

Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ
ΠΟΙΑ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΣΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ
ΣΤΟΧΩΝ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
(ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ)

Σπουδάστριες:
Θεοδωροπούλου Παρασκευή
Βαγενά Αναστασία



Εισηγητής:
Βασίλειος Θεοφανόπουλος

ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

2052A

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΕΣ: ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΒΑΓΕΝΑ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΘΕΟΦΑΝΟΠΟΥΛΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ

ΘΕΜΑ: ΠΟΙΑ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΣΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ
ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ. (ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ)

Η επικοινωνία στις επιχειρήσεις

Εισαγωγή

Μία επιχείρηση δεν μπορεί να λειτουργήσει χωρίς επικοινωνία η οποία δένει τα μέρη που την απαρτίζουν και βοηθά τους εργαζομένους να ενεργούν. Είναι αδύνατο να έχουμε ανθρώπινες σχέσεις χωρίς επικοινωνία.

Ένα σύστημα αποτελεσματικής επικοινωνίας αποτελεί ένα από τα ουσιαστικά συστατικά των καλών σχέσεων μεταξύ διοίκησης και εργαζομένων. Τα προβλήματα τα οποία δημιουργούνται κατά την διαβίβαση των πληροφοριών από τη διοίκηση προς τον εργαζόμενο δεν είναι καθόλου απλά και πολλοί είναι οι τρόποι που έχουν αναπτυχθεί για να ενθαρρύνουν μία διπλή ροή γεγονότων, ιδεών και γνώμων. Ωστόσο η στάση αυτών που στέλνουν και λαμβάνουν αυτές τις πληροφορίες είναι δυνατόν να είναι τόσο σπουδαία όσο και οι ίδιοι οι τρόποι επικοινωνίας.

Επιπλέον η επικοινωνία αποτελεί τον κυριότερο παράγοντα για υποκίνηση. Η επικοινωνία βρίσκεται στην καρδιά της οργάνωσης και είναι το κυριότερο εργαλείο του διοικούντος, το έργο του οποίου για αυτό αποτελείται κατά μεγάλο βαθμό από προφορική καθώς και γραπτή επικοινωνία.

Μέσα στην οργανωμένη εργασία η επικοινωνία υπηρετεί διάφορες λειτουργίες:

1. Μεταφέρει πληροφορίες και γνώσεις από άτομο σε άτομο, έτσι που να επιτευχθεί μία συνεργατική ενέργεια.
2. Υποκινεί και κατευθύνει τους ανθρώπους να κάνουν κάτι, όπως όταν ο επόπτης προτρέπει τους υφισταμένους του να αναλάβουν ένα σχεδιασμένο έργο.

3. Συντελεί στην διαμόρφωση στάσεων και πίστευων, με σκοπό την πειθώ και τον επηρεασμό της συμπεριφοράς.

4. Υποβοηθεί στον προσανατολισμό των ανθρώπων στο φυσικό και κοινωνικό τους περιβάλλον, χωρίς τον οποίο δεν μπορούν να τοποθετηθούν κατάλληλα και να αποκτήσουν τη σωστή προοπτική τους.

5. Σε καταστάσεις έξω από την εργασία η επικοινωνία συντελεί σε βοηθητικές λειτουργίες όπως είναι η ψυχαγωγία και η τήρηση των κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των ανθρωπίνων όντων.

Γιά τον διοικούντα, η δεξιότητα σε ομιλία, σε ακρόαση, σε διάβασμα και γράψιμο είναι ζωτικής σημασίας. Το περιβάλλον και το έργο του πρέπει κυριολεκτικά να βρίσκεται μέσα στα πλαίσια της επικοινωνίας.

Συνεπώς αλληλεπιδρά με άλλους ανθρώπους σε σωσκέψεις, συνεντεύξεις και συζητήσεις μέσω του τηλεφώνου και άλλων τρόπων. Είναι βαριά απασχολημένος με το διάβασμα αναφορών, εκθέσεων, επιστολών, επίσημων εγγράφων και μελετών. Τα ανώτατα και τα μεσαία στελέχη αφιερώνουν το 60-80% του εργασίμου χρόνου τους σ'επικοινωνίες.

Μιλώντας για επικοινωνία, έχει σημασία να τονιστεί πως περιλαμβάνει κάτι περισσότερο από τη διαβίβαση εντολών από ένα άτομο σ'άλλο. Μπορεί κάποιος να λάβει μιά εντολή ή ένα μήνυμα αλλά να μην καταλάβει τη σημασία του. Γι'αυτό το λόγο, για να πούμε μιά επικοινωνία έλαβε χώρα πρέπει ο δεκτής να κατανοήσει το μήνυμα, παρόλο που δεν έχει την υποχρέωση να συμφωνήσει με το περιεχόμενο του ή με την άποψη που εκφράζει.

Η αποτυχία στην επικοινωνία αποτελεί το κεντρικό πρόβλημα σε πολλές επιχειρήσεις, με συμπτώματα όπως: αδυναμία παράδοσης αγαθών σε ορισμένη προθεσμία ή φτωχές σχέσεις μεταξύ

διοικούντων και εργαζομένων με συνέπεια μέχρι και μακροχρόνιες απεργίες. Φυσικά, πολλές φορές ένα διοικητικό πρόβλημα μπορεί να οφείλεται σε διάφορες αιτίες. Όμως, η αποτυχημένη επικοινωνία αποτελεί τη σπουδαιότερη. Οι αποτυχίες δε αυτές αποτελούν επίσης σπουδαίες αιτίες και σε πιο καθημερινά προβλήματα όπως: χαμηλό ηθικό των εργαζομένων, φτωχή συνεργασία μεταξύ τμημάτων, χαμηλή ποιότητα, διπλασιασμός προσπάθειας, υπερβολικά παράπονα και χαμηλή απόδοση.

Αποτέλεσμα λοιπόν της κακής επικοινωνίας είναι η μειωμένη αποτελεσματικότητα της εργασίας και συνεπώς η αύξηση του κόστους, χωρίς όμως αυτό να είναι αμέσως εμφανές.

Χρειάζονται λοιπόν επαγγελματικές γνώσεις για μία καλύτερη επικοινωνία, δηλαδή ή σε βάθος γνώση στοιχείων που έχουν προκύψει από έρευνες και από μακροχρόνιες εμπειρίες μπορεί να βοηθήσουν αποτελεσματικά στη βελτίωση της επικοινωνίας.

Με την αποτελεσματική επικοινωνία επιτυγχάνεται:

α) Μεγαλύτερη θέληση για εργασία και συνεργασία γιατί αναπτύσσεται:

- Αξιοπρέπεια, αίσθημα ασφάλειας και κοινωνικής συμβίωσης, αρμονία.

β) Επίσης:

- Άμβλυνση αντιθέσεων μεταξύ των ατόμων και της επιχείρησης.
- Μεγαλύτερη ικανότητα για αποτελεσματική εργασία.
- Ταχύτερη και σωστότερη μεταβίβαση πληροφοριών εκ των έσω προς τα έξω.

Ωστόσο πρέπει να καταβληθεί προσπάθεια να καθοριστεί ο όρος της επικοινωνίας τόσο μεταξύ των ανθρώπων μέσα στην επιχείρηση όσο και της επιχείρησης ως οικονομική μονάδα με εξωγενείς παράγοντες.

Ως επικοινωνία θεωρείται λοιπόν κάθε μεταβίβαση μιάς "έννοιας" (νοήματος) από έναν άνθρωπο σε άλλον ή σε άλλους ανθρώπους, το σύνολο γενικότερα των προφορικών, γραπτών, εικονικών και διαγνωστικών νοημάτων που εισρέουν ή εκρέουν στην επιχείρηση ή απ'αυτήν στους ανθρώπους.

Επικοινωνία με αυτή την έννοια είναι λοιπόν μία διαδικασία, η "διαδικασία επικοινωνίας" με την οποία μία πληροφορία ή μία είδηση μεταβιβάζεται από ένα πομπό (αποστολέα) σε ένα δέκτη (παραλήπτη). Κατά την Αμερικανική Εταιρεία Διοίκησης (American Management Association) επικοινωνία είναι "κάθε συμπεριφορά που καταλήγει σε μία ανταλλαγή εννοίας.

Άρα συστατικά στοιχεία της επικοινωνίας στη γενική της έννοια είναι:

- 1) Η ύπαρξη αποστολέα και παραλήπτη.
- 2) Η αποστολή μιάς "έννοιας" από τον αποστολέα και
- 3) Η λήψη μιάς "έννοιας" από τον παραλήπτη.

Εάν ο παραλήπτης καταλάβει ότι εννοούσε ο αποστολέας είναι ένα θέμα το οποίο αφορά στην ύπαρξη επικοινωνίας. Γιά να υπάρξει επικοινωνία, ο παραλήπτης πρέπει να λάβει όχι μόνο σήματα οποιασδήποτε μορφής αλλά πρέπει να αντιληφθεί κάτι. Η απλή μεταβίβαση οπτικών, ακουστικών η οποιασδήποτε άλλης φύσης σημάτων δεν αποτελεί επικοινωνία.

Πέραν από αυτό όμως ο παραλήπτης δεν πρέπει απλώς να αντιληφθεί ορισμένες λέξεις ή προτάσεις οι οποίες σε σύνολο δεν δίνουν νόημα, αλλά πρέπει να λάβει μία κατανοητή σ'αυτόν έννοια, ότι δηλαδή είναι σπουδαίο να γίνει κατανοητή όχι μία λέξη αλλά ένα νόημα. Και μία μεμονωμένη ακόμα μεταβίβαση μιάς έννοιας (σημασίας) είναι επικοινωνία. Δηλ. δεν είναι αναγκαίο η μεταβίβαση αυτή να λαμβάνει χώρα τακτικά. Η μεταβίβαση αυτή

μπορεί να είναι άμεση ή έμμεση (π.χ. μέσω ενός τρίτου προσώπου) και να γίνει ενσυνείδητα ή ασυνείδητα. Περίπτωση ασυνείδητης (υποσυνείδητης) μεταβίβασης μιάς σημασίας έχουμε όταν κποιος χωρίς να έχει την πρόθεση να γνωστοποιήσει ένα γεγονός, με τον τρόπο που εκφράζεται ή με τις λέξεις που χρησιμοποιεί, αποκαλύπτει χωρίς ο ίδιος να το θέλει τα γεγονότα αυτά.

Επικοινωνία λαμβάνει χώρα άσχετα αν η "σημασία" που μεταβιβάσθηκε είναι για τον παραλήπτη κάτι μέχρι τότε άγνωστο σ'αυτόν, ή να αναφέρεται σε ήδη υπάρχουσες γνώσεις.

Το περιεχόμενο, ο χρόνος, ο χώρος και τα μέσα της μεταβίβασης όπως και η επίδραση της "σημασίας" στον παραλήπτη δεν αποτελούν συστατικά στοιχεία της έννοιας επικοινωνία.

Τέλος πρέπει να διευκρινιστεί ότι ο όρος επικοινωνία έχει μία ευρύτερη και μία στενότερη έννοια. Με την στενοτερή του έννοια ο όρος επικοινωνία αναφέρεται σε μία διαδικασία επικοινωνίας δηλ. στη μεταβίβαση μιάς έννοιας (νοήματος) από ένα πρόσωπο σε άλλο. Με την ευρύτερή του έννοια ο όρος επικοινωνία σε ορισμένο τόπο, χρόνο ή οργανισμό. Έτσι για παράδειγμα μιλάμε για επικοινωνία ή (συνηθέστερα) για τις επικοινωνίες που διαδραματίζονται μέσα στην κάθε επιχείρηση, δηλαδή για επιχειρηματική ή καλύτερα επιχειρηματική ή καλύτερα επιχειρησιακή επικοινωνία.

Διαδικασίες επικοινωνίας.

Η επικοινωνία είναι καθοριστική διαδικασία για την οργάνωση επειδή η επικοινωνία αποτελεί το πρωταρχικό μέσο για την αλληλεπίδραση των ανθρώπων. Η επικοινωνία συνδέει άτομα, ομάδες ατόμων, μηχανές, καθήκοντα, επίπεδα εξουσίας και λειτουργικές εξειδικεύσεις. Προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι παραπάνω δεσμοί απαιτείται η ανταλλαγή κατανοητών μηνυμάτων

μεταξύ τους μέσα σε κέντρα λήψης αποφάσεων με σκοπό το συντονισμό τους.

Στους οργανισμούς, η τυπική επικοινωνία, γραπτή ή προφορική, είναι προσανατολισμένη προς την πραγματοποίηση ορισμένων σκοπών. Η κύρια αποστολή της είναι να διασφαλίσει ότι η Διοίκηση έθεσε ορθολογικούς σκοπούς.

Έτσι η διαδικασία επικοινωνίας είναι δυναμική, διότι όπως μεταβάλλονται οι σκοποί, πρέπει επίσης να μεταβάλλεται και το περιεχόμενο της επικοινωνίας, προκειμένου να αλλάξουν ή να επαναληφθούν οι ενέργειες διαφόρων τμημάτων του οργανισμού. Στη γλώσσα των συστηματικών υποδειγμάτων, η επικοινωνία είναι μία συνδετική διαδικασία η οποία ενώνει διάφορα μέρη και υποσυστήματα σε μία προσανατολισμένη προς αντικειμενικούς σκοπούς δραστηριότητα του οργανισμού. Η επικοινωνία είναι ένα εργαλείο διοίκησης που πρέπει να χρησιμοποιείται με ορισμένους τρόπους οι οποίοι εξαρτώνται από το είδος του αποτελέσματος που επιδιώκεται.

Σκοποί της επικοινωνίας.

Σκοπός της επικοινωνίας με την ευρύτερή της έννοια είναι ο συντονισμός των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Ωστόσο εκτός από τον συντονισμό ή επικοινωνία έχει και άλλους δευτερεύοντες σκοπούς, όπως την ολοκλήρωση την σύνδεση την εναρμόνιση, τη δημιουργία ενός καλού κλίματος εργασίας, τη δημιουργία ενός αισθήματος συνεργατικότητας, την ανάθεση αρμοδιοτήτων και ευθυνών, την αναγκαία κατανόηση για ομαδική εργασία, τη δραστηριοποίηση (παρακίνηση) και την ικανοποίηση από την εργασία.

Από τα παραπάνω βγάζουμε το συμπέρασμα ότι ο σκοπός της επικοινωνίας είναι:

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

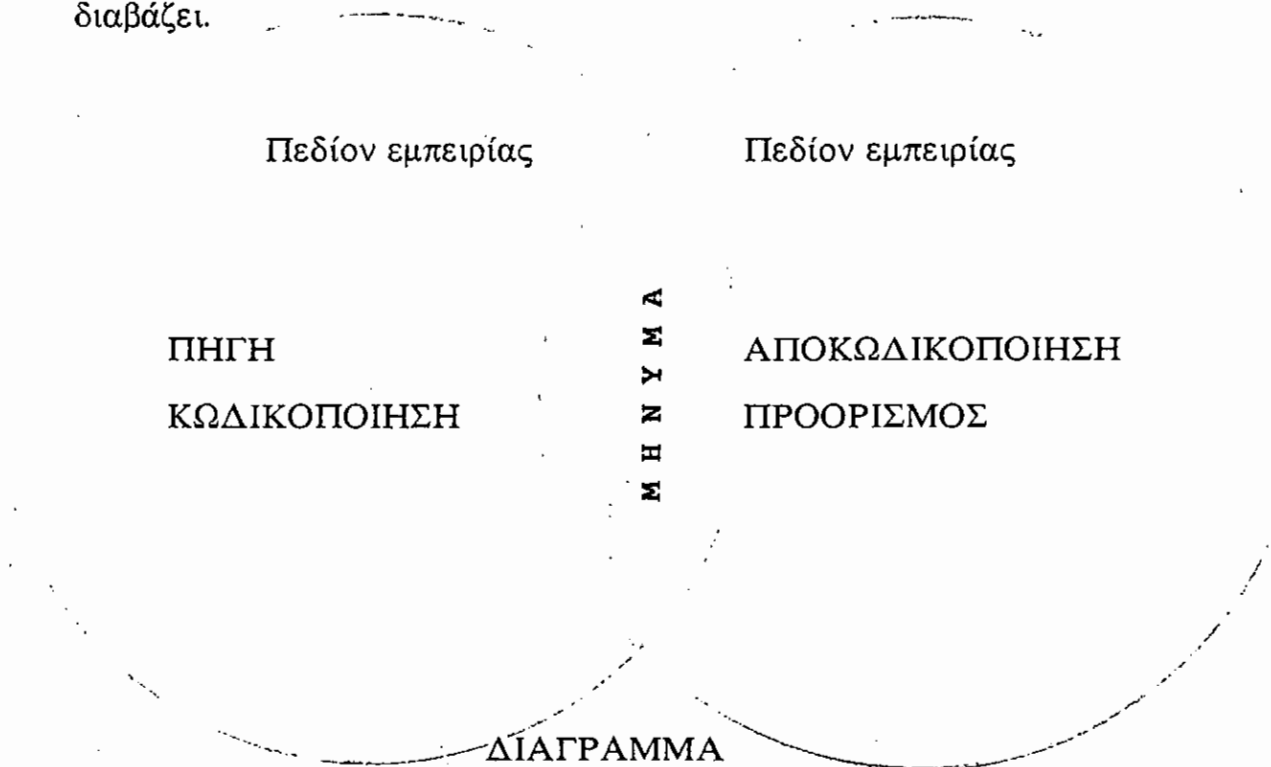
2) Ευνοϊκό κλίμα εργασίας δηλαδή θετικός επηρεασμός των εργαζομένων στην οικονομική μονάδα και δημιουργία ενός υψηλού ηθικού και ομαδικού πνεύματος συνεργασίας (θέληση για συνεργασία), τα οποία αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για την εκπλήρωση του έργου της επιχείρησης βάση της οικονομικής αρχής. Η συμβολή του ηθικού της εργασίας για την επιτυχία του σκοπού της επιχείρησης είναι μεγάλη. Όλο και περισσότερα ηγετικά στελέχη βλέπουν την επικοινωνία σαν το ζωτικής σημασίας στοιχείο το οποίο μπορεί να συνδέσει την οργάνωση, να εξασφαλίσει κατανόηση των εργαζομένων και επίτευξη των στόχων 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.

Πως λειτουργεί η επικοινωνία.

Η επικοινωνία περιλαμβάνει όλες εκείνες τις διαδικασίες με τις οποίες ένας εγκέφαλος ερεθίζει έναν άλλον. Βασική προϋπόθεση είναι η ύπαρξη μίας "ταυτότητας αντίληψης" μεταξύ δέκτη και πομπού. Για την ορθή επικοινωνία πρέπει να εξασφαλισθούν:

- α) Η ορθή σχέση μεταξύ πομπού και δέκτη.
- β) Η κατανόηση του περιεχομένου.
- γ) Κοινό ενδιαφέρον.

Τα βασικά στοιχεία ενός συστήματος επικοινωνίας είναι η πηγή, το μήνυμα και ο προορισμός. Σαν πηγή μπορεί να θεωρηθεί μία επιχείρηση. Το μήνυμα μπορεί να δοθεί υπό την μορφή γραπτών λέξεων (έγγραφη επικοινωνία) ή υπό τη μορφή γραπτών λέξεων (έγγραφη επικοινωνία) ή υπό τη μορφή συμβόλου ή οποιουδήποτε άλλου συνθήματος, το οποίο είναι δυνατόν να γίνει κατανοητό από εργαζόμενους ή τους καταναλωτές. Ο προορισμός μπορεί να είναι ένας οποιοσδήποτε καταναλωτής που ακούει παρακολουθεί ή διαβάζει.



Θα μελετήσουμε στην συνέχεια κατά ποιό τρόπο μία πηγή όπως π.χ. ένας παραγωγός ενός απορρυπαντικού, θα δημιουργήσει μία επικοινωνία με τους πιθανούς αγοραστές του:

Πρώτος ο υπεύθυνος του τμήματος διαφήμισης της επιχείρησης του απορρυπαντικού αναθέτει στη διαφημιστική επιχείρηση με την οποία συνεργάζεται, να του κωδικοποιήσει το μήνυμα, το επόμεν στάδιο είναι η μετάδοση του μηνύματος με ένα δίκτυο τηλεόρασης. Γιά να είναι αποτελεσματικό το μήνυμα αυτό

πρέπει, αυτοί που έχουν τηλεοράσεις να ανοίξουν τη συσκευή τους και να συνδεθούν με το κανάλι εκείνο, το οποίο εκπέμπει την παραπάνω διαφήμιση, να παραμείνουν στο δωματιό τους κατά την ώρα μετάδοσης της διαφήμισης, να προσέξουν το μεταδιδόμενο μήνυμα και τέλος να το αποκωδικοποιήσουν. Αυτό σημαίνει ότι οι καταναλωτές πρέπει να ερμηνεύσουν τις λέξεις και τις εικόνες του μηνύματος. Αν οι καταναλωτές καταλάβουν εξ'ολοκλήρου το νόημα του μηνύματος, τότε το πεδίο εμπειρίας αυτών οι οποίοι ετοίμασαν τη διαφήμιση και των καταναλωτών που την παρακολούθησαν πρέπει να έχει πολλά κοινά σημεία.

Αν η επικοινωνία πρόκειται να γίνει μεταξύ ενός πωλητή και ενός πιθανού αγοραστή τότε πρέπει να προστεθεί το στοιχείο της επαναπληροφόρησης. Καθώς ο πιθανός αγοραστής ακούει το μήνυμα από τον πωλητή αυτός θα το αποκωδικοποιήσει, θα ερμηνεύσει τη σημασία του και θα κωδικοποιήσει μία απάντηση. Το στοιχείο της επαναπληροφόρησης δίνει την δυνατότητα στον πωλητή να καθορίσει, εάν έγινε αντιληπτό το μήνυμά του και αν έχει πετύχει το προσδοκώμενο αποτέλεσμα. Κατόπιν αυτός μπορεί να προσαρμόσει αναλόγως τα επόμενα μηνύματα. Σε μία μαζική επικοινωνία, όπως από το δίκτυο τηλεόρασης, ο τύπος αυτός της απευθείας επαναπληροφόρησης είναι αδύνατος και οι έμμεσες απαντήσεις πρέπει να αντικατασταθούν. Βεβαίως συνεντεύξεις, οι οποίες θα δείξουν, αν το μήνυμα έγινε αντιληπτό και αν έχει επηρεάσει τις γνώμες των καταναλωτών θετικά έναντι του προϊόντος της επιχείρησης. Περιληπτικά για να είναι αποτελεσματική μία επικοινωνία πρέπει.

- 1) Να κερδίζει την προσοχή.
- 2) Να χρησιμοποιεί μηνύματα, που αναφέρονται στο αυτό πεδίο εμπειρίας αποστολέα και αποδέκτη.

3) Να διεγείρει τις ανάγκες των καταναλωτών και να προτείνει συγχρόνως τρόπους ικανοποίησης των αναγκών αυτών.

Είδη Επικοινωνίας και Λειτουργίες Διαδικασίας Επικοινωνίας.

Κάθε διαδικασία επικοινωνίας γίνεται για κάποιο συγκεκριμένο σκοπό, ο οποίος δίνει και ένα ορισμένο χαρακτηριστικό στη διαδικασία της επικοινωνίας. Με βάση αυτόν τον σκοπό υπάρχουν τα ακόλουθα είδη επικοινωνίας τα οποία θα αναπτυχθούν παρακάτω: α) Επικοινωνία Πληροφόρησης, β) Συνενωτική Επικοινωνία, γ) Επικοινωνία Παρακίνησης και δ) Επικοινωνία Αποφάσεων.

Α) Επικοινωνία Πληροφόρησης.

Σκοπός αυτού του είδους της επικοινωνίας είναι η μεταβίβαση στοιχείων με πιθανώς πληροφοριακό χαρακτήρα για τον παραλήπτη. Πρόθεση του αποστολέα είναι να βοηθήσει τον παραλήπτη, θέτοντας στη διαθεσή του γνώσεις και πληροφορίες οι οποίες μπορεί να είναι σημαντικές για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης τόσο από υφιστάμενους όσο και από προϊσταμένους. Οι πληροφορίες για μία επιχειρησιατική μονάδα είναι σημαντικές, γι'αυτό αναπτύχθηκαν η Λογιστική, η Χρηματοοικονομική Διοίκηση. Απαραίτητες δε είναι οι επιτελικές ομάδες που ασχολούνται με θέματα παραγωγής (δυναμικότητα, ποιότητα, σχεδίαση προϊόντων κ.λ.π.) καθώς και με θέματα μάρκετινγκ και πωλήσεων. Δίχως τις βασικές αυτές πηγές πληροφοριών δεν μπορεί μία επιχείρηση να διατυπώσει ορθολογική διοικητική πολιτική σε σημαντικούς τομείς. Για την επίτευξη της αρίστης αποτελεσματικότητας στην επικοινωνία πρωταρχικό σημείο είναι η σχεδίαση της επικοινωνίας.

Σήμερα κάθε επιχείρηση χρειάζεται εναλλακτικά οργανωτικά σχέδια για να ενισχύσει την αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας. Μία τέτοια εναλλακτική λύση είναι η αποκέντρωση. Όμως η αποκέντρωση σπάνια υλοποιείται πλήρως. Συνήθως ορισμένες κατηγορίες αποφάσεων π.χ. έλεγχος παραγωγής, ποιότητας προϊόντων εκχωρούνται σε αποκεντρωτικές μονάδες αλλά σημαντικές αποφάσεις π.χ. επενδύσεις, αξιολόγηση βασικών στελεχών παρακρατούνται στην κεντρική μονάδα.

Η οργάνωση τύπου μήτρας, που είναι μία παραλλαγή αποκέντρωμένου σχεδίου οργάνωσης έχει σπουδαίες επιδράσεις στο σύστημα επικοινωνίας.

Η οργάνωση τύπου μήτρας είναι ένα σύστημα σχέσεων και συνδέει ειδικά "προγράμματα" ή έργα με τα "λειτουργικά" τμήματα. Διευκολύνει την ανταλλαγή πληροφοριών σε επίπεδα που λαμβάνονται σημαντικές αποφάσεις.

Οι επικοινωνίες αυτού του τύπου είναι οριζόντιες μεταξύ λειτουργιών με περίπου ίση εξουσία.

Παράλληλα με το σχέδιο επικοινωνίας ενός οργανισμού πρέπει να συζητείται η τεχνολογία της πληροφορικής. Η πρόοδος της ηλεκτρονικής έχει αυξήσει αφάνταστα την ικανότητα των ανθρώπων για επικοινωνία.

B) Συνενωτική Επικοινωνία

Μία βελτίωση των σχέσεων επικοινωνίας μεταξύ θέσεων, οι οποίες παρούσιάζουν προστριβές εκπληρώνεται με συνενωτική επικοινωνία και επιτυγχάνεται η επιθυμητή αρμονία στις σχέσεις μεταξύ των διαφόρων θέσεων μίας επιχείρησης. Με την επικοινωνία αυτή συνήθως αναπτύσσεται μία ατμόσφαιρα αμοιβαίας κατανόησης, αποδοχής άλλων απόψεων και γενικότερα καλύτερης γνώσης των άλλων ανθρώπων. Συχνά μάλιστα δημιουργούνται στις

οργανώσεις επιτροπές που το νόημα της δημιουργίας τους βρίσκεται στη βελτίωση των ανθρωπίνων σχέσεων, και στη δημιουργία ενός καλού κοινωνικού κλίματος. Η επικοινωνία αυτή αποκαλείται "συνενωτική επικοινωνία".

Μία άλλη μορφή επικοινωνίας συνένωσης είναι εκείνη η οποία έχει σαν σκοπό όχι την συνένωση των μελών της επιχειρήσεις μεταξύ τους, αλλά τη συνενωσή τους με την επιχείρηση στο σύνολό της. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η παρουσίαση εκ μέρους της διοίκησης της επιχείρησης γνώση των εργαζομένων γύρω από την επιχείρηση, την εργασία τους, με τον αντικειμενικό σκοπό και να αυξήσει το αίσθημα συμμετοχής των εργαζομένων στα κοινά.

Γ) Επικοινωνία Παρακίνησης.

Ως επικοινωνία παρακίνησης αποκαλείται κάθε διαδικασία επικοινωνίας σκοπός της οποίας είναι να δραστηριοποιήσει τον παραλήπτη του μηνύματος προς μία ορισμένη κατεύθυνση. Το είδος αυτής της επικοινωνίας διακρίνεται σε επικοινωνία εντολών και σε επικοινωνία πειθούς.

1. Επικοινωνία Εντολών.

Στις επιχειρήσεις οι εκάστοτε προϊστάμενοι μεταβιβάζουν προς τους υφισταμένους τους έννοιες με την πρόθεση να κατευθύνουν τη συμπεριφορά τους. Πρόκειται για εντολές, διαταγές, υποδείξεις, κατευθύνσεις, οδηγίες οι οποίες είναι περιπτώσεις επικοινωνίας οδηγιών και οι οποίες περιορίζουν με βάση προδιαγεγραμμένους κανόνες την ελευθερία ενέργειας και απόφασης των υφισταμένων. Με την επικοινωνία εντολών δημιουργούνται κάθετες σχέσεις επικοινωνίας μεταξύ αποστολέα και παραλήπτη στην ιεραρχική πυραμίδα της επιχείρησης.

Ο τρόπος έκφρασης, ή στυλ της εντολής, εξαρτάται από το περιεχόμενο της, από τις επικρατούσες συνθήκες και από τους συμμετέχοντες στην επικοινωνία. Πέρα από αυτό το στυλ της επικοινωνίας επηρεάζεται και από το αν είναι άμεση ή έμμεση, τυπική ή άτυπη, ακόμα και από το μέσο έκφρασης (προφορικό ή γραπτό λόγο κ.λ.π.).

