



**ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
«ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ. Η
ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΣΩΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ »**



**ΖΕΡΒΑ ΜΑΝΘΟΥΛΑ
ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΒΕΝΕΤΙΑ
ΓΚΟΥΛΑ ΧΡΙΣΤΙΝΑ**

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ, 2016

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της πτυχιακής μας εργασίας θα θέλαμε αρχικά να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας στον καθηγητή μας κ. Ηγουμενάκη Γεώργιο για την υπομονή, την καθοδήγηση αλλά και τις χρήσιμες συμβουλές της σε όλη τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας. Επίσης, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους γονείς μας, για την ψυχολογική υποστήριξη που μας παρείχαν καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται την έννοια των δημοσίων σχέσεων και της εσωτερικής επικοινωνίας των επιχειρήσεων.

Στο πρώτο κεφάλαιο προσδιορίζεται η επιστήμη των δημοσίων σχέσεων, τα χαρακτηριστικά της, τα εργαλεία της και η επίδραση των δημοσίων σχέσεων.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα είδη της επικοινωνίας, οι διακρίσεις της καθώς και η διαδικασία της.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η έννοια της εσωτερικής επικοινωνίας των επιχειρήσεων η ιεράρχηση των αναγκών κατά τον Maslow και η σύνδεση της εσωτερικής επικοινωνίας με τις δημόσιες σχέσεις.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας που πραγματοποιήθηκε ενώ στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας.

Τέλος παρουσιάζεται η σύνδεση μεταξύ της οικονομικής κρίσης, των δημοσίων σχέσεων και της διαχείρισης των ανθρωπίνων πόρων των επιχειρήσεων. Ακολουθούν τα συμπεράσματα και η εκτενής βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε κατά την εκπόνηση.

ABSTRACT

This thesis deals with the concept of public relations and internal communications business.

The first chapter identifies the science of public relations, the characteristics of the tools and the impact of public relations.

The second chapter presents the types of communication, discrimination, as well as the process.

The third chapter presents the concept of internal business communication hierarchy of needs in Maslow and connection of internal communication with public relations.

The research methodology is presented in the fourth chapter held while the results of the survey are presented in the fifth chapter.

Finally presents the connection between the economic crisis, public relations and management of human resources business. Here are the conclusions and the extensive literature that was used during the preparation.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΑΒSTRACT	4
ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ.....	8
Η ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ.....	8
1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ	8
1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ	9
1.3 ΣΤΑΔΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ.....	10
1.4 ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ	13
1.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ.....	13
1.6 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ.....	14
1.7 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ	14
1.8. ΟΜΑΔΕΣ ΚΟΙΝΟΥ	15
1.9 ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ	19
ΕΙΔΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	19
2.1 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	19
2.2 ΑΜΕΣΗ ΚΑΙ ΕΜΜΕΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	20
2.3 ΤΥΠΙΚΗ ΚΑΙ ΑΤΥΠΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	20
2.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	20
2.5 ΠΕΙΘΩ.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ.....	22
ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	22
3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ	22
3.2. ΙΕΡΑΡΧΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΚΑΤΑ ΤΟΝ MASLOW	25
3.3. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	26
3.4. ΜΙΣΘΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....	28
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	31

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	31
4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	31
4.2 ΒΑΣΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	31
4.3 ΕΙΔΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	31
4.4 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ	32
4.5 ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΕΙΓΜΑ.....	32
4.6 ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	33
4.7 ΧΡΟΝΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	34
4.8 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ – ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5⁰ – ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ.....	36
ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟ ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΣΤΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ	100
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	106
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	108
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	112
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	112
Έρευνα: δημόσιες σχέσεις	112

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Η ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ

Έχουν αποδοθεί αρκετοί ορισμοί για τις δημόσιες σχέσεις. Ένας από τους σημαντικότερους αναφέρει ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν τη λειτουργία μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού με σκοπό την ανάπτυξη και τη βελτίωση σχέσεων των ανθρώπων με τους οποίους δημιουργούν σχέσεις. Ο τρόπος με τον οποίο επιτυγχάνεται είναι μέσω διάφορων εργαλείων (παραδοσιακά εργαλεία, τεχνολογικά εργαλεία). Σκοπός των δημοσίων σχέσεων είναι η ενθάρρυνση και η δημιουργία αρμονικών σχέσεων ανάμεσα στις επιχειρήσεις και στους οργανισμούς αλλά και ανάμεσα στο κοινό με το οποίο συναναστρέφονται (Κατου, 2015).

Υπάρχει πληθώρα ορισμών για το τι είναι οι δημόσιες σχέσεις. Οι ορισμοί αυτοί στην διαμόρφωση τους επηρεάζονται από τους εκάστοτε στόχους των δημοσίων σχέσεων. Υπάρχουν όμως κάποια κοινά στους τόσους διαφορετικούς ορισμούς για τι κάνουν αυτές. Η δράση τους συνδράμει στην διευκόλυνση της συνδιαλλαγής και της επικοινωνίας ανάμεσα στα άτομο με στοιχεία ενσυναίσθησης ανάμεσα στις πλευρές και καλλιέργεια κλίματος εμπιστοσύνης. Οι ωφελούμενοι από τις δημόσιες σχέσεις είναι άτομα, εταιρείες ακόμα και κράτη. Σύμφωνα με την Αμερικάνικη Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων, η εν λόγω επιστήμη αποτελείται από πρακτικές ορθή ενημέρωση ομάδων και την δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης ανάμεσα σε δυο πλευρές με κοινά ή αντικρουόμενα συμφέροντα (Καραγκούνη, 2008). Η δράση του στελέχους δημοσίων σχέσεων διέπεται από ρεαλισμό στους στόχους και στην πράξη. Ό,τι παρουσιάζει το στέλεχος δημοσίων σχέσεων για την μία πλευρά στην άλλη πρέπει να είναι στα πλαίσια της αλήθειας για να αναπτυχθεί η εμπιστοσύνη που αναφέρθηκε πριν. Επιδιώκεται η θετική αλληλεπίδραση ανάμεσα στις δυο πλευρές. Μέσω των Δημοσίων Σχέσεων υπερασπίζονται τα συμφέροντα και των δυο πλευρών συνδιαλλαγή (Αγγελοπούλου, 2005, σελ.56).

Η εργασία των Δημοσίων Σχέσεων τονίζει ιδιαίτερα την εικόνα της εταιρείας . Αποτελούν το μέσο διαμεσολάβησης ανάμεσα στο τι θέλει να πετύχει ο φορέας και τι το θέλει η κοινωνία από αυτήν.

1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Σημαντικό εργαλείο είναι η ελεύθερη συζήτηση. Παρόλα αυτά η εν λόγω επιστήμη έχει συγκεκριμένη δομή στις δραστηριότητές της. Τα χαρακτηριστικά της είναι:

- Η ύπαρξη προγράμματος, όπου τίποτα δεν αφήνεται στην τύχη και όλα είναι μελετημένα ως προς την δράση. Υπάρχει πρόγραμμα με δράσεις που γίνονται σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και έχουν μελετηθεί όλες οι ενέργειες πριν πραγματοποιηθούν. Η ύπαρξη χρονοδιαγράμματος κρίνεται απαραίτητη στις Δημόσιες Σχέσεις.

- Η δομή στις ενέργειες
- Η συνέπεια και η συνέχεια στην σχέση που προσπαθεί να δημιουργηθεί ανάμεσα στις δυο ομάδες ακόμα και σε καθημερινό επίπεδο.
- Η επιστημονική κατάρτιση των ατόμων που εργάζονται στις Δημόσιες Σχέσεις
- Μέσω έρευνας εντοπίζουν το επίπεδο της απειλής στις δράσεις τους για την επίτευξη του επιθυμητού στόχου (Αγγελοπούλου, 2005, σελ.56)

Το γεγονός πως κάποιοι στόχοι δεν έχουν επιτευχθεί δεν σημαίνει πως η δράση των δημοσίων σχέσεων παύει να υφίσταται. Δίνεται ιδιαίτερη σημασία στην ύπαρξη αλληλοκατανόησης από τις δυο πλευρές και στην δημιουργία θετικής άποψης. Για να γίνει αυτό, το στέλεχος Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να χρησιμοποιήσει μεθόδους επικοινωνίας. Η δημιουργία συνθηκών ανατροφοδότησης και από τις δυο πλευρές ενισχύει την ανάπτυξη κλίματος επικοινωνίας (Αγγελοπούλου, 2005 σελ.65)

Από τα προαναφερθέντα αφήνεται να εννοηθεί πως οι δημόσιες σχέσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προσέλκυση πληθώρας ομάδων κοινού από τις εταιρείες και τις επιχειρήσεις.

Οι αρχές των Δημοσίων Σχέσεων διέπονται από επαγγελματική και επιστημονική δράση. Το στέλεχος ενεργεί με βάση το συμφέρον της πλειοψηφίας και όχι με βάση

το τι θα του φέρει χρηματικές απολαβές. Επιθυμεί την επικοινωνία του φορέα που εκπροσωπεί με το επιθυμητό κοινό στο οποίο ο φορέας θα έχει κάποια οφέλη. Η αρχή αυτή είναι ζωτικής σημασίας για την ύπαρξη και την αύξηση του κέρδους του φορέα. Η παροχή συμβουλευτικής από το στέλεχος προς τον φορέα για το επιθυμητό κοινό καθώς και προς το επιθυμητό κοινό για τον φορέα διευκολύνει την επαφή ανάμεσα στις δυο πλευρές. Το στέλεχος ενημερώνει το κοινό πάνω σε ζητήματα της φορέα.

Η αύξηση της συμμετοχής πληθώρας κόσμου στην διαμόρφωση των θεσμών οδήγησε στην Δημιουργία του Συμβουλίου Δημοσίων Σχέσεων.

Η δράση του στελέχους πρέπει να διέπεται από ρεαλισμό, κατά το συμφέρον του κοινού καλού και όχι του φορέα που εκπροσωπεί. Οι ενέργειες που αναλαμβάνει προσπαθούν να δημιουργήσουν μια ταύτιση απόψεων ανάμεσα στον φορέα και το επιθυμητό κοινό προσέγγισης. Το στέλεχος αξιοποιείται σε φορείς που θέλουν να λάβουν υπόψη την άποψη του κοινού για τις δράσεις, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Σημαντική είναι η συμβολή του στον εντοπισμό των αρνητικών σημείων στην σχέση κοινού και φορέα. Μετά από αυτό αναλαμβάνει δράση για την διόρθωσή τους και στην συνέχεια ερευνά την αποτελεσματικότητα των δράσεών του. Η έρευνα αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στην αξιολόγηση τεχνικών και μέσων που χρησιμοποιήθηκαν ως προς την αποτελεσματικότητά τους και την χρήση τους σε αντίστοιχες καταστάσεις στο μέλλον.

Σημαντική είναι η χρήση κοινωνικών επιστημών στην πρακτική του στελέχους όπως η κοινωνιολογία και η ψυχολογία. Επίσης βοηθάει στο να συνηθίσει το κοινό σε οποιαδήποτε μεταβολή του φορέα, είτε αυτή είναι βραχυπρόθεσμη είτε είναι μακροπρόθεσμη (Καραγκούνη, 2008 σελ. 26).

1.3 ΣΤΑΔΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Για την εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων υπάρχουν κάποια στάδια εφαρμογής για την πραγματοποίηση των επιθυμητών στόχων ως προς την ανάπτυξη σχέσης των δυο πλευρών. Η εξάρτηση του ενός σταδίου από το άλλο είναι ιδιαίτερα σημαντική γιατί αν κάτι δεν γίνει σωστό στο ένα θα έχει αρνητικά αποτελέσματα στο άλλο και

στη γενικότερη προσπάθεια. Τα στάδια εφαρμογής των Δημοσίων Σχέσεων είναι τα εξής:

- Ο εντοπισμός των πληροφοριών για τον τρόπο που η εταιρεία φαίνεται στο κοινό της. Η βάση αυτών των πληροφοριών είναι ο ρεαλισμός. Πραγματοποιείται έρευνα στο κοινό για την γνώμη που αυτό έχει για την εταιρεία ή τον φορέα που εκπροσωπεί το στέλεχος Δημοσίων Σχέσεων. Οι πληροφορίες θα δει κατά πόσο θετική ή αρνητική φαίνεται ο φορέας. Πληροφορίες μπορούν να εντοπιστούν και στην βιβλιοθήκη εργασίας, η οποία πρέπει είναι εφοδιασμένη με λεξικά, με τον Παγκόσμιο Άτλαντα, με καταλόγους εταιρειών και επαγγελματιών και εκδόσεις στατιστικής. Τα προαναφερθέντα αποτελούν τα έτοιμα στοιχεία που έχει στην διάθεσή του το στέλεχος. Στοιχεία μπορούν να βρεθούν μέσω στατιστικών ερευνών σχετικά με τον φορέα και πινάκων του. Σημαντικά είναι τα βιογραφικά στοιχεία των διευθυντικών στελεχών του φορέα. Ιδιαίτερα χρήσιμες πληροφορίες είναι ο εντοπισμός των φορέων και των εταιρειών που συνδιαλέγεται και έχει επαφή ο φορέας που εκπροσωπεί το στέλεχος. Η γνώση της νομοθεσίας που αφορούν τον φορέα και το καταστατικό του είναι επίσης σημαντικά στοιχεία. Το στέλεχος πρέπει να έχει στην διάθεσή του τις προηγούμενες εκθέσεις Δημοσίων Σχέσεων για να γνωρίζει τις ενέργειες που έχουν γίνει στο παρελθόν. Τέλος χρήσιμες είναι οι εκθέσεις της Στατιστικής Υπηρεσίας, των Δημοσίων Δημοσιογραφικών Υπηρεσιών και οι γνώμες των εργαζόμενων πάνω στον φορέα και στις δράσεις του

- Το δεύτερο στάδιο είναι η έρευνα – έλεγχος. Το στάδιο αυτό αφορά προβλήματα ανάμεσα στον φορέα που εκπροσωπεί το στέλεχος με τις επιθυμητές ομάδες κοινού. Γίνεται χρήση ερωτηματολογίου για να εντοπιστούν οι απόψεις του κοινού για την εταιρεία. Αφότου αυτά να αναλυθούν εντοπίζεται και αναλύεται διεξοδικά οποιοδήποτε πρόβλημα προκύψει.

- Το τρίτο στάδιο περιλαμβάνει την ορθή ανάλυση που θα οδηγήσει στον σχεδιασμό ενός ολοκληρωμένου και αποτελεσματικού προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων που θα βελτιώσει την σχέση του φορέα με το επιθυμητό κοινό.

- Το τέταρτο στάδιο, αυτό της πολιτικής – στρατηγικής, είναι το στάδιο εκείνο που επιλύεται επί της ουσίας το πρόβλημα. Εντοπίζονται για αυτό τον σκοπό οι μέθοδοι επίλυσης και τα μέσα που αυτές απαιτούν.

- Το πέμπτο στάδιο αφορά την εύρεση των παραγόντων που επηρεάζουν τις σχέσεις φορέα και κοινού. Αξιολογείται η χρήση των μέσων για την δράση, το εύρος της χρήσης και πώς αυτά θα συνδυαστούν για τον σκοπό του στελέχους

- Το έκτο στάδιο εμπεριέχει τον προγραμματισμό. Το κάθε πρόγραμμα που εκπονεί το στέλεχος Δημοσίων Σχέσεων είναι εξατομικευμένο, ανάλογα με τον φορέα που εκπροσωπείται και την κατάσταση που πρέπει να αντιμετωπιστεί. Οι εργαζόμενοι που θα εργαστούν στο εν λόγω πρόγραμμα πρέπει να ενημερωθούν και να καταρτιστούν για τις ενέργειες που πρέπει να κάνουν. Στο εν λόγω στάδιο η εταιρεία ή ο φορέας πρέπει να αξιολογήσει συνεργάτες εκτός των πλαισίων του όπως φωτογράφους και τυπογράφους. Πρέπει να υπολογιστούν τα χρήματα που θα δαπανηθούν και πόσο κέρδος θα αποφέρει το πρόγραμμα. Πρέπει να υπάρξει χρονοδιάγραμμα των ενεργειών με συγκεκριμένο χρονικό ορισμό τους και διάκριση των αρμοδιοτήτων αυτών που θα εργαστούν πάνω σε αυτό.

- Το έβδομο στάδιο είναι αυτό του προϋπολογισμού. Πρώτα εκπονείται το πρόγραμμα και στην συνέχεια εντοπίζεται το ποσό που πρέπει να δαπανηθεί. Όσον αφορά τα χρήματα, ο φορέας ή η εταιρεία λειτουργεί με βάση την αρχή του εξορθολογισμού. Η εν λόγω αρχή βασίζεται στην δαπάνη του μικρότερου χρηματικού ποσού με την μέγιστη αποτελεσματικότητα στην δράση που χρηματοδοτείται. Είναι ανεπιθύμητη ως ενέργεια να μειώνονται τα χρήματα κατά την διάρκεια των δράσεων, καθώς αυτό θα μειώσει το αποτέλεσμά τους. Επίσης και η σπατάλη χρημάτων δεν είναι επιθυμητή. Μια ορθή πρακτική στον προϋπολογισμό είναι να υπάρχει μαζί με τα χρήματα που έχουν υπολογιστεί ένα ποσό 10% - 20% παραπάνω σε περίπτωση έκτακτων δαπανών.

- Το όγδοο στάδιο είναι αυτό της εκτέλεσης. Η ορθή πρακτική στα προηγούμενα στάδια θα επηρεάσει την εκτέλεση του προγράμματος.

- Το ένατο στάδιο περιλαμβάνει τα αποτελέσματα. Αξιολογείται η αποτελεσματικότητα του προγράμματος. Ανεξάρτητα το κατά πόσο η δράση ήταν αποτελεσματική, η αξιολόγηση των θετικών και των αρνητικών βοηθάει στην απόκτηση εμπειρίας για μελλοντικές παρεμβάσεις σε όλα τα επίπεδα (Αγγελουπούλου, 2005 σελ.56)

Οι έρευνες στο κοινό πρέπει να πραγματοποιούνται από το στέλεχος κάθε δυο χρόνια για να την αξιολόγηση της εικόνας του φορέα.

1.4 ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Στις αρμοδιότητες των δημοσίων σχέσεων περιλαμβάνονται:

Ø η συμβουλευτική η οποία αποτελεί μια αρμοδιότητα όπου παρέχεται συμβουλευτική υποστήριξη στον διοικητικό τομέα της επιχείρησης ή του οργανισμού για την καλύτερη επικοινωνία.

Ø η διαφήμιση

Ø η ανάπτυξη σχέσεων με τα μέσα ενημέρωσης

Ø η ανάπτυξη των κατάλληλων σχέσεων με το εσωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού (εργαζόμενοι, διοικητικός τομέας) με σκοπό την οργάνωση των κατάλληλων στρατηγικών για την επιρροή του κοινού.

Ø η ανάπτυξη των αρμονικών σχέσεων με την οικονομική κοινότητα και η ανάπτυξη εμπιστοσύνης της επιχείρησης ή του οργανισμού με τους επενδυτές.

Ø η ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης με το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης που περιλαμβάνει τους πελάτες, κοινότητα, προμηθευτές κλπ.

1.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Μία από τις σημαντικότερες λειτουργίες των δημοσίων σχέσεων είναι ο προγραμματισμός καθώς μια επιχείρηση δεν μπορεί να λειτουργήσει σωστά εάν δεν θέτει τους κατάλληλους στόχους και δεν έχει το σωστό προγραμματισμό σε όλους τους τομείς της. Στον τομέα των δημοσίων σχέσεων ο προγραμματισμός περιλαμβάνει:

Ø Την εκτίμηση της κατάστασης η οποία υφίσταται στην επιχείρηση.

Ø Τον προσδιορισμό και τον καθορισμό των κατάλληλων σκοπών και στόχων.

Ø Την επιλογή των κατάλληλων εργαλείων επικοινωνίας.

Ø Τον προσδιορισμό των κατάλληλων στρατηγικών προκειμένου να εξασφαλιστεί η σωστή οργάνωση και ο έλεγχος των πρακτικών της επιχείρησης.

Ø Η πρόβλεψη των προβλημάτων που μπορεί να παρουσιαστούν με σκοπό την επιτυχημένη αντιμετώπιση τους.

Ø Ο έλεγχος και η αξιολόγηση των δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται σε μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό.

1.6 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Τα εργαλεία που χρησιμοποιεί ο κλάδος των Δημοσίων Σχέσεων αφορά την επικοινωνία. Πιο συγκεκριμένα στα εργαλεία αυτά περιλαμβάνονται:

- Ø Τα Δελτία Τύπου.
- Ø Ιστοσελίδες και άλλα διαδραστικά εργαλεία στα οποία προωθούνται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες της επιχείρησης καθώς επίσης και η ίδια η επιχείρηση.
- Ø Εταιρικές Χορηγίες και παρεμφερείς ενέργειες.
- Ø Συνεντεύξεις τύπου
- Ø Διοργάνωση εκδηλώσεων, ημερίδων, σεμιναρίων κλπ
- Ø Δημιουργία εταιρικής ταυτότητας
- Ø Σχεδιασμός και εφαρμογή πλάνου δημοσιότητας
- Ø Συμμετοχή σε οργανώσεις μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα
- Ø Διαχείριση παραπόνων και διεκπεραίωση τους.

1.7 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Οι δημόσιες σχέσεις στην πράξη επηρεάζονται από κάποιους παράγοντες για να εφαρμοστούν αποτελεσματικά. Αυτοί είναι:

- ο Η ταύτιση της διοίκησης του φορέα με τις αρχές των Δημοσίων Σχέσεων. Το τμήμα των Δημοσίων Σχέσεων δεν πρέπει να παρουσιάζουν θετικά κάτι αρνητικό που θέλει να προωθήσει ο φορέας ως θετικό. Μπορούν όμως να διορθώσουν κάτι αρνητικό του.

- ο Η αξιοποίηση όλων των εργαζόμενων του φορέα για την επίτευξη των στόχων των Δημοσίων σχέσεων. Όλοι πρέπει να ενστερνίζονται τις αξίες των Δημοσίων Σχέσεων στην πράξη.
- ο Η εξατομικευμένη αντιμετώπιση της εκάστοτε ομάδας επιθυμητού κοινού. Οι φορείς πρέπει να γνωρίζουν το κοινό στο οποίο απευθύνονται. Ανάλογα με τις εκάστοτε συνθήκες θα υπάρχει διαφορετικός τρόπος στην προσέγγιση και στο πώς θα ικανοποιηθούν οι επιθυμίες του κοινού.
- ο Η μακροπρόθεσμη άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων. Τα αποτελέσματά τους φαίνονται στο μέλλον και πρέπει να υπάρχει συνέχεια και συνέπεια ως προς τις ενέργειες των Δημοσίων Σχέσεων.
- ο Η υγεία της επιχείρησης. Η εικόνα που παρουσιάζει ο φορέας στο κοινό του πρέπει να είναι και η ουσία της. Για αυτό των λόγο οι Σύμβουλοι των Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να εντοπίζουν τα στοιχεία του φορέα που βλάπτουν την εικόνα του και να τα αλλάξουν ως προς κάτι θετικό (Αγγελοπούλου, 2005 σελ.66)

1.8. ΟΜΑΔΕΣ ΚΟΙΝΟΥ

Το πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων ξεκαθαρίζει ποιο είναι το κοινό στο οποίο ο φορέας θέλει να παρέχει το προϊόν ή της υπηρεσίες που παράγει. Οι ομάδες κοινού μπορούν να είναι σταθερές ή μεταβλητές. Οι σταθερές πρέπει να έχουν θετική άποψη με τον φορέα και να είναι θετικές σε ό, τι αυτός κάνει. Οι εταιρείες απασχολούν άτομα που επηρεάζουν την άποψη του κοινού σε επίπεδο συναισθήματος και συμπεριφοράς. Τα άτομα αυτά μπορεί να είναι μοντέλα και ηθοποιοί. Μέσω τον διαφημίσεων γίνεται προώθηση αυτών που παρέχει ο φορέας. Παρόλα αυτά τα άτομα αυτά δεν θα πρέπει να καλύπτουν το προϊόν ή την υπηρεσία που διαφημίζεται (Lysons, 2003, σελ.53).

Οι μεταβλητές ομάδες κοινού απευθύνονται σε άτομα που αγοράζουν τα προϊόντα για να βγάλουν κεφάλαιο.

Τα κοινά που επιθυμούν να προσεγγίσουν τα στελέχη των Δημοσίων Σχέσεων είναι:

§ Το ευρύ κοινό. Αποτελείται από τα άτομα που αγοράζουν και καταναλώνουν τα προϊόντα της εταιρείας.. Επίσης περιλαμβάνονται και τα ΜΜΕ, τα οποία επηρεάζουν την γνώμη των ατόμων που ενημερώνονται μέσω αυτών. Επίσης οι Δημόσιες Σχέσεις αντιμετωπίζουν τα παράπονα που έχουν όλοι οι παραπάνω από αυτά που τους παρέχει η εταιρεία.

§ Το εσωτερικό κοινό. Δουλεία των Δημοσίων σχέσεων είναι η δημιουργία σύμπνοιας και συνδιαλλαγής ανάμεσα στους διοικούντες την επιχείρηση και τους εργαζόμενούς της. Για την καλή επαφή μεταξύ τους πρέπει να εισηγηθούν τα στελέχη Δημοσίων Σχέσεων για την δημιουργία φιλικού κλίματος εργασίας των δεύτερων. Το γεγονός αυτό θα αύξηση την απόδοση των εργαζόμενων στην εργασία τους, θα επιτευχθούν οι στόχοι της εταιρείας, θα αυξηθεί το ηθικό και η δημιουργικότητα.

§ Το εμπορικό κοινό. Στην ουσία αποτελούν τους προμηθευτές της εταιρείας με υλικό που χρειάζονται κατά την εργασία. Μπορεί επίσης να είναι συνέταιροι, χονδρέμποροι και λιανέμποροι, ή πελάτες. Τα στελέχη Δημοσίων Σχέσεων επιθυμούν την δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και αλληλοκατανόησης για την καλύτερη αντιμετώπιση πιθανών προβλημάτων.

§ Το χρηματοοικονομικό κοινό. Οι σχέσεις με τους μετόχους και τις τράπεζες. Επίσης σε αυτό ανήκουν οι χρηματιστές, οι εμπορικές τράπεζες και οι τράπεζες επενδύσεων.

