

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ  
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΜΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗ  
(ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ ΤΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ, ΕΚΤΟΣ ΤΗΣ  
ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΠΑΤΡΩΝ) ΜΕΣΩ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ  
ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ.  
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΥ  
ΕΠΙΘΥΜΟΥΝ ΝΑ ΕΧΕΙ Ο ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΣ ΑΝΑ  
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΘΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:

ΑΡΜΕΝΙΑΚΟΥ ΧΡΙΣΤΙΝΑ

ΛΕΝΑ ΒΙΟΛΕΤΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΥ ΧΡΥΣΑΝΘΗ

ΠΑΤΡΑ, 2007

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>ΠΡΟΛΟΓΟΣ:</b> .....	3
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ</b> .....	4
1.1. Η έρευνα αγοράς σαν δημιουργική λειτουργία.....	4
1.2. Προσέγγιση λογικής ροής.....	5
1.3. Διαμόρφωση ερωτήσεων που θα απαντηθούν.....	8
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΙ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ</b> ....	9
2.1. Οι δευτερογενείς πηγές των πρωτόγονων πηγών στοιχείων.....	9
2.2. Πλεονεκτήματα των δευτερογενών στοιχείων.....	10
2.3. Προσδιορισμός & ορισμός των πηγών πρωτογενών στοιχείων.....	13
2.3.1. Προγραμματισμός του ερευνητικού έργου.....	14
2.3.2. Προσδιορίζοντας την φύση του ερευνητικού έργου αγοράς.....	14
2.3.3. Η φύση των κινδύνων.....	15
2.3.4. Ταξινόμηση τυπικών λαθών στην έρευνα αγοράς.....	16
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Επιλογή της κατάλληλης τεχνικής συλλογής στοιχείων- Επιλογή του αποκρινόμενου</b> .....	18
3.1. Παρατήρηση έναντι της επισκόπησης.....	18
3.2. Επιλέγοντας την κατάλληλη τεχνική επισκόπησης.....	21
3.3. Επιλογή των αποκρινόμενων στην έρευνα.....	29
3.3.1. Σχεδιασμός της επιλογής των αποκρινόμενων.....	29
3.4. Ορισμός του συνόλου του πληθυσμού.....	29
3.4.1. Επιλέγοντας ανάμεσα σε μία απογραφή ή ένα δείγμα.....	30
3.5. Η τυχαία έναντι της μη τυχαιάς δειγματοληψίας.....	32
3.5.1. Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της τυχαιάς δειγματοληψίας.....	33
3.5.2. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της μη τυχαιάς δειγματοληψίας...34	34
3.6. Επιλογή της μεθόδου δειγματοληψίας.....	35
3.6.1. Τεχνικές τυχαιάς δειγματοληψίας – Απλή τυχαία δειγματοληψία, Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα.....	36
3.6.2. Στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία, Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα.....	36
3.6.3. Συστηματική δειγματοληψία.....	38
3.6.4. Τμηματική δειγματοληψία.....	39
3.7. Τεχνικές μη τυχαιάς δειγματοληψίας – Εύκολη δειγματοληψία.....	40
3.7.1. Προτεινόμενη δειγματοληψία.....	41
3.7.2. Αναλογική δειγματοληψία.....	42

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Επιλογή δειγματοληψίας</b> .....	45
4.1. Οδηγίες.....	46
4.2. Ακολουθία.....	47
4.3. Μελετώντας κάθε ερώτηση.....	47
4.3.1. Προβλήματα Συνεργασίας σε μια Τηλεφωνική Συνέντευξη.....	51
4.3.2. Προβλήματα Συνεργασίας με τα Ταχυδρομικά Ερωτηματολόγια.....	52
4.4. Σύνταξη ερωτηματολογίου.....	52
4.5. Τελική σύνταξη του ερωτηματολογίου.....	60
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Σκοπός της μελέτης</b> .....	67
5.1. Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων για την θέση της Γραμματέας.....	74
5.2. Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων για την θέση του λογιστή.....	85
5.3. Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων για την θέση του Οικονομολόγου.....	97
5.4. Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων για την θέση του χειριστή Η/Υ.....	107
5.5. Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων για την θέση της υπαλλήλου Δ.Ε.....	118
5.6. Γενική ανάλυση & σχολιασμός των αποτελεσμάτων.....	129
5.6.1. Οι δραστηριότητες που καλύπτουν τις αντίστοιχες θέσεις εργασίας σε κάθε επιχείρηση, ανάλογα με το μορφωτικό επίπεδο.....	129
5.6.2. Οι ηλικιακές προτιμήσεις των επιχειρήσεων για τις αντίστοιχες Δραστηριότητες.....	130
5.6.3. Οι δραστηριότητες που μας ενδιαφέρουν σε σχέση με την επαγγελματική επιμόρφωση που απαιτείται να διαθέτει ο υποψήφιος.....	131
5.6.4. Οι δραστηριότητες σε συσχέτισμό με την επιθυμητή προϋπηρεσία των υποψηφίων.....	132
5.6.5. Οι δραστηριότητες αναφορικά με την εντοπιότητα των υποψηφίων.....	134
5.6.6. Οι επιχειρήσεις σε σχέση με την ικανότητα χειρισμού εφαρμογών Πληροφορικής.....	135
5.6.7. Οι επιχειρήσεις σε σχέση με την οικογενειακή κατάσταση των Υποψηφίων.....	137
5.6.8. Οι δραστηριότητες σε σχέση με το αν οι υποψήφιοι πρέπει να κατέχουν μεταπτυχιακό τίτλο.....	138
<b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ</b> .....	140
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	141

## **ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

Τα στελέχη των επιχειρήσεων είναι επιφορτισμένα με την λήψη αποφάσεων. Η ποιότητα όμως, των αποφάσεων που παίρνουν τα διοικητικά στελέχη από τις πληροφορίες που διαθέτουν. Για να ελαχιστοποιηθεί δε ο κίνδυνος λήψης των αποφάσεων, οι σχετικές πληροφορίες πρέπει να διατίθενται έγκαιρα, με ακρίβεια και αξιοπιστία.

Το πεδίο της έρευνας αγοράς χαρακτηρίζεται από δυσκολία και πολυπλοκότητα. Περιλαμβάνει ένα σημαντικό αριθμό αποφάσεων που πρέπει να ληφθούν σχετικά με τις τεχνικές και τις μεθόδους οι οποίες θα χρησιμοποιηθούν για την επίλυση ενός βοηθητικού και κατ' επέκταση ερευνητικού προβλήματος.

Ο σκοπός λοιπόν της ερευνάς μας είναι να παράσχει ένα θεωρητικό πλαίσιο συνοδευμένο και από τις απαραίτητες πρακτικές προσεγγίσεις, ώστε να κατάσχει ευκολότερη η κατανόηση της διαδικασίας της έρευνας αγοράς.

### **[1]**

Το κεφάλαιο 1 παρουσιάζει τον ρόλο και την φύση της έρευνας αγοράς. Το κεφάλαιο 2 περιγράφει τους διάφορους τρόπους συγκέντρωσης πληροφοριών. Στο κεφάλαιο 3 παρουσιάζεται η επιλογή της κατάλληλης τεχνικής συλλογής στοιχείων. Στο κεφάλαιο 4 γίνεται η επιλογή της δειγματοληψίας καθώς επιλέγεται ο τρόπος συλλογής στοιχείων(ερωτηματολόγιο). Τέλος, στο κεφάλαιο 5 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που διεξαχθήκαν από την έρευνα μας σε μορφή πινάκων και γραφημάτων ενώ ακολουθούνται και από τον σχετικό σχολιασμό.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**

### **Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ**

Η έρευνα αγοράς είναι ευρύτερη διοικητική δραστηριότητα από ότι συνήθως αναγνωρίζεται στον χώρο των επιχειρήσεων. Η έρευνα αγοράς δεν περιορίζεται απλά στον να “ρωτάει” τους τελικούς καταναλωτές για το τι πιστεύουν και σκέφτονται ή αισθάνονται για διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες. Σίγουρα τέτοιες έρευνες αποτελούν χρήσιμα εργαλεία στα χέρια των στελεχών του μάρκετινγκ. Όμως στην προσπάθεια τους τα στελέχη του μάρκετινγκ να πληροφορηθούν όσα περισσότερα μπορούν για τους καταναλωτές και την αγορά και γενικότερα, στην προσπάθεια που κάνουν να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί, στηρίζονται και σε άλλες μεθόδους και τεχνικές. Έτσι η παρατήρηση, οι δοκιμαστικές αγορές και η χρησιμοποίηση υπαρχόντων δεδομένων αποτελούν μόνο μερικά παραδείγματα των εργαλείων που είναι διαθέσιμα στα στελέχη του μάρκετινγκ στην προσπάθεια τους να βελτιώσουν την ποιότητα των αποφάσεων τους. Συνεπώς, η έρευνα αγοράς μπορεί να πάρει πολλές μορφές. Ο βασικός της όμως σκοπός είναι να βοηθήσει τα στελέχη του μάρκετινγκ να παίρνουν καλύτερες αποφάσεις για τα προβλήματα που χειρίζονται. [1]

#### **1.1 Η έρευνα αγοράς σαν δημιουργική λειτουργία**

Ένας από τους βασικούς λόγους που γίνεται η έρευνα αγοράς είναι για να βοηθήσει στην λήψη αποφάσεων. Μια και κάθε απόφαση αφορά την επιλογή μεταξύ πολλών εναλλακτικών λύσεων, η έρευνα αγοράς θεωρείται συχνά σαν ένα μέσο για την μείωση της αβεβαιότητας και του κινδύνου που προκύπτει από αυτή. Η έρευνα αγοράς πρέπει κανονικά να ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο του να γίνει επιλογή μίας εναλλακτικής λύσης, η οποία θα μπορούσε να μην είναι άριστη επιλογή. Βέβαια, αυτό δεν σημαίνει ότι θα έπρεπε να χρησιμοποιείται πάντα ή ότι η χρήση της θα περιορίζε κάθε κίνδυνο. Η απόφαση για την χρησιμοποίηση της έρευνας αγοράς συνήθως συμπεριλαμβάνει μια συνύπαρξη

χρόνου και κεφαλαίου και αυτού του είδους η επένδυση θα έπρεπε να εξετασθεί προσεχτικά έναντι των αναμενόμενων ωφελειών. Σε πολλές περιπτώσεις τα αναμενόμενα οφέλη απλά δεν αξίζουν το κόστος για μια τέτοια έρευνα.

Είναι λανθασμένη η αντίληψη ότι η έρευνα αγοράς θα εξαλείψει τον κίνδυνο. Το σημαντικό σημείο είναι ότι όταν διεξάγεται σωστά, μπορεί να ελαχιστοποιήσει, αλλά όχι και να εξαλείψει τον κίνδυνο. Ο κίνδυνος από το να παίρνει κανείς μη ορθολογικές αποφάσεις, μπορεί στην πραγματικότητα να αυξηθεί, σε περιπτώσεις όπου η έρευνα αγοράς δεν διεξάγεται σωστά. Οι λόγοι που ο κίνδυνος δεν μπορεί ποτέ να εξαλειφθεί, ακόμα και όταν η έρευνα διεξάγεται χωρίς μεροληπτικότητα, γίνονται σαφείς όταν συνειδητοποιήσει κανείς τι μπορεί και τι δεν μπορεί να κάνει μια έρευνα αγοράς.

**Πρώτον**, υπάρχει διαφορά χρόνου μεταξύ της απόκτησης και ανάλυσης των δεδομένων και του σημείου που λαμβάνεται η σχετική απόφαση. Στην έκταση που οι σχετικές καταστάσεις αλλάζουν διαχρονικά, η έρευνα μπορεί να καταστεί λιγότερο εφαρμόσιμη.

**Δεύτερον**, όπου γίνεται δειγματοληψία, υπάρχει πάντοτε ο κίνδυνος επιλογής λάθους δείγματος.

**Τρίτον**, σπάνια μπορεί η έρευνα αγοράς να ενσωματώνει όλους τους παράγοντες που εξετάζονται από αυτόν που λαμβάνει αποφάσεις σε πραγματικές συνθήκες. Η έρευνα αγοράς παρέχει τις απαραίτητες αποδείξεις σαν συμπληρωματικό (και όχι υποκατάστατο) στοιχείο της εμπειρίας, της προαίσθησης, της υγιούς επιχειρηματικής κρίσης. Με λίγα λόγια, η έρευνα αγοράς δεν λαμβάνει αποφάσεις, οι άνθρωποι τις λαμβάνουν.

## 1.2 Προσέγγιση λογικής ροής

Προκειμένου να περιγραφούν με σαφήνεια τα στοιχεία ενός προγράμματος έρευνας αγοράς, είναι χρήσιμο να εφαρμόσουμε μία μέθοδο λογικής ροής που να ακολουθεί ένα τύπο διαδοχικών αποφάσεων. Αυτή η μέθοδος διαχωρίζει την διαδικασία της έρευνας αγοράς σε έναν αριθμό μεμονωμένων

δραστηριοτήτων ή αποφάσεων και μετά βάζει στη σειρά αυτές τις δραστηριότητες. Η **λογική ροή** ή προγραμματισμένη προσέγγιση παρουσιάζεται στο σχήμα 1.

Υπάρχουν ιδιαίτεροι λόγοι για να χρησιμοποιήσει κανείς μια λογική ροή, δηλαδή ένα σειριακό τύπο διαδικασιών, αποφάσεων για να μελετήσει και αν θα αναπτύξει ένα τυπικό προγραμματισμό έρευνας αγοράς. Αυτοί οι λόγοι έχουν σχέση με τα προβλήματα του να ασχολείται κανείς με τον μεγάλο αριθμό των πολύπλοκων εναλλακτικών ερευνών που απαιτούν απόκτηση και ανάλυση πληροφοριών.

Πρώτον, ο σχηματισμός ενός λογικού διαγράμματος, που προτείνεται εδώ, βοηθά τον διευθύνοντα την έρευνα να σχεδιάσει μια μεθοδολογία που να μεγιστοποιεί την δυνατότητα ικανοποίησης των τελικών αναγκών του χρήστη. Πολύ συχνά επιλέγονται εναλλακτικά μία σειρά από έρευνες, που είναι είτε παράλογες ή παραλείπουν να εξετάσουν μια σημαντική θεώρηση. Για παράδειγμα, το να επιλέξει κάποιος να κάνει μια έρευνα μέσω ταχυδρομείου, εξαρτάται από την φύση των πληροφοριών που αναζητούνται από την απαιτούμενη ακρίβεια κατά την ανάδειξη των αποτελεσμάτων, από τον ορισμό του σχετικού με την έρευνα πληθυσμού, από τις χρονικές απαιτήσεις κατά την λήψη αποφάσεων, από τις διαθέσιμες πηγές κ.λ.π. Αν δεν αναλυθούν αυτοί οι παράγοντες πριν επιλεγεί μια τεχνική έρευνας, οι ελπίδες επιλογής της σωστής μεθόδου συλλογής δεδομένων είναι ελάχιστες και στηρίζονται στην καλή τύχη.

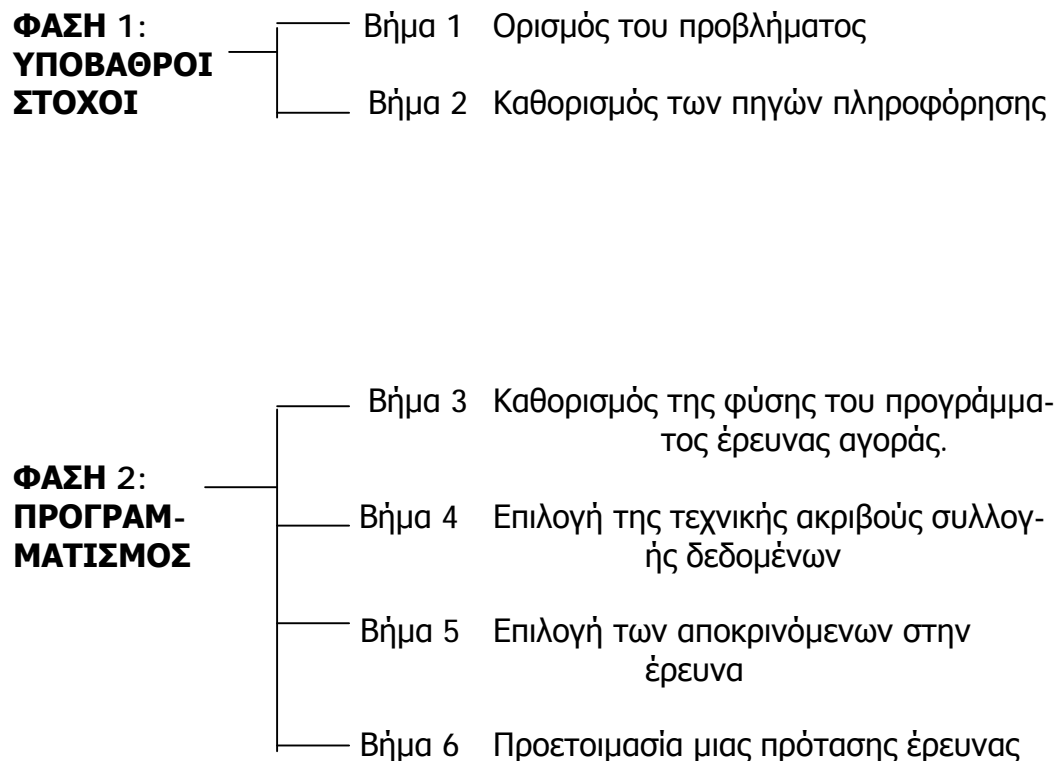
Ένα δεύτερο πλεονέκτημα της λογικής ροής, δηλαδή του σχεδιασμού διαδοχικών αποφάσεων, είναι το ότι διαιρώντας σε μικρότερα τμήματα, το προγραμματισμένο σχέδιο έρευνας, ο διευθύνων την έρευνας είναι πολύ πιο ικανός να εκτιμήσει το προσωπικό, το σχέδιο στο οποίο θα βασισθεί η έρευνα και τις απαιτήσεις της έρευνας τις σχετικές με το κόστος.

Τρίτον, είναι ασυνήθιστο να βρίσκει κανείς μόνο μία εναλλακτική λύση για αν θα εκπληρώσει έναν στόχο που έχει θέσει. Ο καταμερισμός του προγράμματος έρευνας σε επιμέρους στοιχεία αναγκάζει τη θεώρηση και την σύγκριση ανάμεσα σε εναλλακτικές μεθοδολογίες. Σε ορισμένα παραδείγματα ο ερευνητής μπορεί να ανακαλύψει ότι όταν υπάρχουν περιορισμένες πηγές,

υπάρχει μία μεθοδολογία που θα μπορούσε να οδηγήσει σε πιο αντιπροσωπευτικά αποτελέσματα, ενώ μια άλλη θα επέτρεπε τη συλλογή περισσότερων σε βάθος πληροφοριών. Η επιλογή μπορεί να μην είναι εύκολη, αλλά από την στιγμή που έχει αναγνωρισθεί, υπάρχει μια ευκαιρία για να λάβει κανείς τη καλύτερη δυνατή απόφαση.

Τα ευρήματα μπορεί να αποδειχθούν στο τέλος ανακριβή, όσο προσεχτικός και αν είναι ο ερευνητής. Αν ακολουθήσει μια τυπική διαδικασία σχεδιασμού έρευνας, είναι δυνατόν να εξετασθεί κάθε στοιχείο του σχεδίου έρευνας απομονώνοντας τις πηγές λαθών, μαθαίνοντας από τα λάθη και αποφεύγοντας την παρουσία τους στο μέλλον.

### Σχήμα 1





**ΦΑΣΗ 3:  
ΕΚΤΕΛΕΣΗ**

Βήμα 7	Ανάπτυξη ενός πλάνου δεδομένων
Βήμα 8	Σχεδιασμός οργάνου συλλογής δεδομένων
Βήμα 9	Εφαρμογή της συλλογής και ανάλυσης δεδομένων
Βήμα 10	Προετοιμασία και παρουσίαση μιας αναφοράς έρευνας
Βήμα 11	Επανάληψη της προσπάθειας έρευνας

**1.3 Διαμόρφωση ερωτήσεων που θα απαντηθούν από τη μελέτη**

Έρχεται μία στιγμή κατά τον καθορισμό των αντικειμενικών σκοπών της έρευνας που είναι καιρός να κάνουμε την ερώτηση: Τι αναμένουμε να μάθουμε κατά την ολοκλήρωση της μελέτης, που τώρα δεν γνωρίζουμε?

Θα έπρεπε ο ερευνητής να προσεγγίσει το θέμα με μορφή ερωτήσεων που θα πρέπει να απαιτηθούν, ή με μορφή υποθέσεων που θα έπρεπε να ελεγχθούν? Αν και η εκλογή είναι κάπως αυθαίρετη, θα έχει μια επίδραση πάνω στον τρόπο κατά το οποίο τα ευρήματα αναλύονται και παρουσιάζονται κατά την ολοκλήρωση της μελέτης. Το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνει ο ερευνητής είναι να διαμορφώσει έναν κατάλογο με τις σχετικές ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις αυτές είναι χρήσιμες στο να υποβοηθήσουν στη εκλογή της μεθοδολογίας συλλογής των στοιχείων και έπειτα, στον σχεδιασμό ειδικών επινοήσεων συλλογής στοιχείων. Πράγματι, αυτό τονίζει ένα σημαντικό σημείο το οποίο είναι οι ερωτήσεις που είναι διαμορφωμένες αυτήν την στιγμή οριστικά, δεν θα πρέπει να είναι σε τύπο ερωτήσεων για τους αποκρινόμενους, αλλά αντίθετα να είναι γενικές που θα απαντηθούν από την ίδια την μελέτη. Ο λόγος για τούτο είναι ότι οι ερωτήσεις συλλογής στοιχείων θα βασίζονται πάνω σε ένα αριθμό διακρίσεων, οι οποίοι ακόμη θα πρέπει να καθορισθούν.

[2]

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΙ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ**

Έχοντας καθορίσει τους στόχους ενός ερευνητικού έργου, το επόμενο βήμα στην ερευνητική διαδικασία είναι να αναγνωριστούν, καθοριστούν και να αξιολογηθούν οι πηγές πληροφοριών που θα επιτρέψουν στην ομάδα έρευνας να επιτύχει τους καθορισμένους στόχους της. Κατά τον χειρισμό αυτής της εργασίας, ο ερευνητής θα πρέπει πρώτα να σταθμίσει τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της συλλογής των δευτερογενών στοιχείων έναντι της συλλογής των πρωτογενών στοιχείων.

#### **2.1 Οι Δευτερογενείς Πηγές Έναντι των Πρωτογενών Πηγών Στοιχείων**

Ποια είναι η διάκριση μεταξύ πρωτογενών και δευτερογενών πηγών στοιχείων? Οι δευτερογενείς πηγές στοιχείων είναι αυτές που έχουν συλλεγεί, ταξινομηθεί και δημοσιευτεί ανεξάρτητα από τις δραστηριότητες του παρόντος ερευνητικού έργου. Περιέχουν στοιχεία συγκεντρωμένα από άλλο γραφείο, όπως π.χ. δημόσιες υπηρεσίες ή εταιρείες ερευνών Αγοράς ή στοιχεία συγκεντρωμένα είτε από τον πελάτη είτε από ομάδες έρευνας σε προηγούμενη ερευνητική εργασία. Ο όρος πρωτογενή στοιχεία αναφέρεται σε κάθε συλλογή μη δημοσιευμένων στοιχείων που αφορούν τον πληθυσμό στον οποίο στοχεύει η παρούσα ερευνητική εργασία. Όλα τα δημοσιευμένα στοιχεία, ακόμα και αυτά που έχουν δημιουργηθεί από τον πελάτη ή της ερευνητικής ομάδας που αφορούν προηγούμενη έρευνα, αποτελούν δευτερογενή πηγή. Ο λόγος για αυτό είναι ότι τέτοια στοιχεία πρέπει να υποβληθούν στην ίδια κριτική θεώρηση όπως τα δευτερογενή στοιχεία από εξωτερικές πηγές, καθώς μπορούν ή όχι, να ταιριάζουν στους στόχους του ερευνητικού έργου.

## 2.2 Πλεονεκτήματα των Δευτερογενών Στοιχείων

Τα δευτερογενή στοιχεία μπορούν να είναι επιθυμητά από πολλές απόψεις.

- ü Οικονομίες από πλευράς αποφυγής κόστους.
  - ü Οικονομίες σε χρόνο.
  - ü Βοήθεια στην διευκρίνιση του προβλήματος.
  - ü Βοήθεια σχετικά με τον εντοπισμό μόνο των απαιτούμενων στοιχείων.
  - ü Δημιουργία βάσης συγκρίσεως με τα πρωτογενή στοιχεία.
  - ü Συμπλήρωση κενών πληροφόρησης που δεν μπορούν να καλυφθούν από τη συλλογή πρωτογενών στοιχείων.
- Στην συνέχεια μία ανάλυση των παραπάνω στοιχείων.

### 1. Οικονομίες στο κόστος

Είναι σύνηθες ότι πολύ περισσότερα χρήματα δαπανώνται σε έρευνες αγοράς συγκεντρώνοντας πρωτογενή στοιχεία όταν τα δευτερογενή είναι διαθέσιμα, παρότι σε κάθε άλλο απλό λάθος. Αν τα σχετικά και ακριβή δευτερογενή στοιχεία είναι διαθέσιμα, τότε το κόστος εξακρίβωσης των στοιχείων δεν είναι τίποτε συγκρινόμενο με το κόστος συλλογής των πρωτογενών στοιχείων. Σε μερικές περιπτώσεις η όλη διαδικασία δεν απαιτεί παρά την αποστολή ενός ατόμου με μικρή σχετικότητα ειδικευση σε μερικές βιβλιοθήκες. Το άτομο στο οποίο έχει ανατεθεί η έρευνα σε βιβλιοθήκες πρέπει να έχει γνώσεις αρκετές σε ότι αφορά στο που να ερευνήσει και να είναι επίσης ικανός στο να αναγνωρίζει πιθανά αξιόλογα στοιχεία. Είναι ανόητο να προσπαθεί κανείς να εξοικονομήσει χρήματα με το να αναθέτει αυτό το έργο σε κάποιον του οποίου οι ικανότητες δεν έχουν αξιολογηθεί σε αυτήν την εργασία.

Βεβαίως οι βιβλιοθήκες δεν είναι οι μόνες πηγές δευτερογενών στοιχείων. Εμπορικές ή κλαδικές ενώσεις δημόσια γραφεία (εθνικά ή τοπικά), άλλες εταιρείες ερευνών και ακόμη τα εσωτερικά αρχεία που υπάρχουν στην οργάνωση των πελατών μας είναι πιθανές πηγές αξιόλογων πληροφοριών. Οι πηγές αυτές μπορεί να είναι τελείως δωρεάν ή να απαιτούν κάποιες πληρωμές για τύπωμα ή κόστος διαχείρισης μέχρι μεγάλα ποσά στη περίπτωση μελετών που πραγματοποιήθηκαν από άλλες εταιρείες ερευνών. Μερικές φορές το

κόστος αποκτήσεως δευτερογενών στοιχείων είναι τόσο υψηλό όσο αυτό της συγκέντρωσης των πρωτογενών στοιχείων.

## **2. Οικονομίες Χρόνου**

Ένα μεγάλο μέρος ερευνών αποσκοπούν στο να βοηθήσουν τον πελάτη να μειώσει τους κινδύνους που περιέχονται σε μια συγκεκριμένη απόφαση. Γενικά αυτός που λαμβάνει αποφάσεις πρέπει να δράσει μέσα σε μία ορισμένη χρονική περίοδο. Η κατάλληλη συλλογή πρωτογενών στοιχείων μπορεί να είναι χρονοβόρα όπως επίσης και δαπανηρή. Συγκεκριμένα ερευνητικά κέντρα μπορεί να χρειαστούν από λίγες μέρες μέχρι και χρόνια. Για παράδειγμα σύντομες τηλεφωνικές συνεντεύξεις γίνονται μετά από ένα αγώνα ποδοσφαίρου που προβλήθηκε στην τηλεόραση για να μετρηθεί η ενημερότητα και η ανάκληση στη μνήμη συγκεκριμένων διαφημίσεων αυτό μπορεί να χρειάζεται λίγο χρόνο, ενώ μια σκοπιμότητα για ένα νέο τύπο λιανικού καταστήματος μπορεί να χρειαστεί αρκετά χρόνια για να ολοκληρωθεί. Το θέμα είναι μία ερευνητική προσπάθεια πρέπει συχνά να προσαρμόζεται στους χρονικούς περιορισμούς που απαιτεί η απόφαση. Αν τα σχετικά και αξιόπιστα δευτερογενή στοιχεία μπορούν να αποκτηθούν, συνήθως εξοικονομείται συστηματικός χρόνος. Η εξοικονόμηση χρόνου μπορεί να δώσει την δυνατότητα στον πελάτη να αντιδράσει πιο γρήγορα τόσο σε ευκαιρίες όσο και σε προβλήματα (που μπορούν να παρουσιαστούν). Σε πολλές ευκαιρίες όσο πιο γρήγορα αντιδρά κανείς τόσο πιο καλύτερα είναι τα αποτελέσματα.

## **3. Βοήθεια στην Διευκρίνιση του Προβλήματος**

Καθώς ανακαλύπτονται τα δευτερογενή στοιχεία που σχετίζονται με τους στόχους του ερευνητικού κέντρου, ο ερευνητής βρίσκει κάτω από την δική του σκοπιά τις προεκτάσεις και τις μεταβολές των μερών του προβλήματος. Κατά κάποιον τρόπο, η έρευνα για δευτερογενή στοιχεία είναι απλώς τμήμα της ανάλυσης της εξωτερικής κατάστασης.

#### **4. Βοήθεια για τον Εντοπισμό στην Συλλογή των Αναγκαίων Στοιχείων**

Δεν συμβαίνει συνήθως τα δευτερογενή στοιχεία να μπορούν να ικανοποιήσουν όλες τις ανάγκες ενός συγκεκριμένου ερευνητικού έργου. Οι δευτερογενείς πηγές, συνήθως περιορίζουν ή έστω μειώνουν πολλά κενά πληροφοριών. Ο ερευνητής, σαν αποτέλεσμα των παραπάνω, μπορεί να βρεθεί σε καλύτερη θέση περιορίζοντας τις πληροφορίες και ορίζοντας τις επιθυμητές πηγών πληροφοριών.

#### **5. Τα Δευτερογενή στοιχεία σαν Βάση Σύγκρισης με τα Πρωτογενή**

Σε πολλές περιπτώσεις ο ερευνητής βρίσκει συνετή την σύγκριση πληροφοριών με κάποιο είδος προκαθορισμένων προτύπων. Κάθε φορά που είναι επιθυμητή η μέτρηση και η ανάλυση τάσεων όπως αλλαγές στα καταναλωτικά πρότυπα, στάσεις, πλυθησμιακά χαρακτηριστικά ή προτιμήσεις για μάρκες, είναι αναγκαίο κάποιο είδος βάσης για μετρήσεις. Επίσης ο ερευνητής μπορεί να θέλει να συγκρίνει και να αντιπαραβάλλει πληροφορίες με σκοπό να διαμορφώσει υποθέσεις όπως: διαφέρουν τα χαρακτηριστικά του πελάτη μας με τα χαρακτηριστικά του συνόλου? Αν ναι, γιατί? Είναι οι πελάτες μας διαφορετικοί από αυτούς ενός ανταγωνιστή ή από αυτούς που αγοράζουν ένα συγκεκριμένο είδος προϊόντος? Κάποιος επίσης μπορεί να θέλει να εξακριβώσει την αντιπροσωπευτικότητα ενός συγκεκριμένου δείγματος συγκρίνοντας τα χαρακτηριστικά του αποκρινόμενου με αυτά του συνόλου. Σε κάθε περίπτωση τα δευτερογενή στοιχεία μπορεί να παρέχουν μια βάση για συγκρίσεις.

Ένα άλλο πλεονέκτημα των δευτερογενών πηγών είναι ότι συχνά επιτρέπουν στον ερευνητή να βρει στοιχεία σε θέματα για τα οποία θα ήταν πολύ δύσκολο ή και αδύνατο να συγκεντρωθούν πρωτογενή στοιχεία. Γενικώς οι περισσότερες επιχειρήσεις είναι πρόθυμες να αποκαλύψουν συγκεκριμένες πληροφορίες που σχετίζονται με τις πωλήσεις τους ανά γραμμή προϊόντος ή κατηγορία, όταν πιστεύουν ότι αυτές οι πληροφορίες μπορούν να βελτιώσουν την ανταγωνιστική της θέση. Τέτοια στοιχεία ωστόσο, μπορούν να βρεθούν

από κλαδικές ενώσεις ή από Δημόσιους Οργανισμούς σε μια μη αποκαλυπτική για τις επιχειρήσεις βάση. Δεν πρέπει να υποτεθεί ότι αυτό το δυνητικό πλεονέκτημα των δευτερογενών στοιχείων περιορίζεται μόνο σε εμπορικές καταστάσεις. Θέματα που αφορούν τον καταναλωτή και ειδικότερα που σχετίζονται με προσωπικούς ή και κοινωνικά ευαίσθητους παράγοντες μπορεί συχνά να παρθούν μόνο από Δημόσια Γραφεία ή Ιδρύματα τα οποία μπορούν να εγγυηθούν την ανωνυμία των αποκρινόμενων. Παραδείγματα τέτοιων Ιδρυμάτων είναι τα Πανεπιστήμια, τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα ή γνωστές και αναγνωρισμένες ιδιωτικές επιχειρήσεις ερευνών. Κάθε ερευνητικό πρόγραμμα θα πρέπει κανονικά να λαμβάνει υπόψη όλα τα διαθέσιμα δευτερογενή στοιχεία. Δύο παράγοντες πρέπει αν εξετασθούν.