Στα πλαίσια της επιχειρηματικής πολιτικής ακολουθούνται γενικές κατά κανόνα κατευθυντήριες γραμμές, ενώ η εντολή εκτέλεσης μίας εργασίας συνήθως δίνει μικρά περιθώρια ευελιξίας.

2. Επικοινωνία Πειθούς.

Με αυτό το είδος της επικοινωνίας επιδιώκεται η δραστηριοποίηση του παραλήπτη ή η αλλαγή των αποψεών του, όχι με την χρήση εξαναγκαστικών εντολών αλλά με πειθώ και συμφωνία. Η επικοινωνία πειθούς έχει συνήθως τη μορφή μίας παράκλησης, μίας πρότασης ή μίας συμβουλής, και δίνει πολλά περιθώρια συζήτησης και ανταλλαγής απόψεων στον παραλήπτη. Συχνά είναι δύσκολο σε μία οικονομική μονάδα να αποχωρίσει το αποτέλεσμα της πειθούς από εκείνο της εξουσίας ή της δύναμης. Πρέπει να τονιστεί ότι πολλοί μελετητές υποστηρίζουν και προτείνουν την αντικατάσταση της επικοινωνίας εντολών με επικοινωνία πειθούς και τη χρησιμοποίηση της πρώτης μόνο στις περιπτώσεις όπου είναι εντελώς αναγκαία.

Δ) Επικοινωνία Αποφάσεων.

Επικοινωνία αποφάσεων αποκαλείται εκείνη η περίπτωση κατά την οποία ένας αριθμός προσώπων πρέπει να καταλήξει σε μία απόφαση. Το είδος αυτό της επικοινωνίας παρουσιάζεται στις περιπτώσεις συλλογικών φορέων αποφάσεων π.χ. επιτροπές, συμβούλια.

Η επικοινωνία η οποία έχει σαν σκοπό τη λήψη μιάς απόφασης δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ούτε σαν πληροφόρησης, ούτε σαν παρακίνησης ούτε σαν επικοινωνία συνένωσης. Κατά την επικοινωνία λήψης αποφάσεων όλες οι πληροφορίες βρίσκονται στη διάθεση όλων. Έτσι δεν πρόκειται για την απόκτηση νέων πληροφοριών, αλλά ούτε και για δεσμευτικές οδηγίες.

Επίσης δεν είναι επικοινωνία πειθούς διότι δεν υπάρχει η πρόθεση επηρεασμού της συμπεριφοράς του παραλήπτη, αλλά η πρόθεση στάθμισης και σύγκρισης μεταξύ τους των διαφόρων εναλλακτικών λύσεων ενός προβλήματος, ώστε η άριστη λύση να καταστεί εμφανής και να επιλέγει. Τέλος δεν πρόκειται ούτε για επικοινωνία πληροφόρησης, διότι με αυτήν δεν επιδιώκεται η καλλιέργεια ή η βελτίωση των σχέσεων μεταξύ των επικοινωνούντων.

Κατά την επικοινωνία λήψης αποφάσεων πρόκειται για τη συζήτηση διάφορων συνδυασμών πληροφοριών και ιδεών, οι οποίες βασίζονται σε λογικούς συλλογισμούς και εκφράζονται με λογικά επιχειρήματα, αλλά πρόκειται επίσης για αντιρρήσεις έναντι διαφόρων συζητούμενων προτάσεων, οι οποίες όμως προέρχονται από ορθολογικές σκέψεις και όχι από ανταγωνιστικό πάθος.

Η επικοινωνία λήψης αποφάσεων λοιπόν, αποτελείται από επιχειρήματα και συλλογισμούς, με τα οποία οι αποφασίζοντες σε μία επιχείρηση πρέπει να καταλήξουν στην άριστη λύση για κάθε πρόβλημα που παρουσιάζεται.

Μέθοδοι Επικοινωνίας.

Σε κάθε επιχείρηση πρέπει να χρησιμοποιούνται πολλές μέθοδοι επικοινωνίας ή δε εκλογή τους εξαρτάται από το σκοπό που θέλουμε να πετύχουμε και από την πιθανότητα επιτυχίας που

μας εγγυάται. Πολλές φορές μπορεί και να χρησιμοποιούνται περισσότερες από μία την άλλη.

Οι κυριότερες μέθοδοι επικοινωνίας προς τα κάτω, προς τα πάνω αλλά και οριζόντια είναι:

α) Προς τα κάτω.

1. Προφορική, πρόσωπο - προς - πρόσωπο επικοινωνία με την επίσημη οργάνωση που περιλαμβάνει ιδιωτικές επαφές μεταξύ προϊσταμένου - υφισταμένου και ομαδικές συσκέψεις που κατευθύνονται στον προϊστάμενο.
2. Γραπτή επικοινωνία, που περιλαμβάνει διοικητικά δελτία, ανακοινώσεις, εγχειρίδια σχετικά με την πολιτική της διοίκησης, περιοδικά της επιχείρησης επιστολές προς τους υπαλλήλους, γραπτές αξιολογήσεις απόδοσης και εγχειρίδια υπαλλήλου.
3. Προσωπικές επαφές μεταξύ διοικούντων και υπαλλήλων των κατωτέρων βαθμίδων που συνίστανται στον παραμερισμό της ιεραρχίας και την ανεπίσιμη συζήτηση του διοικούντος καθώς περνάει μέσα από τα γραφεία ή το χώρο γενικότερα της επιχείρησης.

β) Προς τα επάνω

1. Εκθέσεις εκτέλεσης πάνω σε παραγωγή, κόστος, ποιότητα, ηθικό, κέρδη, ειδικά σχέδια κ.λ.π.
2. Συσκέψεις με τους ανωτέρους.
3. Πολιτική "ανοικτής θύρας"
4. Συστήματα υποδείξεων.
5. Έρευνα στάσεων.
6. Συστήματα διευθέτησης παραπόνων.
7. Περιοδικές συσκέψεις μεταξύ συνδικαλιστικής οργάνωσης και διοικητικών στελεχών.

γ) Οριζόντια

Επαφή σχετικά με τη ροή της εργασίας, γραπτές και προφορικές, μεταξύ προσώπων της ίδιας βαθμίδας της ιεραρχίας.

Επικοινωνία προς τα κάτω

Κατά το σχεδιασμό της μαζικής επικοινωνίας προς τους εργαζομένους πρέπει οι διοικούντες να μην αγνοήσουν τον άμεσο προϊστάμενό τους, γιατί πραγματικά είναι πολύ απογοητευτικό για αυτόν να πληροφορείται ότι οι υφισταμενοί του έχουν μάθει κάτι σπουδαίο για την επιχείρηση πριν από αυτόν.

Γι'αυτό οι επόπτες πρέπει να πληροφορούνται για το κάθε τι πριν από τους υφισταμένους τους όπως π.χ. για θέματα επέκτασης της επιχείρησης, αύξησης αμοιβών, απολύσεων και γενικά για κάθε μεταβολή. Το ίδιο πρέπει να γίνεται και σε περιπτώσεις διανομής μιάς γραπτής ανακοίνωσης ή εγχειριδίου δηλαδή η διανομή να ανατίθεται στον άμεσο προϊστάμενο των υπαλλήλων. Με αυτό τον τρόπο ενισχύεται η θέση του και το γοητρό του.

Και είναι μεγάλο το ποσό των πληροφοριών που πρέπει να διαβασθεί προς τους εργαζομένους, όπως π.χ. πληροφορίες αναφερόμενες σε νέα προγράμματα προσωπικού, σε μεταβολές αμοιβών, σε αλλαγές στην οργάνωση, σε προαγωγές σε κανονισμούς κ.λ.π.

Σημαντικό ωστόσο είναι να επιλεγεί η πιο αποτελεσματική μέθοδος. Από έρευνες μελέτες και πρακτικές εφαρμογές έχει αποδειχθεί ότι:

- α) Η προφορική και γραπτή μέθοδος μαζί έρχονται πρώτες σε αποτελεσματικότητα.
- β) Μόνον που η προφορική μέθοδος είναι δεύτερη στη σειρά.

γ) Η μέθοδος του πίνακα των ανακοινώσεων, καθώς και το κουτσομπολιό - διαδόσεις φαίνονται πίο φτωχές σε αποτελεσματικότητα.

δ) Η γραπτή μόνον μέθοδος (δελτία, φυλλάδια, ανακοινώσεις μέσα στους φακέλους πληρωμής) είναι ενδιάμεση σε αποτελεσματικότητα.

Έτσι αν η διοίκηση θέλει τα μηνυμάτά της να φτάσουν στους υφισταμένους πρέπει να τους καλεί σε συσκέψεις, να δίνει την ευκαιρία για ερωτήσεις και απαντήσεις και να χρησιμοποιεί γραπτά μηνύματα, προσεκτικά προπαρασκευασμένα που να πάνε ατομικά στον κάθε υπάλληλο.

Επικοινωνία προς τα επάνω.

Στις περισσότερες επιχειρήσεις φαίνεται ότι η προς τα επάνω επικοινωνία είναι λιγότερο αποτελεσματική από την όμοια προς τα κάτω, όπως διαπιστώνεται από το γεγονός ότι τα ανώτερα διοικητικά στελέχη δεν είναι ενήμερα για την πραγματική κατάσταση της επιχείρησης, ιδίως σε θέματα που αναφέρονται στις δυσαρέσκειες, την κριτική και τις ιδέες των καταλλήλων.

Ωστόσο υπάρχουν μέθοδοι που μπορούν να βοηθήσουν τη σχετική προς τα επάνω επικοινωνία.

α) Όπου οι εργαζόμενοι είναι συνδικαλισμένοι, το επίσημο σύστημα παραπάνω συντελεί ώστε η διοίκηση να πληροφορηθεί κάτι για τη στάση των υπαλλήλων της.

β) Όπου οι εργαζόμενοι δεν είναι συνδικαλισμένοι, οι διοίκηση καθιερώνει σύστημα παραπόνων με το οποίο δίνεται το δικαίωμα στον εργαζόμενο να καταφεύγει σ' ανώτερα επίπεδα της ιεραρχίας και να συζητά το προβλημά του.

γ) Η συζήτηση του γραφείου των επιχειρησιακών σχέσεων, μεταξύ διοίκησης και προσωπικού, με συνδικαλιστικά στελέχη

πάνω σε προβλήματα παραπόνων οδηγεί επίσης σε πρόβλεψη των αιτιών των προστριβών και λήψη των αναγκαίων μέτρων.

Οριζόντια Επικοινωνία

Χρησιμοποιείται μεταξύ στελεχών της ίδιας βαθμίδας, αυτή την επικοινωνία την επιθυμεί η διοίκηση, γιατί αποτελεί συντονισμό και συνεργασία που εξαρτάται από τη φιλοσοφία της διοίκησης αν δηλαδή είναι συγκεντρωτική ή αποκεντρωτική.

ΑΤΥΠΗ Ή ΑΝΕΠΙΣΗΜΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΚΑΙ ΔΙΑΔΟΣΕΙΣ

Ο όρος διαδόσεις αναφέρεται στο σύστημα επικοινωνίας μέσω της ανεπίσημης οργάνωσης που συνίσταται στις ομάδες της επιχείρησης. Οι πληροφορίες ταξιδεύουν μέσα στα κανάλια της ανεπίσημης ή άτυπης οργάνωσης εξαιτίας της πολλαπλασιαζόμενης επίδρασης που συμβαίνει όταν ένα άτομο μιλάει σε διάφορα άλλα, οπότε το καθένα μεταφέρει στο άλλο την πληροφορία προσθέτοντας περισσότερα και διαστρεβλώνοντάς την.

Το σύστημα αυτό ενοχλεί τους διοικούντες μιάς επιχείρησης γιατί συντελεί στη διάδοση φημών και ιστοριών που είναι απόλυτα ή εν μέρει ψεύτικες και γιατί ακόμα τους κάνει να αισθάνονται πως αυτό σπάζει το ηθικό και την εμπιστοσύνη των υπαλλήλων προς την διοίκηση. Ακόμα, η ανεπίσημη αυτή επικοινωνία συντελεί στον προσανατολισμό των νεοπρολαμβανόμενων στην εργασία και στην πληροφοριοδοτησή τους πάνω σε ενδιαφέροντα θέματα της ομάδας δηλ. υποκαθιστά την επικοινωνία από τον προϊστάμενο.

Οι διαδόσεις συχνά διασπείρονται με την ανεπίσημη ή άτυπη οργάνωση, και μπορεί να είναι καταστρεπτικές, γιατί χωρίς λόγο εξάπτουν τους ανθρώπους. Οι διαδικασίες ευδοκιμούν όταν οι άνθρωποι βρίσκονται σε σύγχυση και τους λείπει η σιγουριά, και

μπορεί να πάρουν μεγαλύτερες διαστάσεις σε δύσκολες περιστάσεις.

Ο καλύτερος τρόπος για τον περιορισμό των διαδόσεων είναι η παροχή άμεσων και ακριβών πληροφοριών στους υπαλλήλου. Πρέπει δηλ. να γνωρίζουν που στέκονται και που πηγαίνουν.

Μέσα επικοινωνίας με τους εργαζομένους

I. ΠΡΟΣ ΤΑ ΚΑΤΩ

Προφορικά

1. Προσωπικές οδηγίες
2. Ομιλίες, συσκέψεις, επιτροπές
3. Συνεντεύξεις, καθοδήγηση
4. Τηλέφωνο
5. Σφυρίχτρες, κουδούνια
6. Κοινωνικά γεγονότα (εκδρομές)
7. Διαδόσεις, φήμες, κουτσομπολιά

Γραπτά

1. Οδηγίες, εντολές
2. Γράμματα, σημειώσεις
3. Περιοδικό, εφημερίδα Επιχ.
4. Πίνακες ανακοινώσεων
5. Αφίσες
6. Πληροφοριακές θήκες
7. Εγχειρίδια
8. Ετήσιες εκθέσεις
9. Συνδικαλ/κές δημ/σεις

II. ΠΡΟΣ ΤΑ ΕΠΑΝΩ

Προφορικά

1. Πρόσωπο-προς πρόσωπο
αναφορές και συζητήσεις.
2. Συνεντεύξεις
3. Τηλέφωνο

Γραπτά

1. Αναφορές
2. Προσωπικά γράμματα
3. Παράπονα
4. Συστήματα υποδείξεων

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------|
| 4. Συσκέψεις | 5. Έρευνες στάσεων |
| 5. Κοινωνικές ευκαιρίες (γιορτές) | 6. Συνδικαλ/κά δημ/τα |
| 6. Φήμες διαδόσεις | |
| 7. Συνδικαλιστικές αντιπροσωπείες | |

III. ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ

Προφορικά

1. Διαλέξεις, συσκέψεις
2. Τηλέφωνο
3. Διαφάνειες, κινημ.ταινίες
4. Κοινωνικές εκδηλώσεις
5. Διαδόσεις, φήμες

Γραπτά

1. Γράμματα, υπομνήματα, αντίγραφα αναφορών.
2. Περιοδικά επιχείρησης
3. Πίνακες ανακοινώσεων
4. Αφίσες
5. Ετήσιες εκθέσεις
6. Συνδικαλ/κα δημ/τα

Εγχειρίδια και περιοδικά

Τα εγχειρίδια είναι χρήσιμα γιατί δίνουν μία περίληψη πληροφοριών σχετικά με την πολιτική της επιχείρησης προς τους εργαζομένους, με του κανονισμούς εργασίας, με τα οφέληματα και υπηρεσίες προς αυτούς.

Το περιεχόμενο των εγχειριδίων για υπαλλήλους μπορεί να περιλαμβάνει:

- Σχέσεις με το κοινό
- Στοιχεία για την επιχείρηση
- Πολιτική Επιχείρησης
- Υπηρεσίες προς εργαζομένους
- Παροχές διάφορες
- Δημοσιεύματα για εργαζομένους
- Πολιτική Προσωπικού

Συστήματα Υποδείξεων κ.λ.π.

Τα περιοδικά των επιχειρήσεως αποτελούν ένα ευνοϊκό μέσο επικοινωνίας προς τα κάτω μπορούν να είναι εβδομαδιαία ή μηνιαία και συνήθως αναφέρονται σε θέματα όπως: νέα προϊόντα, σχέδια της επιχείρησης, προσωπικά, περιστατικά, ιστορίες και διαγωνισμοί υπαλλήλων, γράμματα εργαζομένων όπου εκφράζουν γνώμες και ενδεχομένως μηνύματα από τον πρόεδρο.

Οικονομικές αναφορές. Αποτελούν επικοινωνία προς τους εργαζομένους με στοιχεία για μετόχους όπως: κέρδη και ζημιές, φόροι, πολιτική μισθών και ημερομισθίων, επενδύσεις.

Επιτροπές για ανταλλαγή, προφορική και γραπτή, πληροφοριών με αποτέλεσμα την υπερκίνηση των εμποδίων.

Γεύματα, εκδρομές και άλλες κοινωνικές εκδηλώσεις που διευκολύνουν επιπλέον επαφές και ελεύθερες ανταλλαγές ιδεών και γνώμων.

Γράμματα με μηνύματα που στέλνονται στο σπίτι των εργαζομένων ή τοποθετούνται μέσα στους φακέλλους των αμοιβών τους.

Τηλεόραση κλειστού κυκλώματος για επαφές πρόσωπο προς πρόσωπο για επιχειρήσεις που έχουν τμήματα που απέχουν το ένα με το άλλο.

Τηλέτυπα που παρέχουν μία γρήγορη γραπτή ανταλλαγή σε τέτοιες επιχειρήσεις.

Προγράμματα στην τηλεόραση για την καλύτερη ενημέρωση των εργαζομένων ως προς τους στόχους της επιχείρησης.

Μηνύματα της διοίκησης στον τοπικό τύπο, ιδίως σε περιπτώσεις διαφωνιών με τις συνδικαλιστικές οργανώσεις.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

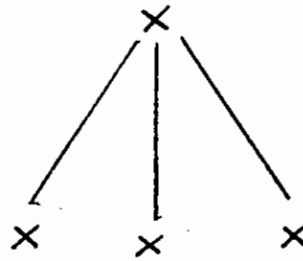
Η εκτίμηση της αποτελεσματικότητας της επικοινωνίας πρέπει να γίνεται με βάση το βαθμό που η διαδικασία της επικοινωνίας πραγματοποιήσει τους σκοπούς γενικότερα του προσωπικού ειδικότερα της επιχείρησης. Οι δύο αυτοί σκοποί μερικές φορές είναι συμβιβαστοί ενώ σ' άλλες ασυμβίβαστοι. Συνεπώς η εκτίμηση της αποτελεσματικότητας της επικοινωνίας απαιτεί να τεθούν προτεραιότητες στους σκοπούς διαφορετικών καταστάσεων.

Υπάρχουν τρεις βασικοί τύποι συνδέσμου των δικτύων επικοινωνίας: Το γραμμικό, το ακτινωτό και το κυκλικό

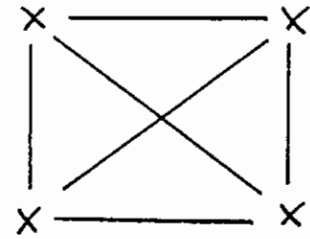
Γραμμικό



Ακτινωτό



Κυκλικό



Όσο λιγότεροι σύνδεσμοι υπάρχουν σ' ένα δίκτυο, τόσο περισσότερο αποτελεσματικό γίνεται το σύστημα επικοινωνίας από την άποψη της πραγματοποίησης των σκοπών του οργανισμού (επιχείρησης). Όμως από την άλλη η ελαχιστοποίηση του αριθμού των συνδέσμων τείνει να μειώσει το βαθμό της ικανοποίησης που απολαμβάνουν οι άνθρωποι από την διαδικασία της επικοινωνίας. Και αυτό γιατί η επικοινωνία γίνεται συγκεντρωτική και αυξάνει το βαθμό του αυταρχισμού. Υποστηρίζεται ότι το κυκλικό

υπόδειγμα προσφέρει περισσότερη ανθρώπινη ικανοποίηση γιατί ενθαρρύνει την συμμετοχή.

Τονίζεται για άλλη μία φορά οποιαδήποτε διακοπή της επικοινωνίας μειώνει την δυναμικότητα της Διοίκησης να πραγματοποιήσει τους σκοπούς της επιχείρησης. Η Επικοινωνία θεωρείται το πρωταρχικό όργανο της Διοίκησης το οποίο μπορεί να ρυθμίσει, τα συνενωτικά, υποκινητικά, πληροφοριακά και διαρθρωτικά συστατικά των πολύπλοκων επιχειρήσεων.

Εκείνοι που ελέγχουν της διαδικασία της επικοινωνίας ελέγχουν και την επιχείρηση.

Μαζική Επικοινωνία

Μαζική επικοινωνία είναι η διαδικασία στα πλαίσια της οποίας πρόσωπα και επιχειρήσεις, οικονομικές μονάδες χρησιμοποιούν τεχνικά μέσα (όπως τύπος, κινηματογράφος, ραδιόφωνο, τηλεόραση κ.λ.π. για να μεταδώσουν σε ένα ανώνυμο, ετερογενές και διασκορπισμένο κοινό π.χ. καταναλωτές, προμηθευτές γενικότερα αποδέκτες των προϊόντων μίας επιχείρησης. Για την καλύτερη κατανόηση της δομής και λειτουργίας μίας επικοινωνιακής πράξης, θα αναλύσουμε τους βασικούς παράγοντες που εμπλέκονται.

α) Ο επικοινωνητής (kommunikator) (πομπός της επικοινωνίας). Ο επικοινωνητής (πομπός) ειδικότερα μίας επιχείρησης παίζει έναν πρωτεύοντα και διακριτικό ρόλο στη διαδικασία της μαζικής επικοινωνίας. Έχει συνήθως, τη διακριτική εξουσία να επιλέγει το υλικό του, να παράγει τις ειδήσεις και πληροφορίες, με τέτοιο τρόπο ώστε να έχει έναν καλό επικοινωνιακό αποτέλεσμα, που σημαίνει να προξενήσει στους αποδέκτες (καταναλωτές) το ενδιαφέρον τους, και τις επιθυμητές επιδράσεις.

Ο επικοινωνητής δεν είναι ελεύθερος από δεσμεύσεις και υποχρεώσεις. Είναι δεσμευμένος και συνδεδεμένος με την ομάδα εργασίας της επιχείρησης και συγχρόνως είναι υποχρεωμένος να ευθυγραμμίζεται προς τους στόχους τους οποίους θέτουν. Όταν θέλει να διαμορφώσει το περιεχόμενο του μηνύματος, πρέπει να λάβει σοβαρά υπόψη την δομή του κοινού προς το οποίο απευθύνεται, για να αποφύγει τυχόν ανεπιθύμητες αντιδράσεις.

Κάθε πράξη επικοινωνιακή υπόκειται στον κριτικό έλεγχο του κοινού που περιέχει τον κίνδυνο να αποτύχει, ως προς τα αποτελέσματα που επιδιώκει όταν ο επικοινωνητής δε λάβει υπόψη του το ιδιαίτερο κοινό προς το οποίο απευθύνεται.

β) Το μήνυμα (Aussage).

Το μήνυμα διοχετεύεται, μέσω ενός τεχνικού μέσου (ραδιόφωνο, τύπος, τηλεόραση κ.λ.π.) προς τους αποδέκτες. Αυτή προξενεί στους αποδέκτες μία ορισμένη επίδραση, η οποία ποικίλλει σημαντικά. Ένα μήνυμα πρέπει να μεταδίδεται και να διαμορφώνεται, έτσι ώστε να αφυπνίζει το ενδιαφέρον και την προσοχή του αποδέκτη (καταναλωτή).

γ) Το μέσο (Madium)

Τα κατ'εξοχήν μαζικά μέσα επικοινωνίας είναι ο έντυπος λόγος (ημερήσιος και περιοδικός τύπος), το ραδιόφωνο και η τηλεόραση. Το μέσο επικοινωνίας παίζει επίσης έναν κεντρικό και ουσιαστικό ρόλο στη διαδικασία μαζικής επικοινωνίας. Οι επιδράσεις του μέσου εξαρτώνται άμεσα από τον τρόπο μετάδοσης του μηνύματος.

Ο έντυπος λόγος (εφημερίδες, περιοδικά, βιβλία) παρέχει την δυνατότητα στους καταναλωτές (κοινό) να μελετήσουν, να κρίνουν, να αξιολογήσουν τα προϊόντα που λανσάρει μία επιχείρηση. Το δε ραδιόφωνο και τηλεόραση έχουν το τεχνικό πλεονέκτημα να

προξενούν πió έντονες εντυπώσεις λόγω της εικόνας και της ομιλίας (του ήχου).

Αξιολογώντας τα μέσα επικοινωνίας που έχει την δυνατότητα να χρησιμοποιήσει μία επιχείρηση για να επικοινωνήσει με το κοινό, τους πελάτες, τους καταναλωτές, τους προμηθευόμενους παρατηρούμε:

1) Ημερήσιος τύπος: μέσο γρήγορο, ευέλικτο, άμεσο με σύντομη διάρκεια ζωής.

Ο Ημερήσιος τύπος παρουσιάζει το πλεονέκτημα ότι διαβάζεται παντού, σε ώρα που επιλέγει ο ίδιος ο αναγνώστης (πράγμα που δεν συμβαίνει με την τηλεόραση και το ραδιόφωνο) χωρίς να απαιτούνται εξειδικευμένες γνώσεις ή καταστάσεις, κυκλοφορεί σε σημαντικό αριθμό αντιτύπων και στα πió απομακρυσμένα σημεία μίας χώρας. Μειονέκτημα ή μικρή διάρκεια δεδομένο ότι η διάρκεια ζωής δεν υπερβαίνει το εικοσιτετράωρο άρα την επομένη χάνει την επικαιρότητα.

2) Περιοδικός τύπος: Άριστο σχεδόν ποιοτικά μέσο, με μεγάλη διάρκεια ζωής (από 7 έως 30 μέρες), προσφέρεται για ακριβέστερη στόχευση του υποψήφιου αγοραστικού κοινού, ιδιαίτερα οι ειδικές εκδόσεις.

Ο Περιοδικός τύπος έχει μικρότερη ακτινοβολία και επιρροή από τον ημερήσιο αλλά παρουσιάζει το πλεονέκτημα ότι από τη φύση του η επικαιρότητά του, προορίζεται για μεγαλύτερη χρονική διάρκεια. Επιπλέον δεν χάνει την επικαιρότητά του γιατί ένα περιοδικό διαβάζεται οπουδήποτε και οποτεδήποτε ακόμα και τυχαία, μετά την παρέλευση αρκετού χρονικού διαστήματος. Ο τύπος έχει την ευχέρεια με την επανάληψη να πείθει και να κερδίζει την αποδοχή του αναγνώστη.

3) Τηλεόραση: Είναι σίγουρα το πιο δυναμικό και αποτελεσματικό μέσο μαζικής επικοινωνίας. Δεν είναι καθόλου ευέλικτο-σε συνδυασμό με τον μακρύ χρόνο που χρειάζεται για την παραγωγή της ταινίας, αλλά και τη διαδικασία αγοράς τηλεοπτικού χρόνου-και δεν προσφέρεται για διαφημίσεις τοπικού χαρακτήρα ή για μικρά διαφημιστικά κονδύλια.

Η τηλεόραση συνδυάζει εικόνα, ήχο, κίνηση και χρώμα επηρεάζοντας τον τηλεθεατή με τα κορυφαία όργανα επαφής. Το μεγάλο πλεονέκτημα είναι η ευρύτατη διαδοσή της σ'όλους σχεδόν τους χώρους μαζικής διαβίωσης και ότι ο τηλεθεατής της παρακολουθεί με άνεση στο χώρο. Το μειονέκτημα της τηλεόρασης από πλευράς μετάδοσης μηνυμάτων βρίσκεται στο ότι το μήνυμά της παρόλο που διοχετεύεται κατά τρόπο εντυπωσιακό, διαρκεί συγκριτικά με άλλο πολύ μικρό χρονικό διάστημα. Γι'αυτό είναι αναγκαίο να επαναλαμβάνεται.

4) Ραδιόφωνο. Είναι ένα φθινό, σχετικά ευέλικτο μέσο, που προσφέρεται για επικουρικό μέσο και για μικρά διαφημιστικά κονδύλια και τοπικές εκστρατείες.

Το μήνυμα που μεταδίδει το ραδιόφωνο φτάνει σύντομα και απλώνεται ταυτόχρονα σε μεγάλες μάζες του κοινού. Ο ακροατής συλλαμβάνει το μήνυμα χωρίς να καταβάλλει καμία ιδιαίτερη προσπάθεια. Σε σύγκριση με τον τύπο, παρουσιάζει αμεσότητα και ταχύτητα στην μετάδοση μηνύματος. Ακόμα έχει ευρύτητα δικτύου. Διαθέτει το πλεονέκτημα της προσωπικής προσέγγισης. Μειονέκτημα είναι ότι διαρκεί μικρό χρονικό διάστημα

5) Αφίσα. Η αφίσα είναι το δεύτερο-μετά την τηλεόραση-μέσο από πλευράς δύναμης της εντύπωσης που προκαλεί. Σκληρό μέσο προσφέρεται για το λανσάρισμα προϊόντων, την αύξηση γνώσης του προϊόντος και τις γρήγορες πωλήσεις. Πάντοτε σε

τοπικό επίπεδο. Μειονεκτημάτά του η περιορισμένη γεωγραφική εμβελειά του.

