



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η ανάπτυξη και η αναγκαιότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας στις ιδιωτικές επιχειρήσεις και δημόσιες υπηρεσίες.

Πτυχιακή Εργασία των:

Γοραντωνάκη Χριστόφορου και Καυκιά Κωνσταντίνου

Επιβλέπων: Κοκοράκης Γρηγόριος

ΠΑΤΡΑ, 2012

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται το θέμα της ανάπτυξης και της αναγκαιότητας της επικοινωνίας στις ιδιωτικές επιχειρήσεις και δημόσιες υπηρεσίες. Στόχος της εργασίας είναι να προκύψουν χρήσιμα συμπεράσματα μέσα από τη διαδικασία της έρευνας που έχει γίνει με τη διασταύρωση στοιχείων που προέκυψαν σε σχέση με τη θεωρία αλλά και μέσα από προσωπική έρευνα. Αρχικά λοιπόν επιχειρείται θεωρητική προσέγγιση της επικοινωνίας με αναφορές που περιγράφουν τον ορισμό της, τους τρόπους που αναπτύχθηκε, την σημασία της και την σπουδαιότητά της στον κόσμο των επιχειρήσεων. Γίνεται εκτενής περιγραφή και ανάλυση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας, των χαρακτηριστικών που διαθέτουν αλλά και τους τρόπους που μπορούν να αναβαθμιστούν ώστε να υπηρετήσουν τον άνθρωπο ως εργαζόμενο και ως καταναλωτή που ανταποκρίνεται στη συνεχή εξέλιξη της τεχνολογίας. Ακολουθεί έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου όπου εξάγονται συμπεράσματα για τον τρόπο που οι εργαζόμενοι μιας επιχείρησης ή υπηρεσίας αντιλαμβάνονται την επικοινωνία χρησιμοποιώντας τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας. Η χρήση πινάκων και διαγραμμάτων προσεγγίζει αριθμητικά το θέμα που εξετάζεται ώστε στο τέλος να υπάρχει συνολική εκτίμηση των αποτελεσμάτων συνδυάζοντας τα θεωρητικά και αριθμητικά δεδομένα. Η διαδικασία της έρευνας ολοκληρώνεται με την εξαγωγή των συμπερασμάτων όπου διατυπώνονται προτάσεις και ιδέες με νέα πλέον δεδομένα που μπορούν να αξιοποιηθούν για τη βελτίωση της επικοινωνίας ακόμη περισσότερο από όσο τη γνωρίζουμε σήμερα.

Πίνακας περιεχομένων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	8
2.1 : ΟΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	8
2.1.1 : Σύλληψη της ιδέας και κωδικοποίηση του μηνύματος.....	10
2.1.2 : Η μετάδοση του μηνύματος.....	11
2.1.3 : Αποκωδικοποίηση.....	12
2.2 : ΜΟΝΟΔΡΟΜΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	14
2.3 : ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	15
2.4 : ΈΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟΝ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΧΩΡΟ	15
2.5 : ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟΝ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΧΩΡΟ	17
2.6 : ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.....	18
2.7 : ΣΚΟΠΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟΝ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΧΩΡΟ	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	25
3.1 : ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	25
3.2 : ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	26
3.3 : ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΜΟΡΦΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	30
4.1 : ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ (E-MAIL)	30
4.1.1 : Αποτελεσματική χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	32
4.2 : ΤΗΛΕΦΩΝΟ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΗΤΗ.....	33
4.2.1 : Γραπτά μηνύματα μέσω κινητού τηλεφώνου	34
4.2.2 : Προτάσεις για αποτελεσματική χρήση του τηλεφώνου.....	34
4.3 : ΆΜΕΣΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ (INSTANT MESSAGES IM).....	35
4.3.1 : Πρακτική χρήση στην επιχείρηση.....	35
4.4 : CLOUD COMPUTING – CLOUD COMMUNICATION	37
4.4.1 : Cloud computing	37
4.4.2 : Cloud communication	37
4.5 : ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ.....	38
4.6 : ΚΟΙΝΕΣ ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....	38
4.7 : ΜΕΤΑΔΟΣΗ ΦΩΝΗΣ ΜΕΣΩ INTERNET (VOIP).....	39
4.8 : ΑΣΥΡΜΑΤΟ ΔΙΚΤΥΟ.....	40
4.9 : ΤΗΛΕΡΓΑΣΙΑ	41
4.10 : ΜΗΧΑΝΗΜΑ ΤΗΛΕΟΜΟΙΟΥΤΥΠΙΑΣ.....	45
4.11 : ΤΗΛΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	45
4.11.1 : Πλεονεκτήματα της τηλεεκπαίδευσης.....	46
4.11.2 : Είδη τηλεεκπαίδευσης.....	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕΣΩ ΕΙΚΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΩΝ	48
5.1 : ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΗ	48
5.1.1 : Αποτελεσματική χρήση της τηλεδιάσκεψης.....	50
5.2 : ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΚΕΨΗ	50
5.2.1 : Συμβουλές για αποτελεσματική ηχοδιάσκεψη.....	51
5.3 ΔΙΑΣΚΕΨΗ ΜΕΣΩ INTERNET	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ	54

6.1 : ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	55
6.2 : ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	55
6.3 : Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ (ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ)	56
6.4 : ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	56
6.5 : ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ – ΚΛΙΜΑΚΕΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ	57
6.6 : ΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 : ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	59
7.1 : ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	59
7.2 : ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	92
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	96
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	99

Κεφάλαιο 1 : Εισαγωγή

Η επικοινωνία είναι μια απλή, η καθημερινή διαδικασία ανταλλαγής μηνυμάτων ή πληροφοριών ποικίλου περιεχομένου και ταυτόχρονα μια σύνθετη διαδικασία επιθυμητής μετάδοσης συναισθημάτων, σκέψεων, αντιλήψεων, πεποιθήσεων, στάσεων και ενδιαφερόντων με καθορισμένη δομή, συγκεκριμένο σκοπό και σαφές περιεχόμενο. Η επικοινωνία έχει δυναμικό και όχι στατικό χαρακτήρα. Υπακούει σε πολιτισμικά προκαθορισμένες συμπεριφορές τις οποίες όμως συχνά τροποποιεί με κριτήριο το βαθμό επιτυχίας των επικοινωνιακών στόχων που έχουν τεθεί. Η επικοινωνία είναι κατά βάση μια ελεύθερη και αβίαστη πράξη αλληλεπίδρασης, η αποτελεσματικότητα της οποίας εξαρτάτε από ποικίλους ανθρωπογενείς και περιβαλλοντικούς παράγοντες. Η επικοινωνία επηρεάζει όλα όσα συμβαίνουν ανάμεσα στους ανθρώπους. Αποτελεί θεμελιώδη προϋπόθεση της τεχνολογικής και πολιτισμικής ανάπτυξης, της δημιουργικότητας και της συνεύρεσης των ανθρώπων σε όλους ανεξαιρέτα τους τομείς. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι η επικοινωνία θα πρέπει να κατέχει κεντρική θέση στην θεωρία της οργάνωσης των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών, αφού όλα τα βασικά χαρακτηριστικά της (δομή, σκοπός κλπ.) καθορίζονται αποκλειστικά, από τις τεχνικές της επικοινωνίας.

Στην πράξη η επικοινωνία δεν αποτελεί μόνο στοιχείο της διοικήσεως, μέσω της επικοινωνίας γίνεται δυνατή η ανταλλαγή των συναισθημάτων, των διαθέσεων, των ιδεών και απόψεων, όμως επίσης μέσω της επικοινωνίας συνάπτονται συμφωνίες, καταρτίζονται προγράμματα, λαμβάνονται αποφάσεις και αναπτύσσεται η συμπεριφορά και η κοινωνική αλληλεπίδραση.

Επιπρόσθετα η επικοινωνία αποτελεί και βασικό στοιχείο της διοικήσεως κάθε επιχείρησης και υπηρεσίας και κατ' επέκταση αποτελεί το απαραίτητο πλέγμα μέσα στο οποίο συνδυάζονται και επιδρούν τα πρόσωπα με τις δραστηριότητες τους και επιτυγχάνεται τόσο ο συντονισμός όσο και η ικανοποίηση του προσωπικού κατά την επιδίωξη των αντικειμενικών σκοπών της επιχείρησης ή της υπηρεσίας. Παράλληλα επιτυγχάνεται ανάμεσα στις επιχειρήσεις ή στις υπηρεσίες η αναγκαία επαφή, μέσω των συστημάτων μεταφοράς πληροφοριών, ιδεών, διαθέσεων κλπ.

Τα τελευταία χρόνια αποτελεί κοινή διαπίστωση η παράλληλη πορεία εξέλιξης της επικοινωνίας και των θεωριών της ταυτόχρονα με την τεχνολογική πρόοδο. Οι τρόποι επικοινωνίας μεταξύ ανθρώπων, ομάδων και κοινωνιών εξελισσόταν σύμφωνα με τις κατά καιρούς κατακτήσεις του ανθρώπινου γένους. Κατά την διάρκεια των τελευταίων ετών η ραγδαία τεχνολογική πρόοδος παρουσίασε μεγάλη ανάπτυξη, ο κύκλος των πληροφοριών που επηρεάζουν με τον ένα ή με τον άλλο τρόπο τις ιδιωτικές επιχειρήσεις και τις δημόσιες υπηρεσίες έχουν διευρυνθεί σε τέτοιο βαθμό, ώστε να καθίσταται σχεδόν αδύνατη η διεξαγωγή του διοικητικού έργου, με τις παραδοσιακές καθιερωμένες μεθόδους και μέσα.

Σήμερα τα πιο αποτελεσματικά στελέχη είναι εκείνα που κατανοούν την ηλεκτρονική επικοινωνία και τη χρήση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας μέσα και έξω από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις και τις δημόσιες υπηρεσίες. Για να σχεδιάζει το στέλεχος και να συνεργάζονται οι εργαζόμενοι με επιτυχία πρέπει να έχουν την ικανότητα πλέον να χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική επικοινωνία και τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας αποτελεσματικά ώστε να μεταδίδουν το όραμα τους στην υπόλοιπη οργάνωση αλλά και στο έμμεσο περιβάλλον (πελάτες, προμηθευτές, ευρύτερο κοινωνικό σύνολο). Για να οργανώνει και να συνεργάζεται με επιτυχία, ο σύγχρονος εργαζόμενος οφείλει να επιτρέπει και να ενθαρρύνει την ελεύθερη ροή πληροφοριών προς όλες τις κατευθύνσεις. Για να καθοδηγεί και να καθοδηγείται με επιτυχία ο εργαζόμενος πρέπει να πληροφορεί και να πληροφορείται για τους οργανωσιακούς στόχους και να υπάρχει και ο τρόπος να δίνεται η ώθηση προς την επίτευξη τους. Τέλος για να ελέγχει με επιτυχία ο σύγχρονος εργαζόμενος πρέπει να επικοινωνεί και να δέχεται εκ νέου πληροφόρηση (ανατροφοδότηση) τόσο από το εσωτερικό περιβάλλον όσο και από το εξωτερικό έτσι ώστε να μπορεί να επαναπροσδιορίσει τους στόχους που έχει θέσει αλλά και να κάνει τροποποιήσεις σε διαδικασίες, προϊόντα και υπηρεσίες που προωθεί η επιχείρηση ή η υπηρεσία. Κατά συνέπεια παρατηρείται ιδιαίτερη έμφαση στην χρήση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας και των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας που βοηθούν τόσο την επίτευξη των στόχων όσο και στην ικανοποίηση των εργαζομένων σε θέματα ταχύτητας, ευκολίας και απλούστευσης της εργασίας.

Τα τελευταία είκοσι χρόνια έχουν παρατηρηθεί πολλές τεχνολογικές και δομικές αλλαγές στις επιχειρήσεις και στις υπηρεσίες σε παγκόσμιο επίπεδο αλλά και στον χώρο της Ελλάδας. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον που γίνεται διαρκώς και πιο

ανταγωνιστικό στον τομέα των επιχειρήσεων παράλληλα όλο και πιο απαιτητικό στον τομέα των υπηρεσιών, η εξέλιξη της ηλεκτρονικής επικοινωνίας αποτελεί το κέντρο του ενδιαφέροντος. Η ηλεκτρονική επικοινωνία παρέχει την δυνατότητα στις επιχειρήσεις και τις υπηρεσίες να ξεχωρίζουν αλλά παράλληλα να αυξάνουν και την ικανοποίηση που απολαμβάνουν τόσο οι καταναλωτές και οι εξυπηρετούμενοι όσο και οι εργαζόμενοι.

Στην συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία επιδιώκεται η καταγραφή του βαθμού στον οποίο οι Ελληνικές ιδιωτικές επιχειρήσεις και δημόσιες υπηρεσίες έχουν αντιληφθεί την αναγκαιότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας τόσο για την επίτευξη των στρατηγικών τους στόχων όσο και για την δημιουργία και την διασφάλιση ενός ιδανικού εργασιακού περιβάλλοντος. Ειδικότερα η προσπάθεια έχει ως στόχο να καταγράψει την ανάπτυξη και την αναγκαιότητα της χρήσης της ηλεκτρονικής επικοινωνίας και τα μέσα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας, που χρησιμοποιούν οι ιδιωτικές επιχειρήσεις και οι δημόσιες υπηρεσίες, προκειμένου να επικοινωνούν μεταξύ τους, τόσο σε καθαρά εταιρικό επίπεδο και επίπεδο υπηρεσίας όσο και σε σχέση με το εξωτερικό περιβάλλον τους.

Η πτυχιακή που παρουσιάζεται στην συνέχεια αποτελείται από δύο μέρη. Το πρώτο περιλαμβάνει την θεωρητική προσέγγιση του θέματος ενώ το δεύτερο την πρακτική προσέγγιση-έρευνα.

Αρχικά στο πρώτο μέρος εξετάζεται η έννοια της επικοινωνίας, η σπουδαιότητα και οι σκοποί της επικοινωνίας. Έπειτα εξετάζεται η έννοια της ψηφιακής επικοινωνίας και οι επιδράσεις της τεχνολογίας των πληροφοριών στην επικοινωνία. Στην συνέχεια γίνεται καταγραφή και περιγραφή των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας και της επικοινωνίας μέσω εικονικών συναντήσεων.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας παρουσιάζεται η έρευνα που έγινε σε δύο επιλεγμένες ιδιωτικές επιχειρήσεις και δύο δημόσιες υπηρεσίες με σκοπό να διερευνηθεί, η συχνότητα της χρήσης της ηλεκτρονικής επικοινωνίας και η αναγκαιότητα αυτής, καθώς και το κατά πόσο έχουν λάβει σοβαρά την έννοια της ηλεκτρονικής επικοινωνίας και των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας στην καθημερινή τους λειτουργία.

Κεφάλαιο 2 : Εισαγωγή στην επικοινωνία

Ο κάθε άνθρωπος αποτελεί και μία ξεχωριστή οντότητα, με τα δικά του χαρακτηριστικά όσον αφορά τον τρόπο επικοινωνίας του με τους άλλους. Ο κάθε ένας θέτει τις δικές του προτεραιότητες στην επικοινωνιακή του συμπεριφορά, τις δικές του αξίες και τις δικές του επιδιώξεις. Πολύ σημαντικό ρόλο λοιπόν παίζουν οι προσωπικές του εμπειρίες αλλά και η ηλικία του. Με την πάροδο του χρόνου, ο τρόπος τόσο της κωδικοποίησης και της αποκωδικοποίησης του μηνύματος, όσο και η αντιμετώπιση του ίδιου του μηνύματος αλλάζει αισθητά (Griffin, 2009)

«Επικοινωνία» σημαίνει την ανταλλαγή «εννοιών» μεταξύ δύο ατόμων διαμέσου ενός κοινού συστήματος «συμβόλων» (Taylor, 2005, DeVito, 2006). Με άλλα λόγια, οι σχέσεις μεταξύ των ατόμων περιλαμβάνουν ανταλλαγή «εννοιών» (Miller, 2005) και επομένως, σχέσεις μεταξύ ατόμων δεν είναι δυνατών να υπάρξουν χωρίς την «επικοινωνία» αυτών (Πιπερόπουλος, 1996).

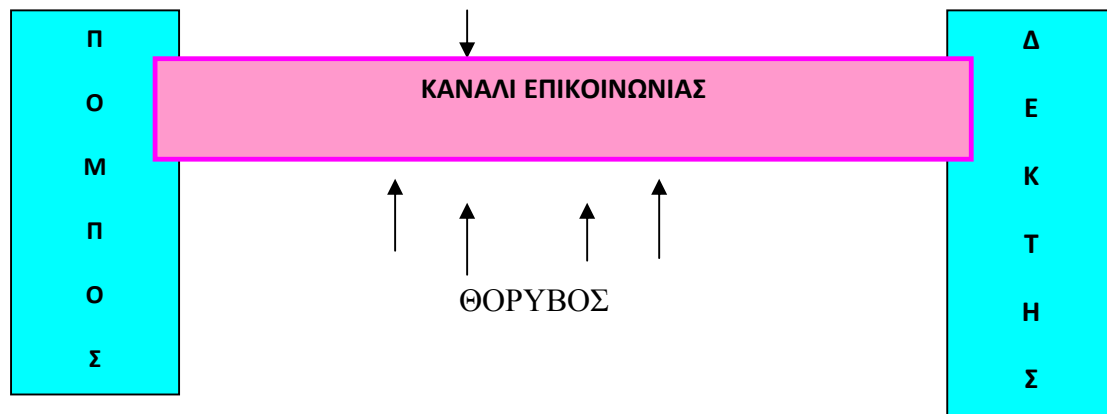
2.1 : Οι διαδικασίες της επικοινωνίας

Μιλώντας για επικοινωνία, θέτουμε ως προϋπόθεση την ύπαρξη ενός πομπού, ενός παραλήπτη και ενός καναλιού του μηνύματος. Ο πομπός και ο παραλήπτης του μηνύματος δεν είναι άλλος από τον άνθρωπο. Όσον αφορά το μέσο που θα χρησιμοποιηθεί, η επιλογή του αφορά περισσότερο τον αποστολέα ή πομπό παρά τον παραλήπτη. Βέβαια, ο αποστολέας πρέπει να είναι σίγουρος για την επιτυχή αποκωδικοποίηση του μηνύματος από τον αποδέκτη.

Σχετικά με την διαδικασία η οποία θα ακολουθηθεί για την αποστολή και λήψη του μηνύματος, θα μπορούσαμε να την παρομοιάσουμε με μία αλυσίδα. Όπως οι διαφορετικοί κρίκοι μιας αλυσίδας είναι αλληλένδετα συνδεδεμένοι μεταξύ τους, έτσι και η διαδικασία της επικοινωνίας αποτελείται από διάφορες φάσεις οι οποίες

είναι άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους επηρεάζοντας άμεσα η μία την έκβαση της άλλης.

Σχήμα 1: Η διαδικασία της επικοινωνίας:



Σχήμα 2: Ροή της διαδικασίας επικοινωνίας



Είναι απαραίτητο να μιλήσουμε λίγο διεξοδικότερα για τις διαφορετικές αυτές φάσεις της διαδικασίας της επικοινωνίας. Σύμφωνα με το παραπάνω σχεδιάγραμμα (Σχήμα2), βλέπουμε ξεκάθαρα την πορεία που ακολουθεί το μήνυμα από την αποστολή του μέχρι την παραλαβή του. Πριν προχωρήσουμε στην επιμέρους ανάλυση του σχήματος, θα πρέπει να αναφερθούμε λεπτομερώς στην αρχική φάση της σύλληψης και της μορφοποίησης του μηνύματος. (Griffin, 2009).

2.1.1 : Σύλληψη της ιδέας και κωδικοποίηση του μηνύματος

Ο ανθρώπινος νους έχει την ιδιότητα και την ικανότητα να συλλαμβάνει ερεθίσματα τα οποία και ταξινομεί σε μία ή περισσότερες ιδέες. Η αντίληψη αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα χαρίσματα του ατόμου. Είναι σε θέση να συλλέξει άπειρες πληροφορίες από τα στοιχεία που τον περιβάλλουν και ανάλογα με τις εμπειρίες του και τις σταθερές που του θέτουν εξωτερικοί παράγοντες όπως η κοινωνική του θέση, η καταγωγή του, το φύλλο του, κλπ., να τα ταξινομεί, να τα ερμηνεύει και το κυριότερο να τα προωθεί με τη μορφή μηνύματος.

Ένας άλλος παράγοντας, εξίσου σημαντικός, όσον αφορά την ταξινόμηση των ερεθισμάτων είναι οι προσωπικές προτεραιότητες που θέτει ο καθένας μας και κυρίως οι ανάγκες μας. Αυτή είναι και η άποψη των περισσότερων ψυχολόγων, ότι δηλαδή η αντίληψη του καθενός είναι αλληλένδετη των αναγκών του, εξ' ου και το γεγονός ότι ο καθένας μας μπορεί να αντιλαμβάνεται διαφορετικές καταστάσεις ή τις ίδιες αλλά με διαφορετικό τρόπο. (Leavitt, 1972)

Όλες αυτές οι πληροφορίες, οι αποθηκευμένες και ταξινομημένες κατά ιδέες, είναι τα συστατικά για την νοητική σύνταξη του μηνύματος προς αποστολή.

Από τη στιγμή που γίνεται η επιλογή αποστολής μηνύματος, ο αποστολέας οφείλει να περάσει στη φάση κωδικοποίησης του μηνύματος. Πρέπει να κάνει δηλαδή μία σωστή επιλογή των συμβόλων τα οποία θα χρησιμοποιήσει προκειμένου δώσει τη σωστή μορφή στο μήνυμα. Μιλώντας για μία σωστή μορφή, εννοούμε μία μορφή τέτοια η οποία να είναι εύκολα μεταδόσιμη και αποκωδικοποιήσιμη από τον παραλήπτη του μηνύματος. Κατ' αυτόν τον τρόπο, η επικοινωνία θεωρείται επιτυχής.

Η γλώσσα παίζει τον σημαντικότερο ρόλο στην ορθή και έγκυρη κωδικοποίηση μίας ιδέας. Αν πάλι το μήνυμα συνοδεύεται και από άλλα

επικοινωνιακά μέσα, όπως είναι οι χειρονομίες, οι κινήσεις ή ακόμα και η εμφάνιση, τότε το ποσοστό της πλήρους κατανόησης από τον παραλήπτη είναι πολύ σημαντικό.

Εφόσον η κατανόηση του μηνύματος από τον παραλήπτη είναι το βασικό χαρακτηριστικό της σωστής επικοινωνίας, είναι απόλυτα κατανοητό το γεγονός ότι ο πομπός κωδικοποιεί το μήνυμά του κυρίως βάσει της ικανότητας αποκωδικοποίησης του παραλήπτη.

Η γλώσσα, εκτός από το κύριο μέσο επικοινωνίας μεταξύ των ατόμων, μπορεί να αποτελέσει και ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα αποκωδικοποίησης. Δεν έχει ιδιαίτερη σημασία το γεγονός ότι ο πομπός και ο δέκτης μπορεί να μιλάνε την ίδια γλώσσα. Οι διαφορετικές διάλεκτοι, το διαφορετικό επίπεδο καλλιέργειας και μόρφωσης μπορούν να συντελέσουν ενεργά στην λανθασμένη έννοια η οποία μπορεί να προσδοθεί σε μία λέξη. Στην περίπτωση αυτή φυσικά πρόκειται για μία ανολοκλήρωτη διαδικασία επικοινωνίας μεταξύ των ατόμων αυτών. Εξ' ου και η σημασία προσδιορισμού του παραλήπτη πριν την κωδικοποίηση του μηνύματος.

2.1.2 : Η μετάδοση του μηνύματος

Από την στιγμή που έχει ολοκληρωθεί η κωδικοποίηση του μηνύματος από τον αποστολέα του και πριν φτάσει στον αποδέκτη του, περνάει από την φάση μετάδοσης. Η φάση αυτή είναι μία από τις σημαντικότερες γιατί, όσο επιτυχής και αν είναι η κωδικοποίηση, αν η μετάδοση του μηνύματος δεν ολοκληρωθεί – απόλυτα ή και μερικά - τότε υφίσταται πάλι το πρόβλημα της μη ολοκλήρωσης της διαδικασίας της επικοινωνίας.

Η μετάδοση του μηνύματος πραγματοποιείται μέσα από τα λεγόμενα κανάλια επικοινωνίας (Σχήμα 1). Μπορούν να πάρουν πολλές μορφές. Εάν η επικοινωνία είναι μηχανική, παραδείγματος χάρη, τότε τα κανάλια είναι τα καλώδια των τηλεπικοινωνιών. Αν πάλι δεν έχει μηχανική μορφή, μπορεί να είναι και ο ίδιος ο αέρας.

Όσον αφορά την γλωσσική επικοινωνία, το κανάλι είναι η ανθρώπινη φωνή. Μπορεί επίσης να υπάρξει και συνδυασμός των καναλιών – παραδείγματος χάρη η τηλεφωνική επικοινωνία όπου αφ' ενός ένα πρώτο κανάλι είναι τα τηλεφωνικά καλώδια, από την άλλη όμως εξίσου σημαντικό κανάλι είναι και η ανθρώπινη φωνή.

2.1.3 : Αποκωδικοποίηση

Η τελευταία αναγκαία και απαραίτητη φάση στη διαδικασία της επικοινωνίας είναι η αποκωδικοποίηση του μηνύματος από τον παραλήπτη. Μιλώντας για αποκωδικοποίηση, εννοούμε την ερμηνεία του μηνύματος. Τα σύμβολα δηλαδή τα οποία και επέλεξε ο πομπός για την κωδικοποίηση του μηνύματος, φτάνουν στον εγκέφαλο του δέκτη και ερμηνεύονται σύμφωνα με τις προσωπικές του εμπειρίες και δυνατότητες.

Μία επικοινωνία, προκειμένου να θεωρηθεί επιτυχής, πρέπει το αποκωδικοποιημένο μήνυμα να προσεγγίζει και αν είναι δυνατόν να ταυτίζεται με τα δεδομένα που είχε επιλέξει ο αποστολέας. Στην περίπτωση που τελικά το αποτέλεσμα της αποκωδικοποίησης δεν προσεγγίζει το αρχικά απεσταλμένο μήνυμα, τότε η επικοινωνία δεν είναι απόλυτα επιτυχής εφόσον το ερμηνευμένο μήνυμα έχει πολλά στοιχεία των χαρακτηριστικών του παραλήπτη και όχι του αποστολέα. Πρόκειται λοιπόν για στοιχεία τα οποία θα έπρεπε να είχε αποφύγει ο πομπός.

Ένας σημαντικός παράγοντας ο οποίος επηρεάζει την αντίληψη του λήπτη είναι και το είδος του μηνύματος. Παίζει σημαντικό ρόλο αν το μήνυμα έχει τα χαρακτηριστικά όχι μόνο του αποδέκτη αλλά και της κοινωνικής, επαγγελματικής ή άλλης ομάδας στην οποία αυτός ανήκει.

Οφείλουμε να σημειώσουμε το γεγονός, όσον αφορά τις διαφορετικές ομάδες ατόμων, ότι είτε οι διαφορές τους έγκειται σε κοινωνικό, είτε σε επαγγελματικό επίπεδο, διαθέτουν τις περισσότερες φορές μια δική τους διάλεκτο θα έλεγε κανείς. Πρόκειται για ένα σύνολο λέξεων και εκφράσεων οι οποίες αποκτούν ένα νόημα διαφορετικό από αυτό το οποίο καταλαβαίνει κάποιος ο οποίος είναι εκτός.

Τέτοια είναι η περίπτωση, παραδείγματος χάριν, ενός μεγάλου αθλητικού κέντρου. Ο αποστολέας καλείται να κωδικοποιήσει ένα μήνυμα το οποίο θα απευθύνεται σε έναν μεγάλο αριθμό παραληπτών. Πρέπει λοιπόν να φροντίσει ώστε η αποκωδικοποίηση να μπορεί να γίνει με κάποιες κοινές σταθερές αποκωδικοποίησης και επικοινωνίας που ανήκουν στα διαφορετικά μέλη των διαφορετικών ομάδων των δεκτών.

Υπάρχει βέβαια, η δυνατότητα, ο λήπτης να απαντήσει στον αποστολέα και οι όροι να αντιστραφούν. Το γεγονός ότι ο λήπτης απαντά στον αποστολέα, είναι ένας καλός τρόπος για τον τελευταίο να σφυγμομετρήσει, θα λέγαμε, το επίπεδο ευκολίας

κατανόησης και αποκωδικοποίησης του μηνύματος. Αυτή η δυνατότητα, δηλαδή να μπορεί ο αποστολέας να αλλάζει θέση με τον λήπτη, είναι η λεγόμενη αμφίδρομη επικοινωνία.

2.2 : Μονόδρομη επικοινωνία

Όπως αναφέραμε και παραπάνω, υπάρχει περίπτωση η επικοινωνία να είναι ατελής για κάποιο λόγο. Η επικοινωνία λοιπόν η οποία δεν έχει ολοκληρωθεί ή ακόμα και αυτή όπου ο αποστολέας δεν περιμένει κάποια απάντηση από τον δέκτη, είναι η λεγόμενη μονόδρομη επικοινωνία. Είναι η περίπτωση όπου ο αποδέκτης του μηνύματος έχει ρόλο παθητικό και όχι ενεργό όπως συμβαίνει στην περίπτωση μίας αμφίδρομης επικοινωνίας.

Μετά την αποκωδικοποίηση δεν μπαίνει στην διαδικασία απάντησης του μηνύματος. Παθητικός είναι παραδείγματος χάριν, ο τηλεπαρουσιαστής ο οποίος περνάει ένα μήνυμα στον θεατή. Ο θεατής από την πλευρά του είναι ο δέκτης χωρίς βέβαια να αναμένεται να δώσει κάποια απάντηση.

Εκτός του ότι δεν τίθεται θέμα απάντησης, υπάρχει και ένα άλλο ιδιαίτερα σημαντικό ζήτημα. Ορίσαμε παραπάνω, ως ένα μέρος της διαδικασίας της κωδικοποίησης την συλλογή στοιχείων των δυνατοτήτων του λήπτη στο να αποκωδικοποιήσει το μήνυμα (η κοινωνική του θέση, το επάγγελμά του, κλπ). Ο τηλεπαρουσιαστής απευθύνεται όμως σε ένα μη συγκεκριμένο σύνολο ανθρώπων. Δεν γνωρίζει τον ακριβή αριθμό τους και βέβαια δεν είναι σε θέση να γνωρίζει τα ιδιαίτερα στοιχεία του κάθε ατόμου ξεχωριστά προκειμένου να επιλέξει τους τρόπους κωδικοποίησης του μηνύματος οι οποίοι απευθύνονται στο σύνολο του ακροατηρίου του.

Στην μονόδρομη επικοινωνία (One Way Communication), δεν υφίσταται αντιστροφή ρόλων μεταξύ πομπού και δέκτη. Τελικά, ο ρόλος του αποδέκτη είναι αυτός ο οποίος καθορίζει το είδος της επικοινωνίας. Εάν ο παραλήπτης του μηνύματος είναι παθητικός τότε έχουμε μονόδρομη επικοινωνία. Εάν πάλι είναι ενεργός, τότε μιλάμε για αμφίδρομη επικοινωνία.

2.3 : Εμπόδια στην επικοινωνία

Τα εμπόδια στην επικοινωνία είναι οι λεγόμενοι θόρυβοι (Σχήμα 1) οι οποίοι παρεμβαίνουν τόσο στην αποστολή όσο και στη λήψη και αποκωδικοποίηση του μηνύματος. Οι θόρυβοι μπορεί να προέρχονται από εξωτερικά αίτια ή από αίτια εσωτερικά της διαδικασίας της επικοινωνίας.

Τα εξωτερικά αίτια είναι ο λεγόμενος μηχανολογικός θόρυβος. Πρόκειται για φυσικά αίτια τα οποία εμποδίζουν την σωστή και ολοκληρωμένη μετάδοση του μηνύματος: παραδείγματος χάριν ο θόρυβος από ένα διερχόμενο αυτοκίνητο ή κάποιο πρόβλημα στις τηλεπικοινωνίες, κλπ.

Όσον αφορά τα αίτια εσωτερικής διαδικασίας, τον λεγόμενο και εννοιολογικό θόρυβο, αυτός προέρχεται από τις διαφορετικές έννοιες που προσδίδει ο παραλήπτης στις λέξεις οι οποίες αποτελούν το μήνυμα. Η λέξη «αγάπη» παραδείγματος χάριν, επιδέχεται διαφορετικές ερμηνείες ανάλογα με τον τύπο του αποδέκτη. Δηλαδή, η ερμηνεία του μηνύματος είναι άρρηκτα συνδεδεμένη, όπως προαναφέραμε, με τις ιδέες, τις εμπειρίες, τις ανάγκες και γενικότερα την αντίληψη κάποιου. Πρόκειται για τα λεγόμενα ψυχολογικό-κοινωνικά εμπόδια τα οποία, οφείλουμε να τονίσουμε ακόμα μία φορά, διαφέρουν από άτομο σε άτομο. (Griffin, 2009)

2.4 : Έννοια και χαρακτήρας της επικοινωνίας στον εργασιακό χώρο

Στην επιχειρησιακή πρακτική, η επικοινωνία έχει να κάνει με την αμφίδρομη πληροφόρηση μεταξύ των διαφόρων επιπέδων Διοίκησης. Η ηγεσία της επιχείρησης μέσω αυτής, επιδιώκει τη μεταφορά και αφομοίωση των στόχων και των επιδιώξεών της στους συνεργάτες τους στα διάφορα επίπεδα διοίκησης, εντός και εκτός της επιχείρησης. Είναι γεγονός ότι εάν ο εργαζόμενος δεν κατανοήσει τους στόχους της επιχείρησης, και δεν τους αποδεχτεί, δε θα αφοσιωθεί στην υλοποίησή τους.