- **Πρώτον**, υπάρχουν μερικές μη συνήθης καταστάσεις όπου ο χρόνος είναι κρίσιμο στοιχείο και η συλλογή πρωτογενών στοιχείων μπορεί να απαιτεί λιγότερο χρόνο από την έρευνα για δευτερογενή στοιχεία, που μπορεί να είναι ή να μην είναι διαθέσιμα. Τέτοιες περιπτώσεις μπορεί να συμβούν όταν μια απόφαση απαιτείται μέσα σε λίγες ημέρες και αρκετά πρωτογενή στοιχεία μπορούν να συλλέγουν με ένα απλό τηλεφώνημα ή επισκόπηση με προσωπική συνέντευξη.
- **Δεύτερον**, ακόμα και όταν τα δευτερογενή στοιχεία είναι φανερά, πρέπει να ελεγχθούν στην παραμικρή λεπτομέρεια για να καθοριστεί αν πραγματικά ικανοποιούν τις ανάγκες του παρόντος ερευνητικού έργου

### 2.3 Προσδιορισμός και Ορισμός των Πηγών Πρωτογενών Δεδομένων

Αν τα αντικείμενα της έρευνας δεν ικανοποιηθούν τελείως, μόνο από την χρήση των δευτερογενών στοιχείων, ο ερευνητής θα πρέπει να στρέψει την προσοχή του στην συλλογή πρωτογενών στοιχείων. Θα πρέπει να σχεδιάσει ένα πρόγραμμα δράσης για την απόκτηση των αναγκαίων πληροφοριών. Σε πολλές περιπτώσεις η επιθυμητή πηγή πληροφοριών είναι φανερή. Για παράδειγμα, κάποιος πωλητής αυτοκινήτων επιθυμεί να γνωρίσει αν οι πελάτες έχουν ευχαριστηθεί με την ποιότητα και την αξιοπιστία των

επισκευών στα αυτοκίνητα τους. Η πηγή είναι οι οδηγοί που έχει εξυπηρετήσει ο πωλητής σε μια συγκεκριμένη περίοδο. Σε άλλες περιπτώσεις η διαδικασία καθορισμού των σχετικών πηγών των πληροφοριών μπορεί να είναι πιο δύσκολη.

Γενικότερα διευρενήθηκαν οι δύο διαθέσιμες πηγές πληροφοριών για την έρευνα αγοράς, τα δευτερογενή και τα πρωτογενή στοιχεία. Αν και τα δευτερογενή έχουν μια σειρά πλεονεκτημάτων, θα πρέπει να εξετάζονται αυστηρά πριν από την χρήση τους. Δύο κρίσιμες ερωτήσεις πρέπει να ερευνηθούν. Αντιπροσωπεύουν τον σχετικό πληθυσμό που εμείς ενδιαφερόμαστε? Είναι επαρκώς ακριβείς? Αποτυχία στην αντιπροσωπευτικότητα ή στην αξιοπιστία αφοπλίζει κάθε πλεονέκτημα τους. Μόνο μετά τον προσδιορισμό ότι οι πληροφορίες δεν μπορούν να συλλεγούν πιο εύκολα, με λιγότερες δαπάνες ή με πιο γρήγορο τρόπο, θα πρέπει η συλλογή των πρωτογενών στοιχείων να εξετασθεί. Όταν αυτό συμβεί, τότε μπορούμε να πούμε ότι θα πρέπει να αναπτυχθεί ένας ακριβής προσδιορισμός των πηγών των πρωτογενών στοιχείων.

### **2.3.1 Προγραμματισμός του Ερευνητικού Έργου**

Θα ασχολείται με τον προσδιορισμό της γενικής φύσης του ερευνητικού έργου. Μέχρι την στιγμή που αυτό το βήμα στην διαδικασία σχεδιασμού θα έχει ολοκληρωθεί, ο ερευνητής θα πρέπει να έχει μια σαφή ιδέα για το αν το προτεινόμενο σχέδιο είναι εξερευνητικού ή συμπερασματικού χαρακτήρα, εάν απαιτείται ένα πειραματικό ή μη πειραματικό σχέδιο, για το πόσο σπουδαία θα ήταν μια σύνθετη δειγματοληπτική διαδικασία. Ο ερευνητής πρέπει να αποφασίσει αν μια παρατήρηση ή επισκόπηση είναι η πιο εφαρμόσιμη προσέγγιση.

### **2.3.2 Προσδιορίζοντας την Φύση του Ερευνητικού Έργου Αγοράς**

Ο προγραμματισμός μπορεί να οριστεί σαν η διαδικασία του επακριβούς προσδιορισμού για το τι πρέπει να επιτευχθεί. Μπορεί να είναι μια σύνθετη διαδικασία, η έννοια αυτή από μόνη της βρίσκεται σε συχνή χρήση. Οι

άνθρωποι προγραμματίζουν συνεχώς. Οι περισσότεροι από εμάς προγραμματίζουν μιας ημέρας εργασία για να εκπληρώσουν αναγκαία καθήκοντα μέσα στα όρια των ικανοτήτων τους και των περιορισμών του διαθέσιμου χρόνου. Προγραμματίζουμε τα μηναία οικονομικά μας, τις διακοπές μας και ακόμα το μέγεθος της οικογένειας μας. Βασικά οι άνθρωποι προγραμματίζουν για δυο λόγους: να ελαχιστοποιήσουν τον κίνδυνο του να μην επιτύχουν τον καθορισμένο αντικειμενικό σκοπό και να μεγιστοποιήσουν την χρησιμότητα των διαθέσιμων πόρων δηλαδή χρόνου, επαγγελματικών ικανοτήτων ή χρημάτων. Τα ερευνητικά έργα πρέπει να προγραμματισθούν για τους ίδιους λόγους.

### **2.3.3 Η Φύση των Κινδύνων**

Ένας πελάτης συνήθως αντιμετωπίζει τον ερευνητή με την ερώτηση:

“Πως μπορώ να είμαι σίγουρος ότι θα έχω κάτι χρήσιμο αφού θα έχω δαπανήσει όλα αυτά τα χρήματα μου. Αυτή είναι πράγματι μια πολύ καλή ερώτηση, που όμως είναι δύσκολη να απαντηθεί πριν το ερευνητικό κέντρο συμπληρωθεί. Ένα ερευνητικό έργο αγοράς αναπτύχθηκε κατανέμοντας την ερευνητική διαδικασία σε ένα αριθμό διαδοχικών αποφάσεων. Επειδή κάθε βήμα είναι μία απόφαση και απαιτεί έτσι να διαλέξεις μεταξύ εναλλακτικών λύσεων υπάρχουν πιθανότητες για λάθη σε κάθε σημείο μέσα στην διαδικασία. Αυτό τελικά μπορεί να αυξήσει τον κίνδυνο του να μην επιτύχεις τον στόχο του πελάτη. Σε αυτό το στάδιο της διαδικασίας του προγραμματισμού, όλα τα δυνατά λάθη ταξινομούνται σε δύο κατηγορίες:

- Λάθη εγκυρότητας
- Λάθη αξιοπιστίας



### 2.3.4 Ταξινόμηση τυπικών λαθών στην Έρευνα αγοράς

<b>ΒΗΜΑΤΑ ΣΤΟΝ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΟ</b>	<b>ΕΙΔΟΣ ΛΑΘΟΥΣ</b>
1) Καθορισμός του ερευνητικού προβλήματος	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Καταπιάνομαι με λάθος πρόβλημα</li> <li>Καθορίζοντας τα συστατικά του προβλήματος ανεπαρκώς</li> </ul>	Εγκυρότητας Εγκυρότητας
2) Προσδιορισμός των πηγών πληροφοριών	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Επιδίωξη λανθασμένων πηγών πληροφοριών</li> <li>Καθορισμός πηγών πληροφοριών πολύ στενά ή πολύ πλατιά</li> </ul>	Εγκυρότητας Αξιοπιστίας
3) Προσδιορισμός της φύσης ενός ερευνητικού έργου	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Εσφαλμένα επιδιωκόμενη αιτία και αποτέλεσμα από μη πειραματικούς σχεδιασμούς στοιχείων</li> <li>Χρησιμοποίηση εξερευνητικών διαδικασιών έρευνας για συμπερασματικούς ερευνητικούς στόχους</li> <li>Χρησιμοποίηση συμπερασματικών διαδικασιών έρευνας για εξερευνητικούς στόχους</li> </ul>	Εγκυρότητας Εγκυρότητας και αξιοπιστίας Εγκυρότητας
4) Επιλογή της κατάλληλης τεχνικής συλλογής στοιχείων	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Επιλογή λανθασμένης τεχνικής συλλογής στοιχείων</li> </ul>	Εγκυρότητας
5) Επιλογή αποκρινομένων έρευνας	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Μεροληπτική διαδικασία</li> <li>Ανεπαρκές μέγεθος δείγματος</li> </ul>	Αξιοπιστίας Αξιοπιστίας
6) Ανάλυση του προσδιορισμού των δεδομένων	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Επιλογή ακατάλληλης αναλυτικής διαδικασίας</li> </ul>	Εγκυρότητας
7) Σχέδιο των τεχνασμάτων επιλογής στοιχείων	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Προκατειλημμένες ή κύριες ερωτήσεις</li> <li>Ακατάλληλες ή μπερδεμένες ερωτήσεις</li> <li>Ακατάλληλα δομημένες ερωτήσεις</li> </ul>	Εγκυρότητας Εγκυρότητας Εγκυρότητας

8) Συμπλήρωση ανάλυσης και συλλογής στοιχείων	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Συμπλήρωση στοιχείων που δίνει άστοχο βάρος σε ορισμένες αποκρίσεις</li><li>• Λάθη ή απάτη στην συλλογή στοιχείων</li><li>• Ακατάλληλη αναγραφή ή ανάλυση στοιχείων</li><li>• Κακή παρουσίαση ή ερμηνεία των αποτελεσμάτων</li></ul>	Αξιοπιστίας Εγκυρότητας Εγκυρότητας Εγκυρότητας

[2]

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ**

Το δεύτερο βήμα στη διαδικασία σχεδιασμού έρευνας περιλαμβάνει την επιλογή της πιο κατάλληλης τεχνικής συλλογής στοιχείων. Εξετάζει την απόφαση, του αν η παρατήρηση ή η επισκόπηση της συλλογής στοιχείων ικανοποιεί άριστα τα αντικείμενα και τα θέματα, ποια τεχνική επισκόπηση είναι η πιο κατάλληλη να χρησιμοποιηθεί, δοθέντος ότι ένας τύπος επισκόπησης πρόκειται να χρησιμοποιηθεί.

#### **3.1 Παρατήρηση έναντι της Επισκόπησης**

Οι μόνοι δύο τρόποι να συλλέξουμε πρωτογενείς πληροφορίες από ή γύρω από τους καταναλωτές είναι η παρατήρηση και επισκόπηση. Η παρατήρηση είναι μια τεχνική, που από το ίδιο το όνομα της, προσδιορίζεται αυτοπεριγραφική και που συνεπάγεται όχι άμεση αλληλεπίδραση με το επιμέρους θέμα. Μπορεί να θεωρηθεί τόσο απλό, όσο το να παρατηρούμε πελάτες να προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν μηχανές αυτοεξυπηρέτησης. Μπορεί να είναι τόσο σύνθετο όσο η ίδρυση και η παρακολούθηση μιας ομάδας συγκεντρώσεως. Το βασικό σημείο είναι το ότι δεν υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ του συλλέκτη στοιχείων και των ατόμων.

Αυτό είναι ακριβώς το είδος της έρευνας που πολλές εταιρίες διεξάγουν όταν παρακολουθούν πωλήσεις μετά την εισαγωγή μιας νέας διαφημιστικής εκστρατείας. Επειδή οι καταναλωτές είναι συχνά απρόθυμοι να περιγράψουν τις πράξεις τους π.χ. την ικανότητα να αυτοεξυπηρετηθούν σε ένα πρατήριο βενζίνης ή απλά δεν έχουν συνείδηση των πράξεων τους σε ένα συνειδητό επίπεδο, είναι συχνά προτιμότερο να τους υποβάλλεις ερωτήσεις. Σε αυτές τις περιπτώσεις οι τεχνικές της παρατήρησης επιτρέπουν τον προσδιορισμό του τι οι άνθρωποι κάνουν με περισσότερη ακρίβεια από ότι οι άμεσες ερωτήσεις. Το μεγαλύτερο μειονέκτημα στην παρατήρηση είναι ότι δεν υπάρχει ακριβής τρόπος να καταλάβεις γιατί τα πρόσωπα συμπεριφέρονται κατά αυτόν τον τρόπο. Η μόνη εξαίρεση σε αυτόν τον γενικό κανόνα είναι η προσέγγιση της

ομάδας συγκεντρώσεως, η οποία συνεπάγεται την παρατήρηση μιας ομαδικής συζήτησης αποκρινόμενων σε ένα επιλεγμένο θέμα. Ένας άλλος περιορισμός είναι ότι είναι δύσκολο να δημιουργείς μεγάλα δείγματα α οποία έχουν ελεγχθεί για αξιοπιστία. Ο δεύτερος βασικός τρόπος απόκτησης πρωτογενών για τον καταναλωτή είναι η επισκόπηση. Σε αυτή την περίπτωση το άτομο γνωρίζει ότι πρόκειται να γίνει μια μέτρηση και υπάρχει αλληλεπίδραση ανάμεσα στον ερευνητή και στον αποκρινόμενο. Η συλλογή στοιχείων επιτυγχάνεται με ταχυδρομείο, τηλέφωνο ή προσωπική συνέντευξη. Επειδή η αλληλεπίδραση με το αποκρινόμενο είναι η κύρια διαφορά μεταξύ παρατήρησης και επισκόπησης, αυτό αποτελεί κριτήριο για προσδιορισμό της πιο κατάλληλης προσέγγισης. Οι έξι ερωτήσεις που αναφέρονται παρακάτω βοηθούν στην καθοδήγηση μιας τέτοιας επιλογής.

**Πρώτον, είναι οι πληροφορίες που ζητούμε από την φύση τους ιστορικοί;** Η επισκόπηση είναι αναπόφευκτη εάν η απάντηση είναι ναι, καθώς τα γεγονότα του παρελθόντος είναι αδύνατο να παρατηρηθούν.

**Δεύτερο, μπορεί ο αποκρινόμενος να μας δώσει τις πληροφορίες;** Πολλές από τις καθημερινές πράξεις μας πραγματοποιούνται με τόσο χαμηλό επίπεδο συνειδητής προσοχής έτσι που είναι αδύνατο να θυμηθούμε ακριβώς ποια ήταν η συμπεριφορά μας.

**Τρίτον, είναι εκ των πραγμάτων δυνατή η παρατήρηση;** Μια ηλεκτρονική μηχανή παρακολούθησης μπορεί να καταγράφει εάν μια συσκευή τηλεόρασης είναι αναμμένη σε μια βραδινή τηλεοπτική συζήτηση. Αλλά το αν η συσκευή πραγματικά παρακολουθεί είναι ένα άλλο ζήτημα. Ο μόνος τρόπος να επαληθευθεί η πραγματική πλευρά της συμπεριφοράς παρακολουθήσεως της τηλεόρασης ίσως είναι το να ρωτήσουμε ανθρώπους πάνω στο περιεχόμενο του προγράμματος. Αυτό είτε ο χρόνος, είτε ο τόπος μίας ορισμένης συμπεριφοράς μπορεί να την κάνουν αδύνατη να παρατηρηθεί. Ένα άλλο πρόβλημα είναι ότι αν και ένα άτομο μπορεί να παρατηρηθεί, είναι αδύνατο να καθορίσεις κάποιους τύπους δημογραφικών πληροφοριών οι οποίες ίσως ήταν απαραίτητες, όπως η ηλικία, η εθνικότητα, το επάγγελμα και το εισόδημα.

**Τέταρτον, είναι οι πληροφορίες που χρειαζόμαστε σχετικά με την υποκίνηση;** Εδώ πρέπει να τονίσουμε ότι είναι πολύ ευκολότερο να παρατηρήσουμε τι κάνουν οι άνθρωποι από το γιατί το κάνουν. Για να εξετάσουμε το **γιατί** πρέπει να **εξετάσουμε την πέμπτη ερώτηση.**

**Μπορεί η υποκίνηση να μελετηθεί με την παρατήρηση;** Για προφανείς λόγους η απάντηση είναι συνήθως όχι. Υπάρχουν όμως περιπτώσεις, όπου μπορεί να έχουμε συμπεράσματα για τις υποκινήσεις μέσα από μελέτες παρατήρησης, ειδικά όταν χρησιμοποιείται ένας παραγωγός χιονοπέδλων, ήθελε να γνωρίζει εάν η πρόσθεση του τίτλου μιας ελληνικής ομάδας χιονοδρόμων πάνω στα προϊόντα του, θα δημιουργούσε μια ευνοϊκότερη αξιολόγηση των χιονοπέδλων. Είναι η ετκέττα ένας συντελεστής στην απόφαση του αγοραστή; μια τέτοια πληροφορία ίσως μπορούσε να εξασφαλισθεί χρησιμοποιώντας ένα από τα πειραματικά σχέδια, στην παρακολούθηση των πωλήσεων, στις αποκρίσεις με τα κουπόνια στις διαφημίσεις κ.λ.π. Μια δεύτερη μέθοδος παρατήρησης η οποία επιτρέπει στον ερευνητή μερικά περιθώρια στο να καταλάβει την υποκίνηση είναι η τεχνική της ομάδας συγκεντώσεως. Η τεχνική αυτή περιλαμβάνει την παρατήρηση της αλληλεπίδρασης και των συνομιλιών μιας επιλεγμένης ομάδας ατόμων στα οποία έχουν δοθεί οδηγίες να συζητήσουν ένα συγκεκριμένο θέμα. Αν και ο προεδρεύων τυπικά συμμετέχει, μια ομάδα συγκεντώσεως είναι στην πραγματικότητα μια τεχνική παρατήρηση, εάν διευθυνθεί κατάλληλα. Ο ρόλος του προεδρεύοντος είναι να κρατήσει το ενδιαφέρον της ομάδας κατευθειάν στο θέμα που μελετάται και να διατηρήσει την ροή της συζήτησης. Εάν ο προεδρεύων κάνει ερωτήσεις με σκοπό να απαντηθούν ή τυπικά κατευθύνει την συνομιλία, η διαδικασία συλλογής στοιχείων γίνεται συνέντευξη ομάδας, μια τεχνική επισκόπησης. Πάνω στην υποκίνηση οι πληροφορίες σχεδόν πάντα απαιτούν επισκόπηση. Τελικά, ο αποκρινόμενος θα δώσει την πληροφορία; Υπάρχουν φορές που θα ήταν επιθυμητό να είναι ασφαλής η πληροφορία, αλλά είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί αυτό, εξαιτίας της ευαισθησίας του αποκρινόμενου στην ερώτηση.

Πολλά Super Market, για παράδειγμα, χρησιμοποιούν το κατά μονάδα σύστημα τιμολόγησης, κατά το οποίο εξασφαλίζεται στον πελάτη η

πραγματική τιμή ανά μονάδα όγκου ή βάρους της συγκεκριμένης μάρκας. Αυτό δίνει τη δυνατότητα στον αγοραστή να συγκρίνει τις τιμές από μάρκα σε μάρκα με ένα πιο εύκολο τρόπο, από οποιοδήποτε άλλη περίπτωση. Υποθέτουμε ότι κάποιος θα ήθελε να γνωρίζει εάν οι αγοραστές πραγματικά εξετάζουν την πληροφορία που τους παρέχεται από το σύστημα της κατά μονάδα τιμολόγησης, όταν αποφασίσουν για μια αγορά. Ο πιο άμεσος τρόπος, βεβαίως, θα ήταν απλώς να τους ρωτήσουμε για αυτό μετά την υλοποίηση μιας αποφάσεως αγοράς. Ο ερευνητής Μάρκετινγκ που έχει αρκετές γνώσεις στην συμπεριφορά του καταναλωτή, πράγματι θα μπορούσε να αναγνωρίσει ένα σοβαρό εμπόδιο σε μια τέτοια προσέγγιση. Πολλοί αγοραστές μπορεί να θεωρούν την αγορά κατόπιν επιλογής σαν μέρος του ρόλου της οικογενειακής συμπεριφοράς. Με το να απαντήσουν αρνητικά σχετικά με την χρήση της κατά μονάδα τιμολόγησης, θα παραβιάσουν τις προσδοκίες για τον ρόλο τους και σαν συνέπεια, μερικοί δεν θα εφοδιάσουν τον ερευνητή με αληθείς απαντήσεις. Έτσι, θα ήταν πολύ πιο έγκυρο να παρατηρήσει την αγοραστική συμπεριφορά κατά τον χρόνο της πραγματοποιήσεως της από τα ράφια που είναι γεμάτα από προϊόντα για εναλλακτικές επιλογές. Σημαντική είναι η εξέταση κάθε μιας από τις έξι ερωτήσεις από τότε που η τεράστια πλειοψηφία ερευνητικών προγραμμάτων Μάρκετινγκ περιλαμβάνει διάφορους τύπους συλλογής στοιχείων με επισκόπηση. Η επιλογή της πιο κατάλληλης τεχνικής επισκόπησης έχει γίνει σημαντική.

### 3.2 Επιλέγοντας την Κατάλληλη Τεχνική Επισκόπησης

Οι τεχνικές συλλογής στοιχείων έχουν χωρισθεί σε τρεις κατηγορίες:

1. **Ταχυδρομείο** (ή κάθε ερωτηματολόγιο συλλογής στοιχείων συμπληρωμένο από τον αποκρινόμενο χωρίς καμία προφορική αλληλεπίδραση από τον συλλέκτη των στοιχείων).
2. **Προσωπική συνέντευξη** (επισκοπήσεις στις οποίες υπάρχει προσωπική αλληλεπίδραση μεταξύ του αποκρινόμενου ή της αποκρινόμενης ομάδας και αυτού που κάνει την συνέντευξη).
3. **Τηλεφωνική συνέντευξη**. Η επιλογή της πιο κατάλληλης τεχνικής δεν είναι τόσο δύσκολη. Το κρίσιμο στοιχείο είναι να αποφευχθεί η παράβλεψη

ενός συντελεστή, που μπορεί να είναι σημαντικός για την τελική επιτυχία της επισκόπησης. Βασικά πρέπει να εξετασθούν τρία στοιχεία. Πρώτο και κυριότερο είναι ο συγκερασμός μεταξύ των απαιτήσεων της έρευνας και των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων των εναλλακτικών τεχνικών. Δεύτερον, η διαθεσιμότητα των κεφαλαίων και η χρηματική κάλυψη της επισκόπησης να μπορούν να συμβιβασθούν. Έτσι φτάνουμε στην αμεσότητα των ορίων των αποφάσεων, που ρεαλιστικά πρέπει να λαμβάνονται και να έχουμε υπόψη μας διάφορα σημεία.

Πρώτον, η σειρά είναι σημαντική. Οι απαιτήσεις της επισκόπησης εξετάζονται πριν το κόστος ή τον χρονικό προγραμματισμό. Το να συμμετέχεις σε μια έρευνα που εφαρμόζει ένα προκαθορισμένο προϋπολογισμό, αλλά ο οποίος είναι αντιφατικός ως προς τις απαιτήσεις των πληροφοριών, δεν είναι μόνο μη αποδοτικό αλλά και σπατάλη χρόνου και χρημάτων.

Δεύτερον, είναι προφανές ότι ένας συντελεστής μπορεί να προτείνει προσωπικές συνεντεύξεις ενώ ένας άλλος να ευνοεί το ταχυδρομικό ερωτηματολόγιο. Είναι σπάνιο να αντιμετωπίσουμε μια ερευνητική κατάσταση στην οποία όλες οι εξετάσεις συγκλίνουν σε μια τεχνική επισκόπησης. Σε αυτή την περίπτωση, γίνεται απαραίτητο στον κάθε ένα ή να περιορίσει τις ανακολουθίες με σκοπό να επιτύχει την καλύτερη επιλογή των τεχνικών επισκόπησης ή να συγκεντρώσει στοιχεία με περισσότερες από μια μεθόδους. Τελικά, το μέγιστο κέρδος θα προέλθει εάν εξετασθεί κάθε μια από τις παρακάτω ερωτήσεις.

### **Ερώτηση 1: Η Ανωνυμία του αποκρινόμενου είναι κρίσιμη;**

Ένας από τους καθοριστικούς παράγοντες στην επιλογή της τεχνικής της επισκόπησης αφορά τον τύπο των απαντήσεων που ο αποκρινόμενος μπορεί να αναμένεται να δώσει. Εάν ο αποκρινόμενος αισθάνεται ότι μια ατομική απάντηση είναι αρκετά προσωπική ή έχει κοινωνικά ανεπιθύμητα συμπεράσματα, μπορεί εύκολα να πει ψέματα ή να αρνηθεί να απαντήσει. Ερωτήσεις σχετικές με τα επίπεδα εισοδήματος, οικογενειακά θέματα και σε μερικές περιπτώσεις ακόμη και τα μέσα επικοινωνίας μπορούν να συμπεριληφθούν σε αυτή την κατηγορία. Είναι πιθανό για παράδειγμα, ότι μια

επισκόπηση του αναγνωριστικού κοινού ενός περιοδικού η οποία διεξάγεται με την χρήση προσωπικών συνεντεύξεων να αποκαλύψει ένα πολύ μικρό επίπεδο αναγνωριστικού κοινού που ενδιαφέρονται για θέματα σεξ ή για δημοσιεύσεις που είναι προσανατολισμένες σε “κουτσομπολιά”, από ότι η αριθμητική κυκλοφορία θα έδειχνε. Σε κάθε τέτοια περίπτωση, αυτοί που απαντούν έχουν περισσότερο την τάση να αποκαλύψουν “αληθινά” στοιχεία εάν η ταυτότητα τους παραμένει ανώνυμη. Ατυχώς, με την πιθανή εξαίρεση μερικών πολύ επεξεργασμένων τρόπων, είναι αδύνατον να δημιουργήσεις αυτή την ατμόσφαιρα είτε σε μια προσωπική είτε σε μια τηλεφωνική συνέντευξη. Γενικά, εάν είναι απαραίτητο να γίνουν ορισμένες ερωτήσεις που μπορούν να θεωρηθούν πολύ προσωπικές ή που έχουν κοινωνική επιπρόσθετη σημασία που αντανάκλα στον αποκρινόμενο, χρησιμοποιούμε ταχυδρομείο. Εάν δεν είναι τελείως απαραίτητο αυτό και άλλες διακρίσεις ευνοούνται με την συνέντευξη τότε να ερωτώνται τέτοιες ερωτήσεις.

### **Ερώτηση 2: Είναι αναγκαίος έλεγχος του αποκρινόμενου;**

Υπάρχουν συχνά στοιχεία σε μια επισκόπηση που απαιτούν έλεγχο στην διαδικασία ερωτήσεων και απαντήσεων. Στα πιο συχνά απαντούμενα περιλαμβάνονται τα προβλήματα της κατατάξεως της επιλογής και της συνεργασίας. Τα προβλήματα κατατάξεως σχετίζονται με την σπουδαιότητα των απαντήσεων των αποκρινόμενων σε ένα αριθμό ερωτήσεων με σειρά (διαδοχή) προκαθορισμένη. Εντελώς απλά, υπάρχουν φορές που κάποιος πρέπει να εξασφαλίσει ότι ο αποκρινόμενος δεν θα βλέπει τα επόμενα πριν απαντήσει σε μια ερώτηση. Όταν τόσο η ενημερότητα όσο και η εκτίμηση της αξίας των απαντήσεων, μετρούνται στον ίδιο αποκρινόμενο, ο έλεγχος της κατάταξης είναι ακόμη πιο σημαντικός. Ένας πελάτης που πιθανόν να επιθυμεί να μετρήσει την τρέχουσα ενημερότητα μιας εκστρατείας προβολής, φέρνοντας αντιμέτωπο τον αποκρινόμενο αρκετά θέματα που χρησιμοποιούνται στην αγορά του ή απλά ερωτώντας για ανάκληση του τρέχοντος μηνύματος προβολής. Αναφέρεται μια μέτρηση της ενημερότητας. Εάν η εκτίμηση αξίας είναι επίσης επιθυμητή ο αποκρινόμενος ευρίσκεται αντιμέτωπος με την προβολή, εάν το έχει δει πριν και τότε ερωτάται σχετικά



με την αντίδραση του. Με ένα ταχυδρομικό ερωτηματολόγιο, για παράδειγμα, δεν υπάρχει τρόπος να εξασφαλίσει κάποιος ότι ο αποκρινόμενος δεν θα διαβάσει και τα επόμενα.

Τα προβλήματα επιλογής έχουν να κάνουν με αποκρινόμενους στην επισκόπηση. Ποτέ δεν μπορείς να γνωρίζεις με βεβαιότητα ποιος απαντάει σε ένα ταχυδρομικό ερωτηματολόγιο, ειδικά εάν είναι ανώνυμο. Η συνεργασία αυτή καθ' αυτή είναι μια σπουδαία μεταβλητή. Σε μερικές περιπτώσεις, είναι επιθυμητή η άποψη ενός μόνο ατόμου σε μια ομάδα. Εάν χρησιμοποιείται ταχυδρομείο δεν υπάρχει σιγουριά ότι ο αποκρινόμενος δεν έχει συμβουλευτεί άλλους προκειμένου να καταλήξει σε μια απάντηση. Σε άλλες περιπτώσεις, ειδικά σε εξερευνητικές έρευνες όπως, οι συνεδριάσεις για την δημιουργία νέων ιδεών για νέες υπηρεσίες, η χρησιμοποίηση των δυναμικών της ομάδας, μπορεί να είναι πιο κατάλληλη. Για μία φορά ακόμα, η χρησιμοποίηση του ταχυδρομείου πολλές φορές θέτει όρια στην δυνατότητα να έλξεις αυτή την μεταβλητή. Ο γενικός κανόνας: εάν απαιτείται ο έλεγχος πάνω σε προβλήματα που έχουν σχέση με την κατάταξη, την επιλογή και την συνεργασία οι προσωπικές συνεντεύξεις και σε μικρότερη έκταση, οι τηλεφωνικές συνεντεύξεις είναι τυπικά πιο επιθυμητές από το ταχυδρομείο.

### **Ερώτηση 3: Είναι η άμεση απάντηση αναγκαία;**

Ενδιαφέρεσθε για μια προσεχτική απόκριση ή για μια άμεσου αντιδράσεως απόκριση? Για την εκτίμηση της δυνητικής δεκτικότητας του καταναλωτή σε ένα προϊόν για παράδειγμα, ίσως θέλετε ο αποκρινόμενος να χρειασθεί χρόνο προκειμένου να καταλήξει σε μια γνώμη, ειδικά εάν η απόφαση για να αγοράσει δίνει με τον ίδιο τρόπο. Από την άλλη είναι απίθανο ότι οι καταναλωτές θα σταθμίσουν μια καινούργια επινόηση που δημιουργεί προσοχή για μια διαφημιστική εκστρατεία. Οι αντιδράσεις τους είναι πιο πιθανόν να είναι άμεσες και αυτό είναι το ότι η έρευνα μάρκετινγκ θα έπρεπε να έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να το αποκαλύψει. Τα ταχυδρομικά ερωτηματολόγια παρέχουν στους καταναλωτές το χρόνο να σταθμίσουν την απόκριση τους ενώ οι συνθήκες κατά την συνέντευξη τυπικά δεν το επιτρέπουν. Γενικά, εάν η αμεσότητα της απόκρισης είναι απαραίτητη, το

ταχυδρομείο είναι λιγότερο επιθυμητό από ότι η προσωπική ή τηλεφωνική συνέντευξη. Εάν απαιτείται μία μετά από πολύ σκέψη απόκριση που κατά πάσα πιθανότητα θα χρειασθεί ορισμένο χρόνο, τα ταχυδρομικά ερωτηματολόγια πρέπει να προτιμώνται.

#### **Ερώτηση 4: Η άμεση επαλήθευση είναι δυνατή και αναγκαία;**

Η πληροφορία που οδηγεί σε σημαντικές αποφάσεις συχνά ζητά άμεση επαλήθευση. Αυτό δεν μπορεί να συνεπάγεται τίποτα περισσότερο από το να γίνουν μια ή περισσότερες “δοκιμαστικές” ερωτήσεις σχετικές με την αρχική απόκριση. Υποθέτουμε ότι ένας πελάτης μας, διευθυντής marketing μιας εταιρίας κατασκευής χορτοκοπτικών μηχανών, ενδιαφέρεται για την μέτρηση των αποτελεσμάτων μιας εκστρατείας που σχεδιάστηκε για να πληροφορήσει τους καταναλωτές της περιοχής για μια καινούρια χορτοκοπτική μηχανή. Οι παρακάτω απαντήσεις επεξηγούν την έννοια της άμεσης επαλήθευσης: “Έχετε ποτέ ακούσει για την ασύγκριτη χορτοκοπτική μηχανή”; Αυτή η καθοδηγητική ερώτηση χρησιμοποιεί ανάκληση με βοήθεια για να μετρήσει την ενημερότητα, διαχωρίζοντας εκείνους οι οποίοι δεν είναι ενήμεροι για αυτό το προϊόν. Μετά έρχεται η σημαντικότερη αντικειμενική ερώτηση: “Έχετε καταλάβει με πιο τρόπο εργάζεται η ασύγκριτη χορτοκοπτική μηχανή”; Η απάντηση επαληθεύεται αμέσως: “θα θέλατε να μου το εξηγήσετε σύντομα”; Προφανώς όσο πιο πολύ ποικίλη η αρχική τόσο πιο πολύ δύσκολο είναι το να επιτύχουμε επαλήθευση μέσω της χρησιμοποίησης του ταχυδρομικού ερωτηματολογίου. Ως εκ τούτου εάν η άμεση επαλήθευση είναι δυνατή και ζητούμενη, οι τεχνικές συνέντευξης υπερέχουν της ταχυδρομικής επισκόπησης.