§ Το κράτος. Δουλεία των Δημοσίων Σχέσεων είναι να ελέγχεται η επιχείρηση και η δράση της να είναι σύμφωνη με τον Νόμο, να είναι η επιχείρηση τυπική ως προς τις φορολογικές της υποχρεώσεις, να υπακούει στην εργατική νομοθεσία και να υπάρχει αντιστοιχία με την διεθνή εμπορική πολιτική. Στην ουσία τα παραπάνω αποτελούν την διαχείριση των περιορισμών που βάζει το κράτος προς την επιχείρηση καθώς και κάποιες διευκολύνσεις που αυτό της προσφέρει. Το κράτος ως κοινό περιλαμβάνει το κοινοβούλιο, την τοπική και την δημόσια διοίκηση και τις επιτροπές.

§ Το κοινό εξωτερικού. Εδώ γίνεται διαχείριση της συνεργασίας με διεθνείς τράπεζες, επενδυτές και κράτη του εξωτερικού. Η εν λόγω εργασία είναι ιδιαίτερα απαιτητική και δύσκολη. Είναι επιθυμία των στελεχών Δημοσίων Σχέσεων να προωθήσουν την εταιρεία που εκπροσωπούν στο εξωτερικό (Ζαφειρόπουλος, 2004, σελ.38)

1.9 ΠΡΟΣΩΝΤΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Ο σύμβουλος Δημοσίων Σχέσεων μπορεί να εργαστεί ως στέλεχος οργανισμού είτε ως ελεύθερος επαγγελματίας. Οφείλει να έχει δυο ειδών προσόντα, τα έμφυτα και τα επίκτητα.

Τα έμφυτα είναι τα κάτωθι:

- Η ευγένεια, αυτή είναι στοιχείο του χαρακτήρα του συμβούλου. Αυτός οφείλει να ενδιαφέρεται για τον συνάνθρωπό του και να του παρέχει την βοήθεια του στα πλαίσια της ορθής πρακτικής της εργασίας.
- Η ευχέρεια επικοινωνίας. Υπάρχει πληθώρα τρόπων μετάδοσης ενός μηνύματος. Η ενσυναίσθηση είναι μια σημαντική ικανότητα για την κατανόηση του πώς αντιλαμβάνεται το κοινό ένα μήνυμα. Ο σύμβουλος πρέπει να έχει την δυνατότητα να επικοινωνεί με άτομα διαφορετικών ηλικιών, κουλτούρας, καταγωγής, κατάρτισης και φύλου.
- Για να επικοινωνεί με τόσα διαφορετικά άτομα πρέπει να είναι αντικειμενικός. Η συγκεκριμένη ικανότητα επηρεάζει την κρίση του, καθώς η ύπαρξη προκαταλήψεων εμποδίζουν την ορθή εφαρμογή της εργασίας του.
- Η σωστή κρίση, η οποία θα τον βοηθάει στην επίλυση ζητημάτων που προκύπτουν στην δουλειά του
- Η έκφραση της άποψής του, για να αναφέρει την ορθή λύση σε κάποιο πρόβλημα. Η αλήθεια και το θάρρος επηρεάζουν σημαντικά την εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων.
- Η συγκροτημένη σκέψη, που περιλαμβάνει ικανότητες όπως η ανάλυση καταστάσεων, η σύνθεση και η ταχύτητα στην επίλυση ζητημάτων (Σταντσίδου, 2000 σελ.41)

Τα επίκτητα χαρακτηριστικά είναι τα εξής:

- Η κατάρτιση. Με τον όρο αυτό μιλάμε για την συνολική εκπαίδευση που έχει λάβει ένα στέλεχος Δημοσίων Σχέσεων. Αυτή οφείλει να είναι σφαιρική για την επίτευξη της καλύτερης δυνατής επικοινωνίας με τις επιθυμητές ομάδες κοινού. Η κατάρτιση πρέπει να είναι ακαδημαϊκή με ανώτατες σπουδές στις Δημόσιες Σχέσεις και να εμπεριέχει γνώσεις κοινωνικών και οικονομικών επιστημών.

- Η γνώση ξένων γλωσσών. Το στέλεχος οφείλει να τις χρησιμοποιεί άριστα σε γραπτό και προφορικό επίπεδο. Πρέπει να γνωρίζει την μητρική του άψογα και την αγγλική, η οποία είναι η πιο διαδεδομένη στους τομείς του εμπορίου και της οικονομίας

- Οι εγκυκλοπαιδικές γνώσεις. Η σφαιρική παιδεία είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στην εργασία του στελέχους καθώς μπορεί να τις αξιοποιήσει στην πράξη. Η διεύρυνση των ενδιαφερόντων του και η ενημέρωση σε συνεχόμενο επίπεδο είναι κομμάτια της εργασίας του.

- Η δημοσιογραφική σκέψη

- Η χρήση μεθόδων επικοινωνίας

- Η εμφάνιση είναι τρόπος του εσωτερικού κόσμου προς τα έξω. Το στέλεχος οφείλει να υπακούει στους κανόνες της αισθητικής και της μόδας της εποχής του με αποφυγή των ακροτήτων. Καλό είναι αποφεύγεται οποιοσδήποτε τύπος πρόκλησης στην εμφάνιση. Η ιδιωτική ζωή του στελέχους μπορεί να επηρεάσει και την επαγγελματική. Για αυτό πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός.

- Η συμπεριφορά, η οποία πρέπει να διέπεται από ευγένεια. Το στέλεχος πρέπει να ξέρει πώς να φέρεται ανάλογα και με το κοινό που προσεγγίζει. Οφείλει να αποφεύγει τις εκκεντρικές συμπεριφορές και τις προκλήσεις.

- Η οργανωτικότητα στην εργασία

- Η συνεχής ενημέρωση πάνω στις εξελίξεις των Δημοσίων Σχέσεων

Ιδιαίτερα χρήσιμες ως προς την προσέγγιση του επιθυμητού κοινού είναι γνώσεις διοίκησης. Οφείλει να ξέρει το στέλεχος το πώς διαμορφώνονται οι πολιτικές. Πρέπει να ξέρει ποιες πληροφορίες της έρευνας του είναι χρήσιμες πάνω στην εργασία του. Οι γνώσεις marketing και οικονομικών το βοηθάνε στην επαφή με μετόχους, προμηθευτές και το κοινό γενικότερα.

Η ενημέρωση πάνω σε κοινωνικές δράσεις μπορεί να του αποδώσει μια εικόνα ενός κοινωνικά ευαισθητοποιημένου ατόμου, γεγονός που μπορεί να τον καταστήσει συμπαθή. Σημαντική είναι η γνώση πάνω σε δραστηριότητες, κομματικών και θρησκευτικών ομάδων (Σταντσίδου, 2000, σελ.48)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΕΙΔΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

2.1 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Υπάρχουν πολλά είδη επικοινωνίας. Όλα τα είδη επικοινωνίας έχουν κάποιο νόημα, διέπονται από ένα σκοπό με εξαίρεση την ασυνείδητη επικοινωνία. Η ασυνείδητη επικοινωνία είναι μια μορφή επικοινωνίας η οποία δε διακρίνεται για κανένα ουσιώδη σκοπό. Οι διακρίσεις τις επικοινωνίας παρουσιάζονται ως εξής:

Επικοινωνία πληροφόρησης: κύριο χαρακτηριστικά αυτού του είδους επικοινωνίας είναι η μεταφορά στοιχείων από τον αποστολέα ο οποίος με βάση της διαθέσιμες του πληροφορίες ενημερώνει τον παραλήπτη.

Επικοινωνία εντολών: ο αποστολέας του μηνύματος χρησιμοποιεί κατευθύνσεις, υποδείξεις και οδηγίες ώστε να δώσει μια κατεύθυνση στον παραλήπτη που μπορεί να χαρακτηριστεί ως υποχρεωτική στον παραλήπτη.

Επικοινωνία πειθούς: η συμφωνία και η συνέργεια αποτελούν βασικά στοιχεία της συγκεκριμένης μορφής επικοινωνίας. Με βάση αυτό το είδος ο αποστολέας αλληλεπιδρά με τον παραλήπτη με βάση την παράκληση και την συμβουλή ενώ επικοινωνία πραγματοποιείτε αμφιμονοσήμαντα.

Τα δυο προηγούμενα είδη επικοινωνίας διακρίνουν το είδος επικοινωνία παρακίνησης.

Επικοινωνία αποφάσεων: τα επιχειρήματα και ο συλλογισμός αποτελούν βασικά τμήματα της συγκεκριμένης μορφής επικοινωνίας. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει η έννοια της ομόφωνης απόφασης με βάση την οποία μια ομάδα ατόμων διεκπεραιώνουν μια απόφαση με σκοπό τη βέλτιστη λύση.

Συνενωτική επικοινωνία: η συνοχή και η ομοψυχία αποτελούν βασικά στοιχεία της συγκεκριμένης μορφής επικοινωνίας. Η κατανόηση μεταξύ των μερών αποτελεί σημαντικό στοιχείο της επικοινωνίας η οποία έχει σαν πρωταρχικό σκοπό τη καλύτερευση των σχέσεων μεταξύ μιας ομάδας (Poiret, 2001, σελ. 98).

2.2 ΑΜΕΣΗ ΚΑΙ ΕΜΜΕΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Βασικό στοιχείο της συγκεκριμένης διάκρισης είναι η λήψη και αποδοχή πληροφοριών. Συναντάται συχνά στο περιβάλλον των επιχειρήσεων και η διάκριση τους προσδιορίζεται ως εξής:

Άμεση επικοινωνία : δεν τίγονται άλλες ενδιάμεσες διοικητικές θέσεις και υπάρχει στάθμιση του κόστους και της ευελιξίας με την ταυτόχρονη ύπαρξη κινδύνου επίβλεψης των υφισταμένων.

Έμμεση επικοινωνία: αυτή η επικοινωνία πραγματοποιείται μεταξύ δύο μερών ενώ θα υπάρξει και η συμμετοχή τρίτου ατόμου διοικητικής θέσης από το οποίο περνά η επικοινωνία. Η ελαστικότητα είναι χαρακτηριστικό της έμμεσης επικοινωνίας ενώ σε κάθε περίπτωση υπάρχει και τηρείται η ιεραρχία (Παπαβασιλείου, 2003. Σελ. 95).

2.3 ΤΥΠΙΚΗ ΚΑΙ ΑΤΥΠΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Στην τυπική μορφή της επικοινωνίας σκοπό έχει τη διευκόλυνση των οργανωτικών λειτουργιών και την εξυπηρέτηση των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων. Στην άτυπη επικοινωνία πρέπει να υπάρχει αποστολή προς την ανώτερη διοίκηση.

2.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η επικοινωνία είναι το μέσο εκείνο που ενώνει τους ανθρώπους. Αποτελεί την συνδιαλλαγή ανάμεσα στα άτομα με την ανταλλαγή πληροφοριών. Ως διαδικασία χρησιμοποιεί συγκεκριμένα σύμβολα και συμπεριφορές που έχουν σκοπό την συνδιαλλαγή. Οι δυο πλευρές που επικοινωνούν φανερώνουν η μια στην άλλη αυτά που αισθάνονται. Επίσης υπάρχει και η διαδικασία της ανατροφοδότησης που είναι η απάντηση του μηνύματος που έλαβε η μια πλευρά από την άλλη.

Η διαδικασία της περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία

- Τον πομπό ο οποίος στέλνει το μήνυμα στον άλλο
- Το μήνυμα που είναι το περιεχόμενο της επικοινωνίας
- Τα μέσα μετάδοσης του μηνύματος που αποτελεί τον τρόπο με τον οποίο αποστέλλεται το μήνυμα

- Τον δέκτη, ο οποίος λαμβάνει το μήνυμα(Παπαβασιλείου, 2003. Σελ. 95).

2.5 ΠΕΙΘΩ

Η πειθώ είναι σημαντική τεχνική για πρόσωπα και φορείς στις Δημόσιες σχέσεις. Υπάρχουν δυο τύποι εικόνας που μπορούν να αξιοποιηθούν μέσω Δημοσίων Σχέσεων. Η μία είναι το κομμάτι της εντύπωσης ή πρόκλησης ενδιαφέροντος για το προβαλλόμενο αντικείμενο και η άλλη είναι αρνητική λόγω κακού σχεδιασμού των στελεχών (Γεωργιάδη, 2011, σελ 98)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ

Το κοινό για το οποίο μεσολαβούν οι Δημόσιες Σχέσεις στην εταιρεία και αντίστροφα διακρίνεται σε εσωτερικό και εξωτερικό. Η εργασία με το εσωτερικό κοινό αφορά την επικοινωνία με αυτούς που εργάζονται στον φορέα και την δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών κατά την διάρκεια της εργασίας τους. Μέσα στα πλαίσια εργασία των Δημοσίων Σχέσεων είναι και η αποτροπή των εργαζόμενων από το να απεργούν. Στο εσωτερικό κοινό περιλαμβάνονται οι υποψήφιοι για να εργαστούν στην εταιρεία και τα σωματεία των εργαζόμενων (Ηανάκονά, 2012, σελ 49).

Τα στελέχη Δημοσίων Σχέσεων φέρνουν σε επαφή τον φορέα ή την επιχείρηση με το εσωτερικό ή το εξωτερικό περιβάλλον του. Στόχος είναι η ενημέρωση του επιθυμητού κοινού με την χρήση της πειθούς και επιχειρημάτων που βασίζονται στην λογική. Μέσα σε αυτή την διαδικασία λαμβάνονται υπόψη οι προτιμήσεις και οι επιδιώξεις των δεκτών, δηλαδή του επιθυμητού κοινού.

Η επικοινωνία με το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, τους εργαζόμενους δηλαδή, γίνεται μέσω καναλιών επικοινωνίας. Υπάρχουν δυο ειδών τέτοια κανάλια. Τα κάθετα κανάλια όπου γίνεται μεταφορά μηνυμάτων από τους εργαζόμενους στους προϊσταμένους τους και ανάποδα. Το περιεχόμενο των μηνυμάτων των εν λόγω καναλιών αφορά την περιγραφή των καινούριων προϊόντων που επιθυμεί να παράγει ο φορέας ή η επιχείρηση. Ο λόγος των μηνυμάτων αυτών χαρακτηρίζεται από επισιμότητα.

Τα οριζόντια κανάλια αφορούν την αποστολή μηνυμάτων σε άτομα που βρίσκονται στην ίδια θέση στην ιεραρχία. Η επικοινωνία στα κανάλια αυτά είναι πιο ανεπίσημη με πιο προσωπική επαφή.

Οι εταιρείες παρέχουν προγράμματα που διευκολύνουν την επικοινωνία ανάμεσα στα διαφορετικά τους τμήματα. Τα προγράμματα αυτά βασίζονται στα επιτεύγματα της πληροφορικής. Χρησιμοποιούνται από τα στελέχη των Δημοσίων Σχέσεων για την επικοινωνία με άλλα τμήματα. Οι περισσότερες εταιρείες χρησιμοποιούν για την εσωτερική επικοινωνία τα εξής (Ροότ, 2012. σελ 115):

- Το σύστημα επικοινωνιών γραφείου (OCS). Βασίζεται στα δίκτυα των υπολογιστών για την εύκολη μεταφορά πληροφοριών κυρίως ανάμεσα στα διευθυντικά στελέχη της επιχείρησης. Πολλές φορές χρησιμοποιείται το εν λόγω σύστημα για την αποστολή μηνυμάτων στο εξωτερικό περιβάλλον, όπως οι εκδότες εφημερίδων. Μέσω αυτού μπορούν να δημιουργηθούν να αποθηκευτούν, να αλλαχθούν και να μεταφερθούν πληροφορίες σε πολλές μορφές όπως κείμενο ή εικόνα.

- Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Αποτελεί έναν ιδιαίτερα ταχύ τρόπο μεταφοράς εγγράφων μέσω e-mail. Οποιοσδήποτε με λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μπορεί να λάβει και να στείλει μηνύματά. Τα στελέχη Δημοσίων Σχέσεων μπορούν να τα αξιοποιήσουν για εκστρατείες και μεταφορά Δελτίων Τύπου σε πολλούς χρήστες ταυτόχρονα. Είναι ένας ιδιαίτερα άμεσος και ασφαλής τρόπος μεταφοράς μηνυμάτων σε εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον.

- Οι ιδεατοί πίνακες ανακοινώσεων. Στην ουσία είναι ανακοινώσεις που διακρίνονται ανά θέματα. Εμφανίζονται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή. Ο κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να πληροφορηθεί για ό, τι βγάζει η διεύθυνση χωρίς να μεταφερθεί από το τμήμα του ή ακόμα και από το γραφείο του. Στην ουσία με αυτό τον τρόπο καταργείται ο πραγματικός πίνακας ανακοινώσεων.

- Οι ιδεατές υπηρεσίες πληροφόρησης. Παρέχουν ενημέρωση μέσω Ίντερνετ, βοηθού στην αντιμετώπιση ζητημάτων, και απαντώνται ερωτήσεις των ενδιαφερόμενων.

- Το ταχυδρομείο φωνής. Αποτελεί έναν τηλεφωνητή που αποθηκεύει ή στέλνει φωνητικά μηνύματα.

- Η σύσκεψη μέσω υπολογιστή. Είναι η ταυτόχρονη συμμετοχή όλων των διοικητικών στελεχών όλων των τμημάτων. Η σύσκεψη γίνεται ακόμα και όταν κάποιος από τους συμμετέχοντες δεν βρίσκεται στον χώρο, καθώς γίνεται επικοινωνίας μέσω υπολογιστή. Τίθεται ένα συγκεκριμένα ζήτημα για συζήτηση ανά διάσκεψη. Μέσω του εν λόγω τρόπου επικοινωνίας δίνεται η δυνατότητα για

συμμετοχή περισσότερων χρηστών και αποθήκευση πρακτικών για τις συνδιασκέψεις.

- Η δικτύωση των υπολογιστών. Είναι η σύνδεση των υπολογιστών της εταιρείας μεταξύ τους για την αντιμετώπιση ζητημάτων σε εργαζόμενους.

- Η τηλεσυνεδρίαση ή τηλεδιάσκεψη. Είναι η επικοινωνία των στελεχών και των υπαλλήλων μιας επιχείρησης μεταξύ τους, ανεξάρτητα του πού βρίσκονται την ώρα της συνομιλίας. Η επικοινωνία γίνεται σε πραγματικό χρόνο. Διευκολύνει την εταιρεία ως προς την εξοικονόμηση χρημάτων, καθώς δεν δαπανούνται χρήματα για μετακινήσεις, ταξίδια και ξενοδοχεία. Επίσης διευκολύνουν τον υπάλληλο να αποφύγει τον χρόνο για μεταφορά.

- Η χρήση ειδικού εσωτερικού ταχυδρομείου. Αυτό μπορεί να έχει εγκυκλίους, ειδικά περιοδικά και οποιοδήποτε είδους έντυπα.

- Οι πραγματικοί πίνακες ανακοινώσεων

- Οι συγκεντρώσεις του προσωπικού.

Τα προαναφερθέντα μέσα χρησιμοποιούνται για την εσωτερική επικοινωνία από τις Δημόσιες Σχέσεις, κατόπιν ορθού προγραμματισμού και ταύτισης του μέσου με τους στόχους του τμήματος.

Η εσωτερική επικοινωνία μιας εταιρείας ή ενός φορέα είναι ένα κομμάτι που έγγυται στο φάσμα της εργασίας των Δημοσίων Σχέσεων και του Management. Στόχος των Δημοσίων Σχέσεων όσον αφορά την εσωτερική επικοινωνία είναι να δοθεί κίνητρο στους εργαζόμενους της επιχείρησης να ενστερνιστούν τους στόχους της για τους οποίους υφίσταται η ίδια η επιχείρηση. Για να γίνει αυτό πρέπει οι εργαζόμενοι να αποδεχθούν την νοοτροπία και τις ιδέες της επιχείρησης. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η αντιστοιχία της εργασίας τους με ό, τι επιθυμείς να πετύχει η επιχείρηση. Για να επιτύχουν τα παραπάνω, οι Δημόσιες Σχέσεις πρέπει να ενισχύσουν την εργασία των εργαζόμενων κατά ομάδες και να επιβραβεύεται η συνεργασία ανάμεσα στα μέλη τους. Τα οποιαδήποτε ζητήματα προκύπτουν πρέπει να λύνονται από κοινού από όλους τους εργαζόμενους. Οι σύμβουλοι δημοσίων σχέσεων οφείλουν να κατανοήσουν τους εργαζόμενους, Για να γίνουν όλα τα παραπάνω πρέπει να γίνει διάκριση των εργαζόμενων σε ομάδες κοινού.

Για την επίτευξη επικοινωνίας με αυτούς που εργάζονται στην εταιρεία, οι διευθύνοντες πρέπει να γνωρίζουν τι έχουν ανάγκη αυτοί και να τους δώσουν κίνητρο

για να συνεισφέρουν στο συνολικό έργο της επιχείρησης. Πρέπει να λάβουν υπόψη πως το κίνητρο που θα τους δώσουν θα πρέπει να έχει συνέχεια για να αυξηθεί η απόδοση και η παραγωγικότητά τους.

Οι Δημόσιες σχέσεις αξιοποιούν τις ανθρώπινες σχέσεις για την αποφυγή προστριβών του προσωπικού με τους διευθύνοντες. Αντιμετωπίζουν τα προβλήματα που προκύπτουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Προσπαθούν να καλύψουν τα υλικά και τα ψυχολογικά αιτήματα των εργαζόμενων για να ωφεληθούν αυτοί και η εταιρεία μαζί. Αναλαμβάνουν ενέργειες για την αλληλοκατανόηση και την εμπιστοσύνη ανάμεσα σε δυο συγκρουόμενες πλευρές. Ενισχύουν την ύπαρξη θετικού κλίματος στην επιχείρηση μέσω της διατήρησης θετικής επικοινωνίας ανάμεσα στους εργαζόμενους και τους διευθύνοντες. Αξιοποιούν προσωπικές επαφές, συνεστιάσεις και συσκέψεις για τον προαναφερθέντα σκοπό.

Σημαντικό ρόλο στις προαναφερθείσες ενέργειες έχει η δημοσιοποίηση απόρρητων σχεδίων από τους διευθύνοντες στους εργαζόμενους για καινούρια προϊόντα και υπηρεσίες. Η κίνηση αυτή θα ικανοποιήσει τον εγωισμό και την περηφάνια των εργαζόμενων, οι οποίες είναι ανθρώπινες ψυχολογικές ανάγκες.

Το πιο σημαντικό κοινό για την εσωτερική επικοινωνία, όσον αφορά την εργασία των Δημοσίων Σχέσεων, είναι το τμήμα πωλήσεων. Η σχέση είναι των δυο τμημάτων είναι σημαντική καθώς το τμήμα πωλήσεων έρχεται σε επαφή με τους καταναλωτές, οι οποίοι είναι ο λόγος ύπαρξης της εταιρείας (Cesário, 2012, σελ 88).

3.2. ΙΕΡΑΡΧΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΚΑΤΑ ΤΟΝ MASLOW

Ιδιαίτερα χρήσιμη για την εύρεση κινήτρων στους εργαζόμενους είναι θεωρία του Maslow για την ιεράρχηση των αναγκών. Η ιεράρχηση γίνεται μέσω μιας πυραμίδας, η οποία διακρίνεται σε πέντε ομάδες Αυτές είναι:

- Οι ανάγκες επιβίωσης, οι οποίες βρίσκονται στην βάση. Αποτελούν, τις ανάγκες για τροφή, ένδυση και στέγαση αν αυτές δεν ικανοποιηθούν τότε το άτομο δεν μπορεί να ανεβάσει το επίπεδό τους, καθώς θα επικεντρωθεί μόνο στην επιβίωση.
- Το δεύτερο επίπεδο έχει σχέση με την ανάγκη για ασφάλεια. Η ανάγκη αυτή προέρχεται από το συναίσθημα της αυτοσυντήρησης (ο φόβος για τους κινδύνους

της φύσης και την κάλυψη των βασικών αναγκών). Εδώ ανήκει και η ανάγκη για εύρεση μόνιμης εργασίας. . Οι δυο μορφές της ασφάλειας είναι η φυσική και η οικονομική. Ένα άτομο φτάσει σε ένα καλό βιοτικό επίπεδο. Επιθυμεί να παραμείνει σε αυτό.

- Το τρίτο επίπεδο αφορά τις κοινωνικές ανάγκες. Σχετίζεται με την συναναστροφή, το αίσθημα του ανήκειν, τις φιλίες και τα συναισθήματα αυτοεκτίμησης, της κατανόησης, της αγάπης και της αποδοχής.

- Το τέταρτο επίπεδο είναι αυτό της αυτοεκτίμησης. Αφορά το να εκτιμά κάποιος τον εαυτό και να εκτιμάται από τα κοντινά του πρόσωπα, να αισθάνεται αυτοπεποίθηση, αναγνώριση και δύναμη. Αν το άτομο δεν καταφέρει να πετύχει τους στόχους που έχουν σχέση με τα προαναφερθέντα συναισθήματα αισθάνεται απογοήτευση και απάθεια.

- Το πέμπτο στάδιο αφορά την αυτοεκπλήρωση. Η αυτοεκπλήρωση σχετίζεται με την πραγματοποίηση στόχων που βασίζονται στις αξίες του. Αποτελεί στην ουσία την πραγματοποίηση όλων εκείνων που προσβέβει σαν άτομο και σαν προσωπικότητα.

Όπως φάνηκε από τα παραπάνω η αντιμετώπιση των οικονομικών προβλημάτων του ατόμου το οδηγούν στην πραγματοποίηση των ανώτερων αναγκών. Ο χαμηλός μισθός φέρνει το άτομο στο επίπεδο της επιβίωσης και το αποτρέπει να καλύψει τις υπόλοιπες ανάγκες του. Παρόλα αυτά υπάρχει διαφορά στις ανάγκες ανά άτομο (Lee, 2013, σελ. 89).

3.3. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Ο διευθύνων της επιχείρησης οφείλει να γνωρίζει τις ανάγκες των υφισταμένων του. Αν δεν γνωρίζει πρέπει να μάθει για να εντοπίσει τα κίνητρα εκείνα που θα αυξήσουν την εργασιακή τους απόδοση. Η ανάπτυξη διαλόγου ανάμεσα στις δυο πλευρές είναι σημαντική για τα παραπάνω, καθώς και για την ανάπτυξη συναισθημάτων εμπιστοσύνης και ασφάλειας των εργαζόμενων στην επιχείρηση.

Η ανάπτυξη της συνδιαλλαγής των δυο πλευρών είναι δουλειά του τμήματος Δημοσίων Σχέσεων της επιχείρησης, καθώς θεωρούν τους εργαζόμενους ιδιαίτερα σημαντικούς για την ύπαρξη της επιχείρησης. . Οι Δημόσιες σχέσεις αναλαμβάνουν

να τους ενημερώσουν πάνω στο αντικείμενο της εργασίας τους. Τους εκπροσωπούν στην διοίκηση για την γνώμη τους πάνω σε ζητήματα της επιχείρησης.