6) Άλλα μέσα. Εκτός από τα παραπάνω μέσα υπάρχουν και άλλα που μεταφέρουν το συντριπτικά μεγαλύτερο φορτίο διαφημιστικών μηνυμάτων. Για να επιβιώσουν τα ισχυρά εμπορικά συμφέροντα πρέπει να διατηρούν συνεχή επικοινωνία με το μαζικό κοινό και να προσπαθούν διαρκώς να το πείσουν. Έχουμε λοιπόν τα ακόλουθα μέσα:

α) Υπαίθρια μέσα επικοινωνίας.

- Στάσεις λεωφορείων - κατασκευή και παρουσίαση βιτρίνας
- Πινακίδες, φωτιζόμενες ή μη στις στέγες των περιπτέρων
- Μεγάλες πινακίδες αυτοφωτιζόμενες, φωτιζόμενες ή μη, στις στέγες ή τις ταράτσες κτιρίων ή σε ειδικά υπερυψωμένα ή σε ανοικτούς δρόμους και γενικά σε θέσεις, που εξασφαλίζουν ορατότητα από μακριά.
- Πανοραμικές, εναλλασσόμενες έγχρωμες διαφάνειες. Εμφανίσθηκαν πρόσφατα στους δρόμους και είναι εξαιρετικά καλαίσθητο και εντυπωσιακό μέσο.
- Πινακίδες σε γήπεδα και αθλητικούς χώρους, που έχουν το πρόσθετο ενδιαφέρον προβολής τους από την τηλεόραση, όταν αναμεταδίδει αγώνα.

β) Υλικό σημείων πώλησης. Εδώ η ποικιλία είναι ατέλειωτη. οι πιο συνηθισμένες μορφές είναι αφισέτες, μικρά χαρτονένια εκθετήρια του προϊόντος, αυτοκόλλητα.

γ) Έντυπα. Κάθε είδους και μορφής και πολλαπλών χρήσεων. Τα πιο συνηθισμένα είναι οι κατάλογοι προϊόντων ή έντυπα για κάθε προϊόν χωριστά.

Ειδικότερα έντυπα

1) Περιοδικής μορφής.

- α) Περιοδικό επιχείρησης
- β) Απολογισμοί δραστηριότητας (ετήσιοι, περιοδικοί, περιπτωσιακοί κ.λ.π.).
- γ) Ποικίλου περιεχομένου περιοδικές εκδόσεις.
- δ) Επιστολές σε ειδικές ομάδες ατόμων, μέσω ταχυδρομείου.

2) Κανονικά έντυπα

- α) Ενημερωτικές εκδόσεις (πολύπτυχα, φυλλάδια, βιβλία)
- β) Ιστορικό ανάπτυξης του οργανισμού.
- γ) Λεύκομα δραστηριότητας του οργανισμού πάνω σε γενικά ή ειδικά θέματα.
- δ) Ο Αποδέκτης (Reziyant) του μηνύματος είναι είτε ένα μεμονωμένο άτομο, είτε ένα μεμονωμένο άτομο, είτε μία ομάδα ατόμων ή ένα οργανωμένο σύνολο όσο αφορά μία επιχείρηση. Προς αυτόν απευθύνεται ολόκληρο το κύκλωμα της επικοινωνίας. Για να επιτευχθεί λοιπόν στον ανώτατο βαθμό η επικοινωνιακή επαφή μ'αυτόν πρέπει να πλησιαστεί και να επηρεαστεί.
- ε) το αποτέλεσμα (απάντηση-αντίδραση) είναι πάντα μία ενέργεια που δείχνει τον βαθμό της ανταπόκρισης που έχει το μήνυμα στον αποδέκτη. Κατά πόσο άλλαξε η διαμορφώθηκε σύμφωνα με τις προθέσεις του αποστολέα η στάση του αποδέκτη και κατά πόσο δημιουργήθηκε αίσθημα κοινότητας συμφερόντων.

Η επιτυχία της επικοινωνίας επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες. Γενικά μπορεί να υποστηριχθεί "πως όσο μεγαλύτερη εμπειρία διαθέτει ένας πομπός τόσο ευκολότερη και σωστότερη η κωδικοποίηση και μεταβίβαση του μηνύματος που θέλει να στείλει. Επίσης όσο μεγαλύτερη είναι η εμπειρία ενός δέκτη, τόσο ευκολότερα και σωστότερα θα αποκωδικοποιήσει το μήνυμα που δέχεται. Τέλος όσο μεγαλύτερη κοινή εμπειρία έχουν ο πομπός και

ο δέκτης, τόσο ευκολότερη και καλύτερη θα είναι η μεταξύ τους ανταλλαγή μηνυμάτων δηλαδή η επικοινωνία τους.

Επικοινωνία και περιβάλλον.

Η επιβίωση και ανάπτυξη μίας επιχείρησης εξαρτώνται πλέον όχι μόνο από το ύφος της οικονομικής της απόδοσης αλλά και από την ικανότητά της να ανταποκριθεί με επιτυχία στις απαιτήσεις και τις προσδοκίες όλων των ομάδων που επηρεάζουν κρίσιμα τη λειτουργία της. Εξαρτάται δηλαδή από την ενσωμάτωση της στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί. Η επιχείρηση γίνεται όλο και περισσότερο μία οικονομική οντότητα με στόχους που δεν μπορούν να περιορισθούν στην ικανοποίηση των μετόχων και μόνο.

Η επιχείρηση για να ανταποκριθεί σ'αυτή τη νέα πραγματικότητα διευρύνει τους οριζοντές της, εμπλουτίζει τους στόχους της και υιοθετεί νέους κανόνες συμπεριφοράς.

Γιά να εξασφαλίσει τη βασική προϋπόθεση του κέρδους η επιχείρηση επιδιώκει:

Πρώτον: Την ικανοποίηση συγκεκριμένων αναγκών της οικονομίας, όπως εκφράζονται στην αγορά (ΠΡΟΪΟΝ).

Δεύτερον: Την ικανοποίηση των αναγκών αυτών με τον οικονομικότερο δυνατό τρόπο (ΚΟΣΤΟΣ).

Τρίτον: τη συνεχή βελτίωση του προϊόντος και την διεύρυνση των δραστηριοτήτων (ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ).

Η επιχείρηση επομένως έχει υποχρέωση και ευθύνες απέναντι σ'αυτούς που την περιβάλλουν:

- α) Το περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται μία Εθνική Οικονομία.
- β) Το μακρό οικονομικό περιβάλλον μίας χώρας.
- γ) Το πολιτικό-νομικό-τεχνολογικό περιβάλλον.
- δ) Το κοινωνικό περιβάλλον.

ε) Το περιβάλλον της "αγοράς".

Είναι φυσικό, πως οποιαδήποτε προσπάθεια εναρμόνισης των οικονομικών επηρεάζει και κάθε επιχείρηση και ιδιαίτερα τη δομή της, καθώς και την ποιότητα των εργασιών της π.χ. η τυποποίηση των προϊόντων και υπηρεσιών είναι μία από τις μεταβλητές που έχουν άμεσο αντίκτυπο στην παραγωγική δομή της επιχείρησης. Πρέπει να επικοινωνεί, να ενημερώνεται σχετικά με το πλαίσιο κανόνων και συμφωνιών, που γίνονται σε διεθνές επίπεδο, οι οποίοι δεσμεύουν την οικονομία και την κατευθύνουν προς ορισμένο σημείο.

Οι πληθωριστικές τάσεις της αγοράς, ο ρυθμός της ανεργίας, ο μέσος όρος αμοιβών των παραγωγικών συντελεστών, ο τιμάρημος, καταναλωτή, το εθνικό προϊόν σε συνάρτηση με το εθνικό εισόδημα και η κατανόηση αυτού, αποτελούν μερικές μεταβλητές του όλου πλέγματος της οικονομίας τις οποίες καλείται να αντιμετωπίσει η επιχείρηση με την σωστή επικοινωνία ως μέσο.

Με την σωστή επικοινωνία μπορεί να διαχωρισθεί με καθαρότητα ως που φτάνει το κράτος της κοινωνικής πρόνοιας και του κρατικού παρεμβατισμού και που ακριβώς αρχίζει και φυσικά τελειώνει η ιδιωτική πρωτοβουλία. Όλο και περισσότερες ομάδες "οπλίζονται" με ταλαντούχα μέλη που αντιλαμβάνονται πως να χρησιμοποιούν τη δυναμή τους και τους υπάρχοντες νόμους προκειμένου να επιτύχουν τους σκοπούς γενικότερα των επιχειρήσεών. Αυτές οι διαφορετικές τάσεις που παρατηρούνται μεταξύ αυτών και των ιδεολογικών τοποθετήσεως των πολιτικών κομμάτων οφείλουν να συναντηθούν σ'ένα σημείο που είναι όχι η καταστροφή της ισορροπίας, αλλά η δημιουργία μιάς ποιοτικά βελτιωμένης ζωής.

Το νομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο κινείται η επιχείρηση είναι ένας χαρακτηριστικός παράγοντας όχι μόνο εκσυγχρόνησης της δομής του περιβάλλοντος αλλά και αυτής της ίδιας της επιχείρησης. Η χρησιμοποίηση και χρησιμότητα του νομικού αυτού πλαισίου δημιουργείται για την προστασία τόσο των κοινωνικών ομάδων π.χ. καταναλωτών, προμηθευτών όσο και της ίδιας της οικονομικής μονάδας.

Τεχνολογικό περιβάλλον. Πρέπει και εδώ να υπάρχει συνεχή επικοινωνία της επιχείρησης προκειμένου να ενημερώνεται ή και να ενημερώνει σε θέματα παραγωγής και διοίκησης που απορρέουν από την τεχνολογία.

Το περιβάλλον της αγοράς είναι αυτό που ενδιαφέρει την επιχείρηση περισσότερο, δεδομένου ότι είναι από τους σημαντικότερους παράγοντες που επηρεάζουν άμεσα την υπόστασή της. Και αυτό γιατί έρχεται σε άμεση επαφή με το συγκεκριμένο περιβάλλον.

Ειδικότερα.

1. Προμηθευτές πρώτων υλών, υλικών συσκευασίας, μηχανολογικού εξοπλισμού, συμβούλων και γενικά πληροφοριών.

2. Πιστωτικοί οργανισμοί όπως τράπεζες, χρηματιστήριο κ.λ.π.

3. Μέσα ενημέρωσης όπως εφημερίδες, επαγγελματικά περιοδικά, τηλεόραση, ραδιόφωνο καθώς και άλλα μέσα ενημέρωσης που μπορούν να ενημερώνουν το καταναλωτικό κοινό για τις δραστηριότητες των επιχειρηματικών μονάδων. Η επίδραση των μέσων ενημέρωσης στις επιχειρήσεις είναι προφανές και οι επιδράσεις αυτών στην δραστηριότητα των επιχειρήσεων μεγάλη.

4. Ανταγωνιστές είναι αυτοί που παράγουν ομοειδή προϊόντα και συγχρόνως και αυτοί που παράγουν υποκατάστατα των βασικών προϊόντων.

5. Καταναλωτές αυτοί προς τους οποίους απευθύνεται με τα προϊόντα της η επιχείρηση. Οι καταναλωτές μπορούν να χωριστούν σε ομάδες.

α) Καταναλωτές οι οποίοι είναι οι τελευταίοι χρήστες του προϊόντος.

β) Βιομηχανικοί καταναλωτές οι οποίοι χρησιμοποιούν το προϊόν άμεσα ή έμμεσα στην παραγωγή άλλων προϊόντων.

γ) Τριτογενής παραγωγή: που περιλαμβάνει τους χονδρέμπορους και λιανοπωλητές, οι οποίοι χρησιμοποιούν το προϊόν για μεταπώληση.

δ) Διάφορα ιδρύματα, όπως ξενοδοχεία, νοσοκομεία, σχολεία, πανεπιστήμια, φυλακές κ.λ.π. που αγοράζουν προϊόντα σε μεγάλες ποσότητες για ίδια χρήση ή για εξυπηρέτηση των μελών πελατών τους.

Η τοπική αυτοδιοίκηση και οι κρατικές υπηρεσίες οι οποίες χαρακτηρίζονται από το μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα τους και προμηθεύονται προϊόντα για χάρη του κοινωνικού συνόλου.

Συμπερασματικά η επιτυχία μιάς επιχείρησης θα εξαρτάται από το βαθμό ικανοποίησης μιάς συγκεκριμένης ανάγκης των πελατών η επιχείρηση πρέπει να συμβουλευέται συνέχεια το περιβάλλον της και να προσαρμόζεται σ'αυτό. Η επιβίωση της εξαρτάται από την ικανότητά της να κερδίζει και να κρατά την υποστήριξη των πελατών της. Η επιχείρηση πρέπει συνεχώς να επικοινωνεί με το άμεσο ή έμμεσο καταναλωτή για να του γνωρίσει ότι μπορεί να του ικανοποιήσει την ανάγκη του.

Σήμερα και στην Ελλάδα η επιχειρησιακή φιλοσοφία δηλώνει ότι το κλειδί της επιτυχίας για την επιχείρηση έγκειται στην ικανότητά της να επικοινωνεί συνεχώς με το περιβάλλον μέσα στο οποίο βρίσκεται. Μόνο με την συνεχή και ασταμάτητη επικοινωνία μπορεί να αντιμετωπίσει τους ανταγωνιστές, μπορεί να

εκσυγχρονιστεί, μπορεί να συνεργαστεί με προμηθευτές και πιστωτικούς οργανισμούς μπορεί να προσεγγύσει τους καταναλωτές.

7) Direct Mail

Το Direct Mail διαδραματίζει σημαντικό ρόλο προσωπικής επικοινωνίας στις εμπορικές επιχειρήσεις. Είναι πολύ αποτελεσματικό, δεδομένου ότι εδραιώνει το πνεύμα της απευθείας προσωπικής επικοινωνίας σε αντίθεση με άλλα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Τα πλεονεκτήματα είναι ότι μπορεί να απευθυνθεί σε προκαθορισμένες ομάδες κοινού. Τα μειονεκτήματα είναι ότι στο αρχικό στάδιο της χρησιμοποίησής του χρειάζονται μέσα για να καταρτισθεί ο πίνακας παραληπτών (Mailing list) και σ'όλο το διάστημα της χρησιμοποίησής του είναι απαραίτητη η συνεχής ενημερωσή του. Στην Ελλάδα το μέσο αυτό βρίσκεται στο στάδιο της ανάπτυξης σε παράλληλη οδό με την κατάσταση που επικρατεί στα ΕΛΤΑ δεδομένου ότι δεν συμφέρει ακόμα η χρησιμοποίηση των ιδιωτικών ταχυδρομείων.

Τρόποι επικοινωνίας και μέσα

Τρόποι επικοινωνίας και μέσα: η προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών μιάς επιχείρησης γίνεται με τις παρακάτω μεθόδους.

1) Των δημοσίων σχέσεων: Διά των δημοσίων σχέσεων η επιχείρηση προσπαθεί να δημιουργήσει ένα κοινό πεδίο εμπειρίας μεταξύ αυτής της ίδιας και των πιθανών αγοραστών των προϊόντων της. Το κοινό αυτό πεδίο εμπειρίας αποτελεί βασική προϋπόθεση προκειμένου η επιχείρηση να κερδίσει την προσοχή εκείνων προς τους οποίους απευθύνει τα μηνυματά της. Έτσι οι δημόσιες σχέσεις θεωρούνται ότι αποτελούν τη βάση της πρωθητικής προσπάθειας της επιχείρησης.

Τα μέσα των δημοσίων, σχέσεων, που η χρησιμοποίησής τους επαφίεται στην κρίση ή ακόμα και στην μέχρι ενός σημείου επινοητικότητα των προγραμματιστών ή των εκτελεστών των προγραμμάτων επικοινωνίας, είναι τα εξής:

1) Συζητήσεις-σεμινάρια-συνέδρια-συγκεντρώσεις-διαλέξεις κ.λ.π. Στις οργανωμένες αυτές συνεδριάσεις εξετάζονται και συζητούνται από αρμόδια πρόσωπα διάφορα θέματα που αφορούν τον οργανισμό. Στις συγκεντρώσεις αυτού του είδους γίνονται ανακοινώσεις αναπτύσσονται τα αποτελέσματα προπαθειών που έγιναν.

2) Επαφή του κοινού με τον οργανισμό, μπορεί να γίνει ύστερα από πρόσκληση του οργανισμού (π.χ. μία βιομηχανία καλεί ομάδες κοινού να επισκεφθούν τις εγκαταστάσεις της). Με τις επαφές αυτές επιτυγχάνονται τα αποτελέσματα της δυναμικής προσωπικής επικοινωνίας, που όπως είναι γνωστό εντυπωσιάζουν και ασκούν άμεση επιρροή. Με την επίσκεψη αυτή, ο οργανισμός βρίσκει την ευκαιρία να αναπτύξει απευθείας επικοινωνία χωρίς τις δυσχέρειες που γενικά υφίστανται στους διαύλους της επικοινωνίας με το ανώνυμο κοινό. Εδώ και αρκετά χρόνια, αμερικάνικες και ευρωπαϊκές επιχειρήσεις κάτω από το σύνθημα "ελάτε να μας γνωρίσετε" καταρτίζουν ειδικά προγράμματα προσέλκυσης του κοινού στο χώρο των εγκαταστάσεών τους, αποδεικνύοντας έτσι τη μεγάλη σημασία που έχει η επικοινωνία αυτού του είδους.

3) Μετάδοση μηνύματος "από στόμα σε στόμα".

Αυτός ο τρόπος δημιουργίας επικοινωνιακής επαφής είναι περισσότερο διαδεδομένος ως μέσο της προπαγάνδρας. Στηρίζεται στο διάλογο στην ελεύθερη αποδοχή των εκτεθειμένων απόψεων. Ασκείται ασυναίσθητα και χωρίς κατεύθυνση στα πλαίσια του οργανισμού ή και προς το κοινό.

4) Οργανωμένες συζητήσεις στο εσωτερικό του οργανισμού.

Οι συζητήσεις αυτές γίνονται στο εσωτερικό του οργανισμού με τους παράγοντες εκείνους που τον αποτελούν (προσωπικό, μετόχους, αντιπροσώπους). Σκοπό έχουν την από κοινού μελέτη διαφόρων προβλημάτων, την εξέταση τυχόν διαφωνιών και γενικά την ανάπτυξη πνεύματος επικοινωνιακής συνεργασίας προς επίτευξη κοινών στόχων. Για την επιτυχία των συζητήσεων αυτών χρειάζεται να υπάρχει πνεύμα ισοτιμίας και ελευθέρου διαλόγου ώστε ο κάθε συμμετέχων να αισθάνεται άνεση και να συμβάλει στη λήψη αποφάσεων, αφού δεν είναι απλός ακροατής ή διεκπεραιωτής προαποφασισθέντων.

5) Εκθέσεις και επιδείξεις. Η έκθεση είναι η προβολή σε δημόσιο χώρο - με στοιχεία, εικόνες και οπτικοακουστικά μέσα - της δραστηριότητας ενός οργανισμού καθώς και η παρουσίαση των υπηρεσιών και προϊόντων του. Το ουδέτερο έδαφος της έκθεσης επιτρέπει την άνετη και χωρίς προκατάληψη επικοινωνία μεταξύ εκθετών και επισκεπτών. Επιτυγχάνεται έτσι άμεση επικοινωνία σ'ελάχιστο χρόνο και σε μικρό χώρο. Πλεονέκτημα είναι επίσης η δυνατότητα της διεύρυνσης του πελατολογίου του εκθέτη, της αύξησης των πωλήσεων με συμφωνίες που κλείνονται επί τόπου, τις επίλυσης θεμάτων του τομέα των συμμετεχόντων.

6) Επιστολές - Εγκύκλιοι.

Η αποστολή εγκυκλίων, επιστολών, καρτών γίνεται όταν η επιχείρηση απευθύνεται σε μικρό αριθμό ή σε ειδικό κύκλο παραληπτών. Σκοπός η πληροφόρηση, η επεξήγηση ενός θέματος, η ερμηνεία μίας απόφασης, η γνωστοποίηση ενός γεγονότος. Το βασικό πλεονέκτημα είναι η ευχέρεια να διατυπώνει με άμεσο και κατατοπιστικό τρόπο το επιθυμητό μήνυμα. Στην Ελλάδα έχει γίνει

ευρύτατη χρησιμοποίηση του μέσου των επιστολών - εγκυκλίων στις ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις με την χρησιμοποίηση αυτού του μέσου ενημερώνουν απευθείας τις ειδικές ομάδες κοινού όπως επίσης και τις συνεργαζόμενες μ'αυτές (εργαζόμενους - αντιπροσώπους κ.λ.π.).

2) Της διαφήμισης: Με την διαφήμιση η επιχείρηση προσπαθεί μέσω των μαζικών μέσων ενημέρωσης να επικοινωνήσει με τους καταναλωτές του τμήματος εκείνου της αγοράς, προς το οποίο απευθύνει τα προϊόντα της. Τα μέσα τα οποία χρησιμοποιεί είναι:

- Αφίσες
- Τηλεόραση
- Εφημερίδες
- Ραδιόφωνο
- Περιοδικά.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Διαφήμιση είναι η απρόσωπη μαζική επικοινωνία, η οποία περιέχει το στοιχείο της πληρωμής, της οποίας ο τελικός σκοπός είναι η μετάδοση πληροφοριών και η δημιουργία μιάς ευνοϊκής "γνώμης" στους καταναλωτές για το προϊόν ή την επιχείρηση που διαφημίζεται και έτσι να συμβάλλει στην προαγωγή των επιχειρησιακών στόχων.

Η διαφήμιση ταξινομείται σε δύο κατηγορίες:

- 1) τη διαφήμιση του προϊόντος
- 2) Τη διαφήμιση της επιχείρησης παραγωγής του προϊόντος.

Η διαφήμιση ως μέσο μαζικής επικοινωνίας χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις για την πραγματοποίηση των παρακάτω εργασιών:

1) να βοηθήσει την πώληση μιάς μάρκας προϊόντος με το να παρέχει στους καταναλωτές πληροφορίες.

2) Όταν το προϊόν πωλείται κατ'οίκον, να βοηθήσει την πώλησή του.

α) Με το να προετοιμάσει το έδαφος προκειμένου να γίνουν δεκτοί οι πωλητές της επιχείρησης από τους πιθανούς αγοραστές και

β) Με το να δώσουν στους πωλητές τη γραμμή, που θα ακολουθήσουν κατά την πώληση.

3) Να ενθαρρύνει της επιχειρήσεις λιανικής πώλησης, έτσι ώστε να επιδεικνύουν, διαφημίζουν και πουλάνε το προϊόν τους ενεργά.

α) Τονίζοντάς τους, διαμέσω της διαφήμισης, τις ευκαιρίες, οι οποίες τους παρέχονται να αυξήσουν τα κέρδη τους από αυτή τη δραστηριότητα.

4) Να ουδετεροποιήσει την προωθητική προσπάθεια μιάς ανταγωνιστικής επιχείρησης με τη χρησιμοποίηση της κατάλληλης διαφημιστικής καμπάνιας. Σύμφωνα με την παραπάνω ανάλυση είναι πιθανό να παρατηρηθεί ότι η διαφήμιση μπορεί να κατευθύνεται:

α) προς τον τελικό καταναλωτή

β) προς τους μεσάζοντες, οι οποίοι ασχολούνται με την διανομή του προϊόντος.

Παρακάτω θα γίνει εκτίμηση της διαφήμισης, η οποία απευθύνεται από μία επιχείρηση προς τους τελικούς ή έμμεσους καταναλωτές.

Οι διαφημιστικές καμπάνιες μπορούν να ταξινομηθούν σε δύο βασικούς τύπους. Στον πρώτο τύπο της διαφήμισης ανήκει η διαφήμιση, η οποία είναι σχεδιασμένη, για να δημιουργήσει μία

πρωταρχική ζήτηση. Η ζήτηση αυτή αφορά γενικά το είδος του προϊόντος. Για να επιτευχθεί ο στόχος αυτός χρησιμοποιούνται πρωταρχικές παροτρύνσεις στις διαφημίσεις προκειμένου να διεγείρουν μία επιθυμία για ένα ορισμένο είδος προϊόντος.

Σχέσεις μεταξύ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ και ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Τόσο η διαφήμιση, όσο και οι Δημόσιες Σχέσεις, έχουν ως στόχο την αποκατάσταση γεφυρών επικοινωνίας μεταξύ εκείνου που πουλά αγαθά ή υπηρεσίες και των ομάδων της κοινής γνώμης.

Η διαφήμιση αποβλέπει στην πώληση σε μία δεδομένη περίοδο, υποβάλλοντας την ανάγκη ενός δεδομένου προϊόντος ή μίας υπηρεσίας σε ένα δεδομένο κοινό. Οι δημόσιες σχέσεις αποβλέπουν να καθιερώσουν κοινωνικά μία επιχείρηση, εδραιώνοντας διαρκώς περισσότερο την καλή φήμη του δημιουργώντας ευνοϊκή γι' αυτόν γνώμη. Η διαφημιστική εκστρατεία είναι ένα έργο με αρχή και τέλος. Οι δημόσιες σχέσεις δεν έχουν τέλος, δεν σταματούν ποτέ, είναι διαρκείς διότι δεν αποβλέπουν να πωλήσουν ένα συγκεκριμένο προϊόν σε μία συγκεκριμένη περίοδο και σε ένα συγκεκριμένο κοινό. Αποβλέπουν στο να καθιερώσουν την συνεχή επικοινωνία με προς και από την επιχείρηση.

Τέλος πρέπει να σημειωθεί ότι οι σχέσεις διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων στηρίζονται στην αρχή ότι η πληροφόρηση που οδηγεί στην επικοινωνία δεν είναι μία απλή κατάσταση. Οι κρίσεις γίνονται και οι αποφάσεις λαμβάνονται με το μυαλό και την καρδιά των ανθρώπων, που τόσο πασχίζουν να επηρεάσουν με τα παραπάνω μέσα το κοινό.

3) Της προσωπικής πώλησης. Με την μέθοδο αυτή η επιχείρηση έρχεται με τις πωλήσεις της σε απευθείας επικοινωνία

με τους πιθανούς αγοραστές των προϊόντων της. Τα μέσα που χρησιμοποιεί είναι:

- Επισκέψεις
- Καταστήματα
- Τηλέφωνο.

Ειδικότερα

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ

Η προσωπική πώληση είναι το δεύτερο κατά σειρά σπουδαιότητας στοιχείο του συστήματος επικοινωνίας. Αυτή συνεπάγεται την άμεση επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο μεταξύ πωλητή ή αντιπροσώπου και του πιθανού αγοραστή. Ο σκοπός μίας τέτοιου είδους προσωπικής επικοινωνίας είναι δυνατόν να αποβλέπει: 1) Στη λήψη μίας παραγγελίας, 2) Να πείσει τους λιανοπωλητές να προωθούν και να επιδεικνύουν το προϊόν κατάλληλα, 3) Να εξασφαλίζει της συνεργασία του χονδρεμπόρου, έτσι ώστε να προωθεί τα προϊόντα του κατασκευαστή ενεργά, 4) Να ενημερώσει τους καθοδηγητές γνώμης σχετικά με την επιχείρηση και τα προϊόντα της.

Η προσωπική πώληση διαφέρει από την διαφήμιση στο ότι με την πρώτη το μήνυμα μεταφέρεται διά μέσου της προσωπικής επαφής, ενώ με τη διαφήμιση το μήνυμα μεταφέρεται με οποιοδήποτε μη προσωπικό μέσο. Όπως λ.χ. οι εφημερίδες, τα περιοδικά, η τηλεόραση ή διά μέσου των διαφόρων εκδόσεων των επιχειρήσεων. Η βασικότερη όμως διαφορά των δύο αυτών στοιχείων του συστήματος επικοινωνίας έγκειται στο γεγονός ότι ενώ ο πωλητής έχει την ικανότητα να προσαρμόσει το μήνυμά του σύμφωνα με τις ανάγκες, τα ενδιαφέροντα και τις αντιδράσεις του πιθανού αγοραστή, το μήνυμα της διαφήμισης παραμένει το ίδιο για

όλους τους πιθανούς αγοραστές. Εν τούτοις, το μήνυμα της διαφήμισης έχει μεγαλύτερη ποσοτική εμβέλεια, δηλαδή θα το δούν ή θα το ακούσουν όλοι σχεδόν οι αναγνώστες, θεατές ή ακροατές από το μέσον εκείνο, το οποίο μεταφέρει το μήνυμα.

Επιχειρησιακή Ομαδική Επικοινωνία

Η επικοινωνία στη συμμετοχική διοίκηση.

Στη συμμετοχική διοίκηση κύριο χαρακτηριστικό είναι η αποκέντρωση στη λήψη αποφάσεων. Δεν είναι δηλαδή αρκετή η απόπειρα να πεισθούν οι εργαζόμενοι στην εφαρμογή κάποιας αποφάσεως, αλλά στο συμμετοχικό σύστημα αποκεντρώνεται η διαδικασία λήψεως αποφάσεων. Στη συμμετοχική διοίκηση η πληροφορία είναι στη διάθεση όλων. Η διοίκηση δηλαδή θέτει στη διάθεση των εργαζομένων όλες τις πληροφορίες και αυτά με την σειρά τους ενθαρρυνόμενοι παρέχουν στη διοίκηση, όλες τις πληροφορίες που διαθέτουν. Η ανταλλαγή αυτή των ανοικτών πληροφοριών θεμελιώνεται στο συμμετοχικό σύστημα διοικήσεως και επικοινωνίας, πάνω σ'αυτή στηρίζεται η λήψη των αποφάσεων. Βέβαια το σύστημα της διοικητικής συμμετοχής δεν είναι δυνατό να φέρει αυτομάτως αποτελέσματα, πάνω στο ηθικό και την ανάπτυξη του προσωπικού σαν άτομα και ομάδες. Οι νοοτροπίες δεν αλλάζουν τόσο εύκολα. Επιτρέπει όμως την ανάπτυξη πνεύματος εμπιστοσύνης και υπευθυνότητας μεταξύ της διοικήσεως και των εργαζομένων ώστε οι τελευταίοι εμπιστεύονται τις εμπειρίες και τις γνώσεις τους στη νέα αυτή σχέση.