#### **Ερώτηση 5: Χρειάζεται η έρευνα να είναι ευέλικτη;**

Η απάντηση σε αυτή την ερώτηση εξαρτάται από το αν η προσπάθεια της έρευνας είναι εξερευνητική. Εάν γνωρίζουμε τους τύπους των αποκρίσεων που η προσπάθεια της έρευνας μας θα παράγει και μπορούμε να αναπτύξουμε ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, κατόπιν όλα όσα χρειάζονται να κάνουμε είναι

να μετρήσουμε την συχνότητα κάθε απάντησης. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, κάθε τεχνική έρευνας θα ικανοποιήσει. Εξάλλου εάν κάνουμε εξερευνητική έρευνα η ενδιαφερόμαστε για στάσεις, γνώμες, ιδέες ή σχέσεις που είναι δύσκολο να προβλεφθούν, οι επισκοπήσεις με συνέντευξη επιτρέπουν μεγαλύτερο πεδίο αποκρίσεων. Η προσωπική και η τηλεφωνική συνέντευξη επιτρέπουν στον ερευνητή να διερευνήσει ενδιαφέρουσες και ασυνήθεις αποκρίσεις. Επειδή η μορφή των ερωτήσεων είναι δυνατόν να προσαρμοσθεί στην εξατομικευμένη κατάσταση κάθε συνέντευξης υπάρχει πολύ πιο μεγάλη ευκαμψία από ότι σε μια ταχυδρομική απόκριση, εκτός αν ήταν ανώνυμη αλλά αυτό είναι γενικά μη ικανοποιητικό και δαπανηρό. Γενικά, όσο πιο μεγάλη ευκαμψία επιθυμείται στην εξερεύνηση απρόβλεπτων ή ενδιαφέρουσων απαντήσεων τόσο πιο επιθυμητή είναι η χρησιμοποίηση προσωπικής συνέντευξης.

**Ερώτηση 6: Απαιτείται απόλυτος έλεγχος στο πως εκφράζεται και γράφεται μια ερώτηση;**

Ένα από τα μεγαλύτερα μειονεκτήματα των προσωπικών και τηλεφωνικών επισκοπήσεων είναι το ότι υπάρχουν τάσεις για μειούμενο έλεγχο τόσο στη διατύπωση των ερωτήσεων όσο και στη καταγραφή των απαντήσεων. Η πιθανότητα για μεροληψία υπάρχει, έστω και αν οι λαμβάνοντες τις συνεντεύξεις έχουν εκπαιδευτεί αρκετά καλά και οι οδηγίες των συνεντεύξεων είναι προσεκτικά διατυπωμένες. Επιπλέον αυτή η παραμόρφωση από την πλευρά του ερευνητή κάνει τη συνέντευξη σπάνια σκόπιμη. Στις προσωπικές και τηλεφωνικές συνεντεύξεις, αυτός που παίρνει την συνέντευξη χωρίς ένα μαγνητόφωνο δεν μπορεί να καταγράψει κάθε τι που λέει ο αποκρινόμενος. Συχνά πρέπει να κάνει μια υποκειμενική κρίση ως προς το τι ήταν πιο σημαντικό. Η πιθανότητα για μεροληψία, απώλεια πληροφοριών και λάθους είναι καθαρή. Έτσι η προσέγγιση με ταχυδρομική επισκόπηση είναι ο μόνος τρόπος να διατηρήσουμε απόλυτο έλεγχο πάνω στο πως γίνονται οι ερωτήσεις και στο πως καταγράφονται οι απαντήσεις.

**Ερώτηση 7: Υπάρχει ισχυρή πιθανότητα το παρουσιαστικό του ερευνητή να επηρεάσει την απόκριση;**

Ο τρόπος που οι άνθρωποι ντύνονται, το μήκος των μαλλιών τους, η ηλικία τους, το βάρος, το φύλο και άλλοι συντελεστές μπορούν να επηρεάσουν την αντίδραση του αποκρινόμενου σε μια συνέντευξη. Ο ερευνητής πρέπει να αποφασίσει πώς να μετρήσει και να αναπληρώσει την έμφυτη μεροληπτικότητα του. Εάν υπάρχει μια τέτοια δυνατότητα για φυσική παρουσία μεροληπτικότητας, οι πραγματοποιούντες την συνέντευξη πρέπει ή να είναι προσεκτικά επιλεγμένοι και να έχουν προσαρμοστικότητα με τους αποκρινόμενους και με τα αντικείμενα της έρευνας ή θα πρέπει να γίνει μια ταχυδρομική ή τηλεφωνική επισκόπηση.

**Ερώτηση 8: Είναι σπουδαίο να μεγιστοποιήσουμε τον αριθμό των αποκρίσεων σε σχέση με την δαπάνη;**

Η προσωπική συνέντευξη συγκρινόμενη με τηλεφωνικές και ταχυδρομικές επισκοπήσεις, τείνει να είναι πιο δαπανηρή ανταπόκριση γιατί είναι εντάσεως εργασίας. Επιπλέον, δοθέντος ενός σταθερού πληθυσμού όσο πιο μεγαλύτερο είναι το δείγμα τόσο πιο αξιόπιστα θα είναι τα αποτελέσματα στην επισκόπησης. Εάν η αξιοπιστία είναι πολύ πιο σπουδαία από στατιστικής απόψεως και τα διαθέσιμα κεφάλαια για έρευνα είναι περιορισμένα, τότε είτε το ταχυδρομείο είτε το τηλέφωνο είναι καλύτερα από την προσωπική συνέντευξη. Εάν όπως συχνά συμβαίνει στην εξερευνητική έρευνα, η αξιοπιστία δεν είναι καθοριστική, ένας περιορισμένος αριθμός προσωπικών συνεντεύξεων ή σε μικρές ομάδες συνεντεύξεις, μπορεί να ικανοποιήσει. Αλλά το κόστος γίνεται ένας σχετικός συντελεστής μόνο μετά την εξέταση των άλλων απαιτήσεων. Ποτέ δεν πρέπει να χρησιμοποιούμε το ταχυδρομείο για οικονομία χρημάτων εάν όλοι οι άλλοι παράγοντες προτείνουν την προσωπική συνέντευξη.

**Ερώτηση 9: Πόσο σύντομα χρειάζονται τα αποτελέσματα;**

Στις επιχειρήσεις είναι συχνά απαραίτητο να λαμβάνεις τα αποτελέσματα σε πολύ σύντομη χρονική περίοδο. Εάν τα αποτελέσματα χρειάζονται γρήγορα, οι ταχυδρομικές έρευνες είναι συνήθως ακατάλληλες. Είναι πολύ δύσκολο να σχεδιάσεις ένα ερωτηματολόγιο, να το δοκιμάσεις, να το τυπώσεις, να το ταχυδρομήσεις, να περιμένεις τις απαντήσεις και να αναλύσεις τα αποτελέσματα σε λιγότερο από τέσσερις εβδομάδες. Δεν είναι πολλά αυτά που μπορείς να κάνεις για να επιταχυνθεί η διαδικασία. Αντίθετα το βασικό πλεονέκτημα των τηλεφωνικών επισκοπήσεων είναι ότι ένας μεγάλος αριθμός ανθρώπων που θα αποκριθεί μπορεί να προσεγγισθεί γρήγορα. Ακόμη, με τις προσωπικές συνεντεύξεις η διαδικασία συλλογής στοιχείων μπορεί να επιταχυνθεί με την απασχόληση περισσότερων ατόμων για τις συνεντεύξεις. Γενικά, εάν τα αποτελέσματα πρέπει να δοθούν μέσα σε τέσσερις εβδομάδες, η χρήση των προσωπικών ή μη τηλεφωνικών συνεντεύξεων είναι προτιμότερη.

**Ερώτηση 10 και 11: Πόσο χρόνο θα διαρκέσει η διαδικασία της συνέντευξης;**

Σε οποιαδήποτε περίπτωση όπου υπάρχει η δυνατότητα για ανάπτυξη επικοινωνίας ανάμεσα στον ερευνητή και τον αποκρινόμενο, η διαδικασία των ερωτήσεων μπορεί να διαρκέσει περισσότερο από ένα χρόνο. Φυσικά, εάν ο χρόνος συλλογής στοιχείων ανέρχεται σε μία ώρα ή περισσότερο οι προσωπικές συνεντεύξεις είναι προτιμότερες. Εκτός όταν ο αποκρινόμενος αντιμετωπίζει ασυνήθιστα προβλήματα με το αντικείμενο της έρευνας, τα ταχυδρομικά ερωτηματολόγια θα απαιτούσαν τον λιγότερο δυνατό χρόνο. Ο χρόνος είναι περισσότερο κρίσιμος στις τηλεφωνικές έρευνες. Ενώ οι προσωπικές συνεντεύξεις συχνά κανονίζονται με τα ραντεβού και τα ταχυδρομικά ερωτηματολόγια μπορούν να καλυφθούν με άνεση από τους αποκρινόμενους. Τις τηλεφωνικές συνεντεύξεις συχνά διακόπτουν πιθανές προσωπικές δραστηριότητες των αποκρινόμενων. Αυτό το χαρακτηριστικό, καθώς επίσης και η υψηλή επίπτωση της τηλεφωνικής κατάχρησης, τείνει να

περιορίσει τις περισσότερες τηλεφωνικές συνεντεύξεις σε λιγότερο από δέκα λεπτά.

### **3.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΑΠΟΚΡΙΝΟΜΕΝΩΝ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ**

#### **3.3.1 Σχεδιασμός της επιλογής των αποκρινόμενων**

Η διαδικασία σχεδιασμού της επιλογής των αποκρινόμενων στην έρευνα περιγράφεται σαν μια διαδικασία έξι βημάτων, όπως παρουσιάζεται στο σχήμα 2. Αν και καθένα από αυτά τα βήματα καλύπτονται λεπτομερώς στα επόμενα τμήματα, δεν περιλαμβάνεται σε αυτή την παρουσίαση ούτε η εφαρμογή ούτε η εκτίμηση της επιλογής των αποκρινόμενων. Η διαδικασία σχεδιασμού για την επιλογή των αποκρινόμενων περιλαμβάνει έξι αποφάσεις:

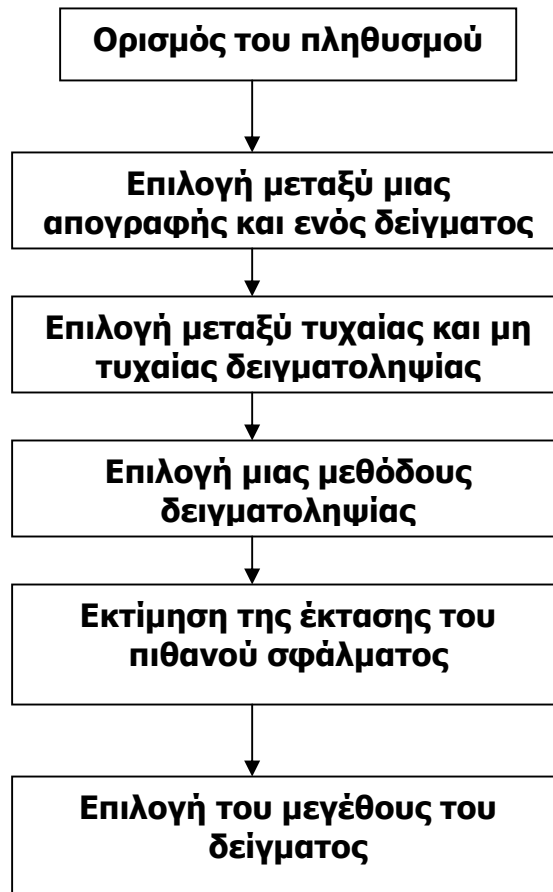
1. Ορισμός του συνόλου του πληθυσμού.
2. Απόφαση μεταξύ απογραφής ή ενός δείγματος.
3. Επιλογή μεταξύ των τεχνικών τυχαίας ή μη τυχαίας δειγματοληψίας.
4. Επιλογή της μεθόδου δειγματοληψίας.
5. Εκτίμηση του πιθανού επιπέδου σφάλματος και.
6. Επιλογή του μεγέθους του δείγματος εάν πρόκειται να πραγματοποιηθεί Δειγματοληψία.

### **3.4 Ορισμός του συνόλου του πληθυσμού**

Το πρώτο βήμα στην επιλογή των αποκρινόμενων στην έρευνα είναι να οριστεί με ακρίβεια ο πληθυσμός για τον οποίο θα γενικευτεί το ερευνητικό έργο. Ο ορισμός του πληθυσμού κανονικά περιλαμβάνει τρεις συντελεστές:

1. Τα χαρακτηριστικά των επιμέρους μονάδων του εξεταζόμενου πληθυσμού.
2. Τη διάσταση του χρόνου που σχετίζεται με τα εξεταζόμενα πρωτογενή στοιχεία και
3. Το γεωγραφικό πεδίο του σχετικού πληθυσμού.

## Σχήμα 2



### 3.4.1 Επιλέγοντας ανάμεσα σε μια απογραφή ή ένα δείγμα

Έχοντας ορίσει το σύνολο του πληθυσμού, το επόμενο βήμα είναι να επιλέξουμε μεταξύ του να κάνουμε μια απογραφή, στην οποία τα στοιχεία λαμβάνονται από κάθε αποκρινόμενο στο σύνολο του πληθυσμού ή να επιλέξουμε ένα δείγμα, στο οποίο τα στοιχεία λαμβάνονται μόνο από ένα τμήμα του συνόλου του πληθυσμού. Η απογραφή επιχειρείται σε τρεις περιπτώσεις:

1. Όταν είναι σπουδαίο να γνωρίζουμε κάτι γύρω από κάθε χαρακτηριστικό (ή μονάδα εάν μελετώνται οργανισμοί) στο σύνολο του οργανισμού.

2. Όταν οι κίνδυνοι μιας μη σωστής γενίκευσης είναι πολύ μεγάλοι ακόμα και όταν ερευνάται μεγάλο ποσοστό δειγμάτων του συνόλου του πληθυσμού,
3. Όταν το σύνολο του πληθυσμού είναι τόσο μικρό ώστε μπορεί να γίνει απογραφή με τους υπάρχοντες προϋπολογισμούς και χρονικούς περιορισμούς.

Αν και οι συνθήκες που απαιτούνται για να γίνει μια απογραφή δεν φαίνονται να είναι αξιόλογες, στην πραγματικότητα είναι. Σπάνια είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε όλα τα στοιχεία για κάθε μονάδα του συνόλου του πληθυσμού. Μόνο όταν ζητούνται μοναδικές απαντήσεις π.χ. στην δημιουργία ενός προϊόντος, κάτι που συνήθως συμβαίνει στα αντιπροσωπευτικά υποδείγματα. Εάν υπάρχουν αντιπροσωπευτικά υποδείγματα, μπορεί να σχεδιαστεί ένα για το σύνολο του πληθυσμού. Συμπερασματικά, το κόστος διεξαγωγής μιας απογραφής συνήθως υπερτερεί των κινδύνων μιας λανθασμένης γενίκευσης. Ένας πελάτης που ζητά έρευνα σπάνια έχει και το χρόνο και το χρήμα για να κάνει μια απογραφή. Ακόμα και όταν επιλέγεται η απογραφή είναι αδύνατο να απαριθμήσουμε όλα τα στοιχεία του συνόλου του πληθυσμού.

Υπάρχουν και άλλοι λόγοι για τους οποίους ένα δείγμα μπορεί να είναι καλύτερο από μια απογραφή. Ακόμα και αν προτιμάται μια απογραφή, μπορεί να έχει ανεπιθύμητες συνέπειες. Οι ένοπλες δυνάμεις, για παράδειγμα, συχνά ελέγχουν τις σφαίρες πυροβολώντας κάτω από υποθετικές καταστάσεις για να σιγουρευτούν ότι αυτές παραμένουν λειτουργικές. Χρησιμοποιώντας την προσέγγιση της απογραφής θα είχαν σαφή αποτελέσματα των αμυντικών τους δυνατοτήτων που ακολουθούν αμέσως την έρευνα. Ένας άλλος λόγος για τον οποίο προτιμάται το δείγμα έναντι της απογραφής είναι, ο κίνδυνος να αποκαλυφθεί μια επιτυχής ιδέα στους ανταγωνιστές. Τα δείγματα επίσης μειώνουν το χρόνο που χρειάζεται για την συλλογή στοιχείων και έτσι μπορεί να διατεθεί ο χρόνος αυτός για ανταγωνιστική αντίδραση. Τελικά, ένα δείγμα είναι καλύτερο από μια απογραφή επειδή μειώνει το συνολικό σφάλμα. Για να καταλάβουμε γιατί γίνεται αυτό, είναι ουσιώδες να γίνει η διαφοροποίηση ανάμεσα στην ορθότητα και την ακρίβεια.



Πως μπορεί ένα δείγμα να μειώσει πραγματικά το συνολικό σφάλμα περισσότερο από ότι μια απογραφή; το συνολικό σφάλμα ενός ερευνητικού έργου μπορεί να διαιρεθεί σε δυο μεγάλες κατηγορίες: **δειγματοληπτικά σφάλματα**, στην περίπτωση των τυχαίων δειγμάτων, αυτό σημαίνει σφάλματα αξιοπιστίας και **μη δειγματοληπτικά σφάλματα**. Η ορθότητα αναφέρεται στον βαθμό στον οποίο τα αποτελέσματα της έρευνας πλησιάζουν τις πραγματικές αξίες του συνόλου του πληθυσμού και είναι επομένως ένα μέτρο του συνολικού σφάλματος.

Τα δειγματοληπτικά σφάλματα λαμβάνουν χώρα όταν εκείνα τα τμήματα που έχουν επιλεγεί από το σύνολο του πληθυσμού, για να ερωτηθούν ή μελετηθούν, δεν είναι πραγματικά αντιπροσωπευτικά του συνόλου του πληθυσμού. Όταν συμβαίνει κάτι τέτοιο, γίνεται λάθος στην προβολή των ευρημάτων της έρευνας στο σύνολο του εξεταζόμενου πληθυσμού.

Οι περισσότερες καλά σχεδιασμένες προσπάθειες έρευνας αγοράς θα πρέπει να έχουν έναν ακριβή ορισμό του συνόλου του πληθυσμού πριν, όχι μετά, αφότου έχει αρχίσει η πραγματική συλλογή δεδομένων.

Αν υποθέσουμε ότι χρησιμοποιείται η κατάλληλη δειγματοληπτική διαδικασία, είναι προφανές ότι το μέγεθος του δειγματοληπτικού σφάλματος θα μειώνεται όσο θα αυξάνει το μέγεθος του δείγματος. Σε μερικές περιπτώσεις το συνολικό σφάλμα του πορίσματος της έρευνας μπορεί να είναι μεγαλύτερο με μια απογραφή εξαιτίας μη δειγματοληπτικών σφαλμάτων από ότι σε ένα δείγμα το οποίο περιλαμβάνει και δειγματοληπτικά και μη δειγματοληπτικά σφάλματα.

### 3.5 Η Τυχαία Έναντι της μη Τυχαίας Δειγματοληψίας

Υποθέτουμε ότι έχει προτιμηθεί το δείγμα έναντι της απογραφής, το επόμενο βήμα που μελετάμε είναι εάν το δείγμα θα απασχολεί τυχαίες ή μη τυχαίες τεχνικές. Ένα τυχαίο δείγμα είναι εκείνο στο οποίο κάθε μονάδα του συνολικού πληθυσμού έχει την ίδια πιθανότητα να επιλεγεί.

### 3.5.1 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της Τυχαίας Δειγματοληψίας

Το πιο σπουδαίο πλεονέκτημα του τυχαίου δείγματος είναι το ότι, επειδή κάθε μονάδα του πληθυσμού έχει μια γνωστή τύχη να επιλεγεί, το δυνατό δειγματοληπτικό σφάλμα μπορεί να εκτιμηθεί μαθηματικά. Εάν οι τεχνικές τυχαίας δειγματοληψίας χρησιμοποιηθούν κατάλληλα, μπορεί να υπολογιστεί ένα αντικειμενικό μέτρο αξιοπιστίας. Αυτό όχι μόνο επιτρέπει την εκτίμηση των πιθανοτήτων να γίνει ένα σφάλμα στην κρίση, αφού έχει ολοκληρωθεί η μελέτη αλλά επίσης παρέχει μια μέθοδο για εκτίμηση του κατάλληλου μεγέθους δείγματος πριν ακόμη αρχίσει η μελέτη. Αυτό το τελευταίο χαρακτηριστικό, πράγματι είναι το δεύτερο πλεονέκτημα των δειγμάτων πιθανότητας, το οποίο είναι ότι αυτά καθιστούν δυνατή την ανάλυση της σχετικής οικονομικότητας των εναλλακτικών δειγματικών σχεδιασμών. Το τρίτο πλεονέκτημα της τυχαίας δειγματοληψίας είναι ότι, δεν απαιτεί πολλή λεπτομερή πληροφόρηση για τον πληθυσμό προτού παρθεί το δείγμα. Αυτό το σημείο θα αποσαφηνιστεί αφού γίνει ανασκόπηση διαφόρων τύπων μη τυχαίων δειγμάτων. Τελικά, τα τυχαία δείγματα απομακρύνουν την υποκειμενική φύση της επιλογής των αποκρινόμενων και κατά συνέπεια την πιθανότητα μεροληψίας, που είναι ένα αρνητικό σημείο των μη τυχαίων τεχνικών. Παρά τα πλεονεκτήματα, υπάρχουν περιστάσεις στις οποίες είναι αδύνατο είτε αδικαιολόγητο να χρησιμοποιείται τυχαία δειγματοληψία. Με τυχαία δειγματοληψία είναι προαπαιτούμενα είτε μια κατάταξη του συνόλου του πληθυσμού είτε μια καλή εκτίμηση του μεγέθους του, εάν κάθε μονάδα έχει μια γνωστή πιθανότητα να επιλεγεί. Σε πολλές περιπτώσεις, μια τέτοια κατάταξη ή εκτίμηση δεν υπάρχει ή κοστίζει πολύ για να πραγματοποιηθεί. Αυτή η κατάσταση συμβαίνει κανονικά στη μελέτη με παρατήρηση, που συχνά ανατρέπει ή μπερδεύει την έρευνα. Τι συμβαίνει όμως, αν υπάρχει ένας κατάλογος αλλά δεν συμπίπτει ακριβώς με τον ορισμό του συνόλου του πληθυσμού; στην ορολογία της έρευνας αυτό σημαίνει ότι ο δειγματοληπτούμενος πληθυσμός διαφέρει από το σύνολο του πληθυσμού. Αυτή η κατάσταση αντιμετωπίζεται συχνά όταν χρησιμοποιείται ένας

τηλεφωνικός κατάλογος για την μελέτη μιας συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής. Οι θεωρητικές δυσκολίες αυξάνονται αμέσως διότι υπάρχουν άνθρωποι χωρίς τηλέφωνα, νέοι κάτοικοι των οποίων οι αριθμοί που δεν έχουν μπει στον κατάλογο και ανακρίβειες στους τηλεφωνικούς καταλόγους. Κάτω από αυτές τις περιστάσεις, υπάρχουν πολλές επιλογές. Πρώτον, το τυχαίο δείγμα πιθανότητας μπορεί να παρθεί από τον τηλεφωνικό κατάλογο και τα δυνατά σφάλματα που καλούνται σφάλματα δομής μπορεί να υποθεθούν ότι είναι αμελητέα. Μερικές φορές, αυτό μπορεί να γίνει αποδεκτό στη πράξη αν και θεωρητικά είναι λανθασμένο. Δεύτερο, κάποιος πρέπει να επανακαθορίσει το σύνολο του πληθυσμού ώστε να συμπίπτει με κάποιον διαθέσιμο κατάλογο. Αυτό είναι αποδεκτό όταν τα ευρήματα παρουσιάζονται σαν αντιπροσωπευτικά μόνο του επανακαθορισμένου συνόλου. Σε μερικές περιπτώσεις, απλά μπορεί να είναι απαραίτητο να χρησιμοποιηθούν μη τυχαίες τεχνικές. Ένα άλλο πρόβλημα είναι ότι, το να εξασφαλίσουμε ή να συντάξουμε έναν κατάλογο του συνόλου του πληθυσμού, να σχεδιάσουμε μια κατάλληλη διαδικασία δειγματοληψίας και να εξασφαλιστεί το ότι οι μονάδες έχουν επιλεγεί κατάλληλα είναι μια σύνθετη και συχνά ακριβής διαδικασία. Υπάρχει ένα τελευταίο σημείο για να εξετάσουμε. Σε κάποιες περιπτώσεις, ειδικά όταν ο στόχος της έρευνας είναι διερευνητικός, η τυχαία δειγματοληψία μπορεί να είναι άχρηστη και μη παραγωγική. Υποθέτουμε ότι θέλουμε να ξέρουμε γιατί κάποιοι πωλητές σε μια εταιρία είναι επιτυχημένοι. Το πιο χρήσιμο είναι να μελετήσουμε τους τρεις πιο επιτυχημένους και τους τρεις λιγότερο επιτυχημένους πωλητές. Αφού η μελέτη είναι διερευνητική, ένα μεροληπτικό δείγμα είναι καλύτερο από ένα τυχαίο δείγμα, το οποίο μπορεί να μην περιέχει τα ίδια χαρακτηριστικά.

### **3.5.2 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της μη Τυχαίας Δειγματοληψίας**

Παρά τους κάποιους σοβαρούς περιορισμούς η μη τυχαία δειγματοληψία έχει σίγουρα πλεονεκτήματα. Μπορεί να οδηγήσει σε μια καλύτερη επιλογή των αποκρινόμενων, ειδικά όταν σχετίζεται με διερευνητική έρευνα. Μερικές φορές

μπορεί επίσης να οδηγήσει σε έναν καλύτερο έλεγχο του μη δειγματοληπτικού σφάλματος. Ένα μη δειγματοληπτικό σφάλμα που αναφέραμε νωρίτερα ήταν, για παράδειγμα η μη απόκριση ή η μη συνεργασία. Ένας τρόπος να κερδίσουμε τη συνεργασία μίας ομάδας είναι να τους κάνουμε μια προσφορά. Η άρνηση και η μη συνεργασία συνήθως μειώνεται πολύ κάτω από αυτές τις καταστάσεις εξαιτίας του αυξημένου κινήτρου για συμμετοχή συμπεριλαμβανόμενης και της κοινωνικής πίεσης από τα άλλα μέλη της ομάδας. Τελικά η μη τυχαία δειγματοληψία είναι συχνά λιγότερο πολύπλοκη, χρονοβόρα και ακριβή από ότι η τυχαία δειγματοληψία. Ένα σοβαρό αρνητικό σημείο της μη τυχαίας δειγματοληψίας είναι ότι δεν είναι δυνατός ο μαθηματικός υπολογισμός του δειγματοληπτικού σφάλματος. Επιπλέον, επειδή στην πραγματικότητα η επιλογή της διαδικασίας συνήθως εξαρτάται από την υποκειμενική γνώση του ερευνητή, η γενίκευση των πορισμάτων στο σύνολο του πληθυσμού μπορεί να είναι αμφισβητήσιμη.

### **3.6 Επιλογή της μεθόδου δειγματοληψίας**

Από τη στιγμή που έχει ληφθεί η απόφαση να χρησιμοποιηθεί τυχαία ή μη τυχαία δειγματοληψία μπορεί να επιλεγεί μια συγκεκριμένη μέθοδος δειγματοληψίας. Ένα από τα σοβαρά προβλήματα των τεχνικών μη τυχαίας δειγματοληψίας είναι ότι η γενίκευση των πορισμάτων της έρευνας στο σύνολο του πληθυσμού συνήθως είναι αμφισβητήσιμη. Μόνο όταν χρησιμοποιούνται κατάλληλες τεχνικές τυχαίας δειγματοληψίας μπορεί να μετρηθεί μια μαθηματική εκτίμηση του πιθανού σφάλματος του δείγματος. Συνεπώς, εάν πρέπει να χρησιμοποιηθεί μη τυχαία δειγματοληψία, αυτό το πρόβλημα θα πρέπει κατηγορηματικά να τεθεί σαν περιορισμός του σχεδίου έρευνας και στην προτεινόμενη και στην τελική παρουσίαση. Φυσικά, η επιλογή περιορίζεται από αυτή την προηγούμενη απόφαση. Εάν επιθυμείται ένα τυχαίο δείγμα είναι διαθέσιμες τέσσερις βασικές επιλογές:

1. Απλή τυχαία δειγματοληψία.
2. Στρωματοποιημένη δειγματοληψία.
3. Συστηματική δειγματοληψία.
4. Τμηματική δειγματοληψία.

Αντίθετα, ένα προτιμηθεί η μη τυχαία επιλογή αποκρινόμενων πρέπει να χρησιμοποιηθεί μία από τις παρακάτω εναλλακτικές λύσεις:

1. Εύκολη δειγματοληψία.
2. Σκόπιμη δειγματοληψία.
3. Ποσοτική δειγματοληψία.

### **3.6.1 Τεχνικές τυχαιάς δειγματοληψίας- Απλή τυχαία δειγματοληψία**

#### **Πλεονεκτήματα:**

1. Ο απλός εννοιολογικός σχεδιασμός την καθιστά εύκολη στην κατανόηση και συνεπώς πιο προσιτή σε εκείνους που δεν έχουν ισχυρό στατιστικό υπόβαθρο.
2. Οι τεχνικές ανάλυσης δεδομένων είναι απλές.

#### **Μειονεκτήματα:**

1. Είναι αναγκαίο να κατασκευαστεί κατάλογος και να αριθμηθεί κάθε μονάδα του συνόλου.
2. Όπου υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις στα δεδομένα, υπάρχει η πιθανότητα συλλογής παραπλανητικών δειγμάτων. Κάτω από αυτές τις περιστάσεις, άλλες μέθοδοι δειγματοληψίας ίσως να είναι ικανές να μειώσουν αυτόν τον κίνδυνο.
3. Σε μερικές περιπτώσεις το κόστος της συλλογής δεδομένων ίσως είναι μεγαλύτερο από αυτό μιας άλλης τεχνικής δειγματοληψίας.

### **3.6.2 Στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία**

Όπου υπάρχει κίνδυνος μεγάλης απόκλισης στη μεταβλητή που μελετάται και αυτή η απόκλιση συσχετίζεται με απροσδιόριστα χαρακτηριστικά του συνόλου του πληθυσμού, η στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία μπορεί να ελαττώσει την πιθανότητα ενός παραπλανητικού δείγματος.

Ένα πολύ σημαντικό στοιχείο σχετικά με την στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία είναι ότι για να γίνει πιο χρήσιμη από την απλή τυχαία δειγματοληψία, πρέπει να υπάρχει μικρότερη απόκλιση μέσα στα στρώματα ή

τις τάξεις από ότι στα δεδομένα σαν σύνολο. Η τυπική απόκλιση για κάθε ειδικό στρώμα είναι μικρότερη από την τυπική απόκλιση των δεδομένων όταν παίρνονται σαν σύνολο. Υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους μπορεί να επιλεγεί ένα στρωματοποιημένο δείγμα. Ο πρώτος είναι η αναλογική στρωματοποιημένη δειγματοληψία στην οποία το επιλεγμένο μέγεθος δείγματος επιλέγεται ώστε οι μονάδες του δείγματος να αντιπροσωπεύουν όσο το δυνατό πιο πιστά τις αναλογίες του δείγματος. Με άλλα λόγια αν π.χ. ένα στρώμα περιλαμβάνει 20% των νοικοκυριών, το 20% του δείγματος θα επιλεγεί από αυτό το στρώμα. Για μια ακόμη φορά θα χρησιμοποιηθεί ο πίνακας τυχαίων αριθμών για να επιλεγούν οι συγκεκριμένες μονάδες αλλά αυτή την φορά σύμφωνα με το αναλογικό σχέδιο κατανομής. Τα στρωματοποιημένα δείγματα συνήθως εξασφαλίζουν μία καλύτερη εκτίμηση των παραμέτρων του συνόλου του πληθυσμού καθώς υπάρχει μία συσχέτιση ανάμεσα στο συγκεκριμένο στρώμα και στη μεταβλητή που μελετάται. Κάτω από αυτές τις συνθήκες η στρωματοποιημένη δειγματοληψία μειώνει τον κίνδυνο λήψης παραπλανητικών δειγμάτων. Μια άλλη μέθοδος για τον προσδιορισμό του σχεδίου στρωματοποιημένης δειγματοληψίας είναι απλά η διαίρεση του συνολικού μεγέθους του δείγματος που επιθυμείται με τον αριθμό των στρωμάτων και να ληφθεί ένα ίσο δείγμα από κάθε στρώμα. Υπάρχει επίσης μια μέθοδος καθορισμού της αρίστης κατανομής ενός ειδικού μεγέθους δείγματος ανάμεσα σε διάφορα στρώματα. Η διαδικασία προϋποθέτει διάφορες ενέργειες και το δείγμα που λαμβάνεται από κάθε στρώμα αυξάνει όσο αυξάνει ο αριθμός των τμημάτων και η τυπική απόκλιση των μεταβλητών σε κάθε στρώμα. Το πρόβλημα φυσικά είναι ότι μια τέτοια διαδικασία απαιτεί λεπτομερείς υπολογισμούς για τα χαρακτηριστικά κάθε στρώματος, προτού διεξαχθεί η πραγματική μελέτη. Περιληπτικά, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας μπορούν να ταξινομηθούν ως εξής:

#### **Πλεονεκτήματα:**

1. Όπου υπάρχει μεγάλη απόκλιση στις μεταβλητές και αυτή η απόκλιση μπορεί να συσχετιστεί με πληθυσμιακά χαρακτηριστικά με τρόπο που

να επιτρέπει το σχηματισμό πιο ομογενών ομάδων, η στρωματοποιημένη δειγματοληψία συνήθως οδηγεί σε καλύτερη εκτίμηση της αληθινής πληθυσμιακής παραμέτρου.

2. Η στρωματοποιημένη δειγματοληψία συνήθως έχει αν αποτέλεσμα την σημαντική μείωση της πιθανότητας παραπλανητικών δειγμάτων.
3. Η στρωματοποίηση εξασφαλίζει αντιπροσώπευση συγκεκριμένων μονάδων του πληθυσμού που θα μπορούσαν διαφορετικά να αποκλειστούν διότι αντιπροσωπεύουν μόνο μια μικρή αναλογία του συνολικού πληθυσμού.