Όλοι οι εργαζόμενοι που αντιδρούν στα ερεθίσματα του περιβάλλοντος παρουσιάζουν κάποιο είδος συμπεριφοράς. Οι εργαζόμενοι αμοιβαία επιδρούν και αυτή η αλληλεπίδραση περιέχει κάποιο μήνυμα, το οποίο μπορεί να επηρεάσει και

τους υπόλοιπους, οι οποίοι με τη σειρά τους απαντούν σε αυτό το μήνυμα ως αποδέκτες του ή ως αρνητές του και έτσι επικοινωνούν μεταξύ τους.

Οι προσπάθειες να δοθεί ένας *ορισμός της επικοινωνίας* με καθολική χρήση έχουν προσκρούσει στην πολύμορφη φύση της. Κατά καιρούς δόθηκαν πολλοί ορισμοί στην έννοια της επικοινωνίας. Ένας σύντομος και περιεκτικός είναι αυτός που δόθηκε από τους Katz και Kahn, που αναφέρει ότι «...επικοινωνία είναι η ανταλλαγή πληροφοριών και η μετάδοση νοημάτων». (Katz D. and Kahn R., 1978)

Ο Merrihue ορίζει την έννοια της επικοινωνίας ως «την οποιαδήποτε αρχική συμπεριφορά από τη μεριά του αποστολέα, η οποία μεταφέρει το επιθυμητό μήνυμα στον αποδέκτη. Αυτό με τη σειρά του προκαλεί ως αντίδραση στον αποδέκτη την επιθυμητή συμπεριφορά». (Merrihue, 1960) Ο Davis ορίζει την επικοινωνία ως «τη διαδικασία της μεταβίβασης πληροφοριών από ένα άτομο σε άλλο και κατανόησής τους από ένα δεύτερο». (Davis, 1990)

Επικοινωνία (Παζαρτζή, 2005) είναι η διαδικασία κατά την οποία πραγματοποιείται ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των ατόμων μέσα σε ένα σύστημα συμβόλων (ως σύμβολο μπορεί να νοηθεί οποιασδήποτε μορφής αποτέλεσμα εκ μέρους ενός «δέκτη» σε συμπεριφορά που προέρχεται από έναν «πομπό», η οποία ενέχει τη συνδιάλεξη, την ομιλία, την ανταλλαγή ιδεών και απόψεων, την έκφραση συναισθημάτων, την αντίδραση σε εξωτερικό ερέθισμα). Στην επιστήμη του Management επικοινωνία θεωρείται η ανταλλαγή πληροφοριών, σκέψεων, ιδεών ή συναισθημάτων μεταξύ δύο ή και περισσότερων ατόμων, με απώτερο σκοπό την επίτευξη ενός στόχου ή αποτελέσματος.

Επικοινωνία είναι η διαδικασία δημιουργίας, μετάδοσης ερμηνείας και αξιοποίησης μηνυμάτων / πληροφοριών. Η επικοινωνία μπορεί να διεξάγεται πρόσωπο με πρόσωπο όπως συμβαίνει όταν ένας προϊστάμενος λέει στον υφιστάμενό του τι πρέπει να κάνει, ή μπορεί να διενεργείται γραπτώς, όπως όταν δίνονται στοιχεία-δεδομένα πληροφορίες αναφορές και οδηγίες για εκτέλεση – συνέχιση εργασιών. Προϋποθέτει δύο άτομα, τον αποστολέα και τον αποδέκτη, και θα πρέπει να υπάρχει και να μεταφέρεται με αυτήν ένα νόημα. Οι κινήσεις του σώματος, οι εκφράσεις του προσώπου, οι αποχρώσεις της φωνής και η ομιλία μεταφέρουν πληροφορίες που έχουν νόημα και η επικοινωνία δεν έχει εφαρμογή, εκτός αν ο αποδέκτης κατανοεί ακριβώς την πληροφορία που του μεταδόθηκε.

2.5 : Μορφές της επικοινωνίας στον εργασιακό χώρο

Οι μορφές της επικοινωνίας στον εργασιακό χώρο επιλέγονται ανάλογα με την περίπτωση. Εμπιστευτικά θέματα, παραδείγματος χάρη, συζητούνται προφορικά πρόσωπο με πρόσωπο ή υποβάλλονται σε γραπτή μορφή με την ένδειξη εμπιστευτικό ή προσωπικό ή απόρρητο. Ανάλογα επομένως με τον τρόπο που μεταφέρεται το μήνυμα από την πηγή στο δέκτη, η επικοινωνία αποκτά συγκεκριμένη μορφή.

Μορφές επικοινωνίας, με τη σειρά που χρησιμοποιήθηκαν από τον άνθρωπο είναι:

- **Η μη λεκτική**, η οποία περιλαμβάνει κινήσεις των χεριών, εκφράσεις του προσώπου και των ματιών, στάσεις του σώματος κ.λπ.
- **Προφορική μορφή**, είναι αυτή κατά την οποία γίνεται συζήτηση ή διάλογος μεταξύ της πηγής και του δέκτη του μηνύματος. Παραδείγματα αποτελούν οι διαλέξεις, οι συνεντεύξεις οι ομιλίες κ.λπ.
- **Γραπτή μορφή**, κατά την οποία το μήνυμα μεταφέρεται από την πηγή στο δέκτη με τη χρησιμοποίηση του τύπου. Παραδείγματα αποτελούν οι επιστολές, οι αναφορές, οι εισηγήσεις, τα ενημερωτικά σημειώματα κ.λπ.
- **Οπτική μορφή** αποτελούν οι εικόνες, τα σύμβολα, οι φωτογραφίες, οι διαφάνειες, τα χρώματα, το πακετάρισμα των προϊόντων κ.λπ.
- **Ακουστική μορφή** κατά την οποία το μήνυμα μεταφέρεται στο δέκτη μόνο δια της ακοής του. Παραδείγματα αποτελούν η επικοινωνία με το τηλέφωνο, το άκουσμα του ραδιόφωνα και γενικά το άκουσμα κάποιου ήχου, φωνής, ομιλίας ή τραγουδιού, χωρίς να βλέπουμε την πηγή του μηνύματος.
- **Οπτικοακουστική μορφή** είναι ο συνδυασμός της προφορικής και γραπτής μορφής. Παραδείγματα της μορφής αυτής αποτελούν η τηλεόραση, ο κινηματογράφος, το video το DVD κ.λπ.
- **Ηλεκτρονική μορφή**, η οποία προέκυψε με την χρησιμοποίηση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας. Η ολοένα αυξανόμενη χρησιμοποίηση των computers από τα άτομα και τις επιχειρήσεις και οι σύγχρονες τηλεπικοινωνίες φέρνουν αλλαγές στον τρόπο και στα μέσα επικοινωνίας, στον τρόπο ζωής μας και στη άσκηση της επιχειρηματικής, εμπορικής και υπηρεσιακής δραστηριότητας (Bulkeley, 1992). Η τεχνολογία των computer

είναι η τεχνολογία της σύνδεσης των δικτύων. Το P.C. είναι ένα ουσιαστικό εργαλείο στην καθημερινή ζωή των ατόμων των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών, ανεξάρτητα από το μέγεθος τους. Η αμφίδρομη τηλεόραση είναι επίσης στην ίδια κατεύθυνση. Από τις ενδείξεις οι οποίες υπάρχουν οι παραπάνω τεχνολογίες παίζουν σπουδαίο ρόλο στο marketing και στην διαφήμιση. Τα P.C. ελευθερώνουν τη δημιουργικότητα των χρηστών τους με το πάτημα ενός κουμπιού και φέρνουν σε επικοινωνία χρήστες από όλο τον κόσμο (Αβούρης, 2000). Οι διαδυκτιακές υπηρεσίες, οι οποίες βασίζονται στους εξοπλισμένους με modem υπολογιστές, φέρνουν σε επικοινωνία γρήγορα και εύκολα τους χρήστες τους, με την βοήθεια των διάφορων ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας που έχουν αναπτυχθεί και έχουν ως βάση τους, τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Το ίντερνετ είναι ένα δίκτυο από δίκτυα, το οποίο συνδέει μεταξύ τους κρατικές υπηρεσίες, οργανισμούς, επιχειρήσεις και μεμονωμένα άτομα. Το 1980 ξεκίνησε με ελάχιστα συνδεδεμένα δίκτυα για να φθάσει σήμερα σε ένα μεγάλο και διαρκώς αυξανόμενο αριθμό από αυτά. Ουσιαστικά σήμερα μπορούμε να πούμε ότι οι ταχύτερες εξελίξεις στην επικοινωνία, επηρεάζονται από έναν αγώνα ταχύτητας μεταξύ των διαφορετικών τεχνολογιών, εκείνης των υπολογιστών και της αντίστοιχης της τηλεόρασης. Αγώνας ο οποίος υποστηρίζεται και επηρεάζεται από τις εταιρείες και την τεχνολογία τους.

2.6 : Σημασία και σπουδαιότητα της επικοινωνίας στον οργανισμό η επιχείρηση

Η σημασία που προσδίδουν στην επικοινωνία διάφοροι θεωρητικοί της οργανωτικής συμπεριφοράς είναι ανάλογη με τη γενικότερη τοποθέτησή τους σε θέματα δομής – διαδικασιών και λειτουργίας των οργανισμών και επιχειρήσεων.

Στη σύγχρονη ψυχοκοινωνική θεωρία έχει επικρατήσει η άποψη ότι η επικοινωνία είναι σημαντική σε επιχειρήσεις και οργανισμούς που αντιμετωπίζουν αβεβαιότητα, είναι πολυσύνθετοι και έχουν υψηλή τεχνολογία που δεν επιτρέπει λειτουργίες ρουτίνας. Τόσο οι εξωτερικές, όσο και οι εσωτερικές πραγματικότητες που αντιμετωπίζει μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός υπαγορεύουν και τη σημασία που θα έχει γι' αυτόν η επικοινωνία. Αναμφίβολα όσο περισσότερη έμφαση δίνεται

στον παράγοντα άνθρωπο και στις ιδέες από μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό τόσο περισσότερη σημασία θα έχει εκεί και το θέμα της επικοινωνίας.

Ο Harold Wilensky υποστηρίζει ότι υπάρχουν τέσσερις παράγοντες, που καθορίζουν το επίπεδο σημασίας που έχει η επικοινωνία ή η πληροφόρηση για μια οργάνωση, και συγκεκριμένα:

- Ο βαθμός της σύγκρουσης ή του ανταγωνισμού με το εξωτερικό περιβάλλον και η σχέση της οργάνωσης με την Κεντρική Εξουσία.
- Ο βαθμός εξάρτησης από την εσωτερική υποστήριξη και ενότητα.
- Ο βαθμός στον οποίο οι εσωτερικές λειτουργίες και οι απαιτήσεις του εξωτερικού περιβάλλοντος λογοκρατούνται, δηλαδή χαρακτηρίζονται από προβλεπόμενη ομοιομορφία και μπορεί να υποβληθούν σε προγραμματισμένη επίδραση.
- Το μέγεθος και η δομή της οργάνωσης, η ετερογένεια των μελών της, η ποικιλία των στόχων της και η κεντρικότητα της εξουσίας.

Οι οργανισμοί λειτουργούν μέσα από τη συλλογική δράση των ανθρώπων. Ωστόσο, κάθε άτομο ξεχωριστά είναι ικανό να αναλάβει ανεξάρτητη δράση που μπορεί να μην είναι σύμφωνη με την πολιτική ή τις οδηγίες της οργάνωσης στην οποία ανήκει ή μπορεί να μην αναφέρει σωστά, στα άτομα που πρέπει να γνωρίζουν σχετικά με το συγκεκριμένο ζήτημα. Η καλή επικοινωνία είναι αυτή που συμβάλει στην επίτευξη συντονισμένων ενεργειών δράσης.

Οι οργανισμοί υπόκεινται στην επίδραση μιας αδιάκοπης αλλαγής η οποία επηρεάζει την εργασία των ανθρώπων, την απόδοση και την ασφάλειά τους. Η αλλαγή μπορεί να αντιμετωπιστεί μόνο αν διασφαλιστεί ότι τα αίτια που την προκαλούν (αλλά και οι επιπτώσεις της) όχι μόνο θα γίνουν γνωστά σε εκείνους που επηρεάζονται από αυτή, αλλά επίσης θα κατανοηθούν και θα γίνουν αποδεκτά. Τα άτομα παρακινούνται, μεταξύ άλλων, από το σύστημα οικονομικών ανταμοιβών, αλλά και από τις «εσωτερικές» αμοιβές που προέρχονται από την ίδια την εργασία τους. Ωστόσο, ο βαθμός στον οποίο παρακινούνται, εξαρτάται από το μέγεθος της ευθύνης και τα περιθώρια επιτεύξεων που τους δίνει η θέση εργασίας τους, αλλά και από την προσδοκία ότι η αμοιβή τους θα είναι εκείνη που επιθυμούν και θα προέλθει από τις προσπάθειες που καταβάλλουν. Τα συναισθήματα για την εργασία και τις

συνδεδεμένες με αυτήν αμοιβές, εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την επικοινωνία με τον προϊστάμενο, αλλά και με άλλες διευθύνσεις, μέσα στην εταιρεία.

Πάνω απ' όλα, οι καλές αμφίδρομες επικοινωνίες είναι απαραίτητες, γιατί μόνο έτσι μπορεί η διοίκηση να έχει εργαζόμενους που να είναι ενημερωμένοι για τις πολιτικές και τα σχέδια που τους επηρεάζουν. Και ταυτόχρονα, χάρη στις επικοινωνίες αυτές, οι εργαζόμενοι μπορούν να μεταβιβάζουν αμέσως τις απόψεις τους για τις προτάσεις της διοίκησης και τις δραστηριότητες της εταιρίας. Η αλλαγή δε μπορεί να αντιμετωπιστεί σωστά, αν δεν κατανοηθούν σωστά τα συναισθήματα και οι αντιδράσεις εκείνων που επηρεάζονται από αυτήν. Αναγκαία προϋπόθεση για να κατανοηθούν και να επηρεαστούν αυτά τα συναισθήματα και οι αντιδράσεις είναι η ύπαρξη ενός αποδοτικού συστήματος επικοινωνίας.

Ωστόσο, η έκταση στην οποία οι καλές επικοινωνίες δημιουργούν ικανοποιητικές σχέσεις αντί να μετριάζουν απλώς τις μη ικανοποιητικές, μπορεί να διευρυνθεί. Χαρακτηριστικό γνώρισμα των διοικητικών πρακτικών, είναι ο τρόπος με τον οποίο εμφανίστηκαν διάφορες θεωρίες για τη διοίκηση, που άσκησαν επιρροή για κάποιο χρονικό διάστημα για να αρχίσουν κατόπιν να παρακμάζουν. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνεται και η διοικητική θεωρία της «καλής επικοινωνίας». Η μέθοδος αυτής της προσέγγισης, βασίζεται στις ακόλουθες παραδοχές:

- Οι ανάγκες και οι σκοποί τόσο των εργαζομένων όσο και της διοίκησης είναι, σε μακροχρόνια περίοδο, οι ίδιοι για κάθε οργάνωση. Οι ιδέες και οι στόχοι των μάντζερς και των υπαλλήλων μπορούν να συνταιριαστούν σε ένα ενιαίο εννοιολογικό πλαίσιο.
- Οι όποιες διαφορές γνώμης, μεταξύ διοίκησης και εργαζομένων, είναι αποτέλεσμα παρανοήσεων που οφείλονται στο γεγονός ότι η μεταξύ τους επικοινωνία δεν είναι καλή.
- Η λύση του προβλήματος της εργασιακής διαμάχης βρίσκεται στη βελτίωση των επικοινωνιών.

Η θεωρία αυτή έχει κάποια βασιμότητα αλλά το αδύνατο σημείο της είναι η γενικότητα των παραδοχών της – ιδίως της παραδοχής ότι οι τελικοί στόχοι και της διοίκησης και των εργαζομένων είναι κατ' ανάγκη ταυτόσημοι. Τα εμπειρικά δεδομένα από χώρες με μεγάλη εμπειρία βιομηχανικής δημοκρατίας, υποδηλώνουν ότι οι εκπρόσωποι των εργαζομένων που μετέχουν στο Διοικητικό Συμβούλιο μιας

εταιρείας, ενδιαφέρονται κυρίως για τις αμοιβές και τις συνθήκες εργασίας και δεν ενδιαφέρονται τόσο για άλλες πλευρές των εργασιών της εταιρείας τους.

Η θεωρία της «καλής επικοινωνίας» υποστηρίζει ότι μια εταιρεία μπορεί να καλλιεργήσει στους ανθρώπους της ένα πνεύμα αφοσίωσης, διατηρώντας τους καλά πληροφορημένους και συμπεριφερόμενη απέναντί τους με ευγένεια. Ωστόσο, οι άνθρωποι που εργάζονται σε εταιρείες είναι περισσότερο αφοσιωμένοι σε άλλα σημαντικότερα γι' αυτούς πράγματα.

Η ύπαρξη όμως διαφορετικών αφοσιώσεων και απόψεων σε έναν οργανισμό, δε σημαίνει ότι η επικοινωνία στερείται σημασίας. Η ανάγκη να συγκροτείται ένα καλό σύστημα επικοινωνίας, γίνεται πιο επιτακτική όταν υπάρχουν διαφωνίες και συγκρούσεις. Ωστόσο, εκείνο που μπορεί να επιτύχει ένα τέτοιο σύστημα είναι απλώς να μετριάσει τις διαφορές και να προετοιμάσει το έδαφος μιας καλύτερης συνεννόησης δε μπορεί όμως να τις επιλύσει.

2.7 : Σκοποί της επικοινωνίας στον εργασιακό χώρο

Μέσω των διαφόρων μορφών επικοινωνίας, οι συμμετέχοντες σε αυτή επιδιώκουν κοινούς σκοπούς και στόχους οι οποίοι μπορεί να είναι:

1. η συγκέντρωση και η κατανομή πληροφοριών μεταξύ προσώπων που θα τις χρησιμοποιήσουν για επίτευξη συγκεκριμένου στόχου.
2. ο εφοδιασμός με πληροφορίες (σε ποσότητα και ποιότητα) εκείνων, που πρόκειται να λάβουν σημαντικές επιχειρηματικές αποφάσεις.
3. η έγκαιρη διοχέτευση των λαμβανομένων αποφάσεων σε όλα τα πρόσωπα που καλούνται να τις εφαρμόσουν.
4. η υποβολή αναφορών και προτάσεων των κατωτέρων στελεχών και των εργαζομένων της βάσης προς τα ανώτερα διοικητικά επίπεδα.
5. η ανταλλαγή πληροφοριών που συμβάλλουν στη στενότερη και αποτελεσματικότερη συνεργασία εντός και εκτός της επιχείρησης.
6. η γνωστοποίηση πληροφοριών στους αρμοδίους που αφορούν σε νέες μεθόδους, τεχνικές, καινοτομίες ή σύγχρονα τεχνολογικά μέσα.
7. η παροχή πληροφοριών που αφορούν στη βελτίωση της Ποιότητας και στη θέσπιση στόχων.

8. η γνωστοποίηση πληροφοριών που αφορούν στην υποκίνηση των εργαζομένων.

9. η αναγκαία αναδιοργάνωση ενός τμήματος ή τομέα ή όλης της επιχείρησης.

10. η αποφυγή συγχύσεων και συγκρούσεων αρμοδιοτήτων μέσα στην επιχείρηση.

11. η διαμόρφωση Στρατηγικής, Πολιτικής και Σχεδίων Δράσης.

12. η εφαρμογή ανθρώπινων Σχέσεων από τους Managers.

13. η εφαρμογή των Δημόσιων Σχέσεων, ως σχέσεων επικοινωνίας μεταξύ Επιχείρησης και των παραγόντων έξω από αυτή.

14. ο κατάλληλος χειρισμός των άτυπων ομάδων αλλά και των τυπικών ομάδων.

Από την παρουσίαση των δυνατοτήτων της επικοινωνίας γίνεται κατανοητή η μεγάλη σημασία της επικοινωνίας μέσα στον οργανισμό – επιχείρηση για την κατανόηση των προβλημάτων και τη λήψη αποφάσεων και γενικά για την υλοποίηση των στόχων της.

Σκοπός της επικοινωνίας με την ευρύτερή της έννοια είναι ο συντονισμός των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Παρόλα αυτά, πολλοί από τους ασχολούμενους με τα θέματα της επικοινωνίας υποστηρίζουν ότι, εκτός από το συντονισμό, η επικοινωνία έχει και άλλους δευτερεύοντες σκοπούς, όπως την ολοκλήρωση ή σύνδεση ή εναρμόνιση, τη δημιουργία ενός καλού κλίματος εργασίας (Redfield, Charles, 1958), τη δημιουργία ενός αισθήματος συνεργασίας (Hodges, 1956), την ανάθεση αρμοδιοτήτων και ευθυνών (Mc Farland, 1970), την αναγκαία κατανόηση για ομαδική εργασία, τη δραστηριοποίηση (παρακίνηση) και την ικανοποίηση από την εργασία.(Davis, 1962)

Από τα πιο πάνω συνάγεται συμπερασματικά ότι ο σκοπός της επικοινωνίας (στην ευρεία της έννοια) είναι:

1. Ο συντονισμός των ενεργειών όλων των εργαζομένων (ικανότητα για συνεργασία). Συντονισμός αποκαλείται η εναρμόνιση όλων των προσπαθειών και μέτρων μεταξύ τους, ώστε το ένα να συμπληρώνει το άλλο, χωρίς να δημιουργούνται κενά και χωρίς σπατάλη εργασίας, με στόχο την επίτευξη του συνολικού έργου της επιχείρησης.

2. Ευνοϊκό κλίμα εργασίας, δηλαδή, θετικός επηρεασμός των εργαζομένων στην οικονομική μονάδα και δημιουργία ενός υψηλού ηθικού και ομαδικού

πνεύματος συνεργασίας (θέληση για συνεργασία), τα οποία αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για την εκπλήρωση του έργου της επιχείρησης βάσει της οικονομικής αρχής. Η συμβολή του ηθικού της εργασίας για την επιτυχία του σκοπού της επιχείρησης είναι μεγάλη. Όλο και περισσότερα ηγετικά στελέχη βλέπουν την επικοινωνία όπως το ζωτικής σημασίας στοιχείο το οποίο μπορεί να συνδέσει την οργάνωση, να εξασφαλίσει κατανόηση των εργαζομένων, και επίτευξη των σκοπών της. Ο ιδιαίτερος στόχος κάθε επικοινωνίας μεταξύ των εργαζομένων είναι να πετύχει αμοιβαία εμπιστοσύνη και κατανόηση μεταξύ των εργαζομένων και της διοίκησης για όλα τα θέματα κοινού ενδιαφέροντος, έτσι ώστε οι εργαζόμενοι να ενδιαφέρονται με ενθουσιασμό και να υποστηρίζουν όλες τις βασικές ενέργειες για την επιτυχία της επιχείρησης. (Scholz, 1962)

3. δημιουργία του αναγκαίου πλαισίου πληροφοριών και κατανόησης για την ανάπτυξη μιας αποδοτικής ομαδικής προσπάθειας. Επειδή με την επικοινωνία ένας προϊστάμενος μπορεί να γνωρίζει τις διαθέσεις, τις ανάγκες και τις επιθυμίες του προσωπικού, δίνει σε αυτόν τη δυνατότητα για σύζευξη των συμφερόντων του προσωπικού με τα συμφέροντα της επιχείρησης. Η τελευταία αυτή περίπτωση έχει ιδιαίτερη σπουδαιότητα διότι διαπιστώνεται τελευταία ότι τα σύγχρονα εργασιακά προβλήματα δεν είναι τόσο προβλήματα εμπειρίας και γνώσεων, όσο κυρίως προβλήματα διαθέσεων του προσωπικού και συμπεριφοράς. (Habbe, 1952)

4. Άλλος σκοπός τον οποίο εξυπηρετεί ένα αποδοτικό σύστημα επικοινωνίας είναι η δημιουργία κατάλληλου εργασιακού κλίματος, πράγμα που σημαίνει ότι με ένα σωστό σύστημα επικοινωνίας, αναπτύσσεται ένα κλίμα αμοιβαίας κατανόησης και συνεργασίας, που βοηθά τη δημιουργία μεγαλύτερης ικανοποίησης.

5. το καλύτερο σύστημα επικοινωνίας οδηγεί στην καλύτερη εκτέλεση της εργασίας. Επίσης, η επικοινωνία εξυπηρετεί κυρίως δύο βασικούς σκοπούς (Aldag, 1991) :

- *Παρέχει πληροφορίες για να ληφθούν αποφάσεις:* τα στελέχη και οι απλοί εργαζόμενοι χρειάζονται πληροφορίες για τους στόχους και πορείες δράσης, για μελλοντικά γεγονότα και για τα πιθανά αποτελέσματα των αποφάσεών τους, ώστε να πάρουν τις σωστές αποφάσεις.
- *Βοηθά στην παρακίνηση:* η επικοινωνία ενθαρρύνει την αποδοχή των οργανωτικών στόχων και έτσι αυξάνει την παρακίνηση.

- *Βοηθά στον έλεγχο:* αφού έτσι αποσαφηνίζονται τα καθήκοντα, οι εξουσίες και οι ευθύνες, και έτσι είναι δυνατός ο έλεγχος της συμπεριφοράς και της απόδοσης των εργαζομένων. Αν υπάρχει κάποια ασάφεια σε αυτά τα θέματα είναι δύσκολο έως αδύνατο να απομονωθούν και προσδιοριστούν οι πηγές των προβλημάτων και κατ' επέκταση να αναληφθούν διορθωτικές ενέργειες.

Κεφάλαιο 3 : Η ψηφιακή επικοινωνία

3.1 : Εισαγωγή στην σύγχρονη επικοινωνία

Με τον όρο Νέες Τεχνολογίες ή Τεχνολογίες της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας, περιγράφουμε κάθε εφαρμογή η οποία βασίζεται στην ψηφιακή τεχνολογία. Εκτός από τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, στις νέες τεχνολογίες εντάσσονται και όλες εκείνες οι εφαρμογές στις οποίες οι υπολογιστικές διατάξεις είναι «αόρατες»: εφαρμογές για την ψηφιακή επεξεργασία ήχου και εικόνας, εφαρμογές για τη διαχείριση δεδομένων (όπως είναι για παράδειγμα οι αυτόματες ταμειακές μηχανές, τα σημεία ηλεκτρονικής πληροφόρησης) κλπ. Τέλος, χωριστό κομμάτι αποτελούν οι τεχνολογίες δικτύωσης και επικοινωνίας οι οποίες οδήγησαν σε μία πληθώρα εφαρμογών που ξεκινούν από την κινητή και τη δορυφορική τηλεφωνία και καταλήγουν στη δυνατότητα να επικοινωνούν μεταξύ τους όλοι οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές του πλανήτη μέσα από ενσύρματα ή ασύρματα δίκτυα.(Turban, 2010)

Η τεχνολογία από μόνη της δεν μπορεί να αποτελέσει δύναμη κοινωνικού μετασχηματισμού. Δεν είναι τα μικροτσίπ ή τα πρωτόκολλα επικοινωνίας η αιτία για τις κοινωνικές αλλαγές και για τις γεωπολιτικές ανακατατάξεις, όπως δεν είναι οι μεγάλοι κινητήρες των αυτοκινήτων η αιτία για τα τροχαία ατυχήματα. Όμως είναι προφανές ότι η νέα παγκόσμια τάξη πραγμάτων επιταχύνθηκε και ενισχύθηκε από την παγκόσμια διάχυση των Νέων Τεχνολογιών. (Turban, 2010)

Η «παγκοσμιοποίηση» έχει πολλές εκφάνσεις. Στο οικονομικό επίπεδο υποδηλώνει την ενοποίηση των αγορών, την μεγιστοποίηση της κινητικότητας των κεφαλαίων, την κατάργηση των συνόρων στην αγορά εργασίας. Στο πολιτιστικό επίπεδο σημαίνει την διάχυση των πολιτιστικών συμπεριφορών, την ανάμειξη των θρησκευτικών ομάδων, και τελικά την ώσμωση μεταξύ, μέχρι πρότινος, ασύμβατων πολιτιστικών ιδιωμάτων. Τέλος, σε επίπεδο γνώσης και πληροφόρησης σημαίνει τον εκμηδενισμό των τοπικών και χρονικών αποστάσεων και άρα την ένταση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ συστημάτων που μέχρι πριν μερικά χρόνια θεωρούνταν απομονωμένα το ένα από το άλλο.

Όλα αυτά είναι αποτέλεσμα αργών και μακραίωνων κοινωνικών διεργασιών, όμως κατέστησαν εφικτά χάρη στην ανάπτυξη και την παγκόσμια διάδοση των Νέων Τεχνολογικών. Ίσως μάλιστα η βαθύτερη αιτία της «ψηφιακής επανάστασης» που ξεκίνησε από το μέσο του προηγούμενου αιώνα, να είναι ότι από τότε είχε αρχίσει να διαφαίνεται ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες θα ήταν το όχημα για να περάσει η ανθρωπότητα στην εποχή της παγκοσμιοποίησης και της «κοινωνίας της γνώσης».

Γεγονός είναι ότι πλέον, τουλάχιστον στις αναπτυγμένες χώρες, οι Νέες Τεχνολογίες έχουν διαμορφώσει ένα νέο σκηνικό στους περισσότερους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας: «... οι εργάτες κινούν ρομπότ και οι αγρότες χρησιμοποιούν ψηφιακά υγρόμετρα, οι γιατροί ασκούν την ιατρική μέσα από κάμερες ευρισκόμενοι εκατοντάδες χιλιόμετρα μακριά, τα χαρτονομίσματα έχουν αντικατασταθεί από πλαστικές κάρτες, η διοίκηση χρησιμοποιεί βάσεις δεδομένων άπειρης χωρητικότητας, τα τρένα κινούνται χωρίς μηχανοδηγούς, οι επιστολές αντικαταστάθηκαν από τα ηλεκτρονικά μηνύματα....». (Turban, 2010)

3.2 : Οι επιδράσεις της τεχνολογίας των πληροφοριών στην επικοινωνία

Η τεχνολογία των πληροφοριών έχει επιδράσει σημαντικά στις μεθόδους επικοινωνίας, τις οποίες διαθέτουν οι μανάτζερς και οι υπάλληλοι. Το τελευταίο καιρό έχουν αναπτυχθεί διάφορα συστήματα επικοινωνίας, όπως ταχυδρομείο φωνής (Voice mail), οι μηχανές Fax, τηλεσυνεδρίαση (tele conferencing), τα κλειστά συστήματα τηλεόρασης και άλλα.

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (E-mail) χρησιμοποιεί τον υπολογιστή (text-eding) για να στείλει η να πάρει γραπτές πληροφορίες γρήγορα, φθηνά και αποδοτικά. Χρησιμοποιείται πολύ συχνά από τους μανάτζερς και δεν κοστίζει, γιατί όλες οι επιχειρήσεις σήμερα διαθέτουν ηλεκτρονικούς υπολογιστές.

Τα βασικά οικονομικά αποτελέσματα αυτής της διείσδυσης είναι η αυξημένη παραγωγικότητα, η τεράστια βελτίωση στην ταχύτητα με την οποία διεκπεραιώνονται πολλές παραγωγικές και συναλλακτικές (εμπορικές και μη) διαδικασίες και η βελτίωση στην ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών των οποίων η λειτουργικότητα αντικατοπτρίζει πιο πιστά και με μεγαλύτερη ακρίβεια τις

προτιμήσεις των καταναλωτών / χρηστών. Άλλα αποτελέσματα αφορούν τον ανταγωνισμό, τη μορφή των αγορών και τις τιμές. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών είχαν, και συνεχίζουν να έχουν με τη ραγδαία ανάπτυξη του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου, σημαντική συνεισφορά στο ρυθμό αύξησης της παραγωγικότητας σε όλες τις αναπτυγμένες χώρες – παρότι η σωστή μέτρηση αυτής της συνεισφοράς παρουσιάζει πολλά προβλήματα και οι περισσότερες μετρήσεις την υποεκτιμούν. Δύο από τα βασικά προβλήματα είναι, πρώτον, ότι οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών έχουν κατά κύριο λόγο διεισδύσει στους τομείς υπηρεσιών – τομείς που παρουσιάζουν ιδιαίτερες δυσκολίες μέτρησης αύξησης της παραγωγικότητας – και, δεύτερον, οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών συχνά οδηγούν σε καινοτομίες (και έτσι σε αύξηση της παραγωγικότητας) σε άλλους κλάδους και τεχνολογίες, και αυτή η έμμεση επίδραση είναι δύσκολο να μετρηθεί και να αποδοθεί σωστά.

Ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό της επίδρασης των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, και επομένως βασικό χαρακτηριστικό της *Νέας Οικονομίας*, είναι η σημαντική αυξητική επίδραση που επιφέρουν στις εισροές επιστημονικής ή εξειδικευμένης γνώσης στο σύνολο της παραγωγικής διαδικασίας, έτσι ώστε πολλοί να υποστηρίζουν ότι η Νέα Οικονομία είναι η οικονομία «που στηρίζεται όλο και περισσότερο στο μυαλό και όχι στη χειρωνακτική δύναμη» και, για τον λόγο αυτό, αποκαλείται και Οικονομία της Γνώσης.

Η δομή και κυρίως η πρόσβαση στην πληροφόρηση αποτελούν ένα όπλο που εξασφαλίζει την εξουσία στις οργανώσεις. Οι υπάλληλοι, για να εδραιώσουν τη θέση τους και να διευρύνουν τη συνεισφορά τους στην οργάνωση, χρειάζονται πληροφόρηση αλλά και τις απαιτούμενες γνώσεις για να την αποκτήσουν μέσα από το δίκτυο ηλεκτρονικής πληροφόρησης της οργάνωσης. Έτσι, για να εξασφαλίζεται το μέλλον ενός ατόμου και η συμμετοχή του σε μια σύγχρονη οργάνωση, θα πρέπει να καλύπτει μια ουσιώδη προδιαγραφή, να μπορεί δηλαδή να χειρίζεται αφηρημένα σήματα και κώδικες.

