

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΘΕΜΑ:

The effects of emotional intelligent management in information technology

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΘΕΜΑΤΟΣ:

-Η μελέτη της επίπτωσης της συναισθηματικής νοημοσύνης στη χρησιμοποιούμενη τεχνολογία των επιχειρήσεων τεσσάρων κλάδων που συνεισφέρουν το μέγιστο στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν στην Ελλάδα-

ΠΡΩΤΗ ΕΠΙΣΗΜΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ:14/2/2021

ΤΕΛΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΜΕ ΠΡΟΤΑΘΕΙΣΕΣ ΔΙΟΡΘΩΣΕΙΣ:16/03/2021

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΦΟΙΤΗΤΗ:

ΚΟΥΤΣΟΥΡΟΥΠΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

0819M009

ΥΠΟΤΡΟΦΟΣ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ ΚΑΡΕΛΙΑ ΑΚΑΔ 19-20,20-21

Τριμελής επιτροπή :

1.κος ΘΕΟΔΟΣΙΟΣ ΠΑΛΑΣΚΑΣ,ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ(επιβλέπων)

2.κος ΧΡΥΣΟΣΤΟΜΟΣ ΣΤΟΦΟΡΟΣ,ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

3.κος ΣΤΑΥΡΟΣ ΝΤΕΓΙΑΝΝΑΚΗΣ,ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

*Αφιερώνεται στην οικογένεια μου,
μα κάπως περισσότερο στη μητέρα μου,
στη μνήμη της γιαγιάς μου Ελένης
και στην Πόπη.*

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με το πέρας της παρούσας διπλωματικής, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου, η οποία μου στάθηκε σε όλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος, παρέχοντας μου τη στήριξη, την ηρεμία αλλά και το κουράγιο να ανταπεξέλθω σε ένα διετές μεταπτυχιακό πρόγραμμα παρά τις όποιες αντιξοότητες.

Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω το μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών Εφηρμοσμένων Οικονομικών και Διοίκησης, για την αποδοχή μου στο πρόγραμμα και την κατάταξή μου στην τρίτη θέση αλλά και για την καθοδήγηση και τη γνώση που έλαβα, διδασκόμενος από εξαιρετικό διδακτικό προσωπικό.

Ευχαριστώ θερμά τον επιβλέποντα της διπλωματικής μου κύριο Παλάσκα γιατί μας έδωσε επί δυο συναπτά εξάμηνα την ώθηση να εκφράζουμε αυτό που θέλουμε, χωρίς φόβο. Ευχαριστώ, επίσης τον πρόεδρο του μεταπτυχιακού τμήματος κύριο Στοφόρο, για την ψυχραιμία του απέναντι σε όποιο ζήτημα προέκυψε και για τη θέλησή του να εξοικειωθούμε με μικροοικονομικά εργαλεία, που για πολλούς συμφοιτητές μου και εμένα, ήταν άγνωστα.

Θερμές ευχαριστίες θέλω να εκφράσω στον κύριο Ντεγιαννάκη, ο οποίος μας ενεφύσησε ότι πολλά συμπεράσματα στη ζωή μας επαφίενται όχι μόνο σε αριθμούς, αλλά και στον τρόπο που τους αντιλαμβανόμαστε και τους αναλύουμε. Ευχαριστώ θερμά, τον κύριο Λώλο που μας έφερε σε επαφή με μακροοικονομικά μεγέθη και την πορεία όλου του χρηματοπιστωτικού συστήματος.

Θα ήταν άδικο να παραλείψω την κυρία Κεραμίδου η οποία μέσω των διαλέξεών της προσπάθησε πολύ- και τα κατάφερε-να μας πείσει να δούμε οικονομικές θεωρίες πίσω από τις λέξεις και να οξύνουμε την κριτική μας ικανότητα. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κύριο Richardson, διότι παρά τη δυσκολία του μαθήματος της Εφαρμοσμένης Έρευνας, απέκτησα πολύ μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση για το πώς θα προχωρήσω στη διπλωματική μου.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θα ήθελα να εκφράσω στο Ίδρυμα Γεωργίου και Βικτωρίας Καρέλια το οποίο μου έδωσε την ευκαιρία να συνεχίσω τις σπουδές μου σε μεταπτυχιακό επίπεδο, χρηματοδοτώντας με επί 2 συναπτά έτη. Η μεγαλύτερη δικαίωση για όσους συμφοιτητές μου υποστήριζαν ότι μόνο η προϋπηρεσία μετράει και οι βαθμοί των πτυχίων είναι απλώς αριθμοί. Δεν ήταν, κατά την άποψή τους ξενύχτι, στερήσεις και προσπάθεια για ένα καλύτερο μέλλον με επιλογές. Τιμή μου που

το ίδρυμα Καρέλια, αξιολόγησε θετικά την πορεία μου ως σήμερα, αφήνοντας τον περίγυρό μου να αναρωτιέται μήπως είχα δίκιο τελικά.