### **Μειονεκτήματα:**

1. Η διαδικασία επιλογής του δείγματος είναι πολύ πιο σύνθετη.
2. Η στρωματοποίηση προϋποθέτει περισσότερη προκαταρκτική πληροφόρηση γύρω από το σύνολο του πληθυσμού.
3. Το σύνολο του πληθυσμού πρέπει να ορίζεται και να κατατάσσεται βάσει των χαρακτηριστικών της στρωματοποίησης.

### **3.6.3 Συστηματική Δειγματοληψία**

Ένας άλλος, πολύ απλός τρόπος για να ληφθεί ένα πιθανό δείγμα είναι αυτός του συστηματικού δείγματος. Το εμφανές πλεονέκτημα αυτής της διαδικασίας είναι ότι το προσδιοριζόμενο νούμερο δεν χρειάζεται να είναι προσδιοριζόμενο σε κάθε είδος του συνόλου. Στην πραγματικότητα, συστηματικά δείγματα δεν απαιτούν κατάλογο αν οι μονάδες έχουν ληφθεί εκτός χρόνου. Αυτή η κατάσταση μπορεί να συμβαίνει όταν ο ερευνητής αποφασίζει να εξετάσει κάθε “νιοστό” πελάτη που αγοράζει σε μια αγορά. Επειδή δεν είναι απαραίτητα η αριθμημένη καταγραφή, τα συστηματικά δείγματα είναι συχνά ευκολότερα και γρηγορότερα στην εκτέλεση.

Πριν αποφασιστεί μια διαδικασία συστηματικής δειγματοληψίας, υπάρχουν μερικά πιθανά μειονεκτήματα που πρέπει να εξετάσουμε. Δημιουργούνται μερικά στατιστικά προβλήματα όταν προσπαθούμε να αξιολογήσουμε ένα δειγματοληπτικό λάθος. Υποθέτοντας ότι η συνολική καταγραφή καθενός από τα δείγματα ήταν σχεδιασμένη και τυχαία

τοποθετημένη, το δειγματοληπτικό λάθος μπορεί να υπολογιστεί με τον ίδιο τρόπο με του απλού τυχαίου δείγματος. Αν δεν είναι βάσιμη μια τέτοια υπόθεση, η αξιολόγηση του δειγματοληπτικού λάθους γίνεται πιο περίπλοκη.

Όλα τα προβλήματα της συστηματικής δειγματοληψίας σχετίζονται με τον χαρακτήρα του καταλόγου - υποδείγματος. Όταν τα συνολικά στοιχεία καταγράφονται τυχαία, τα συστηματικά δείγματα είναι ίδια με τα απλά τυχαία δείγματα σχετικά με την αξιοπιστία.

Υπάρχουν δύο ακόμη απομένοντες κατάλογοι υποδείγματα που πρέπει να εξετασθούν. Ο ένας μπορεί να οδηγήσει σε μια καλύτερη εκτίμηση της αξίας του πληθυσμού. Ο δεύτερος μπορεί να οδηγήσει σε χειρότερη εκτίμηση. Αν ο κατάλογος από όπου ένα συστηματικό δείγμα είναι επιλεγμένος αναφορικά με το δείγμα που μελετάται, το τελικό δείγμα συχνά είναι πιο πιθανό από ένα αντίστοιχο απλό τυχαίο δείγμα.

#### **3.6.4 Τμηματική Δειγματοληψία**

Παρόλο που υπάρχουν και αρκετές άλλες τεχνικές δειγματοληψίας θα τελειώσουμε με την τμηματική δειγματοληψία. Υπάρχει μία βασική διαφορά μεταξύ της ανάλυσης διάφορων δειγματοληπτικών μεθόδων και της τμηματικής δειγματοληψίας. Στη αρχική φάση τουλάχιστον συλλέγοντας ένα γκρουπ από μονάδες- δείγματα παρά μονάδες. Αυτό εξοικονομεί χρήματα και μειώνει την πολυπλοκότητα της συλλογής δείγματος. Το μειονέκτημα αυτής της διαδικασίας είναι η αβεβαιότητα ότι τα δείγματα – μονάδες του τμήματος είναι αντιπροσωπευτικά του συνολικού πληθυσμού σαν ολότητας.

Οι μηχανισμοί της τμηματικής δειγματοληψίας είναι αρκετά απλοί. Πρώτα αν είναι δυνατόν υποδιαιρείται ο συνολικός πληθυσμός σε ομάδες ή τμήματα, αμοιβαία αποκλειόμενες αλλά ποτέ δεν περιέχουν όλες τις μονάδες του συνόλου του πληθυσμού. Ενώ στην συστηματική δειγματοληψία ο τελικός σκοπός είναι να γίνει κάθε ομάδα όσο το δυνατόν πιο ομογενής. Εδώ κάθε σωρός πρέπει να γίνει όσο το δυνατόν πιο εσωτερικά ετερογενής και πιο όμοιος με όλους τους άλλους σωρούς. Δεύτερο, διαλέγοντας ένα ή περισσότερα τμήματα τυχαία προσδιορίζεται το πραγματικό δείγμα. Σε πολλές περιπτώσεις, μια τεχνική δειγματοληψίας όπως και η απλή τυχαία δειγματοληψία μπορεί να



χρησιμοποιηθεί για να συλλεγούν ειδικές μονάδες δείγματος μέσα στα επιλεχθέντα τμήματα. Αυτή είναι γνωστή, σαν μέθοδος δειγματοληψίας 2 βημάτων.

Αν μπορούν να προκαθοριστούν τα τμήματα ή να διευθετηθούν φυσιολογικά ( ελεγχόμενα τμήματα ) η τμηματική δειγματοληψία είναι απλά ένας ακόμα τύπος ταξινομημένων τυχαίων δειγματοληψιών και έτσι είναι απλά πιο αξιόπιστη από ότι η απλή τυχαία δειγματοληψία. Στην πραγματικότητα όμως, ο όρος τμηματική δειγματοληψία αναφέρεται γενικά σε τμήματα τα οποία ο ερευνητής ούτε δημιουργεί ούτε ελέγχει. Μία από τις συχνότερες χρήσεις της τμηματικής δειγματοληψίας στην έρευνα αγοράς είναι τα δείγματα περιοχής στα οποία ο ερευνητής ορίζει οικοδομικά τετράγωνα ( ή περιοχές ) σαν ξεχωριστά τμήματα. Κάθε ένα οικοδομικό τετράγωνο μετά αριθμείται και ελέγχεται τυχαία ένα δείγμα τετραγώνων. Δημιουργούνται σοβαρά τετράγωνα όταν τα τετράγωνα τείνουν να γίνουν αρκετά ομοιογενή και λιγότερο ετερογενή από πλευράς εισοδήματος και κοινωνικής τάξης. Αυτό σημαίνει ότι οι τμηματικές δειγματοληψίες μπορεί από την μια πλευρά να είναι λιγότερο αξιόπιστες από ότι η ταξινομημένη ή απλή τυχαία δειγματοληψία. Μπορεί όμως να είναι πολύ πιο οικονομικές. Για άλλη μια φορά υπάρχει δυσαναλογία μεταξύ αξιοπιστίας και οικονομικότητας.

### **3.7 Τεχνικές μη Τυχαίας Δειγματοληψίας - Εύκολη Δειγματοληψία**

Ο όρος εύκολη δειγματοληψία είναι από μόνος του επεξηγηματικός. Ο ερευνητής επιλέγει εκείνες τις πληθυσμιακές μονάδες που είναι πιο εύκολες και πιο προσιτές. Η συνέντευξη με περαστικούς διαβάτες που ευφημιστικά ονομάζεται “μέθοδος σύλληψης στο εμπορικό κέντρο” ή “άνθρωπος που μαζεύει απόψεις στο δρόμο” είναι ένα παράδειγμα εύκολης δειγματοληψίας. Ένας τρόπος συλλογής εύκολου δείγματος είναι η επαφή με ομάδες όπως οι λέσχες ατόμων και οι εκκλησιαστικές οργανώσεις.

Η εύκολη δειγματοληψία είναι απλή, γρήγορη και γενικά συνεπάγεται μεγαλύτερη συνεργασία μεταξύ του ερευνητή και των αποκρινόμενων. Μπορεί επίσης να βοηθήσει στην μείωση μερικών μη δειγματοληπτικών λαθών. Ακόμη, όπως και με όλες τις τεχνικές μη τυχαίας δειγματοληψίας που

συζητήθηκαν δεν υπάρχει διαθέσιμη μέθοδος για μαθηματικό υπολογισμό του δειγματοληπτικού λάθους. Επιπλέον, επειδή οι ευκολοπρόσιτες μονάδες από τον πληθυσμό έχουν την τάση να διαφέρουν πολύ από τις λιγότερες ευκολοπρόσιτες μονάδες, τέτοια δείγματα δέχονται αμφισβητήσεις όσο αφορά την αξιοπιστία τους. Ο ερευνητής πρέπει να προσέχει την εύκολη δειγματοληψία. Έχουμε δει πολλά μεθοδολογικά τμήματα προτάσεων και τελικές αναφορές έρευνας που βασίζονται για παράδειγμα στους “περαστικούς που επιλέγονται τυχαία”. Αν και πιθανώς ένας ερευνητής μπορεί να χρησιμοποιήσει ένα τυχαίο αριθμό καταλόγων για την επιλογή αποκρινόμενων, στην πραγματικότητα αυτό γίνεται σπάνια.

Η χρησιμοποίηση του όρου τυχαίο δεν θα έπρεπε να δημιουργεί σύγχυση. Το βασικό στοιχείο είναι ότι δεν υπάρχει καμία εγγύηση ότι το επιλεγμένο δείγμα είναι πράγματι αντιπροσωπευτικό. Όπως όλες οι τεχνικές μη τυχαίας δειγματοληψίας, η εύκολη δειγματοληψία είναι από τις πιο αποδεκτές στην ερευνητική μέθοδο.

### **3.7.1 Προτεινόμενη Δειγματοληψία**

Στον τύπο αυτό μη τυχαίας δειγματοληψίας επιλέγονται, μονάδες του πληθυσμού με κριτήριο την “γνώση του ειδικού”. Ο ειδικός μπορεί να είναι ο ερευνητής Marketing, ένα άτομο εκτός εταιρίας με εμπειρία στην συγκεκριμένη περιοχή που μελετάται, ή ακόμη και ο πελάτης. Ένα παράδειγμα προτεινόμενου δείγματος θα ήταν ένας χονδρέμπορος που διαλέγει έναν αριθμό καταστημάτων λιανικού εμπορίου σαν “τυπικό” δείγμα.

Η προτεινόμενη δειγματοληψία έχει τα ίδια βασικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα όπως εκείνα που περιγράφησαν την εύκολη δειγματοληψία. Αν αυτός που επιλεγεί είναι πράγματι “ειδικός” αυτή η δειγματοληψία μπορεί να οδηγήσει σε πιο αξιόπιστο δείγμα από ότι η εύκολη δειγματοληψία.

Δυστυχώς, δεν υπάρχει τρόπος για την μέτρηση της αξιοπιστίας. Έτσι η προτεινόμενη δειγματοληψία θα έπρεπε προφανώς να χρησιμοποιηθεί μόνο σε καταστάσεις εξερεύνησης όπου είναι επιτακτική η ταχύτητα όταν το δείγμα είναι πολύ μικρό και όπου λαμβάνεται μεγάλη φροντίδα για επιβεβαίωση ότι τα ευρήματα είναι πράγματι εφαρμόσιμα.

### 3.7.2 Αναλογική Δειγματοληψία

Από όλες τις τεχνικές μη τυχαίας δειγματοληψίας, η αναλογική δειγματοληψία είναι η μόνη που αποτελεί μια συστηματική προσπάθεια για την επίτευξη ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος. Τέσσερα βήματα οδηγούν σε αυτόν τον σκοπό. Πρώτο, τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού που επιλέχθηκε τα οποία φαίνεται να αντιπροσωπεύουν ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα. Δεύτερο, προσδιορίστηκαν οι αναλογίες του πληθυσμού που έχει τα χαρακτηριστικά. Τρίτο, το μέγεθος του δείγματος προσδιορίστηκε από χαρακτηριστικά που επιλέχθηκαν σαν "έλεγχοι". Τέταρτο, οι μονάδες του δείγματος επιλέχθηκαν από τον πληθυσμό σαν συνάρτηση των αναλογιών εξειδίκευσης.

Η εύκολη δειγματοληψία αν και γρήγορη και μη δαπανηρή δέχεται συχνά αμφισβητήσεις όταν έρχεται να σχεδιάσει τα ευρήματα της έρευνας. Ένας λόγος για αυτό είναι ότι οι εύκολες και συνεργάσιμες μονάδες του πληθυσμού συχνά διαφέρουν ουσιαστικά από τις μονάδες εκείνες που δεν είναι και τόσο εύκολες ή συνεργάσιμες.

Το πρώτο βήμα στο ξεκίνημα του σχεδιασμού μιας αναλογικής δειγματοληψίας είναι να προσδιορισθούν και να επιλεγούν τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού που πιστεύεται ότι σχετίζονται με ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα. Αν τα εκλέγοντα χαρακτηριστικά συσχετίζονται με τις υπό μελέτη μεταβλητές, η αναλογική δειγματοληψία όπως η όμοια τυχαία δειγματοληψία μπορεί να βοηθήσει στην αύξηση της ερευνητικής ακρίβειας. Αν δεν σχετίζονται τότε σπαταλήθηκαν άδικα ο χρόνος και η προσπάθεια που έγινε για να προσδιοριστεί το πλαίσιο αναλογικής δειγματοληψίας. Αυτός ο έλεγχος βασίζεται σε δευτερεύοντα στοιχεία ή σε ένα προκαταρκτικό σχέδιο έρευνας.

Το δεύτερο βήμα στην αναλογική δειγματοληψία είναι ο προσδιορισμός της αναλογίας του πληθυσμού που έχει τα χαρακτηριστικά ελέγχου που μας ενδιαφέρουν. Εδώ ο ερευνητής θα στηριχθεί ή στα δευτερεύοντα στοιχεία ή σε εναλλακτικά προκαταρκτικά ευρήματα. Αν δεν υπάρχει καμιά πληροφορία για τα χαρακτηριστικά αυτά στον πληθυσμό ο ερευνητής δεν έχει καμιά τύχη, εκτός αν θελήσει να κάνει μια αυθαίρετη υπόθεση για τις αναλογίες.

Το τρίτο βήμα είναι να κατανείμουμε το επιλεγμένο μέγεθος του δείγματος μεταξύ των στοιχείων.

Το τέταρτο και τελευταίο βήμα στην δειγματοληψία αναλογίας αφορά την ίδια την επιλογή των συγκεκριμένων μονάδων του δείγματος. Κανονικά οι αποκρίσεις βγαίνουν από τις μονάδες του δείγματος μέχρι η αναλογία για κάθε χαρακτηριστικό στοιχείο ελέγχου να έχει ολοκληρωθεί. Σε μια συνέντευξη υπάρχει η ανάγκη προσδιορισμού όσο το δυνατόν γρηγορότερα του ξεχωριστού στοιχείου στο οποίο ταιριάζει ο αποκρινόμενος. Αν η αναλογία για το στοιχείο αυτό δεν είναι ακόμα ολοκληρωμένη τα στοιχεία πρέπει να συνεχίζουν να συλλέγονται. Αν η αναλογία ολοκληρώνεται ο ερευνητής απλά πηγαίνει στον επόμενο δυνητικό αποκρινόμενο.

Η αναλογική δειγματοληψία είναι φανερά η πιο προσελκυστική από τις τυχαίες μεθόδους δειγματοληψίας τουλάχιστον αναφορικά με τις προσπάθειες ελέγχου αξιοπιστίας. Αφού υπάρχει κάποια συσχέτιση μεταξύ των επιλεγέντων χαρακτηριστικών ελέγχου και της μεταβλητής που μελετάται, το αναλογικό δείγμα είναι γενικά πιο αξιόπιστο από ότι οι άλλες τεχνικές μη τυχαίας δειγματοληψίας.

Υπάρχουν και επιπρόσθετα πλεονεκτήματα. Πιέζοντας τον ερευνητή αγοράς να σκεφθεί σε όρους χαρακτηριστικών ελέγχου η αναλογική δειγματοληψία συχνά τον βοηθάει να συγκεντρωθεί σε σχετικές υποομάδες του πληθυσμού κατά την διάρκεια της ανάλυση. Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι ότι η αναλογική δειγματοληψία ελαχιστοποιεί την πιθανότητα μη συνηθισμένων δειγμάτων με μικρότερο κόστος από ότι η στρωματοποιημένη δειγματοληψία

Ξέχωρα από τα πλεονεκτήματα της δεν πρέπει να αγνοηθούν οι περιορισμοί της αναλογικής δειγματοληψίας. Αν και η αναλογική δειγματοληψία και η στρωματοποιημένη δειγματοληψία φαίνεται να είναι όμοιες υπάρχουν ουσιαστικές διαφορές. Οι συγκεκριμένες μονάδες δείγματος μέσα στα χαρακτηριστικά στοιχεία ελέγχου επιλέγονται περισσότερο με μεθόδους εύκολης δειγματοληψίας παρά με τη τυχαία δειγματοληψία. Συνεπώς, δεν υπάρχει τρόπος προσδιορισμού του δειγματοληπτικού σφάλματος σε στατιστική βάση. Επιπρόσθετα, είναι συνήθως πολύ δύσκολο να χρησιμοποιήσουμε περισσότερα, από ένα περιορισμένο αριθμό χαρακτηριστικών ελέγχου. Για το λόγο αυτό το δείγμα μπορεί να γίνει μη

αντιπροσωπευτικό σε όρους άλλων χαρακτηριστικών μη χρησιμοποιούμενων στην επιλογή του δείγματος.

Τελικά υπάρχουν συχνά σοβαρά προβλήματα ελέγχου σε επίπεδο πραγματικής απόκτησης στοιχείων. Η μέθοδος αυτή πιέζει τους συλλέκτες στοιχείων στον προσδιορισμό χαρακτηριστικών ελέγχου δυνητικών αποκρινόμενων. Αυτό μπορεί να είναι σχεδόν αδύνατο, σε μερικές περιπτώσεις και ο κίνδυνος της απάτης με σκοπό την συμπλήρωση αναλογιών για τα δύσκολα να βρεθούν χαρακτηριστικά είναι πολύ πιθανός. Έτσι, αν και η αναλογική δειγματοληψία πιθανώς είναι η πιο αξιόπιστη από τις μη τυχαίες τεχνικές δειγματοληψίας, περικλείει ακόμη σοβαρούς περιορισμούς. [3]

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ**

Η μέθοδος της δειγματοληψίας που επιλέξαμε είναι η στρωματοποιημένη δειγματοληψία καθώς μας δίνεται η δυνατότητα το επιλεγμένο μέγεθος δείγματος να επιλέγεται ώστε οι μονάδες του δείγματος να αντιπροσωπεύουν όσο το δυνατό πιο πιστά τις αναλογίες του δείγματος. Με άλλα λόγια αν π.χ. ένα στρώμα περιλαμβάνει 20% των νοικοκυριών, το 20% του δείγματος θα επιλεγεί από αυτό το στρώμα.

Το δεύτερο βήμα μας μετά την επιλογή της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας είναι η κατασκευή του ερωτηματολογίου που θα σταλεί στις επιχειρήσεις. Ένα πολύ σημαντικό ζήτημα το οποίο πρέπει να θυμόμαστε ενώ αναπτύσσουμε μία ομάδα ερωτήσεων είναι η ουδετερότητα. Κάθε ερώτηση πρέπει να εκφράζεται έτσι ώστε να είναι εύκολο για τους αποκρινόμενους να δώσουν μία σωστή απάντηση όσο για οποιονδήποτε άλλο. Το πιο συχνό και φανερό πρόβλημα ουδετερότητας προκαλείται από την ερώτηση που τίθεται πρώτη. Αναφέροντας ένα παράδειγμα αν πούμε “Είναι η τιμή ο πιο σημαντικός παράγοντας στην επιλογή ενός σουπερ- μάρκετ για τα περισσότερα τρόφιμα σας”; Είναι ένα παράδειγμα ερώτησης που τίθεται πρώτη επειδή υπονοεί πιθανόν ότι η τιμή είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας αν και υπάρχουν πολλές άλλες πιθανότητες. Ένας πολύ καλύτερος τρόπος να αποκτήσουμε έγκυρη πληροφόρηση είναι ρωτώντας τον αποκρινόμενο να αναφέρει τον πιο σημαντικό παράγοντα ή αφήνοντας τον αποκρινόμενο να διαλέξει από μια λίστα εναλλακτικών λύσεων.

Ένα δεύτερο θέμα ουδετερότητας περιλαμβάνει την παροχή αποδεκτών απαντήσεων από τον αποκρινόμενο. Εάν μια απάντηση “δεν ξερών” είναι δεκτή ( δεν είναι αποδεκτή για μια δημογραφική ερώτηση αναφορικά με το φύλο του αποκρινόμενου ). Η δυνατότητα επιλογής αυτής της απάντησης θα πρέπει να έχει υπόσταση ισοδύναμη με άλλες λογικές ανταποκρίσεις. Όταν ρωτάτε προσωπικές ερωτήσεις μια άρνηση στην κατηγορία απαντήσεων μπορεί να είναι κατάλληλη. Αποτυχία παροχής παραδεκτών εναλλακτικών απαντήσεων

μπορεί να οδηγήσει σε δύο ανεπιθύμητα αποτελέσματα. Ο αποκρινόμενος είτε θα διαλέξει μια από τις διαθέσιμες δυνατότητες επιλογής η θα αγνοήσει την πρόταση γενικά.

#### 4.1 ΟΔΗΓΙΕΣ

Ένα καλά σχεδιασμένο ερωτηματολόγιο θα πρέπει μιλώντας μεταφορικά να οδηγεί τον αποκρινόμενο στο μέσο συγκέντρωσης στοιχείων. Οι οδηγίες είναι σημαντικές όταν έχουμε να κάνουμε με ασυνήθιστες ή σύνθετες ερωτήσεις. Στη περίπτωση όπου οι ερωτήσεις βρίσκονται σε κλίμακα, συχνά θέλουμε να δώσουμε στον αποκρινόμενο ένα παράδειγμα.

Τέλος, πρέπει να δοθεί προσοχή στην διατύπωση των κατευθυντηρίων οδηγιών, όπου αυτές χρειάζονται. Συχνά θα τίθεται μία ερώτηση στην οποία η απάντηση μπορεί να αποκλείει τον αποκρινόμενο από μερικά θέματα τα οποία έχουν μία ακολουθία. Πάντοτε να κατευθύνουμε τον αποκρινόμενο στην επόμενη κατάλληλη ερώτηση και να μην τον πιέζουμε να διαβάσει άσχετες ερωτήσεις.

Ο ερευνητής θέλει συχνά να κάνει συγκεκριμένες ερωτήσεις για ένα θέμα αναφερόμενο μόνο σε έναν περιορισμένο αριθμό αποκρινόμενων σε αυτή την έρευνα. Σε τέτοιες περιπτώσεις μία ερώτηση σε **μορφή φίλτρου** θα πρέπει να χρησιμοποιείται για να εντοπίζει αυτούς τους αποκρινόμενους που θα απέφευγαν μία συγκεκριμένη ερώτηση και θα προχωρούσαν σε άλλο μέρος του ερωτηματολογίου ή της συνέντευξης.

Εκτός των ερωτήσεων σε μορφή φίλτρου, δύο άλλοι τύποι ερωτήσεων μπορούν να κάνουν το μέσο συγκέντρωσης στοιχείων να κυλά ομαλά για τον αποκρινόμενο. Μία **μεταβατική ερώτηση** που δεν έχει ουσιαστική αξία μπορεί να εισαχθεί για να βοηθήσει τον αποκρινόμενο να προχωρήσει ομαλά από το ένα θέμα στο άλλο, ιδιαίτερα όταν υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία θεμάτων.

Το “σχεδιάγραμμα” μιας αναφορικής ερώτησης είναι παρόμοιο με το σχεδιάγραμμα μιας μεταβατικής ερώτησης επειδή έχει σχεδιαστεί για να οδηγεί το μυαλό του αποκρινόμενου σε μια συγκεκριμένη κατεύθυνση. Το κίνητρο

παρόλα αυτά είναι διαφορετικό. Ενώ η μεταβατική ερώτηση παρέχει ένα σύνδεσμο θεμάτων σε ένα μέσο συγκέντρωσης στοιχείων, η αναφορική ερώτηση παρέχει έναν συνδυασμό μεταξύ της τωρινής κατάστασης του νου του αποκρινόμενου και του θέματος της ερώτησης σε περιπτώσεις όπου μπορούν να υπάρχουν εμπόδια. Οι πιο συνηθισμένες περιπτώσεις για την χρήση ενός πλαισίου αναφορικών ερωτήσεων παρουσιάζονται όταν μεγάλη χρονική απόσταση υπάρχει μεταξύ του θέματος της ερώτησης και του παρόντος.

#### **4.2 ΑΚΟΛΟΥΘΙΑ**

Η ακολουθία είναι σημαντική στον σχεδιασμό ενός σωστού μέσου συγκέντρωσης στοιχείων. Πέντε γενικοί κανόνες πρέπει να χρησιμοποιηθούν:

1. Τα θέματα θα πρέπει να καλύπτονται σε μια λογική σειρά. Αυτό συνήθως σημαίνει την παρακολούθηση των θεμάτων από το γενικό στο ειδικό.
2. Οι δύσκολες ερωτήσεις πρέπει να τοποθετούνται προς το τέλος του μέσου συγκέντρωσης στοιχείων για να επιτρέψουμε στον αποκρινόμενο να προετοιμασθεί για την συνέντευξη.
3. Οι ερωτήσεις που σχετίζονται πρέπει να διατηρούνται μαζί.
4. Οι ερωτήσεις με παρόμοιους σύνθετους τύπους θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν κοντύτερα η μία στην άλλη.
5. Οι ευαίσθητες ερωτήσεις θα πρέπει να έρχονται όσον το δυνατόν αργότερα στην συγκέντρωση στοιχείων εφόσον η σχέση έχει επέλθει.
6. Οι προσωπικές ερωτήσεις π.χ. δημογραφικής κατάταξης εμπίπτουν σε αυτήν την κατηγορία.

#### **4.3 ΜΕΛΕΤΩΝΤΑΣ ΚΑΘΕ ΕΡΩΤΗΣΗ**

Αφού αναπτυχθεί ένα προκαταρκτικό σχέδιο του οδηγού συγκέντρωσης στοιχείων θα πρέπει να εξετασθεί προσεκτικά από τον ερευνητή οποιοδήποτε λάθος. Δώδεκα συνήθεις παγίδες του σχεδιασμού του μέσου συγκέντρωσης στοιχείων περιγράφονται παρακάτω:



1. Η υποβολή μιας ερώτησης η οποία δεν είναι ουσιαστική για τους σκοπούς τους σχεδίου. Υπάρχει ο πειρασμός σχεδόν σε κάθε έρευνα αγοράς να περιληφθούν ερωτήσεις που θα μπορούσαν να αποφέρουν ενδιαφέροντα αποτελέσματα ακόμα και αν αυτές δεν συντελούν καθόλου στους βασικούς στόχους της έρευνας. Τέτοιες ερωτήσεις είναι πολυτέλεια και οι περισσότερες μελέτες δεν πρέπει να τις περιλαμβάνουν. Αυτές οι μη απαραίτητες ερωτήσεις αυξάνουν όχι μόνον τον σχηματισμό, την ταξινόμηση και την ανάλυση των εξόδων μίας μελέτης, αλλά έχουν μια τάση να αφαιρούν από τα βασικά ζητήματα και να προσθέτουν μήκος που δεν είναι απαραίτητο στο μέσο συγκέντρωσης στοιχείων. Για αυτό κάθε ερώτηση πρέπει να αξιολογείται βάσει του πόσο συντελεί στους στόχους της βασικής έρευνας.
2. Αν ζητούνται πληροφορίες πέρα της γνώσης και της εμπειρίας του αποκρινόμενου. Ο ερευνητής πρέπει να εξετάσει προσεκτικά αν η απάντηση σε μια ερώτηση μπορεί να είναι πέρα της γνώσης ή της εμπειρίας του αποκρινόμενου. Εάν είναι έτσι μία ή περισσότερες από τρεις λύσεις μπορούν να ακολουθήσουν:
  - A.** Απόρριψη της ερώτησης
  - B.** Να δοθεί μια απάντηση υπεκφυγής
  - Γ.** Να συμπεριληφθεί μια ερώτηση τύπου φίλτρουΌταν μια ερώτηση είναι πέρα της γνώσης και της εμπειρίας του αποκρινόμενου αυτός μπορεί απλά να μαντέψει ή να παραβλέψει την ερώτηση, φαινόμενα εξίσου ανεπιθύμητα.
3. Υποβολή μιας ερώτησης που απαιτεί πολύ προσπάθεια από την πλευρά του αποκρινόμενου. Ο βαθμός της προσπάθειας ενός αποκρινόμενου σε μια έρευνα αγοράς σχετίζεται άμεσα με το ενδιαφέρον του στο θέμα και με την παρακίνηση για συνεργασία. Εάν λαμβάνει μέρος μια ομάδα υψηλού ενδιαφέροντος ή εάν η παρακίνηση είναι σημαντική, ο αποκρινόμενος μπορεί να κάνει μια μεγαλύτερη προσπάθεια από όταν απουσιάζουν τέτοιες καταστάσεις. Γενικά οποιαδήποτε

ερώτηση που απαιτεί ο αποκρινόμενος να ψάξει σε ένα βιβλίο για τα στοιχεία ή να συζητήσει την απάντηση του με άλλους θα οδηγήσει πιθανόν σε εκνευρισμό και έλλειψη απόκρισης.

4. Η υποβολή μιας κύριας ερώτησης. Οποιαδήποτε ερώτηση διευκολύνει τον αποκρινόμενο να απαντήσει με έναν συγκεκριμένο τρόπο χωρίς να του επιτρέπει άλλες λογικές επιλογές είναι μια κύρια ερώτηση που τυπικά θα επιφέρει στοιχεία. Εξετάζουμε τη διατύπωση προσεχτικά για να επιβεβαιώσουμε ότι μια ερώτηση δεν είναι μεροληπτική.
5. Η υποβολή μιας διφορούμενης ερώτησης. Αν και είναι σχεδόν αδύνατο να καταγράψουμε όλες τις πιθανές πηγές για διφορούμενες ερωτήσεις, δύο ιδιαίτερες μορφές ερωτήσεων αξιώνουν στενή προσοχή, οι πολλαπλές ερωτήσεις και η ανακριβής έκφραση. Η ερώτηση πολλαπλής επιλογής εμφανίζεται συνήθως όταν περισσότερα χαρακτηριστικά ερωτώνται σε μια μόνη ερώτηση. Ο δεύτερος πιο κοινός λόγος της διφορούμενης έννοιας είναι η ανακρίβεια της έκφρασης. Λέξεις όπως συνήθως, συχνά, πολύ συχνά, γενικά, πόσο συχνά και κανονικά είναι δείκτες διφορούμενου νοήματος. Κάθε ερώτηση θα πρέπει να εξετασθεί σχετικά με την ακρίβεια έκφρασης. Λέξεις ή όροι που απαιτούνται ώστε ο αποκρινόμενος να καθορίσει την περιλαμβανόμενη σημασία συχνά δείχνουν διφορούμενα νοήματα.
6. Υποβολή ερωτήσεων που ενθαρρύνει τις ψευδείς απαντήσεις. Όπως έχει αναλυθεί ερωτήσεις που μπορούν να έχουν εκπληκτικές κοινωνικές ή προσωπικές προεκτάσεις μπορεί να ενθαρρύνουν τον αποκρινόμενο να μην λέει αλήθεια. Τέτοιες περιπτώσεις θα ενθαρρύνουν παραπλανητικές απαντήσεις και θα βλάψουν την συνεργασία και για αυτό τον λόγο πρέπει να αποφευχθούν, εκτός αν μπορούν να χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικές τεχνικές εξωτερίκευσης των ιδεών.

7. Υποβολή μιας ερώτησης που θα προκαλέσει απαντήσεις οι οποίες δεν επιτρέπουν την επιθυμητή ανάλυση. Η τεχνική της ανάλυσης μπορεί να περιοριστεί από το είδος της συγκέντρωσης των στοιχείων. Για αυτό κάθε ερώτηση πρέπει να επανεξετάζεται ώστε να επιβεβαιώσουμε ότι το είδος των στοιχείων που προκαλείται θα επιτρέψει στον αναλυτή να κάνει το είδος της επιθυμητής ανάλυσης.
8. Υποβολή μίας ερώτησης πολλαπλής επιλογής η οποία δε παρέχει ίσες ευκαιρίες για όλες τις λογικές ανταποκρίσεις. Υπάρχουν πολλές καταστάσεις στις οποίες ένας αναλυτικός κατάλογος λογικών εναλλακτικών λύσεων είναι αδύνατος ή αδικαιολογήτως λόγω χώρου. Σε τέτοιες περιπτώσεις μόνο οι πιο συνηθισμένες κατηγορίες απαντήσεων μπορούν να καταγραφούν και να παραχθεί μια "άλλη" κατηγορία. Έάν οι απαντήσεις "δεν ξέρω" ή "δεν θυμάμαι" θεωρούνται λογικές κατηγορίες απαντήσεων πρέπει να δοθεί προσοχή και σε αυτές.
9. Υποβολή μιας ερώτησης πολλαπλής επιλογής στην οποία οι κατηγορίες δεν είναι αμοιβαία αποκλειόμενες. Κάθε ερώτηση πολλαπλής επιλογής θα πρέπει να εξετάζεται για αμοιβαία αποκλειόμενες κατηγορίες. Αποτυχία στην παροχή αμοιβαία αποκλειόμενων επιλογών μπορεί να οδηγήσει σε πολύπλοκες ερωτήσεις, απογοήτευση και έλλειψη συνεργασίας.
10. Υποβολή ερώτησης η οποία απαιτεί ακρίβεια και η οποία δεν είναι απαραίτητη στην απόκριση. Αυτό το πρόβλημα αντιμετωπίζεται σε κατηγορία ερωτήσεων όπου ζητούνται δημογραφικά στοιχεία όπως το επίπεδο εκπαίδευσης, ηλικίας και εισοδήματος. Δεν είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε την ακριβή ηλικία του αποκρινόμενου. Ο γενικός κανόνας είναι ποτέ να μην ζητάμε περισσότερη ακρίβεια από όση χρειαζόμαστε. Υπάρχουν δύο λόγοι για αυτό:
  - A. Εάν καταγραφούν γενικευμένες κατηγορίες, ο χρόνος ανάλυσης ελλατώνεται.