Η συμβολή των εργαζόμενων στην διοίκηση της επιχείρησης έστω και σε συμβουλευτικό ρόλο αυξάνει το αίσθημα του «ανήκειν» στην εταιρεία. Οφείλουν να συμμετέχουν στην λήψη αποφάσεων που τους αφορούν άμεσα. Αυτές μπορεί να αφορούν τις ώρες εργασίας τους. Η συμμετοχή τους θα μειώσει τις αντιδράσεις καθώς η απόφαση θα έχει ληφθεί και από τους ίδιους (Τρικήδης, 2010, σελ. 14)

Η ορθή πληροφόρηση των εργαζόμενων από τους συμβούλους Δημοσίων Σχέσεων είναι ιδιαίτερα σημαντική για την λειτουργία της εταιρείας καθώς τους δίνεται κίνητρο για εργασία, και τους ωθούν να πετύχουν τους στόχους της επιχείρησης.

Οι σύμβουλοι Δημοσίων Σχέσεων είναι αυτοί που διαπραγματεύονται με τους εργαζόμενους για τις συγχωνεύσεις των επιχειρήσεων, για την μείωση των εξόδων καθώς και για την αντικατάσταση εργαζόμενων με κάποιο τεχνολογικό μέσο. . Επίσης ενισχύουν την γνωμοδότηση των εργαζόμενων πάνω σε θέματα δομής, οργάνωσης και αξιών της εταιρείας, γεγονός που την καθιστά πιο αποτελεσματική. Επίσης πετυχαίνεται μεγαλύτερος εκδημοκρατισμός με αυτό τον τρόπο και κάνει τους εργαζόμενους να κινητοποιούνται και να νοιάζονται για την εταιρεία.

Οι σύμβουλοι δημοσίων σχέσεων εκπονούν προγράμματα για αλλαγές. Χρησιμοποιούνται από την επιχείρηση για τους εξής στόχους:

- § Την ενημέρωση των εργαζόμενων για τους σκοπούς της εταιρείας
- § Την ταύτιση της εργασίας των εργαζόμενων με το επιθυμητό αποτέλεσμα της επιχείρησης
- § Την συμμετοχή των εργαζόμενων σε διοικητικά ζητήματα
- § Τον εκδημοκρατισμό της επιχείρησης

Υπάρχει ιδιαίτερη ανάγκη για εσωτερική επικοινωνία στις επιχειρήσεις που να χαρακτηρίζονται από εξωστρέφεια. Η διευκόλυνση της βοηθάει στην αναδιανομή της ευθύνης στην εργασία και βοηθάει στην επαφή προισταμένων υφισταμένων.

Οι διευθύνοντες μιας επιχείρησης οφείλουν να έρχονται σε επαφή με τους εργαζόμενους της επιχείρησης και να λαμβάνουν υπόψη την εμπειρία που αυτή βιώνουν ως εργασία στον χώρο της εταιρείας.

Η ενημέρωση τους πάνω στο τι προγραμματίζει η διοίκηση της εταιρείας και ποιά προγράμματα θα επηρεάσουν τις σχέσεις τους είναι σημαντική για την δημιουργία εμπιστοσύνης ανάμεσα σε προϊστάμενους και υφιστάμενους. Η εμπιστοσύνη επηρεάζεται από την έκφραση της γνώμης και των ιδεών των εργαζόμενων πάνω σε ζητήματα εργασίας (Συνδικιώτου, 2007, σελ 22)

Το στέλεχος Δημοσίων Σχέσεων μπορεί να συνηγορεί για τις συνθήκες ασφαλείας και υγείας εντός των εγκαταστάσεων της επιχείρησης. Μπορεί να ελέγχει κατά πόσο οι όροι για αυτά τα ζητήματα τηρούνται κατά την νομοθεσία. Το περιβάλλον πέραν από την διατήρηση των συνθηκών υγιεινής και ασφάλειας πρέπει να είναι άνετο και καλαίσθητο. Επίσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν μέθοδοι για να βγάξει άνεση στους εργαζόμενους, όπως η χρήση μουσικής κατά την διάρκεια εργασίας (Filippidis, 2014 σελ. 42)

3.4. ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Η μισθοδοτική πολιτική της εταιρείας και οι προαγωγές επηρεάζονται άμεσα από τις Δημόσιες σχέσεις σε επίπεδο εσωτερικής επικοινωνίας. Έχει ιδιαίτερη αξία για τους εργαζόμενους να υπάρχει δικαιοσύνη και ισότητα στις απολαβές για την εργασία τους. Τα στελέχη των Δημοσίων Σχέσεων μπορούν να εισηγηθούν για τους τρόπους προαγωγής και τις αυξήσεις στους διευθύνοντες.

Τα στελέχη των Δημοσίων Σχέσεων μπορούν μέσω έρευνας να αξιολογούν μέσω ερευνών κατά πόσο ικανοποιούνται τα αιτήματα των επιθυμητών κοινών από τον φορέα που εκπροσωπούν.

Οι πρόσθετες απολαβές που μπορεί να δώσει η εταιρεία στους εργαζόμενους της είναι:

✓ Η παροχή πριμ η οποία θα αυξάνει το μηνιαίο εισόδημα των εργαζόμενων και θα δίνεται κατόπιν αποτελεσματικής εργασίας. Η εν λόγω τακτική θα τους ενισχύει να αυξήσουν την απόδοση στην δουλειά τους καθώς θα ταυτίζουν τον στόχο της εταιρείας με τον δικό τους στόχο, την αύξηση των κερδών δηλαδή.

✓ Η παροχή των χρημάτων για τις υπερωρίες και τα οικογενειακά επιδόματα σε όσους τα δικαιούνται

✓ Η παροχή πιστώσεων και εκπτώσεων στους εργαζόμενους για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας

✓ Η παροχή επιδομάτων ευδόκιμης εργασίας και έγκαιρης – τακτικής προσέλευσης

✓ Να δίνονται εμβλήματα μακρόχρονης και αποτελεσματικής εργασίας σε εργαζόμενους, κατόπιν εκπλήρωσης ορισμένων κριτηρίων που θέτει η εταιρεία. Η εν λόγω τακτική θα ενισχύει τους δεσμούς της επιχείρησης με τους εργαζόμενους. Θα μπορούσαν αυτά τα εμβλήματα να δίνονται ανά πενταετία στα παλαιότερα μέλη. Το βραβείο θα μπορούσε να είναι σαν μετάλλιο.

✓ Η οργάνωση γιορτών, συνελεύσεων και εκδρομών για την βελτίωση των σχέσεων των εργαζόμενων μεταξύ τους.

✓ Η ύπαρξη κάποιου hobby για την καλή προβολή της επιχείρησης (για παράδειγμα η διεξαγωγή αγώνων ποδοσφαίρου ανάμεσα στους εργαζόμενους εταιρειών).

✓ Η δωρεάν κατάρτιση των εργαζομένων σε ξένες γλώσσες και διάφορα ζητήματα σχετικά με το αντικείμενο της εργασίας μέσω σεμιναρίων. Η εν λόγω δράση αυξάνει την επίδοση των εργαζόμενων και της εταιρείας συνολικά (McGraw, 2014, σελ 25).

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όπως είναι κατανοητό για να πραγματοποιηθεί η υλοποίηση της έρευνας η οποία βρίσκεται στο επόμενο κεφάλαιο αρχικά έπρεπε να πραγματοποιηθεί βιβλιογραφική ανασκόπηση η οποία βρίσκεται στα προηγούμενα κεφάλαια. Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα παρουσιαστεί ο τρόπος που διεξήχθη η έρευνα της πτυχιακής εργασίας. Πιο συγκεκριμένα παρατίθεται ο τρόπος που οργανώθηκε η έρευνα καθώς και το είδος της, τα ερευνητικά ερωτήματα που έπρεπε να απαντηθούν από το δείγμα, ο πληθυσμός και το δείγμα που εν τέλει απάντησε στην έρευνα, τα προγράμματα (ερευνητικά εργαλεία) που χρησιμοποιήθηκαν, τα χρονικά όρια που έλαβε τόπο η έρευνα ενώ αναφέρονται και κάποιοι περιορισμοί και πλεονεκτήματα που υπήρξαν κατά τη διάρκεια συλλογής απαντήσεων.

4.2 ΒΑΣΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε είχε ως πρωτεύον στόχο την εκμαίευση των διαφόρων απόψεων που κυριαρχούν γύρω από τις δημόσιες σχέσεις από τη σκοπιά των Ελλήνων επιχειρηματιών σε διάφορους τομείς των επιχειρήσεων.

4.3 ΕΙΔΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Αφότου παρατηρηθούν οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που βρίσκεται σε ηλεκτρονική μορφή στην συνέχεια ή στο τέλος της έρευνας φαίνεται ότι οι ερωτήσεις του είναι ποιοτικές άρα και η έρευνα θεωρείται για αυτό το λόγο ποιοτική.

Ερωτηματολόγιο ποιοτικών ερωτήσεων :

https://docs.google.com/forms/d/1F_PS6wR1IDF0vIGxLR4l90qAZBUSw6GuFw6KERrDi5k/viewform

4.4 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Στην έρευνα που υλοποιήθηκε έπρεπε να διερευνηθούν κάποια ερωτήματα -στόχοι της έρευνας, αυτά μεταφέρθηκαν στο ερωτηματολόγιο υπό τη μορφή διερευνητικών ερωτημάτων. Έτσι για να είναι άρτια αυτά τα ερωτήματα έπρεπε να διέπονται από:

- I. ευκολία στην απάντηση τους
- II. σύνδεση, συσχέτιση και συνοχή μεταξύ τους
- III. και σαφήνεια

Τα ερευνητικά ερωτήματα που μεταφέρθηκαν στο ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας ήταν:

- Κατά πόσο επηρεάζουν οι δημόσιες σχέσεις της επιχειρήσεις
- Ποια είναι η γνώμη των επιχειρηματιών για τις δημόσιες σχέσεις

4.5 ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΕΙΓΜΑ

Όπως αναφέρουν οι Cohen, Manion & Morrison (2008) ένας πληθυσμός ορίζεται ως ένα σύνολο περιπτώσεων-ατόμων που μελετώνται σε μία έρευνα στην προκειμένη περίπτωση είναι Έλληνες επιχειρηματίες.

4.5.1 Χαρακτηριστικά δείγματος

Το μέγεθος του δείγματος της παρούσας έρευνας είναι 260 άτομα εκ των οποίων τα 100 άτομα είναι άνδρες, ενώ τα υπόλοιπα 160 άτομα είναι γυναίκες. Ταυτόχρονα 209 άτομα απάντησαν πως η ηλικία τους είναι από 21 έως 30 χρονών, 30 άτομα απάντησαν πως η ηλικία τους είναι από 31 έως 40 χρονών, από 41 έως 50 χρονών απάντησαν πως είναι 16 άτομα και τέλος 5 άτομα απάντησαν ότι η ηλικία τους είναι άνω των 50 ετών. Το δείγμα επίσης παρατηρήθηκε πως διαχωρίζεται ανάλογα και με τη μόρφωση τους σε 17 άτομα που έχουν ολοκληρώσει την

υποχρεωτική εκπαίδευση τους, 212 άτομα που απάντησαν πως είναι απόφοιτοι ΑΕΙ-ΤΕΙ, 27 άτομα που είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού και σε 4 άτομα που είναι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος.

Επίσης 174 άτομα απάντησαν πως οι σπουδές τους σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις, ενώ 86 άτομα απάντησαν το αντίθετο. Ταυτόχρονα 189 άτομα απάντησαν πως τα χρόνια που ασχολούνται με τις επιχειρήσεις δεν ξεπερνούν τα 5, 36 άτομα απάντησαν ότι τα χρόνια ενασχόλησης τους με τις επιχειρήσεις είναι από 5 έως 10, ενώ 22 άτομα απάντησαν ότι ενασχολούνται με το επιχειρηματικό κλάδο από 10 έως 20 χρόνια τέλος 13 άτομα απάντησαν ότι τα χρόνια ενασχόλησης τους με τις επιχειρήσεις ξεπερνούν τα 20. Τέλος 40 άτομα ενασχολούνται με τον κλάδο της πρωτογενούς παραγωγής, 26 άτομα διαθέτουν επιχειρήσεις παραγωγής ή μεταποίησης ή μετασχηματισμού, ενώ 63 άτομα απάντησαν πως έχουν εμπορικές επιχειρήσεις, ενώ ασφαλιστική επιχείρηση απάντησαν πως έχουν μόνο 6 άτομα, 87 άτομα απάντησαν πως διαθέτουν επιχείρηση παροχής υπηρεσιών, ενώ 34 άτομα είχαν κάποια τραπεζική επιχείρηση τέλος μόλις 4 άτομα απάντησαν πως διατηρούν επιχείρηση μεταφορών.

4.5.2 Μέθοδος δειγματοληψίας

Από τις δύο βασικές μέθοδοι δειγματοληψίας, την μέθοδο πιθανοτήτων και την δειγματοληψία μη πιθανοτήτων ή αλλιώς δείγμα σκοπιμότητας (Cohen et al., 2008). Επιλέχτηκε να πραγματοποιηθεί έρευνα με τη χρήση δειγματοληψίας πιθανοτήτων και πιο συγκεκριμένα απλή τυχαία δειγματοληψία.

4.6 ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΑΝ όχι το βασικότερο εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για την υλοποίηση της έρευνας ήταν το ερωτηματολόγιο της. Λαμβάνοντας υπόψη ότι το ερωτηματολόγιο είναι από τα πιο διαδεδομένο και εύχρηστα εργαλεία συλλογής δεδομένων κατά τους Cohen et al., (2008) έγινε η επιλογή του. Ενώ όπως αναφέρουν οι Σιώμοκος & Βασιλακόπουλος το ίδιο έτος κάνοντας χρήση ενός ερωτηματολογίου είναι δυνατή η επισκόπηση ενός πληθυσμιακού υποσυνόλου κάνοντας χρήση μιας κατεύθυνσης

διπλής επικοινωνίας. Όμως το πιο σημαντικό χαρακτηριστικό του ερωτηματολόγιο σε σύγκριση με τα υπόλοιπα ερευνητικά εργαλεία είναι το γεγονός ότι δεν απαιτεί τη φυσική παρουσία του ερευνητή για την συμπλήρωση του (Cohen et al., 2008)..

Το ερωτηματολόγιο που έχει αναφερθεί στο υποκεφάλαιο για το είδος της έρευνας περιείχε 17ονοματικέςερωτήσεις (nominal), ερωτήσεις με διττές απαντήσεις ενώ οι 11 ερωτήσεις είχαν απαντήσεις διαστήματος (scale) πενταβάθμιας κλίμακας likert. Όλες οι ερωτήσεις ήταν κλειστού τύπου με απαντήσεις προκαθορισμένες και υποχρεωτικές προς απάντηση από τους ερωτηθέντες.

Για τη δημιουργία του ερωτηματολογίου έγινε η χρήση της πρόσθετης εφαρμογής της Google, του Google Docs. Από τη στιγμή που δημιουργήθηκε σε ηλεκτρονική μορφή το ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε από εμάς σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωση και εστάλη μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε επιχειρηματίες με σκοπό να ληφθούν απαντήσεις.

4.7 ΧΡΟΝΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ο χρόνος υλοποίησης της παρούσας έρευνας ήταν το πρώτο εξάμηνο του 2016.

4.8 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ – ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Κατά κύριο λόγο οι έρευνες που πραγματοποιούνται μέσω ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων έχουν ορισμένα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα σε σύγκριση με τις έρευνες που πραγματοποιούνται με τη χρήση παραδοσιακών ερωτηματολογίων.

I. **Η μειωμένη ανταπόκριση:** σε μια έρευνα με συμβατικό ερωτηματολόγιο ο ερευνητής γνωρίζει ανά πάσα στιγμή το πλήθος των ερωτηθέντων που δεν απάντησαν το ερωτηματολόγιο και το αγνόησαν αλλά σε μια ηλεκτρονική έρευνα οι ερωτηθέντες απαντούν πιο ορθά.

II. **Δυσκολία / Ευκολία στην προσβασιμότητα:** σε ορισμένα σημεία της χώρας δεν υπάρχει πρόσβαση ή υπάρχει δυσκολία στην πρόσβαση στο διαδίκτυο αλλά ταυτόχρονα αν υπάρξει τροποποίηση σε ένα ερωτηματολόγιο είναι δυνατόν να απαντηθεί σε παγκόσμιο επίπεδο.

III. **Γρήγορος Διαμοιρασμός:** Λόγο της μορφής του το ερωτηματολόγιο είναι εύκολο να σταλεί ταυτόχρονα σε πολλά σημεία που δεν είναι τόσο εύκολα να είχε πρόσβαση ο ερευνητής υπό κανονικές συνθήκες

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο – ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ

Οι απαντήσεις που λάβαμε μέσω του αρχείου Excel που δίνεται ως έξοδος από το Google Docs μετατράπηκαν σε κωδικοποιημένη μορφή ώστε να μεταφερθούν στο PASW Statistics SPSS, αφού πραγματοποιήθηκε αυτή η ενέργεια επανακωδικοποιήθηκαν ώστε να αναλυθούν. Στη συνέχεια με τη χρήση των επιλογών που δίνει το πρόγραμμα δημιουργήθηκαν οι πίνακες και τα γραφήματα που αναλύονται στο επόμενο κεφάλαιο.

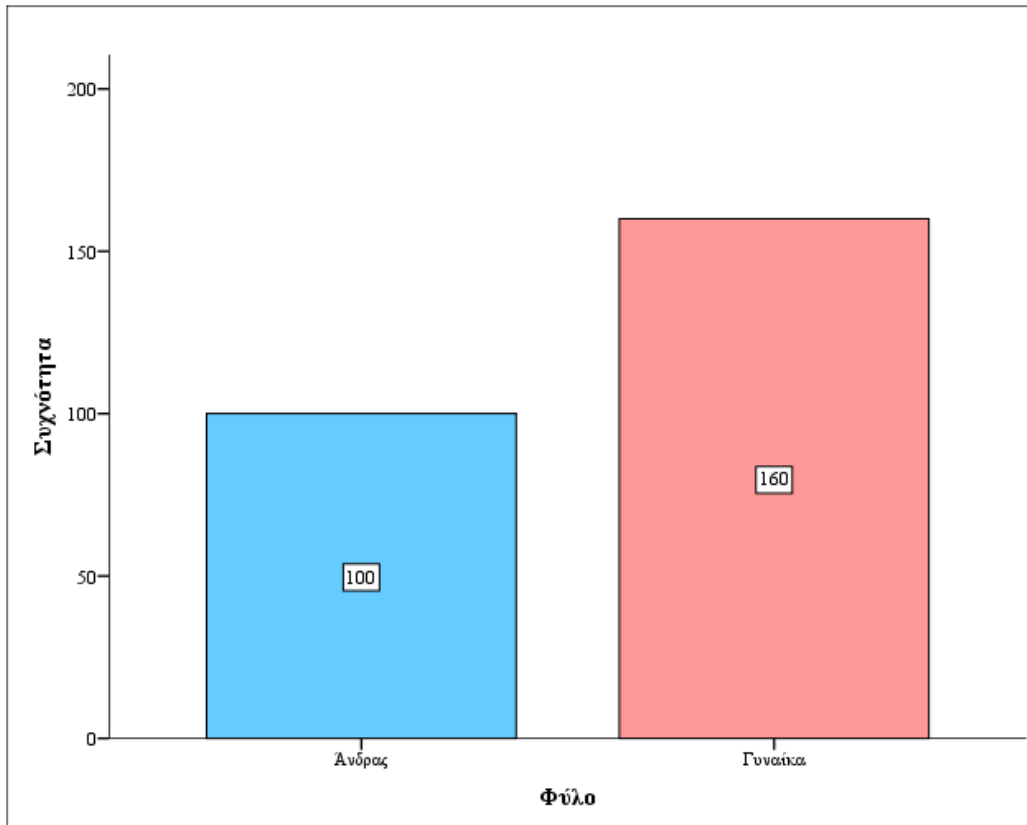
🚩 Πρώτη Ερώτηση :Φύλο

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της πρώτης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 100 άτομα σε ποσοστό 38,5% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως είναι άνδρες, ενώ 160 άτομα σε ποσοστό 61,5% απάντησαν πως είναι γυναίκες.

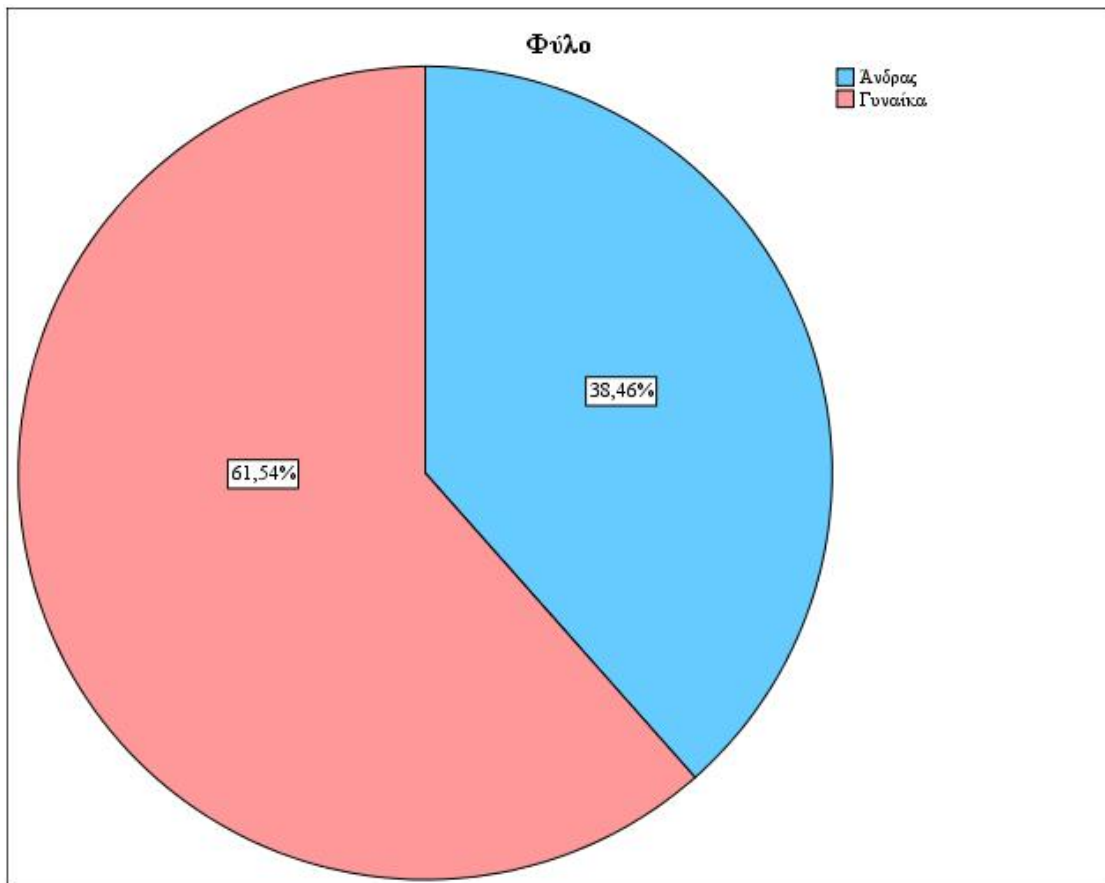
Φύλο

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνδρ ας	100	38,5	38,5
	Γυναί κα	160	61,5	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας Πρώτης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της πρώτης ερώτησης που διερευνά το φύλο των ερωτηθέντων, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) Πρώτης Ερώτησης. Στογράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της πρώτης ερώτησης που διερευνά το φύλο των ερωτηθέντων.



Γράφημα τύπου πίτας (PieChart) Πρώτης Ερώτησης. Στογράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της πρώτης ερώτησης που διερευνά το φύλο των ερωτηθέντων.

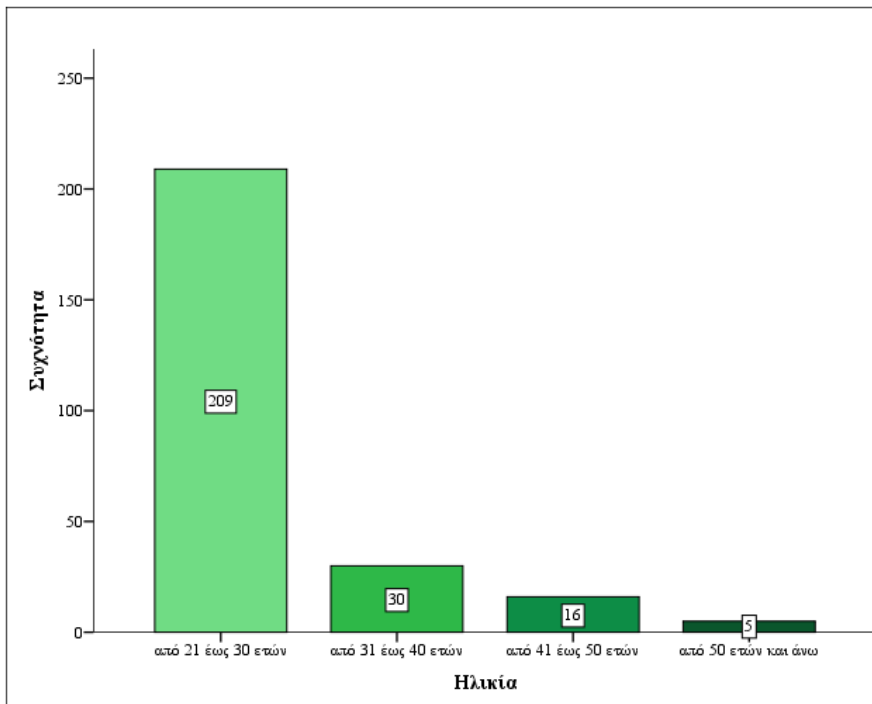
✚ Δεύτερη Ερώτηση :**Ηλικία**

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δεύτερης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 209 άτομα σε ποσοστό 80,4% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως η ηλικία τους είναι από 21 έως 30 χρονών, 30 άτομα σε ποσοστό 11,5% απάντησαν πως η ηλικία τους είναι από 31 έως 40 χρονών, από 41 έως 50 χρονών απάντησαν πως είναι 16 άτομα σε ποσοστό 6,2%, και τέλος μόλις 5 άτομα σε ποσοστό 1,9% απάντησαν ότι η ηλικία τους είναι άνω των 50 ετών.