Οι διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των μελών μιας οργάνωσης, η μετάδοση των δεξιοτήτων και της κουλτούρας, που ήταν στο παρελθόν κυρίαρχες παράμετροι ενσωμάτωσης υποχωρούν και αντικαθίστανται από την ικανότητα συμμετοχής σ' ένα δίκτυο πληροφοριών. Το δίκτυο κωδικοποιεί σε ένα περίπλοκο σύστημα συμβόλων τις κοινωνικές σχέσεις σε τυποποιημένες υπηρεσίες ή πληροφορίες. Σιγά και σταθερά

όλες οι βαθμίδες στις κλίμακες ιεραρχίας των μελών στις διάφορες οργανώσεις προϋποθέτουν ότι τα μέλη θα είναι σε θέση να κατανοούν τα διάφορα σύμβολα και τις αλυσίδες από συνδυασμούς συμβόλων που ανασυνθέτουν τις διαδικασίες, καταστάσεις, και σχέσεις του πραγματικού κόσμου. Η δυνατότητα συνεργασίας μεταξύ των οργανώσεων ενισχύεται από την αύξηση των δικτύων τα οποία επιτρέπουν την εύκολη και άμεση ανταλλαγή πληροφοριών ανάμεσα σε στελέχη των επιχειρήσεων. Οι οργανώσεις με το να συλλέγουν και να συστηματοποιούν πληροφορίες δημιουργούν σταδιακά τη δική τους «εικόνα», τη δική τους ιστορία ως ηλεκτρονικό κείμενο. Η δομή της οργάνωσης περιστρέφεται γύρω από τη δημιουργία αλλά και γύρω από τη χειραγώγηση του «ηλεκτρονικού κειμένου» που καθορίζει τις σχέσεις μιας οργάνωσης αφ' ενός με τα μέλη της και αφ' ετέρου με το περιβάλλον της. Όπως αναλύει η Zuboff “το ηλεκτρονικό κείμενο μετατρέπεται σ' ένα ευρύτατα χρησιμοποιούμενο συμβολικό υποκατάστατο για τις ζωτικές λεπτομέρειες της καθημερινής ζωής μιας οργάνωσης”. (Zuboff, 1988)

3.3 : Το κόστος της σύγχρονης μορφής επικοινωνίας

Το κόστος επικοινωνίας αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την αξιολόγηση των επιδράσεων της επικοινωνίας. Στη σύνθεση του κόστους επικοινωνίας συμβάλλουν οι απαραίτητες υποδομές για την κωδικοποίηση, μετάδοση και αποκωδικοποίηση. Μπορούν να ενταχθούν άμεσα σε μια επικοινωνιακή διαδικασία και ροή ή υφίστανται μέσω της προϋπαρξής ενός κρίσιμου επικοινωνιακού δυναμικού (μέσα επικοινωνίας). Ανάλογα με τον τύπο επικοινωνίας, μπορούν να συγκεκριμενοποιηθούν σε κόστη προσωπικού, μεταφοράς, υλικών, ενέργειας και επενδύσεων, καθώς και σε τέλη επικοινωνίας (χρήση δημόσιων υπηρεσιών επικοινωνίας.). Τέλος, σε πολλές περιπτώσεις πρέπει να προστεθούν και κόστη επιμόρφωσης (π.χ. εκμάθηση λογισμικού, χρήσης Η/Υ, επιμόρφωση στο χειρισμό τεχνικών συστημάτων, εκμάθηση μεθόδων προσέγγισης πελατών μέσω τηλεπικοινωνίας κ.ά.).

Αυτού του είδους τα κόστη, είναι τότε μόνο άξια μνείας, όταν αναλύεται και αξιολογείται ταυτόχρονα και η πλευρά των επιδράσεων της επικοινωνίας. Ενώ τα κόστη σε πολλές περιπτώσεις μπορούν να εκτιμηθούν επακριβώς, αυτό δε μπορεί να

λεχθεί και για την πλευρά της επικοινωνιακής απόδοσης. Αυτά συντίθενται από μεγέθη όπως ταχύτητα μετάδοσης, ασφάλεια μετάδοσης, καθαρότητα μετάδοσης, επιτυγχανόμενο επίπεδο κατανόησης, το αποτέλεσμα συντονισμού, αποτέλεσμα υποκίνησης και δυνατότητα παραπέρα επεξεργασίας των πληροφοριών. Μια αξιολόγηση των παραπάνω αναφερθέντων χαρακτηριστικών κόστους και απόδοσης μπορεί να γίνει μόνο μεμονωμένα και αφού ληφθεί υπόψη η κατάσταση των χρηστών. Γι' αυτό το λόγο δεν είναι δυνατόν να προσδιοριστεί γενικά η οικονομικότητα και αποδοτικότητα ενός επικοινωνιακού μέσου. Μόνο εφόσον μπορεί να αποτιμηθεί η οριακή ή η συνολική βελτίωση της ποιότητας των οργανωτικών εργασιών, που πραγματοποιείται λόγω των νέων μέσων επικοινωνίας, τότε μπορεί να προσδιοριστεί προσεγγιστικά και ένα ισοζύγιο κόστους – οφέλους.

Πρέπει επίσης να παρατηρηθεί ότι στην περίπτωση της αξιολόγησης των νέων τεχνικών επικοινωνίας και μάλιστα από την πλευρά των χρηστών, ο βαθμός χρησιμότητας εξαρτάται άμεσα από τον αριθμό και τη σύνθεση των υφιστάμενων ή μελλοντικών συμμετεχόντων σε αυτή, διότι στις νέες επικοινωνιακές τεχνικές δεν υπάρχουν αποκλειστικές χρήσεις.

Αυτό κάνει την εισαγωγή και διάχυση των υπηρεσιών των νέων τεχνικών επικοινωνίας στους οργανισμούς και τις επιχειρήσεις να είναι συνδεδεμένες με ιδιαίτερα υψηλούς κινδύνους, διότι δεν είναι διασφαλισμένη η χρησιμότητα με την ύπαρξη και μόνο του απαραίτητου δυναμικού σε επικοινωνιακά μέσα. Πολιτική χαμηλών τιμών στον τομέα του κόστους προμήθειας και των τελών, καθώς και η συμβατότητα με τις υφιστάμενες υπηρεσίες μπορούν να μειώσουν το βαθμό έντασης αυτών των δυσκολιών.

Κεφάλαιο 4 : Ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας

4.1 : Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (E-mail)

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι ζωτικής σημασίας για τις εργασιακές ομάδες μέσα στις ιδιωτικές επιχειρήσεις – δημόσιες υπηρεσίες. Είναι ένας πολύ αποδοτικός τρόπος επικοινωνίας με άτομα που μπορεί να βρίσκονται χιλιόμετρα μακριά χωρίς να μας απασχολεί ο χρόνος και το κόστος. Τα τελευταία 15 χρόνια έχει κυριαρχήσει σαν μέσο ανταλλαγής πληροφοριών. Ως μορφή επικοινωνίας μπορεί να είναι προσωπική, με την αποστολή προσωπικού e-mail, ή να έχει την μορφή του ενός προς τους πολλούς (one to many) με την αποστολή e-mail σε πολλαπλούς παραλήπτες.

Προφανώς και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο έχει μειονεκτήματα, όπως να παραλείπονται κομμάτια του μηνύματος και να προκαλούνται συχνές παρεξηγήσεις. Επίσης αυτό συμβαίνει και σε μηνύματα που ανταλλάσσουν υπάλληλοι μιας επιχείρησης όπου το περιεχόμενο τους δεν είναι σαφές.

Για παράδειγμα ας υποθέσουμε ότι υπάρχει ένα γεγονός στην επιχείρηση που δεν το γνωρίζει ένας υπάλληλος ο οποίος για κάποιο λόγο δεν δε βρίσκεται στην έδρα της επιχείρησης, υπάρχουν πολλές πιθανότητες να παρερμηνεύσει ένα μήνυμα από την εταιρεία που εργάζεται και να δημιουργηθεί μια απρόσμενη κατάσταση σύγχυσης εξαιτίας του περιεχομένου του μηνύματος που έλαβε.

Με αυτές τις προϋποθέσεις πολλές προτάσεις που θα μπορούσαμε να χρησιμοποιήσουμε στην διαπροσωπική επικοινωνία για να αποκομίσουμε εντυπώσεις από τους άλλους δεν ισχύουν στην ηλεκτρονική επικοινωνία. Έτσι οι υπάλληλοι που επικοινωνούν μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για να κερδίζουν εντυπώσεις από τους υφισταμένους τους επινόησαν τις υποδείξεις ως προς το χρόνο για την ανταπόκριση των μηνυμάτων τους. Η άμεση απάντηση των υφιστάμενων στον χρόνο που όρισαν οι προϊστάμενοι τους δείχνει επαγγελματική και υπεύθυνη συμπεριφορά στον εργασιακό χώρο.

Το περιεχόμενο ενός μηνύματος περιλαμβάνει πολύτιμες πληροφορίες οι οποίες θα συμβάλουν στον σχηματισμό ανάλογης εντύπωσης σε αυτόν που θα το διαβάσει. Ο παραλήπτης είναι σε θέση να καταλάβει την διαδικασία προετοιμασίας

του μηνύματος αλλά κ το νόημα από την διατύπωση των σκέψεων του αποστολέα. Παραδείγματος χάριν το μήνυμα το οποίο περιέχει μια καλή λύση σε ένα πρόβλημα και έχει διατυπωθεί σωστά θα βοηθήσει στην διαδικασία της επικοινωνίας και θα σχηματισθεί μια καλή εικόνα για τον αποστολέα από τον παραλήπτη αν όμως το περιεχόμενο του μηνύματος έχει τυπογραφικά λάθη κ κακή διατύπωση τότε χάνεται η ικανότητα της επικοινωνίας κ ταυτόχρονα δημιουργείται κακή εντύπωση για τις ικανότητες επικοινωνίας για τον αποστολέα από τον παραλήπτη. Αυτό σημαίνει πως μέσω της ηλεκτρονικής επικοινωνίας ο επαγγελματισμός , η εμπιστοσύνη και η συμπάθεια επιτυγχάνονται μέσω της ορθής γραφής.(Kelley, 2001)

Πολλοί άνθρωποι βέβαια έχουν εξοικειωθεί με την ταχύτητα και την αποδοτικότητα στην αποστολή μηνυμάτων αλλά έχουν παραμελήσει να αναγνωρίσουν ότι τα μηνύματα μπορούν να ερμηνευτούν πέρα από το περιεχόμενο των λέξεων. Μηνύματα τα οποία δεν είναι ευδιάκριτα ή περιέχουν τυπογραφικά και γραμματικά λάθη θεωρούνται αντιεπαγγελματικά.

Εάν ο παραλήπτης του μηνύματος που επιθυμούμε να αποστείλουμε είναι μια επαγγελματική επαφή , στόχος μας είναι να δημιουργήσουμε καλή εντύπωση. Όπως βέβαια και στην περίπτωση που το μήνυμα απευθύνεται σε ένα εξωτερικό ακροατήριο στόχος μας είναι να δημιουργήσουμε θετική εντύπωση για τον οργανισμό που αντιπροσωπεύουμε.

Στην δημιουργία ενός μηνύματος ηλεκτρονικής αλληλογραφίας λοιπόν πρέπει να αναζητάμε την ισορροπία ανάμεσα στην διαχείριση του στόχου επικοινωνίας και του επιχειρησιακού χρόνου ώστε να έχουμε πάντα τα επιθυμητά αποτελέσματα. Για αυτό το λόγο λοιπόν όταν συνθέτουμε και επιθεωρούμε το περιεχόμενο ενός μηνύματος θα πρέπει να είμαστε σε θέση να αντιληφθούμε τον τρόπο που θα παρουσιαστεί στο κοινό χωρίς τις κινήσεις και τις εκφράσεις του προσώπου μας ή τον τόνο της φωνής μας ώστε να προσθέσουμε σαφήνεια.

Μπορεί να είναι δύσκολο για τον αναγνώστη να αντιληφθεί το περιεχόμενο του μηνύματος χωρίς την σύνθητες χρήσης συνοδευτικών μη λεκτικών συνθημάτων (γλώσσα του σώματος) που θα βοηθούσαν την ερμηνεία. Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τυπογραφικά συνθήματα για να δημιουργήσουμε συναισθήματα στις προτάσεις μας.

Τα τυπογραφικά συνθήματα όπως τα έντονα ή πλάγια γράμματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να δημιουργήσουν έμφαση και αμεσότητα στην προσοχή των

αναγνωστών αλλά προτείνεται να χρησιμοποιούνται λιτά, γιατί η συχνή παραλλαγή των τυπογραφικών συνθημάτων μπορεί να αποσπάσει την προσοχή των αναγνωστών.

4.1.1 : Αποτελεσματική χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

1)Συνοπτικό και άμεσο μήνυμα: Για τους πολυάσχολους επαγγελματίες είναι μάταιο να διαβάσουν ένα μήνυμα με πάρα πολλές γραμμές μέχρι φτάσουν στο νόημα του περιεχομένου του και συνήθως δεν τα διαβάζουν έως το τέλος. Έτσι θα ήταν καλύτερο όσο το δυνατό μπορούμε να κρατήσουμε το νόημα του μηνύματος σε μια σελίδα ή αλλιώς αν το περιεχόμενο του μηνύματος είναι μεγάλο να κρατήσουμε τις κεντρικές του ιδέες στην πρώτη σελίδα ώστε να αποφύγουμε να σπαταλήσουμε άσκοπα το χρόνο του παραλήπτη.(Kristen, 2002)

2)Χρήση ετικέτας: Όπως είπαμε κ πιο πάνω οι πολυάσχολοι επαγγελματίες δέχονται εκατοντάδες μηνύματα την ημέρα που ακόμα και να ήθελαν δεν θα μπορούσαν να τα διαβάσουν όλα λόγω του χρόνου που έχουν στη διάθεσή τους. Έτσι χρησιμοποιούμε ετικέτες στα μηνύματα που αποστέλλουμε ώστε να μπορέσει ανάλογα με τις προτεραιότητες του να αξιοποιήσει το χρόνο του. Κάποιοι επαγγελματίες χρησιμοποιούν την άμεση ή μη ανταπόκριση στα μηνύματα τους ανάλογα με τη σημαντικότητα του κάθε θέματος ώστε στη δεύτερη περίπτωση να ελαττώσουν την ποσότητα των εισερχομένων μηνυμάτων ώστε να έχουν καλύτερο έλεγχο και αξιοποίηση των πληροφοριών. Για πλήρη επικοινωνία μπορούμε στο τέλος του μηνύματος να δημιουργήσουμε ένα κανάλι επικοινωνίας το οποίο θα περιέχει προσωπικά μας στοιχεία όπως όνομα, τηλέφωνο, φαξ και την προσωπική μας ηλεκτρονική διεύθυνση.

3)Διαγραφή της επικεφαλίδας των αρχικών μηνυμάτων πριν την ανταπόκριση: Όταν προωθούμε ένα μήνυμα το οποίο έχει ήδη προωθηθεί αρκετές φορές χωρίς να διαγράψουμε τις πληροφορίες της επικεφαλίδας τότε ο παραλήπτης θα χρειαστεί να τις παρακάμψει αρκετές φορές ώστε να φτάσει στο περιεχόμενο του μηνύματος μας. Για να αποφύγουμε αυτή τη χρονοβόρα διαδικασία από τη πλευρά του παραλήπτη φροντίζουμε πάντα την διαγραφή των πληροφοριών της επικεφαλίδας του αρχικού μηνύματος.

4)Έλεγχος των αντικειμένων που έχουν επισημανθεί στο μήνυμα. Επειδή υπάρχει κίνδυνος μόλυνσης του συστήματος του υπολογιστή πρέπει πάντα να γίνεται έλεγχος των αντικειμένων που έχουν επισημανθεί στο εισερχόμενο μήνυμα με ειδικό πρόγραμμα σάρωσης, εντοπισμού και εξουδετέρωσης βλαβερών προγραμμάτων.

Για διευκόλυνση στην επικοινωνία μας με περισσότερα άτομα ταυτόχρονα είναι χρήσιμο να δημιουργήσουμε μια ομαδική λίστα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ώστε να ενθαρρύνουμε τα μέλη της ομάδας να τη χρησιμοποιούν συχνά όταν θέλουν να επικοινωνήσουν μαζί μας, γιατί μας διαβεβαιώνει ότι οι πληροφορίες που αποστείλαμε θα μοιραστούν εξίσου σε όλα τα μέλη της ομάδας. Χρειάζεται προσοχή όμως γιατί όταν αποκρινόμαστε σε ένα μέλος της ομάδας αποκρινόμαστε και σε όλη την ομάδα και αυτό συμβαίνει γιατί οι διευθύνσεις των άλλων μελών της ομάδας δεν φαίνονται.

4.2 : Τηλέφωνο και χρήση του τηλεφωνητή

Η εκρηκτική εμφάνιση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου δεν κατήργησε την ανάγκη για επικοινωνία μέσω τηλεφώνου. Ακόμη και αν η χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι ευρέως διαδεδομένη στο χώρο μιας επιχείρησης, υπάρχουν κάποιες στιγμές όπου συνίσταται η χρήση του τηλεφώνου για αποτελεσματικότερη επικοινωνία. Πολλοί μάνατζερ βέβαια χρησιμοποιούν το τηλέφωνο μέσω εσωτερικού δικτύου της επιχείρησης για να μεταβιβάσουν κάποιες πληροφορίες στους εργαζόμενους διότι πιστεύουν πως ο τόνος της φωνής τους σε συνδυασμό με το μήνυμα έχει καλύτερο αποτέλεσμα επικοινωνίας.

Από την άλλη πλευρά η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας τα τελευταία χρόνια είχε ως αποτέλεσμα να δώσει στον άνθρωπο την ευκαιρία να επικοινωνεί από οποιοδήποτε μέρος άμεσα μέσω της χρήσης των “έξυπνων” τηλεφώνων τα οποία προσφέρουν τεράστιες δυνατότητες και στην επιχειρησιακή επικοινωνία αφού έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, ειδικές φωνητικές λειτουργίες και ειδικά σχεδιασμένες οθόνες που προσφέρουν άμεση επικοινωνία ανά πάσα στιγμή για τους πολυάσχολους επαγγελματίες.

Η εισαγωγή του προσωπικού τηλεφωνητή στον χώρο των επιχειρήσεων επέτρεπε στους εργαζόμενους να αφήνουν μηνύματα μακράς διάρκειας τα οποία

χαρακτηρίζονταν επίσης από σαφήνεια, λεπτομέρεια και ασφάλεια, στην φυσική φωνή του αποστολέα. Η χρήση του φωνητικού ταχυδρομείου δίνει το περιθώριο επανακρόασης του μηνύματος, με αποτέλεσμα την καλύτερη δυνατή επεξεργασία των δεδομένων του από τον ακροατή άρα και την πιο αποτελεσματική χρήση του μηνύματος.

4.2.1 : Γραπτά μηνύματα μέσω κινητού τηλεφώνου

Η αποστολή γραπτών μηνυμάτων χρησιμοποιείται συχνότερα μεταξύ των χρηστών κινητών τηλεφώνων αντικαθιστώντας τις φωνητικές κλήσεις, σε περιπτώσεις που η φωνητική επικοινωνία είναι αδύνατη ή ανεπιθύμητη.

Στον τομέα των επιχειρήσεων καθώς ήταν έντονη η αναζήτηση για μεθόδους που θα τους έδιναν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, η εμφάνιση νέων τεχνολογιών έδωσε στους εργαζόμενους την επιλογή χρήσης νέων υπηρεσιών όπως η ανταλλαγή μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο π.χ. γραπτά μηνύματα μέσω κινητού τηλεφώνου.

Η αποστολή γραπτών μηνυμάτων μέσω κινητού τηλεφώνου δεν θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως κύρια μορφή επικοινωνίας λόγω του μεγέθους του μηνύματος που μπορεί να αποσταλεί άρα και του όγκου των πληροφοριών που θα περιέχει. Για το λόγο αυτό η χρήση αυτής της μορφής επικοινωνίας συναντάται αρκετά συχνά , σε πρακτικό επίπεδο, για την επιβεβαίωση περαίωσης μιας εργασίας , για την άμεση επικοινωνία μεταξύ δύο εργαζόμενων όπου βρίσκονται σε διαφορετική τοποθεσία και η φωνητική συνομιλία μέσω τηλεφώνου ή η χρήση του internet δεν είναι δυνατή, ή για την αποστολή ειδοποιήσεων η προειδοποιητικών μηνυμάτων που αφορούν το έργο που τους έχει ανατεθεί στην επιχείρηση.

4.2.2 : Προτάσεις για αποτελεσματική χρήση του τηλεφώνου

Είναι συχνό το φαινόμενο να συνομιλούμε στο τηλέφωνο κάνοντας ταυτόχρονα και άλλες δραστηριότητες το οποίο και πρέπει να αποφεύγουμε πιο συγκεκριμένα με τις επαγγελματικές μας συνομιλίες ακόμη και όταν βρισκόμαστε στο σπίτι.

Εάν δουλεύουμε από το σπίτι και μας καλέσει κάποιος στο τηλέφωνο ενώ είμαστε στη μέση μιας σημαντικής εργασιακής δραστηριότητας την οποία δεν γίνεται

να διακόψουμε κατά τη διάρκεια της συνομιλίας είναι σαφώς προτιμότερο να προγραμματίσουμε τη συνομιλία μας κάποια άλλη στιγμή που θα έχουμε ελεύθερο χρόνο παρά να κάνουμε και τα δύο ταυτόχρονα. Ακόμη και αν προσπαθήσουμε να δώσουμε μεγαλύτερη προσοχή στη συνομιλία όταν κάνουμε ταυτόχρονα και άλλα πράγματα, το άτομο με το οποίο βρισκόμαστε σε συνομιλία ίσως καταλάβει από κάποιο θόρυβο πως ασχολούμαστε και με κάτι άλλο ταυτόχρονα. Σε αυτή την περίπτωση το άτομο που συνομιλούμε ίσως αισθανθεί ότι δεν λαμβάνει από μας την απαραίτητη προσοχή μας και είναι πιθανό η συνομιλία να οδηγήσει σε παρεξήγηση.

Στην περίπτωση που δουλεύουμε από τι σπίτι και δεν έχουμε προσωπική γραμμή για τα επαγγελματικά τηλεφωνήματα ο προσωπικός μας τηλεφωνητής μας αντιπροσωπεύει στους πελάτες ή τους συναδέλφους μας όταν δεν είμαστε διαθέσιμοι. Ένα αντιεπαγγελματικό μήνυμα στον προσωπικό μας τηλεφωνητή θα επηρεάσει την αυτοπεποίθηση που έχουν σχηματίσει οι άλλοι για σένα και κυρίως αυτοί που δεν σε γνωρίζουν.

4.3 : Άμεσα μηνύματα (Instant messages IM)

Τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί εναλλακτικές μορφές επικοινωνίας που στηρίζονται στις νέες τεχνολογίες όπως αυτή των άμεσων μηνυμάτων (Instant Messaging). Επιτρέπει την άμεση μεταφορά μηνυμάτων μεταξύ διοίκησης και εργαζομένων αλλά και μεταξύ των εργαζομένων, ειδικά όταν εργάζονται μακριά ο ένας από τον άλλον.

4.3.1 : Πρακτική χρήση στην επιχείρηση

Η γρήγορη διάδοση της τεχνολογίας των “άμεσων μηνυμάτων” (IM) με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών, πολύ γρήγορα οδήγησε τους οργανισμούς να υιοθετήσουν τις λύσεις που προσέφερε η τεχνολογία αυτή, ώστε να επωμιστούν τα πλεονεκτήματα που θα μπορούσαν να έρθουν από την χρήση της.

Τα άμεσα μηνύματα (IM) είναι μια μορφή επικοινωνίας σε πραγματικό χρόνο μεταξύ δύο ή περισσότερων ανθρώπων που χρησιμοποιούν προσωπικούς υπολογιστές ή άλλες συσκευές όπως smart phones. Ο χρήστης του κειμένου, αποστέλλει μηνύματα είτε σε εσωτερικό δίκτυο είτε στο διαδίκτυο. Σε πιο προχωρημένες μορφές μπορεί τα άμεσα μηνύματα (IM) να περιέχει στοιχεία όπως η ζωντανή φωνή ή βίντεο κλήση ανάμεσα από τα στελέχη των επιχειρήσεων

Τα άμεσα μηνύματα (IM) είναι μια συλλογή τεχνολογιών που χρησιμοποιούνται σε πραγματικό χρόνο. Σημαντικό είναι ότι η online συνομιλία και η αποστολή άμεσων μηνυμάτων διαφέρει από άλλες τεχνολογίες όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο λόγω του συγχρονισμού της επικοινωνίας από τους χρήστες για το λόγο ότι συμβαίνει σε πραγματικό χρόνο. Ορισμένα συστήματα επιτρέπουν την αποστολή μηνυμάτων σε άτομα που δεν βρίσκονται διαθέσιμα στο ίντερνετ, με αποτέλεσμα την κατάργηση ορισμένων ακόμα διαφορών μεταξύ της τεχνολογίας των άμεσων μηνυμάτων και του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Τυπικά οι συνομιλητές μέσω των άμεσων μηνυμάτων τείνουν να έχουν συγκεκριμένο χαρακτήρα. Είναι συνήθως σύντομες και καλύπτουν μόνο ένα θέμα. Όμως υπάρχουν και περιπτώσεις που γίνονται εναλλαγές σε διάφορα πολυμέσα ή παράλληλη ενασχόληση με διάφορες άλλες εφαρμογές και εργασίες με αποτέλεσμα περισσότερες διακοπές στην συνομιλία.

Οι κύριες λειτουργίες των άμεσων μηνυμάτων (IM) είναι:

- 1) Γρήγορες ερωτήσεις και διευκρινήσεις
- 2) Συντονισμός και προγραμματισμός των εργασιών
- 3) Συντονισμός αυτοσχέδιων κοινωνικών συναντήσεων
- 4) Να μένεις σε επαφή με τους συνεργάτες

Θετικά της χρήσης των άμεσων μηνυμάτων (IM) :

- 1) Άμεση αναφορά της κατάστασης συνδεσιμότητας των εργαζομένων
- 2) Άμεση συνομιλία (αποστολή – λήψη)
- 3) Γρήγορη αποστολή – μεταφορά δεδομένων
- 4) Διαδουκτικακές συναντήσεις

- 5) Δυνατότητα συνομιλίες από “ένα σε ένα” άτομο και από “ένα σε περισσότερα” άτομα
- 6) Μπορεί να συγχρονισθεί με λειτουργίες ημερολογίου
- 7) Μπορεί να ελεγχθεί και να επιτρέπεται η προσθήκη επαφών που προέρχονται από το εργασιακό περιβάλλον

4.4 : Cloud computing – Cloud communication

4.4.1 : Cloud computing

Το cloud computing παρέχει υπηρεσίες λογισμικού, πρόσβαση σε δεδομένα και υπηρεσίες αποθήκευσης χωρίς να είναι απαραίτητο από τον τελικό χρήστη να γνωρίζει την φυσική θέση και τις ρυθμίσεις του συστήματος που παρέχει τις υπηρεσίες. Οι υπηρεσίες cloud computing έχουν μια ευρεία έννοια, η κύρια ιδέα είναι ότι οι υπηρεσίες φιλοξενούνται σε ένα κέντρο δεδομένων το οποίο τρέχει πάνω σε διαδικτυακές υποδομές. Μέχρι πρόσφατα, οι υπηρεσίες αυτές είχαν ως επίκεντρο τους τα δεδομένα, αλλά με την εξέλιξη του VoIP , η φωνή έχει αρχίσει να γίνεται μέρος του φαινόμενου cloud. Ενώ το cloud computing δεν είναι κατανοητό από τις περισσότερες επιχειρήσεις, η τάση αυτή φέρνει καλά νέα για όλες τις μορφές επικοινωνίας, ιδίως για την φωνητική επικοινωνία.

4.4.2 : Cloud communication

Υπάρχουν πολλοί λόγοι που οι εταιρείες στρέφονται προς τα cloud networks περισσότερο από πριν. Ένας λόγος είναι επειδή οι εταιρείες έχουν πλέον πολλά υποκαταστήματα και εργαζόμενους από το σπίτι, και αυτό έχει καταστήσει την δημιουργία δικτύων ευρείας περιοχής ασύμφορη λόγω του υψηλού κόστους. Επιπλέον, τα κέντρα δεδομένων ενοποιούνται και η διαχείριση τους αλλά και ο εντοπισμός τους γίνεται από απόσταση.

Τα οφέλη των cloud communications είναι ταυτόχρονα η οικονομία και η λειτουργικότητα, καθώς οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν το cloud

σύστημα για να βελτιώσουν τις ικανότητες της επικοινωνίας τους, να οδηγήσουν τους εργαζόμενους στην παραγωγικότητα, να αυξηθεί η αποδοτικότητα και να επωφεληθούν από την εξοικονόμηση κόστους.

Η επικοινωνία σε μορφή σύννεφου γίνεται επίσης μια ελκυστική επιλογή, διότι το σύννεφο μπορεί τώρα να γίνει μια πλατφόρμα για μετάδοση φωνής, δεδομένων και βίντεο.

Η άνοδος της μορφής επικοινωνίας σύννεφου έχει συμβάλει στην επιτάχυνση της αποθήκευσης και ανάκτησης, όπου τα δεδομένα αποθηκεύονται σε πολλούς εικονικούς διακομιστές οι οποίοι φιλοξενούνται από τρίτους και από το υπολογιστικό σύστημα σύννεφου.

4.5 : Ηλεκτρονικοί πίνακες ανακοινώσεων και ιστοσελίδες

Οι ηλεκτρονικοί πίνακες ανακοινώσεων και οι ιστοσελίδες προσφέρουν χώρο για τους χρήστες να μοιράζονται πληροφορίες με την αποστολή μηνυμάτων, εγγράφων ή γραφημάτων. Στους χώρους αυτούς μπορούν να έχουν πρόσβαση όλα τα μέλη μιας ομάδας και επιπλέον οποιοδήποτε άλλο επιλέξουν.

Ένας ηλεκτρονικός πίνακας ανακοινώσεων μπορεί να είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για την συλλογή πληροφοριών και ιδεών από μια μεγάλη, διαφορετική ομάδα ανθρώπων που δεν είναι κατ' ανάγκη μέρος της συγκεκριμένης ομάδας εργασίας που τον χρησιμοποιεί. (Duarte Snyder, 1999)

Οι ιστοσελίδες είναι ένας αποτελεσματικός και αποδοτικός τρόπος για την ανταλλαγή πληροφοριών με τα μέλη της ομάδας και όσους βρίσκονται εκτός της ομάδας. Ωστόσο, ορισμένες ιστοσελίδες είναι καλύτερες από άλλες. Ο πιο σημαντικός παράγοντας σε μια ιστοσελίδα είναι ο σχεδιασμός της.

4.6 : Κοινές βάσεις δεδομένων

Οι κοινές βάσεις δεδομένων κάνουν τεράστιες ποσότητες πληροφοριών εύκολα διαθέσιμες σε όλα τα μέλη μιας ομάδας. Οι βάσεις δεδομένων μπορούν να αποθηκεύουν συσσωρευμένο υλικό και αυτό να μοιράζεται με τα μέλη της ομάδας η

να μεταφερθούν σε άλλες ομάδες. Όταν διαχειρίζονται σωστά, αυτές οι βάσεις δεδομένων μπορούν να εξασφαλίσουν ότι οι τελευταίες σχετικές πληροφορίες είναι προσβάσιμες. Παρέχουν ένα χώρο αποθήκευσης για πληροφορίες που συλλέγονται καθημερινά και με αυτό τον τρόπο κάθε μέλος μιας ομάδας έχει πρόσβαση στην γνώση κάθε άλλου μέλους. Αυτή είναι μια πολύ διαφορετική μορφή διαχείρισης της γνώσης από αυτή που θα μπορούσε να παρατηρηθεί σε μια παραδοσιακή, ιεραρχική οργάνωση.

4.7 : Μετάδοση φωνής μέσω ίντερνετ (VoIP)

Η υπηρεσία μετάδοσης φωνής μέσω πρωτοκόλλου Internet (Voice over IP) αποτελεί επίσης μέρος των υπηρεσιών μετάδοσης πραγματικού χρόνου, η οποία τείνει να αντικαταστήσει τη σύνδεση PSTN και τη χρήση τηλεφωνικών κέντρων, ανατρέποντας τα δεδομένα και τις τιμές των τηλεφωνικών υπηρεσιών παγκοσμίως. Σχεδιασμένο για να τρέχει σε ένα προσωπικό υπολογιστή που εξοπλίζεται με μια κάρτα ήχου, ηχεία, μικρόφωνο, και το modem, το λογισμικό μετατρέπει το αναλογικό σήμα φωνής σε ψηφιακό και το συμπιέζει/μεταφράζει στα πακέτα IP για τη μετάδοση μέσω του διαδικτύου. Η ιλιγγιώδης ανάπτυξη του Internet και η ανάπτυξη του πρωτοκόλλου που το υποστηρίζει οριοθετεί νέες εξελίξεις στην αγορά των τηλεπικοινωνιών. Η αρχή πάνω στην οποία στηρίζεται η λειτουργία της μετάδοσης φωνής μέσω IP είναι ότι ο πελάτης πληρώνει ένα ορισμένο ποσό για να συνδεθεί στο δίκτυο και στη συνέχεια πληρώνει ανάλογα με το χρόνο χρήσης και τις χρησιμοποιούμενες εγκαταστάσεις (βάσει της απόστασης). Θεωρούμενη ως καινοτομία, η τηλεφωνία διαδικτύου προσελκύει όλο και περισσότερους χρήστες επειδή προσφέρει την τεράστια μείωση κόστους σχετικά με τους χρήστες απλών τηλεφωνικών γραμμών. Οι χρήστες μπορούν να παρακάμψουν τα μεγάλης απόστασης φορτία και τη χρέωση ανά λεπτό και να «τρέξουν» τη φωνή τους μέσω του διαδικτύου έναντι σταθερής μηνιαίας χρέωσης.