Στη συμμετοχική διοίκηση ο επικεφαλής θέτει σ'όλους το πρόβλημα, η ομάδα συμμετέχει στη λήψη αποφάσεως, ο ηγέτης συντονίζει την εφαρμογή της λύσεως και ελέγχει την εφαρμογή αυτή.

Στη συμμετοχική επικοινωνία αναπτύσσεται πνεύμα ευθύνης των εργαζομένων, ενώ το ηθικό αυτών αναπτύσσεται στο υψηλότερο βαθμό.

Στη συμμετοχική επικοινωνία και διοίκηση, παρά την βραδύτητα που διακρίνει τη διαδικασία λήψεως των αποφάσεων, η ποιότητα χαρακτηρίζει την απόδοση της εργασίας.

Η προσέγγιση αυτή βασίζεται σε ενδιαφέρον, συμμετοχή και δέσμευση.

Επιδιώκεται επικοινωνία ομαδική και αυθεντική μεταξύ προϊσταμένων και υφισταμένων για την επιτυχία των στόχων της επιχείρησης.

Ειδικότερα:

1) Η επικοινωνία είναι ανοικτή, ειλικρινής και ελεύθερη ανάμεσα στον προϊστάμενο και τον υφιστάμενο. Κανένας δεν χρειάζεται να έχει τον νού του για να αποφύγει παρανοήσεις και τον άλλο.

2) Οι κατευθύνσεις δεν δίνονται για κάθε δουλειά εκτός αν προκύψει ξαφνικά ανάγκη ή σαν τελευταίο καταφύγιο. Οι κατευθύνσεις πηγάζουν από τους στόχους της δουλειάς τους οποίους ήδη καταλαβαίνουν και συμφωνούν. Προϊστάμενος και υφιστάμενος. Τότε οι υφιστάμενοι μπορούν να λειτουργήσουν λίγο πολύ μόνα τους.

3) Τα λάθη εξετάζονται από την πλευρά του τι το προκαλεί. Αυτός ο τρόπος δεν προσπαθεί να βρεί ποιός φταίει και να επιβάλει τιμωρίες, αλλά με διορθωτικές ενέργειες για να εξαλειφθούν τα αίτια.

4) Τα παράπονα και τα εχθρικά αισθήματα αντιμετωπίζονται σαν ένδειξη πραγματικού προβλήματος στη δουλειά δηλαδή τα κρίνει σαν σήματα κινδύνου. Ο προϊστάμενος αντιδρά με

σοβαρότητα και εργάζεται μέσα σε πλαίσια ανοικτής και ειλικρινής επικοινωνία με τον υφιστάμενο σε συνθήκες που δεν ενέχουν κριτική τότε γίνονται διορθωτικές ενέργειες για να εξαλειφθούν τα αίτια.

5) Η αξιολόγηση απόδοσης μ'αυτό τον τρόπο επικοινωνίας συσχετίζει την απόδοση με στόχους που έχουν τεθεί πριν. Με τον τρόπο αυτό μπορεί να γίνει σε αντικειμενικό επίπεδο. Τότε είναι δυνατόν ο προϊστάμενος να βοηθήσει τον υφιστάμενο να δει τι προκάλεσε την επιτυχία ή αποτυχία. Αν οι στόχοι είναι ρεαλιστικά υψηλοί και δεν έχουν επιτευχθεί, τότε χρειάζονται συμβουλές για να βελτιωθεί η απόδοση. Αν η ικανότητα του ατόμου είναι ανεπαρκής σε σχέση με τους στόχους, το πρόβλημα λύνεται με αλλαγή της δομής της δουλειάς του, των ενδείξεων, στοιχείων και γεγονότων. Συνθήκες μάθησης είναι οι ανοικτές, ειλικρινείς συγκρίσεις, οι εξετάσεις διαφορών και ομοιοτήτων και η απόφαση με αμοιβαία κατανόηση. Με τον προϊστάμενο που εργάζεται για να δημιουργήσει ανοικτή, ελεύθερη και ειλικρινή κατάσταση ομαδικής επικοινωνίας και συνεργασίας, οι υφιστάμενοι όχι μόνο βλέπουν που είναι οι δυσκολίες αλλά και είναι πρόθυμοι να τις συζητήσουν. Μπορούν να δουν τι εμποδίζει την κατανόηση και τι μπορεί να γίνει στο μέλλον για να προλάβει επανάληψη των προβλημάτων.

Εχθρικά Συναισθήματα

Μέσω της ειλικρινούς επικοινωνίας υπάρχουν λιγότερες ευκαιρίες για έναν υφιστάμενο να αισθάνεται εχθρικά. Όταν ο προϊστάμενος και οι υφιστάμενοι επικοινωνούν με ανοικτά χαρτιά, οι εντάσεις που μπορεί να εξελιχθούν σε εχθρικά συναισθήματα διαλύονται αυτόματα.

Αναγνωρίζεται ότι τα εχθρικά αισθήματα είναι σύμπτωμα ότι κάτι δεν πάει καλά. Με το διάλογο γίνεται γνωστό τι προκαλεί αυτές τις αντιδράσεις.

Αξιολόγηση Απόδοσης

Όταν η διοίκηση γίνεται με στόχους που πετυχαίνουν τα άτομα που συνεργάζονται και επικοινωνούν με ομαδικό πνεύμα, η αξιολόγηση μπορεί να καλύψει τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία που επιτρέπουν ή εμποδίζουν την επίτευξη των στόχων και στη δεύτερη περίπτωση να γίνουν οι ανάλογες ενέργειες για να αποφευχθούν.

Η απόδοση μπορεί να θεωρηθεί εξαιρετική ακόμα και αν δεν φθάνει τους στόχους που έχουν τεθεί. Από την άλλη μεριά, ίσως οι στόχοι να ήταν τόσο χαμηλοί που να μην προκάλεσαν ένونه προσπάθεια. Αυτό λέει ότι η απόδοση είναι υψηλής ποιότητας αλλά οι μελλοντικοί στόχοι πρέπει να τεθούν ψηλότερα. Μερικές φορές είναι ρεαλιστικά υψηλά και υπάρχουν διάφορες αιτίες γιατί δεν επιτυγχάνονται. Με την μεταξύ τους επικοινωνία λοιπόν γίνονται διαρθρωτικές ενέργειες.

Το κλειδί είναι η αντικατάσταση των εννοιών εξουσίας-υπακοής με την αρχή της συμμετοχής και δέσμευσης. Όταν οι υφιστάμενοι συσκέπτονται με τον προϊστάμενό τους για το ποιοί στόχοι είναι σημαντικό να επιτευχθούν, υπάρχει ήδη συμμετοχή στο πρόβλημα και οι συμμετέχοντες δεσμεύονται για την τακτική που θα ακολουθηθεί για να επιτευχθούν οι στόχοι. Ξέρουν τι να κάνουν σαν ομάδα ή σαν άτομα.

Κατευθύνσεις

Το βασικό πλεονέκτημα

Είναι ότι οι στόχοι έχουν ήδη δημιουργηθεί και κατανοηθεί μέσω της διαδικασίας επίλυσης προβλημάτων και επικοινωνίας της ομάδας.

Όταν κάθε υφιστάμενος καταλαβαίνει και δεσμεύεται για τους στόχους της ομάδας καθώς και για συγκεκριμένους ατομικούς στόχους για τους οποίους είναι υπεύθυνος τότε οι οδηγίες αποκτούν μοναδικό χαρακτήρα. Το πλεονέκτημα εδώ είναι να μην χρειάζονται συχνές ή συγκεκριμένες οδηγίες του είδους "τώρα θα κάνεις αυτό, μετά εκείνο". Εξασφαλίζοντας τη συμφωνία της ομάδας και κατανοώντας τους στόχους και τις καλύτερες στρατηγικές για να επιτευχθούν, η "οδηγία" γίνεται αυτονόητη. Σ'αυτή την προσέγγιση ομαδικής συνεργασίας και επικοινωνίας ο προϊστάμενος από την πλευρά του παρέχει στους υφιστάμενους στόχους που είναι σημαντικοί. Αφού δώσει την εικόνα σε γενικές γραμμές, προκαλεί τη συμμετοχή τους ζητώντας τις ιδέες τους για το πως μπορούν να γίνουν βελτιώσεις. Η δέσμευσή τους δημιουργείται από την επεξεργασία προσεκτικής λύσης, συζητώντας με όλους αυτούς που ξέροντας τα προβλήματα από πρώτο χέρι έχουν ιδέες για το πως μπορεί να επιλυθεί.

Τα λάθη

Τα λάθη επίσης αντιμετωπίζονται διαφορετικά.

Αναγνωρίζεται από όλους ότι υπάρχουν τρεις γενικές αιτίες λαθών. Η πρώτη είναι η περίπτωση που οι υφιστάμενοι δεν έχουν την απαιτούμενη εκπαίδευση ή την επιδεξιότητα για να κάνουν τη δουλειά. Αυτό αυξάνει την πιθανότητα λαθών γιατί λάθη γίνονται όταν οι άνθρωποι θέλουν να επιτύχουν στόχους αλλά δεν ξέρουν πως. Συχνά μπορεί κανείς να προβλέψει καταστάσεις και να τις

αποφύγει με εξειδικευμένα μαθήματα. Όταν γίνει ένα λάθος, πρώτος στόχος είναι η συστηματικότερη εκπαίδευση πάνω στη δουλειά. Πέρα από αυτό, αν χρειαστεί μία πιο μακροπρόθεσμη αντιμετώπιση λαθών βασίζεται σε καλή ομαδική συνεργασία. Επειδή οι συνάδελφοι αισθάνονται ευθύνη ο ένας για τον άλλον, βοηθούν όποιον έχει δυσκολία προσφέροντας τις γνώσεις και τις επιδεξιότητες τους επιτόπου.

Δεύτερη πηγή λαθών είναι η ανεπαρκής συμμετοχή. Ο καθορισμός και η επίτευξη συμφωνίας για τα στάδια και τις διαδικασίες με τα οποία θα επιτευχθούν οι στόχοι, απαιτούν σκέψη και ανάλυση. Μπορεί οι επιθυμίες του προϊσταμένου να βασίζονται στην ομαδικότητα αλλά για να φέρει αυτές τις αξίες στην καθημερινή δουλειά απαιτείται και εδώ επιδεξιότητα επικοινωνίας.

Αν ο υφιστάμενος δεν καταλάβει καλά, αυτό μπορεί να οφείλεται στην έλλειψη πείρας του προϊσταμένου να δημιουργήσει αποτελεσματική συζήτηση. Ίσως να βιάζεται και να προχωρήσει την συζήτηση πολύ γρήγορα, αγγίζοντας απλώς θέματα που οι υφιστάμενοι νομίζουν ότι κατάλαβαν αλλά που δεν έχουν καταλάβει.

Ένα ακόμα σημαντικό σημείο στα πλαίσια της επικοινωνίας προϊσταμένων και υφισταμένων είναι η κριτική. "Κριτική" είναι η διαδικασία σύγκρισης κάποιου πράγματος με κάποιο άλλο. Με τη σύγκριση εντοπίζονται οι ομοιότητες και οι διαφορές και μπορούν να γίνουν κρίσεις "αυτό είναι πιο αποδοτικό" ή "Αυτό είναι σημαντικό, εκείνο δεν είναι". Όταν γίνει η κρίση μπορεί να τεθεί το ερώτημα "Και λοιπόν;", ή "Τι πρέπει να κάνουμε;". Σ' αυτό το σημείο μπορεί να έλθει στο μυαλό σειρά από εναλλακτικές λύσεις. Αν η κατάσταση είναι πολύπλοκη, θα απαιτεί ίσως μελέτη για να εντοπισθούν οι διάφορες δυνατότητες λύσης. Κάθε εναλλακτική

λύση πρέπει να ζυγιστεί, να εξεταστούν τα υπέρ και τα κατά και να συγκριθεί με άλλες μέχρι να βρεθούν οι καλύτερες λύσεις και να εφαρμοστούν. Μία ουσιαστική προϋπόθεση για αποδοτική κριτική στα πλαίσια της επικοινωνίας τους είναι να μην χρησιμοποιείται "ισχύ της θέσης" σε αντικατάσταση των ενδείξεων στοιχείων και γεγονότων. Συνθήκες μάθησης είναι οι ανοικτές, ειλικρινείς συγκρίσεις, οι εξετάσεις διαφόρων και ομοιοτήτων, και η απόφαση με αμοιβαία κατανόηση. Με έναν προϊστάμενο που εργάζεται για να δημιουργήσει ανοικτή ελεύθερη και ειλικρινή κατάσταση ομαδικής συνεργασίας και επικοινωνίας, οι υφιστάμενοι όχι μόνο βλέπουν που είναι οι δυσκολίες αλλά και είναι πρόθυμοι να τις συζητήσουν. Μπορούν να δουν μέσω της ορθής επικοινωνίας τι εμποδίζει την κατανόηση και τι μπορεί να γίνει στο μέλλον για να προλάβει επανάληψη των προβλημάτων.

Δίκτυα επικοινωνίας των ομάδων

Οι σχέσεις των διαφόρων ομάδων με όποια μορφή και αν παρουσιάζονται στην επιχείρηση εξαρτώνται ουσιαστικά από το είδος της επικοινωνίας που ακολουθείται. Τα σχήματα επικοινωνίας μέσα στην επιχείρηση επηρεάζουν άμεσα την συμπεριφορά των μελών, των ομάδων, τους τρόπους ειδικότερα με τους οποίους επικοινωνούμε.

Τα δίκτυα επικοινωνίας αποτελούν τη διαρθρωτική άποψη των ομάδων και είναι τρόποι με τους οποίους μία ομάδα συνδέεται. Είναι τρόποι με τους οποίους κάποιος προϊστάμενος τοποθετείται σε σχέση με τους υφισταμένους.

Θα προστιμήσουμε να αναλυθεί η πιο υγιής μορφή διοίκησης και επικοινωνίας. Είναι αυτή που πορωθεί την ομαδική εργασία για καλύτερα αποτελέσματα. Θέτει υψηλά πρότυπα από δοσης και βοηθά τους υφισταμένους να τα φθάσουν. Χρησιμοποιεί κριτική για

να ελέγχει τις προηγούμενες προσπάθειες και να καθορίσει πως θα αντιμετωπισθούν καλύτερα τα νέα προβλήματα. Είναι ισχυρό, κλειδί καλών σχέσεων και προωθείται η αξιοπρέπεια και ο σεβασμός για τους υφισταμένους. Μολονότι ο τρόπος αυτός σημαίνει περισσότερη παραγωγή για τον οργανισμό και γρηγορότερη πρόοδο για όλους το πραγματικό κίνητρο για να στραφεί κανείς σε τέτοια προσέγγιση είναι ότι είναι ο σωστός, ανθρώπινος τρόπος να προχωρήσει κανείς στο μέλλον.

Στα πλαίσια του τύπου αυτού επικοινωνίας αποφεύγονται οι αρνητικές ενέργειες στη συνεργασία. Η ειλικρινή διάθεση μεταξύ προϊσταμένων και υφισταμένων τους κάνει να ασκούν σε κλίμα αμοιβαιότητας και συνεργασίας, όλα τα στοιχεία που συνδέονται με την επίλυση του προβλήματος, αφού εξαλειφθούν οι πηγές διαφωνίας, αντιδικίας και αντιθέσεων.

Επιδιώκεται πάντα να βρεθεί το σωστό, η σωστή λύση και όχι ποιός έχει δίκιο. Σ' αυτή την περίπτωση η επικοινωνία είναι ανοικτή ειλικρινής και ελεύθερη ανάμεσα στον προϊστάμενο και τον υφιστάμενο.

Επικοινωνία

Ο προϊστάμενος επικοινωνεί για να επιτύχει κατανόηση, να κερδίσει την συναίνεση των υφισταμένων στον καθορισμό των προβλημάτων που υπάρχουν και να αναγνωρίσει τις αναγκαίες ενέργειες που απαιτούνται για την λύση τους. Η αυθεντική επικοινωνία είναι βασικό για να επιτευχθούν οι στόχοι αυτοί. Τι σημαίνει αυτό; Κατά αρχήν σημαίνει ότι ο προϊστάμενος δεν αλλάζει το μήνυμα για να το κάνει ευκολοχώνευτο. Λέει τα πράγματα όπως έχουν, χωρίς να τα αμβλύνει. Έτσι δεν μεταφέρει απλώς το μήνυμα με τρόπο που να επαφίεται στους άλλους να το δεχθούν ή όχι, ούτε τους το επιβάλλει σαν εντολή. Ούτε

χρησιμοποιεί δημόσιες σχέσεις προσπαθώντας να δείξει τα πράγματα πιο θετικά από ότι είναι ή να γοητεύσει τους υφιστάμενους με φανταστικές ικανότητες πειθούς. Αυτό που κάνει είναι να παρουσιάζει τα προβλήματα με ειλικρινή, ραλιστικό και αντικειμενικό τρόπο αυτό σημαίνει ότι περιγράφει κάθε πρόβλημα σαν τρέχουσα δυσκολία που φαίνεται να είναι η αιτία της και ποιές επιπτώσεις μπορεί να υπάρξουν αν το πρόβλημα αντιμετωπισθεί με διάφορους τρόπους. Ο προϊστάμενος μπορεί να υποδείξει πιθανές λύσεις αν υπάρχουν ξεκάθαρες ιδέες για αυτές. Ανάμεσα στα μέλη μίας ομάδας η επικοινωνία έχει υψηλό επίπεδο ποιότητας. Το ανοικτό μυαλό και η ευθύτητα του προϊσταμένου ενθαρρύνουν ανάλογες αξίες στους υφισταμένους. Όταν ο προϊστάμενος είναι ειλικρινής και δεν κρύβει τίποτε σημαντικό, οι υφιστάμενοι ξέρουν ότι η ειλικρίνεια από μέρους τους είναι ευπρόσδεκτη και όχι χρησιμοποιείται εποικοδομητικά. Η επικοινωνία προώθει την αίσθηση ότι "όλοι" κερδίζουν γιατί δημιουργεί την πιθανότητα να χρησιμοποιηθούν οι γνώσεις και οι επιδεξιότητες κάθε ατόμου. Αυτό σημαίνει επίσης ότι τα μέλη της ομάδος αισθάνονται ότι συμμετέχουν άμεσα στη λύση του προβλήματος και ακριβώς επειδή συμμετέχουν άμεσα στη λύση του προβλήματος, η λύση είναι γνήσια και επομένως δεσμεύονται για την εφαρμογή της.

Στο σημείο αυτό παρουσιάζουμε τρία παραδείγματα επιχειρησιακής επικοινωνίας μεταξύ ατόμων διαφορετικών βαθμίδων ιεραρχίας και κάνουμε τις σχετικές αναλύσεις.

Να τονίσουμε ότι πρόκειται και στις τρεις περιπτώσεις για αυθεντική επικοινωνία, για ανοικτή, ελεύθερη, ειλικρινή κατάσταση ομαδικής επικοινωνίας και συνεργασίας.

Πρόκειται για επικοινωνία που κύρια στοιχεία της έχει την συνεργασία, το ενδιαφέρον, την συμμετοχή και την δέσμευση.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ 1

Ο Φ.Ο. μόλις πήρε τις εβδομαδιαίες καταστάσεις παραγωγής του τμήματός του. Μελετώντας τις βλέπει ότι η παραγωγή σε δύο από τις γραμμές μειώθηκε κατά 5% και 10% αντίστοιχα. Όλες οι άλλες γραμμές είναι στο κανονικό επίπεδο η παραπάνω.

Ο Φ.Ο. ελέγχει τις παραγγελίες για τα προϊόντα των δύο αυτών γραμμών και βλέπει ότι είναι αυξημένες. Ξέρει ότι ο ανώτερος του θα ρωτήσει γιατί η παραγωγή δεν μπορεί να συμβαδίζει με τη ζήτηση.

Ο Φ.Ο. σηκώνει το τηλέφωνο και φωνάζει στο γραφείο του τους εργοδηγούς των δύο γραμμών και ζητά να φέρουν και όλους τους τεχνικούς τους που ασχολούνται με τις γραμμές αυτές. Αρχίζει τη συνεδρίαση ρωτώντας "Γιά ποιούς λόγους η παραγωγή στη γραμμή 2 και στη γραμμή 7 έπεσε;". Και οι δύο εργοδηγοί απαντούν ότι υπήρξαν μερικά προβλήματα, αλλά η παραγωγή είναι τώρα σχεδόν στο φυσιολογικό επίπεδο.

Ο Φ.Ο. τους δίνει τις εβδομαδιαίες καταστάσεις και τους λέει να τις μελετήσουν για να καταλάβουν τους αριθμούς. Μετά από μερικά λεπτά συμφωνούν όλοι ότι η παραγωγή στις δύο γραμμές

είναι πραγματικά μειωμένη. Συζήτηση λίγων λεπτών καταλήγει σε συμφωνία ότι κάθε εργοδότης και τεχνικός θα κοιτάζει αμέσως τις δραστηριότητες που υπάγονται στον άμεσο έλεγχο του και θα ξανασυναντηθούν σε δύο ώρες για να φτιάξουν ένα σχέδιο ενεργειών που θα λύσει το πρόβλημα.

Η επόμενη συνάντηση γίνεται σε δύο ώρες και αξιολογούνται οι επόμενες πληροφορίες κάθε εργοδηγού και τεχνικού. Γίνεται εμφανές ότι το πρόβλημα προέκυψε από καθυστερημένες παραδόσεις πρώτων υλών. Συμφωνούν ότι πρέπει ο Φ.Ο. και ο εργοδηγός υλικών να μιλήσουν με το τμήμα πρώτων υλών για να βρουν λύση. Οι άλλοι επιστρέφουν στις δουλειές τους.

Αυτού του είδους η επικοινωνία είναι η αυθεντική επικοινωνία και είναι βασικοί για να επιτευχθούν οι στόχοι που τίθονται. Στην παραπάνω περίπτωση παρουσιάζεται το πρόβλημα με ειλικρινή ρεαλιστικό και αντικειμενικό τρόπο. Αυτό σημαίνει ότι περιγράφεται κάθε πρόβλημα σαν τρέχουσα δυσκολία, ποιά φαίνεται να είναι η αιτία της και ποιές επιπτώσεις μπορεί να υπάρξουν αν το πρόβλημα αντιμετωπισθεί με διάφορους τρόπους. Ειδικότερα ο προϊστάμενος Φ.Ο. ζήτησε τη βοήθεια των υφισταμένων με γεγονότα, δεδομένα και λογική. Η προσέγγιση καθόρισε το πρόβλημα και τα αίτιά του και δημιούργησε κατάλληλο σχέδιο ενεργειών χρησιμοποιώντας όλους τους διαθέσιμους ανθρώπινους πόρους για να δοθεί λύση.

Με αυτού του είδους την επικοινωνία, ο προϊστάμενος παρουσιάζει και συζητεί τις απόψεις του και οι υφισταμένοι δεν αισθάνονται ότι τους "πουλάει" ή ότι τους κατηγορεί ή ότι τους παραχαϊδεύει. Αντίθετα, κατανοούν ποιό είναι το πρόβλημα, όπως το βλέπει ο προϊστάμενος. Αν το βλέπουν με διαφορετικό τρόπο, μπορούν να κάνουν τον προϊστάμενο να αναγνωρίσει ποιούς

περιορισμούς έχει η δική του άποψη, αναφέροντας τις αντιφάσεις μεταξύ των δύο απόψεων. Για παράδειγμα, μπορεί να αποδείξουν αδικαιολόγητες υποθέσεις που κάνει ο προϊστάμενος αναφερόμενος σε στοιχεία που δεν είναι πραγματικά π.χ. ο προϊστάμενος πιστεύει ότι ορισμένη δραστηριότητα πρέπει να διακοπεί γιατί δεν βοηθά στην παραγωγικότητα αλλά κάποιος εξηγεί τη χρησιμότητά της. Αν αποδειχθεί ότι έτσι έχουν τα πράγματα, ο προϊστάμενος δεν θα δυσκολευθεί να αλλάξει τη θέση του.

Αν ο αρχικός ορισμός του προβλήματος που δίνει ο προϊστάμενος συμφωνεί με το τι πιστεύουν οι υφιστάμενοι, τότε μπορούν γρήγορα να συμφωνήσουν για την ενέργεια που θα ακολουθήσουν. Σ'αυτού του είδους την επικοινωνία η απάντηση προκύπτει από την συνεργασία το ενδιαφέρον, τη συμμετοχή και την δέσμευση. Σε συνδυασμό των παραπάνω στοιχείων αποκτιέται αυθεντική γνώση του προβλήματος, κατανόηση των γεγονότων και των δεδομένων, και έτσι μπορούν να δούν πως συνδέονται τα πράγματα και να καταλάβουν ποιά λύση είναι πιθανό να έχει τα καλύτερα αποτελέσματα. Ο προϊστάμενος δεν έχει ανάγκη να κυριαρχήσει στη συζήτηση ή να μεταχειριστεί την ισχύ της θέσης του. Πρέπει μέσα από την ομαδική συνεργασία και επικοινωνία να εκφρασθούν όλοι ανοικτά και να σκεφθούν τις εναλλαγές να παρέλθει η καλύτερη απάντηση.

Δεν παίζει ρόλο αν η απάντηση αυτή έλθει από τον προϊστάμενο ή από τον υφιστάμενο αλλά το ότι αναγνωρίζεται και χρησιμοποιείται.

Η επικοινωνία έχει υψηλό επίπεδο ποιότητας. Το ανοικτό μυαλό και η ευθύτητα του προϊσταμένου ενθαρρύνουν ανάλογες αξίες στους υφισταμένους. Όταν ο προϊστάμενος είναι ειλικρινής και δεν κρύβει τίποτε σημαντικό, οι υφιστάμενοι ξέρουν ότι η

ειλικρίνεια από μέρους τους είναι ευπρόσδεκτη και ότι χρησιμοποιείται επικοδομητικά. Η επικοινωνία προωθεί την αίσθηση ότι "όλοι κερδίζουν" γιατί δημιουργεί την πιθανότητα να χρησιμοποιηθούν οι γνώσεις και οι επιδεξιότητες κάθε ατομου. Αυτό σημαίνει επίσης ότι τα μέλη της ομάδας αισθάνονται ότι συμμετέχουν άμεσα στη λύση του προβλήματος και ακριβώς επειδή συμμετέχουν, η λύση είναι γνήσια και επομένως δεσμεύονται για την εφαρμογή της.

Το κλειδί είναι η αντικατάσταση των εννοιών εξουσίας-υπακοής με την αρχή της επικοινωνίας. Όταν οι υφιστάμενοι συσκέπτονται με τον προϊστάμενό τους, για το ποιοί στόχοι είναι σημαντικό να επιτευχθούν, υπάρχει ήδη συμμετοχή στο πρόβλημα και οι συμμετέχοντες δεσμεύονται για την τακτική που θα ακολουθηθεί για να επιτευχθούν οι στόχοι. Ξέρουν τι να κάνουν σαν ομάδα ή σαν άτομα.

ΠΑΡΑΔΕΙΣΜΑ 2

Ο Τ.Σ. υπάλληλος αποθήκης σε ένα πολυκατάστημα, έχει την ευθύνη να κρατά ακριβείς καταστάσεις όλων των ειδών που υπάρχουν σε στοκ. Μερικά είδη πρέπει να διατηρηθούν σε σταθερό επίπεδο, άλλα κρατιούνται μόνο εποχιακά. Είναι σημαντικό να τηρείται ακριβής μηνιαία απογραφή για να μπορεί να γίνει ο σωστός υπολογισμός ώστε οι υπεύθυνοι αγορών να μπορούν να προβλέψουν τι θα χρειαστούν. Αρκετές φορές τώρα τελευταία μερικοί τμηματάρχες ήλθαν στο Μ.Μ. και παραπονέθηκαν ότι αρκετά από τα είδη που χρειάζονται όλο το χρόνο έχουν εξαντληθεί, με αποτέλεσμα οι πελάτες να πρέπει να περιμένουν, αρκετές εβδομάδες για να παραλάβουν. Αυτό έχει προκαλέσει παράπονα από τους πελάτες και διαφυγή κέρδους, ιδίως στις

εκπτώσεις του περασμένου φθινοπώρου όπου αρκετά ακριβά είδη δεν υπήρχαν σε στοκ. Οι τμηματάρχες παραπονέθηκαν ότι όχι μόνο αισθάνθηκαν άσχημα που έπρεπε να πουν στους πελάτες ότι δεν είχαν τα είδη, αλλά και που δεν μπορούσαν να δικαιολογήσουν την έλλειψη, μία και αυτά τα είδη συνήθως υπήρχαν σε μεγάλο απόθεμα. Ήθελαν να ξέρουν ποιό είναι το πρόβλημα του Τ.Σ.