B. Η απάντηση του αποκρινόμενου είναι ευκολότερη και λιγότερο πρωσοποποιημένη, έτσι έχουμε μεγαλύτερη συνεργασία και απόκριση.

11. Υποβολή μίας ερώτησης η οποία είναι εκτός ακολουθίας. Η κατάταξη των ερωτήσεων σε μια ακολουθία βοηθά τον αποκρινόμενο να εργάζεται δια μέσου της διαδικασίας συγκέντρωσης στοιχείων γρήγορα και με την λιγότερη σύγχυση.
12. Υποβολή μίας ερώτησης με ανεπαρκείς οδηγίες περιπλέκει και απογοητεύει τον αποκρινόμενο. Ένας γενικός κανόνας είναι η περιγραφή να γίνεται με πολλές λεπτομέρειες για τον τρόπο που κάθε ερώτηση πρέπει να απαντηθεί.

Αφού συμπληρωθεί η συνέντευξη ή το ερωτηματολόγιο, ο ερευνητής θα πρέπει να ελέγξει κάθε ερώτηση μαζί με τον αποκρινόμενο για να καθορίσει εάν ο αποκρινόμενος κατάλαβε τις οδηγίες και ερμήνευσε σωστά την κάθε ερώτηση. Μια μικρή έρευνα θα ξεκαθαρίσει εάν η απάντηση που δόθηκε ήταν μία πραγματική αντανάκλαση των στάσεων απόψεων ή και γνώσεων του αποκρινόμενου. Πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση σε χώρους όπου κυριαρχεί δισταγμός ή σύγχυση. Στο τέλος ο ερευνητής πρέπει να ρωτήσει τον αποκρινόμενο για το αν συνεργάστηκε κάτω από φυσιολογικές συνθήκες στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ή της συνέντευξης. Ο προέλεγχος των μέσων συγκέντρωσης στοιχείων είναι ένα από τα πιο ζωτικά στοιχεία που περιλαμβάνονται σε οποιαδήποτε λογικά σωστή συγκέντρωση στοιχείων. Είναι η μοναδική διαδικασία για να ελεγχθούν τα πιθανά προβλήματα εγκυρότητας που μπορεί να μειώσουν την αξία μιας προσπάθειας ερευνητικής στον χώρο.

#### **4.3.1 Προβλήματα Συνεργασίας σε μια Τηλεφωνική Συνέντευξη**

Δυστυχώς, ο ερευνητής έχει να αντιμετωπίσει την έλλειψη πίστης και την εχθρότητα από τους αποκρινόμενους στις τηλεφωνικές έρευνες. Όμως παρά το γεγονός ότι υπάρχουν τέτοια άσχημα προηγούμενα από ασυνείδητες εταιρίες, υπάρχει ένα επίπεδο στοιχειώδους δεκτικότητας στις τηλεφωνικές

έρευνες. Είναι σημαντικό αυτός που παίρνει συνέντευξη να ενισχύσει την αξιοπιστία και την σχέση με την τηλεφωνική επαφή.

#### **4.3.2 Προβλήματα Συνεργασίας με τα Ταχυδρομικά Ερωτηματολόγια**

Ένα από τα πιο σημαντικά προβλήματα σε έρευνες με ταχυδρομείο είναι η μικρή απόκριση που εμφανίζεται. Στην πραγματικότητα παρά τα προβλήματα της τηλεφωνικής συνέντευξης που αναλύθηκαν παραπάνω, η έλλειψη συνεργασίας είναι ένα πρόβλημα που μεγιστοποιείται στην ταχυδρομική έρευνα παρά σε οποιαδήποτε άλλη μορφή έρευνας. Αν γνωρίζουμε ποιοι δεν έχουν απκριθεί, τότε το μόνο που χρειάζεται είναι να λάβουν αυτοί μια δεύτερη ταχυδρομική επιστολή. Εάν δεν γνωρίζουμε ποιοι δεν έχουν απκριθεί είναι απαραίτητη μια δεύτερη ταχυδρομική επιστολή σε όλους με την σημείωση να μην απαντήσουν στο γράμμα αν έχουν ήδη απκριθεί. Ο βασικός κανόνας στο σχεδιασμό της συνοδευτικής επιστολής είναι πάντα να τονίζουμε στον αποκρινόμενο τα οφέλη που θα έχει αν συνεργαστεί.

Μια σωστά σχεδιασμένη επιστολή θα πρέπει φυσιολογικά να περιλαμβάνει τα ακόλουθα:

1. Αναγνώριση της ταυτότητας αυτού που κάνει έρευνα με σκοπό τη μείωση της καχυποψίας και την δημιουργία αξιοπιστίας.
2. Προσδιορισμός των κερδών του αποκρινόμενου από την συνεργασία τους. [2]

#### **4.4. Σύνταξη ερωτηματολογίου**

Το πιλοτικό που συντάξαμε και αποφασίσαμε να διαθέσουμε για δοκιμή στις επιχειρήσεις είναι το εξής:

##### **ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΟΚΡΙΝΟΜΕΝΟΥ:**

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ:**

**ΦΥΛΛΟ:**

**ΗΛΙΚΙΑ:**

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:**

## **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

- 1) Ποια η γενική και η ακαδημαϊκή επιμόρφωση που προτιμάται;
  - Α.Ε.Ι.
  - Τ.Ε.Ι.
  - ΛΥΚΕΙΟ
- 2) Πόσο σημαντικό είναι να κατέχει ένας υποψήφιος μεταπτυχιακό Τίτλο;
  - Λίγο
  - Αρκετά
  - Εξαιρετικά
- 3) Ποιες ξένες γλώσσες πρέπει να γνωρίζει ο υποψήφιος;
  - Αγγλικά
  - Γερμανικά
  - Ιταλικά
  - Γαλλικά
  - Κάποια Άλλη
- 4) Τι επάρκεια γλώσσας πρέπει να κατέχει;
  - Χωρίς
  - Μέτρια
  - Ικανοποιητικά
  - Εξαιρετικά
- 5) Πόσο σημαντική είναι η επαγγελματική επιμόρφωση;
  - Λίγο
  - Αρκετά
  - Εξαιρετικά
- 6) Πόσο σημαντική είναι η προϋπηρεσία;
  - Λίγο
  - Αρκετά
  - Εξαιρετικά

- 7) Πόσο σημαντική είναι η γνώση και η ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής;
- Λίγο
  - Αρκετά
  - Εξαιρετικά
- 8) Είναι σημαντική η οικογενειακή κατάσταση των υποψηφίων;
- Λίγο
  - Αρκετά
  - Εξαιρετικά
- 8) Πόσο σημαντική είναι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας;
- Λίγο
  - Αρκετά
  - Εξαιρετικά
- 10) Προτιμώνται οι υποψήφιοι με κάρτα ανεργίας του Ο.Α.Ε.Δ.;
- Ναι
  - Όχι
- 11) Προτιμώνται οι υποψήφιοι που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες;
- Ναι
  - Όχι
- 12) Είναι σημαντική η ηλικία του υποψήφιου;
- Ναι
  - Όχι
- 13) Πόσο σημαντικός είναι ο βαθμός του τίτλου σπουδών;
- Λίγο
  - Αρκετά
  - Εξαιρετικά
- 14) Πόσο σημαντική είναι η εντοπιότητα;
- Λίγο
  - Αρκετά
  - Εξαιρετικά

- 15) Προτιμάται ο υποψήφιος που κατέχει δίπλωμα οδήγησης;
- Ναι
  - Όχι
- 16) Αν ναι, πρέπει να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο; (αν όχι, παραβλέψτε την ερώτηση)
- Ναι
  - Όχι

Το πρώτο πιλοτικό δόθηκε στην κα Ροδοπούλου Ελένη, ιδιαίτερα γραμματέας του Διευθυντή Περιφέρειας Πελοποννήσου και Δυτικής Ελλάδας της Εμπορικής Τράπεζας. Μετά την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου τα συμπεράσματα τις ήταν τα εξής:

1. Οι ερωτήσεις δέκα, δώδεκα και δεκαέξι δεν θεωρούνται τόσο σημαντικές σε τέτοιου είδους επιχειρήσεις.
2. Δεν υπάρχει σε καμία ερώτηση η επιλογή "καθόλου" ή "δεν απαντώ".
3. Με βάση την εμπειρία της μας συμβούλεψε ότι θα ήταν πιο λειτουργικό αν το ερωτηματολόγιο διέθετε κλίμακα για την καλύτερη και ευκολότερη διεξαγωγή των αποτελεσμάτων.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, το επόμενο πιλοτικό που συντάξαμε για δοκιμή είναι το παρακάτω:

**ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΟΚΡΙΝΟΜΕΝΟΥ:**

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ:**

**ΦΥΛΛΟ:**

**ΗΛΙΚΙΑ:**

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:**

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:**



## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

- 1) **Ποια η γενική και η ακαδημαϊκή επιμόρφωση που προτιμάται;**  
[Τσεκάρετε με **X** το τετραγωνάκι που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

Α.Ε.Ι.

Α.Τ.Ε.Ι.

ΛΥΚΕΙΟ

- 2) **Πόσο σημαντικό είναι να κατέχει ένας υποψήφιος μεταπτυχιακό τίτλο;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

- 3) **Ποιες ξένες γλώσσες πρέπει να γνωρίζει ο υποψήφιος;**

[Τσεκάρετε με **X** τις **επιλογές** στις απαντήσεις σας]

ΑΓΓΛΙΚΑ

ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ

ΙΤΑΛΙΚΑ

ΓΑΛΛΙΚΑ

ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ

Εάν απαντήσετε "ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ": **Ποια άλλη γλώσσα προτιμάται;**

.....  
.....

- 4) **Τι επάρκεια γλώσσας πρέπει να κατέχει;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5) **Πόσο σημαντική είναι η επαγγελματική επιμόρφωση;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6) **Πόσο σημαντική είναι η προϋπηρεσία;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7) **Πόσο σημαντική είναι η γνώση και η ικανότητα χειρισμού**

**εφαρμογών πληροφορικής;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

8) **Είναι σημαντική η οικογενειακή κατάσταση των υποψηφίων;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Εάν απαντήσετε "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ: **Αναφέρετε ποια θεωρείται κατάλληλη οικογενειακή κατάσταση του υποψηφίου;**

.....  
 .....

- 9) **Πόσο σημαντική είναι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

- 10) **Προτιμώνται οι υποψήφιοι με κάρτα ανεργίας του Ο.Α.Ε.Δ.;**

[Τσεκάρετε με **X** την **επιλογή** στην απάντησή σας]

ΝΑΙ

ΟΧΙ

- 11) **Προτιμώνται οι υποψήφιοι που προέρχονται από πολύτεχνες οικογένειες;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

- 12) **Είναι σημαντική η ηλικία του υποψήφιου;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

- 13) **Πόσο σημαντικός είναι ο βαθμός του τίτλου σπουδών;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**14) Πόσο σημαντική είναι η εντοπιότητα;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**15) Προτιμάται ο υποψήφιος που κατέχει δίπλωμα οδήγησης;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**16) Αν ναι, πρέπει να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο; (αν όχι, παραβλέψτε την ερώτηση)**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Το παραπάνω ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από τον κ. Παπαδημάκη Χρήστο, διευθυντή της εταιρείας VIA ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ και οι παρατηρήσεις που μας επισήμανε ήταν οι εξής:

1. Τα στοιχεία του αποκρινόμενου θα ήταν προτιμότερο να δοθούν στο τέλος του ερωτηματολογίου. Επίσης θα πρέπει να προστεθεί στα στοιχεία και η θέση που κατέχει στην επιχείρηση ο αποκρινόμενος.
2. Πριν την ερώτηση πέντε θα πρέπει να υπάρχει μια που να ρωτά "Πρέπει ο υποψήφιος να έχει επαγγελματική επιμόρφωση;" και εφόσον η απάντηση θα είναι θετική ο αποκρινόμενος θα παραπέμπετε στην επόμενη ερώτηση.
3. Μετά την ερώτηση δώδεκα θα πρέπει να προστεθεί άλλη μια ερώτηση με κλίμακα για την ηλικία που προτιμά ο αποκρινόμενος.
4. Στην ερώτηση δεκατέσσερα θα ήταν προτιμότερο να μην υπάρχει κλίμακα αλλά απάντηση επιλογής.

5. Τέλος, παρατήρησε ότι στο ερωτηματολόγιο μας δεν διευκρινίζεται καθόλου η θέση που ζητείται υποψήφιος.

#### 4.5. Τελική σύνταξη του ερωτηματολογίου

Ύστερα από την τελευταία παρατήρηση στην αρχή του ερωτηματολογίου θα προστεθεί μια ερώτηση επιλογής όπου θα διευκρινίζει τις θέσεις που ζητούνται και ο αποκρινόμενος θα έχει την δυνατότητα επιλογής δυο εκ των αυτών.

Με βάση όλα τα παραπάνω το τελικό ερωτηματολόγιο μας έχει διαμορφωθεί ως εξής:

### **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

Από τις παρακάτω ειδικότητες επιλέξτε δυο ανάλογα με την ζήτηση της επιχείρησής σας και παρακαλούμε απαντήστε το ακόλουθο ερωτηματολόγιο.

1. **Γραμματέας**
2. **Λογιστής**
3. **Οικονομολόγος**
4. **Χειριστής Η/Υ**
5. **Υπάλληλος Δ.Ε.**

1) **Ποια η γενική και η ακαδημαϊκή επιμόρφωση που προτιμάται;**

[Τσεκάρετε με **X** το τετραγωνάκι που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

	<b>ΘΕΣΗ.....</b>	<b>ΘΕΣΗ.....</b>
<b>A.E.I.</b>		
<b>T.E.I.</b>		
<b>ΛΥΚΕΙΟ</b>		

- 2) **Πόσο σημαντικό είναι να κατέχει ένας υποψήφιος μεταπτυχιακό τίτλο;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

- 3) **Ποιες ξένες γλώσσες πρέπει να γνωρίζει ο υποψήφιος;**

[Τσεκάρετε με **X** τις επιλογές στις απαντήσεις σας]

	ΘΕΣΗ.....	ΘΕΣΗ.....
ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ		
ΙΤΑΛΙΚΑ		
ΓΑΛΛΙΚΑ		
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ		

Εάν απαντήσετε "ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ": Ποια άλλη γλώσσα προτιμάται;

.....  
 .....

- 4) **Τι επάρκεια γλώσσας πρέπει να κατέχει;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10



ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

9) Είναι σημαντική η οικογενειακή κατάσταση των υποψηφίων;

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Εάν απαντήσετε "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ: Αναφέρετε ποια θεωρείται κατάλληλη οικογενειακή κατάσταση του υποψηφίου;

.....  
 .....

10) Πόσο σημαντική είναι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας;

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10



11) Προτιμώνται οι υποψήφιοι με κάρτα ανεργίας του Ο.Α.Ε.Δ.;

[Τσεκάρετε με **X** την επιλογή στην απάντησή σας]

		ΘΕΣΗ.....	ΘΕΣΗ.....
	<b>ΝΑΙ</b>		
	<b>ΟΧΙ</b>		

12) Προτιμώνται οι υποψήφιοι που προέρχονται από πολύτεχνες οικογένειες;

		ΘΕΣΗ.....	ΘΕΣΗ.....
	<b>ΝΑΙ</b>		
	<b>ΟΧΙ</b>		

13) Είναι σημαντική η ηλικία του υποψήφιου;

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

14) Ποιες ηλικίες προτιμάτε;

ΗΛΙΚΙΑ	ΘΕΣΗ.....	ΘΕΣΗ.....
20-25		
25-30		
30-35		
35-40		
40-45		

15) **Πόσο σημαντικός είναι ο βαθμός του τίτλου σπουδών;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ΘΕΣΗ.....									
ΚΑΘΟΛΟΥ		ΕΛΑΧΙΣΤΑ		ΛΙΓΟ		ΑΡΚΕΤΑ		ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

16) **Πόσο σημαντική είναι η εντοπιότητα;**

[Κυκλώστε τον αριθμό που αντιστοιχεί στην απάντησή σας]

	ΘΕΣΗ.....	ΘΕΣΗ.....
<b>ΛΙΓΟ</b>		
<b>ΑΡΚΕΤΑ</b>		
<b>ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ</b>		
<b>ΚΑΘΟΛΟΥ</b>		

17) **Προτιμάται ο υποψήφιος που κατέχει δίπλωμα οδήγησης;**

	ΘΕΣΗ.....	ΘΕΣΗ.....
<b>ΝΑΙ</b>		
<b>ΟΧΙ</b>		

18) **Αν ναι, πρέπει να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο; (αν όχι, παραβλέψτε την ερώτηση)**

	ΘΕΣΗ.....	ΘΕΣΗ.....
<b>ΝΑΙ</b>		
<b>ΟΧΙ</b>		

**19) Παρατηρήσεις-προτάσεις**

.....

.....

.....

.....

**ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΟΚΡΙΝΟΜΕΝΟΥ:****ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ:****ΦΥΛΛΟ:****ΗΛΙΚΙΑ:****ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:****ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:****ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:**

*Σας ευχαριστούμε πολύ που απαντήσατε στο  
Ερωτηματολόγιο*

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ**

Ο σκοπός της στατιστικής μελέτης μας ήταν να βρούμε τι προσόντα χρειάζεται να έχει ένας υποψήφιος εργαζόμενος ανά κατηγορία επιχείρησης καθώς ζούμε σε μια κοινωνία με μεγάλο ποσοστό ανεργίας και οι επιχειρήσεις γίνονται όλο και πιο ανταγωνιστικές μεταξύ τους και όλο πιο απαιτητικές προς την ακαδημαϊκή επιμόρφωση των υποψηφίων. Θελήσαμε να ερευνήσουμε τι προσόντα ζητάνε στον ιδιωτικό τομέα πάνω σε πέντε επαγγέλματα τα οποία θεωρήσαμε ότι έχουν αρκετή ζήτηση την σήμερα ημέρα. Τα επαγγέλματα που χρησιμοποιήσαμε ήταν:

- Γραμματέας
- Λογιστής
- Οικονομολόγος
- Χειριστής Η/Υ
- Υπάλληλος Δ.Ε.

Αποφασίσαμε να διαλέξουμε τα συγκεκριμένα επαγγέλματα διότι θεωρούμε ότι καλύπτουν θέσεις από την μέση εκπαίδευση, δηλαδή το λύκειο μέχρι και την ανώτερη, δηλαδή το Πανεπιστήμιο ή τα Α.Τ.Ε.Ι.

Αρχικά ξεκινήσαμε την μελέτη μας πάνω στην έρευνα αγοράς στο θεωρητικό κομμάτι που έχουμε παραθέσει στα προηγούμενα κεφάλαια με σκοπό να μάθουμε όσο τον δυνατόν περισσότερα στοιχεία που θα μπορούσαν μεταγενέστερα να μας βοηθήσουν στην έρευνα μας. Τα μέσα τα οποία βρήκαμε ποικίλα στοιχεία ήταν οι βιβλιοθήκες.

Μετέπειτα συλλέξαμε αρκετά στοιχεία που τα εισήγαμε στο θεωρητικό μας μέρος. Στην συνέχεια απευθυνθήκαμε στο επιμελητήριο Αχαΐας όπου μας δόθηκαν οι κατηγορίες επιχειρήσεων ανά δραστηριότητα τις οποίες τις παραθέσαμε στο Κεφάλαιο Τέσσερα. Το επόμενο βήμα μας ήταν να επιλέξουμε επιχειρήσεις που κατά την γνώμη μας αλλά και με την βοήθεια της

καθηγήτρια όπου μας κατεύθυνε, είναι επιχειρήσεις όπου τα νέα άτομα στρέφονται για ανεύρεση δουλειάς.

Το πρώτο μας βήμα για ξεκινήσουμε την εργασία αυτή ήταν μια επίσκεψη στο Επιμελητήριο Αχαΐας έτσι ώστε να μας δοθεί ο παρακάτω κατάλογος με τον κωδικό αριθμό των επιχειρήσεων ανά δραστηριότητα κατά το έτος 2006.

<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ</b>		<b>ΕΤΟΣ 2006</b>
01	<b>ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	
05	<b>ΑΛΙΕΙΑ</b>	
10	<b>ΟΡΥΧΕΙΑ ΚΑΙ ΛΑΤΟΜΕΙΑ</b>	
14	<b>ΛΟΙΠΑ ΟΡΥΧΕΙΑ ΚΑΙ ΛΑΤΟΜΕΙΑ</b>	
15	<b>ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ, ΠΟΤΩΝ</b>	
17	<b>ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΛΩΣΤΟΥΨΑΝΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b>	
18	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΙΔΩΝ ΕΝΔΥΜΑΣΙΑΣ</b>	
19	<b>ΚΑΤΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΡΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΕΡΜΑΤΙΝΩΝ ΕΙΔΩΝ</b>	
20	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΞΥΛΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΞΥΛΟΥ</b>	
21	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΧΑΡΤΙΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΧΑΡΤΙΟΥ</b>	
22	<b>ΕΚΔΟΣΕΙΣ, ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ, ΚΛΠ</b>	
23	<b>ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΥΛΙΣΗΣ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ ΚΛΠ</b>	
24	<b>ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΧΗΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b>	
25	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ</b>	
26	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΛΛΩΝ ΜΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΩΝ ΟΡΥΚΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b>	
27	<b>ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b>	
28	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΔΟΜΙΚΩΝ ΜΕΤΑΛΛΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b>	
29	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ</b>	
31	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΩΝ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΩΝ</b>	
32	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΩΝ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑΣ, ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ</b>	
33	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΑΤΡΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ (ΟΡΘΟΠΕΔΙΚΑ ΚΛΠ)</b>	

34	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΛΠ</b>	
35	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΛΟΙΠΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ</b>	
36	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΠΙΠΛΩΝ</b>	
37	<b>ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΑΚΤΗΣΗΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ</b>	
40	<b>ΠΑΡΟΧΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΥ ΡΕΥΜΑΤΟΣ, ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΕΡΙΟΥ, ΑΤΜΟΥ ΚΑΙ ΖΕΣΤΟΥ ΝΕΡΟΥ</b>	
45	<b>ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ</b>	
50	<b>ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΥΗ - ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΥΣΙΜΩΝ</b>	
51	<b>ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΟΧΗΜΑΤΑ</b>	
52	<b>ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΟΧΗΜΑΤΑ</b>	
55	<b>ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΚΛΠ</b>	
60	<b>ΧΕΡΣΑΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ</b>	
61	-----	
63	<b>ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	
64	<b>ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ - ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ</b>	
65	<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ</b>	
66	<b>ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ</b>	
67	<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΜΕ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΚΛΠ</b>	
70	<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΜΕ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ Η ΕΚΜΙΣΘΩΣΗ ΑΚΙΝΗΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ</b>	
71	<b>ΕΚΜΙΣΘΩΣΗ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΩΝ ΚΛΠ</b>	
72	<b>ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	
74	<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΠ</b>	
80	<b>ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ</b>	
85	<b>ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ</b>	
90	<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΛΥΜΑΤΩΝ ΚΛΠ</b>	
92	<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΕΣ ΚΛΠ</b>	
93	<b>ΆΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ</b>	

**ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ****ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ:**

- **ΣΥΛΛΟΓΗ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟ ΤΙ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΧΟΥΝ ΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΥΨΗ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.**

**Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

<b>ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ</b>	<b>25 ΜΑΡΤΙΟΥ 2007 - 30 ΙΟΥΛΙΟΥ 2007</b>
<b>ΤΥΠΟΣ</b>	<b>ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ</b>
<b>ΔΕΙΓΜΑ</b>	<b>ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΑΝΕΡΧΕΤΑΙ ΣΕ 41 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b>

Οι επιχειρήσεις που λάβανε μέρος στην έρευνα μας είναι οι παρακάτω:

	<b>ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ</b>	<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ</b>
1.	ΑΦΟΙ ΤΖΟΓΚΛΗ Ο.Ε.	ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ
2.	EUROMETAL	ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ
3.	ΣΙΝΟΣ ΦΩΤ. ΗΛΙΑΣ	ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ
4.	ΕΥΡΩΑΛΟΥΜΙΝΙΑ	ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ
5.	ΤΡΙΑΙΝΑ Α.Ε.	ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ
6.	ΘΕΤΙΚΟ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΟ
7.	ΙΠΠΟΚΡΑΤΗΣ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΟ
8.	ΝΕΤΡΙΝΟ Μ.Ε.	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΟ
9.	ΑΝΟΔΟΣ Μ.Ε.	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΟ
10.	ΜΑΓΙΚΟ ΠΑΛΑΤΙ	ΠΑΙΔΙΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ
11.	ΕΛΕΥΘΕΡΟΠΟΥΛΟΣ ΘΕΜΗΣ	ΛΟΓΙΣΤΗΣ

12.	ΤΣΑΜΑΡΙΔΟΥ –ΜΑΡΓΩΝΗ ΑΛΕΞΙΑ	ΛΟΓΙΣΤΡΙΑ
13.	ΠΟΛΥΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	ΛΟΓΙΣΤΡΙΑ
14.	ΣΟΥΒΑΛΙΩΤΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	ΛΟΓΙΣΤΗΣ
15.	ΤΖΑΜΑΚΟΥ ΘΕΩΝΗ	ΚΟΜΜΩΤΗΡΙΟ
16.	ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ ΝΙΚΗ	ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ
17.	ΚΕΤΣΟΓΙΑΝ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ	ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ
18.	VODAFONE HELLAS	ΤΗΛΕΠΙΚ/ΝΙΕΣ
19.	TIM HELLAS	ΤΗΛΕΠΙΚ/ΝΙΕΣ
20.	RION Ε.Π.Ε.	ΚΑΦΕ-ΜΠΑΡ-ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ
21.	ΜΑΝΩΛΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ Α.Ε.	ΚΑΦΕ-ΜΠΑΡ-ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ
22.	ΦΑΡΟΣ	ΚΑΦΕ-ΜΠΑΡ-ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ
23.	EVEREST HELLAS	ΚΑΦΕ-ΜΠΑΡ-ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ
24.	"ΧΩΡΙΣ ΟΝΟΜΑ"	ΚΑΦΕ-ΜΠΑΡ-ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ
25.	ΕΠΙΠΛΑ ΓΕΩΡΓΙΟΠΟΥΛΟΣ	ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΠΛΩΝ
26.	ΓΕΩΡΓΙΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΤΕΡΙΝΑ	ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΠΛΩΝ
27.	ΝΕΟSET Ο.Ε.	ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΠΛΩΝ
28.	ΜΑΝΩΛΟΠΟΥΛΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΠΛΩΝ
29.	Π. ΑΛΜΠΕΡΤΗΣ- ΑΦΟΙ ΑΡΜΕΝΙΑΚΟΥ Ο.Ε	ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΠΛΩΝ
30.	Χ. ΚΟΚΚΟΤΗ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
31.	ΜΑΚΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
32.	ΚΡΟΝΟΣ Ν. ΚΑΡΑΚΙΤΣΟΣ ΑΕΒΕ	ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
33.	ΛΟΥΞ - ΜΑΡΛΑΦΕΚΑΣ ΑΒΕΕ	ΕΜΠΟΡΙΟ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ
34.	ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ Γ. ΣΤΑΡΦΑΣ Α.Ε.	ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
35.	ΜΑΣΣΑΡΑΣ Θ. ΒΑΣΙΛΗΣ	ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
36.	ANCO ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε.	ΕΜΠΟΡΙΟ Η/Υ
37.	COMPUTER KEY ΜΟΝ/ΠΗ Ε.Π.Ε.	ΕΜΠΟΡΙΟ Η/Υ
38.	ΗΛΕΚΤΡΟΠΟ COMPUTERS	ΕΜΠΟΡΙΟ Η/Υ
39.	COMPUTERS LABS	ΕΜΠΟΡΙΟ Η/Υ
40.	ΔΟΥΒΡΗΣ Α.Ε.	ΕΜΠΟΡΙΟ
41.	ΠΑΡΑΣΚΕΥΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	ΕΜΠΟΡΙΟ

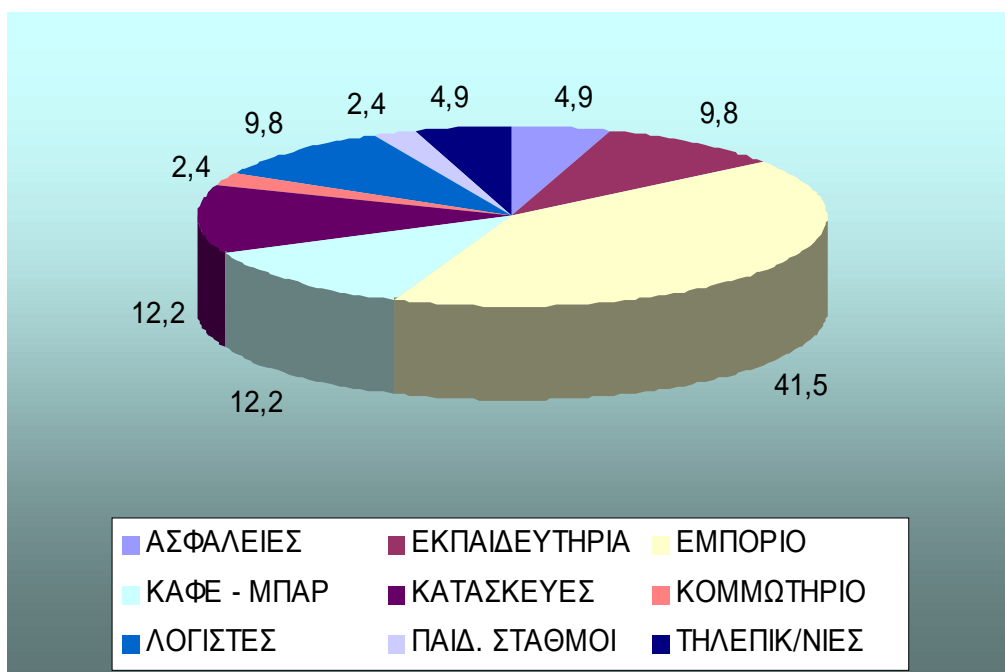


Μετά την τελική σύνταξη του ερωτηματολογίου μας, το διανείμαμε στις σαράντα μια (41) παραπάνω επιχειρήσεις, στις οποίες υπήρχε αντιστοιχία δραστηριοτήτων και θέσεων:

	<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
1	ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ	2	4,9
2	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ	4	9,8
3	ΕΜΠΟΡΙΟ	17	41,5
4	ΚΑΦΕ - ΜΠΑΡ	5	12,2
5	ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	5	12,2
6	ΚΟΜΜΩΤΗΡΙΟ	1	2,4
7	ΛΟΓΙΣΤΕΣ	4	9,8
8	ΠΑΙΔ. ΣΤΑΘΜΟΙ	1	2,4
9	ΤΗΛΕΠΙΚ/ΝΙΕΣ	2	4,9
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>41</b>	<b>100,0</b>

Με βάση τον παραπάνω πίνακα, το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι η δραστηριότητα που κατέχει τη πρώτη θέση σε συχνότητα, είναι το εμπόριο ενώ ακολουθούν με μικρότερο και ίσο ποσοστό τα καφέ-μπαρ-εστιατόρια και οι κατασκευές, ενώ τα μικρότερα ποσοστά δραστηριοτήτων καλύπτονται από επιχειρήσεις που ασχολούνται με εισαγωγές- εξαγωγές και με ασφάλειες. Αξίζει να σημειωθεί, ότι παρότι τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε πλήθος επιχειρήσεων για την πληρέστερη τεκμηρίωση της ερευνάς μας, η ανταπόκριση δεν υπήρξε η αναμενόμενη. Τη μεγαλύτερη δυσκολία σαν ομάδα συναντήσαμε, στη δραστηριότητα που σχετίζεται με τα λογιστικά-φοροτεχνικά γραφεία. Η συλλογή στοιχείων υπήρξε ιδιαίτερα δυσχερής καθότι η έρευνα μας συνέπεσε χρονικά με την δήλωση φορολογικών ενημεροτήτων. Επίσης, κάποιες επιχειρήσεις που αρχικώς φάνηκαν να μη προτίθενται να μας υποστηρίξουν στην έρευνα μας, μετά από επίμονες προσπάθειες, δέχτηκαν να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο μας. Στη περίπτωση των δραστηριοτήτων που δεν υπήρξε η παραμικρή ανταπόκριση στις αιτήσεις μας, απλά παραβλέψαμε τα εμπόδια και προβήκαμε στη διανομή

του ερωτηματολογίου μας, εκ νέου σε δραστηριότητες και κλάδους που εντοπίσαμε τη μέγιστη δυνατή ανταπόκριση. Οι δραστηριότητες των επιχειρήσεων που λάβανε μέρος στην έρευνα μας παρουσιάζονται και στο παρακάτω γράφημα.



**Γράφημα 1**

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τις ομάδες ατόμων, τόσο σε σχέση με τη θέση που κατείχαν όσο και με τη συχνότητα με την οποία μας απήντησαν.