Η υπηρεσία αυτή μπορεί να υλοποιηθεί με τρεις τρόπους επικοινωνίας:

- PC με PC.

- PC με τηλέφωνο.
- Τηλέφωνο με τηλέφωνο.

Η μετάδοση φωνής μέσω IP παρέχει ένα πλήθος πλεονεκτημάτων στις επιχειρήσεις:

- Βιώσιμη μείωση δαπανών για τους φορείς παροχής υπηρεσιών και τις επιχειρήσεις. Μειώνει τις κύριες και λειτουργικές δαπάνες από τα συγκλίνοντα χωριστά δίκτυα φωνής και δεδομένων σε ένα ενιαίο, για πολλές χρήσεις δίκτυο.
- Αυξανόμενα εισοδήματα για τους φορείς παροχής υπηρεσιών. Αυξάνει την αξία της υπηρεσίας φωνής, με νέες εφαρμογές όπως η κλήση βίντεο, το ενοποιημένο μήνυμα, και τα κέντρα κλήσης πολυμέσων.
- Περιορισμός του συνολικού κόστους λόγω της απουσίας πάγιων τελών και τελών σύνδεσης.
- Απλότητα στη χρήση.
- Διάφανη και ομοιόμορφη επικοινωνία
- Ενισχυμένη παραγωγικότητα για τις επιχειρήσεις .

Αν και έκανε γοργά βήματα προόδου, η τηλεφωνία διαδικτύου έχει ακόμα μερικά προβλήματα με την αξιοπιστία και την ποιότητα ήχου, οφειλόμενα πρώτιστα σε περιορισμούς στο εύρος ζώνης (απαιτεί μεγάλη υπολογιστική ισχύ και χρειάζεται άφθονο bandwidth) και στην τρέχουσα τεχνολογία συμπίεσης. Κατά συνέπεια, οι περισσότερες εταιρίες που επιδιώκουν να μειώσουν τους τηλεφωνικούς λογαριασμούς τους περιορίζουν σήμερα τις εφαρμογές τηλεφωνίας διαδικτύου τους στα εσωτερικά δίκτυα τους. Με πιο προβλέψιμο εύρος ζώνης διαθέσιμο από το δημόσιο διαδίκτυο, τα intranets μπορούν να υποστηρίξουν τις λειτουργίες, σε πραγματικό χρόνο μετάδοσης φωνής. Οι εταιρίες περιορίζουν γενικά τις μεταδόσεις φωνής διαδικτύου τους σε ασύγχρονες εφαρμογές (π.χ. μήνυμα φωνής).

4.8 : Ασύρματο δίκτυο

Η εκρηκτική ανάπτυξη των ασύρματων δικτύων και του διαδικτύου δημιούργησε την απαίτηση για παροχή υπηρεσιών ασύρματου διαδικτύου(wireless internet). Τα τελευταία χρόνια έχουμε παρατηρήσει μια αύξηση στη χρήση του διαδικτύου καθώς επίσης και μια αύξανόμενη τάση προς τις κινητές επικοινωνίες.

Πλέον, πολλές υπηρεσίες είναι βασισμένες στο διαδίκτυο. Αυτό συμβαίνει διότι μπορεί να προσφέρει μια μεγάλη ποικιλία από αυτές όπως είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το chat, το voice over IP ή τηλεδιάσκεψη και η μεταφορά, η αποθήκευση και η ανάκτηση των αρχείων.

Μέχρι τώρα, η ανάπτυξη της υπηρεσίας ασύρματου διαδικτύου έχει εμποδιστεί από διάφορους παράγοντες όπως:

1. Υψηλό κόστος,
2. Χαμηλές ταχύτητες πρόσβασης,
3. Ακριβές συσκευές χρηστών,
4. Έλλειψη υποδομής δικτύων,
5. Έλλειψη συμβατότητας με το διαδίκτυο.

4.9 : Τηλεργασία

Ο όρος τηλεργασία αφορά οποιοδήποτε τύπο εργασίας περιλαμβάνει ηλεκτρονική επεξεργασία πληροφοριών και χρησιμοποιεί έναν τηλεπικοινωνιακό σύνδεσμο με έναν απομακρυσμένο εργοδότη ή πελάτη για την ανάθεση και παράδοση της εργασίας. Πρόκειται λοιπόν για εργασία η οποία διεκπεραιώνεται από απόσταση με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή και διανέμεται μέσω δικτύων υπολογιστών και κυρίως μέσω του Διαδικτύου χρησιμοποιώντας σύγχρονες τηλεπικοινωνιακές υποδομές. (Turban, 2010)

Στην εποχή της ραγδαίας ανάπτυξης της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιακών μέσων, το μοντέλο των εργασιακών σχέσεων αλλά και ο τρόπος παροχής των υπηρεσιών γενικότερα, αλλάζουν τάχιστα προκειμένου να ανταποκριθούν στις αυξημένες απαιτήσεις της παγκοσμιοποιημένης πλέον κοινωνίας.

Οι επιχειρήσεις αλλά και οι εργαζόμενοι αναζητούν νέες, πιο ευέλικτες μεθόδους εργασίας ώστε να ανταπεξέλθουν στις νέες προκλήσεις. Μία από τις πιο

ευέλικτες λύσεις και σημαντικότερες ευκαιρίες στον εργασιακό τομέα είναι μία νέα μορφή εργασίας, η τηλεργασία. (Turban, 2010)

Με την ανάπτυξη ευρυζωνικών εφαρμογών στον τομέα της τηλεργασίας επιτυγχάνεται καλύτερη αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού μιας επιχείρησης ή ενός Οργανισμού καθώς παρέχεται η δυνατότητα σε άτομο που βρίσκονται σε διαφορετικά σημεία εργασίας να συνεργάζονται και ν' αποδίδουν με την ίδια αποτελεσματικότητα, σαν να βρίσκονται στον ίδιο χώρο.

Αρχικά στις ΗΠΑ αλλά πλέον και στην Ευρωπαϊκή Ένωση δεκάδες χιλιάδων εργαζομένων απασχολούνται με το σύστημα της τηλεργασίας . Οι συνθήκες που βοήθησαν και συντέλεσαν στην εμφάνιση και την καθιέρωση της νέας αυτής μορφής εργασίας είναι αρκετές και ιδιαίτερα σημαντικές, όπως:

- § Η ανάπτυξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου που βοηθάει στην εκμηδένιση των αποστάσεων και του χρόνου.
- § Η ανάγκη, κυρίως όμως η δυνατότητα, απασχόλησης ειδικών ομάδων εργαζομένων όπως τα άτομα με ειδικές ανάγκες, οι άνεργοι και οι μερικώς απασχολούμενοι. Με την αξιοποίηση των νέων δυνατοτήτων που προσφέρονται από τις νέες τεχνολογίες και τις τηλεπικοινωνίες είναι πλέον εφικτή η ένταξη των ανωτέρω αφενός γιατί οι μέχρι πρότινος αντικειμενικές δυσκολίες ξεπεράστηκαν αφετέρου γιατί δημιουργείται ένα νέο πλαίσιο επανεκπαίδευσης στην κατεύθυνση της δημιουργίας νέων, καινοτόμων ειδικοτήτων.
- § Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας δημιούργησε ευνοϊκές συνθήκες προσέγγισης των επιχειρήσεων και συνεπώς και των εργαζομένων συμβάλλοντας έτσι σημαντικά στην εξ αποστάσεως παροχή υπηρεσιών (τηλεργασία). (Turban, 2010)

Η τηλεργασία συμβάλλει:

- § Δυνατότητα να απασχοληθούν εργαζόμενοι που διαμένουν σε γεωγραφικά απομακρυσμένες περιοχές
- § Στη μείωση των λειτουργικών δαπανών μιας επιχείρησης.
- § Στην καλύτερη αξιοποίηση του πολύτιμου χρόνου των στελεχών, περιορίζοντας τις μετακινήσεις ρουτίνας στο ελάχιστο.
- § Στην άμεση και ολοκληρωμένη επικοινωνία των στελεχών και λειτουργικών της, που σήμερα γίνεται με τα παραδοσιακά μέσα.

- § Μείωση του άγχους, περισσότερη ευελιξία και ικανοποίηση από την εργασία
- § Λιγότερες διακοπές κατά τη διάρκεια της εργασίας επιτρέπουν μεγαλύτερη συγκέντρωση και αύξηση της παραγωγικότητας του εργαζόμενου
- § Λιγότερο συμμετοχή στα office politics
- § Εξοικονόμηση χρημάτων (ρούχα, μεταφορικά, καύσιμα, κλπ)
- § Μείωση στις μετακινήσεις (commuting)
- § Μείωση της ανάγκης για μετεγκατάσταση
- § Πιθανότητα η εργασία να επεκτείνεται στην περιοχή της επιχείρησης πέραν του ωραρίου
- § Μείωση αδειών για προσωπικούς λόγους
- § Βοηθά στην εξισορρόπηση μεταξύ εργασίας και οικογενειακής ζωής /ενθάρρυνση της ανάληψης εργασίας και από τα δύο μέλη της οικογένειας
- § Ενθαρρύνει την ανάληψη εργασίας από άτομα με ειδικές ανάγκες (Turban, 2010)

Επίσης, ο τηλεεργαζόμενος μπορεί να εργάζεται κατ' οίκον ή να μετακινείται συνεχώς ανάλογα με τις απαιτήσεις της εργασίας που έχει αναλάβει. Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζονται οι διαφορετικοί τύποι τηλεεργασίας ανάλογα με τον χώρο διεκπεραίωσης της εργασίας και τον τύπο της εργασιακής σχέσης.

ΤΥΠΟΣ ΤΗΛΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
Κατ' οίκον τηλεεργασία	Η εργασία διεκπαιρώνεται στην οικία του τηλεεργαζόμενου
α) διαρκής	Ο τηλεεργαζόμενος διεκπεραιώνει το σύνολο της εργασίας στην κατοικία του
β) εναλλασσόμενη	Ο τηλεεργαζόμενος διεκπεραιώνει μικρό μέρος της εργασίας στην κατοικία του και την υπόλοιπη στα γραφεία της επιχείρησης
Τηλεεργασία εν κινήσει	Ο τηλεεργαζόμενος μετακινείται συχνά και χρησιμοποιεί προσωρινούς χώρους εργασίας και on-line σύνδεση κατά τις μετακινήσεις του
Κατ' οίκον γραφείο	Αυτοαπασχολούμενοι και ελεύθεροι επαγγελματίες οι οποίοι προσφέρουν υπηρεσίες από απόσταση και διατηρούν κατ' οίκον

	γραφεία
Συμπληρωματική εργασία	Ο τηλεργαζόμενος διεκπεραιώνει μικρό μέρος της εργασίας στην κατοικία του και το υπόλοιπο στα γραφεία της επιχείρησης

Πηγή:ECaTT Report (1999)

Από τη πλευρά των επιχειρήσεων, ο κύριος λόγος δημιουργίας νέων οργανωτικών δομών που επιτρέπουν εναλλακτικές μορφές εργασιακής σχέσης είναι η διαπίστωση πως η εφαρμογή αυτού του μοντέλου εργασίας αποφέρει δραστική μείωση του συνολικού λειτουργικού τους κόστους. Στον πιο κάτω πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά τα οφέλη αλλά και οι προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις που σκοπεύουν να υιοθετήσουν το μοντέλο της τηλεργασίας.

ΟΦΕΛΗ	ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ
Οικονομία στις κτιριακές εγκαταστάσεις	Κόστος εκκίνησης και λειτουργίας (δημιουργία εταιρικής πολιτικής, σύνταξη οδηγιών, εκπαίδευση, αξιολόγηση, κλπ.)
Αύξηση παραγωγικότητας εργαζομένων	Πιθανή 'δυσφορία' από εργαζόμενους που δεν μπορούν να εφαρμόσουν την τηλεργασία
Μείωση αδικαιολόγητων απουσιών ή απουσιών λόγω προβλημάτων υγείας	.
Η εξοικονόμηση κόστους μειώνει την ανάγκη για συρρίκνωση	Κόστος τεχνολογικής υποδομής, δυσκολίες στην παρακολούθηση και επίβλεψη της εργασίας, θέματα ασφάλειας της μεταδιδόμενης πληροφορίας
Μείωση του κόστους μετακινήσεων του προσωπικού	Ασφάλεια και υγιεινή των εργαζομένων
Αύξηση της ευελιξίας των εργαζομένων σε περιόδους αυξημένων υποχρεώσεων	Περιορισμός της συνεργασίας και ανάπτυξης της εργασιακής κουλτούρας

Δημιουργία συνθηκών που διευκολύνουν την παραμονή υπαλλήλων σημαντικών για τη λειτουργία της επιχείρησης και μείωση της ανάγκης για νέες προσλήψεις	
Δημιουργία ευκαιριών για πρόσβαση σε απομακρυσμένες γεωγραφικά αγορές εργασίας	
Παρέχει δυνατότητες φορολογικής ελάφρυνσης	
Παρέχει μια εναλλακτική λύση στην ανάγκη για μετάταξη προσωπικού	

Πηγή: www.ebusinessforum.gr

4.10 : Μηχάνημα τηλεομοιοτυπίας

Οι συσκευές τηλεομοιοτυπίας είναι ένας πολύ καλός τρόπος για την αποστολή εγγράφων, ειδικά μεταξύ των επιχειρήσεων. Παρέχουν την εμπιστευτικότητα που ενδεχομένως είναι αναγκαία για νομικά και ιατρικά έγγραφα, μεταξύ των άλλων βιομηχανιών. Αν και η διαβίβαση εγγράφων μέσω διαδικτύου είναι εξίσου βολική, οι υπολογιστές και το διαδίκτυο μπορεί να παραβιαστεί, επιτρέποντας σε εκείνους που δεν έχουν δικαίωμα, πρόσβαση σε ιδιωτικά έγγραφα, ενώ οι συσκευές τηλεομοιοτυπίας δεν μπορούν.

Οι συσκευές τηλεομοιοτυπίας δεν ήταν διαδεδομένες στο ευρύ κοινό μέχρι το 1980 όπου ξεκίνησε να χρησιμοποιείται στις επιχειρήσεις για την διανομή εγγράφων μεταξύ των εργαζομένων άμεσα και γρήγορα. Ενώ η τεχνολογία αναβαθμιζόταν μέσω της χρήσης του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και του διαδικτύου για την μεταφορά εγγράφων, πολλές είναι οι επιχειρήσεις που εξακολουθούν να χρησιμοποιούν τις συσκευές τηλεομοιοτυπίας για την καλύτερη προστασία του απορρήτου των εγγράφων που αποστέλλουν.

4.11 : Τηλεκπαίδευση

Η ανάπτυξη των ευρυζωνικών υπηρεσιών έχει ανοίξει νέους ορίζοντες στους τομείς των επιχειρήσεων αφού καταργεί σύνορα και αποστάσεις και συμβάλλει στην ταχύτερη μετάδοση της πληροφορίας και της γνώσης.

Η τηλεκπαίδευση προσφέρει:

§ Εύκολη και άμεση διασύνδεση ομάδων και ατόμων με μεγάλη γεωγραφική διασπορά.

§ Ίσες ευκαιρίες σε εκπαιδευτές και εκπαιδευόμενους, ανεξάρτητα από αποστάσεις και χρονικούς περιορισμούς.

§ Ολοκληρωμένη παρουσίαση των εκπαιδευτικών θεμάτων με χρήση όλων των μορφών επικοινωνίας (φωνή, εικόνα, κείμενο, δεδομένα).

Σημαντικά είναι επίσης τα οφέλη που προκύπτουν για τις επιχειρήσεις από την εφαρμογή του ADSL στον τομέα της επιμόρφωσης του στελεχιακού και ανθρώπινων δαπανών σε συνδυασμό με την ευκολότερη και εντατικότερη υλοποίηση ανάλογων προγραμμάτων σε όλους τους χώρους της επιχείρησης. (Turban, 2010)

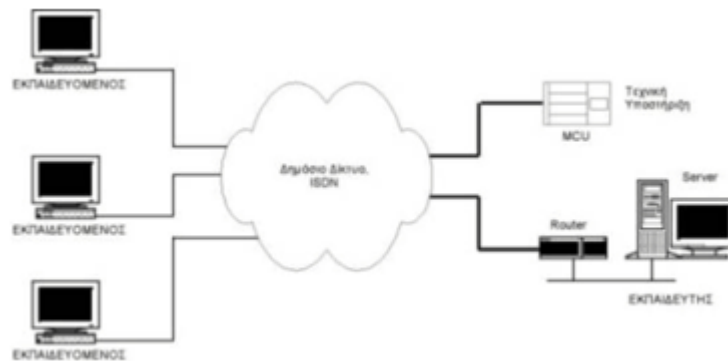
4.11.1 : Πλεονεκτήματα της τηλεκπαίδευσης

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα από την εφαρμογή της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης μπορούν να συνοψιστούν στα πιο κάτω:

- Άρση φυσικών εμποδίων, κατάργηση γεωγραφικών συνόρων και διασπορά στη διάδοση της γνώσης
- Προοπτικές ομοιόμορφης αντιμετώπισης της εκπαιδευτικής λειτουργίας στο σύνολο της επικράτειας δίνοντας ίσες ευκαιρίες σε όλους, σε ό,τι αφορά στην απόσταση και στην επιλογή του χρόνου εκπαίδευσης και στο γνωστικό αντικείμενο
- Συνεχιζόμενη κατάρτιση και εκπαίδευση για τη βελτίωση των ικανοτήτων των εκπαιδευομένων
- Επιτάχυνση της διαδικασίας μεταφοράς γνώσης από τους εκπαιδευτές στους εκπαιδευόμενους
- Άμεση διασύνδεση ατόμων και ομάδων με εξωτερικές πηγές γνώσεων (ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες, μουσεία κλπ.) και αυξημένες δυνατότητες συνεργασίας μεταξύ εκπαιδευομένων και εκπαιδευτών, οι οποίοι είναι γεωγραφικά διασπαρμένοι

- Δημιουργία μιας "ηλεκτρονικής τάξης" με εξομοίωση όλων των λειτουργιών μιας παραδοσιακής τάξης (παράδοση διαλέξεων, επίλυση ασκήσεων, διόρθωση ασκήσεων, υποβολή ερωτήσεων κλπ)
- Εξοικονόμηση χρόνου και εκπαιδευτικού προσωπικού
- Αύξηση του αριθμού των εκπαιδευόμενων με ταυτόχρονη μείωση των λειτουργικών αναγκών
- Ευελιξία στο χρόνο, στο χώρο και στο ρυθμό μάθησης
- Έλεγχος από την πλευρά του εκπαιδευόμενου για τον ρυθμό προόδου που σημειώνει κατά τη μαθησιακή διαδικασία

Οικονομικά οφέλη για κάθε εμπλεκόμενο, με τη δυνατότητα ελαχιστοποίησης κόστους προς απόδοση.



4.11.2 : Είδη τηλεεκπαίδευσης

- *Σύγχρονη εκπαίδευση:* Απαιτεί την ταυτόχρονη συμμετοχή όλων των εκπαιδευτών και των εκπαιδευόμενων. Η αλληλεπίδραση μεταξύ εκπαιδευτή και εκπαιδευόμενου γίνεται σε "πραγματικό χρόνο", και αφορά τόσο στην ανταλλαγή απόψεων όσο και εκπαιδευτικού υλικού. Η ταυτόχρονη εμπλοκή μπορεί να επιτευχθεί είτε με το να βρίσκονται στον ίδιο χώρο (τάξη κλπ.) είτε με το να είναι διασυνδεδεμένοι μέσω δικτύου που επιτρέπει την ανταλλαγή ήχου ή και εικόνας ενώ επιπλέον υπάρχει η δυνατότητα ανταλλαγής αρχείων και ηλεκτρονικού

μαυροπίνακα, υλοποιώντας με αυτόν τον τρόπο τη σύγχρονη τηλεεκπαίδευση.

- *Ασύγχρονη εκπαίδευση:* Δεν απαιτεί την ταυτόχρονη συμμετοχή των μαθητών και των εισηγητών. Οι μαθητές δεν είναι ανάγκη να βρίσκονται συγκεντρωμένοι μαζί στον ίδιο χώρο ή την ίδια χρονική στιγμή. Αντίθετα, μπορούν να επιλέγουν μόνοι τους το προσωπικό τους εκπαιδευτικό χρονικό πλαίσιο και να συλλέγουν το εκπαιδευτικό υλικό σύμφωνα με αυτό. Η ασύγχρονη εκπαίδευση είναι περισσότερο ευέλικτη από τη σύγχρονη. Στο είδος αυτό της εκπαίδευσης ανήκει η αυτοδιδασκαλία, η ημιαυτόνομη εκπαίδευση και η συνεργαζόμενη εκπαίδευση.

Κεφάλαιο 5 : Επικοινωνία μέσω εικονικών συναντήσεων

Οι εικονικές συναντήσεις γίνονται ,όλο και περισσότερο, σύνηθες φαινόμενο καθώς οι επιχειρήσεις προχωρούν σε περικοπές στις ποσότητες χρόνου και χρήματος όπου διέθεταν για επαγγελματικά ταξίδια. Λόγω της τρομοκρατικής επίθεσης της 11^{ης} Σεπτεμβρίου, η ασφάλεια έγινε άλλη μία αιτία να τροφοδοτηθεί το ενδιαφέρον προς την ανάπτυξη και την χρήση της τεχνολογίας των ηλεκτρονικών συναντήσεων. Η βιομηχανία αυτή αυξήθηκε από 30% πριν από τις επιθέσεις σε 40% κατά τους επόμενους μήνες. Αυτή η νέα τεχνολογία, την οποία μέχρι πρότινος συνήθιζαν να απορρίπτουν προτιμώντας μια πτήση προς τον αντίστοιχο προορισμό, κερδίζει τώρα την αποδοχή από τον επιχειρηματικό χώρο.

5.1 : Τηλεδιάσκεψη

Πρόκειται για μια υπηρεσία που δίνει την δυνατότητα ταυτόχρονης επικοινωνίας με εικόνα κ ήχο μεταξύ δύο ή περισσότερων ομάδων χρηστών που βρίσκονται σε διαφορετικά σημεία στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό.

Η τηλεδιάσκεψη μπορεί να είναι ένας χρήσιμος τρόπος για τις ομάδες των εργαζομένων μιας επιχείρησης να συναντηθούν, παρόλα αυτά η ποιότητα, η οποία εξαρτάτε από την ποιότητα του εξοπλισμού, μπορεί να είναι απογοητευτική.

Για τους ανθρώπους που εργάζονται από το σπίτι και χρησιμοποιούν ένα modem συνδεδεμένο σε μια κανονική τηλεφωνική γραμμή με χαμηλή ταχύτητα (bandwidth), οι εικόνες δεν είναι καθαρές και οι κινήσεις είναι διακοπτόμενες.

Ένα desktop σύστημα αποτελεί μια λύση για αποτελεσματικότερες τηλεδιασκέψεις για όσους υπαλλήλους τηλεργάζονται από το σπίτι. Ένα τέτοιο σύστημα αποτελείτε από ένα επιτραπέζιο υπολογιστή, το λογισμικό τηλεδιάσκεψης, μια web κάμερα και μια γραμμή παροχής ίντερνετ υψηλής ταχύτητας.

Άλλο ένα σύστημα τηλεδιάσκεψης είναι τα συστήματα δωματίων. Αυτό το είδος συστήματος εξυπηρετεί μεγαλύτερες ομάδες συνομιλητών με καλύτερη ποιότητα.

Τα συστήματα δωματίων τηλεδιάσκεψης είναι πιο ακριβά. Για την δημιουργία τους απαιτούνται οθόνες υψηλής ευκρίνειας, υπολογιστές υψηλής απόδοσης, ειδικές κάμερες, ενισχυτές ήχου και ηχεία υψηλής ευκρίνειας, το λογισμικό και αρκετά υψηλές ταχύτητες ίντερνετ.

Οι υπάλληλοι σε διάφορες διαφορετικές τοποθεσίες κάθονται στα συγκεκριμένα δωμάτια και παρακολουθούν τον προϊστάμενο τους ή τον αρχηγό της ομάδας τους να δίνει μία διάλεξη. Πατώντας ένα κουμπί μπορούν να υποβάλλουν προτάσεις ή να θέσουν ερωτήματα. Αυτόματα η κάμερα θα εστιάσει και με αυτό τον τρόπο θα ακουστούν από τον προϊστάμενο τους αλλά και από τους υπόλοιπους συνεργάτες τους και παράλληλα θα φανούν σε καλύτερη και πιο κοντινή εικόνα στην οθόνη.

Η εξελιγμένη τεχνική αυτής της υπηρεσίας προσφέρει τις εξής δυνατότητες:

- § Ταυτόχρονη επικοινωνία με εικόνα και ήχο
- § Ανταλλαγή πληροφοριών με τη μορφή εγγράφων, σχεδίων, αρχείων, slides κλπ.
- § Προβολή βιντεοταινίας
- § Εγγραφή της τηλεδιάσκεψης σε βιντεοταινία

Τα πλεονεκτήματα που απορρέουν από την χρήση της Τηλεδιάσκεψης είναι:

- § Σημαντική εξοικονόμηση χρόνου και κόστους εξαιτίας του περιορισμού των μετακινήσεων.
- § Αύξηση της παραγωγικότητας και της αποτελεσματικότητας.
- § Ταχύτητα στη λήψη των αποφάσεων, γιατί επιτρέπει την πραγματοποίηση συσκέψεων χωρίς ιδιαίτερο προγραμματισμό.
- § Άμεση ανταλλαγή πληροφοριών με τη μορφή εγγράφων, εικόνων, σχεδίων, αρχείων κλπ. (Kaewkitipong and Brown, 2009)

5.1.1 : Αποτελεσματική χρήση της τηλεδιάσκεψης

Πρέπει να λάβουμε υπ' όψην το αντικείμενο των εργασιών μας πριν πάρουμε αποφάσεις για τον εξοπλισμό γιατί ο εξοπλισμός όπως αναφέραμε και παραπάνω είναι ακριβός για την τηλεδιάσκεψη και επίσης χρειάζεται εκπαίδευση για να μάθουμε να τη χρησιμοποιούμε. Οι εναλλακτικές λύσεις περιλαμβάνουν την ενοικίαση εξοπλισμού ή του ειδικά διαμορφωμένου δωματίου τηλεδιάσκεψης ή την επιλογή της βίντεο κλήσης. Βασικό είναι επίσης και οι συμμετέχοντες να μην νιώθουν άβολα το οποίο επιτυγχάνεται με εκπαίδευση που θα τους κάνει να νιώσουν άνετα μπροστά στην κάμερα και θα ικανοποιήσει τις προσδοκίες τους. Η οπτική επαφή είναι σημαντική στην επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο παρόλο που δεν είναι έτσι στην συγκεκριμένη περίπτωση, η κάμερα δημιουργεί την ψευδαίσθηση της επαφής αυτής. Κοιτάζοντας την εικόνα του κάθε συνομιλητή φαίνεται πως κοιτάμε κάπου αλλού, για το λόγο αυτό πρέπει να κοιτάμε στην κάμερα από μια μέτρια απόσταση και όχι μακριά για να υπάρχει καλύτερη επικοινωνίας στη διάρκεια της τηλεδιάσκεψης.

5.2 : Τηλεφωνική διάσκεψη

Η ηχοδιάσκεψη ή τηλεφωνική διάσκεψη, είναι ένα οικείο εργαλείο πολύ χρήσιμο για τις ομάδες εργασίας. Παρέχει ένα σύγχρονο περιβάλλον επικοινωνίας, όπου καθιστά δυνατή την άμεση ανατροφοδότηση και τον έλεγχο της αντίληψης των μελών της ομάδας, επιπλέον επιτρέπει τη διαβίβαση ορισμένων μη λεκτικών νύξεων, όπως οι εναλλαγές στον τόνο της φωνής.

Η ηχοδιάσκεψη έχει μερικά μειονεκτήματα, ένα από αυτά είναι το κόστος. Άλλο ένα πρόβλημα είναι η σύγκυση που ενδέχεται να πρόκυψη από την προσπάθεια να αντιληφθούν οι συμμετέχοντες ποιοι είναι κάθε φορά οι ομιλητές. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα σε μια μεγαλύτερη ομάδα με περισσότερους συμμετέχοντες.

5.2.1 : Συμβουλές για αποτελεσματική ηχοδιάσκεψη

- **Μοιράστε τα βασικά θέματα για συζήτηση εκ των προτέρων.**

Όπως συμβαίνει με όλες τις συναντήσεις, μια ηχοδιάσκεψη θα είναι πιο επιτυχής εάν είστε προετοιμασμένοι, μοιράστε λοιπόν τα βασικά θέματα για συζήτηση εκ των προτέρων. Ρυθμίσετε και προσαρμόσετε το σύνολο του εξοπλισμού νωρίτερα ώστε να μπορέσετε να αρχίσετε τη συνεδρίαση την ώρα ακριβώς που την έχετε προγραμματίσει χωρίς τεχνικές δυσκολίες. Ο διαμοιρασμός των θεμάτων συζήτησης εκ των προτέρων είναι μια καλή πρόταση για όλες τις μορφές συνδιασκέψεων.

- **Στην αρχή της κλήσης, παρουσιάστε κάθε μέλος που συμμετέχει ξεχωριστά.**

Αποστέλλοντας ένα κατάλογο των συμμετεχόντων εκ των προτέρων επιτρέπει στον καθένα που θα συμμετάσχει να γνωρίζει με ποιόν θα επικοινωνήσει και θα συνεργαστεί στην συγκεκριμένη συνδιάσκεψη. Συστάσεις στην αρχή της συνδιάσκεψης ενημερώνουν τους συμμετέχοντες για το ποιοι τελικά κατάφεραν να παρουσιαστούν. Εάν υπάρχει ένας αριθμός συμμετεχόντων και δεν γνωρίζονται καλά μεταξύ τους, θα μπορούσε να αποδειχθεί αρκετά χρήσιμο αν κάθε φορά που κάποιος παίρνει τον λόγο εξακολουθήσει στην αρχή να επαναλαμβάνει τα στοιχεία του.

- **Κρατήστε τους θορύβους στο ελάχιστο.**

Αν συμμετέχετε σε μια ηχοδιάσκεψη από το σπίτι, κάντε ότι μπορείτε για να εξαλείψετε τους θορύβους στο φόντο, πχ μια τηλεόραση σε υψηλή ένταση ή ένας σκύλος που γαυγίζει, που μπορούν να αποσπάσουν την προσοχή ή να προκαλέσουν αναστάτωση στους συνομιλητές σας. Η ίδια ανησυχία υπάρχει και για τους εργαζόμενους σε διανεμημένες ομάδες που συμμετάσχουν σε ηχοδιασκέψεις αλλά καλούν από το εργασιακό τους περιβάλλον όπου μπορεί να επικρατούν ψηλά επίπεδα

θορύβου. Ήχοι από τηλέφωνα και οι φωνές των συναδέλφων που συζητούν μπορούν εύκολα να περάσουν από το μικρόφωνο του τηλεφώνου και να αποβούν ενοχλητικά για τους συμμετέχοντες της συζήτησης.

- **Διευκόλυνση της συμμετοχής.**

Όσο μεγαλύτερη είναι η ομάδα που συμμετέχει στην τηλεφωνική διάσκεψη τόσο πιο δύσκολο είναι να εξασφαλισθεί η συνεισφορά όλων. Μερικοί συμμετέχοντες μπορεί να είναι απρόθυμοι να μιλήσουν και μπορεί να κληθούν να μοιραστούν τις απόψεις τους.

5.3 Διάσκεψη μέσω ίντερνετ

Με την διάσκεψη μέσω ίντερνετ, οι συμμετέχοντες μπορούν να μοιράζονται ήχο, βίντεο, αρχεία ή συνδυασμός αυτών σε πραγματικό χρόνο. Αυτό επιτρέπει στους εργαζόμενους να συμμετέχουν στις συνεδριάσεις ή παρουσιάσεις όταν δεν μπορούν να δώσουν το παρών στο χώρο διεξαγωγής τους. Οι συμμετέχοντες της διάσκεψης στο διαδίκτυο μπορούν να έχουν εφοδιαστεί με μια εφαρμογή στον υπολογιστή τους όπου απλά την έχουν κατεβάσει και εγκαταστήσει ή μπορούν με ένα κωδικό να έχουν πρόσβαση σε ένα δικτυακό τόπο για να συμμετάσχουν στην ομάδα που διοργανώνει τη συνάντηση ή την παρουσίαση.

Οι διάσκεψη μέσω διαδικτύου δίνει την δυνατότητα διαμοίρασης βίντεο, εφαρμογών πολυμέσων, εγγράφων και παρουσιάσεων. Επίσης μας δίνει τη δυνατότητα εξοικονόμησης χρημάτων για το κόστος που συνδέεται με τις μεγάλες αποστάσεις που πιθανότατα προκύπτουν μεταξύ των εργαζομένων – συμμετεχόντων. Πλέον μπορούν να συνεδριάσουν οποτεδήποτε από οπουδήποτε, αρκεί να υπάρχει διαθέσιμος ένας υπολογιστής και πρόσβαση στο ίντερνετ.

