισθήματα που υπάρχουν πέρα από τα αρνητικά, και μπορούν να προσφέρουν πολλά οφέλη, όπως είναι για παράδειγμα η αυτοεκτίμηση και η ενέργεια. Επιπρόσθετα, επειδή αυτές οι συμπεριφορές δεν λαμβάνουν χώρα σε κάποιον κλειστό χώρο, και συνεπώς μπορούν να γίνουν αντιληπτές από τρίτα πρόσωπα, όπως για παράδειγμα από κάποιον συνάδελφο, μπορούν να οδηγήσουν σε αρνητικά συναισθήματα και προς πελάτες, οι οποίοι δεν είχαν καμία ανάμειξη με τη σύγκρουση. Στην παρούσα μελέτη, παρουσιάζονται και κάποιες προτάσεις που μπορούν να αποτελέσουν έρευνες στο μέλλον. Τέτοιες προτάσεις είναι:

1. Όταν αντιληφθούν οι πελάτες την αποτυχία, αυξάνεται η πιθανότητα από τον εργαζόμενο να αντιληφθεί την κακομεταχείριση κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασης, μέσω των αρνητικών επικοινωνιών, μέσω δηλαδή της οργής των πελατών και των παραπόνων.
2. Όταν οι εργαζόμενοι αντιλαμβάνονται την κακομεταχείριση από τους πελάτες, οι πιθανότητες να αποτύχει η συνάντηση αυξάνονται, κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασης μέσω ακούσιων ή εκ πρόθεσης αντιδράσεων.
3. Οι πελάτες και οι εργαζόμενοι, που γίνονται μάρτυρες μιας αρνητικής συμπεριφοράς, είναι πιθανόν να ξεκινήσουν και αυτοί μια επιθετική συμπεριφορά.

4. Οι αντιλήψεις των εργαζομένων σχετικά με την κακομεταχείριση των πελατών είναι πιθανό να επηρεάσουν την αντικοινωνική συμπεριφορά και τις αντιλήψεις σε μια συνάντηση σε μελλοντικές αλληλεπιδράσεις.
5. Κατά τη διάρκεια ανταλλαγής συμπεριφορών, όπου και ο εργαζόμενος και ο πελάτης έχουν μειωμένη συναισθηματική νοημοσύνη, είναι πολύ πιο πιθανό να υπάρξει μια αρνητική συμπεριφορά από ότι στα άτομα με υψηλή συναισθηματική νοημοσύνη.
6. Η αποτελεσματικότητα της αλληλεπίδρασης των εργαζομένων και των πελατών για την πρόβλεψη μιας αρνητικής συμπεριφοράς αυξάνεται όταν υπάρχει μεγάλη αρνητική επιρροή, ενώ αντίθετα μειώνεται η πιθανότητα εμφάνισης άσχημης αντίδρασης ή κλιμάκωση της, όταν η επιρροή είναι θετική.
7. Η πιθανότητα να αλληλεπιδράσουν αρνητικά ο εργαζόμενος και ο πελάτης είναι αυξημένη, όταν ο προσανατολισμός του πελάτη είναι χαμηλός και το αίσθημα δικαιώματος υψηλό, καθώς σε αυτή την περίπτωση είναι δυνατόν να δημιουργηθεί περισσότερη ένταση, συγκριτικά με την περίπτωση που ο προσανατολισμός και το αίσθημα δικαιώματος είναι ίδια για τον εργαζόμενο.
8. Η επανεκτίμηση είτε από τον εργαζόμενο, είτε από τον πελάτη, είναι δυνατόν να αποτρέψει μια αρνητική συμπεριφορά.
9. Οι άσχημες συμπεριφορές είναι ανάλογες με τη σχέση που εμφανίζονται να έχουν τα δύο μέρη μεταξύ τους.
10. Οι οργανωτικές πρακτικές μπορούν να ενισχύσουν την αυτονομία των εργαζομένων, καθώς είναι πιο αποτελεσματικές στην μείωση των αρνητικών αλληλεπιδράσεων με τους πελάτες, από ότι είναι τα συστήματα ελέγχου με κάμερες.
11. Οι πρακτικές που στοχεύουν στην κοινωνικότητα μπορούν να προσφέρουν στον πελάτη επικοινωνία με ρεαλιστικές προσδοκίες και σωστή πληροφόρηση, με αποτέλεσμα την μείωση των περιστατικών αρνητικών ανταλλαγών.

12. Η δημιουργία μιας οργανωτικής ομάδας που θα ανταμείβει και θα υποστηρίζει τη λειτουργία των υπαλλήλων μπορεί να μειώσει τα άσχημα περιστατικά.

Τα κίνητρα που οδηγούν τους εργαζόμενους σε πράξεις σαμποτάζ, διερεύνησαν οι Harris και Ogbonna (2011), παρουσιάζοντας τα σημαντικότερα στοιχεία από προϋπάρχουσες μελέτες, αλλά και διεξάγοντας και έρευνα συλλέγοντας δεδομένα μέσω συνεντεύξεων και ανοιχτών ερωτήσεων σε εργαζόμενους, κυρίως σε μπαρ, εστιατόρια, ξενοδοχεία και καταστήματα που προσφέρουν υπηρεσίες. Τα αποτελέσματα φανέρωσαν πέντε συγκεκριμένους παράγοντες που οδηγούν στην πράξη του σαμποτάζ:

- **Οικονομικά κίνητρα:** οι εργαζόμενοι σκόπιμα αλλάζουν την υπηρεσία με στόχο το δικό τους χρηματικό όφελος. Δηλαδή, σκόπιμα επιβραδύνουν μια υπηρεσία που πρέπει να τελειώσει γρήγορα, ή και το αντίθετο.
- **Πελατοκεντρικά κίνητρα:** οι πελάτες παρουσιάζουν ιδιαιτέρως αγενή συμπεριφορά, θίγοντας τον σεβασμό του εργαζόμενου και την αυτοεκτίμηση του, με αποτέλεσμα την δημιουργία των τελευταίο άσχημων συναισθημάτων που υιοθετεί το σαμποτάζ ως μια πράξη εκδίκησης και εξισορρόπησης της κοινωνικής ανισότητας που δημιουργήθηκε σε βάρος του.
- **Στρεσογόνα κίνητρα:** οι πράξεις σαμποτάζ χρησιμοποιούνται για λόγους ανακούφισης των εργαζόμενων από το άγχος και την πίεση. Λόγω, δηλαδή, της ψυχολογικής και συναισθηματικής έντασης, οι πράξεις δολιοφθοράς λειτουργούν σαν χαλάρωση.
- **Ομαδικά κίνητρα:** οι ομάδες στο χώρο εργασίας καλύπτουν το 18% των πράξεων των σαμποτάζ. Οι πράξεις αυτές συνδέονται με την εσωτερική κατάσταση της ομάδας και με το υψηλό ομαδικό πνεύμα που αυτή μπορεί να φέρει. Οι πράξεις αυτές συχνά μπορούν να θεωρηθούν και σαν μηχανισμός για την ενίσχυση των ατόμων που ανήκουν στην ομάδα ή για να διατηρήσουν το status του, αλλά μπορεί να λαμβάνουν χώρα και ως μέτρα πίεσης ώστε να πετύχουν κακόβουλους σκοπούς.
- **Προσανατολισμένα κίνητρα:** οι εργαζόμενοι πολλές φορές χρησιμοποιούν πράξεις σαμποτάζ για να παρενοχλήσουν κάποιον άλλο

εργαζόμενο ή για να βλάψουν κάποιον συνάδελφο για προσωπικό τους όφελος. Επιπλέον, μπορεί να έχουν ως στόχο να βλάψουν την ίδια την επιχείρηση ή τους διευθύνοντες, εξαιτίας κάποια αδικίας που έχουν υποστεί.

Όπως γίνεται, λοιπόν, σαφές, τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των εργαζομένων μπορούν να φανερώσουν δυσλειτουργικές συμπεριφορές, που μπορούν να επηρεάζονται από την άσχημη συναισθηματική διάθεση, που δεν οφείλεται πάντα στη διαχείριση ή τους πελάτες, αλλά στους συναδέλφους. Συνεπώς, η παρούσα έρευνα έφερε στο φως ότι σε ένα χώρο εργασίας μπορούν να φέρουν όλοι μερίδιο ευθύνης. Σαν μελλοντικές έρευνες, συναφείς με την παρούσα, θα μπορούσαν να είναι:

1. Η διεξαγωγή έρευνας για τη διερεύνηση και την περιγραφή των σχέσεων μεταξύ των κινήτρων για πράξεις σαμποτάζ και την μορφή τέτοιων συμπεριφορών.
2. Η διεξαγωγή έρευνας για τη διερεύνηση και μοντελοποίηση των κινήτρων για πράξεις σαμποτάζ των εργαζομένων και τις ενέργειες σε ένα ευρύτερο φάσμα στο πλαίσιο της υπηρεσίας. Πιο συγκεκριμένα, η διερεύνηση των παραγόντων και της μορφής των πράξεων σαμποτάζ σε περιπτώσεις που η φύση της επαφής εργαζόμενου – πελάτη, διαφέρει από την παραδοσιακή.
3. Διεξαγωγή έρευνας για τη διερεύνηση των αιτιών των πράξεων σαμποτάζ, ώστε να έρθουν στο φως πληροφορίες για το πώς τα κίνητρα για σαμποτάζ αναπτύσσονται και τους τρόπους αντιμετώπισης τους, με στόχο την μείωση των επιβλαβών ή καταστροφικών πράξεων.

Την κακομεταχείριση των πελατών και τις πράξει σαμποτάζ των εργαζομένων, συνδυαστικά με τα συναισθήματα και του πόρους, θέλησαν να διερευνήσουν και οι Wang, Liao, Zhan και Shi (2011), διεξάγοντας έρευνα με συνεντεύξεις σε 131 εργαζόμενους ενός τηλεφωνικού κέντρου. Σύμφωνα με τη παρούσα μελέτη, η κακομεταχείριση από τους πελάτες είναι πολύ πιθανό να οδηγήσει σε αρνητικές συμπεριφορές των εργαζομένων, οι οποίοι σκόπιμα βλάπτουν τα συμφέροντα των πελατών, ενώ επιπρόσθετα, η συμπεριφορά των εργαζομένων της «πρώτης γραμμής» ενδέχεται να επηρεάσει αισθητά την ικανοποίηση και την πίστη των πελατών, και συνεπώς και τα έσοδα της επιχείρησης και της κερδοφορίας της. Συχνά εμφανίζονται και

συναισθήματα στους εργαζόμενους για να προβούν σε πράξεις για αντίποινα, καθώς, όπως έχει βρεθεί, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που σκεπτόμενοι τις αδικίες και τον θυμό που τους προκάλεσαν οι πελάτες, το εκλαμβάνουν σαν απειλή για το προσωπικό τους συμφέρον και την κοινωνική τους ταυτότητα, με συνέπεια να δημιουργείται η επιθυμία να ανταποδώσουν την αδικία και να την τιμωρήσουν. Οπότε, όταν οι εργαζόμενοι αντιμετωπίζουν αρνητικές συμπεριφορές από τους πελάτες τείνουν να υιοθετήσουν πράξεις σαμποτάζ.

Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής βασίστηκαν σε τρεις μηχανισμούς:

- Στον μηχανισμό βασισμένο στους πόρους: στην ικανότητα, δηλαδή, να εκπληρώσει ένα άτομο τις βασικές του ανάγκες. Οι απειλές που προέρχονται από τις απαιτήσεις της εργασίας έχουν ως αποτέλεσμα οι εργαζόμενοι να μην έχουν επαρκείς πόρους για να μπορούν να ρυθμίζουν αποτελεσματικά τη συμπεριφορά τους στο χώρο εργασίας. Ωστόσο, στα άσχημα περιστατικά, τα άτομα με αυτοέλεγχο έχουν την ικανότητα να μπορούν να ξεπεράσουν τις εγωιστικές συμπεριφορές και να περιορίσουν τις ανάρμοστες αλληλεπιδράσεις. Όταν, όμως υπάρχει απώλεια πόρων, τις περισσότερες φορές οι συνέπειες είναι αρνητικές.
- Στον μηχανισμό βασισμένο στα συναισθήματα: βασίζεται στην ενίσχυση ή μείωση των αρνητικών συναισθηματικών αντιδράσεων σε άδικες μεταχειρίσεις, οι οποίες επηρεάζουν το μέγεθος των πράξεων του σαμποτάζ από τους εργαζόμενους. Σε αυτόν τον μηχανισμό ανιχνεύτηκαν δύο μεταβλητές: η προδιάθεση για αρνητικά συναισθήματα και η αυτό – αποτελεσματικότητα για συναισθηματική ρύθμιση. Η αρνητική συναισθηματικότητα είναι δυνατόν να μετριάσει τη θετική σχέση μεταξύ της καθημερινής κακομεταχείρισης από τους πελάτες και το καθημερινό σαμποτάζ από τους εργαζόμενους. Η αυτό – αποτελεσματικότητα για τη συναισθηματική ρύθμιση μπορεί να μετριάσει τη σχέση μεταξύ της κακομεταχείρισης από τους πελάτες και το σαμποτάζ των εργαζομένων, αν και αυτή η συσχέτιση είναι πιο δύσκολη για του εργαζόμενους εκείνους που έχουν υψηλότερα επίπεδα αυτό – αποτελεσματικότητας.

- Στον μηχανισμό βασισμένο στους γνωστικούς πόρους: βασισμένο, δηλαδή στον πόρους υποκίνησης, γνώσης και εμπειρίας, και οι οποίοι σχετίζονται με τη συμπεριφορά των εργαζόμενων απέναντι στην κακομεταχείριση από τους πελάτες. Η προϋπηρεσία είναι ένας παράγοντας που συμβάλλει στη μείωση των αρνητικών συμπεριφορών από τους πελάτες και τις πράξει σαμποτάζ από του εργαζόμενους. Επιπλέον οι εργαζόμενοι που φέρουν υψηλά επίπεδα δέσμευσης έχουν θετική στάση απέναντι σε τέτοιου είδους περιστατικά, καθώς μεγάλη βοήθεια προσφέρει και η εποπτεία.

Με σκοπό την μελλοντική έρευνα, οι ερευνητές πρότειναν τις εξής προτάσεις:

1. Η διεξαγωγή μιας έρευνας που θα χρησιμοποιήσει αντικειμενικά μέτρα, όπως για παράδειγμα αρχεία παρακολούθησης της εξυπηρέτησης των πελατών, ή άλλες εκθέσεις, όπως η αναφορά περιστατικών σαμποτάζ από τους ίδιους τους πελάτες, ώστε να αναπαραχθούν τρέχοντα ευρήματα.
2. Η παρατήρηση άμεσων επεισοδίων, ώστε να διερευνηθούν τα αίτια της κακομεταχείρισης από τους πελάτες και των πράξεων σαμποτάζ από τους εργαζόμενους.
3. Η διεξαγωγή έρευνας με στόχο τη διασταύρωση των τρεχόντων ευρημάτων χρησιμοποιώντας δείγματα εργαζομένων από διαφορετικούς πολιτισμούς και διαφορετικούς τρόπους της υπηρεσίας παράδοσης.
4. Η διεξαγωγή έρευνας με σκοπό την ανάπτυξη γενικότερων μέτρων για την κακομεταχείριση από τους πελάτες που να ταιριάζουν και σε άλλες ρυθμίσεις της υπηρεσίας.
5. Η επέκταση της παρούσας έρευνας στην μελέτη άλλων μεμονωμένων και οργανωμένων παραγόντων που παρέχουν επιπλέον πόρους, επηρεάζοντας τους εργαζόμενους στον καλύτερο χειρισμό των αρνητικών συμπεριφορών των πελατών.
6. Η διεξαγωγή μελέτης που θα εστιάζει στην μέτρηση συγκεκριμένων συναισθημάτων και όχι ευρύτερων κατηγοριών, ώστε να ερμηνευτεί καλύτερα η επιρροή των συναισθημάτων στην αρνητική συμπεριφορά των πελατών και την σχέση στις πράξεις σαμποτάζ.

7. Η διεξαγωγή μιας έρευνας με πιο θεωρητική προσέγγιση για την αξιολόγηση της διαδραστικής επίδρασης των διαφορετικών τύπων πόρων.
8. Η διεξαγωγή μιας έρευνας που να μελετά τις επιπτώσεις των συναισθηματικών παραγόντων σε πολλαπλά επίπεδα και σε διαπολιτισμικό πλαίσιο, προσφέροντας συγκεκριμένες προτάσεις σχετικά με το είδος των οργανωτικών παρεμβάσεων που μπορούν να μειώσουν τις πράξεις των σαμποτάζ από τους εργαζόμενους.

Με τις σκόπιμες πράξεις δολιοφθοράς από τους εργαζόμενους, ασχολήθηκαν σε έρευνα τους και οι Harris και Ogbonna (2009). Όπως προέκυψε από την έρευνα αυτή, οι δυσλειτουργικές τάσεις συνδέονται ψυχολογικά κοινωνικά και οικονομικά με τους εργαζόμενους, έχουν δηλαδή, συνήθως κέρδος χρηματικό ή σχετίζονται με την αύξηση της αυτοεκτίμησης τους. Όπως είναι εύλογο, λοιπόν, οι πράξεις δολιοφθοράς συνδέονται και με τις επιπτώσεις στην ανάπτυξη και κερδοφορία της επιχείρησης, και συνεπώς, όταν πραγματοποιείται έλεγχος των εργαζόμενων, οι τελευταίοι να οδηγούνται σε πράξεις σαμποτάζ ως ένδειξη αντίστασης, καθώς αισθάνονται υπόδουλοι. Στην παρούσα έρευνα βρέθηκε πως οι πράξεις σαμποτάζ οδηγούν στην μειωμένη ικανοποίηση των πελατών και στην υποβάθμιση της ποιότητας και της αξίας της υπηρεσίας, και συνεπώς και στην έλλειψη της πίστης από τον πελάτη. Ο κύριος στόχος της έρευνας ήταν ο εντοπισμός των κατηγοριών των σαμποτέρ, οι οποίες όπως προέκυψαν είναι οι εξής τέσσερις:

- Τα άτομα που αναζητούν συγκίνηση. Είναι οι εργαζόμενοι που σκόπιμα προβαίνουν σε πράξεις σαμποτάζ με στόχο την ανακούφιση τους από την μονοτονία της εργασίας τους. Τα συγκεκριμένα άτομα εκμεταλλεύονται τη θέση που έχουν στην επιχείρηση για να συμμετέχουν σε ενέργειες που αποκλίνουν από τις διαδικασίες που ακολουθεί η εταιρεία, για να δημιουργήσουν κυρίως ενθουσιασμό, χαρά και διασκέδαση. Με αυτόν τον τρόπο, τις περισσότερες φορές, αυτές τις συγκινήσεις τις αναζητούν μέσα από τους πελάτες, είναι μυστικές, ανακουφίζουν το άγχος τους και ενισχύουν την αυτοεκτίμηση τους.
- Οι αδιάφοροι εργαζόμενοι. Οι εργαζόμενοι αυτοί αδιαφορούν για τους πελάτες, χαρακτηρίζονται «τεμπέληδες», δεν συμμορφώνονται στους κανονισμούς της επιχείρησης και παραμελούν τα καθήκοντα τους. Στα

άτομα αυτά υπερισχύουν οι ανάγκες τους και έρχονται μετά οι ανάγκες των πελατών, και όταν τους ζητηθεί να καταβάλλουν περισσότερη προσπάθεια στην εργασία τους, αισθάνονται ενοχλημένοι και δυσαρεστημένοι. Ο αντίκτυπος που έχει αυτή η συμπεριφορά στους πελάτες είναι έμμεσος, αλλά το ίδιο επίσημος, καθώς αγνοούνται οι ανάγκες και η ικανοποίηση τους.

- Οι εργαζόμενοι που εκδικούνται τους πελάτες. Τα άτομα αυτά αντιδρούν αρνητικά στις συναντήσεις με τους πελάτες και επιδιώκουν να εκδικηθούν, εξαιτίας κάποιας άσχημης ή απαιτητικής συμπεριφοράς του πελάτη. Επιδιώκουν, δηλαδή, να βλάψουν τον πελάτη σκόπιμα, είτε για προσωπική ικανοποίηση, είτε στο όνομα άλλων, αφού οι εργαζόμενοι αλληλοϋποστηρίζονται. Το αποτέλεσμα είναι η δημιουργία μιας σειράς λαθών, καθυστερήσεων και ατυχημάτων, με πολύ αρνητικές συνέπειες στην επιχείρηση.
- Οι εργαζόμενοι που «αρπάζουν» χρήματα. Τα άτομα που ανήκουν στη συγκεκριμένη κατηγορία έχουν ως στόχο είτε την αύξηση του εισοδήματός τους ή την μείωση των αμειβόμενων ωρών, είτε τη χρήση του sweethearting.

Τα ευρήματα της παρούσας έρευνα έδειξαν επίσης ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων τείνουν να κρύψουν τα παράπονα των πελατών, ειδικά όταν κινδυνεύουν να απολυθούν.

Συμπερασματικά, για να αποφευχθούν τέτοιου είδους περιστατικά, οι επιχειρήσεις οφείλουν να λαμβάνουν κάποια μέτρα, χωρίς να τα παρακάμπτουν, θεωρώντας τα ως περιττά.

Οι ίδιοι μελετητές (Harris & Ogbonna, 2006), πρότειναν και τη δημιουργία ενός μοντέλου, το οποίο να ενημερώνει για τις πράξεις σαμποτάζ των εργαζομένων και στις αιτίες που ίσως τι προκαλούν, έπειτα από τη διεξαγωγή έρευνας με τη συλλογή δεδομένων από ερωτηματολόγια που είχαν δοθεί σε εργαζόμενους και από προηγούμενες μελέτες, με τη μέθοδο της βιβλιογραφικής ανασκόπησης. Οι εργαζόμενοι, προσπαθώντας να αντισταθούν στις άσχημες συμπεριφορές των πελατών οδηγούνται σε πράξεις σαμποτάζ ω ένδειξη δυσαρέσκεια, γεγονός όμως που επηρεάζει την ποιότητα της

υπηρεσίας, την απόδοση της και τα αποτελέσματα της. Μέσω του συνδυασμού των αποτελεσμάτων από τις προϋπάρχουσες μελέτες και της δικής τους έρευνας, κατέληξαν στο ότι μια από τις πιο σημαντικές συνεισφορές της μελέτης είναι η μοντελοποίηση, η λειτουργικότητα και η δοκιμή ενός πλαισίου των πράξεων σαμποτάζ. Με αυτόν τον τρόπο, η μελέτη συμβάλλει στην ποσοτική αξιολόγηση των πράξεων σαμποτάζ από τους χαμηλόμισθους εργαζόμενους της πρώτης γραμμής. Τα αποτελέσματα της μελέτης αυτής έδειξαν ότι οι έξι προγενέστεροι παράγοντες, οι οποίοι είναι η ανάληψη κινδύνων, η ανάγκη για κοινωνική αποδοχή, η επιθυμία να ακολουθήσουν μια καριέρα σε μια επιχείρηση, η αντίληψη της έκτασης της επιτήρησης, η αντίληψη της έκτασης και του ελέγχου και η αντίληψη της ρευστότητας της αγοράς εργασίας, θεωρούνται σημαντικοί και σχετίζονται άμεσα με τις πράξεις σαμποτάζ. Ακόμη η ύπαρξη ή όχι της αυτοεκτίμησης, το ομαδικού πνεύματος, της αρμονικής σχέσης των υπαλλήλων και των πελατών, της ποιότητας και των επιδόσεων της εταιρίας είναι τα αποτελέσματα των πράξεων σαμποτάζ. Η διαπίστωση ότι ύπαρξη θετικής συσχέτισης ανάμεσα στο σαμποτάζ και στην αυτοεκτίμηση φανερώνει ότι η εξάρτηση των πελατών μπορεί να είναι επιζήμια για τους εργαζόμενους που έρχονται σε άμεση επαφή και αλληλεπιδρούν με τους πελάτες, καθώς όπως σε αυτές τις συνθήκες, είναι δυνατόν να υποστηριχθεί ότι οι εργαζόμενοι αντιδρούν στους δύσκολους πελάτες με το σαμποτάζ. Επιπρόσθετα, μέσα από την παρούσα μελέτη προέκυψε και το συμπέρασμα ότι αξιολογες συνέπειες έχουν και οι διαχειριστές, μια εκ των οποίων απορρέει από τη διαπίστωση ενός φάσματος σημαντικών δεσμών μεταξύ προγενέστερων παραγόντων και πράξεων σαμποτάζ. Τέλος, οι ερευνητές ανακάλυψαν και το γεγονός ότι τα ατομικά χαρακτηριστικά συνδέονται με πράξεις σαμποτάζ, κάτι το οποίο αποτελεί απόδειξη ότι οι ιδιότητες του προσωπικού πρώτης γραμμής διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον επηρεασμό συμπεριφορών στο χώρο εργασίας. Στον επίλογο της έρευνας τους, παρουσιάζουν και κάποιες προτάσεις για μελλοντικές έρευνες, όπως είναι για παράδειγμα:

1. Έρευνες με συλλογή πληροφοριών από εναλλακτικές πηγές δεδομένων.
2. Μελέτες με στόχο τον εμπλουτισμό των ευρημάτων και της δημιουργίας βαθύτερης κατανόησης της δυναμικής δυσλειτουργίας των υπηρεσιών.
3. Εργασίες με σκοπό την αξιολόγηση της προτεινόμενης κλίμακα για τις πράξεις σαμποτάζ.

4. Έρευνα επέκτασης του μοντέλου των προηγούμενων ερευνών και συνεπειών ή έρευνες με στόχο τη διεύρυνση του εύρους των παραγόντων που οδηγούν σε σαμποτάζ.
5. Έρευνες που θα εξετάζουν το σαμποτάζ υπό το πρίσμα εναλλακτικών θεωρητικών πλαισίων.

Μια άλλη έρευνα που στόχευε στη διερεύνηση των τύπων των πελατών που δημιουργούν προβλήματα, πραγματοποιήθηκε από τους Ling, Marshall, Xu και Lin (2014), η οποία διενεργήθηκε σε ένα δείγμα νοσοκόμων, διαφορετικών ηλικιών, εμπειριών, μορφωτικών επιπέδων και συναισθηματικών ωριμοτήτων, σε διάφορα νοσοκομεία, κλινικές και ιατρικά κέντρα στην Ταϊβάν, με τη μέθοδο των συνεντεύξεων. Οι ασθενείς που δημιουργούν προβλήματα στο νοσοκομειακό περιβάλλον αναφέρονται ως «jaypatient». Στόχος της έρευνας ήταν η διερεύνηση της χαμηλής αυτοεκτίμησης του προσωπικού σε σχέση με τι συμπεριφορές σαμποτάζ. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η αυτοεκτίμηση και η ωριμότητα είναι οι βασικοί παράγοντες που οδηγούν στην αποφυγή των συμπεριφορών σαμποτάζ, αν και η αυτοεκτίμηση αποτελεί παράγοντα μεταβλητό συναρτήσεως του χρόνου. Σύμφωνα με την έρευνα, οι παράγοντες που επηρεάζουν τις νοσοκόμες σχετίζονται με το συναισθηματικό φορτίο, με τον τρόπο, δηλαδή, που οι εργαζόμενοι εκκράζουν τα συναισθήματά τους. Συνήθως υπάρχουν δύο τρόποι έκφρασης: φανερά και συγκαλυμμένα. Επιπλέον, σαν συμπέρασμα στις έρευνα προέκυψαν και πέντε σενάρια που οδηγούν τις νοσοκόμες σε τέτοιες συμπεριφορές. Πιο αναλυτικά, οι νοσοκόμες που παρουσιάζουν χαμηλή αυτοεκτίμηση χρησιμοποιούν πράξεις συμπεριφοράς, αντίθετα με εκείνες που έχουν υψηλή αυτοεκτίμηση. Η επίδραση της χαμηλής αυτοεκτίμησης επηρεάζεται από την συναισθηματική ωριμότητα, την ηλικία, την μόρφωση και την επαγγελματική εμπειρία.

Η παρούσα έρευνα, κατηγοριοποίησε και τους «jaypatients» ανάλογα με τα αποτελέσματα των συνεντεύξεων που έγιναν στις νοσοκόμες. Οι ασθενείς αυτοί μπορεί να παρουσιάζουν υβριστική συμπεριφορά απέναντι στο προσωπικό, να μην είναι συνεργάσιμοι, να είναι ανεπιθύμητοι ασθενείς ή να έχουν παράλογες απαιτήσεις.

Συμπερασματικά, με βάση την έρευνα αυτή, δημιουργήθηκε μια πρόταση για την καλύτερη ρύθμιση της κατάστασης. Όπως είναι εύλογο, δεν είναι εφικτό όλο το προσωπικό να είναι έμπειρο και ηλικιακά μεγάλο, αλλά θα μπορούσε να υπάρξει

επόπτευση των νέων ώστε να έχουν ως παραδείγματα τους μεγαλύτερους, ή και να επιλέγεται ένα ώριμο προσωπικό για την πρώτη θέση, εξασφαλίζοντας έτσι ένα καλό μείγμα νέου και παλιού προσωπικού. Τέλος, αν και η έρευνα έχει γίνει για το προσωπικό νοσοκομείου, τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα της μπορούν να γενικευτούν και σε άλλου είδους επιχειρήσεις.

Με στόχο να μελετήσουν τις συμπεριφορές, ευνοϊκές ή μη, στις συναντήσεις με τους πελάτες, με τη χρήση της τεχνικής κρίσιμου περιστατικού (CIT), οι Kim και Mclean (2007), διεξήγαγαν ποιοτική έρευνα με τη χρήση συνεντεύξεων σε υπαλλήλους. Το βασικό στοιχείο στις συναντήσεις είναι η καλή εξυπηρέτηση και η ευνοϊκότητα, τα οποία όμως αλληλεπιδρούν με την ανθρώπινη συμπεριφορά που ποικίλει από άτομο σε άτομο και από κουλτούρα σε κουλτούρα. Επικεντρώνεται στα διαπροσωπικά στοιχεία μεταξύ των πελατών και των εργαζομένων και πολλοί συμπεριφέρονται μόνο βασιζόμενοι στην εμπειρία τους.

Στα αποτελέσματα αυτής της έρευνας έγινε φανερή η επιρροή που επιφέρει μια καλή ή άσχημη συμπεριφορά των εργαζομένων προς τους πελάτες, είτε όταν πρόκειται για μια απλή εξυπηρέτηση είτε για τη λύση κάποιου προβλήματος. Συνήθως οι προσπάθειες των εργαζομένων εστιάζουν στην αντιμετώπιση διαφόρων καταστάσεων με του πελάτες υιοθετώντας όμορφες συμπεριφορές. Όταν οι εργαζόμενοι παρείχαν πληροφορίες με καλοσύνη, ευγένεια και ειλικρίνεια, οι πελάτες αποκτούσαν καλές εντυπώσεις για την επιχείρηση και για το προσωπικό, ενώ αντίθετα, όταν ερχόταν αντιμέτωποι με αγένεια, άγνοια και εχρικότητα, αποκόμιζαν άσχημες εντυπώσεις. Επιπλέον, όταν οι εργαζόμενοι ήταν καλοί ακροατές και παρείχαν τις απαιτούμενες πληροφορίες στους πελάτες τότε αυτοί αισθανόταν ικανοποιημένοι. Συνεπώς, η άσχημη επικοινωνία οδηγεί τους πελάτες να θυμούνται την άσχημη εξυπηρέτηση. Ακόμα, όταν στους πελάτες παραδόθηκε άμεσα κάποιο προϊόν ή υπηρεσία, χωρίς την εμφάνιση προβλημάτων ή καθυστερήσεων, τότε αυτοί ήταν πλήρως ικανοποιημένοι, σε αντίθεση με τις ανακριβείς, προβληματικές και καθυστερημένες υπηρεσίες ή προϊόντων, όπου στους πελάτες επικράτησε η απογοήτευση. Επιπρόσθετα, όταν οι εργαζόμενοι παρουσιαζόταν πρόθυμοι να βοηθήσουν και να ασχοληθούν με τα προβλήματα και τα αιτήματα των πελατών, τότε δημιουργούνταν αισθήματα ικανοποίησης από την άριστη εξυπηρέτηση, αντίθετα με τα αρνητικά συναισθήματα που δημιουργούσαν οι

εργαζόμενοι που απέφευγαν την ευθύνη. Τέλος, αν και σε κάθε επιχείρηση υπάρχουν κανόνες που πρέπει να τηρούνται, όταν ένας εργαζόμενος βοηθήσει έναν πελάτη που ζητάει κάτι πέρα από τις αρμοδιότητες τους, τότε αυτομάτως δημιουργείται μια καλή εικόνα, αντίθετα με εκείνους που δεν παραβλέπουν τους κανονισμούς.

Συμπερασματικά, λοιπόν, βασιζόμενοι στα παραπάνω στοιχεία της έρευνας γίνεται αντιληπτό πως δίνεται μεγάλη προσοχή στην εκπαίδευση των εργαζόμενων, ώστε να είναι σε θέση να λύσουν κάποιο πρόβλημα ή απορία χωρίς καθυστέρηση και χωρίς να δείχνουν άγνοια, καθώς κάτι τέτοιο θα έφερνε δυσάρεστα αποτελέσματα, εξαιτίας της άσχημης άποψης που θα σχημάτιζαν οι πελάτες.

Σαν πρόταση για μελλοντική έρευνα, θα μπορούσε να είναι η διερεύνηση των ομοιοτήτων και των διαφορών μεταξύ της Ασίας και άλλων πολιτισμών, καθώς θα μπορούσε να προσφέρει χρήσιμες πληροφορίες πολιτιστικών επιρροών στις συμπεριφορές των πελατών και να συμβάλει στην προετοιμασία στρατηγικών μάρκετινγκ για την παγκόσμια αγορά με την αύξηση των διαπολιτιστικών συναντήσεων.

Οι Bradley, McColl – Kennedy, Sparks, Jimmieson και Zapf (2010), έχουν ασχοληθεί με τη θεωρία του SENT, μέσω μιας βιβλιογραφικής έρευνας περιορισμένης σε εννοιολογικής προσέγγισης, η οποία στηρίζεται στις 8 ψυχοκοινωνικές ανάγκες, δηλαδή στη γνώση, την ικανότητα, τον έλεγχο, τη δύναμη, τη δικαιοσύνη, την εμπιστοσύνη, τον σεβασμό και τις ευχάριστες σχέσεις. Οι ανάγκες αυτές κατηγοριοποιούνται ανάλογα με το πεδίο που αφορούν, χωρίζονται, δηλαδή, σε αυτές που σχετίζονται με την εργασία και σε αυτούς που αφορούν τις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των ανθρώπων. Όπως παρατηρείται, λοιπόν, οι ανάγκες αυτές μπορούν να επηρεαστούν από τις αλληλεπιδράσεις των πελατών με τους εργαζόμενους. Με βάση τη θεωρία του SENT, η εκπλήρωση ή η παραβίαση των παραπάνω αναγκών μπορεί να οδηγήσει σε μια ακολουθία συναισθημάτων, τα οποία είναι θετικά για την πρώτη περίπτωση και αρνητικά στη δεύτερη. Συνεπώς, οι συμπεριφορές που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια της συνάντησης των πελατών με τους εργαζόμενους, επειδή εμπλέκονται και οι αλληλεπιδράσεις των υπηρεσιών με τους ανθρώπους, είναι εύλογο ότι θα παρουσιάσουν και αποτυχίες. Σε τέτοιου είδους συναντήσεις, οι εργαζόμενοι έρχονται σε επαφή με τους πελάτες, και συνδυασμό με τα έντονα συναισθήματα που βιώνουν, και ενδεχομένως αυτές τελικά να αποτύχουν. Σε περίπτωση

που υπάρξει αποτυχία σε μια συνάντηση, ακολουθούνται κάποιες συγκεκριμένες διαδικασίες. Αρχικά υπάρχει μια υπηρεσία που καλείται υπηρεσία της αποτυχίας, στην οποία πραγματοποιείται μια αξιολόγηση για να εντοπίσουν το πρόβλημα που προέκυψε και δεν ανταποκριθήκαν στις προσδοκίες του πελάτη. Έπειτα, ακολουθεί η υπηρεσία ανάκτησης, κατά την οποία η επιχείρηση καταβάλλει προσπάθειες να επαναφέρει το ενδιαφέρον του πελάτη, στηριζόμενη σε διάφορες ενέργειες.

Σε περίπτωση, όμως, που οι εργαζόμενοι έρχονται σε επαφή και σε σύγκρουση με τους πελάτες σε καθημερινή βάση, ενδέχεται αυτό να επιφέρει προβλήματα ψυχολογικής πίεσης, άγχους, απουσίας προσωπικού, απώλειας παραγωγικότητας και κερδών, οικονομικού κόστους, αλλά και συμπεριφορές αναξιπιστίας από τους πελάτες (Dollard, Dormann, Boyd, Winefield & Winefield, Miller, 2003). Τα βασικότερα προβλήματα, ωστόσο, όπως αναφέρει η θεωρία του SENT, είναι κυρίως οι συναισθηματικές επιπτώσεις, αλλά και οι μακροπρόθεσμες συνέπειες που αφορούν ζητήματα υγείας. Τα συναισθήματα που προκύπτουν κατά τη διάρκεια αυτών των συναντήσεων και των συγκρούσεων μπορεί να είναι ηδονικού τύπου, έντασης ή πολυπλοκότητας, τα οποία αποτυπώνονται στο σώμα μέσω των εκφράσεων του προσώπου και των χειρονομιών. Κατά τη διάρκεια, όμως, της συνάντησης, συχνά, οι εργαζόμενοι καλούνται να δείχνουν διαφορετικά συναισθήματα από αυτά που βιώνουν εκείνη τη στιγμή, ώστε να στεφθεί με επιτυχία το εγχείρημα αυτό, και να αποφευχθεί η σύγκρουση. Παρόλο αυτά, όμως, και πάλι οι εργαζόμενοι συγκρούονται με τους πελάτες, καθώς οι ίδιοι θέλουν να εκπληρώσουν τις ψυχοκοινωνικές τους ανάγκες. Το ιδανικό αποτέλεσμα μπορεί να υπάρξει όταν εκπληρώνονται οι παραπάνω ανάγκες, αλλά αποφεύγεται και η σύγκρουσή, και αυτό είναι η ευεξία, η επαγγελματική ικανοποίηση, η υγεία των εργαζομένων, αλλά και η ποιότητα παροχής υπηρεσιών που αναζητά ο πελάτης.

Η έρευνα των Bradley, McColl – Kennedy, Sparks, Jimmieson και Zapf (2010), ωστόσο, δεν διερεύνησαν όλες τις πλευρές της θεωρίας του SENT, καθώς, θα μπορούσαν να μελετηθούν και τα εξής:

- Η σημαντικότητα που δίνεται για την ικανοποίηση των 8 ψυχοκοινωνικών αναγκών με βάση
 - 1) το ρόλο που έπαιξε ο πελάτης ή ο εργαζόμενος στη συνάντηση,
 - 2) το είδος της υπηρεσίας που παρέχεται,

3) το αποτέλεσμα

- Η ικανοποίηση ή η παραβίαση των αναγκών και πως αυτή καθορίζεται από το τι διαδραματίζεται στις συναντήσεις και από τις συμπεριφορές των δύο πλευρών, καθώς η κάθε πλευρά ικανοποιεί διαφορετική ανάγκη
- Οι 8 ανάγκες δεν ικανοποιούνται ή παραβιάζονται μόνο από τον έναν, αλλά μεταξύ τους εντοπίζεται διαδραστική, πρόσθετη, διαζευκτική και συνδυασμένη σχέση
- Η ανάγκη ικανοποίησης ή παραβίασης έχουν γνωστικές, οικονομικές, συναισθηματικές συνέπειες καθώς και συνέπειες στην συμπεριφορά και την υγεία που διαφέρουν σε παρατηρητικότητα, διάρκεια και σοβαρότητα
- Και οι πελάτες και οι εργαζόμενοι μπορούν να ανταποκρίνονται καλύτερα στις δικές τους αλλά και του άλλου ανάγκες στην συνάντηση αν γίνουν πιο ευαίσθητοι στα πρώτα σημάδια παραβίασης της ανάγκης και πιο εξειδικευμένοι στις στρατηγικές αλληλεπίδρασης της κοινής ανάγκης για ικανοποίηση.
- Προγραμματισμένες επεμβάσεις που εστιάζουν τις παραπάνω πτυχές της ανάγκης εκπλήρωσης οδηγούν σε πιο ικανοποιημένους και πιστούς πελάτες καθώς και εργαζόμενους.

Οι ίδιοι ερευνητές (Bradley, McColl – Kennedy, Sparks, Jimmieson και Zapf , 2013) προσπάθησαν, μέσω άλλης μιας έρευνας τους, να κατηγοριοποιήσουν τις συμπεριφορές που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια μιας συνάντησης, είτε αυτές είναι αρνητικές, είτε είναι θετικές. Για την έρευνα τους αυτή, βασίστηκαν και σε προηγούμενες μελέτες, ενώ παράλληλα διεξήγαγαν και μια έρευνα με τη μέθοδο των συνεντεύξεων σε πελάτες και εργαζόμενους πρώτης γραμμής διαφόρων βιομηχανικών κλάδων παροχής υπηρεσιών, και μέσω της οποίας δημιουργήθηκε ένα πλαίσιο αξιολόγησης, το T – R – S (Task-Relationship-Self). Η έρευνα αυτή συνέβαλλε στη δημιουργία 3 βαθμίδων σε αυτό το πλαίσιο, με την πρώτη να περιλαμβάνει όσες συμπεριφορές προκύπτουν, τη δεύτερη να σχετίζεται με την κατηγοριοποίηση των συμπεριφορών και τη τρίτη να αφορά πιο αφηρημένες λειτουργικές ιδιότητες χωρισμένες σε 3 διαστάσεις, το έργο των υπηρεσιών, την σχέση των πελατών και των εργαζομένων και τον εαυτό των ατόμων. Έμφαση δόθηκε στις συμπεριφορές εκείνες που λειτουργούσαν ως έναυσμα τόσο για την υποκίνηση των συγκρούσεων όσο και για την κλιμάκωση τους. Η διάσταση του έργου

σχετίζεται με τις εργοδοτικές εισφορές της συμπεριφοράς κατά τη διάρκεια της συνάντησης, η διάσταση της σχέσης σχετίζεται με τη συμβολή των συμπεριφορών στους στόχους, τις ανάγκες, τα συμφέροντα και την ποιότητα των σχέσεων και των δύο μερών, όπως επίσης και τη διάσταση του εαυτού σχετίζεται με τη συμβολή των συμπεριφορών για τους δικούς τους στόχους, αλλά και για τα ατομικά τους συμφέροντα. Σε όλες τις διαστάσεις, ωστόσο, όταν μια συμπεριφορά εμφανίζεται σε χαμηλές θέσεις, τότε αυτό δεν φανερώνει κάτι ασήμαντο, αλλά συμβάλλει στον να εντοπιστεί η δυσλειτουργικότητα της και η δημιουργία άσχημων συμπεριφορών, ενώ αντίθετα, όταν μια συμπεριφορά εμφανίζεται σε υψηλή θέση δείχνει ότι αποτελεί τη σωστή συμπεριφορά σε μια συνάντηση. Το πλαίσιο αξιολόγησης, αναγνωρίζει επίσης πως οι συναντήσεις ενδέχεται να φέρουν και κοινωνικόσυναισθηματική διάσταση, καθώς η συμπεριφορά κάποιου είναι δυνατόν να κριθεί από το αν ικανοποιήθηκε κάποια ανάγκη του, και συνεπώς έχει θετικά συναισθήματα, ή συνέβη το αντίθετο. Συνεπώς, το συγκεκριμένο πλαίσιο μπορεί να εντοπίσει και τα προβλήματα που έχουν ως βάση τις ψυχοκοινωνικές ανάγκες, αλλά και να παρέχει τη δυνατότητα να κατανοηθεί μια πιθανή αποτελεσματικότητα κάποιας συμπεριφοράς και την επιτυχία αυτής. Ωστόσο, οι μελετητές δεν διερεύνησαν ολοκληρωτικά το παρόν θέμα, καθώς υπάρχουν επιπλέον προτάσεις που βασίζονται στο συγκεκριμένο μοντέλο και μπορούν να μελετηθούν στο μέλλον. Κάποιες από αυτές τις προτάσεις είναι:

- Το έργο απαιτείται να ελέγξει την ανθεκτικότητα του πλαισίου και συγκεκριμένα με έναν βαθμό αξιολόγησης, στον οποίο οι συναντήσεις μπορούν να κωδικοποιηθούν στην 2η κατηγορία και στις 3 διαστάσεις έπειτα.
- Μια έρευνα να κάνει διάκριση μεταξύ των συμπεριφορών στην συνάντηση με την χρήση του πλαισίου T-R-S και να εξετάσει τα αποτελέσματα που συνδέονται με τον κάθε τύπο συμπεριφοράς.
- Αξιίζει η διερεύνηση των θεμάτων που σχετίζονται με την επικράτηση των μορφών αλληλεπίδρασης που αντιστοιχούν στα τμήματα 1-8 του T-R-S και τις συνέπειες.
- Ερευνητές θα μπορούσαν να εξετάσουν τα επίπεδα όταν οι συμπεριφορές της ικανοποίησης ή της δυσαρέσκειας και το άγχος κάποιου από τα δύο μέρη είναι στην 2η κατηγορία ενώ η συμπεριφορά του άλλου στο 3ο τμήμα.

- Θα μπορούσαν να αξιολογηθούν οι τρόποι στους οποίους οι μετριοπαθείς μεταβλητές αλληλεπιδρούν με τα συστατικά του πλαισίου.

Με σκοπό την μελέτη της αλληλεπίδρασης των εργαζομένων με τους πελάτες, οι Chi, Tsai & Tseng (2013), πραγματοποίησαν έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίων, σε ένα δείγμα 195 κομμωτών και 61 διευθυντών κομμωτηρίων. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ένας συχνός λόγος προβλήματος στον εργασιακό χώρο ήταν οι αρνητικές συμπεριφορές, όπως για παράδειγμα η ασέβεια, η αγένεια, η λεκτική επιθετικότητα και οι παράλογες απαιτήσεις, καθώς τέτοιου είδους συμπεριφορές οδηγούν σε άσχημα συναισθήματα από την πλευρά των εργαζομένων και κατά συνέπεια σε αντίδραση που συνδέεται με το σαμποτάζ ως ένδειξη δυσαρέσκειας. Επιπλέον, όμως, η έρευνα έφερε στο φως και το γεγονός ότι η επίδραση τη συμπεριφοράς των πελατών έχει άμεση εξάρτηση από τον χαρακτήρα των εργαζομένων. Πιο συγκεκριμένα, αν ένας υπάλληλος έχει εξωστρεφή χαρακτήρα, τότε έχει υψηλότερο όριο διέγερσης που σχετίζεται με στρεσογόνα γεγονότα και συνεπώς αντιδρά δυσκολότερα σε μια άσχημη συμπεριφορά από κάποιον που διαθέτει εσωστρεφή χαρακτήρα και που αισθάνεται περισσότερο άγχος και αρνητικότητα. Σε αντίστοιχα συμπεράσματα καταλήγουν και για το νευροτισμό κάποιου, καθώς εκείνοι που έχουν υψηλό νευροτισμό έχουν μια τάση προς τα αρνητικά συναισθήματα, όπως είναι το άγχος, η κατάθλιψη, η οργή και η θλίψη, φαινόμενο που οδηγεί στην ερμηνεία μιας κοινωνικής πληροφορίας με αρνητικούς τρόπους. Αντίθετα, τα άτομα εκείνα που έχουν χαμηλό νευροτισμό χαρακτηρίζονται από σταθερά συναισθήματα, είναι ήρεμα και είναι σε θέση να ελέγξουν τα συναισθήματά τους. Σύμφωνα με την έρευνα, λοιπόν, των Chi, Tsai & Tseng, έγινε αντιληπτό πως όταν τα άτομα θεωρούν το χώρο εργασίας τους ως ασφαλή, χαλαρό και ευνοϊκό περιβάλλον, διακατέχονται από θετικά συναισθήματα, και βοηθούν με τον τρόπο τους και τις συμπεριφορές των πελατών. Αν, αντίθετα δεν υπάρχει θετική ατμόσφαιρα, τότε τα επίπεδα πράξεων σαμποτάζ είναι υψηλά. Οι ερευνητές με στόχο μελλοντικές έρευνες πρότειναν τις εξής προτάσεις:

1. Εξέταση εκ νέου της αρνητικής συμπεριφοράς των πελατών με τη χρήση μιας πειραματικής έρευνας σχεδιασμού.

2. Η χρήση μια εμπειρικής μεθόδου δειγματοληψίας με στόχο τη διερεύνηση των ενώσεων μεταξύ των καθημερινών αρνητικών συμπεριφορών των πελατών σε πραγματικό χρόνο συμπεριφοράς σαμποτάζ.
3. Επαναξέταση του θεωρητικού μοντέλου σε διαφορετικά πολιτιστικά περιβάλλοντα (π.χ. Ατομικιστική κουλτούρα), με σκοπό την κατανόηση του ρόλου του πολιτισμού στις αρνητικές αντιδράσεις των πελατών.
4. Διερεύνηση της αλληλεπίδραση μεταξύ της εμφάνισης των αρνητικών γεγονότων από τους πελάτες και επιρροή τους στην εργασία των υπαλλήλων στις συναισθηματικές τους αντιδράσεις και στη συμπεριφορά τους στην εργασία τους.
5. Μελέτη των αλληλεπιδράσεων των δύσκολων πελατών με τους εργαζόμενους, ώστε να γίνει εφικτή η κατανόηση της χρήση της υπηρεσίας του σαμποτάζ ως αντίποινο για πελάτες που δημιουργούν αρνητικά γεγονότα.

Με σκοπό τη διερεύνηση της συναισθηματικής εξάντλησης των εργαζομένων και της αντίληψης της οργανωτικής υποστήριξης και της αντιληπτής εποπτείας, η Edmondson (2008), μελέτησε προηγούμενες βιβλιογραφίες που συνδέονταν με το σαμποτάζ, ενώ παράλληλα πραγματοποίησε και μια διαδικτυακή έρευνα με 490 συμμετέχοντες. Στην μελέτη αυτή αναφέρονται οι τρεις ρόλοι των εργαζομένων, οι οποίοι είναι η υπευθυνότητα τους για τη μετάδοση πληροφοριών από το εξωτερικό περιβάλλον στον οργανισμό, η αντιπροσώπευση του προσώπου του οργανισμού στον πελάτη και η παρουσίαση επιθυμητών συναισθημάτων στους πελάτες, έστω και ψεύτικα. Οι ρόλοι αυτοί αυξάνουν την πιθανότητα να δημιουργηθεί επιπλέον πίεση, ψυχολογική και συναισθηματική εξάντληση, και κατά συνέπεια οι εργαζόμενοι να οδηγηθούν στη χρήση κάποιας πράξης σαμποτάζ για να εκδηλώσουν τη δυσαρέσκεια τους. Επιπλέον, σύμφωνα με την έρευνα έχει παρατηρηθεί θετική συσχέτιση της συναισθηματικής εξάντλησης με τις πράξεις σαμποτάζ, ενώ αντίθετα η αντίληψη της οργανωτικής υποστήριξης μειώνει τη χρήση των πράξεων αυτών, αλλά και της συναισθηματικής εξουθένωσης. Επιπρόσθετα, η αντιληπτή εποπτεία δεν έχει κανένα αντίκτυπο ούτε στα συναισθήματα, αλλά ούτε και στις πράξεις σαμποτάζ. Ως πρόταση για μελλοντική έρευνα οι συγγραφείς θεωρούν ότι θα μπορούσε να είναι η έρευνα πάνω στα τέσσερα που δεν μελετήθηκαν, από τα είκοσι στοιχεία της μελέτης τους, τα οποία είναι η σεξουαλική

παρενόχληση του πελάτη, η κακομεταχείριση του πελάτη, η δημόσια αμηχανία στον πελάτη και η απόκτηση περιουσίας του πελάτη.

Ο Analoui (1995) από το πανεπιστήμιο Brandford του Ηνωμένου Βασιλείου, πραγματοποίησε μια έρευνα σε μια επιχείρηση, μέσω της παρακολούθησης μη συμβατικών συμπεριφορών, και πιο συγκεκριμένα συμπεριφορές σαμποτάζ, τόσο από την πλευρά των εργαζομένων όσο και από των πελατών και της διαχείρισης. Η ερευνά του διήρκησε έξι ολόκληρα χρόνια κυρίως λόγω των προβλημάτων που δημιουργούσε η ίδια η επιχείρηση. Οι κατευθυντήριες γραμμές για τη συλλογή των δεδομένων φανέρωσαν πως υπάρχουν τρεις διαστάσεις για αυτές τις συμπεριφορές, οι οποίες είναι οι μορφές τους, το στυλ τους, τα κίνητρα και οι έννοιες. Μέσω της παρακολούθησης κατέστη δυνατή η κατηγοριοποίηση των τύπων σαμποτάζ στο χώρο εργασίας σε καταστροφική, αδράνειας και σπατάλης. Οι συμπεριφορές σαμποτάζ από την πλευρά των εργαζομένων οφείλονταν κυρίως στη δυσαρέσκεια από κάποιο περιστατικό που έλαβε χώρα σε βάρος τους και τους οδήγησε σε αυτήν την αντίδραση ως ένδειξη των αρνητικών συναισθημάτων τους. Το βασικότερο αποτέλεσμα, όμως, της έρευνας ήταν πως η οργανωτική δομή ήταν σχεδόν ανύπαρκτη, γεγονός που αποδίδονταν στην μειωμένη αποτελεσματικότητα της διαχείρισης, η οποία επίσης χρησιμοποιούσε συχνά το σαμποτάζ. Συνεπώς, αν μελλοντικά υπάρξουν προτάσεις σχετικά με τη βελτίωση, τότε είναι πιθανό να αυξηθεί η ποιότητα και τα κέρδη, όχι μόνο της παρούσας επιχείρησης, αλλά και πολλών ακόμα. Τέτοιες προτάσεις είναι οι εξής:

1. Η υιοθέτηση μιας ρεαλιστικής πολιτικής πρόσληψης, η οποία να μην βασίζεται στην επίλυση προσωρινών προβλημάτων, αλλά να μπορεί να εξασφαλίσει την πρόσληψη και εκπαίδευση κατάλληλου προσωπικού για μακροπρόθεσμη συνεισφορά.
2. Η βελτίωση της υγιεινής και των κινήτρων στο χώρο εργασίας, ώστε να εξασφαλίζεται το υψηλό επίπεδο και η ποιότητα της επαγγελματικής ζωής για τους υπαλλήλους και τους διευθυντές από ότι προσφέρουν οι ανταγωνιστές.
3. Οι αυξημένες ευκαιρίες για την προώθηση της εποπτείας, μικρών και μεγάλων επιπέδων της διαχείρισης, και η εξασφάλιση ενός προτύπου αυτών των στόχων.
4. Η επαρκής πρακτική εκπαίδευση με σκοπό οι εργαζόμενοι να μπορούν να εκτελούν τα καθήκοντα τους αποτελεσματικά, αλλά να είναι σε θέση να

διαχειρίζονται αποτελεσματικά και τις εργασιακές σχέσεις με συναδέλφους και καταναλωτές.

5. Η εισαγωγή ενός συστήματος αξιολόγησης από εποπτικές αρχές, το οποίο μπορεί να αποτελέσει μια βάση για την αναγνώρισης της ανάγκης για βελτιωμένη απόδοση.
6. Η εισαγωγή ενός προγράμματος ανάπτυξης που θα βοηθήσει τους προϊσταμένους και τους διευθυντές, δείχνοντας τους πως θα δουλεύουν καλύτερα και πως θα μπορούν να κάνουν καλύτερη χρήση των ικανοτήτων, γνώσεων, δεξιοτήτων, εμπειριών και των καθημερινών εργασιών τους. Το αποτέλεσμα θα αξιολογείται με βάση την πρόοδο που θα έχει επιτευχθεί σχετικά με τη βελτίωση των επιδόσεων στις μονάδες που θεωρούνται υπεύθυνοι. Αυτό το πρόγραμμα επίσης θα μπορούσε να ενισχύσει τον ρόλο των διαχειριστών σε επίπεδο εποπτείας ώστε να γίνουν ικανοί όσον αφορά την δουλειά και για να επωφεληθούν από την ευαισθησία που χρειάζεται για να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τους συναδέλφους τους και τα άλλα μέλη της ομάδας. Αυτό περιλαμβάνει εκπαίδευση για την βελτίωση των δεξιοτήτων της διαπροσωπικής επικοινωνίας, της λήψης αποφάσεων, της επίλυσης προβλημάτων και την ικανότητα στην επίλυση των συγκρούσεων. Κατά συνέπεια τη δημιουργία ευνοϊκού κλίματος για τη συμμετοχή στη συνολική διαχείριση του περιβάλλοντος εργασίας.
7. Η εισαγωγή κύκλων ποιότητας – τύπου ανάπτυξης και πλήρη έλεγχο ποιότητας προγραμμάτων για τους εργαζόμενους, ώστε: Να νιώσουν ελεύθεροι να συζητήσουν τα προβλήματα και άλλα θέματα εργασίας που αφορούν συναδέλφους, προϊσταμένους και διευθυντές.
 - α. Να αποκτήσουν κατανόηση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν από την οργάνωση και διάκριση της φύσης των προβλημάτων και των πηγών τους (προσωπικά-εσωτερικά-περιβάλλοντος). Αυτή η διαδικασία επιτρέπει επίσης οι συμμετέχοντες να προσδιορίσουν μια κοινή στρατηγική που θα βοηθήσει τους διαχειριστές τους να ξεπεράσουν δυσκολίες στην εργασία.
 - β. Να ανακοινώνουν εθελοντικά τα προβλήματα τους για να βοηθήσουν τη διαχείριση να σχηματίσει πολιτικές ρεαλιστικές και εφαρμόσιμες ως μέσο για εξεύρεση λύσεων στα προβλήματα.

γ. Να βοηθήσουν στη δημιουργία εναλλακτικών καταστάσεων για επίλυση των προβλημάτων. Αυτή η μέθοδος θα πρέπει να επιδιώκει τον εντοπισμό καινοτόμων τρόπων για να βελτιώσουν τις σχέσεις εργασίας καθώς και για να διερευνήσουν τρόπους για τη βελτίωση της παραγωγικότητας του ατόμου και της υπηρεσίας και τις επιδόσεις του οργανισμού στο σύνολο.

8. Η δημιουργία ομάδων στο εργατικό δυναμικό με στόχο τη αυτόνομη λειτουργία και συνεπώς πιο υπεύθυνα για την αποτελεσματική λειτουργία της ομάδα, γεγονός που χρησιμεύει για δύο λόγους:

α. ενθαρρύνει την αυτονομία αποφεύγοντας χάσιμο χρόνου στις δραστηριότητες όπως η αναζήτηση επόπτη,

β. δημιουργεί δέσμευση για να εργάζονται και να παράγουν την επιθυμία για κοινές έννοιες.

Μια άλλη έρευνα που επίσης εστίασε στις άσχημες ή παράνομες συμπεριφορές των εργαζομένων, που επιφέρουν αρνητικές συνέπειες στην επιχείρηση, ή αλλιώς γνωστό και με τον όρο *sweethearting*, είναι και αυτή των Brady, Voorhees και Brusco (2012). Η έρευνα αυτή βασίστηκε σε προηγούμενες έρευνες και βιβλιογραφικές αναφορές, ενώ έγινε και συλλογή δεδομένων μέσα από συνεντεύξεις και ερωτηματολόγια που μοιράστηκαν σε πελάτες και εργαζόμενους. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι, σχετικά με το *sweethearting*, η συμπεριφορά αυτή έρχεται σε αντίθεση με άλλες αντικανονικές συμπεριφορές στο χώρο εργασίας, καθώς σε περίπτωσης κλοπής, για παράδειγμα, η συμπεριφορά αυτή δεν είναι γνωστή και στις δύο πλευρές, ενώ στο *Sweethearting*, και οι δύο πλευρές έχουν λάβει γνώση. Επιπρόσθετα, η συγκεκριμένη συμπεριφορά στηρίζεται σε κοινωνικό και οικονομικό αντάλλαγμα, ενώ έχουν οφέλη από αυτή την πράξη και οι δύο πλευρές, αντίθετα με την ίδια την επιχείρηση που δεν επωφελείται, αφού ο κύριος λόγος για να διαπράξει ένας εργαζόμενος το *sweethearting*, είναι για να έχει ο ίδιος κάποιο υλικό κέρδος. Το *sweethearting*, τις περισσότερες φορές λαμβάνει χώρα ανάμεσα σε στενούς φίλους των εργαζόμενων, με σκοπό όταν θα βρεθούν στη θέση τους να έχουν την ίδια αντιμετώπιση, με εξαίρεση τους εργαζόμενους σε μπαρ, εστιατόρια, κ.α., όπου η πράξη αυτή αποσκοπεί στην παροχή περισσότερων φιλοδογημάτων (*tips*). Όπως παρατηρείται, ακόμη, από την έρευνα αυτή, η συμπεριφορά του *sweethearting*, υιοθετείται από άτομα που αρέσκονται στον υψηλό κίνδυνο στο χώρο εργασίας, ενώ

ταυτόχρονα, η ικανοποίηση από την εργασία τους και οι ηθικές πεποιθήσεις συμβάλλουν καθοριστικά στο να διαπραχθεί ή όχι αυτή η συμπεριφορά. Όταν τα άτομα, δηλαδή, έχουν υψηλές προσωπικές ηθικές πεποιθήσεις, δύσκολα ή και ποτέ δεν θα διαπράξουν την πράξη του *sweethearting*, όπως επίσης, δεν θα προβούν σε τέτοιου είδους συμπεριφορές και τα άτομα εκείνα που δεν αποσκοπούν στην κοινωνική αποδοχή, και συνεπώς δεν αισθάνονται υποχρεωμένα να ανταποδώσουν σε μια πράξη *sweethearting*. Ο καταλληλότερος, ίσως και ο μόνος, τρόπος για να αποφευχθεί αυτή η συμπεριφορά είναι ο βαθμός ελέγχου της εργασίας με στρατηγικές που περιορίζουν την αυτονομία των εργαζομένων. Όπως έδειξαν, τα αποτελέσματα της έρευνας, η επιβολή ποινής ή αυστηρής τιμωρίας δεν έχουν κάποιο επίδραση στον εργαζόμενο και συνεπώς η επιχείρηση είναι δυνατόν να παρουσιάσει απώλεια κερδών έως και 35%. Η έρευνα αυτή μπορεί να επεκταθεί και σε μελλοντικές μελέτες, όπως είναι για παράδειγμα:

1. Δοκιμασία στους εργαζομένους για να εξεταστεί αν έχουν τάση να αναζητούν τον κίνδυνο στην εργασία.
2. Εξέταση ενός ευρύτερου φάσματος των πόρων κατά την αξιολόγηση των ανταλλαγών στο μάρκετινγκ
3. Εξέταση των παραπάνω και για τους πελάτες.
4. Πραγματοποίηση έρευνας για να διερευνηθεί πως οι άλλες μεταβλητές που δεν έχουν μελετηθεί μπορούν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά *sweethearting*.
5. Πραγματοποίηση έρευνας για την κατανόηση της ανάπτυξης και ενεργοποίησης του περιστατικού του *sweethearting*.
6. Η επίδραση του *sweethearting* στην ηθική δεοντολογία της επιχείρησης, που θεωρείται σημαντικότερη από την κλοπή υλικών αγαθών.

ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ	ΧΩΡΑ	ΘΕΩΡΙΑ	ΜΕΘΟΔΟΣ	ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ/ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ
Graham L. Bradley, Janet R. McColl-Kennedy, Beverly A. Sparks, Nerina L. Jimmieson, Dieter Zapf (2010)	Αυστραλία, Αυστραλία, ΗΠΑ, Αυστραλία, Γερμανία	SENT (Service Encounter Needs Theory)	Βιβλιογραφική ή ανασκόπηση	8 ψυχοκοινωνικές ανάγκες : 1)Γνώση 2)Ικανότητα 3)Έλεγχος 4)Δύναμη 5)Δικαιοσύνη 6)Εμπιστοσύνη 7)Σεβασμός 8)Ευχάριστες σχέσεις	Τα αποτελέσματα από μια συνάντηση εξαρτώνται από την ικανοποίηση ή παραβίαση των ψυχοκοινωνικών αναγκών. Αν ικανοποιηθούν τότε τα αποτελέσματα θα είναι θετικά, αντίθετα τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα είναι αρνητικά.	1)Η σημαντικότητα που δίνεται για την ικανοποίηση των 8 ψυχοκοινωνικών αναγκών με βάση <ul style="list-style-type: none"> ● το ρόλο που έπαιξε ο πελάτης ή ο εργαζόμενος στη συνάντηση, ● το είδος της υπηρεσίας που παρέχεται, ● το αποτέλεσμα 2)Η ικανοποίηση ή η παραβίαση των αναγκών και πώς αυτή καθορίζεται από το τι διαδραματίζεται στις συναντήσεις και από τις συμπεριφορές των δύο πλευρών, καθώς η κάθε πλευρά ικανοποιεί διαφορετική ανάγκη 3)Οι 8 ανάγκες δεν ικανοποιούνται ή παραβιάζονται μόνο από τον έναν, αλλά μεταξύ τους εντοπίζεται διαδραστική, πρόσθετη, διαζευκτική και συνδυασμένη σχέση 4)Η ανάγκη ικανοποίησης ή παραβίασης έχουν γνωστικές, οικονομικές, συναισθηματικές συνέπειες καθώς και συνέπειες στην συμπεριφορά και την υγεία που διαφέρουν σε παρατηρητικότητα, διάρκεια και σοβαρότητα 5)Και οι πελάτες και οι εργαζόμενοι μπορούν να ανταποκρίνονται καλύτερα στις δικές τους αλλά και του άλλου ανάγκες στην συνάντηση αν γίνουν πιο

						ευαίσθητοι στα πρώτα σημάδια παραβίασης της ανάγκης και πιο εξειδικευμένοι στις στρατηγικές αλληλεπίδρασης της κοινής ανάγκης για ικανοποίηση. 6) Προγραμματισμένες επεμβάσεις που εστιάζουν τις παραπάνω πτυχές της ανάγκης εκπλήρωσης οδηγούν σε πιο ικανοποιημένους και πιστούς πελάτες καθώς και εργαζόμενους.
Harris and Ogbonna (2002)	Ηνωμένο Βασίλειο	Ανάλυση δεδομένων 259 ερωτηθέντες από ένα δείγμα 1000 ερωτηθέντων	Υπηρεσία Σαμποτάζ		Η ώθηση για πράξεις των εργαζομένων που δεν αρμόζει στην θέση τους γίνεται από την παραβίαση των αναγκών τους όπως για δικαιοσύνη, ισχύ, έλεγχο κλπ. κι έτσι η συμπεριφορά τους δείχνει άρνηση υποταγής στον πελάτη.	

I-Ling Ling, Roger Marshall, Yingzi Xu & Wan-Ying Lin (2014)	Ταϊβάν	“Jaypatient”	Έρευνα μέσω συνεντεύξεων από 400 νοσοκόμες διαφόρων νοσηλευτικών ιδρυμάτων. Ηλικίες μεταξύ 20-54 με μέσο όρο τα 31,5 χρόνια. Κάποιες ερωτήσεις χρησιμοποιού ν για απάντηση την κλίμακα του Likert.	1)Συναισθηματική ωριμότητα 2)Ηλικία 3)Επαγγελματική εμπειρία 4)Χαμηλή-Υψηλή αυτοεκτίμηση 5)Μορφωτικό επίπεδο	Η πλειψηφία του προσωπικού ήταν επαγγελματίες που έχουν ισχυρή αίσθηση της δέσμευσης οπότε και αποφεύγουν συμπεριφορές σαμποτάζ. Εν αντιθέση οι νοσοκόμες με χαμηλή αυτοεκτίμηση, λιγότερη εμπειρία, μικρότερη ηλικία, χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο και έλλειψη συναισθηματικής ωριμότητας καταφεύγουν σε πράξεις σαμποτάζ έτσι ώστε να φανούν ανώτερες σε σχέση με τον ασθενή,	Επιλογή ώριμου προσωπικού στις θέσεις πρώτης γραμμής εξασφαλίζοντας όμως ένα καλό μίγμα νέων με παλιών νοσηλευτών έτσι ώστε οι νέοι να εποπτεύονται σωστά με καλά παραδείγματα από τους μεγαλύτερους.

F.Analoui (1995)	Ηνωμένο Βασίλειο	Έρευνα στην εταιρία "ALPHA"	Παρατήρηση - συλλογή δεδομένων από το προσωπικό και τους εργοδότες επί 6 χρόνια (10.000 ώρες).	<p>1) Ποιος συμμετείχε στο περιστατικό;</p> <p>2) Πως πραγματοποιήθηκε η δράση;</p> <p>3) Πότε συνέβη;</p> <p>4) Εναντίον ποιου;</p> <p>5) Ποια ήταν η συμπεριφορά του εργαζόμενου;</p> <p>6) Τι έννοιες και κίνητρα έχουν οι συμμετέχοντες στις πρακτικές τους;</p> <p>7) Τι συνέπειες είχε η δράση γι' αυτούς που εμπλέκονται;</p> <p>8) Τι βαθμό επιπτώσεων είχε η πράξη στο ανθρώπινο και φυσικό περιβάλλον εργασίας;</p>	<p>Όταν δεν ικανοποιείται το συμφέρον καποιου, αυτός οδηγείται σε δυσαρέσκεια και η πιο λεπτή αντισυμβατική συμπεριφορά του είναι η κακή χρήση των εγκαταστάσεων και λιγότερο η συμπεριφορά σαμποτάζ (ενδιάμεσα: απειθαρχία, μη συνεργασία, αποδιοργανωτικές πρακτικές), δηλαδή με αυτόν τον τρόπο εκφράζει τα συναισθήματά του. Επίσης μπορεί να δράσει με τρόπο τέτοιο ώστε να οδηγηθεί κάτι στην επιχείρηση σε καταστροφή μέσω της αδράνειας ή της σπατάλης. Τέλος η μελέτη έδειξε την ανυπαρξία της οργανωτικής δομής της επιχείρησης και τη μη αποτελεσματικότητα της διαχείρισης.</p>	<p>1) Υιοθέτηση μιας ρεαλιστικής πολιτικής πρόσληψης που να μην βασίζεται μόνο στην επίλυση προσωρινών προβλημάτων π.χ. Η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού. Είναι σημαντικό να εξασφαλιστεί η πρόσληψη και η εκπαίδευση κατάλληλου προσωπικού που απαιτείται για μακροπρόθεσμη συνεισφορά.</p> <p>2) Βελτίωση υγιεινής και κινήτρων στον χώρο εργασίας γαι να εξασφαλιστεί υψηλότερο επίπεδο και ποιότητα επαγγελματικής ζωής για τους υπαλλήλους και τους διευθυντές σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές.</p> <p>3) Αυξημένες ευκαιρίες για εποπτεία μικρών και μεγάλων επιπέδων διαχείρισης καθώς επίσης πρέπει να εξασφαλίζεται ένα προτυπο για την επίτευξη αυτών των στόχων.</p> <p>4) Παροχή επαρκής πρακτική εκπαίδευσης, ώστε οι εργαζόμενοι να είναι σε θέση να εκτελούν τα καθήκοντά τους αποτελεσματικά και να μπορούν να διαχειριστούν αποτελεσματικά τις εργασιακές σχέσεις με τους συναδέλφους και τους καταναλωτές,</p> <p>5) Εισαγωγή ενός συστήματος αξιολόγησης από εποπτικές αρχές. Αυτό μπορεί να είναι μια βάση για την αναγνώριση της ανάγκης για βελτίωση της απόδοσης με την κατάρτιση για μελλοντική προώθηση.</p>
------------------	------------------	-----------------------------	--	---	---	---

					<p>6)Εισαγωγή ενός προγράμματος ανάπτυξης για να βοηθάει τους προισταμένους και τους διεθθυντές. Το πρόγραμμα θα μπορεί να βοηθήσει δείχνοντας πως θα δουλεύουν καλύτερα και πως θα κάνουν καλύτερη χρήση των ικανοτήτων τους, των γνωσεών τους, των εμπειριών τους και των καθημερινών εργασιών.Το αποτέλεσμα της κατάρτισης και των δραστηριοτήτων ανάπτυξης πρέπει να αιτιολογούνται με βάση την πρόοδο που έχει επιτευχθεί όσον αφορά την βελτίωση των επιδόσεων των μονάδων που είναι υπεύθυνοι. Αυτό το πρόγραμμα θα μπορούσε να ενισχύσει τον ρόλο των διαχειριστών σε επίπεδο εποπτείας, ώστε να γίνουν ικανοί στην δουλειά και να επωφεληθούν από την ευαισθησία που χρειάζεται για να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τους συναδέλφους τους και τα άλλα μέλη της ομάδας. Αυτό περιλαμβάνει εκπαίδευση για την βελτίωση των δεξιοτήτων διαπροσωπικών σχέσεων, της λήψης αποφάσεων, την επίλυση προβλημάτων και την επίλυση συγκρούσεων. Κατά συνέπεια τη δημιουργία ευνοϊκού κλίματος για τη συμμετοχή στην συωολική διαχείριση του περιβάλλοντος εργασίας.</p> <p>7)Πλήρης έλεγχος ποιότητας προγραμμάτων για τους εργαζόμενους για να:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Νιώσουν ελεύθεροι
--	--	--	--	--	---

να συζητούν τα προβλήματα και άλλα θέματα εργασίας που αφορούν τους συναδέλφους, τους προϊσταμένους και τους διευθυντές.

- Αποκτήσουν κατανόηση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν από την οργάνωση και την φύση των προβλημάτων (προσωπικά-εσωτερικά-περιβάλλοντος). Αυτή η διαδικασία επιτρέπει επίσης οι συμμετέχοντες να προσδιορίσουν μια κοινή στρατηγική που θα βοηθήσει τους διαχειριστές να ξεπεράσουν δυσκολίες στην εργασία.
- Ανακοινώνουν εθελοντικά τα προβλήματα τους για να βοηθήσουν την διαχείριση να σχηματίσει πολιτικές ρεαλιστικές και εφαρμόσιμες ως μέσο για εξεύρεση λύσεων σε προβλήματα.
- Βοηθήσουν στην δημιουργία εναλλακτικών καταστάσεων για επίλυση προβλημάτων. Αυτή η μέθοδος θα πρέπει να επιδιώκει τον εντοπισμό καινοτόμων τρόπων για να βελτιώσουν τις σχέσεις εργασίας καθώς και να διερευνήσουν τρόπους για την βελτίωση της παραγωγικότητας του

						<p>ατόμου και της υπηρεσίας και τις επιδόσεις του οργανισμού στο σύνολο.</p> <p>8) Δημιουργία ομάδων στο εργατικό δυναμικό που μπορούν να λειτουργούν αυτόνομα και συνεπώς και πιο αποτελεσματικά. Αυτό χρησιμεύει για δυο λόγους:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ενθαρρύνει την αυτονομία, αποφεύγοντας χάσιμο χρόνου στις δραστηριότητες όπως η αναζήτηση επόπτη. ● Δημιουργεί δέσμευση για να εργάζονται και να παράγουν την επιθυμία για κοινές έννοιες.
Diane R. Edmondson	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	-	<p>Διαδικτυακή έρευνα. Συμμετείχαν 490 εργαζόμενοι. Το 53,3% ήταν άντρες και το 46,7% ήταν γυναίκες. Το 81,6% των συμμετεχόντων είχαν καθημερινή επαφή με τον πελάτη.</p>	Συναισθηματική εξάντληση.	<p>Η συναισθηματική εξάντληση επηρεάζει θετικά την υπηρεσία του σαμποτάζ. Επίσης, η αντίληψη της οργανωτικής υποστήριξης μειώνει την πράξη του σαμποτάζ του εργαζόμενου καθώς και της συναισθηματικής του εξάντλησης. Τέλος, η αντιληπτή εποπτεία δεν έχει κανένα αντίκτυπο ούτε στην συναισθηματική εξάντληση, ούτε στις πράξεις σαμποτάζ.</p>	<p>Μελλοντική έρευνα για να διαπιστωθεί αν είναι χρήσιμο να μείνουν στην κλίμακα καποια στοιχεία που δεν τοποθετήθηκαν (σεξουαλική παρενόχληση του πελάτη, κακομεταχείριση του πελάτη, δημόσια αμηχανία στον πελάτη, απόκτηση περιουσίας του πελάτη)</p>

Michael K. Brady, Clay M. Voorhees, & Michael J. Brusco (2012)	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	Θεωρία του Sweethearting	Συλλογή δεδομένων από 171 υπαλλήλους και 610 πελάτες τους για την δημιουργία έρευνας που βασίζεται και σε μελέτες προηγούμενων ερευνών και βιβλιογραφίας .	<ul style="list-style-type: none"> ● Αναζήτηση κινδύνου ● Προσωπική ηθική ● Ανάγκη για κοινωνική αναγνώριση ● Οικονομικό κέρδος ● Αμοιβαιότητα στην πράξη του Sweethearting ● Ικανοποίηση στην εργασία ● Έλλειψη οργανωσιακής δέσμευσης 	<p>Σχετικά με το sweethearting, η συμπεριφορά αυτή έρχεται σε αντίθεση με άλλες αντικανονικές συμπεριφορές στο χώρο εργασίας, καθώς σε περίπτωσης κλοπής, 1)για παράδειγμα, η συμπεριφορά αυτή δεν είναι γνωστή και στις δύο πλευρές, 2)ενώ στο Sweethearting, και οι δύο πλευρές έχουν λάβει γνώση. 3)Επιπρόσθετα, η συγκεκριμένη συμπεριφορά στηρίζεται σε κοινωνικό και οικονομικό αντάλλαγμα, ενώ έχουν οφέλη από αυτή την πράξη και οι δύο πλευρές, αντίθετα με την ίδια την επιχείρηση που δεν επωφελείται, αφού ο κύριος λόγος για να διαπράξει ένας εργαζόμενος το sweethearting, είναι για να έχει ο ίδιος κάποιο υλικό κέρδος. Η συμμετοχή σε αυτή την πράξη επιφέρει υλικό όφελος στις περιπτώσεις των μπαρ, εστιατορίων, καφετεριών, κλπ. Αυτή η συμπεριφορά μπορεί να αποδώσει περισσότερα φιλοδομήματα</p>	<p>1)Δοκιμασία στους εργαζομένους για να εξεταστεί αν έχουν τάση να αναζητούν τον κίνδυνο στην εργασία. 2)Εξέταση ενός ευρύτερου φάσματος των πόρων κατά την αξιολόγηση των ανταλλαγών στο μάρκετινγκ 3)Εξέταση των παραπάνω και για τους πελάτες. 4)Πραγματοποίηση έρευνας για να διερευνηθεί πως οι άλλες μεταβλητές που δεν έχουν μελετηθεί μπορούν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά sweethearting. 5)Πραγματοποίηση έρευνας για την κατανόηση της ανάπτυξης και ενεργοποίησης του περιστατικού του sweethearting. 6)Η επίδραση του sweethearting στην ηθική δεοντολογία της επιχείρησης, που θεωρείται σημαντικότερη από την κλοπή υλικών αγαθών.</p>
--	-----------------------------	--------------------------	--	--	--	--

					<p>στους εργαζομένους από τους πελάτες. Αυτή αποκλίνουσα συμπεριφορά σχετίζεται με τον πόσο κίνδυνο θέλουν να έχουν στην δουλειά τους, η ικανοποίηση από την εργασία, οι ηθικές αξίες και η έλλειψη της οργανωτικής διαχείρισης είναι παράγοντες που οδηγού στον Sweethearting. Φυσικά, αυτό μπορεί να βλάψει την επιχείρηση έως και 35%. Για την επίλυση του προβλήματος προτείνεται ένας βαθμός ελέγχου της εργασίας με στρατηγικές για την μείωση της αυτονομίας των υπαλλήλων.</p>	
--	--	--	--	--	--	--

Namhee Kim & Gary N. Mclean (2007)	Κορέα	-	Έρευνα-Συνεντεύξεις από υπαλλήλους χρησιμοποιώντας την τεχνική κρίσιμου περιστατικού (CIT)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ευνοϊκές συμπεριφορές ● Δυσμενείς συμπεριφορές 	<p>Στα αποτελέσματα αυτής της έρευνας έγινε φανερή η επιρροή που επιφέρει μια καλή ή άσχημη συμπεριφορά των εργαζομένων προς τους πελάτες, είτε όταν πρόκειται για μια απλή εξυπηρέτηση είτε για τη λύση κάποιου προβλήματος. Συνήθως οι προσπάθειες των εργαζομένων εστιάζουν στην αντιμετώπιση διαφόρων καταστάσεων με του πελάτες υιοθετώντας όμορφες συμπεριφορές. Όταν οι εργαζόμενοι παρείχαν πληροφορίες με καλοσύνη, ευγένεια και ειλικρίνεια, οι πελάτες αποκτούσαν καλές εντυπώσεις για την επιχείρηση και για το προσωπικό, ενώ αντίθετα, όταν ερχόταν αντιμετώπι με αγένεια, άγνοια και εχρικότητα, αποκόμιζαν άσχημες εντυπώσεις. Επιπλέον, όταν οι εργαζόμενοι ήταν καλοί ακροατές και παρείχαν τις απαιτούμενες πληροφορίες στους πελάτες τότε αυτοί αισθανόταν ικανοποιημένοι. Συνεπώς, η άσχημη επικοινωνία οδηγεί τους πελάτες να θυμούνται την άσχημη εξυπηρέτηση.</p>	<p>Πρόταση για μελλοντική έρευνα είναι η διερεύνηση των ομοιοτήτων και των διαφορών μεταξύ της Ασίας και άλλων πολιτισμών, καθώς θα μπορούσε να προσφέρει χρήσιμες πληροφορίες πολιτιστικών επιρροών στις συμπεριφορές των πελατών και να συμβάλει στην προετοιμασία στρατηγικών μάρκετινγκ για την παγκόσμια αγορά με την αύξηση των διαπολιτιστικών συναντήσεων.</p>
------------------------------------	-------	---	--	---	---	--

					<p>Ακόμα, όταν στους πελάτες παραδόθηκε άμεσα κάποιο προϊόν ή υπηρεσία, χωρίς την εμφάνιση προβλημάτων ή καθυστερήσεων, τότε αυτοί ήταν πλήρως ικανοποιημένοι, σε αντίθεση με τις ανακριβείς, προβληματικές και καθυστερημένες υπηρεσίες ή προϊόντων, όπου στους πελάτες επικράτησε η απογοήτευση. Επιπρόσθετα, όταν οι εργαζόμενοι παρουσιαζόταν πρόθυμοι να βοηθήσουν και να ασχοληθούν με τα προβλήματα και τα αιτήματα των πελατών, τότε δημιουργούνταν αισθήματα ικανοποίησης από την άριστη εξυπηρέτηση, αντίθετα με τα αρνητικά συναισθήματα που δημιουργούσαν οι εργαζόμενοι που απέφευγαν την ευθύνη. Τέλος, αν και σε κάθε επιχείρηση υπάρχουν κανόνες που πρέπει να τηρούνται, όταν ένας εργαζόμενος βοηθήσει έναν πελάτη που ζητάει κάτι πέρα από τις αρμοδιότητες τους, τότε αυτομάτως δημιουργείται μια καλή εικόνα, αντίθετα με εκείνους που δεν</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					παραβλέπουν τους κανονισμούς.	
Nai-Wen Chi , Wei-Chi Tsai & Shu-Min Tseng	Ταϊβάν	-	<ul style="list-style-type: none"> ● Θετικές διαθέσεις ● Φύλο ● Επαγγελματική εμπειρία ● Αρνητικά γεγονότα πελατών ● Εχθρικότητα ● Υπηρεσία Σαμποτάζ ● Εξωστρέφεια ● Νεύρωση 	<p>Τα αποτελέσματα που προέκυψαν αφορούσαν τις αρνητικές συμπεριφορές των πελατών όπως η ασέβεια, η αγένεια, η λεκτική επιθετικότητα και η παράλογες απαιτήσεις που συχνά γίνονται λόγοι προβλήματος στον εργασιακό χώρο. Οι άσχημες συμπεριφορές οδηγούν σε άσχημα συναισθήματα από την πλευρά των εργαζομένων και συνεπώς αντιδρούν με το σαμποτάζ ως ένδειξη δυσαρέσκειας. Επίσης η έρευνα έδειξε πως η επίδραση της συμπεριφοράς των πελατών εξαρτάται από τον χαρακτήρα των εργαζομένων.</p>		

					<p> Δηλαδή αν ο υπάλληλος έχει εξωστρεφή χαρακτήρα, τότε έχει υψηλότερο όριο διέγερσης που σχετίζεται με στρεσογόνα γεγονότα οπότε δύσκολα αντιδράει σε μια άσχημη συμπεριφορά από κάποιον εσωστρεφή χαρακτήρα που αισθάνονται περισσότερο το άγχος και την αρνητικότητα. Το ίδιο ισχύει και για τον νευρωτισμό κάποιου. Άτομα με υψηλό νευρωτισμό τείνουν προς τα αρνητικά συναισθήματα όπως το άγχος, την κατάθλιψη, την οργή και την θλίψη και τους είναι πιο εύκολο να ερμηνεύουν τις κοινωνικές πληροφορίες με αρνητικούς τρόπους. Αντίθετα άτομα χαμηλού νευρωτισμού θεωρούνται συχνά ως σταθερά συναισθηματικά και ήρεμα και μπορούν να ελέγχουν τα συναισθήματά τους. Επιπλέον όταν τα άτομα θεωρούν τον χώρο εργασίας ως ασφαλή, χαλαρό και ευνοϊκό οδηγούνται σε θετικά συναισθήματα βοηθώντας και τις συμπεριφορές των πελατών. Αντιθέτως όταν δεν υπάρχει </p>
--	--	--	--	--	--

					θετική διάθεση δημιουργείται εχθρότητα και νευρικότητα στον χώρο. Δηλαδή η θετική ατμόσφαιρα δεν έχει υψηλά επίπεδα πραξέων σαμποτάζ σε σχέση με την αρνητική.	
Markus Groth, Alicia Grandey (2012)	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	-		-	-	<p>1) Όταν αντιληφθούν οι πελάτες την αποτυχία, αυξάνεται η πιθανότητα από τον εργαζόμενο να αντιληφθεί την κακομεταχείριση κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασης, μέσω των αρνητικών επικοινωνιών, μέσω δηλαδή της οργής των πελατών και των παραπόνων.</p> <p>2) Όταν οι εργαζόμενοι αντιλαμβάνονται την κακομεταχείριση από τους πελάτες, οι πιθανότητες να αποτύχει η συνάντηση αυξάνονται, κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασης μέσω ακούσιων ή εκ πρόθεσης αντιδράσεων.</p> <p>3) Οι πελάτες και οι εργαζόμενοι, που γίνονται μάρτυρες μιας αρνητικής συμπεριφοράς, είναι πιθανόν να ξεκινήσουν και αυτοί μια επιθετική συμπεριφορά.</p> <p>4) Οι αντιλήψεις των</p>

					<p>εργαζομένων σχετικά με την κακομεταχείριση των πελατών είναι πιθανό να επηρεάσουν την αντικοινωνική συμπεριφορά και τις αντιλήψεις σε μια συνάντηση σε μελλοντικές αλληλεπιδράσεις.</p> <p>5) Κατά τη διάρκεια ανταλλαγής συμπεριφορών, όπου και ο εργαζόμενος και ο πελάτης έχουν μειωμένη συναισθηματική νοημοσύνη, είναι πολύ πιο πιθανό να υπάρξει μια αρνητική συμπεριφορά από ότι στα άτομα με υψηλή συναισθηματική νοημοσύνη.</p> <p>6) Η αποτελεσματικότητα της αλληλεπίδρασης των εργαζομένων και των πελατών για την πρόβλεψη μιας αρνητικής συμπεριφοράς αυξάνεται όταν υπάρχει μεγάλη αρνητική επιρροή, ενώ αντίθετα μειώνεται η πιθανότητα εμφάνισης άσχημης αντίδρασης ή κλιμάκωση της, όταν η επιρροή είναι θετική.</p> <p>7) Η πιθανότητα να αλληλεπιδράσουν αρνητικά ο εργαζόμενος και ο πελάτης είναι αυξημένη, όταν ο προσανατολισμός του πελάτη είναι χαμηλός και το αίσθημα δικαιώματος υψηλό, καθώς σε αυτή την περίπτωση είναι δυνατόν να δημιουργηθεί περισσότερη ένταση, συγκριτικά με την περίπτωση που ο προσανατολισμός και το αίσθημα δικαιώματος είναι ίδια για τον εργαζόμενο.</p> <p>8) Η επανεκτίμηση είτε από τον εργαζόμενο, είτε από</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>τον πελάτη, είναι δυνατόν να αποτρέψει μια αρνητική συμπεριφορά.</p> <p>9)Οι άσχημες συμπεριφορές είναι ανάλογες με τη σχέση που εμφανίζονται να έχουν τα δύο μέρη μεταξύ τους.</p> <p>10)Οι οργανωτικές πρακτικές μπορούν να ενισχύσουν την αυτονομία των εργαζόμενων, καθώς είναι πιο αποτελεσματικές στην μείωση των αρνητικών αλληλεπιδράσεων με τους πελάτες, από ότι είναι τα συστήματα ελέγχου με κάμερες.</p> <p>11)Οι πρακτικές που στοχεύουν στην κοινωνικότητα μπορούν να προσφέρουν στον πελάτη επικοινωνία με ρεαλιστικές προσδοκίες και σωστή πληροφόρηση, με αποτέλεσμα την μείωση των περιστατικών αρνητικών ανταλλαγών.</p> <p>12)Η δημιουργία μιας οργανωτικής ομάδας που θα ανταμείβει και θα υποστηρίζει τη λειτουργία των υπαλλήλων μπορεί να μειώσει τα άσχημα περιστατικά.</p>
--	--	--	--	--	--

Lloyd C. Harris & Emmanuel Ogbonna (2011)	Ηνωμένο Βασίλειο	-	<p>Γίνεται μια βιβλιογραφική ανασκόπηση από προυπάρχουσες βιβλιογραφίες σχετικές με το σαμποτάζ και τις αρνητικές συμπεριφορές των εργαζομένων. Ύστερα γίνεται μια έρευνα με συλλογή δεδομένων από συνεντεύξεις ανοιχτών ερωτήσεων.</p>	-	<p>Τα αποτελέσματα έδειξαν 5 κύριους παράγοντες που επηρεάζουν τους εργαζόμενους και τους οδηγούν σε πράξεις σαμποτάζ.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Οικονομικά κίνητρα Σκόπιμα οι εργαζόμενοι αλλάζουν την υπηρεσία για δικό τους χρηματικό όφελος. Δηλαδή, μια υπηρεσία που πρέπει να τελειώσει σε λιγότερο χρόνο, αυτοί την επιβραδύνουν και το αντίθετο. ● Πελατοκεντρικά κίνητρα Κάποιοι πελάτες είναι ιδιαίτερα αγενείς που μπορούν να θίξουν τον σεβασμό του υπαλλήλου καθώς και την αυτοεκτίμηση του. Έτσι από την πλευρά του εργαζομένου δημιουργούνται άσχημα συναισθήματα και χρησιμοποιούν το σαμποτάζ ως μια πράξη εκδίκησης και εξισορρόπησης της κοινωνικής ανισότητας που δημιουργήθηκε εις βάρος τους. ● Στρεσογόνα κίνητρα Οι πράξεις σαμποτάζ χρησιμοποιούνται για λόγους ανακούφισης των εργαζομένων από το άγχος και την πίεση. Λόγω, 	<p>1) Η διεξαγωγή έρευνας για τη διερεύνηση και την περιγραφή των σχέσεων μεταξύ των κινήτρων για πράξεις σαμποτάζ και την μορφή τέτοιων συμπεριφορών. 2) Η διεξαγωγή έρευνας για τη διερεύνηση και μοντελοποίηση των κινήτρων για πράξεις σαμποτάζ των εργαζομένων και τις ενέργειες σε ένα ευρύτερο φάσμα στο πλαίσιο της υπηρεσίας. Πιο συγκεκριμένα, η διερεύνηση των παραγόντων και της μορφής των πράξεων σαμποτάζ σε περιπτώσεις που η φύση της επαφής εργαζόμενου – πελάτη, διαφέρει από την παραδοσιακή. 3) Διεξαγωγή έρευνας για τη διερεύνηση των αιτιών των πράξεων σαμποτάζ, ώστε να έρθουν στο φως πληροφορίες για το πώς τα κίνητρα για σαμποτάζ αναπτύσσονται και τους τρόπους αντιμετώπισης τους, με στόχο την μείωση των επιβλαβών ή καταστροφικών πράξεων.</p>
---	------------------	---	---	---	---	---

δηλαδή, της ψυχολογικής και συναισθηματικής έντασης, οι πράξεις δολιοφθοράς λειτουργούν σαν χαλάρωση.

● **Ομαδικά κίνητρα**

Οι ομάδες στο χώρο εργασίας καλύπτουν το 18% των πράξεων των σαμποτάζ. Οι πράξεις αυτές συνδέονται με την εσωτερική κατάσταση της ομάδας και με το υψηλό ομαδικό πνεύμα που αυτή μπορεί να φέρει. Οι πράξεις αυτές συχνά μπορούν να θεωρηθούν και σαν μηχανισμός για την ενίσχυση των ατόμων που ανήκουν στην ομάδα ή για να διατηρήσουν το status του, αλλά μπορεί να λαμβάνουν χώρα και ως μέτρα πίεσης ώστε να πετύχουν κακόβουλους σκοπούς.

● **Προσανατολισμένα κίνητρα υπαλλήλων/εταιρεία**

Πολλές φορές χρησιμοποιούνται πράξεις σαμποτάζ για να παρενοχλήσουν κάποιους εργαζόμενους ή και να βλάψουν άλλους συναδέλφους τους για προσωπικό τους λόγο.

Επιπλέον, μπορεί να έχουν ως στόχο να βλάψουν την ίδια την επιχείρηση ή τους

					διευθύνοντες εξαιτίας κάποιας αδικίας που έχουν υποστεί.	
--	--	--	--	--	--	--

Mo Wang, Hui Liao, Yujie Zhan, Junqi Shi (2011)	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, Κίνα	-	Έρευνα-συνεντεύξεις σε 131 υπαλλήλους σε τηλεφωνικό κέντρο, το 71,8% ήταν γυναίκες.	<ul style="list-style-type: none"> ● Ηλικία ● Φύλο ● Σκοπιμότητα κοινωνικής προκατάληψης ● Αντιληπτή εποπτεία ● Εμπειρία εργασίας ● Αρνητική συναισθηματικότητα ● Αυτο-αποτελεσματικότητα για τον συναισθηματικό κανονισμό ● Δέσμευση στους κανόνες ● Υποστηρικτικό κλίμα αντιληπτής εποπτείας ● Όγκος ροής καθημερινών κλήσεων ● Καθημερινή κακομεταχείριση από τους πελάτες ● Καθημερινές πράξεις συμποτάζ από τους εργαζομένους. 	<p>Τα αποτελέσματα βασίστηκαν σε τρεις μηχανισμούς.</p> <p>1)Στον μηχανισμό βασισμένο στους πόρους: στην ικανότητα, δηλαδή, να εκπληρώσει ένα άτομο τις βασικές του ανάγκες. Οι απειλές που προέρχονται από τις απαιτήσεις της εργασίας έχουν ως αποτέλεσμα οι εργαζόμενοι να μην έχουν επαρκείς πόρους για να μπορούν να ρυθμίζουν αποτελεσματικά τη συμπεριφορά τους στο χώρο εργασίας. Ωστόσο, στα άσχημα περιστατικά, τα άτομα με αυτοέλεγχο έχουν την ικανότητα να μπορούν να ξεπεράσουν τις εγωιστικές συμπεριφορές και να περιορίσουν τις ανάρμοστες αλληλεπιδράσεις. Όταν, όμως υπάρχει απώλεια πόρων, τις περισσότερες φορές οι συνέπειες είναι αρνητικές.</p> <p>2)Στον μηχανισμό βασισμένο στα συναισθήματα: βασίζεται στην ενίσχυση ή μείωση των αρνητικών συναισθηματικών αντιδράσεων σε άδικες μεταχειρίσεις, οι οποίες επηρεάζουν το μέγεθος των πράξεων του συμποτάζ από τους</p>	<p>1)Η διεξαγωγή μιας έρευνας που θα χρησιμοποιήσει αντικειμενικά μέτρα, όπως για παράδειγμα αρχεία παρακολούθησης της εξυπηρέτησης των πελατών, ή άλλες εκθέσεις, όπως η αναφορά περιστατικών συμποτάζ από τους ίδιους τους πελάτες, ώστε να αναπαραχθούν τρέχοντα ευρήματα.</p> <p>2)Η παρατήρηση άμεσων επεισοδίων, ώστε να διερευνηθούν τα αίτια της κακομεταχείρισης από τους πελάτες και των πράξεων συμποτάζ από τους εργαζόμενους.</p> <p>3)Η διεξαγωγή έρευνας με στόχο τη διασταύρωση των τρεχόντων ευρημάτων χρησιμοποιώντας δείγματα εργαζομένων από διαφορετικούς πολιτισμούς και διαφορετικούς τρόπους της υπηρεσίας παράδοσης.</p> <p>4)Η διεξαγωγή έρευνας με σκοπό την ανάπτυξη γενικότερων μέτρων για την κακομεταχείριση από τους πελάτες που να ταιριάζουν και σε άλλες ρυθμίσεις της υπηρεσίας.</p> <p>5)Η επέκταση της παρούσας έρευνας στην μελέτη άλλων μεμονωμένων και οργανωμένων παραγόντων που παρέχουν επιπλέον πόρους, επηρεάζοντας τους εργαζόμενους στον καλύτερο χειρισμό των αρνητικών συμπεριφορών των πελατών.</p> <p>6)Η διεξαγωγή μελέτης που θα εστιάζει στην μέτρηση συγκεκριμένων συναισθημάτων και όχι ευρύτερων κατηγοριών, ώστε να ερμηνευτεί</p>
---	-----------------------------------	---	---	---	---	---

				<p>εργαζόμενους. Σε αυτόν τον μηχανισμό ανιχνεύτηκαν δύο μεταβλητές: η προδιάθεση για αρνητικά συναισθήματα και η αυτό – αποτελεσματικότητα για συναισθηματική ρύθμιση. Η αρνητική συναισθηματικότητα είναι δυνατόν να μετριάσει τη θετική σχέση μεταξύ της καθημερινής κακομεταχείρισης από τους πελάτες και το καθημερινό σαμποτάζ από τους εργαζόμενους. Η αυτό – αποτελεσματικότητα για τη συναισθηματική ρύθμιση μπορεί να μετριάσει τη σχέση μεταξύ της κακομεταχείρισης από τους πελάτες και το σαμποτάζ των εργαζομένων, αν και αυτή η συσχέτιση είναι πιο δύσκολη για του εργαζόμενους εκείνους που έχουν υψηλότερα επίπεδα αυτό – αποτελεσματικότητας.</p> <p>3)Στον μηχανισμό βασισμένο στους γνωστικούς πόρους: βασισμένο, δηλαδή στο πόρους υποκίνησης, γνώσης και εμπειρίας, και οι οποίοι σχετίζονται με τη συμπεριφορά των εργαζόμενων απέναντι στην κακομεταχείριση από τους πελάτες. Η</p>	<p>καλύτερα η επιρροή των συναισθημάτων στην αρνητική συμπεριφορά των πελατών και την σχέση στις πράξεις σαμποτάζ.</p> <p>7)Η διεξαγωγή μιας έρευνας με πιο θεωρητική προσέγγιση για την αξιολόγηση της διαδραστικής επίδρασης των διαφορετικών τύπων πόρων.</p> <p>8)Η διεξαγωγή μιας έρευνας που να μελετά τις επιπτώσεις των συναισθηματικών παραγόντων σε πολλαπλά επίπεδα και σε διαπολιτισμικό πλαίσιο, προσφέροντας συγκεκριμένες προτάσεις σχετικά με το είδος των οργανωτικών παρεμβάσεων που μπορούν να μειώσουν τις πράξεις των σαμποτάζ από τους εργαζόμενους.</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>προϋπηρεσία είναι ένας παράγοντας που συμβάλλει στη μείωση των αρνητικών συμπεριφορών από τους πελάτες και τις πράξει σαμποτάζ από του εργαζόμενους. Επιπλέον οι εργαζόμενοι που φέρουν υψηλά επίπεδα δέσμευσης έχουν θετική στάση απέναντι σε τέτοιου είδους περιστατικά, καθώς μεγάλη βοήθεια προσφέρει και η εποπτεία.</p>	
<p>Graham L. Bradley and Beverley A. Sparks, Dieter Zapf, Janet R. McColl-Kennedy and Nerina L. Jimmieson (2013)</p>	<p>Αυστραλία, Γερμανία, Αυστραλία</p>	<p>Πλαίσιο T-R-S</p>	<p>Βιβλιογραφική ανασκόπηση και έρευνα με ανάλυση δεδομένων από συνεντεύξεις.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Οργανωτικές απαντήσεις στα παράπονα των καταναλωτών ● Πελάτες που σχετίζονται με τους; στρεσογόνους παράγοντες ● Σχέσεις συμπάθειας ● Πράξεις σαμποτάζ ● Στρατηγικές για τον έλεγχο αλληλεπιδράσεων με τους πελάτες ● Συμπεριφορές προσανατολισμού πελατών ● Τακτικές για την αντιμετώπιση 	<p>Με βάση τα δεδομένα που προέκυψαν, στο πλαίσιο αυτό δημιουργήθηκαν 3 βαθμίδες. Η πρώτη περιελάμβανε όλες τις συμπεριφορές που μπορούν να προκύψουν, η δεύτερη κατηγοριοποιούσε τις συμπεριφορές και η τρίτη βαθμίδα περιλαμβάνει πιο αφηρημένες λειτουργικές ιδιότητες που χωρίζονται σε 3 διαστάσεις. Το έργο (των υπηρεσιών), την σχέση(των πελατών και των εργαζομένων) και τον εαυτό(των ατόμων). Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στις συμπεριφορές που λειτουργούν ως</p>	<p>1)Το έργο απαιτείται να ελέγξει την ανθεκτικότητα του πλαισίου και συγκεκριμένα με έναν βαθμό αξιολόγησης, στον οποίο οι συναντήσεις μπορούν να κωδικοποιηθούν στην 2η κατηγορία και στις 3 διαστάσεις έπειτα. 2)Μια έρευνα να κάνει διάκριση μεταξύ των συμπεριφορών στην συνάντηση με την χρήση του πλαισίου T-R-S και να εξετάσει τα αποτελέσματα που συνδέονται με τον κάθε τύπο συμπεριφοράς. 3)Αξιίζει η διερεύνηση των θεμάτων που σχετίζονται με την επικράτηση των μορφών αλληλεπίδρασης που αντιστοιχούν στα τμήματα 1-8 του T-R-S και τις συνέπειες. 4)Ερευνητές θα μπορούσαν να εξετάσουν τα επίπεδα όταν οι συμπεριφορές της ικανοποίησης ή της</p>

				<p>άσχημων συμπεριφορών από τους πελάτες</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Στρατηγικές ανάκτησης ● Μη λεκτικές συμπεριφορές ● Συναισθηματικά φορτισμένες συμπεριφορές ● Τακτικές διαχείρισης των απαιτήσεων στις αλληλεπιδράσεις ● Συμπεριφορές αντιμετώπισης 	<p>ένανσμα για την υποκίνηση συγκρούσεων και την κλιμάκωσή τους. Σε όλες τις διαστάσεις, ωστόσο, όταν μια συμπεριφορά εμφανίζεται σε χαμηλές θέσεις, τότε αυτό δεν φανερώνει κάτι ασήμαντο, αλλά συμβάλλει στο να εντοπιστεί η δυσλειτουργικότητα της και η δημιουργία άσχημων συμπεριφορών, ενώ αντίθετα, όταν μια συμπεριφορά εμφανίζεται σε υψηλή θέση δείχνει ότι αποτελεί τη σωστή συμπεριφορά σε μια συνάντηση. Το πλαίσιο αξιολόγησης, αναγνωρίζει επίσης πως οι συναντήσεις ενδέχεται να φέρουν και κοινωνικόσυναισθηματική διάσταση, καθώς η συμπεριφορά κάποιου είναι δυνατόν να κριθεί από το αν ικανοποιήθηκε κάποια ανάγκη του, και συνεπώς έχει θετικά συναισθήματα, ή συνέβη το αντίθετο. Συνεπώς, το συγκεκριμένο πλαίσιο μπορεί να εντοπίσει και τα προβλήματα που έχουν ως βάση τις ψυχοκοινωνικές ανάγκες, αλλά και να παρέχει τη</p>	<p>δυσaréσκειας και το άγχος κάποιου από τα δύο μέρη είναι στην 2η κατηγορία ενώ η συμπεριφορά του άλλου στο 3ο τμήμα. 5)Θα μπορούσαν να αξιολογηθούν οι τρόποι στους οποίους οι μετριοπαθείς μεταβλητές αλληλεπιδρούν με τα στατικά του πλαισίου.</p>
--	--	--	--	---	--	--

					<p>δυνατότητα να κατανοηθεί μια πιθανή αποτελεσματικότητα κάποιας συμπεριφοράς και την επιτυχία αυτής.</p>	
Lloyd C. Harris, Emmanuel Ogbonna (2009)	Ηνωμένο Βασίλειο	-	Έρευνα	-	<p>Κύριος σκοπός της έρευνας ήταν να εντοπίσει τις κατηγορίες των σαμποτέρ και επισήμανε 4 πολύ βασικές.</p> <p>1) Τα άτομα που αναζητούν συγκίνηση. Είναι οι εργαζόμενοι που σκόπιμα προβαίνουν σε πράξεις σαμποτάζ με στόχο την ανακούφιση τους από την μονοτονία της εργασίας τους. Τα συγκεκριμένα άτομα εκμεταλλεύονται τη θέση που έχουν στην επιχείρηση για να συμμετέχουν σε ενέργειες που αποκλίνουν από τις διαδικασίες που ακολουθεί η εταιρεία, για να δημιουργήσουν κυρίως ενθουσιασμό, χαρά και διασκέδαση. Με</p>	-

					<p>αυτόν τον τρόπο, τις περισσότερες φορές, αυτές τις συγκινήσεις τις αναζητούν μέσα από τους πελάτες, είναι μυστικές, ανακουφίζουν το άγχος τους και ενισχύουν την αυτοεκτίμησή τους.</p> <p>2)Οι αδιάφοροι εργαζόμενοι. Οι εργαζόμενοι αυτοί αδιαφορούν για τους πελάτες, χαρακτηρίζονται «τεμπέληδες», δεν συμμορφώνονται στους κανονισμούς της επιχείρησης και παραμελούν τα καθήκοντά τους. Στα άτομα αυτά υπερισχύουν οι ανάγκες τους και έρχονται μετά οι ανάγκες των πελατών, και όταν τους ζητηθεί να καταβάλλουν περισσότερη προσπάθεια στην εργασία τους, αισθάνονται ενοχλημένοι και δυσαρεστημένοι. Ο αντίκτυπος που έχει αυτή η συμπεριφορά στους πελάτες είναι έμμεσος, αλλά το ίδιο επίσημος, καθώς αγνοούνται οι ανάγκες και η ικανοποίησή τους.</p> <p>3)Οι εργαζόμενοι που εκδικούνται τους πελάτες. Τα άτομα αυτά αντιδρούν αρνητικά στις συναντήσεις με τους πελάτες και επιδιώκουν να εκδικηθούν, εξαιτίας</p>	
--	--	--	--	--	--	--

κάποιας άσχημης ή απαιτητικής συμπεριφοράς του πελάτη. Επιδιώκουν, δηλαδή, να βλάψουν τον πελάτη σκόπιμα, είτε για προσωπική ικανοποίηση, είτε στο όνομα άλλων, αφού οι εργαζόμενοι αλληλοϋποστηρίζονται. Το αποτέλεσμα είναι η δημιουργία μιας σειράς λαθών, καθυστερήσεων και ατυχημάτων, με πολύ αρνητικές συνέπειες στην επιχείρηση.

4)Οι εργαζόμενοι που «αρπάζουν» χρήματα. Τα άτομα που ανήκουν στη συγκεκριμένη κατηγορία έχουν ως στόχο είτε την αύξηση του εισοδήματος τους ή την αύξηση των αμειβόμενων ωρών, είτε τη χρήση του sweethearting.

Τα ευρήματα της παρούσας έρευνα έδειξαν επίσης ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων τείνουν να κρύψουν τα παράπονα των πελατών, ειδικά όταν κινδυνεύουν να απολυθούν.