Ο Μ.Μ. καλεί τον Τ.Σ. στο γραφείο του, "Τ.Σ. πρέπει να συζητήσουμε τα λάθη στην απογραφή. Προκαλούν προβλήματα σε διάφορα τμήματα ιδίως στις σχέσεις μας με τους πελάτες". Εξηγεί ότι οι πωλήσεις σε είδη ιδίως στις σχέσεις μας με τους πελάτες". Εξηγεί ότι οι πωλήσεις σε είδη που κινούνται γρήγορα έχουν πέσει γιατί οι τακτικοί πελάτες προτιμούν να ψωνίσουν από αλλού αντί να περιμένουν γι'αυτό που θέλουν. "Στην περίπτωση σου Τ.Σ. φθάσαμε στο σημείο όπου ο Τ., ή Ε. και άλλοι είναι ανασταωμένοι επειδή πρέπει να δικαιολογούνται σε θυμωμένους πελάτες λόγω των δικών σου λαθών".

Ο Τ.Σ. φαίνεται εκνευρισμένος. "Ξέρω ότι τώρα τελευταία δεν με καλοβλέπουν, αλλά δεν καταλαβαίνω γιατί. Χαιρόμουν να δουλεύω μαζί τους, αλλά άλλαξαν και μαζί με τις άλλες μου στενοχώριες"

Σκέφθηκε για λίγο "κοίτα Μ.Ξ. θα σου το πω καθαρά - μερικές φορές έχω μία τέλεια αποδιοργάνωση στην οικογένεια μου για την οποία δεν θα σου πω λεπτομέρειες τώρα. Θα προσπαθήσω να την ξεκαθαρίσω και μπορείς να παρακολουθήσεις πως θα πάνε οι καταστάσεις. Αλλά αν μετά μία βδομάδα δω ότι το οικογενειακό μου πρόβλημα δεν ξεκαθαρίζει, τότε θα σου το πω και τότε ίσως...". "Εντάξει Τ.Σ., ευχαριστώ για την υποσχυσή σου να αντιμετωπίσεις το θέμα αυτό". Ο Μ.Μ. σηκώθηκε, του έσφιξε το χέρι και η συνομιλία τελείωσε.

Ο προϊστάμενος αρχίζει θέτοντας το πρόβλημα από την πλευρά της οργάνωσης και μετά το συσχετίζει με το περιβάλλον των ανθρώπων. Λέει τα πράγματα όπως είναι. Παρουσιάζει το πρόβλημα με ειλικρινή ρεαλιστικό και αντικειμενικό τρόπο. Περιγράφει κάθε πρόβλημα σαν τρέχουσα δυσκολία. Ο Υπάλληλος από την πλευρά του αποκτά αυθεντική γνώση του προβλήματος που έχει προκύψει. Όπως το μήνυμα καταγράφεται στο μυαλό του Τ.Σ. η επίδρασή του φαίνεται να είναι πρώτα στο χώρο των ανθρώπων. Τον βοήθησε να καταλάβει γιατί οι άλλοι έχουν στραφεί εναντίον του. Μετά ανέφερε τις στενοχώριες του που δεν είχαν σχέση με την εταιρεία. Αυτή η επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο βοήθησε στον καθορισμό των προβλημάτων.

Οι καλές συνθήκες εργασίας βοηθούν τον προϊστάμενο να έρθει κοντά στον υπάλληλο και να τον κατανοήσει.

Ο προϊστάμενος παρακολουθεί και ενδιαφέρεται για τους εργαζόμενους και έξω από το χρόνο και χώρο εργασίας, ενδιαφέρεται για τα ατομικά και οικογενειακά προβλήματα των υπαλλήλων του γι'αυτό στην προκειμένη περίπτωση δίνει περιθώρια ευελιξίας στον υπάλληλο μέσα σε κλίμα συνεργασίας, ενδιαφέροντος, συμμετοχής και δέσμευσης από την πλευρά του Τ.Σ.

ΕΝΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΟΣ ΔΙΑΔΟΓΟΣ
ΜΕ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΓΙΟΥΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Χώρος: Γραφείο Διευθυντή Παραγωγής

Συμμετέχουν: Ο Μάρκος Κωνσταντίνου (Μ.Κ.) Διευθυντής Παραγωγής και ο Γεώργιος Ροδόπουλος (Γ.Ρ.) Σχεδιαστής Παραγωγής.

Μ.Κ.: Καλημέρα Γιώργο.

Γ.Ρ.: Καλημέρα κύριε Κωνσταντίνου.

Μ.Κ.: Πέρασες καλά το Σαββατοκύριακο;

Γ.Ρ.: Ευχάριστα. Πήγαμε σε ένα βουνό για σκι.

Μ.Κ.: Θα ευχαριστήθηκε φαντάζομαι ο γιός σου ο Νίκος.

Γ.Ρ.: (με έκπληξη) Γνωρίζεται το όνομά του.

Μ.Κ.: Κάποια στιγμή θα πρέπει να μου το είπες.

Γ.Ρ.: Έχετε πολύ καλή μνήμη.

Μ.Κ.: Είναι κάτι που έχω αναπτύξει από πολύ καιρό. Είναι μία καλή Διοικητική Πρακτική, να γνωρίζεις λίγα πράγματα για τους υπαλλήλους σου, τις οικογενειές τους, σε φέρνει πίο κοντά σ'αυτούς.

Γ.Ρ.: Σίγουρα, και εγώ έχω την ίδια άποψη μέσας.

Μ.Κ.: Πραγματικά ενδιαφέρομαι για τους υπαλλήλους μου και για τις οικογενειές τους και ας ακούγεται εξωπραγματικό.

Γ.Ρ.: Είμαι σίγουρος ότι αυτό επηρεάζει σημαντικά την αποδοτικότητα και την παραγωγικότητα των υπαλλήλων.

Μ.Κ.: Σίγουρα επηρεάζει. Θα το αντιληφθείς στην πορεία της καριέρας σου. Ας συζητήσουμε τώρα τα θέματα που επήγουν.

Γ.Ρ.: Ας αρχίσουμε λοιπόν. Ήδη έχω ελέγξει το τμήμα παραγγελιών και θα μπορέσουμε να στείλουμε την παραγγελία της εταιρίας ΑΛΦΑ την Τετάρτη και την παραγγελία της βιομηχανίας ΒΗΤΑ την Πέμπτη. Ωστόσο έχουμε και μερικά προβλήματα.

Μ.Κ.: Σοβαρά; Ποιά είναι αυτά;

Γ.Ρ.: Δεν θα μπορέσουμε να στείλουμε στη βιομηχανία ΕΨΙΛΟΝ την παραγγελία όπως είχε προγραμματιστεί για αυτή τη βδομάδα.

Μ.Κ.: (Θυμωμένος) Τι πράγμα; Γιά ποιό λόγο;

Γ.Ρ.: Τα κομμάτια δυστυχώς δεν έχουν φτάσει ακόμα.

Μ.Κ.: Αν θυμάμαι καλά σου είχα πει ότι είναι δικιά σου ευθύνη να βεβαιωθείς ότι θα φτάσουν τα κομμάτια.

Γ.Ρ.: Ναι βέβαια. Απλά ξανασυζήτησα το πρόβλημα με το τμήμα Αγορών και πρότειναν.....

Μ.Κ.: Σταμάτα επιτέλους Γιώργο με αυτό το Τμήμα Αγορών. Αυτοί οι γραφειοκράτες απλά δυσκολεύουν την κατάσταση. Θα έπρεπε να ασχοληθείς προσωπικά ο ίδιος. Να επικοινωνήσεις με τον προμηθευτή.

Γ.Ρ.: Ίσως να έχετε δίκιο κ. Κωνσταντίνου.

Μ.Κ.: Έχεις προσόντα και εξυπνάδα θα πρέπει να μάθεις να αντιμετωπίζεις τα διάφορα θέματα χωρίς να με ανακατεύεις σ'αυτά. Φρόντισε να ρυθμίσεις το θέμα και να φέρεις την παραγγελία αυτή την βδομάδα. Να έχουν σταλεί έως και την Παρασκευή σε παρακαλώ.

Γ.Ρ.: Εντάξει θα τα φέρω. Και θα τα στείλω έως και την Παρασκευή.

Μ.Κ.: Ωραία. Είμαι σίγουρος πως θα τα καταφέρεις. Η Διοίκηση με αποτελέσματα είναι το μόνο πράγμα που μετράει, δεν συμφωνείς;

Γ.Ρ.: Εντάξει.

M.K.: Με συγχωρείς Γιώργο που μερικές φορές γίνομαι λίγο σκληρός. Είσαι από τα καλά στελέχη μας και όπως καταλαβαίνεις απαιτώ πολλά από εσένα. Πάντα πρέπει να θέτεις αλλα και να προσεγγίζεις τους δύσκολους στόχους. Τα προβλήματα δημιουργούνται να αντιμετωπίζονται.

Γ.Ρ.: Έχετε απόλυτο δίκιο. Σίγουρα μετράνε τα αποτελέσματα όχι τα λόγια.

M.K.: Υπάρχει και κάποιο άλλο θέμα που θα έπρεπε να συζητήσουμε; Δεν με ενδιαφέρουν οι πολλές λεπτομέρειες, αλλά ταυτόχρονα πιστεύω ότι ένας άνθρωπος, θα πρέπει να έρχετε σε συνεχή επικοινωνία ώστε να μην ξεφύγει από την πράξη. Τίποτε άλλο;

Γ.Ρ.: Όχι τα καλύψαμε όλα;

M.K.: Γιώργο, όπως σου είπα έχεις προσόντα και θέλω πολύ να σε δω να προάγεσαι.

Γ.Ρ.: Είστε πολύ καλός κ. Κωνσταντίνου. Πολύ συνεργάσιμος. Όλοι λένε τα καλύτερα λόγια για σας.

M.K.: Μην διαστάξεις να έρχεσαι σε μένα όταν έχεις πρόβλημα, που μπορώ να σε βοηθήσω. Η πόρτα μου θα είναι πάντα ανοικτή.

Γ.Ρ.: Ευχαριστώ. Θα τα ξαναπούμε σύντομα.

M.K.: Καλή σου μέρα Γιώργο. Χάρηκα που σε είδα.

Και σε αυτό το παράδειγμα επικοινωνίας μεταξύ προϊσταμένου και υφισταμένου παρατηρούμε άμεση αυθεντική και ειλικρινή επικοινωνία. Ισχυρό κλειδί η αξιοπρέπεια και ο σεβασμός προς τον υφιστάμενο. Ο διάλογος γίνεται σε φιλικά πλαίσια και στόχος πάντα είναι η αυξημένη απόδοση και παραγωγικότητα. Δεν διστάζει να επενέσει τον σχεδιαστή παραγωγής.

Ο προϊστάμενος δεν μεταχειρίζεται την ισχύ της θέσης του, αντίθετα με ενδιαφέρον ενθαρρύνει ανάλογες αξίες και ικανότητες του Γ.Ρ. και με ειλικρινή διάθεση του τονίζει πως πρέπει να χρησιμοποιεί τις γνώσεις και τις επιδεξιότητές του.

Είναι μία άνετη και χωρίς προκατάληψη επικοινωνία που στηρίζεται στο πνεύμα ισοτιμίας και ελεύθερου διαλόγου.

Ο διευθυντής μέσω της αποτελεσματικής συζήτησης τονίζει τις ικανότητες του Γ.Ρ. και την ανάγκη ο σχεδιαστής παραγωγής (Γ.Ρ.) να αναπτύξει πρωτοβουλία από μόνος του στηριζόμενος σ'αυτές τις ικανότητες που έχει.

Επικρατεί πνεύμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης μεταξύ διευθυντή και σχεδιαστή παραγωγής, κατανόηση όσο αφορά τα προβλήματα που προέκυψαν, υπευθυνότητας και δέσμευσης ως προς τα αποτελέσματα και τους τελικούς στόχους που θα πρέπει να επιτευχθούν

Σε μία προσπάθεια να τεκμηριώσουμε τα όσα θεωρητικά διατυπώσαμε παραπάνω πήγαμε σε πενήντα (50) επιχειρήσεις με έδρα το Νομό Αχαΐας και μερικές με έδρα την Αθήνα.

Απευθυνθήκαμε σε άτομα όλων των βαθμίδων ιεραρχίας: προϊσταμένους, διευθυντές, ιδιοκτήτες, υπαλλήλους, λογιστές, τεχνικούς κ.λ.π.

Σε μερικές επιχειρήσεις οι απαντήσεις δόθηκαν μετά την συλλογική απόφαση όλων των στελεχών. Στις περισσότερες απάντησε ένα άτομο εκπροσωπώντας την επιχείρηση.

Άλλες επιχειρήσεις είναι μικρές με μικρό αριθμό εργαζομένων και άλλες επιχειρήσεις πολυάριθμες.

Ωστόσο εμείς καταφέραμε μέσα από αυτό το ερωτηματολόγιο που θέσαμε σε κάθε μία από αυτές, να πάρουμε απαντήσεις σημαντικές και να βγάλουμε ενδιαφέροντα συμπεράσματα.

Στις επόμενες σελίδες λοιπόν, παρουσιάζονται οι απαντήσεις που έδωσαν οι επιχειρήσεις στα ερωτήματά μας και τέλος παρουσιάζονται τα συμπεράσματα βάση στατιστικής όπως εμείς τα κρίναμε και τα αξιολογήσαμε.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ SPAR Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΤΡΟΦΙΜΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 350 στα 4 κατ/τα της Πάτρας

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΜΕΓΑΛΑ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΟΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 23

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 19.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Χρήση εξαναγκαστικών εντολών

Δείχνουν ενδιαφέρον μόνο για την παραγωγή και πολύ λίγο για τους εργαζομένους.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Σωστός συντονισμός των δραστηριοτήτων μιάς επιχείρησης
εναρμόνιση εργασίας.

Δημιουργία καλού κλίματος.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. **X**

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Τηλεόραση

ΛΟΓΟΙ: Ευρύ μέσο επικοινωνίας και διαφήμισης.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ **X**

ΜΕΤΟΧΟΙ **X**

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ **X**

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Όταν μία επιχείρηση σαν τη δική μας επικοινωνεί καθημερινά, συνέχεια και με ποικίλους τρόπους, ανανεώσιμους κάθε φορά με τον καταναλωτή, μόνο τότε μπορεί να φτάσει στο σημείο να ξεπεράσει τους ανταγωνιστές και να φτάσει σε υψηλά επίπεδα επιτυχίας.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΑΧΑΪΑ CLAUSS ΟΙΝ/ΚΗ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΟΙΝΟΠΟΪΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 140

ΕΔΡΑ: ΚΛΑΟΥΣ ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΑΛΛΑ ΟΙΝΟΠΟΪΑΣ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΔΗΜ. ΣΧΕΣΕΩΝ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΘΗΛΥΚΟ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 34

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 19.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.
Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Το πλέον βασικότερο είναι ότι επιθυμεί τη μεγαλύτερη δυνατή παραγωγή αλλά ενδιαφέρεται λίγο για τις σκέψεις τις απόψεις τα συναισθήματα των υφισταμένων και χρησιμοποιεί την εξουσία για να τους ελέγχει και να επιβληθεί ο προϊστάμενος.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δημιουργία αισθήματος συνεργατικότητας.

Η εργασία φέρνει ικανοποίηση.

Επίτευξη συλλογικού έργου.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. X

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ;) Οργανώνουμε προγραμματισμένες επισκέψεις.

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Μόνο μ' αυτό τον τρόπο μπορούν, οι πελάτες το κοινό να σχηματίζουν καλή εντύπωση. Με την απευθείας επικ/νία.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επίτευξη των στόχων της επιχείρησής μας, έγκειται στην ικανότητα να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους εργαζομένους μέσα στην επιχείρηση και με τους καταναλωτές και γενικά τρίτους παράγοντες, έξω από την επιχείρηση.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΜΑΝΔΡΕΚΑΣ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΑΝΑΨ/ΚΑ-ΜΠΥΡΕΣ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 15

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ (ΠΑΡΟΔΟΣ ΑΚΡΩΤΗΡΙΟΥ)

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 40

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 19.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

A' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όλοι πρέπει να ενεργούν πιστά σύμφωνα με τις εντολές που δίνονται χωρίς περιθώριο ευελιξίας.

Περιορισμός της ελεύθερης ενέργειας και απόφασης των υφισταμένων.

B' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Θετικός επηρεασμός των εργαζομένων.

Δημιουργία υψηλού ηθικού.

Δημιουργία ομαδικού κλίματος συνεργασίας.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. **X**

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ **X**

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Διαφήμιση στον ειδικό τύπο.

ΛΟΓΟΙ: Συνεργαζόμαστε κυρίως με μεσάζοντες, εμπόρους και μόνο μέσω του ειδικού τύπου, παρουσιάζομαστε και γινόμαστε γνωστοί σ'αυτούς.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ **X**

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Μόνο μέσω της επικοινωνίας μπορεί μία επιχείρηση να έχει την υποστήριξη των εργαζομένων και των πελατών της, και να επιτύχει τους στόχους της. Έτσι πράτουμε και εμείς.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΑΧΑΪΑ ΜΟΤΟΡ ΕΠΕ

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΥΤ/ΤΩΝ
ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΑ - ΣΥΝΕΡΓΕΙΟ**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 17

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

**ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΛΟΙΠΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ, ΠΩΛΗΣΗΣ
ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ (ΜΕΡΣΕΝΤΕΣ ΑΥΔΙ)**

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΜΕΤΟΧΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 70

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 19.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ

ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ο προϊστάμενος απαιτεί, δεν συζητάει.

Ανύπαρκτος διάλογος.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Υπάρχει θέληση για συνεργασία.

Αμοιβαία εμπιστοσύνη και κατανόηση μεταξύ εργαζομένων και διοικούντων.

Αρμονικές σχέσεις.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;) εκθέσεις

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Είναι αποτελεσματικότερη, γιατί αποδεικνύουμε στους πελάτες όλα όσα δεν μπορούμε να τους πούμε και να τους δείξουμε με άλλα είδη επικοινωνίας. Έχουμε το πλεονέκτημα της πειθούς.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Οι στόχοι της επιχείρησης πραγματοποιούνται όταν μέσω της επικοινωνίας που ασκείται καθιερώνεται-εδραιώνεται η καλή φήμη των ειδών που εμπορευόμαστε και αντίστοιχα η ευνοϊκή γνώμη προς την επιχείρησή μας.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: "ΔΕΛΤΑ"
ΠΡΟΤΥΠΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 29

ΕΔΡΑ: ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΠΑΤΡΑΣ (Κ. Πλατάνι)

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: "ΦΑΓΕ"

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΤΑΜΙΑΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 40

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 21.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ο κύριος ρόλος του προϊσταμένου είναι να εξηγήσει τι πρέπει να γίνει πως, πότε και μέχρι πότε και του υφισταμένου να συμμορφωθεί.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Αναπτυγμένο αίσθημα συμμετοχής.

Δίνονται περιθώρια συζήτησης και ανταλλαγής απόψεων.

Συντονισμός και συνεργασία.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π. X

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: διαφήμιση στην τηλεόραση.

ΛΟΓΟΙ: Γιατί έχει αποδεικτεί ότι είναι η καλύτερη.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επικοινωνία είναι ένας ασταμάτητος ρόλος-έργο ίσως και αυτοσκοπός όχι μόνο της δικής μας, αλλά κάθε επιχείρησης που μόνο όταν την ασκεί με τον σωστό τρόπο και μέσα, πραγματοποιεί τους οποιουδήποτε στόχους της.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: SUPER MARKET
ΕΡΜΗΣ "DELICATESSEN".

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΤΡΟΦΙΜΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 40 στα 3 καταστήματα

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: Άλλα SUPER MARKETS

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 50

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 21.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Επιβολή της θέλησης των ανωτέρων.

Άσκηση Τρομοκρατίας.

Απειλή για αποτυχία.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όλες οι πληροφορίες βρίσκονται στην διάθεση όλων των εργαζομένων.

Παραμερισμός της ιεραρχίας.

Ανθρώπινη Ικανοποίηση.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. X

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ **X**
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Ασκείται επιτόπου επιρροή, άμεση επιρροή.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επικοινωνία έχει αρχή αλλά όχι τέλος γιατί δεν πρέπει να σταματάει ποτέ, πρέπει να είναι διαρκής προκειμένου να πουλάμε, να διαθέτουμε τα προϊόντα μας και να έχουμε και καλές σχέσεις με τους εργαζομένους.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: "ΤΙΤΑΝ Α.Ε." Τσιμέντων

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΣΙΜΕΝΤΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 294 στην ΠΑΤΡΑ

ΕΔΡΑ: ΑΤΤΙΚΗ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΤΣΙΜΕΝΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 58

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 21.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Η υπακοή θεωρείται αυτονόγητη.

Οι υφιστάμενοι δεν συμμετέχουν στη λήψη των αποφάσεων.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Βελτίωση σχέσεων των επικοινωνούντων.

Οι εργαζόμενοι γνωρίζουν που στέκονται και που πηγαίνουν μέσα στην Επιχείρηση.

Ικανοποίηση.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π. X

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;) Διάφορες εκδόσεις

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Απολογισμοί σε εφημερίδες, ετήσιες εκδόσεις.

ΛΟΓΟΙ: Πληροφορούμε και κατατοπίζουμε το κοινό για την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης και την τελική καταξίωση γενικά.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Προκειμένου ομάδες εργαζομένων, διοικούντες, μηχανές, καθήκοντα επίπεδα εξουσίας και γενικά λειτουργικές διαδικασίες να λειτουργήσουν σωστά και να βγει ικανοποιητικό αποτέλεσμα προς τα έξω απαιτείται σωστή εσωτερική επικοινωνία.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΦΛΕΞΟ Α.Ε.Β.Ε. (FLEXO)

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ
ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ (Φιλμ, αυτοματη συσκευασία, συρρικνωμενο
φιλμ κ.λ.π.).**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 30

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΟΜΟΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 34

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 21.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X

ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ

ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δίνονται εντολές σαφείς και άμεσες χωρίς όμως να δίνεται βοήθεια για το πως θα επιτευχθούν τα αποτελέσματα.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ενθάρρυνση για συμμετοχή.

Ανοικτή ανταλλαγή απόψεων-πληροφοριών.

Υπαρξη συμμετοχικού συστήματος.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. X

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Αμεσότητα.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Ο μικρός αριθμός εργαζομένων μας δίνει την ευχέρεια να επικοινωνούμε πιο άνετα, πιο ειλικρινά, πιο άμεσα και να πετυχαίνουμε τους στόχους.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΛΕΩΝ ΝΙΚΟΛΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
ΑΥΤΟΜΑΤΩΝ ΘΥΡΩΝ-ΓΚΑΡΑΖΟΠΟΡΤΕΣ.

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 10 στην Πάτρα.

ΕΔΡΑ: ΜΠΡΑΧΑΜΙ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: EL DOOR

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΤΕΧΝΙΚΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 43

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 21.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δημιουργία συγχρησης και απελπισίας όταν κάτι δεν πάει καλά.

Οι υφιστάμενοι κατά συνέπεια τιμωρούνται.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ανάπτυξη ηθικού.

Πνεύμα εμπιστοσύνης και υπευθυνότητας.

Συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. **X**

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ **X**

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;) εκθέσεις

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Επιτυγχάνουμε τον επιρρεασμό των πελατών.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Με την εσωτερική επικοινωνία συντονίζονται οι δραστηριότητες των εργαζομένων και με την εξωτερική επικοινωνία υλοποιούνται οι οικονομικοί στόχοι της επιχείρησης.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΜΟΥΣΤΑΚΗΣ Α.Ε.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 50 περίπου

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΑΛ.ΓΡΑΦΕΙΟΥ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 30

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 21.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Άσκηση Ιεραρχίας.

Ο πριστάμενος δεν προσφέρει βοήθεια, ούτε υποδείξεις ούτε σκέψεις για να λυθεί ένα πρόβλημα, απλά απαιτεί την επίλυσή του.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ανάπτυξη πνεύματος ευθύνης.

Το ηθικό αναπτύσσεται στον ύψιστο βαθμό.

Απόδοση στην εργασία.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. **X**

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ **X**
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Αξιολογούνται καλύτερα τα παρεχόμενα είδη χωρίς περιορισμούς.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Με την σωστή επικοινωνία, υπάρχει αποτελεσματική χρησιμοποίηση, των ανθρωπίνων δυνάμεων στην επιχείρησή μας, κατά συνέπεια υπάρχει: υψηλό ηθικό εργαζομένων, συνεργασία μεταξύ τμημάτων, υψηλή απόδοση.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: EL PACK Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
ΕΙΔΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ - ΧΑΡΤΟΚΙΒΩΤΙΩΝ.

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 200 στο εργοστάσιο της Πάτρας

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΑΓΡΟΠΑΚ-ΓΚΟΛΝΤΕΝ ΠΑΚ
(συναφείς Βιομηχανίες)

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
ΓΡΑΦΕΙΟΥ - ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 25

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 21.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μίας επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Έλλειψη συνεργασίας από τους εργαζομένους.

Οι διοικούντες φέρονται με τραχύ και απειλητικό τρόπο.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ενδιαφέρον-συμμετοχή και δέσμευση.

Αυθεντική επικοινωνία.

Αμοιβαία κατανόηση.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. X

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μίας επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΆΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Είναι απλά ο αποτελεσματικότερος τρόπος επικοινωνίας.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Είμαστε μεγάλη επιχείρηση που αποτελείται από πολλούς εργαζομένους. Μόνο όταν υπάρχει σύμπνοια και ομοψυχία, η επιχείρηση μπορεί να επιτύχει προς τα έξω. Τα εσωτερικά προβλήματα πρέπει να λύνονται αλλιώς συσσωρεύονται. Και λύνονται μόνο με την επικοινωνία. Όσο για την επικοινωνία με το εξωτερικό περιβάλλον η οικονομική μας επιφάνεια μας δίνει την δυνατότητα να χρησιμοποιούμε πολλά μέσα επικοινωνίας και να πετυχαίνουμε.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΕΝΑ CASH AND CARRY .

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑ
SUPER MARKETS

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 25 στο υποκατάστημα Πάτρας

ΕΔΡΑ: ΜΑΝΔΡΑ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ:

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 30

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 21.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X

ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ

ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δεν υπάρχει αμεσότητα.

Τα λάθη δεν παραβλέπονται δεν επιλύονται δεν αντιμετωπίζονται τιμωρούνται.

Έλλειψη σιγουριάς.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ανοικτή-ελεύθερη-ειλικρινή κατάσταση, ομαδικής επικοινωνίας και συνεργασίας.

Σωστή εσωτερική επικοινωνία.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. X

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Γιά την συγκεκριμένη επιχείρηση μόνο έτσι υπάρχει επαφή.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Ο γρήγορος ρυθμός, ο συντονισμός στην εργασία, η παραγωγικότητα στηρίζονται στις σωστές σχέσεις. Οι σωστές σχέσεις στην σωστή επικοινωνία. Έτσι πετυχαίνουμε σαν επιχείρηση.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: SUPER MARKETS ΤΡΟΦΟ

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΤΡΟΦΙΜΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 20

ΕΔΡΑ: (ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΜΑΝΔΡΑ ΑΤΤΙΚΗΣ) ΠΑΡ/ΜΑ ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΑΛΛΑ SUPER MARKETS.

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΟΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 30

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 21.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Μείωση παραγωγικότητας.

Ανύπαρκτο το αίσθημα συμμετοχής.

Αδιέξοδο στις σχέσεις μεταξύ εργαζομένων και διοικούντων.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Συμμετοχή και δέσμευση.

Όλοι ενεργούν σαν ομάδα.

Εξασφαλίζεται η συμφωνία στο εσωτερικό της επιχείρησης, αυτό είναι το βασικότερο.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. **X**

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. **X**

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Ζήτημα αμεσότητας.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η σωστή επικοινωνία επηρεάζει θετικά την ψυχολογία και την αποδοτικότητα των υπαλλήλων γιατί αναπτύσσεται ατμόσφαιρα κατανόησης και αποδοχής, έτσι στη συνέχεια πραγματοποιούνται οι στόχοι της επιχείρησης.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΠΑΤΡΑΪΚΗ ΧΑΡΤΟΠΟΪΑ Α.Ε.
"ELITE"

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΡΟΛΑ ΥΓΕΙΑΣ
ΧΑΡΤΟΠΕΤΣΕΤΕΣ -ΧΑΡΤΟΜΑΝΔΗΛΑ Κ.Λ.Π.

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 130

ΕΔΡΑ: ΚΡΥΑ ΙΤΕΩΝ ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΧΑΡΤΟΠΟΪΑΣ
ΧΑΡΤΕΛΛΑΣ Α.Ε. - κ.λ.π.

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΒΟΗΘΟΣ ΛΟΓΙΣΤΗ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 31

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 25.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δυσaréσκειες.

Δημιουργία προστριβών.

Δεν εκτιμούνται οι τεχνικές γνώσεις και οι πρακτική πείρα των υφισταμένων στην επίλυση προβλημάτων, αγνοούνται παντελώς.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Τίθενται υψηλά πρότυπα απόδοσης και παράλληλα υποβοηθούνται οι υφιστάμενοι να το φθάσουν.

Σεβασμός προς τους υφισταμένους.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΆΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Διαφήμιση στην τηλεόραση.

ΛΟΓΟΙ: Επιρεάζει άμεσα το αγοραστικό ένστικτο.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ **X**

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ **X**

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας στοιχεία, γιατί μπορεί να συνδέσει την οργάνωση, να εξασφαλίσει την κατανόηση των εργαζομένων και να επιτύχει τους στόχους που θέλει η επιχείρηση.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

**ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ
ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ Α.Ε. "COCA - COLA"**

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΙΣ
ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 200 στο παράρτημα της Πάτρας

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: PERSICO ΗΒΗ ΑΒΕ

**ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ**

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 32

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 25.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.
Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Μόνο η τελικές αποφάσεις των διοικούντων θεωρούνται ζωτικής σημασίας.

Οι απόψεις των εργαζομένων απορρίπτονται.