Μερικά συστήματα ή παροχές διάσκεψης μέσω διαδικτύου, περιλαμβάνουν αρκετά χαρακτηριστικά στις προδιαγραφές τους όπως αποστολή γραπτών μηνυμάτων, VoIP (voice over internet protocol) και βίντεο με πλήρη κίνηση. Από τότε που ξεκίνησε η χρήση των διασκέψεων μέσω ίντερνετ έχει γίνει και προσθήκη ηχητικής λειτουργίας. Με την χρήση της λειτουργίας αυτής οι συμμετέχοντες μπορούν να ακούσουν και ήχο καθ' όλη την διάρκεια της παρουσίασης.

Η αποστολή μηνυμάτων επίσης έγινε πιο αποτελεσματική. Ο προϊστάμενος ή εισηγητής της συνδιάσκεψης μπορεί να θέσει ερωτήματα περιμένοντας άμεση απάντηση ή ακόμα να ασχοληθεί απαντώντας ο ίδιος στα ερωτήματα των συμμετεχόντων. Οι συμμετέχοντες επίσης μπορούν να αποστείλουν προσωπικά μηνύματα στον προϊστάμενο ή εισηγητή, ο οποίος είτε μπορεί να απαντήσει με προσωπικά μηνύματα αλλά είτε να τα δημοσιεύσει, έτσι ώστε όλη η ομάδα ή οι συμμετέχοντες να μπορούν να το δουν.

Υπάρχουν κατάλογοι προσέλευσης που επιτρέπουν στον αρχηγό και τους συμμετέχοντες να μπορούν να δουν ποιοι συμμετέχουν στη συνδιάσκεψη. Υπάρχει επίσης και ένα εργαλείο για την καταγραφή της συνδιάσκεψης. Όταν ολοκληρωθεί η καταγραφή της συνδιάσκεψης καταχωρείτε σε ένα αρχείο από το οποίο μπορεί, όποιος χρειαστεί να αντλήσει πληροφορίες από αυτό, να ανατρέξει και να το μοιραστεί οποιαδήποτε στιγμή.

Ένας λευκός πίνακας επίσης επιτρέπει στον αρχηγό της διάσκεψης ή στους παρευρισκόμενους να αναδειξεί τα στοιχεία της παρουσίασης ή μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να κάνει τις σημειώσεις. Υπάρχουν επίσης εργαλεία για δημοσκοπήσεις και έρευνες, που επιτρέπουν στον ηγέτη να κάνει ερωτήσεις με πολλαπλές επιλογές απευθυνόμενος στους παρευρισκόμενους.

Άλλο ένα χαρακτηριστικό της διάσκεψης μέσω ίντερνετ είναι η κοινή χρήση της οθόνης. Με την κοινή χρήση της οθόνης ή της επιφάνειας εργασίας οι συμμετέχοντες μπορούν να δουν την οθόνη του αρχηγού της διάσκεψης, αλλά και οτιδήποτε άλλο υπάρχει στην οθόνη του. Μερικές εφαρμογές κοινής χρήσης της οθόνης επιτρέπουν επίσης τηλεχειρισμό της επιφάνειας εργασίας κάτι που σημαίνει ότι οι συμμετέχοντες μπορούν να πάρουν τον έλεγχο ή να χειριστούν την οθόνη ή την επιφάνεια εργασίας του αρχηγού της διάσκεψης. Αυτή η δυνατότητα όμως χρησιμοποιείται σπάνια.

Το να προετοιμαστεί το προσωπικό μιας επιχείρησης και ο εξοπλισμός για μια διάσκεψη μέσω ίντερνετ δεν είναι μια περίπλοκη διαδικασία. Οι υπολογιστές νέας τεχνολογίας είναι συνήθως εξοπλισμένοι με το λογισμικό που είναι απαραίτητο για διασκέψεις μέσω ίντερνετ, αν όχι, η διαδικασία εγκατάστασης είναι σχετικά εύκολο να επιτευχθεί.

Η διάσκεψη μέσω ίντερνετ αποτελεί ένα πολύ καλό τρόπο για σύντομες και απλές συναλλαγές απόψεων και πληροφοριών σχετικά με επιχειρηματικές

δραστηριότητες, όπως είναι για παράδειγμα συναντήσεις, διαδηλώσεις, καθορισμό εργασιών κ προσανατολισμό της επιχείρησης αλλά ακόμα και για παρουσιάσεις κ αναλύσεις προϊόντων της επιχείρησης. Όπως συμβαίνει και με άλλες μορφές επικοινωνίας η διάσκεψη μέσω ίντερνετ κατέστησε δυνατό για μας να έχουμε επικοινωνία για επαγγελματικές συναντήσεις και υποθέσεις χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία μας.

Κεφάλαιο 6 : Μεθοδολογία ερευνητικής διαδικασίας

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την διεξαγωγή της παρούσας έρευνας. Στην παράγραφο 6.1 προσδιορίζονται ο σκοπός της ερευνητικής διαδικασίας, έπειτα στην παράγραφο 6.2 διατυπώνονται οι προς εξέταση ερευνητικές υποθέσεις. Στην παράγραφο 6.3 καθορίζονται τα επιμέρους χαρακτηριστικά της διαδικασίας σχετικά με τη μέθοδο δειγματοληψίας, το απαιτούμενο μέγεθος δείγματος και την μέθοδο συλλογής των δεδομένων. Στην παράγραφο 6.4 6.5 δίνεται μια συνοπτική περιγραφή της διάρθρωσης του ερωτηματολογίου των χρησιμοποιούμενων κλιμάκων μέτρησης και των κατηγοριών των ερωτήσεων που χρησιμοποιήθηκαν. Τέλος, περιγράφονται εν συντομία οι περιορισμοί και τα προβλήματα που αντιμετωπίστηκαν στην διαδικασία της έρευνας.

6.1 : Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η καταγραφή και ανάλυση της αναγκαιότητας και της ανάπτυξης της ηλεκτρονικής επικοινωνίας μέσω της σωστής και συχνής χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας στις ιδιωτικές επιχειρήσεις και τις δημόσιες υπηρεσίες.

- Προσδιορισμός του επικοινωνιακού προφίλ των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών που συμμετείχαν στην έρευνα.
- Καταγραφή της συχνότητας χρήσης ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας.
- Περιγραφή της χρησιμότητας των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας στην καθημερινότητα των εργαζομένων για την διεκπεραίωση των εργασιών τους.
- Καταγραφή πιθανών προβλημάτων και εμποδίων κατά την επικοινωνία με την χρήση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας.
- Διερεύνηση συσχέτισης ή διαφοροποίησης ιδιωτικών επιχειρήσεων με δημόσιες υπηρεσίες σε ότι αφορά μεθόδους επικοινωνίας με την χρήση των κατάλληλων τεχνολογικών μέσων.

6.2 : Υποθέσεις της έρευνας

Με την χρήση των ερωτηματολογίων επιδιώκεται ο εντοπισμός και η ανάδειξη των τρόπων επικοινωνίας και η ροή της, οι λόγοι που επηρεάζουν καθώς και η στάση της επιχείρησης σε θέματα επικοινωνίας. Τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα μας επιτρέψουν να σχηματίσουμε μια εικόνα σχετικά με τις μεθόδους και τις τακτικές τις οποίες χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις και υπηρεσίες στην καθημερινή τους επικοινωνία. Επιπρόσθετα, θα εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με την αποτελεσματικότητα την αναγκαιότητα και την ανάπτυξη των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας και τους τρόπους χρήσης αυτών ώστε να εντοπιστεί ενδεχόμενη υστέρηση των Ελληνικών επιχειρήσεων και υπηρεσιών σε σχέση με το θεωρητικό μέρος.

6.3 : Η μεθοδολογία της έρευνας (το δείγμα)

Στην παρούσα έρευνα συμμετείχαν εργαζόμενοι από δύο ιδιωτικές επιχειρήσεις και δύο δημόσιες υπηρεσίες και συγκεκριμένα η Adidas, Geniki τράπεζα ΚΕΠ, ΔΕΗ . Η επιλογή των συγκεκριμένων επιχειρήσεων και υπηρεσιών βασίστηκε στο γεγονός πως αυτές οι τέσσερις αποτελούν ένα σύνολο που καλύπτει τα βασικά εταιρικά μεγέθη, περιλαμβάνει αρκετές διαφορετικές επιχειρησιακές δομές και οργανωσιακές κουλτούρες. Επιπλέον, η σύνθεση του δείγματος επιτρέπει τη συλλογή δεδομένων από χώρους που διαφέρουν αρκετά μεταξύ τους και θα καταστήσει δυνατή την εξαγωγή περισσότερο ρεαλιστικών συμπερασμάτων για την χρήση, την ανάπτυξη αλλά και την αναγκαιότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας και των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας στις ιδιωτικές επιχειρήσεις και τις δημόσιες υπηρεσίες. Στην έρευνα έλαβαν μέρος στελέχη ηλικίας από 25 μέχρι 64, ανήκαν σε διαφορετική βαθμίδα και διαφορετικά τμήματα της κάθε επιχείρησης και υπηρεσίας στην οποία και απασχολούνται.

6.4 : Δομή του ερωτηματολογίου

Το βασικό εργαλείο της παρούσας έρευνας είναι το ερωτηματολόγιο. Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε με βάση τους στόχους και τις βασικές υποθέσεις της έρευνας.

- Στο πρώτο μέρος του γίνεται μια σύντομη εισαγωγή του ερωτηματολογίου και αναφέρεται ο λόγος για τον οποίο διεξάγεται η έρευνα και από ποιους.
- Στο δεύτερο μέρος παρέχονται βασικές οδηγίες για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου με σκοπό την απλούστευση και βελτίωση του τρόπου συμπλήρωσης του από το κοινό της έρευνας.

- Στο τρίτο μέρος κάθε ερωτώμενος πρέπει να απαντήσει σε ερωτήσεις που σχετίζονται με την συχνότητα της χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας και την αναγκαιότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας για την βελτίωση της εργασίας τους.
- Το τέταρτο μέρος περιλαμβάνει ερωτήσεις για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά κάθε ερωτώμενου για καθαρά στατιστικούς λόγους. Πιο συγκεκριμένα: Το φύλο, ηλικία , οικογενειακή κατάσταση , μορφωτικό επίπεδο, θέση και κατάσταση στην απασχόληση.

6.5 : Κατηγορίες ερωτήσεων – Κλίμακες μέτρησης

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει άμεσες ερωτήσεις που αναφέρονται απευθείας στο εξεταζόμενο θέμα. Όλες οι ερωτήσεις είναι κλειστές ή προκωδικοποιημένες, δηλαδή οι απαντήσεις είναι προκαθορισμένες. Από αυτές ελάχιστες είναι διχοτομικές (δηλαδή έχουν δύο μόνο επιλογές), υπάρχουν λίγες ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, ενώ οι περισσότερες έχουν 5-βάθμια κλίμακα. Οι κλιμακωτές ερωτήσεις επιλέχθηκαν για να μπορεί ο ερωτώμενος να διαβαθμίσει τις απόψεις του και τις προτιμήσεις του.

Οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν είναι: 1) ποιοτικές : κατηγορίας ή ονομαστικές (π.χ. το φύλλο, η οικογενειακή κατάσταση) και 2) ποσοτικές: συνεχείς μεταβλητές με χρήση 5-βάθμια κλίμακας τύπου Likert . Η συγκεκριμένη κλίμακα επιλέχθηκε γιατί αποτελεί μια από τις πιο αποτελεσματικές και συχνότερα χρησιμοποιούμενες κλίμακες.

6.6 : Οι περιορισμοί και τα προβλήματα της έρευνας

Η συγκεκριμένη έρευνα διεξήχθη υπό ορισμένους περιορισμούς, ένας εκ των οποίων ήταν το σχετικά περιορισμένο χρονικό διάστημα. Η συλλογή στοιχείων σε μεγαλύτερο βάθος χρόνου θα επέτρεπε την εξαγωγή περισσότερο ασφαλών και διαχρονικών συμπερασμάτων. Ένας δεύτερος περιορισμός ήταν το σχετικά μικρό δείγμα. Η συμμετοχή περισσότερων επιχειρήσεων και υπηρεσιών που

δραστηριοποιούνται στον Ελληνικό χώρο σαφώς και θα έδινε περισσότερο ρεαλιστικά αποτελέσματα. Ωστόσο η επιλογή αυτή δεν προτιμήθηκε καθώς αφενός η υλοποίηση της θα απαιτούσε χρονικό διάστημα που υπερβαίνει τους περιορισμούς της παρούσας μελέτης, αφετέρου οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις και υπηρεσίες αποτελούν ένα αρκετά αντιπροσωπευτικό δείγμα. Αντίστοιχα κατεβλήθησαν προσπάθειες απλοποίησης του ερωτηματολογίου για λόγους διευκόλυνσης των συμμετεχόντων (φόρτο εργασίας και γραφειοκρατία). Είναι χρήσιμο να αναφερθεί ότι τα περισσότερα στελέχη που έλαβαν μέρος στην έρευνα ήταν μεσαίας γραμμής (υπάλληλοι – προϊστάμενοι τμήματος)

Η απουσία συνεντευκτή αν και αποτρέπει την πιθανότητα εκδήλωσης προδιάθεσης και προκατάληψης και εξασφαλίζει την ανωνυμία, αποτελεί μειονέκτημα στην περίπτωση όπου τα υπό εξέταση θέματα του ερωτηματολογίου απαιτούν διευκρινιστικές επισημάνσεις. Στην παρούσα έρευνα έγινε προσπάθεια να περιοριστούν τα προβλήματα αυτά με την διευκρίνιση ότι ήταν δυνατή η παροχή περεταίρω επεξηγήσεων από την ερευνητική ομάδα.

Η διαδικασία της έρευνας εξελίχθηκε ομαλά με μικρά προβλήματα. Σε ορισμένες περιπτώσεις εμφανίστηκαν στοιχεία όπως απροθυμία παροχής πληροφοριών, χρονική ασυνέπεια και συμπλήρωση του ερωτηματολογίου χωρίς την δέουσα προσοχή λόγω του φόρτου εργασίας των συμμετεχόντων.

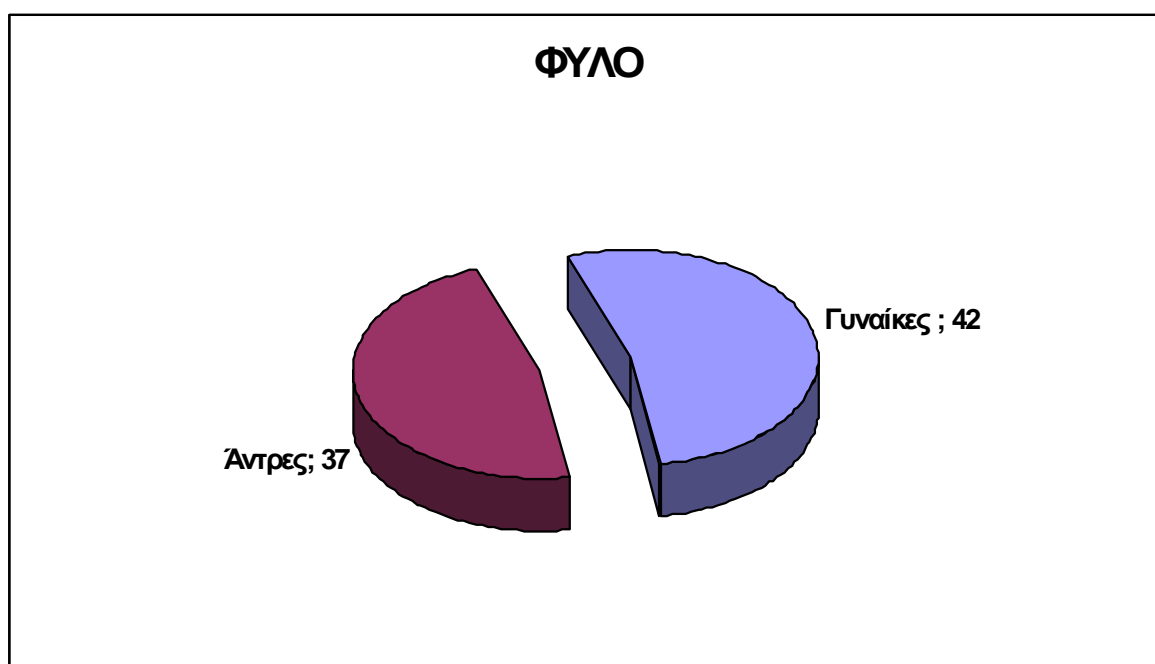
Κεφάλαιο 7 : Περιγραφή Δεδομένων

Στο κεφάλαιο αυτό, παρουσιάζονται αναλυτικά τα δεδομένα της ερευνητικής διαδικασίας της οποίας η μεθοδολογία παρουσιάστηκε στο κεφάλαιο έξι. Η παρουσίαση αυτή γίνεται για κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα με την χρήση διαγραμμάτων. Στη παράγραφο 7.1 θα περιγραφούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος. Τέλος στην παράγραφο 7.2 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των υπόλοιπων ερωτήσεων που αφορούν κυρίως την ικανοποίηση των χρηστών των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας την αναγκαιότητα και την αντίληψη τους για την ποιότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας. Με αυτό τον τρόπο, ο αναγνώστης θα έχει μια εικόνα απλή και κατανοητή των δεδομένων της έρευνας.

7.1 : Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος

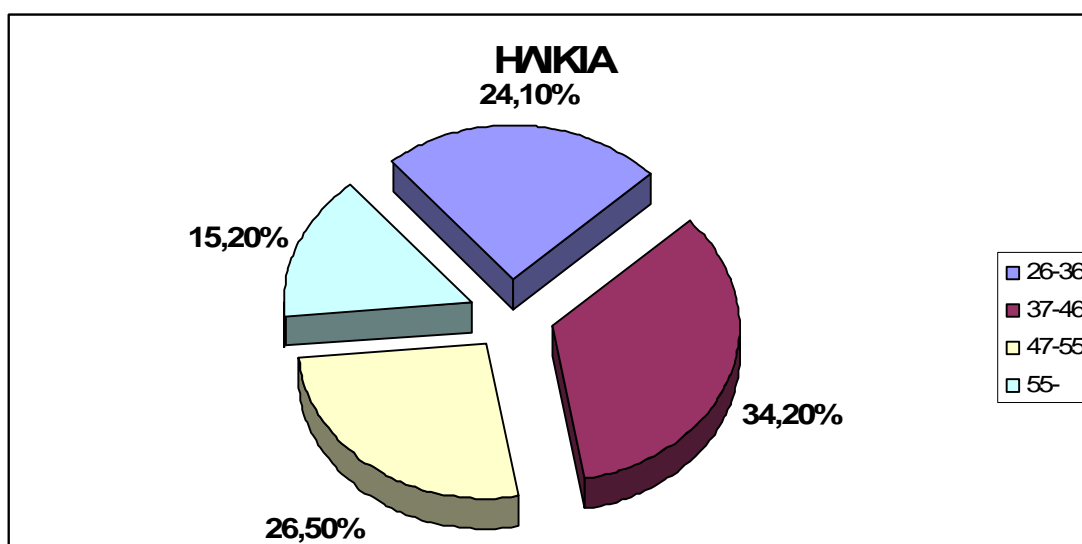
Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 79 άτομα από τα οποία 37 είναι άντρες και 42 οι γυναίκες.

Σχήμα 1.1: Κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο



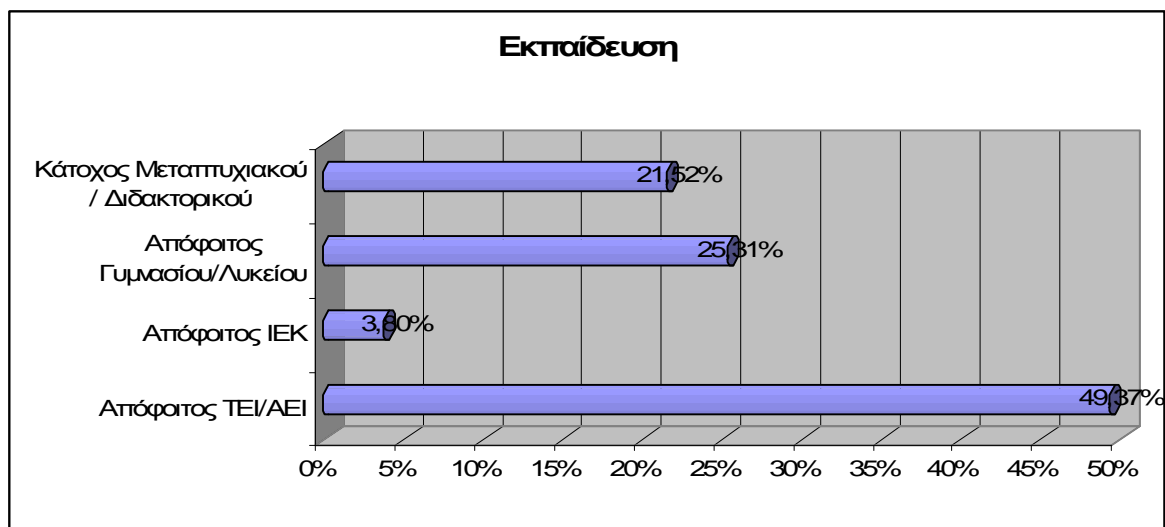
Όσον αφορά στην ηλικιακή κατανομή του δείγματος υπάρχει σχετική ομοιομορφία. Άτομα ηλικίας 26 έως 36 ετών αποτελούν το 24,1% του δείγματος, 37 έως 46 ετών το 34,2% , 47 έως 55 ετών το 26,5% ενώ το υπόλοιπο 15,2% αποτελείται από άτομα ηλικίας 56 ετών πάνω. Από την ηλικιακή κατανομή των ερωτηθέντων είναι ολοφάνερο ότι η έρευνα δεν εστιάζεται σε μια συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα για την διερεύνηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της, αλλά αφορά όλους όσους εργάζονται στις ιδιωτικές επιχειρήσεις και τις δημόσιες υπηρεσίες που επισκεφθήκαμε, ανεξάρτητα της ηλικίας τους.

Σχήμα 1.2 : Κατανομή του δείγματος ως προς την ηλικία



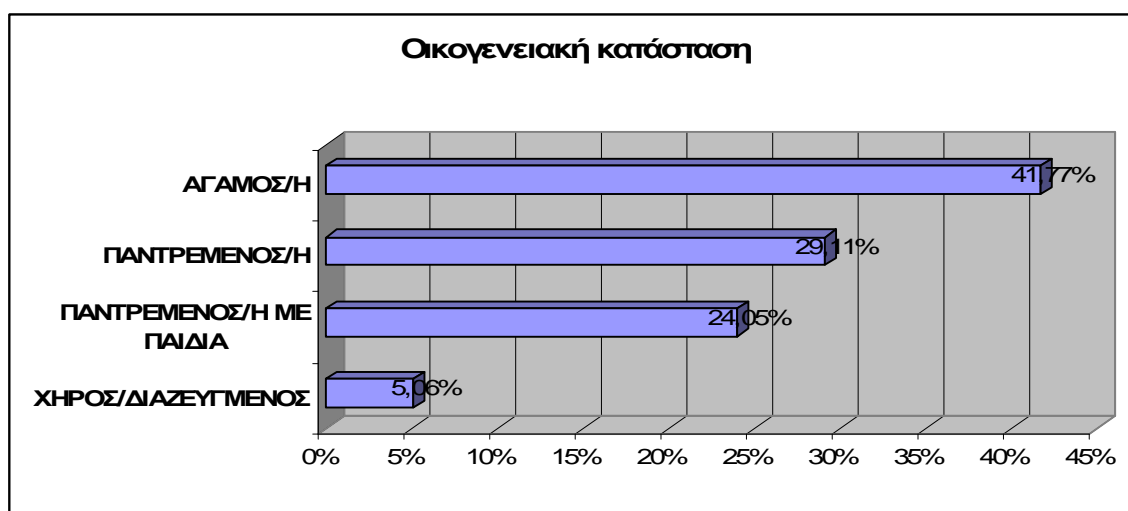
Αξιοσημείωτη είναι η κατανομή των ερωτώμενων με βάση το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχουν ολοκληρώσει. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Αρκετά είναι και τα άτομα που κατέχουν μεταπτυχιακούς ή διδακτορικούς τίτλους. Υπάρχουν βέβαια και περιπτώσεις ατόμων με βασική και υποχρεωτική μόρφωση ενώ ένα ποσοστό έχει πτυχίο από ΙΕΚ. Γενικά παρατηρείται ότι η πλειοψηφία του δείγματος της έρευνας αποτελείται από άτομα σχετικά υψηλού επιπέδου.

Σχήμα 1.3 : Κατανομή του δείγματος ως προς την εκπαίδευση



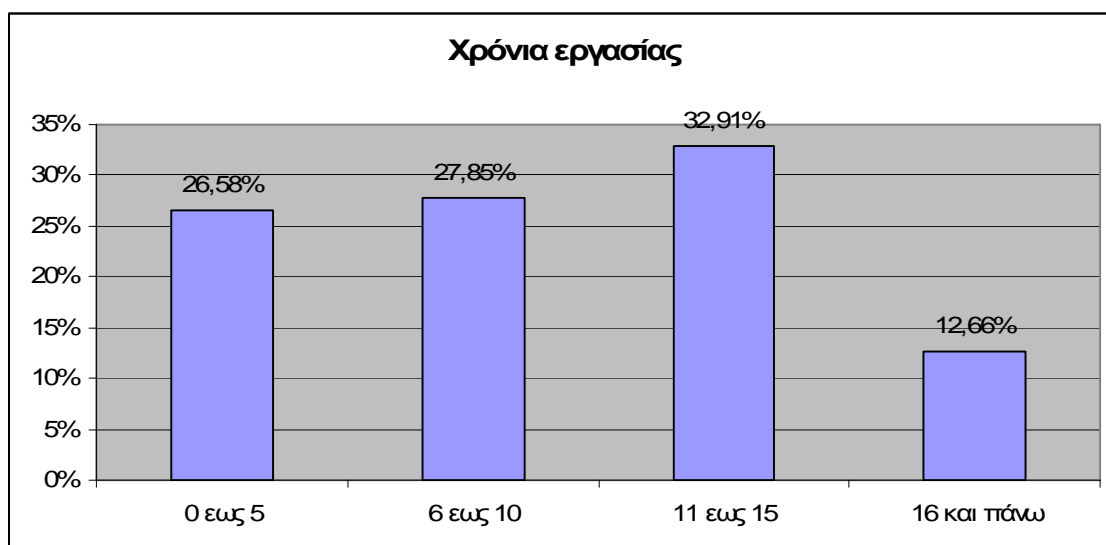
Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων στην πλειοψηφία τους είναι στην πλειοψηφία τους είναι άγαμοι (41,77%), ενώ οι παντρεμένοι αποτελούν το 29,11% του δείγματος. Το 24,05% αποτελείται από παντρεμένους με παιδιά, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό αντιστοιχεί σε διαζευγμένους και χήρους (5,06%).

Σχήμα 1.4: Κατανομή του δείγματος ως προς την οικογενειακή του κατάσταση



Όσον αφορά τα χρόνια εργασίας στην κατανομή του δείγματος υπάρχει σχετική ομοιομορφία. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων 32,91% εργάζεται ένα διάστημα έντεκα έως δεκαπέντε χρόνια στο ίδιο χώρο εργασίας, ένα μικρότερο ποσοστό του μεγέθους του 27,85% εργάζεται έξι έως δέκα χρόνια, αρκετοί (26,58%) είναι σχετικά νέοι στο χώρο εργασίας τους με ελάχιστη έως πέντε χρόνια εργασίας και ένα 12,66% είναι αυτοί που εργάζονται από 16 χρόνια έως την συνταξιοδοτική τους περίοδο.

Σχήμα 1.5: Κατανομή του δείγματος ως προς τα χρόνια εργασίας



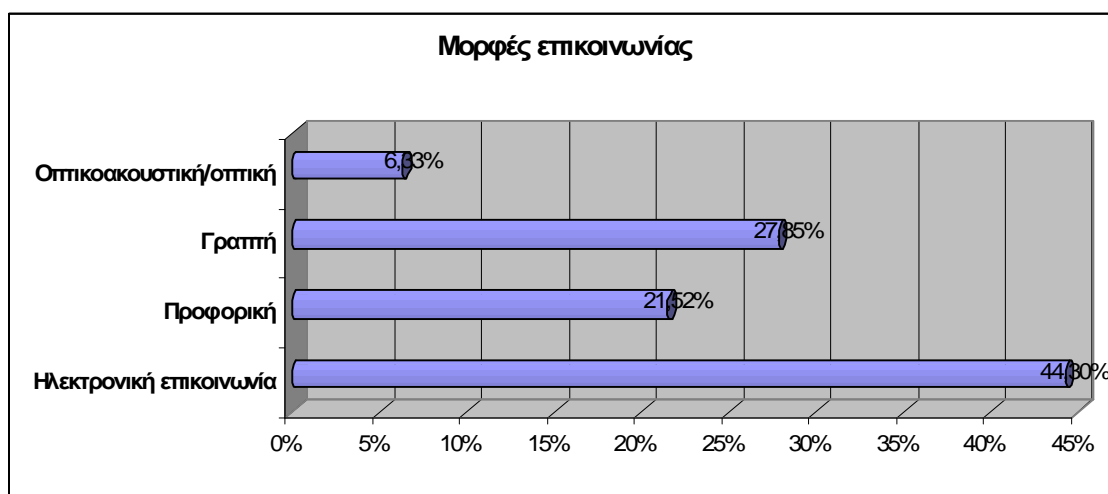
7.2 : Ανάλυση ερωτήσεων

Ερώτηση 1

- Ποιες από τις παρακάτω «μορφές επικοινωνίας» χρησιμοποιεί η επιχείρηση / υπηρεσία;

Αναλύοντας τα δεδομένα βρέθηκε ότι η ηλεκτρονική μορφή επικοινωνίας είναι προτιμητέα με ποσοστό 44,30% και ακολουθούν η γραπτή με 27,85% , η προφορική επικοινωνία με 21,52%, και η οπτικοακουστική και η οπτική με 6,33%.

Σχήμα 1.1: Πίνακας κατανομής του δείγματος ως προς τις μορφές επικοινωνίας



Άρα, από τα παραπάνω διαπιστώθηκε ότι οι επιχειρήσεις και οι υπηρεσίες κατά την επικοινωνία τους, χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική διαδικασία, η χρήση της οποίας εκτιμάται ότι θα αυξάνει όσο η ηλεκτρονική τεχνολογία υιοθετείται όλο και περισσότερο από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις και τις δημόσιες υπηρεσίες. Χαμηλότερα στην προτίμηση των εργαζομένων βρίσκεται η γραπτή επικοινωνία εξαιτίας της αδυναμίας σε πολλές περιπτώσεις αποστολής και λήψης ηλεκτρονικών μηνυμάτων, από πολύ κοντά ακολουθεί στις προτιμήσεις και η προφορική επικοινωνία εξαιτίας των προσωπικών άμεσων επαφών. Τελευταίες στις προτιμήσεις είναι η οπτικοακουστική και η οπτική επικοινωνία.

Ερώτηση 2

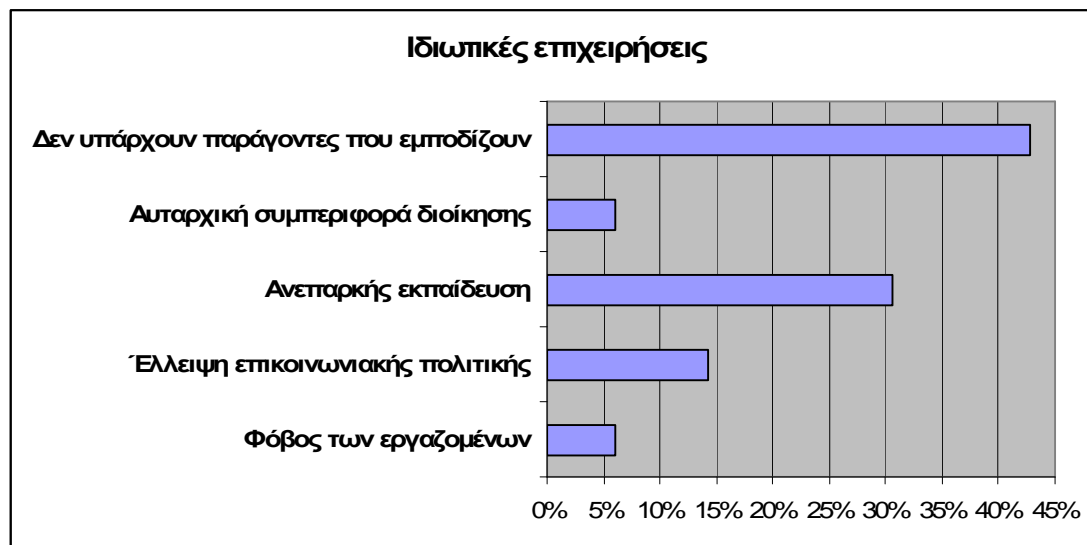
- Ποιοι από τους παρακάτω παράγοντες εμποδίζουν την αποτελεσματικότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας;

Μετά την ανάλυση των δεδομένων της ερώτησης αυτής βρέθηκε ότι η διασπορά των τιμών των μέσων όρων των απαντήσεων είναι σχετικά μεγάλη, δεν υπάρχει δηλαδή σχετική ομοιογένεια. Αυτό δείχνει ότι οι απαντήσεις στην ερώτηση δεν θεωρούνται ότι είναι της ίδιας βαρύτητας και σημασίας για τις ιδιωτικές επιχειρήσεις σε σχέση με αυτές που δόθηκαν στις δημόσιες υπηρεσίες. Για το λόγο αυτό προσπαθήσαμε να κάνουμε ένα διαχωρισμό ώστε να τονίσουμε τους παράγοντες που εμποδίζουν την αποτελεσματικότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας στις ιδιωτικές επιχειρήσεις και στις δημόσιες υπηρεσίες.