<p>Lloyd C. Harris Emmanuel Ogbonna (2006)</p>	<p>Ηνωμένο Βασίλειο</p>	<p>Ένα ενοιολογι- κό μοντέλο του των πράξεων σαμποτάζ.</p>	<p>Η προσέγγιση βασίζεται στις έρευνες στις οποίες συλλέχθηκαν δεδομένα από 259 ερωτηθέντες από ένα δείγμα 1.000 ατόμων. Καθώς γίνεται και βιβλιογραφική ανασκόπηση .</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Χαμηλόμισθ οι εργαζόμενοι. ● Εργαζόμενοι υψηλής επαφής με τον πελάτη. 	<p>Μία από τις κυριότερες συνεισφορές της μελέτης αυτής είναι η μοντελοποίηση, η λειτουργικότητα και η δοκιμή ενός πλασιού των πράξεων σαμποτάζ. Έτσι, η μελέτη μας συμβάλλει στην ποσοτική αξιολόγηση των πράξεων σαμποτάζ από τους σε χαμηλόμισθους εργαζόμενους της πρώτης γραμμής. Συγκεκριμένα , τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι έξι προγενέστεροι παράγοντες (δηλαδή , η ανάληψη κινδύνων, η ανάγκη για κοινωνική αποδοχή , η επιθυμία να ακολουθήσουν μια καριέρα σε μια επιχείρηση , η αντίληψη της έκτασης της επιτήρησης , η αντίληψη της έκτασης του ελέγχου και η αντίληψη της ρευστότητας της αγοράς εργασίας) είναι σημαντικά και συνδέονται με τις πράξεις σαμποτάζ. Επιπλέον , η ύπαρξη ή όχι της αυτοεκτίμησης , του ομαδικού πνεύματος, της αρμονικής σχέσης των υπαλλήλων και των πελατών, της ποιότητας και των επιδόσεων της εταιρείας είναι τα αποτελέσματα των</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να επωφεληθούν από τη συλλογή πληροφοριών από εναλλακτικές πηγές δεδομένων. 2. Μελλοντική μελέτη θα μπορούσε να εμπλουτίσει τα ευρήματα και να δημιουργήσει μια βαθύτερη κατανόηση της δυναμικής δυσλειτουργίας των υπηρεσιών. 3. Μια διεξαγωγή έρευνας που θα μπορούσε να επεκτείνει το μοντέλο των προηγούμενων ερευνών και συνεπειών. Ακόμη, έρευνες μπορούν να διευρύνουν το εύρος των παραγόντων που οδηγούν σε σαμποτάζ. 4. Τέλος, μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να εξετάσουν το σαμποτάζ από εναλλακτικά θεωρητικά πλαίσια.
--	-----------------------------	--	---	--	--	--

					<p>πράξεων σαμποτάζ. Η διαπίστωση ότι η θετική συσχέτιση μεταξύ του σαμποτάζ και της αυτοεκτίμησης δείχνει ότι η εξυπηρέτηση των πελατών μπορεί να είναι επιζήμια για τους εργαζομένους που έρχονται σε άμεση επαφή και να αλληλεπιδρούν με τους πελάτες. Σε αυτό το πλαίσιο, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι με το σαμποτάζ, οι εργαζόμενοι αντιδρούν στους 'δύσκολους' πελάτες. Η μελέτη μας έχει επίσης αρκετές αξιόλογες συνέπειες για τους διαχειριστές. Μια συνέπεια απορρέει από τη διαπίστωση ενός φάσματος σημαντικών δεσμών μεταξύ προγενέστερων παραγόντων και πράξεων σαμποτάζ. Τέλος, η ανακάλυψη ότι τα ατομικά χαρακτηριστικά συνδέονται με πράξεις σαμποτάζ αποδεικνύει ότι οι ιδιότητες του προσωπικού πρώτης γραμμής διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον επηρεασμό συμπεριφορών στο χώρο εργασίας.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

--	--	--	--	--	--	--

AUTHORS	COUNTRY	THEORY	METHODOLOGY	VARIABLES	RESULTS/CONCLUSIONS	PROPOSITIONS FOR FUTURE INVESTIGATION
Graham L. Bradley, Janet R. McColl-Kennedy, Beverly A. Sparks, Nerina L. Jimmieson, Dieter Zapf	Australia, Australia, USA, Australia, Germany	SENT (Service Encounter Needs Theory)	Literature review	8 psychosocial needs: 1)Cognition 2)Competence 3)Control 4)Power 5)Justice 6)Trust 7)Respect	The results of a service encounter depends on the satisfaction or violation of psychosocial needs' If they are fulfilled then the results will be positive, if they are not the results will be negative.	P1. The importance attached to satisfying each of the eight psychosocial needs varies with (a) the role – customer or provider – played in the service encounter, (b) the type of service provided, and (c) the outcome or criterion under consideration. P2. Satisfaction or violation of the needs is determined by what happens within service encounters, especially by the behaviors performed by the actor and by the other party. Specific and identifiable behaviors satisfy different needs. P3. The eight needs are not satisfied/violated in isolation from each other. Rather, conjunctive, disjunctive, additive, and interactive relationships exist between the needs. P4. Need satisfaction/violation has affective, cognitive, behavioral, relational, economic, and health-related consequences that vary in observability, duration, and severity. P5. Both customers and employees can better meet their own and the other party's service encounters needs by becoming more sensitive to early signs of need violation and more skilled in interaction strategies that facilitate joint need

						satisfaction. P6. Planned interventions that focus on these aspects of need fulfillment lead to more satisfied and loyal customers, as well as more satisfied and loyal service employees.
Harris and Ogbonna (2002)	UK	Data of 259 respondents from a sample of 1000 respondents.	Service Sabotage		This study showed that the inappropriate acts of workers, include workplace violations of employees' needs for fairness, status, power, and control etc, with some acts performed almost as a demonstration against perceived obedience by both management and customers.	-
I-Ling Ling, Roger Marshall, Yingzi Xu & Wan-Ying Lin	Taiwan	“Jaypatient”	Research using interviews from 400 nurses from different hospitals. The ages are between 20-54 years old and the average years are 31.5. Some questions use the Likert method for the answers.	1) Emotional maturity 2) Age 3) Job experience 4) Low-High self-esteem 5) Education	The result show that the vast majority of nursing staff are professionals with a very strong sense of commitment to their customers' welfare—it is to be expected that very few of these dedicated women will display severe sabotage behavior. On the other side nurses with low self-esteem, not so much experience, younger age, lower level of education and lack of emotional maturity use the sabotage	Selecting appropriately mature staff in the first place is necessary, ensuring a good mix of young and older staff at touch-points, and then training staff to communicate effectively.

					service because they think that they look like superior in front of the patients.	
F. Analoui	UK	Research in “ALPHA” company	Observation - collect data from employees and employers for 6 years (10.000 hours)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Who was involved in the incident? 2) How was the action carried out? 3) When did it occur? 4) Against whom, if anybody, was the action taken? 5) What was the medium employed for its behavioural expression? 6) What meanings and motives did the participants attribute to their practices? 7) What consequences did the action have for the individual or group involved? 8) What degree of impact did an act of unconventional 	<p>The survey results show that when someone’s interests are not fulfilled, he/she feel dissatisfied and the worst reaction is the bad use of the facilities and less the reaction that he/she can use the sabotage service (between them: indiscipline, non cooperation, disruptive practices), this is because he/she expresses his/her feelings. Furthermore, he/she can destroy something in the company using his/her inaction or wastage. Finally, the research showed us that there isn’t organizational structure and right actions from the managers.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Adopt a realistic recruitment policy which is not based on <i>ad hoc</i> decision making to resolve a temporary problem, i.e. the lack of trained staff. Rather it is important to ensure the recruitment and training of suitable staff who are needed for their long-term contribution. 2) Improve both hygiene and motivators at the workplace to ensure a higher standard and quality of working life for employees and managers than are offered by competitors. 3) Increased opportunities for promotion to supervisory, junior and then senior levels of management should be ensured and an attainable standard for achieving

				<p>expression have on the human and physical environment?</p>	<p>these targets be prescribed.</p> <p>4) Adequate on-the-job training should be provided so that the employees are able to carry out their tasks efficiently; and can manage effectively their work relationships with their colleagues and consumers alike.</p> <p>5) A practical appraisal system by the immediate supervisors needs to be introduced. This may provide a basis for the identification of the need for an improved performance by training for future promotion.</p> <p>6) A management development programme needs to be introduced in order to assist supervisors and managers. The development programme could assist by showing how managers could work better and make better use of each others' abilities, knowledge, skills, accumulated experiences and expertise in their daily operations. The use of team building workshops can achieve this. The result of such training and development activities, however, ought to be evaluated based on the gains made in terms of the overall improved performance of the units, branches and districts for which the supervisors,</p>
--	--	--	--	---	---

					<p>managers and executives are held responsible. Such a programme also could strengthen the role of the managers at the supervision level, in order that they may become both capable in terms of carrying out their jobs and are able to benefit from the sensitivity needed to deal effectively with their colleagues and work group members. This includes training for the improvement of their interpersonal communication skills, decision making, problem solving and the ability to resolve conflict rather than to suppress it, thus creating a conducive climate for participating in the overall management of the work environment.</p> <p>7) Introduce quality circles-type development and total quality control programmes for employees in order that:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● They feel free to discuss their perceived problems and other workrelated issues which concern their colleagues, supervisors and section managers. ● They gain an understanding of the problems faced by the organization and distinguish between the nature of problems and their sources
--	--	--	--	--	---

					<p>(personal/internal/environmental). This process also enables the participants to identify a shared strategy and thus assist their managers to overcome work-related difficulties.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● They voluntarily communicate their perceived problems to assist the management to form mutually agreed policies which are both realistic and workable as means of finding solutions to the problems encountered. ● They are assisted in creating situations (e.g. the use of think tank) in which constructive alternatives for solving the problems faced are sought. This method should be aimed at identifying innovative ways to improve work relationships as well as attempting to explore ways to increase the quality of the individual's productivity and service and the performance of the organization as a whole. <p>8) Establish teams in the workforce which can work as autonomous groups and therefore are made responsible for the efficient operation of a specific unit(s). This will serve two main purposes: first, it encourages</p>
--	--	--	--	--	---

						<p>autonomy and thus avoids time-wasting activities such as searching outside their production and service units for a supervisor; and, second, it makes the task in hand more meaningful and thus creates the commitment to work and generates the desire to search for shared meanings.</p>
Diane R. Edmondson	USA	-	<p>A web-based survey was developed and used to collect the data from 490 employees. 53,3% were men and 46,7% were women 81,6% had contact with the customers everyday.</p>	Emotional exhaustion	<p>The survey results showed that emotional exhaustion affects the service of sabotage positively. Also, the perception of organisational support reduces the employee's act of sabotage and emotional exhaustion. Finally, the perceived oversight has no impact on emotional exhaustion or on acts of sabotage.</p>	<p>For the purposes of this article, 4 items were removed (sexually harassed a customer, took personal property of customers, deliberately mistreated a customer, and publicly embarrassed the customer). However, future research is needed in order to determine if it is beneficial to keep these items in the scale.</p>

<p>Michael K. Brady, Clay M. Voorhees, & Michael J. Brusco</p>	<p>USA</p>	<p>Theory of Sweethearting</p>	<p>Survey-Dat a collection from 171 employees and 610 customers and literature review.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Risk search ● Personal ethics ● Need for social recognition ● Financial profit ● Reciprocity in Sweethearting action ● Satisfaction at work ● Lack of organizational commitment 	<p>The results of the investigation showed that the Act of sweethearting differs in 3 ways by other behaviors:</p> <p>1)Both, employee and customer know about this behavior.</p> <p>2)It begins from social and economic exchanges.</p> <p>3)Employees and customers have both profit from this action.</p> <p>Participation in this action bring material benefit and in cases of bars, restaurants, coffee shops etc. this behavior can provide better tips from customers to employees.</p> <p>Moreover, this deviant behavior is associated with the danger which employees want in their work, the satisfaction from the work, moral beliefs and the lack of organizational commitment are factors that lead to sweethearting. Of course this is detrimental to the company up to 35 %. For the solution of this problem is suggested the degree of control of working with strategies that reduce the autonomy of workers.</p>	<p>1) We can test the employees if they are looking for the danger in their work.</p> <p>2) Other research should examine these resources and their relative value to customers more deeply.</p> <p>3)Future studies should examine whether the type and level of resource (e.g., a free physical good, a free service, an upgrade, a discount) influences customer metrics differently.</p> <p>4)Further research could focus on extending this line of inquiry to understand how other trait variables, such as desire for decision latitude may affect sweethearting behavior.</p> <p>5)Further studies could also embrace experience sampling designs that focus on tracking sweethearting dyads over time in an effort to understand how they develop and how certain situational factors—or combinations there of—trigger a sweethearting incident.</p> <p>6)Finally, our research indicates that service employees and customers may downplay the moral and ethical ramifications of service theft compared with physical goods theft. This is particularly true for services with intangible core products. Because there is no obvious cost of goods sold, employees and</p>
--	------------	--------------------------------	--	---	---	---

						customers may view service theft as a “no sum lost” scenario for the firm. A study that addresses these viewpoints and identifies strategies to counteract them would have significant value for service managers.
Namhee Kim & Gary N. Mclean	Korea	-	Survey-Interviews from employees using the Critical Incident Technique (CIT)	<ul style="list-style-type: none"> ● Favourable behaviors ● Unfavourable behaviors 	<p>Survey results showed that customer service that employees’ extra efforts were most often addressed as favourable behaviours. Usually employees were providing basic service to customers, their interpersonal behaviours, such as kindness, politeness, or sincerity, left customers with favourable impressions. In contrast, rudeness, ignorance, unfriendliness, or impoliteness left unfavourable memories with customers. Also, during a conversation, if employees are good listeners, patient or provide enough information, and</p>	<p>1)Future research could examine the similarities and differences among Asian cultures, and between Asian and other cultures. Such research could produce useful knowledge of cultural influences on customer service behaviours and contribute to the preparation of marketing strategies for a global market with the increase of intercultural service encounters. The impact of national culture on customer service behaviour needs to be thoroughly investigated by researchers on culture and business.</p> <p>2) The reasons for differences, if they exist, could be another issue.</p>

					<p>follow-up, customers felt satisfied.</p> <p>Bad communication skills resulted in customers remembering poor service.</p> <p>Furthermore, when customers found that what they had asked for had been processed without problems or flaws, they were satisfied with the service.</p> <p>Flawed, incomplete, and inaccurate services and services that required them to go to many people to get the service they wanted were considered poor.</p> <p>Quick, timely response to customers' questions or requests was reported as also favourable.</p> <p>If employees were willing to take care of claims or problems and pay attention to the customers' requests, even if the claims were not easily handled, it was very likely to provide them with a feeling of excellent service. If employees avoided the responsibility or defended the company or themselves, it resulted in a very unfavourable impression.</p> <p>In each organization, there are some rules and work</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					<p>processes that employees need to follow. Although employees are supposed to follow internal policies and rules when handling customer requests or claims, if they bent the rules for customers, customers favourably remembered the experience.</p> <p>Although the main sources of these cases were often related to problematic organizational rules, employees were still forced to defend such rules. Personal extra effort to help customers was definitely appreciated by customers, even if they did not always work.</p> <p>When the employees did not make extra effort because it was not their job or they were not on duty, customers showed dissatisfaction.</p>	
--	--	--	--	--	--	--

<p>Nai-Wen Chi , Wei-Chi Tsai & Shu-Min Tseng</p>	<p>Taiwan</p>	<p>-</p>	<p>The sample was composed of 195 hairstylists and 61 managers from 61 hair salons in Taiwan.</p> <p>Specifically, the hairstylists completed questionnaire items pertaining to customer negative events, while the managers evaluated the service sabotage behaviours of each hairstylist.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Positive moods ● Hairstylist gender ● Occupational tenure ● Customer negative events ● State hostility ● Service sabotage ● Extroversion ● Neuroticism 	<p>The results for customers' negative behaviors such as disrespect , rudeness , verbal aggression and unreasonable demands often become reasons for problems in a workplace. The bad behaviors lead to bad feelings from employees and they react with sabotage behavior as a sign of dissatisfaction . Also, the investigation showed that the effect of customer's behavior depends on the personality of the employees. So, if employee has an extroverted personality, he has a higher stimulation associated with stressful events so it is difficult for him to react with a bad behavior from someone who has an introverted personality and he feels more stress and negativity. The same goes for someone neuroticism. People with high neuroticism levels tend to negative emotions such as anxiety , depression, anger and sadness and it is easier to interpret social information with negative ways. Contrariwise, people with low neuroticism are often emotionally stable, calm and able to control their</p>	<p>1) Future researchers to re-examine the customer negative eventservice sabotage link by employing an experimental research design. 2) future researchers could use the experience sampling method to clarify the dynamic associations between daily customer negative events and realtime service sabotage behaviours. 3)We encourage future researchers to re-examine our theoretical model in different cultural contexts (e.g. in an individualistic culture) to advance our understanding regarding the role of culture in the customer negative eventservice sabotage relationship. 4) Future researchers could explore how the interplay between frequency and magnitude of customer negative events influences service workers' emotional reactions as well as their service Behaviours. 5)Finally, it will be insightful to study the dyadic interactions between difficult customers and service workers clarify how service workers use sabotage behaviours to retaliate against specific customers who "created" the negative events.</p>
---	---------------	----------	---	---	--	---

					<p>emotions. Moreover, when people consider the workplace as safe, relaxed and favorable lead to positive feelings and help customers better. In contrast, when there is no positive mood generated hostility and nervousness in a workplace. That positive atmosphere hasn't high acts of sabotage behaviors in relation to negative atmosphere.</p>	
Markus Groth, Alicia Grandey	USA	-	Literature review	-	-	<p>1)Customers' perceiving service failures increases the likelihood of the employee perceiving mistreatment during that Interaction. 2)Employees' perceiving customer mistreatment increases the likelihood of service failures during that interaction, via intentional (i.e., sabotage) or unintentional (i.e., resource depletion) reactions. 3)Third-party customers and service providers who observe a negative service exchange are likely to start a negative exchange in their own service interactions. 4)Employees' perceptions of customer mistreatment are likely to</p>

					<p>influence antisocial behavior and perceptions of service failures in their future interactions.</p> <p>5) In service exchanges where both the employee and the customer have low emotional intelligence (specifically ability to regulate emotions), negative exchange spirals are most likely to occur, but this decreases as one or both parties' emotional intelligence increases.</p> <p>6) Employee and customer affectivity interact to predict negative exchange spirals, such that high negative affect from both parties increases the likelihood of the spirals, but when one exchange partner is high in positive affect it reduces the likelihood of a negative exchange spiral starting or escalating.</p> <p>7) Employee customer orientation and customer entitlement interact to predict the likelihood of negative exchange spirals, such that when customer orientation is low and entitlement is high, the negative exchange spirals will be more intense, quicker to occur, and slower to dissipate than if both are low or both are high.</p> <p>8) Reappraisal or perspectivetaking by either the employee or the customer will prevent or slow down negative</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>exchange spirals.</p> <p>9)Negative exchanges are less likely to spiral and worsen in service relationship exchanges (vs. one-time encounters), and are less likely to spill over to other exchanges when the employee has other service Relationships.</p> <p>10)Organizational practices that enhance employee autonomy, rather than control displays or stipulate service recovery, are more effective at reducing negative exchanges with customers.</p> <p>11)Socialization practices that communicate realistic service expectations and inform customers they are “partial employees” will reduce the occurrence of negative exchange spirals.</p> <p>12)Providing an organizational or team climate that rewards and supports service employees will reduce negative exchange Spirals.</p> <p>13)we suggest that future research should employ research designs that allow multiple, momentary assessments during service interactions.</p>
--	--	--	--	--	--

Lloyd C. Harris & Emmanuel Ogbonna	UK	-	It provides a brief review of the existing literature on sabotage and negative employee behaviour. This is followed by interviews usings open-ended questions.	<ul style="list-style-type: none"> ● Financial motives ● Customer-driven motives ● Stress-related motives ● Group-related motives ● Employee/firm-oriented motives 	<p>The results showed 5 main factors which affect the employees and they lead to sabotage behaviors:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Financial factors Deliberately, employees change the service for their own financial benefit. For example, they want to finish their work later than the right time and the opposite, so they gain more money because of the extra time of work. ● Customer-driven factors Some customers are very rude and they can affect employee's respect and self-esteem . So, from the side of employees, it creates bad feelings and they use sabotage as an act of revenge and with this way they make a balance for the social inequality created against them. ● Stressful factors Employees use sabotage acts to relieve from stress and pressure. Thus, because of psychological and emotional intensity 	<p>1)First, research is required to explore and describe the links between individual motives for service sabotage and the form of such behaviours. 2).Future studies could explore and model employee sabotage motives and actions in a wider range of service contexts. In particular, it seems logical to predict that contextual factors will affect both motive and form of sabotage in contexts where the nature of employee–customer contact varies 3)future research should explore further the drivers of service sabotage. Such an approach could generate useful insights into how motives for service sabotage develop, and (crucially for practitioners) how these factors can be managed to reduce potentially harmful or destructive acts of service sabotage.</p>
------------------------------------	----	---	--	---	---	---

					<p>,sabotage acts function as relaxation for them.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Group factors <p>Teams in the workplace covering 18 % of acts of sabotage . These acts related to the internal situation of the group and the high team spirit. These acts were a mechanism to empower people in the group and to retain their status but it can push them and achieve other malicious purposes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Oriented motivated employees / company <p>Often employees use acts of sabotage to harass or harm other employees for personal reasons .Also, they may want to harm the company or the managers because of some injustice that they have suffered.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

<p>Mo Wang, Hui Liao, Yujie Zhan, Junqi Shi</p>	<p>USA, China</p>	<p>-</p>	<p>Survey - interviews in 131 employess working in a calling center, 71,8% was women.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Age ● Gender ● Social desirability bias ● Perceived supervisory monitoring ● Job tenure ● Negative affectivity ● Self-efficacy for emotional ● Regulation ● Service rule commitment ● Perceived supervisory support climate ● Daily call flow volume ● Daily mistreatment by customers ● Daily customer-directed sabotage 	<p>The results were based on three mechanisms .</p> <p>1)Mechanism which based on resources, the ability for a person to fulfill their basic needs, the threats come from the requirements in a work. The result is that employees don't have many resources to regulate effectively their behavior in the workplace. However, many customers' behaviors generate positive feelings to the workers. Of course, in negative cases people with self-control and abilities can overcome selfish behaviors and reduce inappropriate behaviors. When there is a loss of resources , most often the performance is bad .</p> <p>2)The mechanism is based on emotions. It based on the strengthening or reducing negative emotional reactions to unfair treatments that affect the size of sabotage acts from employees . They found two variables: the susceptibility to negative emotions and b) self-efficacy for emotional adjustment. The negative emotionality moderates the positive relationship</p>	<p>1)Future studies might use objective measures (e.g., customer service monitoring records) or the reports of others (e.g., customers might be tapped to report employee sabotage) to replicate the current findings.</p> <p>2)It suggests, researchers directly observe service episodes to determine the causal ordering of mistreatment by customers and sabotage directed at customers.</p> <p>3)Future research should cross-validate the current findings using employee samples from different cultures and with different modes of service Delivery.</p> <p>4)Future research needs to develop more general measures of customer mistreatment to fit other service settings.</p> <p>5) Future research might extend the resource perspective to examine whether other unit- and organization-level factors provide additional resources allowing employees to better handle customer mistreatment.</p> <p>6)Future studies should measure specific emotions rather than broader categories to further explain how specific emotions influence the customer mistreatment–customer-directed sabotage relationship.</p> <p>7)Future research should take a more theoretically sound approach to evaluating the</p>
---	-------------------	----------	---	---	---	--

					<p>between the daily abuse from customers and the daily sabotage from employees. The self-efficacy for emotional regulation moderates the relationship between the abuse from customers and the sabotage from employees but this correlation is weaker for employees who have higher levels of self-efficacy .3) The last mechanism is based on the knowledge resources, incitement resources , knowledge and experience relevant to the behavior of workers against abuse from customers. So, experience helps customers to reduce negative behaviors and help employees to reduce sabotage acts. Also, employees with high levels of engagement have more positive attitude in front of these incident and also supervision offers great help.</p>	<p>interactive effect of different types of resources. 8)Future research in examining the effects of emotion and resource related factors at multiple levels and in a crosscultural context, and offer concrete suggestions on what type of organizational interventions may reduce employee sabotage.</p>
--	--	--	--	--	--	--

Graham L. Bradley and Beverley Sparks, Dieter Zapf, Janet R. McColl-Kennedy and Nerina L. Jimmieson	Australia, Germany, Australia	The T-R-S framework (Task-Relationship-Self)	Literature review and survey using interviews for data analysis.	<ul style="list-style-type: none"> ● Organizational responses to consumer complaints ● Customer-related social stressors <ul style="list-style-type: none"> ● Rapport-building behaviors ● Service sabotage behaviors ● Strategies for controlling interactions with customers ● Customer orientation behaviors ● Tactics for dealing with poorly behaved customers ● Service recovery strategies ● Nonverbal behaviors ● Emotion 	From the data acquired in this context created 3 tiers. The first tier included all behaviors that people can create, the second tier categorize these behaviors and the third tier includes more abstract functional properties which divide into three dimensions. Work (services) , Relationship (customers and employees) and self (people) . attention is given to behaviors that act as triggers for stimulating conflicts. The dimension of work concerns the employee's contribution of behavior in an encounter, the relationship dimension concerns the contribution of	

				<p>ally laden job behaviors</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tactics to manage work demands in service interactions ● Coping behaviors 	<p>behavior to the goals , needs , interests and the quality of relations of the two parties and the dimension of self concerns the contribution of behavior for their own goals and interests individually. In all dimensions when a behavior is low means that it doesn't offer something important but it also show that it is dysfunctional and helps for the creation of bad behaviors. Behaviors which are higher contribute to good behaviors in encounters. Also, the framework recognizes that encounters contain social and emotional dimension. Namely, the behavior of someone judged from the satisfaction of a need in case he/she has positive feelings or the opposite. The framework recognizes the problems based on the psychosocial needs and it gives the ability to us to understand a possible effectiveness of a behavior and its success.</p>	
--	--	--	--	--	--	--

Lloyd C. Harris, Emmanuel Ogbonna (2009)	UK	-	Survey	-	<p>The main purpose of the survey was to identify the categories of saboteurs and pointed out four very basic categories .</p> <p>1) Thrill seekers. Employees Deliberately use the sabotage service to relieve the monotony of their work. They take advantage of their position to engage in acts that deviate from the company's processes, but also they want to create excitement and fun. So , more often employees search these emotions from their customers. They are usually secret and relieve employees from stress and increase their self-esteem .</p> <p>2) Apathetics. They are indifferent to customers and also</p>	-

					<p>they are " lazy " and they don't conform to the rules of the company. They neglect their duties . They outweigh their needs and after the customer's needs and when the manager tell them to make more effort at work they feel frustrated and dissatisfied. The impact on customers is indirect but it makes a big damage because they ignore the needs of customers and their satisfaction.</p> <p>3) Customer Revengers. They react negatively in encounters with customers and they seeking revenge because of some bad demanding behavior from a customer. They want to hurt the customer deliberately. It can do it for personal gratification but also acts of revenge undertaken on the behalf of others. So it begins a series of mistakes , delays and accidents. The consequences for the company are very negative .</p> <p>4) Money grabbers. The aim of this category is for employees to increase their income from the the increment or reduction of paid hours. Also they use the sweethearting</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>service. Additionally, the findings showed that the majority of employees hide customer's complaints , especially when their work position is in danger.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

<p>Lloyd C. Harris Emmanuel Ogbonna (2006)</p>	<p>UK</p>	<p>A conceptual model of service sabotage</p>	<p>A survey-based approach, the authors collected data from 259 respondents from a sample of 1,000 Respondents and there is a literature review.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Low-wage employees ● High-custom er-contact employees 	<p>One of the main contributions of this study stems from the modeling, operationalization, and testing of a framework of service sabotage dynamics. Thus, our study contributes the first quantitative evaluation of contemporary sabotage in a low-wage, frontline services context. Specifically, the results show that six antecedent factors (i.e., risk-taking proclivity, need for social approval, desire to stay with and pursue a career in a firm, perception of the extent of surveillance, perception of the extent of cultural control, and perception of the fluidity of the labor market) are significantly linked to service sabotage. Furthermore, our findings present five consequences of service sabotage, including self-esteem, team spirit, employee-customer rapport, functional quality, and company performance. The finding of a positive association between service sabotage and self-esteem</p>	
--	-----------	---	--	--	---	--

					<p>indicates that the practice of customer service arising from notions of customer sovereignty may be damaging to employees who come into direct contact and interact with customers. In this regard, it could be argued that through sabotage, employees are responding to the actions of dysfunctional customers or reacting to management's espoused levels of customer satisfaction. Our study also has several worthwhile implications for managers. An implication arises from the finding of a range of significant links between antecedent factors and service sabotage. The finding that individual characteristics are linked to service sabotage demonstrates that the qualities of frontline staff play an important role in influencing behaviors at work.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΕΡΕΥΝΑ

Στατιστική περιγραφική ανάλυση

Η εργασία αυτή έγινε στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας και ο σκοπός της είναι η ανάλυση της συμπεριφοράς των εργαζομένων με βάση τις επιρροές από το περιβάλλον τους.

Για να δημιουργηθεί μια πιο άμεσα συνδεδεμένη εργασία με το θέμα μας, δεν αρκεστήκαμε μόνο σε μια βιβλιογραφική ανασκόπηση αλλά δημιουργήθηκαν ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν από 522 άτομα για μια άμεση επαφή της εργασίας με το θέμα όπως αναφέραμε και προηγουμένως, και συνεπώς τα αποτελέσματα δίνουν μια πιο έγκυρη πληροφόρηση.

Το μοίρασμα τους πραγματοποιήθηκε μέσω διαδικτύου σε τυχαίο δείγμα ερωτηθέντων που οι ίδιοι επέλεξαν να μας βοηθήσουν στην συμπλήρωσή τους, ανεξαρτήτως ηλικίας, εκπαίδευσης και επαγγελματικής απασχόλησης.

Τα ερωτηματολόγια ήταν ανώνυμα, αποκλειστικά με ακαδημαϊκό σκοπό.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Ερώτηση 1^η : Φύλο

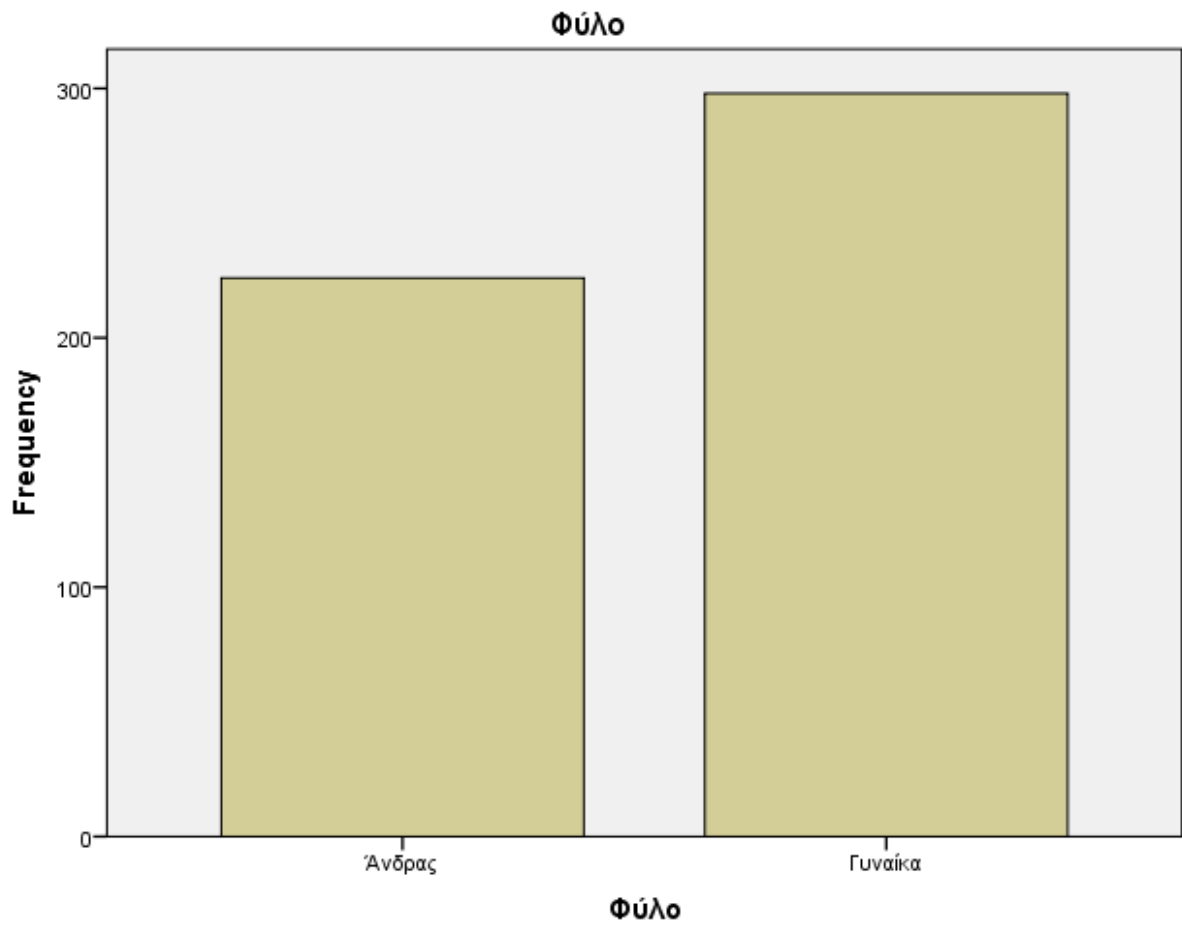
Φύλο

	Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Άνδρας	224	42.9	42.9	42.9
Valid Γυναίκα	298	57.1	57.1	100.0
Total	522	100.0	100.0	

Πίνακας 1

Η πρώτη ερώτηση, απλή εναλλακτική, αφορά το φύλο των ερωτηθέντων. Από αυτούς οι 224 (το 42,9%) ήταν άνδρες και οι 298 από αυτούς (το 57,1%) ήταν γυναίκες.

Στο Διάγραμμα 1 φαίνεται η γραφική απεικόνιση των στοιχείων.



Διάγραμμα 1

Ερώτηση 2^η : Ηλικία

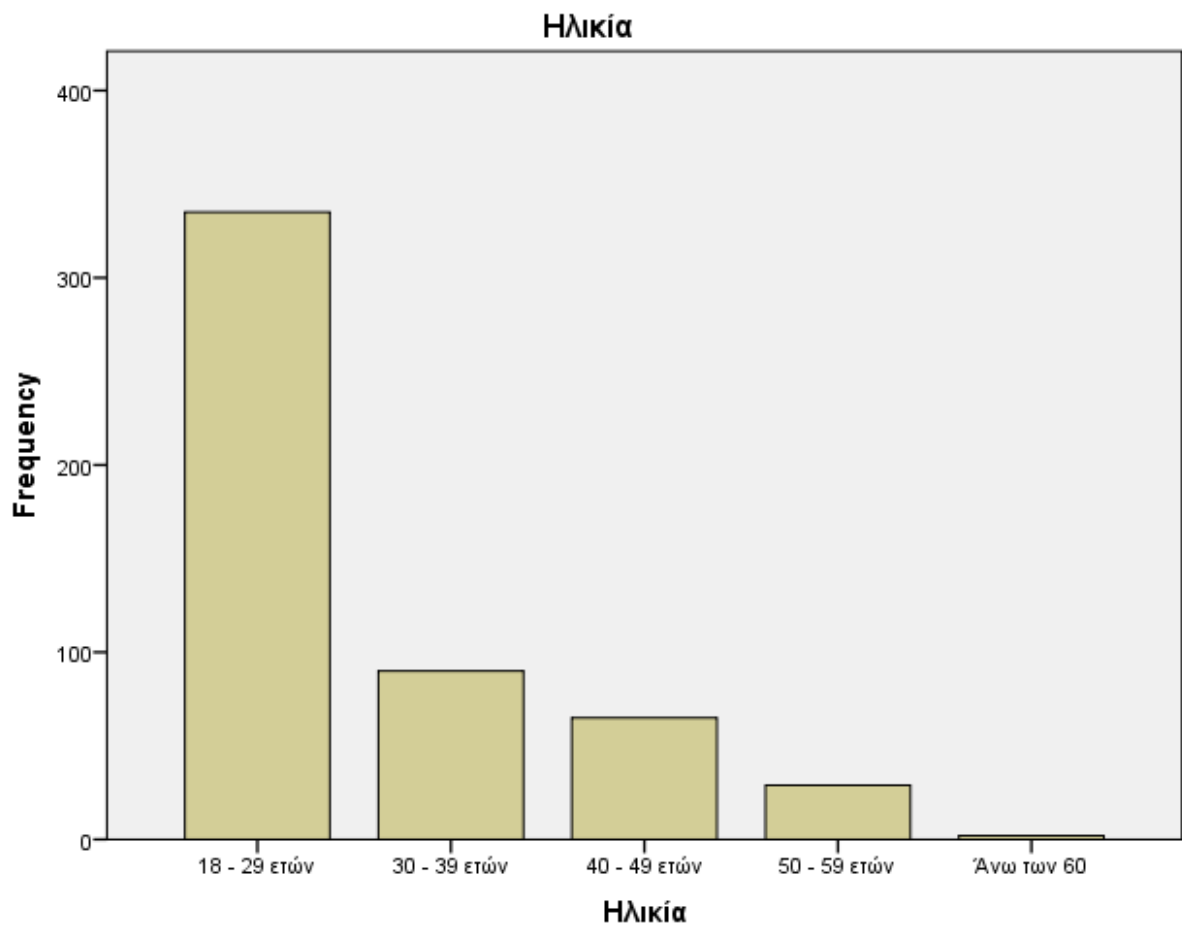
Ηλικία

	Freq uenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid				
18 - 29 ετών	335	64.2	64.3	64.3
30 - 39 ετών	90	17.2	17.3	81.6
40 - 49 ετών	65	12.5	12.5	94.0
50 - 59 ετών	29	5.6	5.6	99.6
Άνω των 60	2	.4	.4	100.0
Total	521	99.8	100.0	
Missing System	1	.2		
Total	522	100.0		

Πίνακας 2

Η δεύτερη ερώτηση, πολλαπλής επιλογής, αφορά την ηλικία των ερωτηθέντων. Οι 335 από αυτούς (το 64,2%) βρίσκεται μεταξύ της ηλικίας 18 έως 29, οι 90 από τους ερωτηθέντες (το 17,2%) βρίσκεται στις ηλικίες μεταξύ 30 έως 39, οι 65 από αυτούς (το 12,5%) βρίσκεται στις ηλικίες μεταξύ 40 έως 49, οι 29 από αυτούς (το 5,6%) βρίσκεται στις ηλικίες μεταξύ 50 έως 59, οι 2 από αυτούς (το 0,4%), είναι σε ηλικία άνω των 60 ετών. Τέλος, υπάρχει και 1 από τους ερωτηθέντες (το 0,2%) που δεν απάντησε στην ερώτηση αυτή.

Στο Διάγραμμα 2 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων μας. Εύκολα διακρίνεται πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο βρίσκεται στις ηλικίες μεταξύ των 18 έως 29 ετών. Σε αντίθεση με την ηλικία άνω των 60 που ήταν το μικρότερο ποσοστό που έδωσε απάντηση στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου.



Διάγραμμα 2

Ερώτηση 3^η : Επίπεδο εκπαίδευσης

Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Απόφοιτος/η Δημοτικού	1	.2	.2	.2

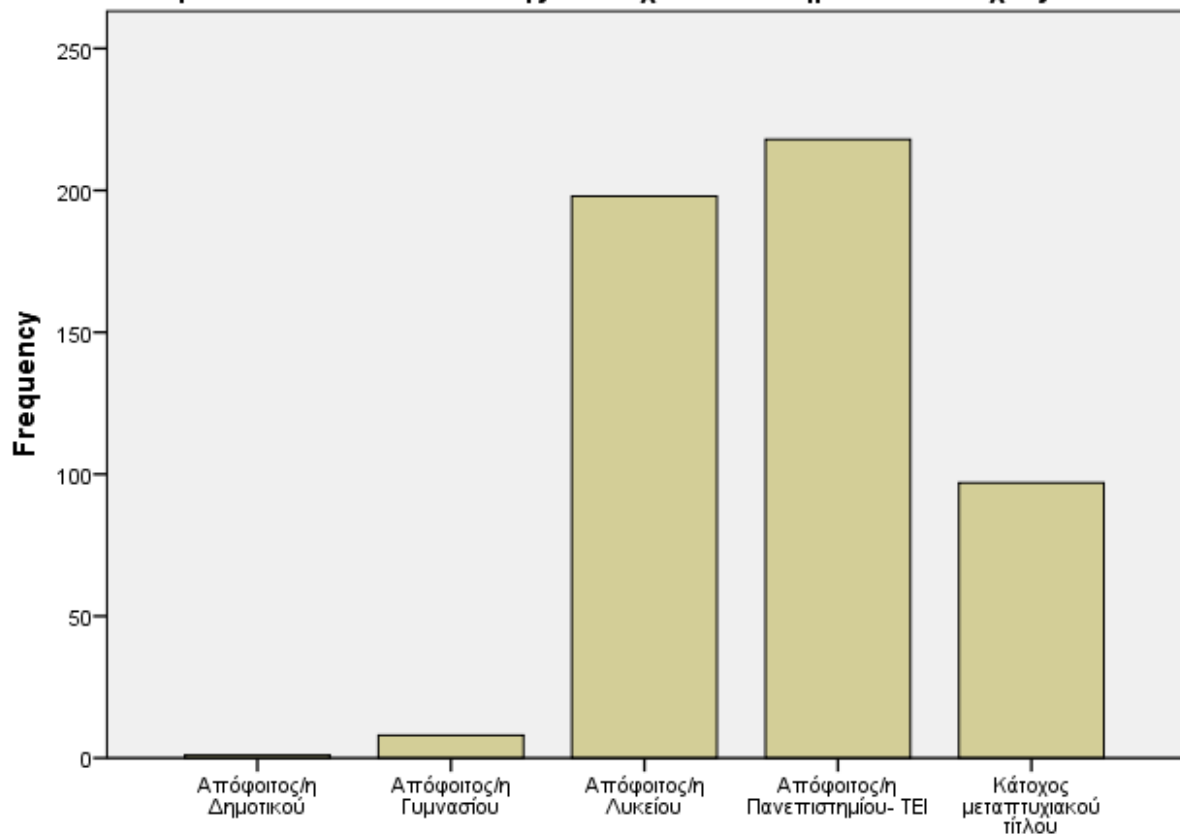
Απόφοιτος/η Γυμνασίου	8	1.5	1.5	1.7
Απόφοιτος/η Λυκείου	198	37.9	37.9	39.7
Απόφοιτος/η Πανεπιστημίου- ΤΕΙ	218	41.8	41.8	81.4
Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	97	18.6	18.6	100.0
Total	522	100.0	100.0	

Πίνακας 3

Η ερώτηση 3, πολλαπλής επιλογής, αναφέρεται στο ανώτατο επίπεδο εκπαίδευσης που έχουν ολοκληρώσει επιτυχώς οι ερωτηθέντες μας. Ο 1 από αυτούς (το 0,2%) είναι απόφοιτος/η Δημοτικού, οι 8 από τους ερωτηθέντες (το 1,5%) είναι απόφοιτοι Γυμνασίου, οι 198 από αυτούς (το 37,9%) είναι απόφοιτοι Λυκείου, οι 218 από αυτούς (το 41,8%) είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου-ΤΕΙ και οι 97 από αυτούς (το 18,6%) είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου.

Στο Διάγραμμα 3 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων μας. Φανερό είναι πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου-ΤΕΙ, ενώ πολύ μικρό είναι το ποσοστό των αποφοίτων μόνο του Δημοτικού ή του Γυμνασίου.

Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι:



Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι:

Διάγραμμα 3

Ερώτηση 4^η : Επαγγελματική απασχόληση

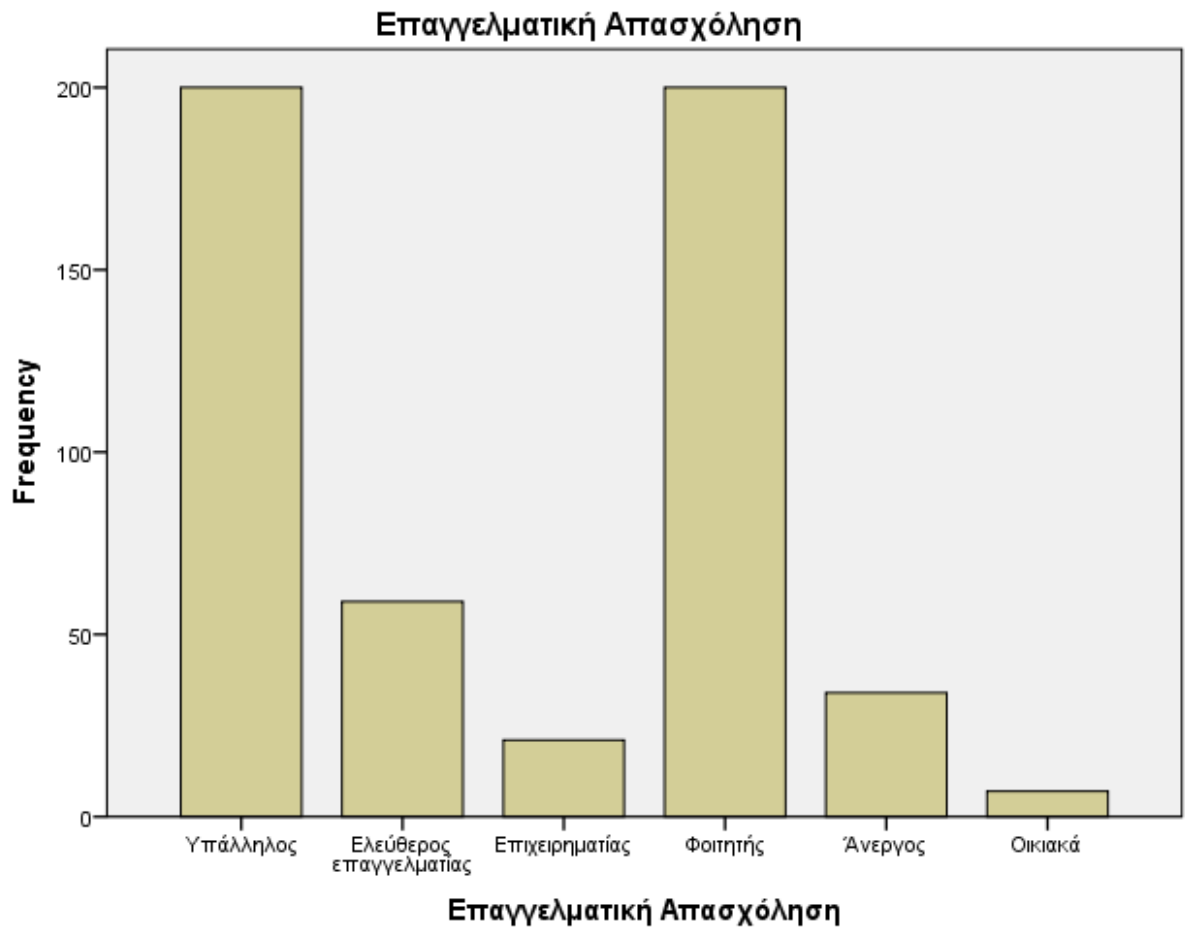
Επαγγελματική Απασχόληση

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Υπάλληλος	200	38.3	38.4	38.4
Ελεύθερος επαγγελματίας	59	11.3	11.3	49.7
Επιχειρηματίας	21	4.0	4.0	53.7
Φοιτητής	200	38.3	38.4	92.1
Άνεργος	34	6.5	6.5	98.7
Οικιακά	7	1.3	1.3	100.0
Total	521	99.8	100.0	
Missing System	1	.2		
Total	522	100.0		

Πίνακας 4

Η ερώτηση 4, πολλαπλή επιλογής, αφορά την επαγγελματική απασχόληση των ερωτηθέντων. Οι 200 από αυτούς (το 38,3%) είναι υπάλληλοι, οι 59 από αυτούς (το 11,3%) είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι 21 από αυτούς (το 4%) είναι επιχειρηματίες, οι 200 από τους ερωτηθέντες (το 38,3%) είναι φοιτητές, οι 34 από αυτούς (το 6,5%) είναι άνεργοι, οι 7 από αυτούς (το 1,3%) ασχολούνται με τα οικιακά ενώ 1 από τους ερωτηθέντες μας (το 0,2%) δεν απάντησε σε αυτήν την ερώτηση.

Στο Διάγραμμα 4 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων. Το μεγαλύτερο ποσοστό το κατέχουν με την ισοψηφία απαντήσεων οι υπάλληλοι και οι φοιτητές, ενώ το μικρότερο ποσοστό κατέχουν όσοι ασχολούνται με τα οικιακά.



Διάγραμμα 4

Ερώτηση 5^η : Συχνότητα επίσκεψης στα ξενοδοχειακά καταλύματα

Παρακαλώ σημειώστε τη συχνότητα με την οποία επισκέπτεστε ξενοδοχειακά καταλύματα:

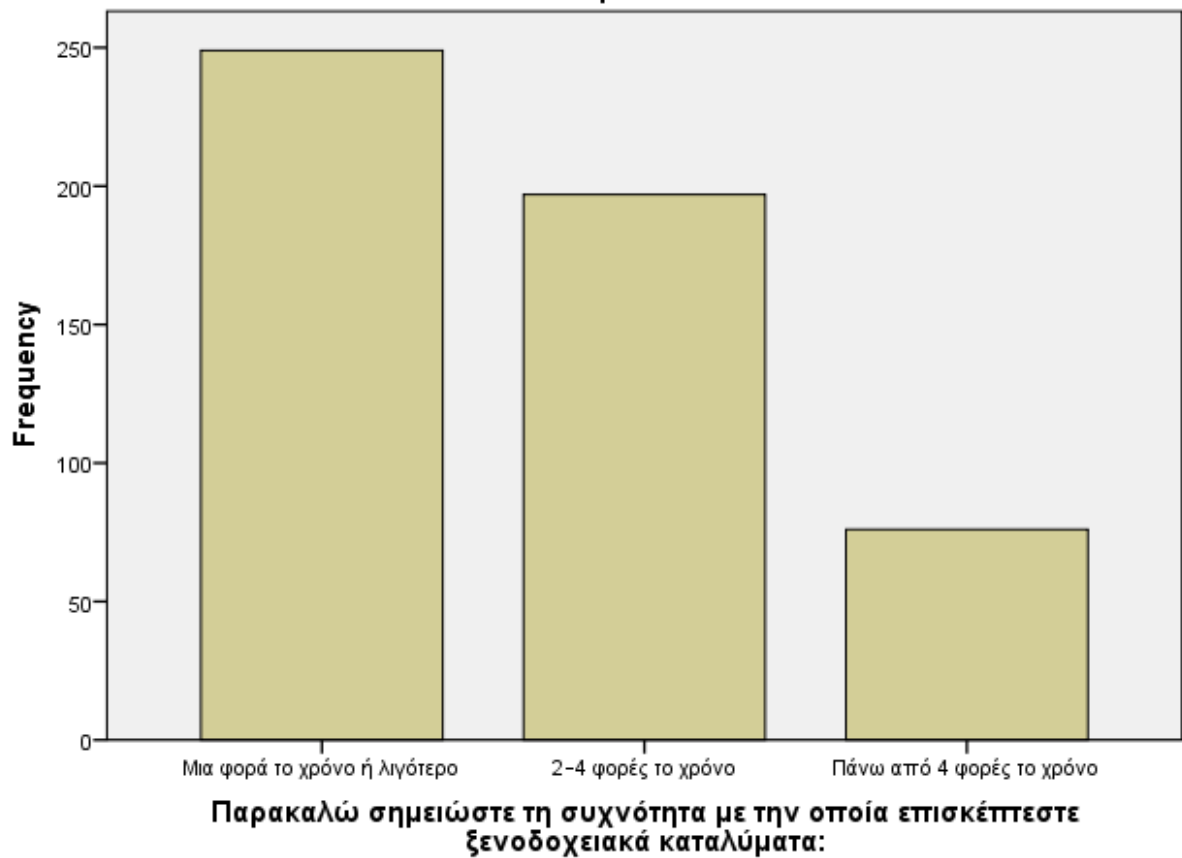
	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Μια φορά το χρόνο ή λιγότερο	249	47.7	47.7	47.7
Valid 2-4 φορές το χρόνο	197	37.7	37.7	85.4
Πάνω από 4 φορές το χρόνο	76	14.6	14.6	100.0
Total	522	100.0	100.0	

Πίνακας 5

Η ερώτηση 5, πολλαπλή επιλογής, αναφέρεται στην συχνότητα με την οποία οι ερωτηθέντες επισκέπτονται τα ξενοδοχειακά καταλύματα. Οι 249 από αυτούς (το 47,7%) επισκέπτεται κάποιο ξενοδοχειακό κατάλυμα μια φορά τον χρόνο ή λιγότερο, οι 197 από αυτούς (το 37,75%) επισκέπτεται κάποιο κατάλυμα 2-4 φορές το χρόνο και οι 76 από τους ερωτηθέντες (το 14,6%) επισκέπτεται κάποιο ξενοδοχειακό κατάλυμα πάνω από 4 φορές το χρόνο.

Στο Διάγραμμα 5, απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων. Όπως είναι ευδιάκριτο το μεγαλύτερο ποσοστό επισκέπτεται κάποιο ξενοδοχειακό κατάλυμα μία φορά τον χρόνο ή λιγότερο ενώ ένα μικρό ποσοστό κάνει επισκέψεις πάνω από 4 φορές τον χρόνο.

Παρακαλώ σημειώστε τη συχνότητα με την οποία επισκέπτεστε ξενοδοχειακά καταλύματα:



Διάγραμμα 5

Ο πίνακας παρακάτω περιλαμβάνει όλα τα αποτελέσματα από τις υπόλοιπες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, κλίμακας βαθμολόγησης και πιο κάτω αναλύεται η καθεμιά ξεχωριστά.

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Φύλο * Εάν πρέπει να περιμένω περισσότερο απο ότι συνήθως ώστε να λάβω την υπηρεσία, θα είμαι πρόθυμος να προσαρμοστώ.	517	99.0%	5	1.0%	522	100.0%
Φύλο * Εάν ο υπάλληλος κάνει ένα λάθος κατα τη διάρκεια παροχής της υπηρεσίας, είμαι πρόθυμος να κάνω υπομονή.	519	99.4%	3	0.6%	522	100.0%
Φύλο * Θα συμβουλευσω άλλους πελάτες σχετικά με την υπηρεσία.	516	98.9%	6	1.1%	522	100.0%
Φύλο * Θα δείξω σε άλλους πελάτες πως να χρησιμοποιήσουν σωστά την υπηρεσία.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Φύλο * Θα βοηθήσω άλλους πελάτες εάν χρειαστούν την βοήθεια μου.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%

Φύλο * Θα ενθαρρύνω φίλους και συγγενείς να χρησιμοποιήσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%
Φύλο * Θα προτείνω τον πάροχο της υπηρεσίας σε άλλους.	521	99.8%	1	0.2%	522	100.0%
Φύλο * Θα μιλήσω θετικά για τον πάροχο και τους υπαλλήλους τους σε άλλους.	516	98.9%	6	1.1%	522	100.0%
Φύλο * Εάν αντιμετωπίσω ένα πρόβλημα, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Φύλο * Εάν έχω κάποια χρήσιμη ιδέα στο πως να βελτιωθεί η υπηρεσία, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Φύλο * Θεωρώ ότι η εμπειρία μου σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν ευχάριστη.	522	100.0%	0	0.0%	522	100.0%
Φύλο * Νομίζω ότι ήταν σωστό που έμεινα σε αυτό το ξενοδοχείο.	522	100.0%	0	0.0%	522	100.0%
Φύλο * Η επιλογή μου να μείνω σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν συνετή.	522	100.0%	0	0.0%	522	100.0%
Φύλο * Εμεινα ικανοποιημένος με την απόφασή μου να επισκεφθώ αυτό το ξενοδοχείο.	522	100.0%	0	0.0%	522	100.0%
Φύλο * Ενθουσιασμένος	482	92.3%	40	7.7%	522	100.0%

Φύλο * Χαρούμενος	483	92.5%	39	7.5%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος κατάλαβε τις ανάγκες μου.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος επικοινωνήσε μαζί μου με σεβασμό.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Φύλο * Ευχαριστημένος	499	95.6%	23	4.4%	522	100.0%
Φύλο * Λαμβάνοντας υπόψη τις πολιτικές και τις διαδικασίες του παρόχου θεωρώ ότι η συναλλαγή ήταν δίκαιη.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος είχε δίκαιες πολιτικές και πρακτικές απέναντί μου.	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%
Φύλο * Δεδομένων των συνθηκών πιστεύω ότι ο πάροχος προσέφερε μια ικανοποιητική υπηρεσία.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Φύλο * Λαμβάνοντας υπόψη όλες τις πτυχές της υπηρεσίας (π.χ τιμή, κόστος υπηρεσίας κ.τ.λ) θεωρώ ότι ο πάροχος ήταν δίκαιος.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος της υπηρεσίας μου προσέφερε παραπάνω απο ότι περίμενα.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Φύλο * Ένωσα ένα συναισθηματικό δέσιμο με τον πάροχο.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%

Φύλο * Για να ευχαριστηθούν πλήρως οι καταναλωτές την υπηρεσία είναι απαραίτητη η διευκόλυνση τους από το παρόχο και τους υπαλλήλους του.	507	97.1%	15	2.9%	522	100.0%
Φύλο * Οι καταναλωτές, ανάλογα με τις επιθυμίες, επιλογές, και τις γνώσεις τους συμμετείχαν με διαφορετικό τρόπο στη παροχή της υπηρεσίας.	507	97.1%	15	2.9%	522	100.0%
Φύλο * Το όφελος, η αξία και η ευχαρίστηση μου επηρεάστηκαν από το πως χρησιμοποίησα εγώ την υπηρεσία.	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Φύλο * Η εμπειρία μου από την υπηρεσία μπορεί να ήταν διαφορετική αν δεν συμμετείχα ενεργά.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Φύλο * Ήταν δυνατόν για ένα καταναλωτή να βελτιώσει την υπηρεσία κάνοντας πειραματισμούς και δοκιμάζοντας νέα πράγματα (π.χ από τι αποτελείται κα	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%
Φύλο * Η υπηρεσία αυτή ήταν μια εμπειρία που έμεινε για αρκετό καιρό στη μνήμη μου.	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%

Φύλο * Ο πάροχος προσπαθούσε να εξυπηρετήσει τις επιθυμίες του κάθε καταναλωτή.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος επέτρεπε επαρκή αλληλεπίδραση των καταναλωτών στις λειτουργίες του, (π.χ ανάπτυξη προϊόντων, μάρκετινγκ, βοήθεια άλλων καταναλωτ	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%
Φύλο * Κατα τη διάρκεια της παροχής της υπηρεσίας μπορούσα εύκολα να εκφράσω τις συγκεκριμένες απαιτήσεις.	507	97.1%	15	2.9%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος θεωρούσε το ρόλο μου τόσο σημαντικό όσο και το δικό του στη διαδικασία παροχής της υπηρεσίας.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Φύλο * Μοιραστήκαμε έναν ισάξιο ρόλο με τον πάροχο στον καθορισμό του τελικού αποτελέσματος της υπηρεσίας.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Φύλο * Πέρα από τα «λειτουργικά» οφέλη της υπηρεσίας, ο πάροχος έδινε μια συνολική καλή εμπειρία.	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος της υπηρεσίας είχε μια ομάδα ή δίκτυο καταναλωτών που τον υποστηρίζε.	503	96.4%	19	3.6%	522	100.0%

Φύλο * Οι διαδικασίες παροχής της υπηρεσίας ήταν σύμφωνες με τις προτιμήσεις μου (π.χ έτσι όπως τις ήθελα).	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Φύλο * Θα διέθετα πρόθυμα χρόνο και προσπάθεια για να μοιραστώ με τον πάροχο τις ιδέες και τις προτάσεις μου προκειμένου να βελτιώσει περαιτέρω τι	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος μου παρείχε επαρκείς επεξηγήσεις και πληροφορίες για την υπηρεσία.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος μου παρείχε το κατάλληλο περιβάλλον και την ευκαιρία να του προσφέρω τις προτάσεις και τις ιδέες μου.	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος εξασφάλιζε στους πελάτες, τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με τη παροχη της υπηρεσίας.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος είχε τον κατάλληλο τρόπο για να καταλάβει τις προτιμήσεις μου.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Φύλο * Για να πάρω το μέγιστο όφελος από την υπηρεσία έπρεπε να έχω ενεργό ρόλο κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασής μου με τον πάροχο (δηλαδή, να εφ	505	96.7%	17	3.3%	522	100.0%

Φύλο * Ο πάροχος ήταν γνωστός επειδή οι καταναλωτές συνήθως μιλούσαν θετικά γι 'αυτόν στο κοινωνικό περίγυρό του.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος ήταν ανοιχτός στις ιδέες και στις προτάσεις μου σχετικά με τα προϊόντα του ή με την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών	508	97.3%	14	2.7%	522	100.0%
Φύλο * Ο πάροχος με αντιμετώπισε με αξιοπρέπεια.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Φύλο * Εάν θα λαβω μια καλή υπηρεσία, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Φύλο * Συνολικά οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν απο το πάροχο ήταν δίκαιες.	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%
Φύλο * Θα βοηθήσω άλλους πελάτες εάν δω οτι έχουν πρόβλημα.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Φύλο * Εάν η υπηρεσία δεν παραδοθεί όπως τη θέλω, θα είμαι πρόθυμος να συμβιβαστώ με αυτό.	517	99.0%	5	1.0%	522	100.0%
Ηλικία * Εάν πρέπει να περιμένω περισσότερο απο ότι συνήθως ώστε να λάβω την υπηρεσία, θα είμαι πρόθυμος να προσαρμοστώ.	516	98.9%	6	1.1%	522	100.0%

Ηλικία * Εάν ο υπάλληλος κάνει ένα λάθος κατά τη διάρκεια παροχής της υπηρεσίας, είμαι πρόθυμος να κάνω υπομονή.	518	99.2%	4	0.8%	522	100.0%
Ηλικία * Θα συμβουλευσω άλλους πελάτες σχετικά με την υπηρεσία.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Ηλικία * Θα δείξω σε άλλους πελάτες πως να χρησιμοποιήσουν σωστά την υπηρεσία.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Ηλικία * Θα βοηθήσω άλλους πελάτες εάν χρειαστούν την βοήθεια μου.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Ηλικία * Θα ενθαρρύνω φίλους και συγγενείς να χρησιμοποιήσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Ηλικία * Θα προτείνω τον πάροχο της υπηρεσίας σε άλλους.	520	99.6%	2	0.4%	522	100.0%
Ηλικία * Θα μιλήσω θετικά για τον πάροχο και τους υπαλλήλους τους σε άλλους.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Ηλικία * Εάν αντιμετωπίσω ένα πρόβλημα, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%

Ηλικία * Εάν έχω κάποια χρήσιμη ιδέα στο πως να βελτιωθεί η υπηρεσία, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Ηλικία * Θεωρώ ότι η εμπειρία μου σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν ευχάριστη.	521	99.8%	1	0.2%	522	100.0%
Ηλικία * Νομίζω ότι ήταν σωστό που έμεινα σε αυτό το ξενοδοχείο.	521	99.8%	1	0.2%	522	100.0%
Ηλικία * Η επιλογή μου να μείνω σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν συνετή.	521	99.8%	1	0.2%	522	100.0%
Ηλικία * Εμεινα ικανοποιημένος με την απόφασή μου να επισκεφθώ αυτό το ξενοδοχείο.	521	99.8%	1	0.2%	522	100.0%
Ηλικία * Ενθουσιασμένος	481	92.1%	41	7.9%	522	100.0%
Ηλικία * Χαρούμενος	482	92.3%	40	7.7%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος κατάλαβε τις ανάγκες μου.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος επικοινωνήσε μαζί μου με σεβασμό.	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%
Ηλικία * Ευχαριστημένος	498	95.4%	24	4.6%	522	100.0%
Ηλικία * Λαμβάνοντας υπόψη τις πολιτικές και τις διαδικασίες του παρόχου θεωρώ ότι η συναλλαγή ήταν δίκαιη.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%

Ηλικία * Ο πάροχος είχε δίκαιες πολιτικές και πρακτικές απέναντί μου.	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%
Ηλικία * Δεδομένων των συνθηκών πιστεύω ότι ο πάροχος προσέφερε μια ικανοποιητική υπηρεσία.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Ηλικία * Λαμβάνοντας υπόψη όλες τις πτυχές της υπηρεσίας (π.χ τιμή, κόστος υπηρεσίας κ.τ.λ) θεωρώ ότι ο πάροχος ήταν δίκαιος.	508	97.3%	14	2.7%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος της υπηρεσίας μου προσέφερε παραπάνω από ότι περίμενα.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Ηλικία * Ένιωσα ένα συναισθηματικό δέσιμο με τον πάροχο.	508	97.3%	14	2.7%	522	100.0%
Ηλικία * Για να ευχαριστηθούν πλήρως οι καταναλωτές την υπηρεσία είναι απαραίτητη η διευκόλυνση τους από το πάροχο και τους υπαλλήλους του.	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%
Ηλικία * Οι καταναλωτές, ανάλογα με τις επιθυμίες, επιλογές, και τις γνώσεις τους συμμετείχαν με διαφορετικό τρόπο στη παροχή της υπηρεσίας.	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%

Ηλικία * Το όφελος, η αξία και η ευχαρίστηση μου επηρεάστηκαν από το πως χρησιμοποίησα εγώ την υπηρεσία.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Ηλικία * Η εμπειρία μου από την υπηρεσία μπορεί να ήταν διαφορετική αν δεν συμμετείχα ενεργά.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Ηλικία * Ήταν δυνατόν για ένα καταναλωτή να βελτιώσει την υπηρεσία κάνοντας πειραματισμούς και δοκιμάζοντας νέα πράγματα (π.χ από τι αποτελείται κα	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Ηλικία * Η υπηρεσία αυτή ήταν μια εμπειρία που έμεινε για αρκετό καιρό στη μνήμη μου.	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος προσπαθούσε να εξυπηρετήσει τις επιθυμίες του κάθε καταναλωτή.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος επέτρεπε επαρκή αλληλεπίδραση των καταναλωτών στις λειτουργίες του, (π.χ ανάπτυξη προϊόντων, μάρκετινγκ, βοήθεια άλλων καταναλωτ	505	96.7%	17	3.3%	522	100.0%

Ηλικία * Κατα τη διάρκεια της παροχής της υπηρεσίας μπορούσα εύκολα να εκφράσω τις συγκεκριμένες απαιτήσεις.	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος θεωρούσε το ρόλο μου τόσο σημαντικό όσο και το δικό του στη διαδικασία παροχής της υπηρεσίας.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Ηλικία * Μοιραστήκαμε έναν ισάξιο ρόλο με τον πάροχο στον καθορισμό του τελικού αποτελέσματος της υπηρεσίας.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Ηλικία * Πέρα από τα «λειτουργικά» οφέλη της υπηρεσίας, ο πάροχος έδινε μια συνολική καλή εμπειρία.	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος της υπηρεσίας είχε μια ομάδα ή δίκτυο καταναλωτών που τον υποστηρίζε.	502	96.2%	20	3.8%	522	100.0%
Ηλικία * Οι διαδικασίες παροχής της υπηρεσίας ήταν σύμφωνες με τις προτιμήσεις μου (π.χ έτσι όπως τις ήθελα).	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Ηλικία * Θα διέθετα πρόθυμα χρόνο και προσπάθεια για να μοιραστώ με τον πάροχο τις ιδέες και τις προτάσεις μου προκειμένου να βελτιώσει περαιτέρω τι	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%

Ηλικία * Ο πάροχος μου παρείχε επαρκείς επεξηγήσεις και πληροφορίες για την υπηρεσία.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος μου παρείχε το κατάλληλο περιβάλλον και την ευκαιρία να του προσφέρω τις προτάσεις και τις ιδέες μου.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος εξασφάλιζε στους πελάτες, τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με τη παροχή της υπηρεσίας.	508	97.3%	14	2.7%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος είχε τον κατάλληλο τρόπο για να καταλάβει τις προτιμήσεις μου.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Ηλικία * Για να πάρω το μέγιστο όφελος από την υπηρεσία έπρεπε να έχω ενεργό ρόλο κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασής μου με τον πάροχο (δηλαδή, να εφ	504	96.6%	18	3.4%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος ήταν γνωστός επειδή οι καταναλωτές συνήθως μιλούσαν θετικά γι 'αυτόν στο κοινωνικό περίγυρό του.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%

Ηλικία * Ο πάροχος ήταν ανοιχτός στις ιδέες και στις προτάσεις μου σχετικά με τα προϊόντα του ή με την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών	507	97.1%	15	2.9%	522	100.0%
Ηλικία * Ο πάροχος με αντιμετώπισε με αξιοπρέπεια.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Ηλικία * Εάν θα λαβω μια καλή υπηρεσία, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Ηλικία * Συνολικά οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν απο το πάροχο ήταν δίκαιες.	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Ηλικία * Θα βοηθήσω άλλους πελάτες εάν δω οτι έχουν πρόβλημα.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Ηλικία * Εάν η υπηρεσία δεν παραδοθεί όπως τη θέλω, θα είμαι πρόθυμος να συμβιβαστώ με αυτό.	516	98.9%	6	1.1%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Εάν πρέπει να περιμένω περισσότερο απο ότι συνήθως ώστε να λάβω την υπηρεσία, θα είμαι πρόθυμος να προσαρμοστώ.	517	99.0%	5	1.0%	522	100.0%

<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Εάν ο υπάλληλος κάνει ένα λάθος κατά τη διάρκεια παροχής της υπηρεσίας, είμαι πρόθυμος να κάνω υπομονή.</p>	519	99.4%	3	0.6%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Θα συμβουλεύσω άλλους πελάτες σχετικά με την υπηρεσία.</p>	516	98.9%	6	1.1%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Θα δείξω σε άλλους πελάτες πως να χρησιμοποιήσουν σωστά την υπηρεσία.</p>	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Θα βοηθήσω άλλους πελάτες εάν χρειαστούν την βοήθεια μου.</p>	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Θα ενθαρρύνω φίλους και συγγενείς να χρησιμοποιήσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.</p>	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%

Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Θα προτείνω τον πάροχο της υπηρεσίας σε άλλους.	521	99.8%	1	0.2%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Θα μιλήσω θετικά για τον πάροχο και τους υπαλλήλους τους σε άλλους.	516	98.9%	6	1.1%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Εάν αντιμετωπίσω ένα πρόβλημα, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Εάν έχω κάποια χρήσιμη ιδέα στο πως να βελτιωθεί η υπηρεσία, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Θεωρώ ότι η εμπειρία μου σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν ευχάριστη.	522	100.0%	0	0.0%	522	100.0%

Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Νομίζω ότι ήταν σωστό που έμεινα σε αυτό το ξενοδοχείο.	522	100.0%	0	0.0%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Η επιλογή μου να μείνω σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν συνετή.	522	100.0%	0	0.0%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Εμεινα ικανοποιημένος με την απόφασή μου να επισκεφθώ αυτό το ξενοδοχείο.	522	100.0%	0	0.0%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Ενθουσιασμένος	482	92.3%	40	7.7%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Χαρούμενος	483	92.5%	39	7.5%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Ο πάροχος κατάλαβε τις ανάγκες μου.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%

Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Ο πάροχος επικοινωνήσε μαζί μου με σεβασμό.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Ευχαριστημένος	499	95.6%	23	4.4%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Λαμβάνοντας υπόψη τις πολιτικές και τις διαδικασίες του παρόχου θεωρώ ότι η συναλλαγή ήταν δίκαιη.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Ο πάροχος είχε δίκαιες πολιτικές και πρακτικές απέναντί μου.	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Δεδομένων των συνθηκών πιστεύω ότι ο πάροχος προσέφερε μια ικανοποιητική υπηρεσία.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%

<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Λαμβάνοντας υπόψην όλες τις πτυχές της υπηρεσίας (π.χ τιμή, κόστος υπηρεσίας κ.τ.λ) θεωρώ ότι ο πάροχος ήταν δίκαιος.</p>	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ο πάροχος της υπηρεσίας μου προσέφερε παραπάνω απο ότι περίμενα.</p>	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ένωσα ένα συναισθηματικό δέσιμο με τον πάροχο.</p>	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Για να ευχαριστηθούν πλήρως οι καταναλωτές την υπηρεσία είναι απαραίτητη η διευκόλυνση τους από το παρόχο και τους υπαλλήλους του.</p>	507	97.1%	15	2.9%	522	100.0%

<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Οι καταναλωτές, ανάλογα με τις επιθυμίες, επιλογές, και τις γνώσεις τους συμμετείχαν με διαφορετικό τρόπο στη παροχή της υπηρεσίας.</p>	507	97.1%	15	2.9%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Το όφελος, η αξία και η ευχαρίστηση μου επηρεάστηκαν από το πως χρησιμοποίησα εγώ την υπηρεσία.</p>	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Η εμπειρία μου από την υπηρεσία μπορεί να ήταν διαφορετική αν δεν συμμετείχα ενεργά.</p>	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%

<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ήταν δυνατόν για ένα καταναλωτή να βελτιώσει την υπηρεσία κάνοντας πειραματισμούς και δοκιμάζοντας νέα πράγματα (π.χ από τι αποτελείται κα</p>	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Η υπηρεσία αυτή ήταν μια εμπειρία που έμεινε για αρκετό καιρό στη μνήμη μου.</p>	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ο πάροχος προσπαθούσε να εξυπηρετήσει τις επιθυμίες του κάθε καταναλωτή.</p>	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ο πάροχος επέτρεπε επαρκή αλληλεπίδραση των καταναλωτών στις λειτουργίες του, (π.χ ανάπτυξη προϊόντων, μάρκετινγκ, βοήθεια άλλων καταναλωτ</p>	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%

<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Κατα τη διάρκεια της παροχής της υπηρεσίας μπορούσα εύκολα να εκφράσω τις συγκεκριμένες απαιτήσεις.</p>	507	97.1%	15	2.9%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ο πάροχος θεωρούσε το ρόλο μου τόσο σημαντικό όσο και το δικό του στη διαδικασία παροχής της υπηρεσίας.</p>	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Μοιραστήκαμε έναν ισάξιο ρόλο με τον πάροχο στον καθορισμό του τελικού αποτελέσματος της υπηρεσίας.</p>	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Πέρα από τα «λειτουργικά» οφέλη της υπηρεσίας, ο πάροχος έδινε μια συνολική καλή εμπειρία.</p>	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%

<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ο πάροχος της υπηρεσίας είχε μια ομάδα ή δίκτυο καταναλωτών που τον υποστηρίζε.</p>	503	96.4%	19	3.6%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Οι διαδικασίες παροχής της υπηρεσίας ήταν σύμφωνες με τις προτιμήσεις μου (π.χ έτσι όπως τις ήθελα).</p>	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Θα διέθετα πρόθυμα χρόνο και προσπάθεια για να μοιραστώ με τον πάροχο τις ιδέες και τις προτάσεις μου προκειμένου να βελτιώσει περαιτέρω τι</p>	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ο πάροχος μου παρείχε επαρκείς επεξηγήσεις και πληροφορίες για την υπηρεσία.</p>	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%

<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ο πάροχος μου παρείχε το κατάλληλο περιβάλλον και την ευκαιρία να του προσφέρω τις προτάσεις και τις ιδέες μου.</p>	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ο πάροχος εξασφάλιζε στους πελάτες, τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με τη παροχή της υπηρεσίας.</p>	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Ο πάροχος είχε τον κατάλληλο τρόπο για να καταλάβει τις προτιμήσεις μου.</p>	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
<p>Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: *</p> <p>Για να πάρω το μέγιστο όφελος από την υπηρεσία έπρεπε να έχω ενεργό ρόλο κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασής μου με τον πάροχο (δηλαδή, να εφ</p>	505	96.7%	17	3.3%	522	100.0%

Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Ο πάροχος ήταν γνωστός/επειδή οι καταναλωτές συνήθως μιλούσαν θετικά γι 'αυτόν στο κοινωνικό περίγυρό του.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Ο πάροχος ήταν ανοιχτός στις ιδέες και στις προτάσεις μου σχετικά με τα προϊόντα του ή με την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών	508	97.3%	14	2.7%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Ο πάροχος με αντιμετώπισε με αξιοπρέπεια.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Εάν θα λαβω μια καλή υπηρεσία, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%

Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Συνολικά οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν απο το πάροχο ήταν δίκαιες.	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Θα βοηθήσω άλλους πελάτες εάν δω οτι έχουν πρόβλημα.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει επιτυχώς είναι: * Εάν η υπηρεσία δεν παραδοθεί όπως τη θέλω, θα είμαι πρόθυμος να συμβιβαστώ με αυτό.	517	99.0%	5	1.0%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Εάν πρέπει να περιμένω περισσότερο απο ότι συνήθως ώστε να λάβω την υπηρεσία, θα είμαι πρόθυμος να προσαρμοστώ.	516	98.9%	6	1.1%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Εάν ο υπάλληλος κάνει ένα λάθος κατα τη διάρκεια παροχής της υπηρεσίας, είμαι πρόθυμος να κάνω υπομονή.	518	99.2%	4	0.8%	522	100.0%

Επαγγελματική Απασχόληση * Θα συμβουλευτώ άλλους πελάτες σχετικά με την υπηρεσία.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Θα δείξω σε άλλους πελάτες πως να χρησιμοποιήσουν σωστά την υπηρεσία.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Θα βοηθήσω άλλους πελάτες εάν χρειαστούν την βοήθεια μου.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Θα ενθαρρύνω φίλους και συγγενείς να χρησιμοποιήσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Θα προτείνω τον πάροχο της υπηρεσίας σε άλλους.	520	99.6%	2	0.4%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Θα μιλήσω θετικά για τον πάροχο και τους υπαλλήλους τους σε άλλους.	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Εάν αντιμετωπίσω ένα πρόβλημα, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%

Επαγγελματική Απασχόληση * Εάν έχω κάποια χρήσιμη ιδέα στο πως να βελτιωθεί η υπηρεσία, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Θεωρώ ότι η εμπειρία μου σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν ευχάριστη.	521	99.8%	1	0.2%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Νομίζω ότι ήταν σωστό που έμεινα σε αυτό το ξενοδοχείο.	521	99.8%	1	0.2%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Η επιλογή μου να μείνω σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν συνετή.	521	99.8%	1	0.2%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Εμεινα ικανοποιημένος με την απόφασή μου να επισκεφθώ αυτό το ξενοδοχείο.	521	99.8%	1	0.2%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ενθουσιασμένος	481	92.1%	41	7.9%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Χαρούμενος	482	92.3%	40	7.7%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος κατάλαβε τις ανάγκες μου.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος επικοινωνήσε μαζί μου με σεβασμό.	513	98.3%	9	1.7%	522	100.0%

Επαγγελματική Απασχόληση * Ευχαριστημένος	498	95.4%	24	4.6%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Λαμβάνοντας υπόψην τις πολιτικές και τις διαδικασίες του παρόχου θεωρώ ότι η συναλλαγή ήταν δίκαιη.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος είχε δίκαιες πολιτικές και πρακτικές απέναντί μου.	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Δεδομένων των συνθηκών πιστεύω ότι ο πάροχος προσέφερε μια ικανοποιητική υπηρεσία.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Λαμβάνοντας υπόψην όλες τις πτυχές της υπηρεσίας (π.χ τιμή, κόστος υπηρεσίας κ.τ.λ) θεωρώ ότι ο πάροχος ήταν δίκαιος.	508	97.3%	14	2.7%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος της υπηρεσίας μου προσέφερε παραπάνω από ότι περίμενα.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ένωσα ένα συναισθηματικό δέσιμο με τον πάροχο.	508	97.3%	14	2.7%	522	100.0%

Επαγγελματική Απασχόληση * Για να ευχαριστηθούν πλήρως οι καταναλωτές την υπηρεσία είναι απαραίτητη η διευκόλυνση τους από το παρόχο και τους υπαλλήλους του.	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Οι καταναλωτές, ανάλογα με τις επιθυμίες, επιλογές, και τις γνώσεις τους συμμετείχαν με διαφορετικό τρόπο στη παροχή της υπηρεσίας.	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Το όφελος, η αξία και η ευχαρίστηση μου επηρεάστηκαν από το πως χρησιμοποίησα εγώ την υπηρεσία.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Η εμπειρία μου από την υπηρεσία μπορεί να ήταν διαφορετική αν δεν συμμετείχα ενεργά.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ήταν δυνατόν για ένα καταναλωτή να βελτιώσει την υπηρεσία κάνοντας πειραματισμούς και δοκιμάζοντας νέα πράγματα (π.χ από τι αποτελείται κα	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%

Επαγγελματική Απασχόληση * Η υπηρεσία αυτή ήταν μια εμπειρία που έμεινε για αρκετό καιρό στη μνήμη μου.	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος προσπαθούσε να εξυπηρετήσει τις επιθυμίες του κάθε καταναλωτή.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος επέτρεπε επαρκή αλληλεπίδραση των καταναλωτών στις λειτουργίες του, (π.χ ανάπτυξη προϊόντων, μάρκετινγκ, βοήθεια άλλων καταναλωτ	505	96.7%	17	3.3%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Κατα τη διάρκεια της παροχής της υπηρεσίας μπορούσα εύκολα να εκφράσω τις συγκεκριμένες απαιτήσεις.	506	96.9%	16	3.1%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος θεωρούσε το ρόλο μου τόσο σημαντικό όσο και το δικό του στη διαδικασία παροχής της υπηρεσίας.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Μοιραστήκαμε έναν ισάξιο ρόλο με τον πάροχο στον καθορισμό του τελικού αποτελέσματος της υπηρεσίας.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%

Επαγγελματική Απασχόληση * Πέρα από τα «λειτουργικά» οφέλη της υπηρεσίας, ο πάροχος έδινε μια συνολική καλή εμπειρία.	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος της υπηρεσίας είχε μια ομάδα ή δίκτυο καταναλωτών που τον υποστηρίζε.	502	96.2%	20	3.8%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Οι διαδικασίες παροχής της υπηρεσίας ήταν σύμφωνες με τις προτιμήσεις μου (π.χ έτσι όπως τις ήθελα).	515	98.7%	7	1.3%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Θα διέθετα πρόθυμα χρόνο και προσπάθεια για να μοιραστώ με τον πάροχο τις ιδέες και τις προτάσεις μου προκειμένου να βελτιώσει περαιτέρω τι	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος μου παρείχε επαρκείς επεξηγήσεις και πληροφορίες για την υπηρεσία.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος μου παρείχε το κατάλληλο περιβάλλον και την ευκαιρία να του προσφέρω τις προτάσεις και τις ιδέες μου.	511	97.9%	11	2.1%	522	100.0%

Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος εξασφάλιζε στους πελάτες, τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με τη παροχή της υπηρεσίας.	508	97.3%	14	2.7%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος είχε τον κατάλληλο τρόπο για να καταλάβει τις προτιμήσεις μου.	509	97.5%	13	2.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Για να πάρω το μέγιστο όφελος από την υπηρεσία έπρεπε να έχω ενεργό ρόλο κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασής μου με τον πάροχο (δηλαδή, να εφ	504	96.6%	18	3.4%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος ήταν γνωστόζεπειδή οι καταναλωτές συνήθως μιλούσαν θετικά γι 'αυτόν στο κοινωνικό περίγυρό του.	510	97.7%	12	2.3%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος ήταν ανοιχτός στις ιδέες και στις προτάσεις μου σχετικά με τα προϊόντα του ή με την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών	507	97.1%	15	2.9%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Ο πάροχος με αντιμετώπισε με αξιοπρέπεια.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%

Επαγγελματική Απασχόληση * Εάν θα λαβω μια καλή υπηρεσία, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Συνολικά οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν απο το πάροχο ήταν δίκαιες.	512	98.1%	10	1.9%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Θα βοηθήσω άλλους πελάτες εάν δω οτι έχουν πρόβλημα.	514	98.5%	8	1.5%	522	100.0%
Επαγγελματική Απασχόληση * Εάν η υπηρεσία δεν παραδοθεί όπως τη θέλω, θα είμαι πρόθυμος να συμβιβαστώ με αυτό.	516	98.9%	6	1.1%	522	100.0%

Πίνακας 6

Επεξήγηση σχετικά με την κλίμακα βαθμολόγησης στο ερωτηματολόγιο.

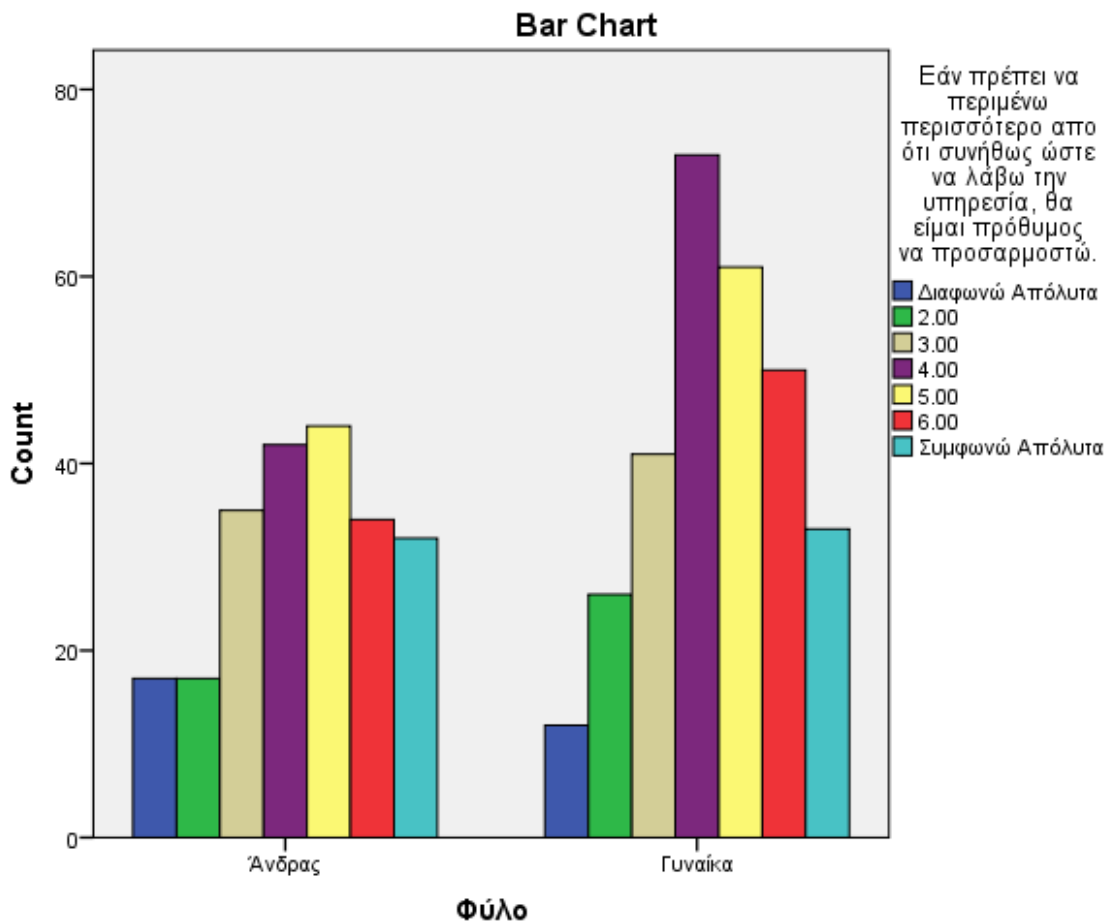
Η κλίμακα του ερωτηματολογίου ξεκινάει από το Διαφωνώ απόλυτα και τελειώνει στο Συμφωνώ απόλυτα. Οι αριθμοί 2 έως 6 μεταξύ του Διαφωνώ και του Συμφωνώ απόλυτα δηλώνουν πόσο κοντά τείνουν σε μια από τις δύο επιλογές οι ερωτηθέντες. Έτσι μπορούμε να πούμε πως όσοι επιλέγουν το 2 ή το 3 διαφωνούν πολύ ή λίγο αντίστοιχα. Όσοι επιλέγουν τον αριθμό 4, ο οποίος βρίσκεται στην μέση της κλίμακας μπορεί να θεωρηθεί σαν ουδέτερος και όσοι επιλέγουν το 5 ή το 6 συμφωνούν λίγο ή πολύ αντίστοιχα.

Οι επόμενες 13 ερωτήσεις, αναφέρονται στον βαθμό στον οποίο συμφωνούν οι ερωτηθέντες με τις προτάσεις σχετικά με τις προθέσεις τους απέναντι στον πάροχο, από εδώ και πέρα και κατά τη διάρκεια πιθανής επόμενης συλλογής τους.

Ερώτηση 6^η : Εάν θα πρέπει να περιμένω περισσότερο από ότι συνήθως ώστε να λάβω την υπηρεσία, θα είμαι πρόθυμος να προσαρμοστώ.

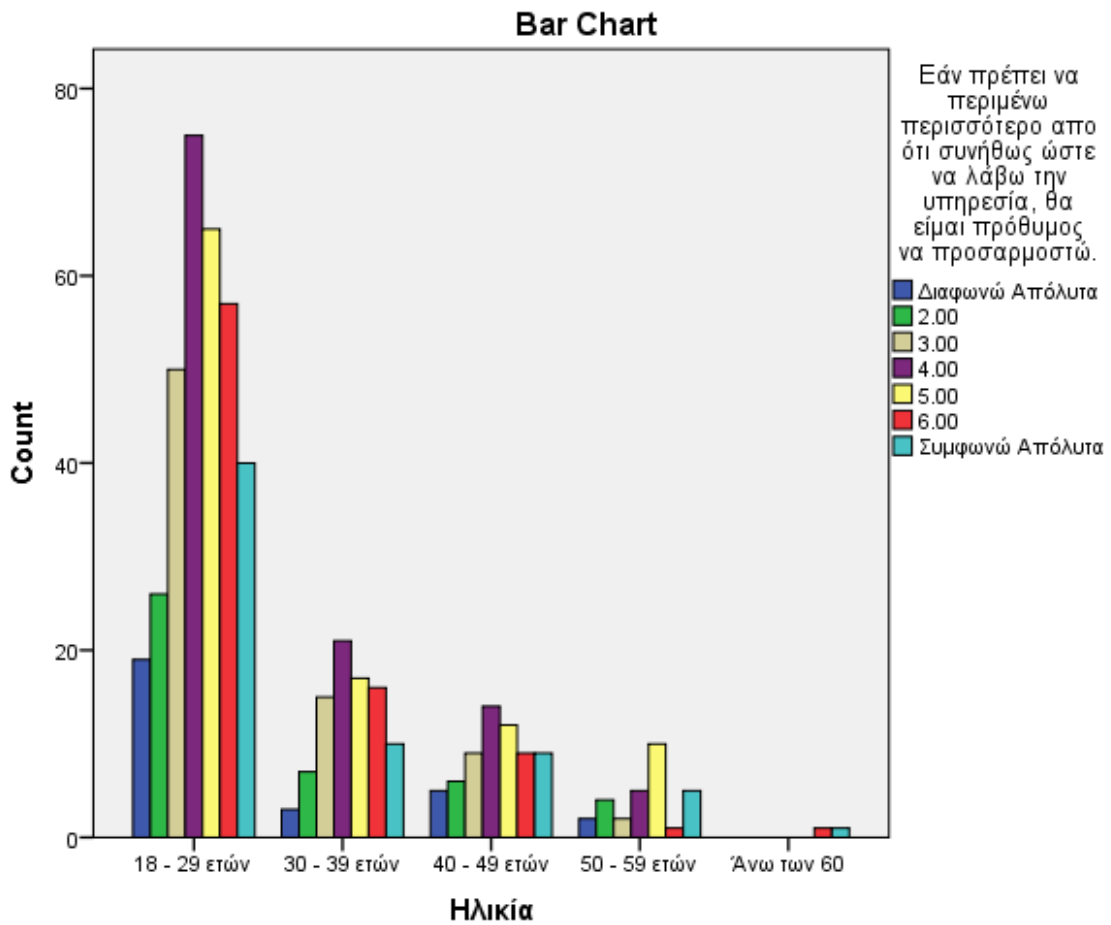
Σε αυτήν την ερώτηση οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν 517 (το 99%) ενώ υπάρχει ένα missing value από 5 ερωτηθέντες (το 1%). Οι περισσότεροι άνδρες απάντησαν το νούμερο 5 και οι περισσότερες γυναίκες το νούμερο 4, ενώ και στα δύο φύλα οι λιγότεροι απάντησαν με το διαφωνώ απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 6, απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



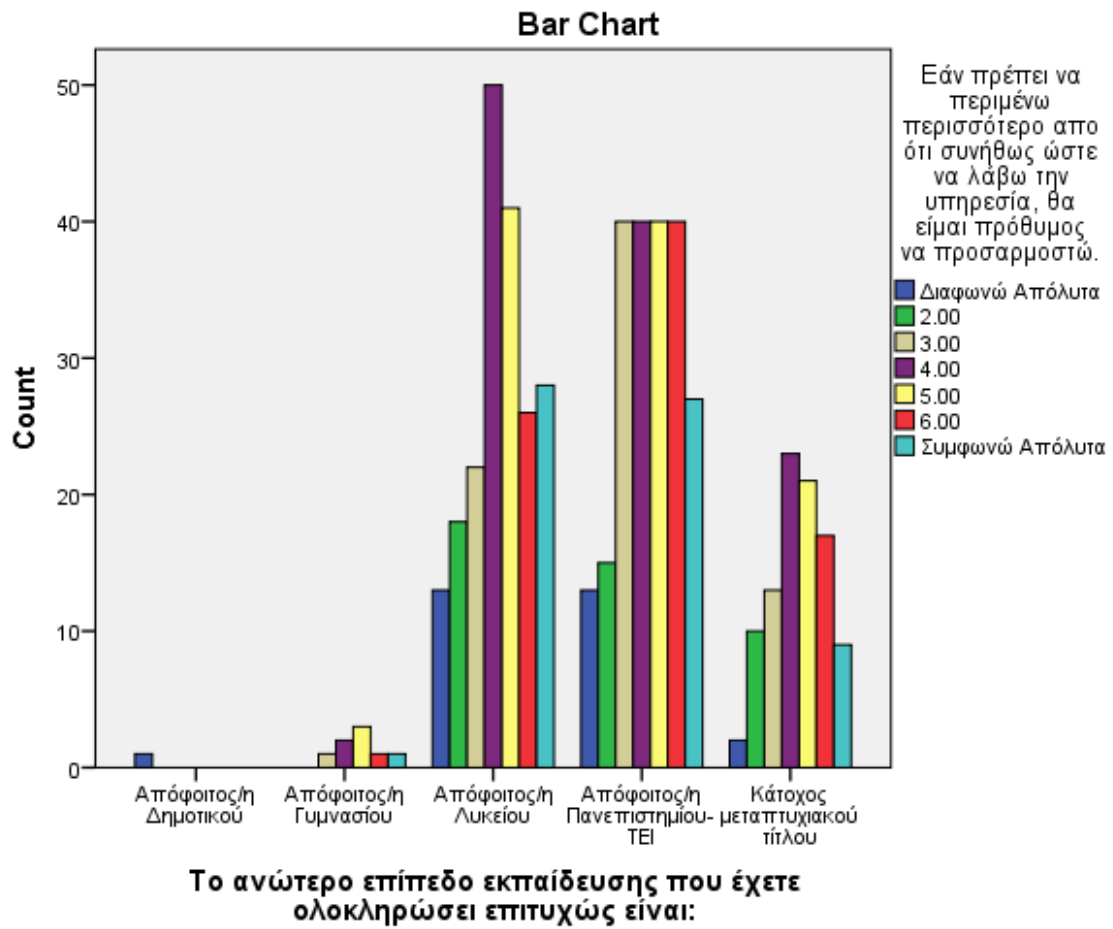
Διάγραμμα 6.1

Στο Διάγραμμα 6.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακή ομάδα 50-59 και η ηλικία άνω των 60 θα περίμενε περισσότερο από ότι συνήθως ώστε να λάβει την υπηρεσία.



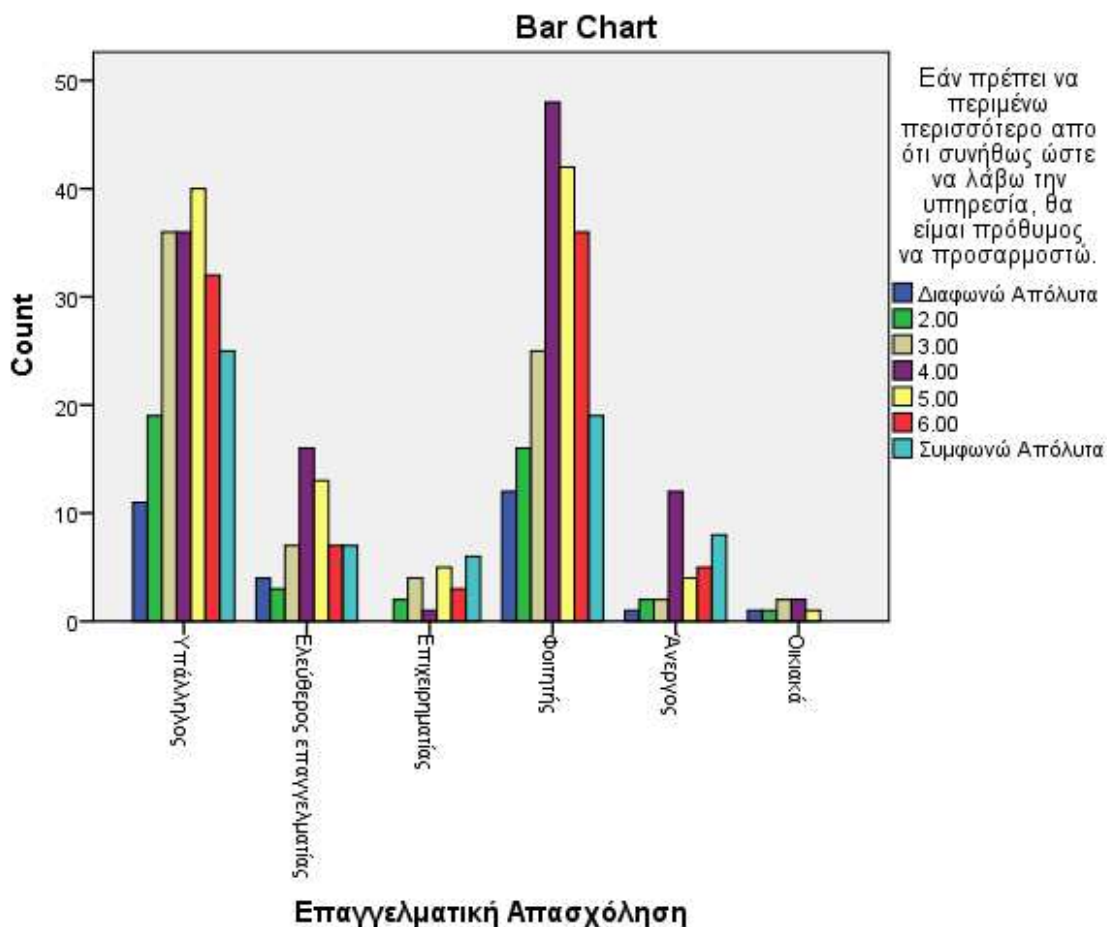
Διάγραμμα 6.2

Στο Διάγραμμα 6.3 βλέπουμε πως το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων δεν επηρεάζει τα αποτελέσματα αφού όλοι από οποιαδήποτε βαθμίδα εκπαίδευσης έχουν μια ουδέτερη προς θετική άποψη για το εάν θα είναι πρόθυμοι να προσαρμοστούν εάν πρέπει να περιμένουν περισσότερο από ότι συνήθως ώστε να λάβουν την υπηρεσία.



Διάγραμμα 6.3

Στο Διάγραμμα 6.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης έχουν ουδέτερη γνώμη στο εάν θα είναι πρόθυμοι να προσαρμοστούν εάν πρέπει να περιμένουν περισσότερο από ότι συνήθως ώστε να λάβουν την υπηρεσία. Μόνο οι επιχειρηματίες και οι υπάλληλοι συμφωνούν σε αυτό.

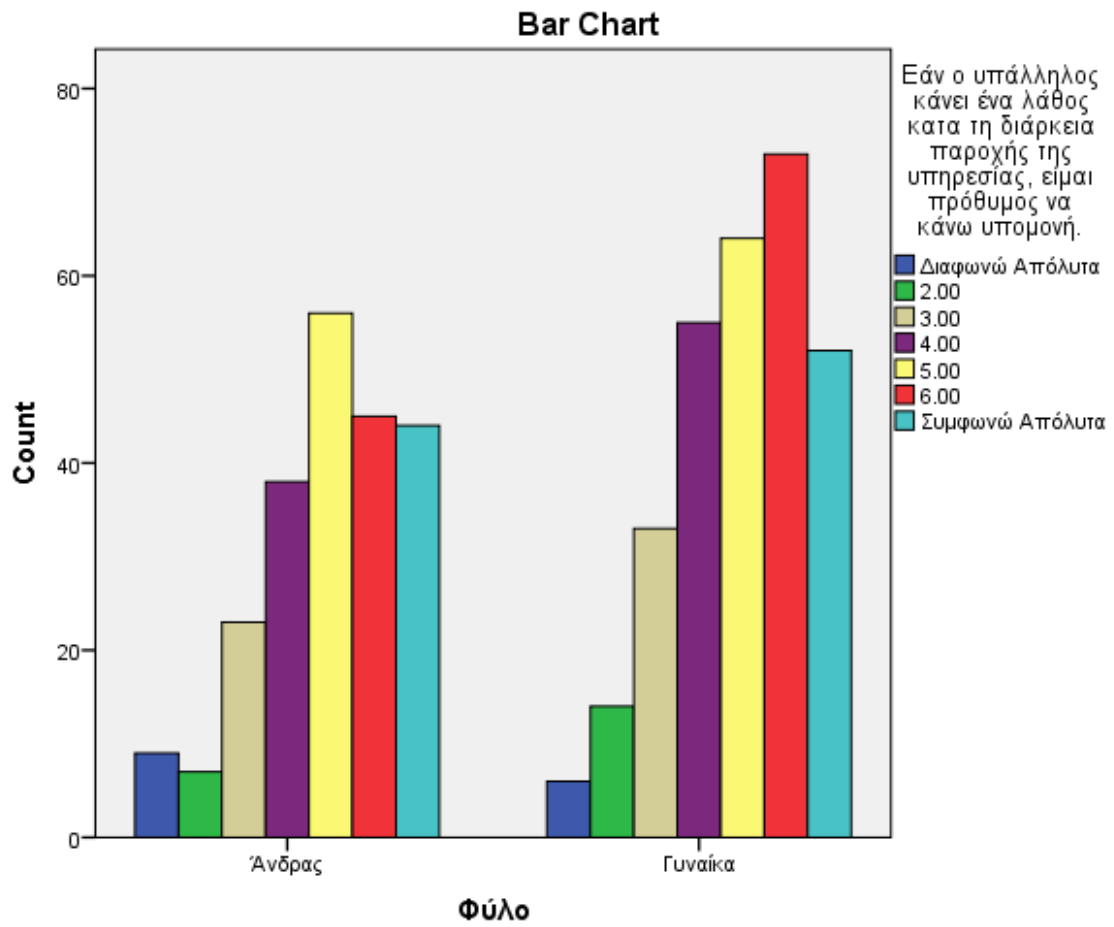


Διάγραμμα 6.4

Ερώτηση 7^η : Εάν ο υπάλληλος κάνει ένα λάθος κατά τη διάρκεια παροχής της υπηρεσίας, είμαι πρόθυμος να κάνω υπομονή.

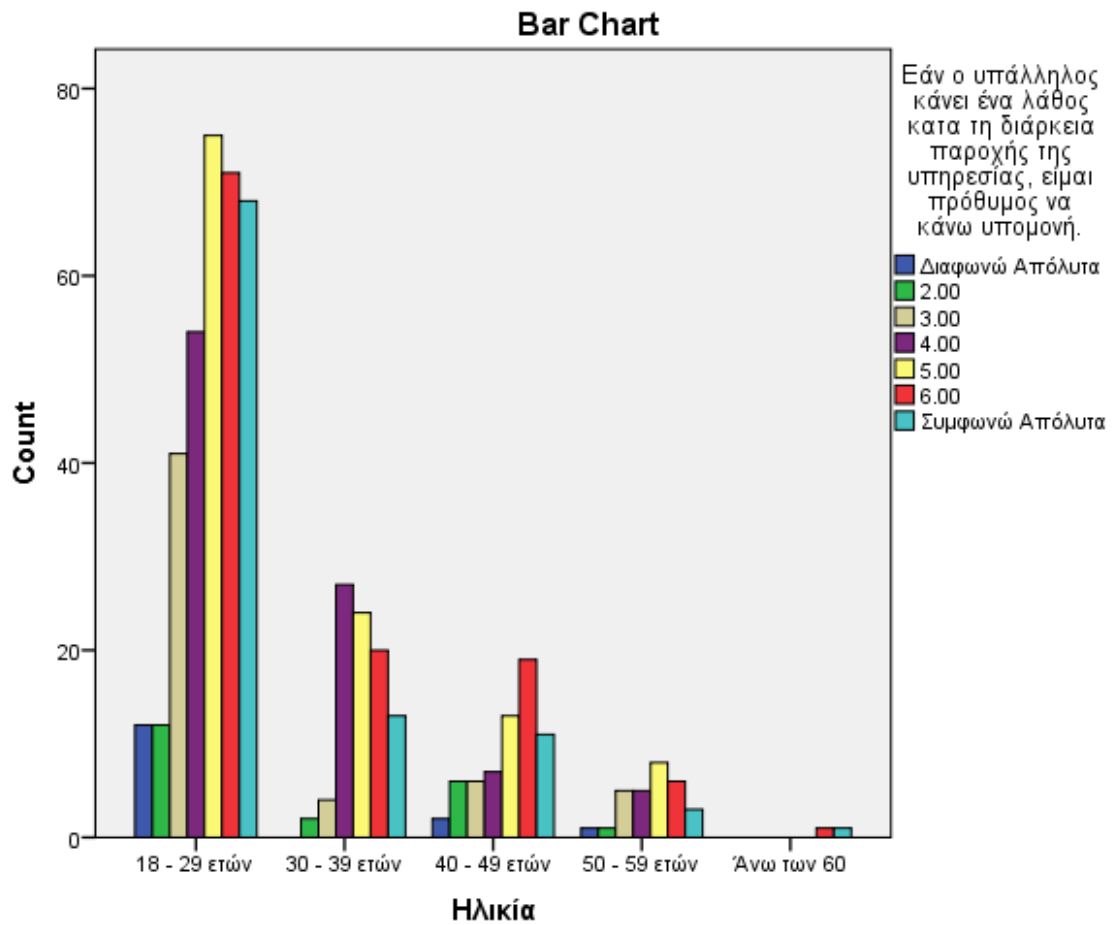
Στην ερώτηση 7, οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν (99,4%) και το missing value ήταν 3 ερωτηθέντες (το 0,6%). Οι περισσότεροι άνδρες απάντησαν το νούμερο 5 και οι λιγότεροι το νούμερο 2. Οι περισσότερες γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6, ενώ οι λιγότερες διαφώνησαν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 7 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



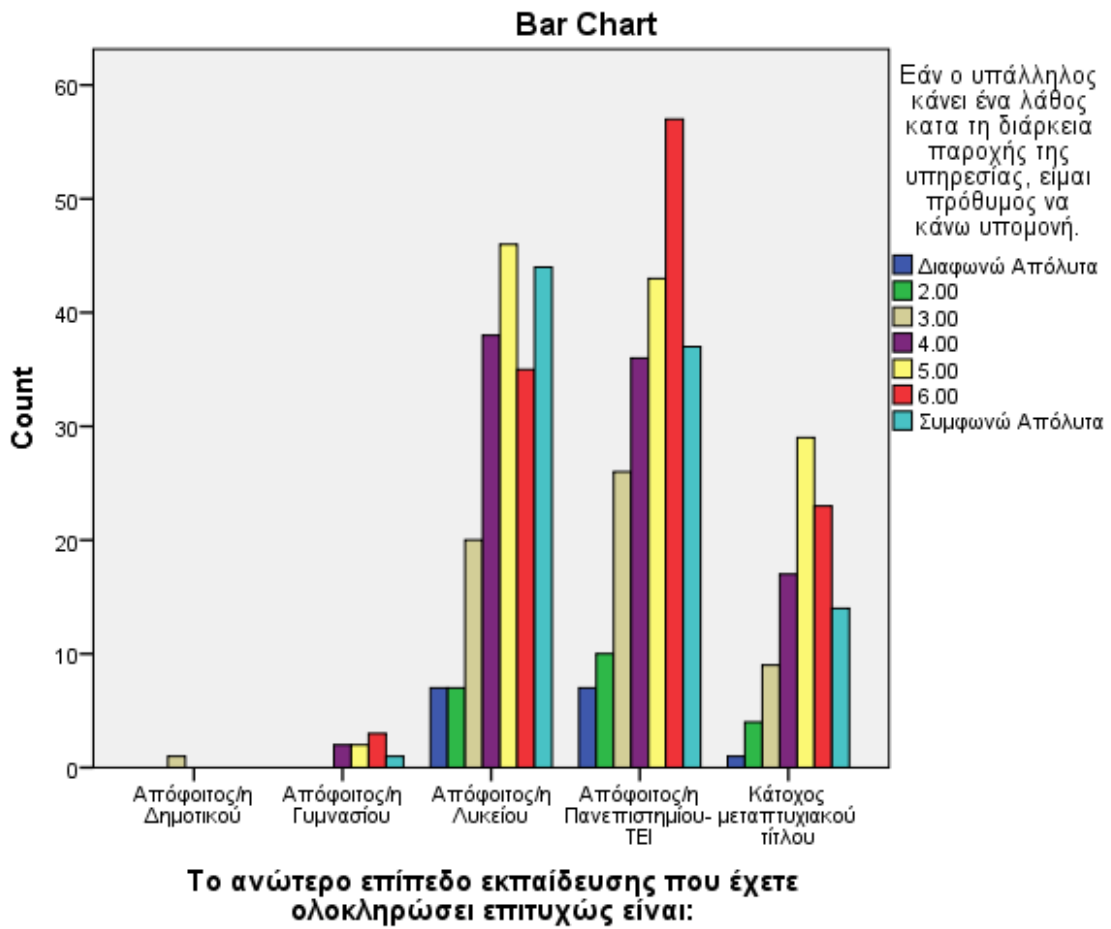
Διάγραμμα 7.1

Στο Διάγραμμα 7.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακή ομάδα 40-49 και άνω των 60 θα έκανε περισσότερη υπομονή αν ο υπάλληλος κάνει ένα λάθος.



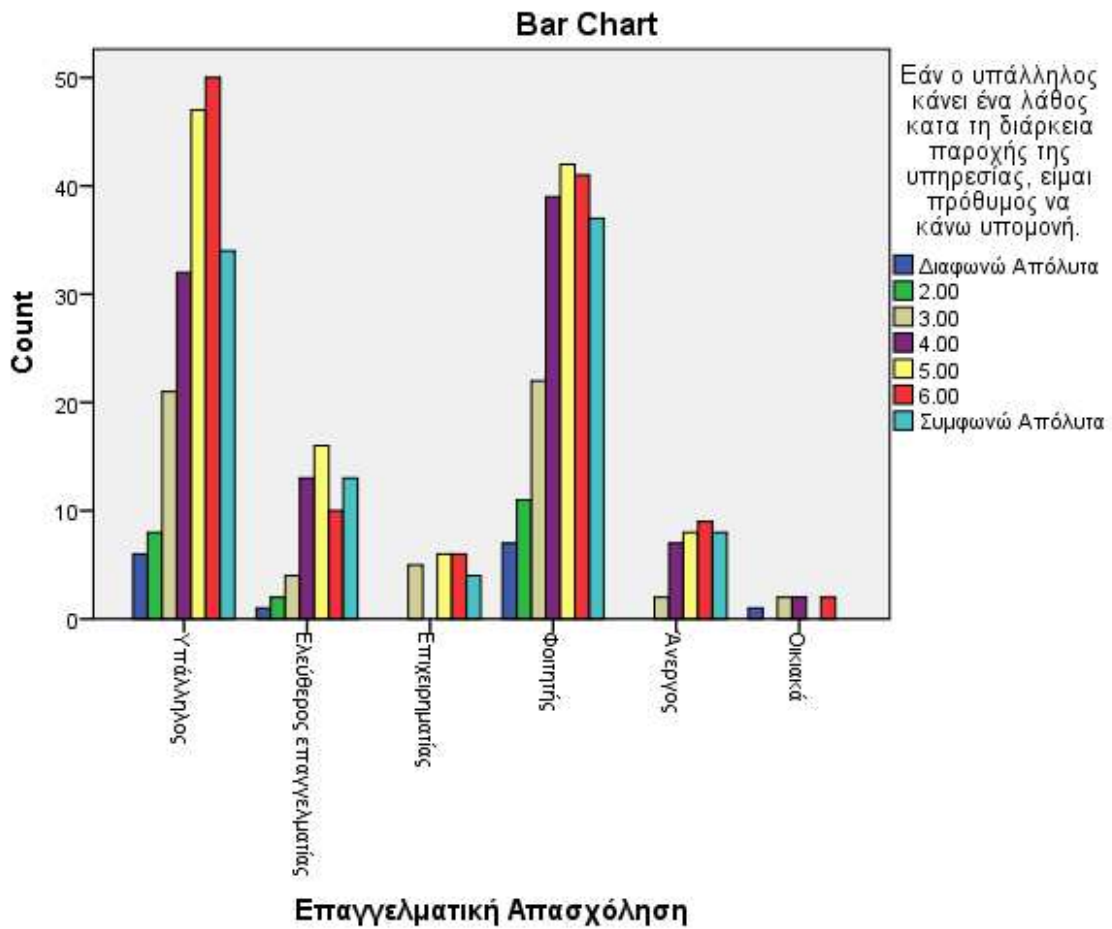
Διάγραμμα 7.2

Στο Διαγραμμα 7.3 αναφέρεται πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης είναι πρόθυμοι να κάνουν υπομονή εάν ο υπάλληλος κάνει ένα λάθος κατά τη διάρκεια παροχής της υπηρεσίας. Μόνο ένα ποσοστό των απόφοιτων δημοτικού δεν είναι πρόθυμοι να κάνουν υπομονή.



Διάγραμμα 7.3

Στο Διάγραμμα 7.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως είναι πρόθυμοι να κάνουν υπομονή εάν ο υπάλληλος κάνει ένα λάθος κατά τη διάρκεια παροχής της υπηρεσίας.

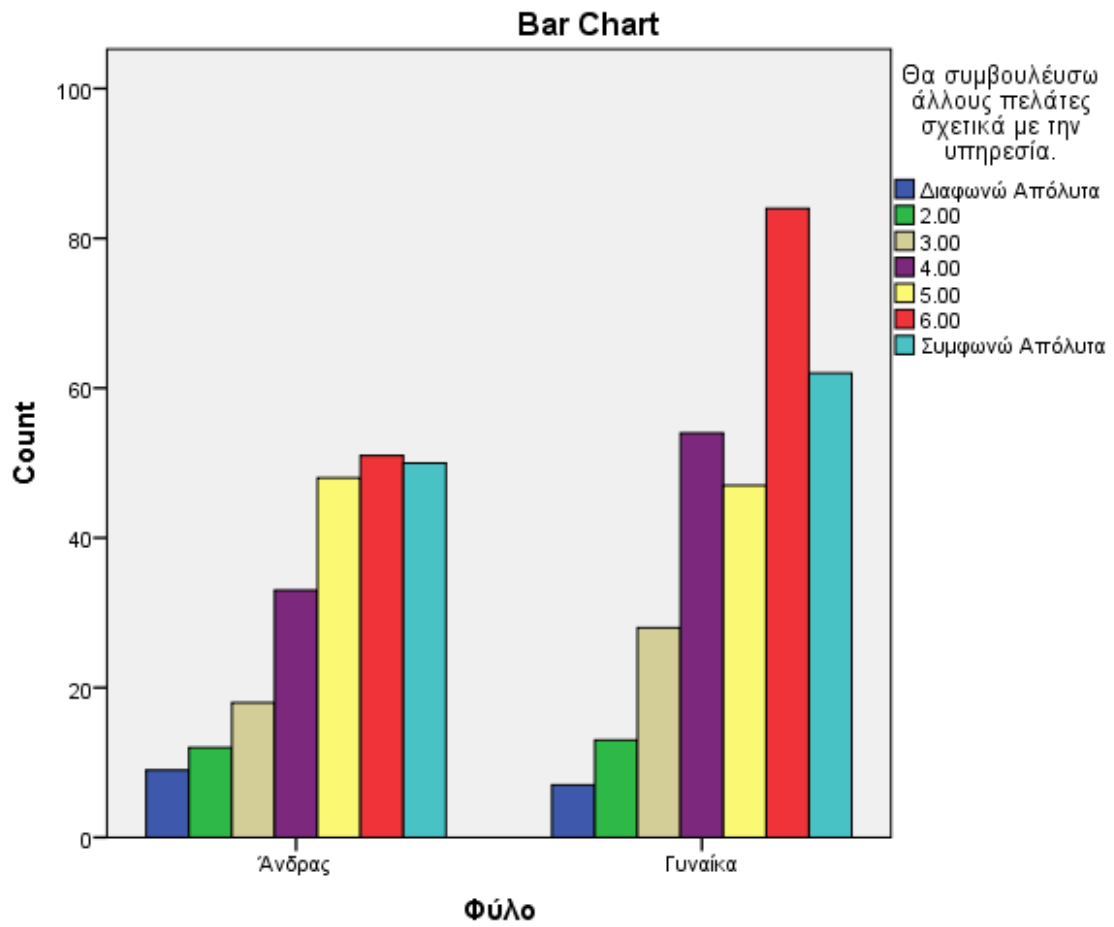


Διάγραμμα 7.4

Ερώτηση 8^η : Θα συμβουλευσω άλλους πελάτες σχετικά με την υπηρεσία.

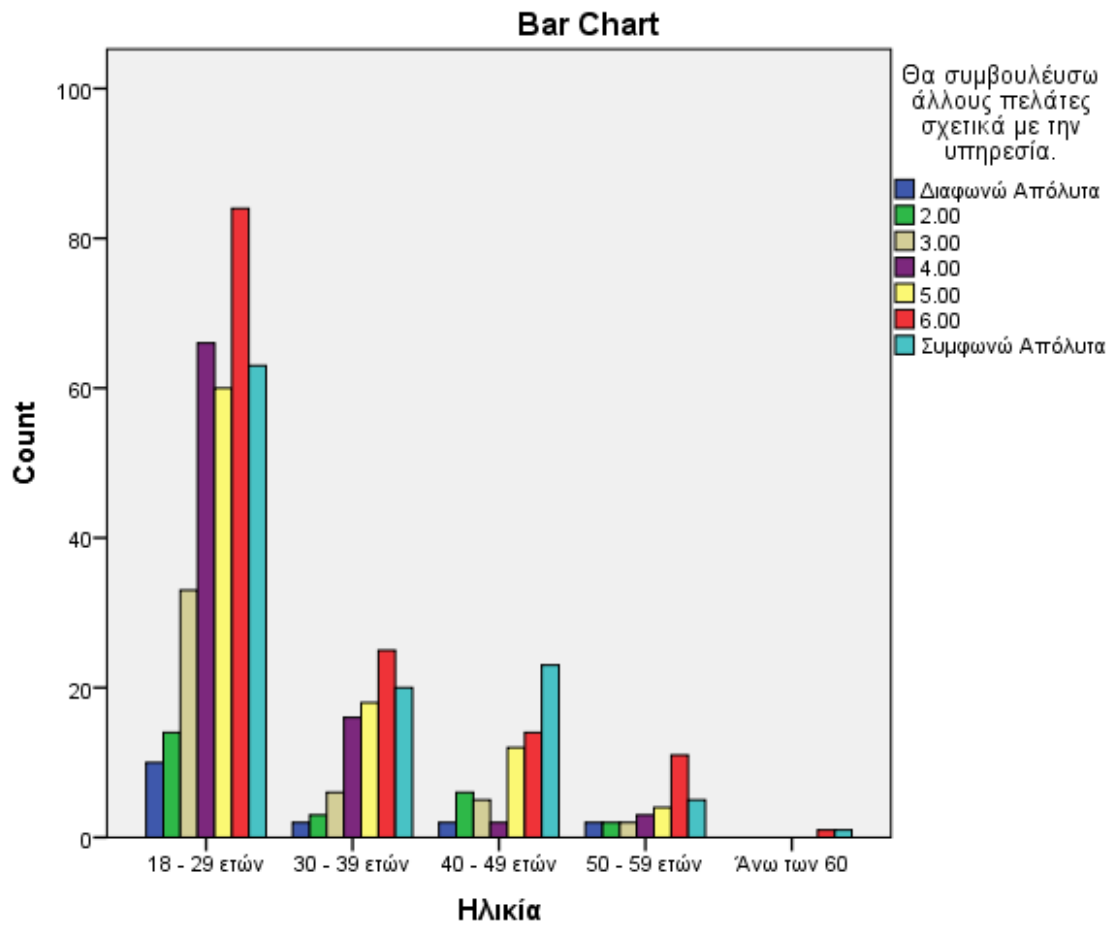
Στην ερώτηση 8, οι 516 (το 98,95) απάντησαν, ενώ το missing value ήταν 6 (το 1,1%) ερωτηθέντες. Εδώ και οι περισσότεροι άνδρες ερωτηθέντες και οι περισσότερες γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6, ενώ οι λιγότεροι άνδρες και γυναίκες ερωτηθέντες επέλεξαν πως διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 8.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



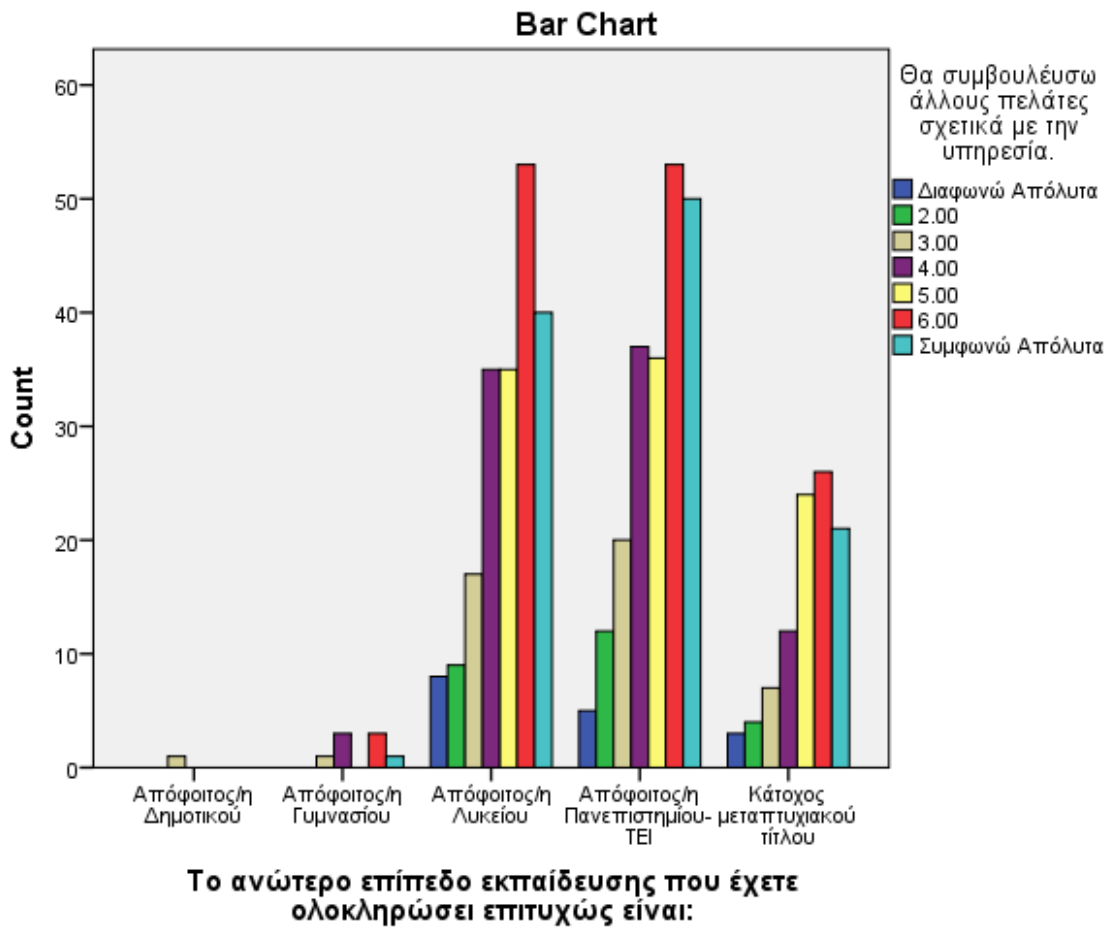
Διάγραμμα 8.1

Στο Διάγραμμα 8.2 φαίνεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες θα συμβούλευε πρόθυμα άλλους πελάτες σχετικά με την υπηρεσία.