Αυταρχισμός.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όλοι είναι συμμετέχοντες.

Κλίμα αμοιβαιότητας και συνεργασίας.

Αναπτύξη πρωτοβουλιών.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. **X**

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ **X**

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ **X**

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ **X**

ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Διαφήμιση στην τηλεόραση.

ΛΟΓΟΙ: Ασκεί μεγάλη επιρροή στο κοινό, στον τομέα τον δικό μας.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ **X**

ΜΕΤΟΧΟΙ **X**

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ **X**

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Πάνω στην επικοινωνία με το κοινό βασίζεται η παραγωγικότητα της επιχείρησής μας και το οικονομικό μας άνοιγμα. Αν τα μέσα που χρησιμοποιούμε δεν είναι ικανά, να παρακινήσουν, να πείσουν να δελεάσουν τους αγροαστές, η επιχείρησή μας θα αποτύχει.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: Γ.ΣΤΟΥΜΠΟΣ
ΥΦΑΝΤΟΥΡΓΕΙΟ

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΥΦΑΝΤΟΥΡΓΕΙΟ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 20

ΕΔΡΑ: ΚΑΜΑΡΕΣ ΑΙΓΙΟΥ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΥΦΑΝΤΟΥΡΓΕΙΟ ΝΑΟΥΣΗΣ
ΑΦΟΙ ΦΑΚΑ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 50

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 25.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Απογοήτευση λόγω των συνθηκών εργασίας.

Λανθασμένος συντονισμός των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ψυχολογική ικανοποίηση των εργαζομένων.

Ανάπτυξη πνεύματος επικοινωνίας και συνεργασίας.

Πνεύμα ισοτιμίας και ελεύθερου διαλόγου.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π. **X**

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. **X**

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ:

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επιβίωση της επιχείρησής μας και η πραγματοποίηση των στόχων, εξαρτώνται πρωταρχικά από το πόσο αποτελεσματική επικοινωνία θα ασκηθεί μέσα και έξω από την επιχείρηση.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΑΧΑΪΚΑ ΠΛΑΣΤΙΚΑ
ΘΑΝΑΣΟΥΛΙΑ

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΠΛΑΣΤΙΚΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 135

ΕΔΡΑ: ΑΙΓΙΟ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΑΘΗΝΑΪΚΑ ΠΛΑΣΤΙΚΑ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: Γ.ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 40

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 26.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Πίεση για απόδοση και παραγωγικότητα και αδιαφορία για τους εργαζομένους ως άτομα.

Ανύπαρκτη η ομαδική συνεργασία.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Επικοινωνία άνετη και χωρίς προκατάληψη.

Εναθαρρύνονται τα ανοιχτά μυαλά και η ευθύτητα.

Ειλικρίνεια από και προς όλους.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. **X**

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ **X**

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ **X**
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Άμεση επικοινωνία, οι συμφωνίες και οι πωλήσεις γίνονται επί τόπου.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ **X**
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η ανοικτή και ειλικρινής επικοινωνία είναι ο πιο σωστός - ανθρώπινος τρόπος, μιά επιχείρηση να προχωρήσει στο μέλλον με επιτυχία.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: SUPER MARKET

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 3.000

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΧΩΡΟΣ ΤΩΝ SUPER MARKET
ΚΥΡΙΩΣ ΤΑΑ ΚΟΝΤΙΝΑ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΣΤΕΛΕΧΟΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 30

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 26.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δημιουργία Χάσματος.

Τα παράπονα τα οποία μπορεί να είναι ασταμάτητα σε αυτού του είδους επικοινωνία, παραμερίζονται και αγνοούνται.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Αυξημένο ηθικό.

Όλοι συμμετέχουν ενεργά στα προβλήματα και στην επίλυσή τους.

Αποτελεσματική συζήτηση.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π. X

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Αύξηση πωλήσεων.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΟΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η ανοικτή και ειλικρινής επικοινωνία δημιουργεί μία ισορροπία ανάμεσα στα δεδομένα που έχει η επιχείρησή μας για να πραγματοποιήσει τους στόχους της, τα οποία είναι: εργαζόμενοι-στελέχοι-παραγωγικότητα κοινό και μέσα επικοινωνίας μ'αυτό.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΜΠΟΡΙΟ
ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΩΝ**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 30 ΑΤΟΜΑ

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΗΛ. ΕΙΔΗ ΚΟΡΑΣΙΔΗ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 37

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 26.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.
Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι
ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Άσκηση εξουσίας.

Αναγκαστική συμμόρφωση υφισταμένων.

Παραμερίζονται και αγνοούνται οι απόψεις, οι ιδέες, οι εκτιμήσεις των υφισταμένων.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Λεπτοί χειρισμοί σε κάθε θέμα.

Κατανόηση και συναντίληψη.

Ευημερία-Σχέσεις εμπιστοσύνης-Δικαίωμα γνώμης-απόφασης για όλους.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π. **X**

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ **X**

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΆΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή και διαφήμιση.

ΛΟΓΟΙ: Ο καταναλωτής κατατοπίζεται, υποβοηθάται στην επιλογή των προσφερόμενων αγαθών.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Στα πλαίσια της επικοινωνίας που ασκείται στην επιχείρησή μας υφιστάμενοι και προϊστάμενοι συσμεπτόμαστε και δεσμευόμαστε για την τακτική που θα ακολουθηθεί για να επιτευχθούν οι στόχοι.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
ΟΠΛΩΝ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΦΟΡΗΤΟΣ ΟΠΛΙΣΜΟΣ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 1.450

ΕΔΡΑ: ΑΙΓΙΟ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ:

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΙΔ.ΓΡΑΜΜΑΤΕΥΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 45

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 26.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X

ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ

ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Εχθρικά συναισθήματα έντασης και σύγχυσης πρέπει να καταπνίγονται έγκαιρα γιατί υπονομεύουν την δυνατότητα του προϊσταμένου να ασκεί εξουσία. Έχουν και κακή επίδραση στην παραγωγή.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Η αμφίδρομη επικοινωνία είναι ισχυρό κλειδί καλών σχέσεων.

Κερδίζεται η συνέναιση των υφισταμένων.

Αίσθημα συμμετοχής.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π. X

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. X

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ **X**

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ;) ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΣΤΡΑΤΙΩΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Διότι ο Διευθυντής πωλήσεων έρχεται σε άμεση επαφή με τους πελάτες.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ **X**

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ **X**

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Δίχως επικοδομητική επικοινωνία που δίνει κατευθύνσεις και λύνει προβλήματα με το μικρότερο ψυχολογικό κόστος για όλους και που βασίζεται στην συνεργασία η πραγματοποίηση των στόχων θα ήταν μακρινό όνειρο για την επιχείρησή μας.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: STUDIO KOSTA BODA

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΜΠΟΡΙΑ ΥΑΛΙΚΩΝ
ΕΙΔΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 40

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑΣ
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 45

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 28.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μίας επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μία επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Χρησιμοποίηση καταπιεστικών μέσων.

Αντιπάθειες-Αποστροφή.

Υπαρξη συγκρούσεων.

Μείωση Παραγωγικότητας και λάθη.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Κατανόηση και συνεργασία.

Αρμονική συνεργασία διοίκησης και προσωπικού.

Αποφυγή συγκρούσεων.

Αύξηση Παραγωγικότητας.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μία κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μίας επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ **X**

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Ο χρόνος που διαθέτει ο καθένας βοηθά στην επιλογή και την αξιολόγηση των ειδών που εμπορευόμαστε. Εμείς το εκμεταλλευόμαστε αυτό στην προσωπική επαφή.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ **X**

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επικοινωνία είναι αναπόσπαστο στοιχείο για την πραγματοποίηση των στόχων όχι μόνο για την δική μας επιχείρηση αλλά για κάθε επιχείρηση. Δεν μπορεί να υπάρξει επιχείρηση χωρίς την επικοινωνία.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: "ΜΕΡΟΠΗ ΣΩΤΗΡΑΚΗ & ΣΙΑ
Ο.Ε." "ΡΑΝΙΑ"

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΜΠΟΡΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 200

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΚΑΤΑΣΤ. ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 30

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 28.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.
Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι
ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Μείωση αποδοτικότητας.
Επικοινωνία βασιζόμενη στην τρομοκρατία.
Πιθανή ύπαρξη σύγχυσης.
Αντικατάσταση της αρχής της συμμετοχής με την έννοια της εξουσίας υπακοής.

Β' Αμφίδρομη
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Σωστές ανθρώπινες σχέσεις.
Κλίμα συνεργασίας.
Μέγιστη απόδοση.
Συνεισφορά γνώμης από όλους.
ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. X

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ
ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ
ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ
ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X
ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ
ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) X
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ X
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Έχουμε την δυνατότητα να παρουσιάσουμε την μεγάλη γκάμα των ειδών του καταστήματός μας, και ο καταναλωτής να επιλέξει ανάμεσά τους και να αγοράσει.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ X
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ X
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επιτυχία της επιχειρήσής μας εξαρτάται κυρίως από το βαθμό ικανοποίησης των πελατών μας και από τον βαθμό ικανοποίησης των εργαζομένων. που μόνο με την αυθεντική επικοινωνία πραγματοποιείται.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ARTISTI ITALIANI Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΝΔΥΜΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 450 ΑΤΟΜΑ

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΕΙΔΗ ΡΟΥΧΙΣΜΟΥ (ARMANI - BOSS κ.λ.π.)

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 38

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 28.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ

ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δυσaréσεκία χαώδη κατάσταση, άσκηση κυριαρχίας - επιβολής.

Χρησιμοποίηση των ανθρώπων σαν εργαλεία.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δημιουργία ευνοϊκού κλίματος.

Καλλιέργεια εμπιστοσύνης.

Άνοδος παραγωγικότητας.

Συμμετοχή όλων.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Διαφήμιση στην τηλεόραση.

ΛΟΓΟΙ: Υπηρετεί τον καταναλωτισμό και τον υποβοηθά.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ **X**
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΟΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Μέσω της επικοινωνίας που ασκείται στην επιχείρησή μας οι στόχοι για την επιτυχία έχουν διαμορφωθεί και κατανοηθεί. Έτσι η επιχείρησή μας δικδικεί το μερίδιο της επιτυχίας και προς τα έξω, προς τους πελάτες.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: "ΡΑΔΙΟ Α. ΚΟΡΑΣΙΔΗΣ"

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 54

ΕΔΡΑ: ΠΕΙΡΑΙΑΣ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ

**ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΠΩΛΗΣΕΩΝ**

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 30

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 28.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Εξουδετέρωση των υφισταμένων ως άτομα και σκέψεις.

Πιθανόν περιορισμένη απόδοση εξαιτίας της άσκησης εξουσίας.

Αναγκαστική συμμόρφωση υφισταμένων ανεξάρτητα από την αποψη τους.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όταν εργαζόμαστε μέσα σε κλίμα συνεργασίας και συναδέλφωσης με τους συναδέλφους μας και κατανόησης από την διοίκηση της επιχείρησης αισθανόμαστε ψυχικά ισχυρά και ήρεμοι, όταν οι συγκεκριμένη εργασία παρέχει κοινωνική απόσταση και αναγνώριση, όταν η εργασία μας ικανοποιεί ψυχικά αποδίδουμε περισσότερο.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. **X**

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ
ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ
ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**
ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ
ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Καλή ενημέρωση του κοινού, που πλέον στις μέρες μας καλά πληροφορημένος και με ανεπτυγμένη αντίληψη δεν μπορεί να εξαπαταθεί.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Με την ανοικτή-ελεύθερη-ειλικρινή κατάσταση ομαδικής επικοινωνίας και συνεργασίας - πραγματοποιούνται οι στόχοι της επιχείρησής μας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ "GOODYS"

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 32

ΕΔΡΑ: ΜΑΙΖΩΝΟΣ 65 - ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: "HABBO"

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΤΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 27

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 28.11.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Κύριος ρόλος του προϊσταμένου είναι να εξηγεί τι πρέπει να γίνει, πως πότε και με ποιό τρόπο και των υφισταμένων να συμμορφώνονται.

Δεν ανέχονται τα λάθη, τα οποία τιμωρούνται, εχθρικά συναισθήματα - διαφωνία ανυπακοή.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δημοκρατία στους κόλπους της επιχείρησης.

Αποτελεσματική χρησιμοποίηση των ανθρωπίνων δυνάμεων στην επιχείρηση. Όλοι συμμετοχοί.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. X

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Διαφήμιση στην τηλεόραση

ΛΟΓΟΙ: Δημιουργούνται καταναλωτικά πρότυπα μέσω τηλεόρασης.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΟΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Χωρίς την επικοινωνία θα ήταν δύσκολη η επίτευξη στόχων, η καλή λειτουργία της επιχείρησης η συνεργασία των υπαλλήλων.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΨΥΚΤΟΘΕΡΜΙΚΗ ΑΒΕΕ

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ (Επαγγελματικά ψυγεία-ανοξείδωτες
κατασκευές - σύγχρονοι επαγγελμ. εξοπλισμοί)

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 12

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΒΙΣΒΑΡΔΗΣ-FRIGOBEX ΑΒΕΕ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
ΓΡΑΦΕΙΟΥ - ΒΟΗΘΟΣ ΛΟΓΙΣΤΗ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 21

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 2.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Υπάρχουν μικρά περιθώρια ευελιξίας.

Απειλητικές διαθέσεις διαμορφώνονται από όλους.

Ο κίνδυνος της αποτυχίας είναι αισθητός επηρεάζοντας την ψυχολογία και την απόδοση των εργαζομένων.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ομαδική συνεργασία.

Αποτελεσματική συζήτηση.

Ειλικρινή διάθεση μεταξύ υφισταμένων και προϊσταμένων.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. **X**

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Εξασφαλίζεται σταθερός όγκος πωλήσεων με την πώληση πρόσωπο με πρόσωπο.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Με την ανοικτή και ειλικρινή επικοινωνία, σταθμίζονται οι εναλλακτικές λύσεις ενός προβλήματος από όλους ώστε επιλέγει προβλήματα και κρίσιμες καταστάσεις. Μόνο έτσι καταφέρνει και εξελίσσεται η επιχείρησή μας.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΜΟΧΛΟΣ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ
ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΚΥΡΟΔΕΜΑΤΟΣ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 20

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΑΧΑΪΚΗ Α.Ε. - ΔΥΝΑΜΙΚΗ κλπ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΛΟΓΙΣΤΡΙΑ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 32

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 2.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης:

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη:

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Χρησιμοποιούνται αρνητικοί τρόποι παρακίνησης των εργαζομένων. Οι υφιστάμενοι είναι εργαλεία παραγωγής μόνο.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Εποικοδομητική επικοινωνία.

Χρησιμοποίηση των γνώσεων και των επιδεξιοτήτων κάθε εργαζομένου.

Συνεργασία-ενδιαφέρον-συμμετοχή-δέσμευση.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. X

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης:

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Επιδρά επί της δραστηριότητας των εμπόρων, παραγγελιοδόχων γενικά των πελατών μας.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ **X**
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο.ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η ειλικρινή και ελεύθερη επικοινωνία είναι άμεσα συνδεδεμένη με την αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα στο εσωτερικό της επιχείρησής μας και άμεσα συνδεδεμένη με την επιτυχία και αποδοχή από τους πελάτες.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

**ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΜΙΝΕΡΒΑ Α.Ε.
ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ
ΤΑ ΠΑΡΑΓΩΓΑ ΤΗΣ.**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 17 ΣΤΗΝ ΠΑΤΡΑ

ΕΔΡΑ: ΑΤΤΙΚΗ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΕΛΑΪΣ Α.Ε.

**ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΛΟΓΙΣΤΗΣ ΚΑΙ
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΥΠΟΚ/ΤΟΣ.**

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 37

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 2.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Οι εργαζόμενοι δεν σκέφτονται δεν δημιουργούν δεν δίνουν δεν αξιολογούν νέες ιδέες απλά συμμορφώνονται στα πρότυπα που τίθεντε.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Κατανόηση και όχι αυταρχική αντιμετώπιση σε λάθη-παράπονα-προβλήματα που παρουσιάζονται.

Αυθεντική επικοινωνία.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Επειδή συνεργαζόμαστε με εμπόρους, μεσάζοντες σε πρώτο στάδιο και μπορεί και υπάρχει θετικός επηρεασμός με την προσωπική επαφή.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επικοινωνία συντελεί στην διαμόρφωση καλών σχέσεων στο εσωτερικό και υποκίνησης προς τους εξωτερικούς παράγοντες στους οποίους απευθύνεται η επιχείρηση καταναλωτές, προμηθευτές, μεσάζοντες κ.λ.π.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΜΕΤΡΟ
"CASH AND CARRY Α.Ε.Β.Ε."

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΜΠΟΡΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
ΚΑΙ ΜΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΧΟΝΔΡΙΚΗ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΗ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 30 στο κατάστημα της ΠΑΤΡΑΣ

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΑΛΛΑ SUPER MARKETS

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 39

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 2.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

A' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Λανθασμένη εσωτερική επικοινωνία.

Οι εργαζόμενοι είναι αμέτοχοι στα όσα αποφασίζονται στην επιχείρηση.

Δεν ενεργούν σαν ομάδα αλλά σαν εκτελεστές και μόνο, εντολών και υποδείξεων.

B' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Οι προϊστάμενοι δεν μεταχειρίζονται την ισχύ της θέσης τους.

Εκφράζονται όλοι ανοιχτά και ελεύθερα.

Διάλογος συνεχής.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. X

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Δίνεται η δυνατότητα να γίνουν γνωστά καινούργια προϊόντα και να πωληθούν και τα ήδη υπάρχοντα καταναλωτικά είδη.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΟΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Μας ενδιαφέρει η σωστή εσωτερική επικοινωνία αλλά μόνο όταν έχουμε καλό επικοινωνιακό αποτέλεσμα εξωτερικό που σημαίνει να προξενηθεί στους καταναλωτές το ενδιαφέρον και οι επιθυμητές αντιδράσεις, τότε μόνο έχουμε επιτύχει τους στόχους μας.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: LEVER HELLAS A.E.B.E.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΠΑΓΩΤΟ (Algita)
ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΑ (iglo)

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 400 στην ΠΑΤΡΑ εποχιακά

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΔΕΛΤΑ Α.Ε.

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠ. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 50

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 2.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Αποθαρρύνονται τα ανοικτά μυαλά.

Απαραίτητο στοιχείο για σωστή λειτουργία της επιχείρησης η πειθαρχία.

Οι προϊστάμενοι μεταχειρίζονται την ισχύ της θέσης τους.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Με ανοικτό μυαλό και ευθύτητα ο προϊστάμενος ενθαρρύνει ανάλογες αξίες των υφισταμένων.

Συντονισμός και συνεργασία.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. **X**

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ **X**

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Διαφήμιση στην τηλεόραση.

ΛΟΓΟΙ: Εδραιώνεται το όνομα και κατά συνέπεια και η ποιότητα των ειδών μας.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΟΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Όταν υπάρχει σωστή εσωτερική επικοινωνία, υφιστάμενοι και προϊστάμενοι μελετάμε μαζί για το ποιόι στόχοι είναι σημαντικοί να επιτευχθούν. Έτσι εξελισσόμαστε κάθε φορά ανάλογα με τις απαιτήσεις.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΒΙΣΒΑΡΔΗΣ

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΠΑΓΓ/ΚΟΙ ΕΞΟΠ/ΜΟΙ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ:

ΕΔΡΑ:

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΨΥΚΤΟΘΕΡΜΙΚΗ ΑΒΕΕ
FRIGOREX ΑΒΕΕ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ:

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ:

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ:

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ:

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Αδυναμία κάτω από συνθήκες αυταρχισμού να λειτουργήσουν παραγωγικά οι εργαζόμενοι.

Αγνοούνται και υποτιμούνται οι εργαζόμενοι, λειτουργούν σαν μηχανές.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δεν έχει σημασία αν κάποια λύση έλθει από τον προϊστάμενο ή τον υφιστάμενο αλλά το ότι αναγνωρίζεται και χρησιμοποιείται.

Διαμόρφωση υψηλού ηθικού.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Γίνεται καλή πληροφόρηση.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο.ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Με την ανοικτή και ειλικρινή επικοινωνία όλοι κερδίζουν οι εργαζόμενοι κερδίζουν την εμπιστοσύνη και την κατανόηση από τους ανωτέρους. η επιχείρηση, την συνεργασία όλων και τα οικονομικά οφέλη ως επακόλουθο.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΣΙΑΒΕΣΤΡΙΔΗΣ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΒΙΟΜ/ΝΙΑ ΕΠΙΠΛΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 250

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: SATO-ΕΠΙΠΛΟ DESING κλπ
αυτής της κλάσης

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 40

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 2.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δεν υπάρχει καθόλου επικοινωνία.

Δυσλειτουργία.

Δημιουργία κακού κλίματος.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Υπάρχει πραγματική επικοινωνία.

Συνεργασία μεταξύ όλων.

Όλοι φέρονται με ειλικρίνεια, όλοι συνεργάζονται ομαδικά.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Μόνο έτσι μπορεί το αγοραστικό κοινό να εκτιμήσει την ποιότητα των επίπλων μας, και εμείς από την πλευρά μας να τους πείσουμε.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΟΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επικοινωνία είναι ισχυρό κλειδί καλών σχέσεων σε όλα τα επίπεδα-κλιμάκια της επιχείρησής μας και ισχυρό κλειδί για να επιτύχουμε την οικονομική ευημερία.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΒΑΜΒΑΚΙ ΕΛΛΑΔΑΣ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΠΑΡΑΓΩΓΗ
ΥΔΡΟΦΥΛΛΟΥ ΒΑΜΒΑΚΙΟΥ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 15

ΕΔΡΑ: ΣΕΛΜΕΝΙΚΟ ΠΑΤΡΩΝ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΙΔΟΥΣ
ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 52

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 3.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δεν δίνονται περιθώρια συζήτησης και ανταλλαγής απόψεων.

Χαλάρωση του αισθήματος συνεργασίας.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Οι υφιστάμενοι και προϊστάμενοι συνεργάζονται με ανοικτά χαρτιά, έτσι οι εντάσεις που μπορούν να εξελιχθούν σε εχθρικά συναισθήματα, διαλύονται.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Σωστή αξιολόγηση από τους αγοραστές.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο.ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Σε αυτού του είδους την επικοινωνία όλοι κερδίζουν γιατί χρησιμοποιούνται οι γνώσεις και οι επιδεξιότητες κάθε ατόμου για την επίτευξη των στόχων.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΕΒΕΞ ΚΑΡΑΠΙΠΕΡΗΣ Ο.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΞΥΛΕΙΑΣ ΗΜΕΔΑΠΗΣ ΚΑΙ ΑΛΛΟΔΑΠΗΣ
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΙΒΩΤΙΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ:

ΕΔΡΑ: ΑΙΓΙΟ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΑΒΕΞ-ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΗΛΙΑΣ & ΥΙΟΙ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 41

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 3.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Αποθάρρυνση για συμμετοχή.

Δεν ικανοποιούνται οι εργαζόμενοι από την εργασία.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Γνώση και συνεισφορά όλων.

Συμμετοχή όλων.

Δημιουργία καλού κλίματος συνεργασίας.

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. X

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Είναι ο καλύτερος τρόπος για άμεση επιρροή και επί τόπου αγορά.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Μόνο με την ομαδική επικοινωνία, την συνεργασία και συμμετοχή κατά συνέπεια, μπορεί να δεσμευτεί η ομάδα εργασίας και να ευθυγραμμιστεί προς τους στόχους που έχουν τεθεί από την επιχείρησή μας.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: CAVINO Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΟΙΝΟΠΟΪΑ-ΠΟΤΟΠΟΪΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 70

ΕΔΡΑ: ΑΙΓΙΟ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΑΧΑΪΑ CLAUS

**ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ**

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 38

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 3.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Υπάρχουν μικρά περιθώρια για ευελιξία.

Μη συμμετέχοντες οι υφισταμένοι στην επιχείρηση.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Επικρατεί κατανόηση και συνεργασία στους κόλπους της επιχείρησης.

Εκτίμηση και αναγνώριση των εργαζομένων.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. **X**

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Αμεσότητα.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Δίνονται οι ευκαιρίες τα μηνύματα να φτάσουν στους υφισταμένους, επίσης οι ευκαιρία να κάνουν ερωτήσεις και να συμμετέχουν σε αποφάσεις για την πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής μας.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΚΛΩΣΤΗΡΙΑ ΑΙΓΙΟΥ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΥΝΘΕΤΙΚΩΝ ΝΗΜΑΤΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 55

ΕΔΡΑ: ΑΙΤΙΟ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ:

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ
ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 50

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 3.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X

ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ

ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Διαφωνίες.

Αντιδιμίες.

Αντιθέσεις.

Αποδιοργάνωση.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Σεβασμός της προσωπικότητας των εργαζομένων.

Όλοι έχουν δικαίωμα να εκφράζουν την γνώμη τους και να συμμετέχουν στις αποφάσεις.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΆΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ:

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Το κλειδί για την επιτυχία κάθε επιχείρησης είναι η αντικατάσταση της εξουσίας, της αυταρχικότητας με την συμμετοχή και την ειλικρινή επικοινωνία όπως κάνουμε εμείς. Με τον τρόπο αυτό καταφέρνουμε και φτάνουμε στους στόχους τους επιθυμητούς.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΥΙΟΙ Α. ΣΙΑΒΕΛΗΣ ΟΕΒΕ

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΤΟΥΒΛΟΠΟΪΑ
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΣΚΥΡΟΔΕΜΑΤΟΣ - ΣΠΑΣΤΙΡΟΤΡΙΒΕΙΟ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 60

ΕΔΡΑ: ΑΙΓΙΟ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΟΜΟΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ π.χ.
"ΜΟΧΛΟΣ", "SUPER ΜΠΕΤΟΝ ΑΙΓΙΟΥ Α.Ε."

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΑΛΛΗΛΟ
ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 35

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 3.12.1996

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Διαφήμιση στο ραδιόφωνο.

ΛΟΓΟΙ: Σε τοπική εμβέλεια το ραδιόφωνο έχει θετικά αποτελέσματα.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Χωρίς την επικοινωνία μέσα και έξω από την επιχείρηση που είναι απαραίτητο στοιχείο ενημέρωσης και διεύρυνσης των σχέσεων, θα δημιουργόταν μεγάλο χάσμα και ανικανότητα επιτέλεσης των σκοπών και στόχων της επιχείρησης.

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.
Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι
ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Επικράτηση σύγχυσης.

Υπαρξη παρανοήσεων.

Ανεπαρκής συμμετοχή των εργαζομένων.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ανάπτυξη δημοκρατικού κλίματος.

Ικανοποιούνται φυσιολογικά οι υφιστάμενοι.

Όλοι εκφράζονται ελεύθερα.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. X

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΠΕΛΟΠΕΣ Ε.Π.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΟ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 30

ΕΔΡΑ: ΒΟΥΛΩΜΕΝΟ ΑΙΓΙΟΥ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ:

**ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
ΓΡΑΦΕΙΟΥ**

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 32

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 3.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δίνονται απόλυτα δεσμευτικές οδηγίες χωρίς κανένα περιθώριο αλλαγής.

Ισχυροποίηση της ιεραρχίας.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Σεβασμός των εργαζομένων και καλή μεταχείριση.

Επικοδομητική επικοινωνία.

Αναπτύσσεται αισθητά η εμπιστοσύνη.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. **X**

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ **X**

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Επιτόπου παρουσίαση του έργου της επιχείρησης στους εμπόρους και δυνατότητα επηρεασμού τους για κλείσιμο συμφωνιών

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η διακοπή της επικοινωνίας, η ανυπαρξία της θα μηδενίζει κάθε προσπάθεια της επιχείρησής μας να πραγματοποιήσει τους στόχους μέσα και έξω.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΕΛΙΚΗ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΠΥΡΙΜΑΧΑ ΣΚΕΥΗ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 14

ΕΔΡΑ: ΔΑΦΝΕΣ ΑΙΓΙΟΥ

**ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΑΧΑΙΑ CERAMICS
ΛΑΖΑΡΙΔΗΣ**

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΜΕΤΟΧΟΣ Δ/ΣΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 43

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 6.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Αρνητικές ενέργειες εκδηλώνονται από τους εργαζομένους με την χρησιμοποίηση της τακτικής της εξουσίας και της υποχρεωτικής υπακοής.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Συντονισμός συνεργασία.

Συμμετοχή.

Ανάπτυξη ηθικού των εργαζομένων.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. **X**

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΆΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Έχουμε το πλεονέκτημα με τον τρόπο παρουσίασης των ειδών μας, να προκαλέσουμε ενδιαφέρον, και να κάνουμε διευκρινήσεις και εκτεταμένη ενημέρωση.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επικοινωνία οδηγεί στην κορύφωση της ομαδικής συνεργασίας, της αποδοτικότητας, στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησής μας.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΠΡΟΜΗΘΕΑΣ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΓΕΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 35

ΕΔΡΑ: ΑΙΓΙΟ

**ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΑΙΓΙΟΥ
ΜΕ ΤΑ ΕΙΔΗ ΜΑΣ**

**ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΥΔΡΑΥΛΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ**

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 35

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 6.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ανεπιθύμητες αντιδράσεις.

Αρνητικές ενέργειες.

Σ'αυτού του είδους την επικοινωνία, όλα παρουσιάζονται με την μορφή εντολών διαταγών, υποδείξεων υποχρεωτικών.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Αρμονικές σχέσεις.

Δημιουργία υψηλού ηθικού.