Θερμές ευχαριστίες, θα ήθελα να εκφράσω προς τους υποψήφιους διδακτορικούς κα Τσιριμώκου και κύριο Λούντζη οι οποίοι μου έδωσαν βασικές κατευθυντήριες για το πώς θα συντάξω τη διπλωματική μου. Εξετίμησα ιδιαίτερα την προσπάθεια της κυρίας Τσιριμώκου η οποία ήταν πάντα διαθέσιμη για όποια απορία προέκυπτε, ούσα υπότροφος υποψήφια διδάκτωρ full time και όχι στον ελεύθερο χρόνο της.

Θα ήθελα τέλος να αναφερθώ στην ευγένεια με την οποία σχεδόν όλοι οι καθηγητές με αντιμετώπισαν καθ' όλη τη διάρκεια της συνεργασίας μας. Θεωρώ ότι το στοιχείο αυτό αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο για την περαιτέρω ανάπτυξη και εδραίωση του τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής ανάπτυξης. Τους εύχομαι ολόψυχα υγεία, ευτυχία και επιτυχία σε προσωπικό, οικογενειακό και ακαδημαϊκό επίπεδο. _

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγικά	1
1.1.Εισαγωγή	1
1.2.Συναισθηματική νοημοσύνη.....	2
1.3.Συναισθηματική και νοητική νοημοσύνη – διαφορές	3
2. Ορισμός προβλήματος: Αντικρουόμενες απόψεις σχετικά με το πρόσημο της επίδρασης της συναισθηματικής νοημοσύνης στη θέληση για τεχνολογική αλλαγή στον εργασιακό χώρο	5
2.1.Επίδραση ίδιου προσήμου	5
2.2.Επίδραση αντίθετου προσήμου	7
2.3.Σύνοψη ευρημάτων	8
3. Μεθοδολογία έρευνας: Βήματα που ακολουθήθηκαν για τη διατύπωση του ερωτηματολογίου, την πραγματοποίηση της έρευνας και την εξαγωγή συμπερασμάτων	10
4. Εύρεση των κλάδων που προσφέρουν το μέγιστο στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν	15
4.1.Ο αγροτικός τομέας και ο τομέας της αλιείας	17
4.1.1.Γεωργία	17
4.1.2. Αλιεία.....	20
4.2.Η ναυτιλία	22
4.3.Τουρισμός.....	25
5. Ερωτήσεις που διατυπώθηκαν στο ερωτηματολόγιο και η αντιστοίχισή τους στο μοντέλο των Lin et al. (2011)	28
6. Οι επιχειρήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν και επισημάνσεις για το δείγμα.....	32
7. Στατιστική ανάλυση μέσω SPSS και συμπερασματολογία	39
7.1.Περιγραφική στατιστική	40
7.2.Επαγωγική στατιστική και ειδικά συμπεράσματα	54

7.3.Γενικά συμπεράσματα	62
8.Βιβλιογραφία	65
9. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ:ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΚΑΙ ΕΥΡΗΜΑΤΑ.....	69

1. Εισαγωγικά

1.1 Εισαγωγή

Η συνεχής ανακάλυψη και υιοθέτηση νέων θεωριών και τεχνολογιών, έχουν ωθήσει την ανθρώπινη κοινότητα να αναρωτηθεί αν και κατά πόσο κάθε νέα τεχνολογική εξέλιξη έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει τη μοναδικότητά μας, αλλά κυρίως το αντίστροφο: Κατά πόσο η προσωπικότητά έχει τη δυνατότητα να προσαρμοστεί σε μια τεχνολογική εξέλιξη (προάγοντας την ή αποτελώντας τροχοπέδη για την περαιτέρω ανάπτυξη και εφαρμογή της).

Στην παρούσα εργασία, διενεργείται προσπάθεια για να απαντηθεί το ερώτημα **εάν και σε ποιο βαθμό** η συναισθηματική νοημοσύνη επηρεάζει την προσαρμογή σε κάθε τεχνολογική εξέλιξη στον εργασιακό χώρο, τομέα στον οποίο ο άνθρωπος δαπανά άνω του 1/3 του βίου του.