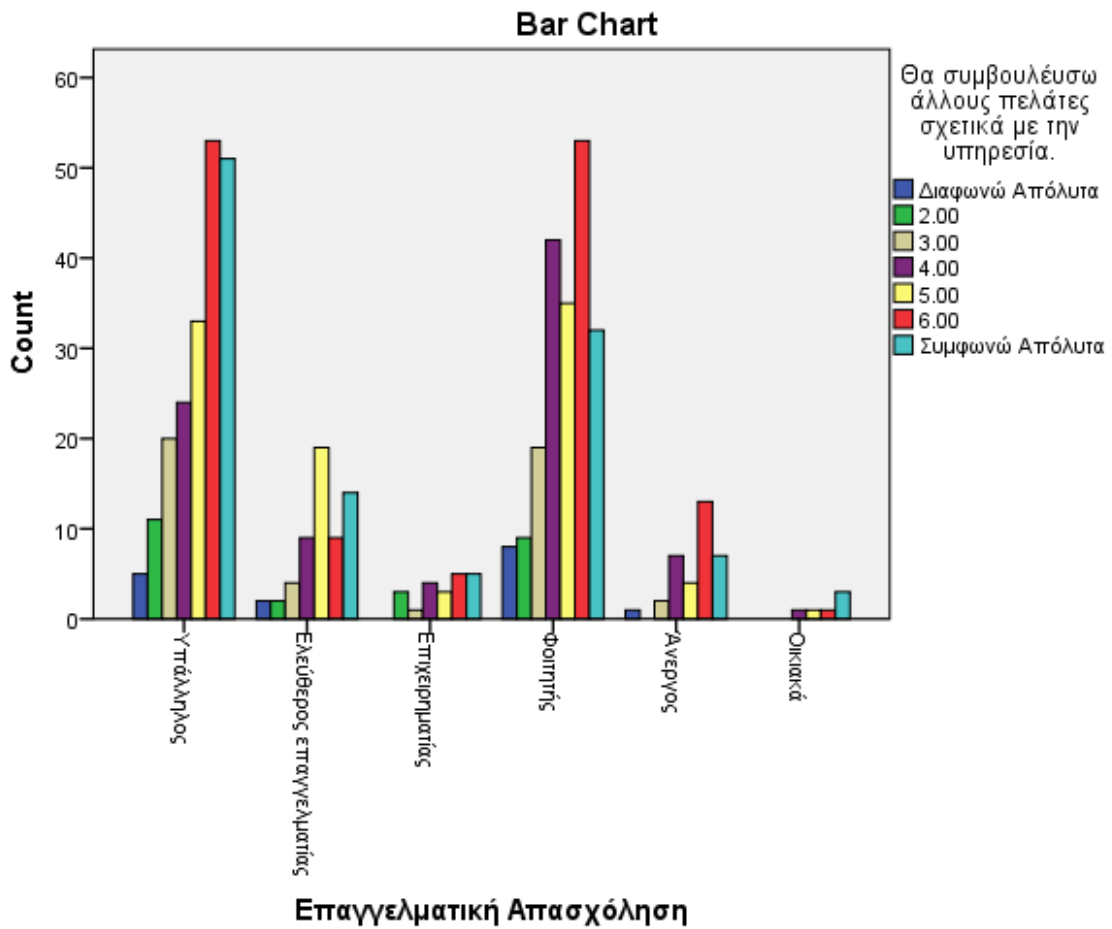
Διάγραμμα 8.2

Στο Διάγραμμα 8.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν στο να συμβουλευσουν άλλους πελάτες σχετικά με την υπηρεσία. Μόνο ένα ποσοστό των απόφοιτων δημοτικού δεν συμφωνούν πολύ.



Διάγραμμα 8.3

Στο Διάγραμμα 8.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως θα συμβουλευσουν άλλους πελάτες σχετικά με την υπηρεσία.

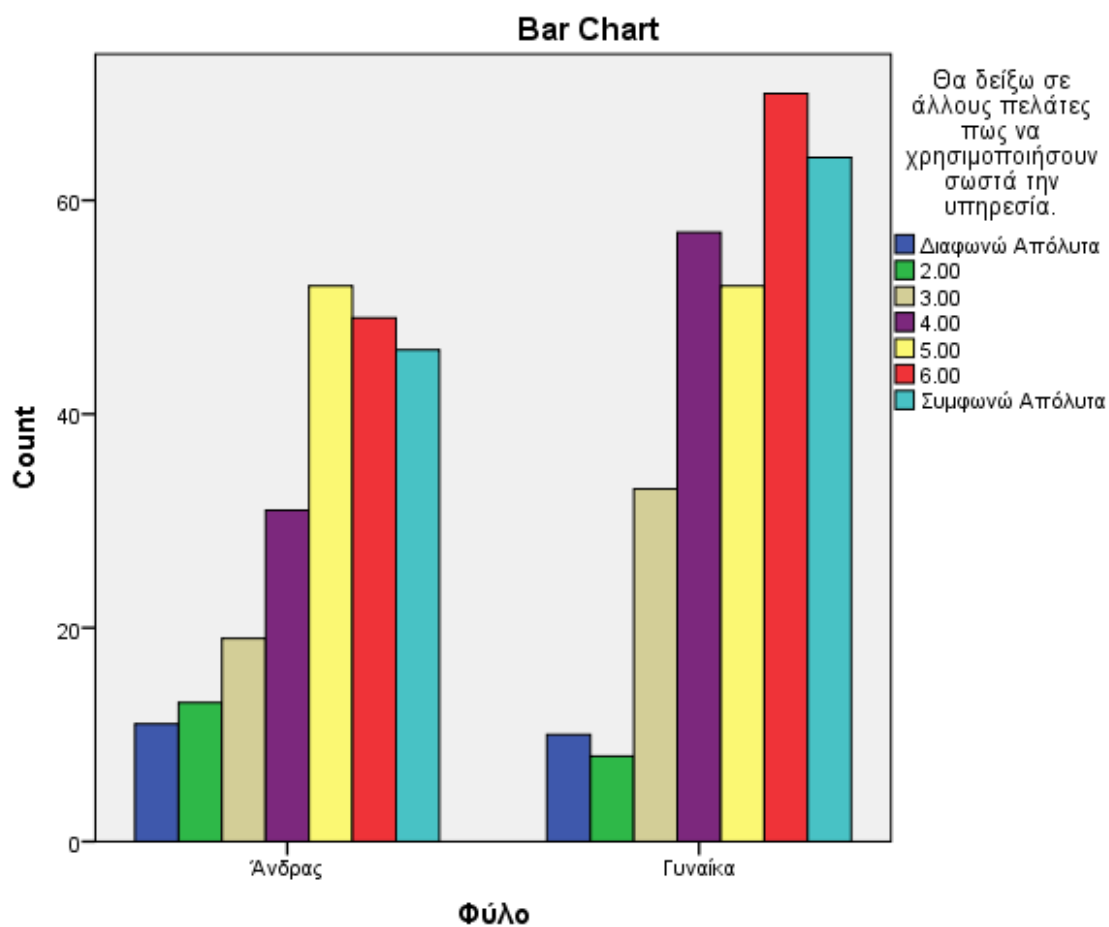


Διάγραμμα 8.4

Ερώτηση 9^η : Θα δείξω σε άλλους πελάτες πως να χρησιμοποιήσουν σωστά την υπηρεσία.

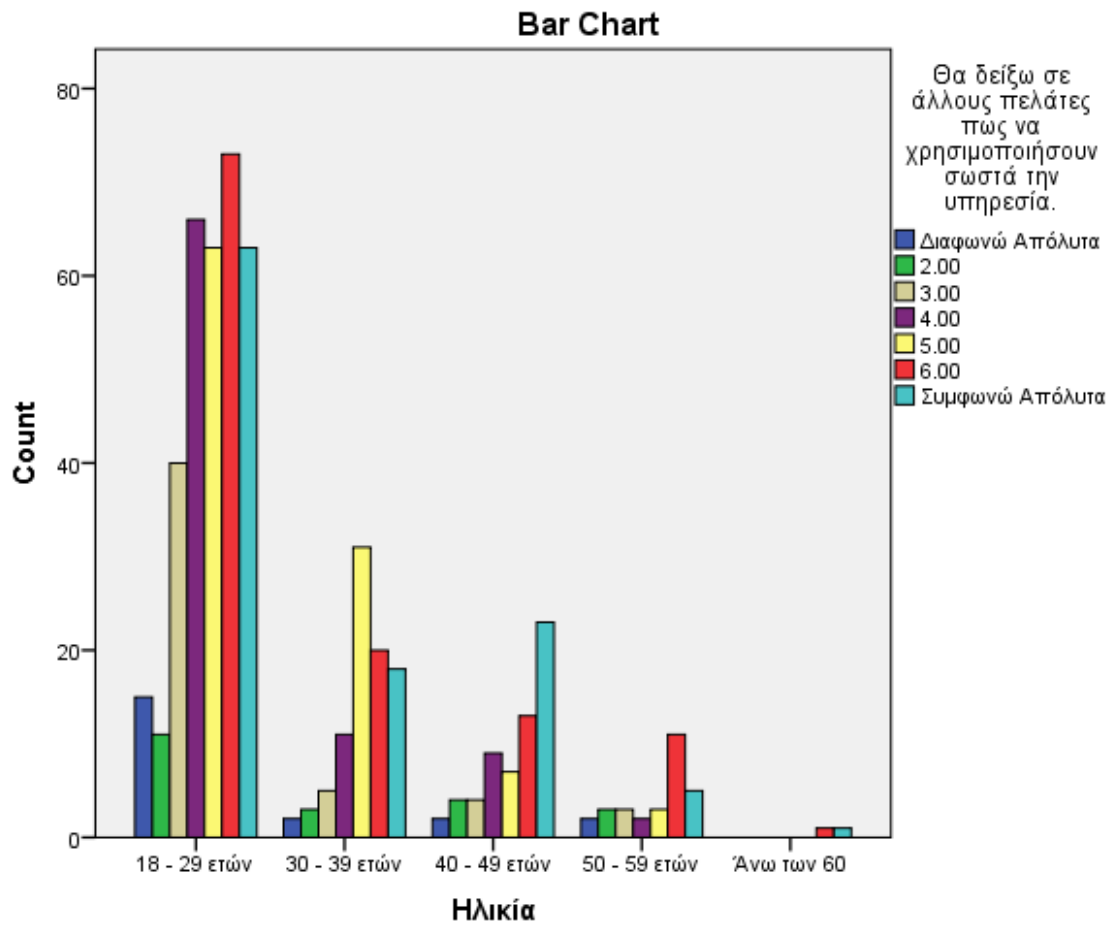
Σε αυτή την ερώτηση απάντησαν οι 515(το 98,7%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν 7 ερωτηθέντες (το 1,3%). Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 5 και οι λιγότεροι το διαφωνούσαν απόλυτα. Οι περισσότερες γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6, ενώ οι λιγότερες το νούμερο 2.

Στο Διάγραμμα 9.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



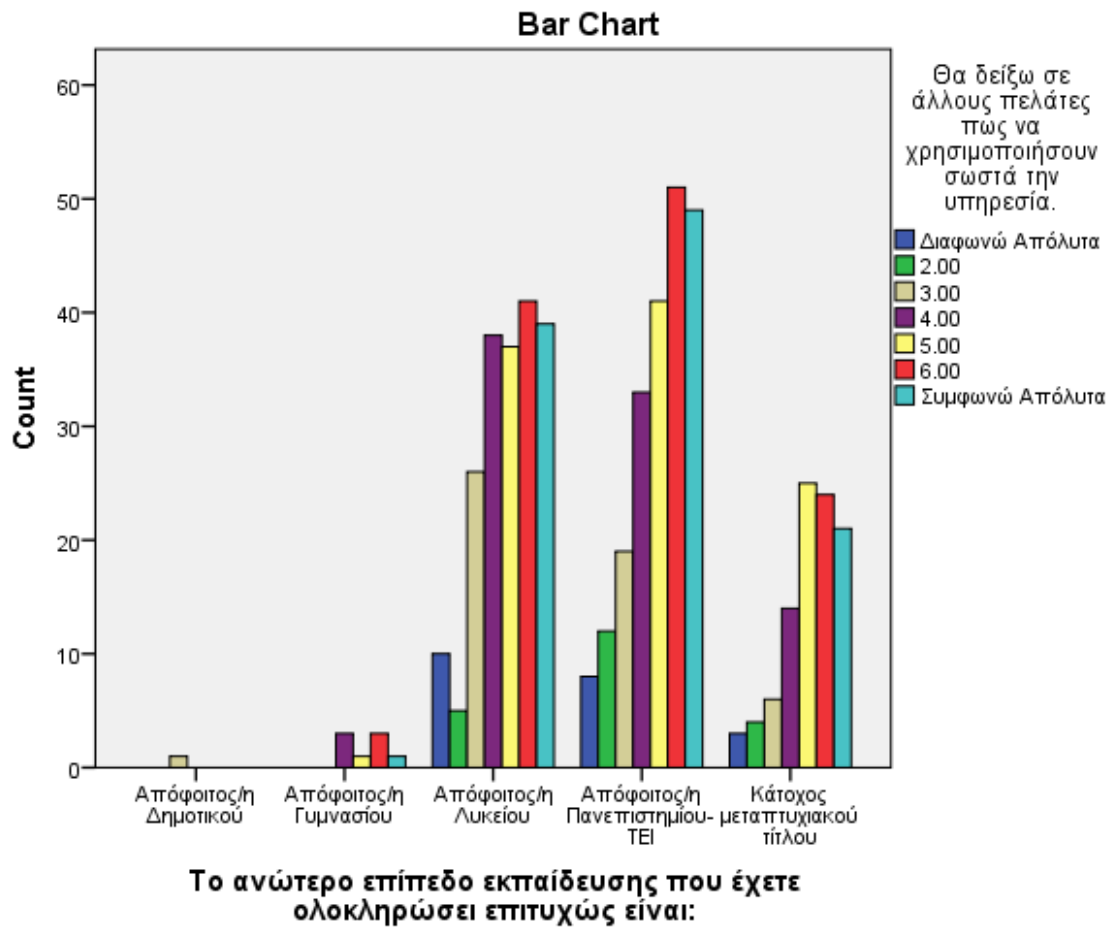
Διάγραμμα 9.1

Στο Διάγραμμα 9.2 αναφέρεται πως η ηλικιακή ομάδα 18-29 καθώς και οι ηλικίες από 40 έως και άνω των 60 θα έδειχνε με προθυμία σε άλλους πελάτες πως να χρησιμοποιούν σωστά την υπηρεσία.



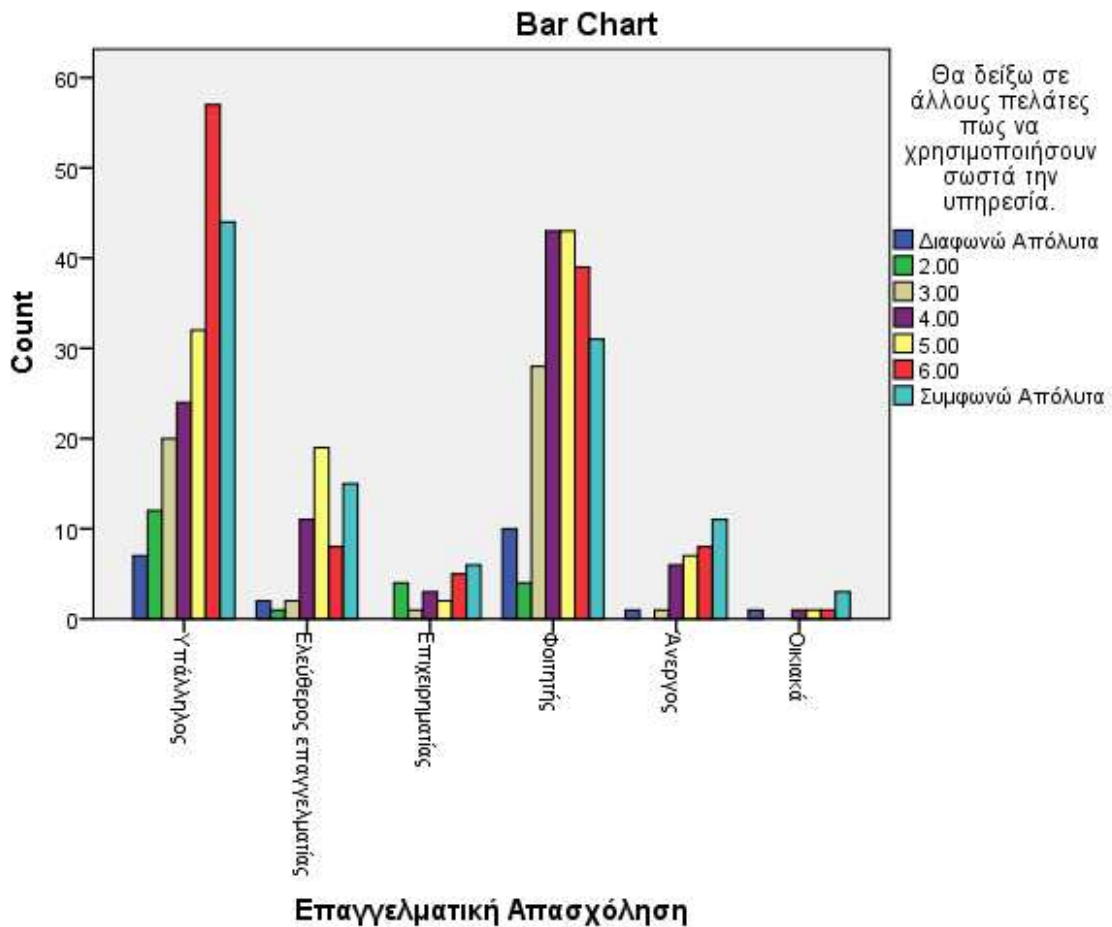
Διάγραμμα 9.2

Στο Διάγραμμα 9.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως θα δείξουν σε άλλους πελάτες πως να χρησιμοποιήσουν σωστά την υπηρεσία. Μόνο ένα ποσοστό των απόφοιτων δημοτικού δεν συμφωνούν πολύ.



Διάγραμμα 9.3

Στο Διάγραμμα 9.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως θα δείξουν σε άλλους πελάτες πως να χρησιμοποιήσουν σωστά την υπηρεσία.

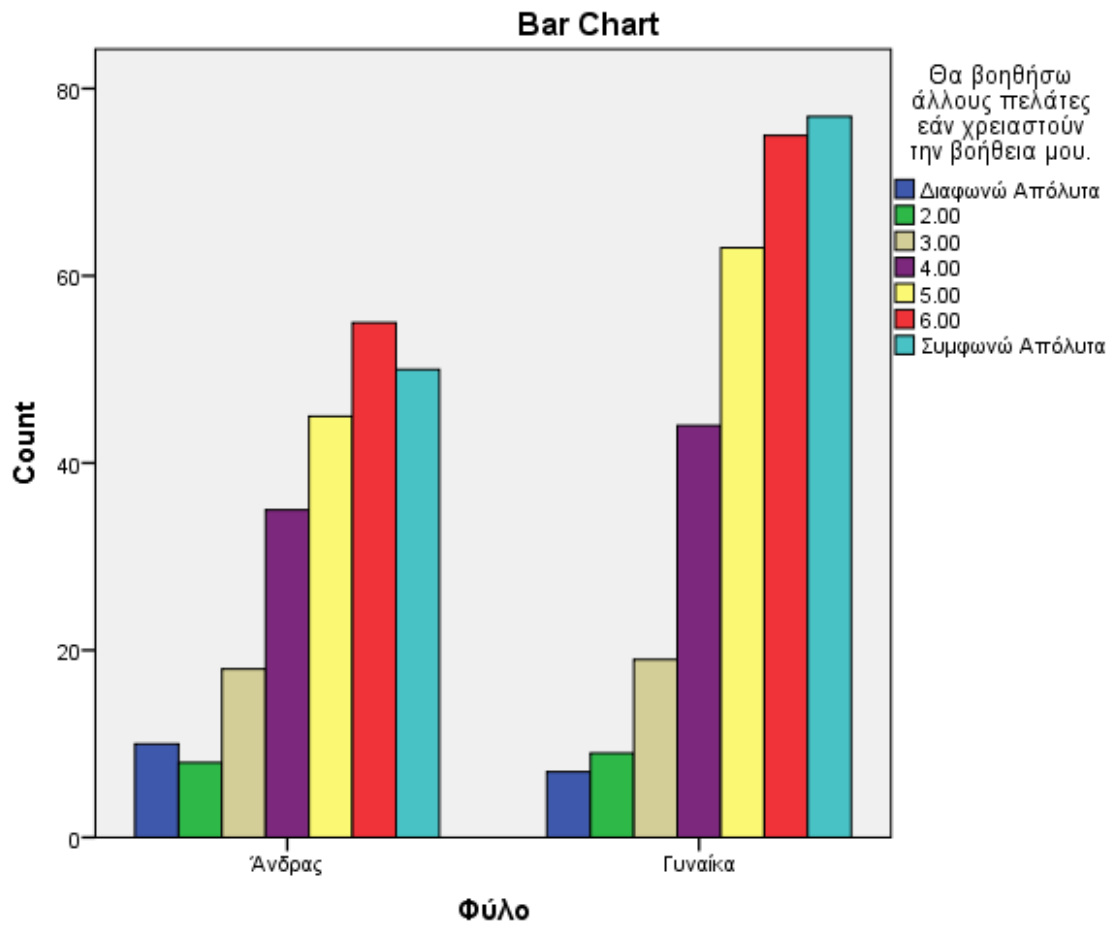


Διάγραμμα 9.4

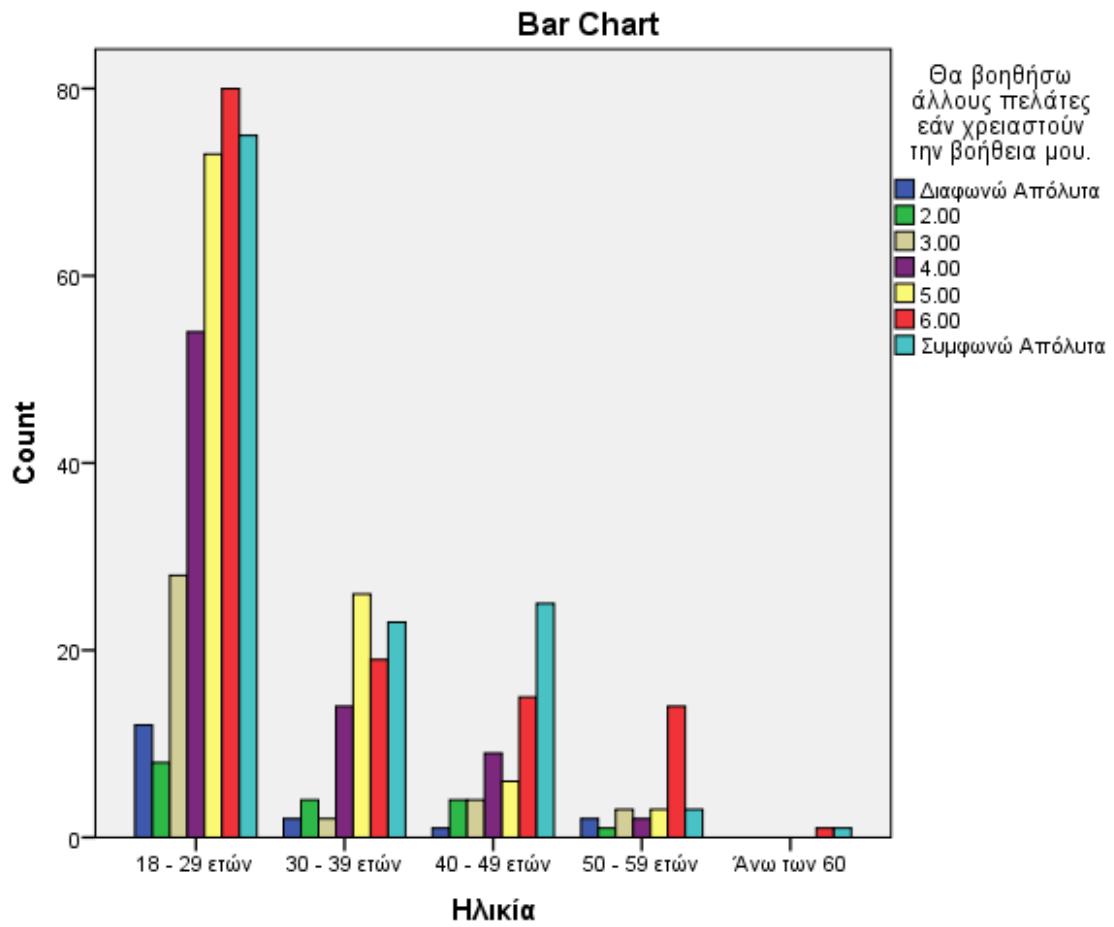
Ερώτηση 10^η : Θα βοηθήσω τους άλλους πελάτες εάν δω χρειαστούν την βοήθειά μου.

Στην ερώτηση 10, απάντησαν οι 515 (το 98,7%) των ερωτηθέντων, ενώ το missing value ήταν 7 (το 1,3%) ερωτηθέντες. Από αυτούς οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 και οι λιγότεροι το νούμερο 2. Οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα ενώ οι λιγότερες διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 10 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.

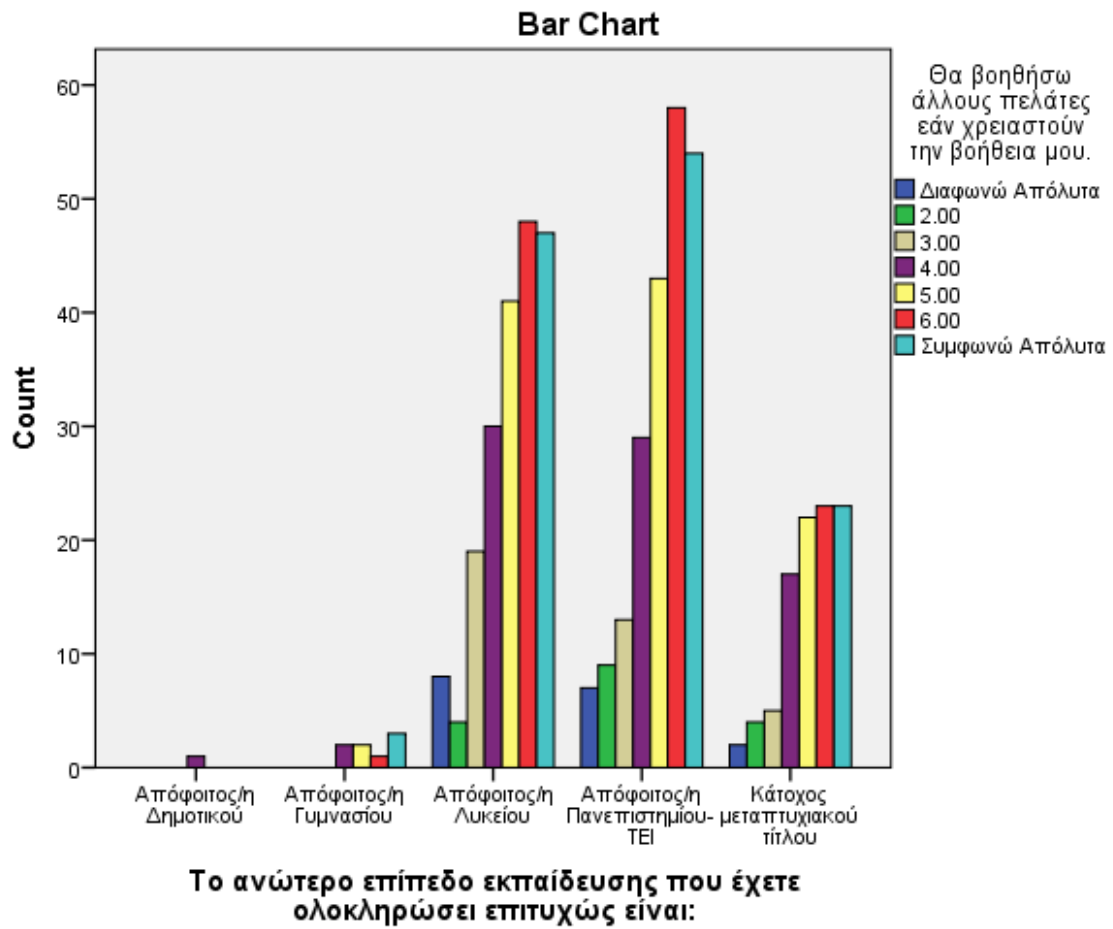


Στο Διάγραμμα 10.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακή ομάδα 40-49 και η ηλικία άνω των 60 θα βοηθούσε τους άλλους πελάτες αν χρειαστούν την βοήθειά τους σε μεγαλύτερο βαθμό από τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες αν κι αυτές σε πιο μικρό ποσοστό είναι πρόθυμες να βοηθήσουνε.



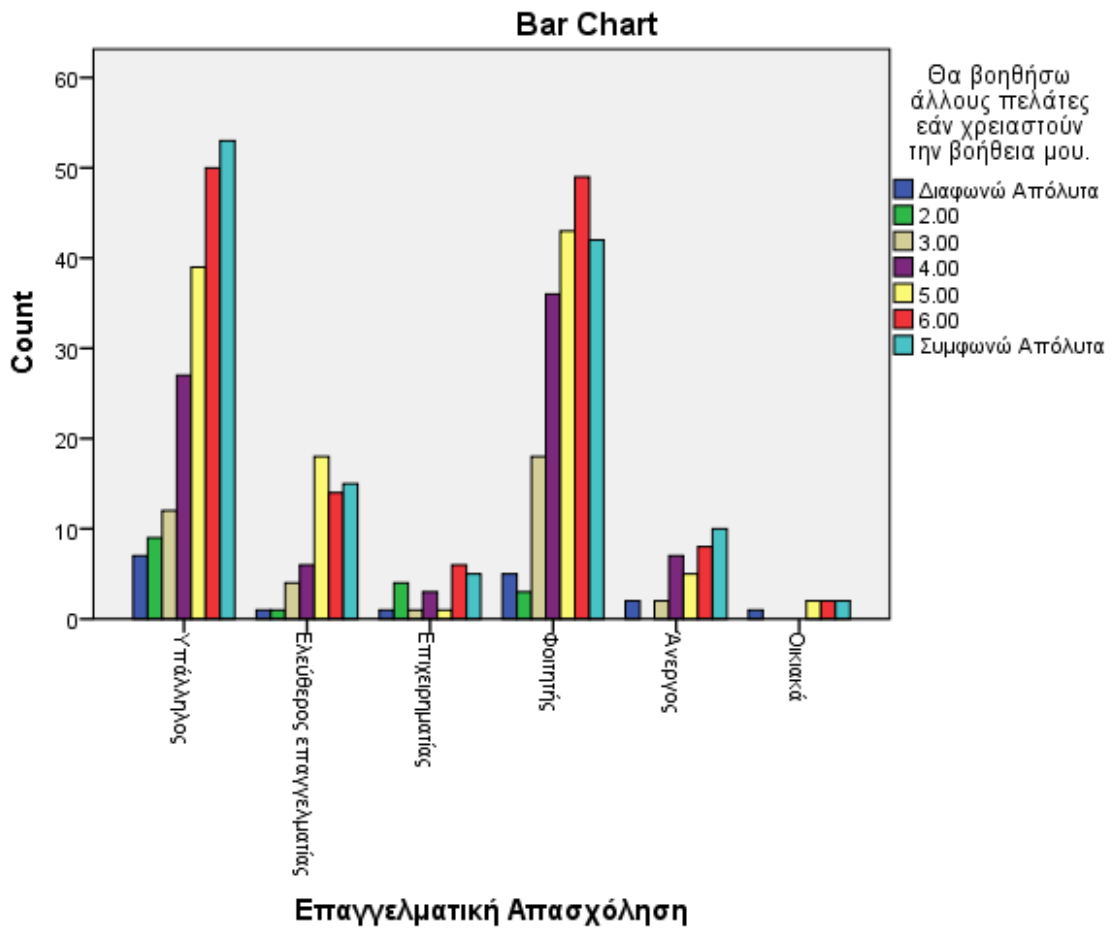
Διάγραμμα 10.2

Στο Διάγραμμα 10.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως θα βοηθήσουν άλλους πελάτες εάν χρειαστούν την βοήθειά τους. Μόνο ένα ποσοστό των απόφοιτων δημοτικού έχει ουδέτερη άποψη.



Διάγραμμα 10.3

Στο Διάγραμμα 10.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως θα βοηθήσουν τους άλλους πελάτες εάν δώσουν την βοήθειά τους.

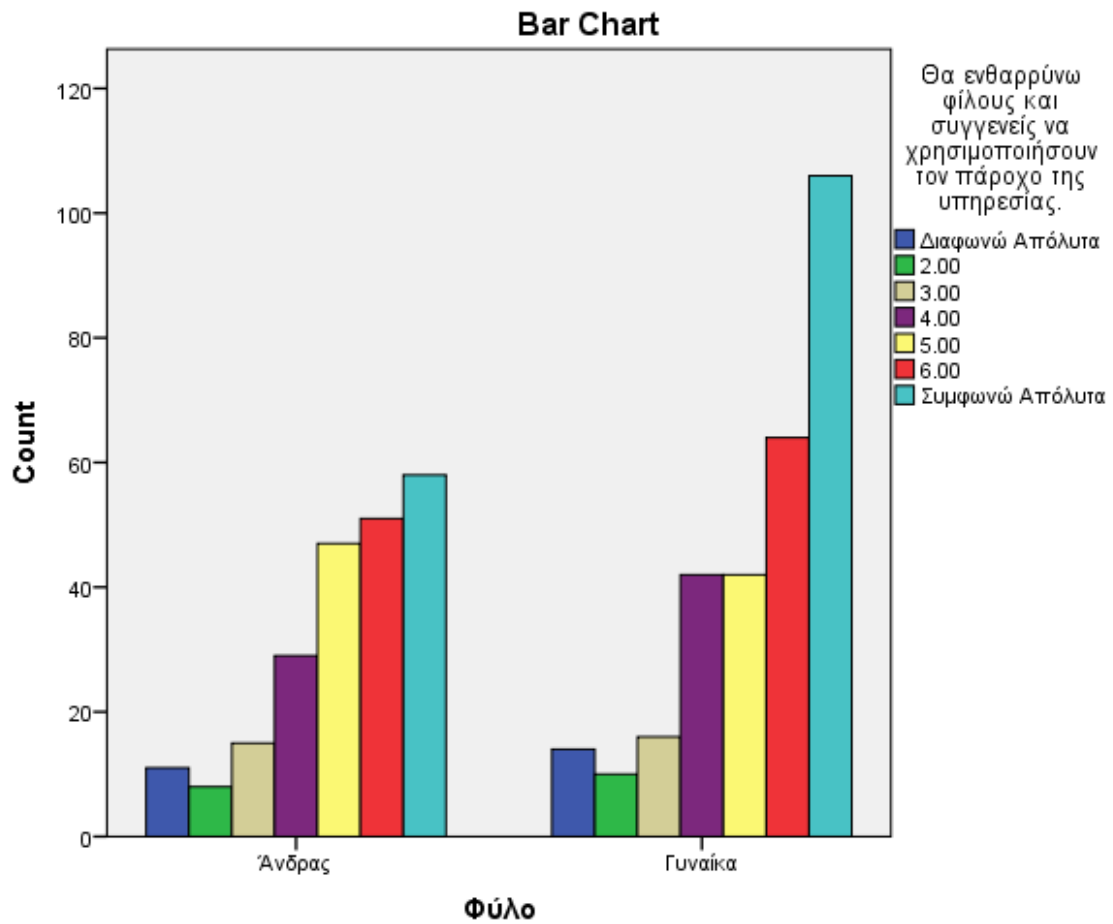


Διάγραμμα 10.4

Ερώτηση 11^η : Θα ενθαρρύνω φίλους και συγγενείς να χρησιμοποιήσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.

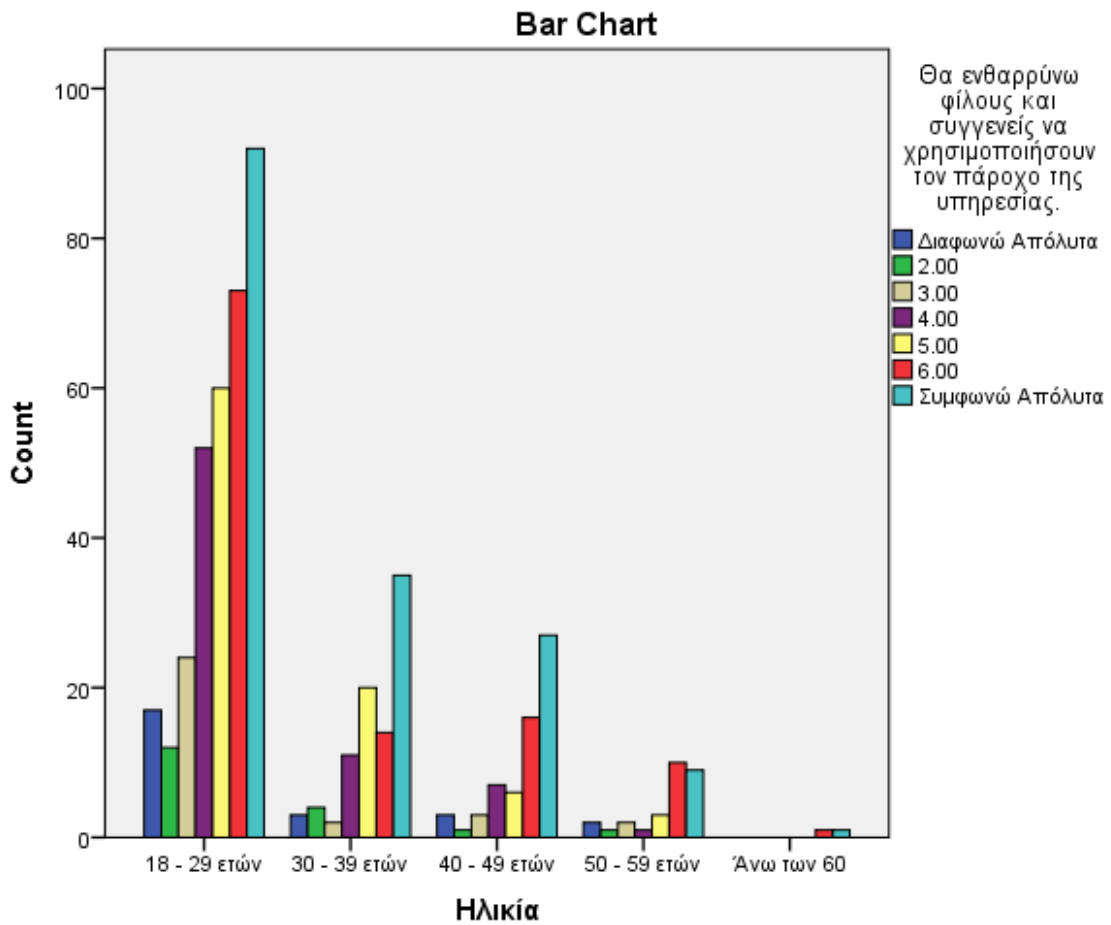
Στην ερώτηση αυτή, απάντησαν οι 513 (το 98,3%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν 9 (το 1,7%) ερωτηθέντες. Εδώ και οι περισσότεροι άνδρες αλλά και οι περισσότερες γυναίκες επέλεξαν το συμφωνώ απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και από τα δύο φύλα το επέλεξαν το νούμερο 2.

Στο Διάγραμμα 11.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



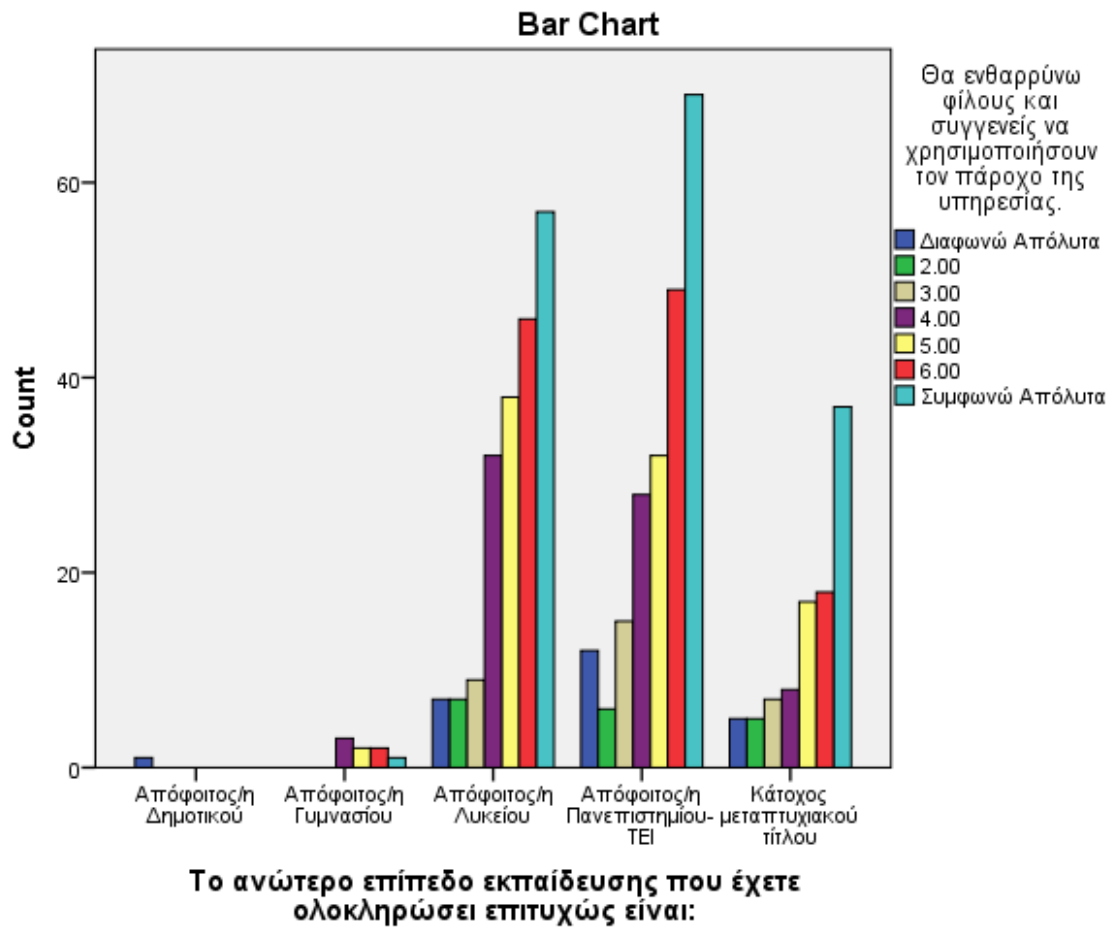
Διάγραμμα 11.1

Στο Διάγραμμα 11.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες θα ενθάρρυναν τους φίλους και τους συγγενείς να χρησιμοποιήσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.



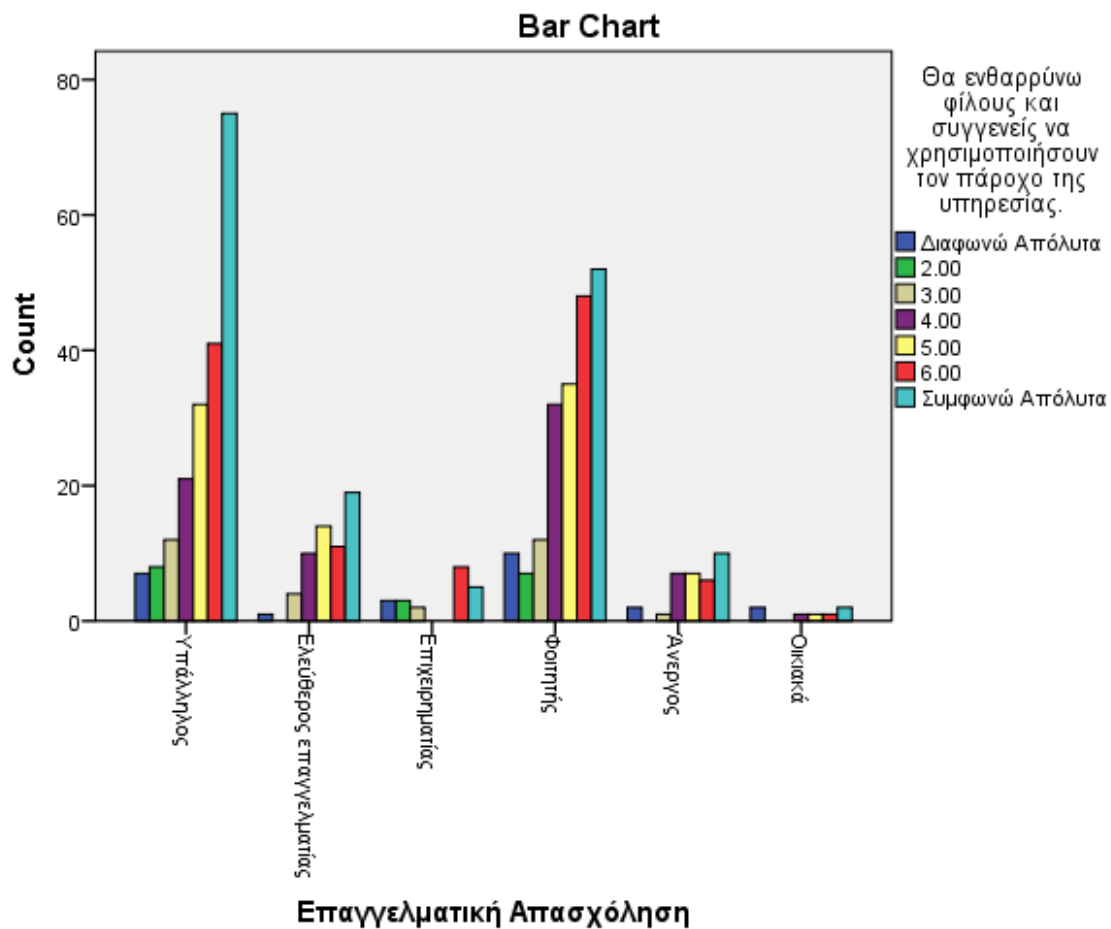
Διάγραμμα 11.2

Στο Διάγραμμα 11.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του λυκείου, του πανεπιστημίου και οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν απόλυτα πως θα ενθαρρύνουν φίλους και συγγενείς να χρησιμοποιήσουν τον πάροχο της υπηρεσίας. Οι απόφοιτοι γυμνασίου έχουν ουδέτεροι άποψη, ενώ οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν απόλυτα.



Διάγραμμα 11.3

Στο Διάγραμμα 11.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως θα ενθαρρύνουν φίλους και συγγενείς να χρησιμοποιήσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.

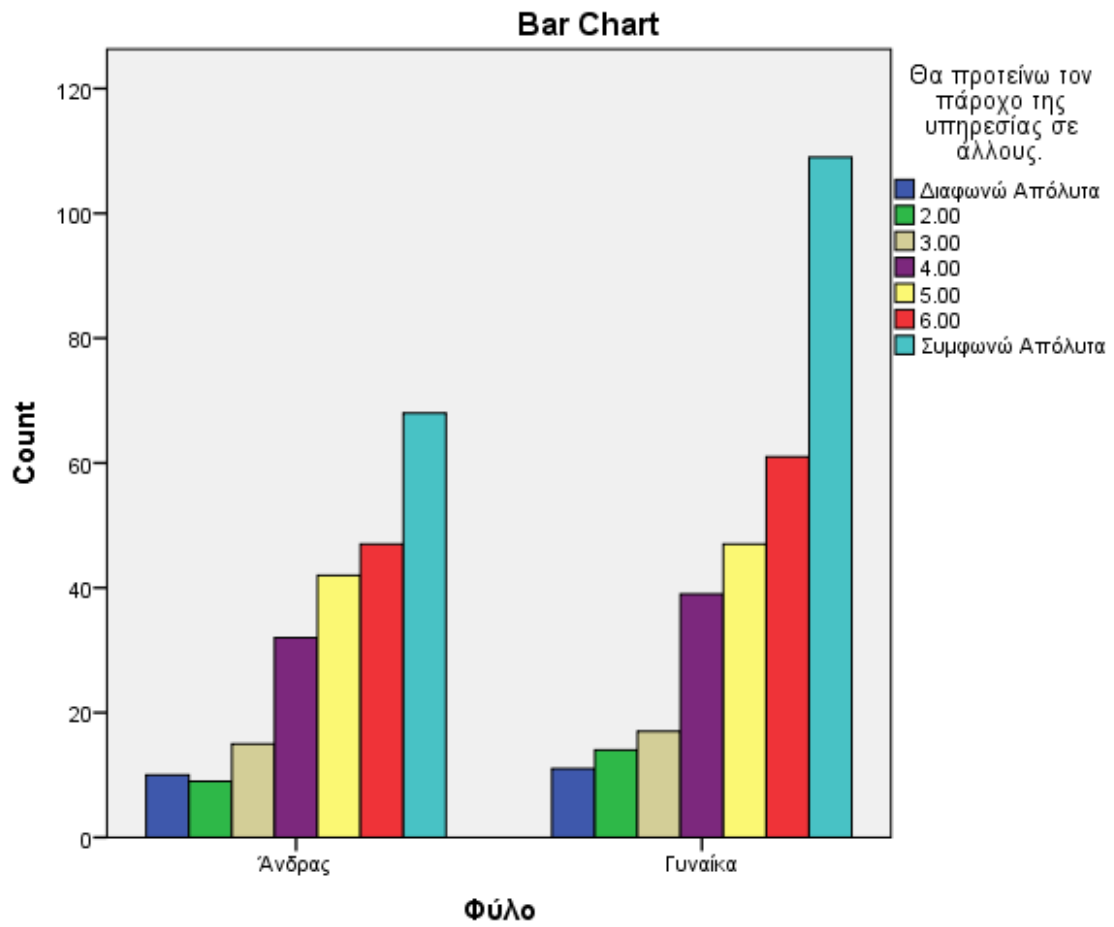


Διάγραμμα 11.4

Ερώτηση 12^η : Θα προτείνω τον πάροχο την υπηρεσίας σε άλλους.

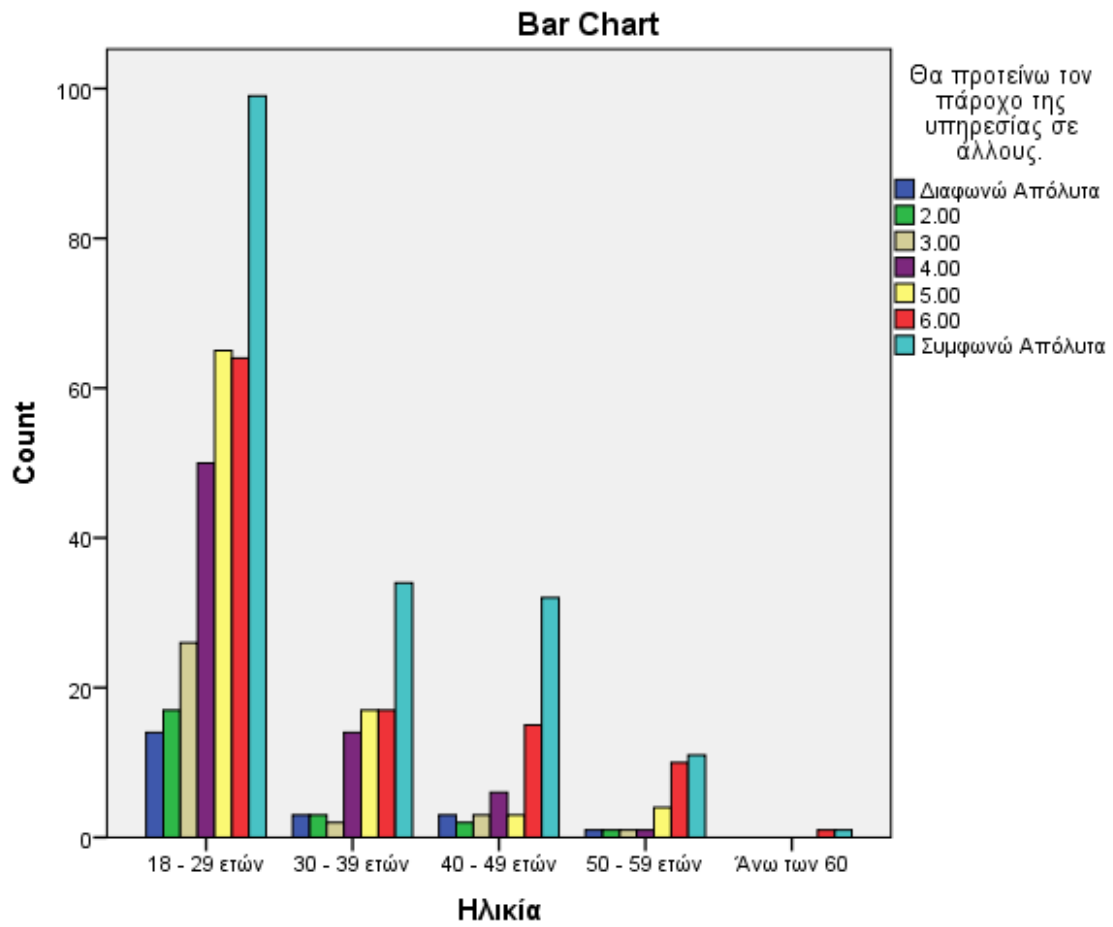
Σε αυτήν την ερώτηση, απάντησαν οι 521 ερωτηθέντες (το 99,8%), ενώ το missing value ήταν 1 (το 0,1%) από τους ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ οι λιγότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 2 και οι λιγότερες γυναίκες διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 12 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



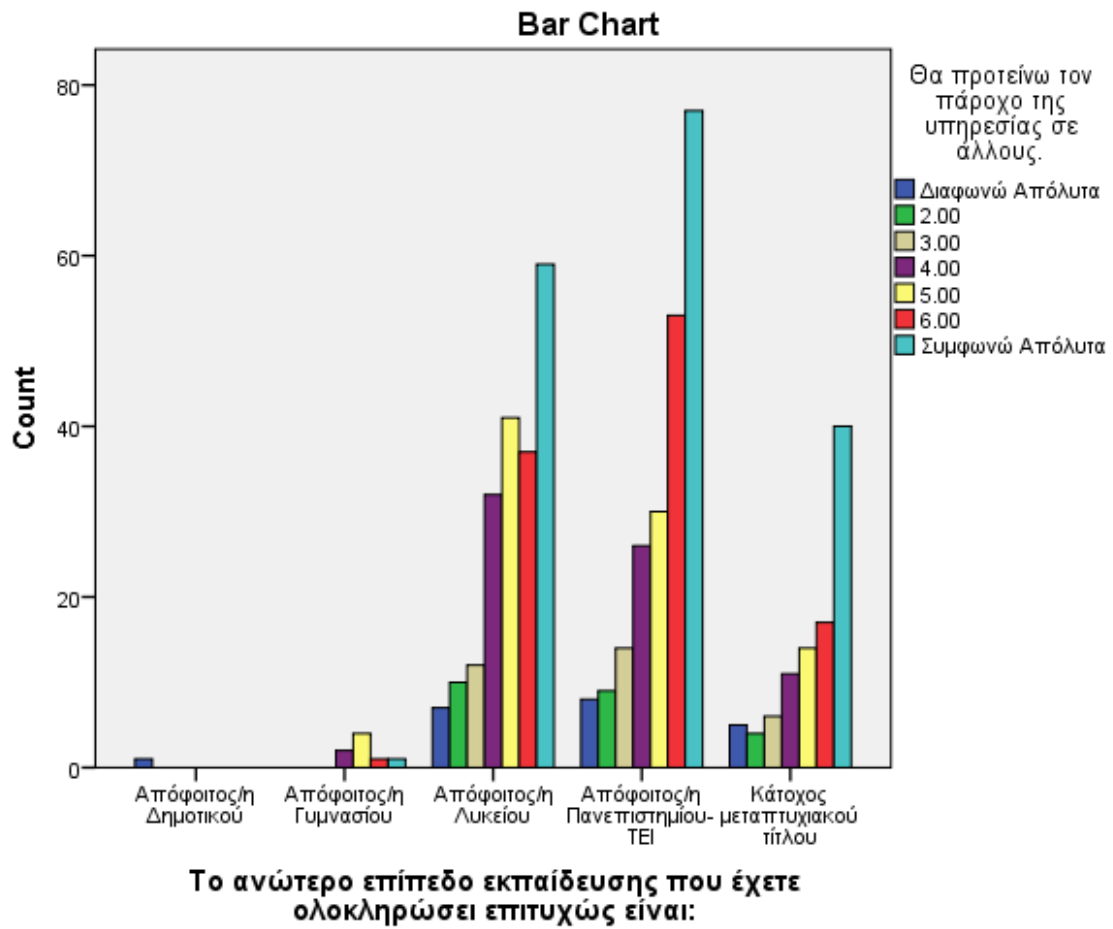
Διάγραμμα 12.1

Στο Διάγραμμα 12.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες θα πρότειναν τον πάροχο της υπηρεσίας σε άλλους.



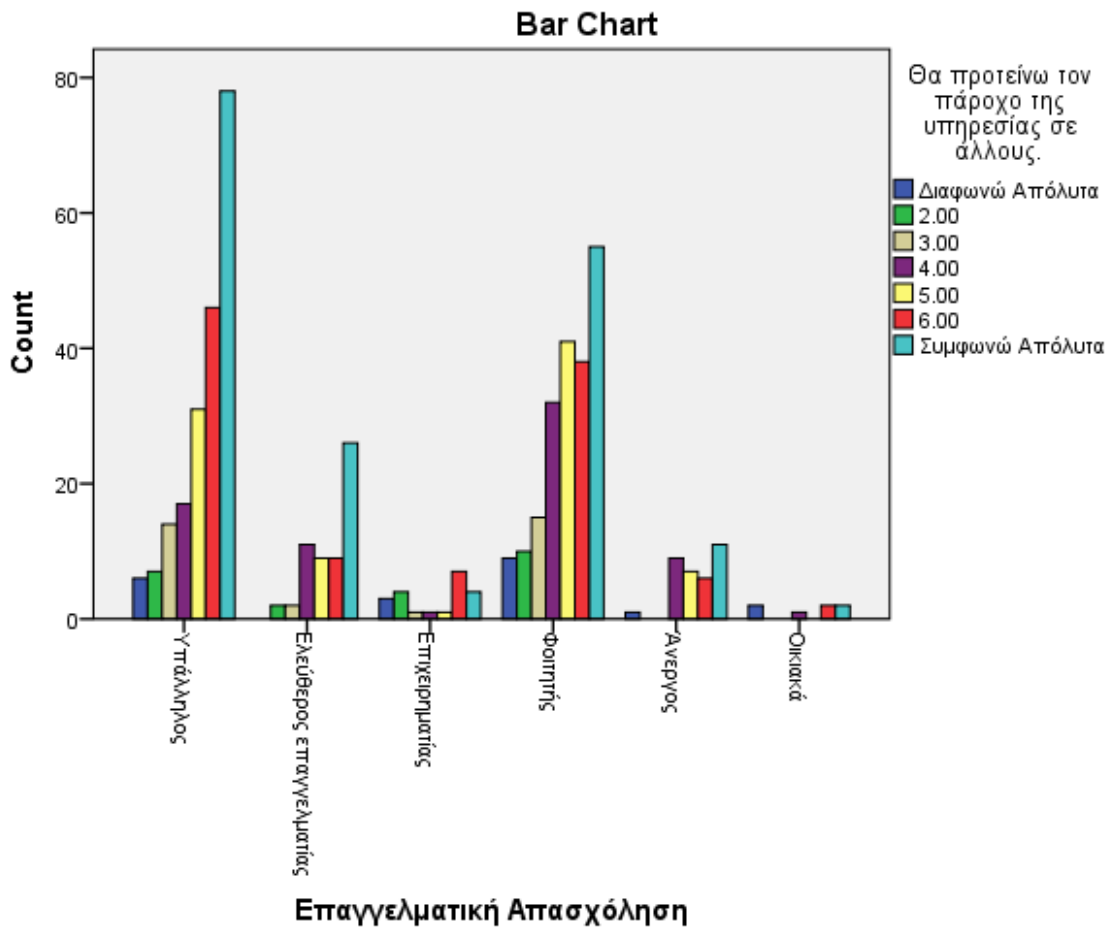
Διάγραμμα 12.2

Στο Διάγραμμα 12.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν θα προτείνουν τον πάροχο την υπηρεσίας σε άλλους. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν απόλυτα.



Διάγραμμα 12.3

Στο Διάγραμμα 12.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως θα προτείνουν τον πάροχο την υπηρεσίας σε άλλους.

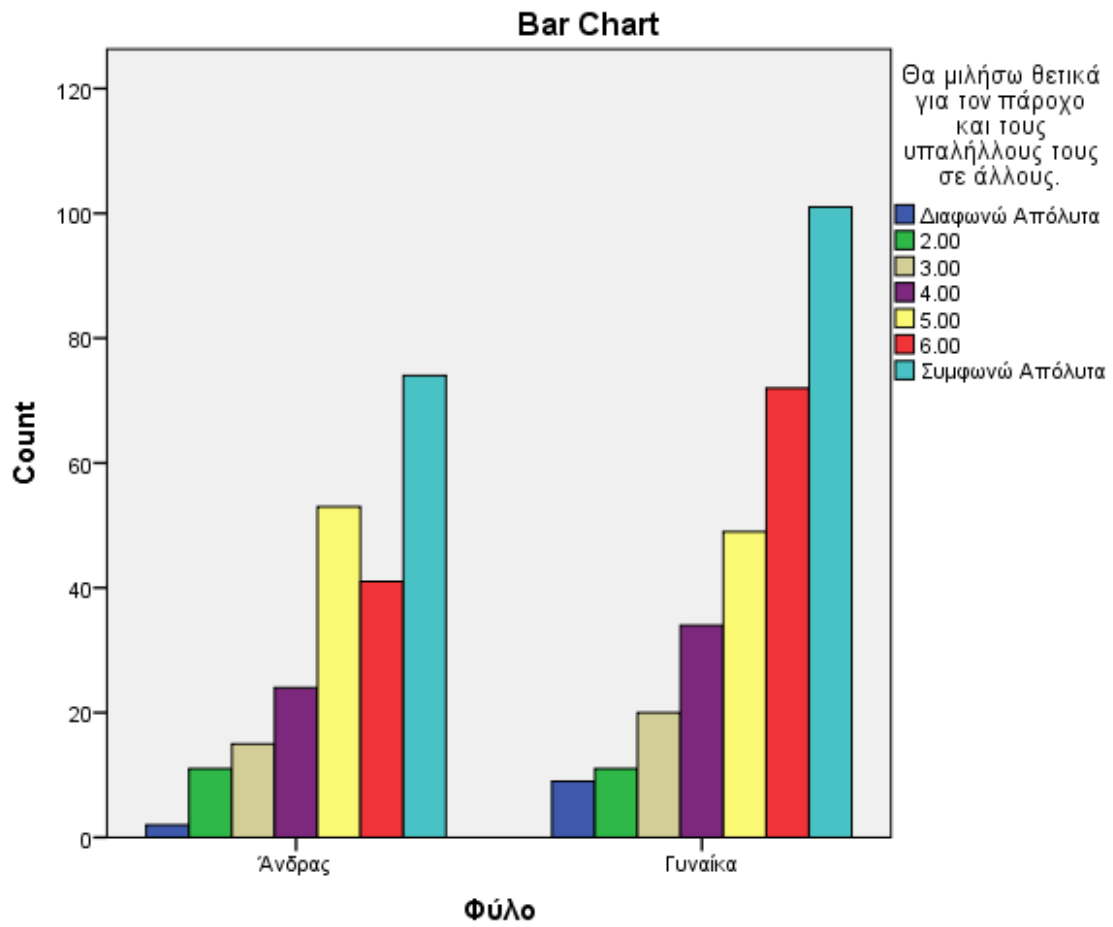


Διάγραμμα 12.4

Ερώτηση 13^η : Θα μιλήσω θετικά για τον πάροχο και τους υπαλλήλους του σε άλλους.

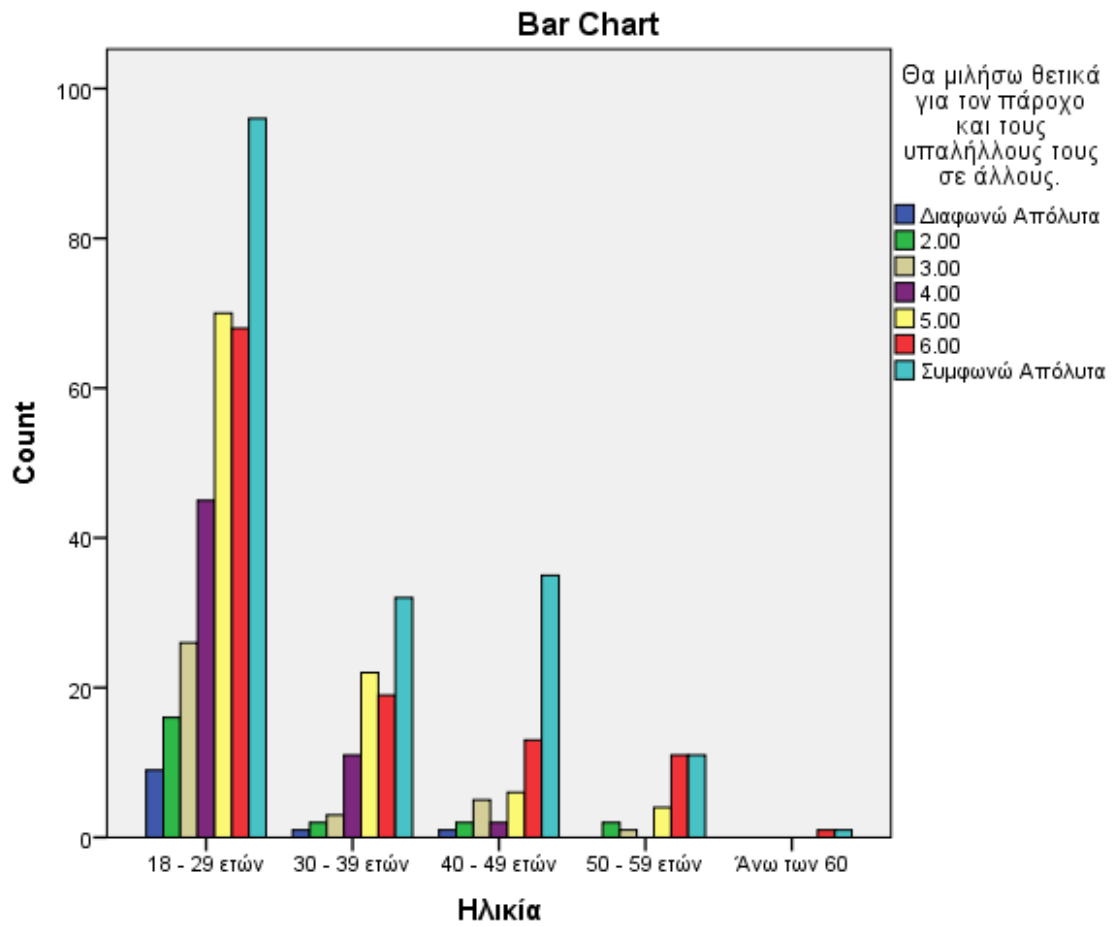
Σε αυτήν την ερώτηση, απάντησαν οι 516 (το 98,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν 6 (το 1,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες συμφωνούν απόλυτα και οι λιγότεροι άνδρες και γυναίκες διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 13.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



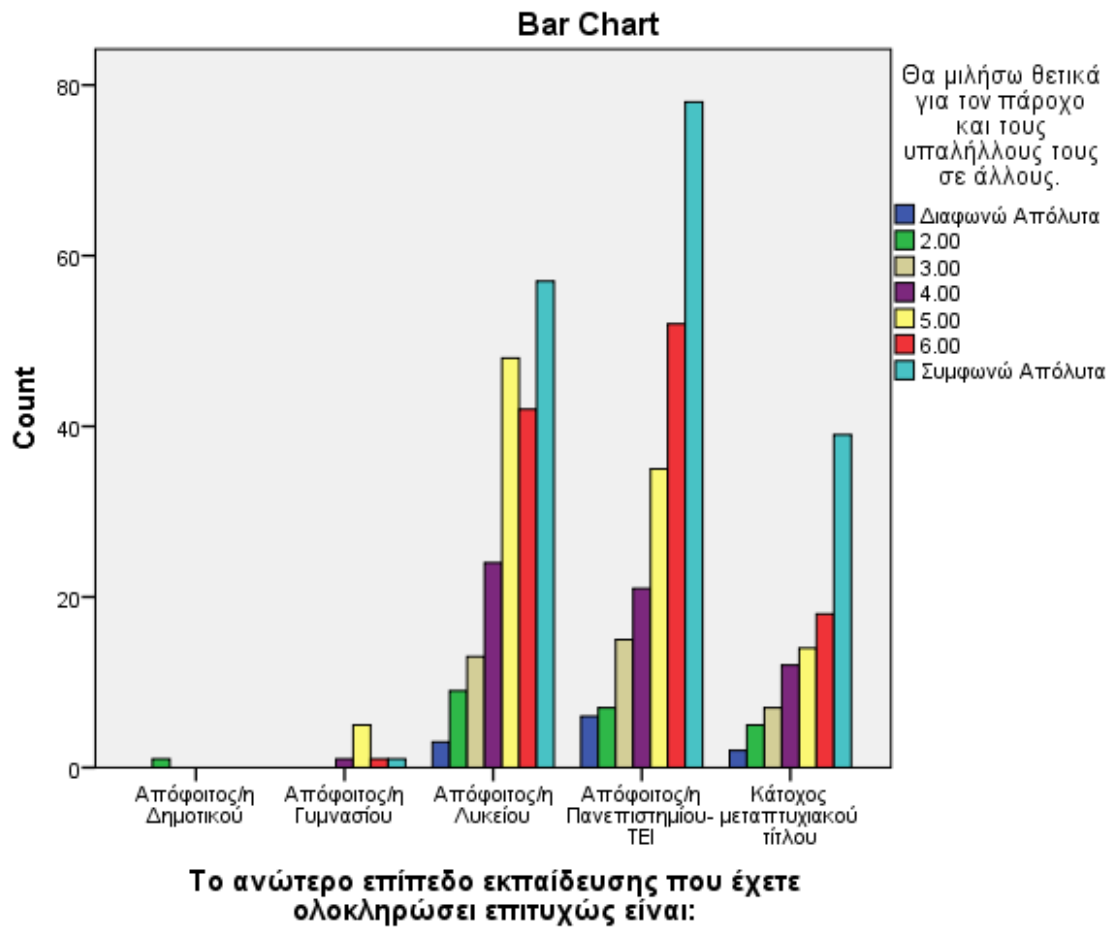
Διάγραμμα 13.1

Στο Διάγραμμα 13.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες θα μιλούσαν θετικά για τον πάροχο και τους υπαλλήλους τους σε άλλους.



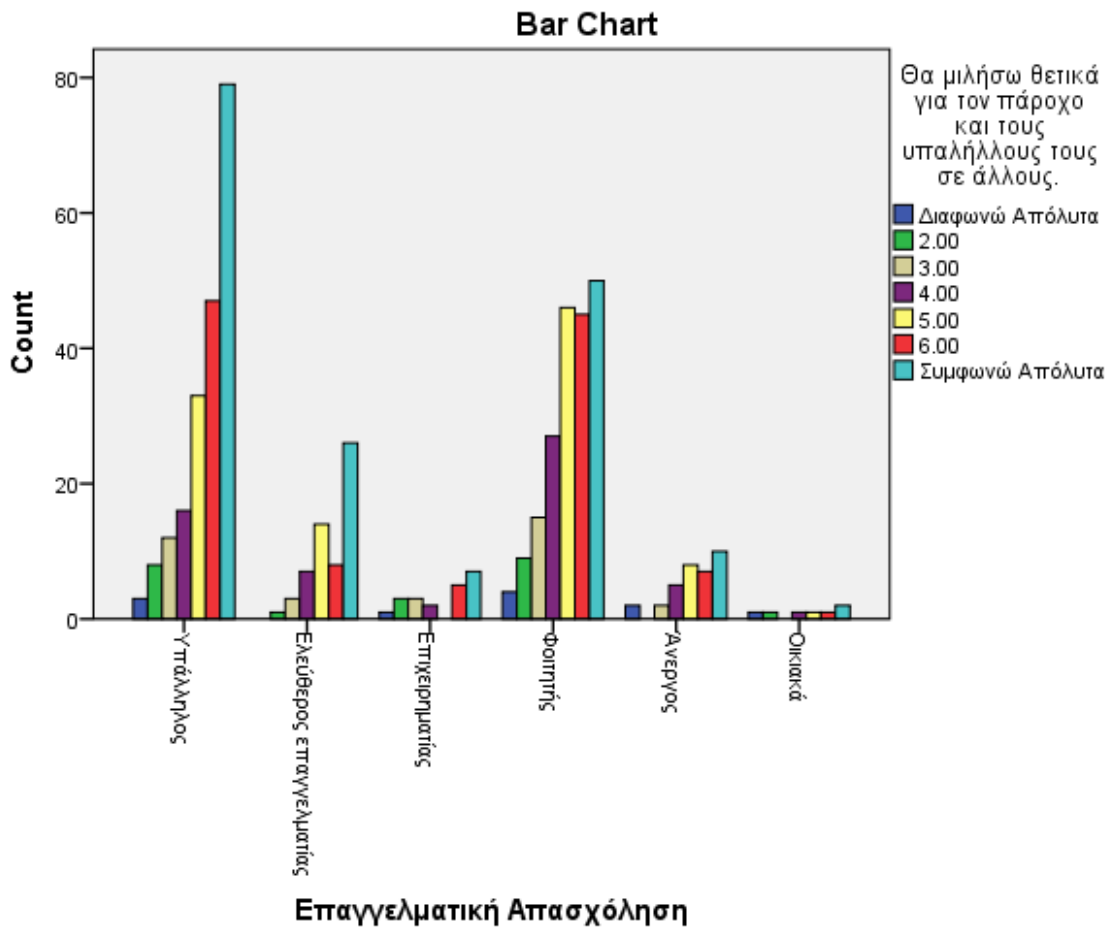
Διάγραμμα 13.2

Στο Διάγραμμα 13.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως θα μιλήσουν θετικά για τον πάροχο και τους υπαλλήλους του σε άλλους. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 13.3

Στο Διάγραμμα 13.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως θα μιλήσουν θετικά για τον πάροχο και τους υπαλλήλους του σε άλλους.

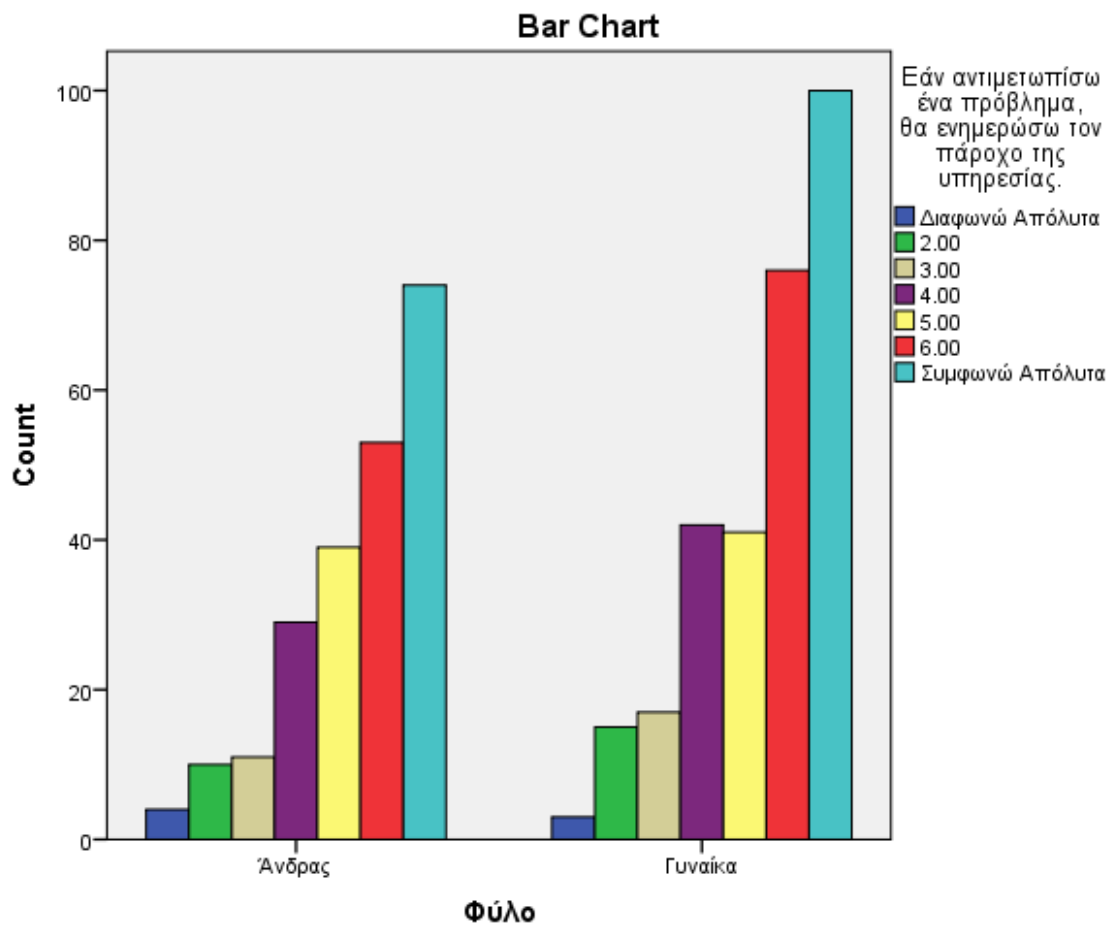


Διάγραμμα 13.4

Ερώτηση 14^η : Εάν αντιμετωπίσω ένα πρόβλημα, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.

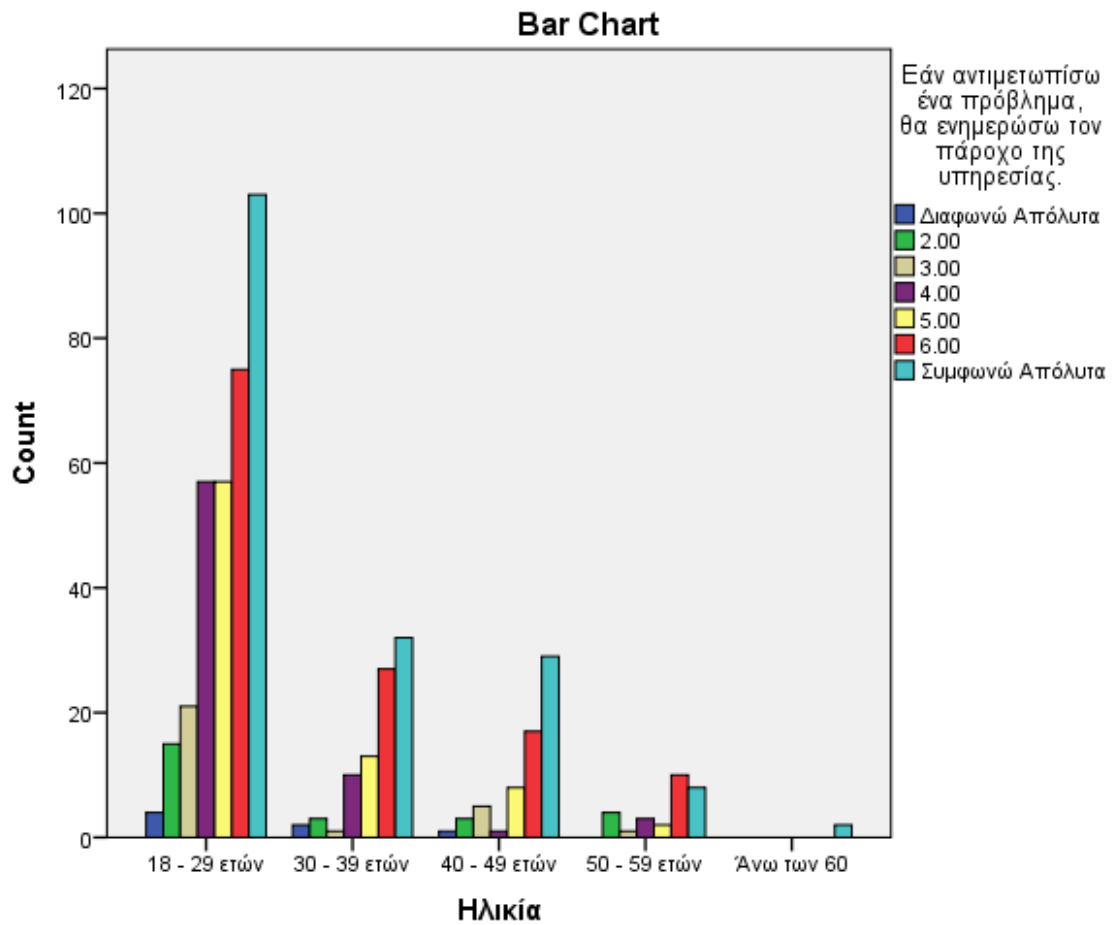
Στην ερώτηση 12, απάντησαν οι 514 (το 98,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν 8 (το 1,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι και από τα δύο φύλα συμφωνούν απόλυτα, ενώ οι λιγότεροι πάλι και από τα δύο φύλα διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 14.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



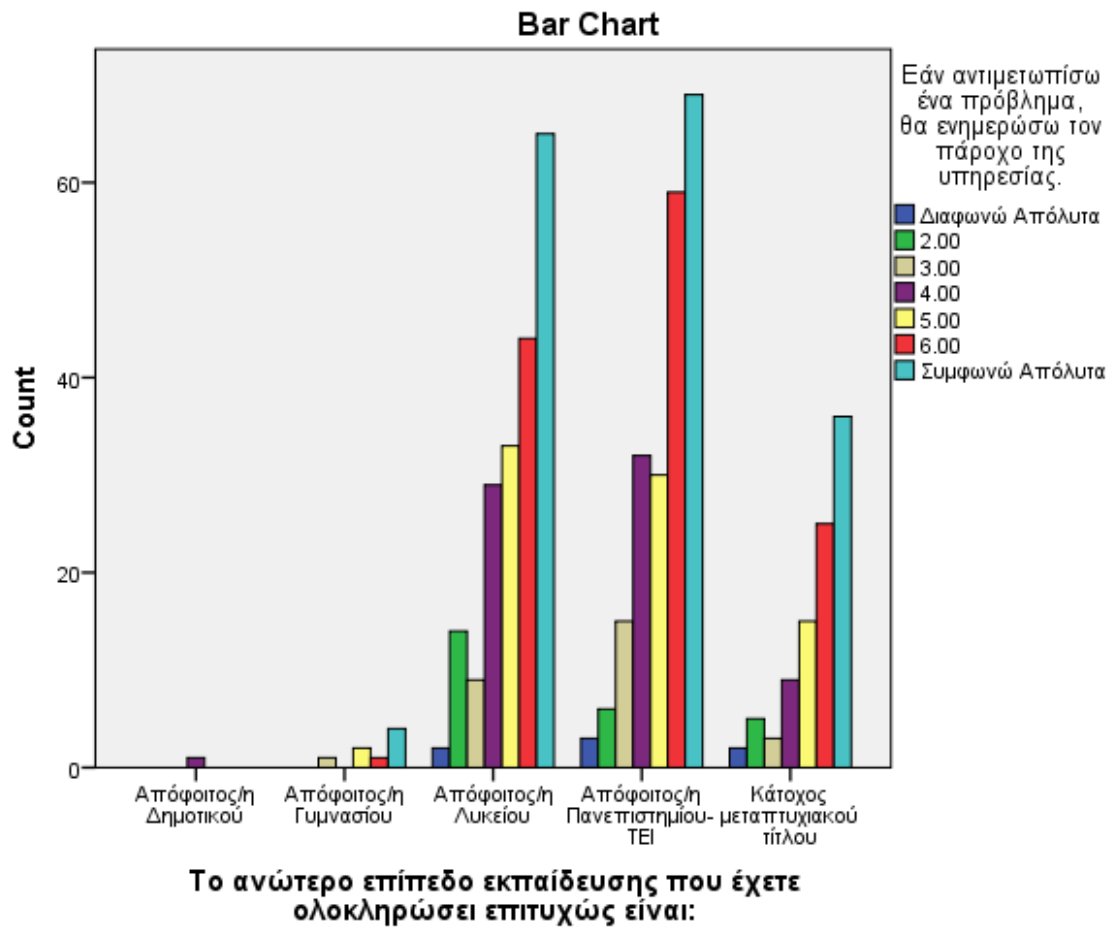
Διάγραμμα 14.1

Στο Διάγραμμα 14.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες αν αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα θα ενημέρωναν τον πάροχο της υπηρεσίας.



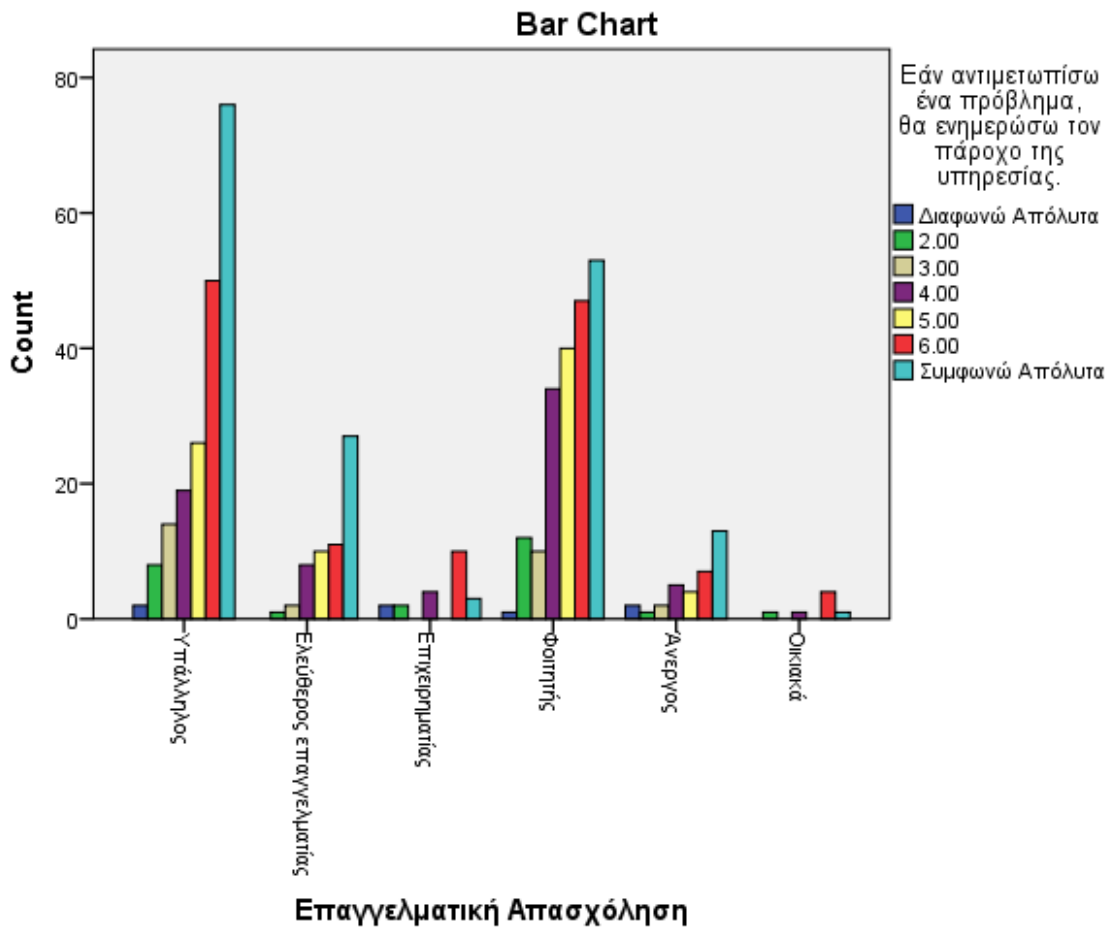
Διάγραμμα 14.2

Στο Διάγραμμα 14.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν απόλυτα πως εάν αντιμετωπίσουν ένα πρόβλημα, θα ενημερώσουν τον πάροχο της υπηρεσίας. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού έχουν μια ουδέτερη άποψη.



Διάγραμμα 14.3

Στο Διάγραμμα 14.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως εάν αντιμετωπίσουν ένα πρόβλημα, θα ενημερώσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.

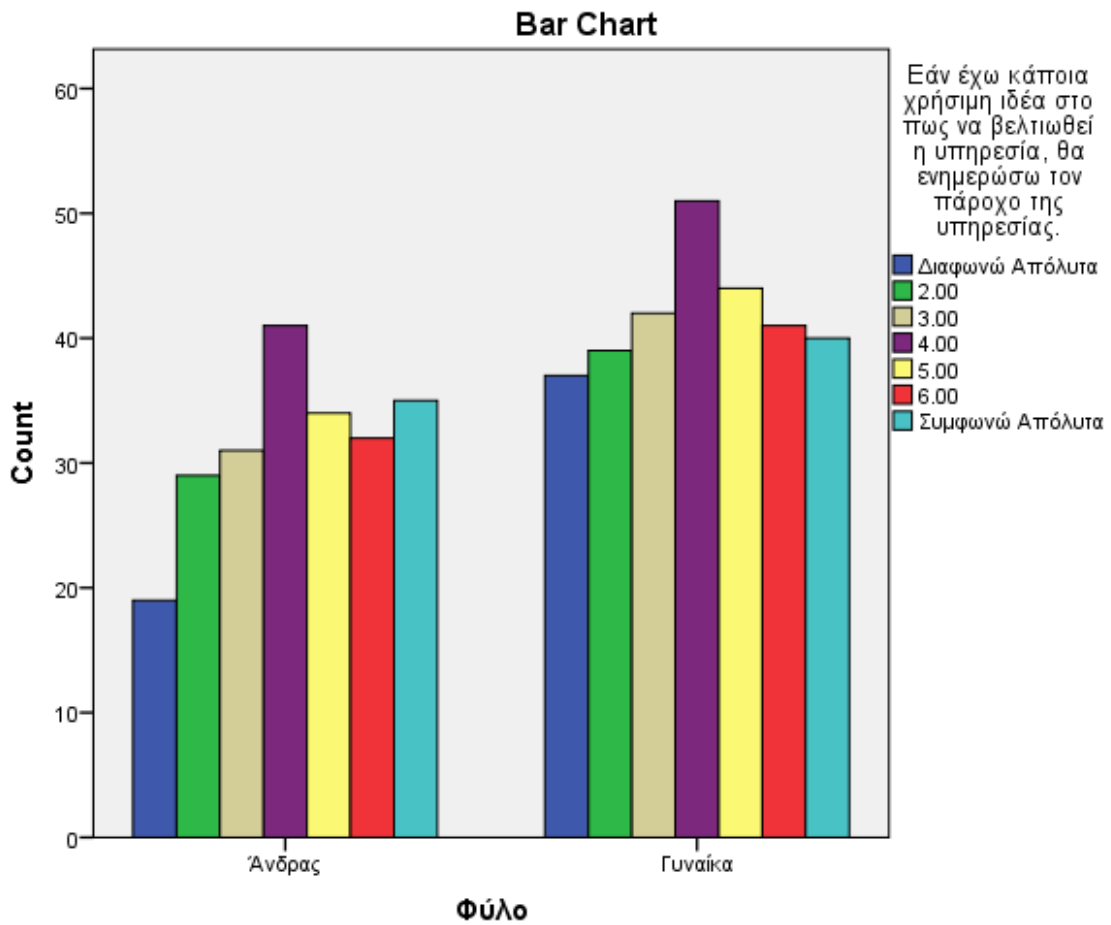


Διάγραμμα 14.4

Ερώτηση 15^η : Εάν έχω κάποια χρήσιμη ιδέα στο πως να βελτιωθεί η υπηρεσία, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.

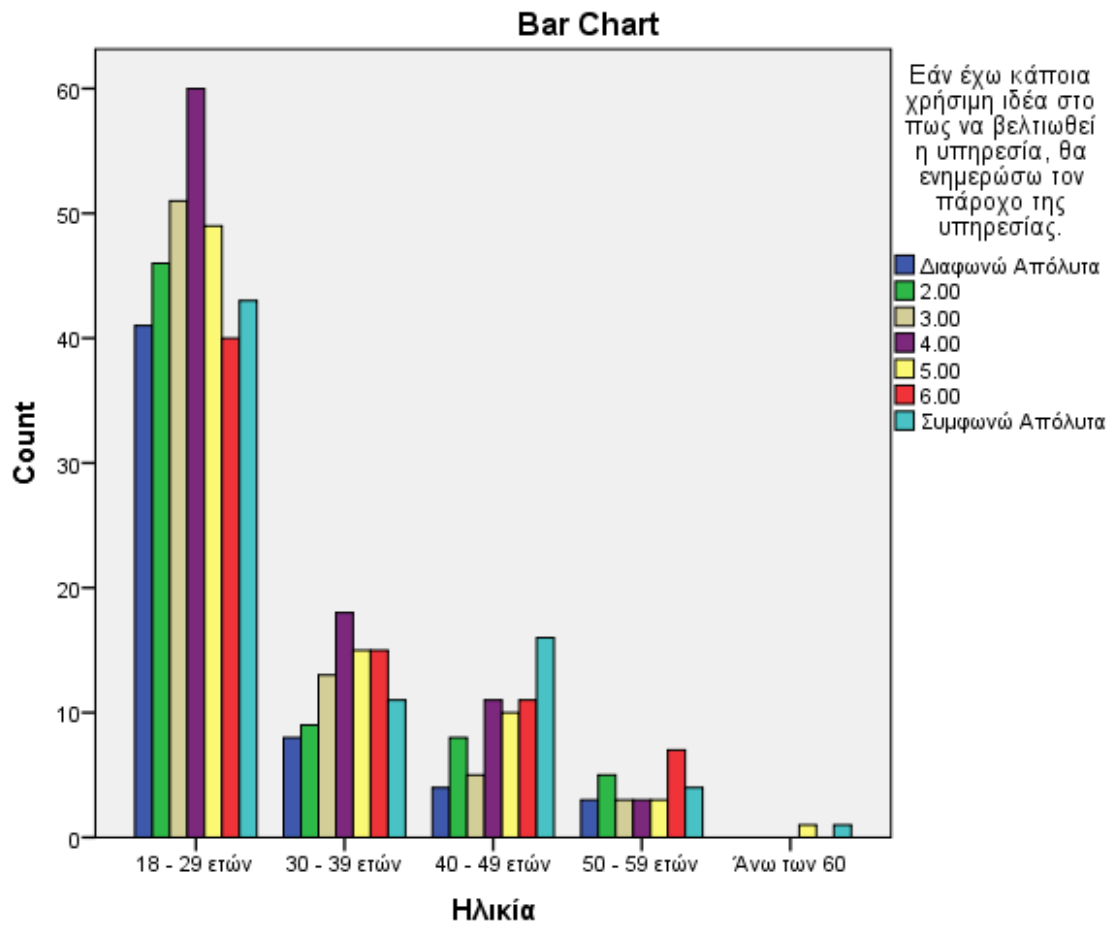
Σε αυτήν τη ερώτηση, απάντησαν οι 515 (το 98,7%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν 7 (το 1,3%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4, ενώ ο το μικρότερο ποσοστό και από τα δύο φύλα επέλεξε το διαφωνώ απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 15.1 φαίνεται η γραφική απεικόνιση των αποτελεσμάτων.



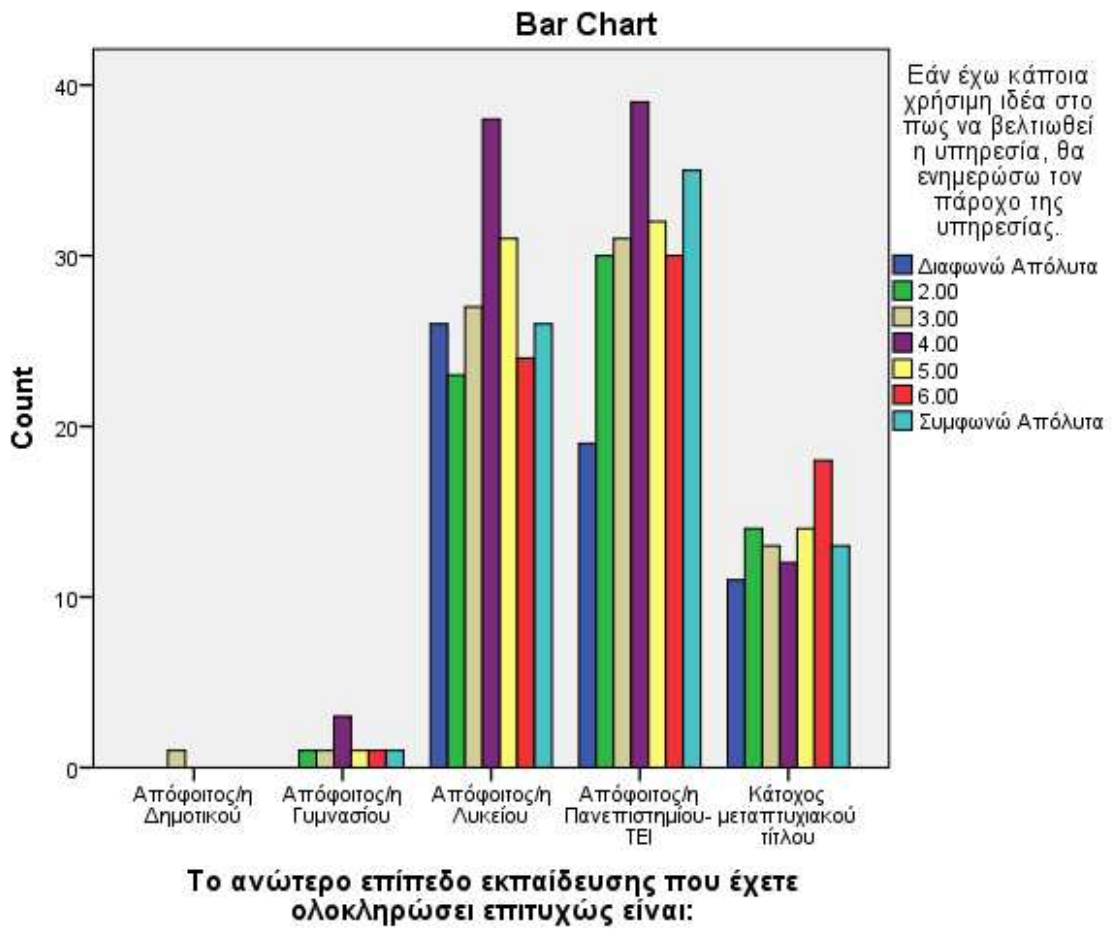
Διάγραμμα 15.1

Στο Διάγραμμα 15.2 αναφέρεται πως η ηλικιακή ομάδα 40-49 και η ηλικίες άνω των 60 αν είχαν κάποια χρήσιμη ιδέα στο πως να βελτιωθεί η υπηρεσία, θα ενημέρωναν τον πάροχο της υπηρεσίας. Οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες δεν απάντησαν με προθυμία 100%.



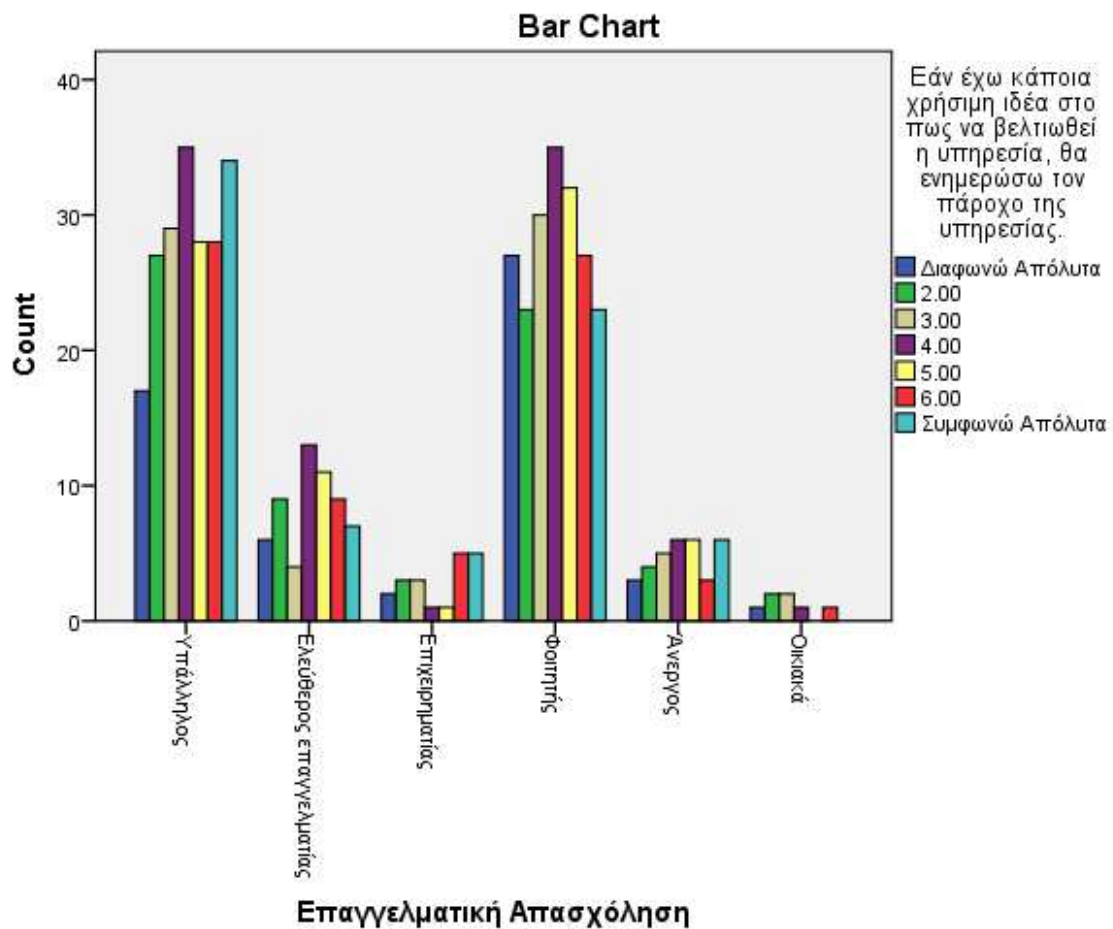
Διάγραμμα 15.2

Στο Διάγραμμα 15.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του γυμνασίου, του λυκείου και του πανεπιστημίου-ΤΕΙ έχουν μια ουδέτερη άποψη στο εάν έχουν κάποια χρήσιμη ιδέα στο πως να βελτιωθεί η υπηρεσία, αν θα ενημερώσουν τον πάροχο της υπηρεσίας. Οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν, ενώ οι κάτοικοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν πολύ.



Διάγραμμα 15.3

Στο Διάγραμμα 15.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης έχουν ουδέτερη γνώμη στο εάν έχουν κάποια χρήσιμη ιδέα στο πως να βελτιωθεί η υπηρεσία, θα ενημερώσουν τον πάροχο της υπηρεσίας. Οι επιχειρηματίες και οι άνεργοι συμφωνούν, ενώ όσοι ασχολούνται με τα οικιακά διαφωνούν.



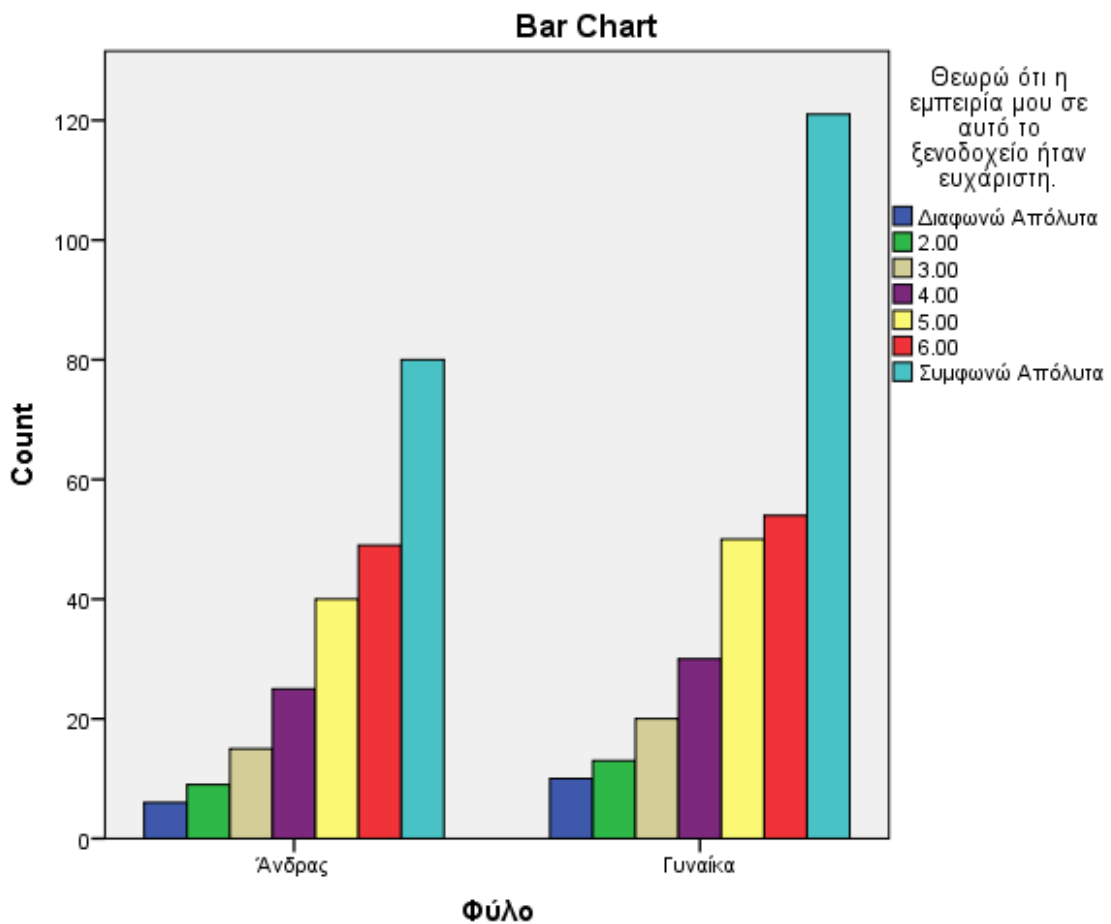
Διάγραμμα 15.4

Οι 4 παρακάτω ερωτήσεις αφορούν το βαθμό στον οποίο συμφωνούν οι ερωτηθέντες με τις παρακάτω προτάσεις σχετικά την υπηρεσία που έλαβαν από το ξενοδοχειακό κατάλυμα

Ερώτηση 16^η : Θεωρώ ότι η εμπειρία μου σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν ευχάριστη.

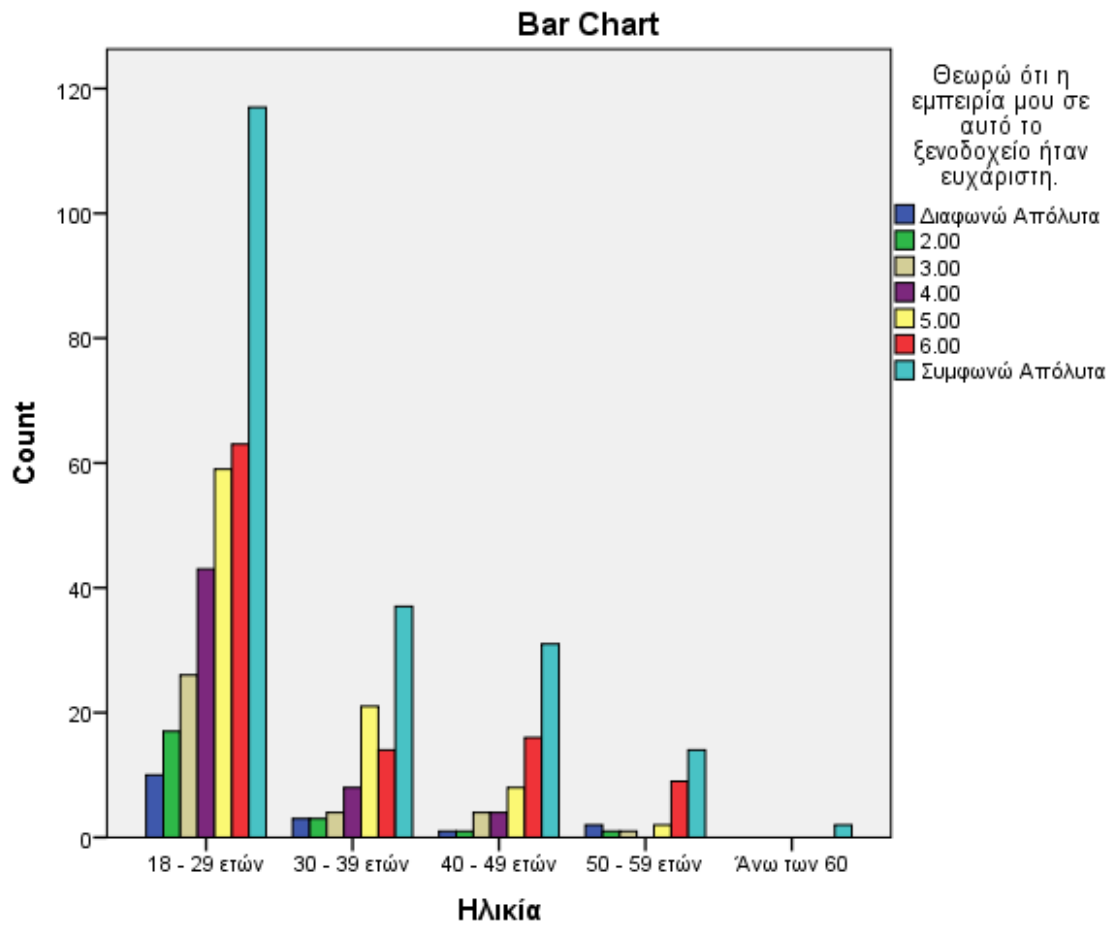
Σε αυτήν την ερώτηση, απάντησαν και οι 522 ερωτηθέντες (το 100%). Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες συμφωνού απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 16.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



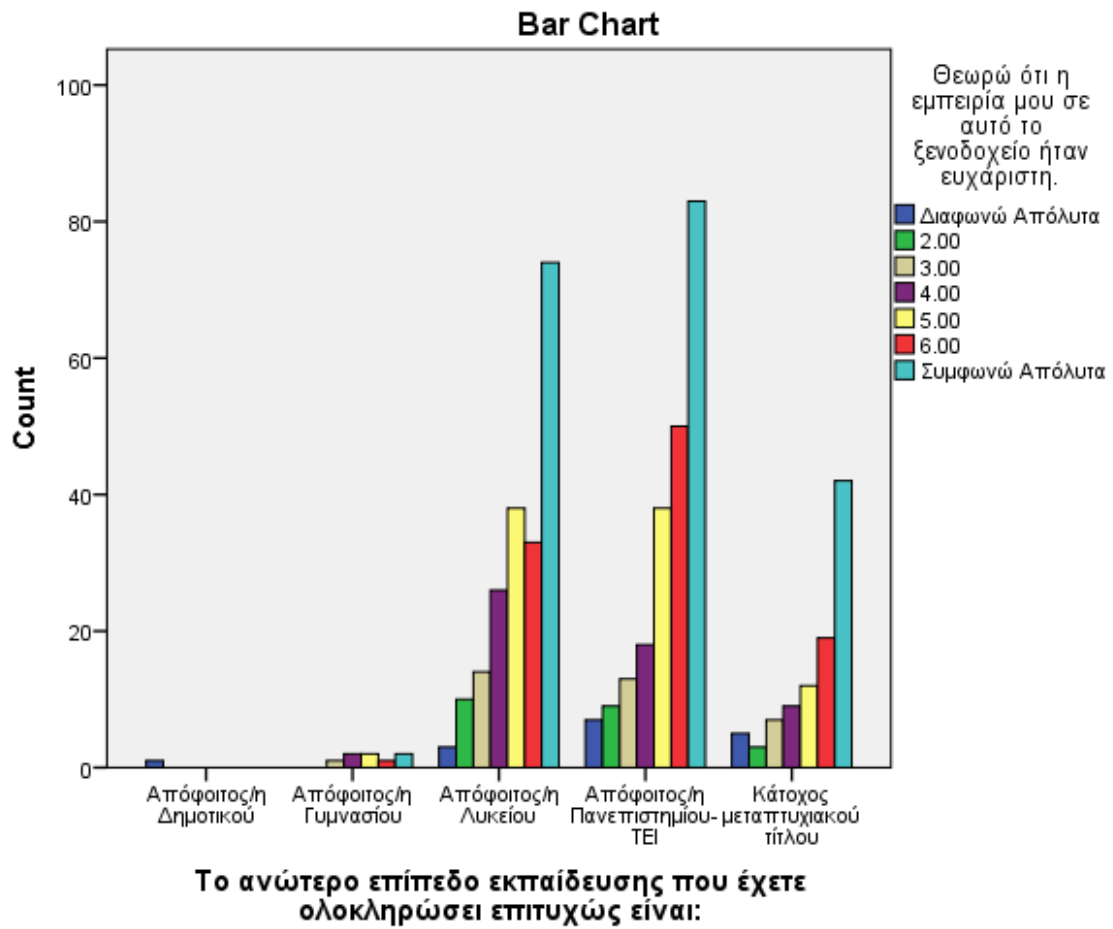
Διάγραμμα 16.1

Στο Διάγραμμα 16.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες είχα ευχάριστη εμπειρία από το ξενοδοχείο.



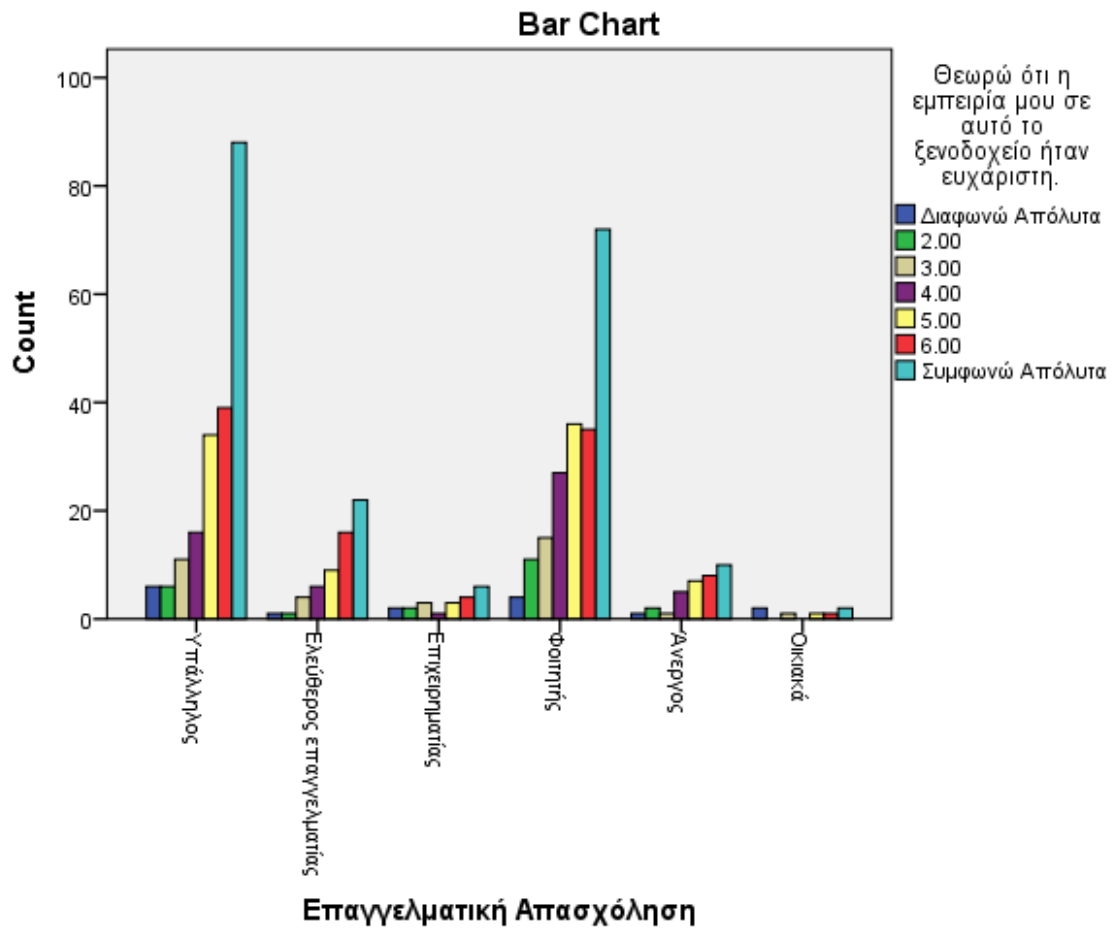
Διάγραμμα 16.2

Στο Διάγραμμα 16.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν στ ότι η εμπειρία μου τους σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν ευχάριστη. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν απόλυτα.



Διάγραμμα 16.3

Στο Διάγραμμα 16.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως η εμπειρία τους σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν ευχάριστη.

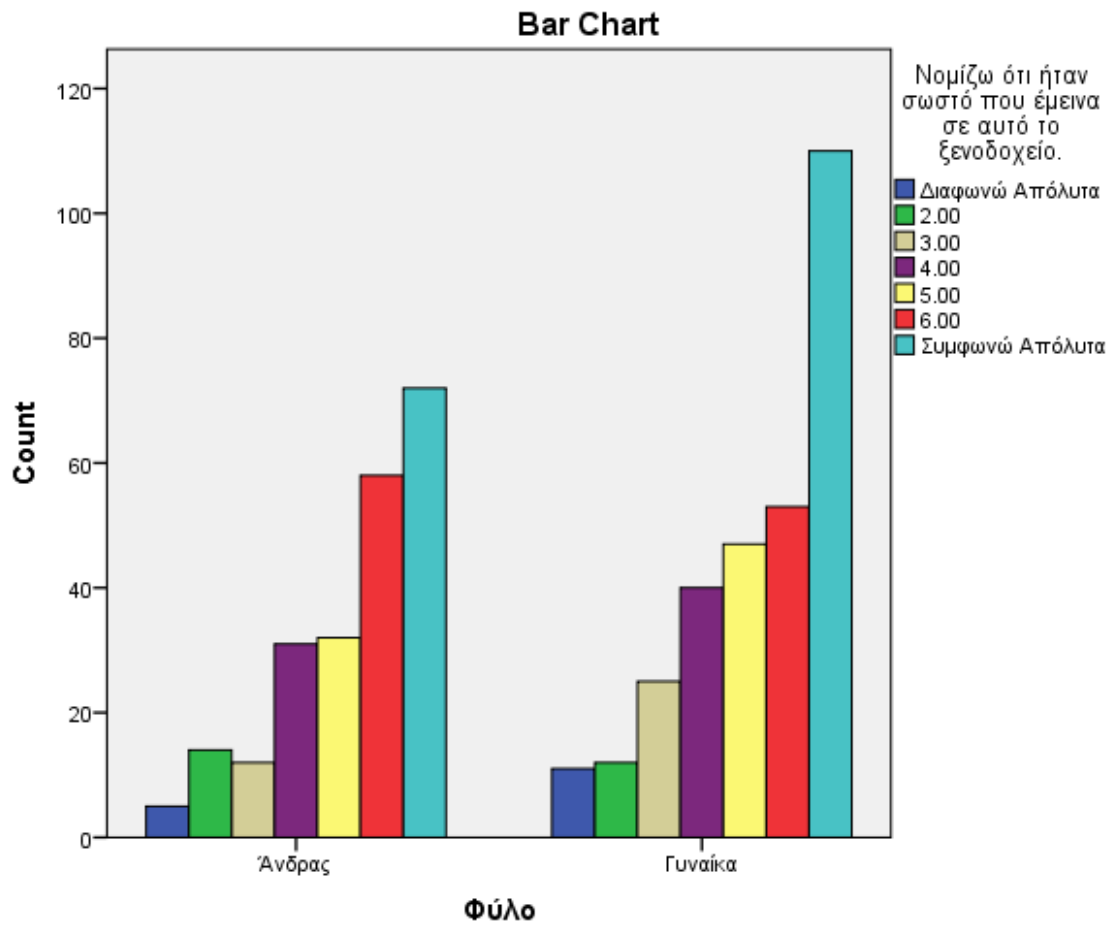


Διάγραμμα 16.4

Ερώτηση 17^η : Νομίζω ότι ήταν σωστό που έμεινα σε αυτό το ξενοδοχείο.