	<b>ΘΕΣΗ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
1	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	7	17,1
2	ΕΤΑΙΡΟΣ	3	7,3
3	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	23	56,1
4	ΥΠΕΥΘ. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	8	19,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>41</b>	<b>100,0</b>

Παρατηρούμε ότι τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν κατά κύριο λόγο από τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων με ποσοστό μάλιστα 56,1%. Το μικρότερο ποσοστό κατέλαβε η θέση του εταίρου αφού συγκέντρωσε μόνο το 7,3%.

### **ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΜΕΣΩ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ S.P.S.S.**

Αφού το σχέδιο έρευνας έχει επιλεγεί, το δείγμα προσδιοριστεί και η συλλογή των στοιχείων ολοκληρωθεί, τα δεδομένα πρέπει να αναλυθούν και να παρουσιαστούν. Η ανάλυση στοιχείων έγινε με την χρήση κάποιου στατιστικού πακέτου και η παρουσίαση της ανάλυσης των στοιχείων μέσω ενός τέτοιου πακέτου, του S.P.P.S. για Windows. [1]

#### **5.1 Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων για την θέση της γραμματέας.**

Η πλήρωση των θέσεων με βάση την ακαδημαϊκή επιμόρφωση προκύπτει με την εξής μορφή:

<b>ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
A.E.I.	1	4,3
T.E.I.	15	65,3
ΛΥΚΕΙΟ	7	30,4
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 1**

Όπως παρατηρούμε στον Πίνακα 1 από το σύνολο των σαράντα ένα επιχειρήσεων, οι είκοσι τρεις επέλεξαν την θέση της γραμματέας. Από αυτές τις επιχειρήσεις φαίνεται να προτιμάται η ακαδημαϊκή μόρφωση σαν απαιτούμενο προσόν για την κατοχύρωση της θέσεως σε ποσοστό 65,2 για τους κατόχους πτυχίου T.E.I., 30,4% για τους κατόχους απολυτηρίου λυκείου

και μόλις ένα 4,3% φαίνεται να επιθυμεί κατόχους πτυχίου Α.Ε.Ι., που κατά την γνώμη μας δεν αποτελεί και το αντιπροσωπευτικό δείγμα.

Στην **ερώτηση 2** «Πόσο σημαντικό είναι να κατέχει ένας υποψήφιος μεταπτυχιακό τίτλο;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	7	30,5
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	10	43,5
ΛΙΓΟ	3	13,0
ΑΡΚΕΤΑ	3	13,0
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακα 2**

Με βάση τον σχετικό πίνακα 2 παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό, που αγγίζει την τάξη του 87%, δεν θεωρεί σημαντικό να κατέχει ο υποψήφιος για την θέση της γραμματέας κάποιο μεταπτυχιακό τίτλο.

Στην **ερώτηση 3** «Ποιες ξένες γλώσσες πρέπει να γνωρίζει ο υποψήφιος;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΑΓΓΛΙΚΑ	23	100,0
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	-	-
ΙΤΑΛΙΚΑ	-	-
ΓΑΛΛΙΚΑ	-	-
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 3**

Όπως προκύπτει από τον σχετικό Πίνακα 3 και οι είκοσι τρεις επιχειρήσεις επιθυμούν στο σύνολο τους, για την πλήρωση της θέσης της γραμματέως την κατοχή πτυχίου της Αγγλικής γλώσσας ως απαιτούμενο προσόν.

Από το σύνολο των επιχειρήσεων υπήρξαν και τέσσερις επιχειρήσεις που απήντησαν ότι επιθυμούσαν ο/η υποψήφιος κάτοχος της θέσης να γνωρίζει επαρκώς και μία δεύτερη γλώσσα. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν αναγράφονται στον Πίνακα 4:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	1	25,0
ΙΤΑΛΙΚΑ	2	50,0
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ	1	25,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 4**

Στην **ερώτηση 4** «Τι επάρκεια γλώσσας πρέπει να κατέχει;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	1	4,4
ΑΡΚΕΤΑ	19	82,6
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	3	13,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 5**

Με βάση τον Πίνακα 5 καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι με ποσοστό 82,6% οι επιχειρήσεις απαιτούν ο υποψήφιος κάτοχος να διαθέτει αρκετά καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας. Τα αποτελέσματα του Πίνακα 5 δείχνονται και σε μορφή γραφήματος παρακάτω:



**Γράφημα 1**

Στην **ερώτηση 5** «Πρέπει οι υποψήφιοι να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	21	91,3
ΟΧΙ	2	8,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 6**

Διαπιστώνουμε ότι οι είκοσι μία επιχειρήσεις, απάντησαν ότι οι υποψήφιοι για την συγκεκριμένη θέση θα πρέπει να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση υποχρεωτικώς, με ποσοστό που αγγίζει το 91,3%

Στην **ερώτηση 6** «Πόσο σημαντική είναι η επαγγελματική επιμόρφωση;» τα αποτελέσματα που προκύπτουν είναι:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	2	8,7
ΛΙΓΟ	2	8,7
ΑΡΚΕΤΑ	16	69,6
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	3	13,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 7

Από τον Πίνακα 7 οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι η επαγγελματική επιμόρφωση θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική για την θέση της γραμματέας εφόσον οι δεκαέξι από τις είκοσι τρεις επιχειρήσεις την απαιτούν σαν προσόν πρόσληψης. Το ποσοστό αυτό φτάνει το 69,6%.

Στην **ερώτηση 7** «Πόσο σημαντική είναι η προϋπηρεσία;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	4,4
ΛΙΓΟ	3	13,0
ΑΡΚΕΤΑ	14	60,9
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	5	21,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 8

Με συντριπτική πλειοψηφία που φτάνει το ποσοστό του 60,9% οι επιχειρήσεις που εκλύθηκαν να απαντήσουν στην ερώτηση αυτή, απήντησαν ότι η προϋπηρεσία είναι υψίστης σημασίας. Μόνο μια από αυτές με ποσοστό 4,4% αποτέλεσε την εξαίρεση θεωρώντας την προϋπηρεσία μη σημαντική.

Στην προηγούμενη ερώτηση προσθέσαμε σαν πρόσθετη παρατήρηση ότι αν απαντηθεί "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ" να αναφερθούν επακριβώς και τα χρόνια που θεωρούνται ως κατάλληλη προϋπηρεσία. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν έχουν την εξής μορφή:

ΕΤΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
1	3	15,8
2	5	26,3
3	6	31,6
4	2	10,5
5	3	15,8
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 9**

Το πόρισμα της έρευνας απέδειξε ότι ο ιδανικός χρόνος προϋπηρεσίας που απαιτείται για την θέση αυτή είναι 2 - 3 έτη αφού αυτά συγκεντρώνουν και το μεγαλύτερο ποσοστό με 26,3% και 31,6% αντίστοιχα.

Στην **ερώτηση 8** «Πόσο σημαντική είναι η γνώση και η ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	4,4
ΛΙΓΟ	1	4,4
ΑΡΚΕΤΑ	12	52,1
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	9	39,1
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 10**

Ο παραπάνω πίνακας μας δείχνει ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 52,1% θεωρούν την γνώση και την ικανότητα χειρισμού εφαρμογών



πληροφορικής αρκετά σημαντική. Μόνο δύο από αυτές την θεωρούν ελάχιστη ή λίγο σημαντική με ποσοστό 4,4 εκάστως.

Στην **ερώτηση 9** «Είναι σημαντική η οικογενειακή κατάσταση των υποψηφίων;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	1	4,4
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	4,4
ΛΙΓΟ	11	47,8
ΑΡΚΕΤΑ	8	34,8
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	8,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 11**

Ο Πίνακας 11 παρουσιάζει την σημασία που φαίνεται να έχει η οικογενειακή κατάσταση του υποψηφίου για την κάθε επιχείρηση. Συγκεκριμένα, το 47,8% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι παίζει πολύ μικρό ρόλο στην επίδοση του υποψηφίου ενώ το 34,8% δηλώνει ότι είναι αρκετά σημαντική.

Από τον παρακάτω πίνακα θα δούμε ποια οικογενειακή κατάσταση προτιμάται για όσους απαντήσανε "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ":

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΑΓΑΜΟΣ	5	55,6
ΕΓΓΑΜΟΣ	4	44,4
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>9</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 12**

Για άλλη μια φορά παρατηρούμε ότι η διαφορά είναι πολύ μικρή ανάμεσα στις αποκρίσεις για να μπορούμε να βγάλουμε κάποιο συμπέρασμα.

Στην **ερώτηση 10** «Πόσο σημαντική είναι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	1	4,4
ΑΡΚΕΤΑ	8	34,7
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	14	60,9
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 13**

Τελικώς σύμφωνα με τον δοθέντα πίνακα διαπιστώνουμε ότι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας για τις περισσότερες επιχειρήσεις και με ποσοστό 60,9% είναι εξαιρετικά σημαντική. Ακολουθεί με ποσοστό 34,7% ότι είναι αρκετά σημαντική και μόνο μια επιχείρηση την θεωρεί λίγο σημαντική.

Στην **ερώτηση 11** «Προτιμώνται οι υποψήφιοι με κάρτα ανεργίας;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	16	69,6
ΟΧΙ	7	30,4
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 14**

Όπως βλέπουμε από τον παραπάνω πίνακα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 69,6% προτιμούν υποψήφιους με κάρτα ανεργίας ενώ με ποσοστό 30,4% δεν ενδιαφέρονται οι υποψήφιοι τους να κατέχουν κάρτα ανεργίας.

Στην **ερώτηση 12** «Προτιμώνται οι υποψήφιοι που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	13	56,5
ΟΧΙ	10	43,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακα 15**

Από το σύνολο των είκοσι τριών επιχειρήσεων με ποσοστό 56,5% προτιμούν υποψηφίους που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες και το ποσοστό του 43,5% δεν δείχνει ενδιαφέρον σε υποψηφίους που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες.

Στην **ερώτηση 13** «Είναι σημαντική η ηλικία του υποψήφιου;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	1	4,4
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	5	21,7
ΑΡΚΕΤΑ	15	65,2
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	8,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 16**

Όπως βλέπουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα το 65,2% των ερωτηθέντων επιχειρήσεων εξετάζουν και δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην ηλικία του υποψήφιου. Αντιθέτως, επιχειρήσεις που καλύπτουν το ποσοστό του 21,7% θεωρούν μη σημαντική την ηλικία του υποψήφιου για την θέση αυτή.

Στην **ερώτηση 14** «Ποιες ηλικίες προτιμάτε;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
20 - 25	6	26,1
25 - 30	14	60,9
30 – 35	3	13,0
35 – 40	-	-
40 - 45	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 17**

Όπως βλέπουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 60,9 επιλέγουν υποψήφιους που να κυμαίνονται ηλικιακά μεταξύ 25-30 ενώ παρατηρείται επίσης μία απορριπτική τάση για τους υποψηφίους άνω των 35 ετών.

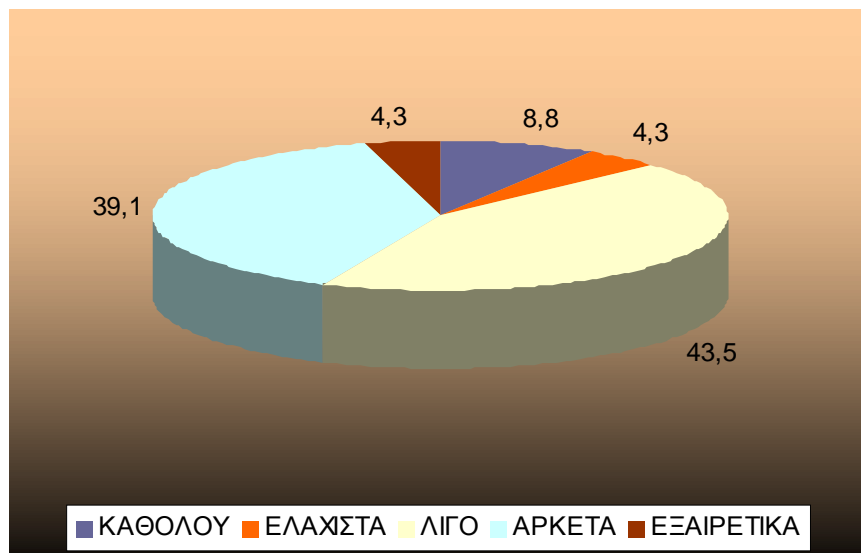
Στην **ερώτηση 15** «Πόσο σημαντικός είναι ο βαθμός του τίτλου σπουδών;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	2	8,8
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	4,3
ΛΙΓΟ	10	43,5
ΑΡΚΕΤΑ	9	39,1
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	1	4,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 18**

Με βάση τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι στην συγκεκριμένη θέση εργασίας οι απόψεις διίστανται καθώς τα αποτελέσματα που συγκεντρώνουν τα μεγαλύτερα ποσοστά δεν αποτελούν μία ομόφωνη άποψη. Άρα στην συγκεκριμένη ερώτηση δεν μπορούμε να βγάλουμε κάποιο πόρισμα.

Το γράφημα 2 μας δείχνει την σημαντικότητα του βαθμού του τίτλου σπουδών του Πίνακα 18.



**Γράφημα 2**

Στην **ερώτηση 16** «Πόσο σημαντική είναι η εντοπιότητα;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΛΙΓΟ	3	13,0
ΑΡΚΕΤΑ	10	43,5
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	8	34,8
ΚΑΘΟΛΟΥ	2	8,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 19**

Οι απαντήσεις του Πίνακα 19 σχετικά με την παρούσα ερώτηση μας αποκαλύπτει την σπουδαιότητα της εντοπιότητας για την διεκδίκηση της θέσεως αυτής.

Στην **ερώτηση 17** «Προτιμάται ο υποψήφιος που κατέχει δίπλωμα οδήγησης;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	19	82,6
ΟΧΙ	4	17,4
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 20

Είναι εμφανές και με μεγάλη διαφορά ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων προτιμά ο υποψήφιος να κατέχει δίπλωμα οδήγησης αφού η απάντηση “ΝΑΙ” συγκεντρώνει το ποσοστό του 82,6%.

Στην **ερώτηση 18** « Αν ναι, πρέπει να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	12	57,1
ΟΧΙ	9	42,9
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 21

Επειδή τα ποσοστά που προκύπτουν από την ερώτηση αυτή έχουν μικρή απόκλιση μεταξύ τους δεν είναι εφικτό να οδηγηθούμε σε ασφαλή κρίση.

## **5.2 Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων για την θέση του λογιστή.**

Η πλήρωση των θέσεων με βάση την ακαδημαϊκή επιμόρφωση προκύπτει με την εξής μορφή:

<b>ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
Α.Ε.Ι.	1	6,7
Τ.Ε.Ι.	14	93,3
ΛΥΚΕΙΟ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακα 1

Όπως παρατηρούμε στον Πίνακα 1 από το σύνολο των σαράντα ένα επιχειρήσεων, οι δεκαπέντε επέλεξαν την θέση του λογιστή. Από αυτές τις επιχειρήσεις φαίνεται να προτιμάται η ακαδημαϊκή μόρφωση σαν απαιτούμενο προσόν για την κατοχύρωση της θέσεως σε ποσοστό 93,3% για τους κατόχους πτυχίου Τ.Ε.Ι., το 4,3% φαίνεται να επιθυμεί κατόχους πτυχίου Α.Ε.Ι ενώ η διάθεση για πλήρωση θέσεων από αποφοίτους Λυκείου αγγίζει μηδενικά όρια.

Στην **ερώτηση 2** «Πόσο σημαντικό είναι να κατέχει ένας υποψήφιος μεταπτυχιακό τίτλο;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	3	20,0
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	5	33,3
ΑΡΚΕΤΑ	5	33,3
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	13,4
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 2

Με βάση τον σχετικό πίνακα 2 παρατηρούμε να έρχονται πρώτα και να ισοροπούν με ποσοστό 33,3% οι απαντήσεις "ΑΡΚΕΤΑ" και "ΛΙΓΟ" ενώ ακολουθεί με ποσοστό 20,0% η απάντηση "ΚΑΘΟΛΟΥ".

Στην **ερώτηση 3** «Ποιες ξένες γλώσσες πρέπει να γνωρίζει ο υποψήφιος;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΑΓΓΛΙΚΑ	15	100,0
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	-	-
ΙΤΑΛΙΚΑ	-	-
ΓΑΛΛΙΚΑ	-	-
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 3**

Όπως παρατηρούμε από τον παραπάνω πίνακα και οι δεκαπέντε επιχειρήσεις επιθυμούν με ποσοστό 100% ο υποψήφιος για την θέση του λογιστή να είναι υποχρεωτικώς κάτοχος Αγγλικού τίτλου.

Από τις παραπάνω 15 επιχειρήσεις υπάρχουν και 2 επιχειρήσεις που έχουν απαντήσει ότι επιθυμούν ο/η υποψήφιος/α να κατέχει και μία δεύτερη γλώσσα. Τα αποτελέσματα δίνονται στον Πίνακα 25:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	-	-
ΙΤΑΛΙΚΑ	2	100,0
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>2</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 4**

Στην **ερώτηση 4** «Τι επάρκεια γλώσσας πρέπει να κατέχει;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:



	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	1	6,7
ΑΡΚΕΤΑ	12	80,0
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	13,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 5

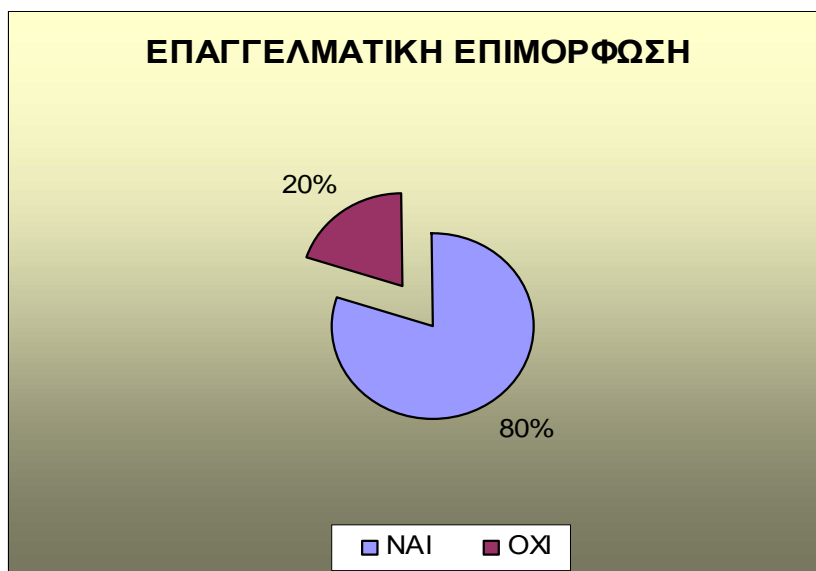
Για ακόμη μία φορά αντιλαμβανόμαστε ότι το ποσοστό 80,0% δηλ. από τις δεκαπέντε επιχειρήσεις οι δώδεκα από αυτές απαιτούν αρκετά καλή γνώση της γλώσσας εκ μέρους του υποψηφίου.

Στην **ερώτηση 5** «Πρέπει οι υποψήφιοι να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	12	80,0
ΟΧΙ	3	20,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 6

Όπως παρατηρούμε δώδεκα επιχειρήσεις, δηλαδή το ποσοστό του 80,0% απάντησαν ότι οι υποψήφιοι για την συγκεκριμένη θέση θα πρέπει να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται και στο Γράφημα 1.



**Γράφημα 1**

Στην **ερώτηση 6** «Πόσο σημαντική είναι η επαγγελματική επιμόρφωση;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	2	13,3
ΛΙΓΟ	1	6,7
ΑΡΚΕΤΑ	9	60,0
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	3	20,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 7**

Από τον Πίνακα 7 βγάζουμε συμπέρασμα τελικά ότι η επαγγελματική επιμόρφωση για την θέση του λογιστή, θεωρείται από τις 9 στις 15 επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν ότι είναι αρκετά σημαντική (ποσοστό 60,0%).

Στην **ερώτηση 7** «Πόσο σημαντική είναι η προϋπηρεσία;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	1	6,6
ΑΡΚΕΤΑ	7	46,7
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	7	46,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 8

Με ποσοστό 93,4% στο σύνολο τους οι επιχειρήσεις απήντησαν ότι για την θέση αυτή θεωρούν ότι η προϋπηρεσία είναι αρκετά σημαντική έως και εξαιρετικά σημαντική και μόνο μια από αυτές με ποσοστό 6,6% θεωρεί ότι η προϋπηρεσία είναι λίγο σημαντική.

Στην προηγούμενη ερώτηση προσθέσαμε σαν πρόσθετη παρατήρηση ότι αν απαντηθεί "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ" να αναφερθούν επακριβώς και τα χρόνια που θεωρούνται ως κατάλληλη προϋπηρεσία. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν έχουν την εξής μορφή:

<b>ΕΤΗ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
1	1	7,1
2	4	28,6
3	5	35,7
4	1	7,1
5	3	21,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 9

Τα αποτελέσματα της έρευνας μας δείχνουν ότι η απαιτούμενη προϋπηρεσία που χρειάζεται για την θέση του λογιστή είναι 4-5 έτη αφού αυτά συγκεντρώνουν τα μεγαλύτερα ποσοστά με 28,6% και 35,7% αντίστοιχα.

Στην **ερώτηση 8** «Πόσο σημαντική είναι η γνώση και η ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	6,7
ΛΙΓΟ	-	-
ΑΡΚΕΤΑ	9	60,0
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	5	33,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 10

Από τον Πίνακα 10 βλέπουμε ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 60,0% θεωρούν την γνώση και την ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής αρκετά σημαντική και μόνο 5 από αυτές την θεωρούν εξαιρετικά σημαντική με ποσοστό 33,3%.

Στην **ερώτηση 9** «Είναι σημαντική η οικογενειακή κατάσταση των υποψηφίων;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	2	13,3
ΛΙΓΟ	8	53,3
ΑΡΚΕΤΑ	4	26,7
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	1	6,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 11

Ο Πίνακας 11 παρουσιάζει την σημασία που κατέχει η οικογενειακή κατάσταση του υποψηφίου για την κάθε επιχείρηση. Συγκεκριμένα, το 53,3% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι διαμορφώνει πολύ λίγο την επίδοση και την εικόνα του υποψηφίου ενώ το 26,7% δηλώνει ότι είναι αρκετά σημαντική.

Από τον παρακάτω πίνακα θα δούμε ποια οικογενειακή κατάσταση προτιμάται για όσους απαντήσανε “ΑΡΚΕΤΑ” ή “ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ”:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΑΓΑΜΟΣ	1	20,0
ΕΓΓΑΜΟΣ	4	80,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 12**

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων προτιμά για την θέση του λογιστή έγγαμους υποψήφιους, με ποσοστό 80,0%.

Στην **ερώτηση 10** «Πόσο σημαντική είναι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	3	20,0
ΑΡΚΕΤΑ	6	40,0
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	6	40,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 13**

Τελικά από τον Πίνακα 13 βλέπουμε ότι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας για τις περισσότερες επιχειρήσεις και με ποσοστό 80,0% στο σύνολο είναι αρκετά έως και εξαιρετικά σημαντική. Ακολουθεί με ποσοστό 20,0% ότι είναι λίγο σημαντική.

Στην **ερώτηση 11** «Προτιμώνται οι υποψήφιοι με κάρτα ανεργία;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	5	33,3
ΟΧΙ	10	66,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 14

Όπως βλέπουμε από τον παραπάνω πίνακα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 66,7% προτιμούν υποψήφιους χωρίς κάρτα ανεργίας και με ποσοστό 33,3% ακολουθούν οι επιχειρήσεις που προσλαμβάνουν επί το πλείστον άτομα με κάρτα ανεργίας.

Στην **ερώτηση 12** «Προτιμώνται οι υποψήφιοι που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	8	53,3
ΟΧΙ	7	46,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 15

Από τις δεκαπέντε επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν οι οκτώ από αυτές με ποσοστό 53,3% προτιμούν υποψηφίους που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες και επτά από αυτές με ποσοστό 46,7% δεν προτιμούν υποψηφίους που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες.

Στην **ερώτηση 13** «Είναι σημαντική η ηλικία του υποψήφιου;» τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 16:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	6,7
ΛΙΓΟ	1	6,7
ΑΡΚΕΤΑ	11	73,3
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	13,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 16

Όπως βλέπουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα στις περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 73,3% θεωρείται αρκετά σημαντική η ηλικία του υποψηφίου και με ποσοστό 13,4% θεωρείται ελάχιστα έως καθόλου σημαντική η ηλικία του υποψηφίου για την επιλογή του για την θέση του λογιστή.

Στην **ερώτηση 14** «Ποιες ηλικίες προτιμάτε;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
20 - 25	-	-
25 - 30	2	13,3
30 - 35	10	66,7
35 - 40	3	20,0
40 - 45	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 17

Όπως βλέπουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 66,7% επιλέγουν υποψήφιους που να βρίσκονται στην ηλικία των 30-35 ενώ παρατηρείται ότι δεν δείχνεται ενδιαφέρον για τους υποψήφιους κάτω των 25 ετών.

Στην **ερώτηση 15** «Πόσο σημαντικός είναι ο βαθμός του τίτλου σπουδών;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	4	26,7
ΑΡΚΕΤΑ	7	46,6
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	4	26,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 18**

Με βάση Πίνακα 18 παρατηρούμε για την συγκεκριμένη θέση εργασίας η πλειοψηφία των επιχειρήσεων με ποσοστό 46,6% θεωρεί αρκετά σημαντικό τον βαθμό του τίτλου σπουδών.

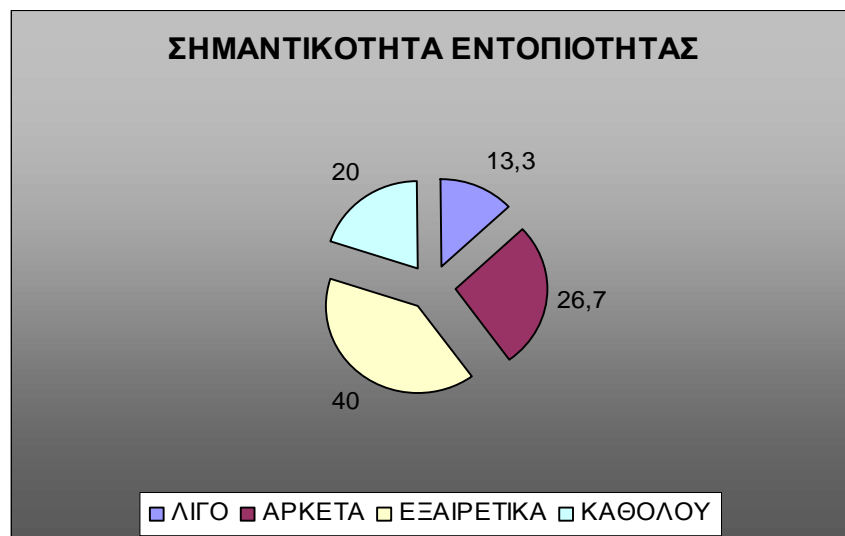
Στην **ερώτηση 16** «Πόσο σημαντική είναι η εντοπιότητα;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΛΙΓΟ	2	13,3
ΑΡΚΕΤΑ	4	26,7
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	6	40,0
ΚΑΘΟΛΟΥ	3	20,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 19**

Παρατηρώντας τα αποτελέσματα στην συγκεκριμένη ερώτηση μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι η εντοπιότητα κατέχει αρκετά έως εξαιρετικά σημαντικό ρόλο για την πρόσληψη ενός λογιστή. Το ίδιο μας δείχνει και το Γράφημα 2:





Γράφημα 2

Στην **ερώτηση 17** «Προτιμάται ο υποψήφιος που κατέχει δίπλωμα οδήγησης;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	12	80,0
ΟΧΙ	3	20,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 20

Είναι εμφανής η μεγάλη διαφορά του ποσοστού των επιχειρήσεων που προτιμά ο υποψήφιος να κατέχει δίπλωμα οδήγησης αφού η απάντηση "ΝΑΙ" συγκεντρώνει το ποσοστό του 80,0%.

Στην **ερώτηση 18** « Αν ναι, πρέπει να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	8	66,7
ΟΧΙ	4	33,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 21

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό περιλαμβάνεται στην απάντηση “ΝΑΙ” αφού το 66,7% των επιχειρήσεων επιθυμεί ο υποψήφιος να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο.

### 5.3 Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων για την θέση του οικονομολόγου.

Η πλήρωση των θέσεων με βάση την ακαδημαϊκή επιμόρφωση προκύπτει με την εξής μορφή:

<b>ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
A.E.I.	1	14,3
T.E.I.	6	85,7
ΛΥΚΕΙΟ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακα 1**

Όπως παρατηρούμε στον Πίνακα 1 από το σύνολο των σαράντα ένα επιχειρήσεων, οι επτά επέλεξαν την θέση του οικονομολόγου. Από αυτές τις επιχειρήσεις φαίνεται να προτιμάται η ακαδημαϊκή μόρφωση σαν απαιτούμενο προσόν για την κατοχύρωση της θέσεως σε ποσοστό 85,7% για τους κατόχους πτυχίου T.E.I., 14,3% για τους κατόχους πτυχίου A.E.I. και καμία επιχείρηση δεν φαίνεται να επιθυμεί κατόχους απολυτηρίου Λυκείου.

Στην **ερώτηση 2** «Πόσο σημαντικό είναι να κατέχει ένας υποψήφιος μεταπτυχιακό τίτλο;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	2	28,6
ΑΡΚΕΤΑ	3	42,8
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	28,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 2**

Με βάση τον σχετικό Πίνακα 2 παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό, που αγγίζει την τάξη του 42,8%, θεωρεί αρκετά σημαντικό να κατέχει ο υποψήφιος για την θέση του οικονομολόγου κάποιο μεταπτυχιακό τίτλο.

Στην **ερώτηση 3** «Ποιες ξένες γλώσσες πρέπει να γνωρίζει ο υποψήφιος;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΑΓΓΛΙΚΑ	7	100,0
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	-	-
ΙΤΑΛΙΚΑ	-	-
ΓΑΛΛΙΚΑ	-	-
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 3**

Όπως προκύπτει από τον σχετικό Πίνακα 3 και οι επτά επιχειρήσεις επιθυμούν στο σύνολο τους, για την πλήρωση της θέσης του οικονομολόγου την κατοχή πτυχίου της Αγγλικής γλώσσας ως απαιτούμενο προσόν.

Από το σύνολο των επιχειρήσεων υπήρξαν και δύο επιχειρήσεις που απήντησαν ότι επιθυμούσαν ο/η υποψήφιος κάτοχος της θέσης να γνωρίζει επαρκώς και μία δεύτερη γλώσσα. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν αναγράφονται στον Πίνακα 4:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	-	-
ΙΤΑΛΙΚΑ	2	100,0
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>2</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 4

Στην **ερώτηση 4** «Τι επάρκεια γλώσσας πρέπει να κατέχει;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	-	-
ΑΡΚΕΤΑ	6	85,7
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	1	14,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 5

Με βάση τον Πίνακα 5 καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι με ποσοστό 85,7% οι επιχειρήσεις απαιτούν ο υποψήφιος κάτοχος να διαθέτει αρκετά καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας.

Στην **ερώτηση 5** «Πρέπει οι υποψήφιοι να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	7	100,0
ΟΧΙ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 6

Διαπιστώνουμε ότι οι επτά επιχειρήσεις, απάντησαν ότι οι υποψήφιοι για την συγκεκριμένη θέση θα πρέπει να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση υποχρεωτικώς, με ποσοστό που αγγίζει το 100,0%

Στην **ερώτηση 6** «Πόσο σημαντική είναι η επαγγελματική επιμόρφωση;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	-	-
ΑΡΚΕΤΑ	5	71,4
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	28,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 7**

Από τον Πίνακα 7 οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι η επαγγελματική επιμόρφωση θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική για την θέση του οικονομολόγου εφόσον οι πέντε από τις επτά επιχειρήσεις την απαιτούν σαν προσόν πρόσληψης. Το ποσοστό αυτό φτάνει το 71,4%.

Στην **ερώτηση 7** «Πόσο σημαντική είναι η προϋπηρεσία;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	-	-
ΑΡΚΕΤΑ	2	28,6
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	5	71,4
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 8**

Με συντριπτική πλειοψηφία που φτάνει το ποσοστό του 71,4% οι επιχειρήσεις που εκλύθηκαν να απαντήσουν στην ερώτηση αυτή, απήντησαν ότι η προϋπηρεσία είναι υψίστης σημασίας. Μόνο δύο από αυτές με ποσοστό 28,6% αποτέλεσε την εξαίρεση θεωρώντας την προϋπηρεσία αρκετά σημαντική.

Στην προηγούμενη ερώτηση προσθέσαμε σαν πρόσθετη παρατήρηση ότι αν απαντηθεί "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ" να αναφερθούν επακριβώς και τα χρόνια που θεωρούνται ως κατάλληλη προϋπηρεσία. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν έχουν την εξής μορφή:

ΕΤΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
3	3	42,8
5	2	28,6
6	1	14,3
7	1	14,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 9**

Το πόρισμα της έρευνας απέδειξε ότι ο ιδανικός χρόνος προϋπηρεσίας που απαιτείται για την θέση αυτή είναι 3 - 5 έτη αφού αυτά συγκεντρώνουν και το μεγαλύτερο ποσοστό με 42,8% και 28,6% αντίστοιχα.

Στην **ερώτηση 8** «Πόσο σημαντική είναι η γνώση και η ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	1	14,3
ΑΡΚΕΤΑ	4	57,1
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	28,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 10**

Ο παραπάνω πίνακας μας δείχνει ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 57,1% θεωρούν την γνώση και την ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής αρκετά σημαντική. Μόνο μία από αυτές την θεωρεί λίγο σημαντική με ποσοστό 4,4%.