Αρχικά, παρατίθενται οι αντικρουόμενες απόψεις, πάνω στο σχετικό ερώτημα στη διεθνή βιβλιογραφία. Παρατηρείται ότι, αν και δεν πρόκειται για μια ευρέως μελετημένη σχέση, στο βάθος που αυτή έχει διερευνηθεί, προκύπτει έντονη πόλωση μεταξύ των ερευνητών-συγγραφέων: με άλλα λόγια παρατηρείται έντονα θετική ή έντονα αρνητική. Στην παρούσα μελέτη, κατά τη σύγκριση μεταξύ απόψεων συγγραφέων δε διαπιστώθηκε απουσία σχέσης.

Ύστερα, με αφετηρία το υπό εξέταση ερώτημα και τη βιβλιογραφική επισκόπηση, αναπτύσσεται ένα θεωρητικό μοντέλο, το οποίο επιχειρεί να ποσοτικοποιήσει και να εξετάσει στατιστικά, με την υιοθέτηση περιγραφικής και επαγωγικής στατιστικής, τη σχέση μεταξύ συναισθηματικής νοημοσύνης και βαθμού προσαρμογής του ατόμου στις τεχνολογικές εξελίξεις, οι οποίες με τη σειρά τους συμβάλουν θετικά στις επιδόσεις των επιχειρήσεων και τελικά στην μεγέθυνση της οικονομίας. Το στατιστικό τμήμα της συγκεκριμένης εργασίας στηρίζεται σε δεδομένα, τα οποία εξήχθησαν από ερωτηματολόγιο, που δημιουργήθηκε, με ερωτήσεις που αντιστοιχούν στις 21 μεταβλητές του μοντέλου.

Το ερωτηματολόγιο που διετέθη προς συμπλήρωση, αφορούσε τους κλάδους της γεωργίας, της ναυτιλίας, του τουρισμού και της αλιείας. Προέκυψε δείγμα που αποτελείται από: 153 απαντήσεις από εργαζομένους στον κλάδο του τουρισμού, από 105 απαντήσεις στον κλάδο της γεωργίας, 160 στον τομέα της ναυτιλίας, και 168 στον τομέα της αλιείας.

Η παρούσα εργασία συνετάχθη με κύριο σκοπό τη συνεισφορά στην ακαδημαϊκή μελέτη

γύρω από τη συγκεκριμένη σχέση, (πρόκειται για σχέση αιτίου-αιτιατού; Αν προκύπτει σχέση, με ποιο πρόσημο προκύπτει;) ώστε να αποτελέσει εφαλτήριο για περαιτέρω διερεύνηση σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

1.2. Συναισθηματική νοημοσύνη

Συναισθηματική νοημοσύνη (Emotional Intelligence) νοείται η ικανότητα των ατόμων να αντιλαμβάνονται τα συναισθήματα τους καθώς και εκείνα των συνανθρώπων τους. Η ανάπτυξη της βοηθά κάθε άτομο ώστε να μπορέσει να διαχειριστεί αποτελεσματικά τόσο τα συναισθήματά του όσο και τις διαπροσωπικές του σχέσεις. Η συναισθηματική νοημοσύνη αποτελείται από τους ακόλουθους παράγοντες: (Walton & Hibbard, 2019).

- Την αυτεπίγνωση, δηλαδή την ικανότητα του ατόμου να κατανοεί τι αισθάνεται και για ποιο λόγο το αισθάνεται.
- Την αυτορρύθμιση, δηλαδή την ικανότητα του ατόμου να διαχειρίζεται την εσωτερική του κατάσταση και να αποφεύγει τυχόν συναισθηματικές εκρήξεις.
- Την παρακίνηση, δηλαδή την τάση να ωθεί ένα άτομο τον εαυτό του στην επιτυχή επίτευξη των στόχων που έχει θέσει.
- Την ενσυναίσθηση, με άλλα λόγια, την ικανότητα του ατόμου να αντιλαμβάνεται τις ανάγκες και τα συναισθήματα των άλλων, <<η ικανότητα να μπαίνει στα παπούτσια του άλλου, χωρίς αυτό να συνεπάγεται και αποδοχή μιας θέσης ή πράξης >> και τέλος,
- τις κοινωνικές δεξιότητες, την τάση δηλαδή του ατόμου να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους συναθρώπους του και να δημιουργεί κοινωνικές σχέσεις και δεσμούς

Η συναισθηματική νοημοσύνη, είναι κάτι που μπορεί να διδαχθεί. Η ανάπτυξη της εκκινεί από μικρή ηλικία και συνεχίζεται αν το επιθυμεί το άτομο, μέχρι το τέλος του βίου του. Το χαρακτηριστικό αυτό, ενισχύεται μέσω εμπειριών αλλά και των συναισθημάτων που βιώνουμε μέσα από αυτές και διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην επιτυχία κάθε ανθρώπου τόσο σε διαπροσωπικό όσο και σε επαγγελματικό επίπεδο (Sharma et al., 2019). Η έννοια της συναισθηματικής νοημοσύνης έχει ορισμένες διαφορές με αυτή της νοητικής νοημοσύνης, που παρουσιάζονται στην ενότητα που ακολουθεί.