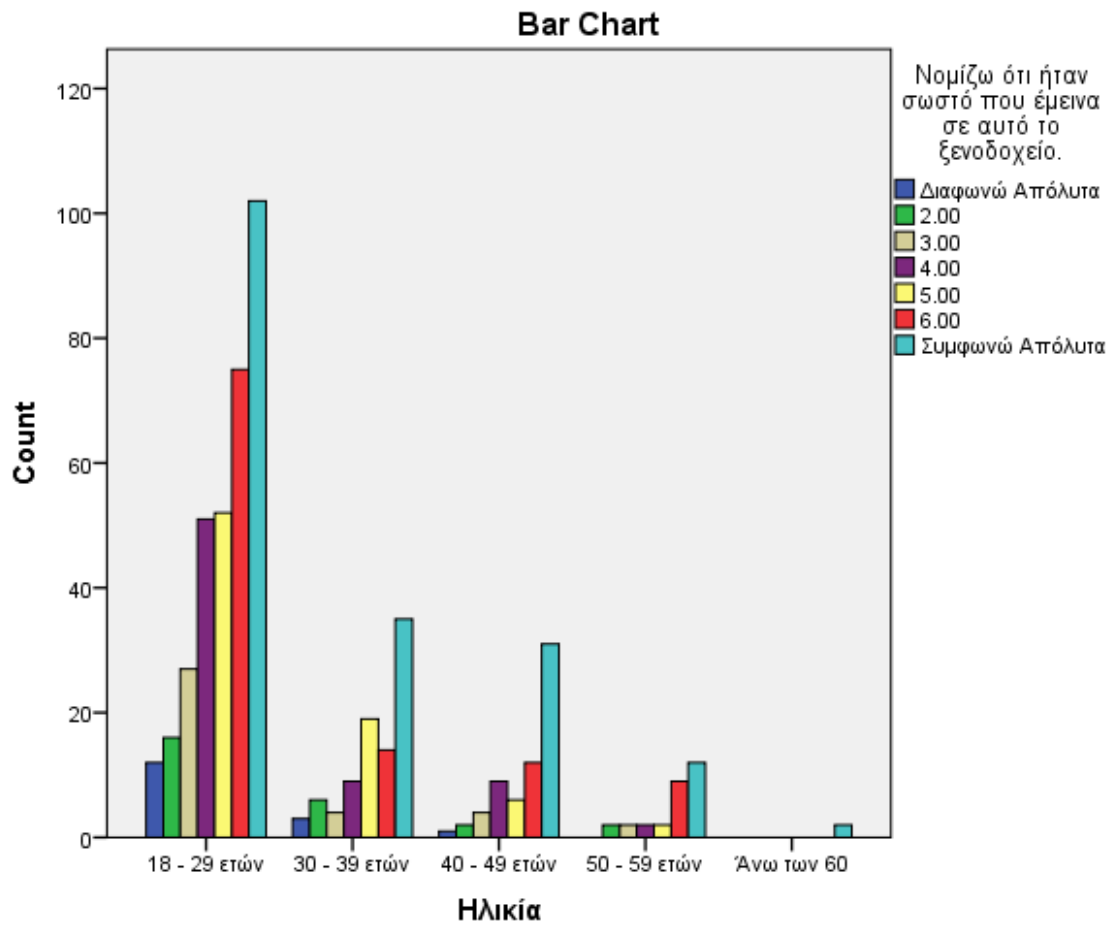
Στην ερώτηση 17, απάντησαν όλοι οι ερωτηθέντες (το 100%). Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 17.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



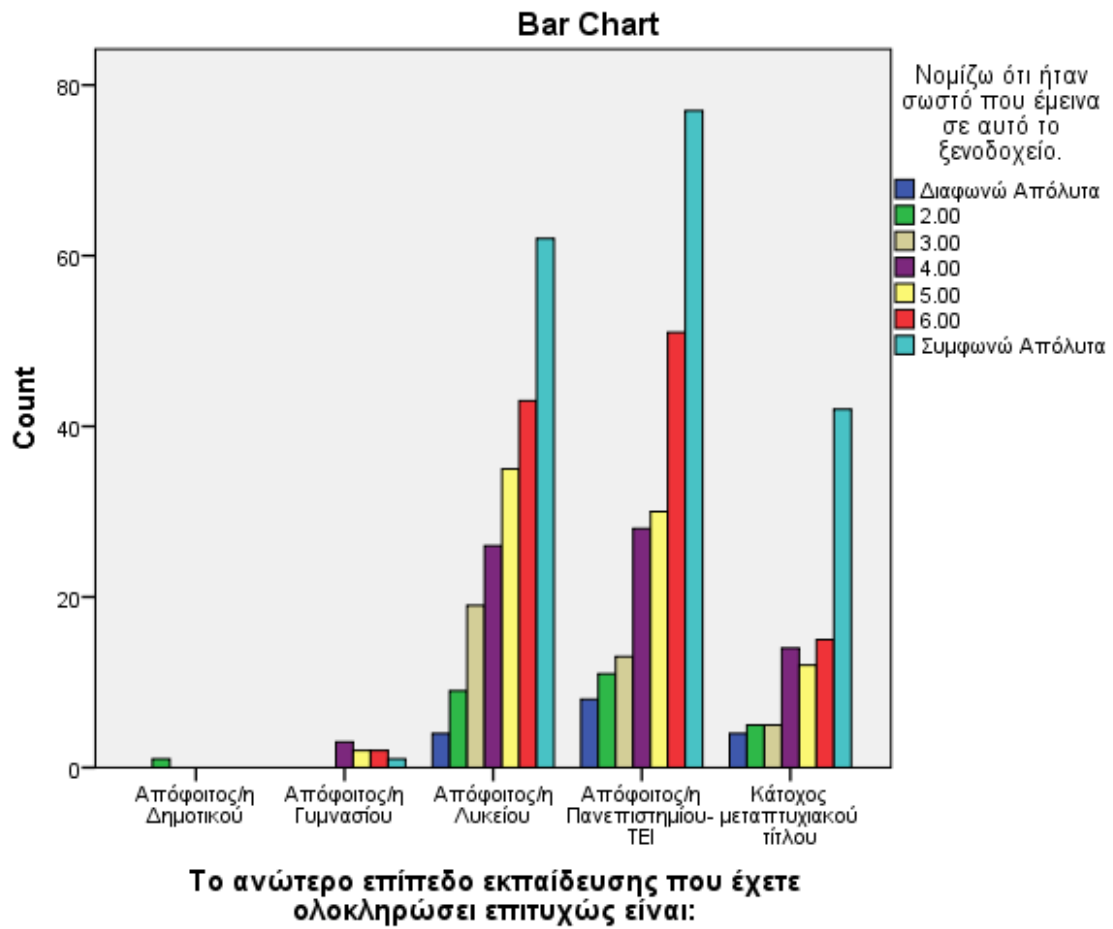
Διάγραμμα 17.1

Στο Διάγραμμα 17.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες θεωρούν πως έκαναν σωστά που έμειναν σε αυτό το ξενοδοχείο.



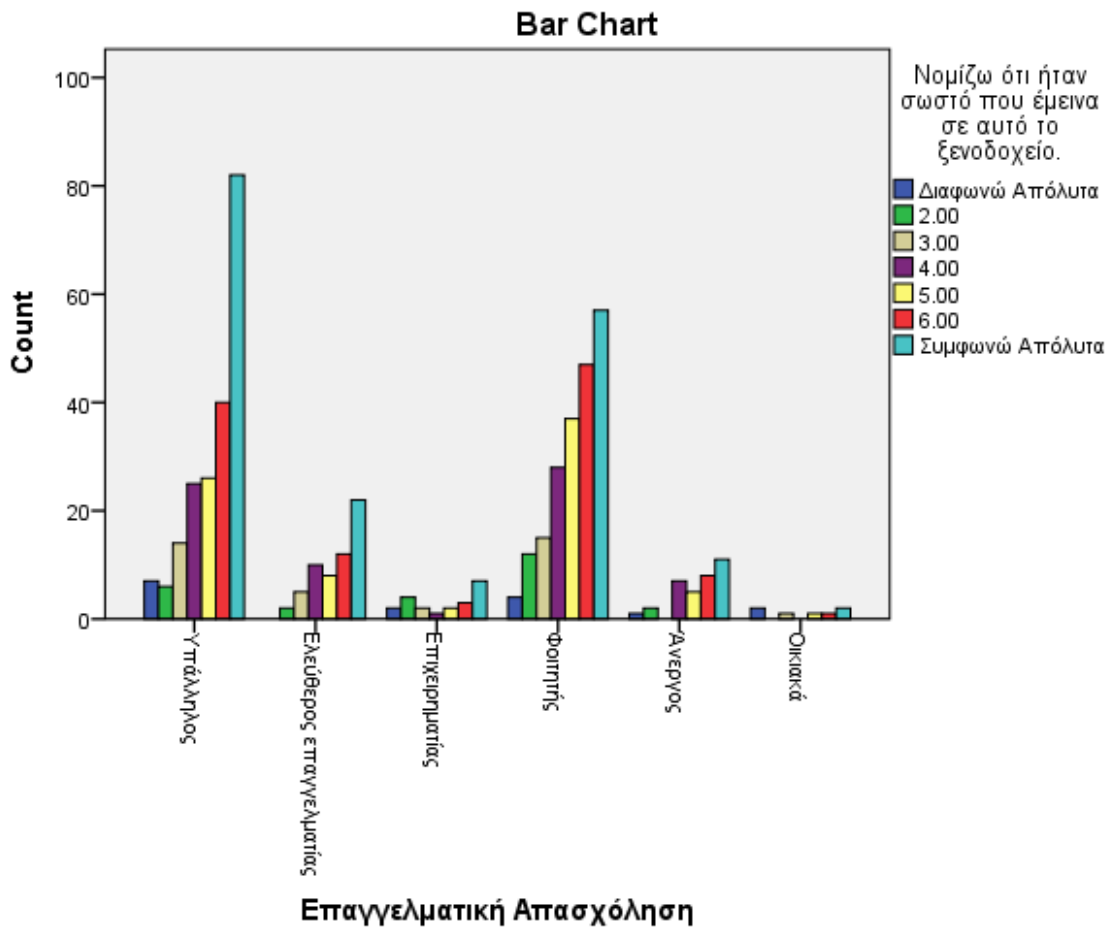
Διάγραμμα 17.2

Στο Διάγραμμα 17.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του λυκείου, πανεπιστημίου-ΤΕΙ και οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν ότι ήταν σωστό που έμειναν σε αυτό το ξενοδοχείο. Οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν, ενώ οι απόφοιτοι γυμνασίου έχουν ουδέτερη άποψη.



Διάγραμμα 17.3

Στο Διάγραμμα 17.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ήταν σωστό που έμειναν σε αυτό το ξενοδοχείο.

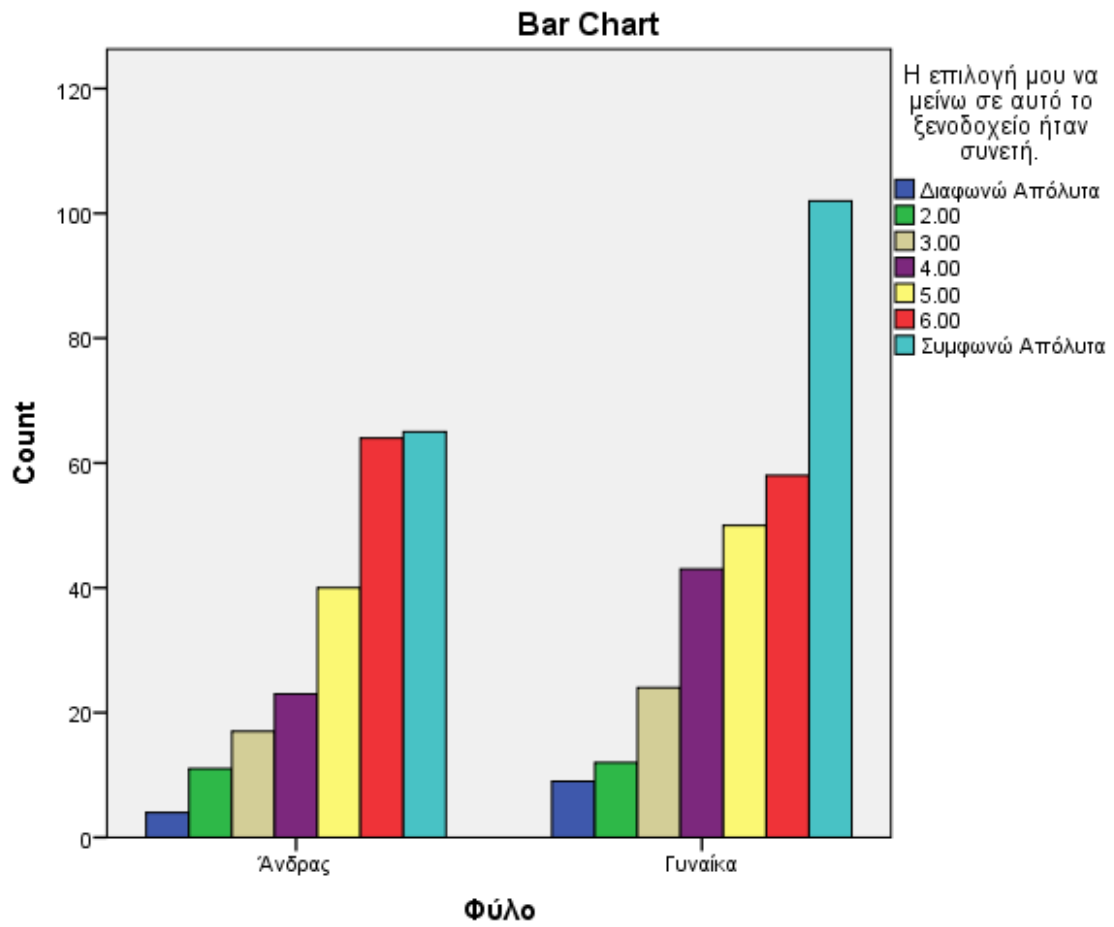


Διάγραμμα 17.4

Ερώτηση 18^η : Η επιλογή μου να μείνω σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν συνετή.

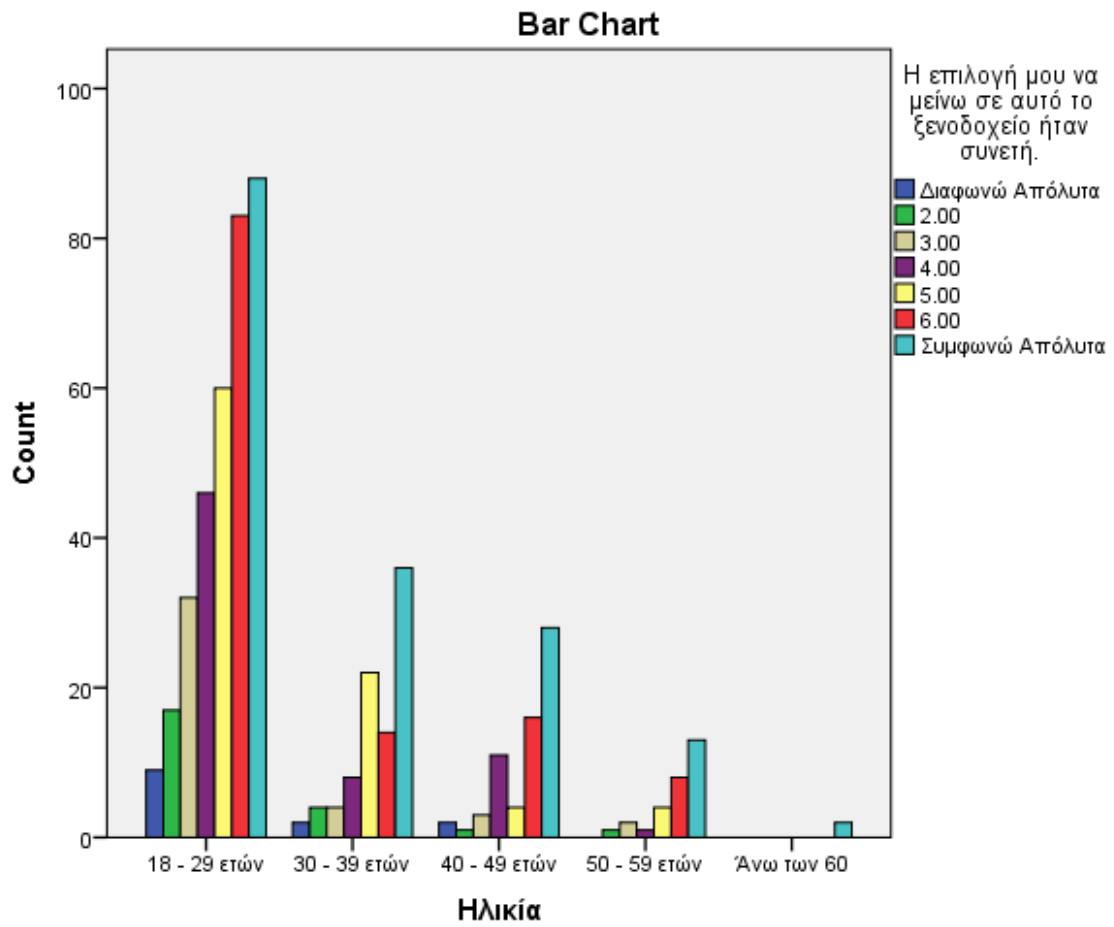
Στην ερώτηση 18, απάντησαν όλοι οι ερωτηθέντες (το 100%). Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 18.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



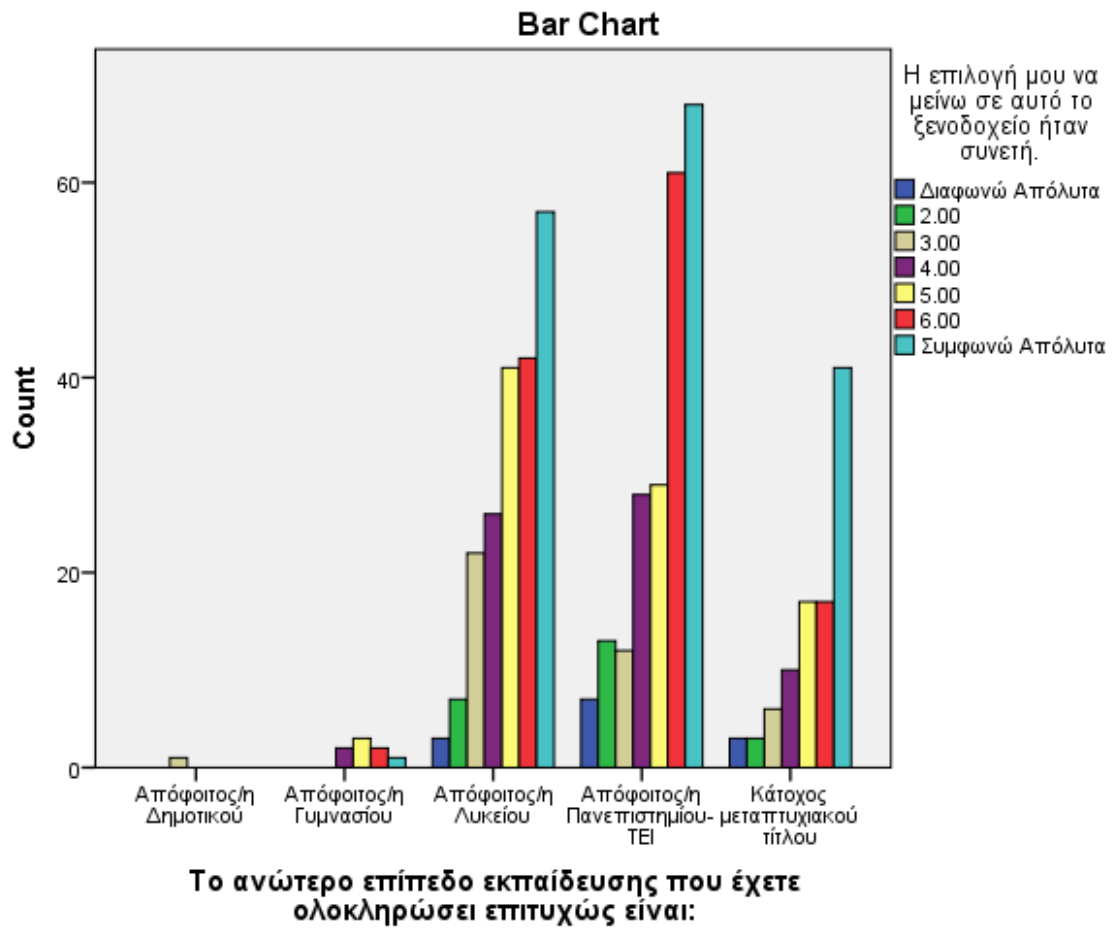
Διάγραμμα 18.1

Στο Διάγραμμα 18.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες θεωρούν πως έκαναν συνετή επιλογή που έμειναν σε αυτό το ξενοδοχείο.



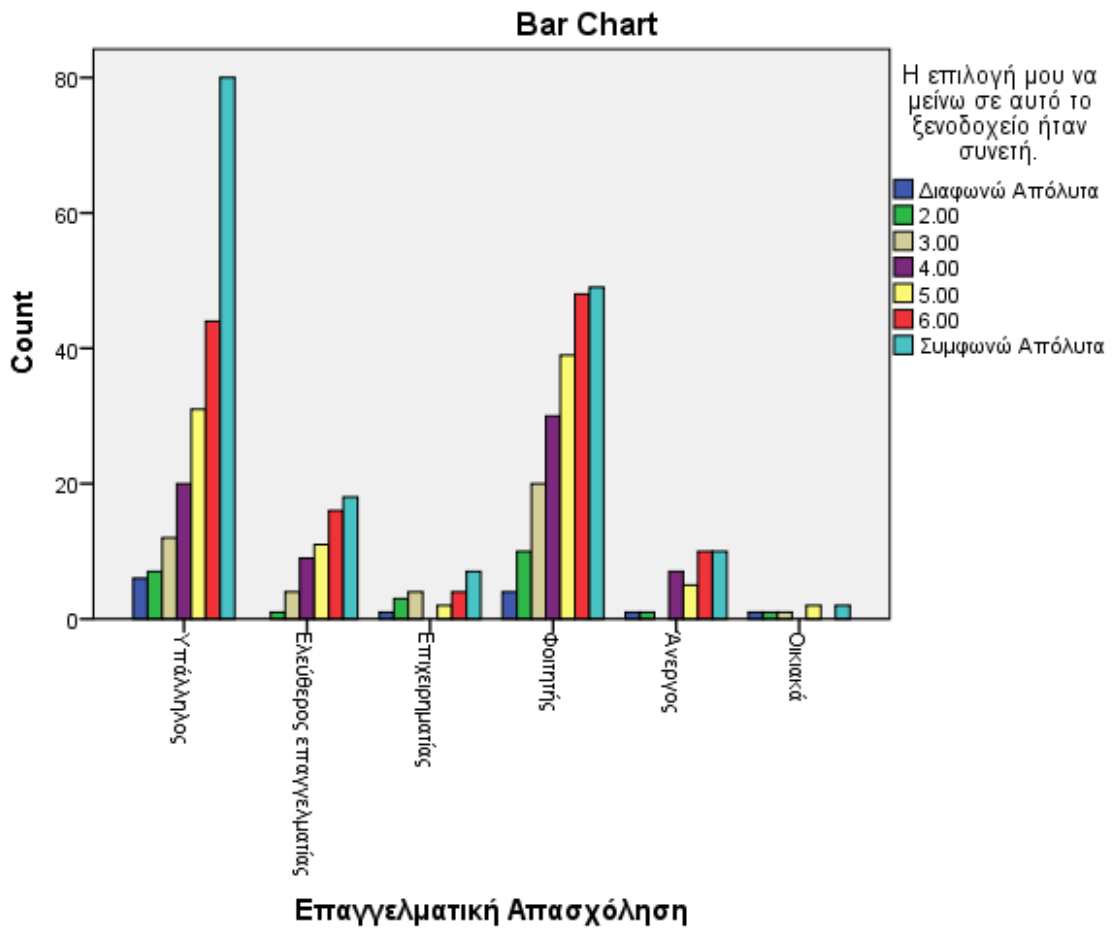
Διάγραμμα 18.2

Στο Διάγραμμα 18.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν στο ότι επιλογή τους να μείνουν σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν συνετή. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 18.3

Στο Διάγραμμα 18.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως η επιλογή τους να μείνουν σε αυτό το ξενοδοχείο ήταν συνετή.

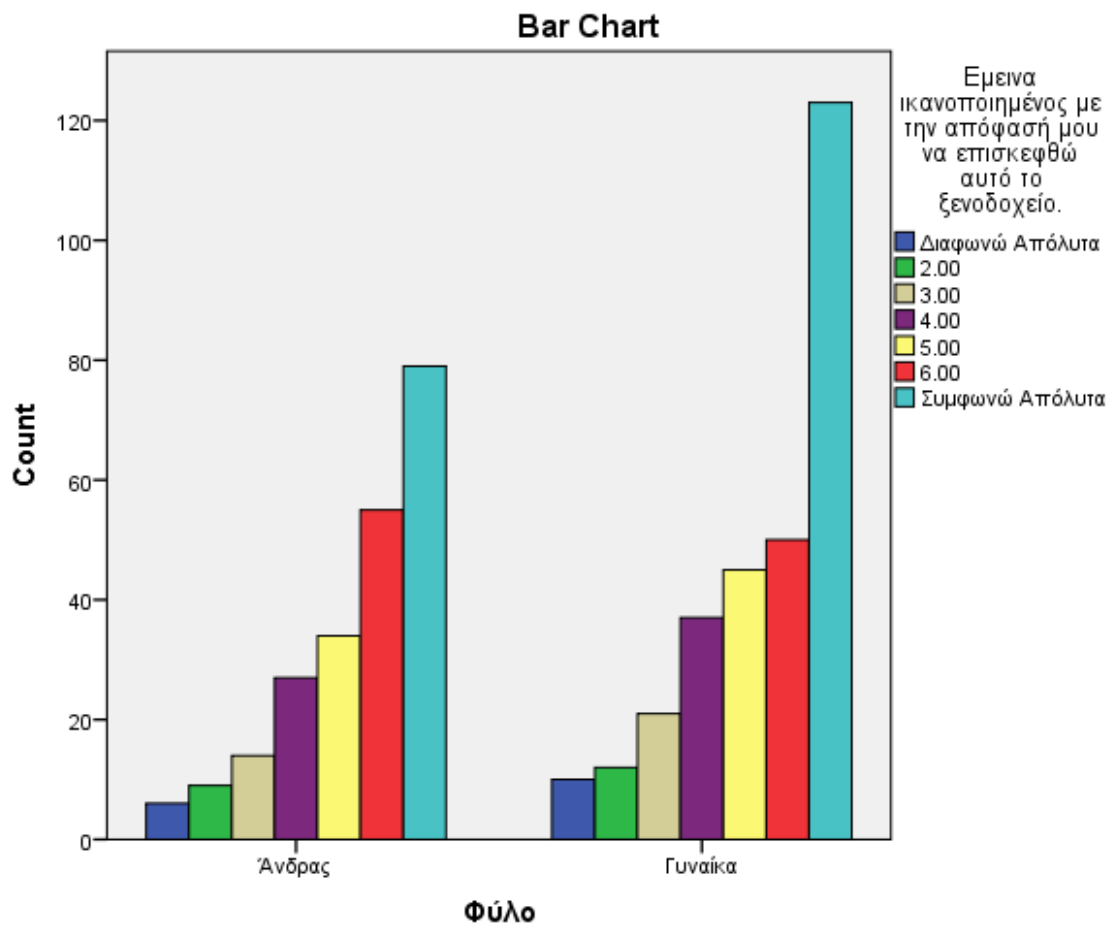


Διάγραμμα 18.4

Ερώτηση 19^η : Έμεινα ικανοποιημένος με την απόφασή μου να επισκεφθώ αυτό το ξενοδοχείο.

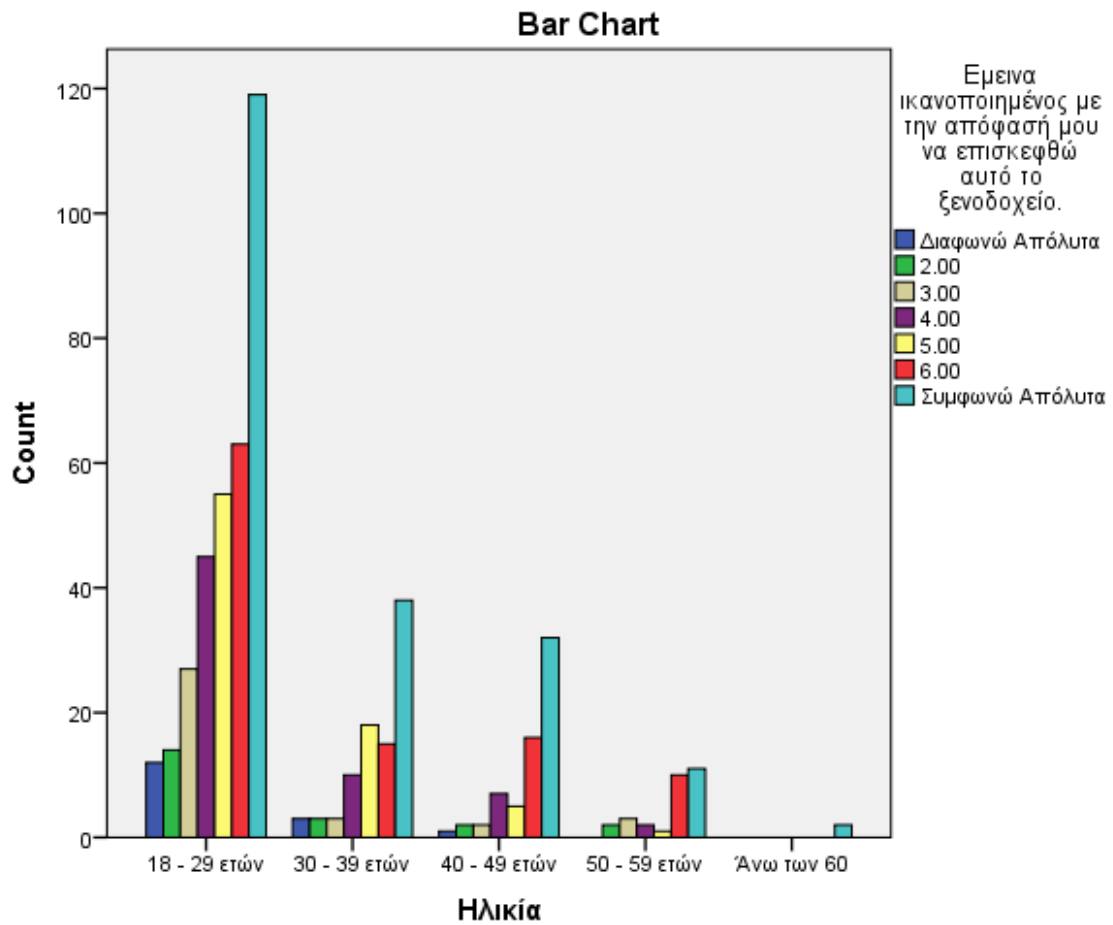
Στην ερώτηση 19, απάντησαν όλοι οι ερωτηθέντες (το 100%). Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 19.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



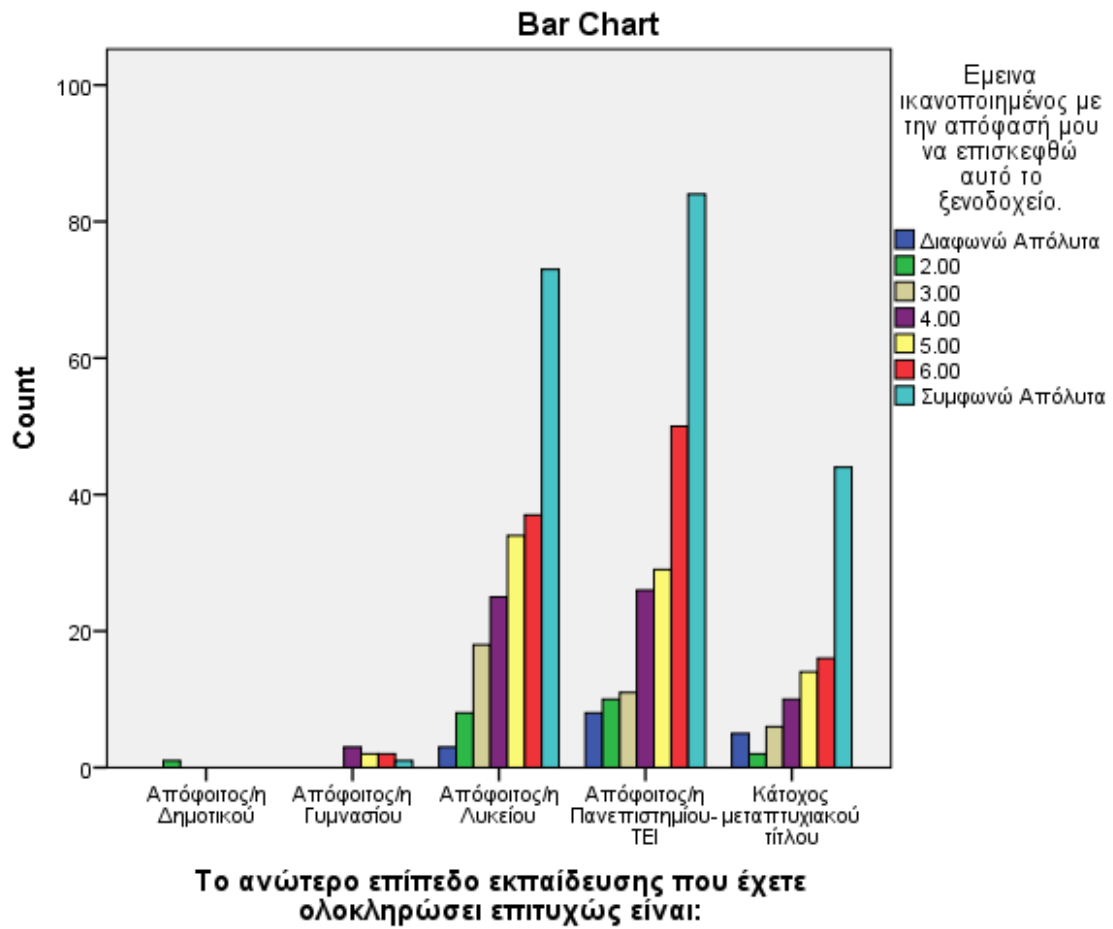
Διάγραμμα 19.1

Στο Διάγραμμα 19.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες έμειναν ικανοποιημένες από την απόφαση που πήραν να επισκεφθούν αυτό το ξενοδοχείο.



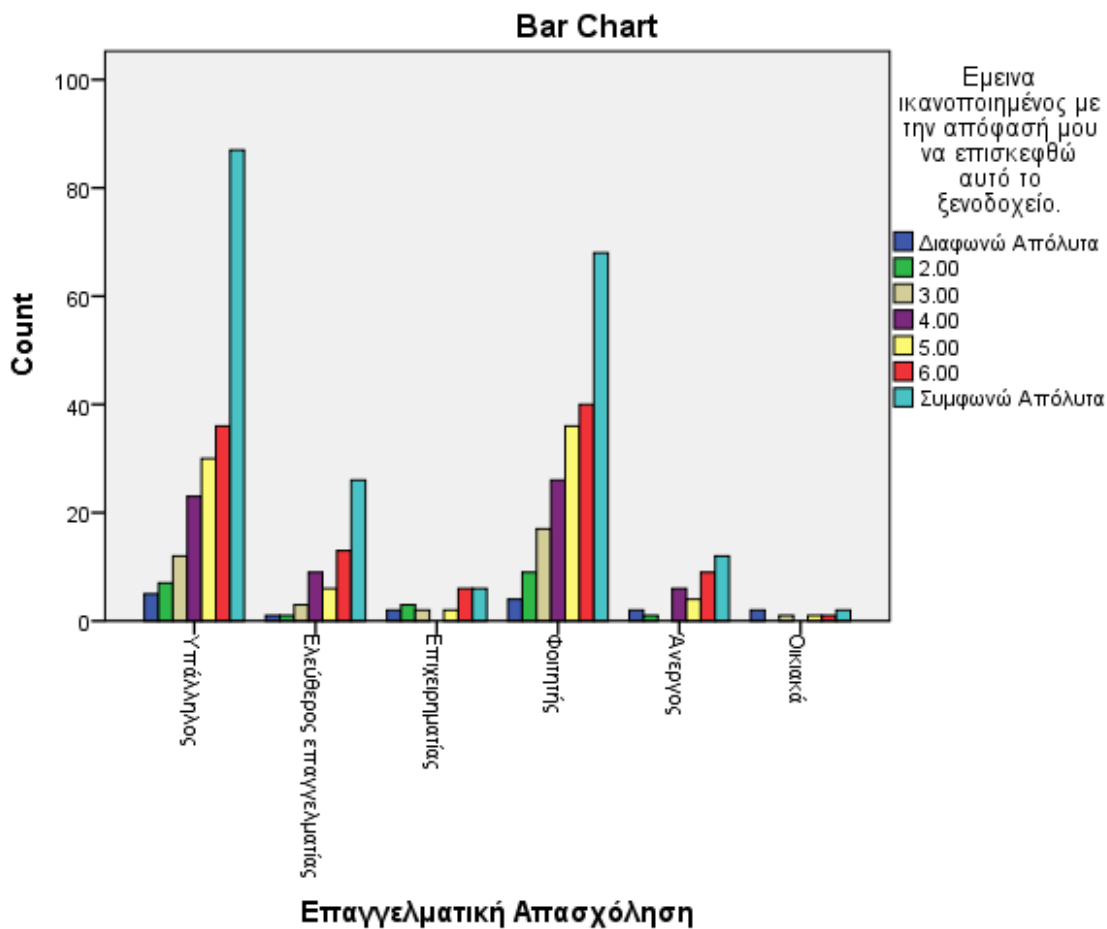
Διάγραμμα 19.2

Στο Διάγραμμα 19.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του λυκείου, του πανεπιστημίου-ΤΕΙ και οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν απόλυτα πως έμειναν ικανοποιημένοι με την απόφασή τους να επισκεφθούν αυτό το ξενοδοχείο. Οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν και οι απόφοιτοι του γυμνασίου έχουν ουδέτερη άποψη.



Διάγραμμα 19.3

Στο Διάγραμμα 19.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως έμειναν ικανοποιημένοι με την απόφασή τους να επισκεφθούν αυτό το ξενοδοχείο.



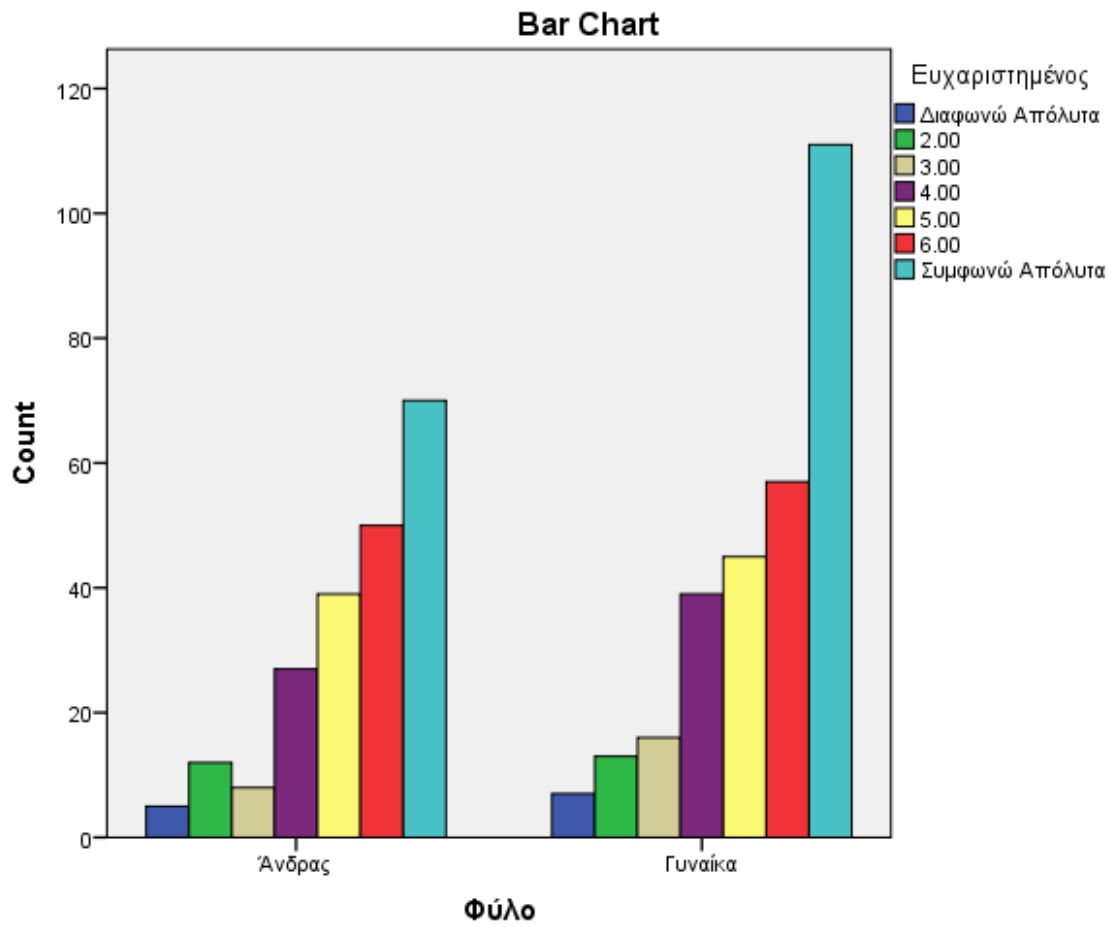
Διάγραμμα 19.4

Οι 3 παρακάτω ερωτήσεις αφορούν το πως ένιωσαν οι ερωτηθέντες κατά την διάρκεια της παροχής της υπηρεσίας.

Ερώτηση 20^η : Ευχαριστημένος

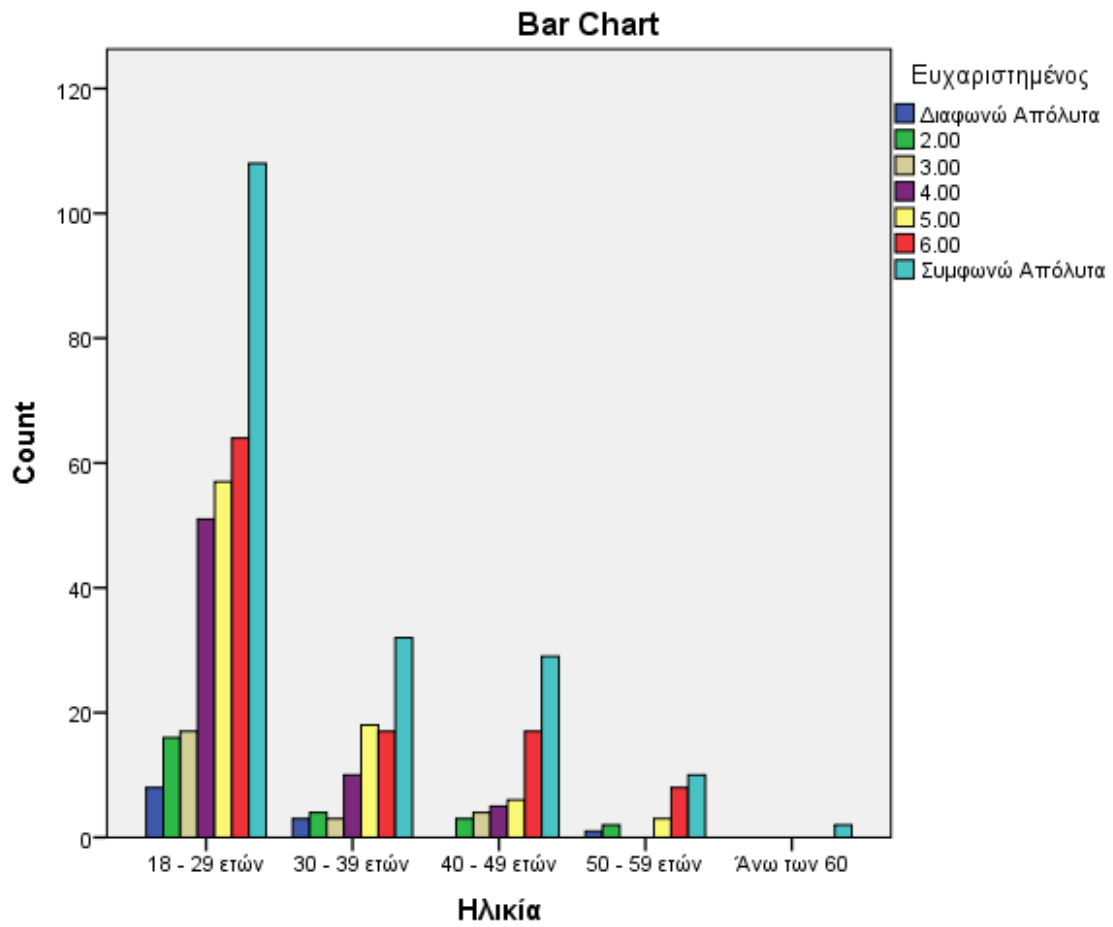
Στην ερώτηση 20, απάντησαν οι 499 (το 95,6%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 23 (το 4,4%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 20.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



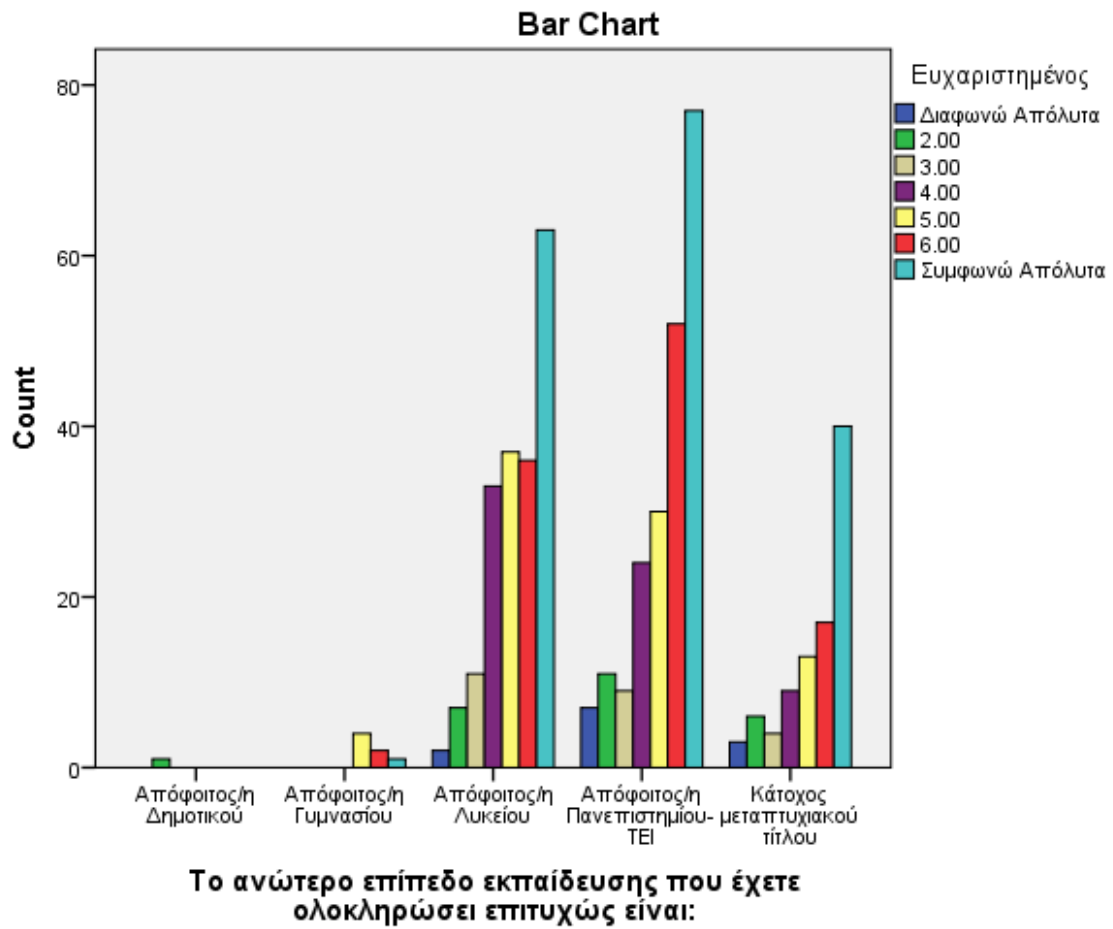
Διάγραμμα 20.1

Στο Διάγραμμα 20.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες έμειναν ευχαριστημένες.



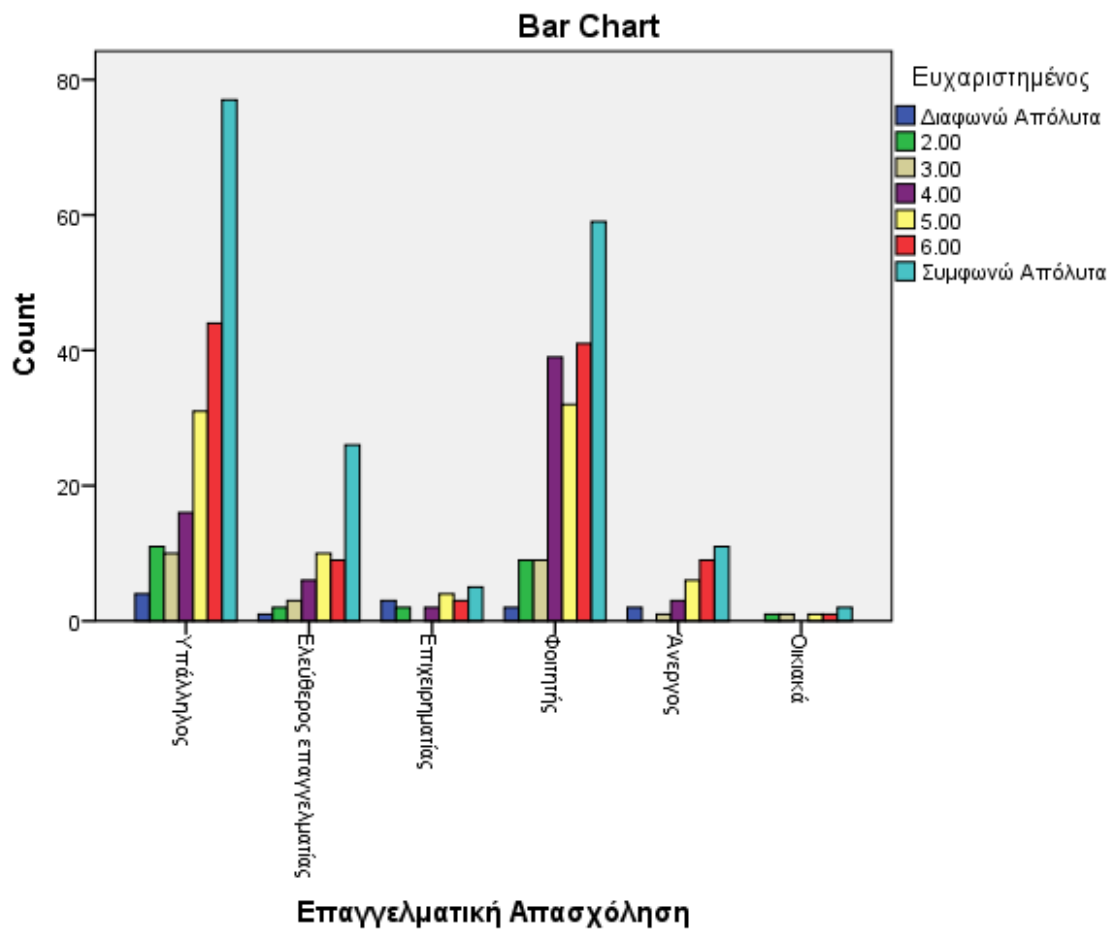
Διάγραμμα 20.2

Στο Διάγραμμα 20.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως είναι ευχαριστημένοι. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 20.3

Στο Διάγραμμα 20.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως είναι ευχαριστημένοι.

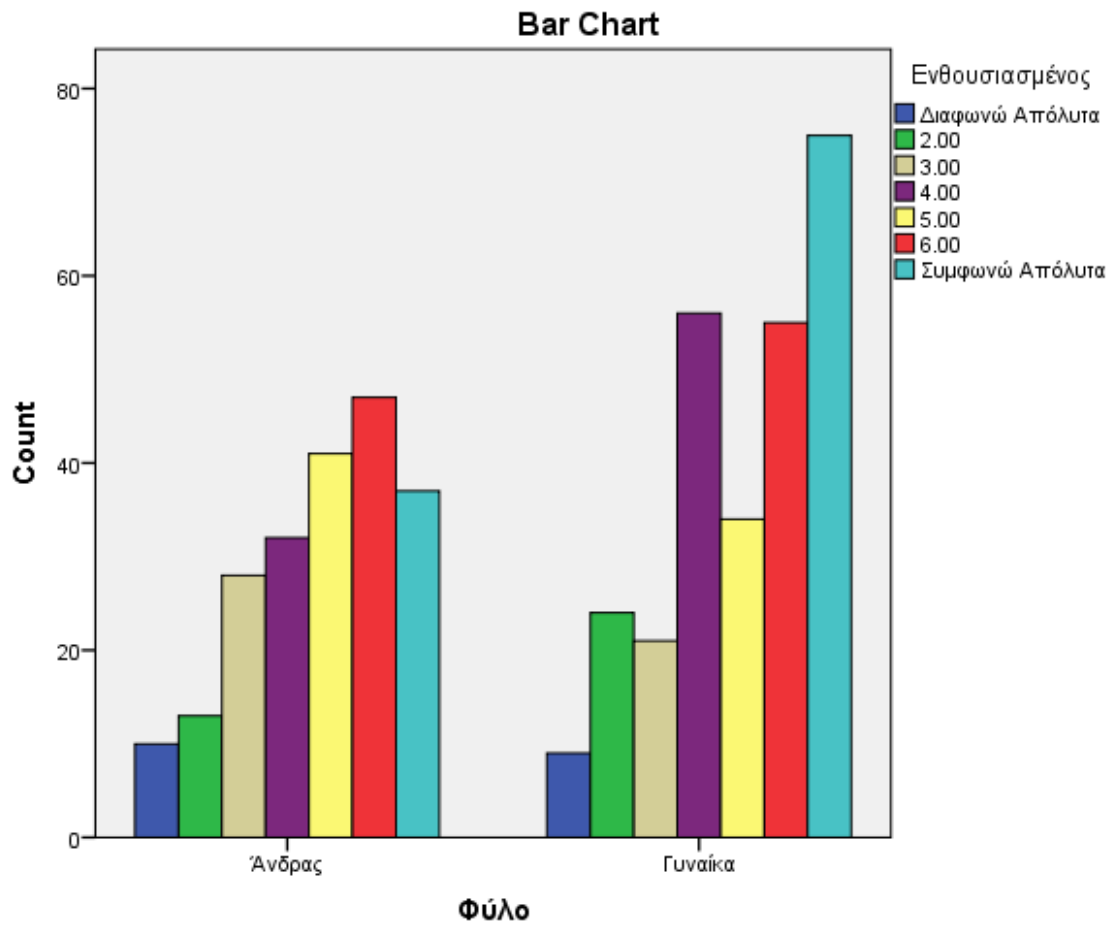


Διάγραμμα 20.4

Ερώτηση 21^η : Ενθουσιασμένος

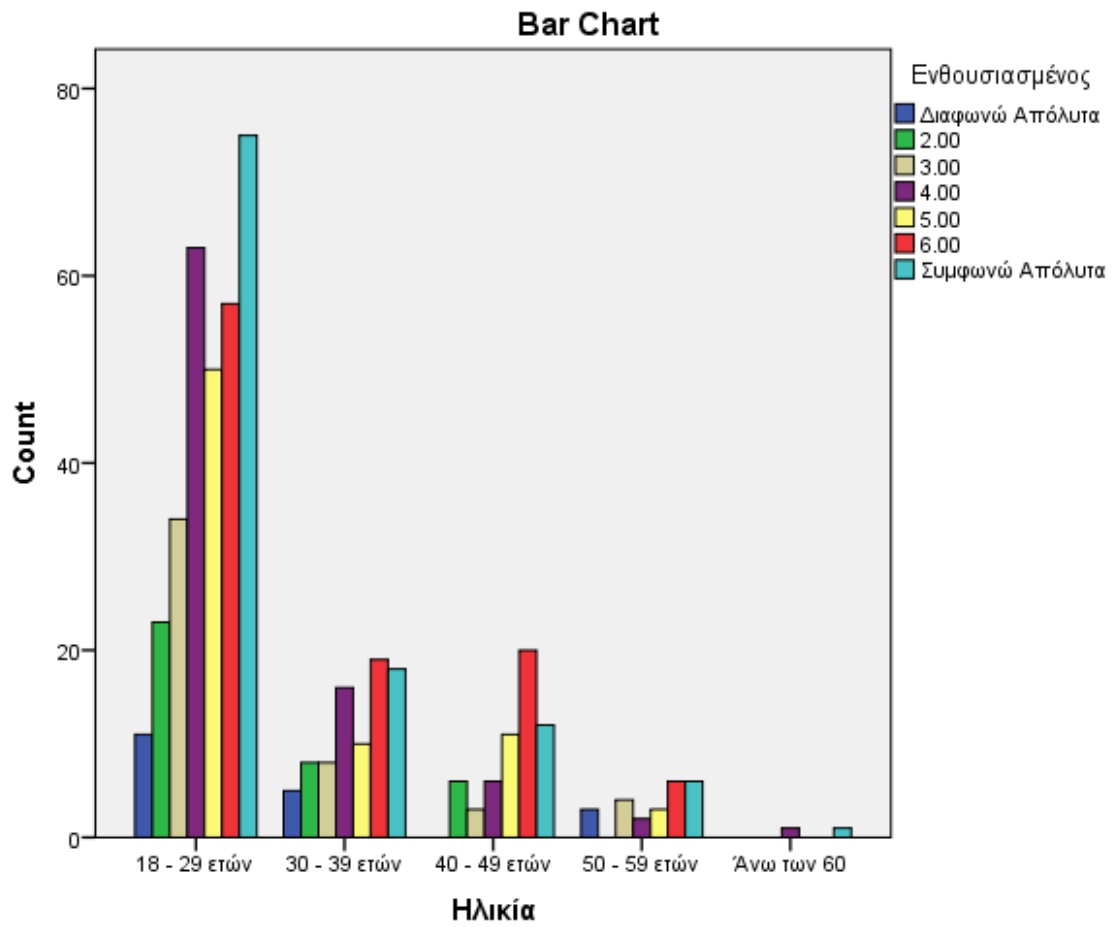
Στην ερώτηση 21, απάντησαν οι 482 (το 92,3%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 40 (το 7,7%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 και οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 21.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



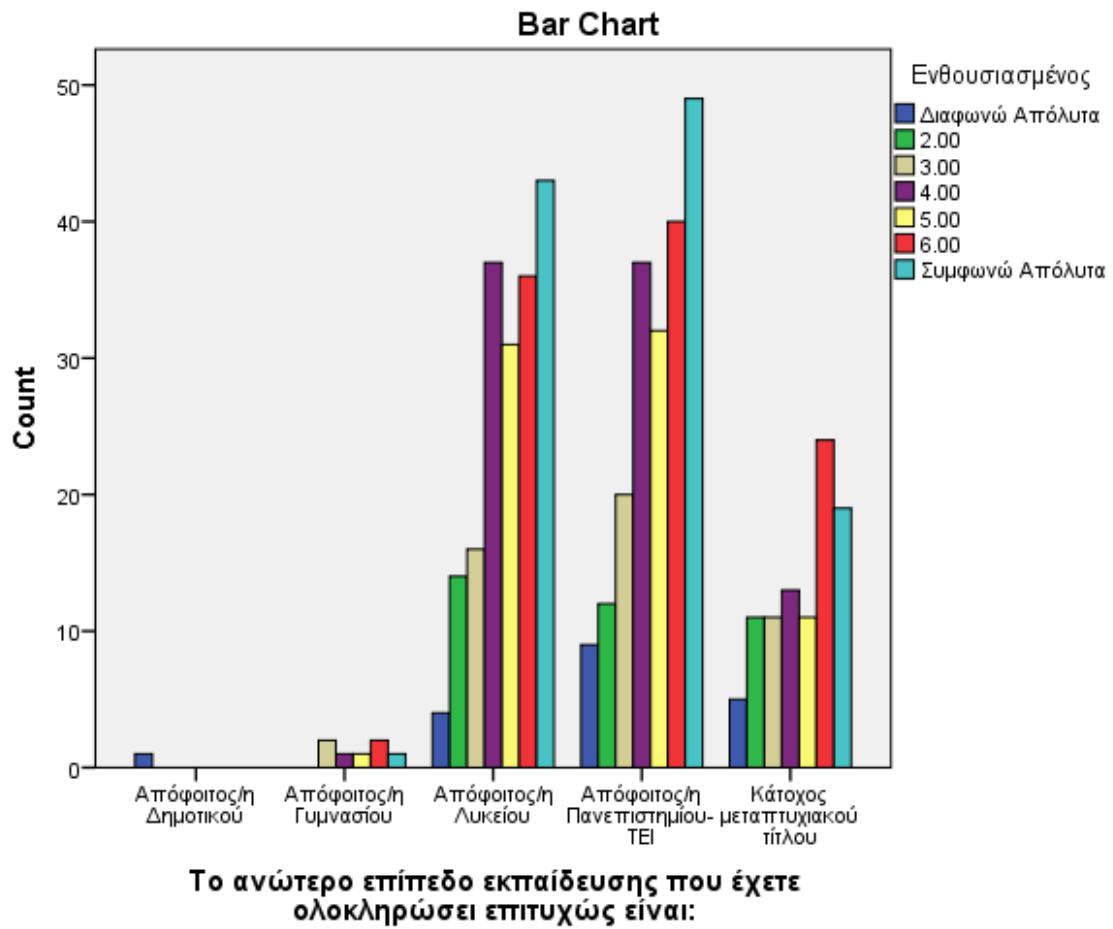
Διάγραμμα 21.1

Στο Διάγραμμα 21.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 18-29, 50-59 και άνω των 60 είναι οι πιο ενθουσιασμένες ομάδες όχι με μεγάλη διαφορά από τις υπόλοιπες βέβαια.



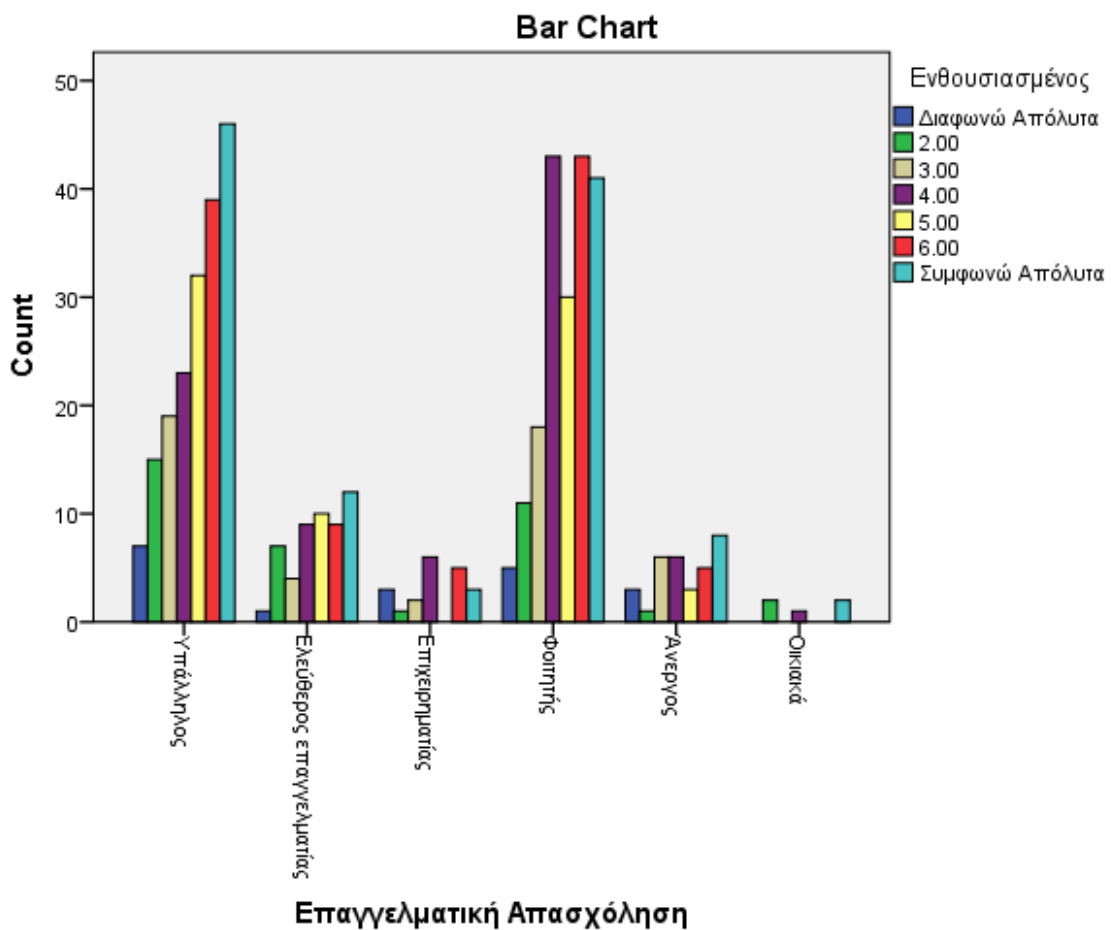
Διάγραμμα 21.2

Στο Διάγραμμα 21.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως είναι ενθουσιασμένοι. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν απόλυτα



Διάγραμμα 21.3

Στο Διάγραμμα 21.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως είναι ενθουσιασμένοι. Μόνο οι επιχειρηματίες έχουν ουδέτερη γνώμη.

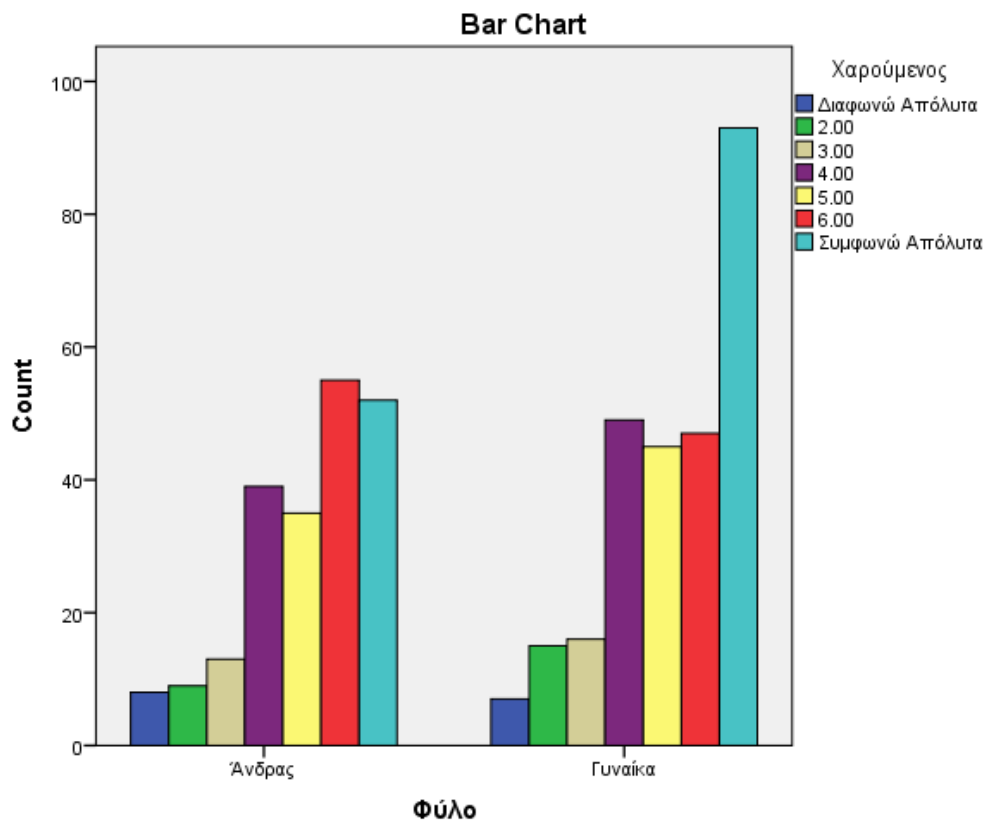


Διάγραμμα 21.4

Ερώτηση 22^η : Χαρούμενος

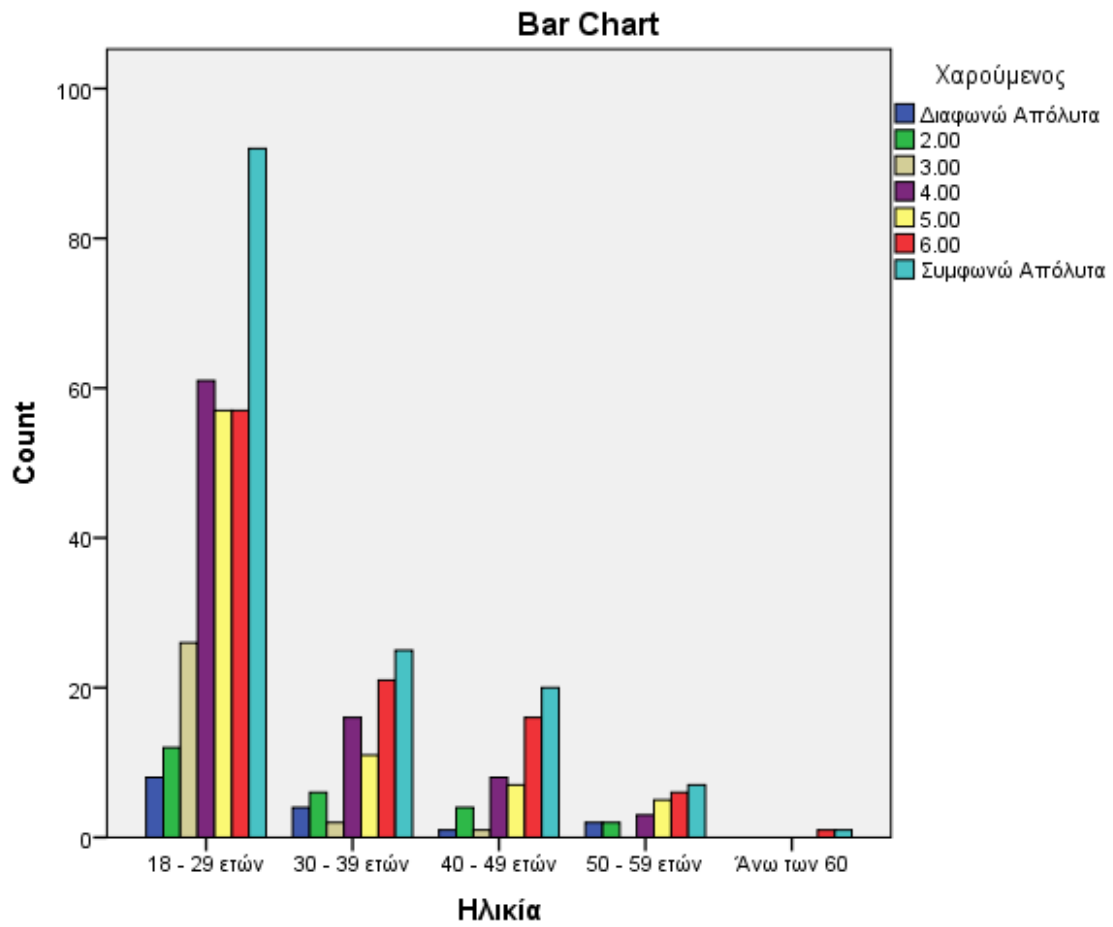
Στην ερώτηση 22, απάντησαν οι 483 (το 92,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 39 (το 7,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 και οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 22.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



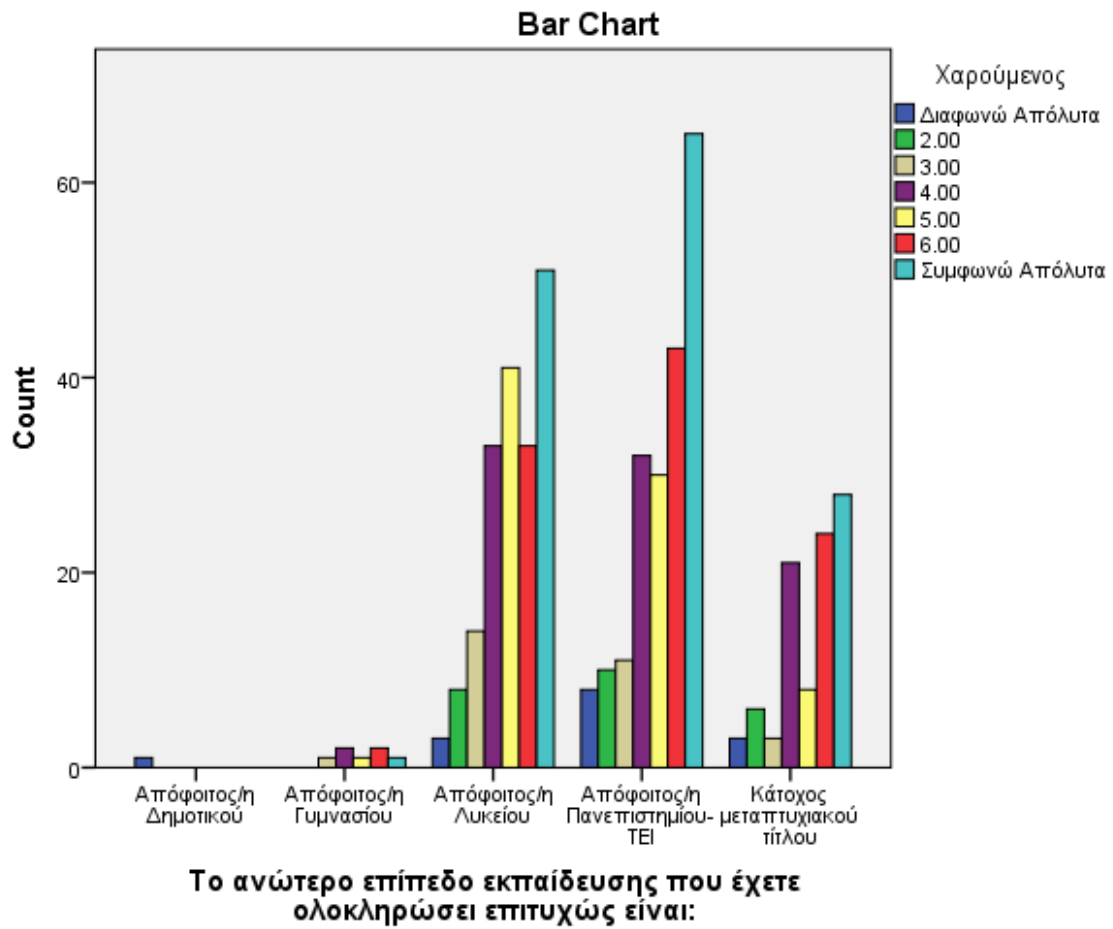
Διάγραμμα 22.1

Στο Διάγραμμα 22.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες είναι χαρούμενες με τον πάροχο.



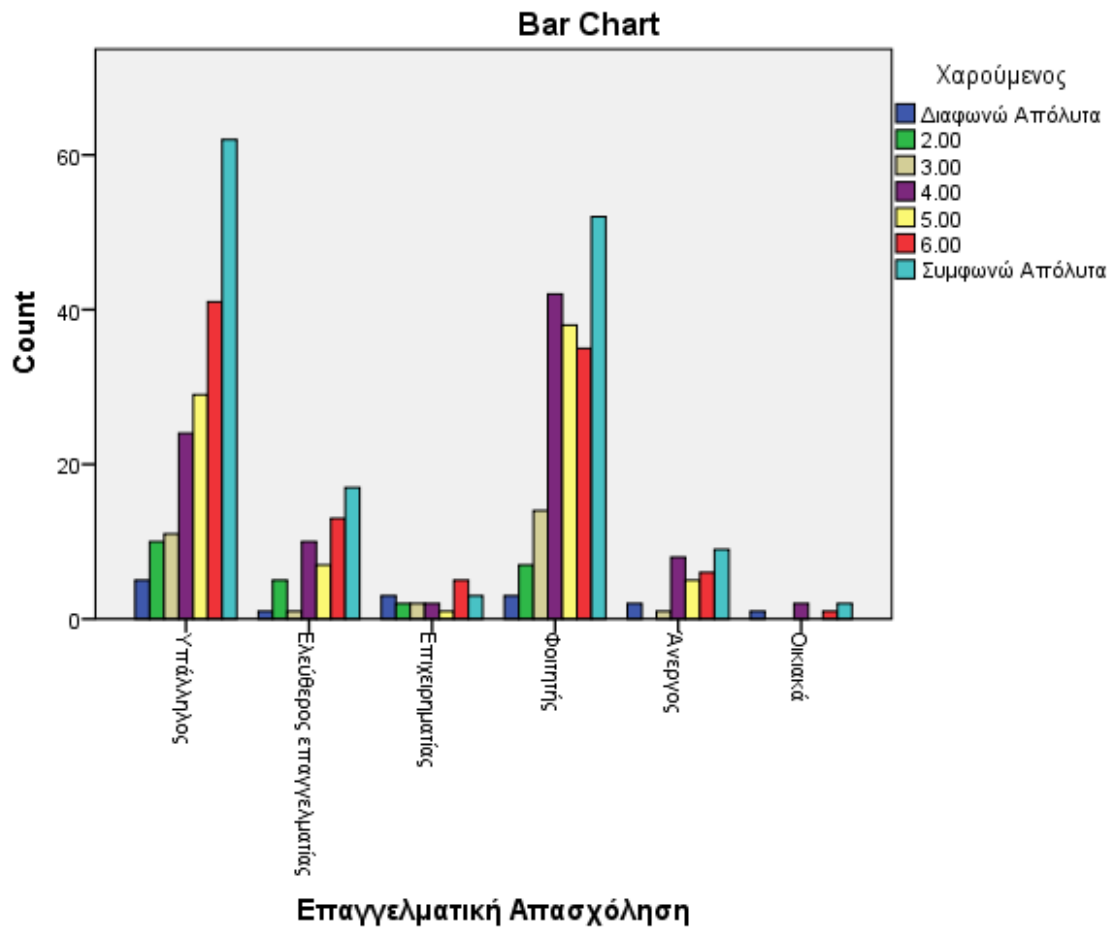
Διάγραμμα 22.2

Στο Διάγραμμα 22.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως είναι χαρούενοι. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν σε αυτό.



Διάγραμμα 22.3

Στο Διάγραμμα 22.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως είναι χαρούμενοι.



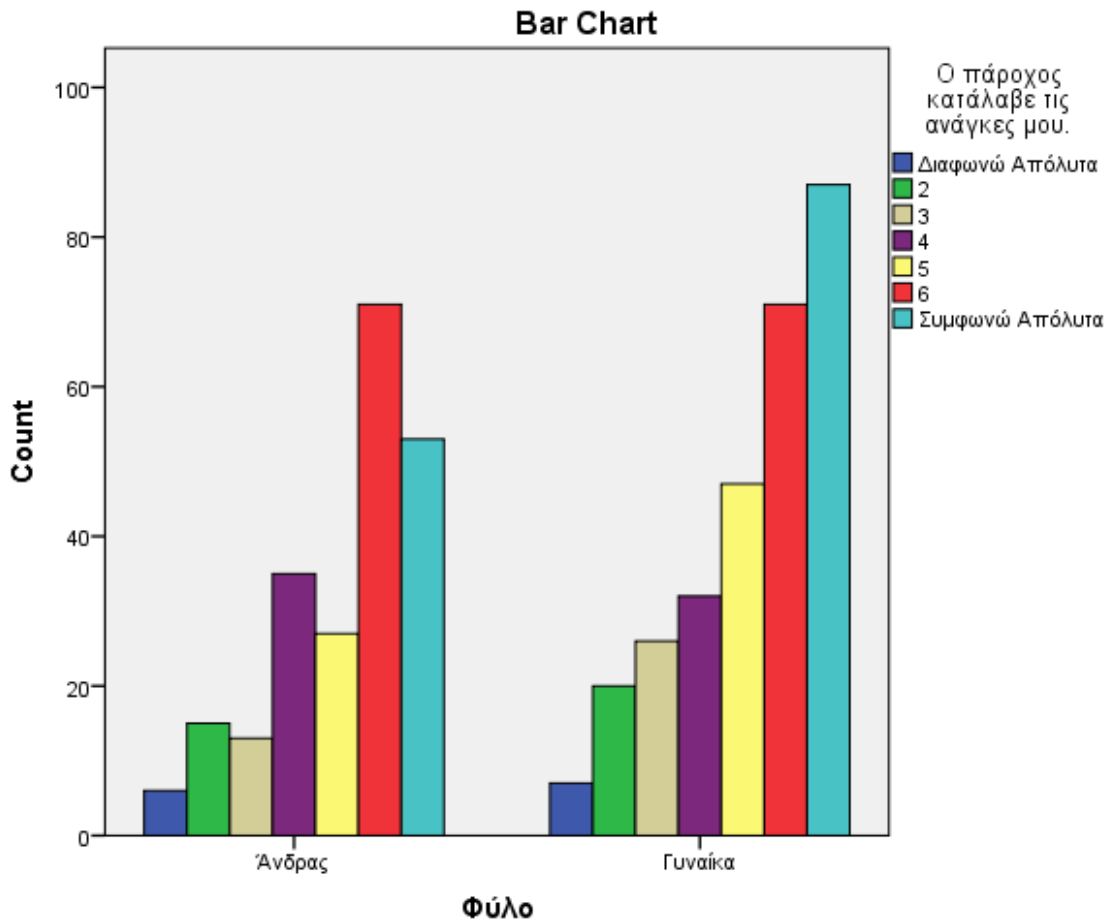
Διάγραμμα 22.4

Οι παρακάτω ερωτήσεις αναφέρονται στο βαθμό στον οποίο συμφωνούν οι ερωτηθέντες με τις παρακάτω προτάσεις σχετικά με τον πάροχο της υπηρεσίας:

Ερώτηση 23^η : Ο πάροχος κατάλαβε τις ανάγκες μου.

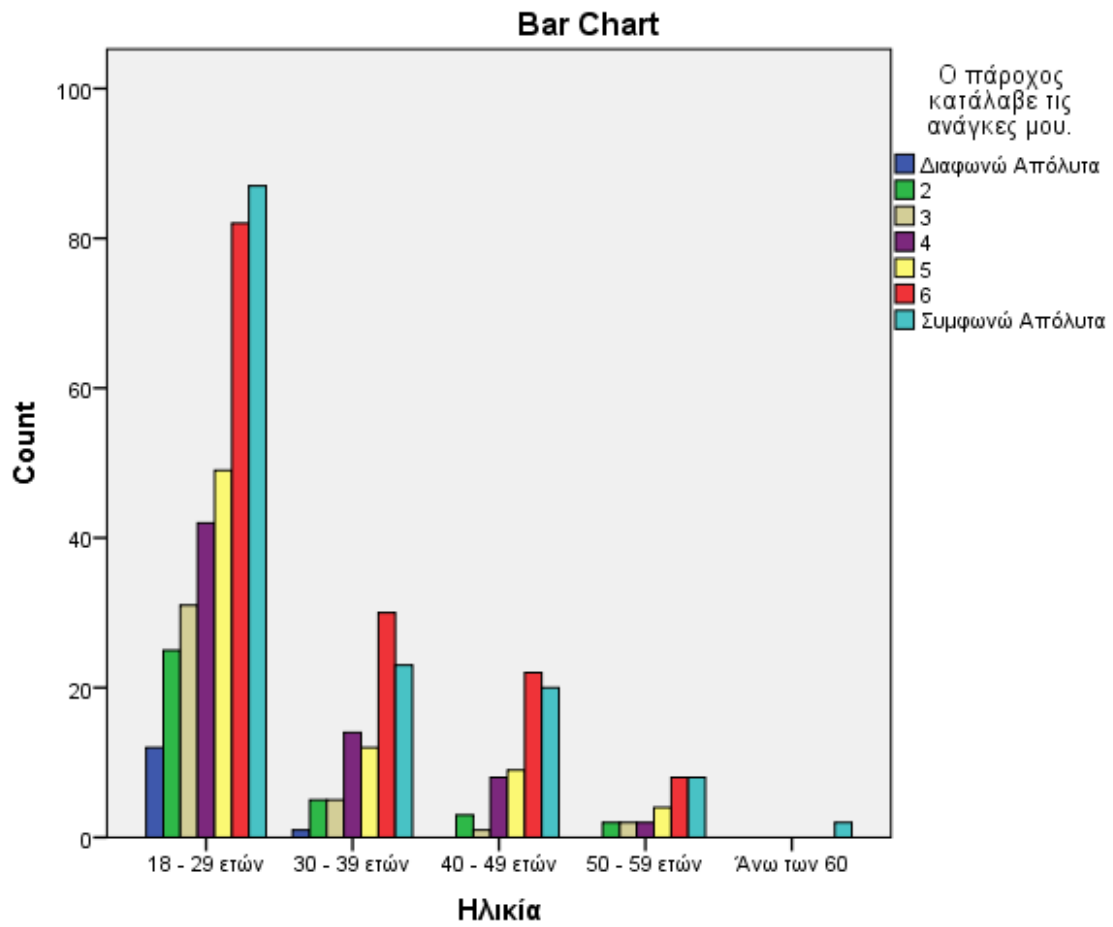
Στην ερώτηση 23, απάντησαν οι 509 (το 97,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 13 (το 2,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 και οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 23.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



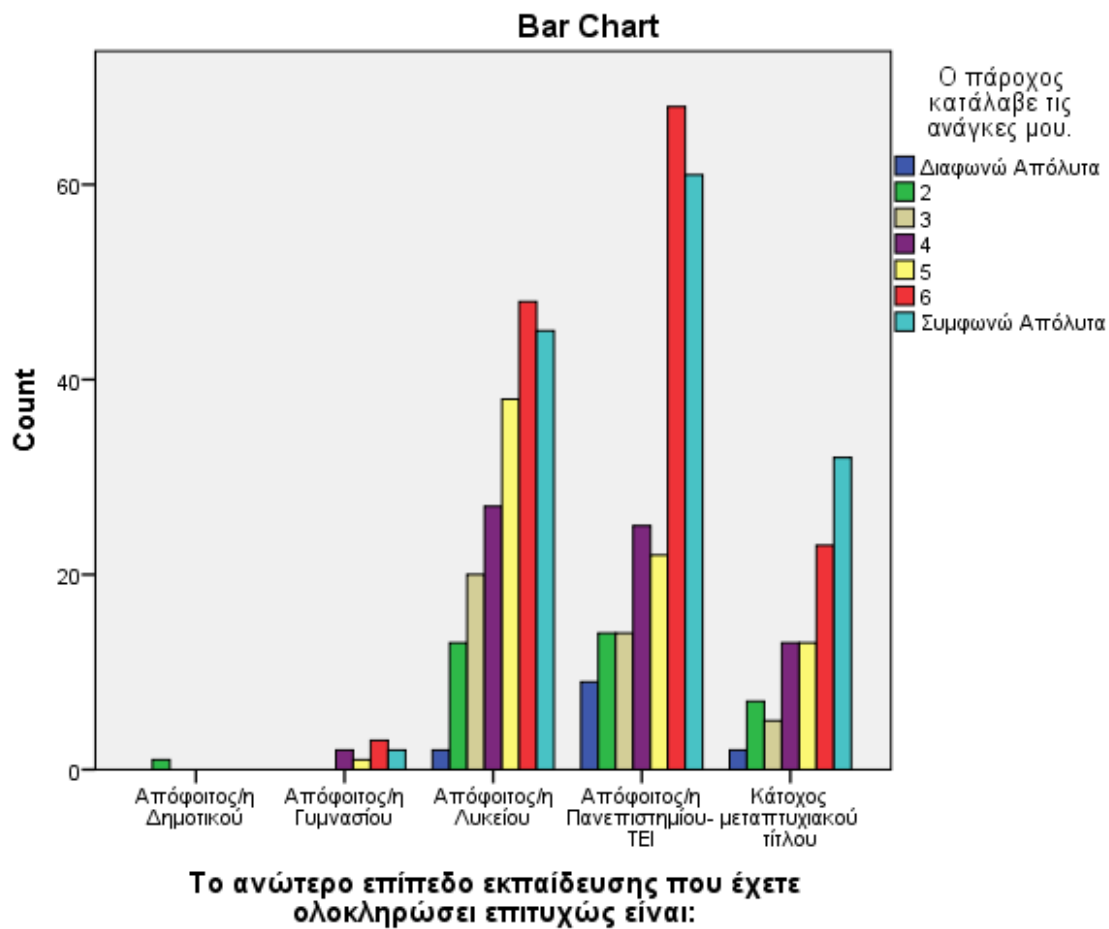
Διάγραμμα 23.1

Στο Διάγραμμα 23.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 18-29, 50-59 και άνω των 60 θεωρούν πως ο πάροχος κατάλαβε τις ανάγκες τους πλήρως. Οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες να μεν είναι πολύ ικανοποιημένες, όχι 100% όμως.



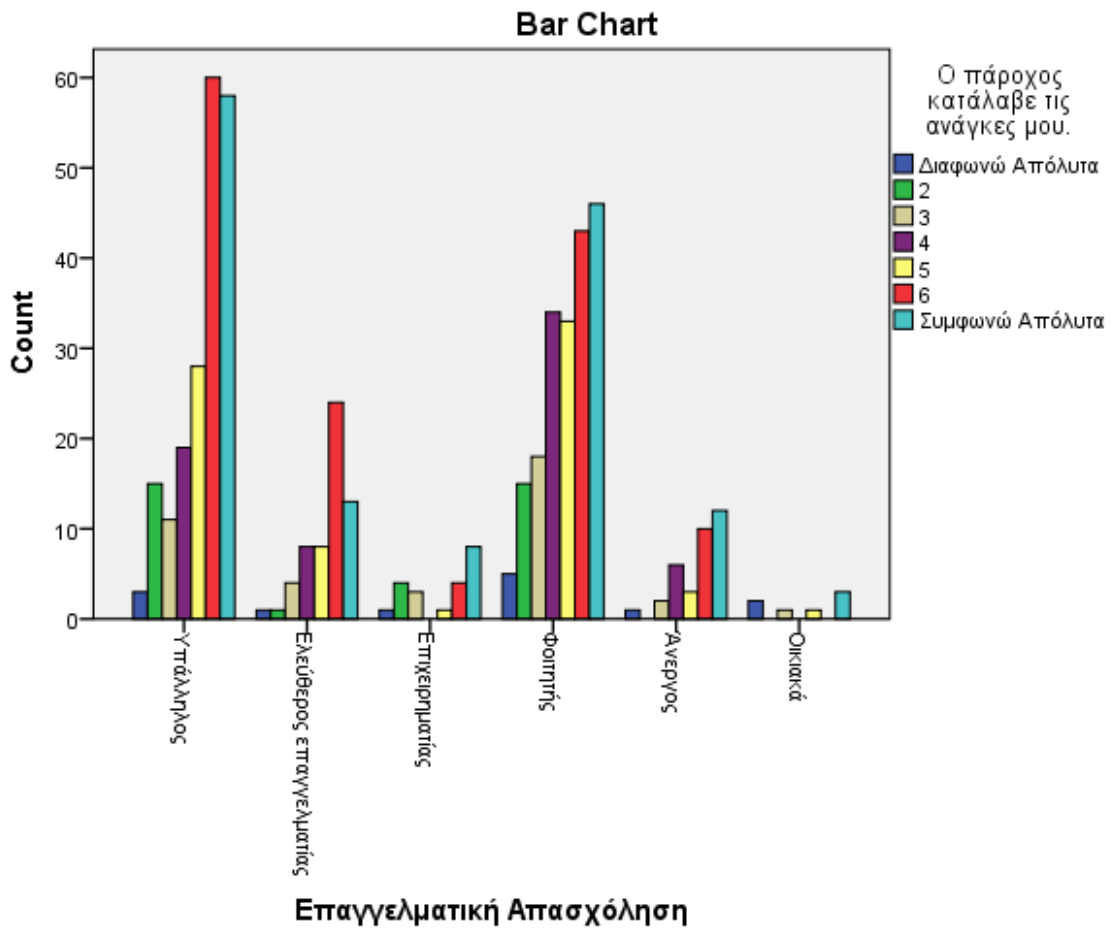
Διάγραμμα 23.2

Στο Διάγραμμα 23.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως ο πάροχος κατάλαβε τις ανάγκες τους. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 23.3

Στο Διάγραμμα 23.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ο πάροχος κατάλαβε τις ανάγκες τους.

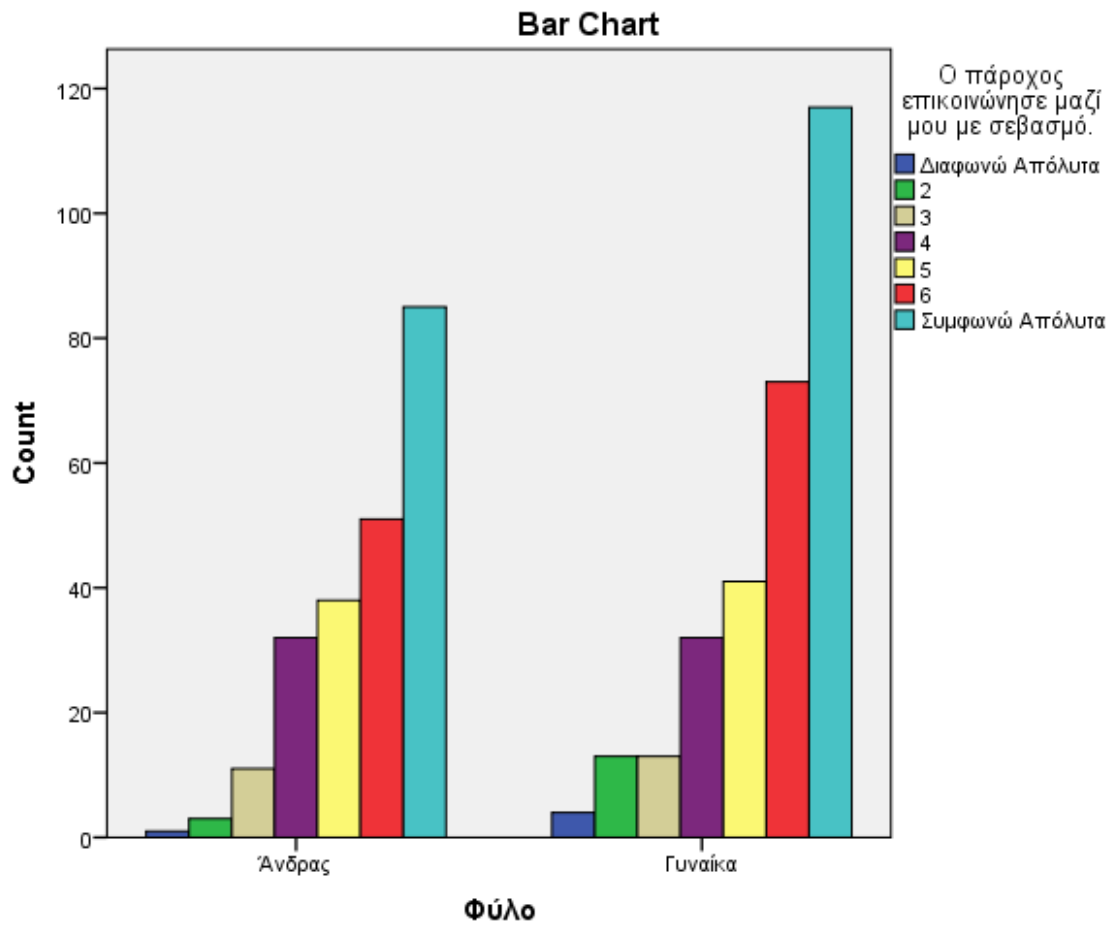


Διάγραμμα 23.4

Ερώτηση 24^η : Ο πάροχος επικοινωνήσε μαζί μου με σεβασμό.

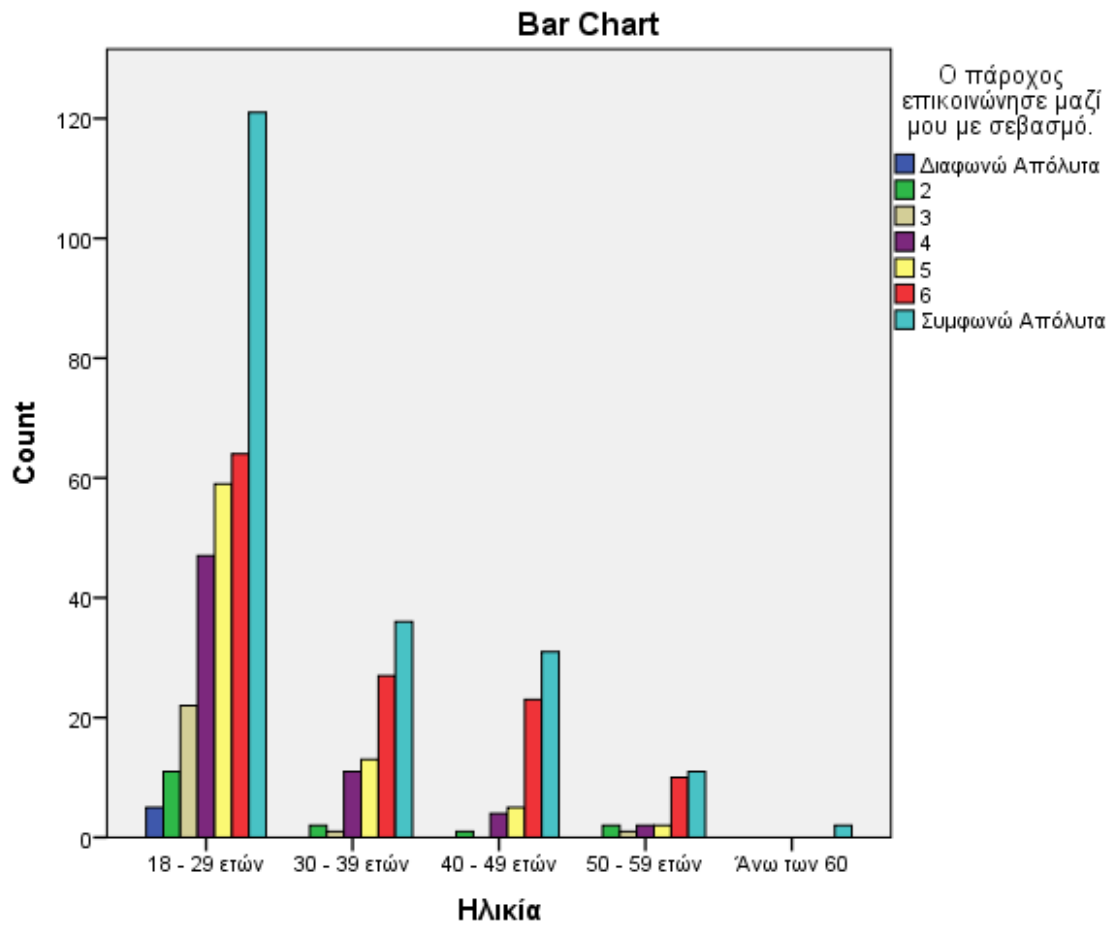
Στην ερώτηση 24, απάντησαν οι 513 (το 98,3%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 9 (το 1,7%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 24.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



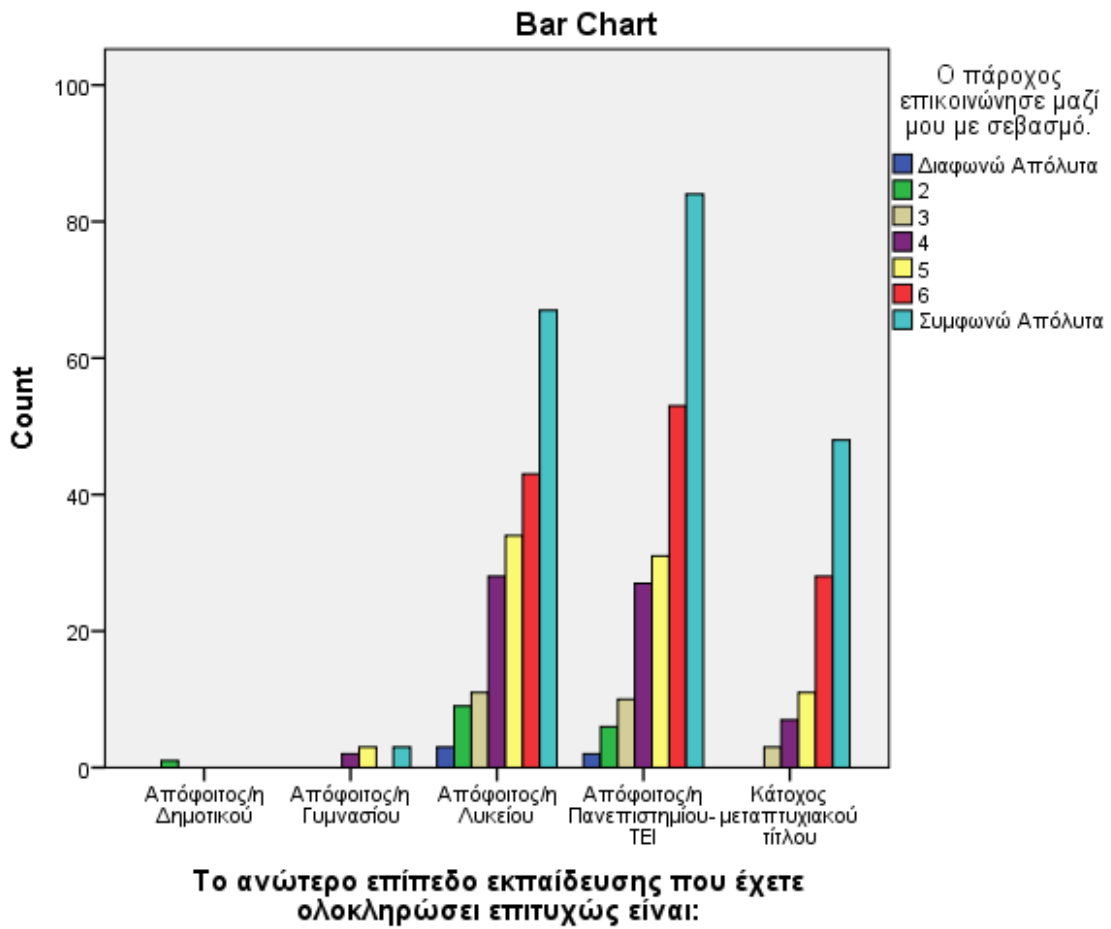
Διάγραμμα 24.1

Στο Διάγραμμα 24.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες ήταν ευχαριστημένες από τον σεβασμό που τους έδειξε ο πάροχος.



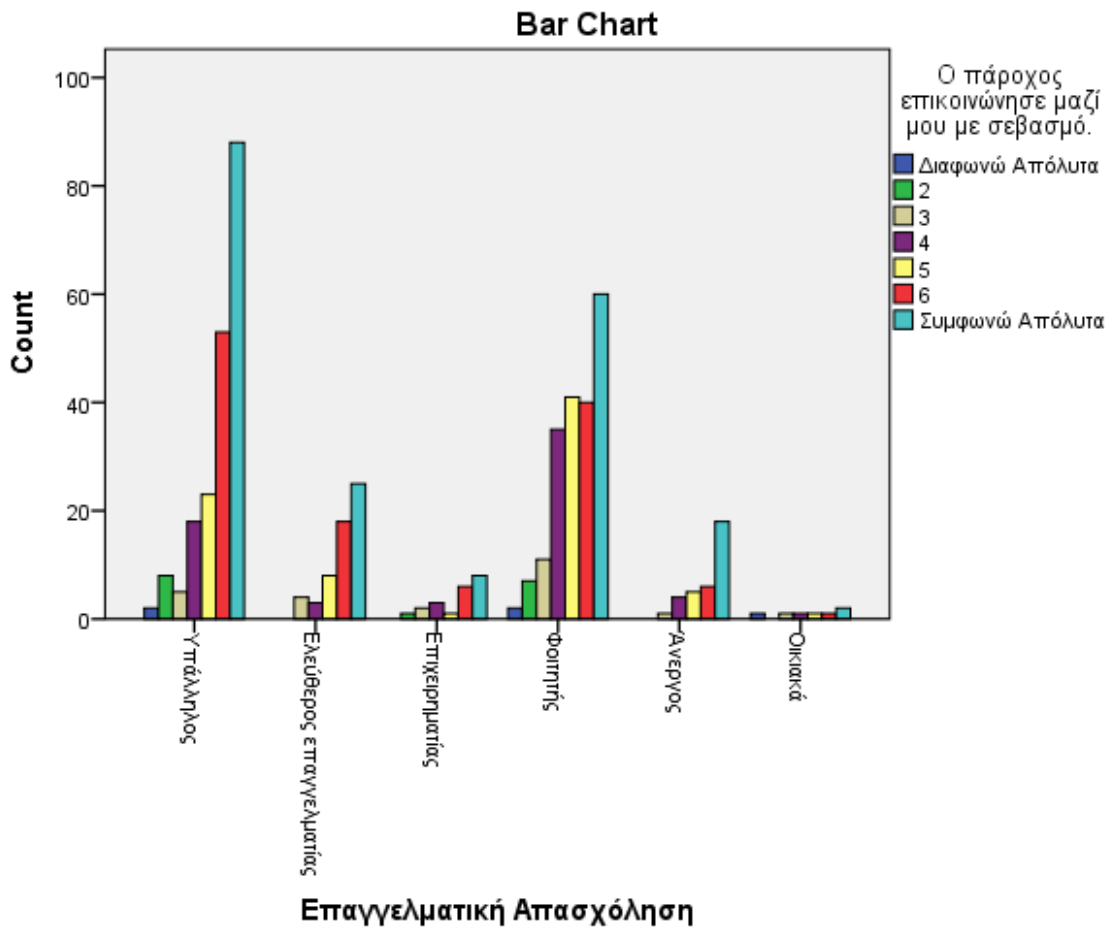
Διάγραμμα 24.2

Στο Διάγραμμα 24.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως ο πάροχος επικοινωνήσε μαζί τους με σεβασμό. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν σε αυτό.



Διάγραμμα 24.3

Στο Διάγραμμα 24.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ο πάροχος επικοινωνήσε μαζί τους με σεβασμό.

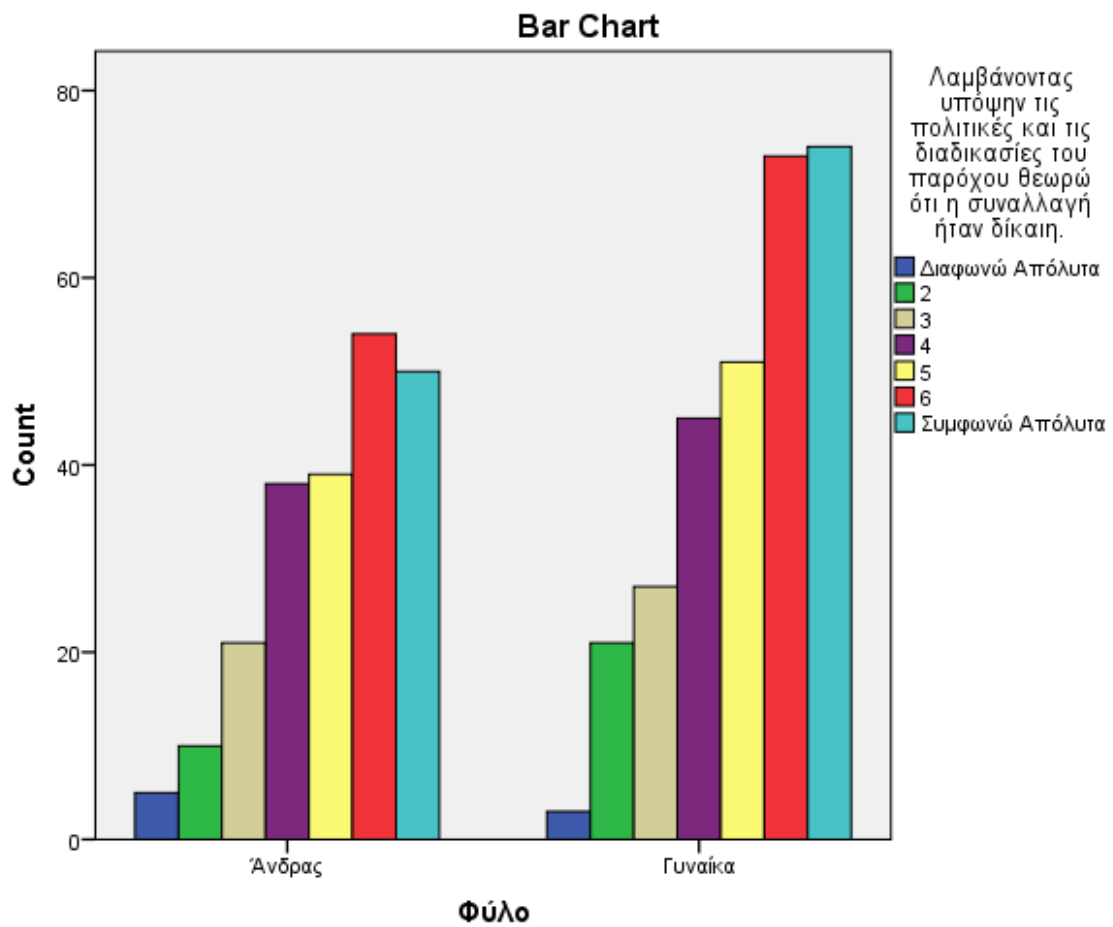


Διάγραμμα 24.4

Ερώτηση 25^η : Λαμβάνοντας υπόψην τις πολιτικές και τις διαδικασίες του παρόχου θεωρώ ότι η συναλλαγή ήταν δίκαιη.

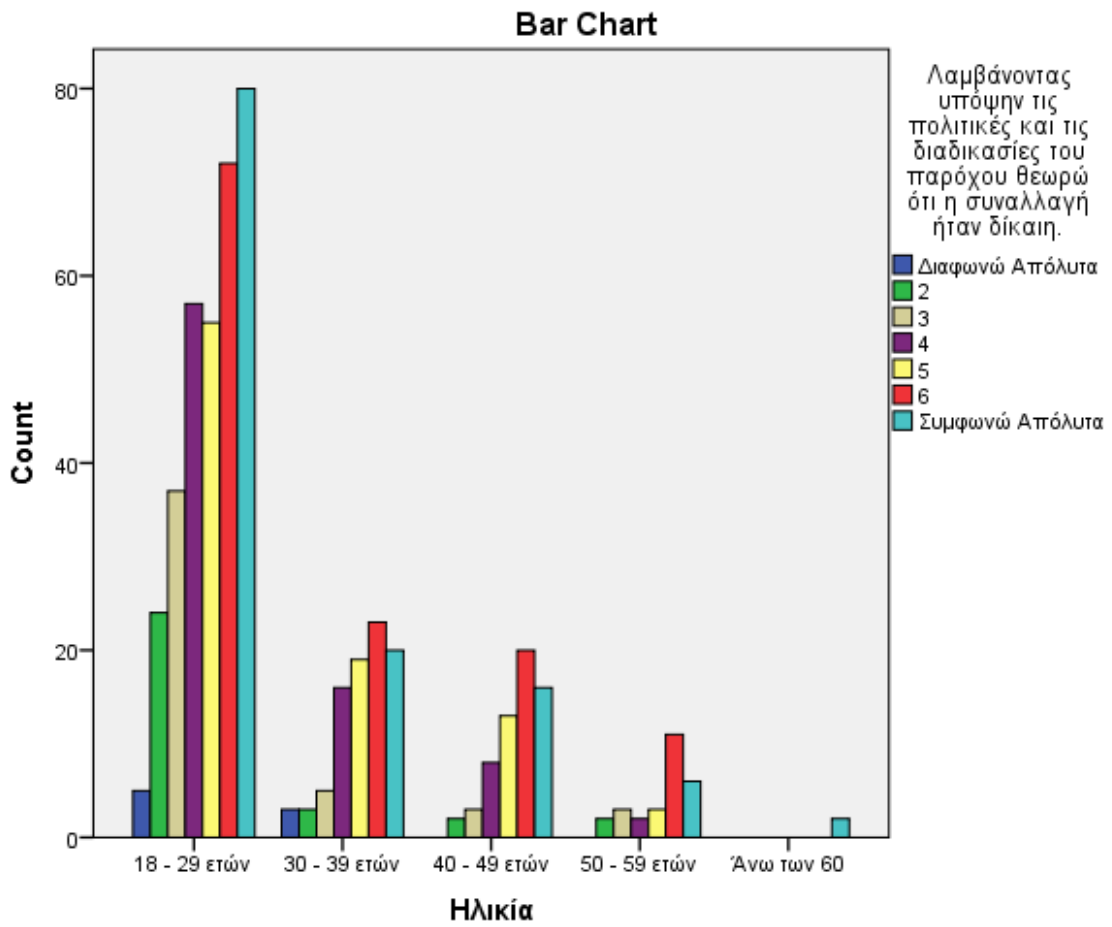
Στην ερώτηση 25, απάντησαν οι 511 (το 97,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 11 (το 2,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 και οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 25.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



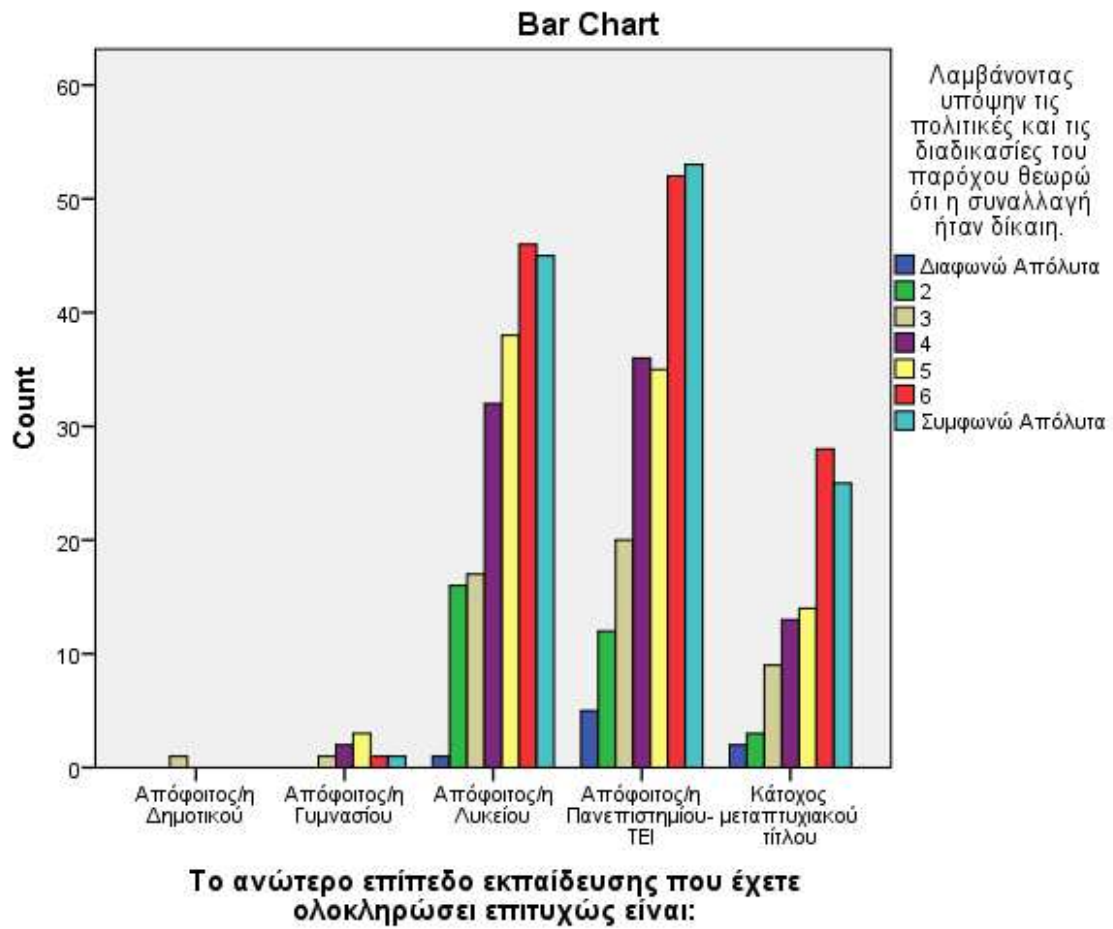
Διάγραμμα 25.1

Στο Διάγραμμα 25.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 18-29 και άνω των 60 θεωρούν ότι η συναλλαγή ήταν 100% δίκαιη.



