

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Καθώς η οικονομία αναπτύσσεται και η αγορά εργασίας διευρύνεται, η αναγνώριση της προσφοράς κάθε υπαλλήλου σε μία επιχείρηση, εκτός από το θετικό κλίμα που, αδιαμφισβήτητα, δημιουργεί στον εργασιακό χώρο, συμβάλλει παράλληλα τα μέγιστα στην καλλιέργεια ενός πιο πιστού, ευαισθητοποιημένου και αποδοτικού ανθρώπινου δυναμικού.

Η παρούσα εργασία εξετάζει τον παράγοντα υποκίνησης που αποτελεί τον διαδικασία της παρότρυνσης ενός ατόμου ή ομάδας να προβεί σε ενέργειες για την επίτευξη ενός επιθυμητού στόχου, καθώς η κινητοποίηση των εργαζομένων είναι ένα θέμα που απασχολεί σε μεγάλο βαθμό τους manager αλλά και τους θεωρητικούς του χώρου της διοίκησης. Για το λόγο αυτό παρατίθενται οι κλασικές προσεγγίσεις της Διοίκησης όπως τις θεωρίες του Maslow, του Herzberg, του Vroom κ.ά.

Για να επιτευχθεί η συγκεκριμένη έρευνα ερευνήσαμε το τι περιλαμβάνει η σχετική βιβλιογραφία για τις θεωρίες και παράγοντες υποκίνησης των εργαζομένων. Στη συνέχεια δημιουργήσαμε ένα ερωτηματολόγιο για το προσωπικό βάσης του τμήματος τροφίμων και ποτών το οποίο δόθηκε σε τέσσερα ξενοδοχεία τεσσάρων και άνω αστέρων, με το οποίο συλλέξαμε τις πληροφορίες που χρειαζόμασταν για να καταλήξουμε στον αρχικό μας στόχο. Για την δημιουργία των ερωτηματολογίων λήφθηκαν υπόψη οι πληροφορίες από δευτερογενής πηγές.

Στη μεθοδολογία αναφέρουμε την επιλογή στρατηγικής, σκοπό έρευνας, τα ερευνητικά ερωτήματα, τον τρόπο επιλογής του δείγματος, την ανάπτυξη των ερευνητικών εργαλείων για τη συλλογή των δεδομένων και τη μέθοδο ανάλυσης των δεδομένων.

Ακολούθως έγινε ανάλυση των ευρημάτων στη βάση του ερωτηματολογίου και καταγράφηκαν οι διάφορες πληροφορίες. Το επόμενο στάδιο ήταν η κριτική ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν και εισηγήσεις βάσει της βιβλιογραφίας. Και τέλος ακολουθούν καταληκτικά σχόλια.