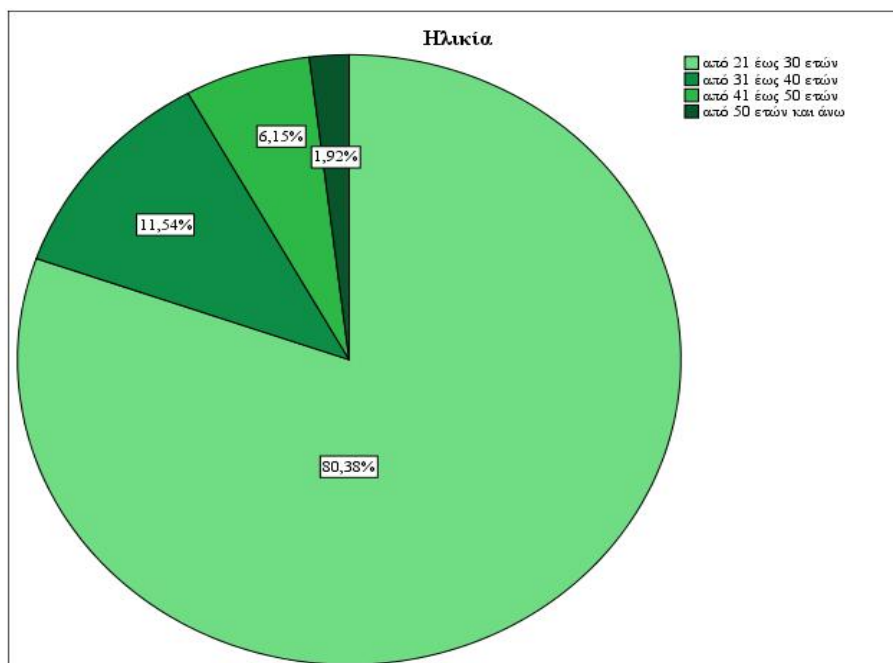
Ηλικία

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid από 21 έως 30 ετών	209	80,4	80,4
από 31 έως 40 ετών	30	11,5	91,9
από 41 έως 50 ετών	16	6,2	98,1
από 50 ετών και άνω	5	1,9	100,0
Total	260	100,0	

Πίνακας δεύτερης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της δεύτερης ερώτησης που διερευνά την ηλικία των ερωτηθέντων, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) δεύτερης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δεύτερης ερώτησης που διερευνά την ηλικία των ερωτηθέντων.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) δεύτερης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δεύτερης ερώτησης που διερευνά την ηλικία των ερωτηθέντων.

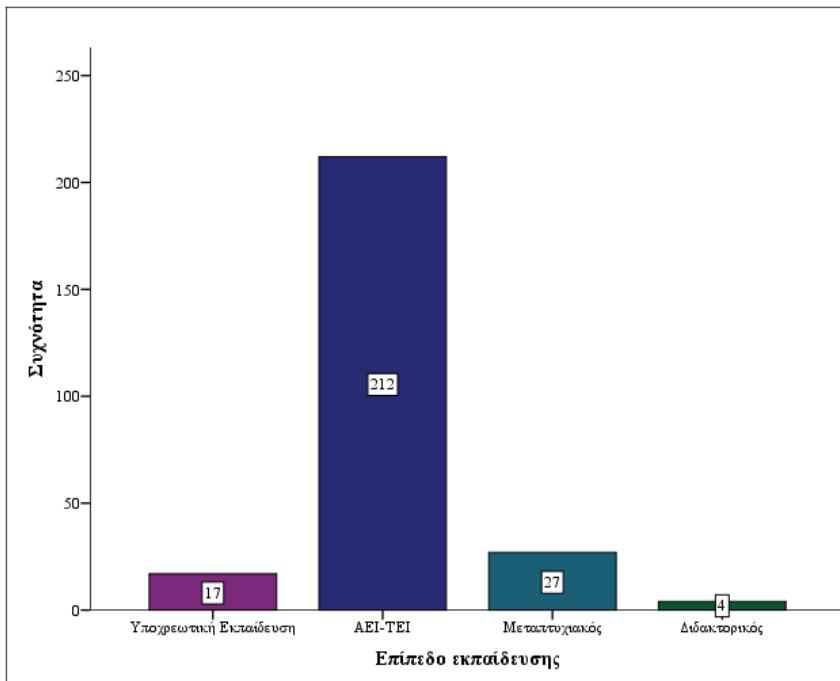
🚩 Τρίτη Ερώτηση :Επίπεδο εκπαίδευσης

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της τρίτης ερώτησης και τα γραφήματα που τον συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 17 άτομα σε ποσοστό 6,5% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως έχουν ολοκληρώσει την υποχρεωτική εκπαίδευση τους, 212 άτομα σε ποσοστό 81,5% το οποίο είναι και το μεγαλύτερο απάντησαν πως είναι απόφοιτοι ΑΕΙ-ΤΕΙ, 27 άτομα σε ποσοστό 10,4% απάντησαν ότι είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού και τέλος μόλις 4 άτομα σε ποσοστό 1,5% ότι είναι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος.

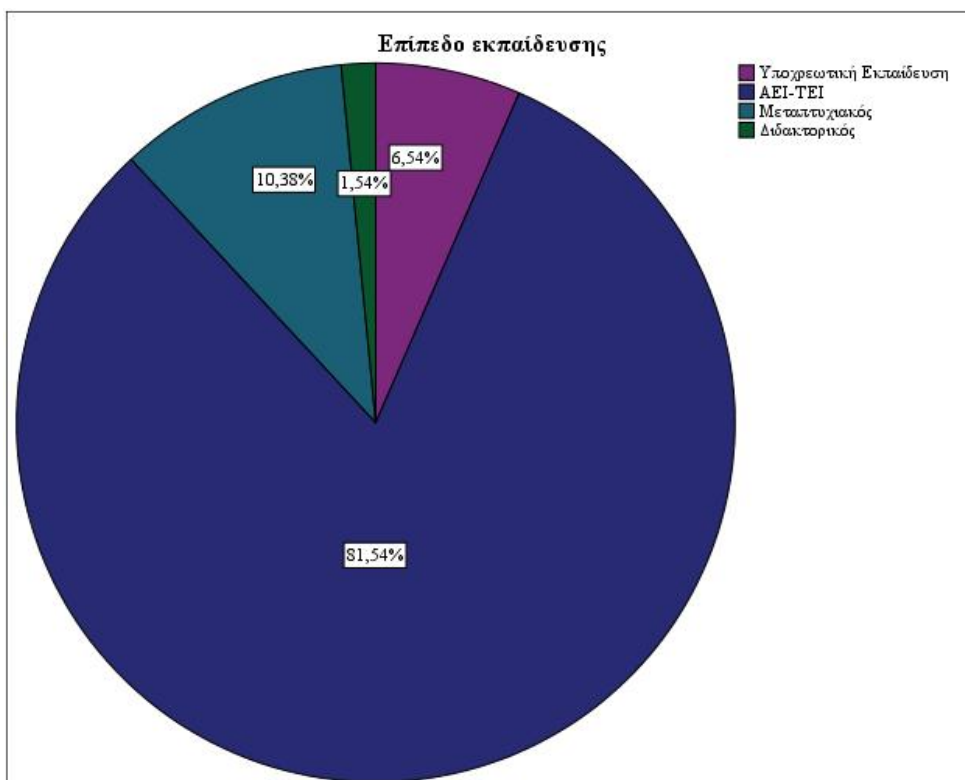
Επίπεδο εκπαίδευσης

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid Υποχρεωτική Εκπαίδευση	17	6,5	6,5
ΑΕΙ-ΤΕΙ	212	81,5	88,1
Μεταπτυχιακός	27	10,4	98,5
Διδακτορικός	4	1,5	100,0
Total	260	100,0	

Πίνακας τρίτης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της τρίτης ερώτησης που διερευνά το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) τρίτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της τρίτης ερώτησης που διερευνά το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) τρίτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της τρίτης ερώτησης που διερευνά το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων.

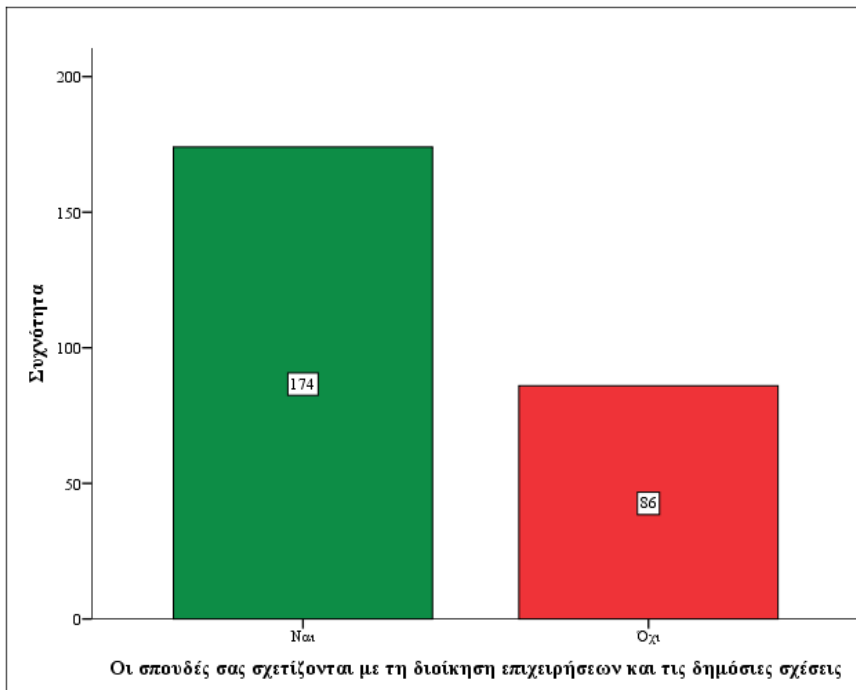
🚩 Τέταρτη Ερώτηση :Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της τέταρτης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 174 άτομα σε ποσοστό 66,9% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν ναι στην ερώτηση για το εάν οι σπουδές τους σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις, ενώ στην ίδια ερώτηση 86 άτομα σε ποσοστό 33,1% απάντησαν όχι.

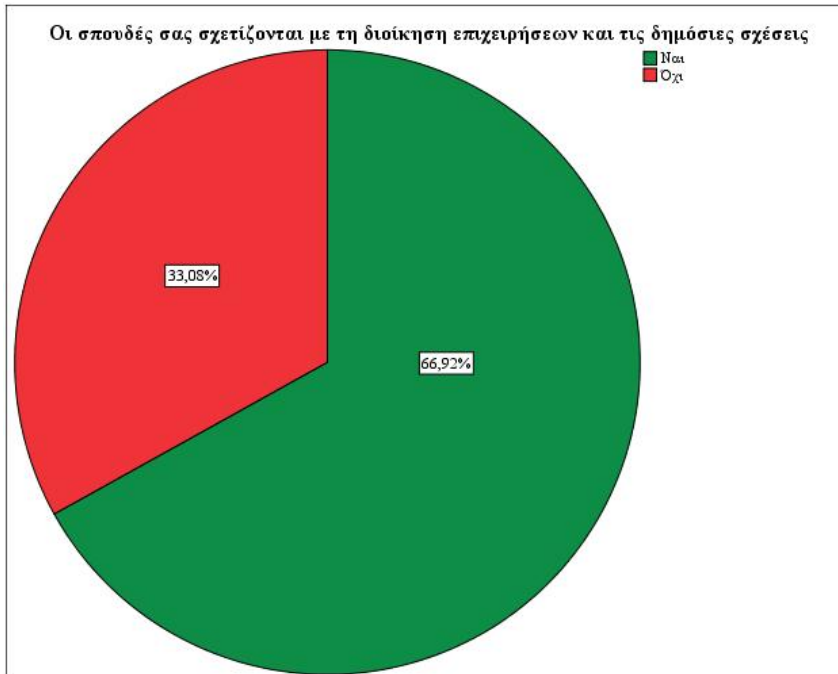
Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	174	66,9	66,9
Όχι	86	33,1	100,0
Total	260	100,0	

Πίνακας τέταρτης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της τέταρτης ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) τέταρτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της τέταρτης ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) τέταρτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της τέταρτης ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις.

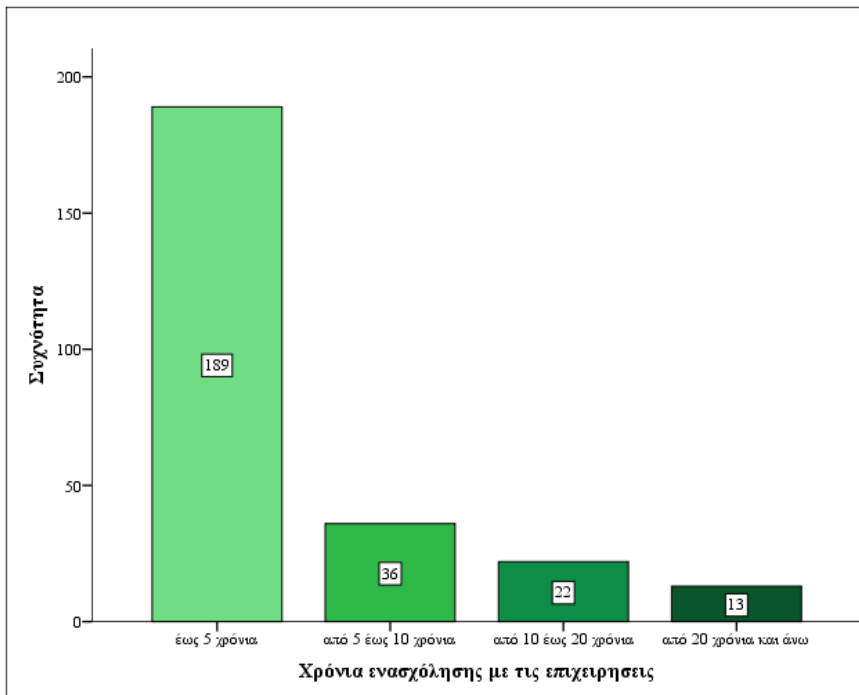
✚ Πέμπτη Ερώτηση :Χρόνια ενασχόλησης με τις επιχειρήσεις

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της πέμπτης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 189 άτομα σε ποσοστό 72,7% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως τα χρόνια που ασχολούνται με τις επιχειρήσεις δεν ξεπερνούν τα 5, ενώ 36 άτομα στο ποσοστό 13,8% απάντησαν ότι τα χρόνια ενασχόλησης τους με τις επιχειρήσεις είναι από 5 έως 10. Στη συνέχεια 22 άτομα σε ποσοστό 8,5% απάντησαν ότι τα χρόνια ενασχόλησης τους με τις επιχειρήσεις είναι από 10 έως 20 χρόνια, και τέλος μόλις 13 άτομα σε ποσοστό 5,0% απάντησαν ότι τα χρόνια ενασχόλησης τους με τις επιχειρήσεις ξεπερνούν τα 20.

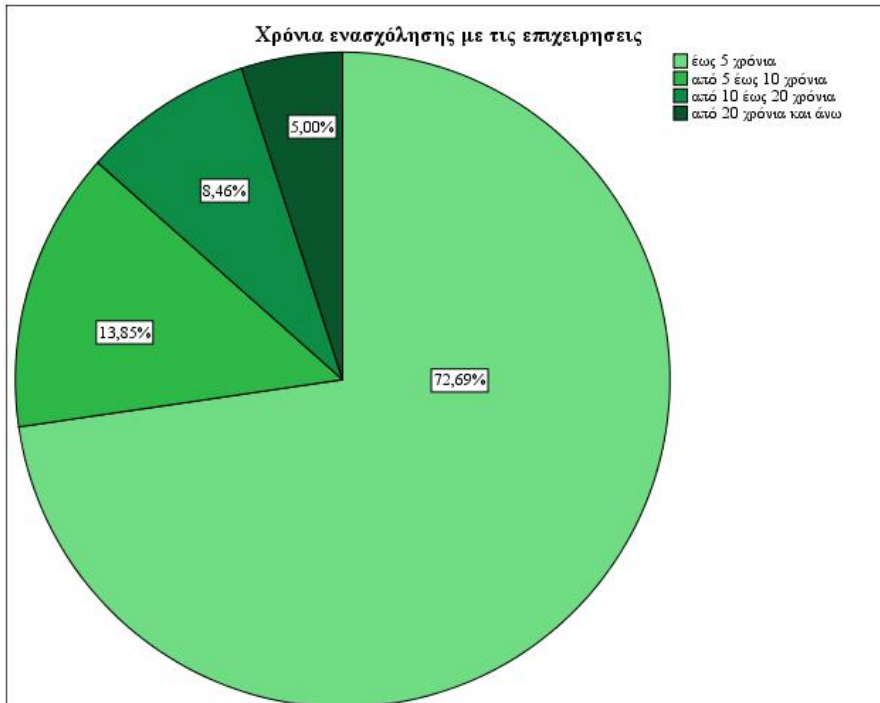
Χρόνια ενασχόλησης με τις επιχειρήσεις

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid έως 5 χρόνια	189	72,7	72,7
από 5 έως 10 χρόνια	36	13,8	86,5
από 10 έως 20 χρόνια	22	8,5	95,0
από 20 χρόνια και άνω	13	5,0	100,0
Total	260	100,0	

Πίνακας πέμπτης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της πέμπτης ερώτησης που διερευνά τα χρόνια ενασχόλησης των ερωτηθέντων με τις επιχειρήσεις, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) πέμπτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της πέμπτης ερώτησης που διερευνά τα χρόνια ενασχόλησης των ερωτηθέντων με τις επιχειρήσεις.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) πέμπτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της πέμπτης ερώτησης που διερευνά τα χρόνια ενασχόλησης των ερωτηθέντων με τις επιχειρήσεις.

🚩 Έκτη Ερώτηση :Είδος της επιχείρησής σας

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της έκτης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 40 άτομα σε ποσοστό 15,4% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως το είδος της επιχείρησής τους είναι πρωτογενούς παραγωγής, 26 άτομα σε ποσοστό 10,0% απάντησαν ότι το είδος της επιχείρησής τους είναι παραγωγής ή μεταποίησης ή μετασχηματισμού, 63 άτομα σε ποσοστό 24,2% απάντησαν πως έχουν εμπορική επιχείρηση, ενώ ασφαλιστική επιχείρηση απάντησαν πως έχουν μόνο 6 άτομα σε ποσοστό 2,3%. Στη συνέχεια 87 άτομα σε ποσοστό 33,5% απάντησαν πως έχουν επιχείρηση παροχής υπηρεσιών, ενώ 34 άτομα απάντησαν σε ποσοστό 13,1% ότι το είδος της επιχείρησής τους είναι τραπεζική, και τέλος μόλις 4 άτομα σε ποσοστό 1,5% απάντησαν πως διατηρούν επιχείρηση μεταφορών.

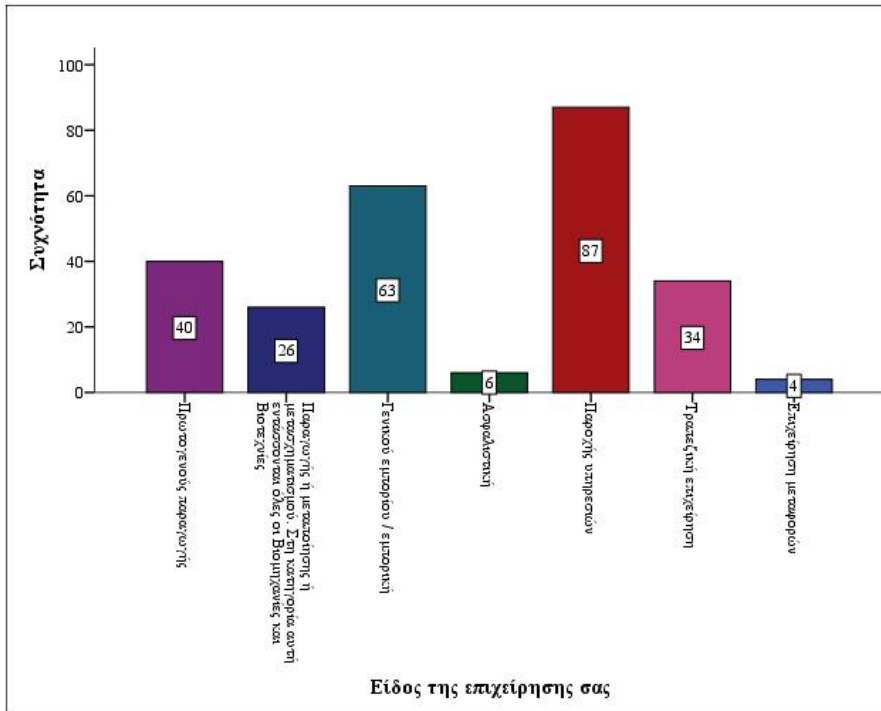
Είδος της επιχείρησής σας

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid Πρωτογενούς παραγωγής	40	15,4	15,4
Παραγωγής ή μεταποίησης ή μετασχηματισμού. Στη κατηγορία αυτή εντάσσονται όλες οι Βιομηχανίες και Βιοτεχνίες	26	10,0	25,4
Γενικού εμπορίου / εμπορική	63	24,2	49,6
Ασφαλιστική	6	2,3	51,9
Παροχής υπηρεσιών	87	33,5	85,4
Τραπεζική επιχείρηση	34	13,1	98,5
Επιχείρηση μεταφορών	4	1,5	100,0

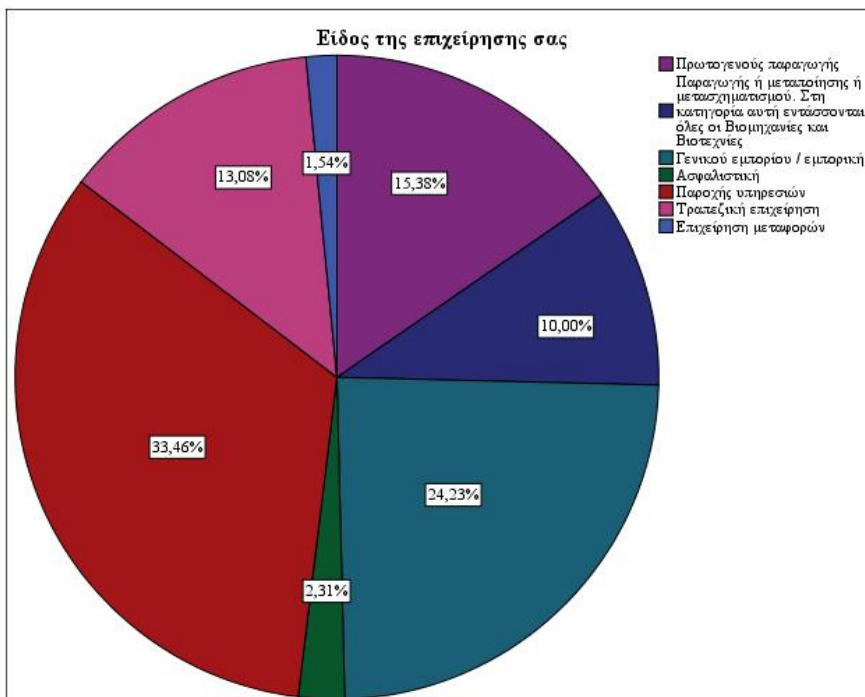
Είδος της επιχείρησής σας

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid Πρωτογενούς παραγωγής	40	15,4	15,4
Παραγωγής ή μεταποίησης ή μετασχηματισμού. Στη κατηγορία αυτή εντάσσονται όλες οι Βιομηχανίες και Βιοτεχνίες	26	10,0	25,4
Γενικού εμπορίου / εμπορική	63	24,2	49,6
Ασφαλιστική	6	2,3	51,9
Παροχής υπηρεσιών	87	33,5	85,4
Τραπεζική επιχείρηση	34	13,1	98,5
Επιχείρηση μεταφορών	4	1,5	100,0
Total	260	100,0	

Πίνακας έκτης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της έκτης ερώτησης που διερευνά το είδος της επιχείρησης των ερωτηθέντων, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) έκτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της έκτης ερώτησης που διερευνά το είδος της επιχείρησης των ερωτηθέντων.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) έκτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της έκτης ερώτησης που διερευνά το είδος της επιχείρησης των ερωτηθέντων.

🚩 Έβδομη Ερώτηση :Οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης.

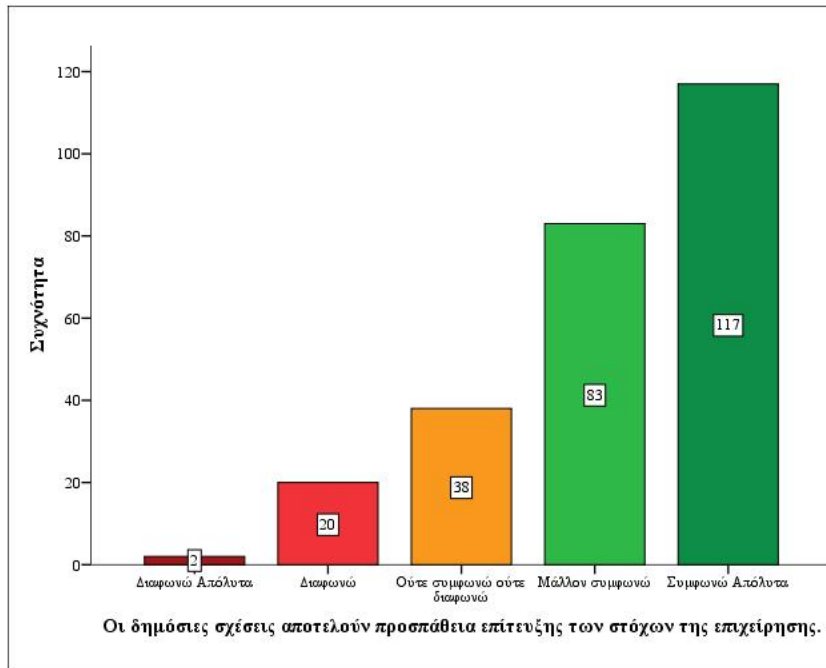
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της έβδομης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι μόλις 2 άτομα σε ποσοστό 0,8% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης, ενώ στην ίδια ερώτηση 20 άτομα σε ποσοστό 7,7% απάντησαν ότι άπλα διαφωνούν. Στη συνέχεια 38 άτομα σε ποσοστό 14,6% είχαν ουδέτερη στάση απαντώντας ότι ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης, 83 άτομα σε ποσοστό 31,9% απάντησαν ότι μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης και τέλος στην ίδια ερώτηση 117 άτομα σε ποσοστό 45,0% απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα.

Οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης.