Πιο συγκεκριμένα και αναλυτικότερα βρέθηκαν τα εξής:

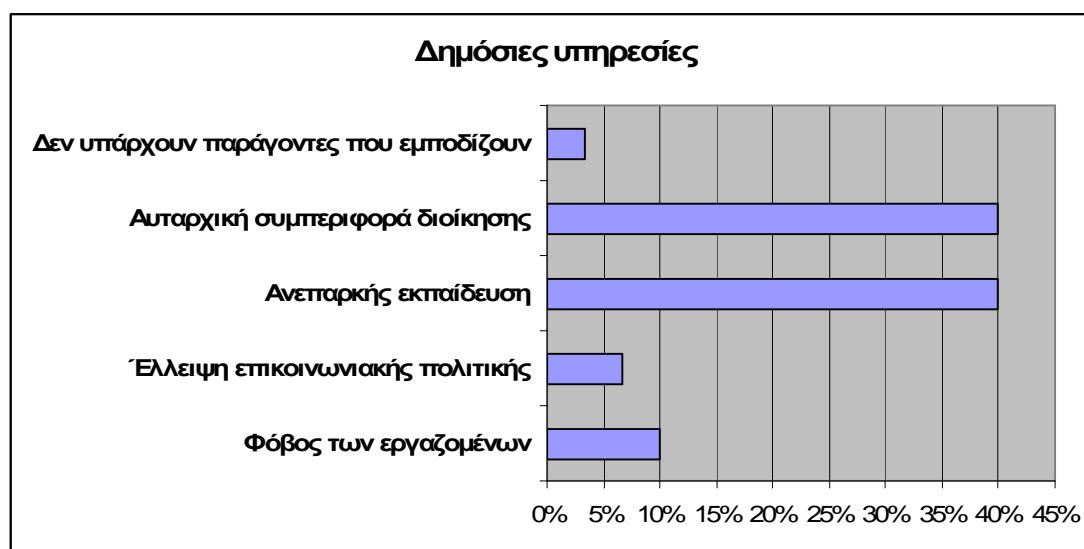
Από τα 49 άτομα που πλαισιώνουν τα τμήματα των ιδιωτικών επιχειρήσεων που πήραμε ως δείγμα για την έρευνα μας διαπιστώθηκε μέσω των απαντήσεων που δόθηκαν με ένα ποσοστό 42,8% ότι δεν υπάρχει στο δικό τους χώρο εργασίας κάποιος παράγοντας που να εμποδίζει την διαδικασία της ηλεκτρονικής επικοινωνίας κ της χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας, ένας σημαντικός παράγοντας όμως ο οποίος εμποδίζει την αποτελεσματικότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας είναι η ανεπαρκής εκπαίδευση με ποσοστό 30,6% και ακολουθούν η έλλειψη επικοινωνιακής πολιτικής με ποσοστό 14,2% η αυταρχική συμπεριφορά της διοίκησης στα θέματα της επικοινωνίας με ποσοστό 6,2% και ο φόβος των εργαζομένων με ποσοστό 6,2%.

Σχήμα 1.2: Κατανομή του δείγματος ως προς τα εμπόδια στις ιδιωτικές επιχειρήσεις



Από τα 30 άτομα που πλαισιώνουν τις δημόσιες υπηρεσίες που πήραμε ως δείγμα για την έρευνα μας διαπιστώθηκε μέσω των απαντήσεων που δόθηκαν ότι ο πιο σημαντικός παράγοντας ο οποίος εμποδίζει την διαδικασία της ηλεκτρονική επικοινωνίας, είναι η ανεπαρκής εκπαίδευση και η αυταρχική συμπεριφορά της διοίκησης με ποσοστό 40 %, ακολουθούν ο φόβος των εργαζομένων με 10% η έλλειψη επικοινωνιακής πολιτικής με 6,6% και πολύ μικρό είναι το ποσοστό 3,4% αυτών που πιστεύουν ότι δεν υπάρχουν παράγοντες που εμποδίζουν την ηλεκτρονική επικοινωνία.

Σχήμα 1.3: Κατανομή του δείγματος ως προς τα εμπόδια στις δημόσιες υπηρεσίες



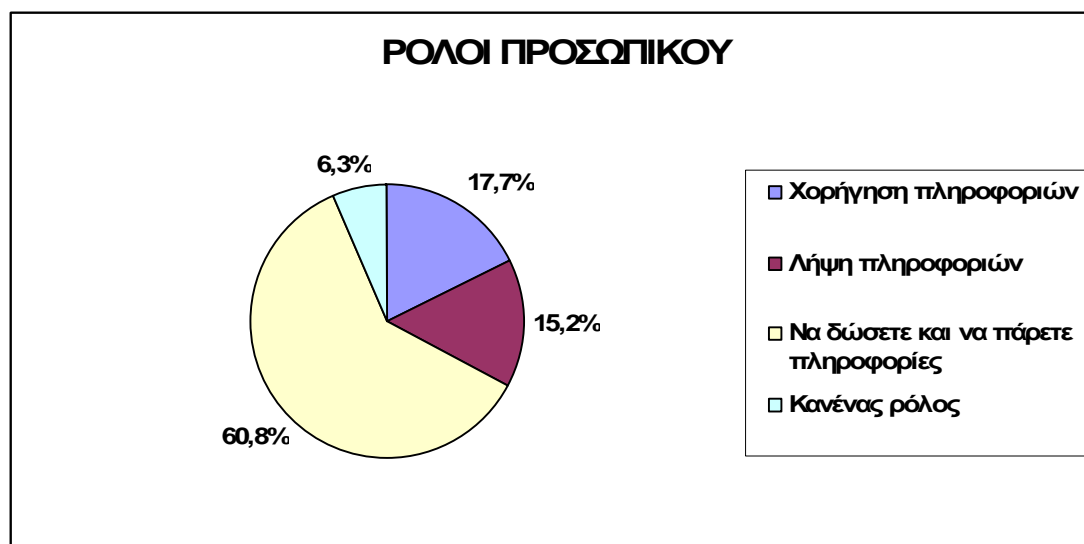
Άρα από την επιμέρους ανάλυση των απαντήσεων, βρέθηκε ότι στις ιδιωτικές επιχειρήσεις υπάρχει ένα μεγαλύτερο ποσοστό που θεωρεί ότι δεν υπάρχουν παράγοντες οι οποίοι εμποδίζουν την διαδικασία της ηλεκτρονικής επικοινωνίας που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι υπάρχει σωστή επικοινωνιακή πολιτική, αποσαφηνισμένη εξουσία και ευθύνες και σχετικά κατάλληλη εκπαίδευση για την χρήση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας και την αναγκαιότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας στον τομέα απασχόλησης τους. Στις δημόσιες υπηρεσίες, λόγω του ότι λειτουργούν με συγκεκριμένο τρόπο σε οτιδήποτε αφορά την επικοινωνία, η μη αποσαφηνισμένες ευθύνες των εργαζομένων αλλά και η ανεπαρκής εκπαίδευση στην χρήση των ηλεκτρονικών μέσων και των εφαρμογών της ηλεκτρονικής επικοινωνίας στον τομέα απασχόλησης τους, δρουν ως εμπόδια τα οποία δημιουργούν επιπλέον φόβους στους εργαζομένους για την σωστή και εποικοδομητική χρήση αυτού του τρόπου επικοινωνίας.

Ερώτηση 3

- Ποιος είναι ο ρόλος σας στη διαδικασία της επικοινωνίας χρησιμοποιώντας τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας;

Αναλύοντας τα δεδομένα διαπιστώσαμε ότι η περίπτωση του «να δώσετε και να πάρετε πληροφορίες» στα πλαίσια της ηλεκτρονικής επικοινωνίας είναι η πιο σημαντική με ποσοστό απαντήσεων 60,8%, παρόλα αυτά οι άλλες δύο περιπτώσεις δηλαδή μόνο «να πάρετε» ή μόνο «να δώσετε» πληροφορίες, έλαβαν παρόμοια ποσοστά 15,2% και 17,7% αντίστοιχα. Πολύ μικρό ποσοστό 6,3% ήταν αυτών που δεν είχαν κανένα ρόλο στην διάρκεια της ηλεκτρονικής επικοινωνίας.

Σχήμα 1.4: Κατανομή του δείγματος ως προς τον ρόλο στην διαδικασία της ηλεκτρονικής επικοινωνίας



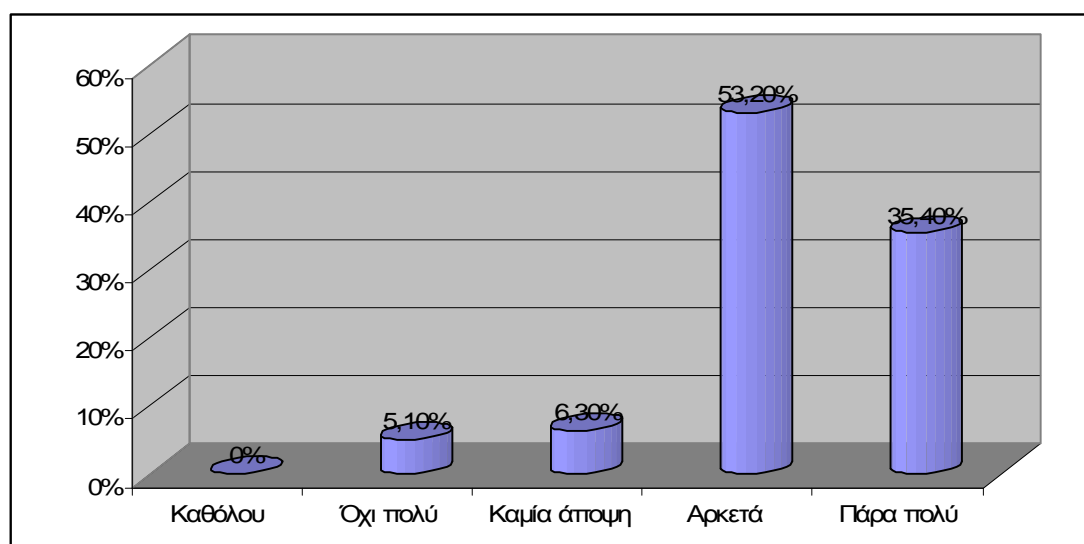
Συμπερασματικά λοιπόν το «παίρνω και δίνω πληροφορίες» θεωρείται η πιο σημαντική περίπτωση επικοινωνίας ανεξάρτητα του διαχωρισμού σε ιδιωτική επιχείρηση ή δημόσια υπηρεσία.

Ερώτηση 4

- Πόσο σημαντική για την επίτευξη των αποτελεσμάτων σας θεωρείται την διαδικασία της επικοινωνίας;

Αναλύοντας τα δεδομένα βρέθηκε ότι η διαδικασία της επικοινωνίας θεωρείται από τους εργαζόμενους στις ιδιωτικές επιχειρήσεις όπως και στις δημόσιες υπηρεσίες ιδιαίτερα σημαντική για την επίτευξη των αποτελεσμάτων στην δουλειά τους. Πιο συγκεκριμένα το 53,2% απάντησαν ότι είναι αρκετά σημαντική και ακολουθούν με 35,4% όσοι απάντησαν ότι είναι πάρα πολύ σημαντική για την επίτευξη των αποτελεσμάτων τους. Ένα πολύ μικρό ποσοστό (5,1%) ήταν αυτό που απάντησε ότι δεν θεωρούν και πολύ σημαντική την διαδικασία της επικοινωνίας για την διεκπεραίωση της εργασία τους με τα επιθυμητά αποτελέσματα ενώ 6,3% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.5: Πίνακας κατανομής του δείγματος ως προς την σημαντικότητα της διαδικασίας της επικοινωνίας για την επίτευξη αποτελεσμάτων

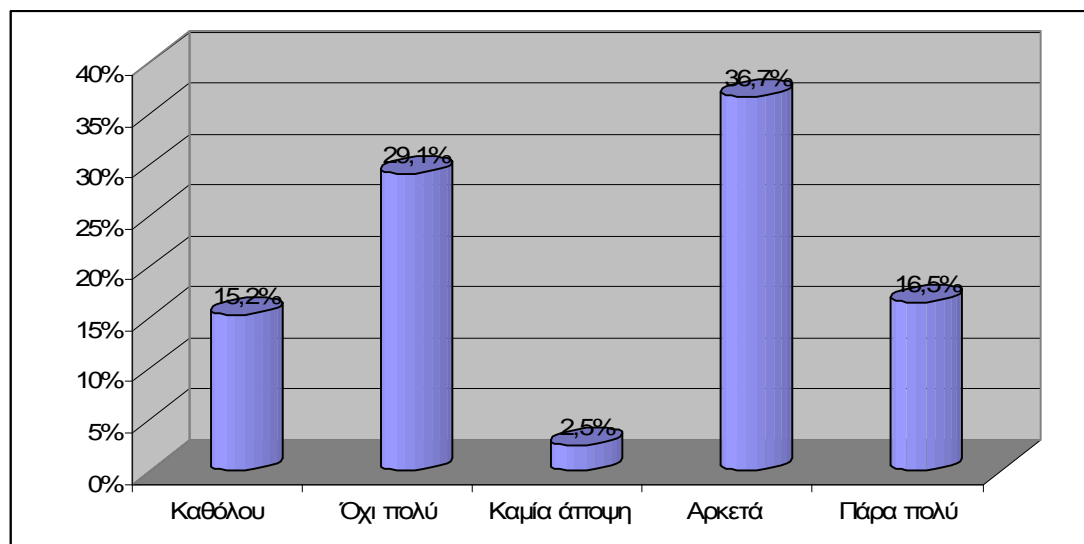


Ερώτηση 5

- Αισθάνεστε ότι η επιχείρηση / υπηρεσία που εργάζεστε προωθεί επιτυχώς την επικοινωνία μεταξύ των μελών της;

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν κατά την διαδικασία της συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων βγάζουμε το συμπέρασμα ότι υπάρχει ένα μεγάλο ποσοστό 36,7% που πιστεύει ότι προωθείτε αρκετά η επικοινωνία μεταξύ των μελών της επιχείρησης ή της υπηρεσίας επίσης ένα 16,5% των ατόμων πιστεύουν ότι η επικοινωνία προωθείται με πάρα πολύ μεγάλη επιτυχία. Στην αντίθετη πλευρά όμως βρίσκετε ένα μεγάλο επίσης ποσοστό δυσαρεστημένων εργαζόμενων με 29,1% ήταν αυτοί που απάντησαν ότι δεν υπάρχει και πολύ σωστή προώθηση στην επικοινωνίας και 15,2% ότι δεν υπάρχει καθόλου προώθηση της επικοινωνίας μεταξύ των μελών της επιχείρησης ή υπηρεσίας. Ενώ 2,5% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.6: Πίνακας κατανομής του δείγματος περί άποψης προώθησης της επικοινωνίας μεταξύ των εργαζόμενων στον εργασιακό τους χώρο

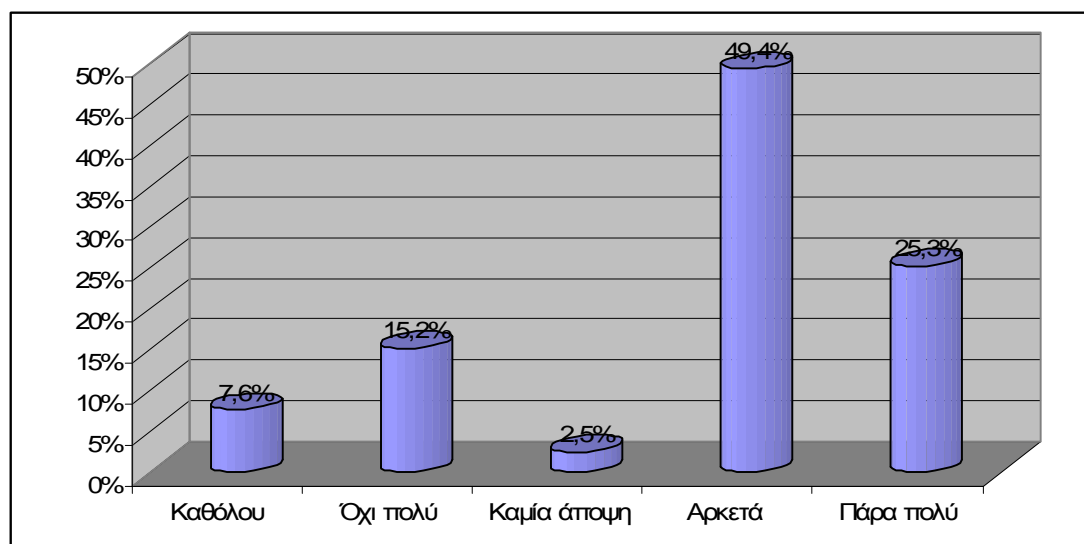


Ερώτηση 6

- Γνωρίζετε να χρησιμοποιείτε τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας;

Αναλύοντας τα δεδομένα διαπιστώσαμε ότι ένα μεγάλο ποσοστό των εργαζόμενων απάντησαν ότι γνωρίζουν να χρησιμοποιούν αρκετά καλά τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας πιο συγκεκριμένα το 49,4% έπειτα με 25,3 % είναι αυτοί οι οποίοι γνωρίζουν πάρα πολύ καλά την χρήση τους, πολύ μικρά ήταν τα ποσοστά αυτών που δεν γνωρίζουν (7,6%) η δεν χρησιμοποιούν και τόσο (15,2%) τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας.

Σχήμα 1.7: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την γνώση χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας

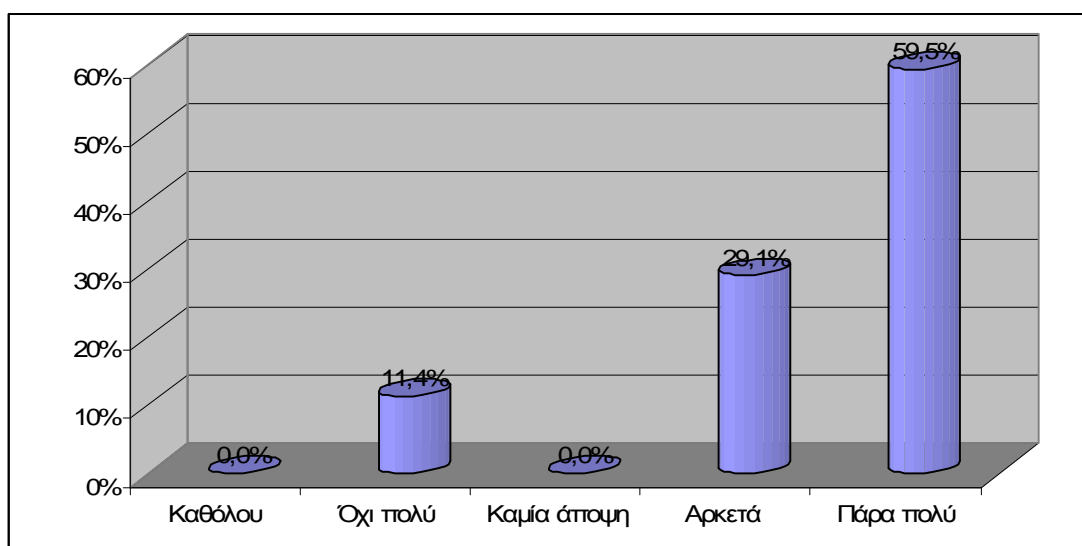


Ερώτηση 7

- Κάνετε χρήση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας κατά την διάρκεια της εργασίας σας για την διευκόλυνση της επίτευξης των αποτελεσμάτων σας;

Μετά την ανάλυση των δεδομένων της ερώτησης αυτής βρέθηκε ότι το 59,5% κάνει πάρα πολύ μεγάλη χρήση ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας, το 29,1% τα χρησιμοποιεί αρκετά συχνά και ακολουθούν πολύ μικρά ποσοστά αυτών που δεν τα χρησιμοποιούν και τόσο συχνά με 11,4%. Άρα από τα παραπάνω βγάζουμε το συμπέρασμα ότι πολλοί είναι αυτοί που χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας κατά την διάρκεια της εργασίας τους ώστε να επιτύχουν πιο εύκολα και γρήγορα τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Σχήμα 1.8: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας για την επίτευξη αποτελεσμάτων

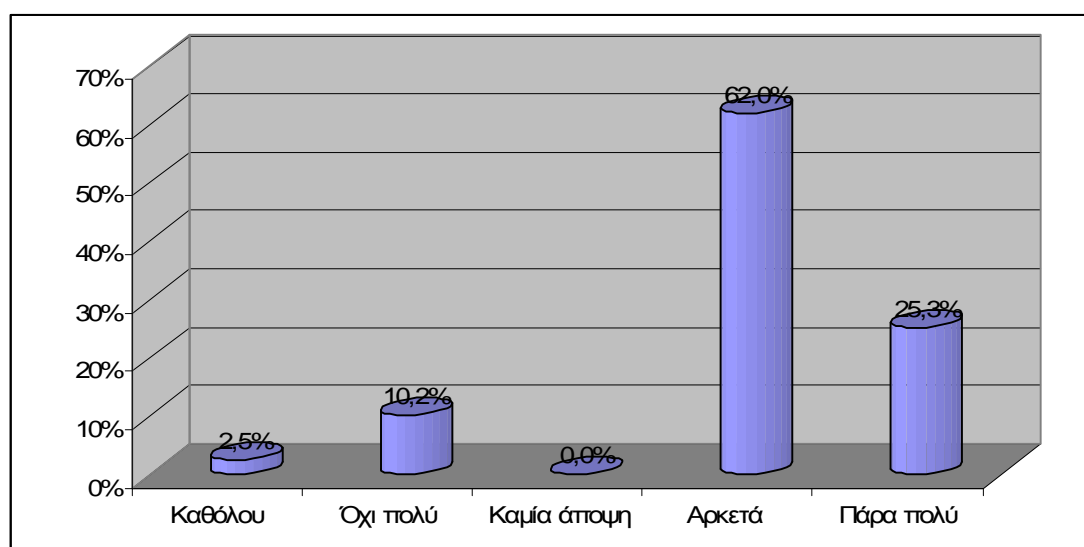


Ερώτηση 8

- Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (E-mail) συχνά στην δουλειά σας;

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, έπειτα από την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων από τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών, βρέθηκε ότι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι ένα από τα μέσα ηλεκτρονικής επικοινωνίας που χρησιμοποιούν περισσότερο οι εργαζόμενοι για την γρήγορη ανταλλαγή πληροφοριών. Πιο συγκεκριμένα το 25,3% αυτών χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο πάρα πολύ, ενώ είναι τεράστιο και το ποσοστό 62% αυτών που το χρησιμοποιούν αρκετά συχνά. Μιας και είναι ένα από τα πιο διαδεδομένα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας είναι πολύ μικρό το ποσοστό αυτών που δεν το χρησιμοποιούν τόσο πολύ έως καθόλου με ποσοστά 10,2% και 2,5% αντίστοιχα.

Σχήμα 1.9: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

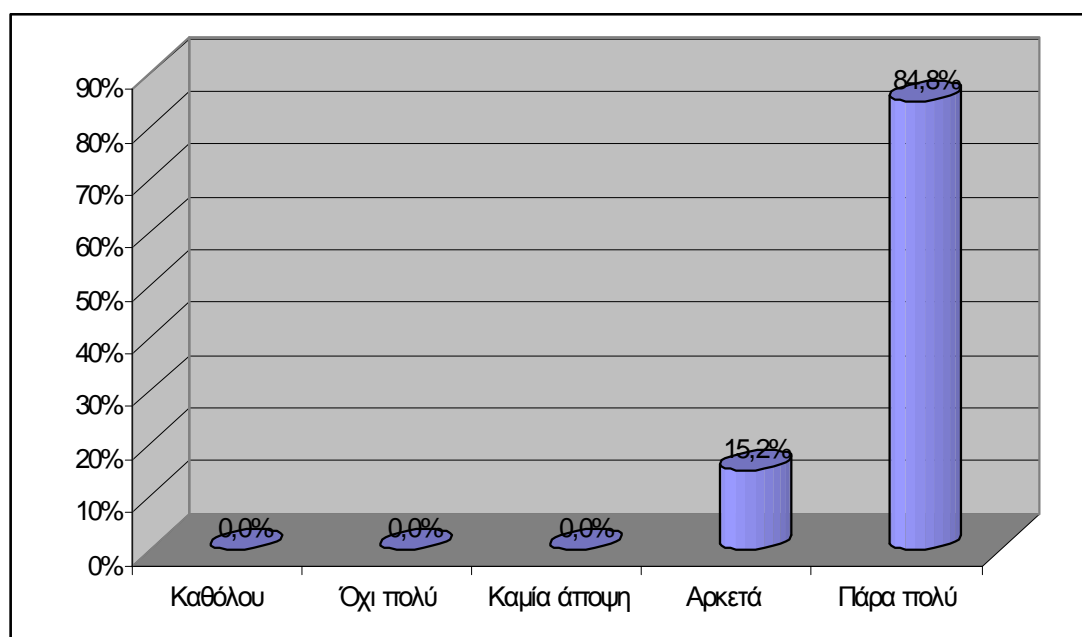


Ερώτηση 9

- Χρησιμοποιείτε το τηλέφωνο συχνά στην δουλειά σας;

Το τηλέφωνο είναι ένα από τα μέσα επικοινωνίας που είναι διαδεδομένο και στην καθημερινή ζωή του καθένα και όχι μόνο στο χώρο εργασίας. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση των δεδομένων το 84,8% χρησιμοποιεί πάρα πολύ το τηλέφωνο καθημερινά ενώ ένα 15,2% του συνόλου αρκετά συχνά.

Σχήμα 1.10: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης του τηλεφώνου

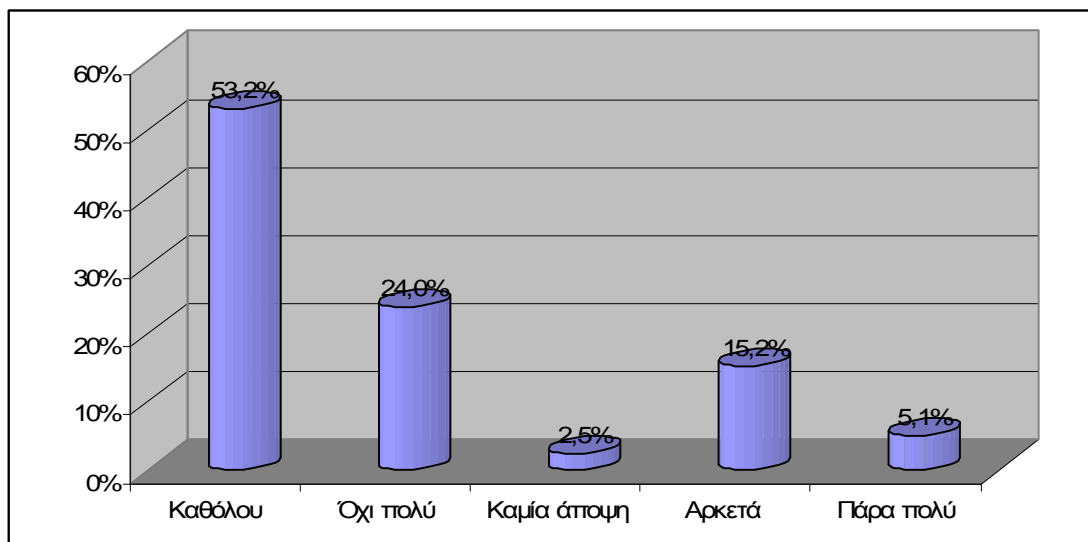


Ερώτηση 10

- Χρησιμοποιείτε τον τηλεφωνητή συχνά στην δουλειά σας;

Σε αντίθεση με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή το τηλέφωνο η χρήση του τηλεφωνητή δεν είναι τόσο συχνή, είναι πολύ μικρό το ποσοστό αυτών που το χρησιμοποιούν στην δουλειά τους. Πιο συγκεκριμένα το 5,1% του συνόλου χρησιμοποιεί τον τηλεφωνητή πάρα πολύ συχνά και το 15,2% αρκετά συχνά όμως το ποσοστό αυτών που δεν χρησιμοποιούν καθόλου αυτό το μέσω ηλεκτρονικής επικοινωνίας φτάνει στο 53,2% και στο 24% αυτών που δεν κάνουν και τόσο πολύ χρήση. Ενώ 2,5% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.11: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης του τηλεφωνητή

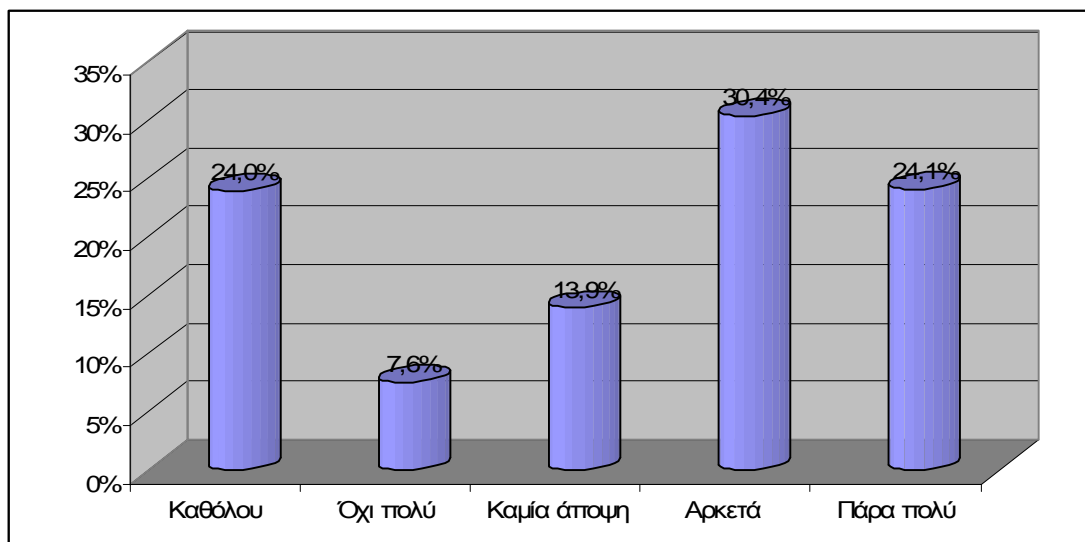


Ερώτηση 11

- Χρησιμοποιείτε την τεχνολογία άμεσων μηνυμάτων (instant messages IM) στην δουλειά σας;

Αναλύοντας τα δεδομένα βρέθηκε ότι το 30,4% χρησιμοποιεί την τεχνολογία άμεσων μηνυμάτων αρκετά συχνά για την ταχύτερη και ζωντανή μετάδοση των πληροφοριών. Το 24,1% χρησιμοποιεί την τεχνολογία αυτή πάρα πολύ, όσο είναι όμως περίπου και το ποσοστό αυτών που δεν την χρησιμοποιεί καθόλου με ποσοστό 24%. Υπάρχουν και εργαζόμενοι που δεν κάνουν και πολύ συχνή χρήση που αποτελούν το 7,6% του δείγματος, ενώ 13,9% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.12: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης της τεχνολογίας άμεσων μηνυμάτων

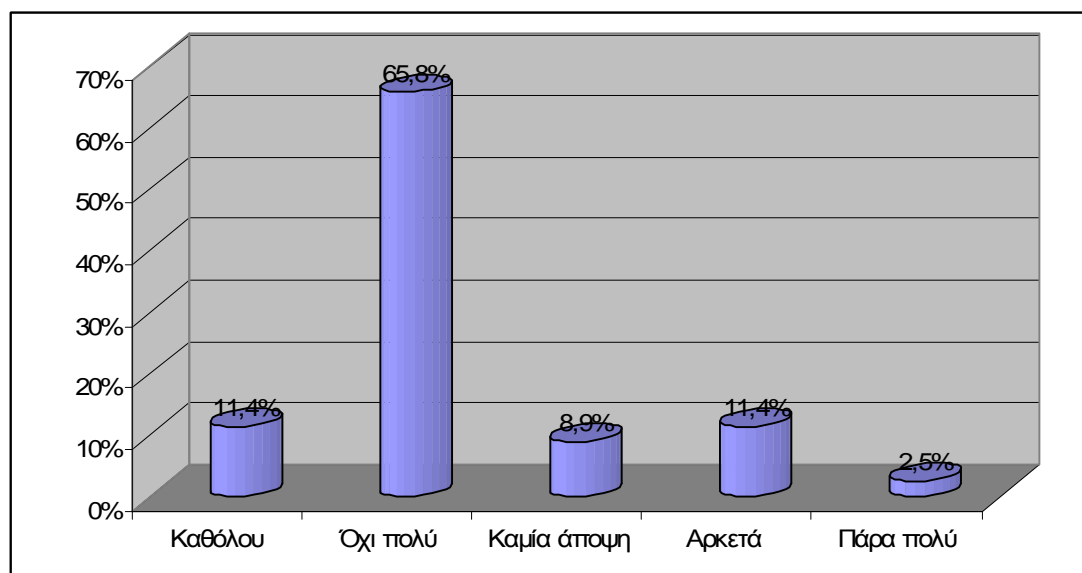


Ερώτηση 12

- Χρησιμοποιείτε τους ηλεκτρονικούς πίνακες ανακοινώσεων συχνά στην δουλειά σας;

Η χρήση των ηλεκτρονικών πινάκων ανακοινώσεων δεν είναι τόσο διαδεδομένη στην εργασία. Είναι πολύ μεγάλο το ποσοστό αυτών που δεν το προτιμούν για την καθημερινή τους επικοινωνία.