Στην **ερώτηση 9** «Είναι σημαντική η οικογενειακή κατάσταση των υποψηφίων;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	14,3
ΛΙΓΟ	6	85,7
ΑΡΚΕΤΑ	-	-
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 11**

Ο Πίνακας 11 παρουσιάζει την σημασία που φαίνεται να έχει η οικογενειακή κατάσταση του υποψηφίου για την κάθε επιχείρηση. Συγκεκριμένα, το 85,7% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι παίζει πολύ μικρό ρόλο στην επίδοση του υποψηφίου ενώ το 14,3% δηλώνει ότι είναι ελάχιστα σημαντική.

Από τον παρακάτω πίνακα θα δούμε ποια οικογενειακή κατάσταση προτιμάται για όσους απαντήσανε "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ":

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΑΓΑΜΟΣ	-	-
ΕΓΓΑΜΟΣ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

**Πίνακας 12**

Επειδή για την συγκεκριμένη θέση δεν απάντησαν "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ" ότι δεν υπάρχει προτίμηση για την οικογενειακή κατάσταση του υποψήφιου .

Στην **ερώτηση 10** «Πόσο σημαντική είναι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	1	14,2
ΑΡΚΕΤΑ	3	42,9
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	3	42,9
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 13**

Τελικώς σύμφωνα με τον δοθέντα πίνακα διαπιστώνουμε ότι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας για τις περισσότερες επιχειρήσεις και με ποσοστό 42,9% είναι αρκετά έως και εξαιρετικά σημαντική.

Στην **ερώτηση 11** «Προτιμώνται οι υποψήφιοι με κάρτα ανεργίας;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	3	42,9
ΟΧΙ	4	57,1
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 14**



Όπως βλέπουμε από τον παραπάνω πίνακα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 57,1% προτιμούν υποψήφιους με κάρτα ανεργίας ενώ με ποσοστό 42,9% δεν ενδιαφέρονται οι υποψήφιοι τους να κατέχουν κάρτα ανεργίας

Στην **ερώτηση 12** «Προτιμώνται οι υποψήφιοι που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	1	14,3
ΟΧΙ	6	85,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 15**

Από το σύνολο των επτά επιχειρήσεων με ποσοστό 85,7% προτιμούν υποψηφίους που δεν προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες και το ποσοστό του 14,3% δεν δείχνει ενδιαφέρον σε υποψηφίους που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες.

Στην **ερώτηση 13** «Είναι σημαντική η ηλικία του υποψήφιου;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	-	-
ΑΡΚΕΤΑ	5	71,5
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	28,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 16**

Όπως βλέπουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 71,5% θεωρούν αρκετά σημαντική την ηλικία του υποψηφίου και

με ποσοστό 28,5% θεωρούν εξαιρετικά σημαντική την ηλικία του υποψήφιου για την θέση του οικονομολόγου.

Στην **ερώτηση 14** «Ποιες ηλικίες προτιμάται;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
20 - 25	-	-
25 - 30	-	-
30 – 35	6	85,7
35 – 40	1	14,3
40 - 45	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 17**

Όπως βλέπουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 85,7 επιλέγουν υποψήφιους που να κυμαίνονται ηλικιακά μεταξύ 30-35 ενώ παρατηρείται επίσης μία απορριπτική τάση για τους υποψηφίους άνω των 40 ετών.

Στην **ερώτηση 15** «Πόσο σημαντικός είναι ο βαθμός του τίτλου σπουδών;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	1	14,2
ΑΡΚΕΤΑ	3	42,9
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	3	42,9
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 18**

Με βάση τον Πίνακα 18 παρατηρούμε ότι στην συγκεκριμένη θέση εργασίας οι επιχειρήσεις θεωρούν με ίσο ποσοστό 42,9% ότι ο βαθμός του πτυχίου είναι αρκετά έως εξαιρετικά σημαντικός.

Στην **ερώτηση 16** «Πόσο σημαντική είναι η εντοπιότητα;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΛΙΓΟ	2	28,6
ΑΡΚΕΤΑ	1	14,2
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	28,6
ΚΑΘΟΛΟΥ	2	28,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 19**

Παρατηρώντας τα αποτελέσματα στην συγκεκριμένη ερώτηση μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι η εντοπιότητα κατέχει εξαιρετικά σημαντικό ρόλο με ποσοστό 28,6% το οποίο είναι ίσο με την απάντηση καθόλου ή λίγο σημαντική.

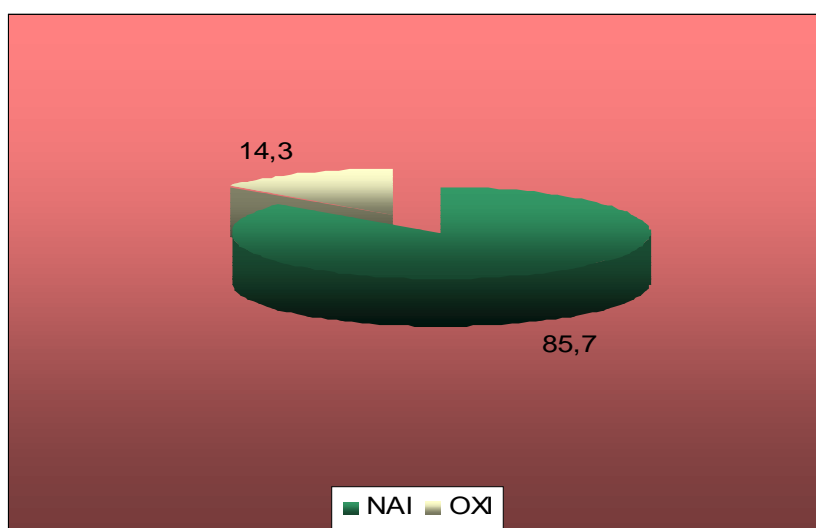
Στην **ερώτηση 17** «Προτιμάται ο υποψήφιος που κατέχει δίπλωμα οδήγησης;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	6	85,7
ΟΧΙ	1	14,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 20**

Είναι εμφανές και με μεγάλη διαφορά ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων προτιμά ο υποψήφιος να κατέχει δίπλωμα οδήγησης αφού η

απάντηση “ΝΑΙ” συγκεντρώνει το ποσοστό του 85,7%. Τα ίδια αποτελέσματα παρατηρούμε και στο παρακάτω γράφημα.



**Γράφημα 1**

Στην **ερώτηση 18** « Αν ναι, πρέπει να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	4	66,7
ΟΧΙ	2	33,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 21**

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό περιλαμβάνεται στην απάντηση “ΝΑΙ” αφού το 66,7% των επιχειρήσεων επιθυμεί ο υποψήφιος να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο.

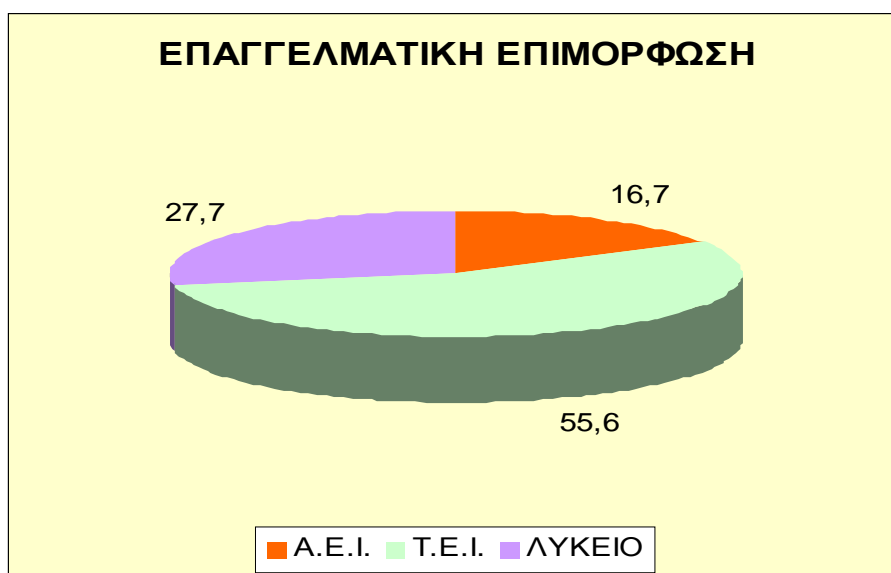
#### **5.4 Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων για την θέση του χειριστή Η/Υ.**

Τα αποτελέσματα ζήτησης για την συγκεκριμένη θέση είναι τα παρακάτω:

<b>ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
A.E.I.	3	16,7
T.E.I.	10	55,6
ΛΥΚΕΙΟ	5	27,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 1**

Όπως παρατηρούμε στον Πίνακα 1 από το σύνολο των σαράντα ένα επιχειρήσεων, οι δέκα οκτώ επέλεξαν την θέση του χειριστή Η/Υ. Από αυτές τις επιχειρήσεις φαίνεται να προτιμάται η ακαδημαϊκή μόρφωση σαν απαιτούμενο προσόν για την κατοχύρωση της θέσεως σε ποσοστό 55,6% για τους κατόχους πτυχίου T.E.I., 27,7% για τους κατόχους απολυτηρίου λυκείου και μόλις ένα 16,7% φαίνεται να επιθυμεί κατόχους πτυχίου A.E.I. Τα παραπάνω αποτελέσματα παρουσιάζονται και στο Γράφημα 1:



**Γράφημα 1**

Στην **ερώτηση 2** «Πόσο σημαντικό είναι να κατέχει ένας υποψήφιος μεταπτυχιακό τίτλο;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	6	33,3
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	3	16,7
ΛΙΓΟ	3	16,7
ΑΡΚΕΤΑ	5	27,7
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	1	5,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 2**

Με βάση τον Πίνακα 2 παρατηρούμε ότι το 27,7% των επιχειρήσεων επιθυμεί να έχει ο υποψήφιος μεταπτυχιακό τίτλο ενώ έχουμε το ίδιο ποσοστό της τάξεως του 16,7% στις απαντήσεις "ΕΛΑΧΙΣΤΑ" & "ΛΙΓΟ".

Στην **ερώτηση 3** «Ποιες ξένες γλώσσες πρέπει να γνωρίζει ο υποψήφιος;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΑΓΓΛΙΚΑ	18	100,0
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	-	-
ΙΤΑΛΙΚΑ	-	-
ΓΑΛΛΙΚΑ	-	-
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 3**

Όπως παρατηρούμε από τον παραπάνω πίνακα και οι 18 επιχειρήσεις επιθυμούν για την θέση του χειριστή Η/Υ με ποσοστό 100% ο υποψήφιος να πρέπει να είναι κάτοχος Αγγλικού τίτλου.

Από τις παραπάνω 18 επιχειρήσεις υπάρχουν και 3 επιχειρήσεις που έχουν απαντήσει ότι επιθυμούν ο/η υποψήφιος να κατέχει και μία δεύτερη γλώσσα. Τα αποτελέσματα δίνονται στον Πίνακα 4:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	1	33,3
ΙΤΑΛΙΚΑ	2	66,7
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 4

Στην **ερώτηση 4** «Τι επάρκεια γλώσσας πρέπει να κατέχει;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	2	11,1
ΑΡΚΕΤΑ	12	66,6
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	4	22,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 5

Με βάση τον Πίνακα 5 καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι με ποσοστό 66,6% οι επιχειρήσεις απαιτούν ο υποψήφιος κάτοχος να διαθέτει αρκετά καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας.

Στην **ερώτηση 5** «Πρέπει οι υποψήφιοι να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	14	77,8
ΟΧΙ	4	22,2
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 6

Παρατηρώντας τον Πίνακα 6, δεκατέσσερις επιχειρήσεις με ποσοστό 77,8% απάντησαν ότι οι υποψήφιοι για την συγκεκριμένη θέση θα πρέπει να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση ενώ μόλις το 22,2% δεν επιθυμεί οι υποψήφιοι για την συγκεκριμένη θέση να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση.

Στην **ερώτηση 6** «Πόσο σημαντική είναι η επαγγελματική επιμόρφωση;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	2	11,2
ΑΡΚΕΤΑ	11	61,1
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	5	27,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 7**

Από τον Πίνακα 7 οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι η επαγγελματική επιμόρφωση θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική για την θέση του χειριστή Η/Υ εφόσον οι έντεκα από τις δεκαοκτώ επιχειρήσεις την απαιτούν σαν προσόν πρόσληψης. Το ποσοστό αυτό φτάνει το 61,1%.

Στην **ερώτηση 7** «Πόσο σημαντική είναι η προϋπηρεσία;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	2	11,2
ΑΡΚΕΤΑ	12	66,6
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	4	22,2
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 8**



Με συντριπτική πλειοψηφία που φτάνει το ποσοστό του 66,6% οι επιχειρήσεις που εκλύθηκαν να απαντήσουν στην ερώτηση αυτή, απήντησαν ότι η προϋπηρεσία είναι υψίστης σημασίας. Μόνο δύο από αυτές με ποσοστό 11,2% αποτέλεσε την εξαίρεση θεωρώντας την προϋπηρεσία λίγο σημαντική.

Στην προηγούμενη ερώτηση προσθέσαμε σαν πρόσθετη παρατήρηση ότι αν απαντηθεί "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ" να αναφερθούν επακριβώς και τα χρόνια που θεωρούνται ως κατάλληλη προϋπηρεσία. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν έχουν την εξής μορφή:

ΕΤΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
1	3	18,7
2	4	25,0
3	5	31,3
4	3	18,7
5	1	6,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>16</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 9**

Το πόρισμα της έρευνας απέδειξε ότι ο ιδανικός χρόνος προϋπηρεσίας που απαιτείται για την θέση αυτή είναι 2 - 3 έτη αφού αυτά συγκεντρώνουν και το μεγαλύτερο ποσοστό με 25,0% και 31,3% αντίστοιχα.

Στην **ερώτηση 8** «Πόσο σημαντική είναι η γνώση και η ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	-	-
ΑΡΚΕΤΑ	10	55,5
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	8	44,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 10**

Ο Πίνακας 10 μας δείχνει ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 55,5% θεωρούν την γνώση και την ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής αρκετά σημαντική και με ποσοστό 44,5% την θεωρεί εξαιρετικά σημαντική.

Στην **ερώτηση 9** «Είναι σημαντική η οικογενειακή κατάσταση των υποψηφίων;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	1	5,5
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	2	11,2
ΛΙΓΟ	10	55,5
ΑΡΚΕΤΑ	4	22,3
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	1	5,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 11**

Ο Πίνακας 11 παρουσιάζει την σημασία που φαίνεται να έχει η οικογενειακή κατάσταση του υποψηφίου για την κάθε επιχείρηση. Συγκεκριμένα, το 55,5% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι παίζει πολύ μικρό ρόλο στην επίδοση του υποψηφίου ενώ το 22,3% δηλώνει ότι είναι αρκετά σημαντική.

Από τον παρακάτω πίνακα θα δούμε ποια οικογενειακή κατάσταση προτιμάται για όσους απαντήσανε "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ":

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΑΓΑΜΟΣ	3	60,0
ΕΓΓΑΜΟΣ	2	40,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 12**

Όπως παρατηρούμε από τον Πίνακα 12, το 60,0% των επιχειρήσεων προτιμά ο υποψήφιος για την συγκεκριμένη θέση να είναι άγαμος και το 40,0% έγγαμος.

Στην **ερώτηση 10** «Πόσο σημαντική είναι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	5,6
ΛΙΓΟ	2	11,0
ΑΡΚΕΤΑ	9	50,0
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	6	33,4
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 13**

Τελικώς σύμφωνα με τον δοθέντα πίνακα διαπιστώνουμε ότι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας για τις περισσότερες επιχειρήσεις και με ποσοστό 50,0% είναι αρκετά σημαντική. Ακολουθεί με ποσοστό 33,4% ότι είναι εξαιρετικά σημαντική και μόνο μια επιχείρηση την θεωρεί ελάχιστα σημαντική.

Στην **ερώτηση 11** «Προτιμώνται οι υποψήφιοι με κάρτα ανεργίας;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	8	44,4
ΟΧΙ	10	55,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 14**

Όπως βλέπουμε από τον παραπάνω πίνακα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 55,6% προτιμούν υποψήφιους με κάρτα ανεργίας ενώ με ποσοστό 44,4% δεν ενδιαφέρονται οι υποψήφιοι τους να κατέχουν κάρτα ανεργίας.

Στην **ερώτηση 12** «Προτιμώνται οι υποψήφιοι που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	9	50,0
ΟΧΙ	9	50,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 15**

Από το σύνολο των δεκαοκτώ επιχειρήσεων οι μισές σε αριθμό από αυτές με ποσοστό 50,0% προτιμούν υποψηφίους που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες και το ποσοστό του 50,0% δεν δείχνει ενδιαφέρον σε υποψηφίους που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες.

Στην **ερώτηση 13** «Είναι σημαντική η ηλικία του υποψήφιου;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	1	5,6
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	2	11,2
ΑΡΚΕΤΑ	12	66,6
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	3	16,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 16**

Όπως βλέπουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα το 66,6% των ερωτηθέντων επιχειρήσεων εξετάζουν και δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην ηλικία του υποψηφίου. Αντιθέτως, επιχειρήσεις που καλύπτουν το ποσοστό του 5,6% θεωρούν μη σημαντική την ηλικία του υποψήφιου για την θέση αυτή.

Στην **ερώτηση 14** «Ποιες ηλικίες προτιμάται;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
20 - 25	5	27,7
25 - 30	10	55,6
30 – 35	3	16,7
35 – 40	-	-
40 - 45	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 17

Όπως βλέπουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 55,6% επιλέγουν υποψήφιους που να κυμαίνονται ηλικιακά μεταξύ 25-30 ενώ παρατηρείται επίσης μία απορριπτική τάση για τους υποψηφίους άνω των 35 ετών.

Στην **ερώτηση 15** «Πόσο σημαντικός είναι ο βαθμός του τίτλου σπουδών;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	2	11,1
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	5,6
ΛΙΓΟ	5	27,7
ΑΡΚΕΤΑ	9	50,0
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	1	5,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 18

Με βάση Πίνακα 18 παρατηρούμε για την συγκεκριμένη θέση εργασίας η πλειοψηφία των επιχειρήσεων με ποσοστό 50,0% θεωρεί αρκετά σημαντικό τον βαθμό του τίτλου σπουδών.

Στην **ερώτηση 16** «Πόσο σημαντική είναι η εντοπιότητα;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΛΙΓΟ	6	33,3
ΑΡΚΕΤΑ	6	33,3
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	6	33,4
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 19

Με βάση τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι στην συγκεκριμένη θέση εργασίας οι απόψεις διίστανται καθώς τα αποτελέσματα που συγκεντρώνουν τα ίδια ποσοστά δεν αποτελούν μία ομόφωνη άποψη. Άρα στην συγκεκριμένη ερώτηση δεν μπορούμε να βγάλουμε κάποιο πόρισμα.

Στην **ερώτηση 17** «Προτιμάται ο υποψήφιος που κατέχει δίπλωμα οδήγησης;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	13	72,2
ΟΧΙ	5	27,8
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 20

Είναι εμφανές και με μεγάλη διαφορά ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων προτιμά ο υποψήφιος να κατέχει δίπλωμα οδήγησης αφού η απάντηση “ΝΑΙ” συγκεντρώνει το ποσοστό του 72,2%.

Στην **ερώτηση 18** « Αν ναι, πρέπει να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	5	33,3
ΟΧΙ	10	66,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 21

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό περιλαμβάνεται στην απάντηση “ΟΧΙ” αφού το 66,7% των επιχειρήσεων δεν επιθυμεί ο υποψήφιος να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο.

### 5.5 Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων για την θέση της υπαλλήλου Δ.Ε.

Τα αποτελέσματα ζήτησης για την συγκεκριμένη θέση είναι τα παρακάτω:

<b>ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
Α.Ε.Ι.	-	-
Τ.Ε.Ι.	4	21,1
ΛΥΚΕΙΟ	15	78,9
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 1

Όπως παρατηρούμε στον Πίνακα 1 από το σύνολο των σαράντα ένα επιχειρήσεων, οι δεκαεννιά επέλεξαν την θέση του υπαλλήλου Δ.Ε.. Από αυτές τις επιχειρήσεις φαίνεται να προτιμάται η ακαδημαϊκή μόρφωση σαν απαιτούμενο προσόν για την κατοχύρωση της θέσεως σε ποσοστό 78,9% για τους αποφοίτους Λυκείου, το 21,1% φαίνεται να επιθυμεί κατόχους πτυχίου Τ.Ε.Ι., ενώ η διάθεση για πλήρωση θέσεων από αποφοίτους Α.Ε.Ι. αγγίζει μηδενικά όρια το οποίο είναι και το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Στην **ερώτηση 2** «Πόσο σημαντικό είναι να κατέχει ένας υποψήφιος μεταπτυχιακό τίτλο;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	10	52,6
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	4	21,1
ΛΙΓΟ	-	-
ΑΡΚΕΤΑ	5	26,3
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 2**

Με βάση τον Πίνακα 2 παρατηρούμε ότι ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 52,6% δεν θεωρεί σημαντικό να κατέχει ο υποψήφιος για την θέση του υπαλλήλου Δ.Ε. κάποιο μεταπτυχιακό τίτλο ενώ όπως βλέπουμε παραπάνω, το ερωτηματολόγιο δεν έχει απαντηθεί από μερικές επιχειρήσεις σωστά λόγω του ότι δεν μπορεί ένας υπάλληλος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης να κατέχει μεταπτυχιακό τίτλο.

Στην **ερώτηση 3** «Ποιες ξένες γλώσσες πρέπει να γνωρίζει ο υποψήφιος;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΑΓΓΛΙΚΑ	19	100,0
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	-	-
ΙΤΑΛΙΚΑ	-	-
ΓΑΛΛΙΚΑ	-	-
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 3**

Όπως παρατηρούμε από τον παραπάνω πίνακα και οι δεκαεννιά επιχειρήσεις επιθυμούν με ποσοστό 100% ο υποψήφιος για την θέση του λογιστή να είναι υποχρεωτικώς κάτοχος Αγγλικού τίτλου.



Από τις παραπάνω δεκαεννιά επιχειρήσεις υπάρχουν και τέσσερις επιχειρήσεις που έχουν απαντήσει ότι επιθυμούν ο/η υποψήφιος να κατέχει και μία δεύτερη γλώσσα. Τα αποτελέσματα δίνονται στον Πίνακα 87:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	-	-
ΙΤΑΛΙΚΑ	4	100,0
ΚΑΠΟΙΑ ΑΛΛΗ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 4**

Στην **ερώτηση 4** «Τι επάρκεια γλώσσας πρέπει να κατέχει;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	1	5,3
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	2	10,5
ΛΙΓΟ	2	10,6
ΑΡΚΕΤΑ	12	63,0
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	2	10,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 5**

Για ακόμη μία φορά αντιλαμβανόμαστε ότι το ποσοστό 63,0% δηλ. από τις δεκαεννιά επιχειρήσεις οι δώδεκα από αυτές απαιτούν αρκετά καλή γνώση της γλώσσας εκ μέρους του υποψηφίου.

Στην **ερώτηση 5** «Πρέπει οι υποψήφιοι να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση;» τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 6:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	17	89,5
ΟΧΙ	2	10,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 6

Όπως παρατηρούμε δεκαεφτά επιχειρήσεις, δηλαδή το ποσοστό του 89,5% απάντησαν ότι οι υποψήφιοι για την συγκεκριμένη θέση θα πρέπει να έχουν επαγγελματική επιμόρφωση.

Στην **ερώτηση 6** «Πόσο σημαντική είναι η επαγγελματική επιμόρφωση;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	2	10,5
ΛΙΓΟ	1	5,3
ΑΡΚΕΤΑ	9	47,4
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	7	36,8
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 7

Από τον Πίνακα 7 βγάζουμε συμπέρασμα τελικά ότι η επαγγελματική επιμόρφωση για την θέση του υπαλλήλου Δ.Ε., θεωρείται από τις εννιά στις δεκαεννιά επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν ότι είναι αρκετά σημαντική (ποσοστό 47,4%).

Στην **ερώτηση 7** «Πόσο σημαντική είναι η προϋπηρεσία;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1	5,3
ΛΙΓΟ	1	5,3
ΑΡΚΕΤΑ	13	68,4
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	4	21,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 8

Με ποσοστό 89,4% στο σύνολο τους οι επιχειρήσεις απήντησαν ότι για την θέση αυτή θεωρούν ότι η προϋπηρεσία είναι αρκετά σημαντική έως και εξαιρετικά σημαντική και μόνο δύο από αυτές με ποσοστό 10,6% στο σύνολο τους θεωρεί ότι η προϋπηρεσία είναι ελάχιστα έως και λίγο σημαντική.

Στην προηγούμενη ερώτηση προσθέσαμε σαν πρόσθετη παρατήρηση ότι αν απαντηθεί "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ" να αναφερθούν επακριβώς και τα χρόνια που θεωρούνται ως κατάλληλη προϋπηρεσία. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν έχουν την εξής μορφή:

<b>ΕΤΗ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
1	2	11,8
2	5	29,4
3	6	35,3
4	3	17,6
5	1	5,9
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>17</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 9

Τα αποτελέσματα της έρευνας μας δείχνουν ότι η απαιτούμενη προϋπηρεσία που χρειάζεται για την θέση του υπαλλήλου Δ.Ε. είναι 2-3 έτη αφού αυτά συγκεντρώνουν τα μεγαλύτερα ποσοστά με 29,4% και 35,3% αντίστοιχα.

Στην **ερώτηση 8** «Πόσο σημαντική είναι η γνώση και η ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	1	5,3
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	3	15,8
ΛΙΓΟ	5	26,3
ΑΡΚΕΤΑ	7	36,8
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	3	15,8
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 10**

Από τον Πίνακα 10 βλέπουμε ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 36,8% θεωρούν την γνώση και την ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής αρκετά σημαντική και μόνο 3 από αυτές την θεωρούν εξαιρετικά σημαντική με ποσοστό 15,8%.

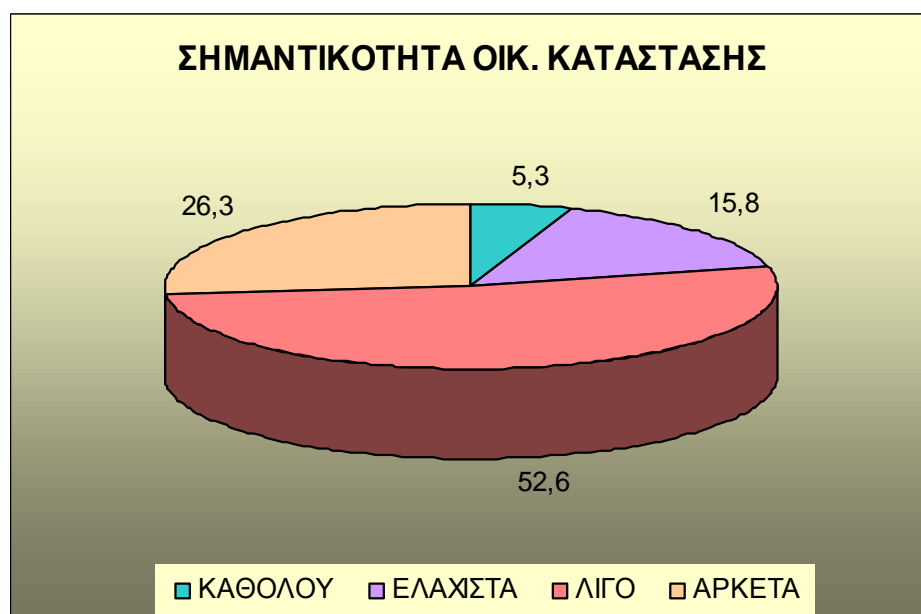
Στην **ερώτηση 9** «Είναι σημαντική η οικογενειακή κατάσταση των υποψηφίων;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	1	5,3
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	3	15,8
ΛΙΓΟ	10	52,6
ΑΡΚΕΤΑ	5	26,3
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 11**

Ο Πίνακας 11 παρουσιάζει την σημασία που κατέχει η οικογενειακή κατάσταση του υποψηφίου για την κάθε επιχείρηση. Συγκεκριμένα, το 52,6% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι διαμορφώνει πολύ λίγο την επίδοση και την εικόνα

του υποψηφίου ενώ το 26,3% δηλώνει ότι είναι αρκετά σημαντική. Όλα αυτά μπορούμε να τα δούμε πιο αναλυτικά στο παρακάτω γράφημα:



Από τον παρακάτω πίνακα θα δούμε ποια οικογενειακή κατάσταση προτιμάται για όσους απαντήσανε "ΑΡΚΕΤΑ" ή "ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ":

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΑΓΑΜΟΣ	4	80,0
ΕΓΓΑΜΟΣ	1	20,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 12**

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων προτιμά για την θέση του υπαλλήλου Δ.Ε. έγγαμους υποψήφιους, με ποσοστό 80,0%.

Στην **ερώτηση 10** «Πόσο σημαντική είναι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	2	10,5
ΑΡΚΕΤΑ	11	57,9
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	6	31,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 13

Τελικά από τον Πίνακα 13 βλέπουμε ότι η ικανότητα διαπροσωπικής επικοινωνίας, ευελιξίας και προσαρμοστικότητας για τις περισσότερες επιχειρήσεις και με ποσοστό 89,5% στο σύνολο είναι αρκετά έως και εξαιρετικά σημαντική. Ακολουθεί με ποσοστό 10,5% ότι είναι λίγο σημαντική.

Στην **ερώτηση** 11 «Προτιμώνται οι υποψήφιοι με κάρτα ανεργία;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	17	89,5
ΟΧΙ	2	10,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 14

Όπως βλέπουμε από τον παραπάνω πίνακα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 89,5% προτιμούν υποψήφιους με κάρτα ανεργίας και με ποσοστό 10,5% ακολουθούν οι επιχειρήσεις που προσλαμβάνουν επί το πλείστον άτομα χωρίς κάρτα ανεργίας.

Στην **ερώτηση** 12 «Προτιμώνται οι υποψήφιοι που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	12	63,2
ΟΧΙ	7	36,8
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 15

Από τις δεκαεννιά επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν οι δώδεκα από αυτές με ποσοστό 63,2% προτιμούν υποψηφίους που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες και επτά από αυτές με ποσοστό 36,8% δεν προτιμούν υποψηφίους που προέρχονται από πολύτεκνες οικογένειες.

Στην **ερώτηση 13** «Είναι σημαντική η ηλικία του υποψήφιου;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	-	-
ΛΙΓΟ	2	10,5
ΑΡΚΕΤΑ	17	89,5
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 16

Όπως βλέπουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα στις περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 89,5% θεωρείται αρκετά σημαντική η ηλικία του υποψηφίου και με ποσοστό 10,5% θεωρείται λίγο σημαντική η ηλικία του υποψήφιου για την επιλογή του για την θέση του υπαλλήλου Δ.Ε.

Στην **ερώτηση 14** «Ποιες ηλικίες προτιμάται;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
20 - 25	5	26,3
25 - 30	4	21,1
30 – 35	9	47,3
35 – 40	1	5,3
40 - 45	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 17

Όπως βλέπουμε από τα παραπάνω αποτελέσματα οι περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 47,3 επιλέγουν υποψήφιους που να κυμαίνονται ηλικιακά μεταξύ 30-35 ενώ παρατηρείται επίσης μία απορριπτική τάση για τους υποψηφίους άνω των 40 ετών.

Στην **ερώτηση 15** «Πόσο σημαντικός είναι ο βαθμός του τίτλου σπουδών;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΚΑΘΟΛΟΥ	-	-
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	5	26,3
ΛΙΓΟ	10	52,6
ΑΡΚΕΤΑ	4	21,1
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 18

Με βάση Πίνακα 18 παρατηρούμε για την συγκεκριμένη θέση εργασίας η πλειοψηφία των επιχειρήσεων με ποσοστό 52,6% δεν θεωρεί σημαντικό τον βαθμό του τίτλου σπουδών.

Στην **ερώτηση 16** «Πόσο σημαντική είναι η εντοπιότητα;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:



	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΛΙΓΟ	6	31,6
ΑΡΚΕΤΑ	11	57,9
ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ	-	-
ΚΑΘΟΛΟΥ	2	10,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 19

Παρατηρώντας τα αποτελέσματα στην συγκεκριμένη ερώτηση μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι η εντοπιότητα κατέχει αρκετά σημαντικό ρόλο με ποσοστό 57,9% για την πρόσληψη υποψηφίου στην συγκεκριμένη θέση.

Στην **ερώτηση 17** «Προτιμάται ο υποψήφιος που κατέχει δίπλωμα οδήγησης;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	13	68,4
ΟΧΙ	6	31,6
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 20

Είναι εμφανές και με μεγάλη διαφορά ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων προτιμά ο υποψήφιος να κατέχει δίπλωμα οδήγησης αφού η απάντηση "ΝΑΙ" συγκεντρώνει το ποσοστό του 68,4%.

Στην **ερώτηση 18** « Αν ναι, πρέπει να κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο;» τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
ΝΑΙ	4	21,1
ΟΧΙ	15	78,9
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 21

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό περιλαμβάνεται στην απάντηση “ΟΧΙ” αφού το 78,9% των επιχειρήσεων επιθυμεί ο υποψήφιος να μην κατέχει δικό του μεταφορικό μέσο.

## 5.6. Γενική ανάλυση & σχολιασμός των αποτελεσμάτων

Μετά τον ειδικό σχολιασμό των αποτελεσμάτων που έγινε παραπάνω γεννήθηκε η ανάγκη για ένα περαιτέρω σχολιασμό με βάση όλες τις ειδικότητες και μια γενική ανάλυση όλων των αποτελεσμάτων.