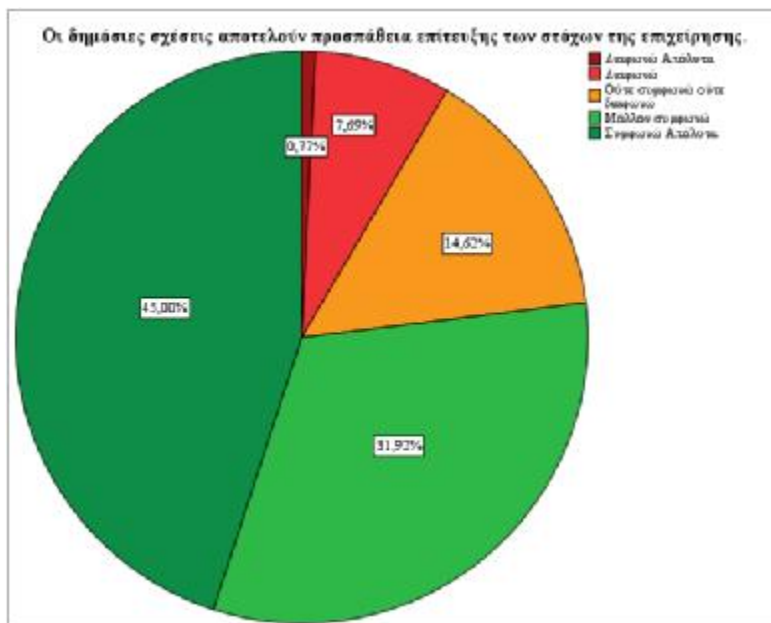
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ Απόλυτα	2	,8	,8
	Διαφωνώ	20	7,7	8,5
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	38	14,6	23,1
	Μάλλον συμφωνώ	83	31,9	55,0
	Συμφωνώ Απόλυτα	117	45,0	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας έβδομης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της έβδομης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις

αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) έβδομης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της έβδομης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) έβδομης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της έβδομης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης.

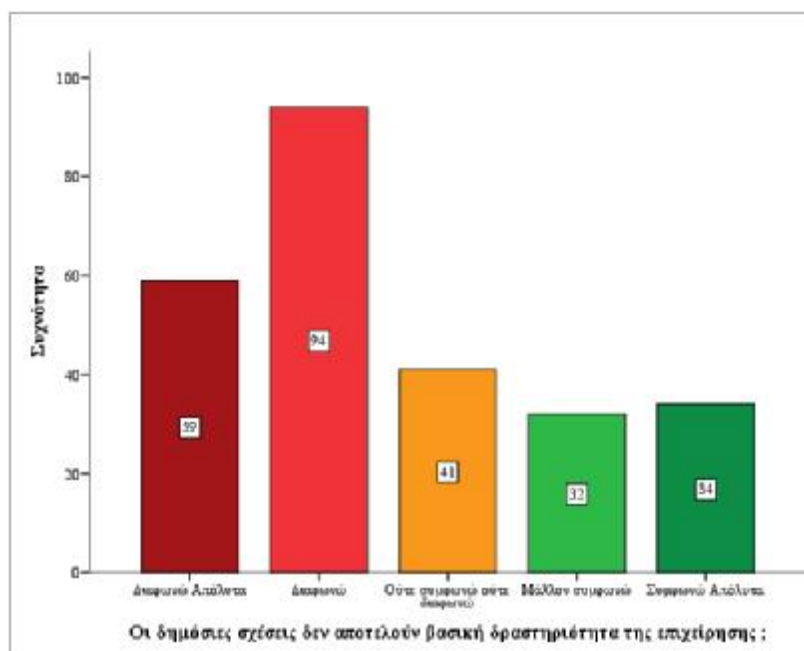
✚ Όγδοη Ερώτηση :Οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης ;

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της όγδοης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 59 άτομα σε ποσοστό 22,7% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης, ενώ στην ίδια ερώτηση 94 άτομα σε ποσοστό 36,2% απάντησαν ότι διαφωνούν. Στη συνέχεια 41 άτομα σε ποσοστό 15,8% απάντησαν ότι ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης, 32 άτομα σε ποσοστό 12,3% απάντησαν ότι μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης, και τέλος στην ίδια ερώτηση 34 άτομα σε ποσοστό 13,1 απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα.

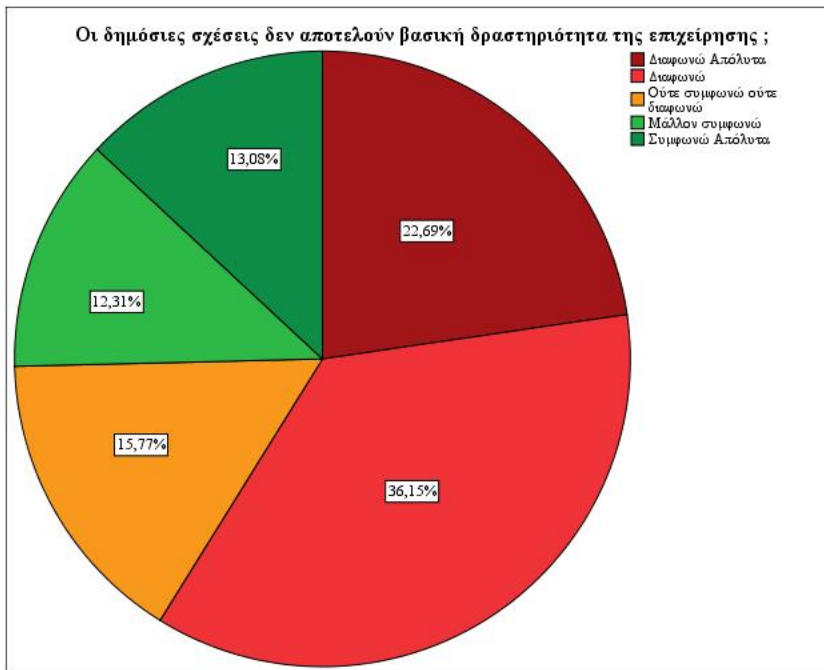
Οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης ;

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ Απόλυτα	59	22,7	22,7
	Διαφωνώ	94	36,2	58,8
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	41	15,8	74,6
	Μάλλον συμφωνώ	32	12,3	86,9
	Συμφωνώ Απόλυτα	34	13,1	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας όγδοης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της όγδοης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) όγδοης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της όγδοης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) όγδοης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της όγδοης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης.

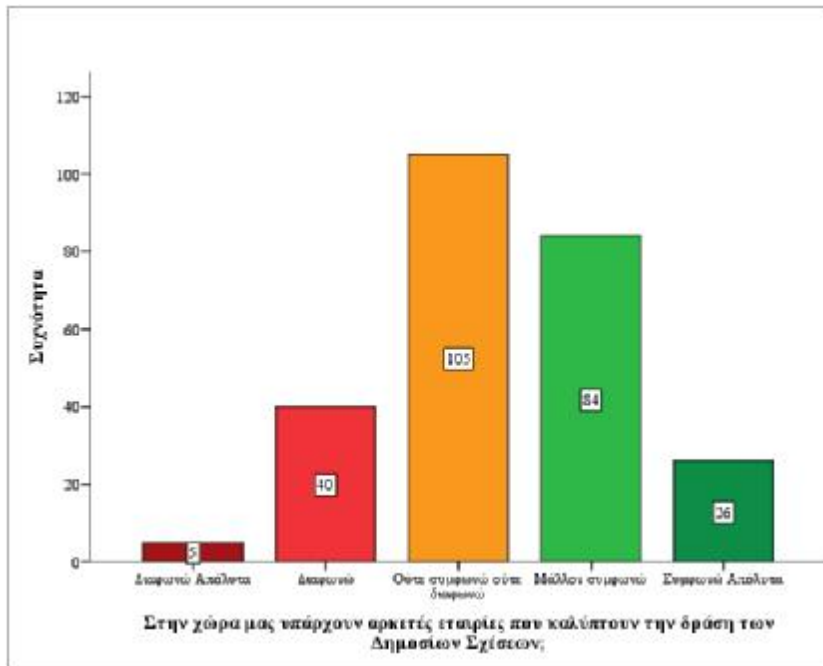
🚩 Ένατη Ερώτηση :Στην χώρα μας υπάρχουν αρκετές εταιρίες που καλύπτουν την δράση των Δημοσίων Σχέσεων;

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της ένατης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι μόλις 5 άτομα σε ποσοστό 1,9% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι στην χώρα μας υπάρχουν αρκετές εταιρίες που καλύπτουν την δράση των δημοσίων σχέσεων, ενώ στην ίδια ερώτηση 40 άτομα σε ποσοστό 15,4% απάντησαν πως διαφωνούν. Επιπλέον 105 άτομα σε ποσοστό 40,4% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι στην χώρα μας υπάρχουν αρκετές εταιρίες που καλύπτουν την δράση των δημοσίων σχέσεων, 84 άτομα σε ποσοστό 32,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι στην χώρα μας υπάρχουν αρκετές εταιρίες που καλύπτουν την δράση των δημοσίων σχέσεων, και τέλος στην ίδια ερώτηση απάντησαν 26 άτομα σε ποσοστό 10,0% ότι συμφωνούν απόλυτα.

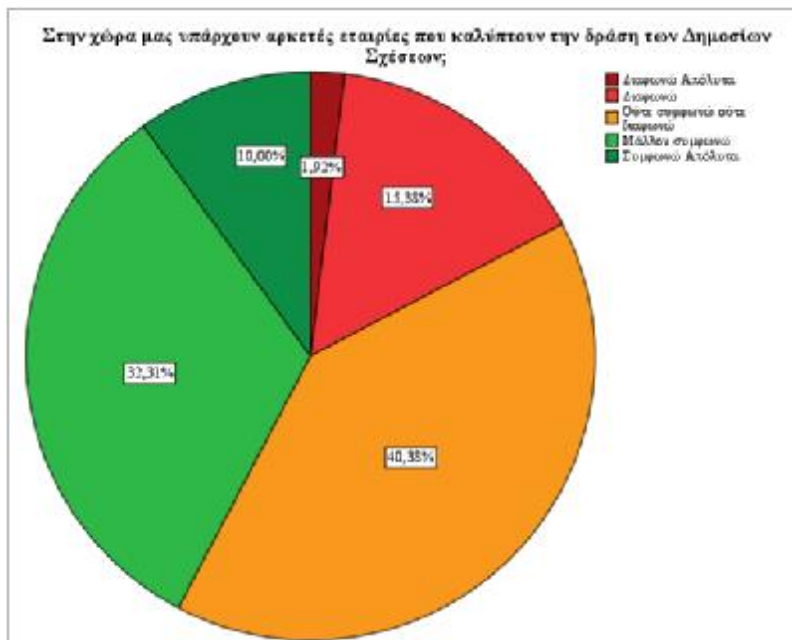
**Στην χώρα μας υπάρχουν αρκετές εταιρίες που καλύπτουν την
δράση των Δημοσίων Σχέσεων;**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ Απόλυτα	5	1,9	1,9
	Διαφωνώ	40	15,4	17,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	105	40,4	57,7
	Μάλλον συμφωνώ	84	32,3	90,0
	Συμφωνώ Απόλυτα	26	10,0	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας ένατης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της ένατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο στην χώρα μας υπάρχουν αρκετές εταιρίες που καλύπτουν την δράση των δημοσίων σχέσεων, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) ένατης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της ένατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο στην χώρα μας υπάρχουν αρκετές εταιρίες που καλύπτουν την δράση των δημοσίων σχέσεων.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) ένατης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της ένατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο στην χώρα μας υπάρχουν αρκετές εταιρίες που καλύπτουν την δράση των δημοσίων σχέσεων.

🚩 Δέκατη Ερώτηση :Είναι απαραίτητο να υπάρχει υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων σε κάθε εταιρία

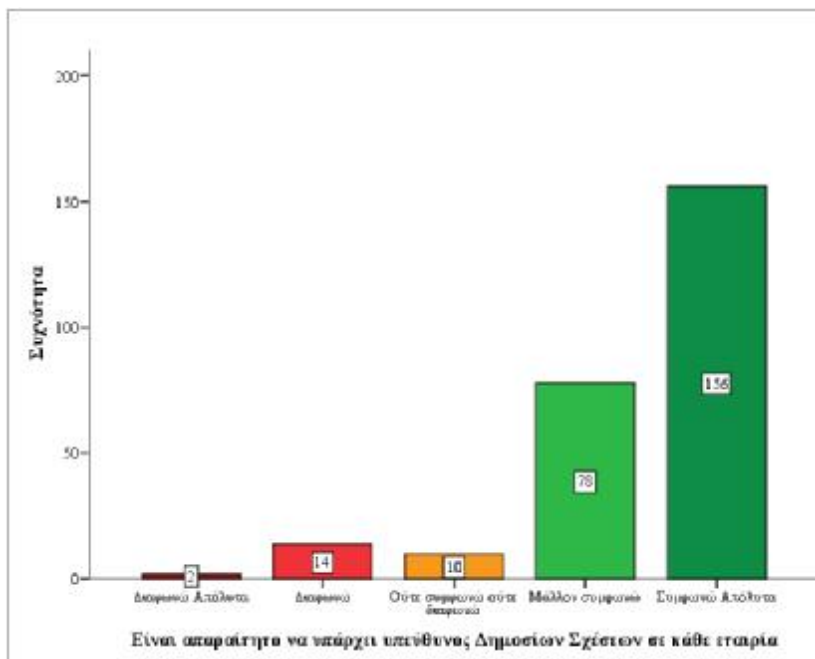
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι μόλις 2 άτομα σε ποσοστό 0,8% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι είναι απαραίτητο να υπάρχει υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων σε κάθε εταιρία, ενώ στην ίδια ερώτηση 14 άτομα σε ποσοστό 5,4% απάντησαν πως διαφωνούν. Επιπρόσθετα 10 άτομα σε ποσοστό 3,8% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι είναι απαραίτητο να υπάρχει υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων σε κάθε εταιρία, 78 άτομα σε ποσοστό 30,0% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι είναι απαραίτητο να υπάρχει υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων σε κάθε εταιρία, τέλος στην ίδια ερώτηση η συντριπτική πλειοψηφία 156 άτομα σε ποσοστό 60,0% απάντησαν πως συμφωνούν απόλυτα.

Είναι απαραίτητο να υπάρχει υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων σε κάθε εταιρία

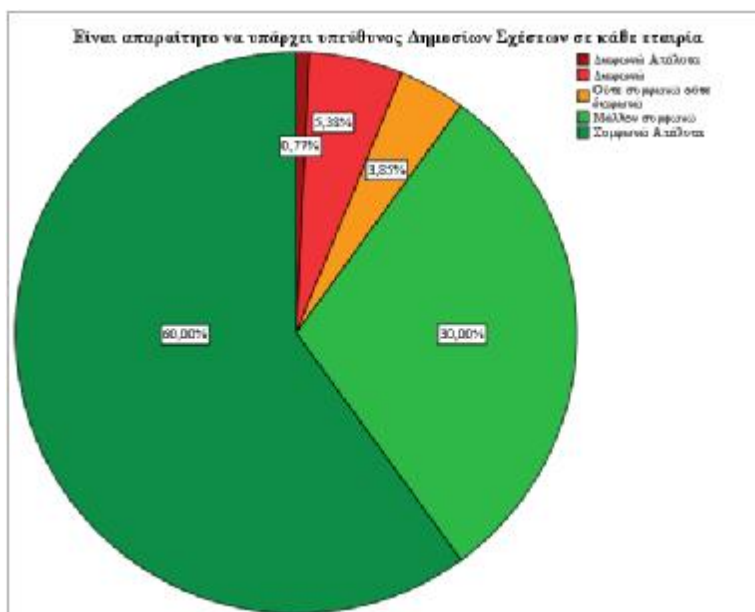
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ Απόλυτα	2	,8	,8
	Διαφωνώ	14	5,4	6,2
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	10	3,8	10,0
	Μάλλον συμφωνώ	78	30,0	40,0
	Συμφωνώ Απόλυτα	156	60,0	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας δέκατης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της δέκατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο είναι απαραίτητο να

υπάρχει υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων σε κάθε εταιρία, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) δέκατης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο είναι απαραίτητο να υπάρχει υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων σε κάθε εταιρία.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) δέκατης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης ερώτησης που διερευνά το

κατά πόσο είναι απαραίτητο να υπάρχει υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων σε κάθε εταιρία.

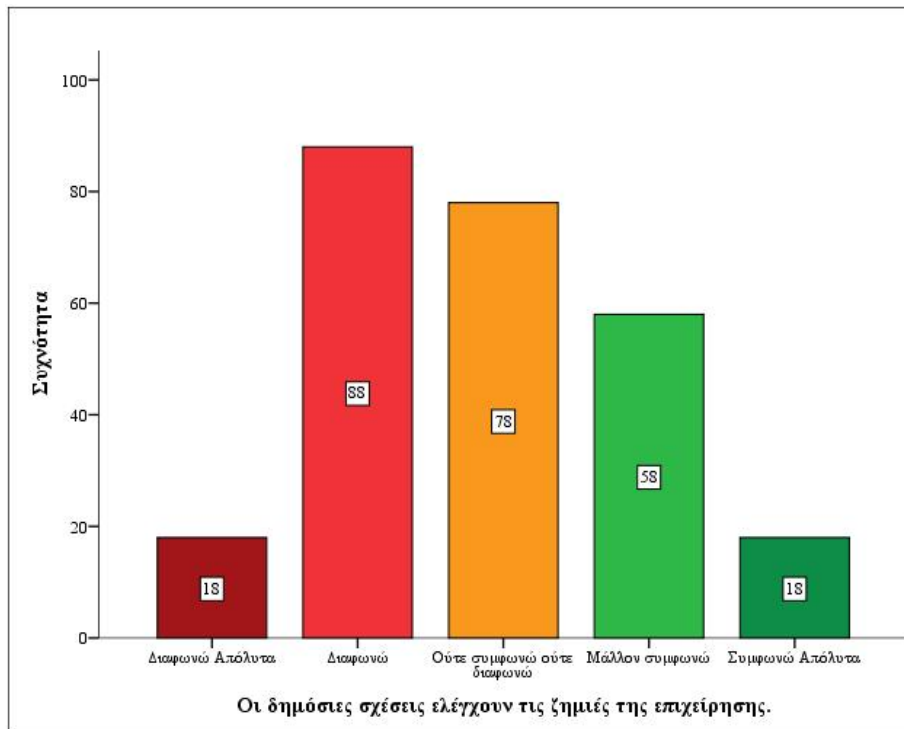
🚩 Ενδέκατη Ερώτηση :Οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης.

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της ενδέκατης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 18 άτομα σε ποσοστό 6,9% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης, ενώ στην ίδια ερώτηση 88 άτομα σε ποσοστό 33,8% απάντησαν πως διαφωνούν. Στη συνέχεια 78 άτομα σε ποσοστό 30,0% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης, 58 άτομα σε ποσοστό 22,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης, τέλος στην ίδια ερώτηση 18 άτομα σε ποσοστό 6,9% απάντησαν πως συμφωνούν απόλυτα.

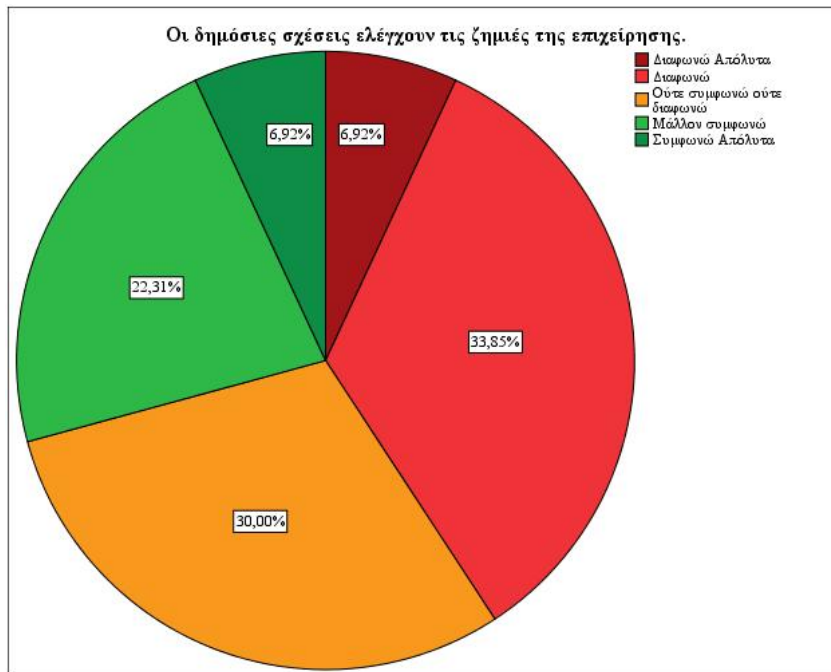
Οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης.

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ Απόλυτα	18	6,9	6,9
	Διαφωνώ	88	33,8	40,8
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	78	30,0	70,8
	Μάλλον συμφωνώ	58	22,3	93,1
	Συμφωνώ Απόλυτα	18	6,9	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας ενδέκατης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της ενδέκατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) ενδέκατης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της ενδέκατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) ενδέκατης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της ενδέκατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης.

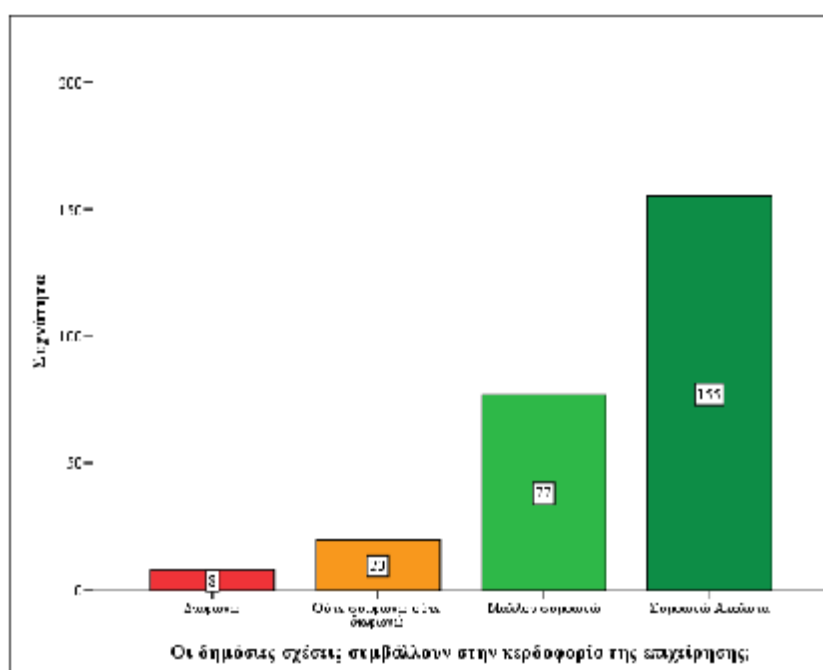
✚ Δωδέκατη Ερώτηση :Οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης;

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δωδέκατης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 8 άτομα σε ποσοστό 3,1% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης, ενώ στην ίδια ερώτηση 20 άτομα σε ποσοστό 7,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 77 άτομα σε ποσοστό 29,6% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης, τέλος στην ίδια ερώτηση 115 άτομα σε ποσοστό 59,6% απάντησαν πως συμφωνούν απόλυτα.

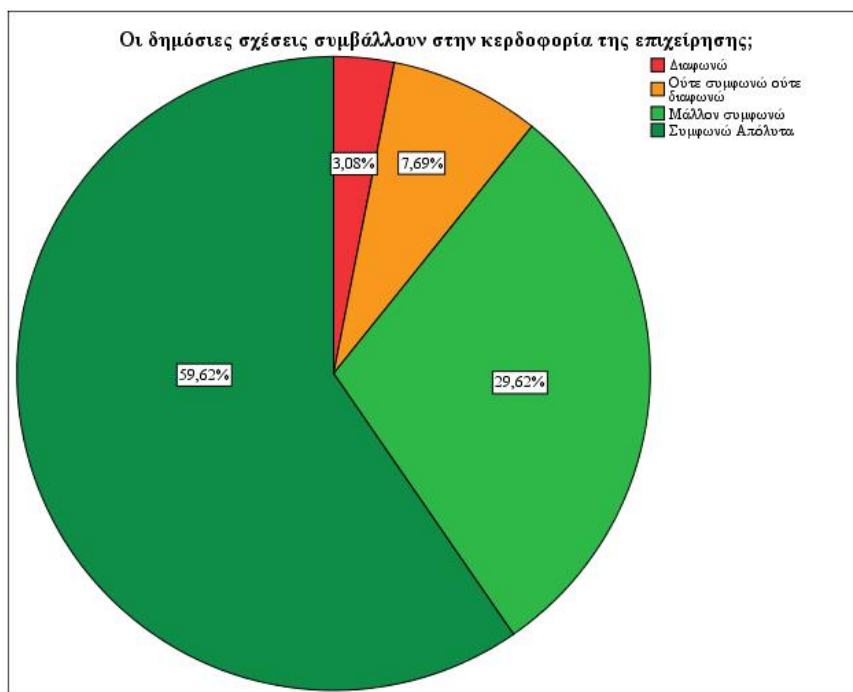
Οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης;

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	8	3,1	3,1
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	20	7,7	10,8
	Μάλλον συμφωνώ	77	29,6	40,4
	Συμφωνώ Απόλυτα	155	59,6	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας δωδέκατης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της δωδέκατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) δωδέκατης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δωδέκατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) δωδέκατης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δωδέκατης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης.

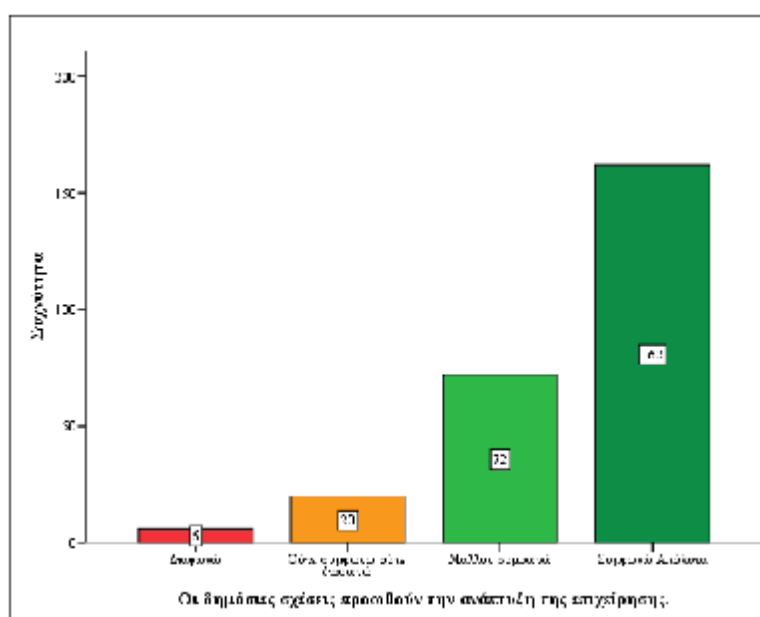
✚ Δέκατη τρίτη Ερώτηση :**Οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης.**

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης τρίτης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 6 άτομα σε ποσοστό 2,3% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης, ενώ στην ίδια ερώτηση 20 άτομα σε ποσοστό 7,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 72 άτομα σε ποσοστό 27,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης, τέλος στην ίδια ερώτηση 162 άτομα σε ποσοστό 62,3% απάντησαν πως συμφωνούν απόλυτα.

Οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης.

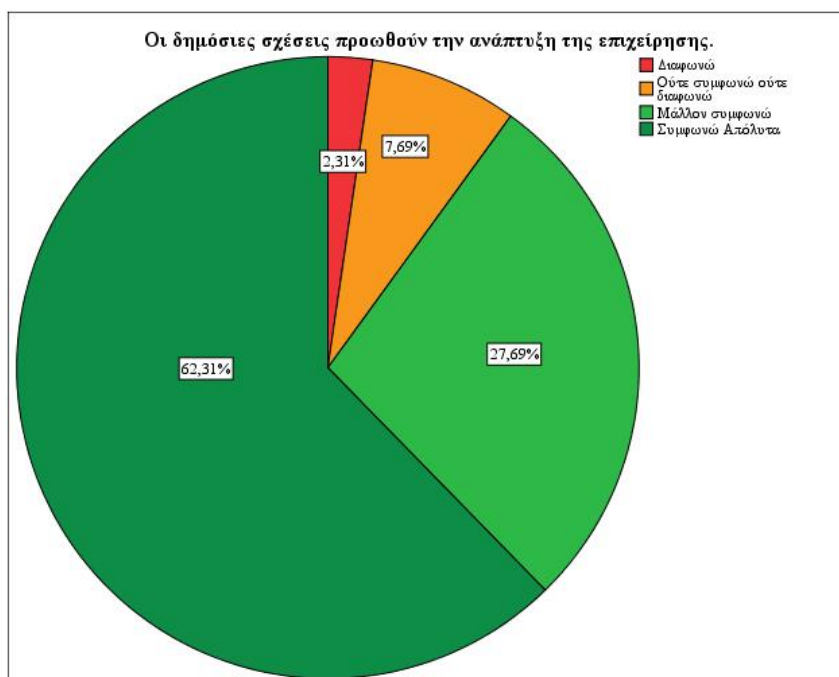
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ	6	2,3	2,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	20	7,7	10,0
	Μάλλον συμφωνώ	72	27,7	37,7
	Συμφωνώ Απόλυτα	162	62,3	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας δέκατης τρίτης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της δέκατης τρίτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) δέκατης τρίτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης

τρίτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) δέκατης τρίτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης τρίτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης.

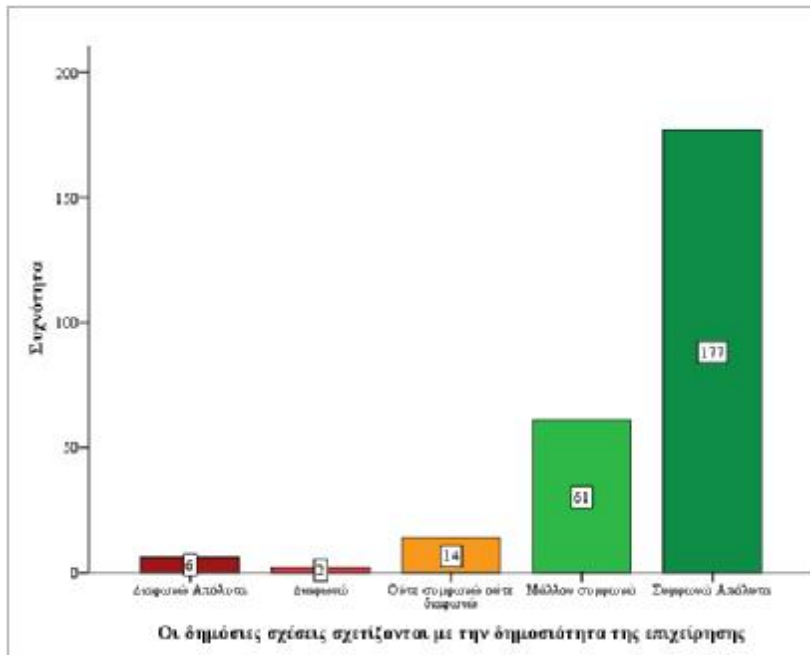
🚩 Δέκατη τέταρτη Ερώτηση :Οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης τέταρτης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 6 άτομα σε ποσοστό 2,3% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης, ενώ στην ίδια ερώτηση 2 άτομα σε ποσοστό 0,8% απάντησαν πως διαφωνούν. Στη συνέχεια 14 άτομα σε ποσοστό 5,4% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης, 61 άτομα σε ποσοστό 23,5% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης, τέλος στην ίδια ερώτηση 177 άτομα σε ποσοστό 68,1% απάντησαν πως συμφωνούν απόλυτα.

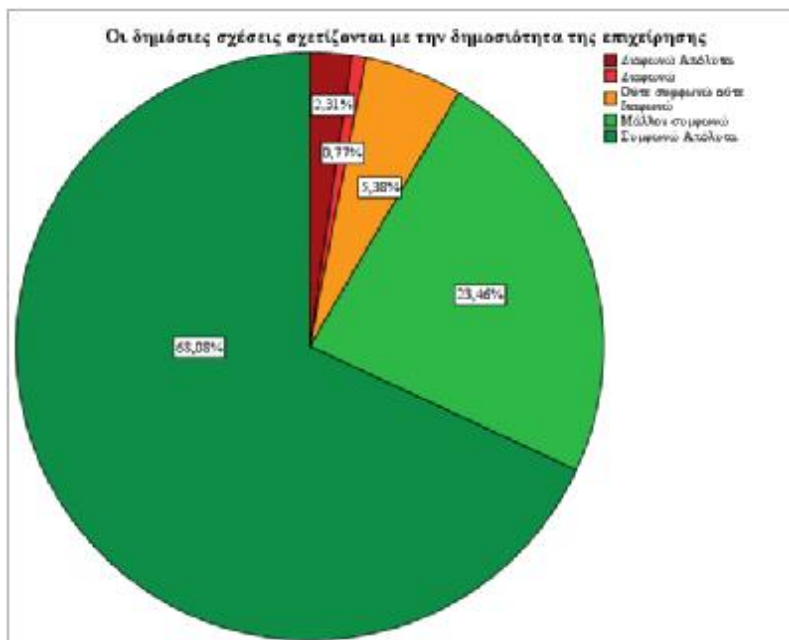
**Οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της
επιχείρησης**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ Απόλυτα	6	2,3	2,3
	Διαφωνώ	2	,8	3,1
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	14	5,4	8,5
	Μάλλον συμφωνώ	61	23,5	31,9
	Συμφωνώ Απόλυτα	177	68,1	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας δέκατης τέταρτης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της δέκατης τέταρτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) δέκατης τέταρτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης τέταρτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) δέκατης τέταρτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης τέταρτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης.

🚩 Δέκατη πέμπτη Ερώτηση :Οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας

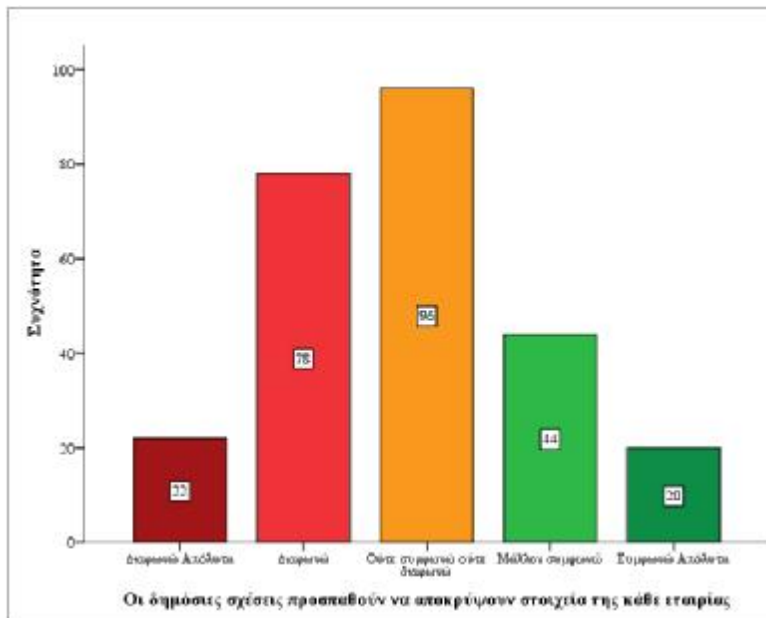
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης πέμπτης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι 22 άτομα σε ποσοστό 8,5% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας, ενώ στην ίδια ερώτηση 78 άτομα σε ποσοστό 30,0% απάντησαν πως διαφωνούν. Στη συνέχεια 96 άτομα σε ποσοστό 36,9% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας, 44 άτομα σε ποσοστό 16,9% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας, τέλος στην ίδια ερώτηση 20 άτομα σε ποσοστό 7,7% απάντησαν πως συμφωνούν απόλυτα.

Οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας

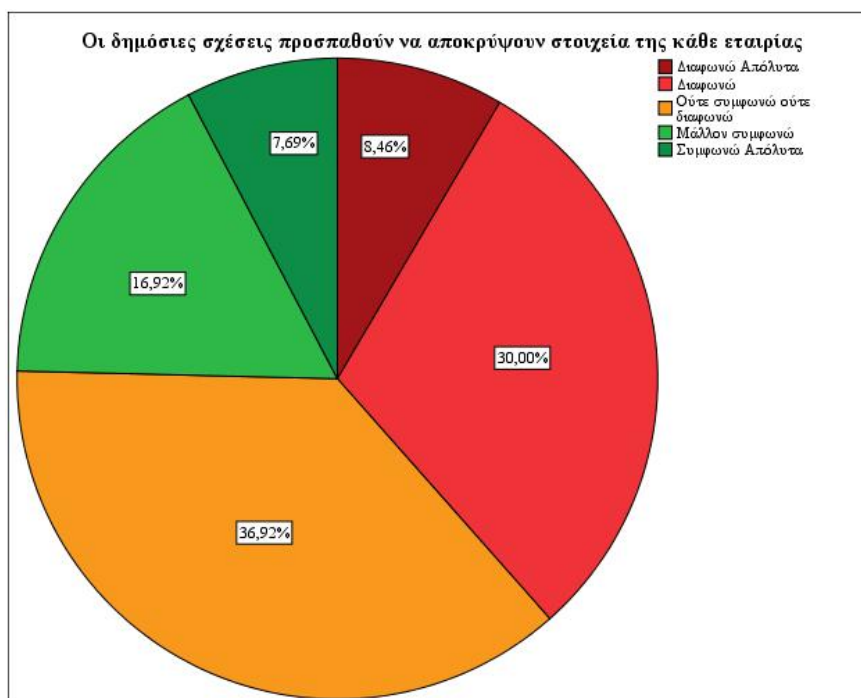
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ Απόλυτα	22	8,5	8,5
	Διαφωνώ	78	30,0	38,5
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	96	36,9	75,4
	Μάλλον συμφωνώ	44	16,9	92,3
	Συμφωνώ Απόλυτα	20	7,7	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας δέκατης πέμπτης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της δέκατης πέμπτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι

δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας, από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) δέκατης πέμπτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης πέμπτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) δέκατης πέμπτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης πέμπτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας.

✚ Δέκατη έκτη Ερώτηση :Οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης έκτης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι μόλις 2 άτομα σε ποσοστό 0,8% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις, ενώ στην ίδια ερώτηση 20 άτομα σε ποσοστό 7,7% απάντησαν πως διαφωνούν. Στη συνέχεια 69 άτομα σε ποσοστό 26,5% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις, 81 άτομα σε ποσοστό 31,2% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις, τέλος στην ίδια ερώτηση 88 άτομα σε ποσοστό 33,8% απάντησαν πως συμφωνούν απόλυτα.

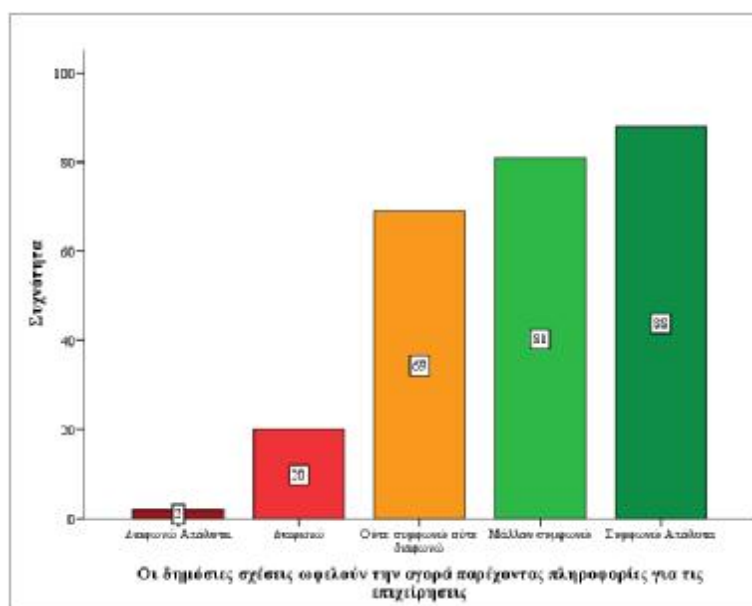
Οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ Απόλυτα	2	,8	,8
	Διαφωνώ	20	7,7	8,5
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	69	26,5	35,0
	Μάλλον συμφωνώ	81	31,2	66,2
	Συμφωνώ Απόλυτα	88	33,8	100,0

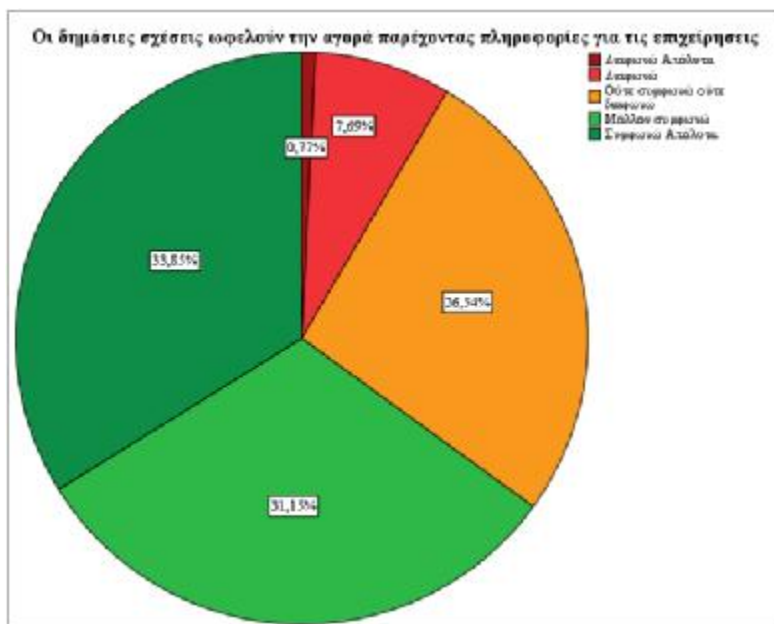
Οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ Απόλυτα	2	,8	,8
	Διαφωνώ	20	7,7	8,5
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	69	26,5	35,0
	Μάλλον συμφωνώ	81	31,2	66,2
	Συμφωνώ Απόλυτα	88	33,8	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας δέκατης έκτης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της δέκατης έκτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) δέκατης έκτης Ερώτησης. Στογράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης έκτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) δέκατης έκτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης έκτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις.

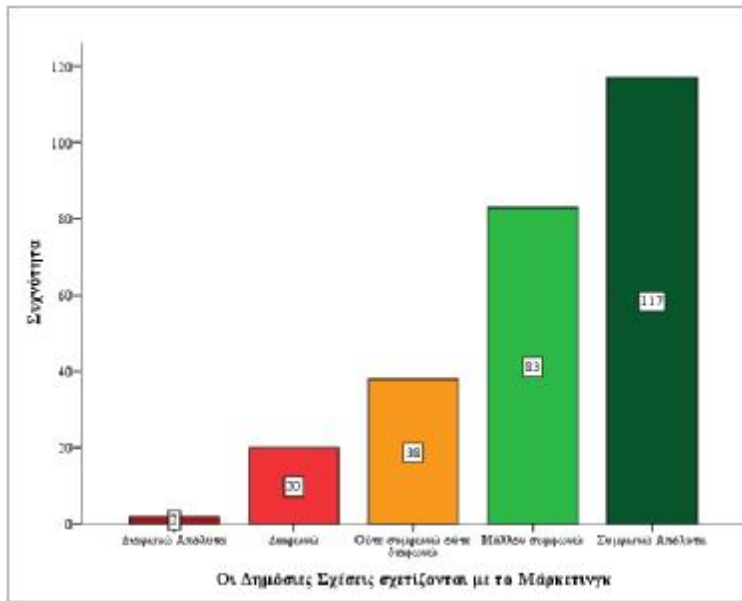
✚ Δέκατη έβδομη Ερώτηση :**Οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις**

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης έβδομης ερώτησης και τα γραφήματα που το συνοδεύουν καθίσταται εμφανές το ότι μόλις 2 άτομα σε ποσοστό 0,8% επί του συνόλου των ερωτηθέντων (260 άτομα) απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με το Μάρκετινγκ, ενώ στην ίδια ερώτηση 20 άτομα σε ποσοστό 7,7% απάντησαν πως διαφωνούν. Στη συνέχεια 38 άτομα σε ποσοστό 14,6% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με το Μάρκετινγκ, 83 άτομα σε ποσοστό 31,9% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με το Μάρκετινγκ, τέλος στην ίδια ερώτηση 117 άτομα σε ποσοστό 45% απάντησαν πως συμφωνούν απόλυτα.

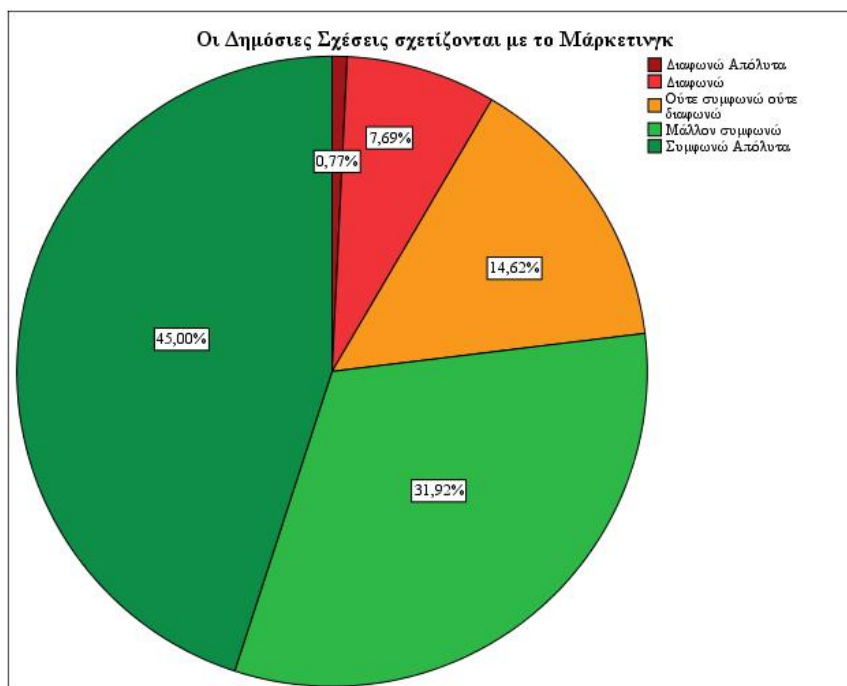
Οι Δημόσιες Σχέσεις σχετίζονται με το Μάρκετινγκ

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαφωνώ Απόλυτα	2	,8	,8
	Διαφωνώ	20	7,7	8,5
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	38	14,6	23,1
	Μάλλον συμφωνώ	83	31,9	55,0
	Συμφωνώ Απόλυτα	117	45,0	100,0
	Total	260	100,0	

Πίνακας δέκατης έκτης Ερώτησης. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα στατιστικά στοιχεία της δέκατης έκτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με το Μάρκετινγκ από αριστερά εμφανίζονται η συχνότητα κάθε απάντησης, το ποσοστό της και τέλος το αθροιστικό ποσοστό τους.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) δέκατης έκτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης έκτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με το Μάρκετινγκ.



Γράφημα τύπου πίτας (Pie Chart) δέκατης έκτης Ερώτησης. Στο γράφημα που ακολουθεί φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης της δέκατης έκτης ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με το Μάρκετινγκ.

Συνένωση πινάκων

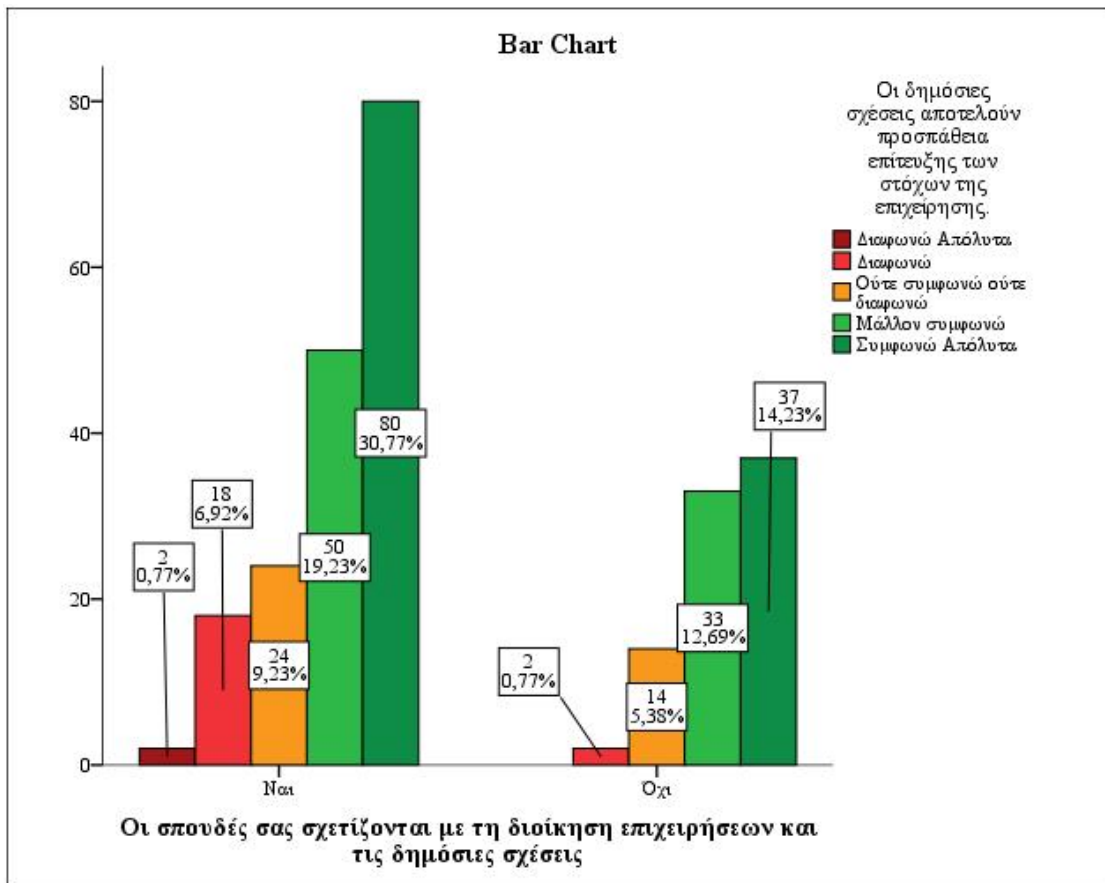
Πρώτο Crosstabulation

Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης φαίνεται ότι 2 άτομα σε ποσοστό 0,77% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 18 άτομα σε ποσοστό 6,92% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν, 24 άτομα σε ποσοστό 9,23% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης, 50 άτομα σε ποσοστό 19,23% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 80 άτομα σε ποσοστό 30,77% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα. Την ίδια στιγμή 2 άτομα σε ποσοστό 0,77% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 14 άτομα σε ποσοστό 5,38% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 33 άτομα σε ποσοστό 12,69% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 37 άτομα σε ποσοστό 14,23% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα.

Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις & Οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης.

	Οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης.					Total	
	Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα		
Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις	Να	2	18	24	50	80	174
	Όχι	0	2	14	33	37	86
Total		2	20	38	83	117	260

Πίνακας του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης.

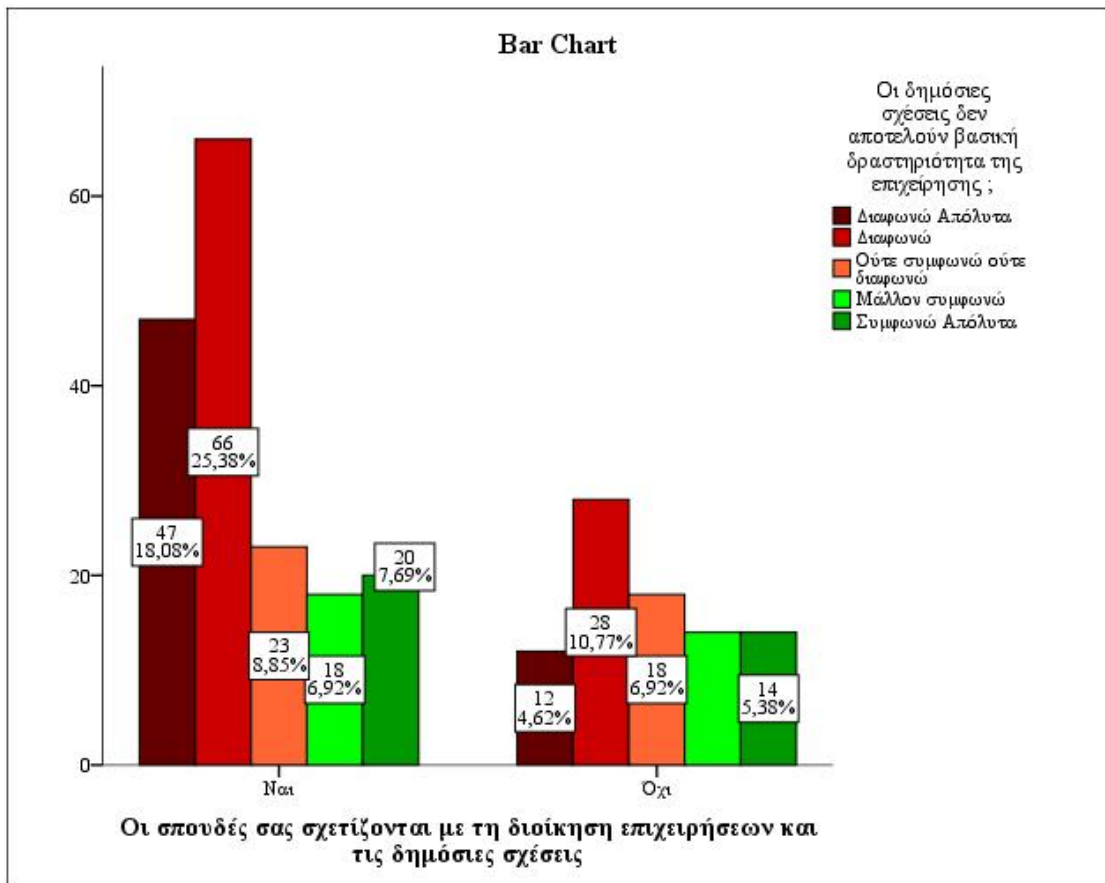
Δεύτερο Crosstabulation

Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης φαίνεται ότι 47 άτομα σε ποσοστό 18,08% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 66 άτομα σε ποσοστό 25,38% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν, 23 άτομα σε ποσοστό 8,85% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης, 18 άτομα σε ποσοστό 6,92% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 20 άτομα σε ποσοστό 7,69% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα. Την ίδια στιγμή 12 άτομα σε ποσοστό 4,62% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 28 άτομα σε ποσοστό 10,77% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν, 18 άτομα σε ποσοστό 6,92% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης, 14 άτομα σε ποσοστό 5,38% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 14 άτομα σε ποσοστό 5,38% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα.

Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις & Οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης

		Οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης ;					
		Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα	Total
Οι σπουδές σας	Να	47	66	23	18	20	174
σχετίζονται με τη	Όχι	12	28	18	14	14	86
διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις							
Total		59	94	41	32	34	260

Πίνακας του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης.

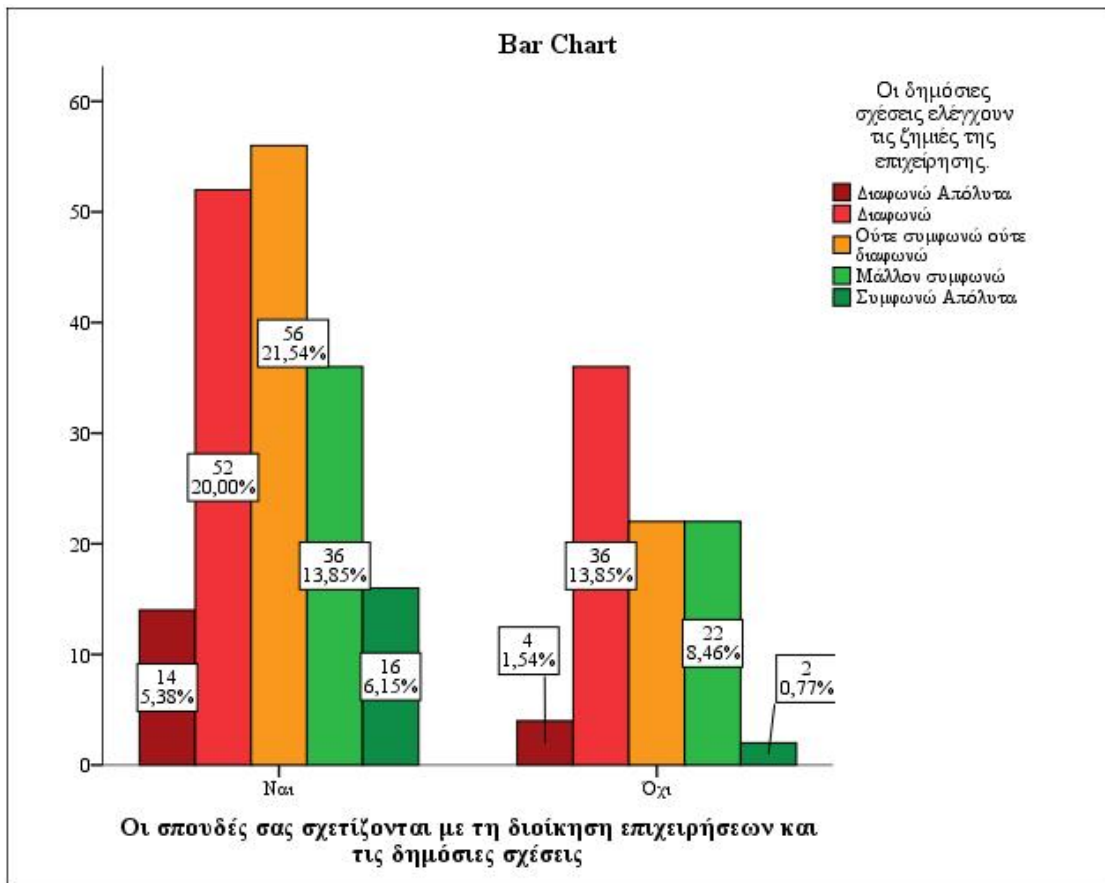
Τρίτο Crosstabulation

Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης φαίνεται ότι 14 άτομα σε ποσοστό 5,38% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 52 άτομα σε ποσοστό 20,00% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν, 56 άτομα σε ποσοστό 21,54% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης, 36 άτομα σε ποσοστό 13,85% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 16 άτομα σε ποσοστό 6,15% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα. Την ίδια στιγμή μόλις 4 άτομα σε ποσοστό 1,54% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 36 άτομα σε ποσοστό 13,85% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν, 22 άτομα σε ποσοστό 8,46% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης, 22 άτομα σε ποσοστό 8,46% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα μόλις 2 άτομα σε ποσοστό 0,77% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα.

Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις & Οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης.

	Οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης.					Total
	Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα	
Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις	Ναι 14	Όχι 52	14	36	16	174
	4	36	22	22	2	86
Total	18	88	78	58	18	260

Πίνακας του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης.

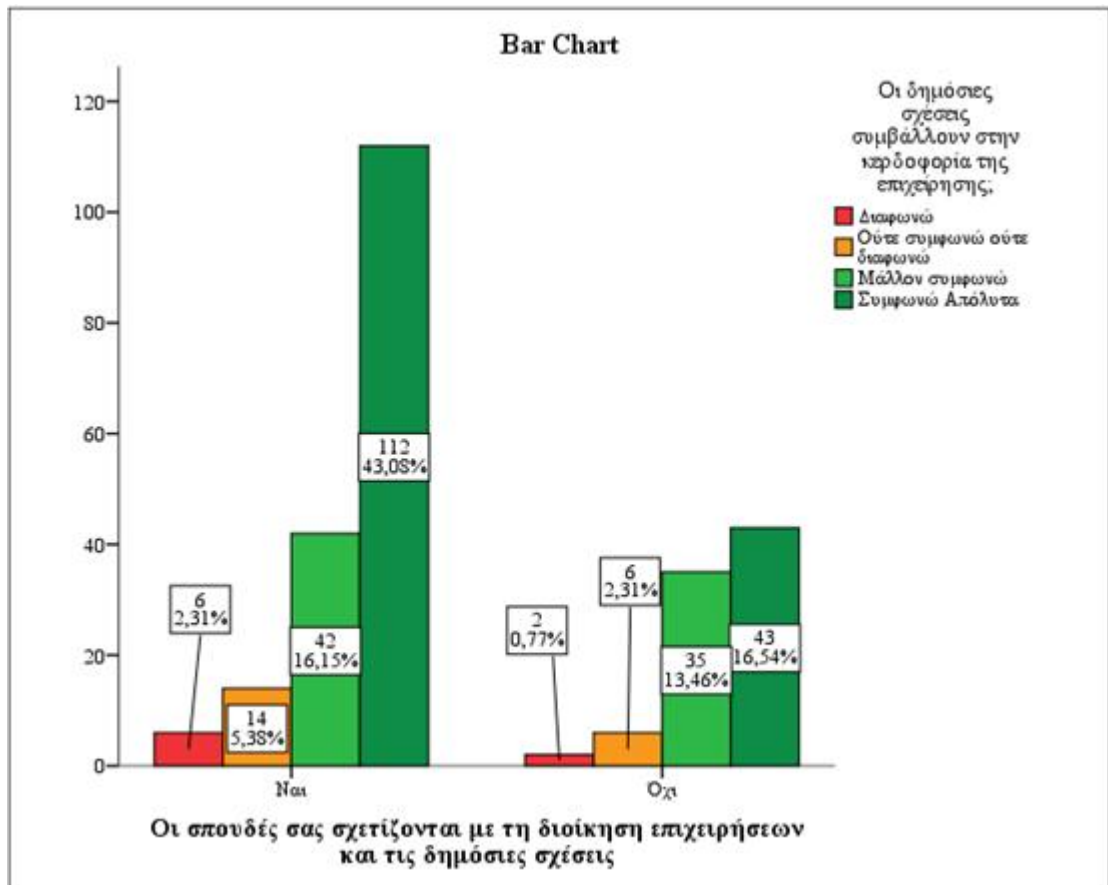
Τέταρτο Crosstabulation

Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης φαίνεται ότι μόλις 6 άτομα σε ποσοστό 2,31% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 14 άτομα σε ποσοστό 5,38% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 42 άτομα σε ποσοστό 16,15% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης. ενώ στο ίδιο ερώτημα 112 άτομα σε ποσοστό 43,08% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα. Την ίδια στιγμή μόλις 2 άτομα σε ποσοστό 0,77% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 6 άτομα σε ποσοστό 2,31% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 35 άτομα σε ποσοστό 13,46% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης. ενώ στο ίδιο ερώτημα 43 άτομα σε ποσοστό 16,54% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα.

Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις & Οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης;

	Οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης;				Total	
	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα		
Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις	Ναι 6	Όχι 14	6	42	112	174
	2	6	35	43	86	
Total	8	20	77	155	260	

Πίνακας του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης.

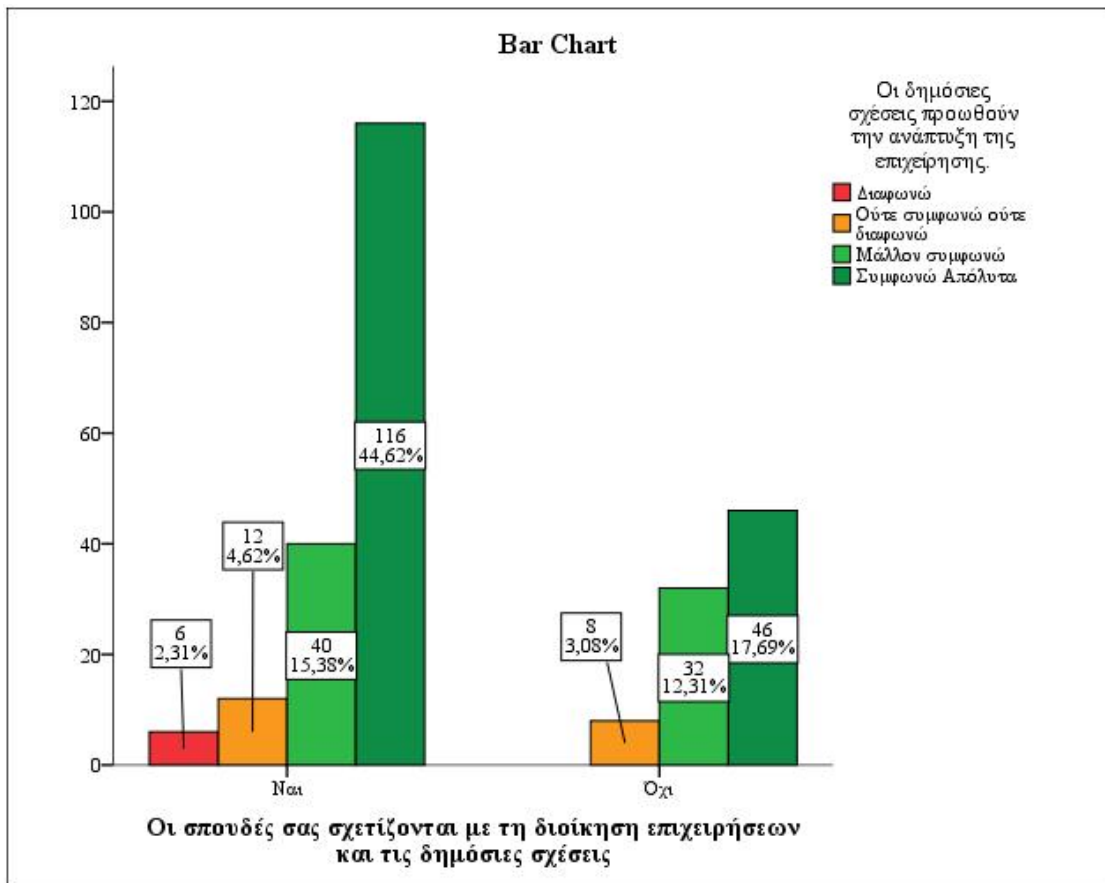
Πέμπτο Crosstabulation

Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης φαίνεται ότι μόλις 6 άτομα σε ποσοστό 2,31% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 12 άτομα σε ποσοστό 4,62% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 40 άτομα σε ποσοστό 15,38% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 116 άτομα σε ποσοστό 44,62% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα. Την ίδια στιγμή 8 άτομα σε ποσοστό 3,08% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 32 άτομα σε ποσοστό 12,31% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν, τέλος 46 άτομα σε ποσοστό 17,69% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις & Οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης.

	Οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης.				Total	
	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα		
Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις	Ναι	6	12	40	116	174
	Όχι	0	8	32	46	86
Total		6	20	72	162	260

Πίνακας του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Έκτο Crosstabulation

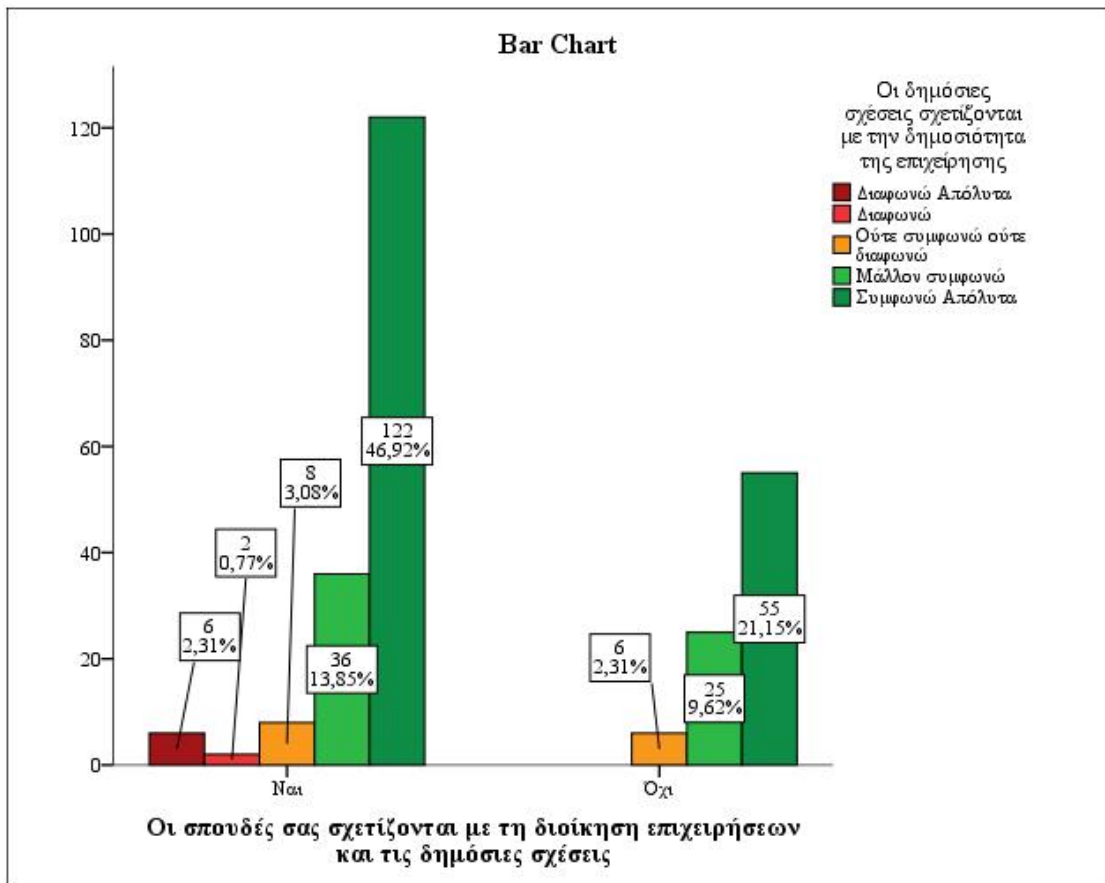
Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης φαίνεται ότι 6 άτομα σε ποσοστό 2,31% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 2 άτομα σε ποσοστό 0,77% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν, 8 άτομα σε ποσοστό 3,08% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 36 άτομα σε ποσοστό 13,85% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν. 122 άτομα σε ποσοστό 46,92% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης. Την ίδια στιγμή 6 άτομα σε ποσοστό 2,31% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης, ενώ στο ίδιο ερώτημα 25 άτομα σε ποσοστό 9,62% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν, τέλος 55 άτομα σε ποσοστό 21,15% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης.

Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις * Οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης Crosstabulation

Count

	Οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης					Total
	Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα	
Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις	6	2	8	36	122	174
Ναι	0	0	6	25	55	86
Όχι						
Total	6	2	14	61	177	260

Πίνακας του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης.



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης.

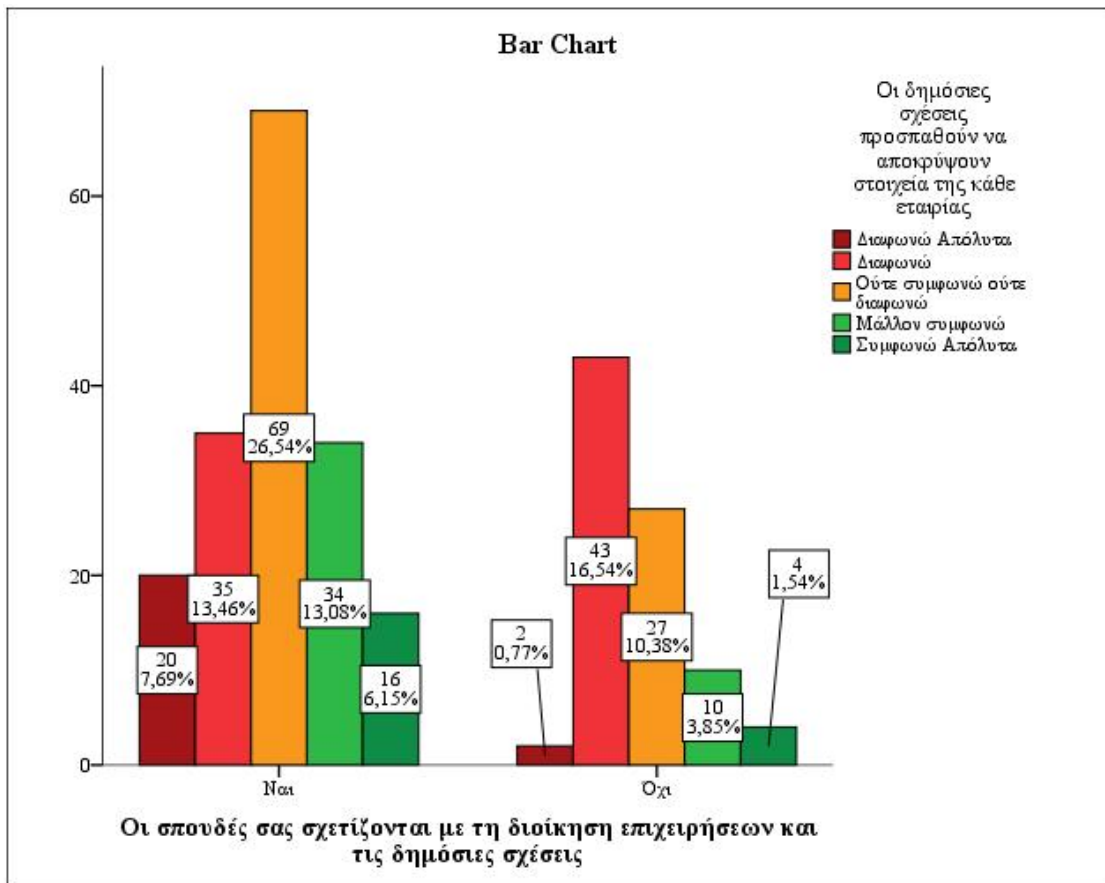
Έβδομο Crosstabulation

Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας φαίνεται ότι 20 άτομα σε ποσοστό 7,69% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας, ενώ στο ίδιο ερώτημα 35 άτομα σε ποσοστό 13,46% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν, 69 άτομα σε ποσοστό 26,54% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας, ενώ στο ίδιο ερώτημα 34 άτομα σε ποσοστό 13,08% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν, 16 άτομα σε ποσοστό 6,15% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας. Την ίδια στιγμή 2 άτομα σε ποσοστό 0,77% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας, ενώ στο ίδιο ερώτημα 43 άτομα σε ποσοστό 16,54% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν, 27 άτομα σε ποσοστό 10,38% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας, ενώ στο ίδιο ερώτημα 10 άτομα σε ποσοστό 3,85% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν, τέλος 4 άτομα σε ποσοστό 1,54% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας.

Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις & Οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας

	Οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας					Total
	Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα	
Οι σπουδές σας Na	20	35	69	34	16	174
σχετίζονται με τη i						
διοίκηση επιχειρήσεων Όχι	2	43	27	10	4	86
και τις δημόσιες						
σχέσεις						
Total	22	78	96	44	20	260

Πίνακας του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας.



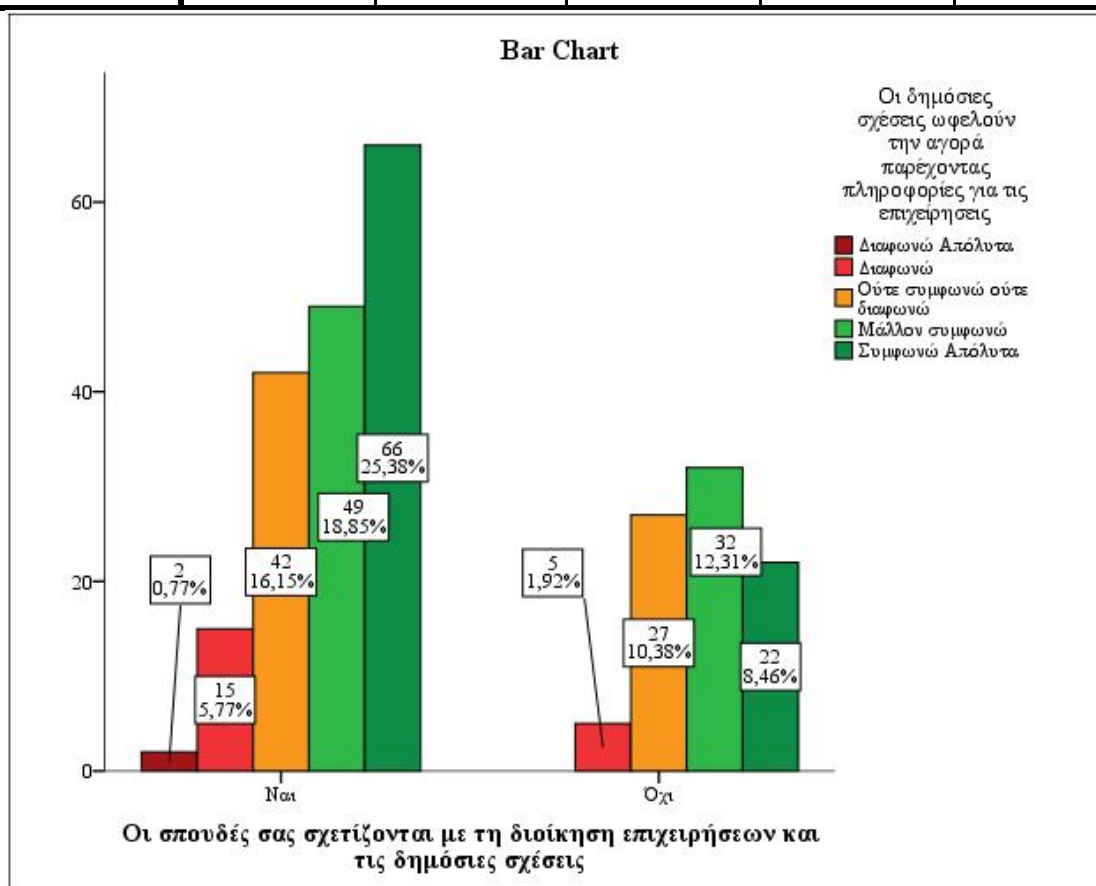
Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας.

Όγδοο Crosstabulation

Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις φαίνεται ότι μόλις 2 άτομα σε ποσοστό 0,77% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις, ενώ στο ίδιο ερώτημα 15 άτομα σε ποσοστό 5,77% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν, 42 άτομα σε ποσοστό 16,15% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις, ενώ στο ίδιο ερώτημα 49 άτομα σε ποσοστό 18,85% των οποίων επίσης οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν, 66 άτομα σε ποσοστό 25,38% των οποίων οι σπουδές σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις. Την ίδια στιγμή 5 άτομα σε ποσοστό 1,92% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις, ενώ στο ίδιο ερώτημα 27 άτομα σε ποσοστό 10,38% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 32 άτομα σε ποσοστό 12,31% των οποίων οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις μάλλον συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις, ενώ στο ίδιο ερώτημα 22 άτομα σε ποσοστό 8,46% των οποίων επίσης οι σπουδές δεν σχετίζονται με τις δημόσιες σχέσεις συμφωνούν απόλυτα.

Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις & Οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις

		Οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις					
		Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα	Total
Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις	Ναι	2	15	42	49	66	174
	Όχι	0	5	27	32	22	86
Total		2	20	69	81	88	260



Γράφημα τύπου Ραβδογράμματος (BarChart) του Crosstabulation της ερώτησης που διερευνά το εάν οι σπουδές των ερωτηθέντων σχετίζονται με τις δημόσιες

σχέσεις και της ερώτησης που διερευνά το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις.

ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟ ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΣΤΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Ο τομέας των δημοσίων σχέσεων ήταν από τα πρώτα τμήματα των επιχειρήσεων που δέχτηκαν πληγή από την οικονομική κρίση. Λόγω των μέτρων λιτότητας, δεδομένου ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση ξεκίνησε το 2008, το κόστος του εργατικού δυναμικού έχει αποτελέσει πηγή ταχείας εξοικονόμησης στις περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι επιλεγμένες χώρες, η Ελλάδα, η Πορτογαλία και η Κύπρος, δείχνουν ομοιότητες όσον αφορά τα συστήματα συντεχνιακές της κοινωνικής προστασίας των εργαζομένων μέσω ενός ολοκληρωμένου μηχανισμού κοινωνικής πρόνοιας που είχαν θεσμοθετήσει.

Με βάση την ανάλυση των εγγράφων των μνημονίων που συμφωνήθηκαν με την Τρόικα, τα αποτελέσματά μας αποκαλύπτουν σε μεγάλο βαθμό τη δημιουργία πολιτικών απασχόλησης πλήρως επηρεασμένων από την οικονομική κρίση με τις συλλογικές συμβάσεις εργασίας να μορφοποιούνται και τους εργαζομένους να χάνουν μεγάλο μέρος των δικαιωμάτων τους.

Η Ελλάδα επιδιώκει να επιτύχει συγκράτηση του κόστους περιορίζοντας τις εξουσίες λήψης αποφάσεων των επαγγελματιών. Η λύση στην τρέχουσα κρίση από την μεριά των εργαζομένων είναι η καινοτομία τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στο εργατικό δυναμικό. Κατά συνέπεια, υπάρχει ανάγκη για την ανάπτυξη της πολιτικής για τη χρήση ανθρώπινων πόρων πιο αποτελεσματική σε όλες τις εκφάνσεις της εργασίας (D'Aprile, 2015).

Οι δαπάνες του εργατικού δυναμικού αντιπροσωπεύουν το μεγάλο μερίδιο των δαπανών για τις επιχειρήσεις και αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό μέρος του κόστους λειτουργίας, και ως εκ τούτου οι επιχειρήσεις έχουν ένα κοινό στόχο για την ταχεία εξοικονόμηση τους. Ωστόσο, η ανάγκη για πιο εξειδικευμένους επαγγελματίες με νέες ικανότητες δημιουργεί ανάγκη για ολοκληρωμένες απαντήσεις πολιτικής για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης, της γήρανσης των επαγγελματιών και αυξημένη κινητικότητα τους στο εσωτερικό των χωρών (αγροτική / αστική) και μεταξύ των τομέων (δημόσιου / ιδιωτικού).

Σύμφωνα με τη δήλωση Ρεσίφε (Campbell et.al, 2013) όπου τόνισε πρόσφατα την ανάγκη για εθνικές πολιτικές για τη βελτίωση της διαθεσιμότητας, της προσβασιμότητας, της αποδοχής και της ποιότητας του εργατικού δυναμικού, προκειμένου να σημειωθεί πρόοδος προς την καθολική κάλυψη του επιχειρείν. Οι αναμενόμενες θετικές επιπτώσεις είναι πολυδιάστατες και περιλαμβάνουν μια πιο αποτελεσματική χρήση των οικονομικών πόρων και καλύτερα προσαρμοσμένη παροχή εμπορευμάτων και υπηρεσιών για να καλύψουν τη ζήτηση.

Η ανάγκη μεταρρύθμισης των συμβάσεων του εργατικού δυναμικού ορίστηκε ως προτεραιότητα, πράγμα που σήμαινε την αντιμετώπιση των ανεπαρκειών όπως το υπερβολικό διοικητικό κόστος, τη χαμηλή ικανότητα διαπραγμάτευσης και απουσία ελέγχου σχετικά με την αξιοποίηση των οικονομικών πόρων (Hanáková, 2012). Οι κύριες μεταρρυθμίσεις του εργατικού δυναμικού που προβλέπεται περιλαμβάνονται γενικές περικοπές μισθών και μεγαλύτερο έλεγχο σχετικά με την ελευθερία λήψης αποφάσεων των επαγγελματιών (Katou, 2015).

Παρά το γεγονός ότι οι μισθοί ήταν από τους χαμηλότερους στην Ευρωπαϊκή Ένωση πριν από την κρίση, μειώνονται κατά 25% σε μέσο όρο για όλες τις βαθμίδες των εργαζομένων. Παρά το γεγονός ότι οι αλλαγές αυτές είχαν επιτευχθεί σε μεγάλο βαθμό, πρόσθετες μεταρρυθμίσεις βρίσκονται ακόμη υπό διαπραγμάτευση. Η διαμόρφωση ενός σχεδίου ανθρώπινων πόρων, μέτρα τη διευκόλυνση της κινητικότητας των εργαζομένων και ένα σύστημα παραπομπής που δύναται να υπάρξει θεωρούνται ως δυνητικά, και συμβάλλουν στη βελτίωση της προσβασιμότητας των επιχειρηματιών στην αξιολόγηση του προσωπικού.

Σύμφωνα με τα μέτρα λιτότητας που ανακοινώθηκαν πολλοί επαγγελματίες αποφάσισαν να αποσυρθούν, στρεβλώνοντας έτσι τα επίπεδα στελέχωσης. Συμβάσεις για το έκτακτο προσωπικό δεν ανανεώθηκαν και η αντικατάσταση των συνταξιοδοτούμενων υπαλλήλων ήταν περιορισμένη. Αυτό τόνωσε τη μετανάστευση πολλών νέων, κυρίως σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ).

Με βάση τις μεταρρυθμίσεις στο εργατικό δυναμικό τα αποτελέσματα είναι οι περικοπές των μισθών, η μείωση του προσωπικού και το διευρυμένο ωράριο. Οι παρεμβάσεις δεν οδήγησαν σε εξισορρόπηση για τη διανομή των εργαζομένων ή για τη μεταρρύθμιση της εκπαίδευσης και της κατάρτισης τους. Παρά τη συναίνεση ότι η ανάπτυξη του εργατικού δυναμικού είναι το κλειδί για τη διατήρηση και την επιτάχυνση της προόδου προς την κατεύθυνση της καθολικής ανάπτυξης της οικονομίας η Ελλάδα δεν έχει κινηθεί προς την κατεύθυνση της υλοποίησης των

συνολικών μεταρρυθμίσεων για την καλύτερη χρήση των ανθρώπινων πόρων (Roór et.al, 2012).

Ο οξύτατος ανταγωνισμός, που οδηγεί σε ριζική αναδιοργάνωση των επιχειρήσεων, δεν αφήνει ανεπηρέαστες τις σχέσεις απασχόλησης και τους όρους εργασίας. Λόγω αυτών των εξελίξεων η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού υφίσταται τις μεγαλύτερες αλλαγές στην ιστορία της. Θα μπορούσε κάποιος να υποστηρίξει ότι στο έργο των υπευθύνων για το προσωπικό μιας οργάνωσης συντελείται μία σταδιακή μετατόπιση.

Η πολιτική για την ανάπτυξη και διατήρηση του εργατικού δυναμικού στην Ελλάδα όπου ανταποκρίθηκε στην πολιτική λιτότητας ακολούθησε μια έλλειψη παρακολούθησης και αξιολόγησης των επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης σε σχέση με το εργατικό δυναμικό της χώρας και δεν υπήρχε καμία απόδειξη της ουσιαστικής καινοτομίας στην πολιτική του εργατικού δυναμικού. Ως εκ τούτου, υπάρχουν διαφορές στον τρόπο με τον οποίο οι χώρες ανταποκρίνονται στις πολιτικές λιτότητας και οικονομικών περιορισμών (Cesário et.al. 2012).

Μεταρρυθμίσεις που στοχεύουν στη μείωση των δημόσιων και ιδιωτικών δαπανών και παράλληλα με τη δημιουργία προϋποθέσεων για την πλήρη εφαρμογή ενός ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης εργατικού δυναμικού χρηματοδοτούνται από την ευρωπαϊκή ένωση τα επόμενα χρόνια. Η βελτίωση της διαθεσιμότητας των υπηρεσιών με την ενθάρρυνση της κινητικότητας των εργαζομένων και την επέκταση των ωρών εργασίας δεν θα είναι ένα βασικό ζήτημα σε συνδυασμό με μέτρα ενεργειακής απόδοσης, αξιολόγησης βάσει απόδοσης για τις προαγωγές και καλύτερες συνθήκες εργασίας. Σημαντικό παράγοντα για την κινητικότητα και την εργασία παρουσιάζουν το μέλλον της φορολογίας των συνταξιοδοτικών παροχών και κατάργηση της μονιμοποίησης (Lee et.al, 2013).

Εν ολίγοις, υπάρχει ανάγκη για την αναπτυξιακή πολιτικής των επιχειρήσεων προκειμένου να χρησιμοποιήσει τους ανθρώπινους πόρους πιο αποτελεσματικά. Αν και είναι θεμιτό να επιδιώξει την ταχεία εξοικονόμηση μέσω μέτρων όπως η μείωση των μισθών ή νέους όρους συνταξιοδότησης, είναι επιτακτική ανάγκη να αξιολογήσει τις πιθανές επιπτώσεις τους στην πρόσληψη και τη διατήρηση των εργαζομένων, καθώς και για την ποιότητα και την αποτελεσματικότητα των υπηρεσιών. Ανάπτυξη, σχεδιασμός και διαχείριση του εργατικού δυναμικού θα πρέπει, επομένως, να αποτελέσει στόχο προτεραιότητας για την πολιτική εργασίας.

Στο χώρο της εργασίας είναι πολύ σημαντική για τον εργαζόμενο να αισθάνεται

παρακίνηση προς αυτή την κατεύθυνση θα πρέπει να πρέπει :

Ø Να πιστεύει ότι αν καταβάλλει προσπάθεια θα είναι αποδοτικός (προσδοκία απόδοσης).

Ø Να περιμένει ότι αν είναι αποδοτικός θα ανταμειφθεί (προσδοκία ανταμοιβής).

Ø Να επιθυμεί την προσφερόμενη ανταμοιβή (Havlíček et.al.2014).

Οι Latham και Locke μετά και από εμπειρική έρευνα, διατύπωσαν μια θεωρία για τη σχέση μεταξύ στόχων και απόδοσης, τα κυριότερα σημεία της οποίας είναι τα εξής :

Ø Οι δύσκολοι στόχοι οδηγούν σε υψηλότερη απόδοση από ότι οι εύκολοι στόχοι.

Ø Η απόδοση είναι υψηλότερη όταν υπάρχουν συγκεκριμένοι και δύσκολοι στόχοι παρά όταν δεν έχει οριστεί κανένας στόχος ή όταν ο στόχος είναι γενικός και αόριστος.

Ø Οι μηχανισμοί μέσω των οποίων οι στόχοι επηρεάζουν την απόδοση είναι:

§ στρέφουν την προσοχή και την πράξη προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση.

§ ενεργοποιούν την προσπάθεια.

§ αυξάνουν την επιμονή.

§ προκαλούν την αναζήτηση της στρατηγικής που θα οδηγήσει σε υψηλότερη απόδοση.

Ø Η στοχοθεσία πρέπει να συνδυάζεται με την ανατροφοδότηση, δηλαδή την παροχή έγκαιρης πληροφόρησης για το βαθμό επιτυχίας στην κάλυψη των στόχων.

Ø Η αποδοχή των στόχων αποτελεί προϋπόθεση για τη βελτίωση της απόδοσης.

Ø Η αποδοχή των στόχων δε φαίνεται να επηρεάζεται από τη συμμετοχή στη διαδικασία καθορισμού τους, αλλά επηρεάζεται από παράγοντες όπως είναι η προσδοκία επίτευξης των στόχων και η αξία των στόχων.

Ø Η χρηματική αμοιβή μπορεί να επηρεάσει τη στοχοθεσία με διάφορους

τρόπους: μπορεί να ενθαρρύνει τον αυθόρμητο ορισμό στόχων, μπορεί να οδηγήσει στον ορισμό στόχων υψηλότερων από αυτούς που είχαν τεθεί αν δεν υπήρχε η αμοιβή και, ακόμη, μπορεί να οδηγήσει σε πληρέστερη αποδοχή των στόχων .

∅ Η αποτελεσματικότητα της στοχοθεσίας δεν συνδέεται κατά σταθερό και νόμιμο τρόπο με τις ατομικές διαφορές, ιδίως όταν οι στόχοι είναι δεδομένοι και δεν τίθενται από τον ίδιο τον εργαζόμενο.

Τέλος η προσέλκυση των εργαζομένων αποτελεί ένα εξαιρετικό μέσο διαχείρισης. Απαραίτητες προϋποθέσεις για μια αποτελεσματική διαδικασία προσέλκυσης είναι:

- ∅ γνώση των απαιτήσεων σε ανθρώπινο δυναμικό.
- ∅ γνώση της εξέλιξης των προαγωγών μέσα στον οργανισμό.
- ∅ πρόβλεψη των μελλοντικών αλλαγών βάσει της πείρας του παρελθόντος και των προσδοκιών για το μέλλον.
- ∅ γνώση του τύπου ανθρώπου που φαίνεται να ταιριάζει περισσότερο στη συγκεκριμένη θέση του οργανισμού και των καθηκόντων επακριβώς που αυτός καλείται να αναλάβει.
- ∅ αποφάσεις σχετικά με το αν θα χρησιμοποιηθούν εξωτερικές ή εσωτερικές πηγές προσέλκυσης (McGraw, 2014).

Μια κρίση δεν θα μπορούσε να υποδομήσει στο σύνολό της μια μεγάλη εταιρεία, αλλά η προκύπτουσα νομική ευθύνη και βλάβη της φήμης μπορεί να θέσει σε κίνδυνο την ικανότητα σε πολλές μικρότερες εταιρείες να επιβιώσουν. Πράγματι, δεν είναι ασυνήθιστο για τις μικρές επιχειρήσεις να στερούνται κεφάλαια για να σχεδιάσουν ή να αντιμετωπίσουν την καταιγίδα που μπορεί να φέρει μια κρίση. Ως αποτέλεσμα, οι μικρές εταιρείες βρίσκονται σε αυξημένο κίνδυνο και αυτό έχει σα συνέπεια να χάνουν τη θέση τους πολλοί εργαζόμενοι (Afthonidis et.al. 2014).

Οι Δημόσιες σχέσεις αποτελούν την προγραμματισμένη δράση μιας εταιρείας ή μιας εταιρείας για την θετική αλλαγή της άποψης των τμημάτων κοινού προς αυτήν και το προϊόν ή την υπηρεσία που παρέχει. Η δράση έχει συνέχεια και αναπτύσσει συνθήκες εμπιστοσύνης στις δυο πλευρές. Είναι προφανές ότι οι δημόσιες σχέσεις της επιχείρησης επιδρούν και στη εσωτερική συνοχή της επιχείρησης. Οι εργαζόμενοι, στις επιχειρήσεις όπου λειτουργεί αλληλένδετα η έννοια των δημοσίων

σχέσεων και της διαχείρισης του προσωπικού, φαίνεται πως έχουν καλύτερους όρους εργασίας και αυτό τους δίνει τη δυνατότητα να εργάζονται σε ένα πιο φιλικό περιβάλλον στο οποίο μπορούν να νιώθουν ασφάλεια. Η ασφάλεια που αφορά το χώρο εργασίας καθώς και τις αποδοχές τους αποτελεί κύριο μέλημα των εργαζομένων (Filippidis, et.al, 2014).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Παρατηρώντας τις απαντήσεις των ερωτηθέντων μετά την ανάλυση τους παρατηρήσαμε ορισμένα συμπεράσματα, αρχικά καθίσταται εμφανές το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε ότι συμφωνεί συνολικά με το ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης ενώ περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες απάντησαν πως διαφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης.

Ταυτόχρονα το ¼ των ερωτηθέντων απάντησε πως ούτε συμφωνεί αλλά και πως ούτε διαφωνεί με το ότι στην χώρα μας υπάρχουν αρκετές εταιρίες που καλύπτουν την δράση των δημοσίων σχέσεων αλλά σε σχεδόν ίδιο ποσοστό ήταν και τα άτομα που συμφώνησαν με το προαναφερθέν, η ουδέτερη-θετική συγκέντρωση σε αυτό το ερώτημα επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι το 90% των ερωτηθέντων απάντησε πως συμφωνεί με το ότι είναι απαραίτητο να υπάρχει υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων σε κάθε εταιρία.

Επιπροσθέτως παρατηρήσαμε πως στο δείγμα υπήρχε μια αρνητική στάση κατά κύριο λόγο στο ερώτημα που διερευνούσε το εάν συμφωνούν ή όχι με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης ενώ εν αντιθέσει η στάση του δείγματος στο ερώτημα για το εάν οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης ήταν θετική όπως ήταν και αναμενόμενο αφού ταυτόχρονα σχεδόν το 90% του δείγματος απάντησε θετικά στο ότι οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Εξίσου σημαντικό είναι και το γεγονός πως πάνω από το 90% των ερωτηθέντων τόνισε μέσω της απάντησης τους ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης. Το γεγονός αυτό φαίνεται καθημερινά, στη πλειοψηφία των επιχειρήσεων, οι οποίες αν και σε ορισμένες περιπτώσεις δεν έχουν μεγάλο μέγεθος έχουν αποτελεσματικό τμήμα μάρκετινγκ που τις βοηθά στο να έχουν μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα. Ταυτόχρονα οι ερωτηθέντες κατά κύριο λόγο διαφώνησαν με το ερώτημα που διερευνούσε εάν τα τμήματα δημοσίων σχέσεων των επιχειρήσεων προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία των επιχειρήσεων όμως σε ίδιο

σχεδόν ποσοστό ήταν και τα άτομα που διατήρησαν μια ουδέτερη στάση σε αυτό το ερώτημα.

Επιπροσθέτως το μεγαλύτερο τμήμα του δείγματος απάντησε πως συμφωνεί με το ότι οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις ενώ τα $\frac{3}{4}$ των ερωτηθέντων απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με το Μάρκετινγκ.

Κατά κύριο λόγο όπως παρατηρείται από τα crosstabulation δεν υπάρχει κάποια διαφορά στις απαντήσεις του γενικού συνόλου των ερωτηθέντων και στις απαντήσεις των δύο υποκατηγοριών ανάλογα με τις γνώσεις τους πάνω στις δημόσιες σχέσεις. Μόνο σε μια περίπτωση παρατηρείται πως υπάρχει μια αύξηση των αρνητικών απαντήσεων στο ερώτημα για το εάν τα τμήματα δημοσίων σχέσεων των επιχειρήσεων προσπαθούν να αποκρύψουν τα στοιχεία των επιχειρήσεων, εδώ τα άτομα που δεν είχαν σπουδές που σχετίζονταν με τις δημόσιες σχέσεις απάντησαν σε μεγαλύτερο βαθμό ότι διαφωνούν.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ζαφειρόπουλος Κωνσταντίνος, Πασχαλούδης Δημήτριος., 2004, Έρευνα Marketing, Αθήνα: Γκιούρδας Εκδοτική

J. Campbell, G. Dussault, J. Buchan, F. Pozo-Martin, M. Guerra Arias, C. Leone, (2013) A universal truth: no health without a workforce Forum report, third global forum on Human Resources for Health, Global Health Workforce Alliance and World Health Organization, Recife (2013)

D'Aprile, G., Talò, C. (2015) How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment: a Psychosocial Process Mediated by Organizational Sense of Community, Employee Responsibilities and Rights Journal 27 (4), pp. 241-269

Lysons, K. & Gillingham, M. (2003) Purchasing and Supply Chain Management, 6th Edition, Pearson Education Limited, UK.

Poirer C. & Bauer M. (2001) e-Supply Chain: using the Internet to revolutionize your business, Berrett-Kohler Publisher, Inc.

Παπαβασιλείου, Ν. και Μπάλτας Γ. (2003) Διοίκηση Δικτύων Διανομής και Logistics, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα

Katou, A.A. (2015) The mediating effects of psychological contracts on the relationship between human resource management systems and organisational performance International Journal of Manpower 36 (7), pp. 1012-1033

McGraw, P. (2014) A Review of Human Resource Development Trends and Practices in Australia: Multinationals, Locals, and Responses to Economic Turbulence *Advances in Developing Human Resource*. 16 (1), pp. 92-107

Afthonidis, E.P., Tsiotras (2014) Strategies for business excellence under an economic crisis *Authors of Document, G.D. tTQM Journal* 26 (6), pp. 610-624

Filippidis, K., Anastasiou, S., Mavridis, S., Kostas, S (2014) Economic growth and gender equality (or inequality ?) at work in Greece and neighbouring Balkan Countries . *Vision 2020: Sustainable Growth, Economic Development, and Global Competitiveness - Proceedings of the 23rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2014* 1, pp. 1048-1057

Havlíček, K., Schlossberger, O. (2014) New trends of management of European SMEs: The M-C model *European Research Studies Journal* 16 (4), pp. 43-56

Lee, S., Sanders, R.M. (2013) Fridays Are Furlough Days: The Impact of Furlough Policy and Strategies for Human Resource Management During a Severe Economic Recession *Review of Public Personnel Administration* 33 (3), pp. 299-311

Cesário, F.S., Gestoso, C.G., Peregrín, F.M.M (2012) Work contracts, commitment and job satisfaction: Moderated by employability | [Contrato de trabajo, compromiso y satisfacción: Moderación de la empleabilidad] . *RAE Revista de Administracao de Empresas*, 52 (3), pp. 345-359

Poór, J., Kosár, S., Fodor, P., Csiba, Z., Huszárík, E. (2012) The impact of the crisis and recovery on HR and knowledge management in focus - A Hungarian-Slovakian comparison 2009 *Periodica Polytechnica, Social and Management Sciences*, 20 (1), pp. 29-44

Hanáková, L. (2012) Options available for dismissal by managers (executives) in the Czech Republic, including various means of handling unsatisfactory results from

work-not only during an economic crisis Innovation and Sustainable Competitive Advantage: From Regional Development to World Economies - Proceedings of the 18th International Business Information Management Association Conference 1, pp. 335-340

Π. Αγγελοπούλου & Ι. Βασιλικού “Οι Δημόσιες Σχέσεις σε Δημόσιες Επιχειρήσεις και Οργανισμούς στην Ελλάδα”, Επιβλ.Καθηγήτρια Μ. Αλεξοπούλου, ΑΤΕΙ Μεσολογγίου, ΣΔΟ, Τμήμα Συνεταιριστικών Οργανώσεων και Εκμεταλλεύσεων, Μεσολόγγι, 2005

http://repository.library.teimes.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1835/dikseo_0832.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Δ. Συνδικιώτου & Ε. Μπάλλα “Οικογενειακή Επιχείρηση με επαγγελματικό management” Επιβλ. Καθηγητής, κ. Παπαιωάννου, ΑΤΕΙ Καβάλας, ΣΔΟ, Τμήμα Διαχείρισης Πληροφοριών, Καβάλα, 2007

<http://digilib.teiimt.gr/jspui/bitstream/123456789/3314/1/022007x03x306.pdf>

Π. Τρικήδης “ Δημόσιες Σχέσεις στην Σύγχρονη επιχείρηση”, Επιβλ. Καθηγητής Ε. Δημητριάδης, ΑΤΕΙ Καβάλας, ΣΔΟ, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Καβάλα 2010

<http://83.212.168.57/jspui/bitstream/123456789/227/1/022010143.pdf>

Δ.Χ. Καραγκούνη “ Διαχείριση κρίσεων στον τουριστικό τομέα και η χρήση των δημοσίων σχέσεων” Επιβλ. Καθηγητής Ε. Χρήστου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Σχολή Επιστημών της Διοίκησης, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Χίου, Χίος, 2008

<http://hellanicus.lib.aegean.gr/bitstream/handle/11610/13485/file0.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Μ. Σταντσίδου “ Οι σύμβουλοι των δημοσίων σχέσεων” Επιβλ. Καθηγήτρια Α. Παπαιωάννου, ΑΤΕΙ Καβάλας, ΣΔΟ Τμήμα Λογιστικής, 2000

<http://digilib.teiimt.gr/jspui/bitstream/123456789/5577/1/SDO1532000.pdf>

Χ. Γεωργιάδη, “ Ο τομέας των δημοσίων σχέσεων στις επιχειρήσεις” Επιβλ. Καθηγητής Χ. Ρίγγας , ΑΤΕΙ Κρήτης, ΣΔΟ, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, Ηράκλειο, 2011

<https://apothesis.lib.teicrete.gr/bitstream/handle/11713/7268/Dimopoulou2008.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Έρευνα: δημόσιες σχέσεις

* Απαιτείται

ΦΥΛΟ *

- ΑΝΔΡΑΣ
- ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ *

- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 50 και άνω

Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Υποχρεωτική Εκπαίδευση
- ΑΕΙ-ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακός
- Διδακτορικός

Οι σπουδές σας σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων και τις δημόσιες σχέσεις *

- Ναι
- Όχι

Χρόνια ενασχόλησης με τις επιχειρήσεις *

- ΈΩΣ 5
- ΑΠΟ 5 ΕΩΣ 10
- 10 ΕΩΣ 20
- 20 ΚΑΙ ΑΝΩ

Είδος της επιχείρησής σας *

- πρωτογενούς παραγωγής.
- παραγωγής ή μεταποίησης ή μετασχηματισμού. Στη κατηγορία αυτή εντάσσονται όλες οι Βιομηχανίες και Βιοτεχνίες.
- γενικού εμπορίου / εμπορική
- ασφαλιστική
- παροχής υπηρεσιών
- τραπεζική επιχείρηση
- επιχείρηση μεταφορών,

Οι Δημόσιες Σχέσεις σχετίζονται με το Μάρκετινγκ *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

Οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν προσπάθεια επίτευξης των στόχων της επιχείρησης. *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ

- Συμφωνώ Απόλυτα

Οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν βασική δραστηριότητα της επιχείρησης ; *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

Στην χώρα μας υπάρχουν αρκετές εταιρίες που καλύπτουν την δράση των Δημοσίων Σχέσεων; *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

Είναι απαραίτητο να υπάρχει υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων σε κάθε εταιρία *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

Οι δημόσιες σχέσεις ελέγχουν τις ζημιές της επιχείρησης. *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

Οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν στην κερδοφορία της επιχείρησης; *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

Οι δημόσιες σχέσεις προωθούν την ανάπτυξη της επιχείρησης. *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

Οι δημόσιες σχέσεις σχετίζονται με την δημοσιότητα της επιχείρησης *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

Οι δημόσιες σχέσεις προσπαθούν να αποκρύψουν στοιχεία της κάθε εταιρίας *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ

- Συμφωνώ Απόλυτα

Οι δημόσιες σχέσεις ωφελούν την αγορά παρέχοντας πληροφορίες για τις επιχειρήσεις *

- Διαφωνώ Απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

Υποβολή