Συλλογικό έργο με την συμμετοχή όλων.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. X

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Υπάρχει η άνεση του χώρου, του χρόνου και άνεση να παρουσιάσουμε με ευχέρεια το εμπορευμά μας, χωρίς παρερμηνίες και εμπόδια.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΜΕΤΟΧΟΙ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΠΕΛΑΤΕΣ **X**

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επιτυχία της επιχείρησής μας στηρίζεται τόσο στο πόσο καλή επικοινωνία, ανοικτή και ειλικρινή υπάρχει στο εσωτερικό όσο και στο πόσο καλή προσωπική επικοινωνία έχουμε με τους πελάτες. Το ενδιαφέρον μας αυτό έδωσε επιτυχίες στην επιχείρηση, δεδομένου ότι καλύπτουμε μεγάλο τμήμα της αγοράς της πόλης μας.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΧΡ. ΜΑΡΚΟΠΟΥΛΟΣ ΟΕΒΕ

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΡΓΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 15 στο κατάστημα του ΑΙΓΙΟΥ

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ:

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 55

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 6.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.
Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι
ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Οι απόψεις των υφισταμένων αγνοούνται, τους υποτιμούν ως άτομα, οι προϊστάμενοι.

Επικρατεί τρομοκρατία.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δημιουργία καλού κλίματος.

Συντονισμός των δραστηριοτήτων μέσα στην επιχείρηση.

Κατανόηση εργαζομένων - υφισταμένων.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. **X**

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ **X**

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Καλύτερη ενημέρωση.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Μας ενδιαφέρει η παραγωγικότητα, την οποία επιτυγχάνουμε με την συμμετοχή, τον σωστό συντονισμό των δραστηριοτήτων των εργαζομένων. Οι στόχοι μας πραγματοποιούνται κατά συνέπεια μόνο μέσω της ανοικτής επικοινωνίας.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΣΤΑΥΡΟΥ Ε.Π.Ε.

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ
ΕΜΠΟΡΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 22

ΕΔΡΑ: ΑΘΗΝΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΣΥΝΑΦΗ ΕΙΔΗ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 27

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 6.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.
Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι
ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Σ'αυτού του είδους την επικοινωνία η αξιολόγηση απόδοσης είναι τρόπος να ανταμειφθούν αυτοί που κάνουν καλή δουλειά και να τιμωρηθούν αυτοί που δεν κάνουν.

Β' Αμφίδρομη
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Καλές σχέσεις.
Υψηλή απόδοση.
Ευνοϊκό κλίμα επικοινωνίας.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.
2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.
3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. **X**
4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**
5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.
6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ
ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ
ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**
ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ
ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Οι πελάτες έχουν ανάγκη την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή περισσότερο από κάθε τι άλλο.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Γιά να επιτύχουμε τους στόχους μας η επικοινωνία με τους πελάτες, τους μεσάζοντες, τους καταναλωτές, τους εργαζόμενους μας θεωρείται ότι σημαντικότερο.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΕΛΦΑ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΛΑΙΟΥ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 12

ΕΔΡΑ: ΒΟΥΛΩΜΕΝΟ ΑΙΓΙΟΥ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΘΑΝΑΣΗΣ ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 40

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 6.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

A' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Σ'αυτού του είδους την επικοινωνία η αξιολόγηση απόδοσης είναι τρόπος να ανταμειφθούν αυτοί που κάνουν καλή δουλειά και να τιμωρηθούν αυτοί που δεν κάνουν.

B' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Καλές σχέσεις.

Υψηλή απόδοση.

Ευνοϊκό κλίμα επικοινωνίας.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. **X**

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ **X**

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Οι πελάτες έχουν ανάγκη την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή περισσότερο από κάθε τι άλλο.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Γιά να επιτύχουμε τους στόχους μας η επικοινωνία με τους πελάτες, τους μεσάζοντες, τους καταναλωτές, τους εργαζόμενους μας θεωρείται ότι σημαντικότερο.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΠΑΚΟ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
ΦΡΟΥΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗΣ ΝΕΡΟΥ**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 100

ΕΔΡΑ: ΤΕΜΕΝΗ ΑΙΓΙΟΥ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΚΡΙΝΟΣ

**ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ**

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 38

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 6.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Τα παράπονα θεωρούνται ως δείγμα τεμπελιάς και αδυναμίας.

Δημιουργία άσχημου κλίματος.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Χρησιμοποίηση των ανθρωπίνων δυνάμεων σε όλες τις φάσεις ακόμα και στη λήψη αποφάσεων.

Αύξηση παραγωγικότητας.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Θετικός επηρεασμός επιτυγχάνεται.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Είμαστε μεγάλη επιχείρηση και τα εσωτερικά προβλήματα μπορούν να αντιμετωπισθούν μόνο με την επικοινωνία για να φτάσουμε τους στόχους μας. Όσο αφορά την επικοινωνία προς τους εξωτερικούς παράγοντες δείχνουμε την ίδια βαρύτητα για να φτάσουμε τους στόχους μέσα στην αγορά.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΑΡΤΕΝ ΑΡΤΟΒ/ΝΙΑ Α.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΑΡΤΟΠΟΪΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 100

ΕΔΡΑ: ΕΛΙΚΗ ΑΙΓΙΟΥ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΚΑΤΣΕΛΗΣ - ΔΕΡΒΙΣΗΣ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΜΕΤΟΧΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 32

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 6.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Οι εργαζόμενοι καταπιέζονται δεν χρησιμοποιούνται οι ιδέες τους, οι απόψεις τους.

Δεν επικρατεί αρμονική συνεργασία διοίκησης και προσωπικού.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Οι υφιστάμενοι σκέφτονται, αισθάνονται, δημιουργούν, δίνουν ιδέες.

Ανταμείβονται όλοι ανάλογα.

Δημιουργία καλού κλίματος.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. X

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ **X**
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Άμεση επιρροή και εντυπωσιασμός.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Μόνο αναθεωρώντας τις ιδέες που έχει κάθε επιχείρηση για την επικοινωνία και λαμβάνοντας άλλη τακτική μπορεί να φτάσει τους στόχους και να τους ξεπεράσει.

Τακτική που σημαίνει ελεύθερος διάλογος, ειλικρίνεια, ευθύτητα, δέσμευση τόσο προς τους εργαζομένους ως και προς τους καταναλωτές.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Α.Ε.

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ
ΕΤΑΙΡΙΑ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 80

ΕΔΡΑ: ΕΛΙΚΗ ΑΙΓΙΟΥ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: "ΔΟΥΡΟΣ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Ε."

**ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ**

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 40

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 6.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Συνθήκες πίεσης και τρομοκρατίες.

Οι εργαζόμενοι γίνονται πόνια στα συμφέροντα των προϊσταμένων.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Οι υφιστάμενοι συμμετέχουν σ' όλα όσο αφορά το χώρο εργασίας τους.

Θετικά αποτελέσματα λόγω της συμμετοχής όλων.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. X

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ:)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Ο καλύτερος τρόπος προώθησης προϊόντων.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επικοινωνία εδραιώνει τις καλές σχέσεις τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον. Είναι δηλαδή και αυτή ένα μέσο για την επίτευξη στόχων.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΜΑΡΓΩΝΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΠΙΠΛΑ ΚΟΥΖΙΝΑΣ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 14

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΟΛΗ Η ΕΥΡΩΠΗ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΕΤΑΙΡΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 48

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 10.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X

ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ

ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Οι εργαζόμενοι δεν νοιώθουν ασφάλεια και σιγουριά.

Αδιαφορία για τους εργαζόμενους.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Αρμονικές σχέσεις υφισταμένων-προϊσταμένων.

Ελεύθερος διάλογος.

Δημοκρατική αντιμετώπιση.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. X

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. X

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ X

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Μόνο με την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή του πελάτη με τα έπιπλα μας, μπορεί να διαπιστώσει την ποιότητα, να ενημερωθεί, να συγκρίνει με άλλα και να επηρεαστεί.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Μόνο η σωστή επικοινωνία με το κοινό βοηθά στην εδραίωση καθιέρωση της επιχείρησής μας και την επίτευξη των στόχων οικονομικών και άλλων. Η επικοινωνία με το κοινό είναι ένα λεπτό θέμα που θέλει λεπτούς χειρισμούς.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΑΦΟΙ Γ. ΤΖΕΡΜΠΙΝΟΥ Ο.Ε.

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΞΥΛΟΥΡΓΙΚΕΣ
ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 10

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΟΧΙ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΕΤΑΙΡΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΑΝΔΡΑΣ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 35

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 10.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ X

ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ

ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ X

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δημιουργία προστριβών.

Μείωση παραγωγής λόγω των κακών συνθηκών εργασίας.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Συντονισμός εργασίες.

Άριστες εργασιακές σχέσεις.

Φιλικό κλίμα.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. X

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ.

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ. X

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ X

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Στον κλάδο μας μόνο έτσι κλείνουμε συμφωνίες.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

X

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Η επικοινωνία είναι σημαντική δεδομένου, ότι φέρνει την αρμονία την πλήρη συνεργασία, την αύξηση κατά συνέπεια της παραγωγής, στοιχεία που μπορούν και μας βοηθούν να σταθούμε ανάμεσα στους πρώτους στο εμπόριο.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

**ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΒΙΟΣΤΡΩΝ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ
ΓΑΛΑΝΗΣ**

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΒΙΟΤ/ΝΙΑ ΣΤΡΩΜΑΤΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 9

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ: ΦΙΝΟΣΤΡΩΜ ΑΒΕΕ

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 23

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 10.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Αδυναμία Συνεργασία και επίτευξης συλλογικού έργου.
Ανύπαρκτη η πρωτοβουλία και η άποψη των εργαζομένων.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Κατανόηση και συμπόρευση εξελίσσονται και βοηθούντε οι εργαζόμενοι.

Αύξηση Παραγωγικότητας.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π. **X**

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΉ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π.

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ **X**

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο) **X**
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή

ΛΟΓΟΙ: Άμεσος επηρεασμός.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ **X**
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Είμαστε οικογενειακή επιχείρηση και η εσωτερική επικοινωνία υπάρχει και είναι ισχυρή, αυτή που μας ενδιαφέρει από εκεί και πέρα είναι η χρησιμοποίηση των καλύτερων τρόπων επικοινωνίας με τους πελάτες για να πετύχουμε τους στόχους μας.

Η διαφήμιση, οι δημόσιες σχέσεις γενικότερα η επικοινωνία με το κοινό πρωτεύει.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΦΙΝΟΣΤΡΩΝ
Κ. ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ ΑΒΕΕ

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΣΤΡΩΜΑΤΟΠΟΪΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: 20

ΕΔΡΑ: ΠΑΤΡΑ

ΚΥΡΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ:

ΘΕΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧ/ΣΗ: ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ

ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ: 36

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ: 10.12.1996

ΣΧΕΔΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;
ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ **X**
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μιά επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη (από πάνω προς τα κάτω) ή αμφίδρομη;
ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ **X**

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

Α' Μονόπλευρη (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Δημιουργία Χάσματος.

Αυταρχισμός.

Δυσανεσκειες.

Β' Αμφίδρομη

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Διαμόρφωση υψηλού ηθικού.

Αρμονία στα διάφορα κλιμάκια της επιχείρησης.

Ανοικτή ομαδική επικοινωνία.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Όχι

4. Ποιές δύο από τις παρακάτω φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο ή τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΑΣΗ ΜΕ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΤΑΓΩΝ.

2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ Κ.Λ.Π.

3. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΑΝΕΠΙΣΗΜΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ Κ.Λ.Π.

4. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΗ. **X**

5. ΜΕ ΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ, ΘΕΣΠΙΣΗ ΣΤΟΧΩΝ Κ.Λ.Π. **X**

6. Η ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται καλύτερα μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης;

ΜΕ ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΜΕ ΣΥΜΒΙΒΑΣΜΟ

ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙ ΕΙΛΙΚΡΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ **X**

ΜΕ ΠΙΕΣΕΙΣ

ΜΕ ΑΠΕΙΛΗ ΤΙΜΩΡΙΩΝ

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ (πώληση ή δειγματοδιανομή πρόσωπο με πρόσωπο)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΤΥΠΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΑΛΛΟ (ΤΙ;)

ΠΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ: Προσωπική επαφή.

ΛΟΓΟΙ: Η προσωπική επαφή βοηθά στο να πεισθεί ο πελάτης.

8. Θα ήθελα ακόμη να μου πείτε αν η επιχείρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ειδικές ομάδες όπως:

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ
ΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΜΕΤΟΧΟΙ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΕΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

9. Τέλος, θα ήθελα με λίγα λόγια να μου πείτε γενικότερα ποιός κατά τη γνώμη σας είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στην πραγματοποίηση των στόχων της επιχείρησής σας.

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ Ο,ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ

Γιά να επιβιώσουμε σαν επιχείρηση πρέπει να στηριζόμαστε στην επικοινωνία στο εσωτερικό και το εξωτερικό δηλαδή εργαζόμενους εμπορους, πελάτες κ.λ.π.

1. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης.

Πολύ σημαντική	100% των επιχειρήσεων
Αρκετά σημαντική	0%
Λίγο σημαντική	0%
Καθόλου σημαντική	0%

Είναι πολύ σημαντική απάντησαν και οι 50 επιχειρήσεις και αυτό γιατί με την επικοινωνία μεταξύ στελεχών στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης επιτυγχάνονται τα εξής:

1. Αρμονία στην ομαδική δράση αντί για συμφωνία.
2. Συνεργασία των ανθρωπίνων πλασμάτων αντί για χαώδη ατομισμό.
3. Εργασία για μέγιστη απόδοση αντί για περιορισμένη.
4. Ανάπτυξη όλων των εργαζομένων στη μεταλύτερη δυνατή έκταση για τη προσωπική τους ευημερία και τη μεγαλύτερη ευημερία της παραγωγικής μονάδας που ανήκουν.

Γι'αυτό και θεωρείται πολύ σημαντική.

Από την μία αξιοποιούνται οι εργαζόμενοι με αποτέλεσμα την προσωπική ευημερία του. Από την άλλη δε, αξιοποιώντας του εργαζομένους μέσω της συνεχούς, ειλικρινούς επικοινωνίας αυξάνεται η παραγωγικότητα με αποτέλεσμα την ευημερία της επιχείρησης και την βιωσιμότητά της.

Ο εργαζόμενος ως παράγοντας που συμμετέχει σε ένα κοινό έργο, επιθυμεί να είναι ενημερωμένος στο σχεδιασμό, στον προγραμματισμό, στην πορεία εκτέλεσης, στα παρουσιαζόμενα προβλήματα κ.λ.π. θέματα που αφορούν την εργασία του.

Η εντός του οργανισμού, η εσωτερική ενημέρωση βοηθά στην καταπολέμηση της αδράνειας και συμβάλλει θετικά στη μεγαλύτερη ενεργό συμμετοχή των εργαζομένων στην κοινή προσπάθεια. Επιπλέον, η επίσημη πληροφόρηση βοηθά στην εξουδετέρωση ανεύθυνων φημών, ανακριβών διαδόσεων, αβεβαιότητας από τις παρεχόμενες πληροφορίες.

Η ενημέρωση δε πρέπει να έχει διπλή κατεύθυνση από τον οργανισμό προς το άτομο-εργαζόμενο και αντίστροφα.

Αυτή η επικοινωνιακή "επανατροφοδότηση" η γνώση, δηλαδή, των απόψεων των εργαζομένων, βοηθά την Διοίκηση στον προγραμματισμό των ενεργειών της, μιά και οι εργαζόμενοι είναι σε θέση να βλέπουν τα πράγματα από "πιο κοντά", αμεσότερα.

Η επικοινωνία βοηθά, επίσης, τον εργαζόμενο ν'αντιληφθεί το πνεύμα και τις προθέσεις της Διοίκησης συντελεί έτσι στο ν'αποφεύγονται καθυστερήσεις ή λάθη οφειλόμενα σε παρερμηνείες και ταυτόχρονα καθοδηγεί προς τις ορθές ενέργειες δράσης.

Η ανάπτυξη κατά συνέπεια της εσωτερικής επικοινωνίας αποτελεί ουσιαστική βοήθεια προς όλους τους παράγοντες του οργανισμού και μέσο καλύτερης επίτευξης των αντικειμενικών σκοπών του.

2. Εσείς προσωπικά πιστεύετε ότι η εσωτερική επικοινωνία σε μία επιχείρηση πρέπει να είναι μονόπλευρη ή αμφίδρομη;

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ	0%
ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ	100%

Το 100% των επιχειρήσεων απάντησαν:

Πρέπει να είναι αμφίδρομη.

Μόνο τότε εξασφαλίζεται η συμφωνία στο εσωτερικό της επιχείρησης. Όλοι συμμετέχουν στην λήψη των αποφάσεων, επικρατεί συνεργασία αμοιβαιότητα, ευθύτητα, συμμετοχή και δέσμευση.

Οι προϊστάμενοι δεν μεταχειρίζονται την ισχύ της θέσης τους, ενθαρρύνουν τα ανοικτά μυαλά και ανάλογες αξίες των υφισταμένων.

Όλοι αναπτύσσουν πρωτοβουλία με αυτού του είδους την χωρίς προκατάληψη επικοινωνία, που στηρίζεται στο πνεύμα ισοτιμίας και ελεύθερου διαλόγου.

Χρησιμοποιούνται δε οι γνώσεις και οι επιδεξιότητες κάθε ατόμου δίνοντας περιθώρια συζήτησης και ανταλλαγής απόψεων με άμεσα αποτελέσματα την αύξηση του ηθικού, του πνεύματος ευθύνης και της εμπιστοσύνης.

Με την αμφίδρομη επικοινωνία ενισχύεται το ομαδικό πνεύμα εργασίας, η δημιουργία καλού κλίματος και ο σωστός συντονισμός των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων.

3. Παρακαλώ αναφέρατε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθενός από τους δύο τρόπους επικοινωνίας.

ΜΟΝΟΠΛΕΥΡΗ (από κορυφή ιεραρχίας προς τα κάτω)

Οι ερωτώμενοι στις επιχειρήσεις δεν εντόπισαν, κανέναν πλεονεκτήματα σ' αυτό τον τρόπο επικοινωνίας, κατά συνέπεια τα μειονεκτήματα κατά σειρά όπως απαντήθηκαν είναι:

Χρήση εξαναγκαστικών εντολών.

Δείχνουν ενδιαφέρον οι ανώτεροι μόνο για την παραγωγή και πολύ λίγο για τους εργαζομένους.

Το πλέον βασικότερο μειονέκτημα είναι ότι επιθυμούν τη μεγαλύτερη δυνατή παραγωγή αλλά ενδιαφέρονται λίγο για τις σκέψεις, τις απόψεις τα συναισθήματα των υφισταμένων, και χρησιμοποιούν την εξουσία γιά να τους ελέγχουν και να επιβάλλονται οι προϊστάμενοι.

Όλοι πρέπει να ενεργούν πιστά σύμφωνα με τις εντολές που δίνονται χωρίς περιθώριο ευελιξίας.

Περιορισμός της ελεύθερης ενέργειας και απόφασης των υφισταμένων.

Ο προϊστάμενος απαιτεί δεν συζητάει.

Ανύπαρκτος ο διάλογος.

Ο κύριος ρόλος του προϊσταμένου είναι να εξηγήσει τι πρέπει να γίνει, πως, πότε και μέχρι πότε και του υφισταμένου να συμμορφωθεί.

Επιβολή της θέλησης των ανωτέρων.

Άσκηση Τρομοκρατίας.

Απειλή για αποτυχία.

Η ύπαρξη θεωρείται αυτονόητη.

Οι υφιστάμενοι δεν συμμετέχουν στη λήψη των αποφάσεων. Δίνονται εντολές σαφείς και άμεσες χωρίς όμως να δίνεται βοήθεια για το πως θα επιτευχθούν τα αποτελέσματα.

Δημιουργία σύγχισης και απελπισίας, όταν κάτι δεν πάει καλά. Οι υφιστάμενοι κατά συνέπεια τιμωρούνται.

Άσκηση ιεραρχίας.

Ο προϊστάμενος δεν προσφέρει βοήθεια, ούτε υποδείξεις, ούτε σκέψεις για να λυθεί ένα πρόβλημα, απλά απαιτεί την επιλυσή του.

Έλλειψη, συνεργασίας από τους εργαζομένους.

Οι διοικούντες φέρονται με τραχύ και απειλητικό τρόπο.

Δεν υπάρχει αμεσότητα.

Τα λάθη δεν παραβλέπονται, δεν επιλύονται, δεν αντιμετωπίζονται, τιμωρούνται.

Έλλειψη σιγουριάς.

Ανύπαρκτο το αίσθημα συμμετοχής.

Δημιουργία κακού κλίματος.

Μείωση παραγωγικότητας.

Αδιέξοδο στις σχέσεις μεταξύ εργαζομένων και διοικούντων.

Δυσaréσκειες.

Δημιουργία προστριβών.

Δεν εκτιμούνται οι τεχνικές γνώσεις και οι πρακτική πείρα των υφισταμένων στην επίλυση προβλημάτων, αγνοούνται παντελώς.

Μόνο οι τελικές αποφάσεις των διοικούντων θεωρούνται ζωτικής σημασίας.

Οι απόψεις των εργαζομένων απορρίπτονται.

Αυταρχισμός.

Απογοήτευση λόγω των συνθηκών εργασίας.

Λανθασμένος συντονισμός των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Πίεση για απόδοση και παραγωγικότητα και αδιαφορία για τους εργαζομένους ως άτομα.

Ανύπαρκτη ή ομαδική συνεργασία.

Δημιουργία χάσματος.

Τα παράπονα τα οποία μπορεί να είναι ασταμάτητα σε αυτού του είδους επικοινωνία, παραμερίζονται και αγνοούνται.

Άσκηση εξουσίας.

Αναγκαστική συμμόρφωση υφισταμένων.

Παραμερίζονται και αγνοούνται οι απόψεις, οι ιδέες, οι εκτιμήσεις των υφισταμένων.

Εχθρικά συναισθήματα έντασης και σύγχυσης πρέπει να καταπνίγονται έγκαιρα γιατί υπονομεύουν την δυνατότητα του προϊσταμένου να ασκεί εξουσία έχουν και κακή επίδραση στην παραγωγή.

Χρησιμοποίηση καταπιεστικών μέσων.

Αντιπάθειες-Αποστροφή-Συγκρούσεις.

Μείωση αποδοτικότητας.

Επικοινωνία βασιζόμενη στην τρομοκρατία.

Αντικατάσταση της αρχής της συμμετοχής με την αρχή της εξουσίας-υπακοής.

Δυσaréσκεια.

Χαώδη κατάσταση.

Άσκηση κυριαρχίας-επιβολής.

Χρησιμοποίηση των ανθρώπων σαν εργαλεία.

Εξουδετέρωση των υφισταμένων ως άτομα και σκέψεις.

Αναγκαστική συμμόρφωση των υφισταμένων ανεξάρτητα από τις απόψεις τους.

Τα λάθη τιμωρούνται.

Εχθρικά συναισθήματα - διαφωνία - ανυπακοή.

Υπάρχουν μικρά περιθώρια ευελιξίας.

Απειλητικές διαθέσεις διαμορφώνονται από όλους.

Ο κίνδυνος της αποτυχίας είναι αισθητός και επηρεάζει την ψυχολογία και την απόδοση των εργαζομένων.

Χρησιμοποιούνται αρνητικοί τρόποι παρακίνησης των εργαζομένων.

Οι υφιστάμενοι είναι εργαλεία παραγωγής μόνο.

Οι εργαζόμενοι δεν σκέφτονται, δεν δημιουργούν, δεν αξιολογούν νέες ιδέες απλά συμμορφώνονται στο πρότυπο που τίθεται.

Λανθασμένη εσωτερική επικοινωνία.

Οι εργαζόμενοι είναι αμέτοχοι στα όσα αποφασίζονται στην επιχείρηση.

Δεν ενεργούν οι εργαζόμενοι σαν ομάδα αλλά σαν εκτελεστές και μόνο, εντολών και υποδείξεων που τους δίνονται.

Αποθαρρύνονται τα ανοικτά μυαλά.

Απαραίτητο στοιχείο για σωστή λειτουργία της επιχείρησης ή πειθραχία.

Οι προϊστάμενοι μεταχειρίζονται την ισχύ της θέσης τους.

Δυσλειτουργία.

ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ

Οι ερωτώμενοι στις επιχειρήσεις δεν αντόπισαν, κανένας μειονεκτήματα σ' αυτό τον τρόπο επικοινωνίας, κατά συνέπεια τα πλεονεκτήματα κατά σειρά όπως απαντήθηκαν είναι:

Σωστός συντονισμός των δραστηριοτήτων μίας επιχείρησης.

Εναρμόνιση εργασίας.

Δημιουργία καλού κλίματος.

Δημιουργία αισθήματος συνεργατικότητας.

Επιτεύξη συλλογικού έργου.

Θετικός επηρεασμός των εργαζομένων.

Δημιουργία υψηλού ηθικού.

Υπάρχει θέληση για συνεργασία.

Αμοιβαία εμπιστοσύνη και κατανόηση μεταξύ εργαζομένων και διοικούντων.

Αρμονικές σχέσεις.

Δίνονται περιθώρια συζήτησης και ανταλλαγής απόψεων.

Συντονισμός και συνεργασία.

Όλες οι πληροφορίες βρίσκονται στη διάθεση όλων των εργαζομένων.

Παραμερισμός της ιεραρχίας.

Ανθρώπινη ικανοποίηση.

Βελτίωση σχέσεων μεταξύ των επικοινωνούντων.

Οι εργαζόμενοι γνωρίζουν που στέκονται και που πηγαίνουν μέσα στην επιχείρηση.

Ανοικτή ανταλλαγή απόψεων - πληροφοριών.

Αναπτυγμένο ηθικό.

Πνεύμα εμπιστοσύνης και υπευθυνότητας.

Συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων.

Ανάπτυξη πνεύματος ευθύνης.

Απόδοση στην εργασία.

Ενδιαφέρον - συμμετοχή - δέσμευση.

Αυθεντική επικοινωνία.

Αμοιβαία κατανόηση.

Ανοικτή - ελεύθερη - ειλικρινή κατάσταση ομαδικής επικοινωνίας.

Όλοι ενεργούν σαν ομάδα.

Εξασφαλίζεται η συμφωνία στο εσωτερικό της επιχείρησης.

Τίθενται υψηλά πρότυπα απόδοσης και παράλληλα υποβοηθούνται οι υφιστάμενοι να το φθάσουν.

Σεβασμός προς τους υφισταμένους.

Ανάπτυξη πρωτοβουλίας.

Ψυχολογική ικανοποίηση των εργαζομένων.

Πνεύμα ισοτιμίας και ελεύθερου διαλόγου.

Επικοινωνία άνετη και χωρίς προκατάληψη.

Ενθαρρύνονται τα ανοιχτά μυαλά και η ευθύτητα.

Ειλικρίνεια από και προς όλους.

Αυξημένο ηθικό.

Όλοι συμμετέχουν ενεργά στα προβλήματα και στην επιλύση τους.

Αποτελεσματική συζήτηση.

Λεπτοί χειρισμοί σε κάθε θέμα.

Ευημερία-σχέσεις εμπιστοσύνης.

Δικαίωμα γνώμης-απόφασης για όλους.

Αποφυγή παραγωγικότητας.

Σωστές ανθρώπινες σχέσεις.

Δημοκρατία στους κόλπους της επιχείρησης.

Αποτελεσματική χρησιμοποίηση των ανθρώπινων δυνάμεων στην επιχείρηση.

Χρησιμοποίηση των γνώσεων και των επιδεξιοτήτων κάθε εργαζομένου.

Κατανόηση και όχι αυταρχική αντιμετώπιση σε λάθη-παράπονα-προβλήματα που παρουσιάζονται.

Συνεχής διάλογος.

Εκφράζονται όλοι ανοιχτά και ελεύθερα.

Με ανοικτό μυαλό και ευθύτητα ο προϊστάμενος ενθαρρύνει ανάλογες αξίες των υφισταμένων.

Οι υφισταμένοι και οι προϊστάμενοι συνεργάζονται με ανοιχτά χαρτιά.

Έτσι οι εντάσεις που μπορούν να εξελιχθούν σε εχθρικά συναισθήματα, δυαλώνονται.

Γνώση και συνεισφορά όλων.

4. Ποιές από τις παρακάτω (δύο) φράσεις θα λέγατε ότι ταιριάζει περισσότερο στη μέθοδο η τακτική που ακολουθείται στην δική σας επιχείρηση σχετικά με την εσωτερική επικοινωνία των στελεχών της;

1) Η επικοινωνία είναι μονόπλευρη από την κορυφή προς τη βάση με μορφή διαταγών.	0
2) Η επικοινωνία στηρίζεται σε τακτικές συναντήσεις, σημειώματα κ.λ.π.	6
3) Η επικοινωνία στηρίζεται σε φιλικές συναντήσεις ανεπίσημες συζητήσεις κλπ	11
4) Η επικοινωνία είναι ανοικτή ειλικρινής και ελεύθερη.	28
5) Με την εσωτερική επικοινωνία επιτυγχάνεται το πέρασμα μηνυμάτων θέσπιση στόχων κ.λ.π.	12
6) Η σωστή επικοινωνία επηρεάζει θετικά την ψυχολογία και την αποδοτικότητα των υπαλλήλων.	17

Στις 50 επιχειρήσεις που ρωτήθηκαν:

α) 28 επιχειρήσεις υποστήριξαν ότι η επικοινωνία στο εσωτερικό της επιχείρησής τους είναι ανοικτή, ειλικρινής και ελεύθερη μεταξύ προϊσταμένων και υφισταμένων.