**5.6.1. Οι δραστηριότητες που καλύπτουν τις αντίστοιχες θέσεις εργασίας σε κάθε επιχείρηση, ανάλογα με το μορφωτικό επίπεδο διαμορφώνονται ως εξής:** τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα

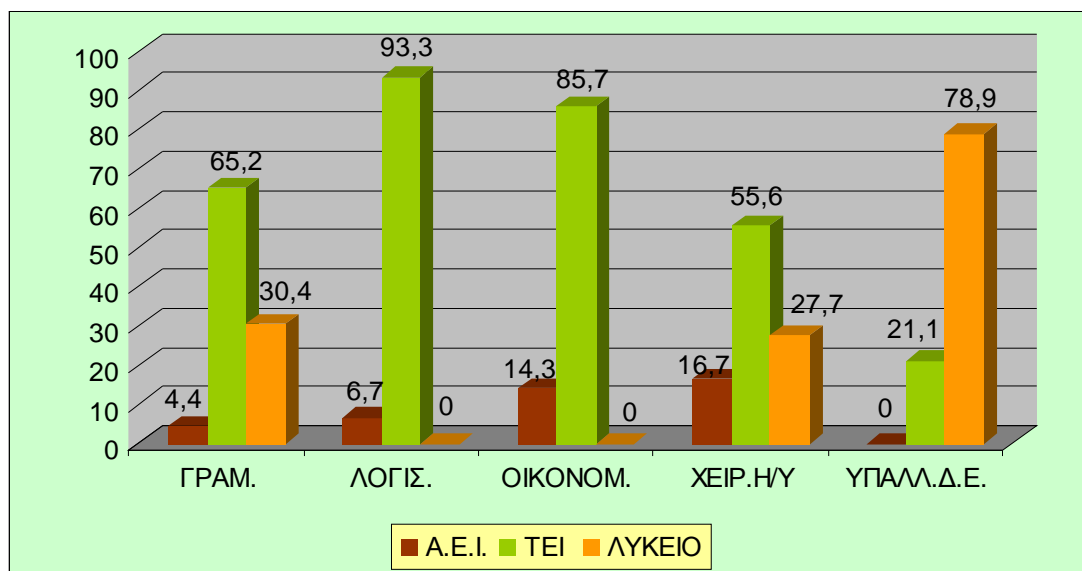
	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ	ΛΟΓΙΣΤΗΣ	ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΟΣ	ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ Η/Υ	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ Δ.Ε.
	%	%	%	%	%
<b>Α.Ε.Ι.</b>	4,4	6,7	14,3	16,7	-
<b>Τ.Ε.Ι.</b>	65,2	93,3	85,7	55,6	21,1
<b>ΛΥΚΕΙΟ</b>	30,4	-	-	27,7	78,9
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**Πίνακας 1**

Παρατηρώντας τον παραπάνω πίνακα μπορούμε εύκολα να συμπεράνουμε ότι οι απόφοιτοι των Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων συγκεντρώνουν τη μεγαλύτερη προτίμηση των επιχειρήσεων. Σε ποσοστιαίες μονάδες το ενδιαφέρον αυτό εκδηλώνεται ακολούθως, με τη πλειοψηφία των επιχειρήσεων να ζητούν απόφοιτους Τ.Ε.Ι., για την κάλυψη της θέσεως της γραμματέως με ποσοστό 65,2%, με ποσοστό 93,3% για τη θέση του λογιστή, με ποσοστό 85,7% για τον οικονομολόγο και τέλος με ποσοστό 55,6% για τον χειριστή Η/Υ. Μοναδική εξαίρεση αποτελεί η δραστηριότητα του υπάλληλου Δ.Ε. όπου ως απαιτούμενο προσόν λαμβάνεται η κατοχή του

απολυτηρίου λυκείου συγκεντρώνοντας το μεγαλύτερο ποσοστό, δηλαδή το 78,9%.

Οι τιμές που διαμορφώσανε τον Πίνακα 1 παρουσιάζονται και στο παρακάτω γράφημα:



**Γράφημα 1**

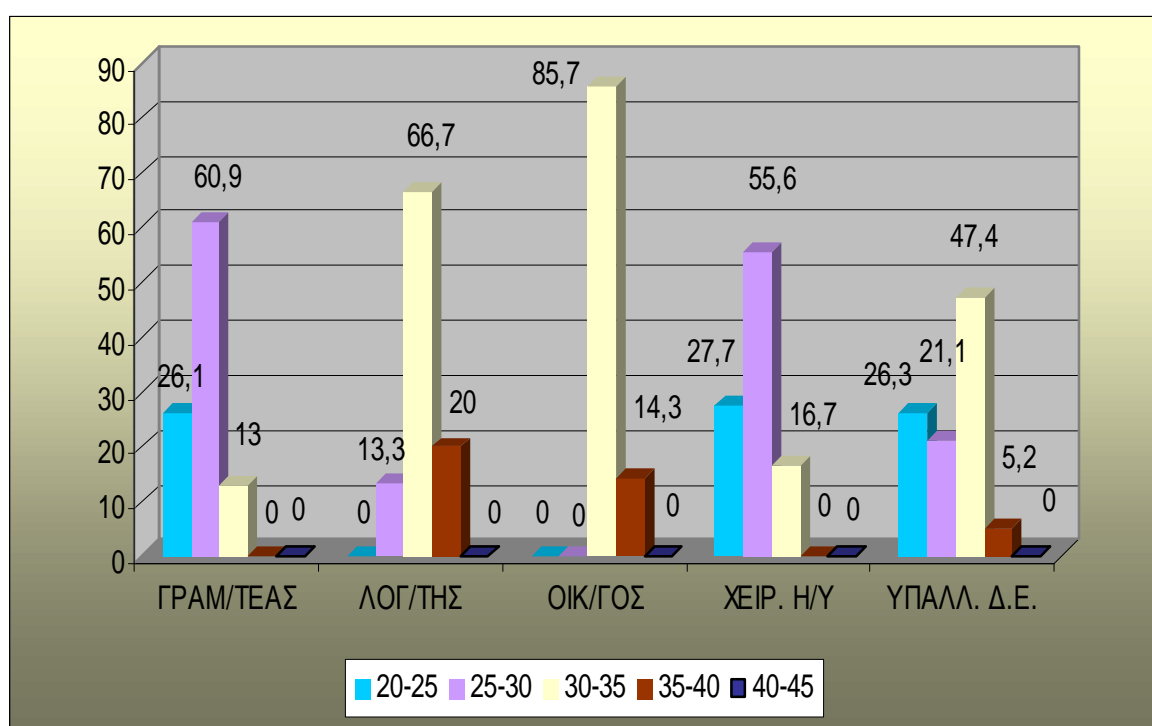
**5.6.2. Οι ηλικιακές προτιμήσεις των επιχειρήσεων για τις αντίστοιχες δραστηριότητες:** τα αποτελέσματα έρευνας παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα

	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ %	ΛΟΓΙΣΤΗΣ %	ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΟΣ %	ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ Η/Υ %	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ Δ.Ε. %
20-25	26,1	-	-	27,7	26,3
25-30	60,9	13,3	-	55,6	21,1
30-35	13,0	66,7	85,7	16,7	47,4
35-40	-	20,0	14,3	-	5,2
40-45	-	-	-	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 2**

Όπως φαίνεται και στο Πίνακα 2 αποκαλυπτική είναι η στάση που τηρούν οι επιχειρήσεις στο σύνολο τους ως προς την ηλικιακή πολιτική που ασκούν. Δηλαδή, στόχος τους αποτελεί οι δραστηριότητες να εκτελούνται από άτομα που η ηλικία τους να κυμαίνεται μεταξύ 25-35, αφού αυτές είναι και που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό. Άξιο σχολιασμού και προβληματισμού συνάμα αποτελεί το γεγονός ότι καμία επιχείρηση δεν επιθυμεί να προσλάβει άτομα άνω των 40 ετών.

Οι τιμές που διαμορφώσανε τον Πίνακα 2 παρουσιάζονται και στο Γράφημα 2:



**Γράφημα 2**

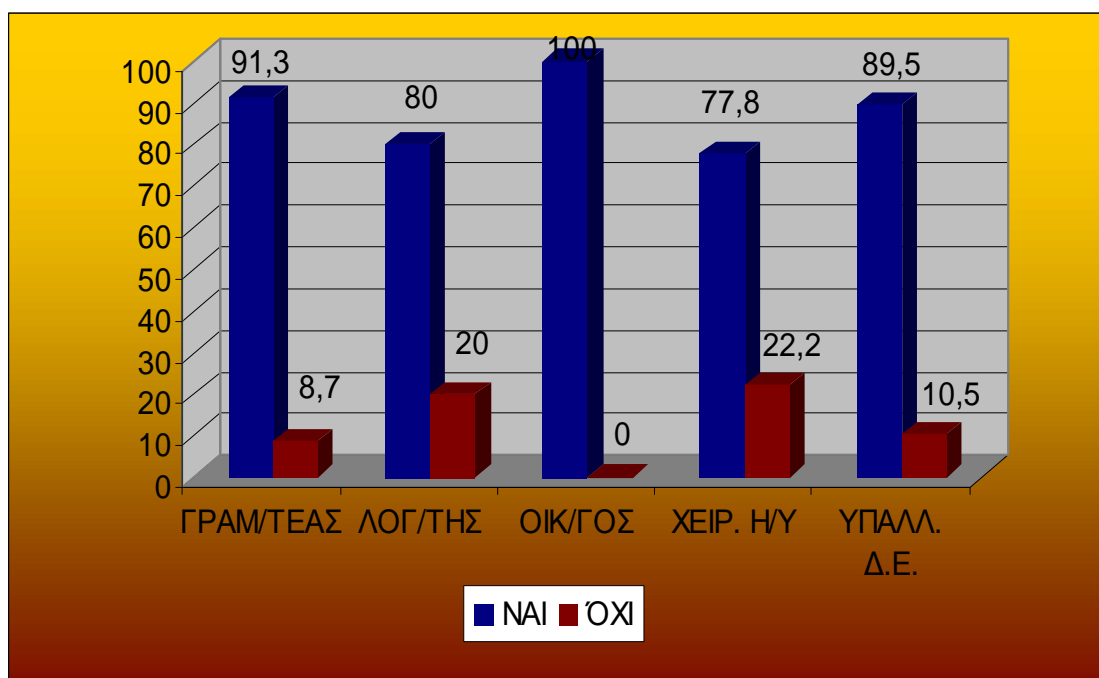
**5.6.3. Οι δραστηριότητες που μας ενδιαφέρουν σε σχέση με την επαγγελματική επιμόρφωση που απαιτείται να διαθέτει ο υποψήφιος:**  
τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ %	ΛΟΓΙΣΤΗΣ %	ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΟΣ %	ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ Η/Υ %	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ Δ.Ε. %
<b>ΝΑΙ</b>	91,3	80,0	100,0	77,8	89,5
<b>ΟΧΙ</b>	8,7	20,0	-	22,2	10,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Πίνακας 3

Είναι προφανές ότι όλες οι επιχειρήσεις για κάθε δραστηριότητα προσλαμβάνουν άτομα με επαγγελματική επιμόρφωση, αφού τα ποσοστά των απαντήσεων υπήρξαν ιδιαίτερα υψηλά.

Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται και στο Γράφημα 3:



Γράφημα 3

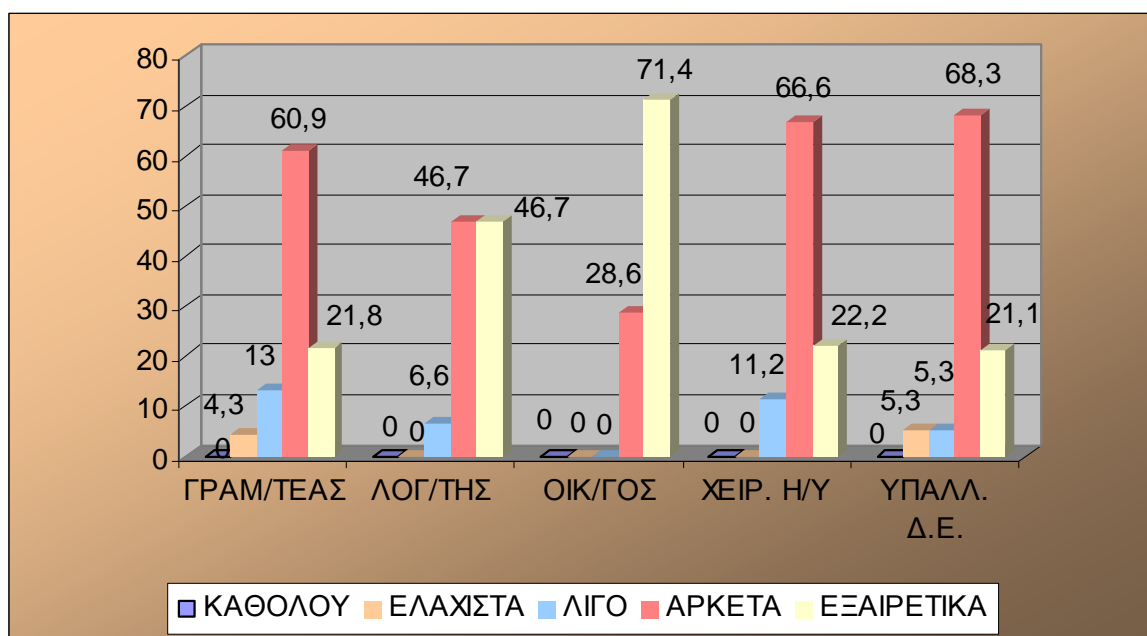
**5.6.4. Οι δραστηριότητες σε συσχέτισμό με την επιθυμητή προϋπηρεσία των υποψηφίων:** τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα

	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ %	ΛΟΓΙΣΤΗΣ %	ΟΙΚΟΝ/ΓΟΣ %	ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ Η/Υ %	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ Δ.Ε. %
<b>ΚΑΘΟΛΟΥ</b>	-	-	-	-	-
<b>ΕΛΑΧΙΣΤΑ</b>	4,3	-	-	-	5,3
<b>ΛΙΓΟ</b>	13,0	6,6	-	11,2	5,3
<b>ΑΡΚΕΤΑ</b>	60,9	46,7	28,6	66,6	68,3
<b>ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ</b>	21,8	46,7	71,4	22,2	21,1
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 4

Όπως βλέπουμε, τα αποτελέσματα της μελέτης απέδειξαν ότι για όλες τις επιχειρήσεις η προϋπηρεσία λαμβάνεται από αρκετά έως και εξαιρετικά σημαντική, αφού συγκεντρώνει και τα μεγαλύτερα ποσοστά σε κάθε περίπτωση. Αντιθέτως παρατηρούμε ότι σε καμία δραστηριότητα δεν προτιμώνται ανειδίκευτα άτομα.

Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται και στο Γράφημα 4:



Γράφημα 4

Παρακάτω αναλύεται το σύνολο των χρόνων προϋπηρεσίας που θεωρείται προσδόκιμο για κάθε μια από τις δραστηριότητες μας, σύμφωνα πάντα με τις

απαντήσεις των επιχειρήσεων αυτών που θεωρούν τη προϋπηρεσία από αρκετά έως και εξαιρετικά σημαντική.

ΕΤΗ	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ %	ΛΟΓΙΣΤΗΣ %	ΟΙΚΟΝ/ΓΟΣ %	ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ Η/Υ %	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ Δ.Ε. %
1	15,8	7,1	-	18,7	11,8
2	26,3	28,6	-	25,0	29,4
3	31,6	35,7	42,8	31,3	35,3
4	10,5	7,1	-	18,7	17,6
5	15,8	21,5	28,6	6,3	5,9
6	-	-	14,3	-	-
7	-	-	14,3	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 5

Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων ζητάει άτομα τα οποία να έχουν προϋπηρεσία τρία έτη για τη πλήρωση οποιασδήποτε θέσης, ενώ παράλληλα παρατηρείται μια σταδιακή άνοδος της τάξεως των 3 χρόνων, για τη θέση του οικονομολόγου.

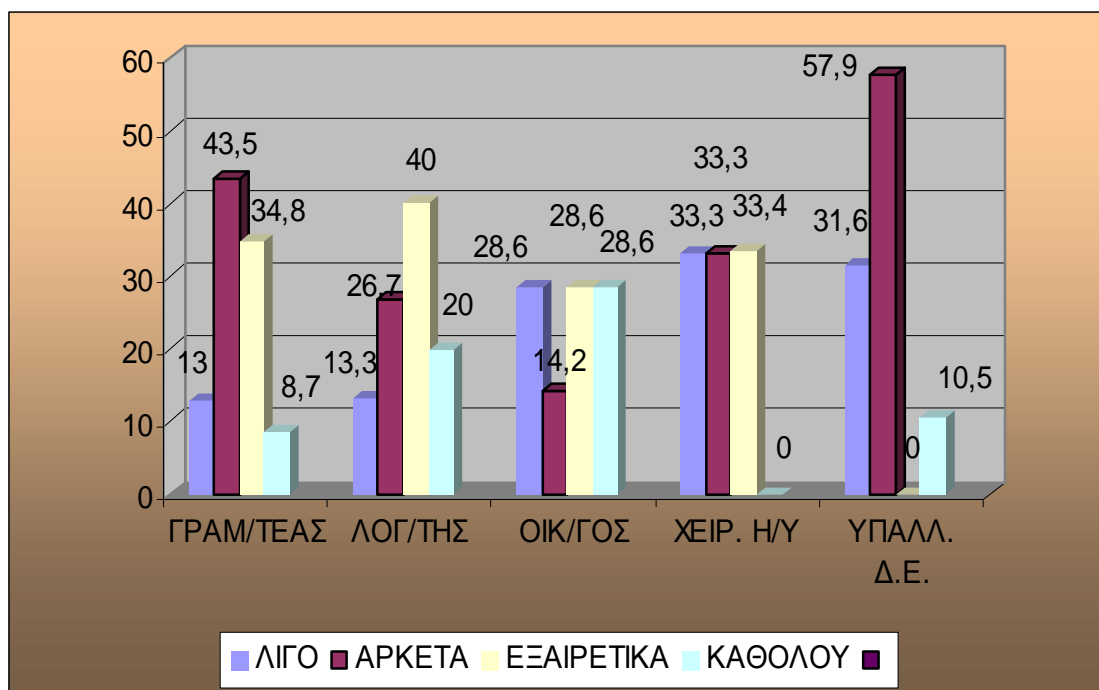
**5.6.5. Οι δραστηριότητες αναφορικά με την εντοπιότητα των υποψηφίων κυμαίνονται ως εξής:** τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα

	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ %	ΛΟΓΙΣΤΗΣ %	ΟΙΚΟΝ/ΓΟΣ %	ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ Η/Υ %	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ Δ.Ε. %
<b>ΛΙΓΟ</b>	13,0	13,3	28,6	33,3	31,6
<b>ΑΡΚΕΤΑ</b>	43,5	26,7	14,2	33,3	57,9
<b>ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ</b>	34,8	40,0	28,6	33,4	-
<b>ΚΑΘΟΛΟΥ</b>	8,7	20,0	28,6	-	10,5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Πίνακας 6

Όπως παρατηρείται από τον παραπάνω πίνακα η εντοπιότητα των υποψηφίων είναι αρκετά έως και εξαιρετικά σημαντική για την πρόσληψη ενός εργαζομένου αφού αυτές οι δυο απαντήσεις συγκεντρώνουν και τα μεγαλύτερα ποσοστά.

Οι τιμές που διαμορφώσανε τον Πίνακα 2 παρουσιάζονται και στο Γράφημα 5:



Γράφημα 5

**5.6.6. Οι επιχειρήσεις σε σχέση με την ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής ζητούν:** τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα

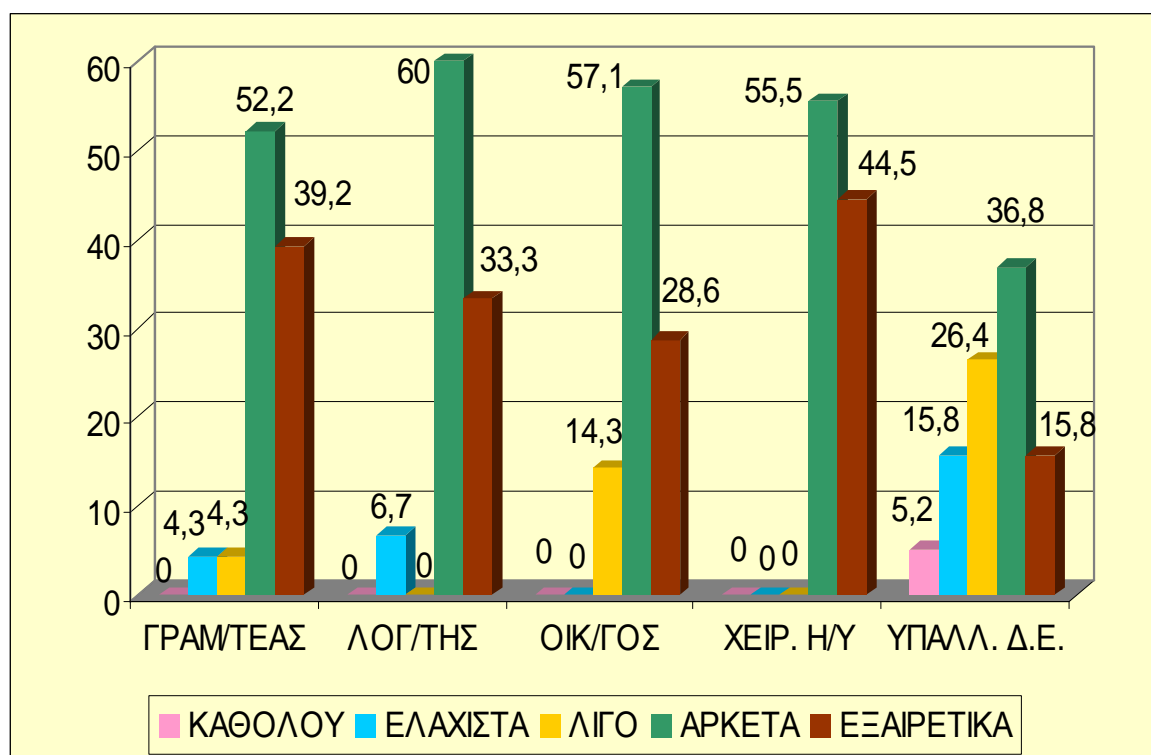
	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ %	ΛΟΓΙΣΤΗΣ %	ΟΙΚΟΝ/ΓΟΣ %	ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ Η/Υ %	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ Δ.Ε. %
<b>ΚΑΘΟΛΟΥ</b>	-	-	-	-	5,2
<b>ΕΛΑΧΙΣΤΑ</b>	4,3	6,7	-	-	15,8
<b>ΛΙΓΟ</b>	4,3	-	14,3	-	26,4
<b>ΑΡΚΕΤΑ</b>	52,2	60,0	57,1	55,5	36,8
<b>ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ</b>	39,2	33,3	28,6	44,5	15,8
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Πίνακας 7



Με βάση τον πίνακα που προκύπτει η γνώση και η ικανότητα χειρισμού εφαρμογών πληροφορικής θεωρείται από τις επιχειρήσεις για την πρόσληψη ενός εργαζομένου αρκετά σημαντική.

Τα αποτελέσματα του Πίνακα 7 παρουσιάζονται και στο Γράφημα 6:



**Γράφημα 6**

**5.6.7. Οι επιχειρήσεις σε σχέση με την οικογενειακή κατάσταση των υποψηφίων ζητούν:** τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ %	ΛΟΓΙΣΤΗΣ %	ΟΙΚΟΝ/ΓΟΣ %	ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ Η/Υ %	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ Δ.Ε. %
<b>ΚΑΘΟΛΟΥ</b>	4,3	-	-	5,5	5,3
<b>ΕΛΑΧΙΣΤΑ</b>	4,3	13,3	14,3	11,2	15,8
<b>ΛΙΓΟ</b>	47,8	53,3	85,7	55,6	52,6
<b>ΑΡΚΕΤΑ</b>	34,8	26,7	-	11,2	26,3
<b>ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ</b>	8,8	6,7	-	5,5	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

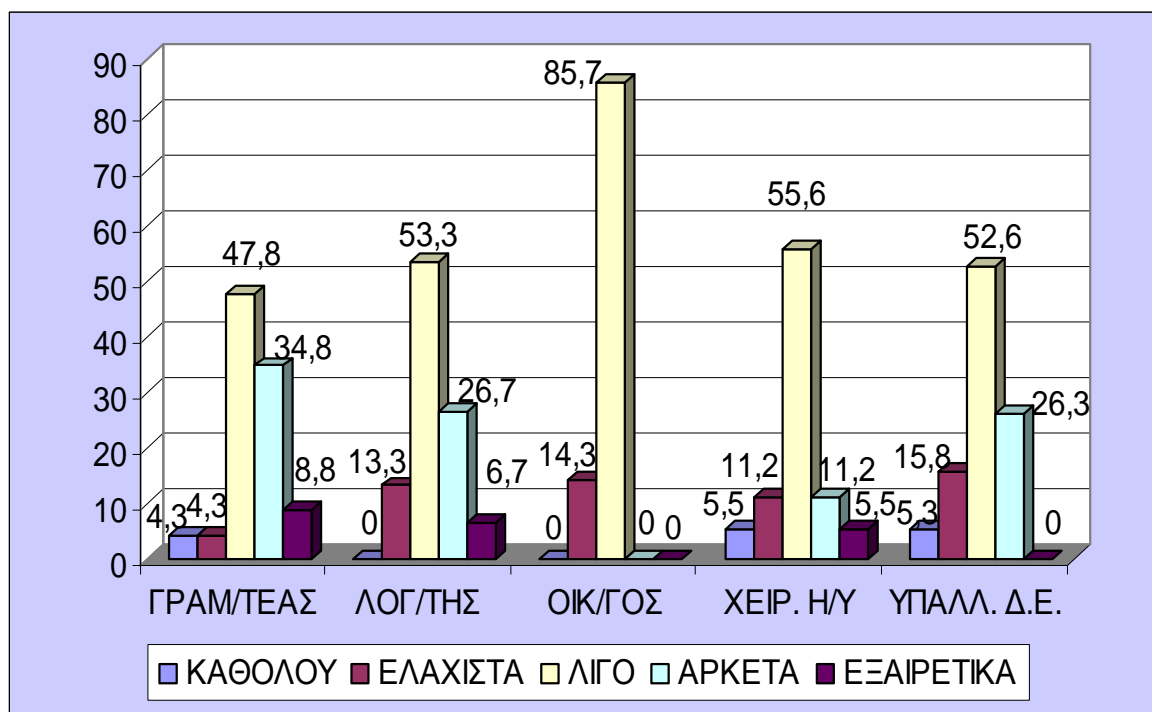
**Πίνακας 8**

Παρακάτω θα δούμε ποια οικογενειακή κατάσταση θεωρείται από τις επιχειρήσεις η καταλληλότερη με γνώμονα τα ποσοστά των απαντήσεων που δόθηκαν και τη τοποθετούν αρκετά έως και εξαιρετικά σημαντική.

	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ %	ΛΟΓΙΣΤΗΣ %	ΟΙΚΟΝ/ΓΟΣ %	ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ Η/Υ %	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ Δ.Ε. %
<b>ΑΓΑΜΟΣ</b>	55,6	20,0	-	60,0	80,0
<b>ΕΓΓΑΜΟΣ</b>	44,4	80,0	-	40,0	20,0
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 9**

Από τους πίνακες που προκύπτουν διαπιστώνουμε ότι η οικογενειακή κατάσταση των υποψηφίων σε όλες τις ειδικότητες είναι μικρής σημασίας. Σε όσες περιπτώσεις θεωρήθηκε αρκετά έως εξαιρετικά σημαντική, οι επιχειρήσεις απάντησαν ότι για τις θέσεις αυτές προτιμούν υποψήφιους άγαμους. Τα αποτελέσματα του Πίνακα 8 παρουσιάζονται και σε μορφή γραφήματος παρακάτω:



Γράφημα 7

**5.6.8. Οι δραστηριότητες σε σχέση με το αν οι υποψήφιοι πρέπει να κατέχουν μεταπτυχιακό τίτλο απάντησαν:** τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα

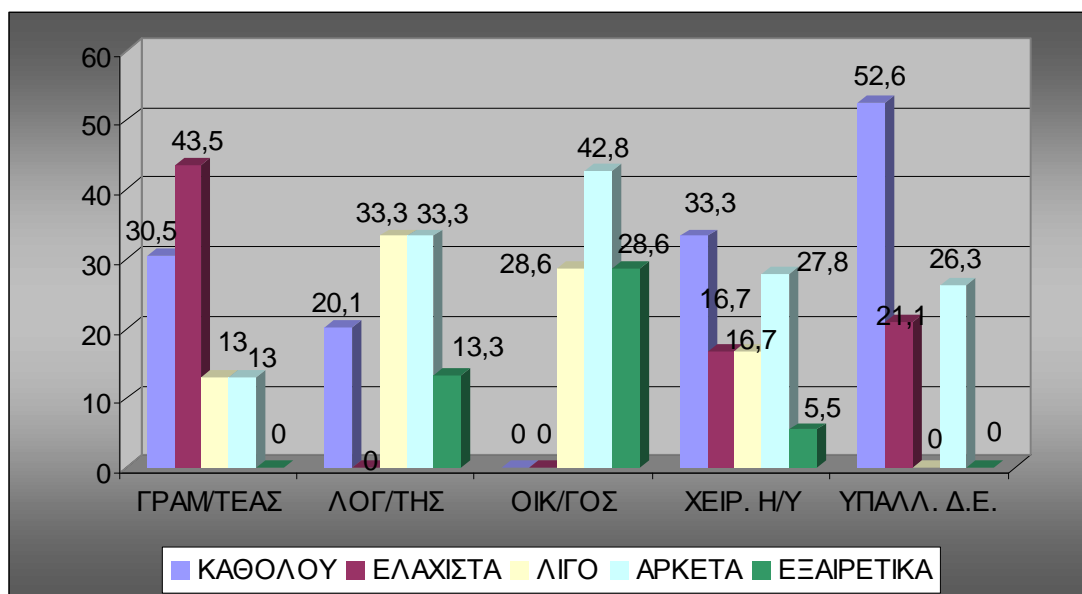
	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ %	ΛΟΓΙΣΤΗΣ %	ΟΙΚΟΝ/ΓΟΣ %	ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ Η/Υ %	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ Δ.Ε. %
<b>ΚΑΘΟΛΟΥ</b>	30,5	20,1	-	33,3	52,6
<b>ΕΛΑΧΙΣΤΑ</b>	43,5	-	-	16,7	21,1
<b>ΛΙΓΟ</b>	13	33,3	28,6	16,7	-
<b>ΑΡΚΕΤΑ</b>	13	33,3	42,8	27,8	26,3
<b>ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ</b>	-	13,3	28,6	5,5	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Πίνακας 10

Ο Πίνακας 10 μας δείχνει ότι ανάλογα με την ειδικότητα μπορεί να είναι σημαντικός ή όχι ένας μεταπτυχιακός τίτλος. Συγκεκριμένα στην ειδικότητα του γραμματέα είναι ελάχιστα σημαντικός αλλά στην ειδικότητα του οικονομολόγου είναι αρκετά σημαντικός. Σε γενικές γραμμές όμως και σε

σχέση με τις θέσεις που πρόκειται να καλυφθούν δεν φαίνεται να είναι σημαντική η απόκτηση ενός μεταπτυχιακού τίτλου.

Τα αποτελέσματα δίνονται και σε μορφή γραφήματος παρακάτω:



**Γράφημα 8**

## **ΕΠΙΛΟΓΟΣ**

Η παραπάνω εργασία συντάχθηκε για να παρουσιάσει τα αποτελέσματα της έρευνας που έγινε με σκοπό να μας δείξει τι προσόντα απαιτούνται για κάθε εργαζόμενο σε συγκεκριμένες θέσεις ανά κατηγορία επιχείρησης. Η έρευνα μας διήρκησε 3 μήνες και οι επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος ανέρχονται στις 41. Η έρευνα έγινε με μορφή ερωτηματολογίου το οποίο συντάχθηκε από εμάς. Το μεγαλύτερο ποσοστό ανταπόκρισης που είχαμε από όλες τις επιχειρήσεις ανήκει στην δραστηριότητα του Εμπορίου. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι αντιμετωπίσαμε αρκετά μεγάλο πρόβλημα από επιχειρήσεις που δεν ήτανε διατεθειμένες να λάβουν μέρος στην έρευνα αυτή. Υπήρχαν διάφοροι λόγοι που ήδη έχουμε προαναφέρει και αν είχαμε στην διάθεση μας περισσότερο χρόνο θα μπορούσαμε να πετύχουμε καλύτερη συνεργασία και σαφέστερες απαντήσεις στα ερωτηματολόγια μας συν του ότι θα μπορούσαμε να καλύψουμε μεγαλύτερο φάσμα αποκρίσεων. Τα αποτελέσματα δείχθηκαν αναλυτικά με την μορφή Πινάκων και Γραφημάτων έτσι ώστε να αποδώσουμε μια πιο σαφή εικόνα και σε ανθρώπους που το αντικείμενο τους δεν αφορά την έρευνα αγοράς αλλά θα μπορούσαν κάλλιστα να κατανοήσουν τον σκοπό της συγκεκριμένης έρευνας. Τέλος, πιστεύουμε ότι τα αποτελέσματα που παρουσιάστηκαν παραπάνω να αποδώσουνε μια ρεαλιστική εικόνα της κατάστασης που επικρατεί στον χώρο των επιχειρήσεων και στην ζήτηση για την πλήρωση θέσεων εργασίας.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

1. **Σταθακόπουλος Βλάσης Ph. D.** (2001): *Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς*,  
Αθήνα Α. Σταμούλης
2. **Κυριακόπουλος Γ.Π, Κιουλαρας Κ.Κ** (1994): *Έρευνα Αγοράς*,  
Αθήνα Σύγχρονη Εκδοτική
3. **Κυριακόπουλος Γ.Π.** (1996): *Εφαρμοσμένο Marketing*,  
Αθήνα Σύγχρονη Εκδοτική
4. **Μακράκης Γ. Βασίλης** (1997): *Ανάλυση δεδομένων στην  
επιστημονική έρευνα με την χρήση του S.P.S.S.*  
Αθήνα Εκδόσεις GUTENBERG
5. **Δαφέρμος Βασίλης** (2005): *Κοινωνική Στατιστική με το S.P.S.S.*  
Θεσσαλονίκη Ζήτη