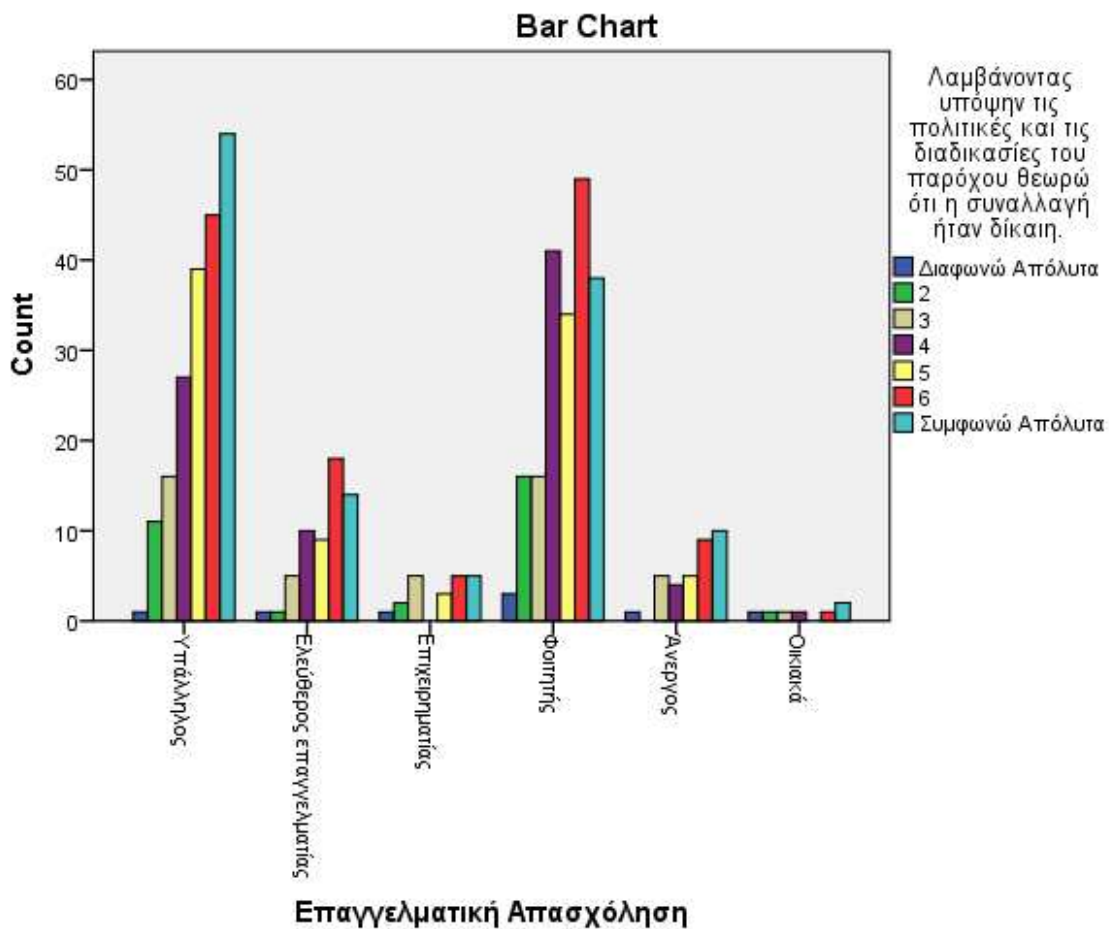
Διάγραμμα 25.2

Στο Διάγραμμα 25.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως ότι η συναλλαγή ήταν δίκαιη λαμβάνοντας υπόψη τις πολιτικές και τις διαδικασίες του παρόχου. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 25.3

Στο Διάγραμμα 25.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως η συναλλαγή του παρόχου ήταν δίκαιη λαμβάνοντας υπόψη τις πολιτικές και τις διαδικασίες.

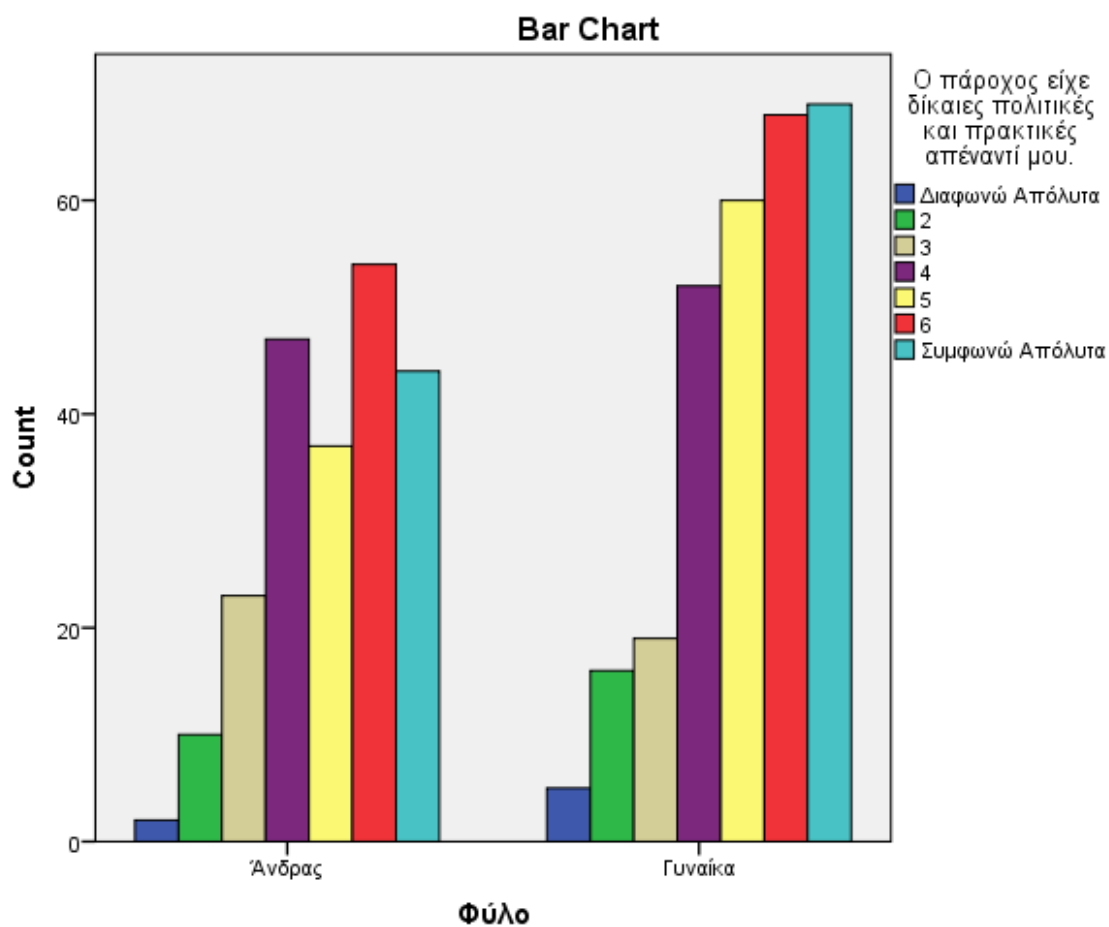


Διάγραμμα 25.4

Ερώτηση 26^η : Ο πάροχος είχε δίκαιες πολιτικές και πρακτικές απέναντί μου.

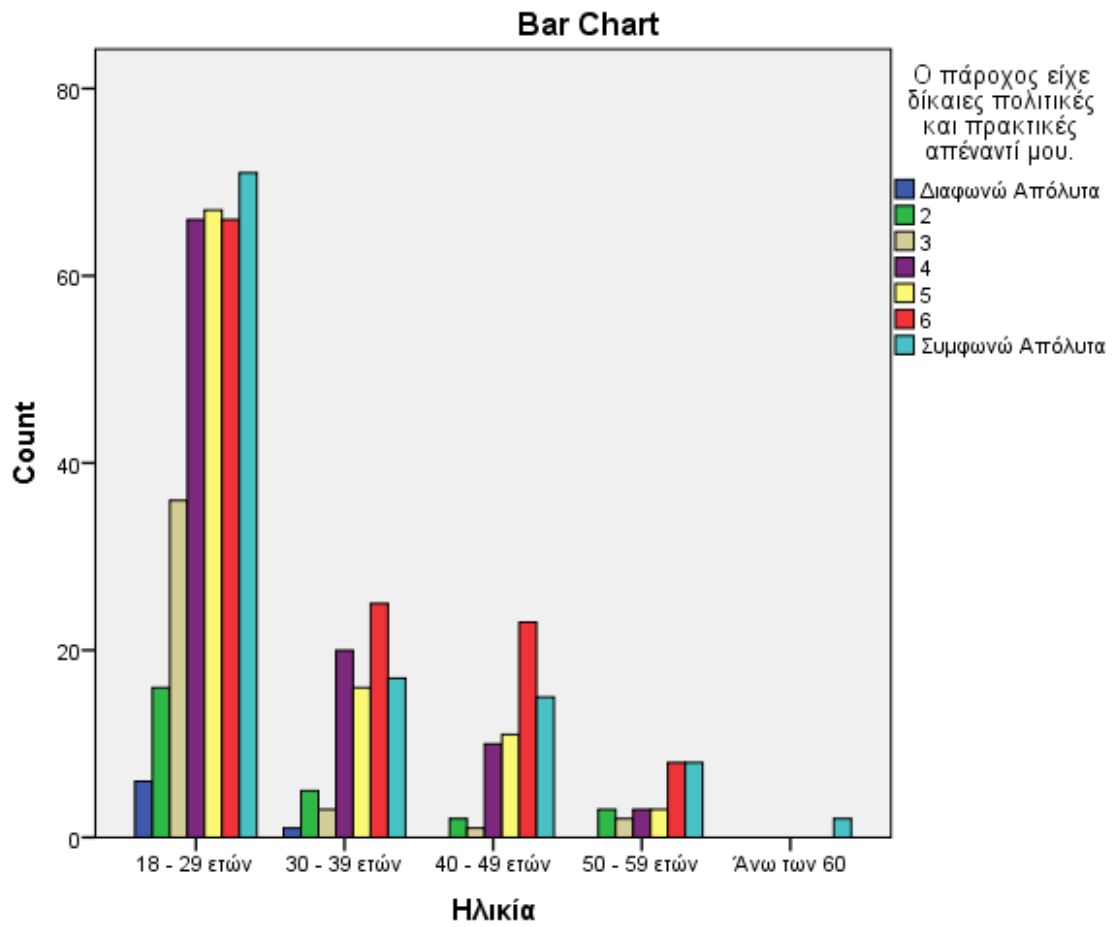
Στην ερώτηση 26, απάντησαν οι 506 (το 96,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 16 (το 3,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 και οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 26.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



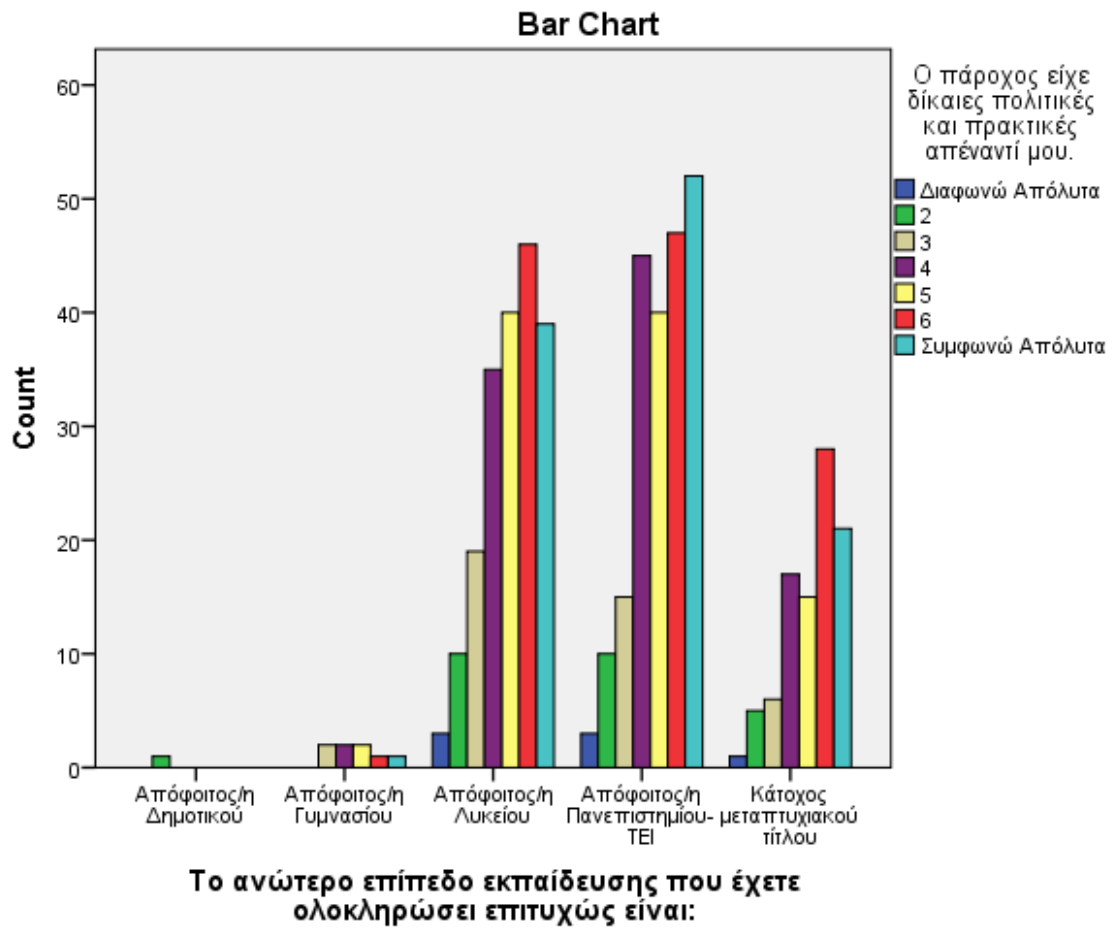
Διάγραμμα 26.1

Στο Διάγραμμα 26.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 18-29, 50-59 και άνω των 60 θεωρούν ότι ο πάροχος είχε δίκαιες πολιτικές και πρακτικές απέναντί τους.



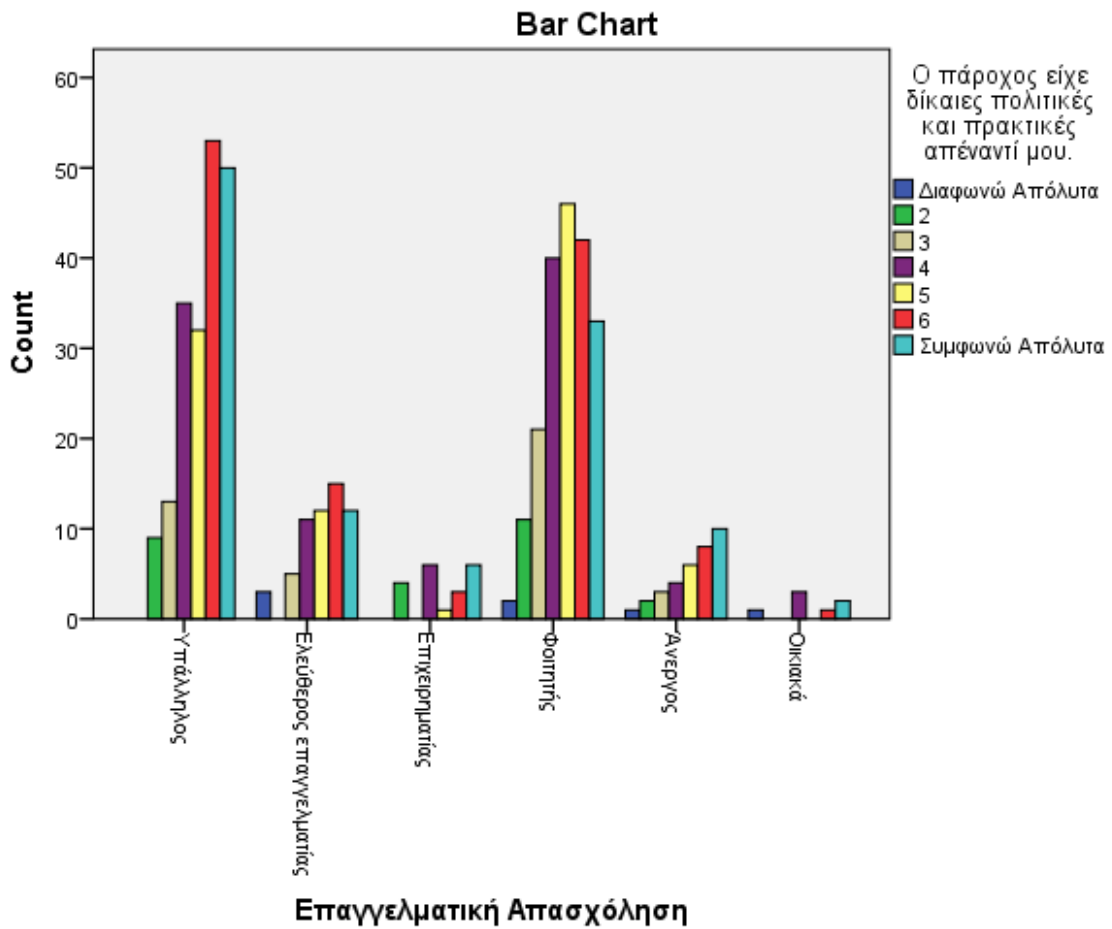
Διάγραμμα 26.2

Στο Διάγραμμα 26.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως ο πάροχος είχε δίκαιες πολιτικές και πρακτικές απέναντί τους. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 26.3

Στο Διάγραμμα 26.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ο πάροχος είχε δίκαιες πολιτικές και πρακτικές απέναντί τους. Μόνο όσοι ασχολούνται με τα οικιακά έχουν ουδέτερη άποψη.

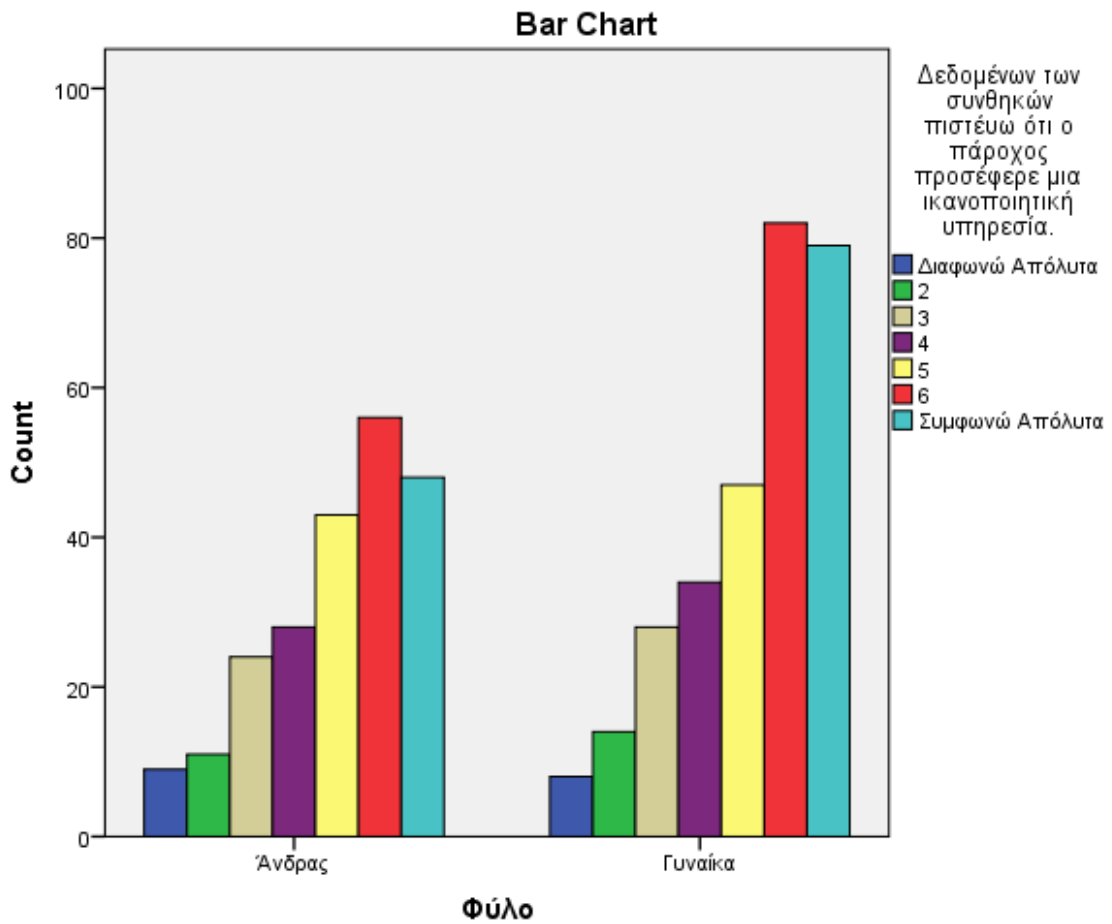


Διάγραμμα 26.4

Ερώτηση 27^η : Δεδομένων των συνθηκών πιστεύω ότι ο πάροχος προσέφερε μια ικανοποιητική υπηρεσία.

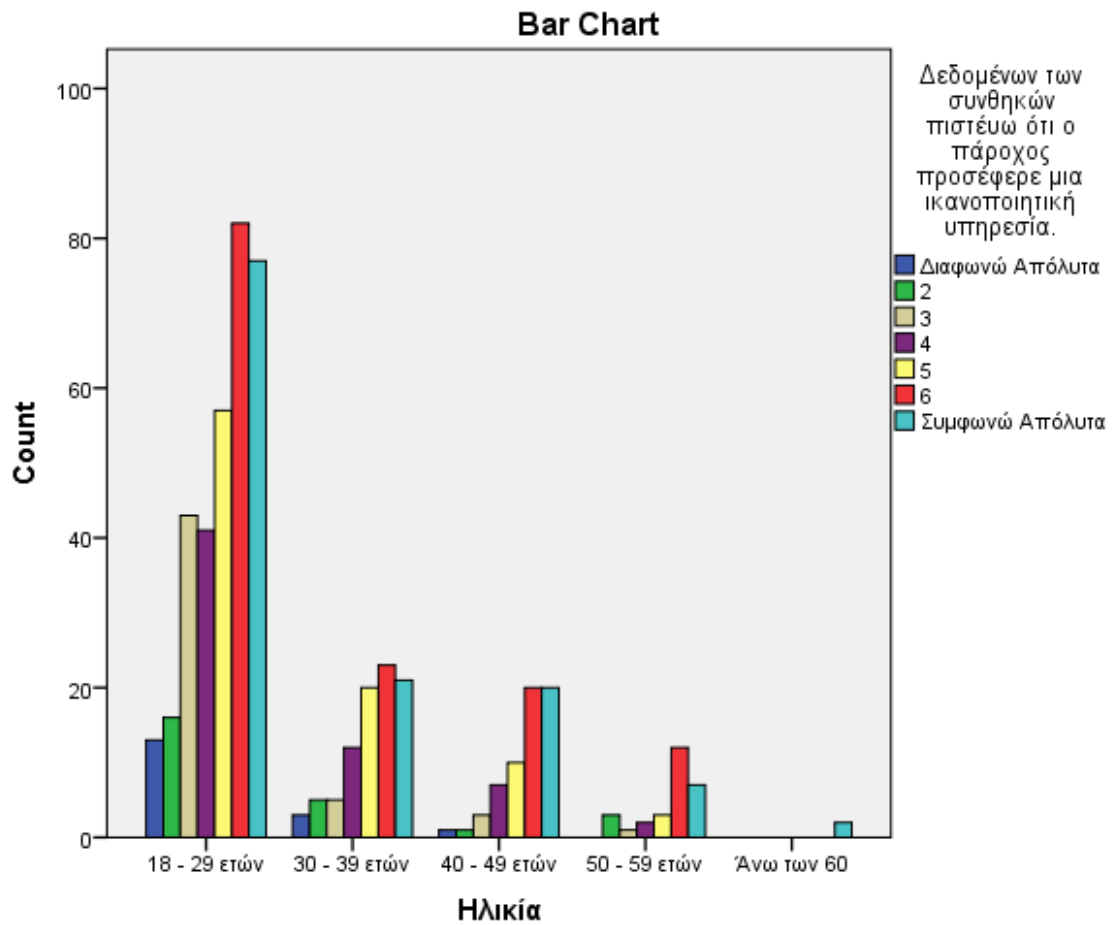
Στην ερώτηση 27, απάντησαν οι 511 (το 97,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 11 (το 2,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6, ενώ το μικρότερο ποσοστό και των δύο φύλων διαφωνούν απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 27.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



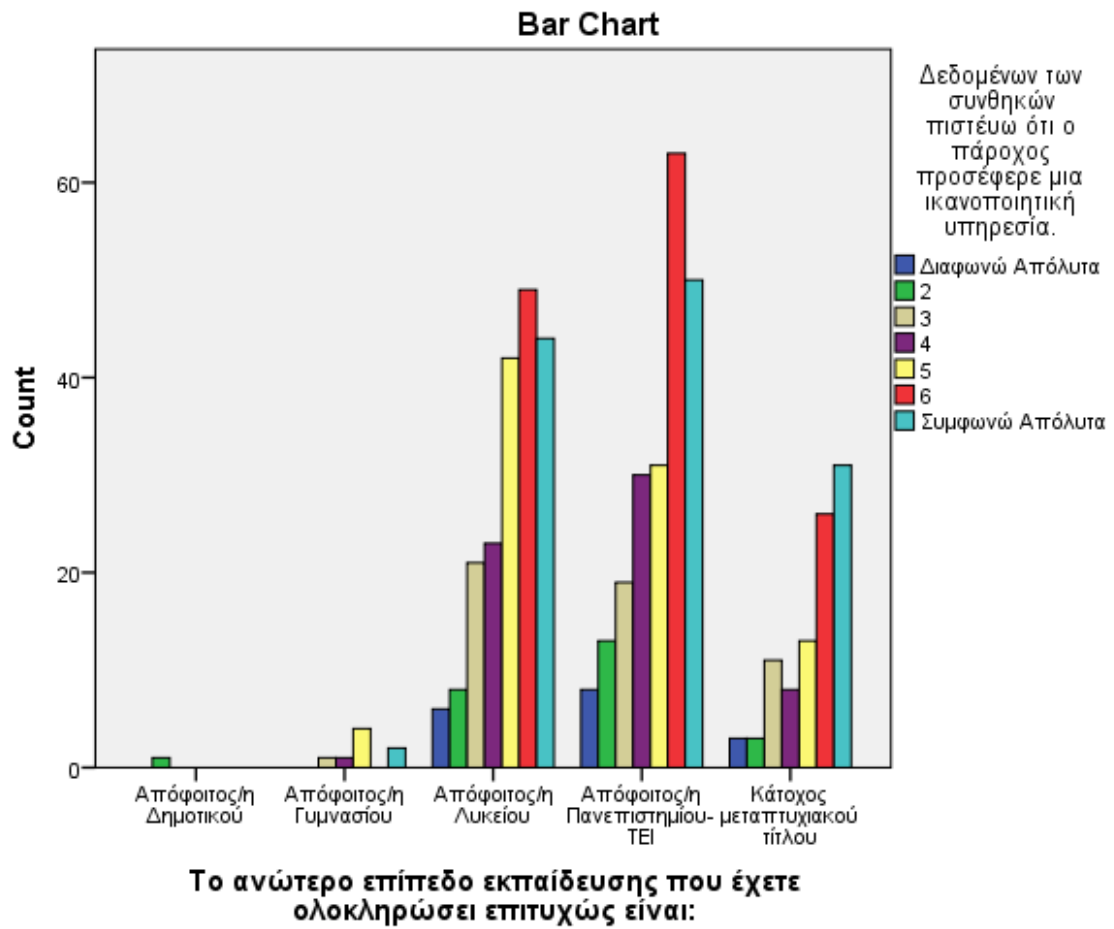
Διάγραμμα 27.1

Στο Διάγραμμα 27.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 40-49 και άνω των 60 θεωρούν ότι ο πάροχος πρόσφερε ικανοποιητική υπηρεσία δεδομένων των συνθηκών.



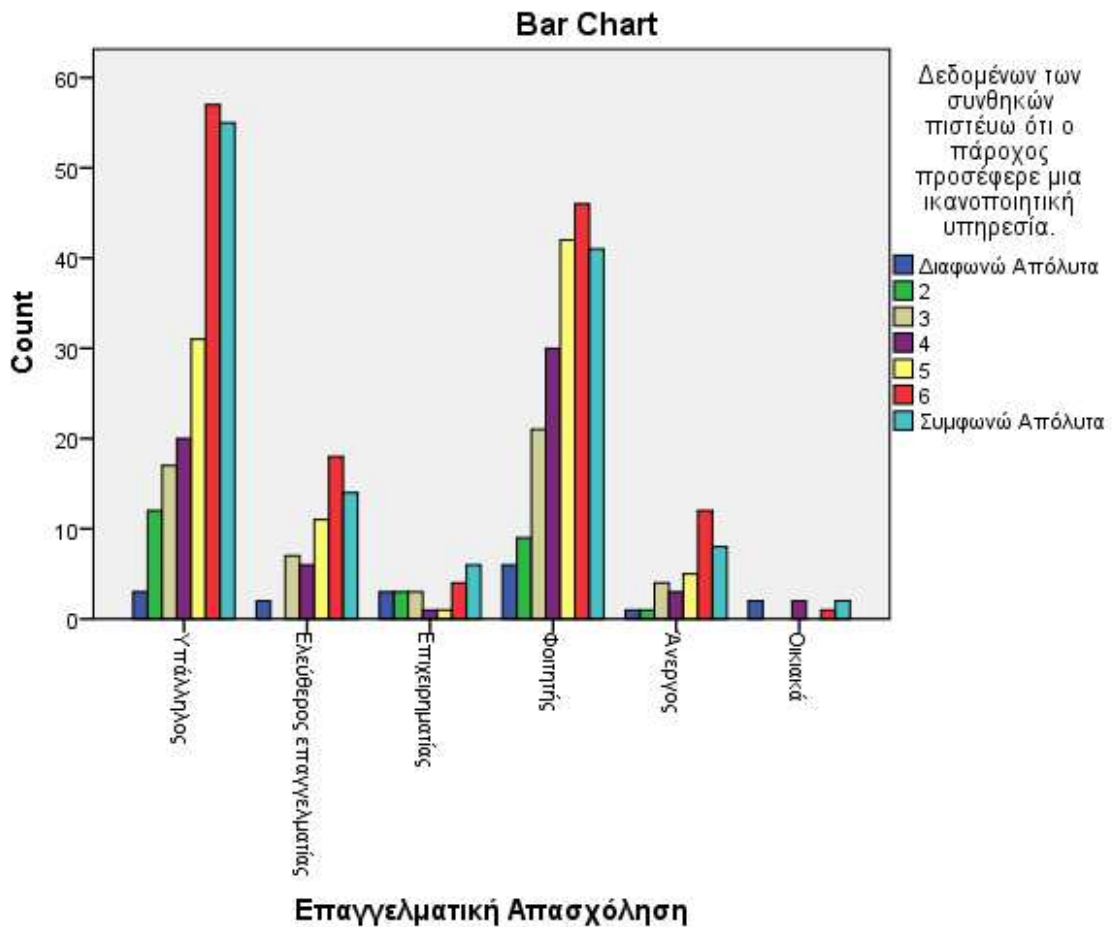
Διάγραμμα 27.2

Στο Διάγραμμα 27.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως δεδομένων των συνθηκών ο πάροχος προσέφερε μια ικανοποιητική υπηρεσία. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν απόλυτα.



Διάγραμμα 27.3

Στο Διάγραμμα 27.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως δεδομένων των συνθηκών, ο πάροχος προσέφερε μια ικανοποιητική υπηρεσία.

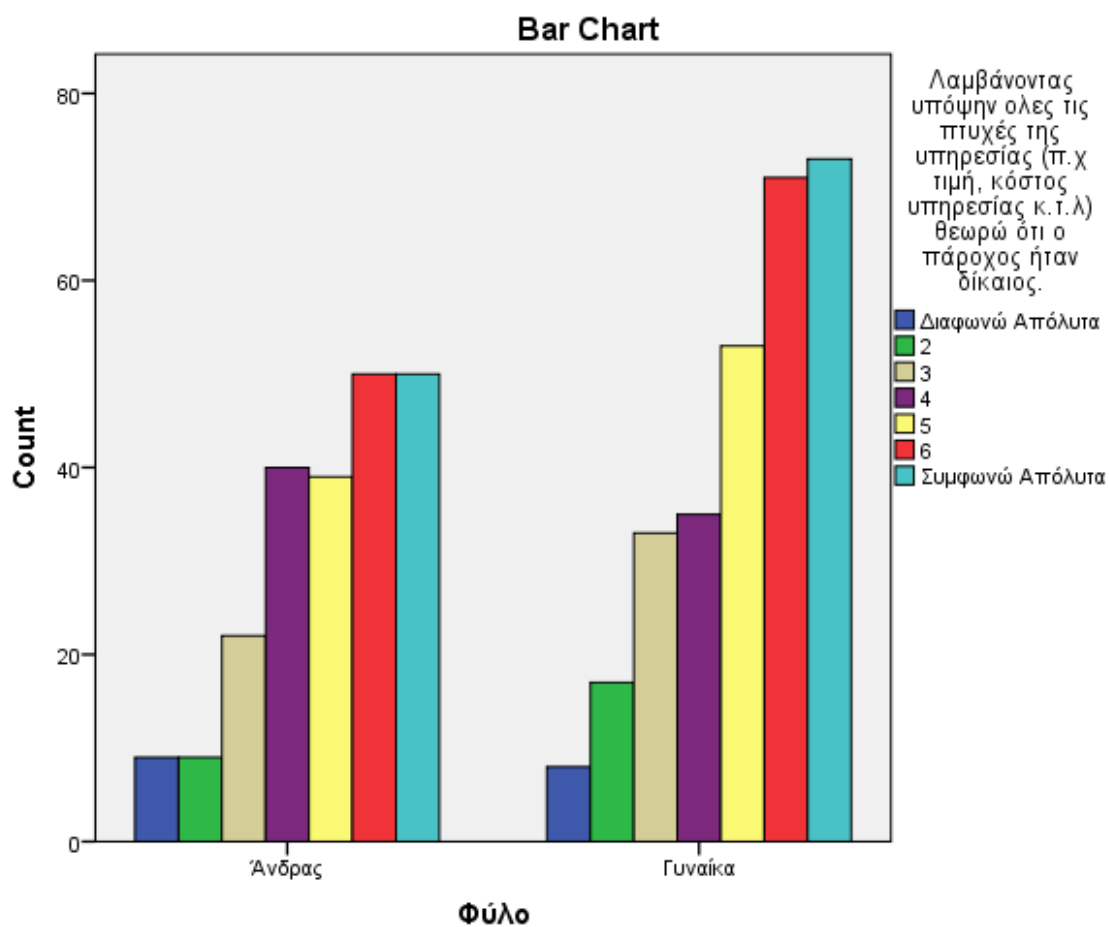


Διάγραμμα 27.4

Ερώτηση 28^η : Λαμβάνοντας υπόψην όλες τις πτυχές της υπηρεσίας (π.χ τιμή, κόστος υπηρεσίας κ.τ.λ) θεωρώ ότι ο πάροχος ήταν δίκαιος.

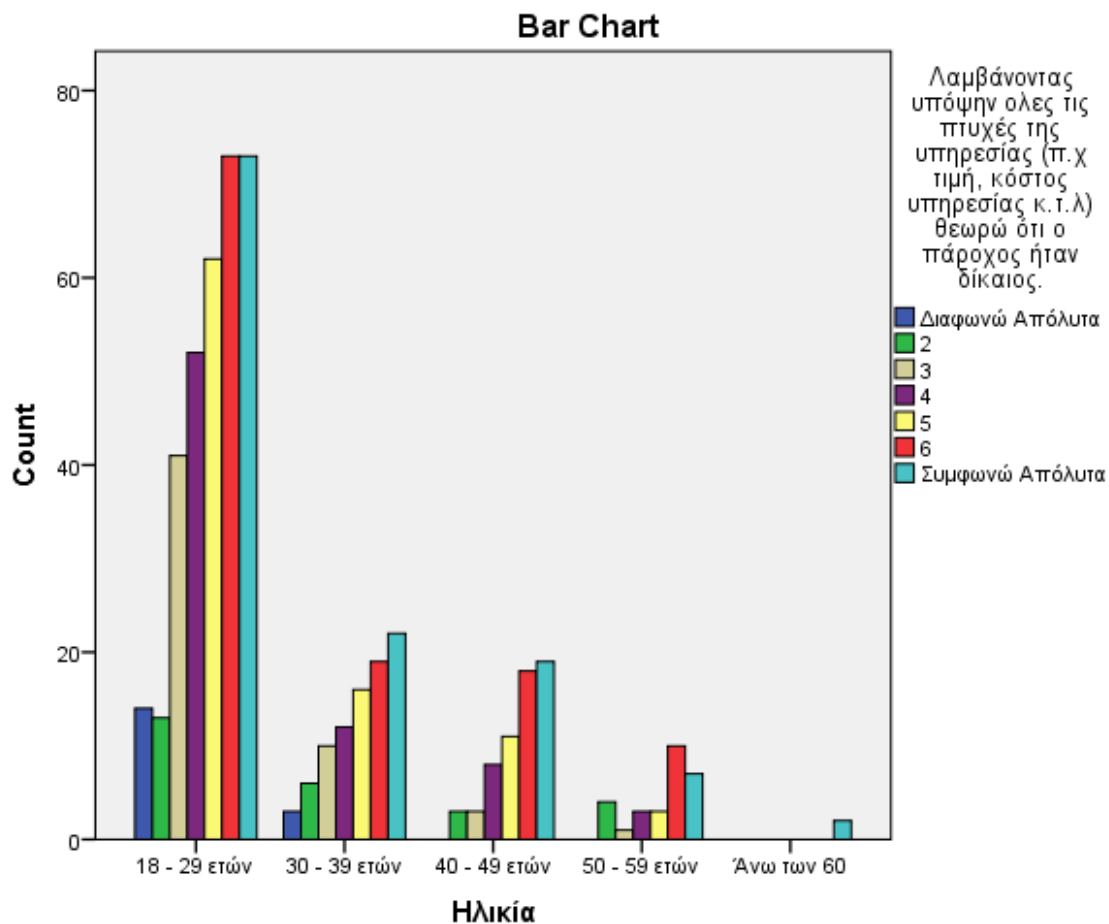
Στην ερώτηση 28, απάντησαν οι 511 (το 97,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 11 (το 2,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 σε ισοψηφία με το συμφωνώ απόλυτα και ένα μικρό ποσοστό επέλεξε το νούμερο 2 σε ισοψηφία με το διαφωνώ απόλυτα. Οι γυναίκες στην πλειοψηφία τους επέλεξαν το συμφωνώ απόλυτα και στην μειοψηφία τους το διαφωνώ απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 28.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



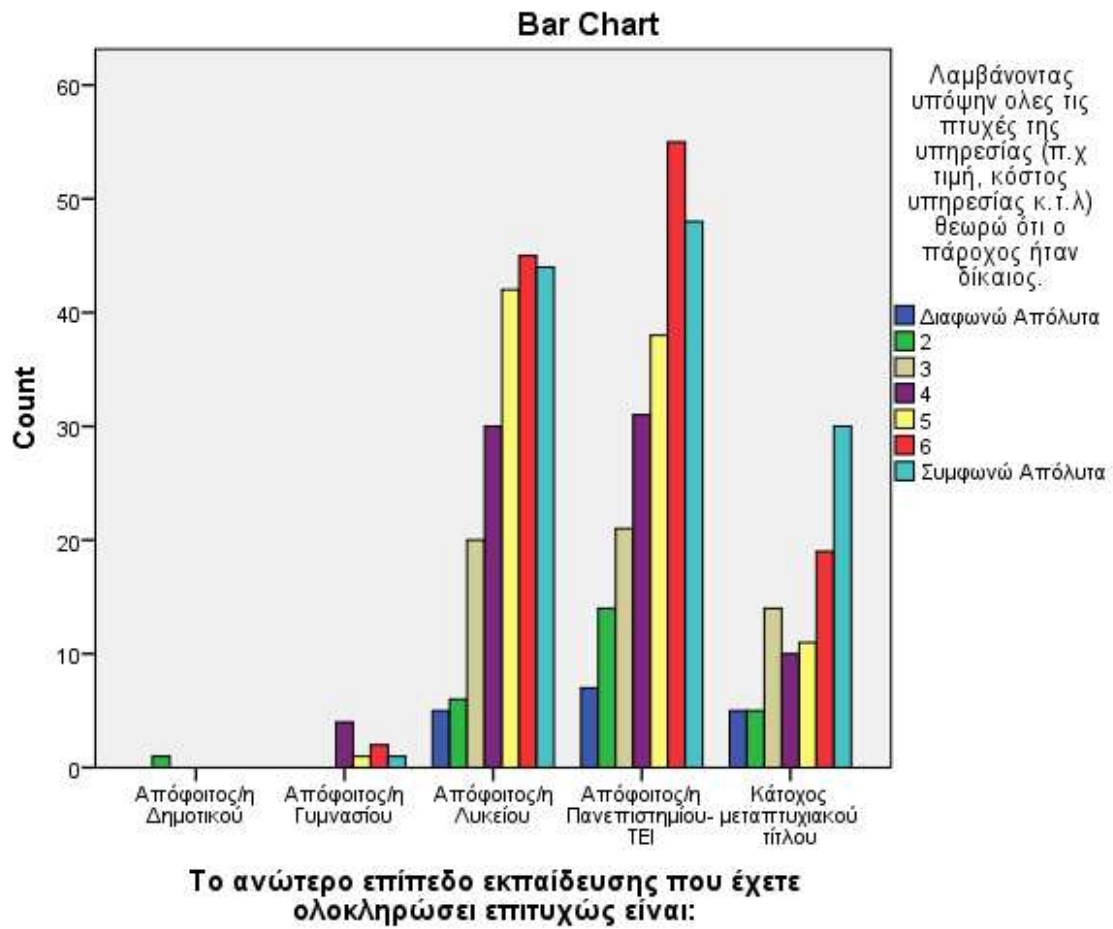
Διάγραμμα 28.1

Στο Διάγραμμα 28.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 18-29, 30-39, 40-49 και άνω των 60 θεωρούν ότι ο πάροχος ήταν δίκαιος λαμβάνοντας υπόψη όλες της πτυχές της υπηρεσίας.



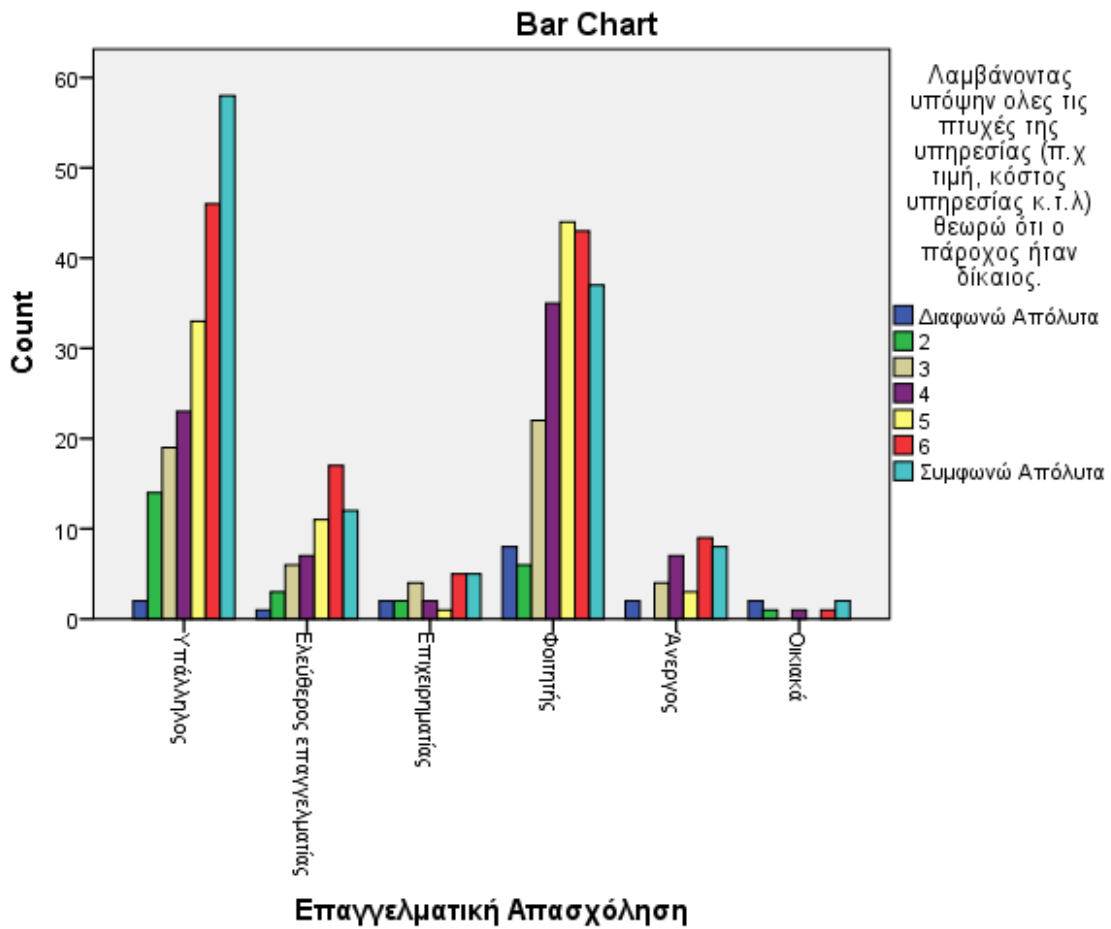
Διάγραμμα 28.2

Στο Διάγραμμα 28.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του λυκείου, του πανεπιστημίου-ΤΕΙ και οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν πως αν λάβουν υπόψη όλες τις πτυχές της υπηρεσίας (π.χ τιμή, κόστος υπηρεσίας κ.τ.λ) θεωρούν ότι ο πάροχος ήταν δίκαιος. Οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν, ενώ οι απόφοιτοι του γυμνασίου έχουν ουδέτερη άποψη.



Διάγραμμα 28.3

Στο Διάγραμμα 28.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ο πάροχος ήταν δίκαιος λαμβάνοντας υπόψη όλες τις πτυχές της υπηρεσίας (π.χ τιμή, κόστος υπηρεσίας κ.τ.λ).

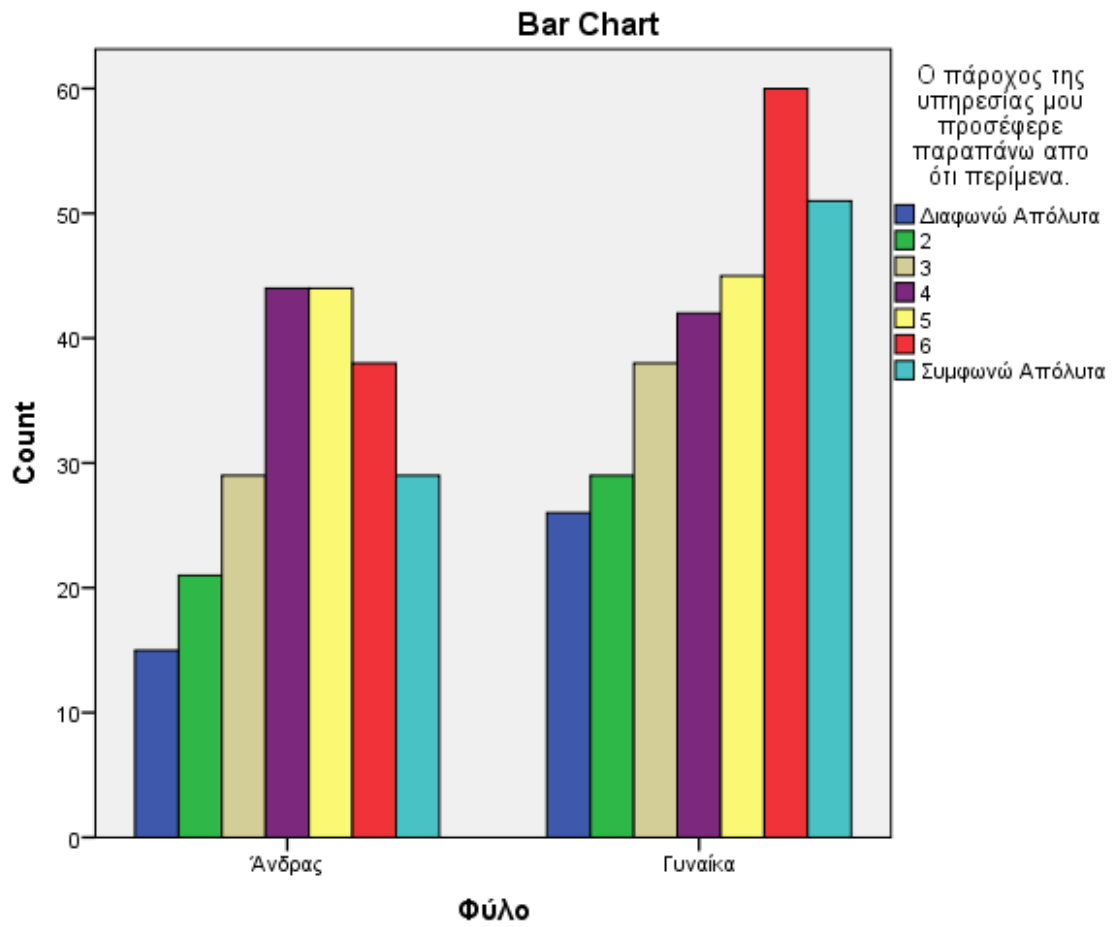


Διάγραμμα 28.4

Ερώτηση 29^η : Ο πάροχος της υπηρεσίας μου προσέφερε παραπάνω απο ότι περίμενα.

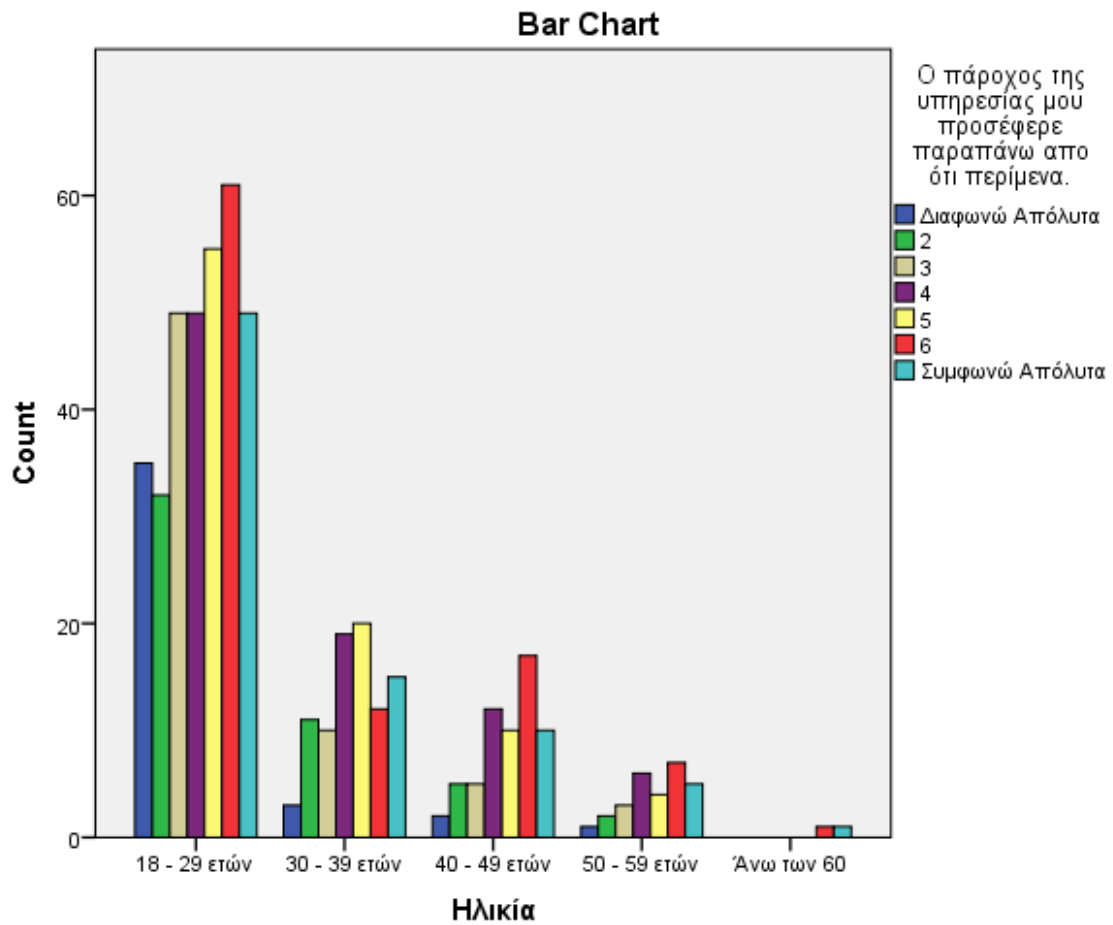
Στην ερώτηση 29, απάντησαν οι 511 (το 97,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 11 (το 2,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 4 σε ισοψηφία με το 5. Οι γυναίκες στην πλειοψηφία τους επέλεξαν το νούμερο 6. Η μειοψηφία και των δύο φύλων επέλεξε το διαφωνώ απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 29.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



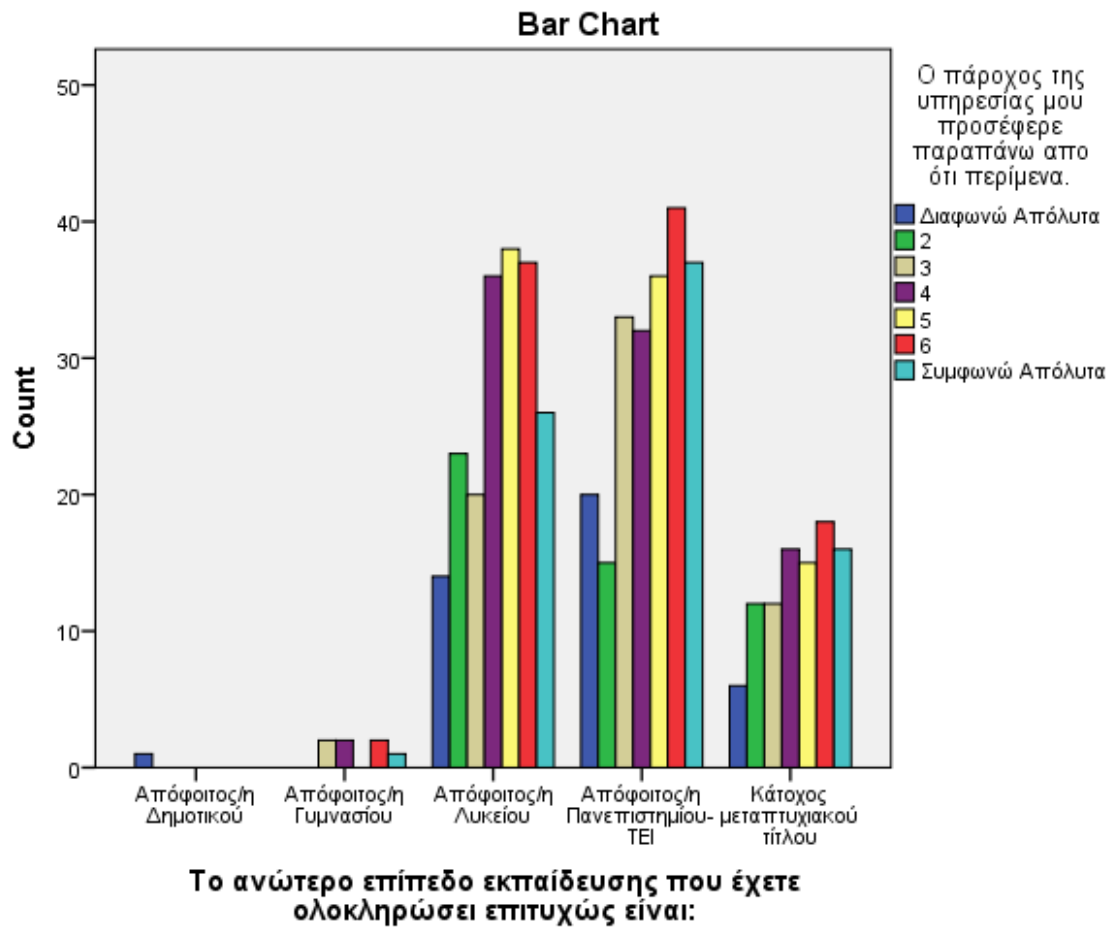
Διάγραμμα 29.1

Στο Διάγραμμα 29.2 αναφέρεται πως η ηλικία άνω των 60 θεωρεί ότι ο πάροχος πρόσφερε 100% παραπάνω υπηρεσίες απ' ότι περίμενε.



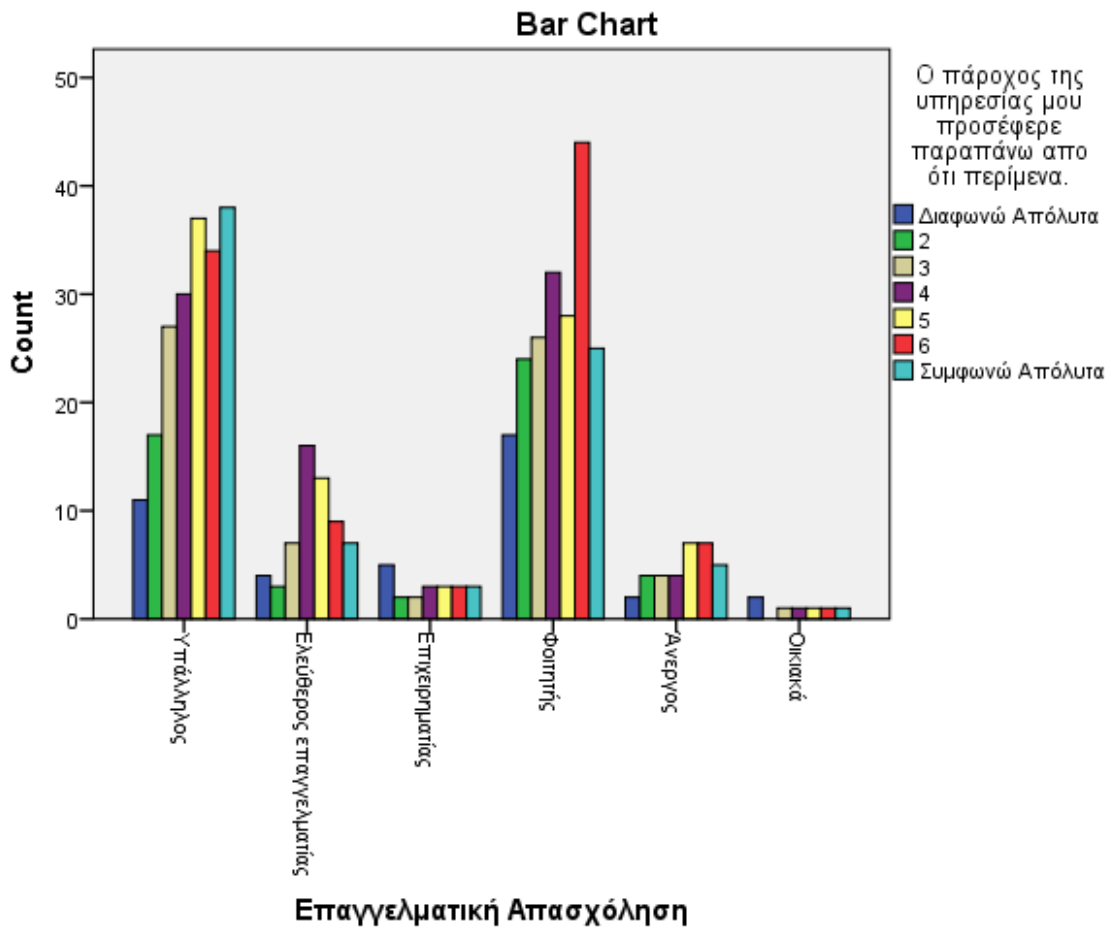
Διάγραμμα 29.2

Στο Διάγραμμα 29.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως ο πάροχος της υπηρεσίας τους προσέφερε παραπάνω απο ότι περίμεναν. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν απόλυτα.



Διάγραμμα 29.3

Στο Διάγραμμα 29.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως πάροχος της υπηρεσίας μου προσέφερε παραπάνω απο ότι περίμεναν. Οι ελεύθεροι επαγγελματίες έχουν ουδέτερη άποψη, ενώ οι επιχειρηματίες διαφωνούν απόλυτα.

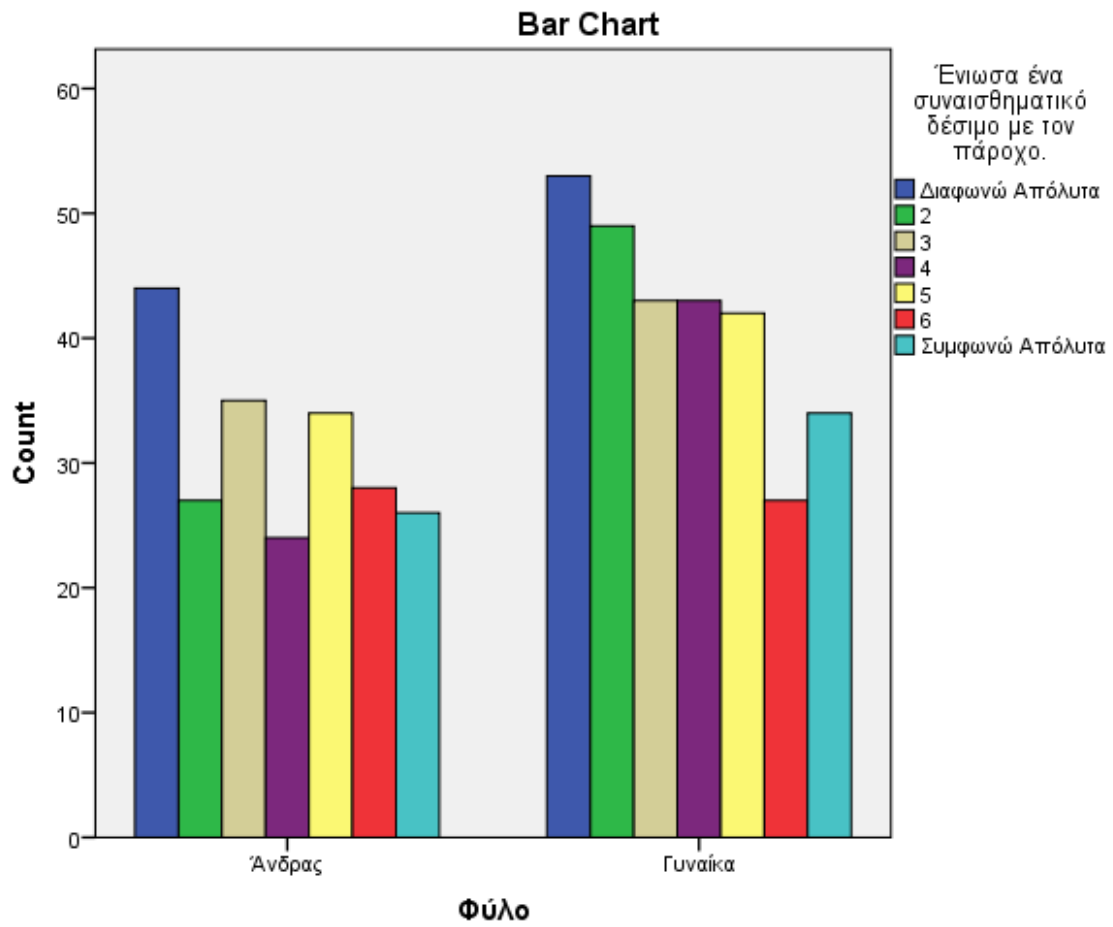


Διάγραμμα 29.4

Ερώτηση 30^η : Ένιωσα ένα συναισθηματικό δέσιμο με τον πάροχο.

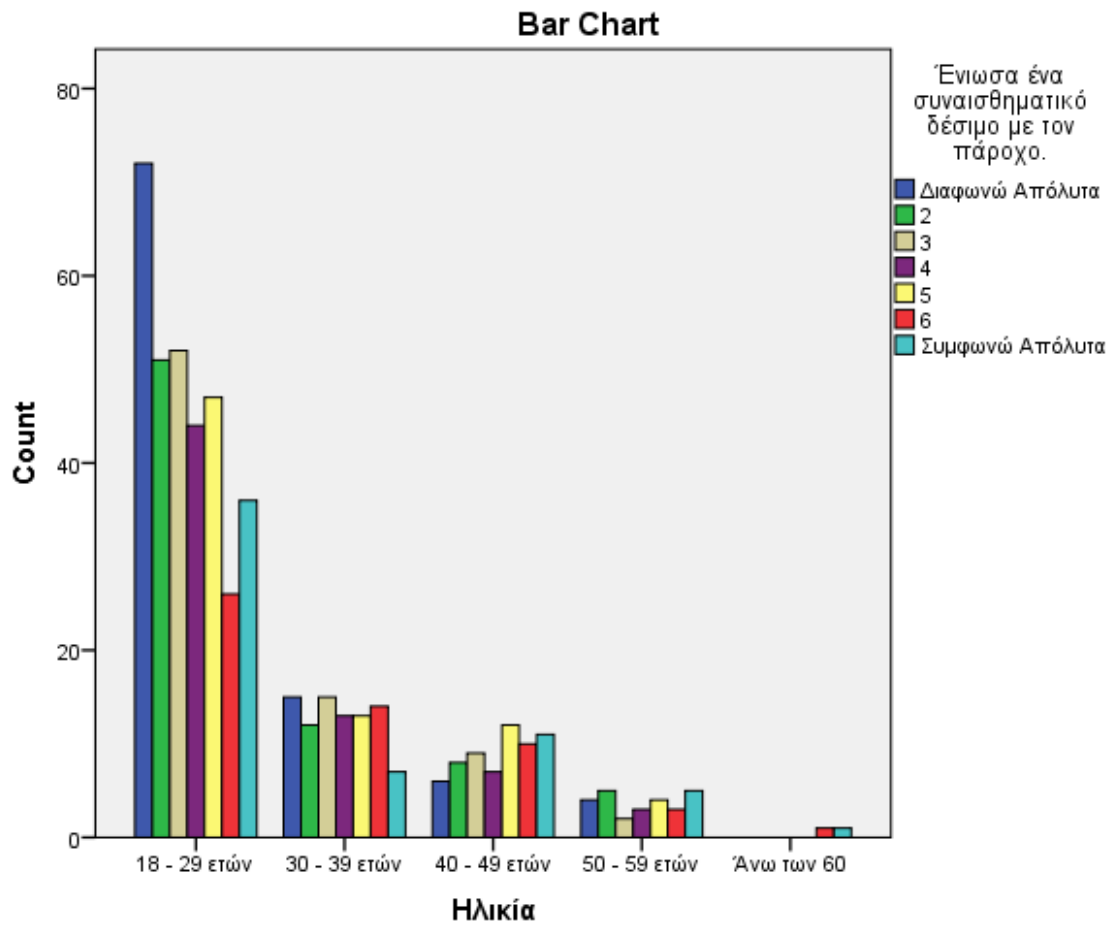
Στην ερώτηση 30, απάντησαν οι 509 (το 97,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 13 (το 2,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες διαφωνούν απόλυτα. Οι λιγότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 4 και οι λιγότερες γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6.

Στο Διάγραμμα 30.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



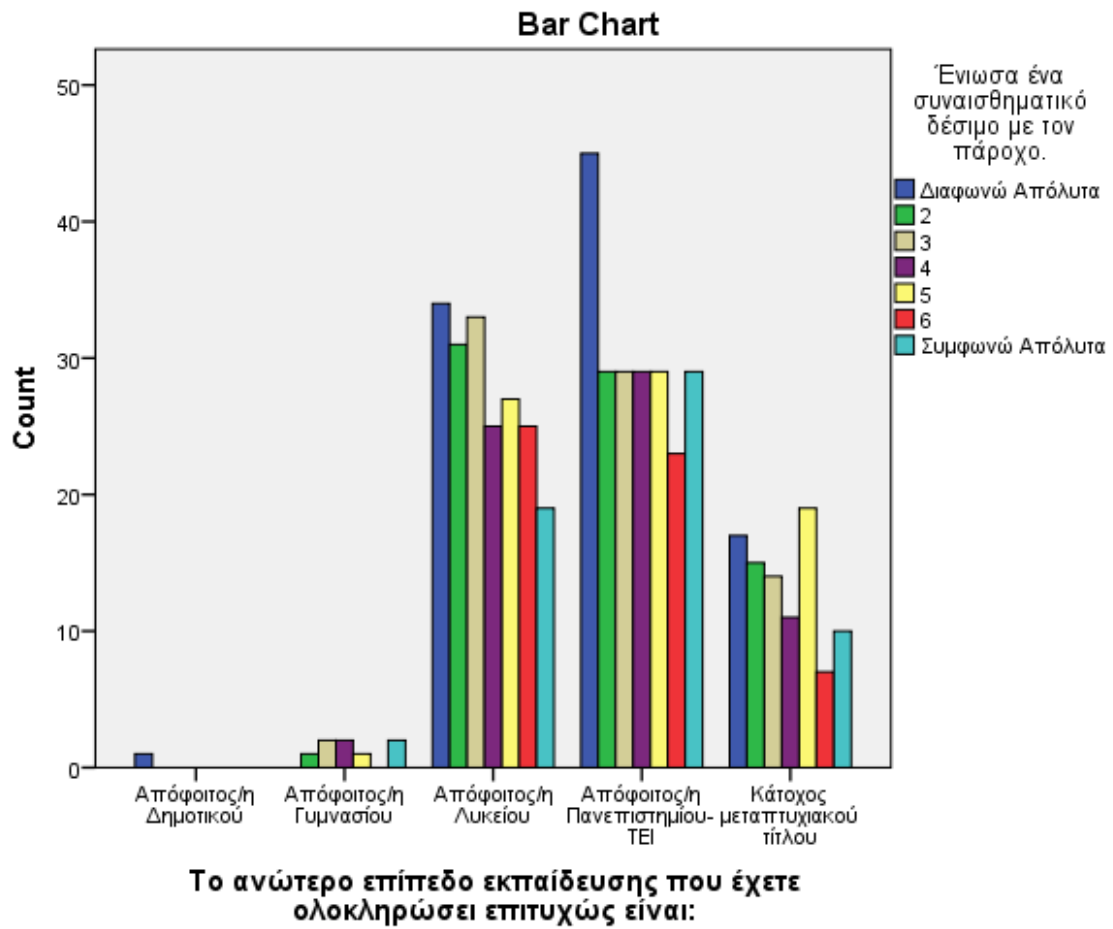
Διάγραμμα 30.1

Στο Διάγραμμα 30.2 αναφέρεται πως η ηλικιακή ομάδα 18-29 είναι η μόνη που δεν ένωσε κανένα δέσιμο με τον πάροχο σε σύγκριση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες που υπάρχει μια ισορροπία στις απαντήσεις τους.



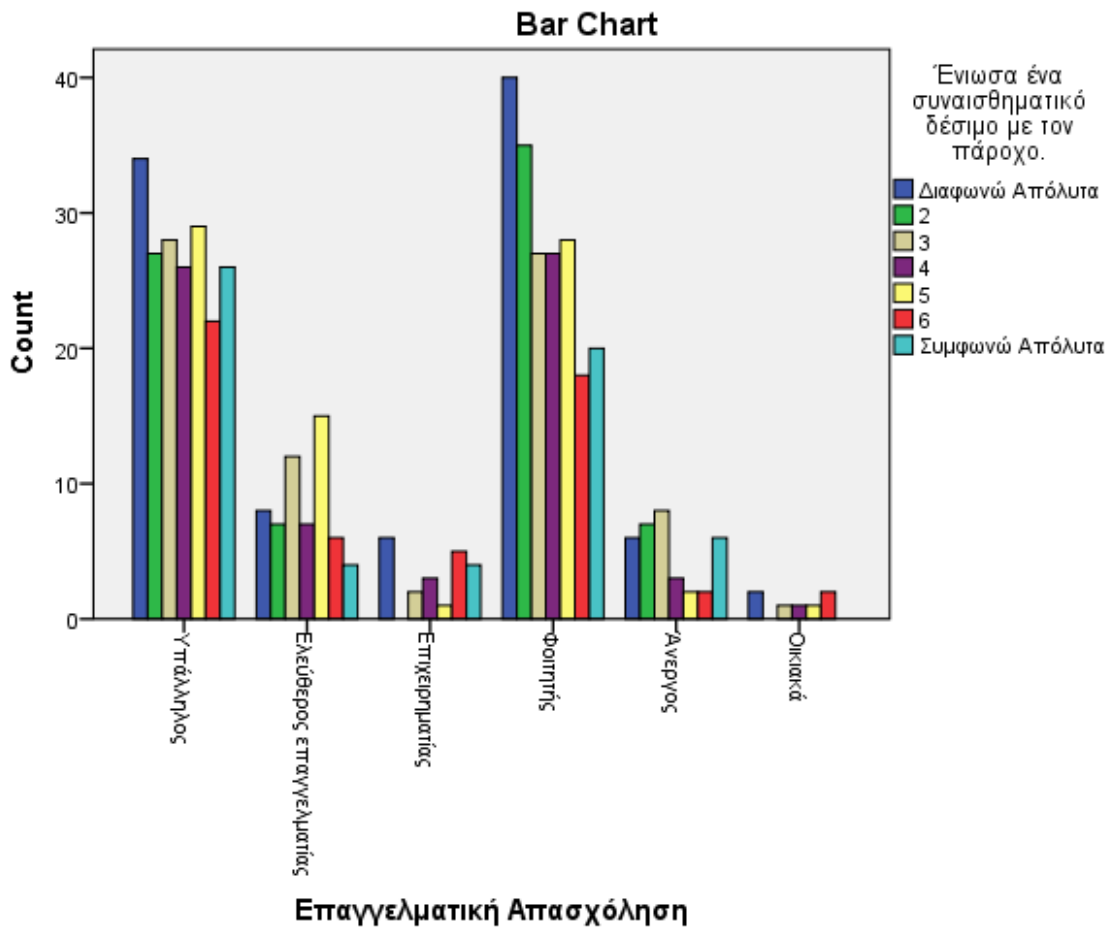
Διαγραμμα 30.2

Στο Διάγραμμα 30.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του δημοτικού, του λυκείου και του πανεπιστημίου-ΤΕΙ διαφωνούν απόλυτα πως ένιωσαν ένα συναισθηματικό δέσιμο με τον πάροχο. Οι απόφοιτοι του γυμνασίου κάποια από αυτούς διαφωνούν και κάποιοι άλλοι έχουν ουδέτερη προς θετική γνώμη. Οι κάτοικοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν αλλά όχι σε μεγάλο βαθμό.



Διάγραμμα 30.3

Στο Διάγραμμα 30.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης διαφωνούν πως ένωσα ένα συναισθηματικό δέσιμο με τον πάροχο. Μόνο οι ελεύθεροι επαγγελματίες συμφωνούν σε αυτό λίγο περισσότερο.

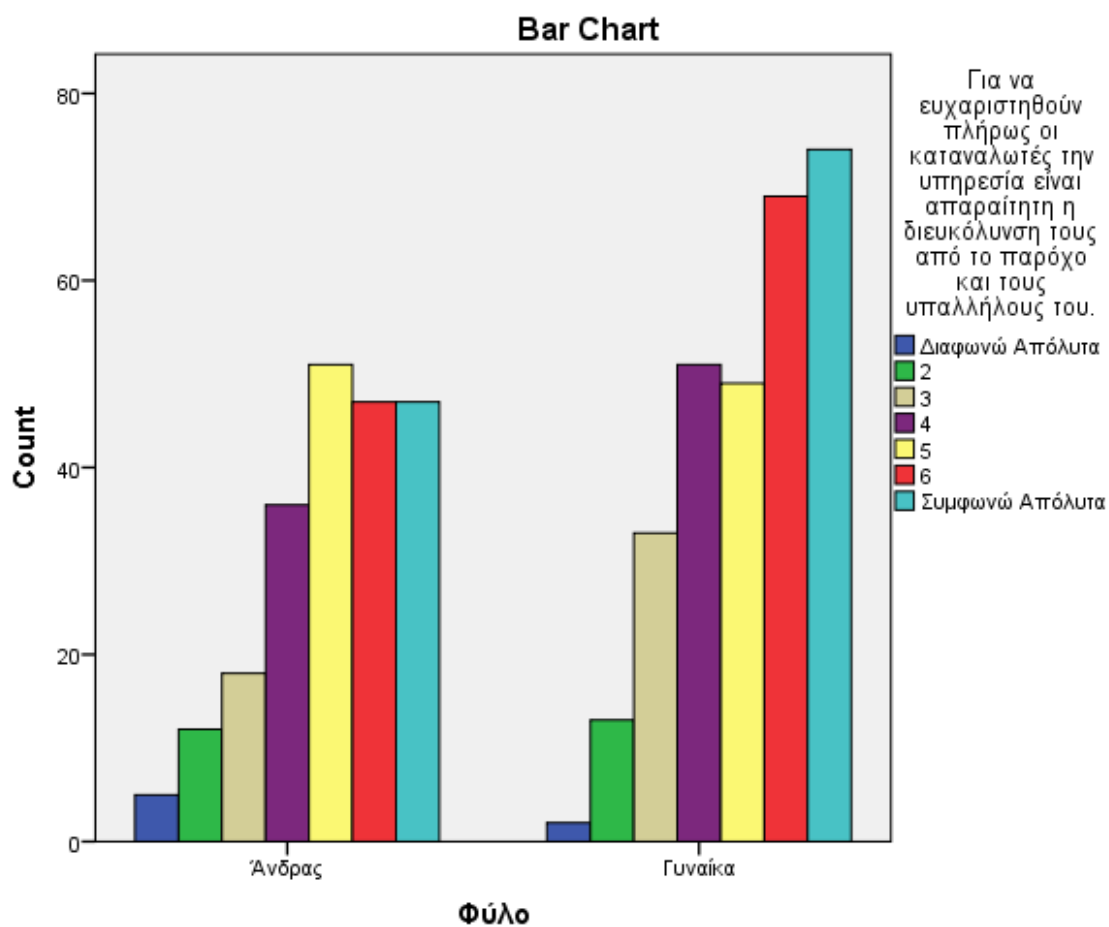


Διάγραμμα 30.4

Ερώτηση 31^η : Για να ευχαριστηθούν πλήρως οι καταναλωτές την υπηρεσία είναι απαραίτητη η διευκόλυνση τους από το πάροχο και τους υπαλλήλους του.

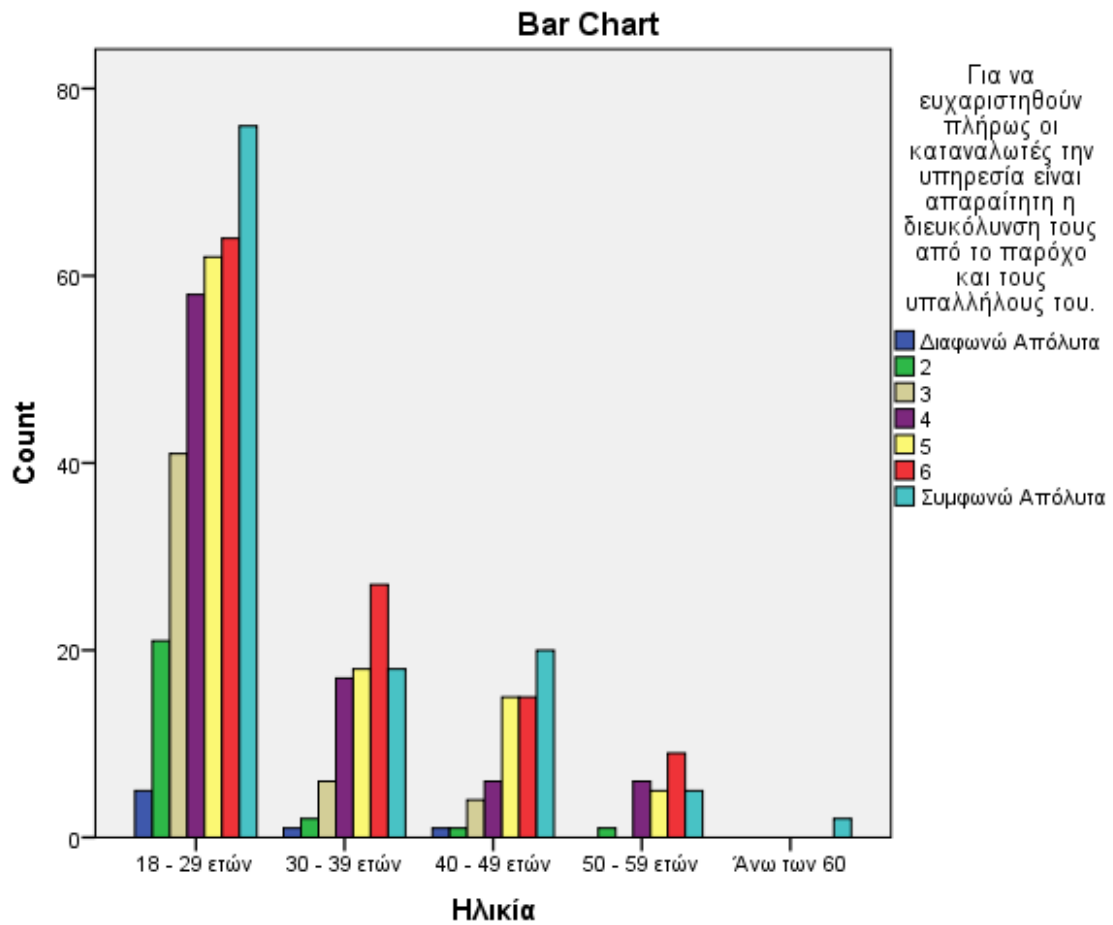
Στην ερώτηση 31, απάντησαν οι 506 (το 96,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 16 (το 3,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 σε ισοψηφία με το συμφωνώ απόλυτα και οι πλειοψηφία των γυναικών επέλεξε το συμφωνώ απόλυτα. Η μειοψηφία και των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 31.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



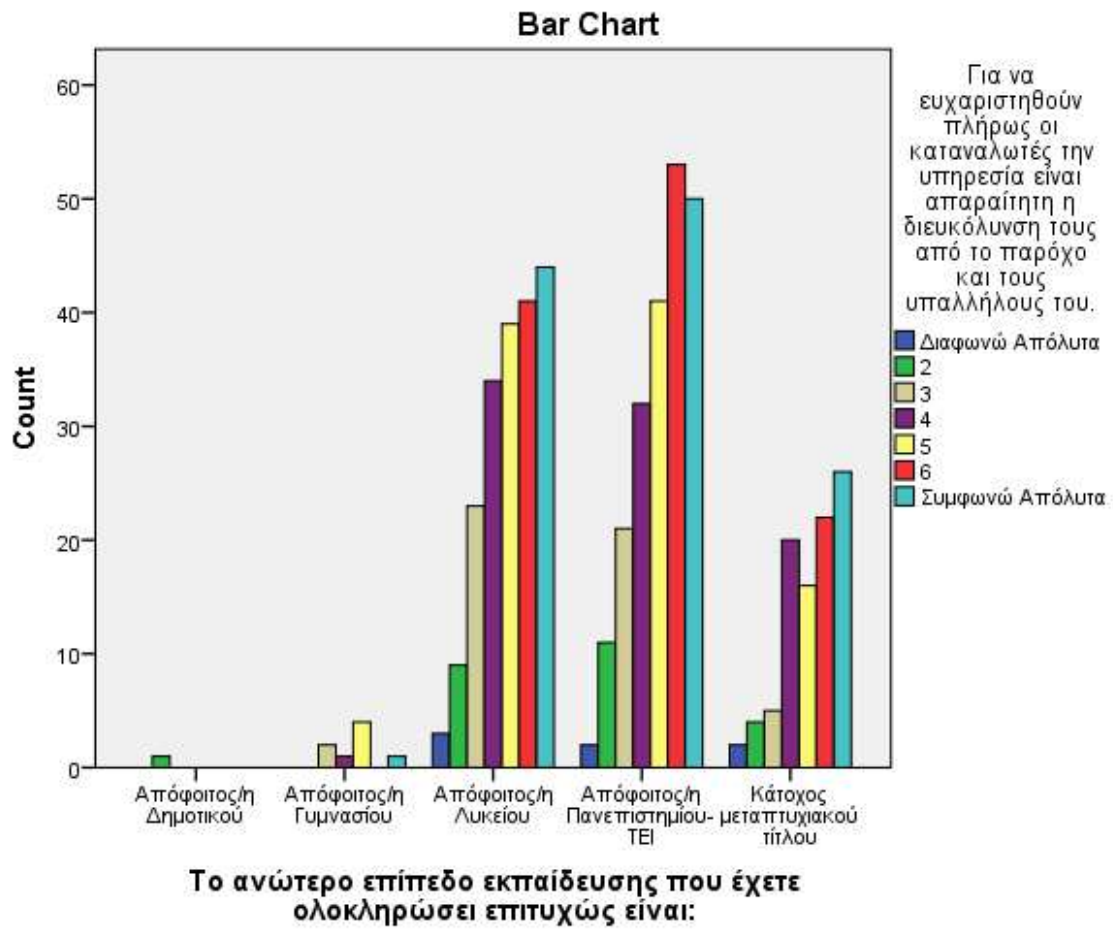
Διάγραμμα 31.1

Στο Διάγραμμα 31.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 18-29, 40-49 και οι ηλικίες άνω των 60 συμφωνούν απόλυτα πως για να ευχαριστηθούν πλήρως οι καταναλωτές την υπηρεσία είναι απαραίτητη η διευκόλυνση τους από τον πάροχο και τους υπαλλήλους του.



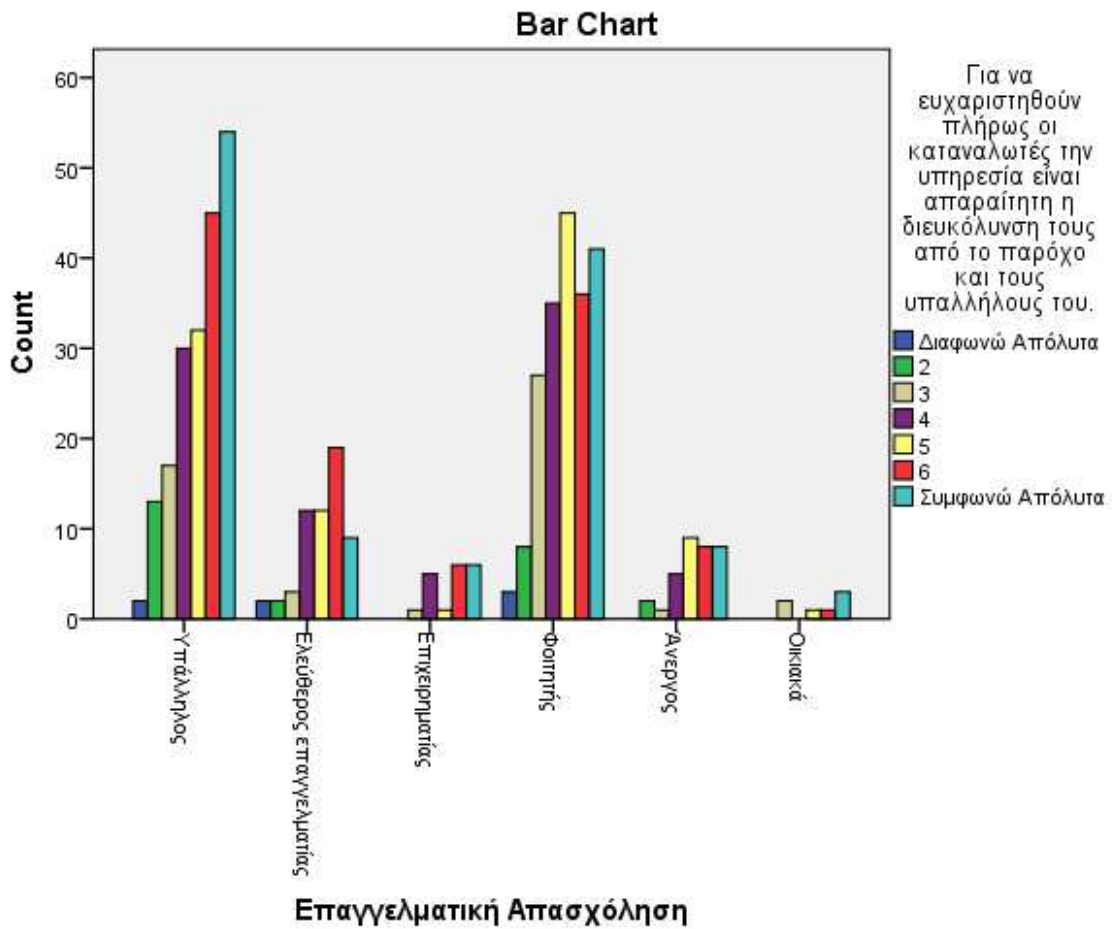
Διάγραμμα 31.2

Στο Διάγραμμα 31.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως για να ευχαριστηθούν πλήρως οι καταναλωτές την υπηρεσία είναι απαραίτητη η διευκόλυνση τους από το παρόχο και τους υπαλλήλους του. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 31.3

Στο Διάγραμμα 31.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως για να ευχαριστηθούν πλήρως οι καταναλωτές την υπηρεσία είναι απαραίτητη η διευκόλυνση τους από το παρόχο και τους υπαλλήλους του.

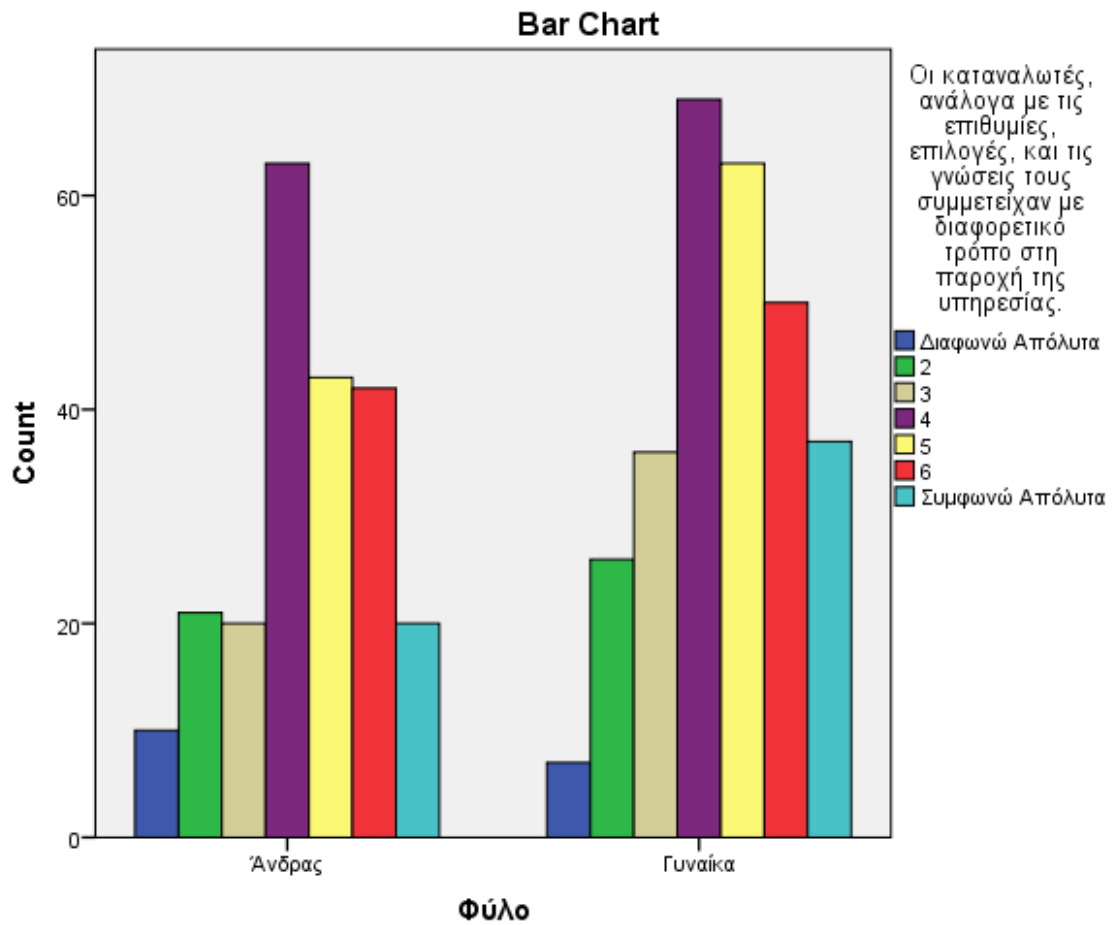


Διάγραμμα 31.4

Ερώτηση 32^η : Οι καταναλωτές, ανάλογα με τις επιθυμίες, επιλογές, και τις γνώσεις τους συμμετείχαν με διαφορετικό τρόπο στη παροχή της υπηρεσίας.

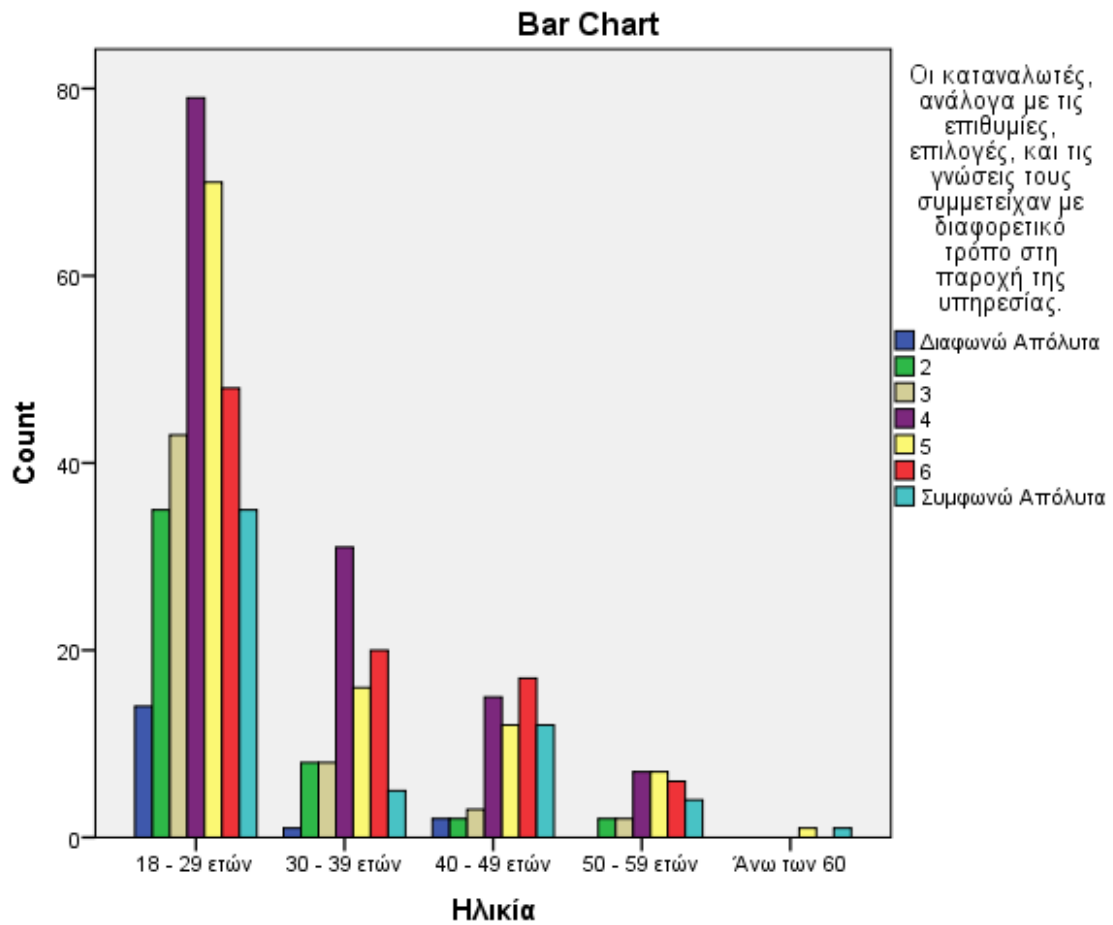
Στην ερώτηση 32, απάντησαν οι 506 (το 96,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 16 (το 3,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία και των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 32.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



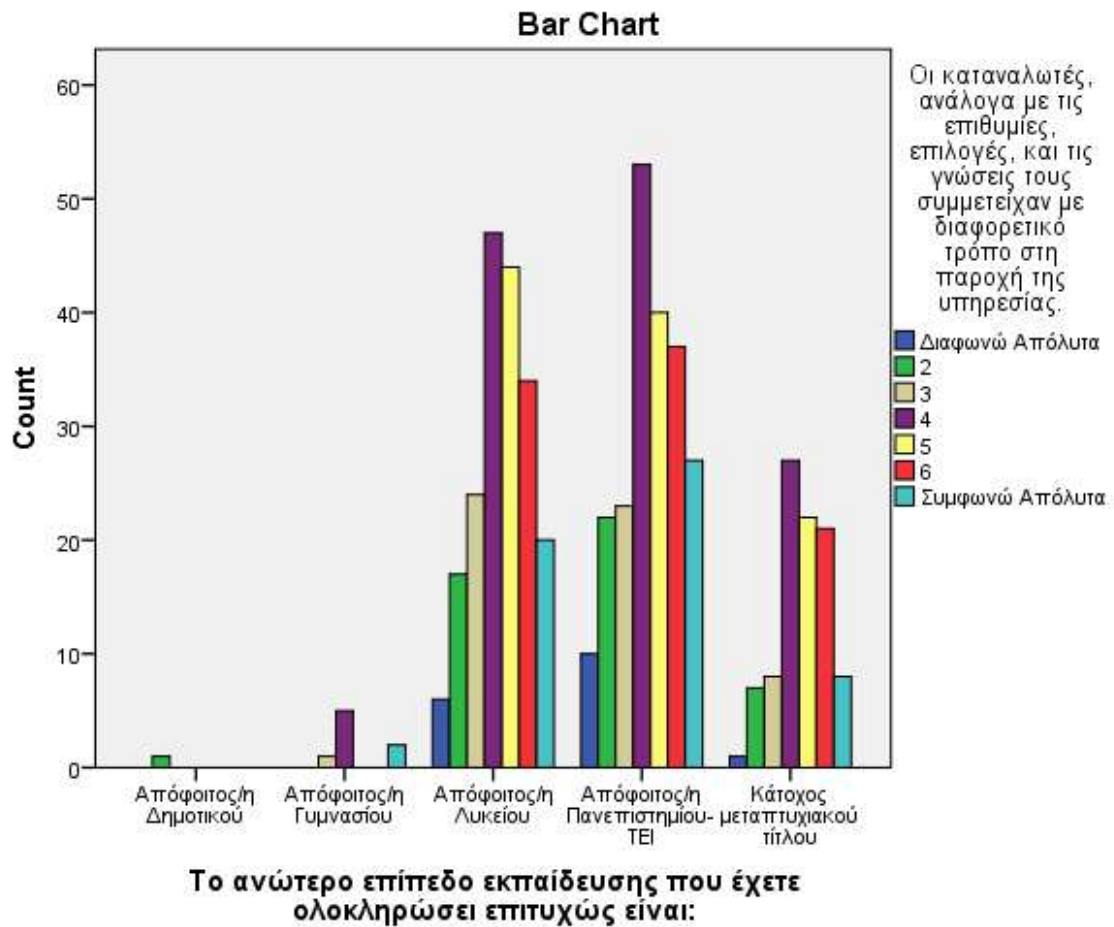
Διάγραμμα 32.1

Στο Διάγραμμα 32.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα στο ότι οι καταναλωτές ανάλογα με τις επιθυμίες τους, επιλογές και τις γνώσεις τους συμμετείχαν με διαφορετικό τρόπο στη παροχή της υπηρεσίας.



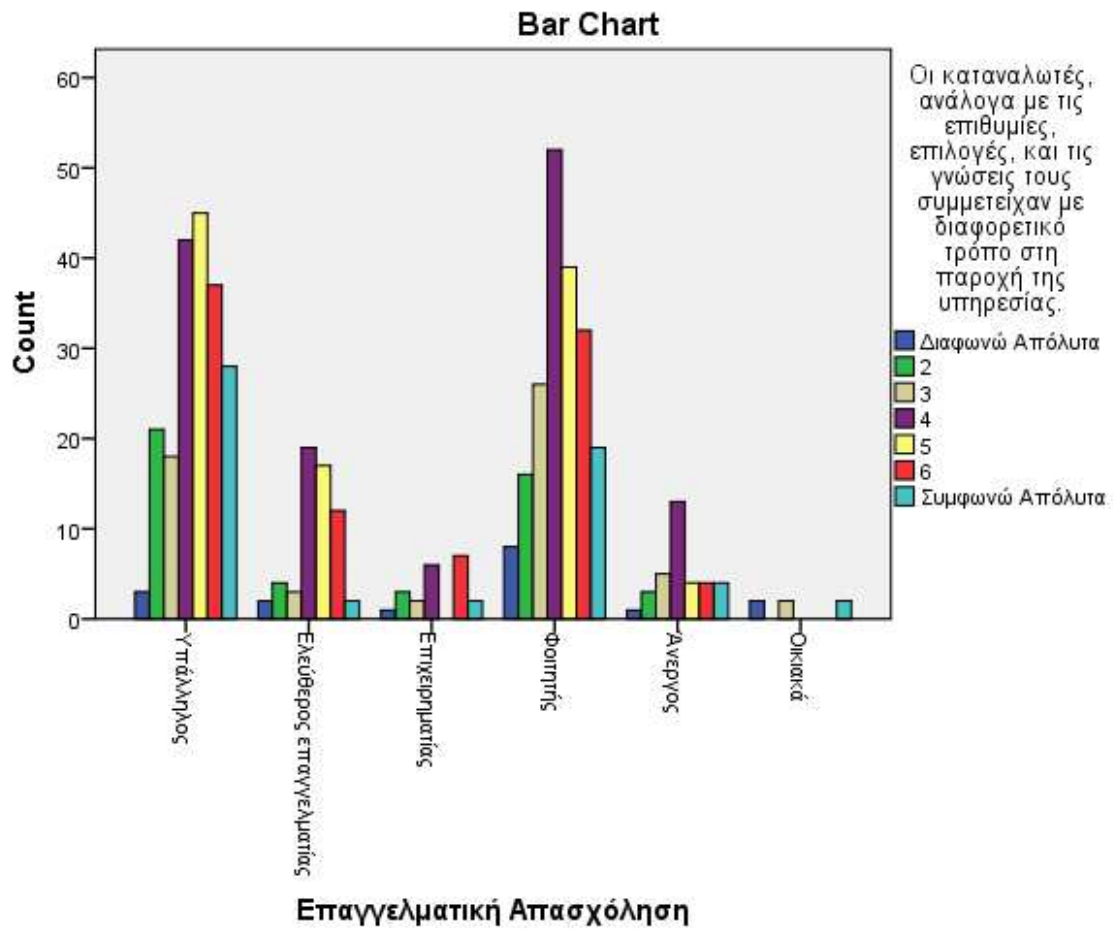
Διάγραμμα 32.2

Στο Διάγραμμα 32.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης έχουν ουδέτερη άποψη στο ότι οι καταναλωτές, ανάλογα με τις επιθυμίες, επιλογές, και τις γνώσεις τους συμμετείχαν με διαφορετικό τρόπο στη παροχή της υπηρεσίας. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 32.3

Στο Διάγραμμα 32.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης έχουν κυρίως ουδέτερη προς θετική γνώμη στο ότι οι καταναλωτές, ανάλογα με τις επιθυμίες, επιλογές, και τις γνώσεις τους συμμετείχαν με διαφορετικό τρόπο στη παροχή της υπηρεσίας. Μόνο όσοι ασχολούνται με τα οικιακά ένα ποσοστό συμφωνεί κι ένα άλλο διαφωνεί.



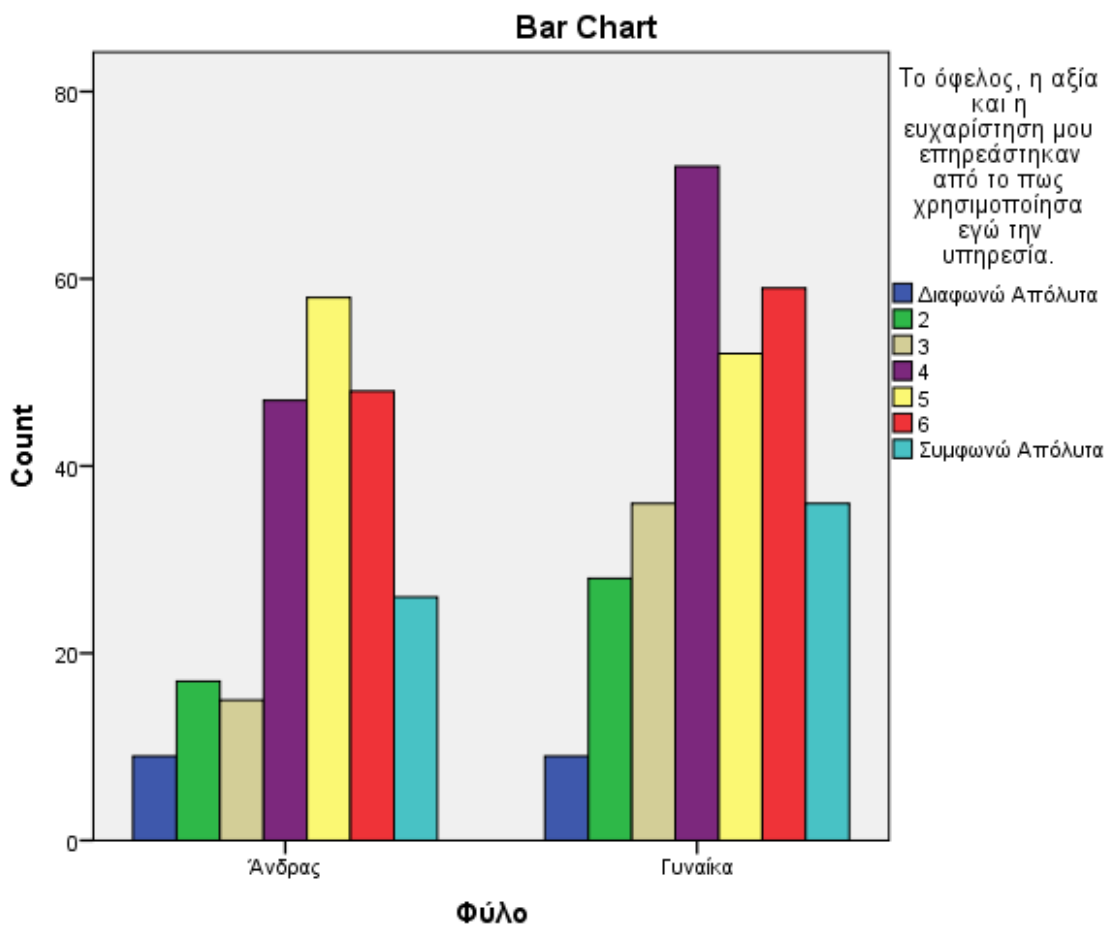
Διάγραμμα 32.4

Ερώτηση 33^η : Το όφελος, η αξία και η ευχαρίστηση μου επηρεάστηκαν από το πως χρησιμοποίησα εγώ την υπηρεσία.

Στην ερώτηση 33, απάντησαν οι 512 (το 98,1%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 10 (το 1,9%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 5 και οι

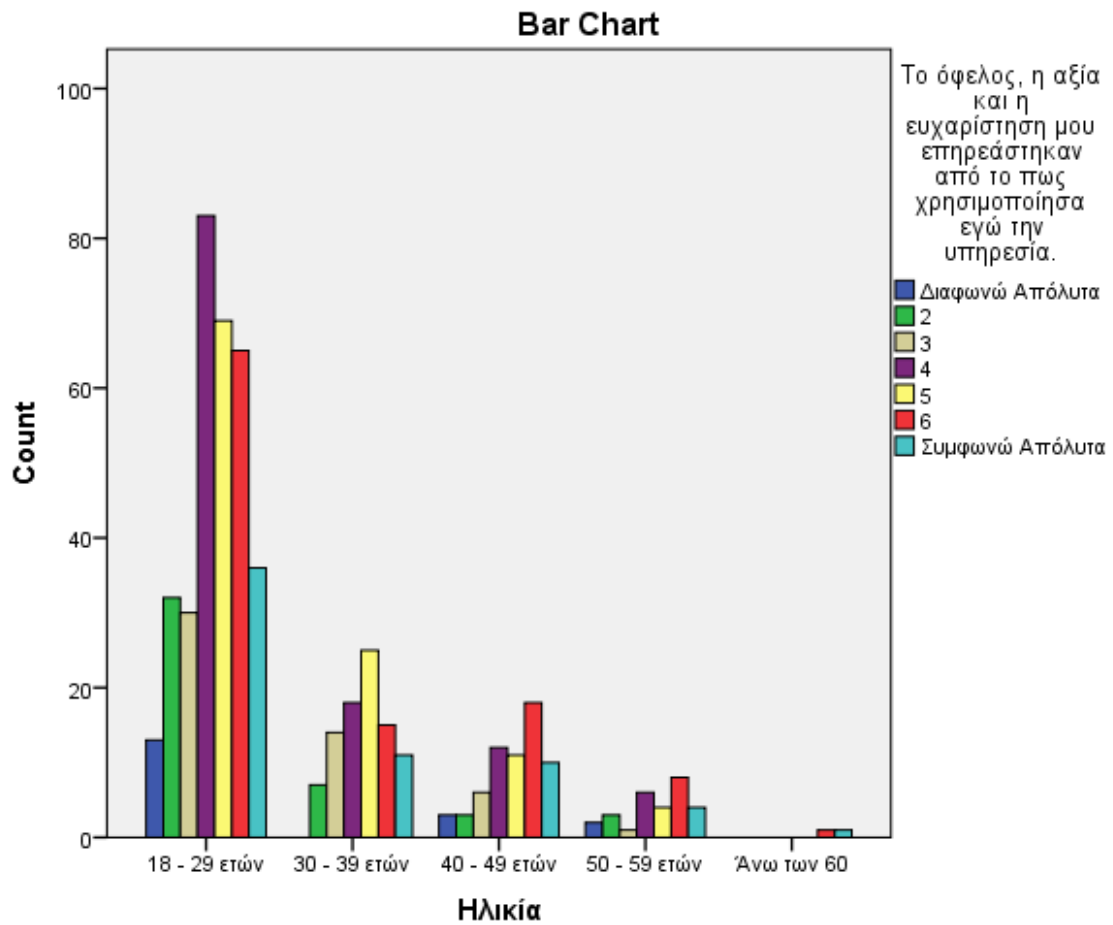
περισσότερες γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία και των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 33.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



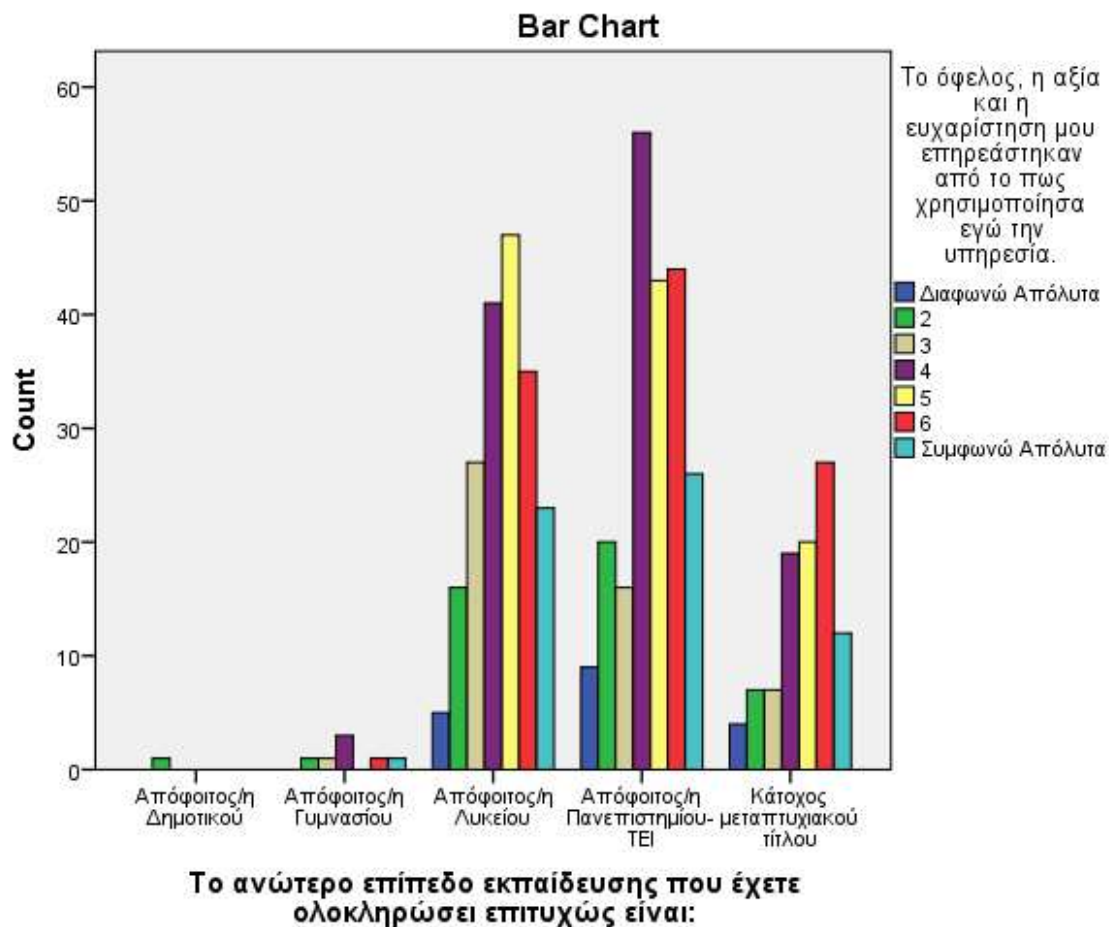
Διάγραμμα 33.1

Στο Διάγραμμα 33.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα στο ότι το όφελος, η αξία και η ευχαρίστη τους επηρεάστηκε από το πως χρησιμοποίησαν οι ίδιοι της υπηρεσία.



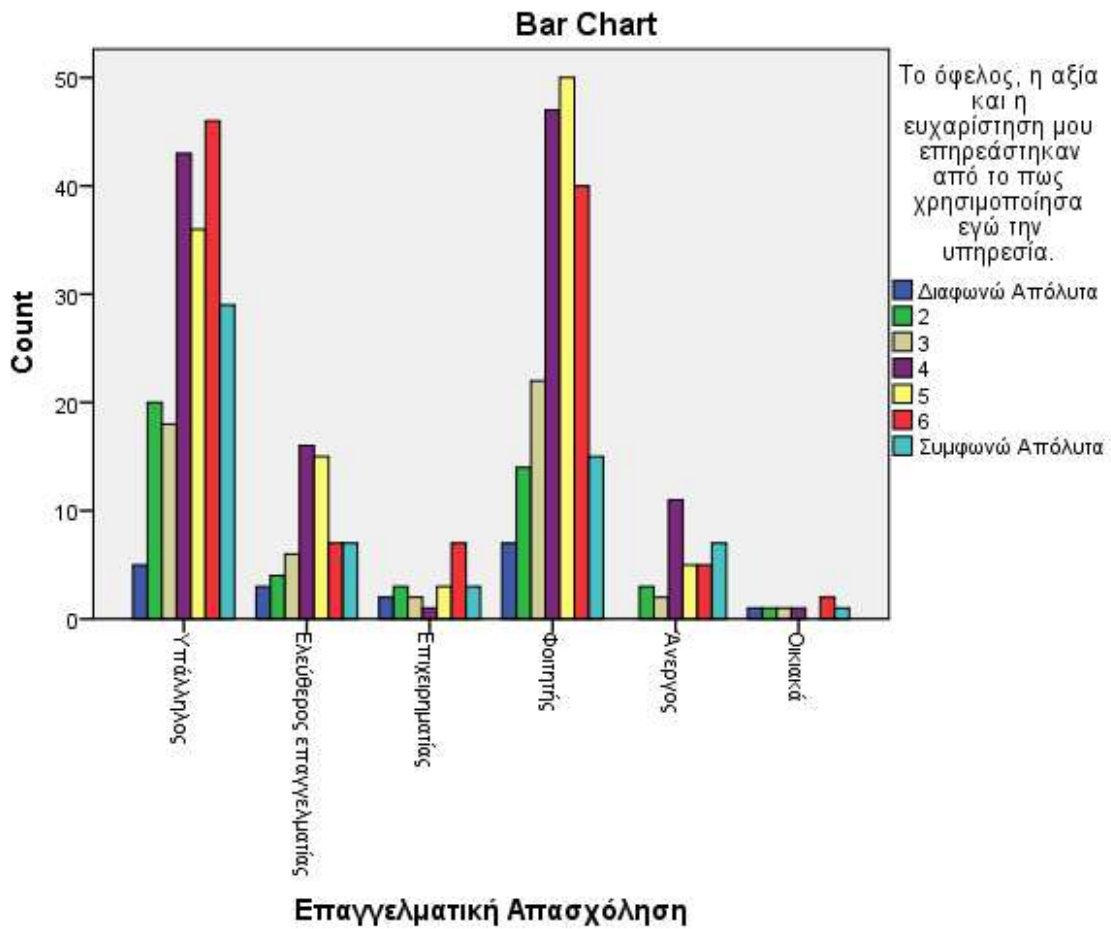
Διάγραμμα 33.2

Στο Διάγραμμα 33.2 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του γυμνασίου και του πανεπιστημίου-ΤΕΙ έχουν ουδέτερη άποψη στο ότι το όφελος, η αξία και η ευχαρίστηση τους επηρεάστηκαν από το πως χρησιμοποίησαν αυτοί την υπηρεσία. Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν σε αυτό και μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 33.2

Στο Διάγραμμα 33.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως το όφελος, η αξία και η ευχαρίστηση τους επηρεάστηκαν από το πως χρησιμοποίησαν αυτοί την υπηρεσία. Μόνο οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι άνεργοι έχουν ουδέτερη άποψη σε αυτή την ερώτηση.