Σχήμα 1.13: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών πινάκων ανακοινώσεων



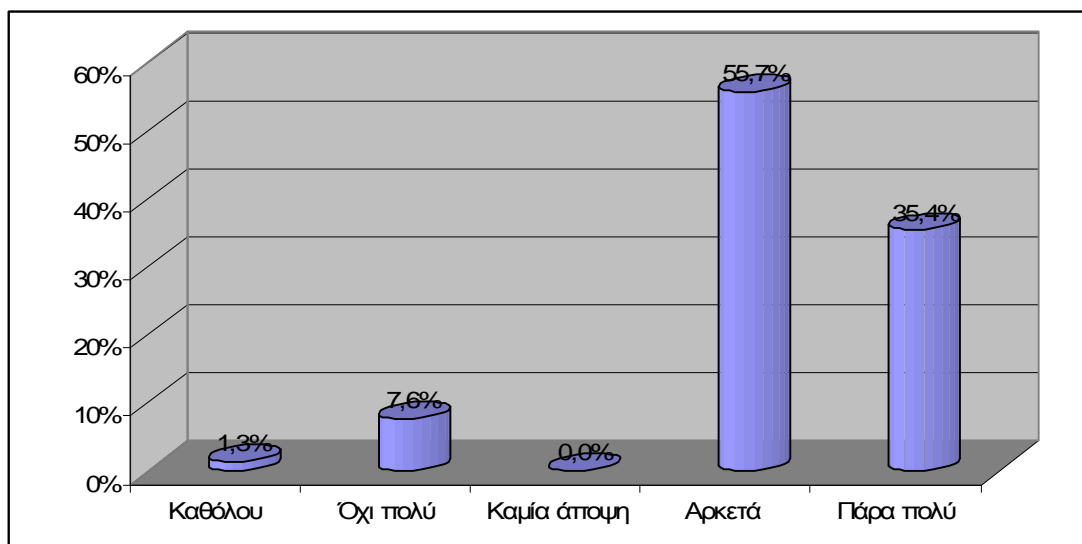
Έπειτα από ανάλυση των δεδομένων το 65,8% απάντησαν ότι δεν χρησιμοποιούν και τόσο συχνά τους ηλεκτρονικούς πίνακες ανακοινώσεων. Μικρό ήταν το ποσοστό 11,4% εκείνων που δεν χρησιμοποιούν καθόλου αυτή την τεχνολογία για ανταλλαγή πληροφοριών, ωστόσο ίδιο ποσοστό με αυτούς που τη χρησιμοποιούν αρκετά συχνά. Το 2,5% του συνόλου ήταν αυτοί που χρησιμοποιούν πάρα πολύ τους ηλεκτρονικούς πίνακες ανακοινώσεων, ενώ 8,9% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Ερώτηση 13

- Χρησιμοποιείτε τις ιστοσελίδες συχνά στη δουλειά σας;

Η χρήση των ιστοσελίδων είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη και στην καθημερινότητα των εργαζομένων εκτός εργασιακού χώρου αλλά όπως φαίνεται έπειτα και από την ανάλυση των δεδομένων της παρούσας έρευνας, η χρήση τους είναι διαδεδομένη και στον χώρο εργασίας τους.

Σχήμα 1.14: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης των ιστοσελίδων



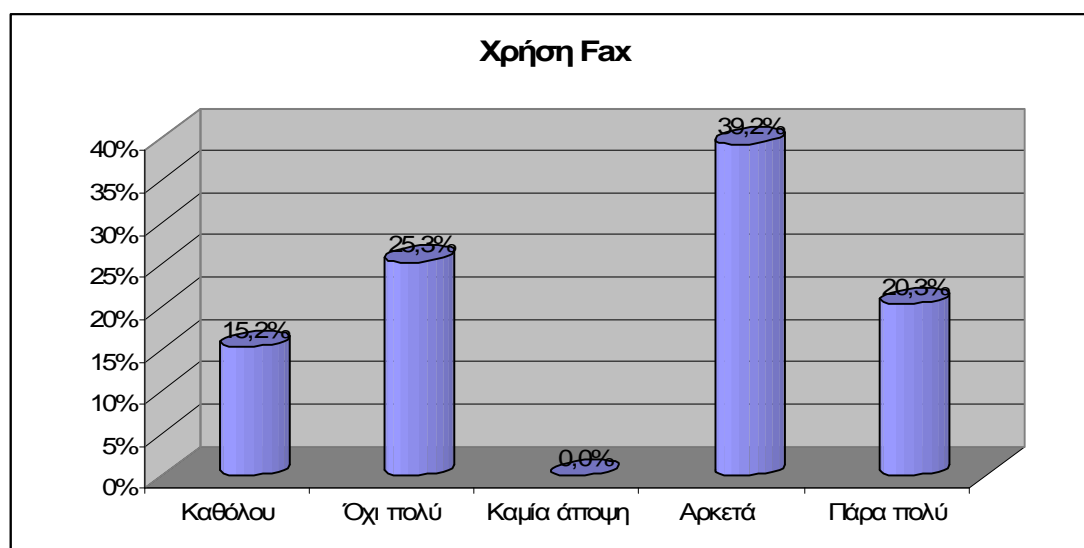
Στο 55,7% του συνόλου των ερωτηθέντων φτάνει το ποσοστό εκείνων που απάντησαν ότι χρησιμοποιούν αρκετά συχνά τις ιστοσελίδες στην δουλειά τους, στο 35,4% εκείνων που τις χρησιμοποιούν πάρα πολύ. Πολύ μικρά είναι τα ποσοστά των ατόμων που δεν χρησιμοποιούν αυτό το ηλεκτρονικό μέσο επικοινωνίας και πληροφόρησης. Συγκεκριμένα το 7,6% δεν κάνει συχνή χρήση των ιστοσελίδων ενώ 1,3 % είναι το ποσοστό εκείνων που δεν κάνει καθόλου χρήση τους.

Ερώτηση 14

- Χρησιμοποιείτε το Fax συχνά στην δουλειά σας;

Αναλύοντας τα δεδομένα βρέθηκε ότι το 39,2% των ερωτηθέντων χρησιμοποιούν αρκετά συχνά το φαξ για τις καθημερινές τους εργασίες στην δουλειά τους και το 20,3% το χρησιμοποιούν ακόμα περισσότερο. Σχετικά υψηλά είναι και τα ποσοστά αυτών που δεν κάνουν και τόσο συχνή χρήση του φαξ με 25,3%, ενώ το υπόλοιπο 15,2 % δεν το χρησιμοποιούν καθόλου.

Σχήμα 1.15: : Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης του Fax



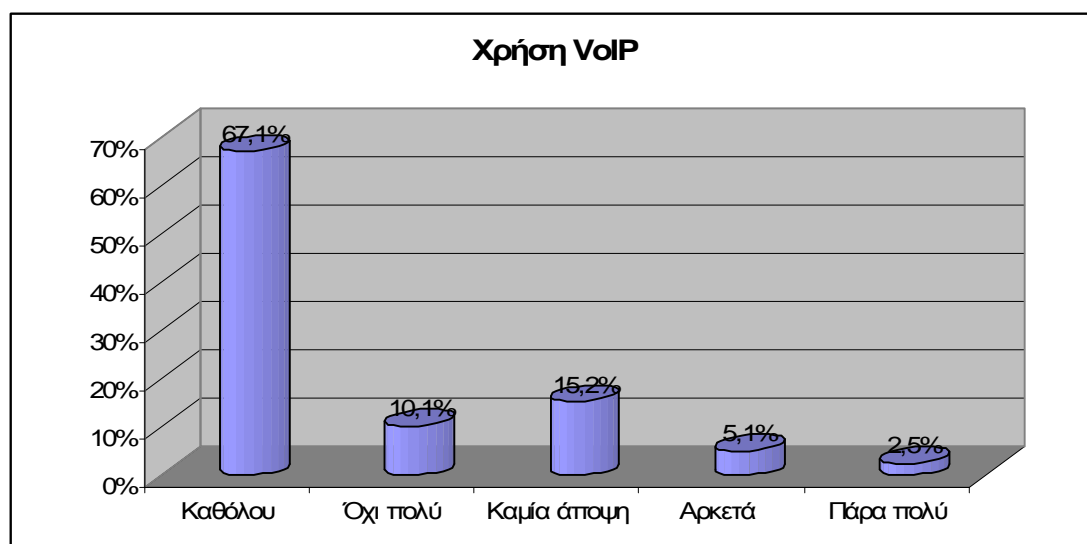
Η χρήση του φαξ είναι απαραίτητη για την γρήγορη μεταφορά πληροφοριών με την μορφή εγγράφων. Παρέχει εμπιστευτικότητα και αποτελεί επιλογή για την διανομή εγγράφων μεταξύ των εργαζομένων. Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι είναι μεγάλο το ποσοστό των εργαζομένων που το προτιμά σε σχέση με τα άλλα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας.

Ερώτηση 15

- Χρησιμοποιείτε συχνά στη δουλειά σας την τεχνολογία μετάδοσης της φωνής μέσω ίντερνετ (VoIP);

Αναλύοντας τα δεδομένα βρέθηκε ότι το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων με ποσοστό 67,1% δεν χρησιμοποιεί καθόλου αυτή την τεχνολογία για την επικοινωνία μέσα στον εργασιακό του χώρο και ένα 10,1% αυτών κάνει πολύ μικρή χρήση. Ένα πολύ μικρό ποσοστό 5,1% χρησιμοποιεί αρκετά αυτή την τεχνολογία και το 2,5% του συνόλου ακόμα περισσότερο, ενώ 15,2% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.16: : Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης της τεχνολογίας μετάδοσης της φωνής μέσω ίντερνετ

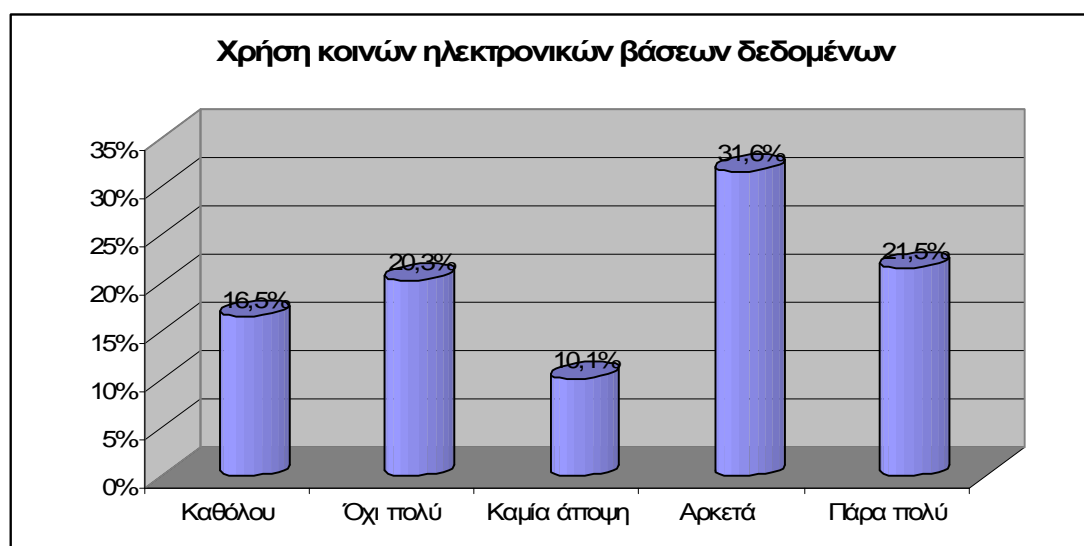


Ερώτηση 16

- Χρησιμοποιείτε συχνά στην δουλειά σας τις κοινές ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων;

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, έπειτα από την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων από τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών, βρέθηκε ότι το 31,6% του συνόλου χρησιμοποιεί αρκετά συχνά τις κοινές ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων, το 21,5% κάνει πάρα πολύ μεγάλη χρήση σε αντίθεση με το 16,5% που δεν χρησιμοποιεί αυτό το μέσο καθόλου και το 20,3% του συνόλου που χρησιμοποιεί ελάχιστα τις ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων. Ενώ υπάρχει και ένα ποσοστό των ατόμων 10,1% που επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.17: : Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης των κοινών ηλεκτρονικών βάσεων δεδομένων

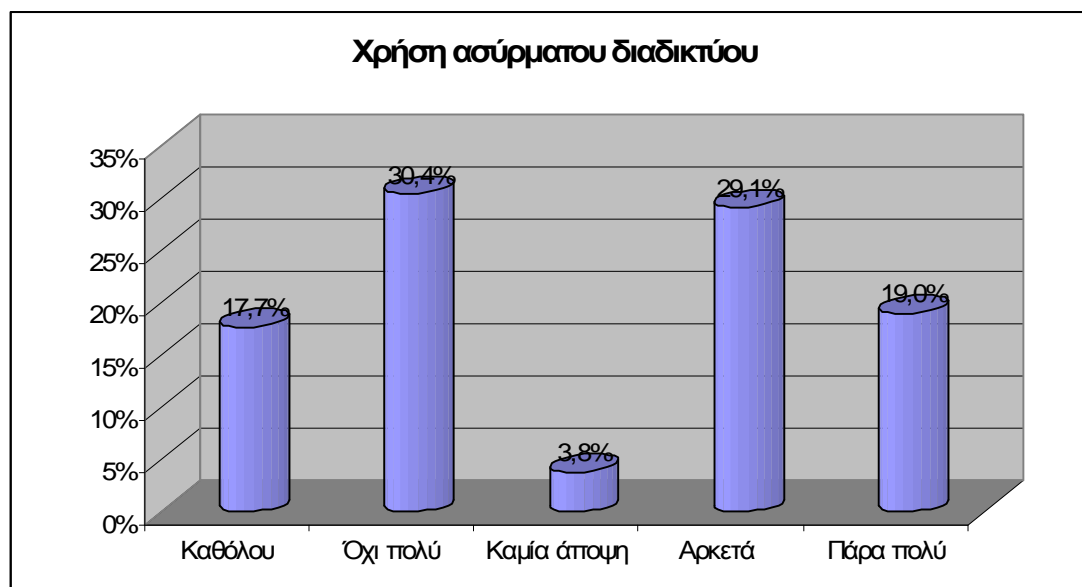


Ερώτηση 17

- Χρησιμοποιείτε συχνά στην δουλειά σας το ασύρματο διαδίκτυο;

Αναλύοντας τα δεδομένα βρέθηκε ότι ποσοστό των εργαζόμενων που φτάνει στα 30,4% δεν κάνουν τόσο συχνή χρήση του ασύρματου διαδικτύου και ακολουθούν με σχεδόν ίδιο ποσοστό 29,1% οι εργαζόμενοι που χρησιμοποιούν αυτή την τεχνολογία αρκετά συχνά. Παρόμοια είναι και τα ποσοστά αυτών που χρησιμοποιούν πάρα πολύ αυτή την τεχνολογία με αυτούς που δεν την χρησιμοποιούν καθόλου με ποσοστά 19% και 17,7% αντίστοιχα, ενώ 3,8% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.18: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης του ασύρματου διαδικτύου

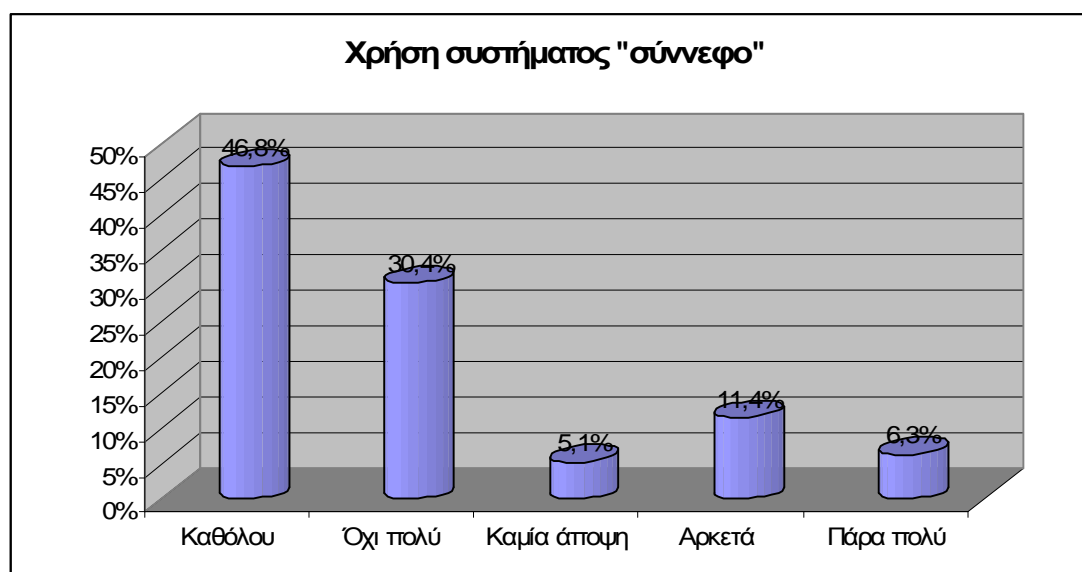


Ερώτηση 18

- Χρησιμοποιείτε τις επικοινωνίες συστήματος cloud «σύννεφο» συχνά στην δουλειά σας;

Το σύστημα επικοινωνιών «σύννεφο» αποτελεί μια νέα μορφή τεχνολογίας που αναπτύσσεται, όμως σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται ότι δεν είναι τόσο διαδεδομένο στους εργαζόμενους του δείγματος. Το μεγαλύτερο ποσοστό 46,8% δεν χρησιμοποιεί καθόλου αυτή την τεχνολογία, ακολουθούν με ποσοστό 30,4% οι εργαζόμενοι που δεν κάνουν τόσο συχνή χρήση. Στο 11,4% είναι οι εργαζόμενοι που χρησιμοποιούν αρκετά συχνά αυτή την τεχνολογία και στο 6,3% αυτοί που τη χρησιμοποιούν πάρα πολύ, ενώ 5,1% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.19: : Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης του συστήματος «σύννεφο»

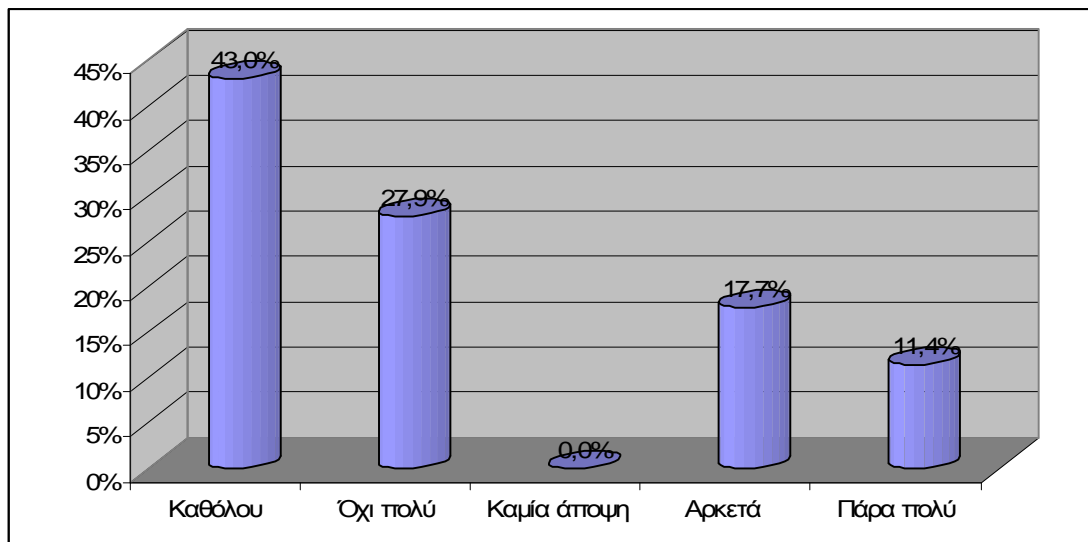


Ερώτηση 19

- Χρησιμοποιείτε τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας για να εργάζεστε μακριά από τον χώρο εργασίας όταν αυτό χρειαστεί;

Αναλύοντας τα δεδομένα διαπιστώνουμε ότι το 43% δεν χρησιμοποιεί καθόλου τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας για να εργάζεται μακριά από τον χώρο εργασίας του ακολουθούν με ποσοστό 27,9% όσοι κάνουν ελάχιστη χρήση των μέσων για τηλεργασία. Με ποσοστό 17,7% ακολουθούν όσοι κάνουν αρκετά συχνή χρήση ενώ μικρότερο ήταν το ποσοστό όσων κάνουν πολύ μεγάλη χρήση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας για να εργαστούν μακριά από τον χώρο εργασίας τους.

Σχήμα 1.20: : Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας για εργασία μακριά από τον χώρο εργασίας

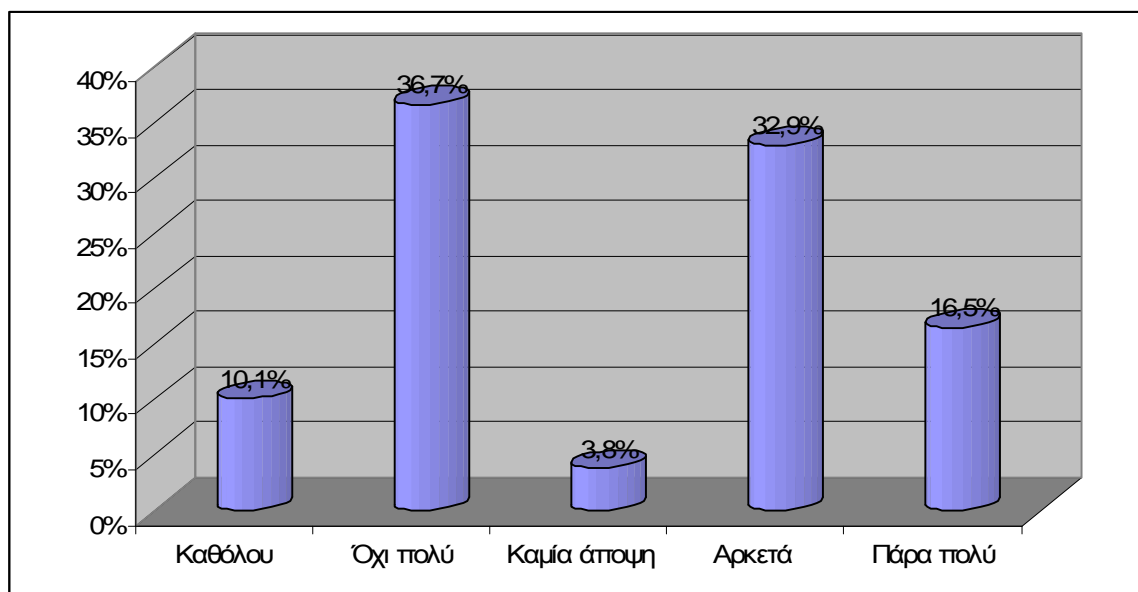


Ερώτηση 20

- Πόσο συχνά έχετε συναντήσεις με τους συναδέλφους του τμήματος σας για θέματα εργασίας;

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, έπειτα από την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων από τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών, βρέθηκε είναι μεγάλο το πλήθος των εργαζόμενων που συναντιούνται με τους συναδέλφους του τμήματος τους για θέματα εργασίας αλλά η συχνότητα είναι που ποικίλει. Το 36,7% απάντησαν ότι ενώ γίνονται συναντήσεις δεν είχαν μεγάλη συχνότητα. Το 32,9% απάντησαν ότι γίνονται συναντήσεις αρκετά συχνά ενώ το 16,5% πάρα πολύ συχνά. Μικρό ήταν το ποσοστό 10,1% αυτών που απάντησαν ότι στο τμήμα τους δεν γίνονται καθόλου συναντήσεις, ενώ 3,8% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.21: : Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα των συναντήσεων εργασιακά θέματα

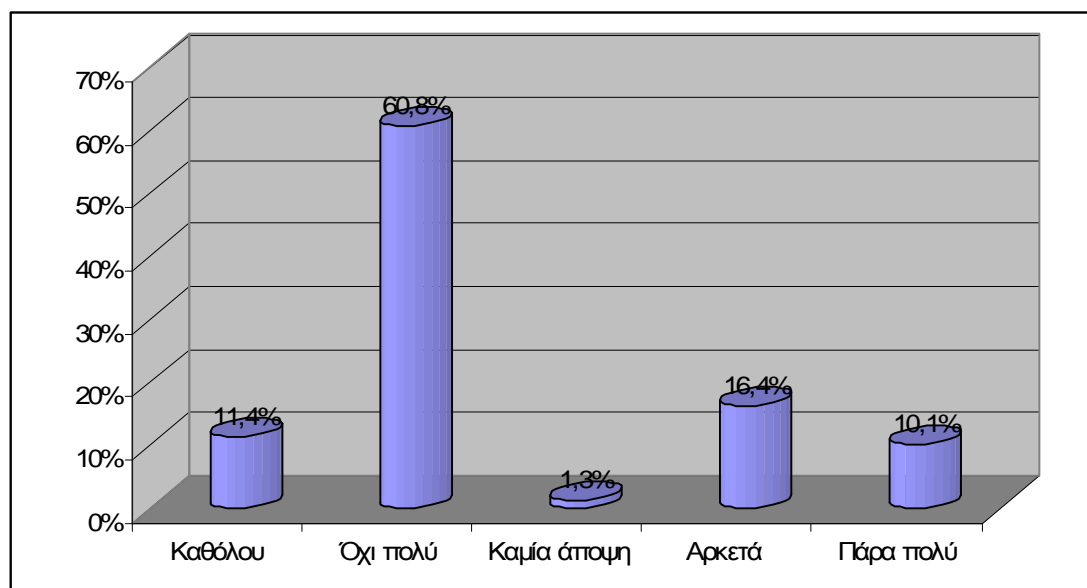


Ερώτηση 21

- Πόσο συχνά έχετε συναντήσεις με συναδέλφους από ανώτερα ιεραρχικά κλιμάκια;

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, έπειτα από την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων από τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών, βρέθηκε είναι μεγάλο το πλήθος των εργαζόμενων που συναντιούνται με τους συναδέλφους τους από ανώτερα ιεραρχικά κλιμάκια αλλά με πολύ μικρή συχνότητα. Πιο συγκεκριμένα το 60,8% έρχονται σε επαφή με συναδέλφους τους από ανώτερα ιεραρχικά κλιμάκια αλλά όχι και πολύ συχνά, ενώ το 11,4% δεν συμμετέχουν καθόλου σε τέτοιες συναντήσεις. Το 16,4% του συνόλου σε αντίθεση έρχονται αρκετά συχνά σε επαφή με συναδέλφους από ανώτερα ιεραρχικά κλιμάκια και το 10,1% έχουν πάρα πολύ συχνές συναντήσεις μαζί τους για θέματα εργασίας, ενώ 1,3% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.22: : Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα των συναντήσεων με συναδέλφους από ανώτερα ιεραρχικά κλιμάκια

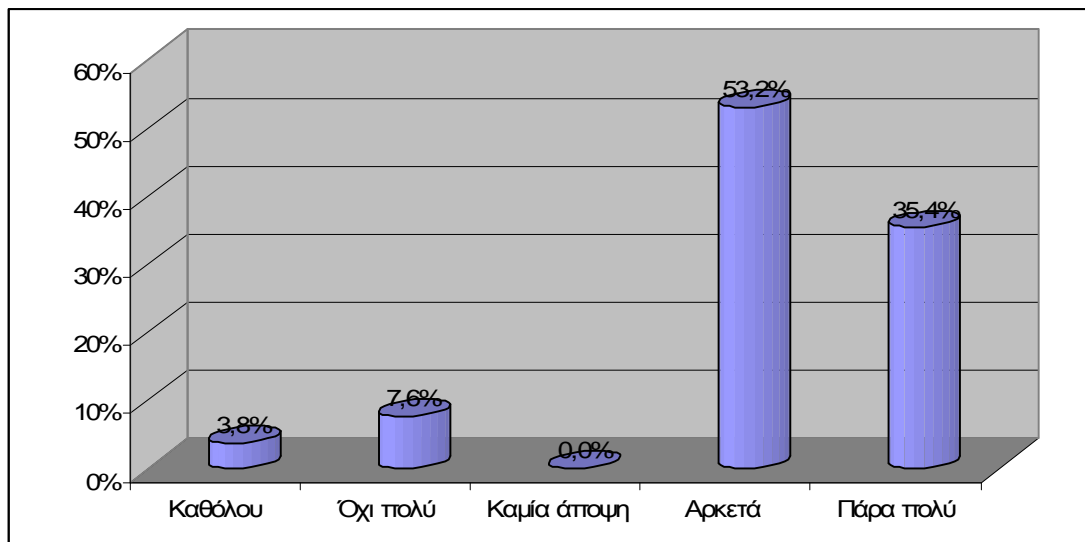


Ερώτηση 22

- Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας για να έχετε συναντήσεις με τους συναδέλφους του τμήματος σας για θέματα εργασίας;

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν βλέπουμε ότι η συχνότητα των συναντήσεων μεταξύ των εργαζομένων είναι ικανοποιητική αλλά οι συναντήσεις μέσω των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας είναι αρκετά μεγάλη. Το ποσοστό αυτών που χρησιμοποιούν αρκετά τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας είναι 53,2% και στο 35,4% είναι όσοι τα χρησιμοποιούν πάρα πολύ συχνά. Πολύ μικρά είναι τα ποσοστά για όχι και τόσο πολύ μεγάλη συχνότητα με 7,6% ενώ το 3,8% απάντησε ότι δεν χρησιμοποιεί καθόλου τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας για να έρθουν σε επαφή μεταξύ τους.

Σχήμα 1.23: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα των συναντήσεων μέσω της χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας.

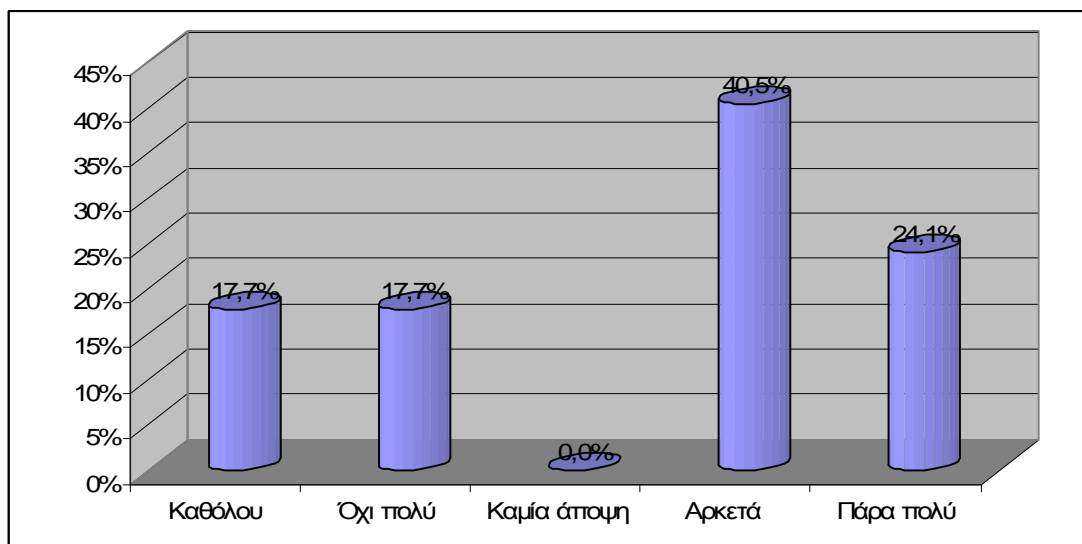


Ερώτηση 23

- Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας για να έχετε συναντήσεις με τους συναδέλφους σας από τα ανώτερα ιεραρχικά κλιμάκια;

Σύμφωνα με τα δεδομένα που προέκυψαν από την ανάλυση των ερωτηματολογίων προκύπτει ότι το 40,5% χρησιμοποιούν αρκετά συχνά τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας για να έρθουν σε επαφή με συναδέλφους από ανώτερα ιεραρχικά κλιμάκια και το 24,1% πάρα πολύ συχνά, ενώ το 17,7% είναι το ποσοστό εκείνων που δεν κάνουν συχνή χρήση τους και 17,7% δεν κάνουν καθόλου χρήση τους για τον συγκεκριμένο σκοπό.

Σχήμα 1.24: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα των συναντήσεων με συναδέλφους από ανώτερα ιεραρχικά κλιμάκια μέσω της χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας.