1.3. Συναισθηματική και νοητική νοημοσύνη – διαφορές

Για να κατανοήσουμε καλύτερα τον ρόλο της συναισθηματικής νοημοσύνης, παρακάτω παρατίθενται οι βασικές διαφορές της από αυτές της νοητικής νοημοσύνης ή αλλιώς του δείκτη ευφυίας ενός ατόμου (Mandell & Pherwani, 2003).

- Η νοητική νοημοσύνη αφορά το γνωσιακό τμήμα του εγκεφάλου όπως αυτό εξελίσσεται μέσω της απόκτησης γνώσεων (τεχνικών δεξιοτήτων), γεγονός που επιτυγχάνεται μέσω της εκπαίδευσης (προσχολικής, σχολικής, ακαδημαϊκής) αλλά και μέσω της διαρκούς προσπάθειας απόκτησης δεξιοτήτων, μέσω του ίντερνετ, των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, της παρακολούθησης σεμιναρίων καθώς και της ενασχόλησης με τα social media. Ειδικά η τελευταία πηγή, κερδίζει διαρκώς έδαφος. Σκοπός της ανάπτυξης της νοητικής νοημοσύνης (I.Q) είναι η όξυνση της κρίσης ενός ατόμου, ώστε να αποκτήσει μια όσο το δυνατόν πιο <τετράγωνη λογική> και με αυτόν τον τρόπο να διευκολύνει σε σημαντικό βαθμό την καθημερινή του επιβίωση. Πρόκειται για την αυτοματοποίηση των διαδικασιών στην εργασία του και στην καθημερινότητα του, ώστε να δοθεί έμφαση στην ανάπτυξη της συναισθηματικής του νοημοσύνης που αφορά τη διαχείριση των συναισθημάτων του και τις επιπτώσεις αυτής ατομικά και διαπροσωπικά. Και αυτό διότι πλέον κρίνεται σημαντικότερη (Walton and Hibbard, 2019- Chukwuorji et al., 2020): Υπάρχουν άτομα που χαρακτηρίζονται από μέτρια νοητική αλλά υψηλή συναισθηματική νοημοσύνη που διαπρέπουν σε κάθε έκφανση της ζωής τους, ενώ άτομα με υψηλό I.Q. πολλές φορές είναι αποκλεισμένα από την ίδια την κοινωνία, η οποία πλέον αναδεικνύει τα άτομα εκείνα που μπορούν να προσαρμόζονται σε κοινωνικές αλλαγές και να φέρονται/στέκονται στο ύψος των περιστάσεων.
- Η διαδικασία εξέλιξης της νοητικής νοημοσύνης έχει χρονικό περιθώριο. Μπορεί να διαρκέσει ως τη μέση ηλικία ενός ανθρώπου, χωρίς αυτό να συνεπάγεται ότι ένα άτομο υψηλότερης ηλικίας δε μπορεί να την αναπτύξει: χρειάζεται όμως περισσότερος κόπος από πλευράς του να αποκτήσει νέα γνώση και να τη μετουσιώσει σε ρουτίνα, δημιουργώντας εν αγνοία του νέες νευρικές συνάψεις στον εγκέφαλό του.

Αντίθετα η συναισθηματική νοημοσύνη ταυτίζεται με τη γέννηση ενός ανθρώπου εξελίσσεται ες αεί (Mokryn et al., 2020).

Η συναισθηματική νοημοσύνη έχει συνέπειες συνολικά στη ζωή και τη δραστηριότητα του ατόμου. Ωστόσο, έχουν διατυπωθεί αντικρουόμενες απόψεις σχετικά με το πρόσημο της επίδρασης της συναισθηματικής νοημοσύνης σε διάφορα πεδία. Στην ενότητα που ακολουθεί παρουσιάζονται απόψεις αναφορικά με το πρόσημο της επίδρασης της συναισθηματικής νοημοσύνης στη θέληση για τεχνολογική αλλαγή στον εργασιακό χώρο.