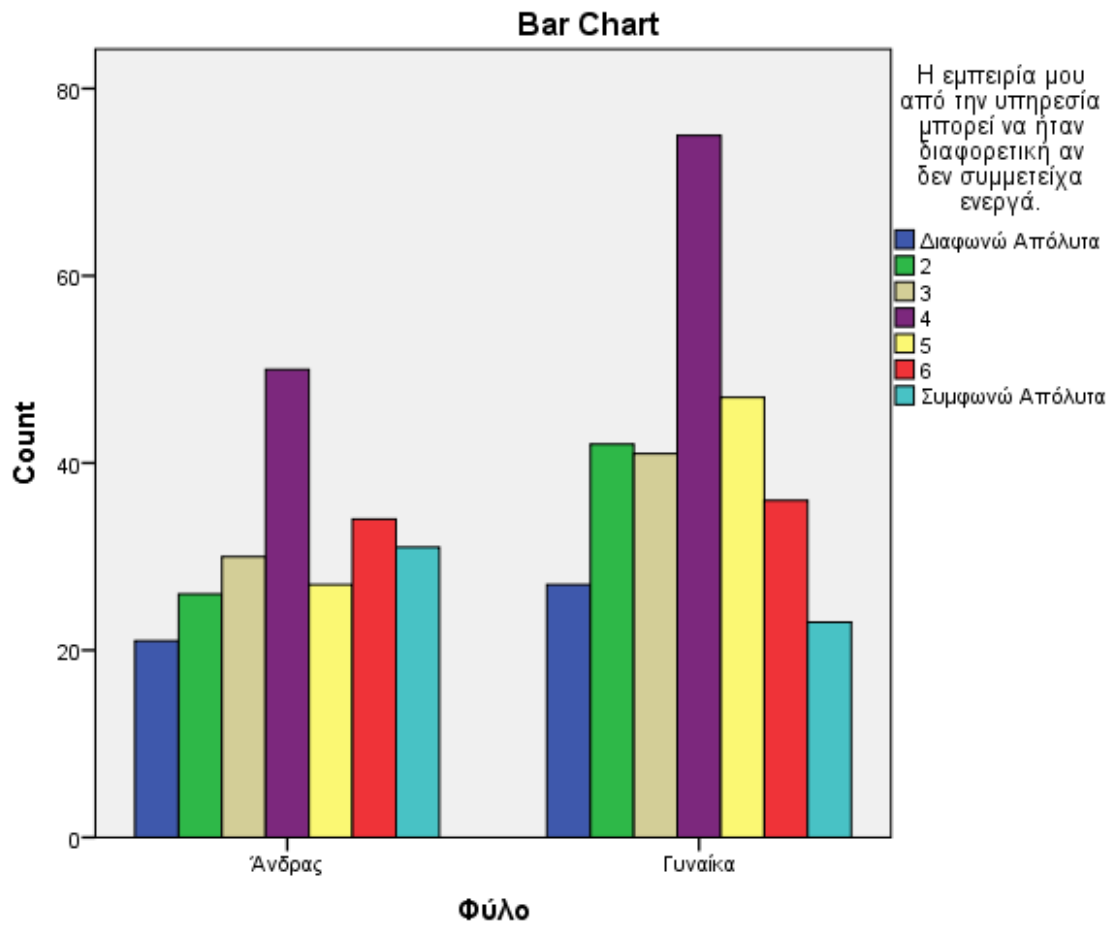


Διάγραμμα 33.4

Ερώτηση 34^η : Η εμπειρία μου από την υπηρεσία μπορεί να ήταν διαφορετική αν δεν συμμετείχα ενεργά.

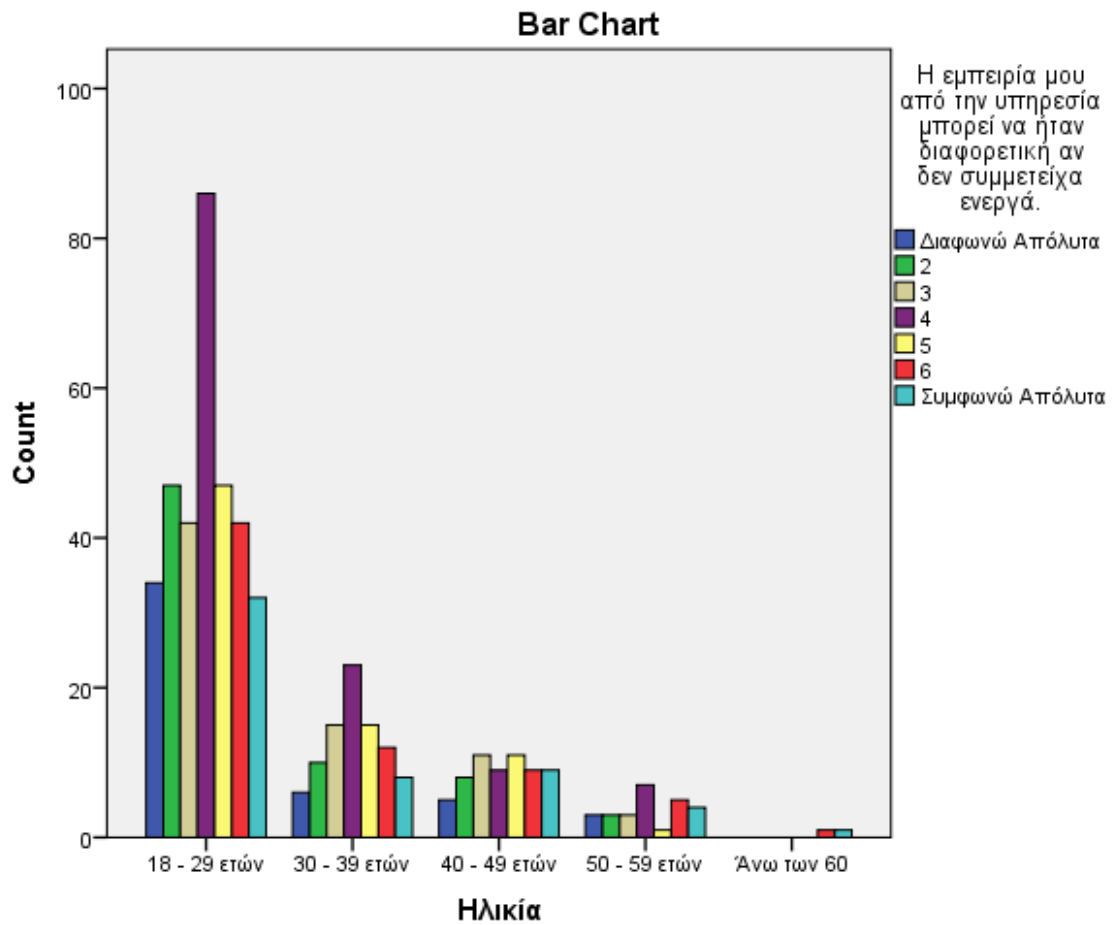
Στην ερώτηση 34, απάντησαν οι 509 (το 97,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 13 (το 2,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία των ανδρών διαφωνεί απόλυτα και η μειοψηφία των γυναικών συμφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 34.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



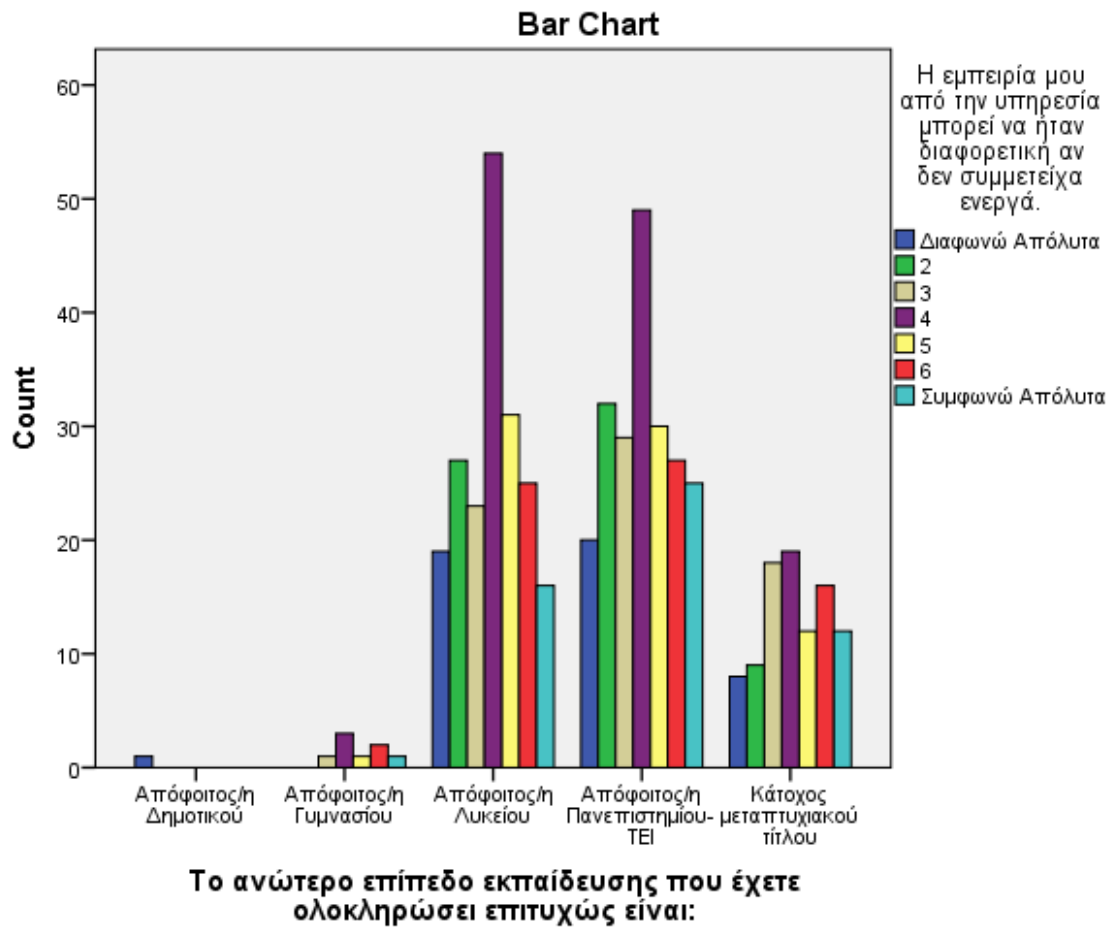
Διάγραμμα 34.1

Στο Διάγραμμα 34.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα για το ότι η εμπειρία τους από την υπηρεσία ίσως να ταν διαφορετική αν είχε συμμετάσχει ενεργά, ενώ οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες είναι κυρίως ουδέτερες προς το θετικό.



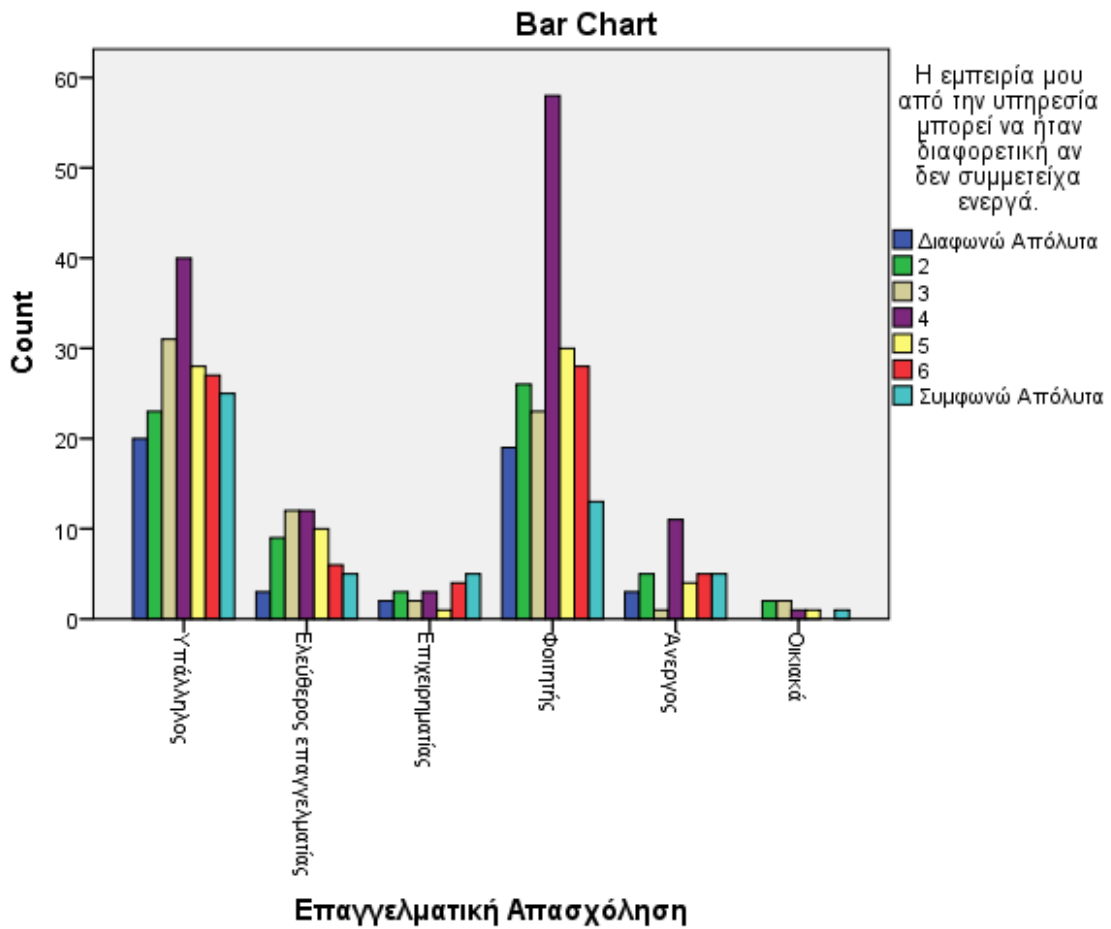
Διάγραμμα 34.2

Στο Διάγραμμα 34.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης έχουν ουδέτερη άποψη στο ότι η εμπειρία τους από την υπηρεσία μπορεί να ήταν διαφορετική αν δεν συμμετείχαν ενεργά. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν απόλυτα.



Διάγραμμα 34.3

Στο Διάγραμμα 34.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης έχουν ουδέτερη γνώμη στο ότι η εμπειρία τους από την υπηρεσία μπορεί να ήταν διαφορετική αν δεν συμμετείχαν ενεργά. Οι επιχειρηματίες συμφωνούν απόλυτα, ενώ όσοι ασχολούνται με οικιακά διαφωνούν.

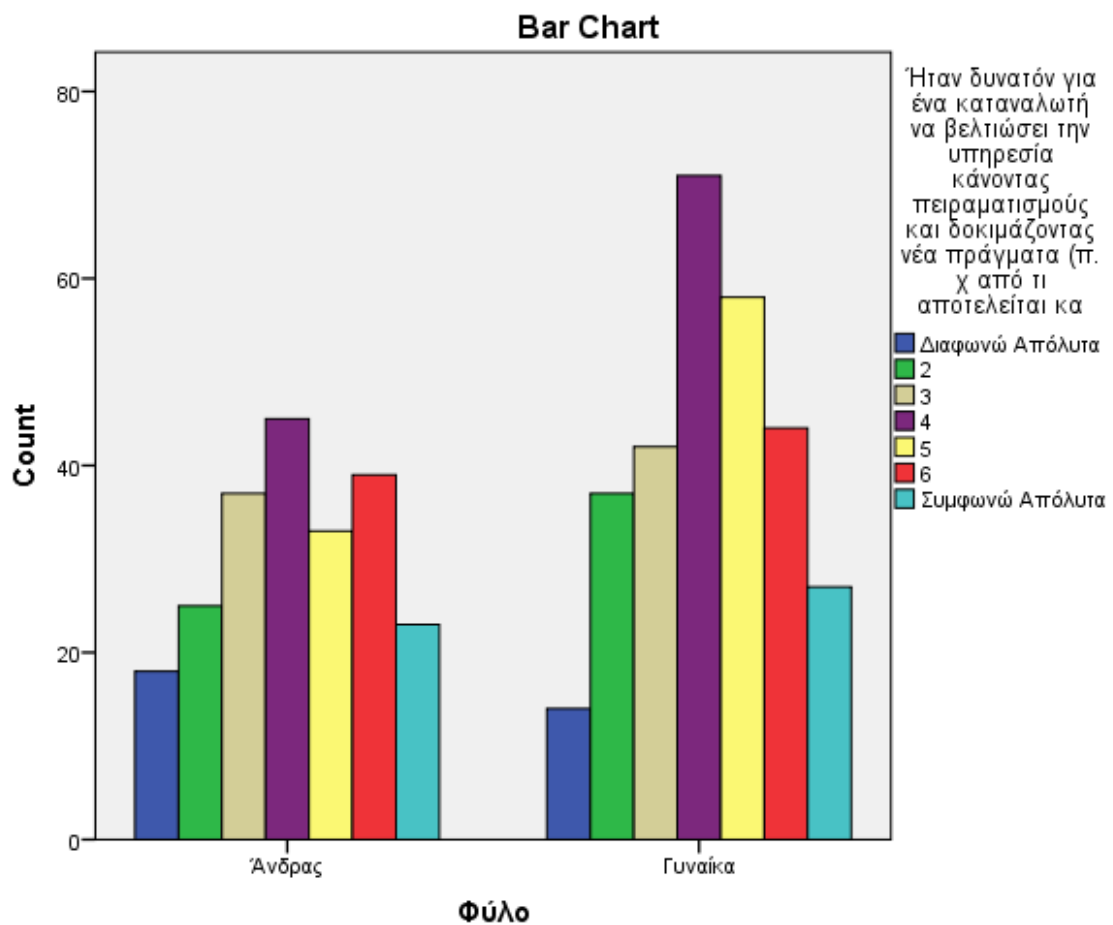


Διάγραμμα 34.4

Διάγραμμα 35^η : Ήταν δυνατόν για ένα καταναλωτή να βελτιώσει την υπηρεσία κάνοντας πειραματισμούς και δοκιμάζοντας νέα πράγματα (π.χ από τι αποτελείται και πως προσφέρεται το πρωινό).

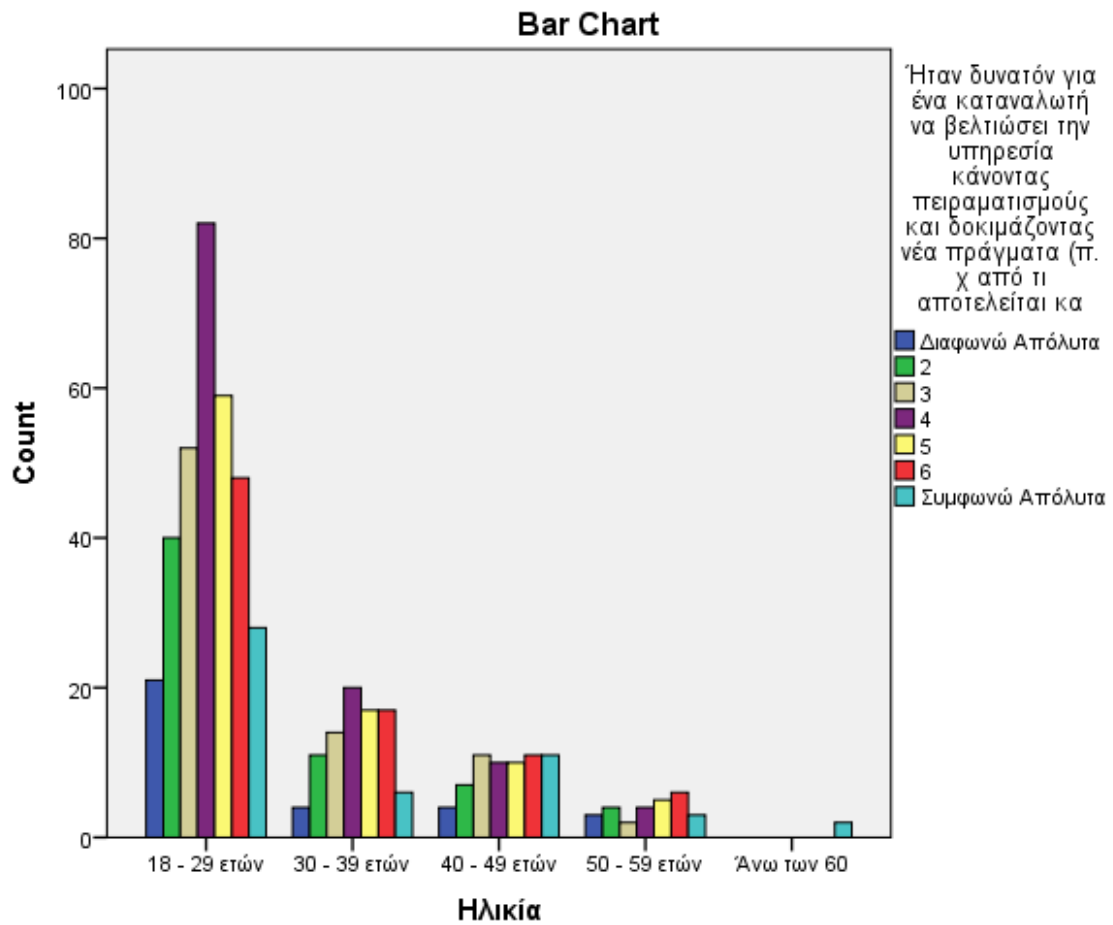
Στην ερώτηση 35, απάντησαν οι 512 (το 98,1%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 10 (το 1,9%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 35.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



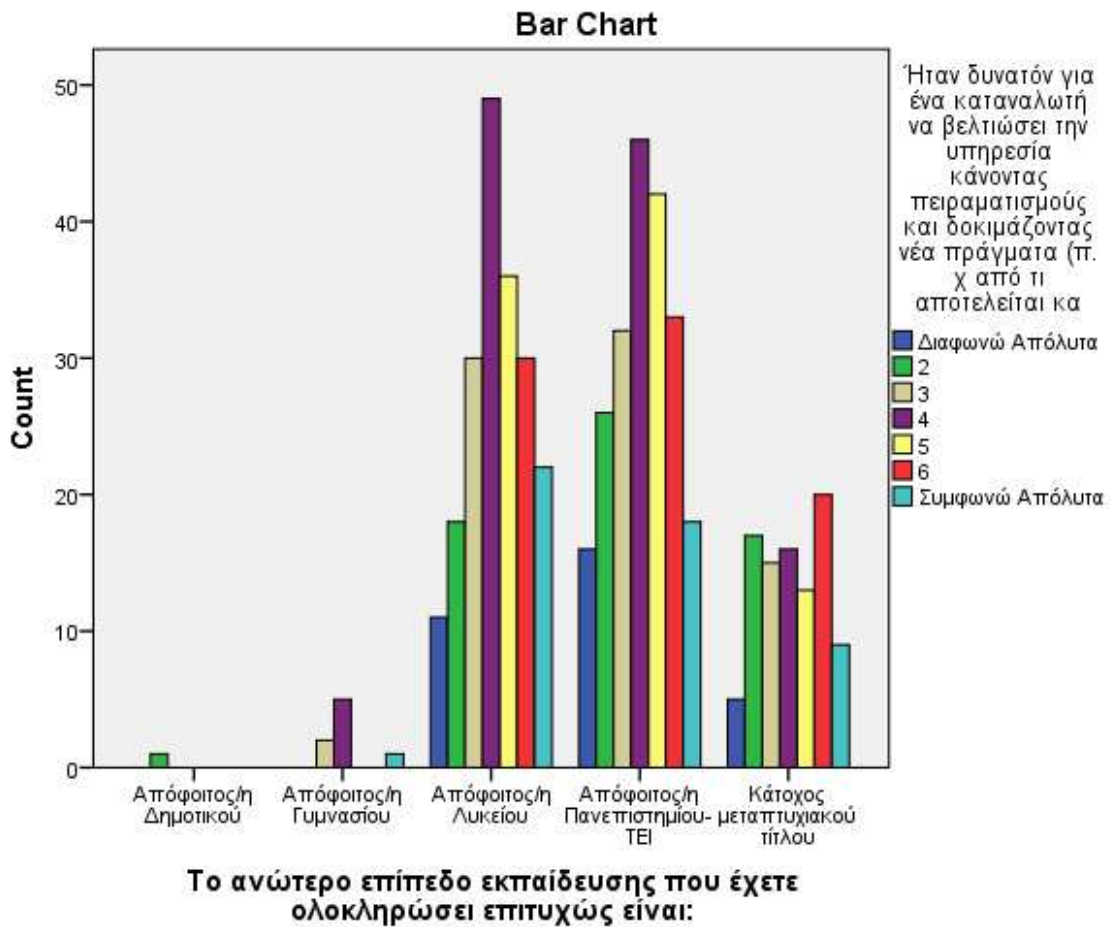
Διάγραμμα 35.1

Στο Διάγραμμα 35.2 αναφέρεται πως η ηλικιακή ομάδα 40-49 και η ηλικία άνω των 60 συμφωνούν απόλυτα πως ήταν δυνατόν για έναν καταναλωτή να βελτιώσει την υπηρεσία κάνοντας πειραματισμούς κα δοκιμάζοντας νέα πράγματα.



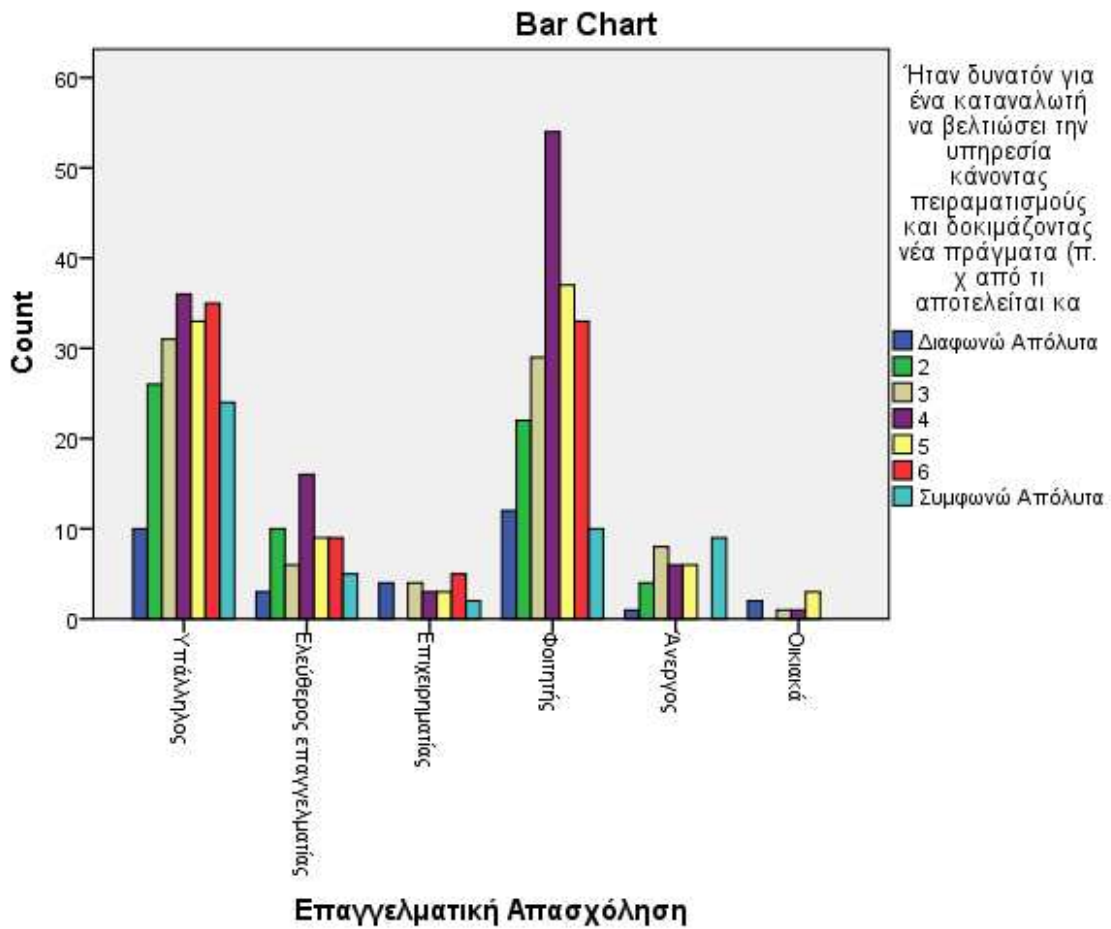
Διάγραμμα 35.2

Στο Διάγραμμα 35.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του γυμνασίου, του λυκείου και του πανεπιστημίου-ΤΕΙ έχουν ουδέτερη άποψη στο ότι ήταν δυνατόν για ένα καταναλωτή να βελτιώσει την υπηρεσία κάνοντας πειραματισμούς και δοκιμάζοντας νέα πράγματα (π.χ από τι αποτελείται και πως προσφέρεται το πρωινό). Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν σε αυτό, ενώ οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 35.3

Στο Διάγραμμα 35.4 αναφέρεται οι υπάλληλοι, οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι φοιτητές έχουν ουδέτερη γνώμη στο ότι ήταν δυνατόν για ένα καταναλωτή να βελτιώσει την υπηρεσία κάνοντας πειραματισμούς και δοκιμάζοντας νέα πράγματα (π.χ από τι αποτελείται και πως προσφέρεται το προϊόν). Οι επιχειρηματίες, οι άνεργοι και όσοι ασχολούνται με τα οικιακά συμφωνούν σε αυτό.

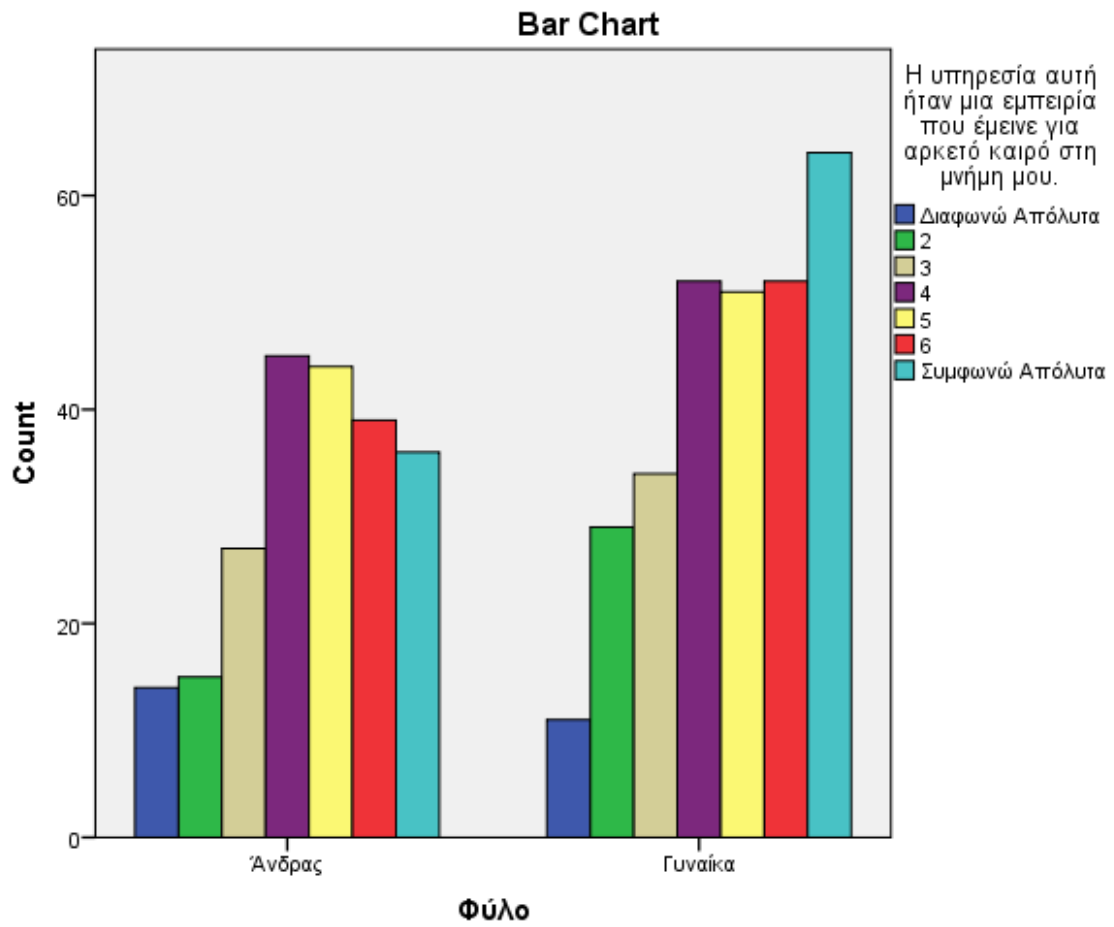


Διάγραμμα 35.4

Ερώτηση 36¹ : Η υπηρεσία αυτή ήταν μια εμπειρία που έμεινε για αρκετό καιρό στην μνήμη μου.

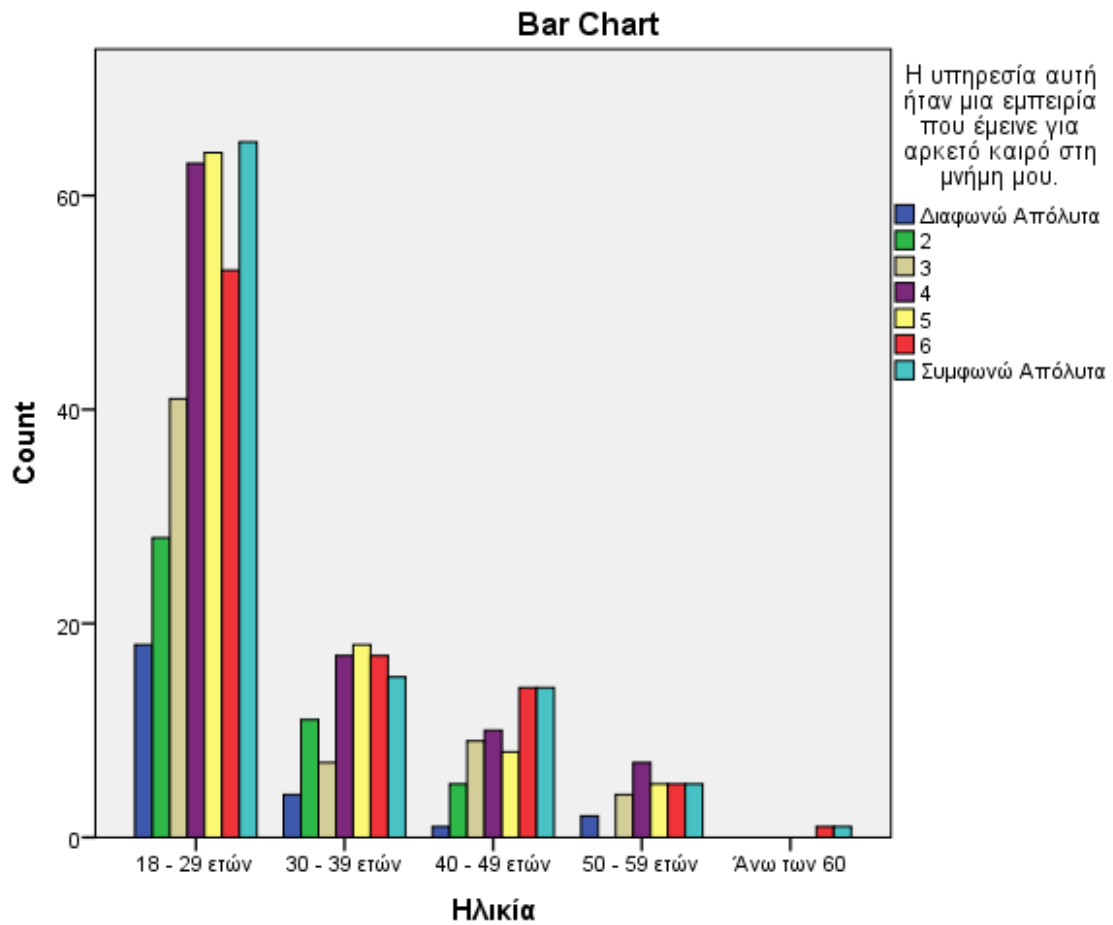
Στην ερώτηση 36, απάντησαν οι 513 (το 98,3%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 9 (το 1,7%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 4 και οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 36.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



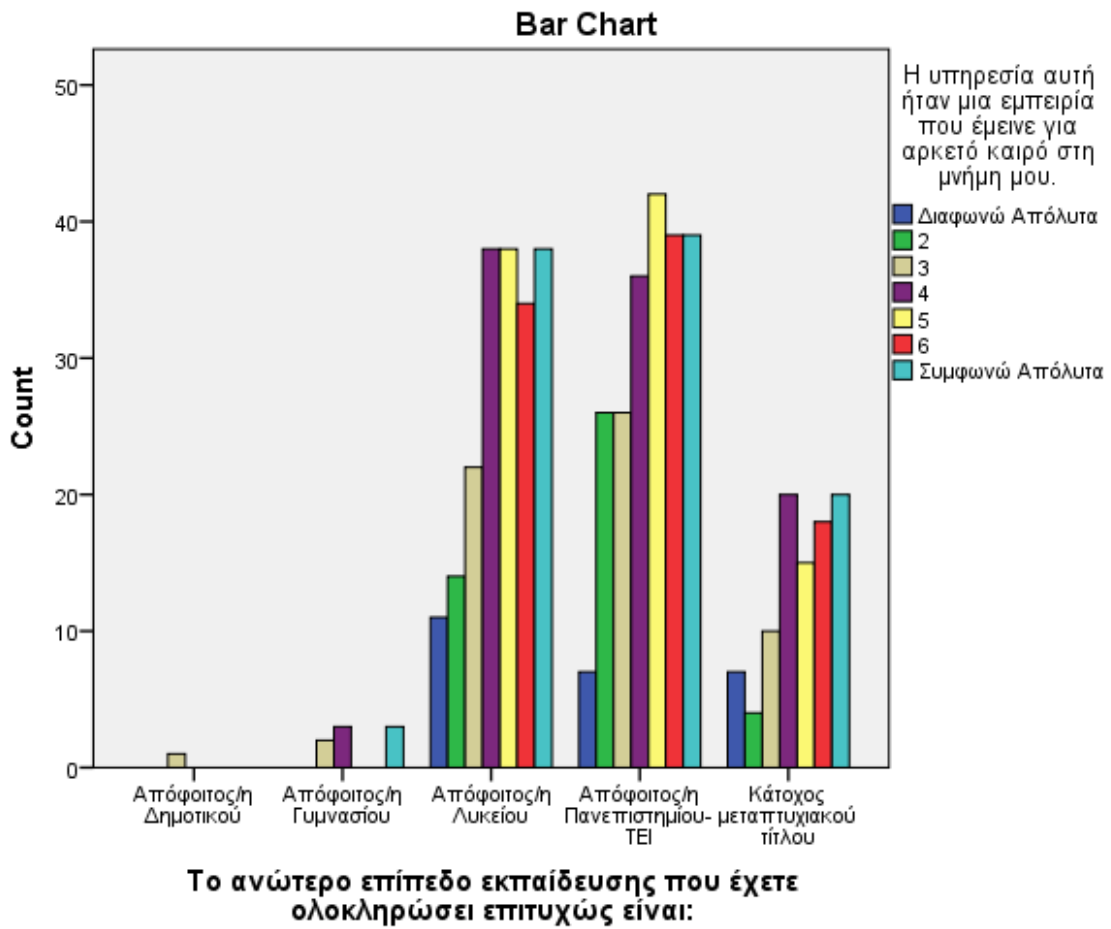
Διάγραμμα 36.1

Στο Διάγραμμα 36.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 18-29, 40-49 και άνω των 60 ετών συμφωνούν απόλυτα πως η υπηρεσία ήταν μια εμπειρία που έμεινε αρκετό καιρό στην μνήμη τους.



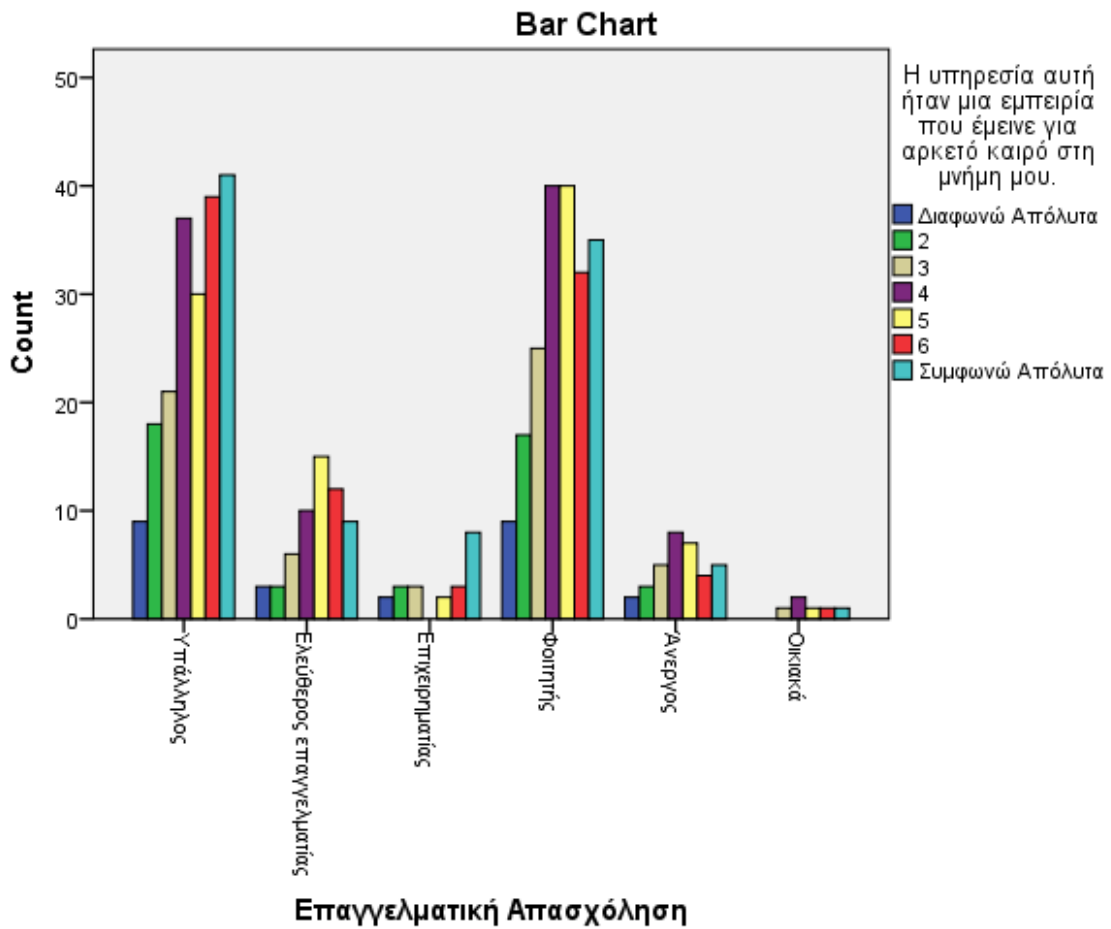
Διάγραμμα 36.2

Στο Διάγραμμα 36.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων του γυμνασίου, του λυκείου και οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου έχουν μια ουδέτεροι προς σύμφωνη άποψη ότι η υπηρεσία αυτή ήταν μια εμπειρία που έμεινε για αρκετό καιρό στην μνήμη τους. Οι απόφοιτοι παναπιστημίου-ΤΕΙ συμφωνούν πιο πολύ από όλους, ενώ μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 36.3

Στο Διάγραμμα 36.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως η υπηρεσία αυτή ήταν μια εμπειρία που έμεινε για αρκετό καιρό στην μνήμη τους. Οι άνεργοι και όσοι ασχολούνται με τα οικιακά έχουν ουδέτερη άποψη.

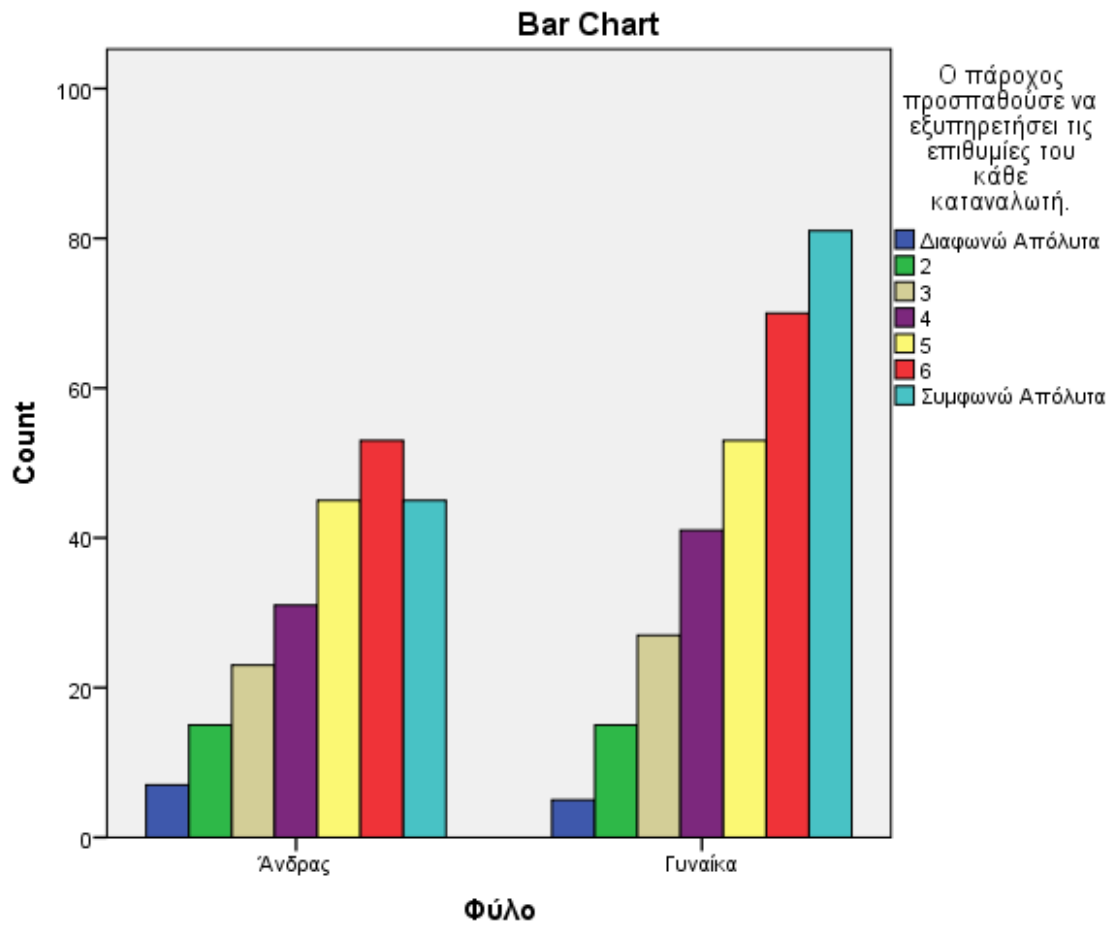


Διάγραμμα 36.4

Ερώτηση 37^η : Ο πάροχος προσπαθούσε να εξυπηρετήσει τις επιθυμίες του κάθε καταναλωτή.

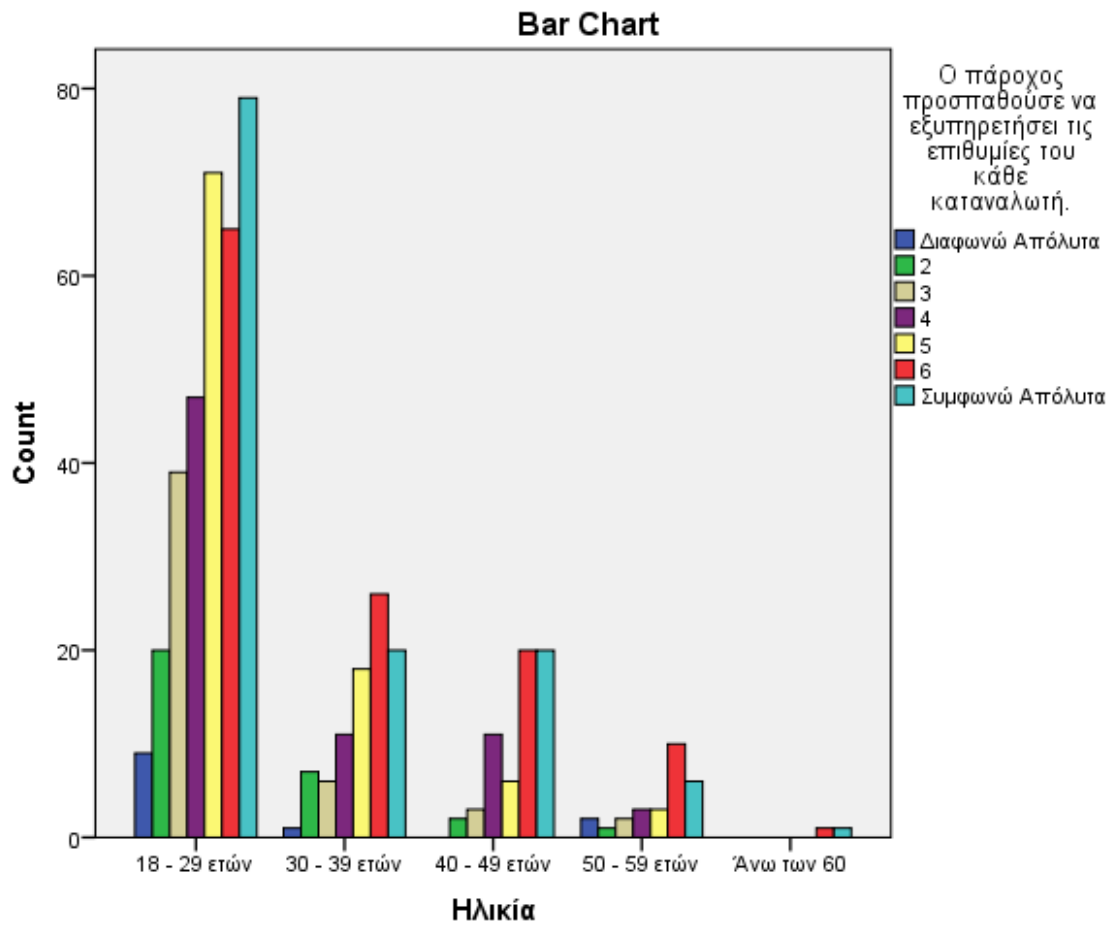
Στην ερώτηση 37, απάντησαν οι 510 (το 97,7%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 12 (το 2,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 και οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 37.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



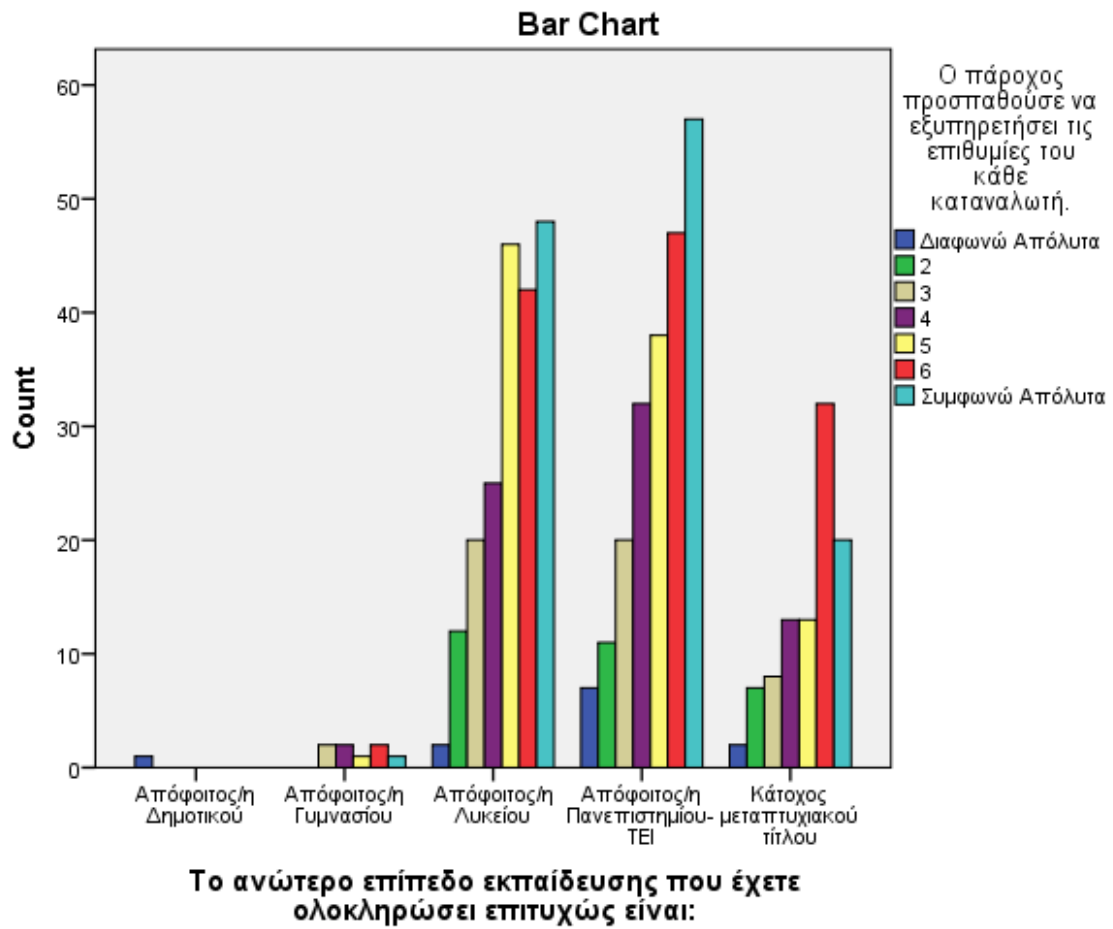
Διάγραμμα 37.1

Στο Διάγραμμα 37.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 18-29, 40-49 και άνω των 60 ετών συμφωνούν απόλυτα πως ο πάροχος προσπαθούσε να εξυπηρετήσει τις επιθυμίες κάθε καταναλωτή.



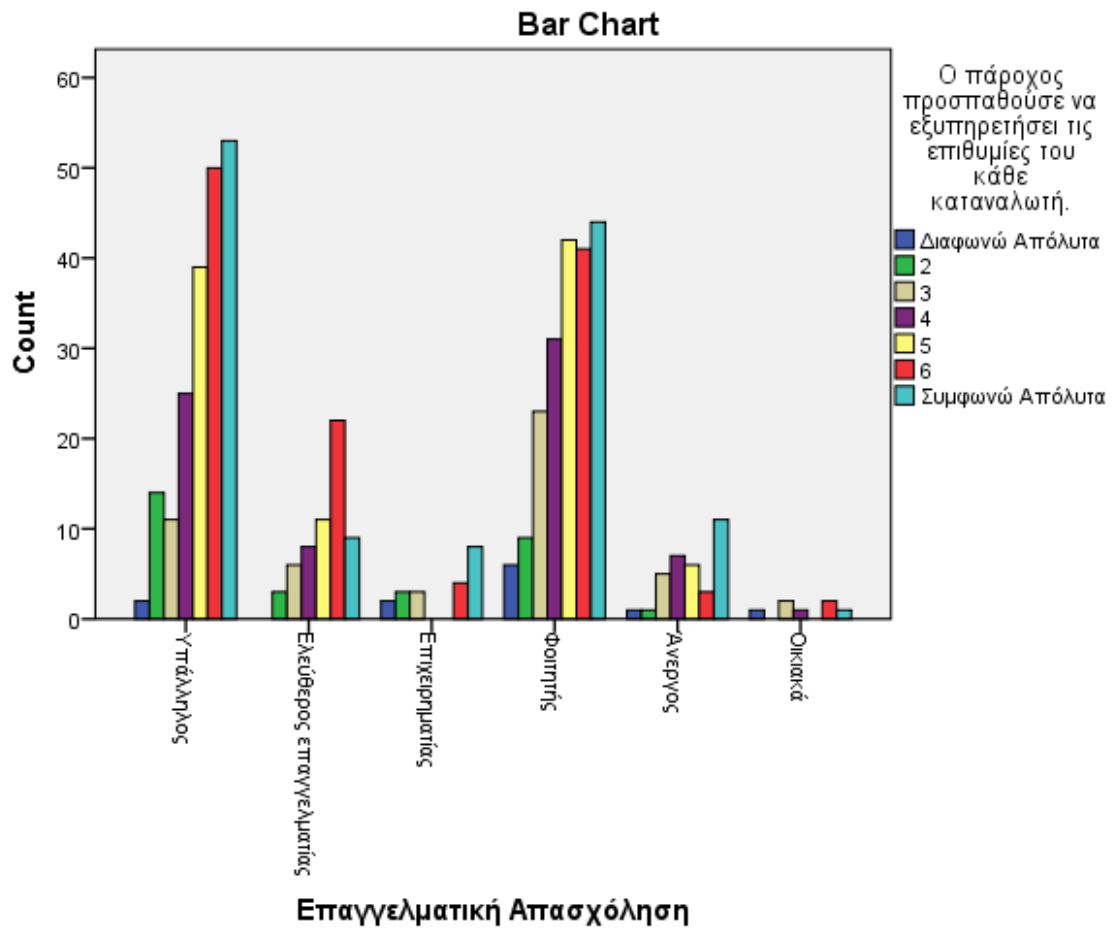
Διάγραμμα 37.2

Στο Διάγραμμα 37.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως ο πάροχος προσπαθούσε να εξυπηρετήσει τις επιθυμίες του κάθε καταναλωτή. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν σε αυτό.



Διάγραμμα 37.3

Στο Διάγραμμα 37.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ο πάροχος προσπαθούσε να εξυπηρετήσει τις επιθυμίες του κάθε καταναλωτή.

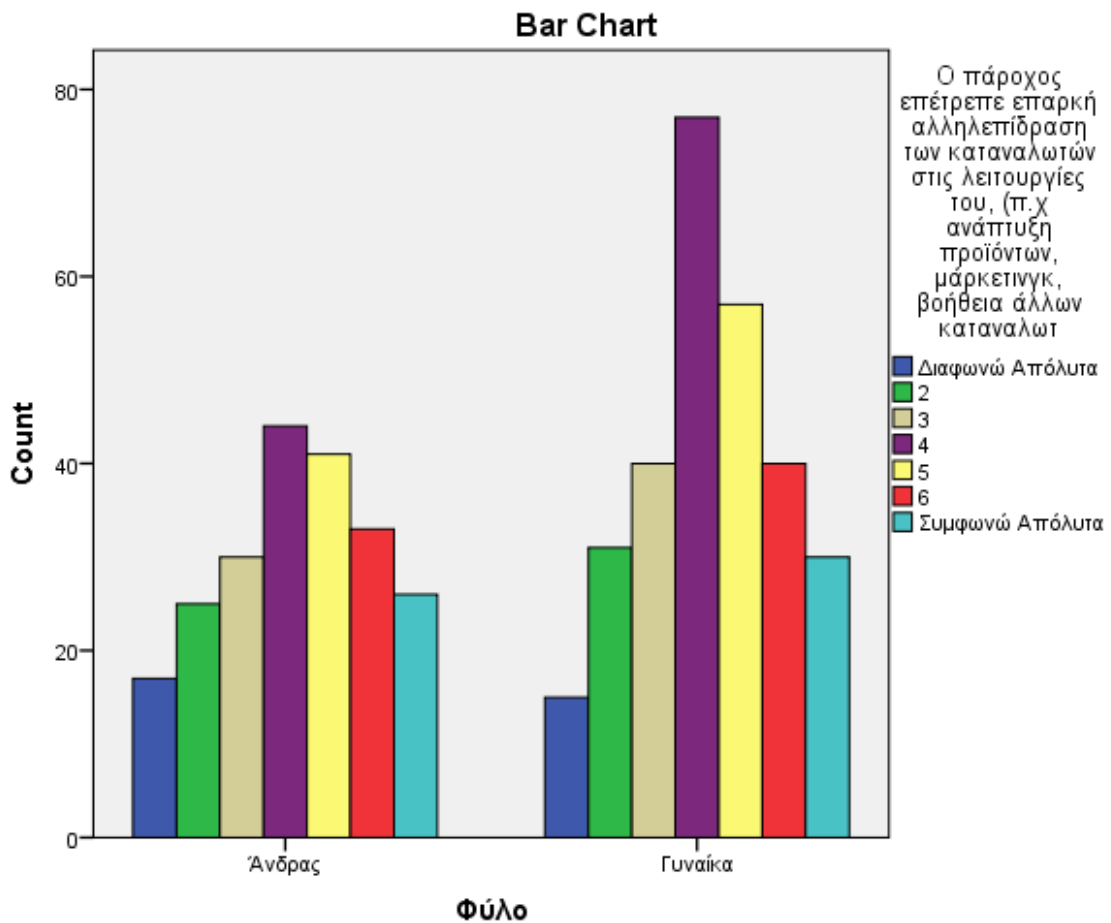


Διάγραμμα 37.4

Ερώτηση 38^η : Ο πάροχος επέτρεπε επαρκή αλληλεπίδραση των καταναλωτών στις λειτουργίες του, (π.χ ανάπτυξη προϊόντων, μάρκετινγκ, βοήθεια άλλων καταναλωτών κ.τλ.)

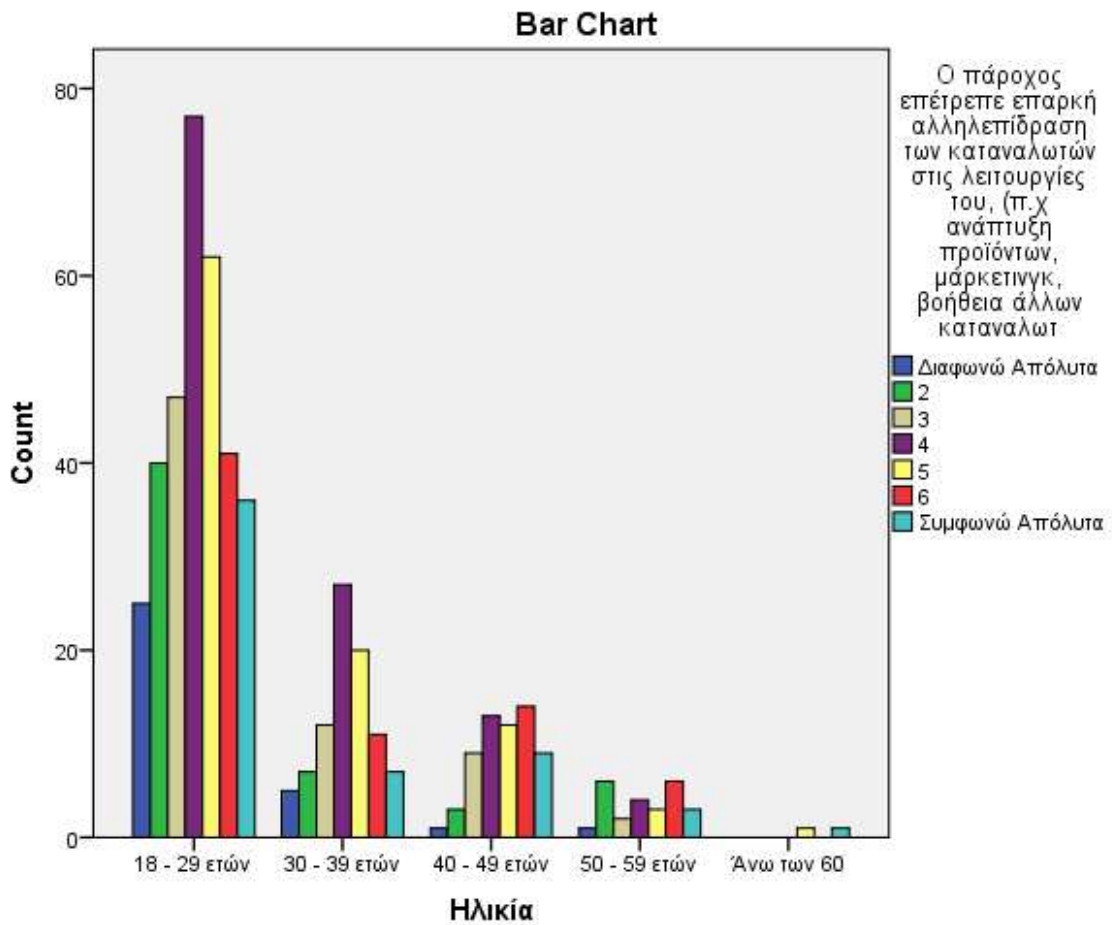
Στην ερώτηση 38, απάντησαν οι 506 (το 96,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 16 (το 3,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 38.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



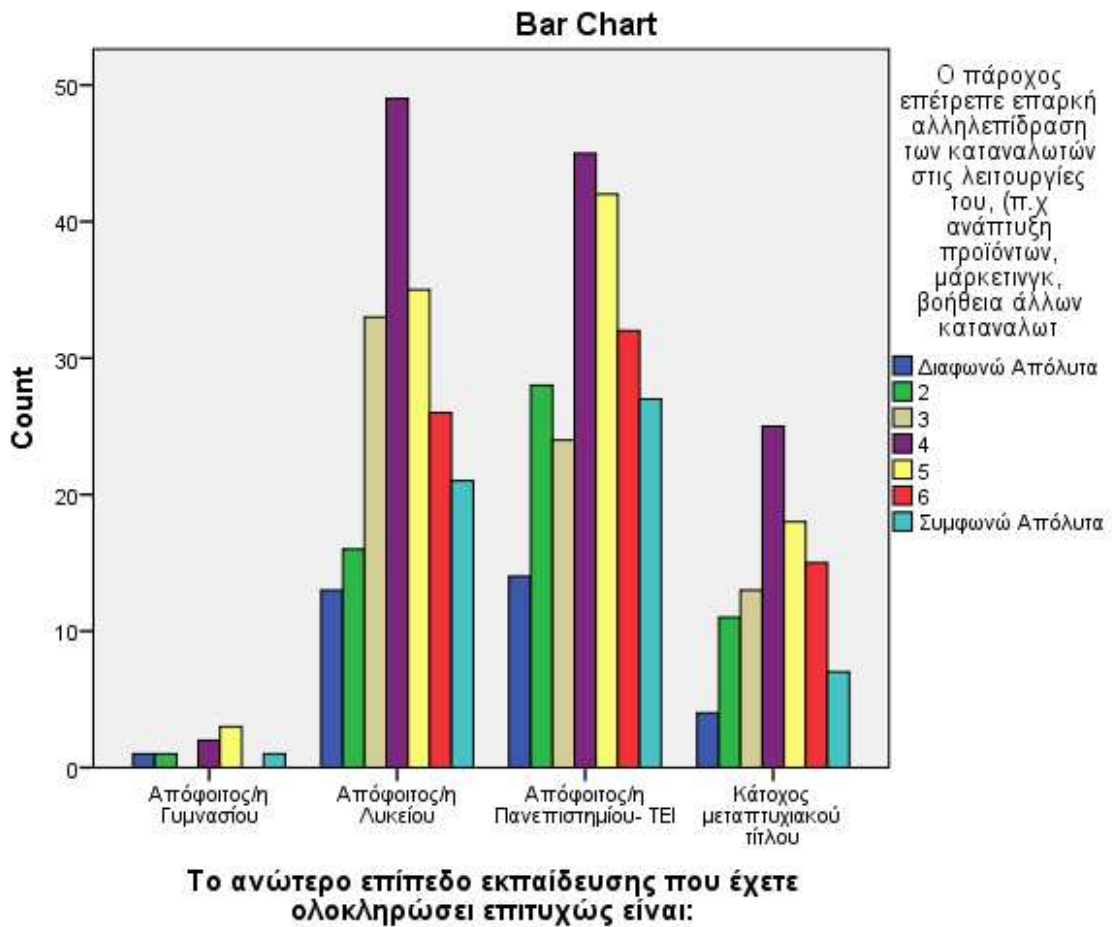
Διάγραμμα 38.1

Στο Διάγραμμα 38.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα πως ο πάροχος επέτρεπε επαρκή αλληλεπίδραση των καταναλωτών στις λειτουργίες του.



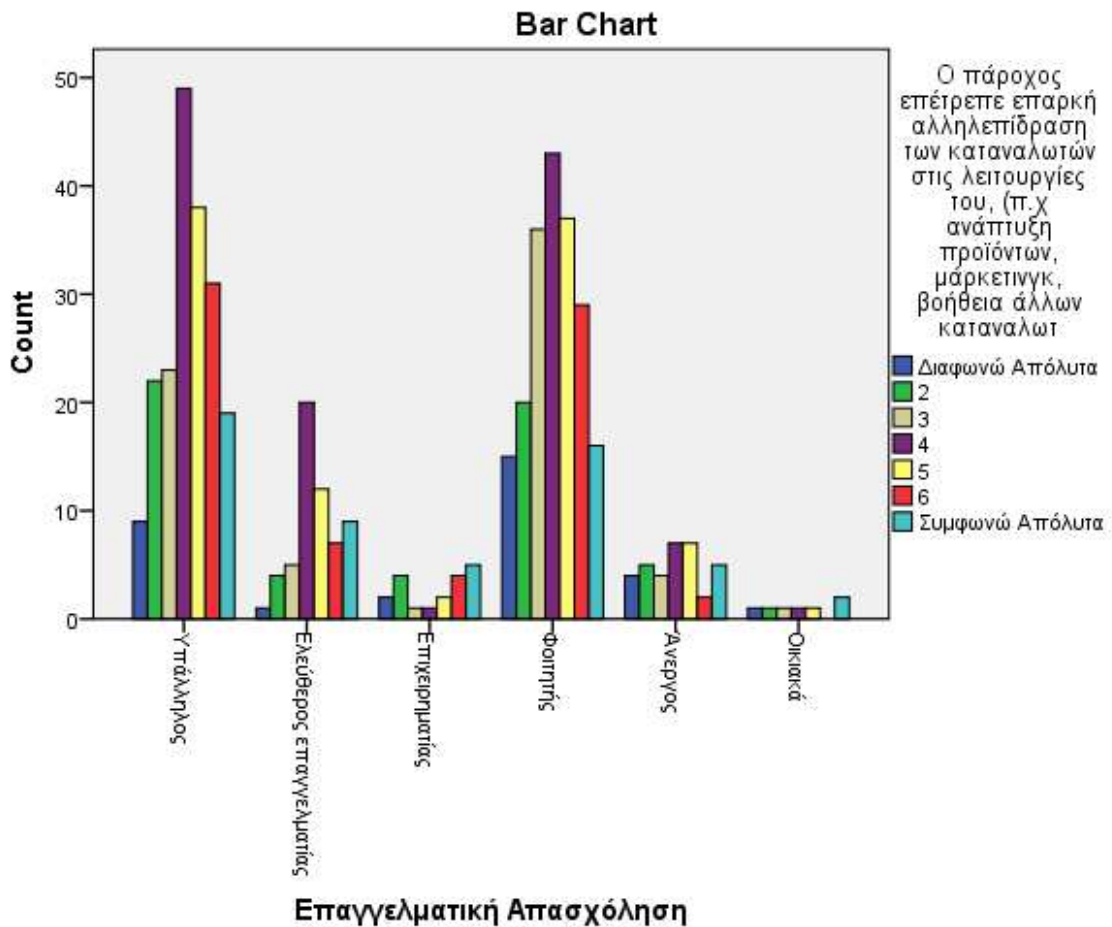
Διάγραμμα 38.2

Στο Διάγραμμα 38.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης έχουν σχεδόν ουδέτερη άποψη στο ότι ο πάροχος επέτρεπε επαρκή αλληλεπίδραση των καταναλωτών στις λειτουργίες του, (π.χ ανάπτυξη προϊόντων, μάρκετινγκ, βοήθεια άλλων καταναλωτών κ.τλ.). Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 38.3

Στο Διάγραμμα 38.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης έχουν ουδέτερη γνώμη πως ο πάροχος επέτρεπε επαρκή αλληλεπίδραση των καταναλωτών στις λειτουργίες του, (π.χ ανάπτυξη προϊόντων, μάρκετινγκ, βοήθεια άλλων καταναλωτών κ.τλ.). Μόνο οι επιχειρηματίες και όσοι ασχολούνται με τα οικιακά συμφωνούν.

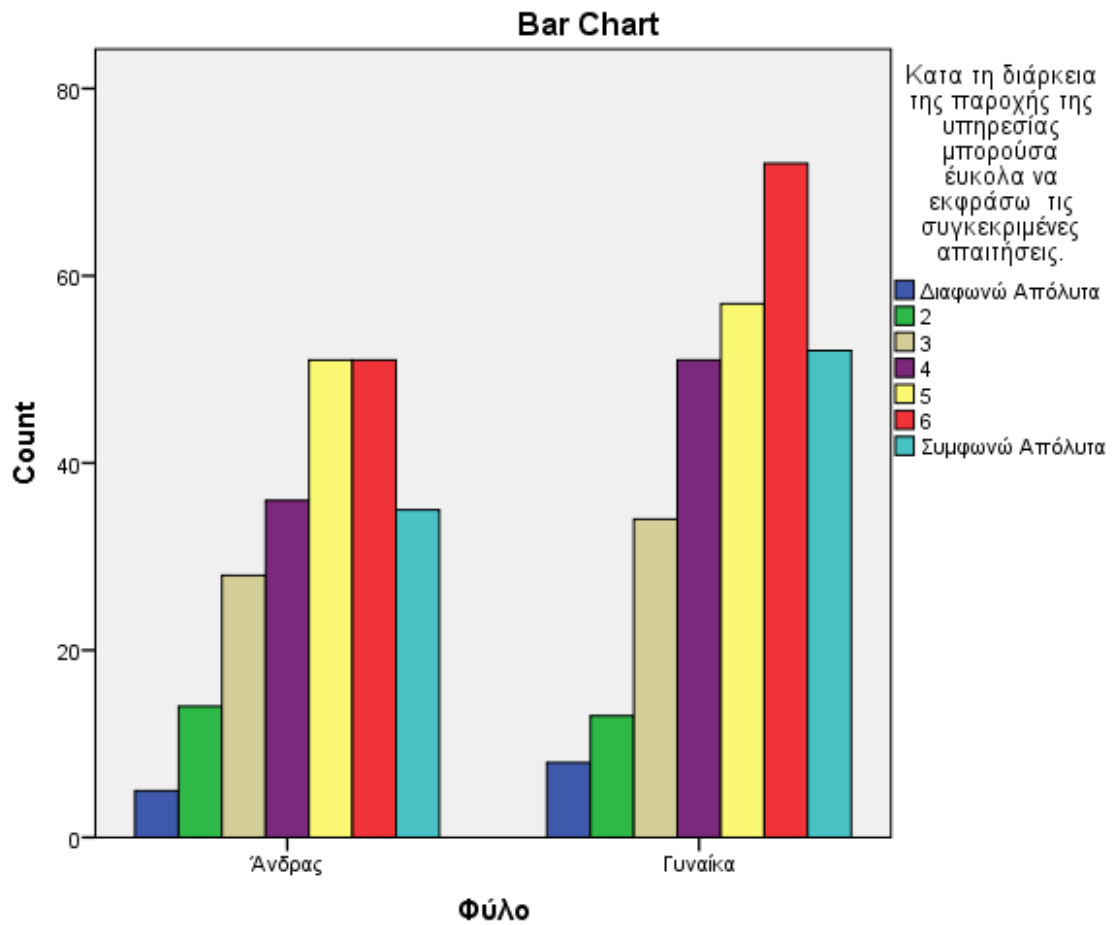


Διάγραμμα 38.4

Ερώτηση 39^η : Κατά τη διάρκεια της παροχής της υπηρεσίας μπορούσα εύκολα να εκφράσω τις συγκεκριμένες απαιτήσεις.

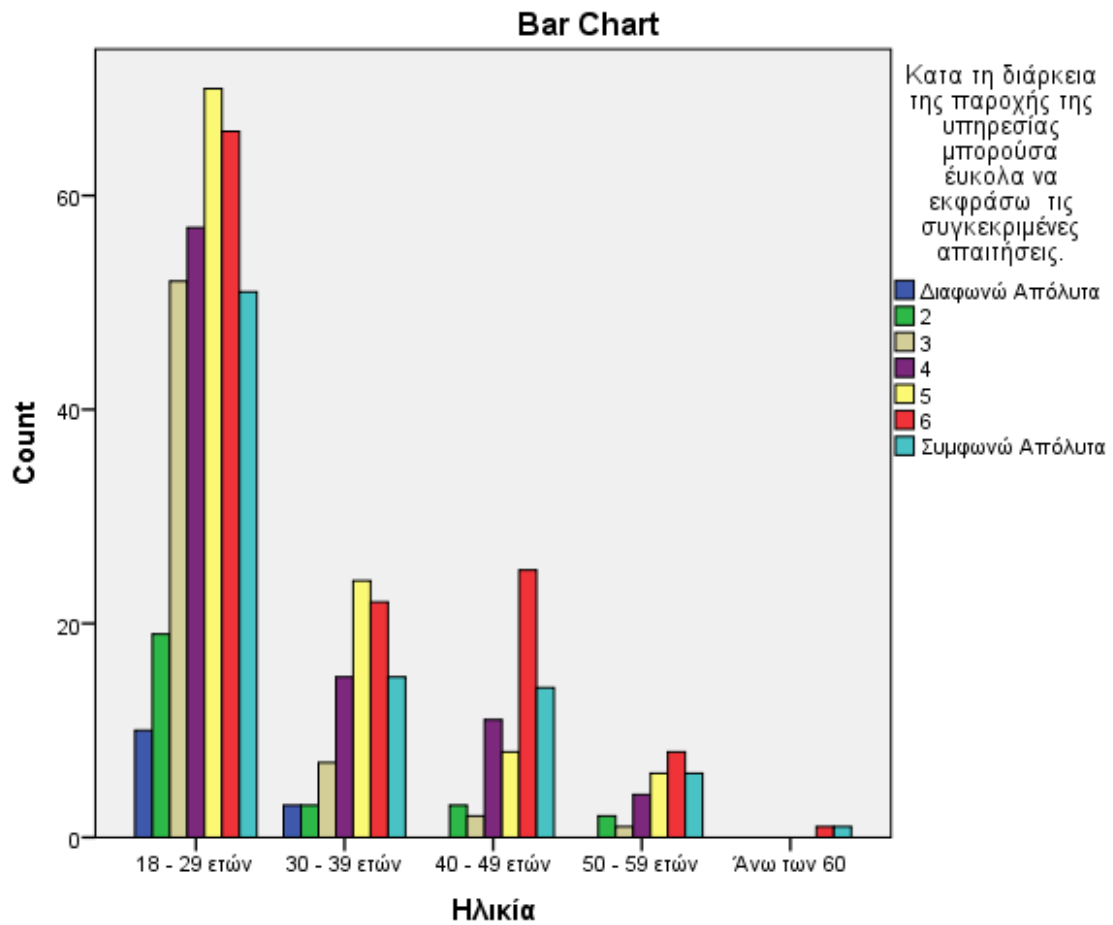
Στην ερώτηση 39, απάντησαν οι 507 (το 97,1%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 15 (το 2,9%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν σε ισοψηφία το νούμερο 5 και 6 και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 39.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



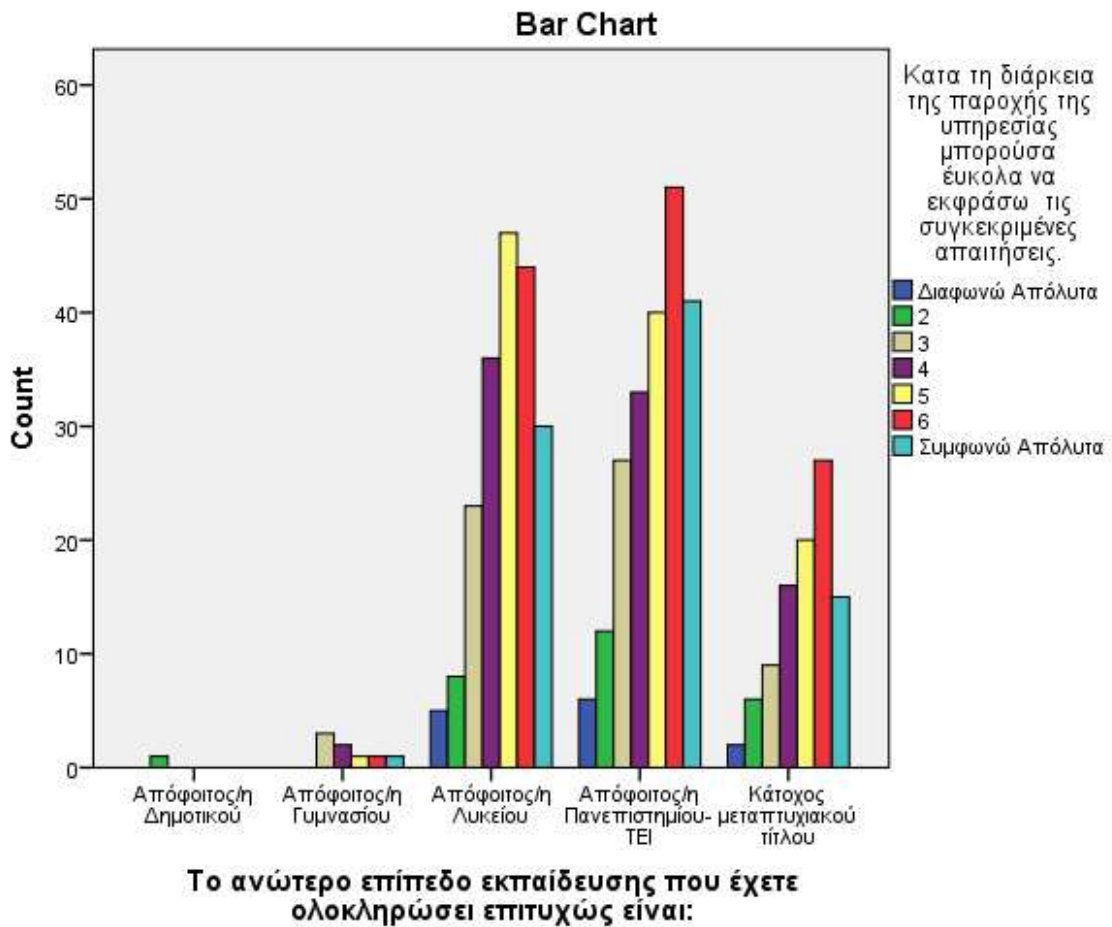
Διάγραμμα 39.1

Στο Διάγραμμα 39.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα πως μπορεί να εκφράσει εύκολα τις συγκεκριμένες απαιτήσεις. Οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες όμως αν και όχι απόλυτα συμφωνούν πολύ σε αυτό.



Διάγραμμα 39.2

Στο Διάγραμμα 39.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως κατά τη διάρκεια της παροχής της υπηρεσίας μπορούσαν εύκολα να εκφράσουν τις συγκεκριμένες απαιτήσεις. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού και του γυμνασίου διαφωνούν.



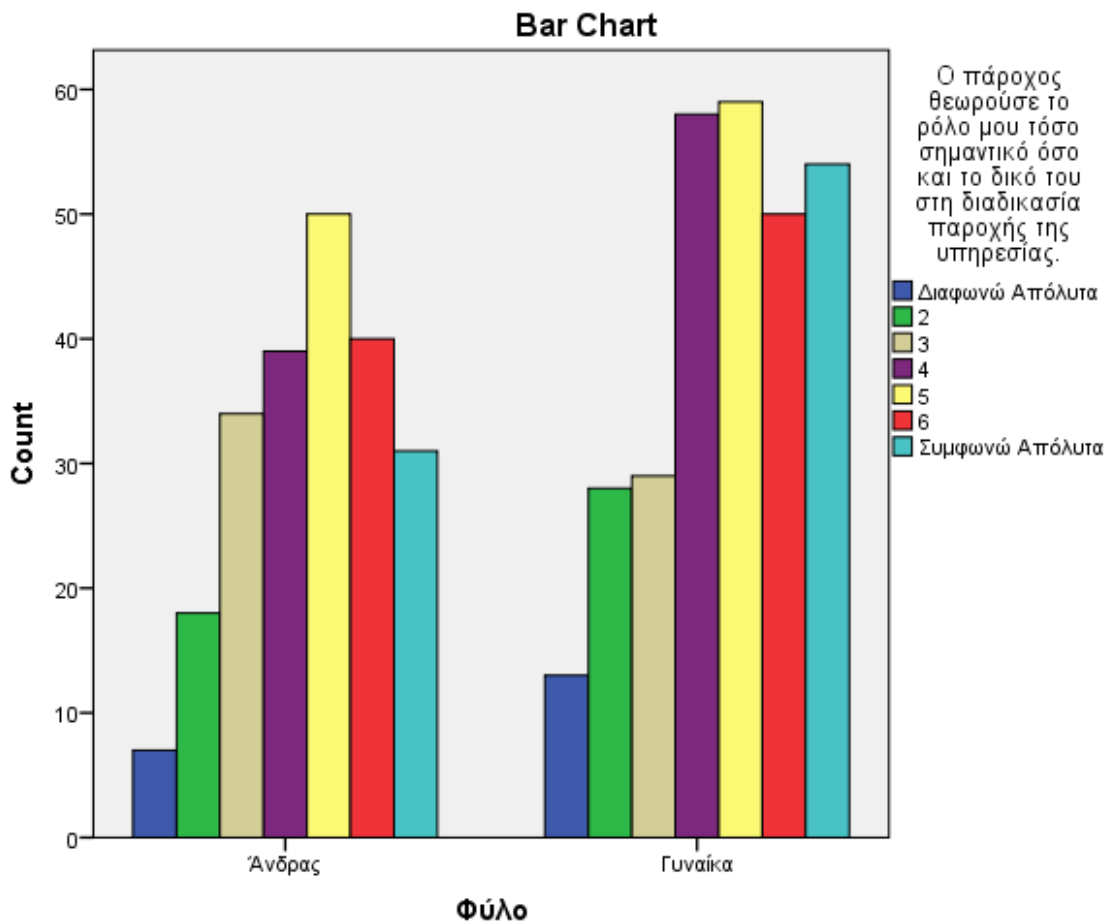
Διάγραμμα 39.3

Στο Διάγραμμα 39.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως κατά τη διάρκεια της παροχής της υπηρεσίας μπορούσαν εύκολα να εκφράσουν τις συγκεκριμένες απαιτήσεις.

Ερώτηση 40^η : Ο πάροχος θεωρούσε το ρόλο μου τόσο σημαντικό όσο και το δικό του στη διαδικασία παροχής της υπηρεσίας.

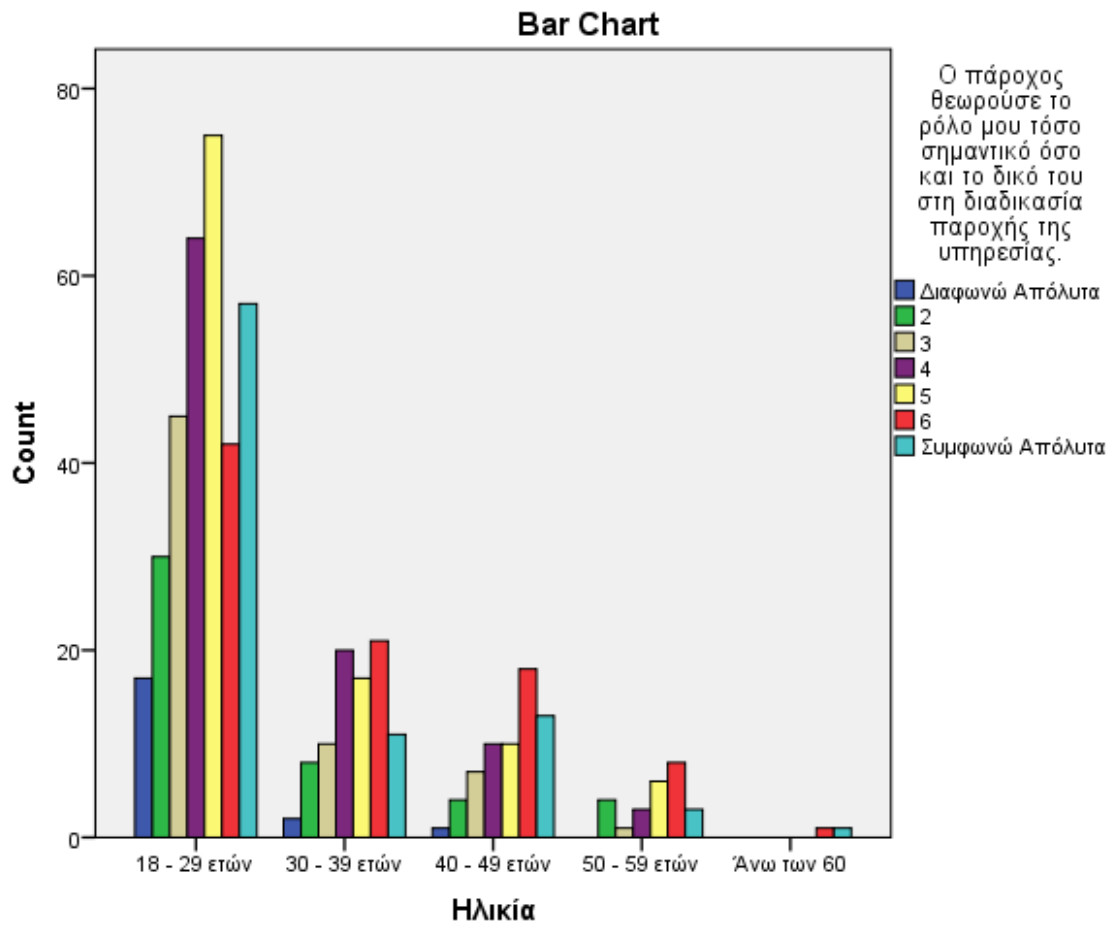
Στην ερώτηση 40, απάντησαν οι 509 (το 97,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 13 (το 2,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 5. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 40.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



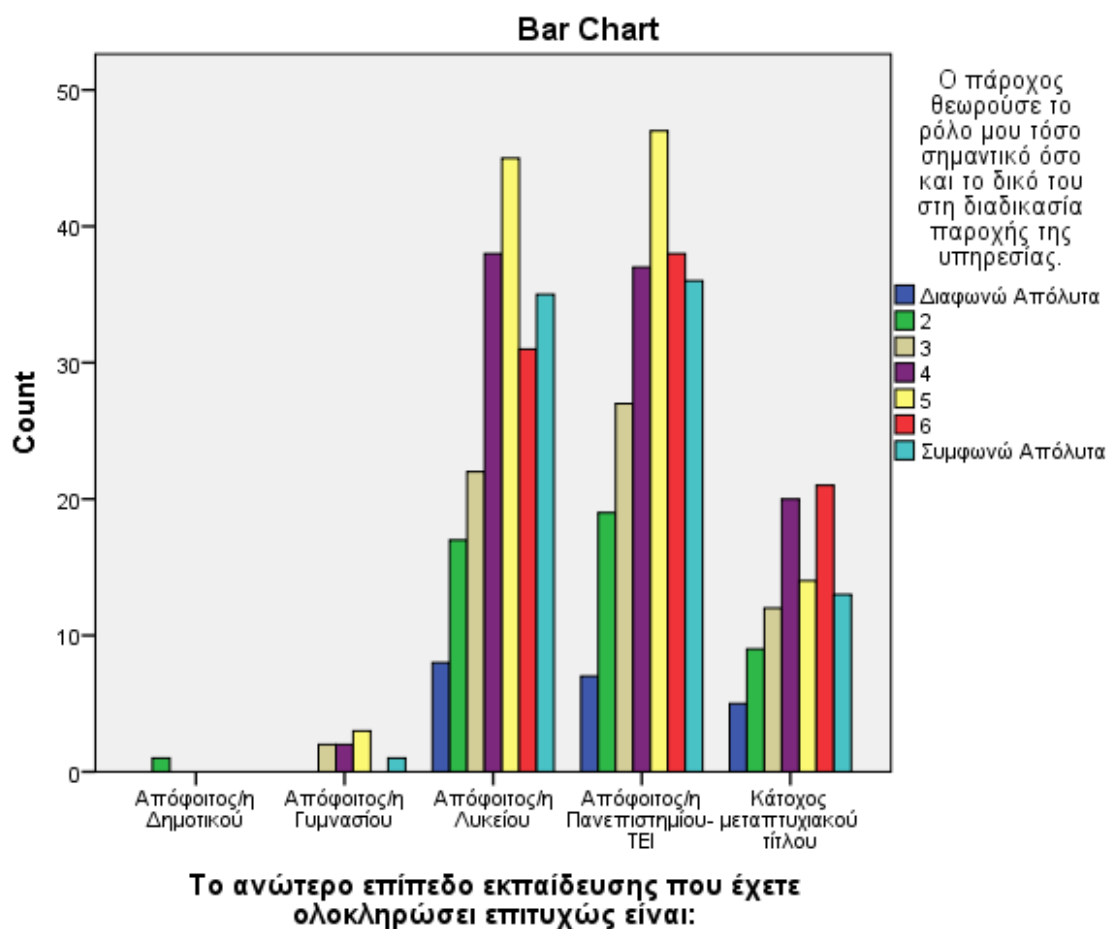
Διάγραμμα 40.1

Στο Διάγραμμα 40.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες συμφωνούν πως ο πάροχος θεωρεί τον ρόλο τους πολύ σημαντικό και το δικό του στην διαδικασία παροχής της υπηρεσίας, με την μόνο διαφορά πως η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα.



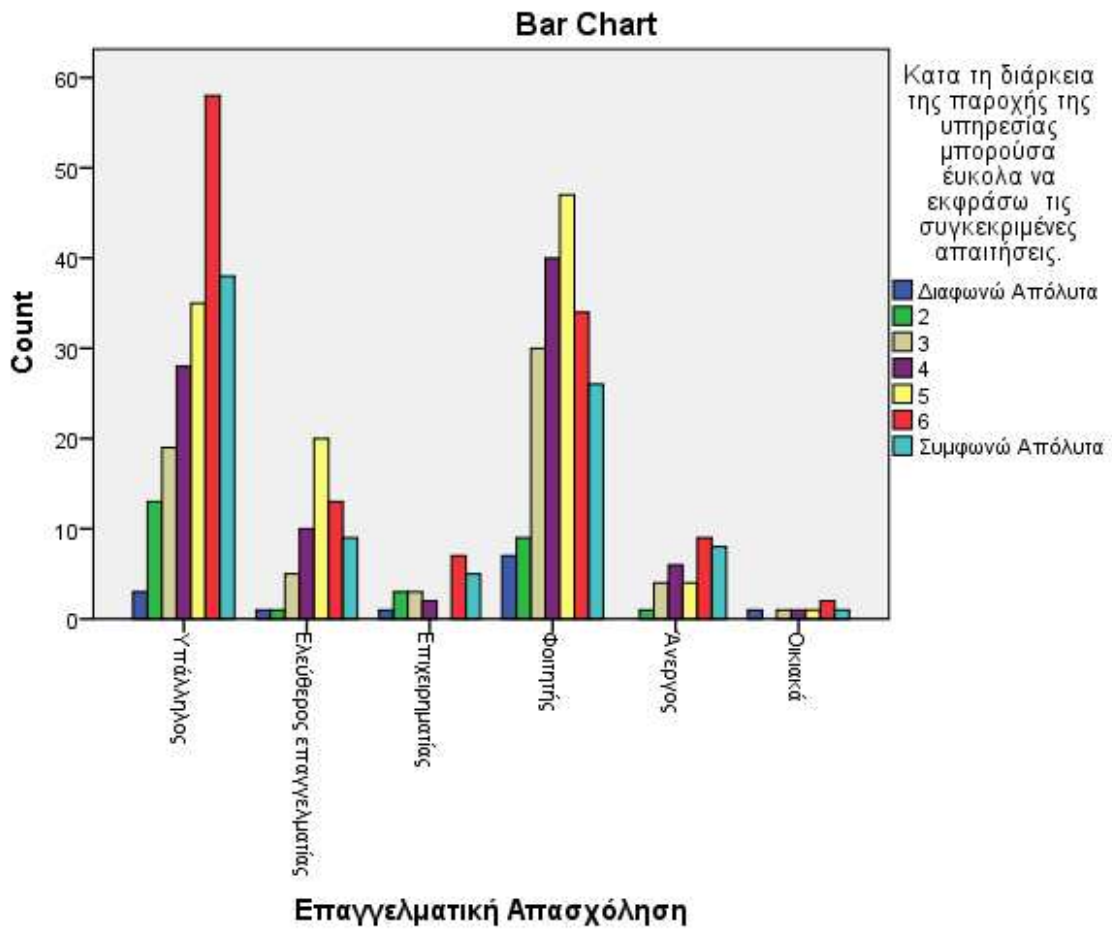
Διάγραμμα 40.2

Στο Διάγραμμα 40.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως ο πάροχος θεωρούσε το ρόλο τους τόσο σημαντικό όσο και το δικό του στη διαδικασία παροχής της υπηρεσίας. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν απόλυτα.



Διάγραμμα 40.3

Στο Διάγραμμα 40.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ο πάροχος θεωρούσε το ρόλο τους τόσο σημαντικό όσο και το δικό του στη διαδικασία παροχής της υπηρεσίας.

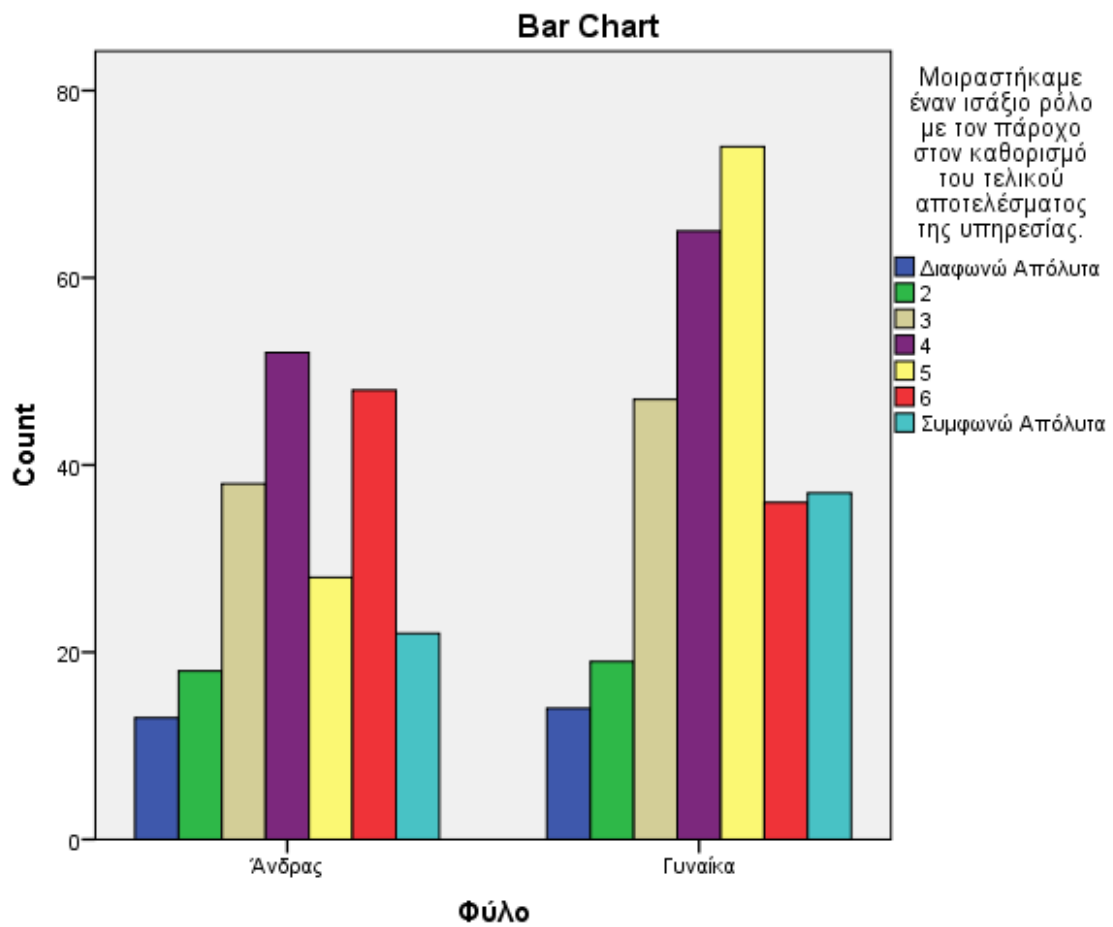


Διάγραμμα 40.4

Ερώτηση 41^η : Μοιραστήκαμε έναν ισάξιο ρόλο με τον πάροχο στον καθορισμό του τελικού αποτελέσματος της υπηρεσίας.

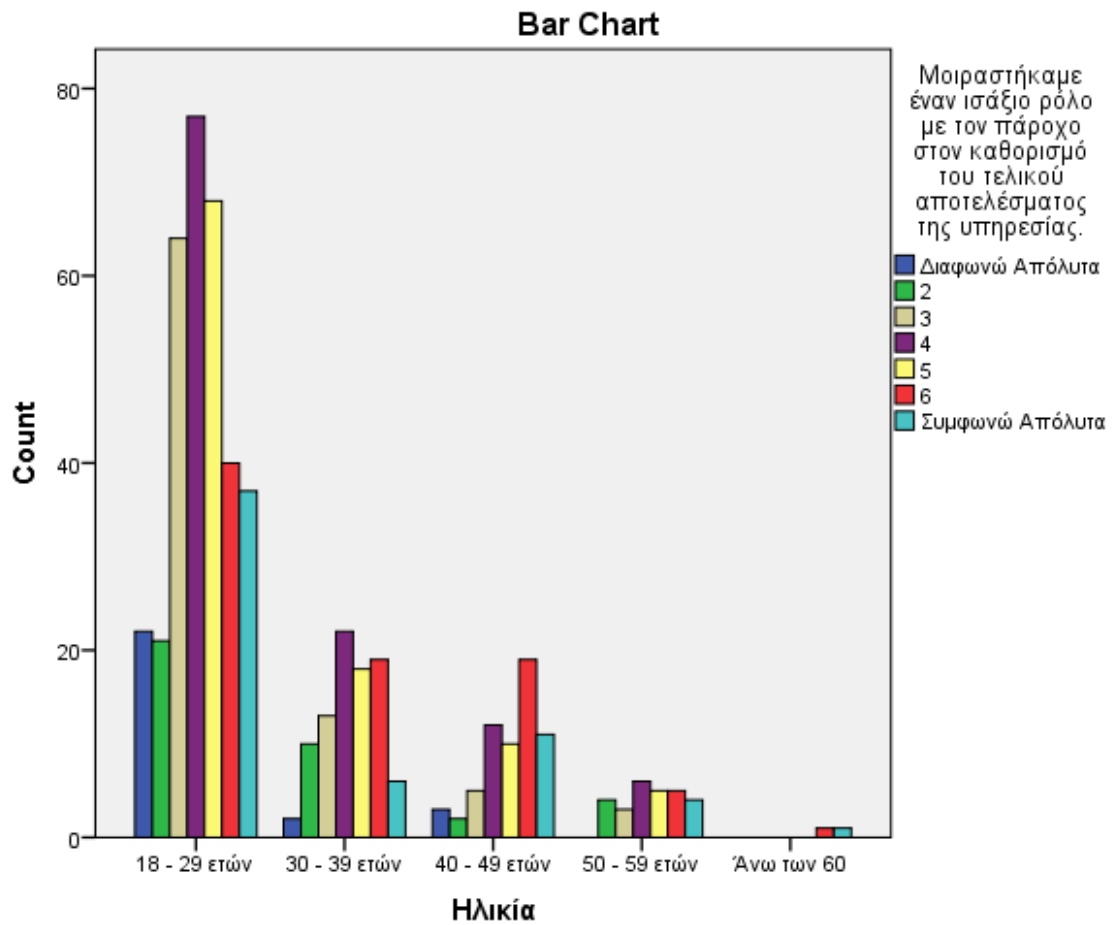
Στην ερώτηση 41, απάντησαν οι 510 (το 97,7%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 12 (το 2,3%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 4 και οι περισσότερες γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 5. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 41.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



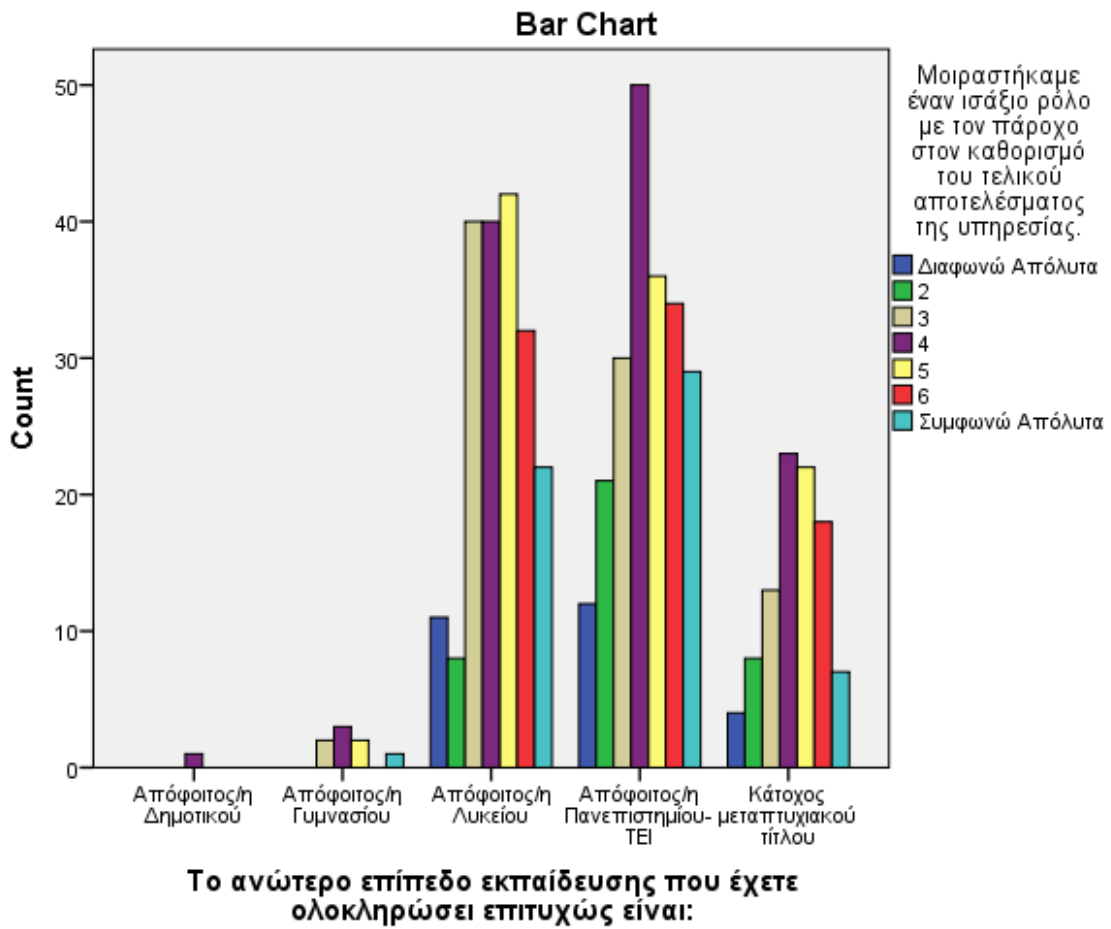
Διάγραμμα 41.1

Στο Διάγραμμα 41.2 αναφέρεται πως η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα στο ότι μοιράστηκε έναν ισάξιο ρόλο με τον πάροχο για το τελικό αποτέλεσμα της υπηρεσίας, οι ηλικίες 30-39,40-49 και 50-59 συμφωνούν σε κάποιον βαθμό ενώ η ηλικιακή ομάδα 18-29 έχει λίγο πιο ουδέτερη γνώμη στην ερώτηση αυτή.



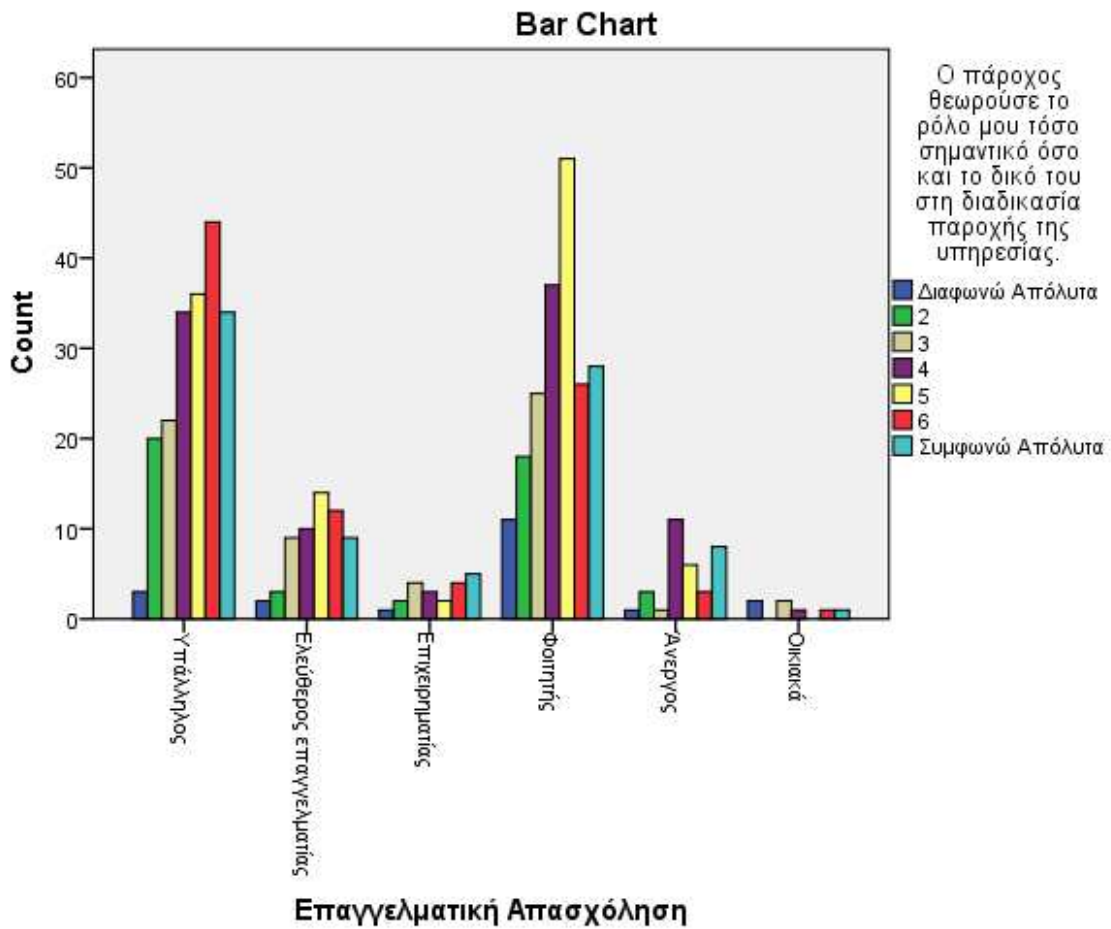
Διάγραμμα 41.2

Στο Διάγραμμα 41.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης έχουν ουδέτερη άποψη στο ότι μοιραστήκανε έναν ισάξιο ρόλο με τον πάροχο στον καθορισμό του τελικού αποτελέσματος της υπηρεσίας. Μόνο οι απόφοιτοι του λυκείου συμφωνούν σε έναν βαθμό.



Διάγραμμα 41.3

Στο Διάγραμμα 41.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως μοιραστήκανε έναν ισάξιο ρόλο με τον πάροχο στον καθορισμό του τελικού αποτελέσματος της υπηρεσίας. Μόνο οι άνεργοι έχουν ουδέτερη άποψη και όσοι ασχολούνται με τα οικιακά διαφωνούν.

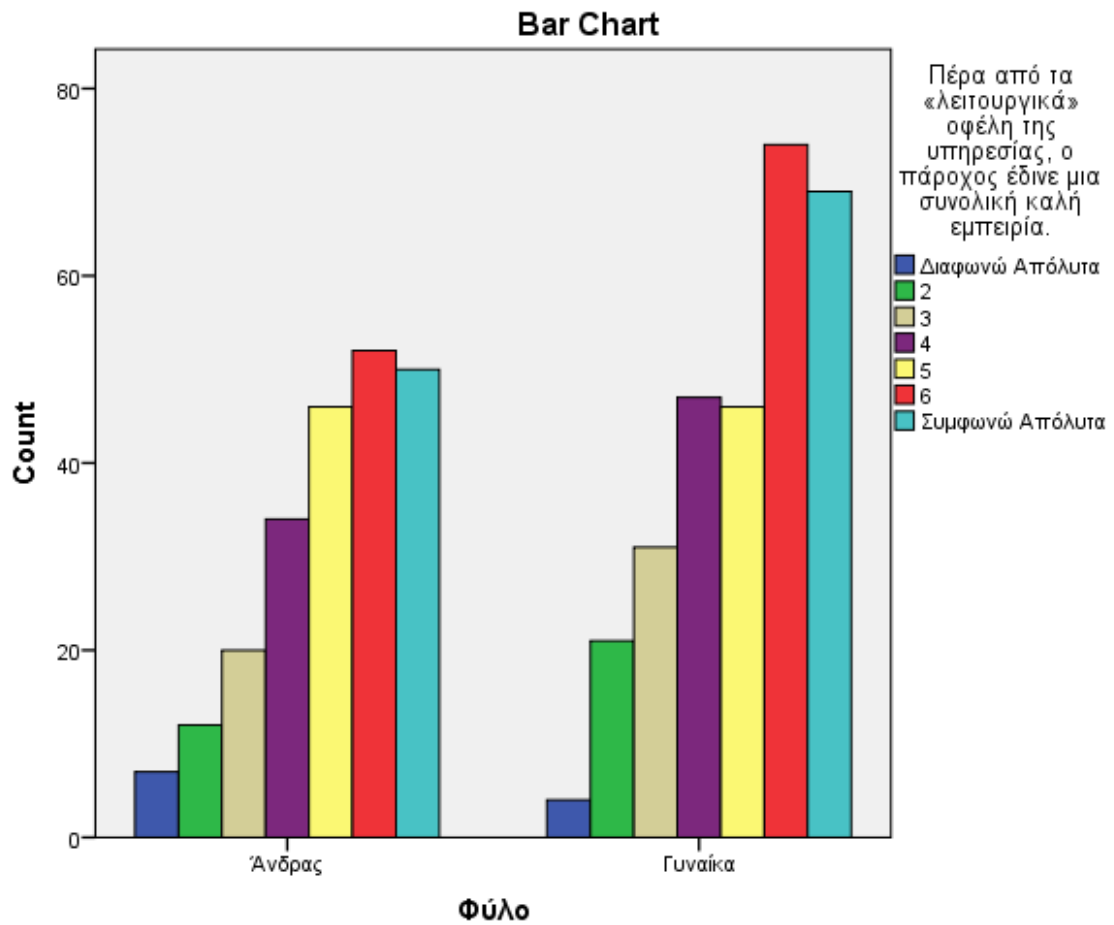


Διάγραμμα 41.4

Ερώτηση 42^η : Πέρα από τα <<λειτουργικά>> οφέλη της υπηρεσίας, ο πάροχος έδινε μια συνολική καλή εμπειρία.