Το ανοικτό μυαλό και η ευθύτητα του προϊσταμένου ενθαρρύνουν ανάλογες αξίες των υφισταμένων. Η μορφή αυτή επικοινωνίας που αν πραγματικά ισχύει έχει πολύ υψηλό επίπεδο ποιότητας και προωθεί την αίσθηση ότι "όλοι κερδίζουν".

β) 17 επιχειρήσεις υποστηρίζουν ότι η επικοινωνία στο εσωτερικό της επιχείρησής τους έτσι όπως ασκείται επηρεάζει θετικά την ψυχολογία και την αποδοτικότητα των υπαλλήλων.

Οι εργαζόμενοι επιθυμούν να μετέχουν στη δραστηριότητα της επιχείρησης στην οποία ανήκουν. Το αίτημα αυτό επιβάλλει οι σχέσεις μεταξύ εργοδτών και εργαζομένων να χαρακτηρίζονται από αμοιβαία εκτίμηση και κατανόηση από πίστη και ενεργό συνεργασία και από αφοσίωση σε κάτι που από κοινού ανέλαβαν.

Οι εργοδότες παρακολουθούν και ενδιαφέρονται για τους εργαζόμενους μέσα και έξω από το χώρο και χρόνο εργασίας και αυτό δημιουργεί τις κατάλληλες προϋποθέσεις ψυχικής διασύνδεσης. Η ψυχική αυτή ενότητα δημιουργεί προσωπικό ευχαριστημένο, ψυχικά συντονισμένο και αφοσιωμένο, που ανταποδίδει αυθόρμητα σε παραγωγικό έργο.

Η επίδειξη αληθινού ενδιαφέροντος από μέρους των εργοδοτών για τους εργαζόμενους δημιουργεί με τον τρόπο αυτό ισχυρούς συναισθηματικούς δεσμούς. Οι δεσμοί αυτοί αποβαίνουν σε όφελος και των δύο παραγόντων.

Η αναγνώριση και η επιβράβευση της προσπάθειας που καταβάλλει ο εργαζόμενος τον βοηθά να πλησιάσει ψυχικά περισσότερο τον προϊστάμενο, η εργοδότης που εμπρακτα

αποδεικνύει ότι γνωρίζει να κρίνει και να ανταμείβει. Η αναγνώριση αυτή που εκφράζεται με ηθικές και υλικές αμοιβές ικανοποιεί τον εργαζόμενο που βλέπει ότι η προσφορά του προς όφελος τους εργασιακού συνόλου παρακολουθείται, αξιολογείται και επιβραβεύεται.

Στις ηθικές και ψυχολογικές συνθήκες λοιπόν, περιλαμβάνονται τα στοιχεία εκείνα που συντελούν στην ανάπτυξη του ηθικού της συμμετοχής στην εργασιακή ομάδα κοινωνικοί παράγοντες (κοινωνικές σχέσεις), ηγεσία (οργανική λειτουργία του οργανισμού), επικοινωνία (που οδηγεί στην ομαδοποίηση των ατομικών στόχων), αναγνώριση παρεχόμενου έργου, αυτονομία, έλεγχος και συμμετοχή που αναπτύσσει το αίσθημα της συμμετοχής. Οι καλές συνθήκες εργασίας βοηθούν λοιπόν τον εργαζόμενο να πλησιάσει, ψυχικά περισσότερο τον σε πλατιά έννοια χώρο εργασία, να βρίσκει ικανοποίηση από την δουλειά του και να δένεται συναισθηματικά μ'αυτόν και τους συναδέλφους του.

γ) 12 εκ των επιχειρήσεων τόνισαν την σημασία που έχει στην εσωτερική επικοινωνία το πέρασμα μηνυμάτων, θέσπιση στόχων, κ.λ.π.

Με την χρησιμοποίηση των μεθόδων επικοινωνίας η διοίκηση επιδιώκει να περάσει τα μηνύματα, τις απόψεις τους στόχους, την όλη πολιτική της επιχείρησης στους εργαζομένους.

Γι'αυτό η επικοινωνία βοηθά, τον εργαζόμενο να αντιληφθεί το πνεύμα και τις προθέσεις της Διοίκησης. Συντελεί έτσι στο να αποφεύγονται καθυστερήσεις ή λάθη οφειλόμενο σε παρερμηνείες και ταυτόχρονα καθοδηγεί προς τις ορθές ενέργειες δράσεις.

δ) 11 εκ των επιχειρήσεων τόνισαν την σημασία που έχει η επικοινωνία όταν στηρίζεται σε φιλικές συναντήσεις και

ανεπίσημες συζητήσεις. Αυτού του είδους η επικοινωνία θεωρείται η καρδιά των καλών σχέσεων.

Διαμορφώνεται ατμόσφαιρα ζεστασιάς και συμπάθειας ωστόσο συναντιέται περισσότερο σε μικρές Βιοτεχνίες παρά σε μεγάλα εργοστάσια, πολυκαταστήματα κ.λ.π.

Προϊστάμενοι και υφιστάμενοι μπορούν και συναντιούνται οπουδήποτε και οποτεδήποτε και μιλούν ελεύθερα και ανεπίσημα.

Με φιλικές συνομιλίες διαβεβαιώνεται αν όλα πάνε καλά ή όχι και αν όχι, ποιά τα προβλήματα.

Ωστόσο αυτή η επικοινωνία που βασίζεται στην ανεπίσημη συζήτηση από την πλευρά της διοίκησης είναι πιθανό αντί να λύσει προβλήματα, να δώσει κατευθύνσεις, να αντιμετωπίσει κρίσιμες καταστάσεις, απεναντίας να δημιουργήσει μία ανέμελη κατάσταση μη ελεγχόμενη.

ε) 6 εκ των επιχειρήσεων απάντησαν πως η επικοινωνία στο εσωτερικό της επιχείρησης τους βασίζεται σε τακτικές συναντήσεις, συζητήσεις, σημειώματα, ειδικές εκδόσεις κ.λ.π.

Οι συναντήσεις αυτές (ιδιωτικές συνελεύσεις ενημερωτικές συγκεντρώσεις) γίνονται στο εσωτερικό της επιχείρησης με τους παράγοντες που την αποτελούν (προσωπικό-μετόχους-αντιπροσώπους) και σκοπό έχουν την αλληλογνωριμία, την από κοινού μελέτη, διαφόρων προβλημάτων, την εξέταση τυχόν διαφωνιών και γενικά την ανάπτυξη πνεύματος επικοινωνιακής συνεργασίας προς επίτευξη των κοινών στόχων.

Γιά την επιτυχία των συναντήσεων και κατά συνέπεια συζητήσεων αυτών χρειάζεται να υπάρχει πνεύμα ισοτιμίας και ελεύθερου διαλόγου.

Επίσης εξίσου σημαντικοί τρόποι επικοινωνίας είναι και οι διάφορες εκδόσεις (ενημερωτικά φυλλάδια, σημειώματα, περιοδικό

της επιχειρήσης). Σκοπός των εκδόσεων αυτών είναι πληροφοριακός και κατατοπιστικός και οι στόχοι τους συγκεκριμένοι: η κατανόηση και η τελική καταξίωση του έργου της επιχείρησης που τις εκδίδει.

Με τις εκδόσεις αυτές επιτυγχάνεται η ανάπτυξη και η εδραίωση των σχέσεων μέσα στην κάθε επιχείρηση και εξυπηρετείται η αρχή της ελευθερίας και της αντικειμενικής πληροφόρησης.

στ) Σε καμία από τις επιχειρήσεις δεν ακολουθείται η επικοινωνία η μονόπλευρή, από την κορυφή προς την βάση, με την μορφή διαταγών. Η προσέγγιση αυτή είναι σκληρή και βασίζεται σε εξουσία-υπακοή. Οι προϊστάμενοι γενικά οι διοικούντες επιβάλλουν τη θελήσή τους, ενώ οι υφιστάμενοι είναι εργαλεία παραγωγής. Δεν είναι άνθρωποι που πρέπει να κληθούν να σκεφθούν, να αισθάνονται, να δημιουργήσουν ή να δώσουν νέες ιδέες.

5. Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους νομίζετε ότι αντιμετωπίζεται μιά κρίσιμη κατάσταση στο εσωτερικό μιάς επιχείρησης.

Με αμοιβαίες υποχωρήσεις	0
με συμβιβασμό	0
με συνεργασία	25
με ανοικτή και ειλικρινή επικοινωνία	25
με πιέσεις	0
με απειλή τιμωριών	0

Ποσοστό 50% των επιχειρήσεων πιστεύουν ότι μία κρίσιμη κατάσταση αντιμετωπίζεται με συνεργασία.

Ποσοστό 50% των επιχειρήσεων πιστεύουν ότι μία κρίσιμη κατάσταση αντιμετωπίζεται με ανοικτή και ειλικρινή επικοινωνία.

Ωστόσο θεωρούμε πως αν είχαμε ζητήσει από τις επιχειρήσεις να απαντήσουν σε δύο από τα παραπάνω ερωτήματα, θα είχαν διαλέξει τις δύο αυτές απαντήσεις, δεδομένο ότι είναι ταυτόσημες, συναφείς έτσι και εμείς θα την θεωρήσουμε ως μία στην παρακάτω ανάλυση που θα κάνουμε.

Σε μία κρίσιμη κατάσταση ο προϊστάμενος ή τα ανώτατα κλιμάκια γενικότερα θα ζητήσουν τη βοήθεια των υφισταμένων για να καθορισθεί και να λυθεί το πρόβλημα, βασιζόμενοι σε γεγονότα, δεδομένα και λογική. Θα χρησιμοποιηθούν όλοι οι διαθέσιμοι ανθρώπινοι πόροι για να δοθεί λύση.

Έτσι όλοι θα κατανοήσουν ποιό είναι το πρόβλημα.

Αν ο αρχικός ορισμός που συνθέτει την κρισιμότητα της κατάστασης που δίνουν οι προϊστάμενοι συμφωνεί με το τι πιστεύουν οι υφισταμένοι τότε μπορούν να συμφωνήσουν για την ενέργεια που θα ακολουθήσουν. Αν όχι θα συζητηθούν όλες οι αντίθετες απόψεις και θα επιλεγεί πάλι η αποτελεσματικότερη.

Βλέπουμε ότι όλοι αποκτούν, μέσω της συνεργασίας αυθεντική γνώση του προβλήματος, κατανοούν τα γεγονότα και τα δεδομένα και καταλαβαίνουν ποιά λύση είναι πιθανό να έχει τα καλύτερα αποτελέσματα. Με την γνώση και την συνεισφορά εκφράζονται όλοι ανοικτά για να επέλθει η καλύτερη λύση.

Η επικοινωνία αυτή έχει υψηλό επίπεδο ποιότητας.

Ο προϊστάμενος ή γενικά τα ανώτερα στελέχη είναι ειλικρινή και δεν κρύβουν τίποτε, οι υφισταμένοι ξέρουν ότι η ειλικρίνεια από μέρους τους είναι ευπρόσδεκτη και έτσι χρησιμοποιείται

εποικοδομητικά. Τα μέλη της ομάδας συμμετέχουν στη λύση του προβλήματος, η λύση είναι γνήσια και δεσμεύονται για την εφαρμογή της. οι υφιστάμενοι συσκέπτονται με τον προϊστάμενό τους για το ποιοί στόχοι είναι σημαντικό να επιτευχθούν. Υπάρχει συμμετοχή στο πρόβλημα και οι συμμετέχοντες δεσμεύονται ανοικτά και με ειλικρίνεια για την τακτική που θα ακολουθεί για να επιτευχθούν οι στόχοι.

Με αυτού του είδους την επικοινωνία την ανοικτή, ειλικρινή και ελεύθερη ανάμεσα στον προϊστάμενο και τον υφιστάμενο αντιμετωπίζονται οι κρίσιμες καταστάσεις.

6. Πόσο σημαντική θεωρείται την επικοινωνία της επιχείρησής σας με το ευρύτερο κοινό, την κοινή γνώμη.

Πολύ σημαντική	50
Αρκετά σημαντική	0
Λίγο σημαντική	0
Καθόλου σημαντική	0

Ποσοστό 100% της επιχειρήσεως απάντησαν:

Είναι πολύ σημαντική η συνεχή επικοινωνία της επιχείρησης με την κοινή γνώμη.

Η ενημέρωση της κοινής γνώμης δεν αποσκοπεί μόνο στην ανάπτυξη καλών σχέσεων μεταξύ της επιχείρησης και αυτή, αλλά έχει ως προοπτική οι σχέσεις αυτές να εξελιχθούν σε σταθερές, σε εποικοδομητές και για τις δύο πλευρές. Η ανάπτυξη σχέσεων και η αποδοχή του έργου της επιχείρησης από την κοινή γνώμη αποτελεί σοβαρό ενισχυτικό παράγοντα και δημιουργεί τις κατάλληλες

προϋποθέσεις για την διεκπεραίωση του έργου που επιτελεί η επιχείρηση.

Επιπλέον η αναγνώριση της κοινής γνώμης βοηθά στην αύξηση του γοήτρου και του κύρους της επιχείρησης, στοιχεία που με τη σειρά τους δημιουργούν την καλή "εικόνα", για την επιχείρηση.

Η επικοινωνία μέσω της οποίας αναπτύσσονται αγαθές σχέσεις μεταξύ κοινή γνώμης και επιχείρησης, συντελεί στην καταπολέμηση των αρνητικών αντικινήτρων που μπορεί να υφίστανται και από τις δύο πλευρές και στη δημιουργία προϋποθέσεων αρμονικής συνεργασίας. Οι σχέσεις αυτές όταν διαμορφώνονται έτσι βοηθούν στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

Οι επιχειρήσεις όταν δραστηριοποιούνται μέσα σε κλίμα σύμπλευσης με την κοινή γνώμη, διαθέτουν μεγαλύτερη δύναμη και περισσότερες δυνατότητες επίτευξης των σκοπών τους. Η συμπαράσταση της κοινής γνώμης βοηθά στην υπερπήδηση με μεγάλη ευκολία των εμποδίων που παρουσιάζονται μέσα σε κάθε επιχείρηση.

Η δημιουργία του κατάλληλο κλίματος αναγνώρισης και αποδοχής από μέρους της κοινής γνώμης βοηθά στην επίτευξη των στόχων των επιχειρήσεων με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

7. Ποιές από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται για την επικοινωνία της επιχειρησής σας με το ευρύτερο κοινό, ποιά από όλες θεωρείται την πιο αποτελεσματική και γιατί;

Προσωπική επαφή	42%
Διαφήμιση στην τηλεόραση	14%
Διαφήμιση στο ραδιόφωνο	11%
Διαφήμιση στον ημερήσιο τύπο	3%
Διαφήμιση στον περιοδικό τύπο	5%
Διαφήμιση στον ειδικό τύπο	6%
Κοινωνικές εκδηλώσεις	6%
Φιλανθρωπικές δραστηριότητες	4%
Άλλο (τι);	οργανώνουμε προγραμματισμένες επισκεψεις διάφορες εκδόσεις επιδείξεις 9%

α) Σε ποσοστό 42% των απαντήσεων που δόθηκαν θεωρείται σημαντικό μέσο επικοινωνίας η προσωπική επαφή.

Η πρόσωπο με πρόσωπο επαφή σκοπό έχει να προβάλλει τα προϊόντα στο κοινό και να δημιουργήσει τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την διάδοση και καταναλωσή του.

Ο καταναλωτής κατατοπίζεται υποβοηθείται στην επιλογή των προσφερόμενων αγαθών.

Η πρόσωπο με πρόσωπο επαφή προσπαθεί και αυτή να επηρεάσει περισσότερο την ψυχολογία και τον συναισθηματικό κόσμο των καταναλωτών και λιγότερο δε βάσει ορθολογικών αποδείξεων την λογική του. Δημιουργεί εϋνοϊκή "εικόνα" του προϊόντος, επιδιώκοντας να ωθήσει προς το προϊόν και τα σημεία πωλησεώς του, όσους περισσότερους είναι δυνατόν πιθανούς αγροαστές. Κύριος σκοπός, να τους πείσει ότι έχει περισσότερα πλεονεκτήματα ανεξάρτητα από την ορθότητα αυτού ή όχι, καθώς τέλος και να τους υποκινήσει να αγοράσουν. Καθώς επίσης και να καταφέρουν οι επιχειρήσεις με αυτό το μέσο επικοινωνίας να θέσουν κάτω από τον έλεγχό τους τις προτιμήσεις των καταναλωτών, άσχετα από το αν τους εξαπατούν ή όχι.

Σε ποσοστό 14% των απαντήσεων που δόθηκαν θεωρείται σημαντικό μέσο η τηλεόραση.

β) Η τηλεόραση επηρεάζει βαθύτερα τις ψυχές των τηλεθεατών και μετατρέπει την τεχνική επινόηση σε ψυχική φόρτιση. Δημιουργεί νέες ανάγκες (μερικές φορές και ανύπαρκτες στην πραγματικότητα ή για προϊόντα δευτερεύουσας σημασίας).

Μέσω της αγοραστικής επιρροής που ασκεί η τηλεόραση, εξασφαλίζεται ένας τεράστιος και σταθερός όγκος πωλήσεων, ο οποίος επιτρέπει την μαζική παραγωγή και διάθεση, από την πλευρά των επιχειρήσεων.

Σε ποσοστό 11% των απαντήσεων που δόθηκαν θεωρείται αποτελεσματικό μέσο επικοινωνίας το ραδιόφωνο.

γ) Πέρνουμε τα μηνύματα τα καταναλωτικά, μέσω ραδιοφώνου ακόμα και αν ασχολούμαστε με κάτι άλλο (στο σπίτι, στο χώρο εργασίας, στο αυτοκίνητο). Διαθέτει το πλεονέκτημα της

προσωπικής προσέγγισης του ατόμου ακροατή, με την επενέργεια του ακουστικού παράγοντα ο οποίος συντελεί στην υποβολή του μεταδιδόμενου θέματος. Μεταφέρεται παντού, λειτουργεί όλες τις ώρες της μέρας και της νύκτας.

Σε ποσοστό 3% των απαντήσεων που δόθηκαν θεωρείται αποτελεσματική η επικοινωνία, που ασκείται μέσω του ημερησίου τύπου.

δ) Ο ημερήσιος τύπος έχει το πλεονέκτημα ότι διαβάζεται παντού, σε ώρα που επιλέγει ο ίδιος ο αναγνώστης. Και επηρεάζει και αυτός με την σειρά του την διαμόρφωση στάσεων απέναντι σε προϊόντα και γενικά είδη καταναλωτικά.

Σε ποσοστό 5% των απαντήσεων που δόθηκαν χρησιμοποιείται σαν μέσο επικοινωνίας ο περιοδικός τύπος.

ε) Μπορεί κάθε επιχείρηση να επιλέξει ανάμεσα σε δεκάδες περιοδικά που κυκλοφορούν στην αγορά για να διαφημισθεί για να προωθήσει τις πωλήσεις της. Τα περιοδικά έχουν μεγάλη χρονική διάρκεια και ο καθένας τα διαβάσει οπουδήποτε και οποτεδήποτε ακόμα και τυχαία μετά την παρέλευση αρκετού χρονικού διαστήματος.

Σε ποσοστό 6% των απαντήσεων που δόθηκαν χρησιμοποιείται ο ειδικός τύπος για να επικοινωνήσει η επιχείρηση με πελάτες, μεσάζοντες, άλλες εταιρείες κ.λ.π.

στ) Είναι τα ειδικευμένα περιοδικά που ασχολούνται με έναν συγκεκριμένο κλάδο π.χ. ποτοποιία ή αρτοποιηχανία κ.λ.π. Τα δημοσιεύματα με το κύρος της γνώμης των ειδικών, αποτελούν παράγοντα υπεύθυνης πληροφόρησης και διαμόρφωσης γνώμης. Αποτελούν μόνιμη πηγή πληροφόρησης για τον κλάδο επιχειρήσεων τον οποίο καλύπτει. Απευθύνεται σε ειδικευμένους και άμεσα ενδιαφερόμενους αναγνώστες οι οποίοι μέσω της

ανάγνωσης που είναι ενδιαφέρουσα καταφέρνουν να καλύψουν προσωπικές ανάγκες. Ως μέσο επικοινωνίας ωστόσο δεν υποστηρίζεται όσο θα έπρεπε από τις εταιρίες, τα πρόσωπα, τους θεσμούς και κάθε κλάδου επιχειρήσεων.

Σε ποσοστό 6% των απαντήσεων οι επιχειρήσεις ασχολούνται με κοινωνικές εκδηλώσεις και σε ποσοστό 4% των απαντήσεων οι επιχειρήσεις ασχολούνται με φιλανθρωπικές δραστηριότητες.

ζ) Και στις δύο περιπτώσεις με την μορφή της χορηγίας επιδιώκεται η δημιουργία και εδραίωση της ευνοϊκής εικόνας στο ευρύτερο κοινό, και ενός αυξημένου κύρους, ως και η ευρύτερη προβολή, αναγνώριση και κοινωνική αποδοχή της επιχείρησης. Με την χορηγία είτε μέσω κοινωνικών εκδηλώσεων, είτε φιλανθρωπικών δραστηριοτήτων δεν επιδιώκεται η άμεση αύξηση των πωλήσεων, απλά δημιουργείται και ενδυναμώνεται η εικόνα και το κύρος του χορηγού.

Αφήνουμε ένα ποσοστό 9% να χρησιμοποιούνται και άλλες εξίσου αποτελεσματικές μέθοδοι επικοινωνίας των επιχειρήσεων με το κοινό.

η) Μία πρώτη όπως ήδη αναφέρθηκε είναι η οργάνωση προγραμματισμένων επισκέψεων. (Π.χ. μία επιχείρηση καλεί ομάδες κοινού, να επισκεφθούν τις εγκαταστάσεις της, με δική της πρωτοβουλία σε μία προσπάθεια το κοινό να έρθει σε επαφή με την επιχείρηση και να φύγει με καλή εντύπωση). Με τις επάφες αυτές επιτυγχάνονται τα αποτελέσματα της δυναμικής προσωπικής επικοινωνίας, δεδομένου ότι αναπτύσσεται απευθείας επικοινωνία, χωρίς τις δυσχέρειες που γενικά υφίστανται σε άλλους τρόπους επικοινωνίας με το κοινό. Μία δεύτερη είναι οι διάφορες εκδόσεις στις οποίες συγκαταλέγονται κάθε είδους απολογισμού, ενημερωτικά φυλλάδια για διάφορα θέματα κ.λ.π. που απευθύνονται

σε γενικές ομάδες κοινού και αναφέρονται γενικά στην δραστηριότητα της επιχείρησης.

Τέλος μία εξίσου σημαντική μέθοδος επικοινωνίας της επιχείρησης με το κοινό όπως αναφέρθηκε είναι οι εκθέσεις και οι επιδείξεις. Είναι η προβολή σε δημόσιο χώρο των προϊόντων μίας επιχείρησης. Το ουδέτετο έδαφος της έκθεσης επιτρέπει την άνετη και χωρίς προκατάληψη επικοινωνία μεταξύ εκθετών και επισκεπτών. Αυξάνεται έτσι η δυνατότητα διεύρυνσης του πελατολογίου του εκθέτη και της αύξησης των πωλήσεων με συμφωνίες που κλείνονται επί τόπου.

Επιτυγχάνεται έτσι η άμεση επικοινωνία σε ελάχιστο χρόνο και σε μικρό χώρο.

8. Η επιχειρησή σας έχει αναπτύξει ιδιαίτερη επικοινωνία με διάφορες ομάδες όπως:

Επιστημονικούς συλλόγους	3
Εργατικές οργανώσεις	14
Μέτοχοι	8
Δημόσια Διοίκηση	
Πελάτες	47
Ανταγωνιστές	

Σε ποσοστό 72 απαντήσεων στις 50 επιχειρήσεις που ρωτήθηκαν:

α) Ποσοστό 47 επιχειρήσεων ενδιαφέρονται να αναπτύσουν ιδιαίτερη επικοινωνία με τους πελάτες. Γι'αυτό χρησιμοποιούν

πολλαπλά μέσα επικοινωνίας για να επικοινωνήσουν με το κοινό, οι επιχειρήσεις. Ικανά να παρακινήσουν και να πείσουν τους καταναλωτές. Επίσης επικοινωνούν συνεχώς με οργανώσεις καταναλωτών και άλλα σωματεία και οργανισμούς και τους ενημερώνουν συνεχώς για τα προϊόντα τις αλλαγές και ότι τυχόν εξελίξεις πραγματοποιούνται στις επιχειρήσεις τους. Παρακολουθούνται οι διαθέσεις και αντιδράσεις της κοινής γνώμης, και προτείνονται αλλαγές στις παρεχόμενες υπηρεσίες, τη δημιουργία νέων προϊόντων, αλλαγές στην εξυπηρέτηση.

β) Ποσοστό 8 επιχειρήσεων ενδιαφέρεται για την ανάπτυξη σχέσεων επικοινωνίας με τους μετόχους. Έτσι εκδίδονται ειδικά έντυπα για τους μετόχους, καθώς και έντυπα που αφορούν τον ετήσιο απολογισμό.

Οργανώνουν επισκεψεις των μετόχων στις εγκαταστάσεις των επιχειρήσεων. Οργανώνουν συνελεύσεις μετόχων.

Ενημερώνουν τους μετόχους συνεχών για τα νέα προϊόντα και τις μεθόδους. Αποστέλουν εγκύκλιους με οικονομικές και άλλες πληροφορίες.

γ) Ποσοστό 3 επιχειρήσεων αναπτύσσουν ιδιαίτερη επικοινωνία με επιστημονικούς συλλόγους που σημαίνει ενημέρωση όσο αφορά την επιστημονική πρόοδο του τομέα που καλύπτει κάθε επιχείρηση. Αποτελούν σημαντική πηγή ενημέρωσης για τις έρευνες, τις μελέτες, τις δημοσιεύσεις που γίνονται.

δ) Ποσοστό 14 επιχειρήσεων ενδιαφέρονται να επικοινωνήσουν, να έχουν συνεχή επαφή με τις εργατικές οργανώσεις και τα συνδικαλιστικά όργανα. Με την συνεχή ενημέρωση της επιχείρησης είναι δυνατό να αποφευχθούν ή να μειωθούν τα εργατικά προβλήματα οι απεργιακές ή άλλου είδους

κινητοποιήσεις και να εξασφαλισθούν πιο ρεαλιστικοί όροι εργασίας.

ε) Καμία επιχείρηση δεν έδειξε ενδιαφέρον στην επικοινωνία με την δημόσια διοίκηση. Στη συνεργασία με τα διάφορα αρμόδια υπουργεία και δημόσιες υπηρεσίες και την ενημέρωση για θέματα που αφορούν τον κλάδο της. Καμία δεν έδειξε ενδιαφέρον όσο αφορά την επικοινωνία με την βουλή για την προώθηση θεμάτων και την ενημέρωση σχετικά με παρόντα ή μελλοντικά διατάγματα και νόμους. Όπως επίσης και για την συμμετοχή σε κρατικές εκδηλώσεις.

Ωστόσο εμείς πιστεύουμε ότι οι επιχειρήσεις εν μέρει ενδιαφέρονται να συνεργασθούν και με αυτόν τον τομέα, και να επικοινωνήσουν.

στ) Ποσοστό επιχειρήσεων αρνούνται την επικοινωνία με τους ανταγωνιστές, οργανώνουν ειδικά προγράμματα για την βελτίωση της γενικής εικόνας του επιχειρηματικού επαγγελματικού, επιστημονικού κλάδου, της επχειρήσής τους κάθε μία από αυτές, σε σχέση με τους ανταγωνιστές αλλά ποτέ σε συνεργασία μ'αυτούς.

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

	Σελίδες
Εισαγωγή: Η επικοινωνία στις επιχειρήσεις	2-6
Διαδικασίες Επικοινωνίας	6-7
Σκοποί της Επικοινωνίας	7-8
Πως λειτουργεί η επικοινωνία;	8-11
Είδη επικοινωνίας και λειτουργίες διαδικασίας επικοινωνίας	
α) Επικοινωνία πληροφόρησης	
11-12	
β) Συνενωτική Επικοινωνία	12-13
γ) Επικοινωνία Παρακίνησης:	
1) Επικοινωνία εντολών	13-14
2) Επικοινωνία πειθούς	14
δ) Επικοινωνία Αποφάσεων	14-15
Μέθοδοι επικοινωνίας:	
1) προς τα κάτω	
2) προς τα επάνω	
3) οριζόντια	15-19
Άτυπη ή Ανεπίσημη Επικοινωνία και διαδόσεις	19-20
Μέσα επικοινωνίας με τους εργαζομένους	
1) Προς τα κάτω	
2) Προς τα επάνω	
3) Οριζόντια	20-21
Αποτελεσματικότητα Επικοινωνίας	23-24
Μαζική Επικοινωνία	24-30
Επικοινωνία και περιβάλλον	30-34
Τρόποι επικοινωνίας και μέσα	34-37
Διαφήμιση	37-39

Σχέσεις μεταξύ Δημοσίων Σχέσεων και Διαφήμισης	39-40
Προσωπική Πώληση	40-41
Επιχειρησιακή Ομαδική Επικοινωνία	41-43
Εχθρικά Συναισθήματα	43-44
Αξιολόγηση Απόδοσης	44
Κατευθύνσεις	45
Τα λάθη	45-47
Δίκτυα επικοινωνίας των ομάδων	47-48
Επικοινωνία	48-49
Παραδείγματα επικοινωνίας	50-55
Υπηρεσιακός διάλογος	56-59
Παρουσίαση 50 επιχειρήσεων με μία σειρά ερωτήσεων και απαντήσεων (χωρίς αρίθμηση)	
Αξιολόγηση και τεκμηρίωση των απαντήσεων που δώθηκαν	61-84