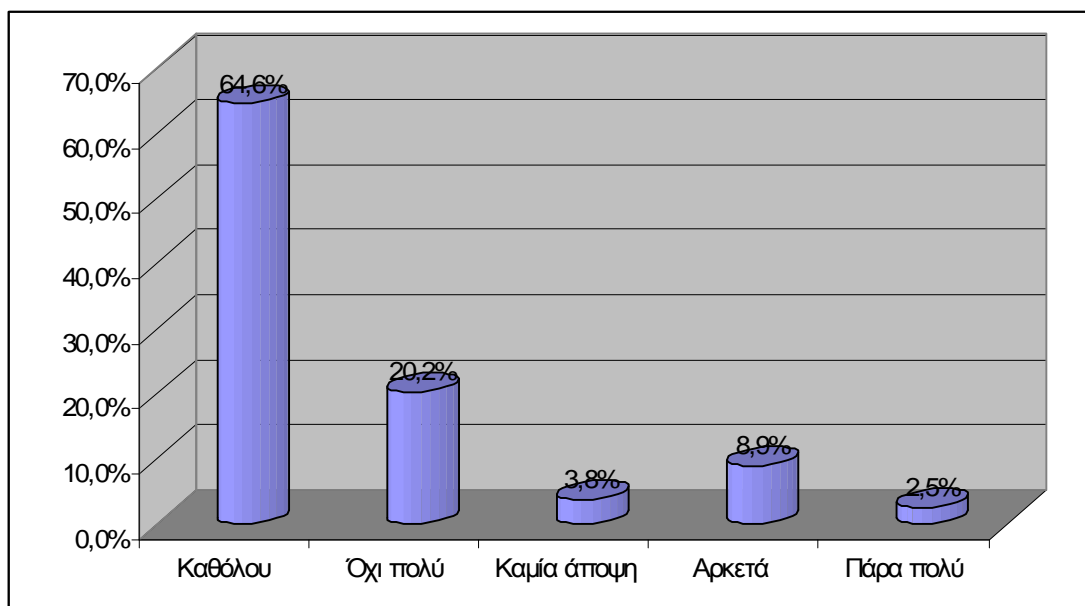


Ερώτηση 24

- Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την τεχνολογία της τηλεδιάσκεψης για να συμμετέχετε σε μια επαγγελματική συνάντηση;

Αναλύοντας τα δεδομένα της έρευνας προκύπτει ότι η τεχνολογία της τηλεδιάσκεψης δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη. Ίσως γιατί χρησιμοποιούνται οι παραδοσιακές μέθοδοι για την επικοινωνία ή πιο εύκολα στην χρήση ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας. Συγκεκριμένα το 64,6% δεν χρησιμοποιεί καθόλου την τηλεδιάσκεψη για επαγγελματικές συναντήσεις, ακολουθεί το 20,2% που κάνει σπάνια χρήση αυτού του μέσου, λίγοι είναι όσοι χρησιμοποιούν αρκετά συχνά αυτό το μέσω με ποσοστό 8,9% και 2,5% όσοι το χρησιμοποιούν πάρα πολύ, ενώ 3,8% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.25: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης της τηλεδιάσκεψης

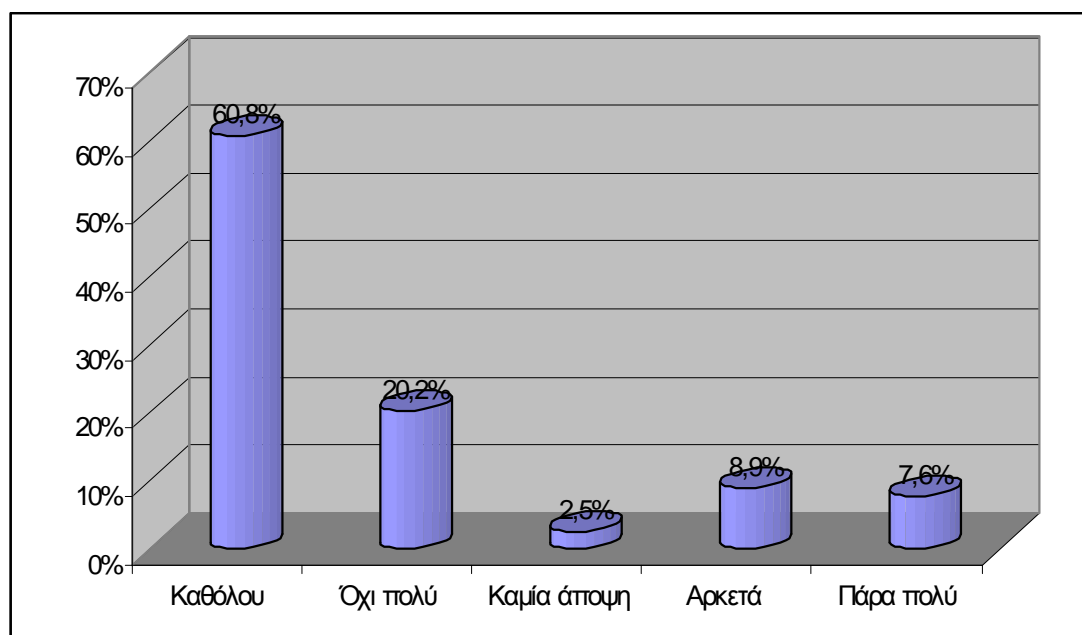


Ερώτηση 25

- Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την τεχνολογία της τηλεφωνικής διάσκεψης για να συμμετέχετε σε μια επαγγελματική συνάντηση;

Στην τεχνολογία της τηλεφωνικής διάσκεψης παρατηρούμε ότι ισχύει το ίδιο που ισχύει και στην τηλεδιάσκεψη, η χρήση αυτής της τεχνολογίας δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη με μόνο ελάχιστα άτομα να κάνουν συχνή χρήση της. Πιο συγκεκριμένα το 60,8% των ατόμων που απάντησαν δεν κάνουν καθόλου χρήση αυτής της τεχνολογίας, το 20,2% του δείγματος κάνει σπάνια χρήση της και ακολουθούν με 8,9% όσοι κάνουν αρκετά συχνή χρήση και 7,6% όσοι κάνουν πάρα πολύ μεγάλη χρήση της τηλεφωνικής διάσκεψης για να συμμετέχουν σε μια επαγγελματική συνάντηση. Ενώ 2,5% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.26: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης της τηλεφωνικής διάσκεψης

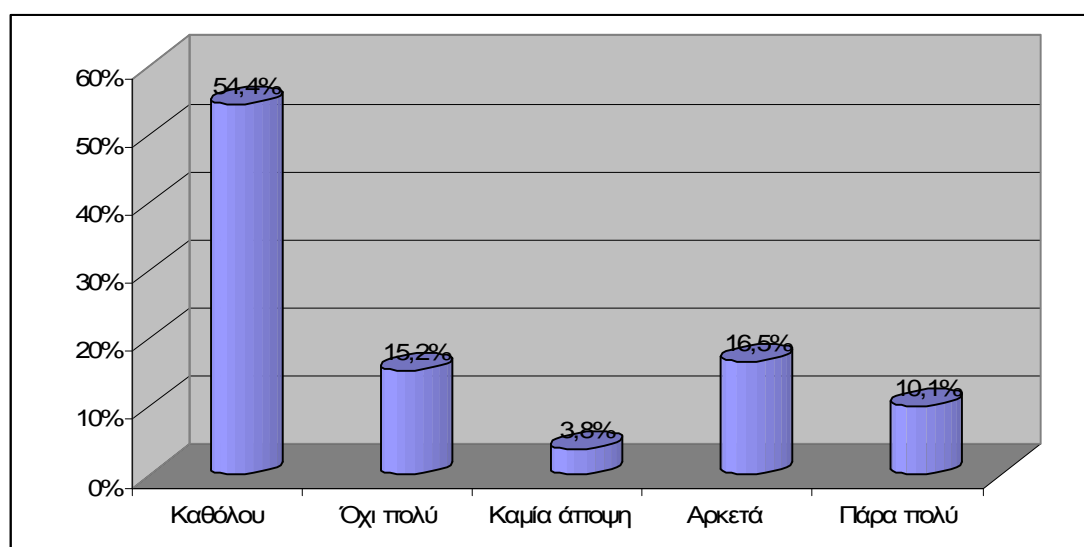


Ερώτηση 26

- Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την τεχνολογία της διάσκεψης μέσω ίντερνετ για να συμμετέχετε σε μια επαγγελματική συνάντηση;

Σε αυτό τον τρόπο επικοινωνίας τα ποσοστά όσων χρησιμοποιούν πιο συχνά την διάσκεψη μέσω ίντερνετ είναι λίγο μεγαλύτερα από τις προηγούμενες δύο μορφές ηλεκτρονικών συναντήσεων λόγω του ότι το ίντερνετ είναι κομμάτι της καθημερινότητας μας και οι εφαρμογές του είναι πιο προσιτές πλέον σε όλους. Πιο συγκεκριμένα το 54,4% δεν χρησιμοποιεί αυτό τον τρόπο καθόλου, ακολουθούν με 16,5% όσοι κάνουν χρήση αυτής της τεχνολογίας αρκετά συχνά ακολουθεί ένα 15,2% του πλήθους που δεν χρησιμοποιεί τόσο συχνά αυτό τον τρόπο επικοινωνίας ενώ το 10,1% απάντησε ότι χρησιμοποιεί την τεχνολογία της διάσκεψης μέσω ίντερνετ πάρα πολύ συχνά. 3,8% των ατόμων που απάντησαν επέλεξαν ότι δεν μπορούν να εκφράσουν κάποια άποψη για την συγκεκριμένη ερώτηση.

Σχήμα 1.27: Πίνακας κατανομής του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα χρήσης της τεχνολογίας της διάσκεψης μέσω ίντερνετ

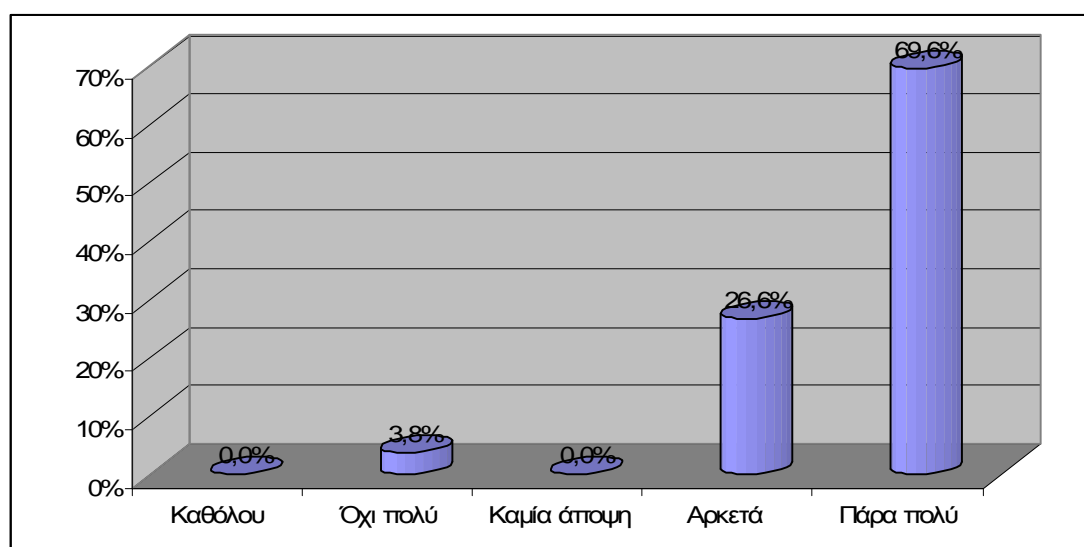


Ερώτηση 27

- Πιστεύετε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας αυξάνει την παραγωγικότητα των εργαζόμενων και μειώνει τα έξοδα για την επιχείρηση/υπηρεσία;

Είναι κοινή παραδοχή ότι η ηλεκτρονική επικοινωνία και τα μέσα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας είναι πολύ σημαντικά για τις επιχειρήσεις και τις υπηρεσίες, έμπρακτα και από τα αποτελέσματα της έρευνας βλέπουμε ότι τα ποσοστά των ερωτηθέντων απάντησαν το ίδιο και ότι φαίνεται πια ότι έχουν μεγάλο ρόλο στην καθημερινότητα τους για την διεκπεραίωση των εργασιών τους. Πιο συγκεκριμένα το 69,6% απάντησε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών μέσων αυξάνει πάρα πολύ την παραγωγικότητα και μειώνει τα έξοδα της επιχείρησης ή της υπηρεσίας, ακολουθεί με 26,6% όσων πιστεύουν ότι είναι αρκετά τα ωφέλει ενώ ένα ιδιαίτερα μικρό ποσοστό 3,8% πιστεύει ότι τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας δεν είναι και τόσο σημαντικά.

Σχήμα 1.28: Πίνακας κατανομής του δείγματος σύμφωνα με την άποψη αν η χρήση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας αυξάνει την παραγωγικότητα και μειώνει τα έξοδα της επιχείρησης / υπηρεσίας.



Κεφάλαιο 8: Συμπεράσματα και προτάσεις

Η παρούσα διπλωματική εργασία είχε ως στόχο τη διερεύνηση της έννοιας της επικοινωνίας με κεντρική ιδέα την αναγκαιότητα και την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής επικοινωνίας στις ιδιωτικές επιχειρήσεις και στις δημόσιες υπηρεσίες.

Η ενότητα αυτή εμβαθύνει στα συμπεράσματα των αποτελεσμάτων της παρούσας έρευνας ώστε να εξακριβωθεί η αποτελεσματικότητα στην ηλεκτρονική επικοινωνία, να γίνουν προτάσεις για νέες ιδέες, να αναλυθούν οι συμπεριφορές και οι τάσεις των εργαζομένων με αντικειμενικά κριτήρια για τη διασφάλιση ασφαλών αποτελεσμάτων στη διαδικασία της έρευνας. Διαπιστώθηκε ότι οι επιχειρήσεις και οι υπηρεσίες κατά την επικοινωνία τους, χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική διαδικασία, η χρήση της οποίας εκτιμάται ότι θα αυξάνει όσο η ηλεκτρονική τεχνολογία υιοθετείται όλο και περισσότερο από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις και τις δημόσιες υπηρεσίες. Το χαμηλό κόστος, η εξοικονόμηση χώρου, η ποιότητα της πληροφορίας και η ταχύτητα ωθούν και στατιστικά τις επιχειρήσεις και υπηρεσίες να επιλέγουν αυτό τον τρόπο επικοινωνίας.

Υπογραμμίζουμε την έλλειψη προσοχής από τους χρήστες των ηλεκτρονικών μέσων, την απουσία ευνοϊκού κλίματος στο χώρο εργασίας και την αδυναμία των επιχειρήσεων να ανανεώσουν των εξοπλισμό τους ως παράγοντες που πρέπει να αλλάξουν για τη δημιουργία συνθηκών συνεργασίας και εμπιστοσύνης στον εργασιακό χώρο. Οι διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των μελών μιας οργάνωσης, η μετάδοση των δεξιοτήτων και της κουλτούρας, που ήταν στο παρελθόν κυρίαρχες παράμετροι ενσωμάτωσης υποχωρούν και αντικαθίστανται από την ικανότητα συμμετοχής σ' ένα δίκτυο πληροφοριών. Συγκεκριμένα στην ερώτηση για το πόσο συχνά γίνονται συναντήσεις για θέματα εργασίας χρησιμοποιώντας ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας, οι απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν ήταν σε μεγάλο ποσοστό θετικές που δείχνει την επίδραση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας στην καθημερινότητα των εργαζομένων.

Ένα οργανωμένο πρόγραμμα εκπαίδευσης του προσωπικού θα επιτρέψει και την ευελιξία της επιχείρησης καθώς και ένα σύστημα κινήτρων για την αύξηση της παραγωγικότητας που θα έχει ως αποτέλεσμα να ικανοποιούνται και οι προσδοκίες της επιχείρησης, των συναδέλφων, των πελατών και τελικώς της κοινωνίας γενικότερα. Προκύπτει λοιπόν από τα παραπάνω με ασφάλεια το συμπέρασμα πως

στη σύγχρονη κοινωνία η ανάγκη για ηλεκτρονική επικοινωνία είναι μεγαλύτερη απαντώντας το αρχικό θέμα της εργασίας για την αναγκαιότητα της επικοινωνίας στις ιδιωτικές επιχειρήσεις και δημόσιες υπηρεσίες.

Το κόστος της ηλεκτρονικής επικοινωνίας αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την αξιολόγηση των επιδράσεων της επικοινωνίας, στη σύνθεσή του συμβάλλουν οι απαραίτητες υποδομές για την κωδικοποίηση, μετάδοση και αποκωδικοποίηση. Τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας απαιτούν αναβάθμιση και αντικατάσταση με την πάροδο του χρόνου ύστερα από φθορές που μπορεί να έχουν υποστεί. Από την άλλη πλευρά εξοικονομούν χρόνο και παρουσιάζουν αύξηση της παραγωγικότητας από την πλευρά των εργαζομένων που διαχειρίζονται μεγαλύτερο όγκο εργασίας. Η διάθεση πληροφοριών στο διαδίκτυο εξυπηρετεί τον εργαζόμενο στην εργασία του και δεν τον αναγκάζει να ρωτήσει κάποιον, προσωπικά, για κάποια πληροφορία ή γενικά να φύγει από το γραφείο του χάνοντας πολύτιμο χρόνο. Υπάρχουν ηλεκτρονικά μέσα που μειώνουν το κόστος για την επιχείρηση ή την υπηρεσία όταν απαιτείται μια προσωπική συνάντηση με δεδομένα έξοδα μεταφοράς, έξοδα διαμονής διότι όλοι οι συμμετέχοντες μπορούν να το κάνουν με τη χρήση της τεχνολογίας.

Συμπερασματικά διαπιστώνουμε σύμφωνα με την έρευνα πως το κόστος της ηλεκτρονικής επικοινωνίας είναι μικρό σε σχέση με αυτά που υπόσχεται και πραγματοποιεί η ηλεκτρονική επικοινωνία με τη προϋπόθεση η κατάλληλη επιλογή του ηλεκτρονικού μέσου να συνοδεύεται με γνώση και υπευθυνότητα.

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το μηχάνημα τηλεομοιοτυπίας και το τηλέφωνο ήταν τα πιο διαδομένα μέσα ηλεκτρονικής επικοινωνίας στην μελέτη που έγινε και παρατηρήθηκαν ακόμη απορίες στους ερωτηθέντες για την χρήση κάποιων μέσων που δεν γνώριζαν, τα οποία χρησιμοποιούνται σε ιδιωτικές επιχειρήσεις και δημόσιες υπηρεσίες. Η άγνοια των εργαζομένων οφείλεται στον μεγάλο σχετικά μέσο όρο ηλικίας σύμφωνα με τα δημογραφικά στοιχεία που αναλύθηκαν στη μελέτη διότι μόνο περίπου το 24,1 % του συνολικού δείγματος ήταν σε ηλικία 26-36 και ήταν πιο ενημερωμένοι και εξοικειωμένοι με τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας.

Το διαδίκτυο πλέον είναι ένα από τα πιο διαδομένα μέσα επικοινωνίας και στην Ελλάδα για το λόγο αυτό υπάρχουν δυνατότητες για τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων όπως η τηλεργασία που θα επιτρέπει στον εργαζόμενο να εργάζεται από το χώρο του χωρίς άγχος ενώ θα είναι ταυτόχρονα με την οικογένειά του στο σπίτι του. Η εκπαίδευση μπορεί πλέον να παρέχει περισσότερα στους φοιτητές που επιθυμούν να

σπουδάσουν αλλά δεν έχουν την οικονομική άνεση, με την χρήση της τηλεκπαίδευσης αποφοιτούν για να γίνουν αυτοί οι μελλοντικοί εργαζόμενοι που θα στελεχώνουν της επιχειρήσεις και υπηρεσίες του μέλλοντος.

Οι εικονικές συναντήσεις γίνονται ,όλο και περισσότερο, σύνηθες φαινόμενο καθώς οι επιχειρήσεις προχωρούν σε περικοπές στις ποσότητες χρόνου και χρήματος όπου διέθεταν για επαγγελματικά ταξίδια καθώς αυτή η νέα τεχνολογία, την οποία μέχρι πρότινος συνήθιζαν να απορρίπτουν προτιμώντας μια πτήση προς τον αντίστοιχο προορισμό, κερδίζει τώρα την αποδοχή από τον επιχειρηματικό χώρο.

Η τηλεδιάσκεψη μπορεί να αποτρέψει μια δύσκολη κατάσταση σε περίπτωση που γιατροί θα την χρησιμοποιήσουν για να επιλύσουν ένα ιατρικό ζήτημα το οποίο απαιτεί άμεση ενέργεια σε μικρό χρονικό διάστημα. Τα παραπάνω μέσα χρησιμοποιούνται με μικρότερη συχνότητα σχετικά με τη χρήση του τηλεφώνου, του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και του τηλεομοιότυπου σύμφωνα με την έρευνα διότι είναι νέα εργαλεία επικοινωνίας και απαιτείται κάποιος χρόνος να γίνουν πιο ελκυστικά στην καθημερινότητα των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών απ' ότι σήμερα.

Η έρευνα αυτή μπορεί να συνεισφέρει στο έργο άλλων ερευνητών διότι παρουσιάζει στοιχεία που αφορούν την αναγκαιότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας και τον τρόπο που αναπτύχθηκε μέχρι σήμερα ως επέκτασης της καθημερινής μας πραγματικότητας. Τα θεωρητικά και στατιστικά στοιχεία που προέκυψαν αποτελούν μέρος μιας προσπάθειας που πραγματοποιήθηκε για να εξεταστεί περαιτέρω το θέμα της έρευνας και να δημιουργηθούν προβληματισμοί και ερωτήματα ώστε να υπάρχει αντίλογος για να υπάρχουν προτάσεις και συμπεράσματα από τη πλευρά μας. Οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις και υπηρεσίες αποτελούν ένα αρκετά αντιπροσωπευτικό δείγμα διότι ασχολούνται με διαφορετικά αντικείμενα και διαθέτουν ιδιαίτερη αντίληψη για την ηλεκτρονική επικοινωνία. Η συμμετοχή περισσότερων επιχειρήσεων και υπηρεσιών που δραστηριοποιούνται στον Ελληνικό χώρο σαφώς και θα έδινε περισσότερο ρεαλιστικά αποτελέσματα. Ωστόσο η επιλογή αυτή δεν προτιμήθηκε καθώς αφενός η υλοποίηση της θα απαιτούσε χρονικό διάστημα που υπερβαίνει τους περιορισμούς της παρούσας μελέτης. Η έρευνα διεξήχθη ομαλά με μικρά προβλήματα όπως η απροθυμία των εργαζομένων λόγω φόρτου εργασίας χωρίς όμως τελικά να επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τη διεξαγωγή συμπερασμάτων και τη πρόταση νέων ιδεών για την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής επικοινωνίας που είναι

αναγκαία σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας για κάθε επιχείρηση ή δημόσια υπηρεσία.

Βιβλιογραφία

1. Aldag R.L., Stearns T.M., *Management*, 1991, σελ. 472-498.
2. Bulkeley, W.M., “The videophone era may finally be near, bringing big changes”, *The wall street journal*, σελ.1 (1992).
3. Dale, Ernest, “Management. Theory and Practce.” Mc Graw – Hill, New York, (1965), σελ. 466.
4. Davis K., *Human Relations at Work*, New York, 4th ed.,Mc Graw-Hill, 1990.
5. Davis, Keith, “Human Relations”. Mc Graw-Hill, New York, 1962, σελ.346.
6. Deborah L. Duarte and Nancy T. Snyder, *Mastering Virtual Teams: Strategies, Tools and Techniques that succeed*, San Francisco: Jossey-Bass, 1999
7. DeVito, J. A., “Human communication : the basic course” 10th edition, Pearson Education Inc. , New York, σελ. 404 (2006).
8. Elizabeth Kelley, “Keys to effective virtual global teams”, *Academy of management executive*, vol. 15 (2001) : σελ. 132.
9. Griffin,R., “ Management”, 3η Έκδοση, Houghton Mifflin (2009)
10. Habbe Stephen, “Communications with employee”, N.Y. (1952).
11. Hodges, Hery G., “Management: Principles, Practices and Problems. Houghton Miffon Co, Boston, Mass., (1956), p. 412.

12. Katz D., and Kahn R., *The Social Psychology of Organizations*, 2nd ed., New York: John Wiley and Sons, (1978).
13. Kaewkitipong, L. and Brown, D. "Relative size and complexity: e-business use in small and medium sized tourism enterprises in Thailand, *Journal of Enterprise Information Management*", (2009) Vol: 22, No.1/2, σελ.212-231
14. Kristen bell De Tienne, "Guide to electronic communication", Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, (2002)
15. Leavitt H., "Managerial Psychology", The University Chicago Press (1972)
16. Mc Farland Dalton, "Management Principles and Practices. Mc Millan Co., New York, σελ. 398: "The existence of coordinated effort is the end result of a great deal of communication" και σελ.306: "Communication is the means by which the act of delegation is accomplished". (1970)
17. Merrihue W., "Managing by Communication", New York, Mc Graw-Hill, (1960).
18. Miller, K, "Organizational Communication. Approaches and Processes" 4th edition, Wadsworth, London, σελ. 364 (2005).
19. Redfield, Charles E, "Communication in Management. A guide to Administrative Communication". University of Chicago Press, Chicago, (1958), σελ. 3-4
20. Scholz, William, "Communication in the Business Organization. Prentice – Hall, Englewood Cliffs, N.J. (1962), σελ. 11.

21. Taylor, S., “Communication for Business” 4th edition, Pearson Education Inc. ,
22. New York, σελ. 429, (2005).
23. Turban,E. “Electronic Commerce, A managerial Perspective” , Pearson (2010)
24. Zuboff S., “In the Age of the Smart Mashine. The future of work and power”,
Heinemann Professional Publishing, Oxford (1988).
25. Αβούρης, Ν., “Εισαγωγή στην επικοινωνία Ανθρώπου-υπολογιστή” Δίαυλος,
Αθήνα, σελ.274 (2000).
26. Νίνα-Παζαρζή, Ελένη “Κοινωνική Ψυχολογία”, Αθήνα, 2005
27. Πιπερόπουλος, Γ., “Επικοινωνώ Άρα Υπάρχω. Δημόσιες σχέσεις και
επικοινωνία” Ελληνικά γράμματα, Αθήνα , σελ. 220 (1996).

Παράρτημα:

Ερωτηματολόγιο



Προς τους εργαζόμενους και εργαζόμενες της ιδιωτικής επιχείρησης/ δημόσιας υπηρεσίας

Το ερωτηματολόγιο που έχετε μπροστά σας αποτελεί μέρος μιας μελέτης με στόχο τη διερεύνηση του ποσοστού χρήσης των τεχνολογικών μέσων επικοινωνίας στο εργασιακό σας περιβάλλον και την σωστή χρήση αυτών.

Η συμμετοχή σας είναι εθελοντική αλλά πολύ σημαντική για την έρευνά μας, γι' αυτό σας παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις με ειλικρίνεια.

Οι απαντήσεις είναι ανώνυμες. Δεν θα δημοσιοποιηθεί κανένα προσωπικό στοιχείο και τα δεδομένα θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους στόχους της παρούσας μελέτης.

Ευχαριστούμε πολύ για τη βοήθεια σας.

Γοραντωνάκης Χριστόφορος, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τ.Ε.Ι. Πάτρας
Καυκιάς Κωνσταντίνος, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τ.Ε.Ι. Πάτρας

Οδηγίες

Διαβάστε προσεκτικά όλες τις οδηγίες πριν αρχίσετε. Αυτό το ερωτηματολόγιο περιέχει 27 προτάσεις. Διαβάστε κάθε πρόταση προσεκτικά.

Στις πρώτες τρεις προτάσεις κυκλώστε την επιθυμητή απάντηση από αυτές που δίνονται.

Για κάθε πρόταση στις επόμενες 24 κυκλώστε το νούμερο που αντιστοιχεί στην απάντηση που σας εκφράζει περισσότερο. Βεβαιωθείτε ότι έχετε κυκλώσει το σωστό νούμερο, αυτό που αντιπροσωπεύει την απάντηση σας.

Κυκλώστε το 1 εάν διαφωνείτε απόλυτα με την πρόταση ή εάν θεωρείτε την πρόταση λανθασμένη.

Κυκλώστε το 2 εάν διαφωνείτε με την πρόταση ή εάν θεωρείτε την πρόταση μάλλον λανθασμένη.

Κυκλώστε το 3 εάν έχετε ουδέτερη άποψη για την πρόταση, εάν δεν μπορείτε να αποφασίσετε ή αν θεωρείτε την πρόταση περίπου το ίδιο λανθασμένη και σωστή.

Κυκλώστε το 4 εάν συμφωνείτε ή εάν θεωρείτε την πρόταση μάλλον σωστή

Κυκλώστε το 5 εάν συμφωνείτε απόλυτα ή εάν θεωρείτε την πρόταση σίγουρα σωστή.

Κυκλώστε μόνο μια απάντηση για την κάθε πρόταση. Απαντήστε σε όλες τις προτάσεις και σιγουρευτείτε ότι έχετε κυκλώσει το σωστό νούμερο, αυτό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας. Μην προσπαθήσετε να σβήσετε την απάντηση σας! Εάν θέλετε να αλλάξετε μια απάντηση κάντε ένα «X» πάνω στην λανθασμένη απάντηση και μετά κυκλώστε την σωστή απάντηση.

Ερώτηση 1

Ποιες από τις παρακάτω «μορφές επικοινωνίας» χρησιμοποιεί η επιχείρηση / υπηρεσία;

- A) Γραπτή επικοινωνία
- B) Ηλεκτρονική επικοινωνία
- Γ) Προφορική επικοινωνία
- Δ) Οπτικοακουστική / οπτική επικοινωνία

Ερώτηση 2

Ποιοι από τους παρακάτω παράγοντες εμποδίζουν την αποτελεσματικότητα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας;

- A) Ανεπαρκής εκπαίδευση
- B) Έλλειψη επικοινωνιακής πολιτικής
- Γ) Φόβος των εργαζομένων
- Δ) Αυταρχική συμπεριφορά της διοίκησης
- Ε) Δεν υπάρχουν παράγοντες που εμποδίζουν την επικοινωνία

Ερώτηση 3

Ποιος είναι ο ρόλος σας στη διαδικασία της επικοινωνίας χρησιμοποιώντας τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας;

- A) Να δώσετε πληροφορίες
- B) Να πάρετε πληροφορίες
- Γ) Να δώσετε και να πάρετε πληροφορίες
- Δ) Δεν έχετε κάποιο ρόλο

Ερώτηση	Κλίμακα σπουδαιότητας				
	Καθόλου	Όχι πολύ	Καμία άποψη	Αρκετά	Πάρα πολύ
4. Πόσο σημαντική για την επίτευξη των αποτελεσμάτων σας θεωρείται την διαδικασία της επικοινωνίας;	1	2	3	4	5
5. Αισθάνεστε ότι η επιχείρηση/υπηρεσία που εργάζεστε προωθεί επιτυχώς την επικοινωνία μεταξύ των μελών της ;	1	2	3	4	5
6. Γνωρίζετε να χρησιμοποιείτε τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας;	1	2	3	4	5
7. Κάνετε χρήση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας κατά την διάρκεια της εργασίας σας για την διευκόλυνση της επίτευξης των αποτελεσμάτων σας ;	1	2	3	4	5
8. Χρησιμοποιείτε το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (E-mail) συχνά στην δουλειά σας ;	1	2	3	4	5
9. Χρησιμοποιείτε το τηλέφωνο συχνά στην δουλειά σας;	1	2	3	4	5
10. Χρησιμοποιείτε τον τηλεφωνητή συχνά στην δουλειά σας ;	1	2	3	4	5
11. Χρησιμοποιείτε την τεχνολογία άμεσων μηνυμάτων (instant messages IM) στην δουλειά σας;	1	2	3	4	5
12. Χρησιμοποιείτε τους ηλεκτρονικούς πίνακες ανακοινώσεων συχνά στην δουλειά σας ;	1	2	3	4	5
13. Χρησιμοποιείτε τις ιστοσελίδες συχνά στην δουλειά σας ;	1	2	3	4	5
14. Χρησιμοποιείτε το Fax συχνά στην δουλειά σας;	1	2	3	4	5
15. Χρησιμοποιείτε συχνά στην δουλειά σας την τεχνολογία μετάδοσης της φωνής μέσω ίντερνετ (VoIP);	1	2	3	4	5

Ερώτηση	Κλίμακα σπουδαιότητας				
	Καθόλου	Όχι πολύ	Καμία άποψη	Αρκετά	Πάρα πολύ
16. Χρησιμοποιείτε συχνά στην δουλειά σας τις κοινές ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων ;	1	2	3	4	5
17. Χρησιμοποιείτε συχνά στην δουλειά σας το ασύρματο διαδίκτυο ;	1	2	3	4	5
18. Χρησιμοποιείτε τις επικοινωνίες συστήματος cloud «σύννεφο» συχνά στην δουλειά σας ;	1	2	3	4	5
19. Χρησιμοποιείτε τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας για να εργάζεστε μακριά από τον χώρο εργασίας όταν αυτό χρειαστεί ;	1	2	3	4	5
20. Πόσο συχνά έχετε συναντήσεις με τους συναδέλφους του τμήματος σας για θέματα εργασίας ;	1	2	3	4	5
21. Πόσο συχνά έχετε συναντήσεις με συναδέλφους από ανώτερα ιεραρχικά κλιμάκια ;	1	2	3	4	5
22. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας για να έχετε συναντήσεις με τους συναδέλφους του τμήματος σας για θέματα εργασίας ;	1	2	3	4	5
23. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας για να έχετε συναντήσεις με τους συναδέλφους από ανώτερα ιεραρχικά κλιμάκια ;	1	2	3	4	5
24. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την τεχνολογία της τηλεδιάσκεψης για να συμμετέχετε σε μια επαγγελματική συνάντηση;	1	2	3	4	5
25. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την τεχνολογία της τηλεφωνικής διάσκεψης για να συμμετέχετε σε μια επαγγελματική συνάντηση;	1	2	3	4	5
26. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την τεχνολογία της διάσκεψης μέσω ίντερνετ για να συμμετέχετε σε μια επαγγελματική συνάντηση;	1	2	3	4	5
27. Πιστεύετε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας αυξάνει την παραγωγικότητα των εργαζόμενων και μειώνει τα έξοδα για την επιχείρηση/υπηρεσία ;	1	2	3	4	5

Δημογραφικά στοιχεία

1. Ημερομηνία γεννήσεως (ημέρα/μήνας/έτος): _ _ / _ _ / _ _

2. Φύλο : Γυναίκα Άνδρας

3. Οικογενειακή κατάσταση: _ _ _ _ _

4. Παιδιά: _ _ _ _ _

5. Μορφωτικό επίπεδο (συμπληρώστε μόνο το ανώτερο επίπεδο σπουδών που έχετε φτάσει):

Απόφοιτος Δημοτικού

Απόφοιτος Γυμνασίου

Απόφοιτος Λυκείου

Φοιτητής Ανώτερης Σχολής

Απόφοιτος Ανώτερης Σχολής

Φοιτητής Ανώτατης Σχολής

Απόφοιτος Ανώτατης Σχολής

Μεταπτυχιακός Τίτλος

Διδακτορικό Δίπλωμα

Άλλο (παρακαλώ σημειώστε): _ _ _ _ _

6. Χρόνια υπηρεσίας στη συγκεκριμένη επιχείρηση/υπηρεσία (έτη): _ _ _ _ _