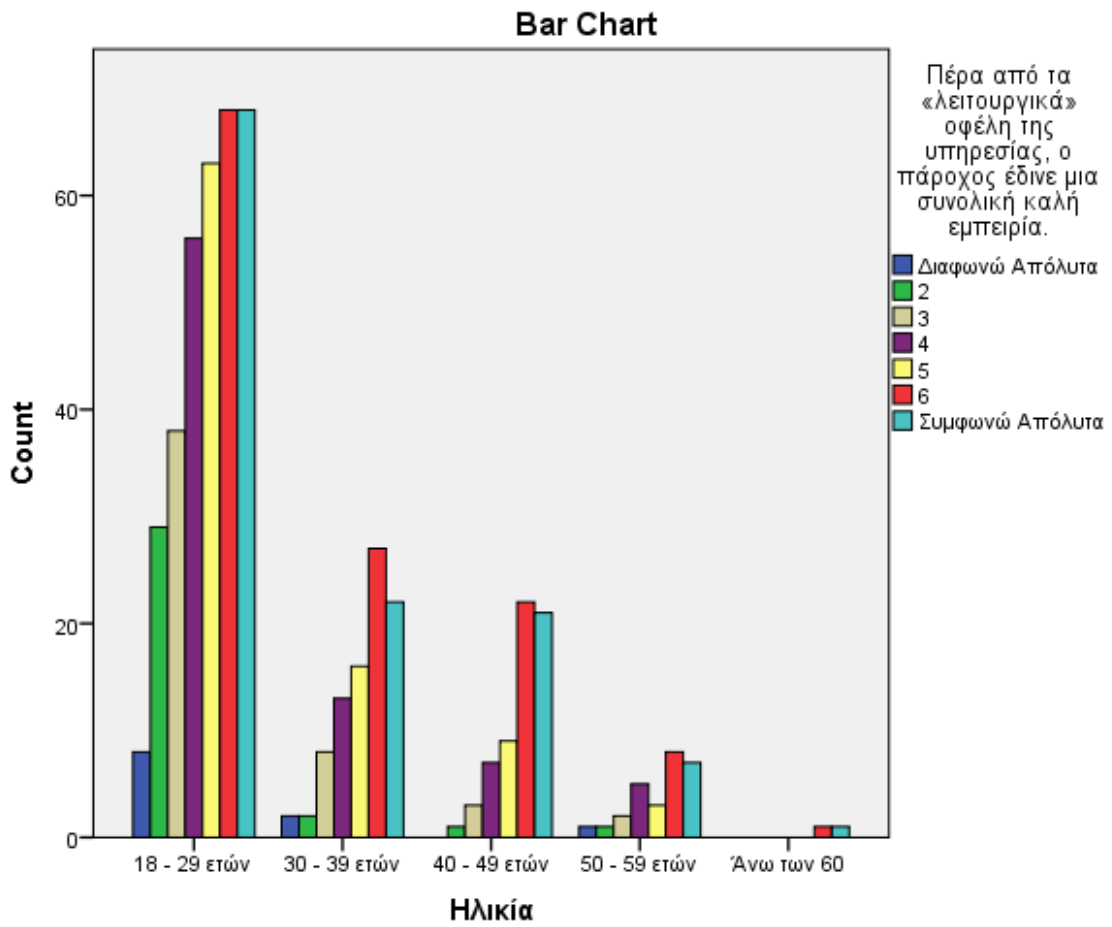
Στην ερώτηση 42, απάντησαν οι 512 (το 98,1%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 10 (το 1,9%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 42.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



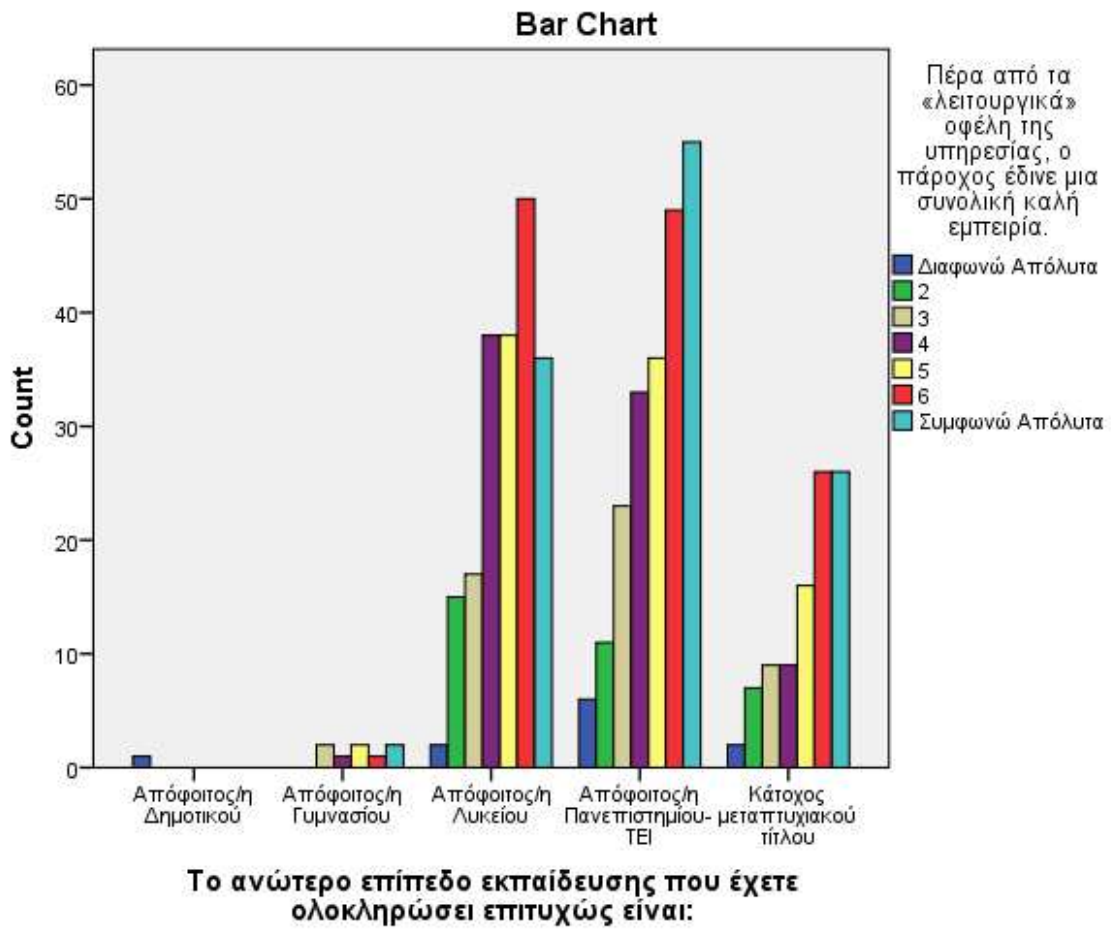
Διάγραμμα 42.1

Στο Διάγραμμα 42.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες συμφωνούν σχεδόν το ίδιο πως ο πάροχος πέρα από τα <<λειτουργικά>> οφέλη της υπηρεσίας, έδινε και μια συνολική εμπειρία.



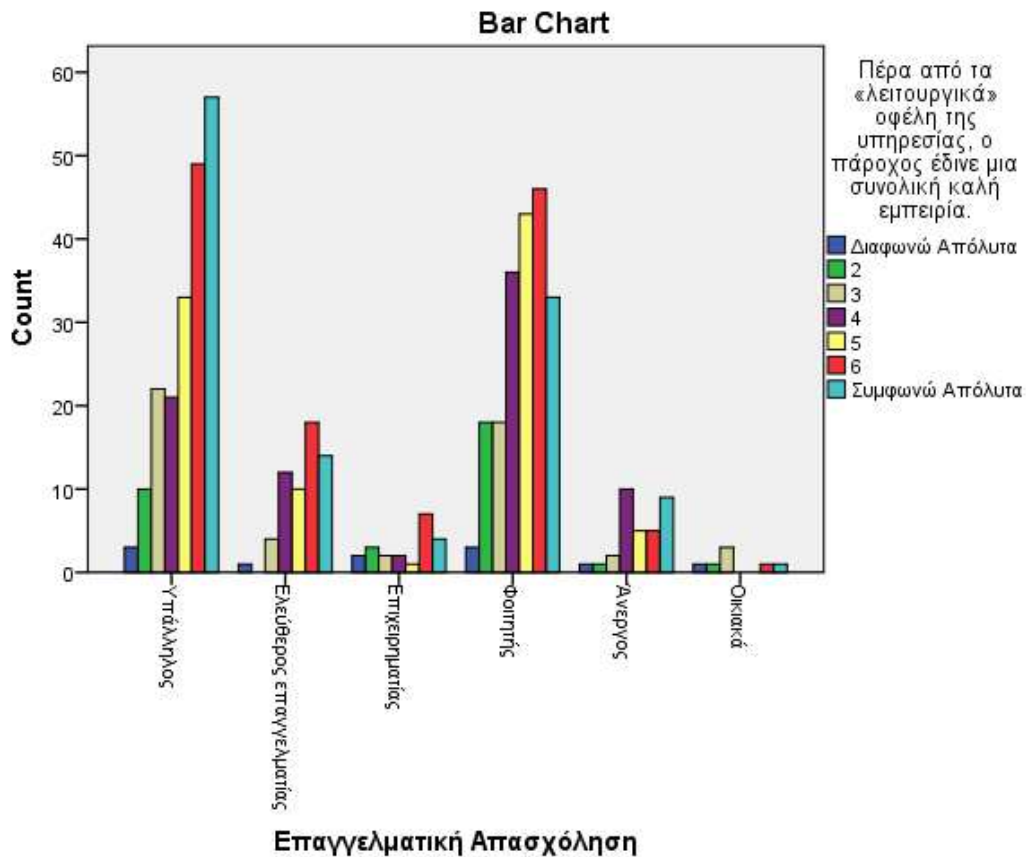
Διάγραμμα 42.2

Στο Διάγραμμα 42.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως πέρα από τα <<λειτουργικά>> οφέλη της υπηρεσίας, ο πάροχος έδινε μια συνολική καλή εμπειρία. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 42.3

Στο Διάγραμμα 42.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης έχουν ουδέτερη γνώμη στο ότι πέρα από τα <<λειτουργικά>> οφέλη της υπηρεσίας, ο πάροχος έδινε μια συνολική καλή εμπειρία. Μόνο όσοι ασχολούνται με τα οικιακά δεν συμφωνούν ιδιαίτερα.

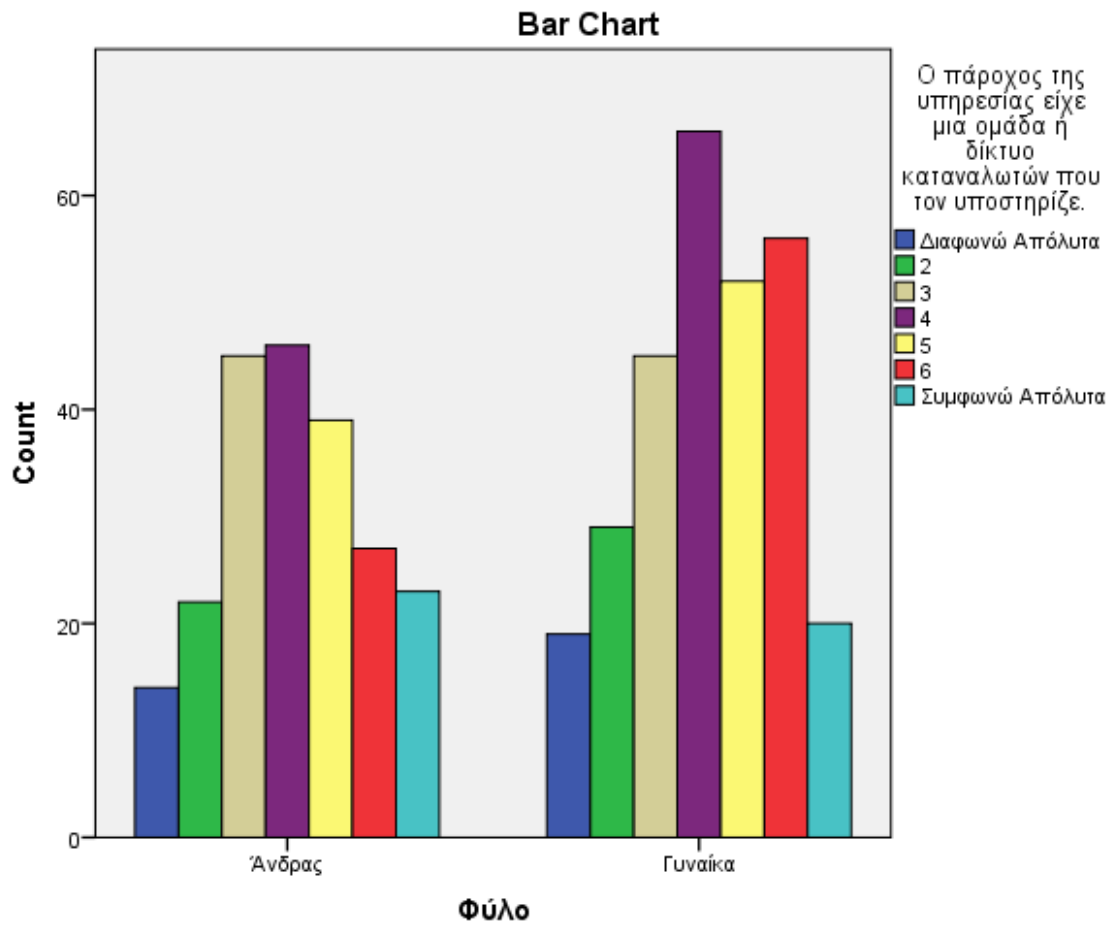


Διάγραμμα 42.4

Ερώτηση 43¹ : Ο πάροχος της υπηρεσίας είχε μια ομάδα ή δίκτυο καταναλωτών που τον υποστηρίζει.

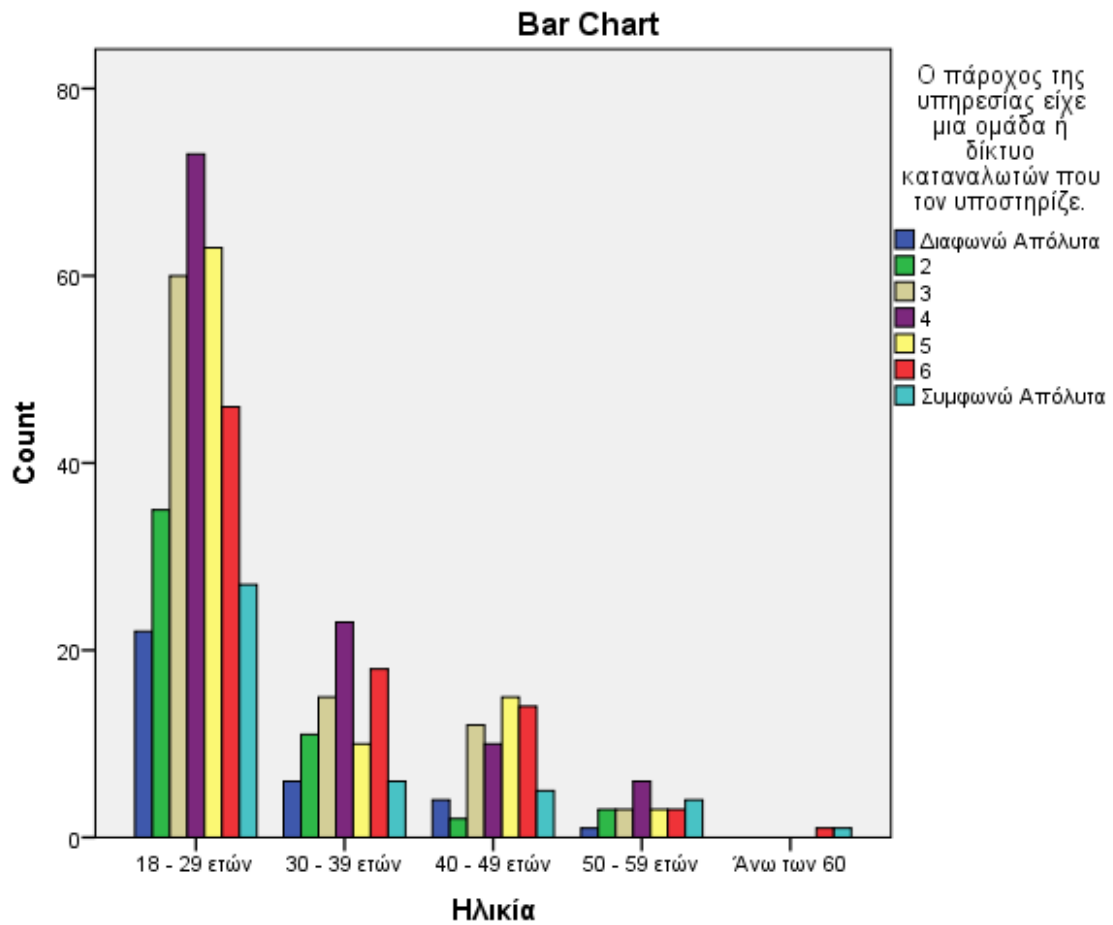
Στην ερώτηση 43, απάντησαν οι 503 (το 96,4%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 19 (το 3,6%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία των ανδρών διαφωνεί απόλυτα και των γυναικών έρχεται σε ισοψηφία με το συμφωνώ και διαφωνώ απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 43.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



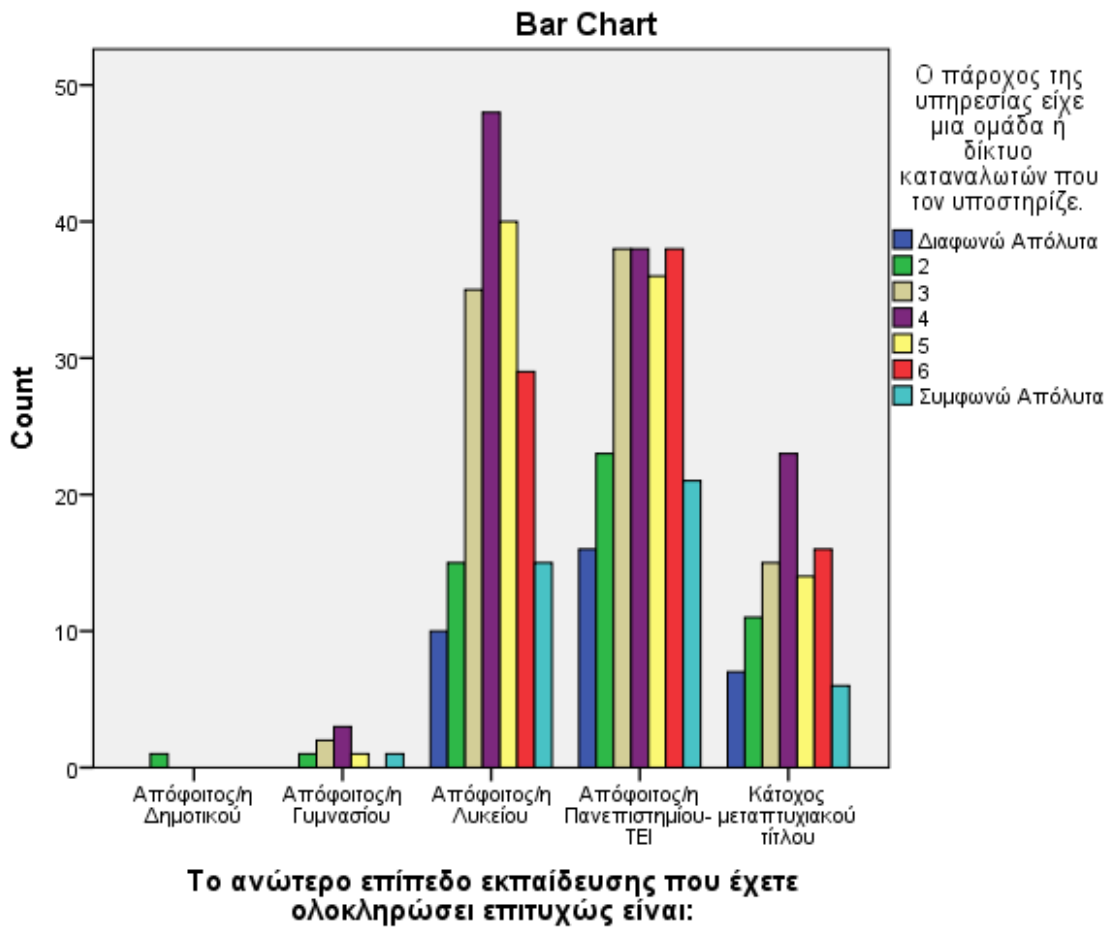
Διάγραμμα 43.1

Στο Διάγραμμα 43.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα πως ο πάροχος είχε μια ομάδα ή ένα δίκτυο καταναλωτών που τον στήριζε, ενώ οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες έχουν μια ουδέτερη γνώμη σε αυτήν την ερώτηση.



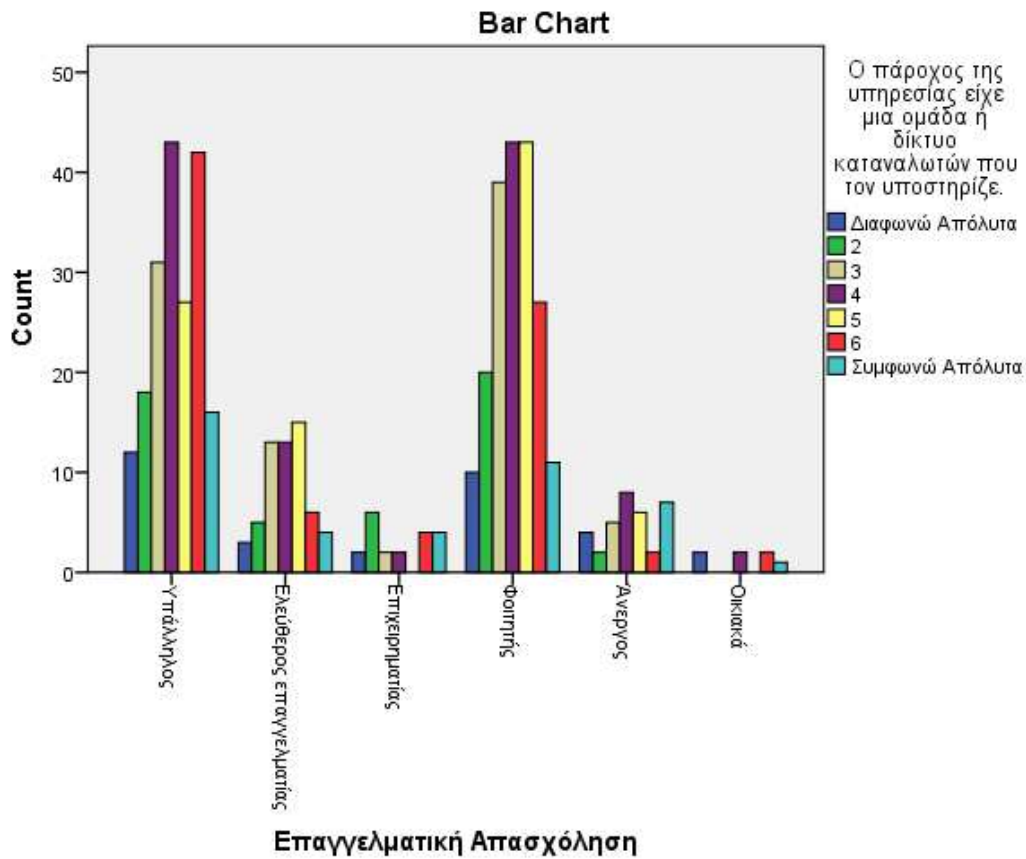
Διάγραμμα 43.2

Στο Διάγραμμα 43.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης Οέχουν ουδέτερη άποψη στο ότι ο πάροχος της υπηρεσίας είχε μια ομάδα ή δίκτυο καταναλωτών που τον υποστηρίζει. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν σε αυτό.



Διάγραμμα 43.3

Στο Διάγραμμα 43.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ο πάροχος της υπηρεσίας είχε μια ομάδα ή δίκτυο καταναλωτών που τον υποστηρίζει. Μόνο οι επιχειρηματίες διαφωνούν.

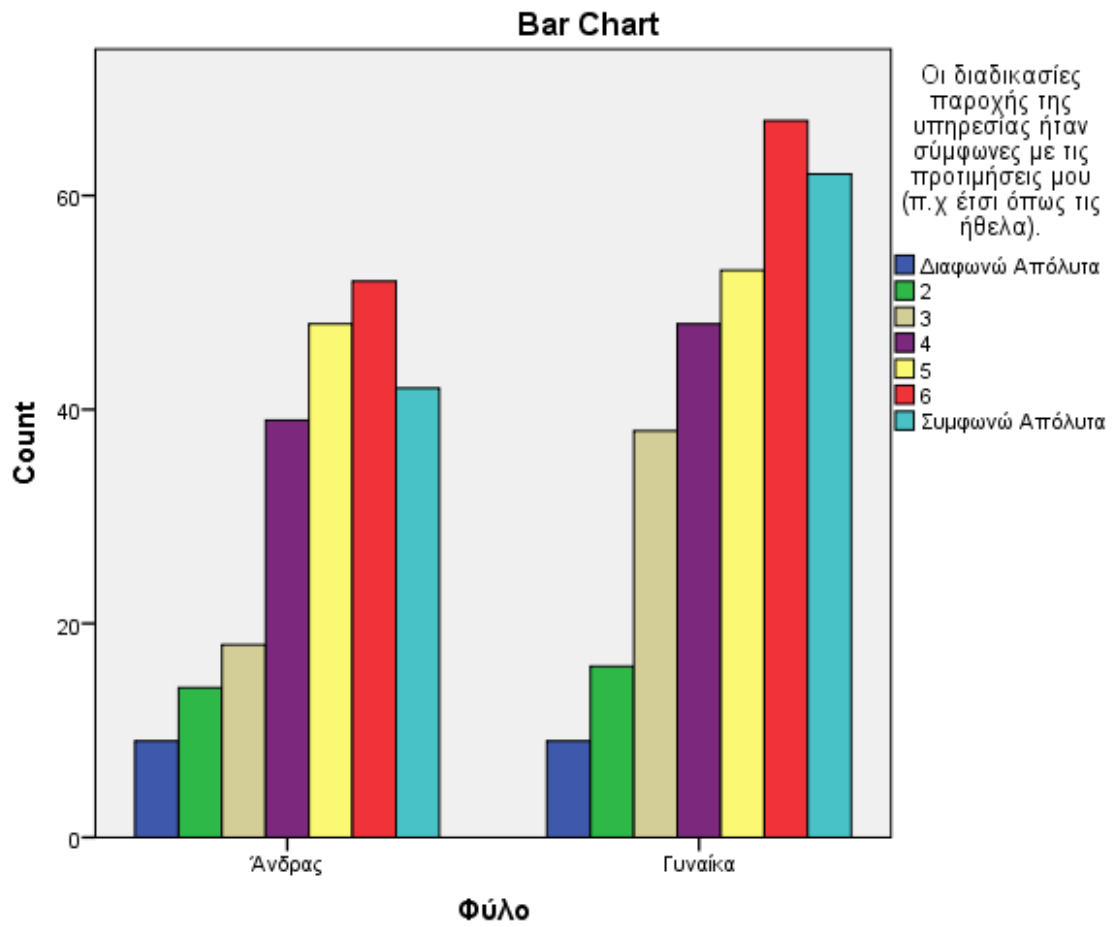


Διάγραμμα 43.4

Ερώτηση 44¹ : Οι διαδικασίες παροχής της υπηρεσίας ήταν σύμφωνες με τις προτιμήσεις μου (π.χ έτσι όπως τις ήθελα).

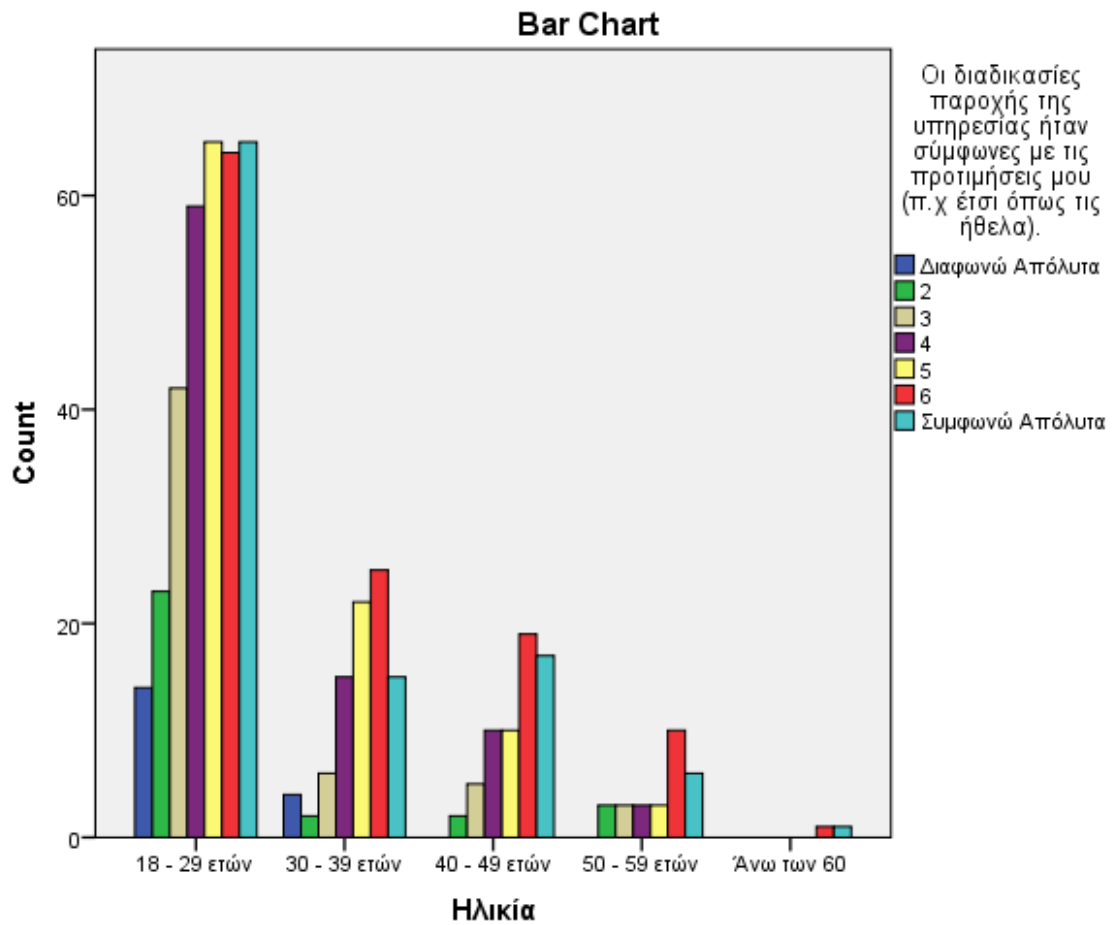
Στην ερώτηση 44, απάντησαν οι 515 (το 98,7%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 7 (το 1,3%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 44.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



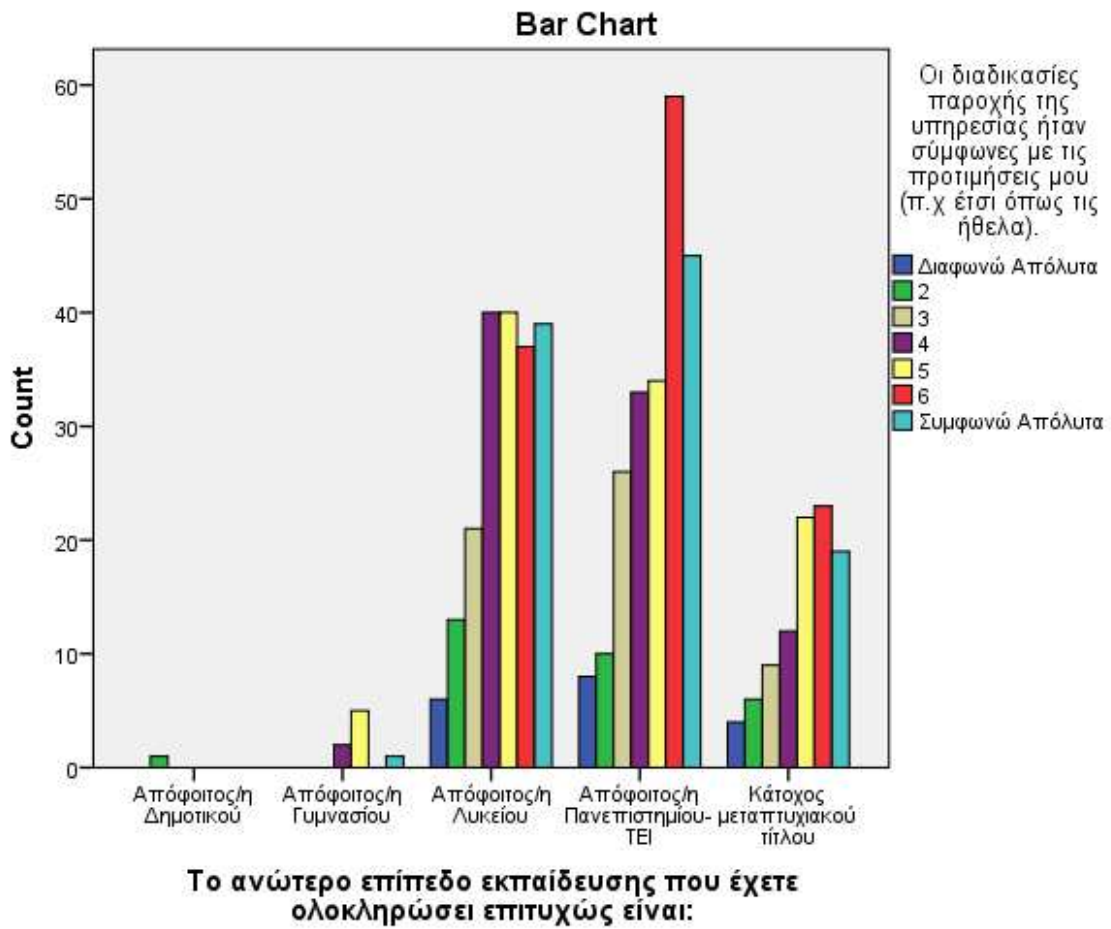
Διάγραμμα 44.1

Στο Διάγραμμα 44.2 αναφέρεται πως η ηλικιακή ομάδα 18-29 και η ηλικία άνω των 60 συμφωνούν απόλυτα πως οι διαδικασίες παροχής της υπηρεσίας ήταν σύμφωνες με τις προτιμήσεις τους.



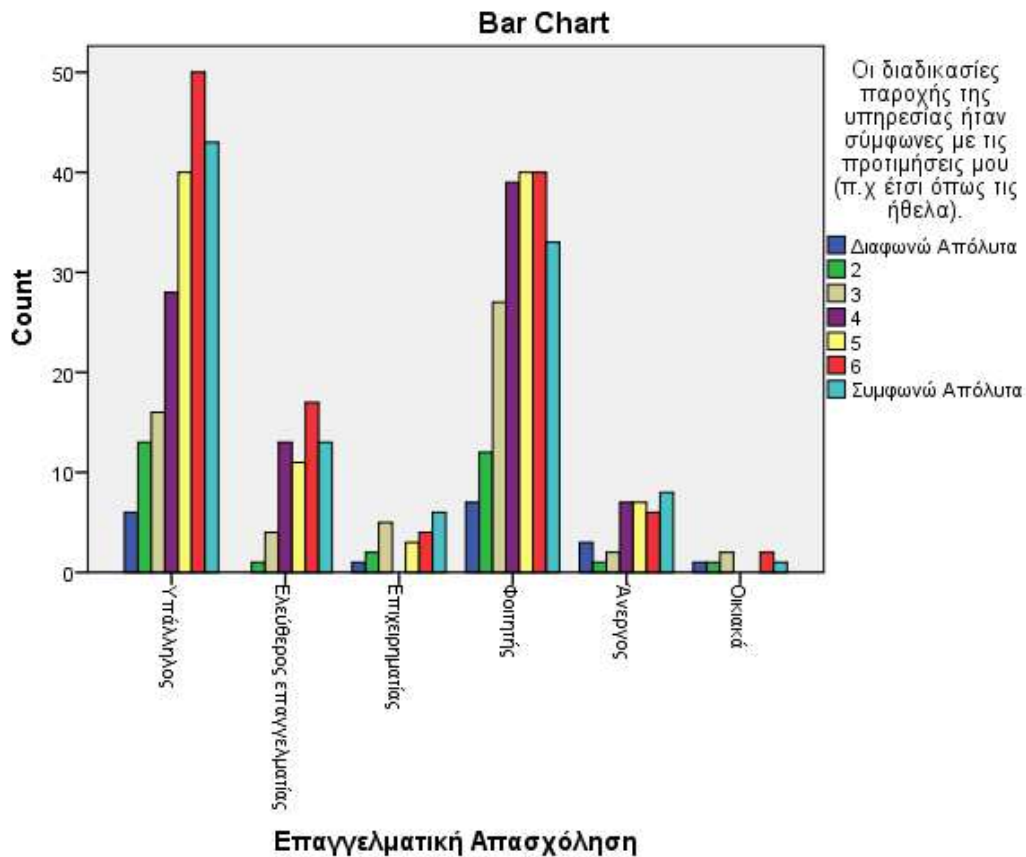
Διάγραμμα 44.2

Στο Διάγραμμα 44.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως οι διαδικασίες παροχής της υπηρεσίας ήταν σύμφωνες με τις προτιμήσεις τους (π.χ έτσι όπως τις ήθελαν). Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 44.3

Στο Διάγραμμα 44.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν κυρίως πως οι διαδικασίες παροχής της υπηρεσίας ήταν σύμφωνες με τις προτιμήσεις τους.

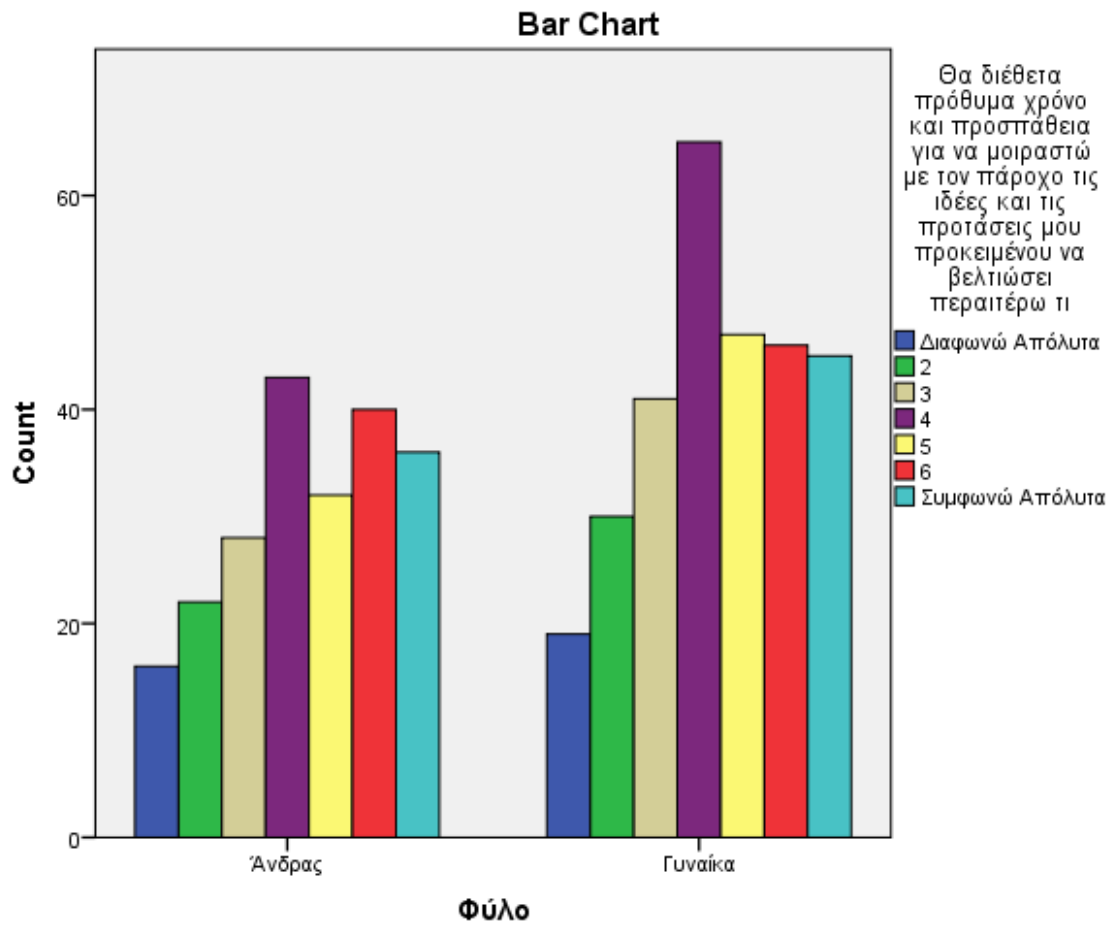


Διάγραμμα 44.4

Ερώτηση 45^η : Θα διέθετα πρόθυμα χρόνο και προσπάθεια για να μοιραστώ με τον πάροχο τις ιδέες και τις προτάσεις μου προκειμένου να βελτιώσει περαιτέρω τις διαδικασίες και τις υπηρεσίες του.

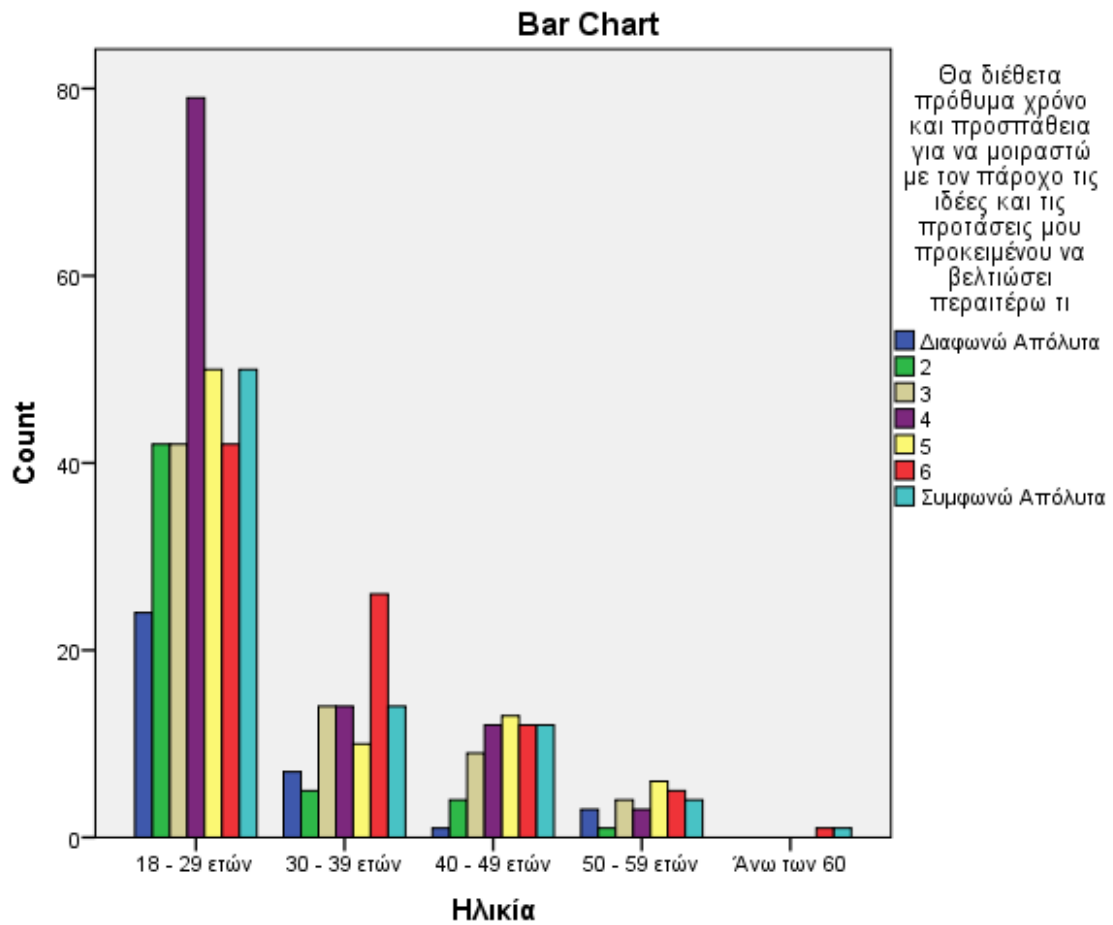
Στην ερώτηση 45, απάντησαν οι 509 (το 97,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 13 (το 2,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 45.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



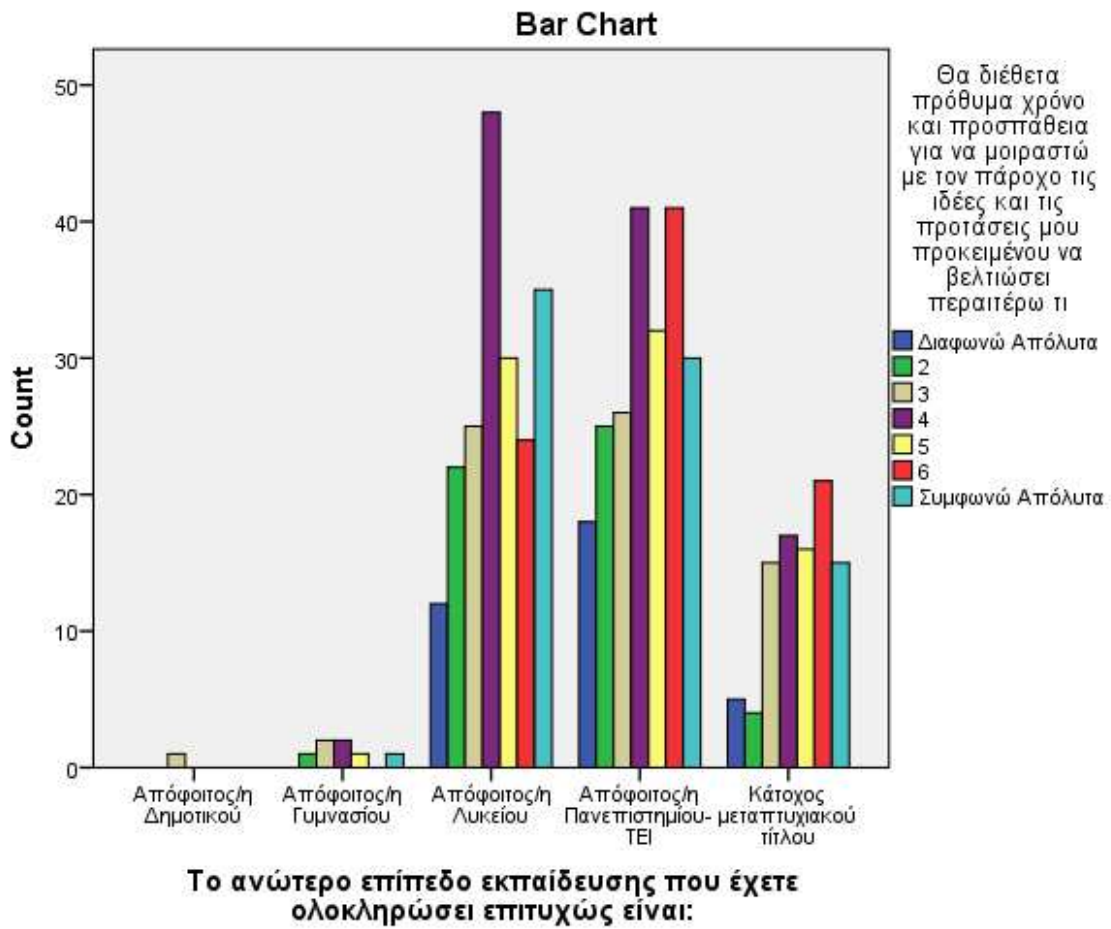
Διάγραμμα 45.1

Στο Διάγραμμα 45.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα στο ότι θα διέθετε πρόθυμα χρόνο με τον πάροχο να μοιραστεί τις ιδέες της και της προτάσεις της. Η ηλικιακή ομάδα 18-29 είναι ουδέτερη, ενώ οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες συμφωνούν σε κάποιον βαθμό.



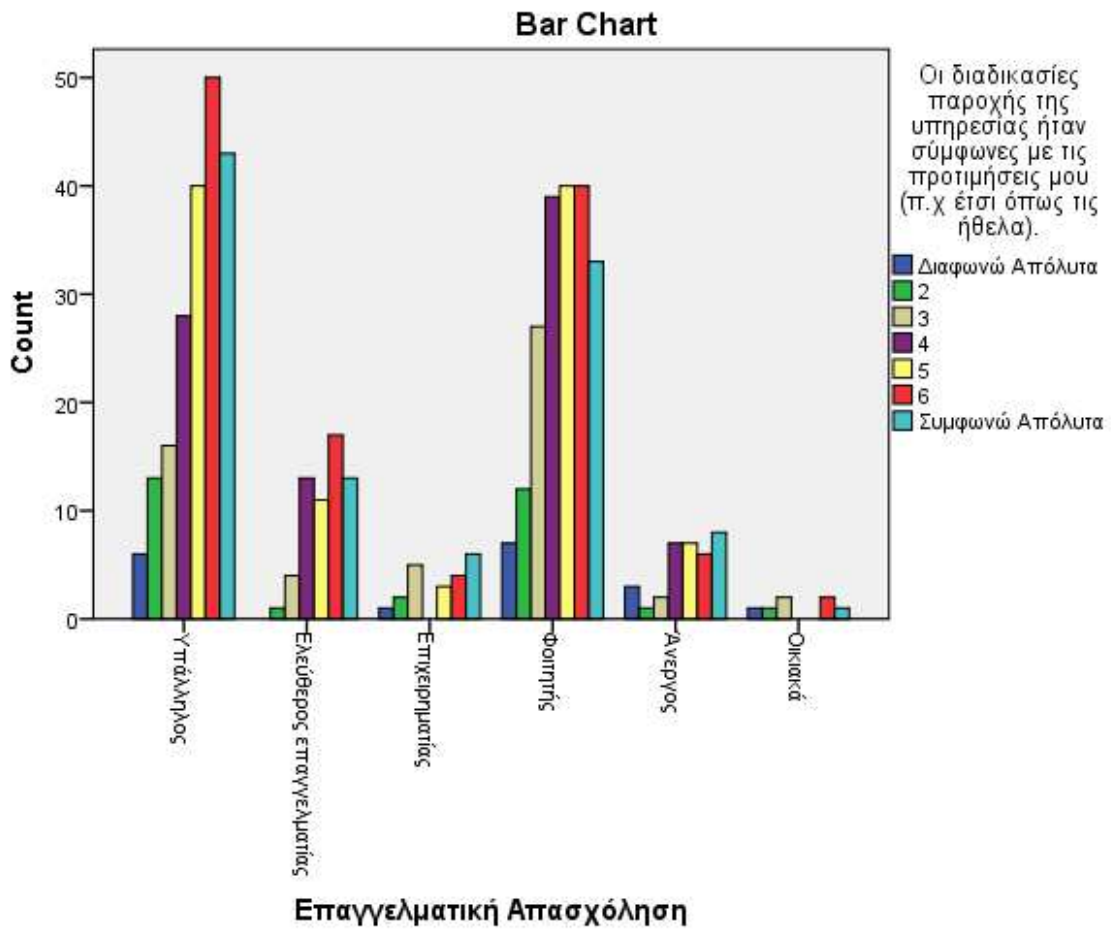
Διάγραμμα 45.2

Στο Διάγραμμα 45.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του γυμνασίου, του λυκείου και του πανεπιστημίου-ΤΕΙ έχουν ουδέτερη άποψη στο αν θα διέθεταν πρόθυμα χρόνο και προσπάθεια για να μοιραστούν με τον πάροχο τις ιδέες και τις προτάσεις τους προκειμένου να βελτιώσει περαιτέρω τις διαδικασίες και τις υπηρεσίες του. Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν, ενώ μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 45.3

Στο Διάγραμμα 45.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως θα διέθεταν πρόθυμα χρόνο και προσπάθεια για να μοιραστούν με τον πάροχο τις ιδέες και τις προτάσεις τους προκειμένου να βελτιώσει περαιτέρω τις διαδικασίες και τις υπηρεσίες του.

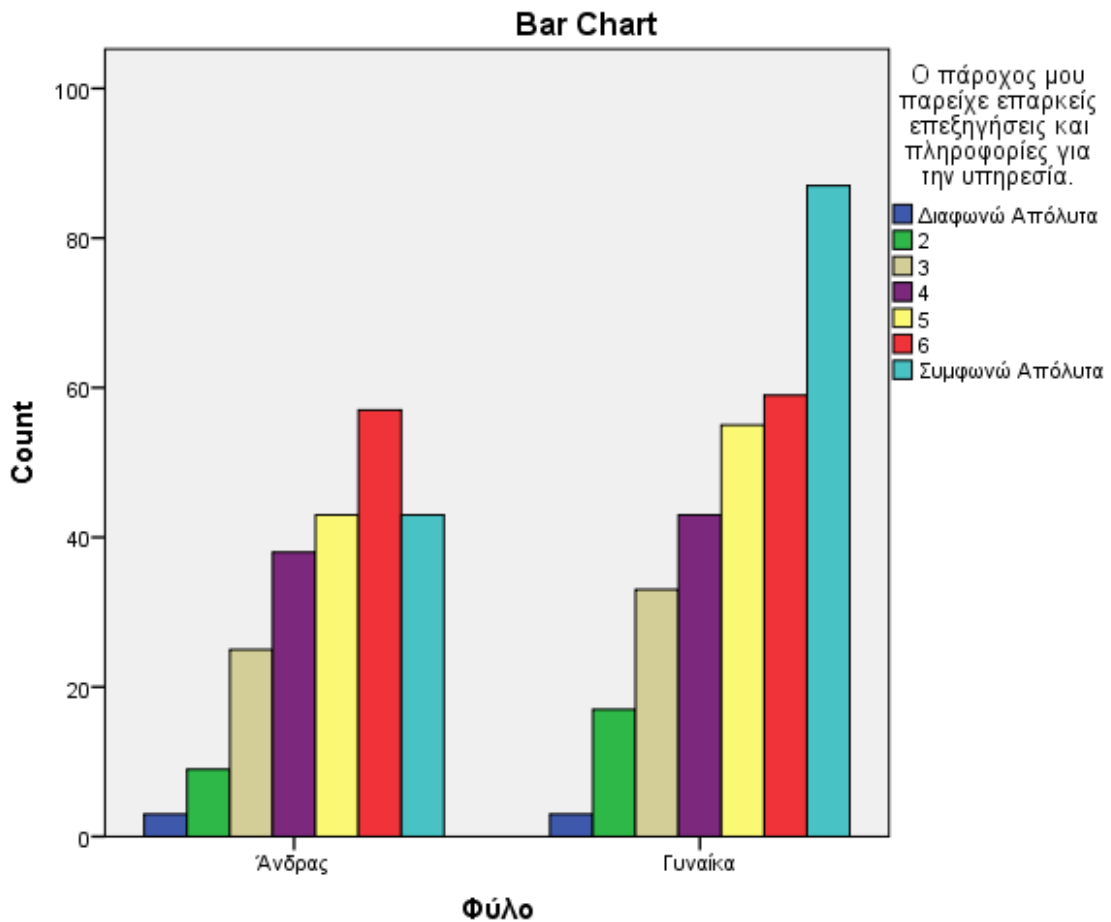


Διάγραμμα 45.4

Ερώτηση 46¹ : Ο πάροχος μου παρείχε επαρκείς επεξηγήσεις και πληροφορίες για την υπηρεσία.

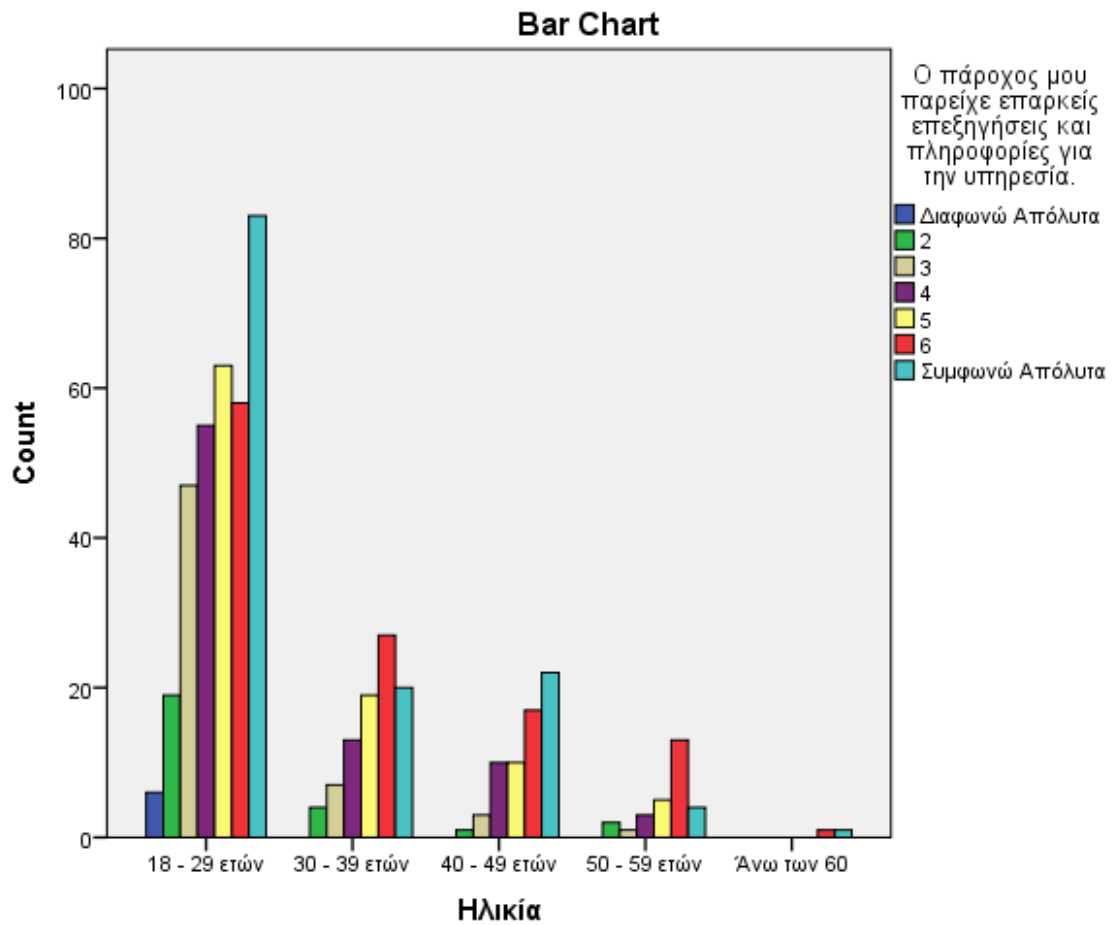
Στην ερώτηση 46, απάντησαν οι 514 (το 98,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 8 (το 1,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 και οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 46.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



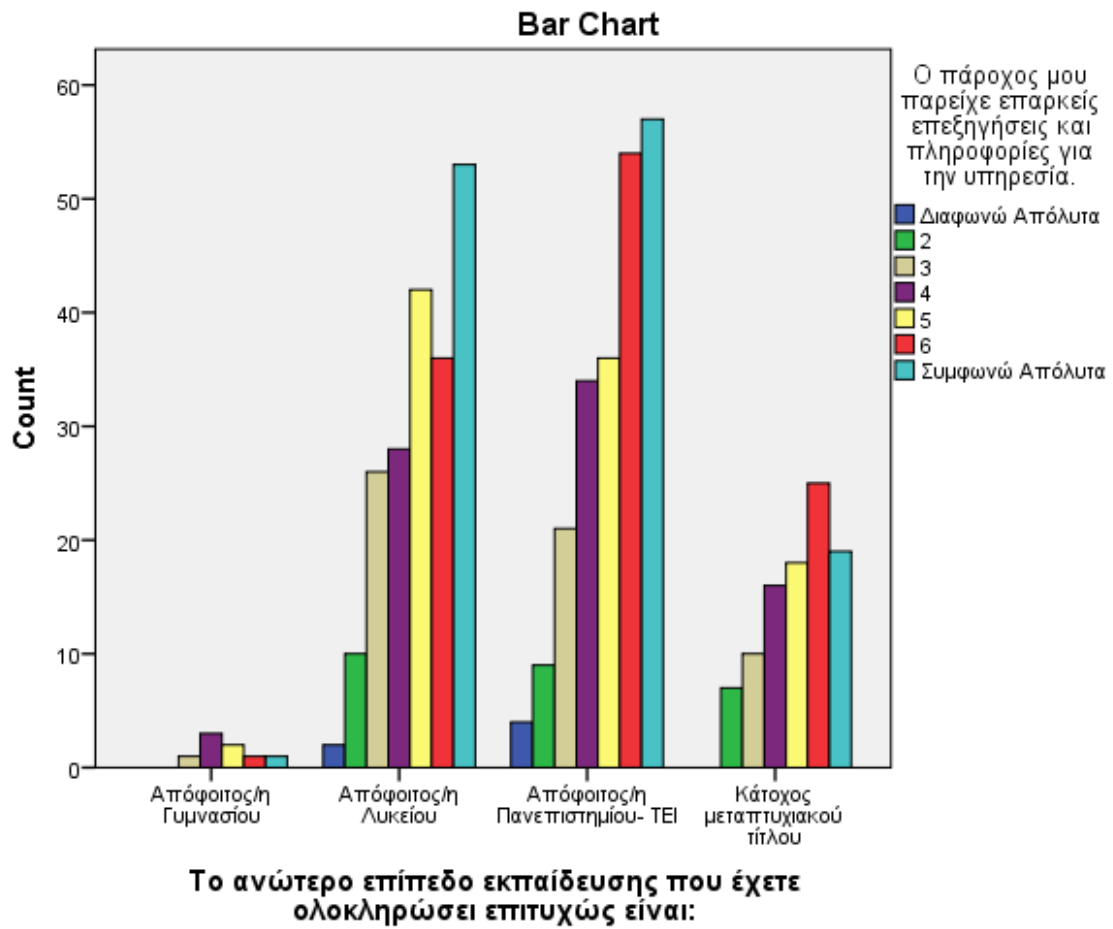
Διάγραμμα 46.1

Στο Διάγραμμα 46.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 18-29, 40-49 και η ηλικία άνω των 60 συμφωνούν απόλυτα πως ο πάροχος παρέχει επαρκείς επεξηγήσεις και πληροφορίες για την υπηρεσία.



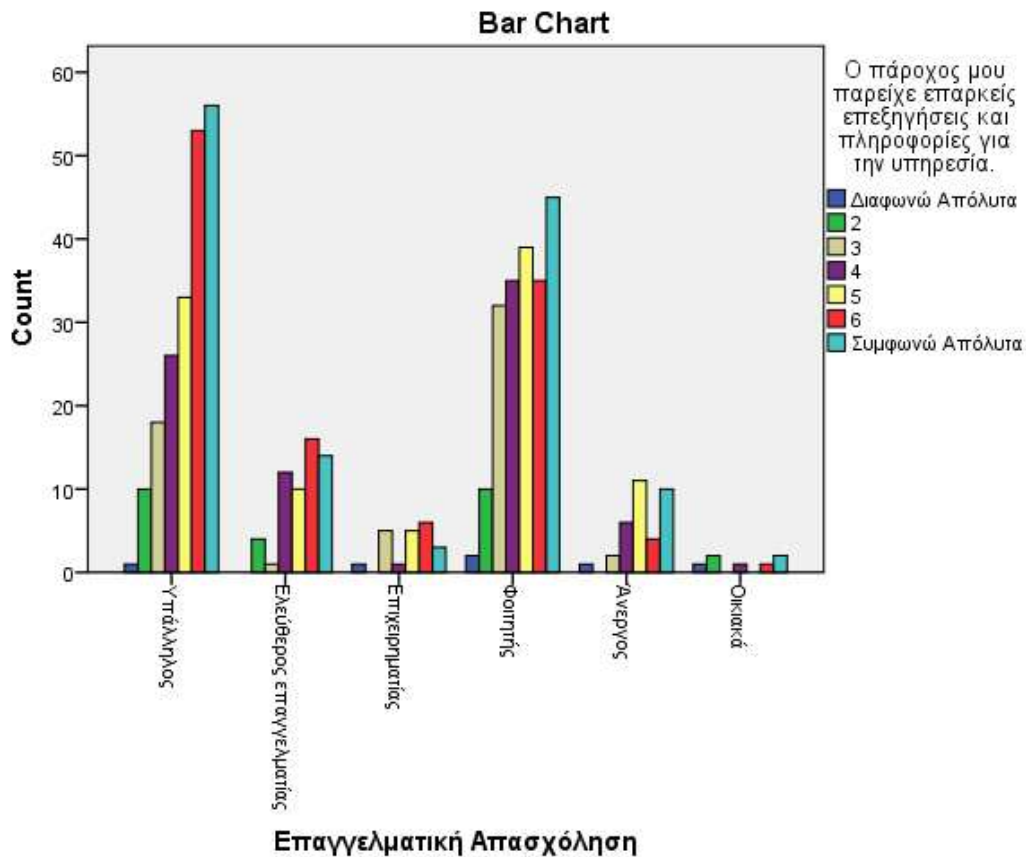
Διάγραμμα 46.2

Στο Διάγραμμα 46.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως ο πάροχος τους παρείχε επαρκείς επεξηγήσεις και πληροφορίες για την υπηρεσία. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού δεν έχουν δώσει καμία απάντηση σε αυτό το ερώτημα.



Διάγραμμα 46.3

Στο Διάγραμμα 46.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ο πάροχος τους παρείχε επαρκείς επεξηγήσεις και πληροφορίες για την υπηρεσία.

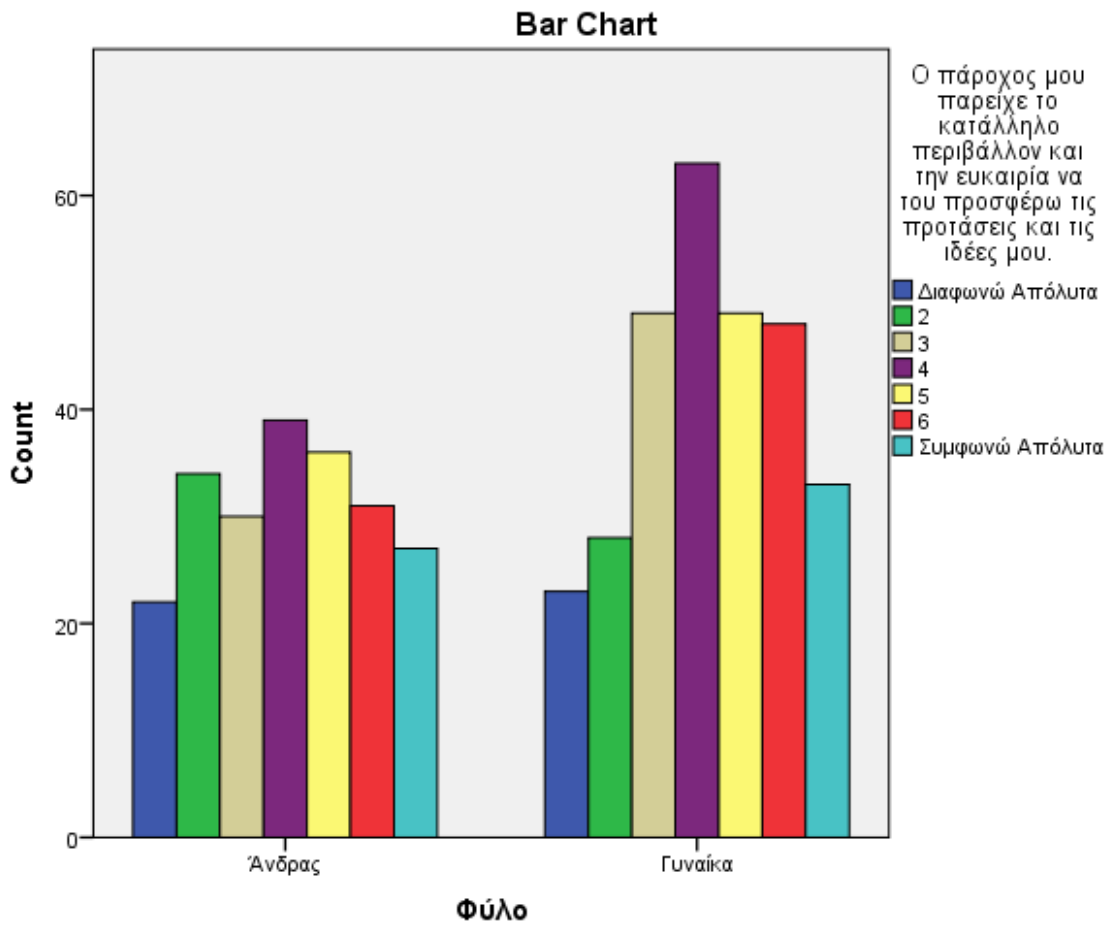


Διάγραμμα 46.4

Ερώτηση 47^η : Ο πάροχος μου παρείχε το κατάλληλο περιβάλλον και την ευκαιρία να του προσφέρω τις προτάσεις και τις ιδέες μου.

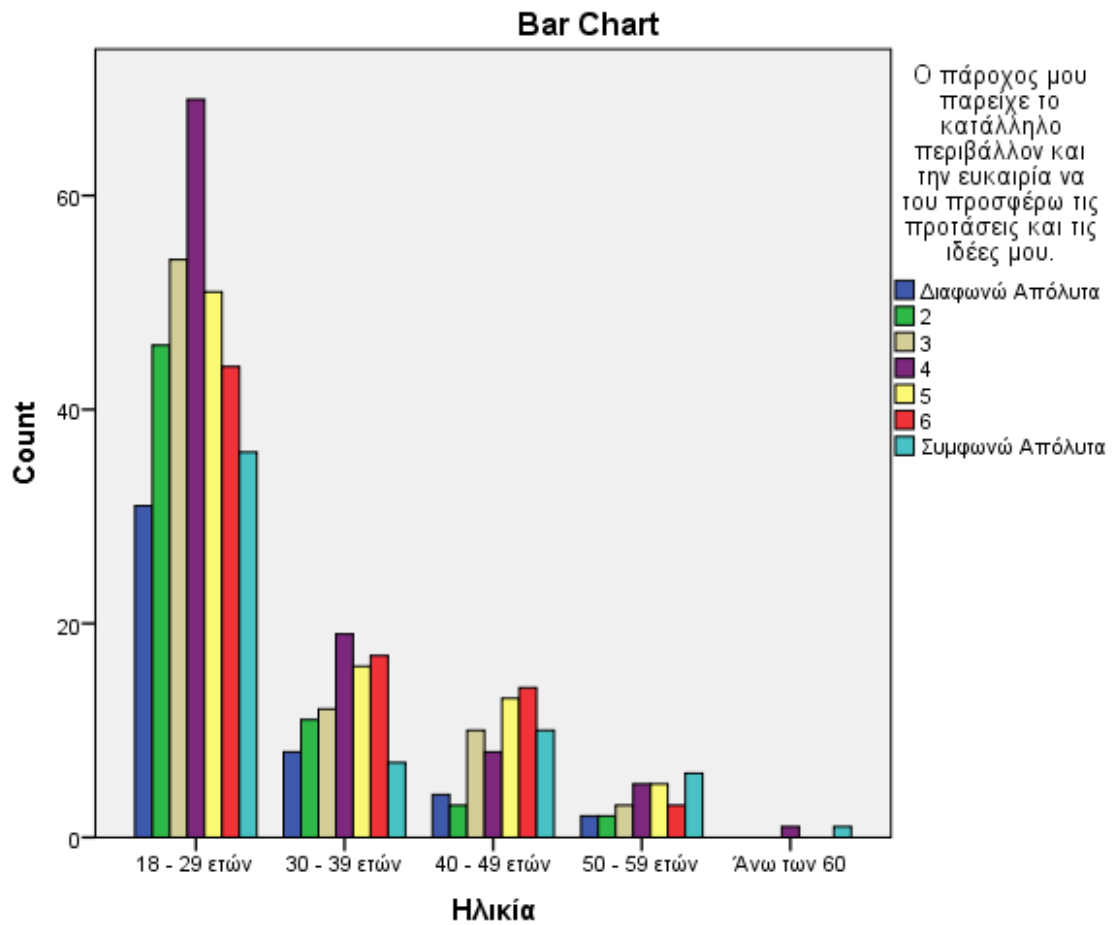
Στην ερώτηση 47, απάντησαν οι 511 (το 97,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 11 (το 2,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 47.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



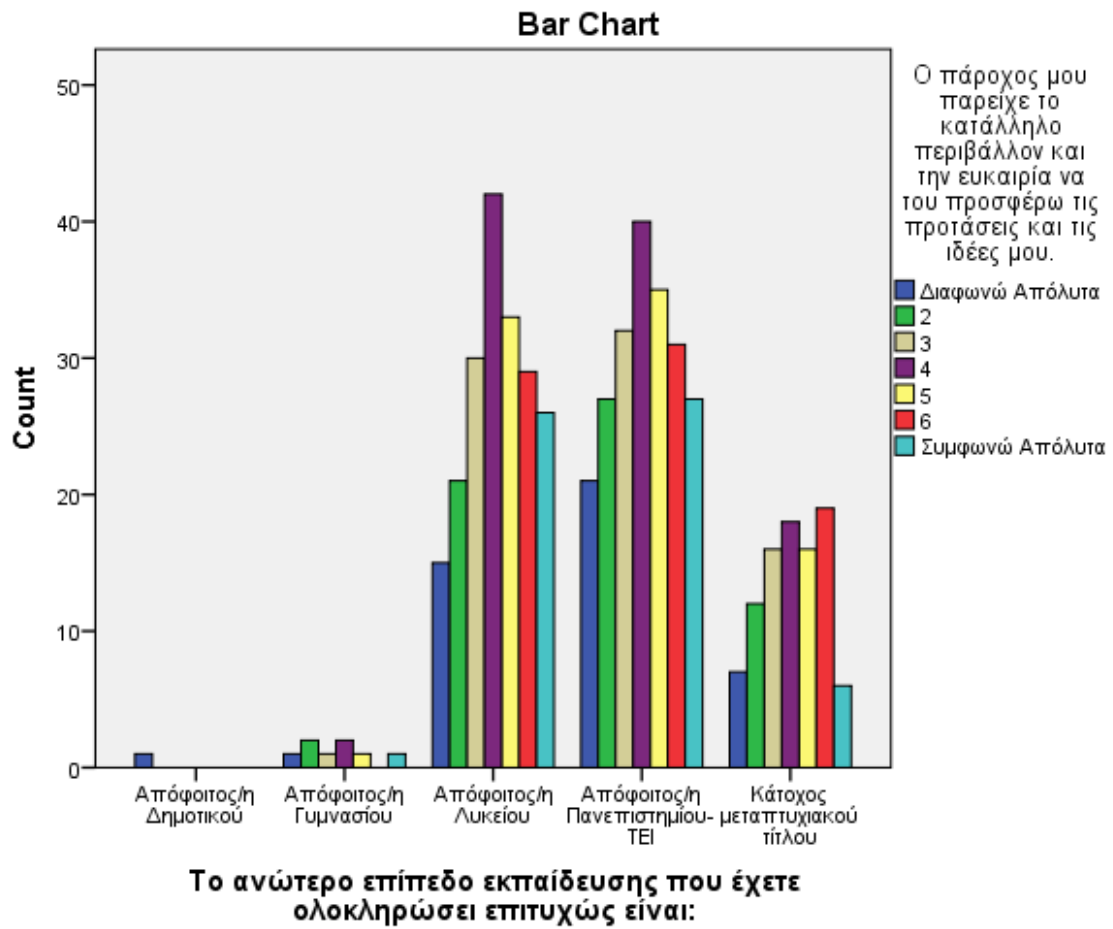
Διάγραμμα 47.1

Στο Διάγραμμα 47.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικιακή ομάδα 50-59 και άνω των 60 συμφωνούν απόλυτα πως ο πάροχος παρείχε κατάλληλο περιβάλλον και την ευκαιρία να του προσφέρουν τις προτάσεις και τις ιδέες τους.



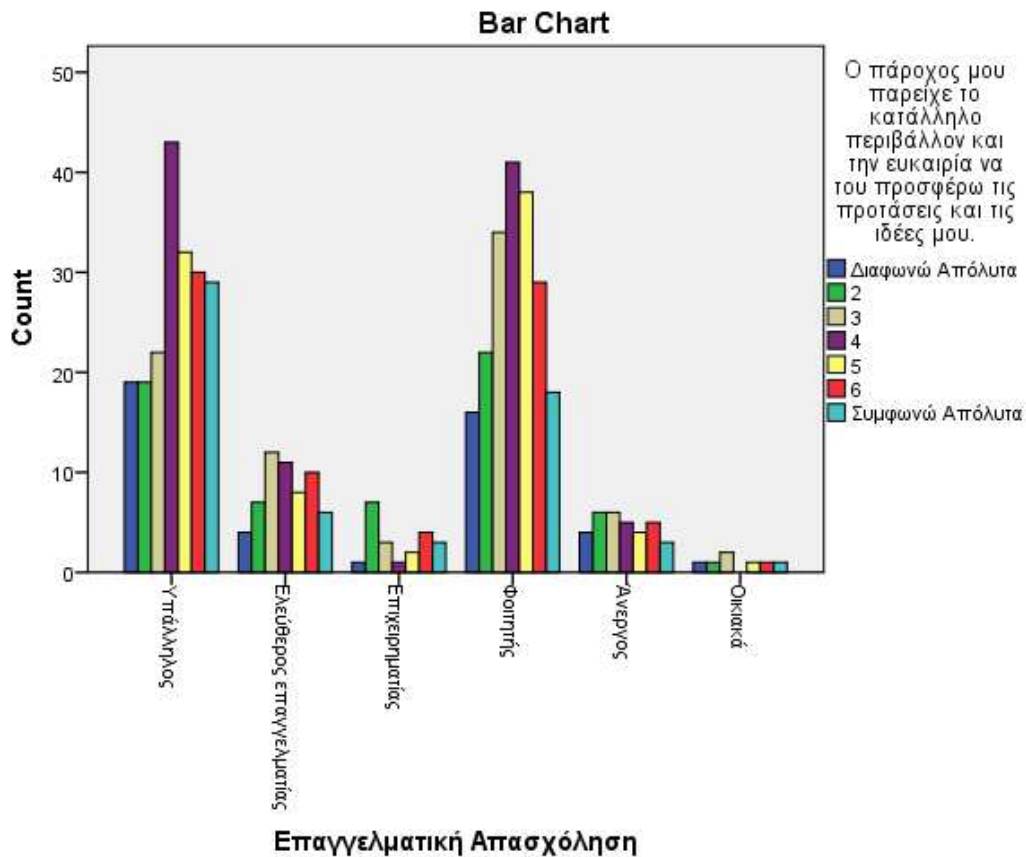
Διάγραμμα 47.2

Στο Διάγραμμα 47.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του γυμνασίου, του λυκείου και του πανεπιστημίου-ΤΕΙ έχουν ουδέτερη άποψη στο ότι ο πάροχος τους παρέχει το κατάλληλο περιβάλλον και την ευκαιρία να του προσφέρουν τις προτάσεις και τις ιδέες τους. Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν, ενώ μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 47.3

Στο Διάγραμμα 47.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης δεν συμφωνούν πως ο πάροχος τους παρέχει το κατάλληλο περιβάλλον και την ευκαιρία να του προσφέρουν τις προτάσεις και τις ιδέες τους. Μόνο οι φοιτητές και οι υπάλληλοι έχουν ουδέτερη άποψη.

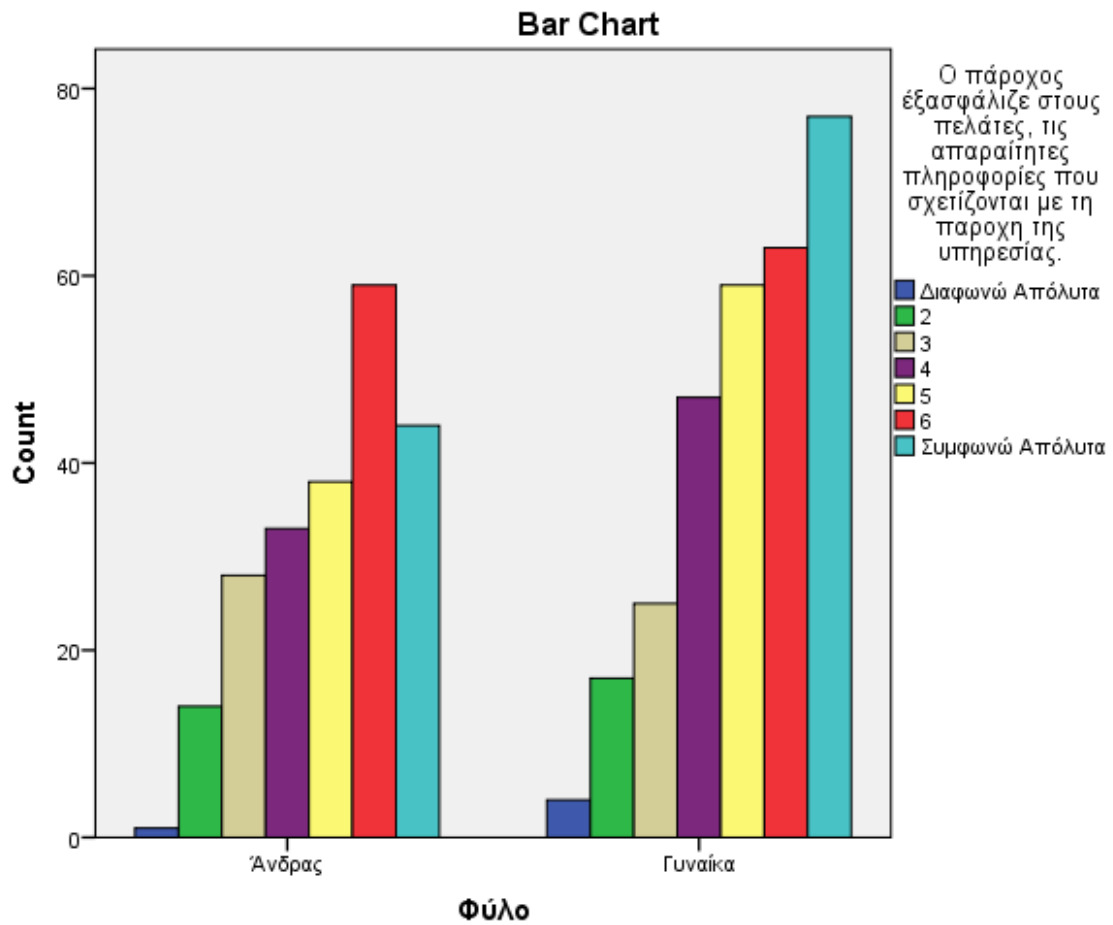


Διάγραμμα 47.4

Ερώτηση 48^η : Ο πάροχος εξασφάλιζε στους πελάτες, τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με την παροχή της υπηρεσίας.

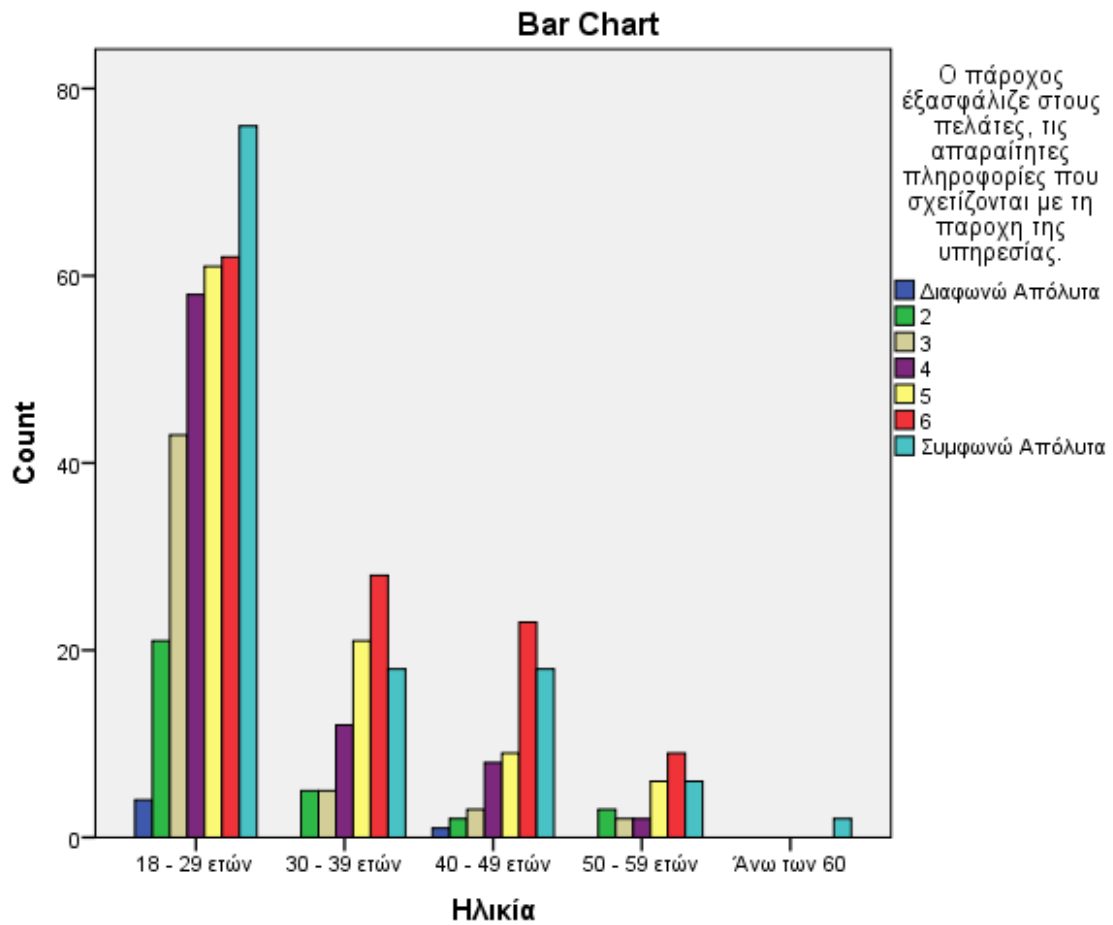
Στην ερώτηση 48, απάντησαν οι 508 (το 97,3%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 14 (το 2,7%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 και το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών συμφωνούν απόλυτα. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 48.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



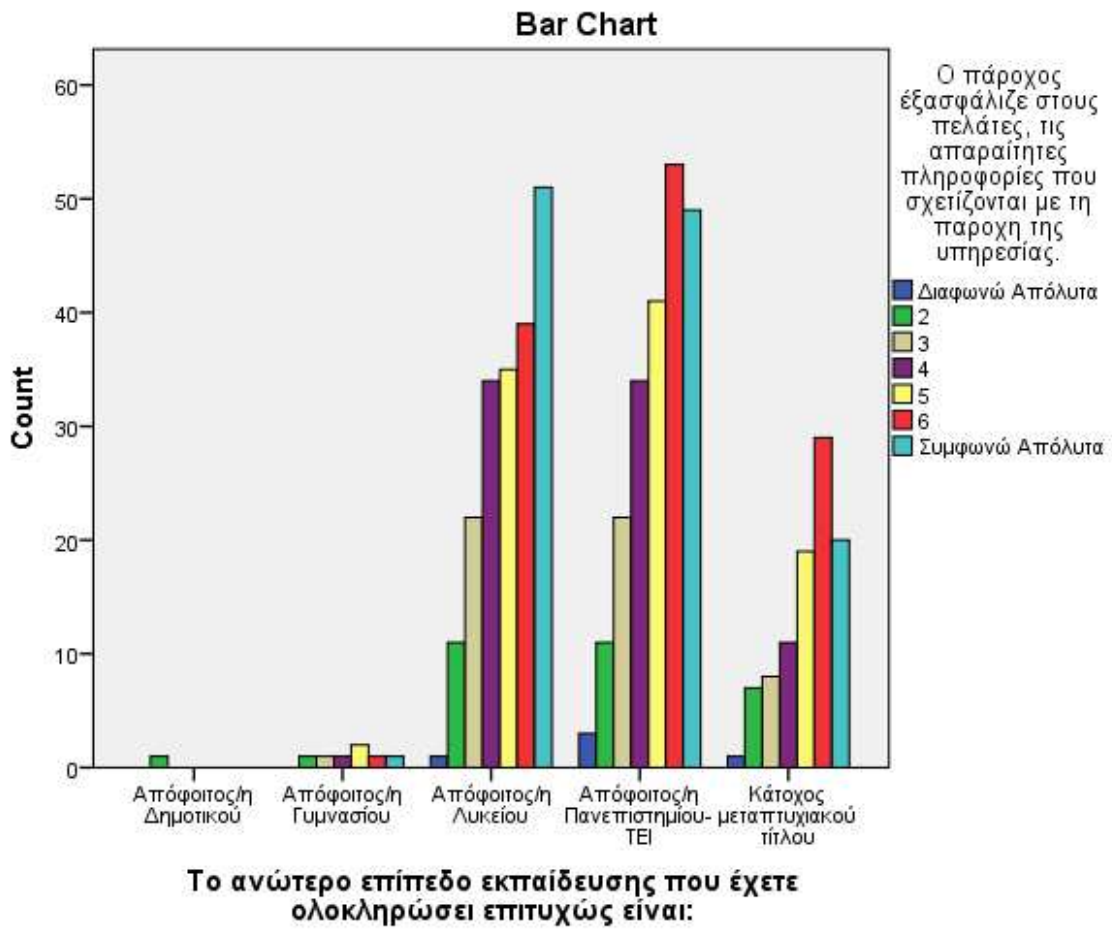
Διάγραμμα 48.1

Στο Διάγραμμα 48.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 18-29 και άνω των 60 συμφωνούν απόλυτα πως ο πάροχος εξασφάλιζε στους πελάτες, τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με την παροχή της υπηρεσίας.



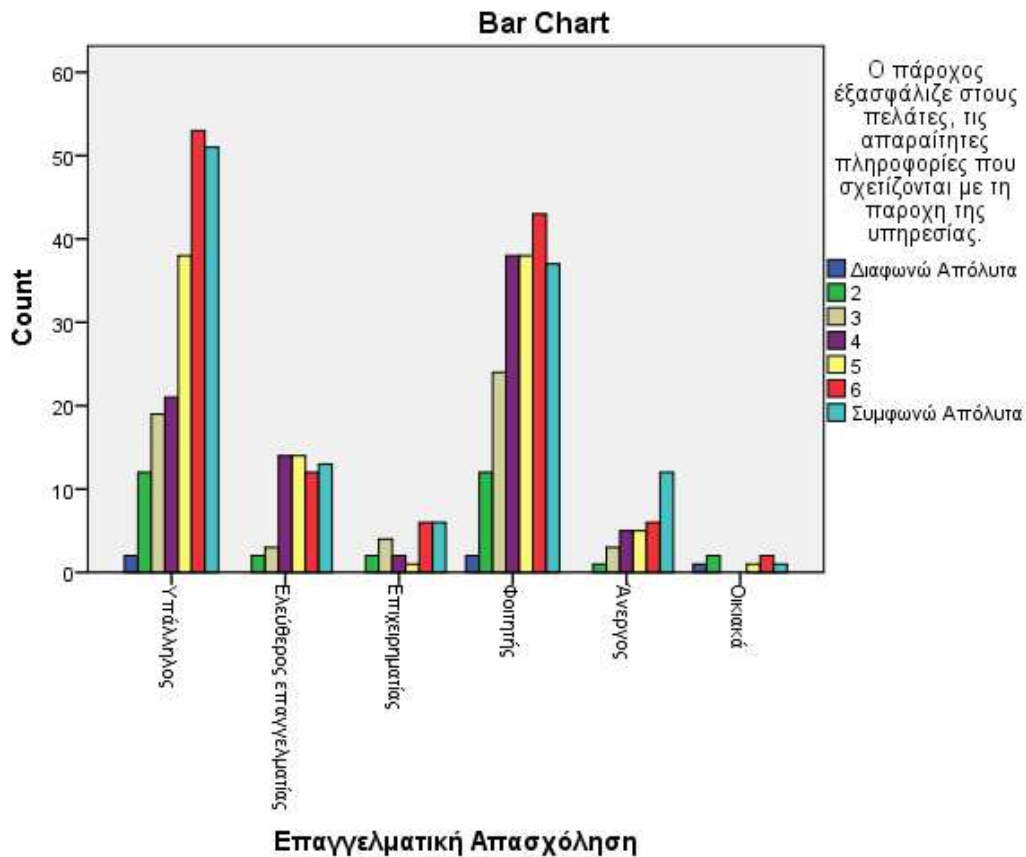
Διάγραμμα 48.2

Στο Διάγραμμα 48.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως ο πάροχος εξασφάλιζε στους πελάτες, τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με την παροχή της υπηρεσίας. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 48.3

Στο Διάγραμμα 48.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ο πάροχος εξασφάλιζε στους πελάτες, τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με την παροχή της υπηρεσίας.

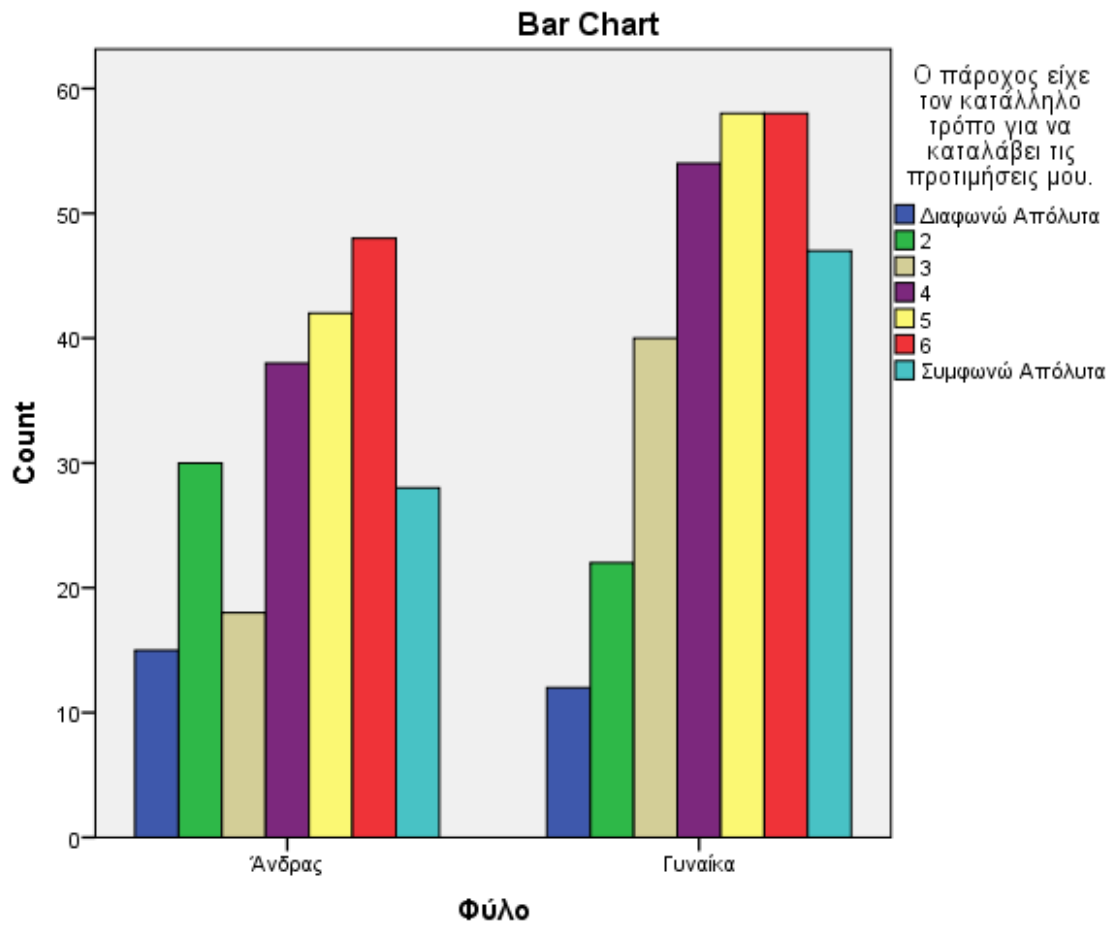


Διάγραμμα 48.4

Ερώτηση 49¹ : Ο πάροχος είχε τον κατάλληλο τρόπο για να καταλάβει τις προτιμήσεις μου.

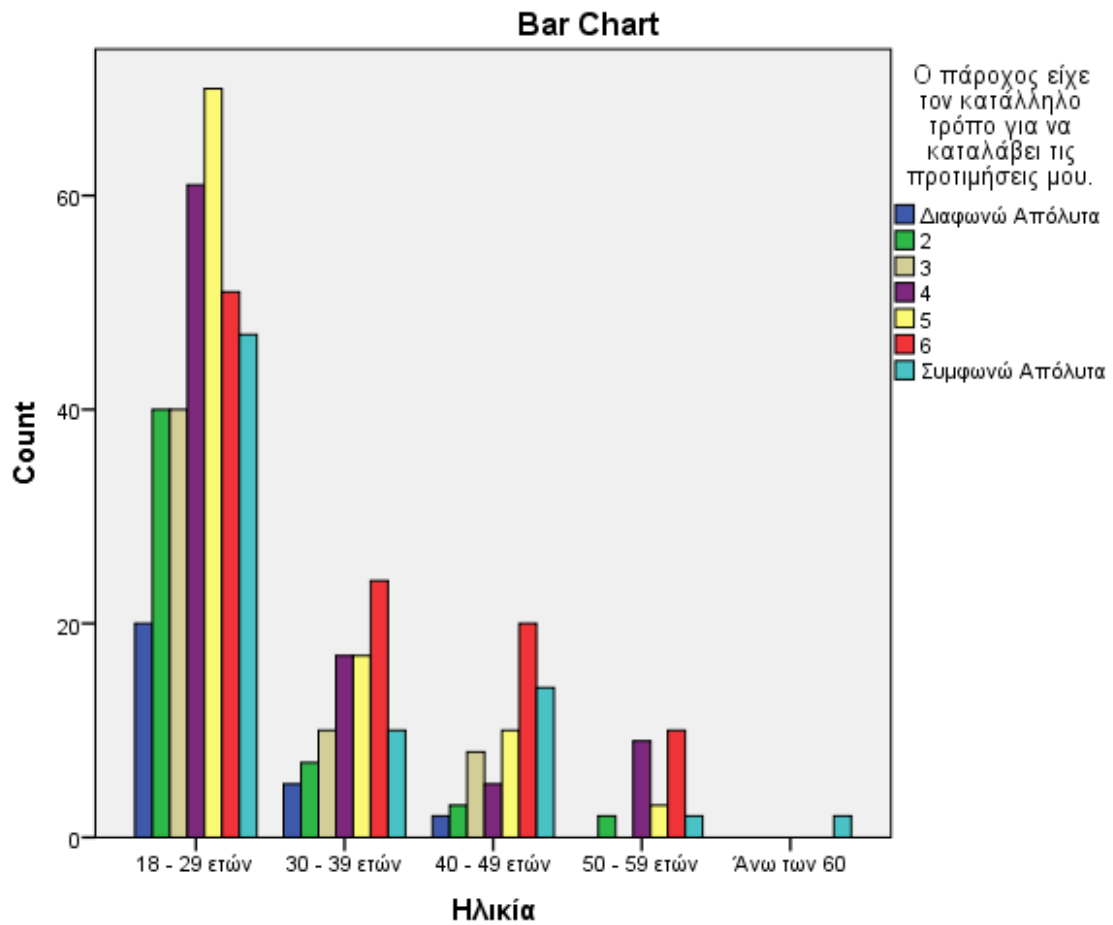
Στην ερώτηση 49, απάντησαν οι 509 (το 97,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 13 (το 2,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 6 και οι περισσότερες γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 5 σε ισοψηφία με το 6. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 49.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



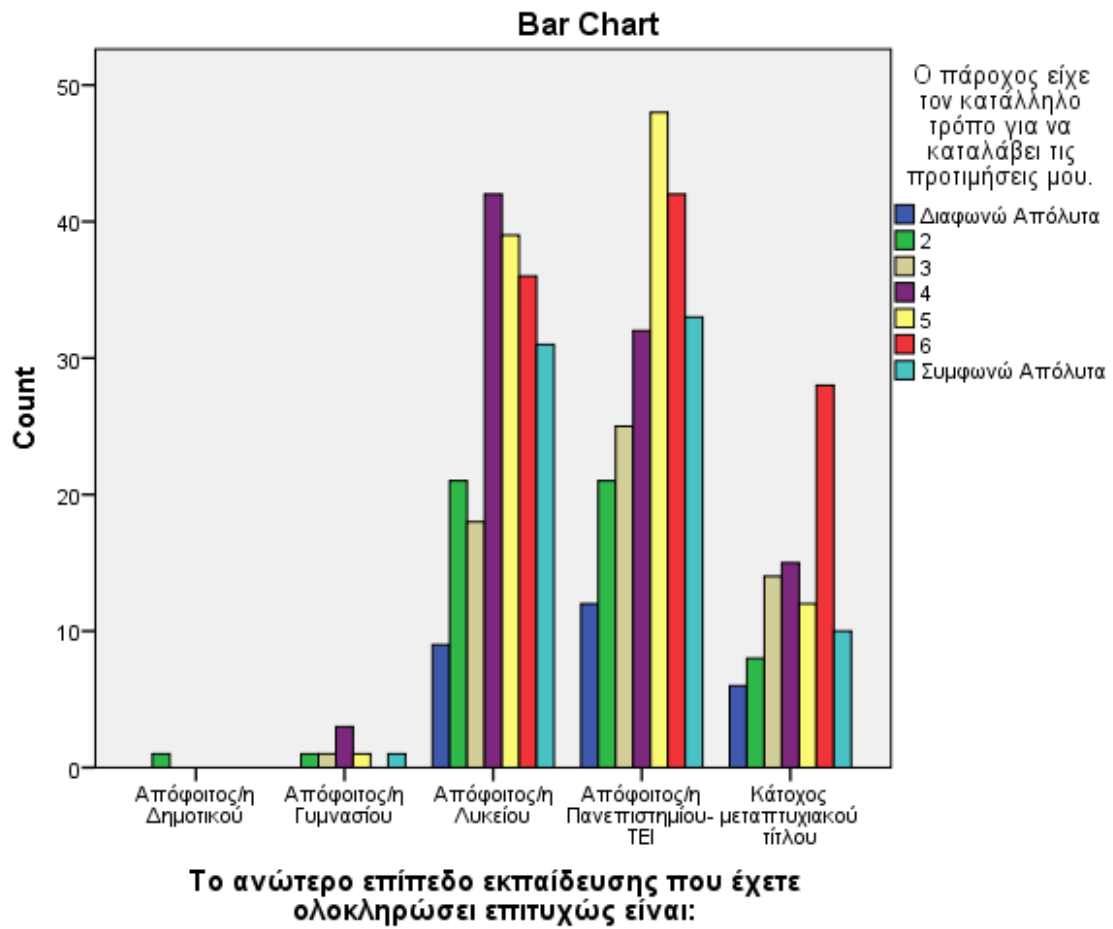
Διάγραμμα 49.1

Στο Διάγραμμα 49.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα πως ο πάροχος είχε τον κατάλληλο τρόπο για να καταλάβει τις προτιμήσεις της. Παρ'όλα αυτά και οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες συμφωνούν αλλά όχι απόλυτα.



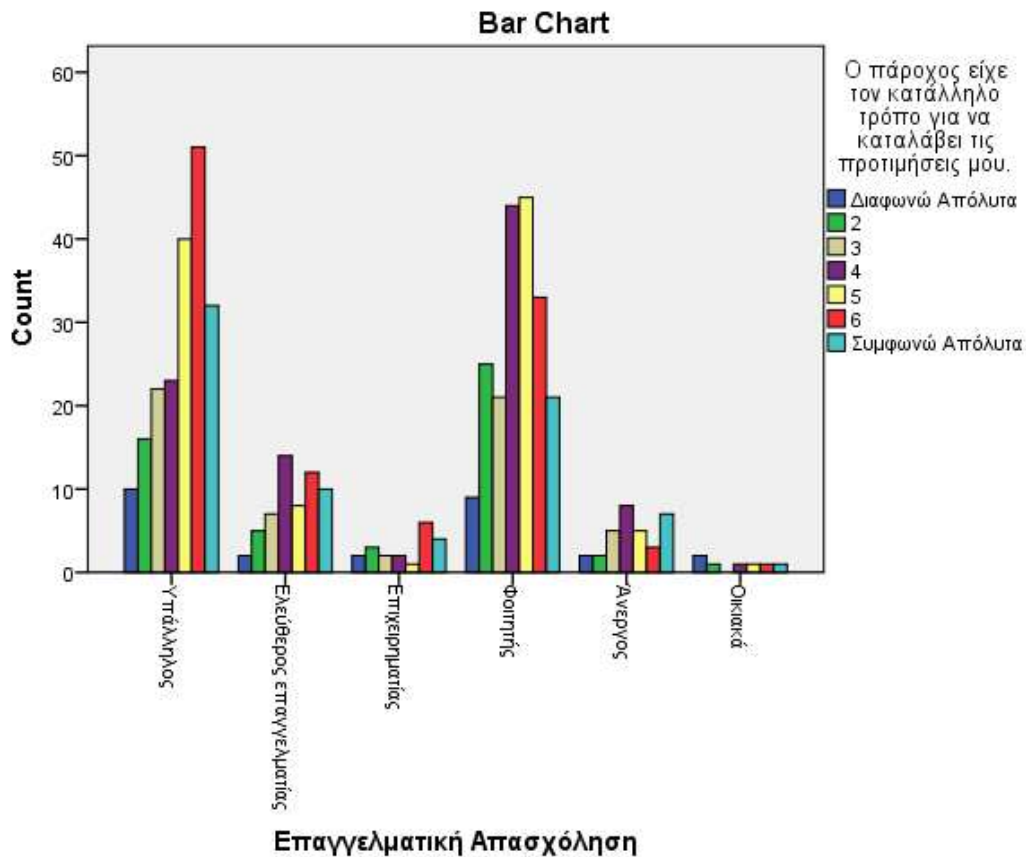
Διάγραμμα 49.2

Στο Διάγραμμα 49.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι πανεπιστημίου-ΤΕΙ συμφωνούν πως ο πάροχος είχε τον κατάλληλο τρόπο για να καταλάβει τις προτιμήσεις τους. Οι απόφοιτοι του λυκείου και του γυμνασίου έχουν ουδέτερη άποψη, ενώ μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 49.3

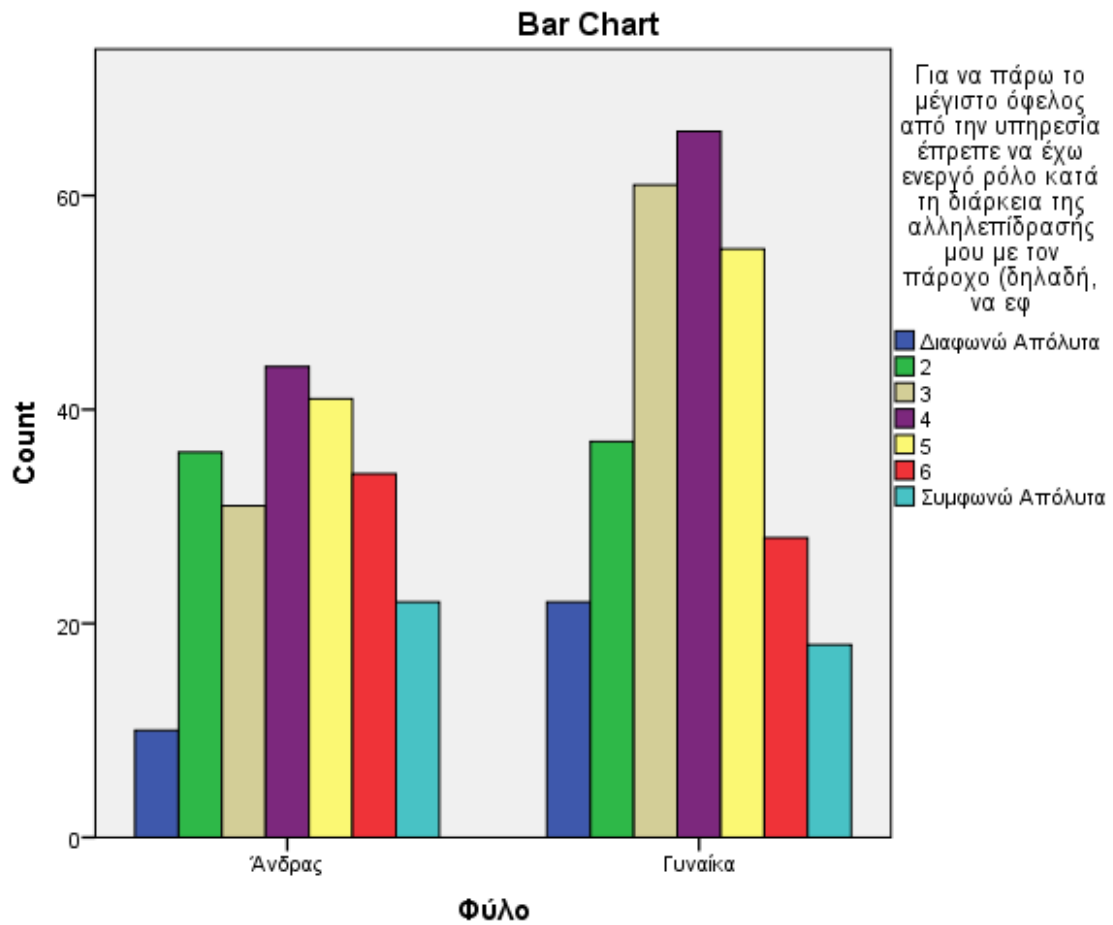
Στο Διάγραμμα 49.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης κυρίως συμφωνούν πως ο πάροχος είχε τον κατάλληλο τρόπο για να καταλάβει τις προτιμήσεις τους. Μόνο όσοι ασχολούνται με τα οικιακά διαφωνούν.



Διάγραμμα 49.4

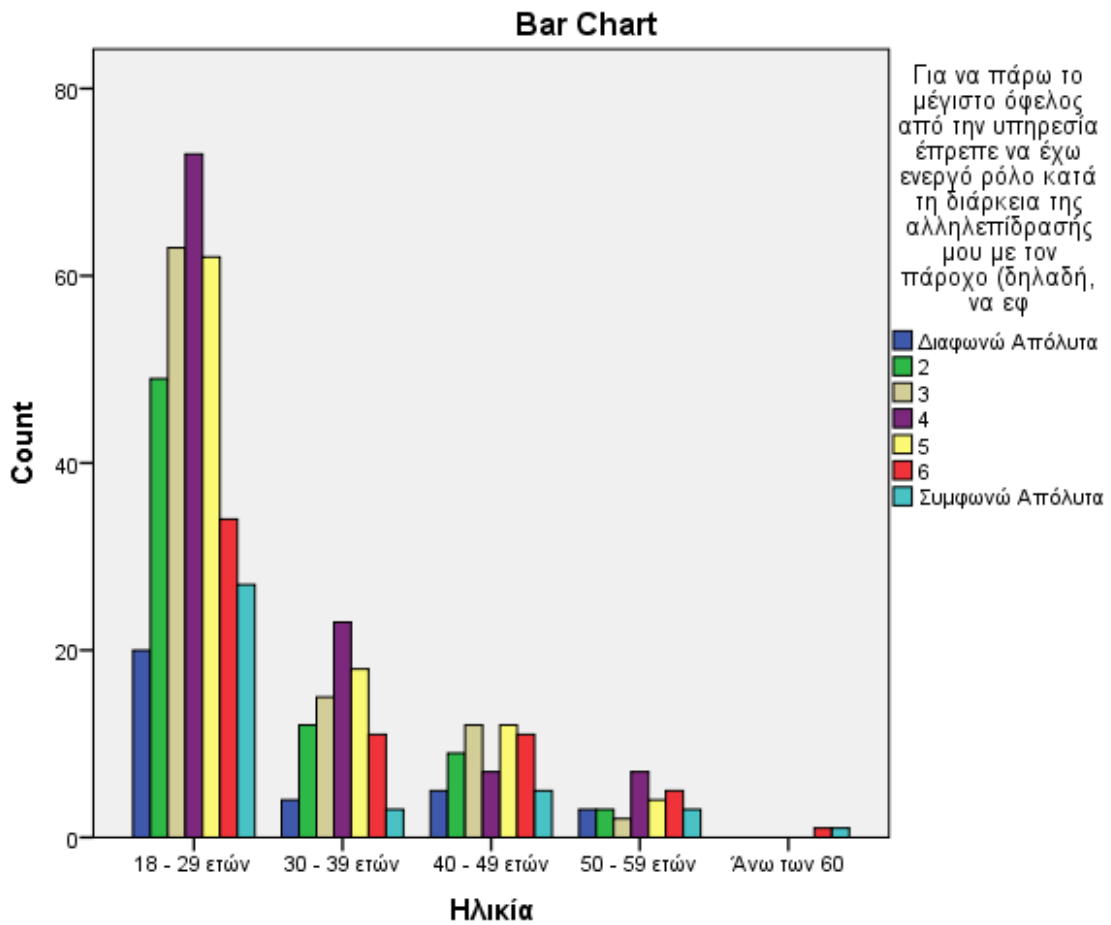
Ερώτηση 50¹ : Για να πάρω το μέγιστο όφελος από την υπηρεσία έπρεπε να έχω ενεργό ρόλο κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασής μου με τον πάροχο (δηλαδή, να εφαρμόσω τις ικανότητές μου, τις γνώσεις μου, να διαθέσω το χρόνο, μου κ.λπ.).

Στην ερώτηση 50, απάντησαν οι 504 (το 96,6%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 18 (το 3,4%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία των ανδρών διαφωνεί απόλυτα και των γυναικών συμφωνεί απόλυτα. Στο Διάγραμμα 50.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



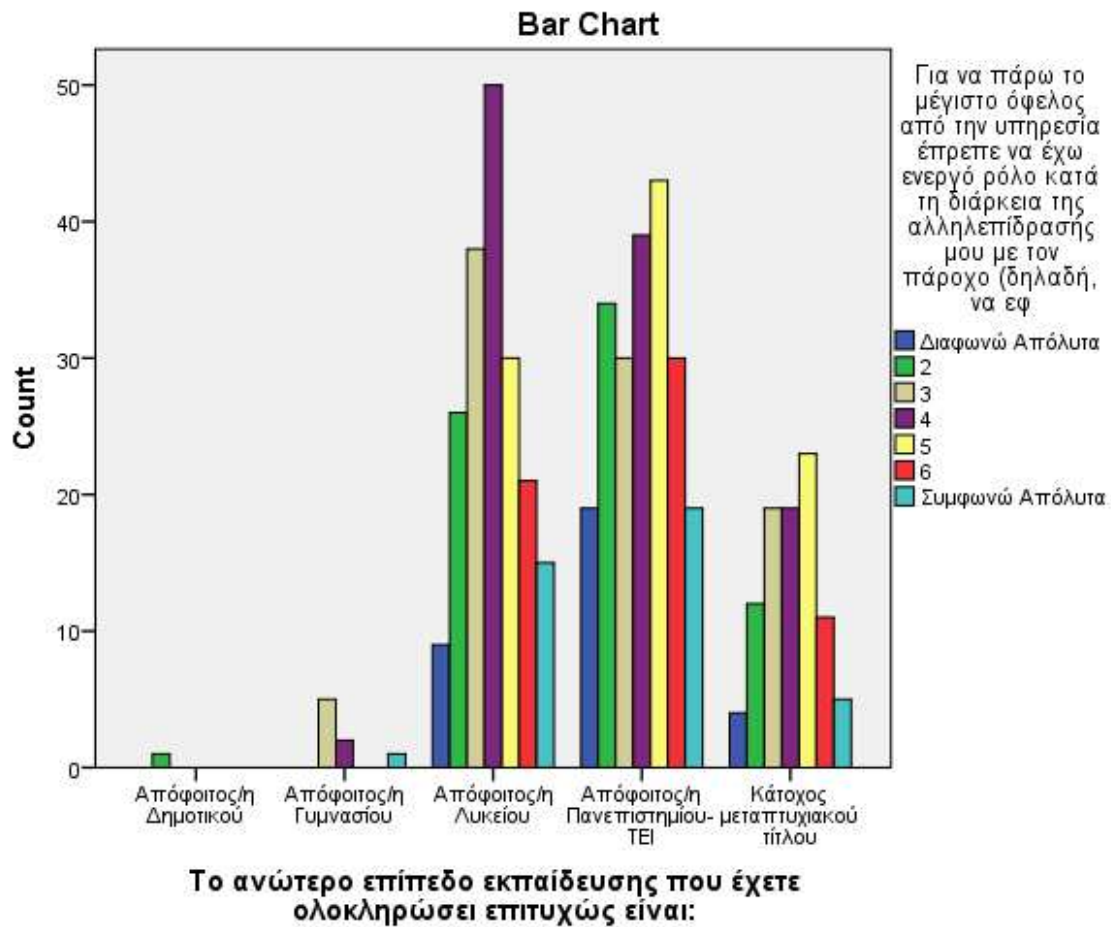
Διάγραμμα 50.1

Στο Διάγραμμα 50.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα πως για να πάρει το μέγιστο όφελος από την υπηρεσία έπρεπε να έχει ενεργό ρόλο κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασής της με τον πάροχο (δηλαδή, να εφαρμόσω τις ικανότητές μου, τις γνώσεις μου, να διαθέσω το χρόνο, μου κ.λπ.), ενώ οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες ήταν κυρίως ουδέτερες.



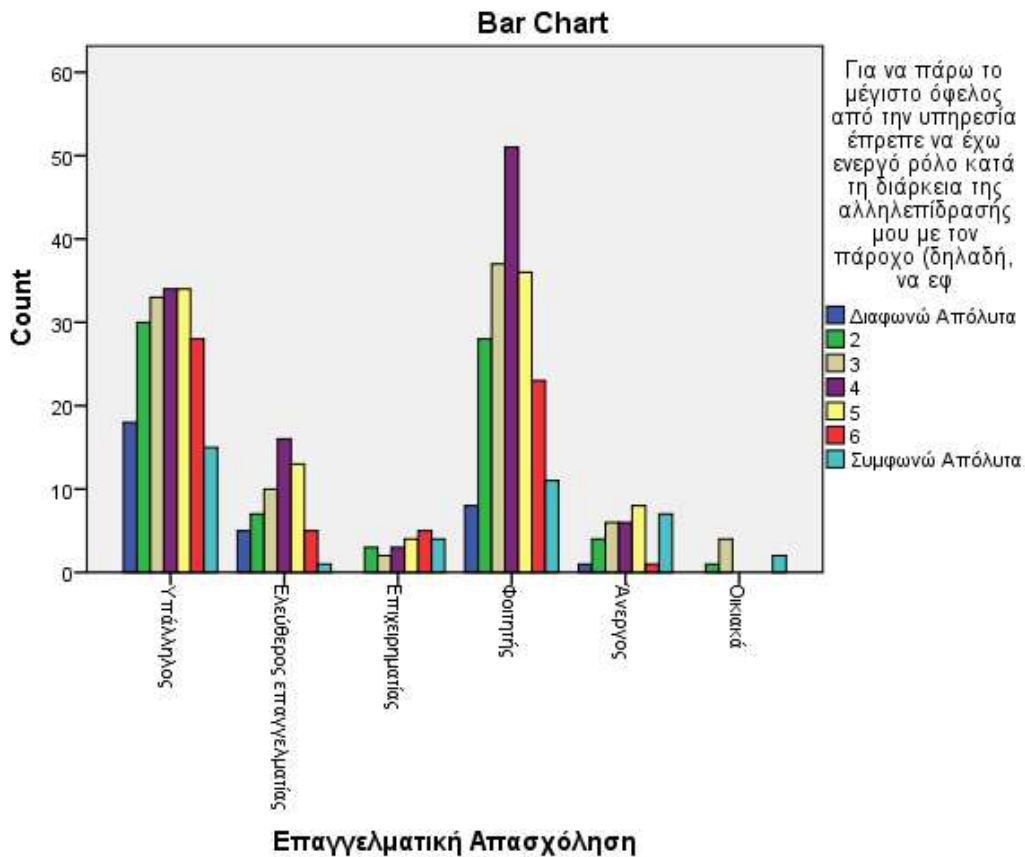
Διάγραμμα 50.2

Στο Διάγραμμα 50.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του πανεπιστημίου-ΤΕΙ και οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν πως για να πάρουν το μέγιστο όφελος από την υπηρεσία έπρεπε να έχουν ενεργό ρόλο κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασής τους με τον πάροχο (δηλαδή, να εφαρμόσουν τις ικανότητές τους, τις γνώσεις τους, να διαθέσουν το χρόνο τους κ.λπ.). Οι απόφοιτοι του λυκείου έχουν ουδέτερη άποψη και οι απόφοιτοι του γυμνασίου και του δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 50.3

Στο Διάγραμμα 50.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης έχουν ουδέτερη άποψη πως για να πάρουν το μέγιστο όφελος από την υπηρεσία έπρεπε να έχουν ενεργό ρόλο κατά τη διάρκεια της αλληλεπίδρασής τους με τον πάροχο (δηλαδή, να εφαρμόσουν τις ικανότητές τους, τις γνώσεις τους, να διαθέσουν το χρόνο τους κ.λπ.). Μόνο οι επιχειρηματίες και οι άνεργοι συμφωνούν ενώ όσοι ασχολούνται με τα οικιακά διαφωνούν.

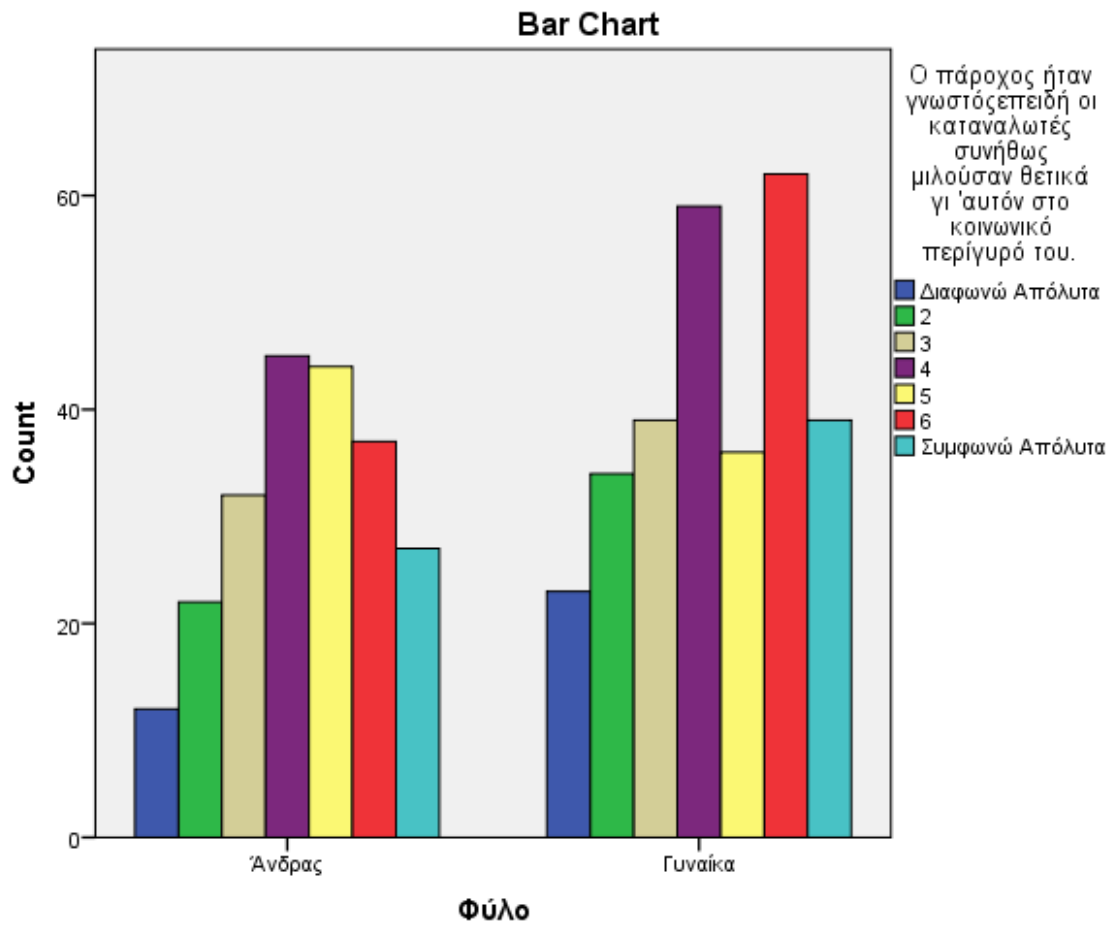


Διάγραμμα 50.4

Ερώτηση 51^η : Ο πάροχος ήταν γνωστός επειδή οι καταναλωτές συνήθως μιλούσαν θετικά γι' αυτόν στο κοινωνικό περίγυρό του.

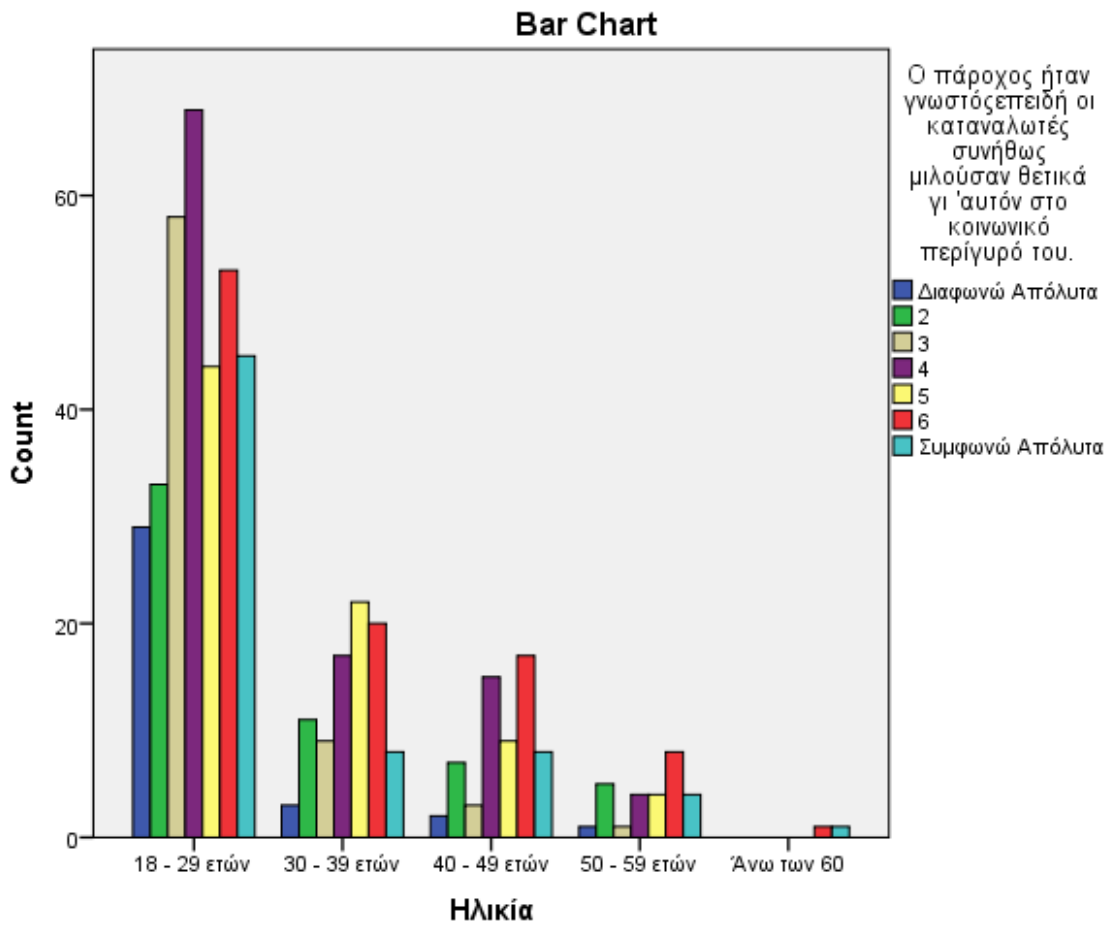
Στην ερώτηση 51, απάντησαν οι 510 (το 97,7%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 12 (το 2,3%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες επέλεξαν το νούμερο 4 και οι περισσότερες γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 51.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



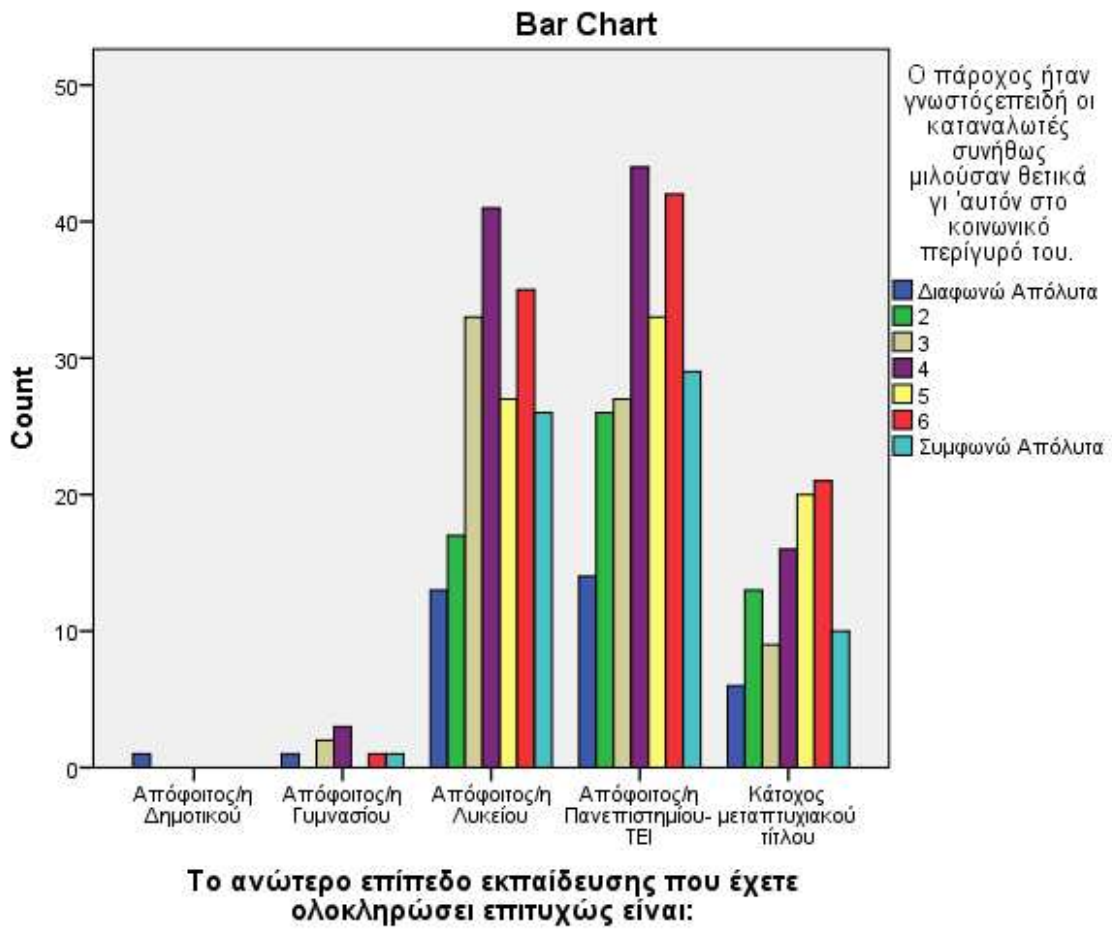
Διάγραμμα 51.1

Στο Διάγραμμα 51.2 αναφέρεται πως εκτός από την ηλικιακή ομάδα 18-29 που είναι ουδέτερη, οι υπόλοιπες ομάδες συμφωνούν πως ο πάροχος ήταν γνωστός επειδή οι καταναλωτές συνήθως μιλούσαν θετικά γι' αυτόν στο κοινωνικό περίγυρό του.



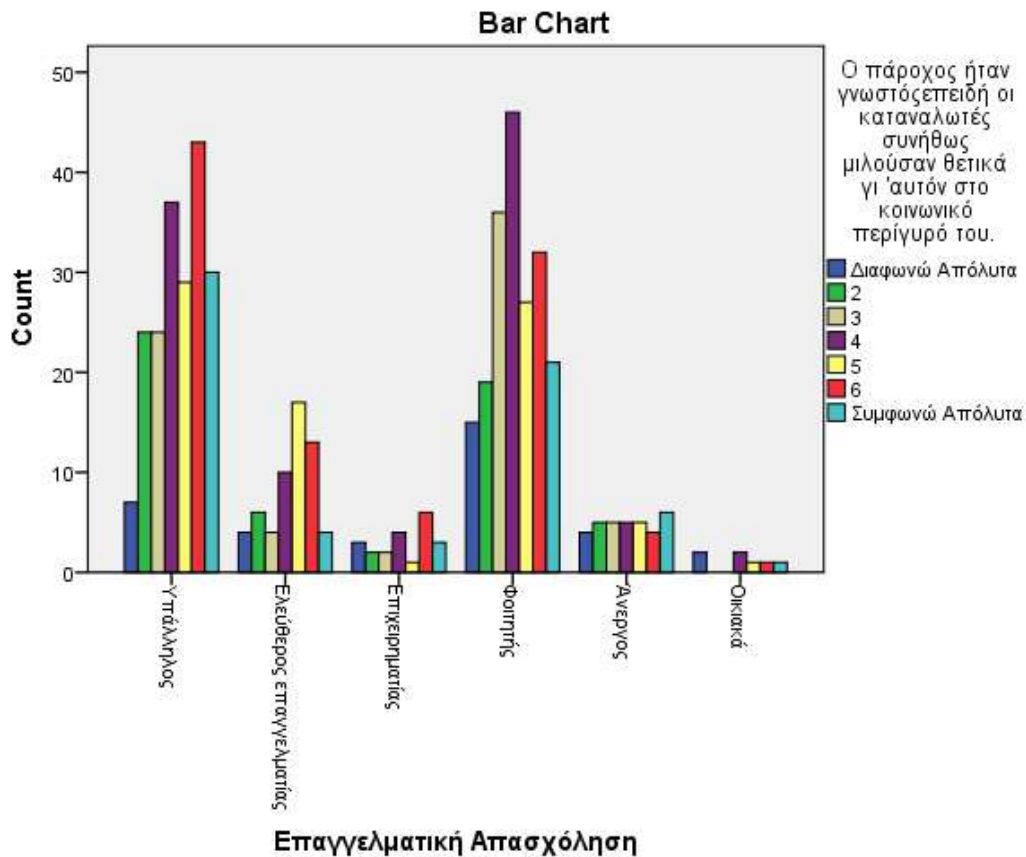
Διάγραμμα 51.2

Στο Διάγραμμα 51.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του γυμνασίου, του λυκείου και του πανεπιστημίου-ΤΕΙ έχουν ουδέτερη άποψη στο ότι ο πάροχος ήταν γνωστός επειδή οι καταναλωτές συνήθως μιλούσαν θετικά γι' αυτόν στο κοινωνικό περίγυρό του. Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συμφωνούν και μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 51.3

Στο Διάγραμμα 51.4 αναφέρεται πως οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν στο ότι ο πάροχος ήταν γνωστός επειδή οι καταναλωτές συνήθως μιλούσαν θετικά γι' αυτόν στο κοινωνικό περίγυρό του. Μόνο οι φοιτητές και όσοι ασχολούνται με τα οικιακά έχουν ουδέτερη γνώμη.

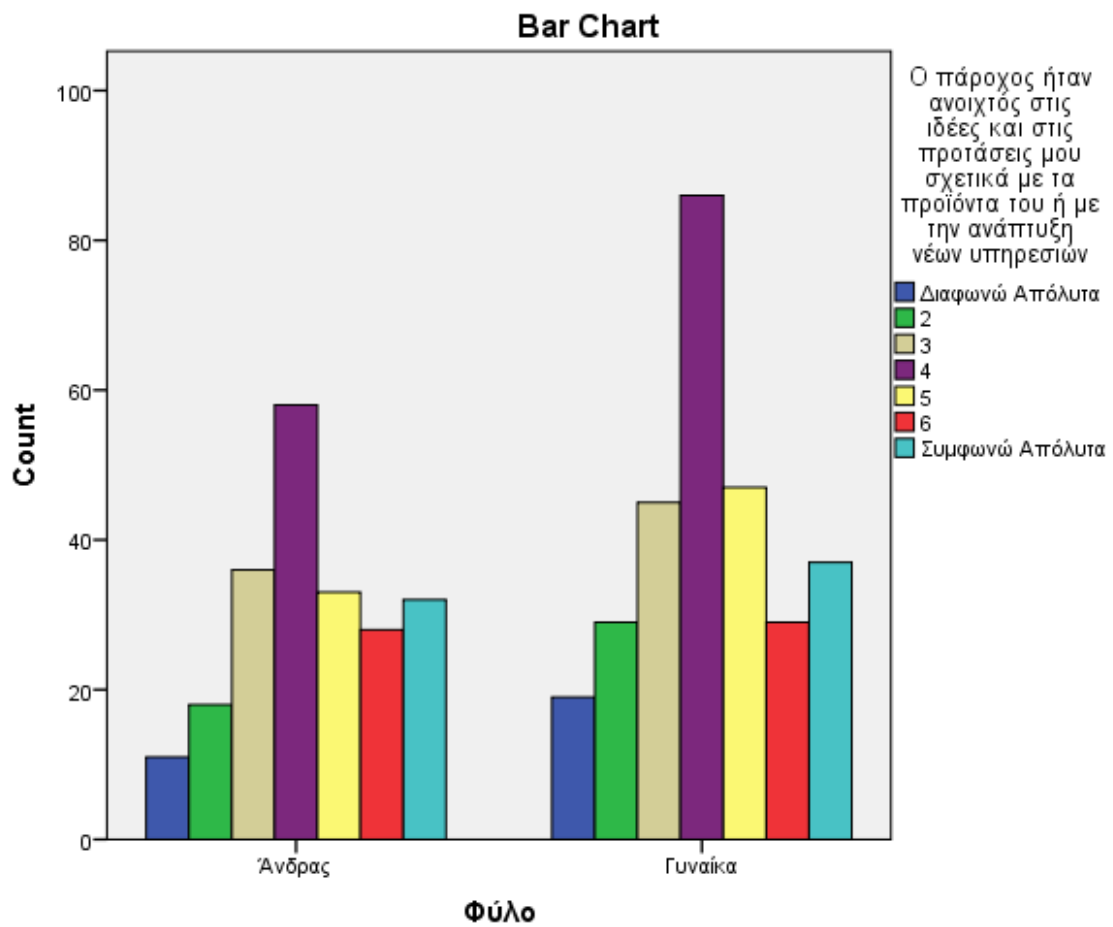


Διάγραμμα 51.4

Ερώτηση 52¹ : Ο πάροχος ήταν ανοιχτός στις ιδέες και στις προτάσεις μου σχετικά με τα προϊόντα του ή με την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών.

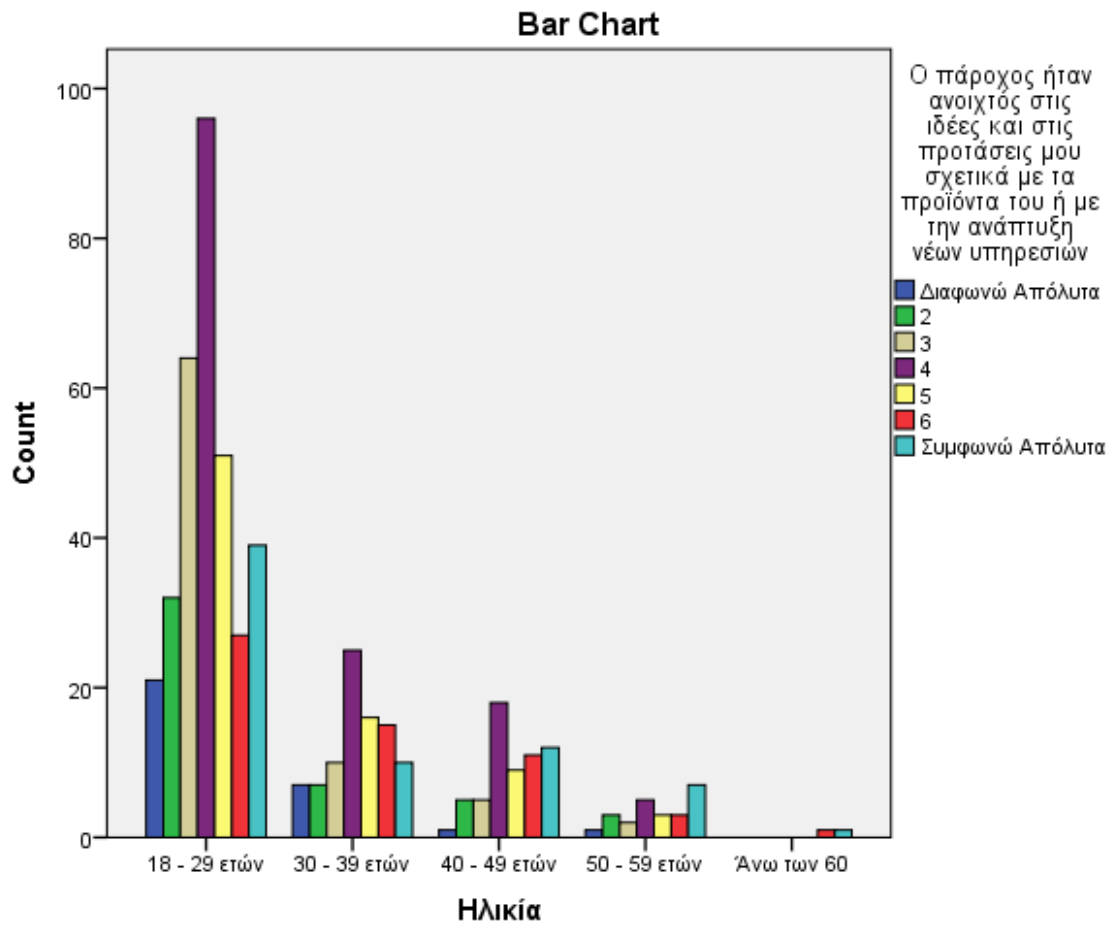
Στην ερώτηση 52, απάντησαν οι 507 (το 97,1%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 15 (το 2,9%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 52.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



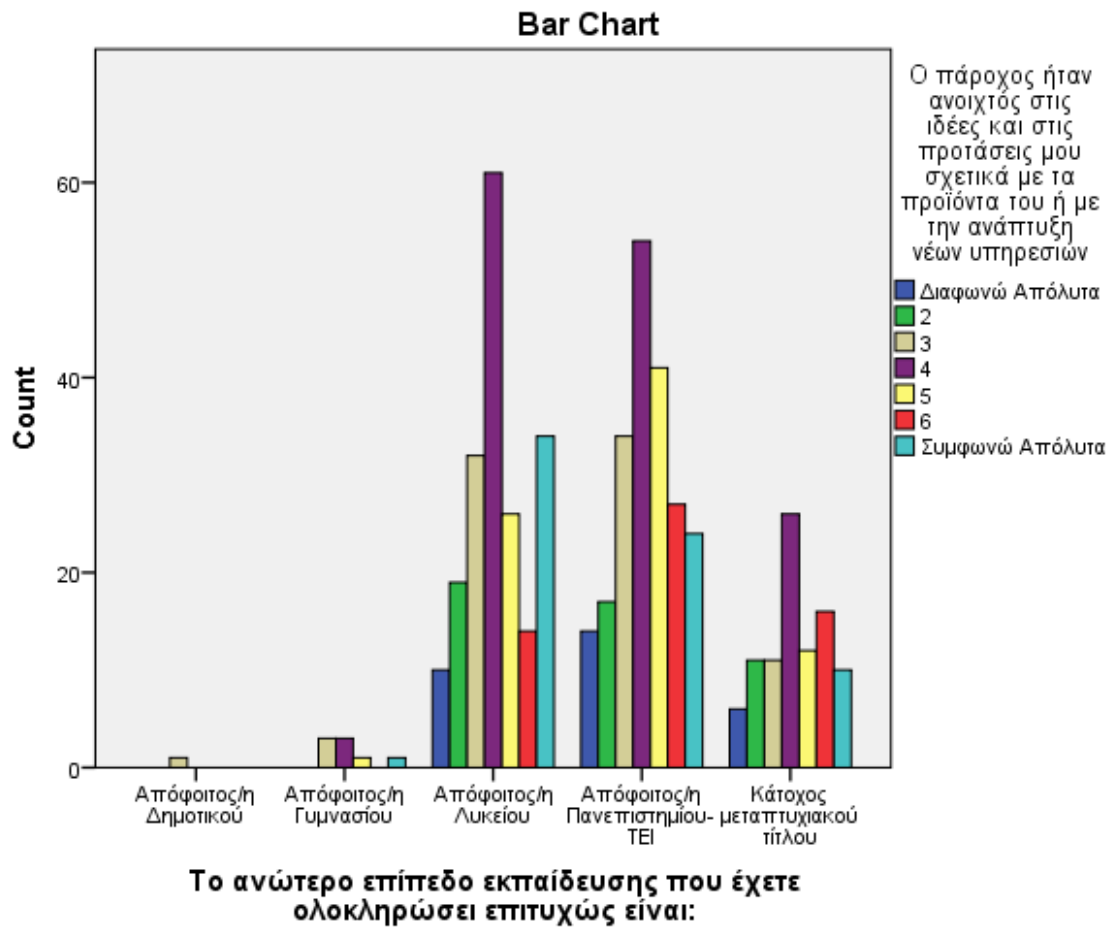
Διάγραμμα 52.1

Στο Διάγραμμα 52.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 50-59 και άνω των 60 συμφωνούν απόλυτα πως ο πάροχος ήταν ανοιχτός στις ιδέες και στις προτάσεις τους σχετικά με τα προϊόντα του ή με την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών, ενώ οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες είχαν ουδέτερη γνώμη στην ερώτηση αυτή.



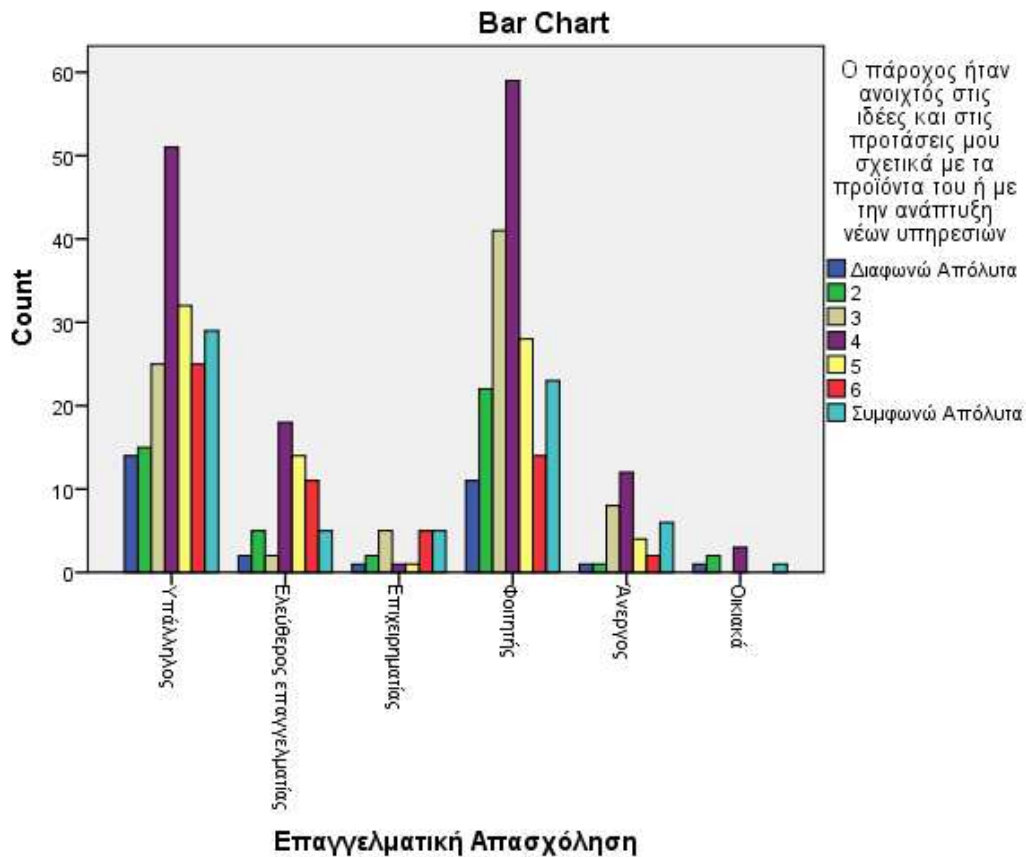
Διάγραμμα 52.2

Στο Διάγραμμα 52.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης είχαν ουδέτερη άποψη πως ο πάροχος ήταν ανοιχτός στις ιδέες και στις προτάσεις τους σχετικά με τα προϊόντα του ή με την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 52.3

Στο Διάγραμμα 52.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης έχουν ουδέτερη άποψη στο ότι ο πάροχος ήταν ανοιχτός στις ιδέες και στις προτάσεις τους σχετικά με τα προϊόντα του ή με την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών.

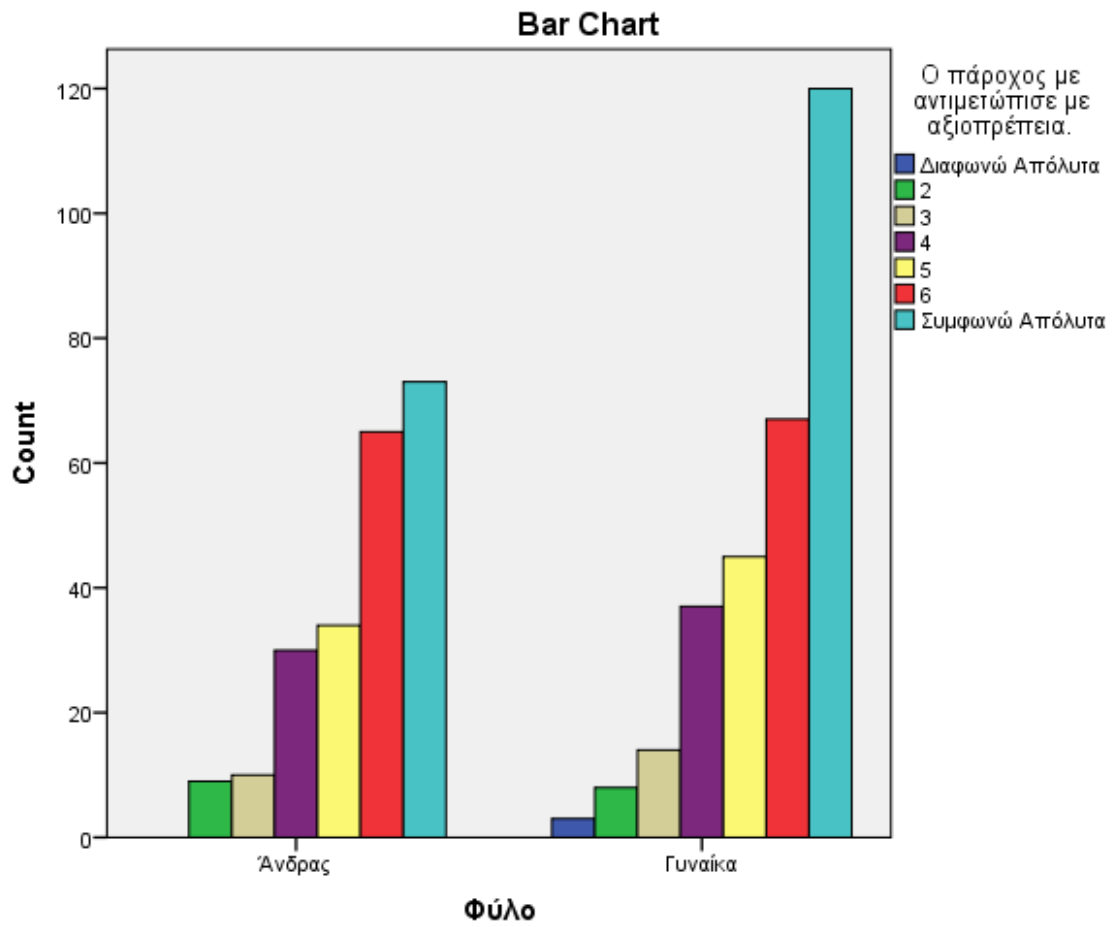


Διάγραμμα 52.4

Ερώτηση 53¹¹ : Ο πάροχος με αντιμετώπισε με αξιοπρέπεια

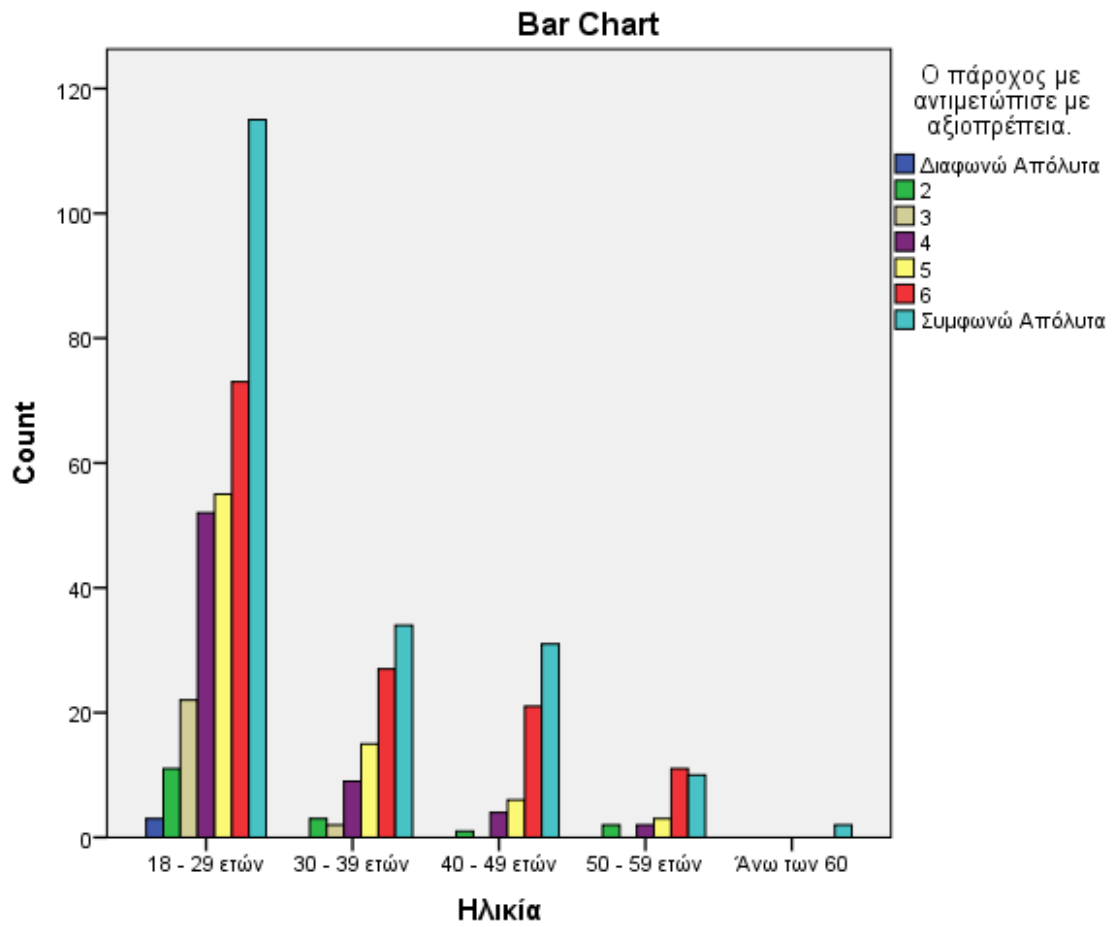
Στην ερώτηση 53, απάντησαν οι 514 (το 98,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 8 (το 1,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες συμφωνούν απόλυτα. Η μειοψηφία των ανδρών επέλεξε το νούμερο 2 ενώ κανένας από τους ερωτηθέντες δεν διαφώνησε απόλυτα και η μειοψηφία των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 53.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



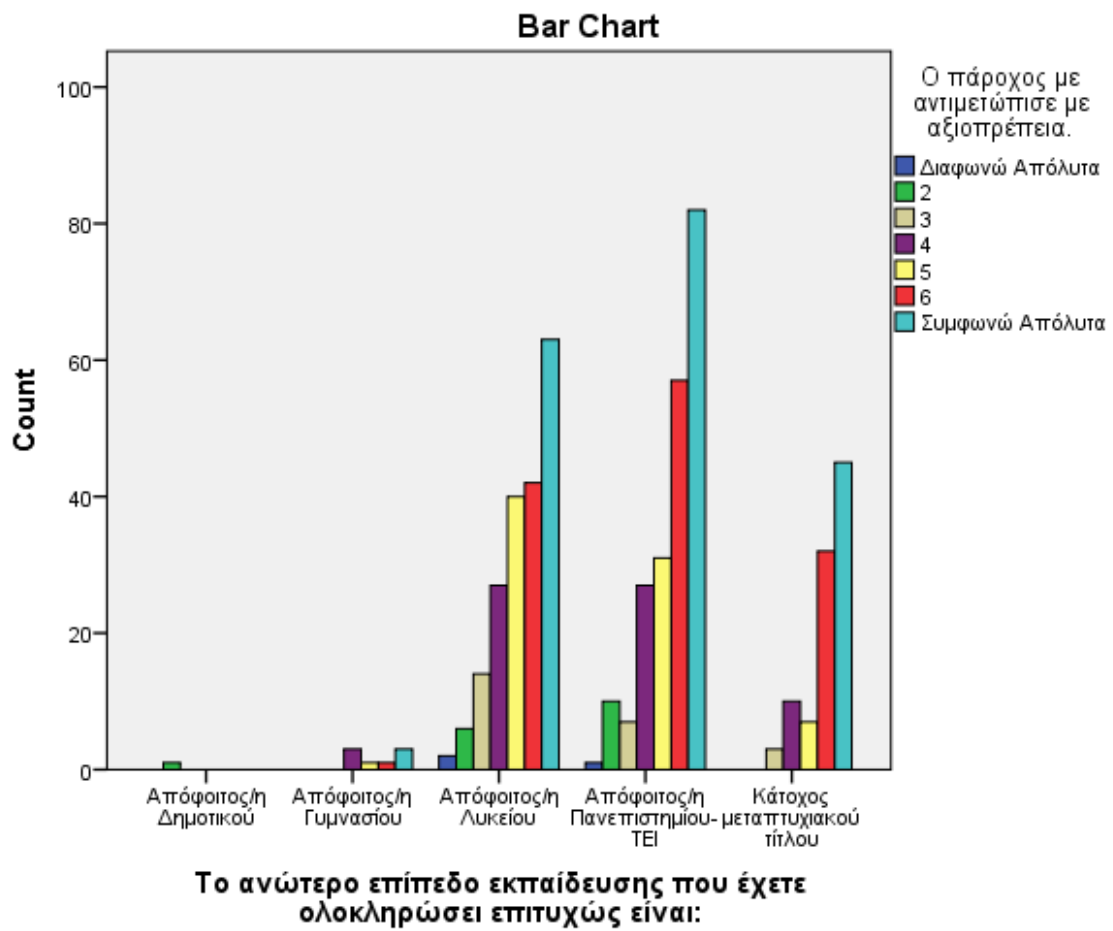
Διάγραμμα 53.1

Στο Διάγραμμα 53.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες συμφωνούν απόλυτα πως ο πάροχος τις αντιμετώπισε με αξιοπρέπεια.



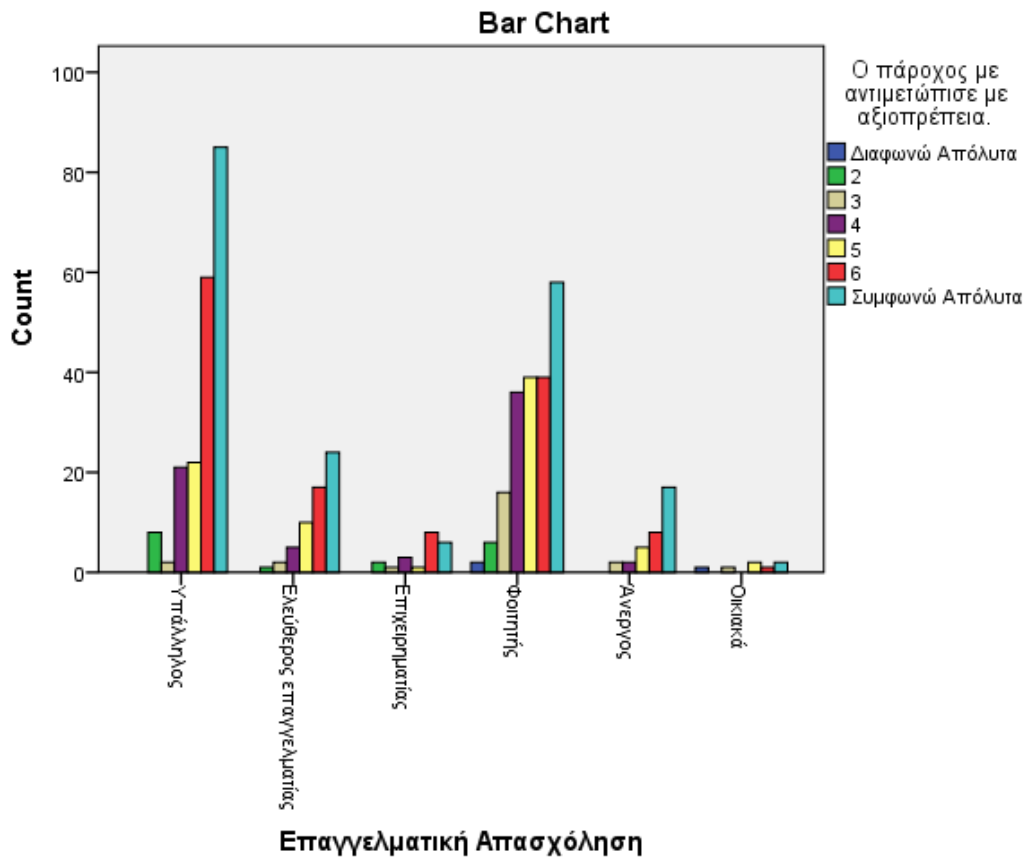
Διάγραμμα 53.2

Στο Διάγραμμα 53.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως ο πάροχος τους αντιμετώπισε με αξιοπρέπεια. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 53.3

Στο Διάγραμμα 53.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως ο πάροχος τους αντιμετώπισε με αξιοπρέπεια.

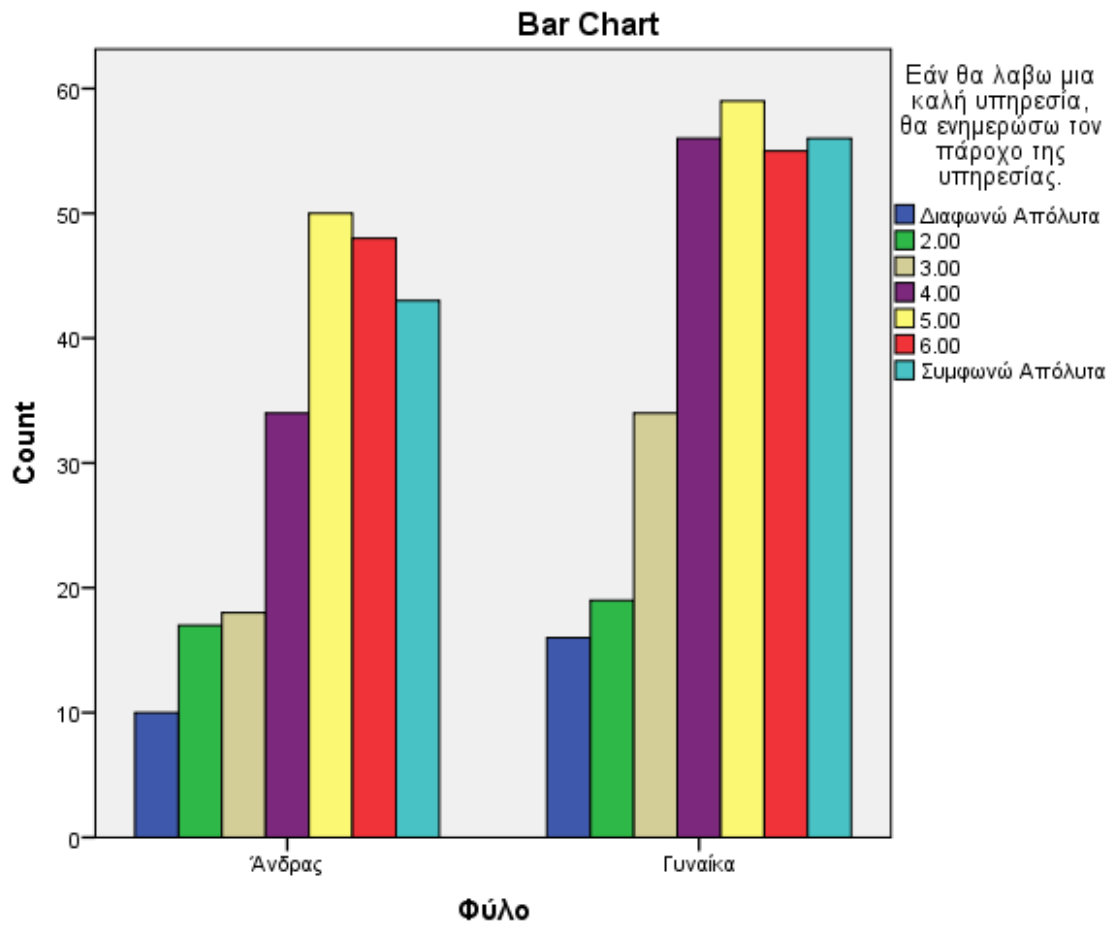


Διάγραμμα 53.4

Ερώτηση 54^η : Εάν θα λάβω μια καλή υπηρεσία, θα ενημερώσω τον πάροχο της υπηρεσίας.

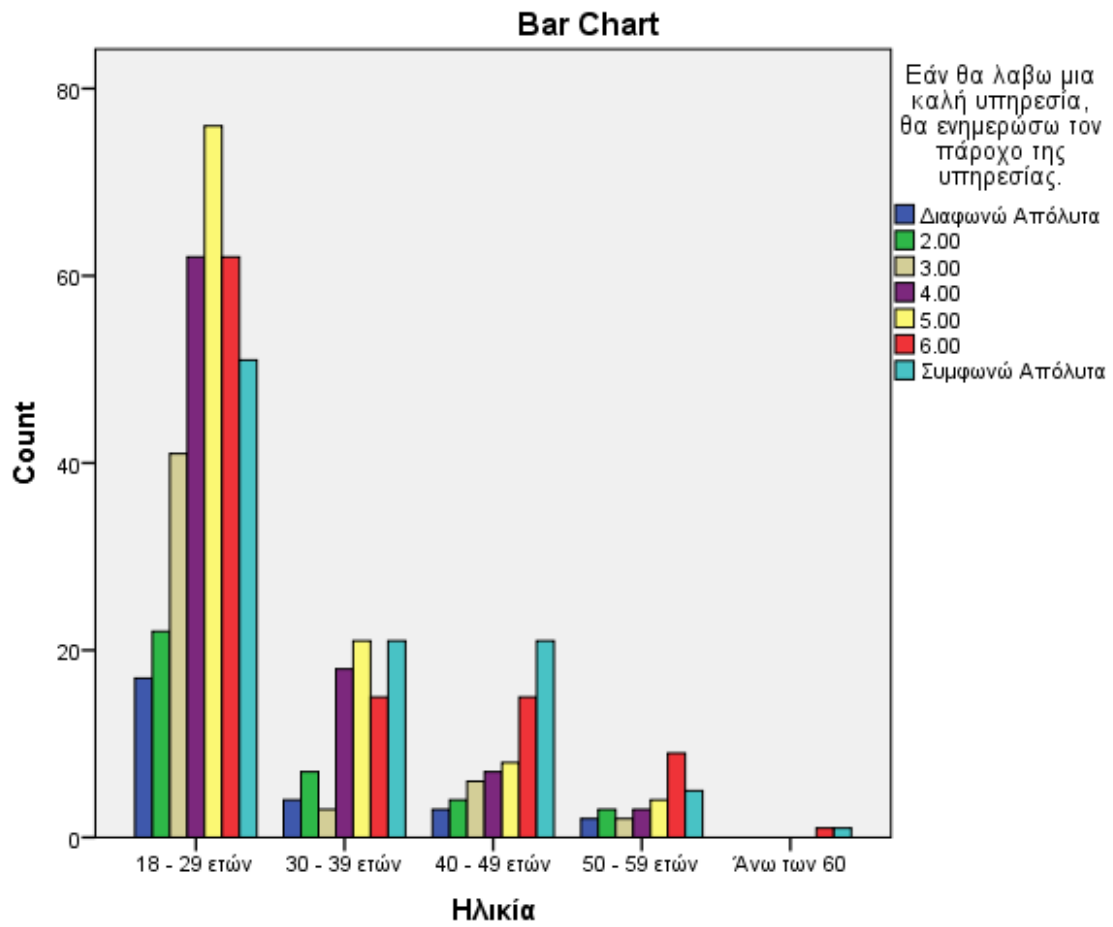
Στην ερώτηση 54, απάντησαν οι 514 (το 98,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 8 (το 1,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 5. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 54.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



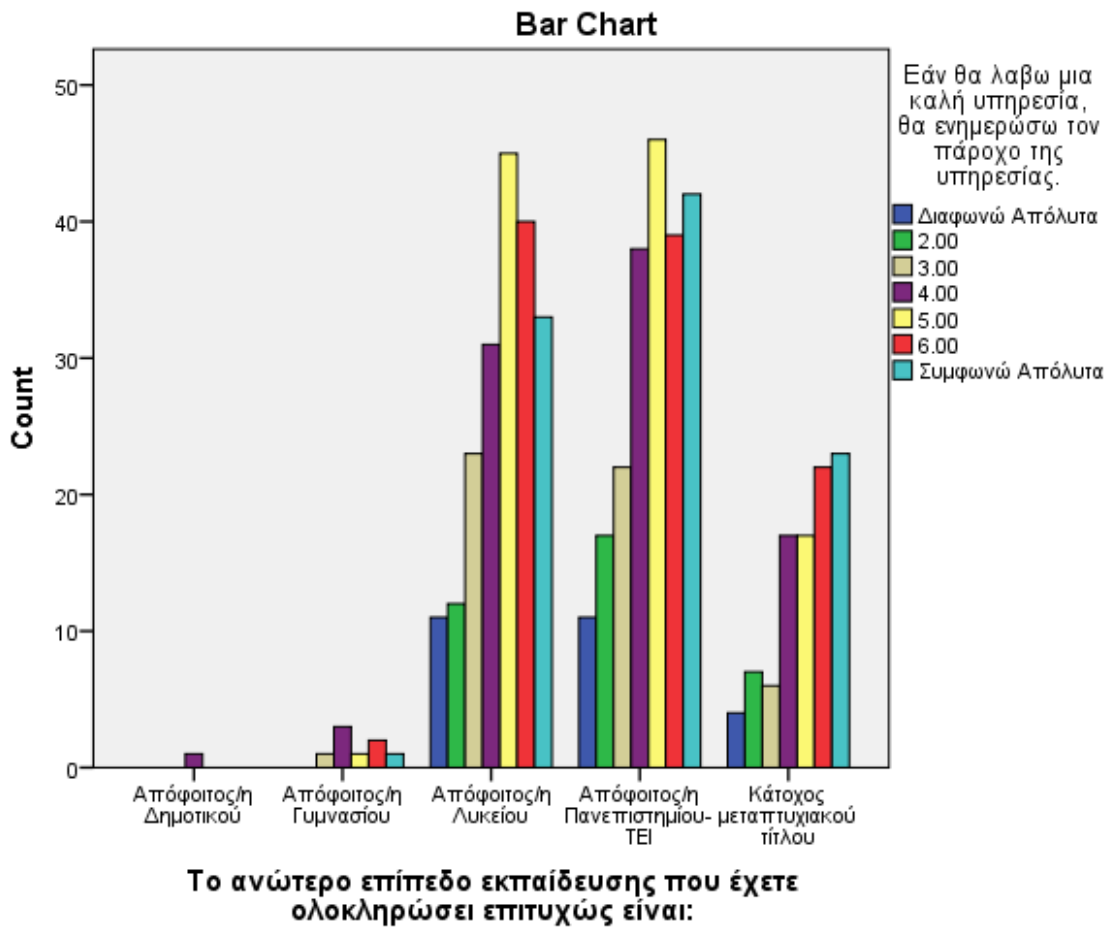
Διάγραμμα 54.1

Στο Διάγραμμα 54.2 αναφέρεται πως οι ηλικιακές ομάδες 30-39, 40-49 και άνω των 60 συμφωνούν απόλυτα πως εάν θα λάβουν μια καλή υπηρεσία, θα ενημερώσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.



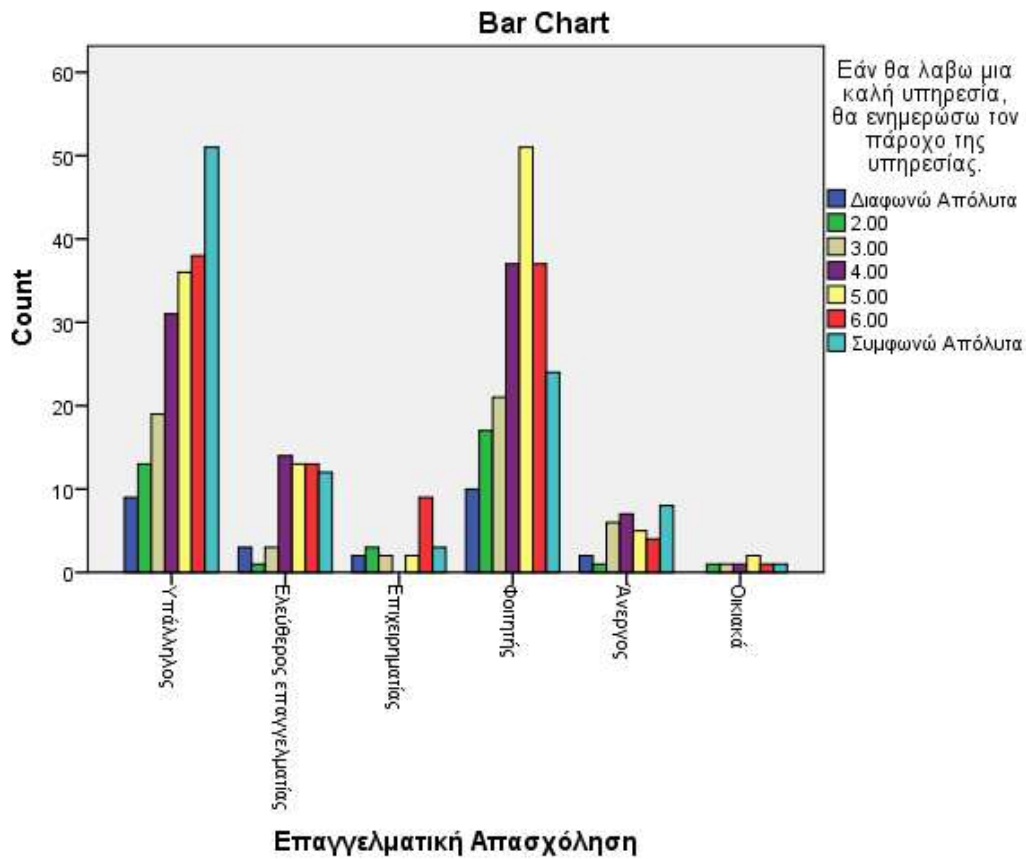
Διάγραμμα 54.2

Στο Διάγραμμα 54.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως εάν θα λάβουν μια καλή υπηρεσία, θα ενημερώσουν τον πάροχο της υπηρεσίας. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού και γυμνασίου έχουν ουδέτερη άποψη.



Διάγραμμα 54.3

Στο Διάγραμμα 54.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως εάν θα λάβουν μια καλή υπηρεσία, θα ενημερώσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.

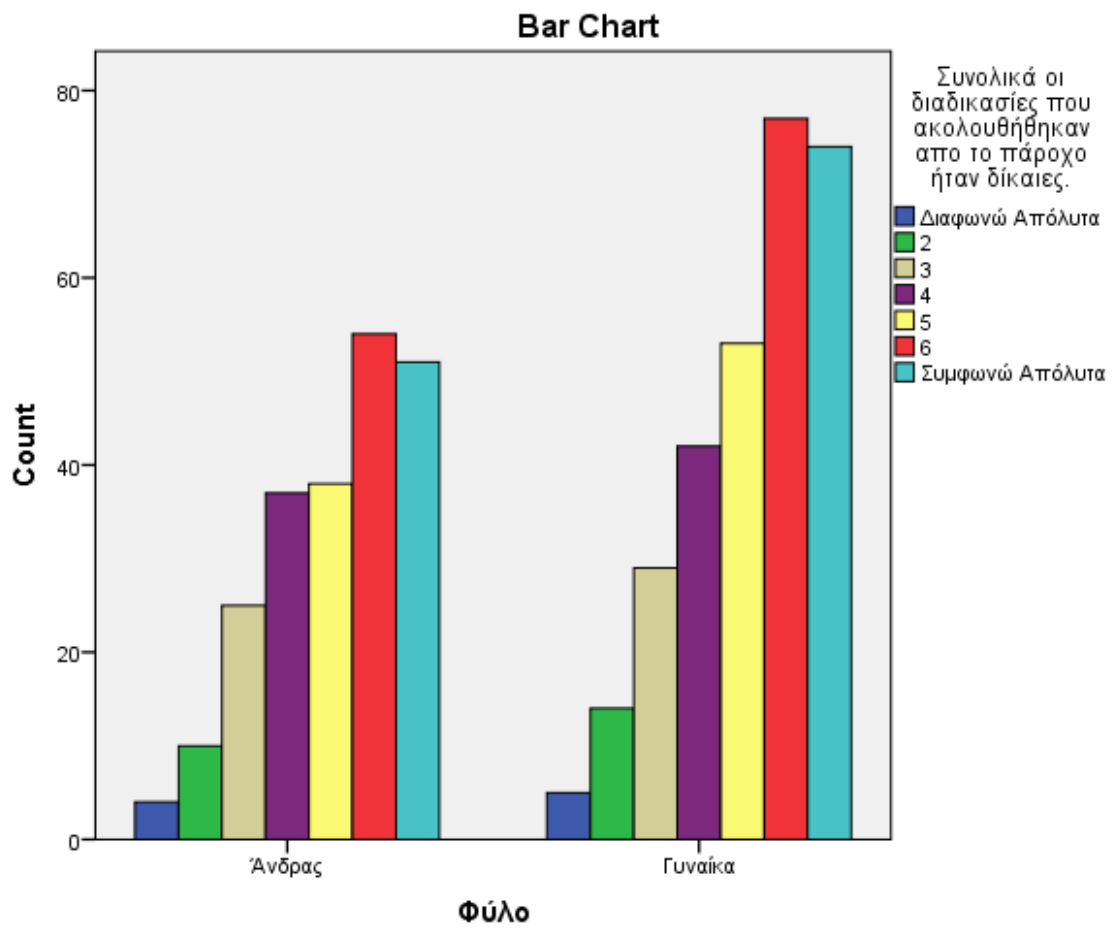


Διάγραμμα 54.4

Ερώτηση 55^η : Συνολικά οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν από τον πάροχο ήταν δίκαιες.

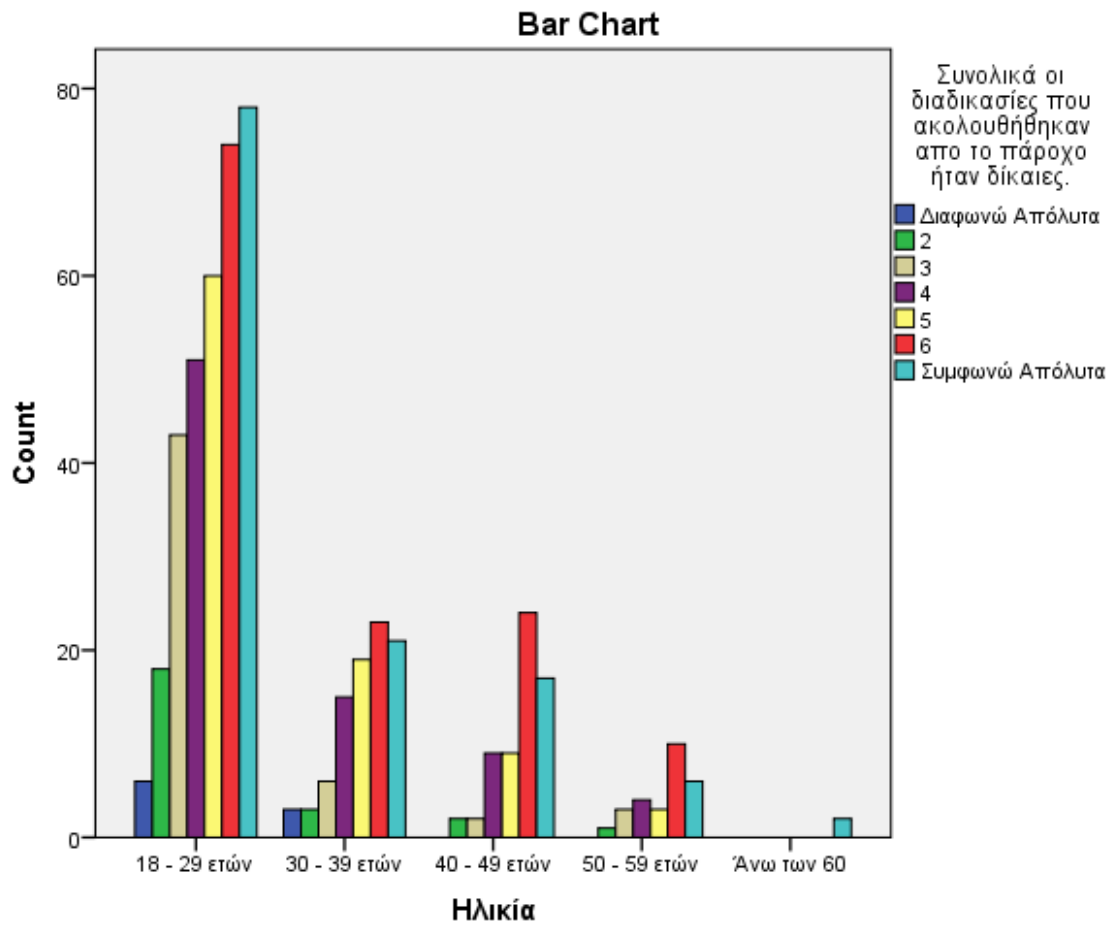
Στην ερώτηση 55, απάντησαν οι 512 (το 98,1%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 10 (το 1,9%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6. Η μειοψηφία των ανδρών και των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 55.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



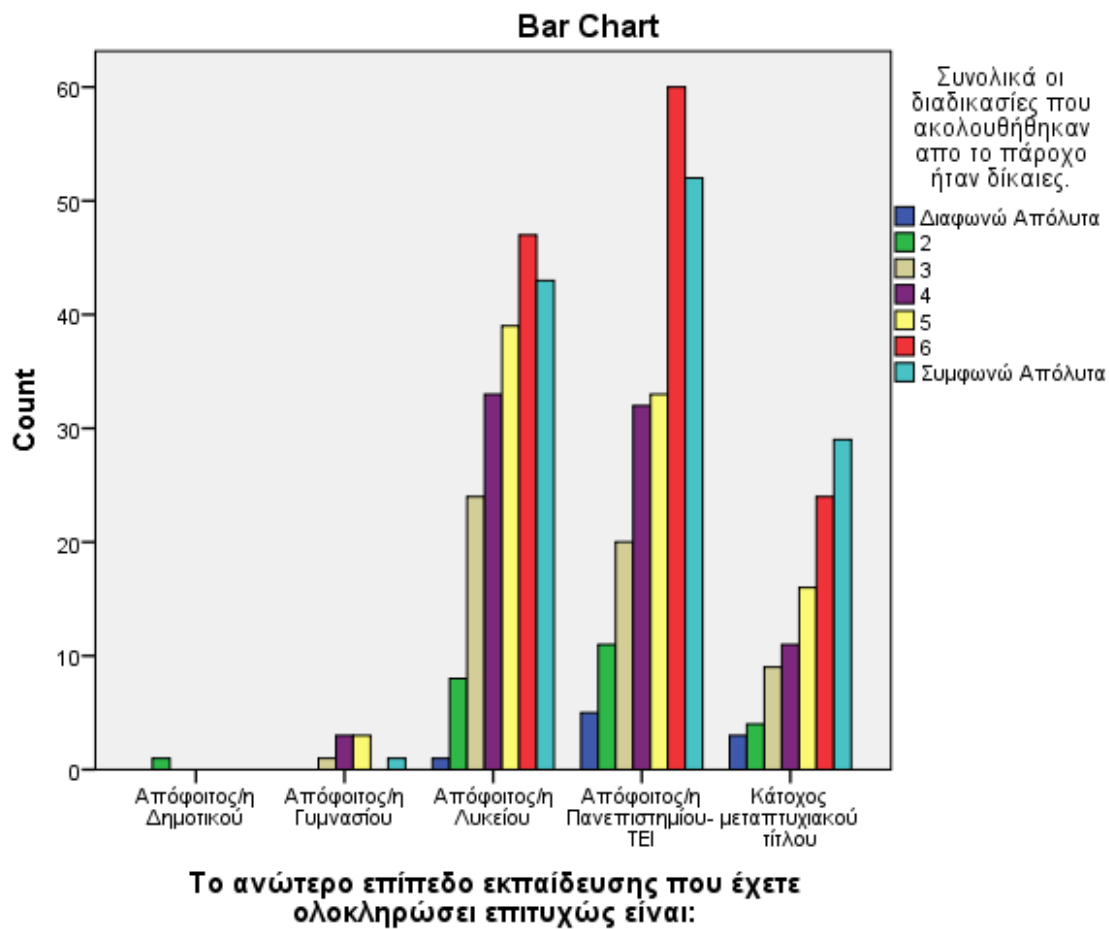
Διάγραμμα 55.1

Στο Διάγραμμα 55.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικίες συμφωνούν πως οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν από τον πάροχο ήταν δίκαιες.



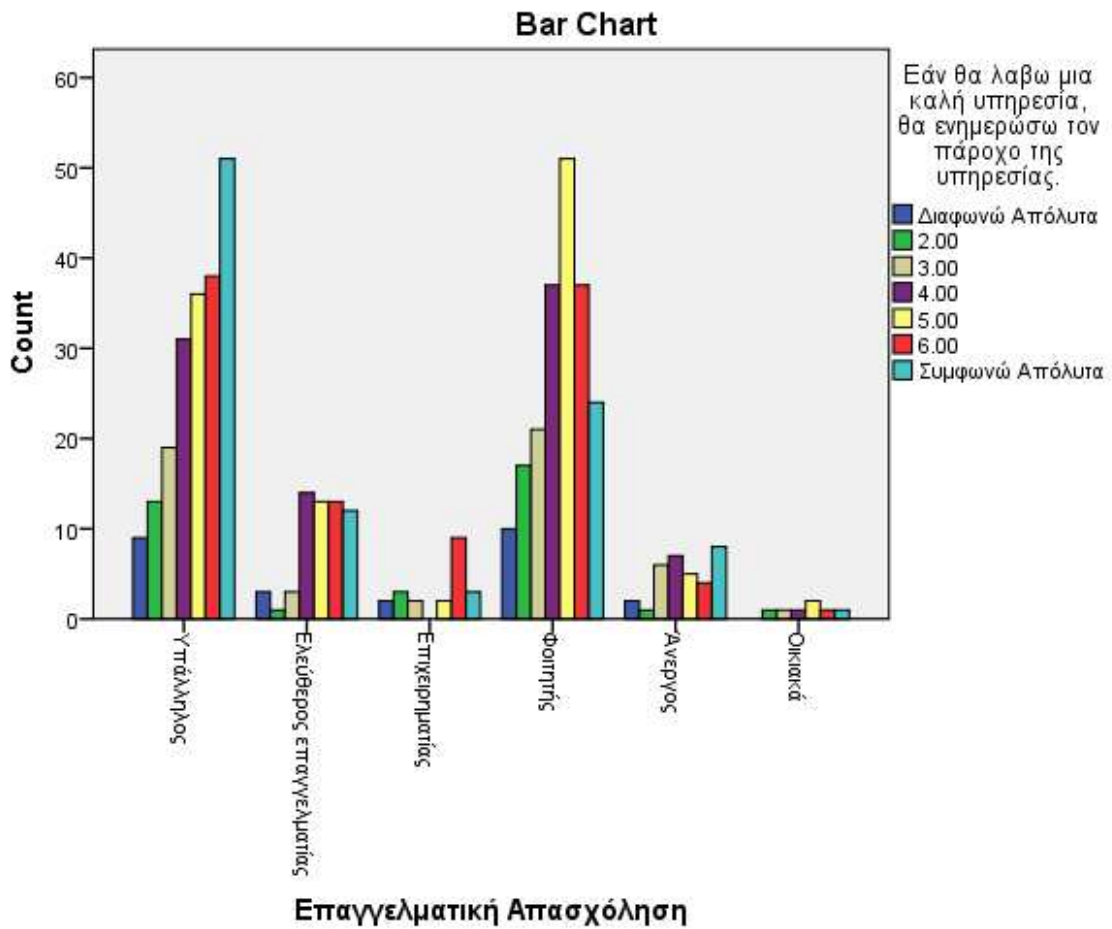
Διάγραμμα 55.2

Στο Διάγραμμα 55.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν από τον πάροχο ήταν δίκαιες. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 55.3

Στο Διάγραμμα 55.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως συνολικά οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν από τον πάροχο ήταν δίκαιες. Μόνο οι ελεύθεροι επαγγελματίες έχουν ουδέτερη γνώμη.

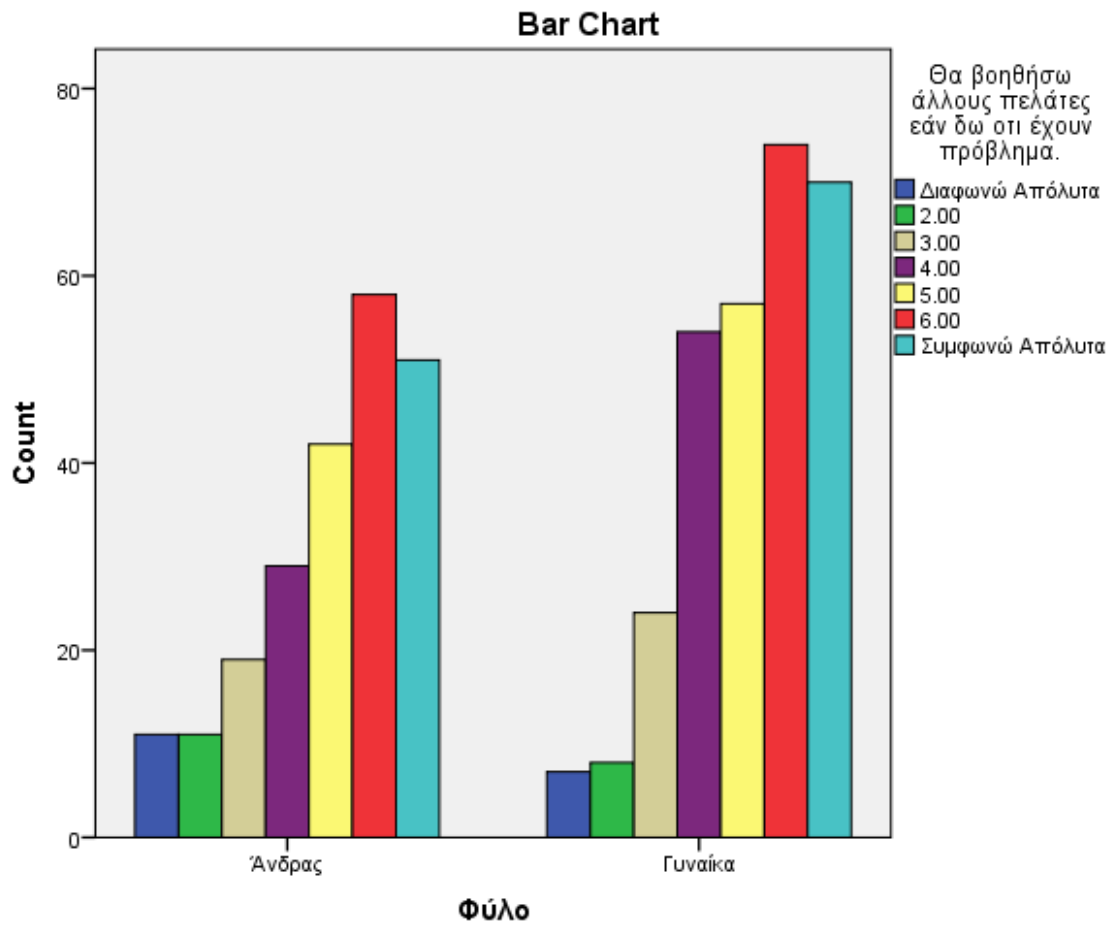


Διάγραμμα 55.4

Ερώτηση 56¹¹ : Θα βοηθήσω άλλους πελάτες εάν δω ότι έχουν πρόβλημα.

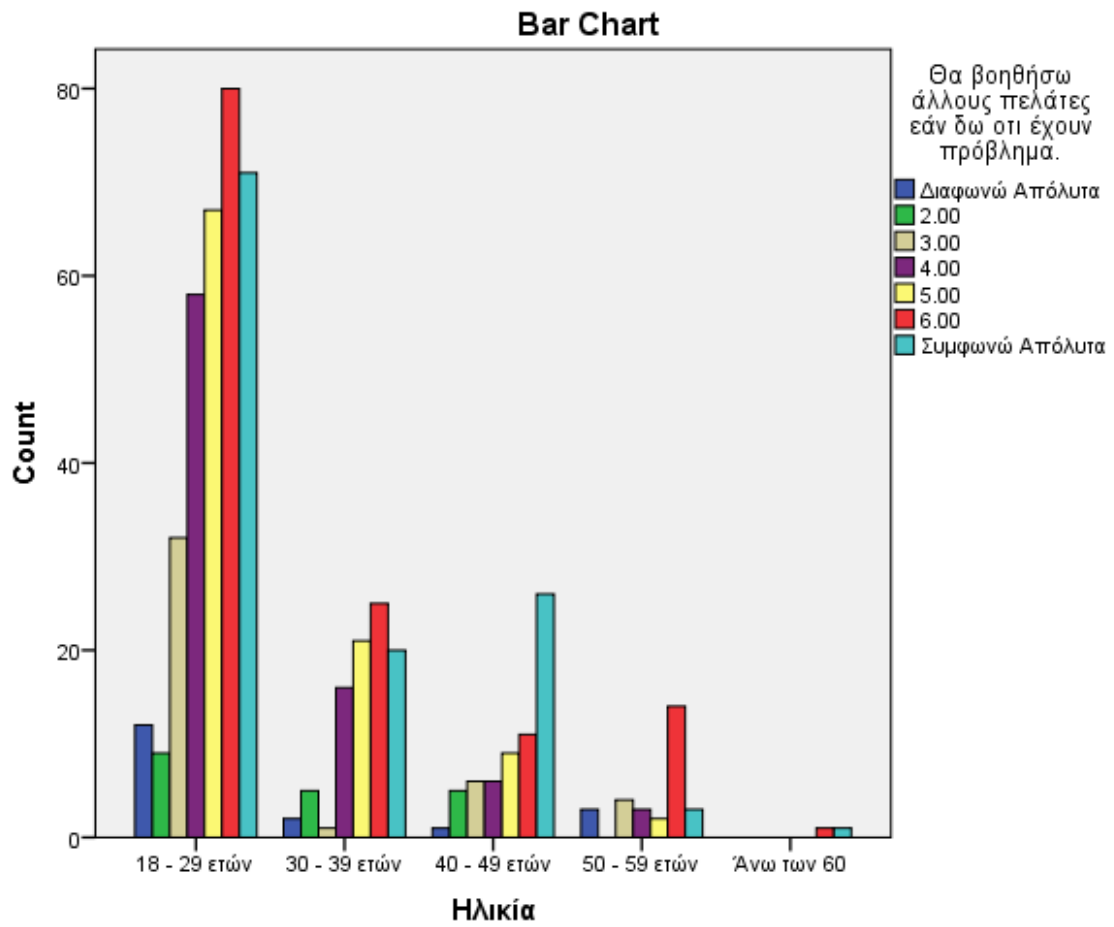
Στην ερώτηση 56, απάντησαν οι 514 (το 98,5%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 8 (το 1,5%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 6. Η μειοψηφία των ανδρών διαφωνεί απόλυτα σε ισοψηφια και με το νούμερο 2 ενώ η μειοψηφία των γυναικών διαφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 56.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



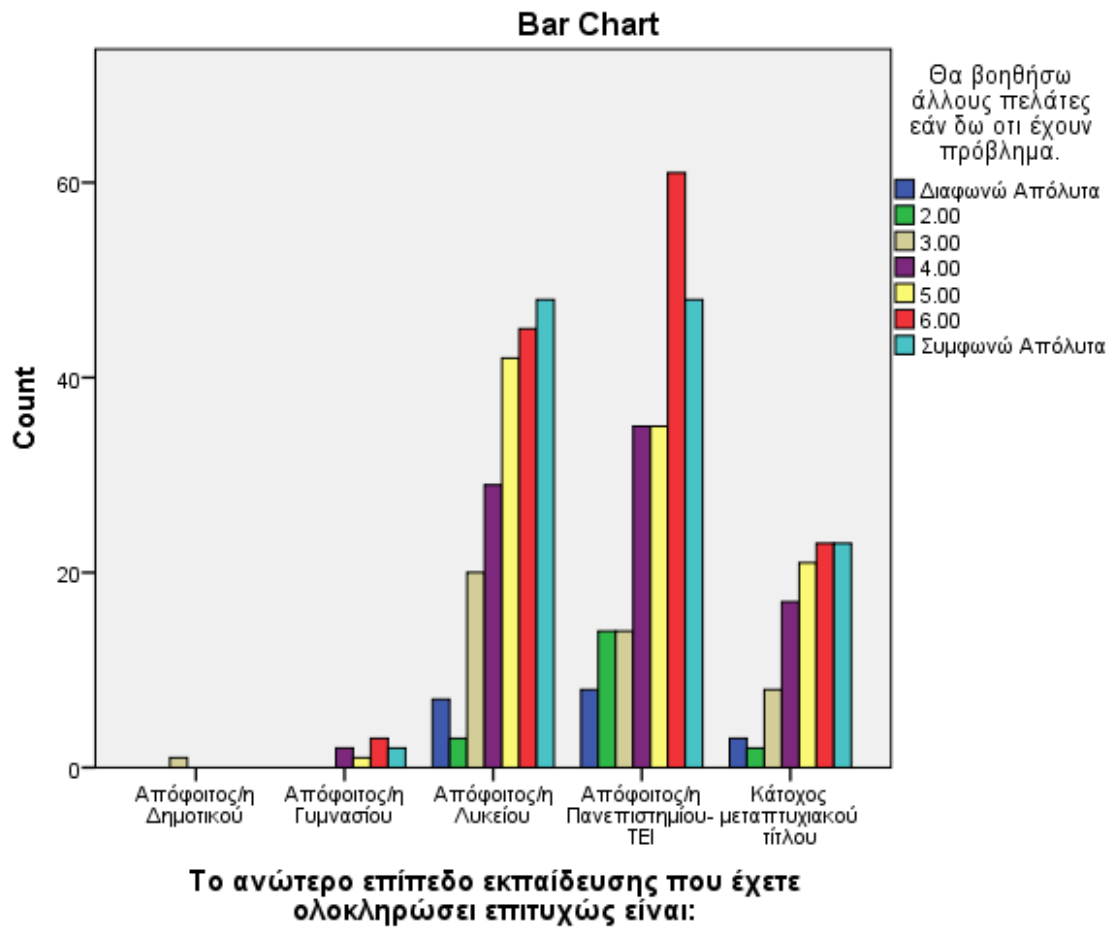
Διάγραμμα 56.1

Στο Διάγραμμα 56.2 αναφέρεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες συμφωνούν πως θα βοηθήσουν άλλους πελάτες εάν δουν ότι έχουν πρόβλημα.



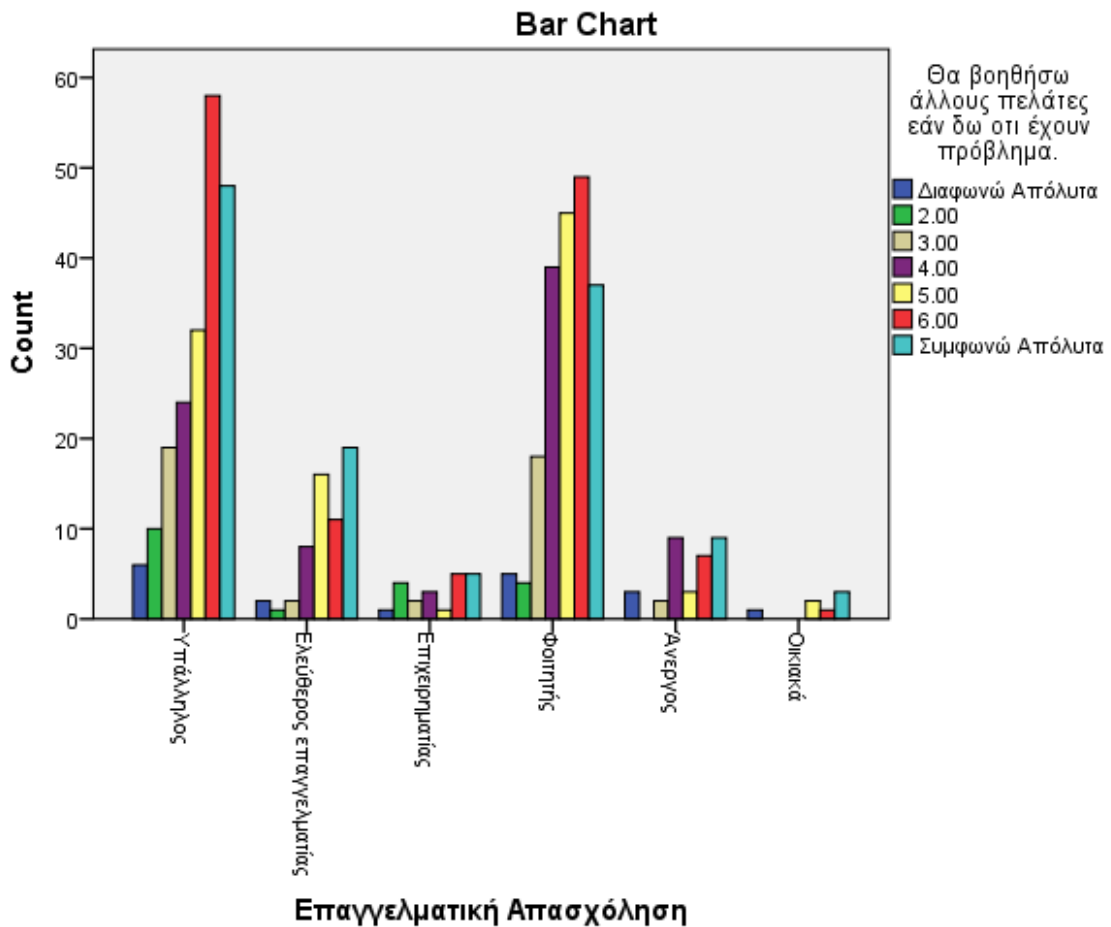
Διάγραμμα 56.2

Στο Διάγραμμα 56.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης συμφωνούν πως θα βοηθήσουν άλλους πελάτες εάν δουν ότι έχουν πρόβλημα. Μόνο οι απόφοιτοι δημοτικού διαφωνούν.



Διάγραμμα 56.3

Στο Διάγραμμα 56.4 αναφέρεται πως όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης συμφωνούν πως θα βοηθήσουν άλλους πελάτες εάν δουν ότι έχουν πρόβλημα.

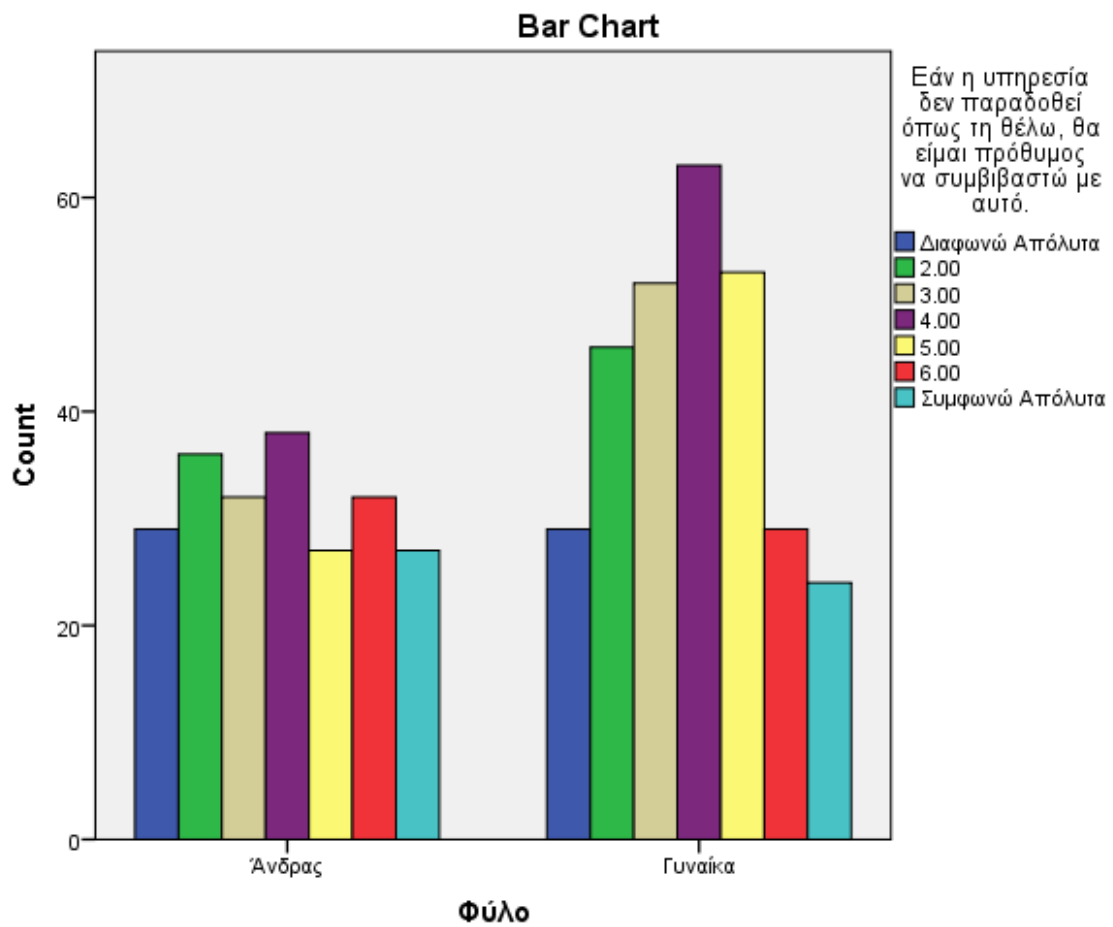


Διάγραμμα 56.4

Ερώτηση 57^η : Εάν η υπηρεσία δεν παραδοθεί όπως την θέλω, θα είμαι πρόθυμος να συμβιβαστώ με αυτό.

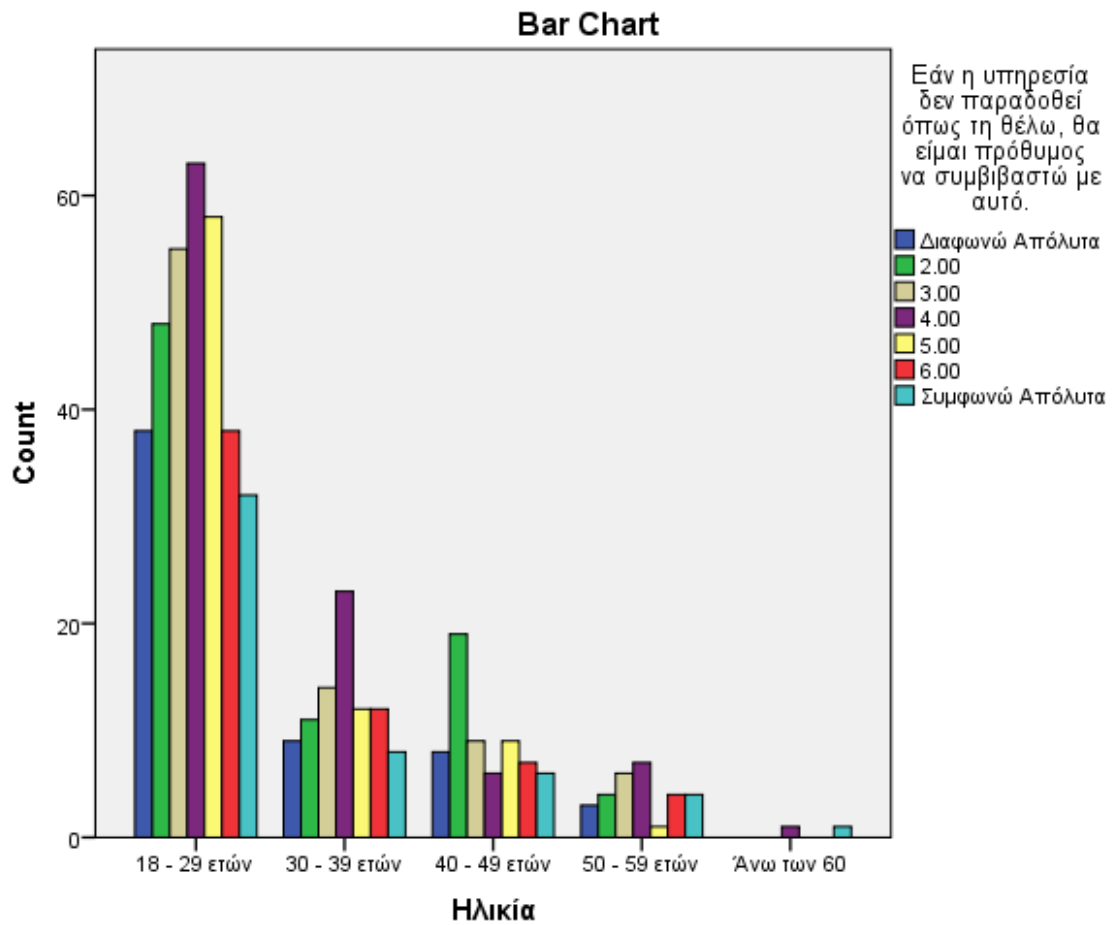
Στην ερώτηση 57, απάντησαν οι 516 (το 98,9%) ερωτηθέντες, ενώ το missing value ήταν οι 6 (το 1,1%) ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι άνδρες και γυναίκες επέλεξαν το νούμερο 4. Η μειοψηφία των ανδρών συμφωνεί απόλυτα σε ισοψηφια και με το νούμερο 5 ενώ η μειοψηφία των γυναικών συμφωνεί απόλυτα.

Στο Διάγραμμα 57.1 απεικονίζεται η γραφική παράσταση των αποτελεσμάτων.



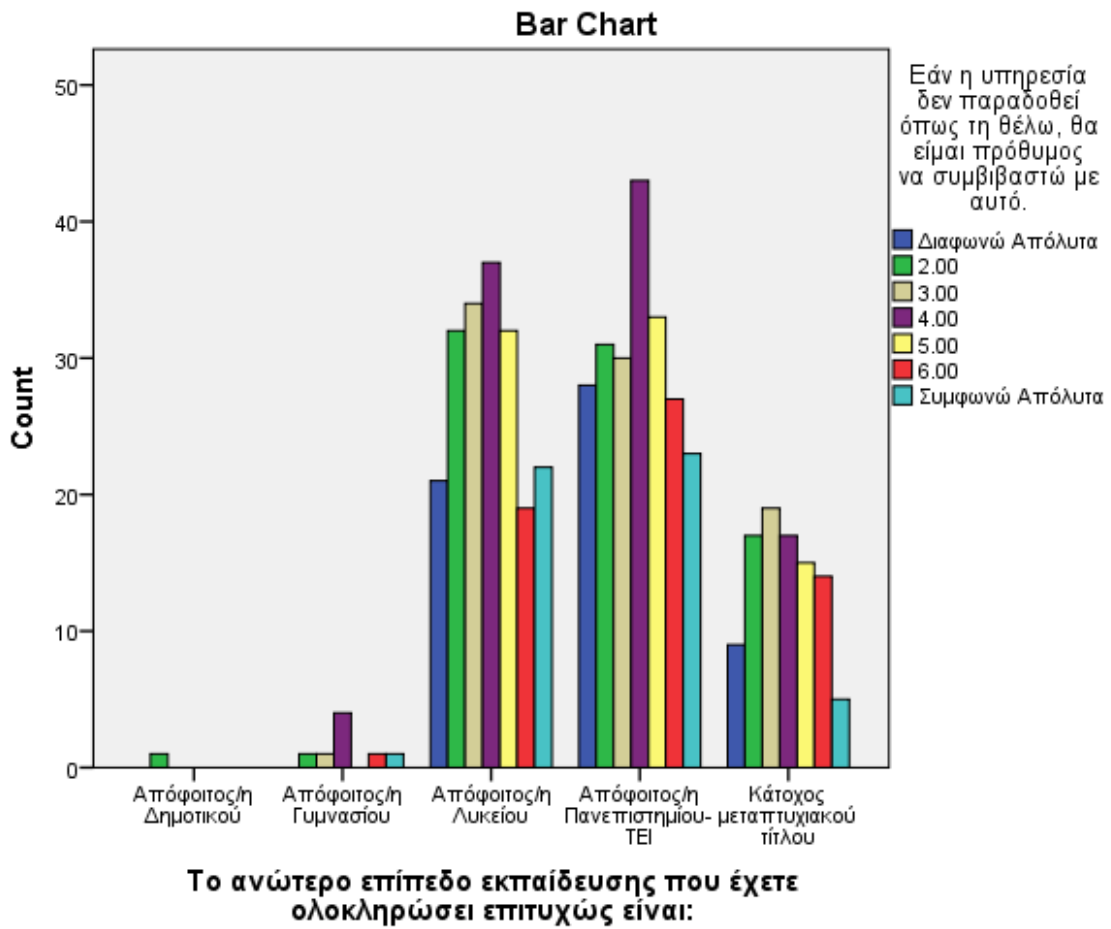
Διάγραμμα 57.1

Στο Διάγραμμα 57.2 αναφέρεται πως μόνο η ηλικία άνω των 60 συμφωνεί απόλυτα πως εάν η υπηρεσία δεν παραδοθεί όπως την θέλει, θα είναι πρόθυμη να συμβιβαστώ με αυτό, ενώ οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες έχουν κυρίως ουδέτερη γνώμη.



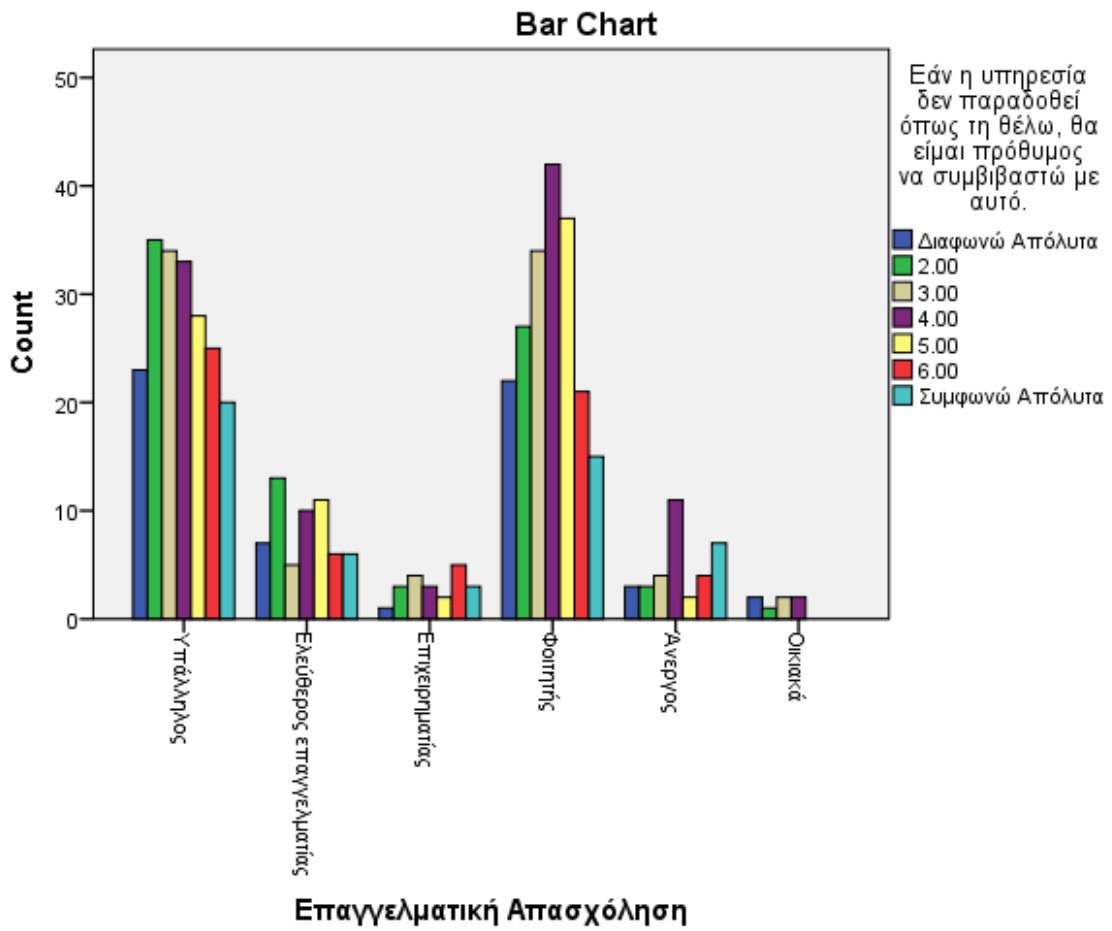
Διάγραμμα 57.2

Στο Διάγραμμα 57.3 βλέπουμε πως οι απόφοιτοι του γυμνασίου, του λυκείου και του πανεπιστημίου-ΤΕΙ έχουν ουδέτερη άποψη στο εάν η υπηρεσία δεν παραδοθεί όπως την θέλουν, θα είναι πρόθυμοι να συμβιβαστούν με αυτό. Οι απόφοιτοι δημοτικού και οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου διαφωνούν σε αυτό.



Διάγραμμα 57.3

Στο Διάγραμμα 57.4 βλέπουμε πως όλοι ανεξάρτητα με την επαγγελματική τους απασχόληση έχουν ουδέτερη άποψη έως και δεν συμφωνούν πως εάν η υπηρεσία δεν παραδοθεί όπως την θέλουν, θα είναι πρόθυμοι να συμβιβαστούν με αυτό. Μόνο οι επιχειρηματίες έχουν μια σύμφωνη γνώμη.



Διάγραμμα 57.4

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα έρευνα το δείγμα της αποτελούνταν από 522 άτομα, από τα οποία οι 224 ήταν άντρες, ενώ το μεγαλύτερο μέρος του ηλικιακά κυμαινόταν από 18 έως 29 ετών. Επιπλέον, οι περισσότεροι ερωτηθέντες ήταν απόφοιτοι κάποιου εκπαιδευτικού ιδρύματος, και επαγγελματικά απασχολούνταν κυρίως ως υπάλληλοι ή ήταν φοιτητές.

Οι ερωτηθέντες απάντησαν επιπρόσθετα και σε ερωτήσεις σχετικά με τις προθέσεις τους απέναντι σε έναν πάροχο, και τα αποτελέσματα φανερώνουν ότι τόσο η ηλικιακή ομάδα, όσο και το φύλο συνδέονται θετικά με τις προσδοκίες που έχουν από μια υπηρεσία, ενώ αντίθετα, ανάλογα με τη βαθμίδα εκπαίδευσης και την επαγγελματική απασχόληση έχουν μια ουδέτερη προς θετική άποψη για το εάν θα είναι πρόθυμοι να προσαρμοστούν εάν πρέπει να περιμένουν περισσότερο από ότι συνήθως ώστε να λάβουν την υπηρεσία. Ακόμη, σχετικά με την ερώτηση που αφορούσε την προθυμία για υπομονή σε περίπτωση λάθους ενός υπαλλήλου κατά τη διάρκεια παροχής της υπηρεσίας, φαίνεται πως θετικά απάντησαν οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες, και οι γυναίκες, ενώ παράλληλα δεν επηρεάζεται από τον παράγοντα εκπαίδευση και επαγγελματική απασχόληση.

Στην ερώτηση αν θα συμβούλευαν άλλους πελάτες σχετικά με την υπηρεσία, παρατηρήθηκε ότι οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το ίδιο θα έπρατταν οι περισσότεροι ανεξαρτήτου ηλικίας, εκπαίδευσης και επαγγελματικής απασχόλησης. Αντίστοιχα ήταν και τα αποτελέσματα στην ερώτηση σχετικά με τη καθοδήγηση των άλλων πελατών στη χρήση της υπηρεσίας, όπως επίσης και στην ερώτηση της παροχής βοήθειας όταν τους ζητηθεί, με τη διαφορά, ότι οι μικρότερες ηλικιακές ομάδες φάνηκαν λιγότερο πρόθυμες. Και στις ερωτήσεις σχετικά με την παρότρυνση συγγενών και φίλων και γενικότερα στο ευρύ κοινό, να χρησιμοποιήσουν τον πάροχο υπηρεσίας, οι περισσότερες γυναίκες συμφωνούν απόλυτα, ενώ το ίδιο θα έπρατταν οι περισσότεροι ανεξαρτήτου ηλικίας, εκπαίδευσης και επαγγελματικής απασχόλησης, όπως συμβαίνει και στην ερώτηση με τον θετικό σχολιασμό του παρόχου.

Σχετικά με την ενημέρωση του παρόχου κατά την αντιμετώπιση ενός προβλήματος, παρατηρείται ότι απάντησαν θετικά οι περισσότεροι, ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας, εκπαίδευσης και επαγγελματικής απασχόλησης, ενώ αντίθετα, με ουδέτερη στάση απαντήθηκε η ερώτησης που σχετιζόταν με παρότρυνση του παρόχου για

βελτίωση των υπηρεσιών του, χωρίς να διαφοροποιούνται οι απάντησεις ανάλογα με τους παράγοντες που εξετάστηκαν.

Όσον αφορά, τις ερωτήσεις που είχαν σχέση με την εμπειρία στο ξενοδοχείο, οι περισσότεροι δήλωσαν ότι ήταν ευχάριστη, ότι θεωρούν ότι ήταν σωστή η επιλογή τους, και ότι έμειναν ικανοποιημένοι, φαινόμενο που δεν διαφοροποιείται ανάλογα με τις μεταβλητές φύλο, ηλικία, εκπαίδευση και επαγγελματική απασχόληση. Επιπρόσθετα, δήλωσαν ευχαριστημένοι, ενθουσιασμένοι και χαρούμενοι με την παροχή της υπηρεσίας οι περισσότεροι, ενώ και πάλι δεν επηρεαζόταν από τους εξεταζόμενους παράγοντες. Ακόμη, σχετικά με τον βαθμό στον οποίο συμφωνούν οι ερωτηθέντες σχετικά με το αν ο πάροχος κατάλαβε τις ανάγκες τους, φαίνεται να απάντησαν θετικά οι περισσότεροι, ανεξαρτήτου ηλικία, φύλου, εκπαίδευσης και επαγγελματικής απασχόλησης, όπως άλλωστε συνέβη και με τις ερωτήσεις για το αν ο πάροχος επικοινωνήσε μαζί τους με σεβασμό, αν θεωρούν τη συναλλαγή δίκαιη, αν ο πάροχος είχε δίκαιες πολιτικές και πρακτικές απέναντι τους, αν πιστεύουν ότι τους πρόσφερε μια ικανοποιητική υπηρεσία και αν θεωρούν ότι ο πάροχος ήταν δίκαιος. Τα ίδια αποτελέσματα εμφανίζονται και την ερώτηση για το αν ο πάροχος πρόσφερε περισσότερες από τις αναμενόμενες υπηρεσίες, με τη διαφορά, ότι οι περισσότεροι άντρες εξέφρασαν μια πιο ουδέτερη θέση, ενώ τη διαφωνία τους στην ερώτηση περί την ανάπτυξη συναισθηματικού δεσμού με τον πάροχο φανέρωσαν οι περισσότεροι, ανεξάρτητα από την ηλικία, το φύλο, την εκπαίδευση και την επαγγελματική απασχόληση. Το ίδιο φαινόμενο παρατηρείται και στην ερώτηση για το αν είναι απαραίτητη η διευκόλυνση τους από το παρόχο και τους υπαλλήλους του προκειμένου να ευχαριστηθούν πλήρως οι καταναλωτές. Ουδέτερη στάση, φαίνεται να υιοθετούν οι περισσότεροι ερωτώμενοι, σχετικά με το αν οι καταναλωτές, ανάλογα με τις επιθυμίες, επιλογές, και τις γνώσεις τους συμμετείχαν με διαφορετικό τρόπο στη παροχή της υπηρεσίας, γεγονός που δεν επηρεάζεται από το φύλο, την ηλικία, την εκπαίδευση και την επαγγελματική απασχόληση. Επιπρόσθετα, θετικά απάντησε και η πλειοψηφία των ανδρών και των ηλικιών άνω των 60 ετών, ανεξαρτήτως επαγγελματικής απασχόλησης, σχετικά με το γεγονός ότι το όφελος, η αξία και η ευχαρίστηση που επηρεάστηκαν από το πως χρησιμοποιήσαν εκείνοι την υπηρεσία, αντίθετα με τις γυναίκες που κράτησαν ουδέτερη στάση, όπως άλλωστε και οι περισσότεροι απόφοιτοι γυμνασίου και πανεπιστημίου – ΤΕΙ. Η εμπειρία των ερωτώμενων από την υπηρεσία,

σύμφωνα με την άποψη των γυναικών θα μπορούσε να ήταν διαφορετική αν δεν είχαν οι ίδιες ενεργή συμμετοχή, αντίθετα με τους άντρες που διαφωνούν απόλυτα με αυτήν την άποψη, ενώ ουδέτερη στάση υιοθετούν οι περισσότεροι ανεξαρτήτως ηλικίας, εκπαίδευσης και επαγγελματικής απασχόλησης. Ουδέτερη στάση υιοθετούν όμως, και οι περισσότεροι ερωτηθέντες, χωρίς να εμφανίζεται κάποια ιδιαίτερη εξάρτηση από το φύλο ή την ηλικία ή την εκπαίδευση και την επαγγελματική απασχόληση, στην ερώτηση αν ήταν δυνατόν για έναν καταναλωτή να βελτιώσει την υπηρεσία κάνοντας πειραματισμούς και δοκιμάζοντας νέα πράγματα, ενώ στην επόμενη ερώτηση, σχετικά με το αν η υπηρεσία ήταν μια εμπειρία που έμεινε για αρκετό καιρό στην μνήμη τους, οι περισσότεροι άντρες επέλεξαν την ουδετερότητα, σε αντίθεση με τις γυναίκες, και τις περισσότερες ηλικιακές και εκπαιδευτικές ομάδες, που συμφώνησαν απόλυτα. Απόλυτα συμφωνούν οι περισσότεροι ερωτηθέντες στο γεγονός ότι ο πάροχος προσπαθούσε να εξυπηρετήσει τις επιθυμίες του κάθε καταναλωτή, φαινόμενο που δεν επηρεάζεται από τους μελετώμενους παράγοντες, όπως δεν επηρεάζεται και στην ερώτηση για το αν ο πάροχος επέτρεπε επαρκή αλληλεπίδραση των καταναλωτών στις λειτουργίες του, όπου οι περισσότεροι διατηρούν μια ουδετερότητα. Την άποψη ότι κατά τη διάρκεια της παροχής της υπηρεσίας μπορούσαν εύκολα να εκφράσουν συγκεκριμένες απαιτήσεις ασπάζονται οι περισσότεροι ερωτώμενοι, χωρίς αυτή να επηρεάζεται από το φύλο, την εκπαίδευση, την ηλικία και την επαγγελματική απασχόληση, όπως συμβαίνει και τις απόψεις ότι ο πάροχος θεωρούσε το ρόλο τους τόσο σημαντικό όσο και το δικό του στη διαδικασία παροχής της υπηρεσίας, ότι κατείχαν ισάξιο ρόλο με τον πάροχο στον καθορισμό του τελικού αποτελέσματος της υπηρεσίας και ότι πέρα από τα <<λειτουργικά>> οφέλη της υπηρεσίας, ο πάροχος έδινε μια συνολική καλή εμπειρία. Την ουδέτερη στάση προτίμησαν να υιοθετήσουν οι περισσότεροι ερωτηθέντες σχετικά με το αν ο πάροχος της υπηρεσίας είχε μια ομάδα ή δίκτυο καταναλωτών που τον υποστήριζε, γεγονός που είναι αποδεκτό από όλες τις ηλικίες, ανεξαρτήτου φύλου, εκπαίδευσης και επαγγελματικής απασχόλησης, όπως επίσης την ίδια στάση κρατούν και στην ερώτηση για το αν θα διέθεταν πρόθυμα χρόνο και προσπάθεια για να μοιραστούν τις ιδέες και τις προτάσεις τους για να βελτιωθεί ο πάροχος, ενώ αντίθετα συμφωνούν στο ότι οι διαδικασίες παροχής της υπηρεσίας ήταν σύμφωνες με τις προτιμήσεις τους, αλλά και στο γεγονός ότι τους παρέχονταν επαρκείς επεξηγήσεις και πληροφορίες για την

υπηρεσία. Στο αν ο πάροχος παρείχε το κατάλληλο περιβάλλον και την ευκαιρία να προσφέρουν οι ερωτηθέντες τις προτάσεις και τις ιδέες τους, οι περισσότεροι υιοθέτησαν μια ουδέτερη στάση και στο αν για να πάρουν το μέγιστο όφελος από την υπηρεσία έπρεπε να έχουν ενεργό ρόλο κατά την αλληλεπίδραση με τον πάροχο, χωρίς να υπάρχει αισθητή διαφοροποίηση ανάλογα με το φύλο, την ηλικία, την εκπαίδευση και την επαγγελματική απασχόληση, ενώ θετική ήταν η απάντησή τους, στο αν ο πάροχος εξασφάλιζε τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με την παροχή της υπηρεσίας και στο ότι είχε τον τρόπο για να καταλάβει τις προτιμήσεις τις προτιμήσεις τους. Θετική στάση φαίνεται να έχουν στην ερώτηση για το αν ο πάροχος ήταν γνωστός επειδή οι καταναλωτές συνήθως μιλούσαν θετικά για αυτόν στον κοινωνικό του περίγυρο, οι γυναίκες και οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου, με τους υπόλοιπους να εκφράζουν μια ουδετερότητα. Ωστόσο ουδετερότητα επικρατεί και στις απαντήσεις για το αν ο πάροχος ήταν ανοιχτός στις ιδέες και στις προτάσεις σχετικά με τα προϊόντα του ή με την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών, αλλά με θετικά σχόλια αντιμετώπισαν την ερώτηση για το αν ο πάροχος τους αντιμετώπισε με αξιοπρέπεια, στο αν οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν ήταν δίκαιες και στο αν όταν θα λάβουν μια καλή υπηρεσία θα ενημερώσουν τον πάροχο της υπηρεσίας.

Τέλος, στις ερωτήσεις για το αν θα βοηθούσαν άλλους πελάτες αν έβλεπαν ότι αντιμετώπιζαν πρόβλημα και στο αν είναι διατεθειμένοι να συμβιβαστούν με μια υπηρεσία αν δεν παραδοθεί όπως τη θέλουν, οι πλειοψηφία των ερωτώμενων απάντησε θετικά.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η συγκεκριμένη έρευνα έχει διεξαχθεί με στόχο τη διερεύνηση των συμπεριφορών των εργαζόμενων όπως αυτές διαμορφώνονται μέσα στο περιβάλλον που δραστηριοποιείται η εκάστοτε επιχείρηση, στον ελλαδικό χώρο. Θα ήταν πολύ ωφέλιμο η παρούσα έρευνα να επεκταθεί σε διεθνές επίπεδο, και να προκύψει και μια σύγκριση ανάμεσα στις χώρες που θα λάβουν μέρος. Ακόμη, θα ήταν πολύ χρήσιμη μια έρευνα που θα διερευνήσει τις συμπεριφορές των εργαζόμενων πριν και κατά την οικονομική κρίση, τα αποτελέσματα της οποίας θα μπορέσουν να δείξουν αν υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στον παράγοντα της οικονομίας και στην ύπαρξη αρνητικών συμπεριφορών. Τέλος, μια ακόμη έρευνα θα μπορούσε να γίνει με τη χρήση κατηγοριοποίηση των επιλεγόμενων επιχειρήσεων, ώστε να διαπιστωθεί αν ο κλάδος στον οποίο ανήκει ο εκάστοτε πάροχος μπορεί να επηρεάσει τις συμπεριφορές των υπαλλήλων του.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Analoui, F. (1995). Workplace sabotage: its styles, motives and management. *Journal of Management Development*, 14 (7), 48 - 65
- Brady, K., M., Voorthees, M., C. & Brusco, J., M. (2012). Service Seethearing: Its Antecedents and Customer Consequences. *Journal of Marketing*, 76, 81 - 98
- Brandley, L., G., Sparks, A., B., Zapf, D., McColl – Kennedy, R., J. & Jimmieson, L., N. (2013). Task – Relationship – Self: A Framework for Understanding Service Encounter Behaviors. *Psychology and Marketing*, Vol. 30 (6), 512 - 528
- Brandley, L., G., Sparks, A., B., Zapf, D., McColl – Kennedy, R., J. & Jimmieson, L., N. (2010). A dyadic, psychosocial approach to understanding service encounters. *Emotions and Organizational Dynamism.*, 221 - 258
- Chi, N., W., Tsai, W., C., & Tseng, S., M. (2013). Customer negative events and employee service sabotage: The roles of employee hostility, personality and group affective tone, *Journal of Work, Health & Organizations*, 27(3), 298 – 319
- Edmondson, R., D. (2010). Summary Brief Emotional Exhaustion and Its Role in Service Sabotage among Boundary Spanners. *Society for Marketing Advances Proceedings*, 244
- Groth, M. & Grandey, A. (2012). From bad to worse: Negative exchange spirals in employee – customer service interactions. *Organizational Psychology Review*, 2, 208
- Harris, C., L. & Ogbonna, E. (2006). Motives for service sabotage: an empirical study of front – line workers. *Journal of Academy of Marketing Science*, 34 (4), 543 - 558
- Harris, C., L. & Ogbonna, E. (2009). Service sabotage: The dark side of service dynamics. *Business Horizons*, 52, 325 - 335
- Harris, C., L. & Ogbonna, E. (2011). Motives for service sabotage: an empirical study of front – line workers. *The Service Industries Journal*, 32 (13), 2027 – 2046
- Kim, N. & Mclean, N., G. (2007). Customer service behaviours in Korea and implications for training: Lessons from an exploratory critical incidents study of

customer and employee service encounters. *Asia Pacific Business Review*, 13 (1), 1 – 20

- Ling, I., L., Marshall, R., Xu, Y., Lin, W., Y., (2014). Jaypatient – Induced Service Sabotage Behavior: The Issue of Self – Esteem of Hospital Nurses. *Health Marketing Quarterly*, 31 (3), 213 - 230
- Wang, M., Liao, H., Zhan, Y. & Shi, J. (2011). Daily customer mistreatment and employee sabotage against customers: Examining emotion and resource perspectives. *Academy of Management Journal*, 54 (2), 312 - 334
- Μεντζελίδης, Γ. (2012). Οι ανθρώπινες σχέσεις στην επιχείρηση Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http://www.symmetoxi.gr/documents/Ergasiakes_sxeseis.pdf [Ανακτήθηκε 15/10/2015]
- Παπατριανταφύλλου, Γ. (2011). Εσωτερικές Δημόσιες σχέσεις. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://georgepatriantafillou.wordpress.com/2011/04/23/1843/> [Ανακτήθηκε 15/10/2015]