2. Ορισμός προβλήματος: Αντικρουόμενες απόψεις σχετικά με το πρόσημο της επίδρασης της συναισθηματικής νοημοσύνης στη θέληση για τεχνολογική αλλαγή στον εργασιακό χώρο

2.1. Επίδραση ίδιου προσήμου

Αρχικά, παρουσιάζεται το θέμα της επίδρασης ίδιου προσήμου. Οι υποστηρικτές της συγκεκριμένης άποψης αναφέρουν ότι η ύπαρξη συναισθηματικής νοημοσύνης καθώς και η προσπάθεια ανάπτυξης της στον εργασιακό χώρο, ενισχύει σημαντικά την επαφή με τις νέες μορφές τεχνολογίας που εφαρμόζονται. Ειδικότερα βοηθά στην κατανόηση των νέων μορφών, ενώ συνεισφέρει σε μεγάλο ποσοστό στην εφαρμογή και την εκμάθησή τους. Πιο συγκεκριμένα:

Η επιμονή των εργαζομένων (αποτέλεσμα ύπαρξης αρκετά ανεπτυγμένης συναισθηματικής νοημοσύνης) δίδει τη δυνατότητα πολυφωνίας ως προς τη δομή και τη μορφή της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιηθεί, αφού επιτρέπει την υποστήριξη πολλών και διαφορετικών απόψεων γύρω από μια απόφαση τεχνολογικής εξέλιξης ενός οργανισμού. Για παράδειγμα, διατυπώνουν τη γνώμη τους γύρω από την εισαγωγή υπολογιστικών συστημάτων και προγραμμάτων που δύνανται να υποστηρίξουν πάσης φύσεως εργασίες όπως τα προγράμματα συγγραφής κειμένων, στατιστικά πακέτα επεξεργασίας δεδομένων, προγράμματα επεξεργασίας φωτογραφιών κλπ (Mokryn et al, 2020).

Η αυτοπεποίθηση ενός εργαζομένου, συνεπάγεται υψηλό E.I. και επομένως προσπάθεια από πλευράς του να αναπτύξει στοιχεία της νοητικής νοημοσύνης του στα οποία αισθάνεται ότι υστερεί από τους συναδέλφους του (υψηλό E.I. συνεπάγεται μια όσο το δυνατόν αντικειμενικότερη αυτοεικόνα). Για εκείνον, το διαδίκτυο αποτελεί πηγή απλουστευμένων γνώσεων, τις οποίες από το ίδιο μέσο δύναται να διευρύνει, δεδομένου ότι παρέχεται μέσω μηχανών αναζήτησης η δυνατότητα να εισαγάγει λέξεις κλειδιά και να επιλέξει την ιστοθέση που θα του παράσχει την πληροφόρηση που επιθυμεί. Με αυτόν τον τρόπο, σημαντικό ποσοστό του εργατικού δυναμικού, χωρίς να έχει αποκτήσει επαγγελματική κατάρτιση σε κάποιο τομέα, δύναται να διαμορφώσει γνώμη κατόπιν της αναζήτησης που έχει προηγηθεί, ενώ δεν είναι διόλου απίθανο να εργαστεί στον εν λόγω τομέα αναζήτησης (Lai, 2020).

Επιπρόσθετα, άτομα που έχουν αναπτύξει την συναισθηματική τους νοημοσύνη σε επίπεδο που να τα καθιστά αποδεκτά από την κοινωνία, επιθυμούν να αναπτύξουν σε κάθε έκφανση της ζωής τους, ακόμα και στο χώρο εργασίας τους, τις κοινωνικές τους επαφές και επακόλουθα τις κοινωνικές τους δεξιότητες. Πλέον η τεχνολογία έχει προοδεύσει τόσο που το εργασιακό δυναμικό μπορεί να στηριχθεί σε αυτή για να αναπτύξει και ενδυναμώσει σχέσεις εντός εργασίας.: η χρήση έξυπνων τηλεφώνων καθώς και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα επιτευγμάτων που βοηθά την διατήρηση σχέσεων οι οποίες μπορεί να προέρχονται και από το εργασιακό περιβάλλον. (Park. et al, 2020).

Οι εργαζόμενοι που χαρακτηρίζονται από υψηλό επίπεδο συναισθηματικής νοημοσύνης, είναι εκείνοι οι οποίοι καταφέρνουν σε μεγαλύτερο βαθμό να κατανοούν και να αφομοιώνουν την <επιχειρησιακή τεχνολογία και ευφυΐα>:τις οργανωτικές αλλαγές που λαμβάνουν χώρα στο εργασιακό τους περιβάλλον. Αυτό οφείλεται στο ότι δεν προβάλλουν κάποια αντίσταση, ούτε επηρεάζονται αρνητικά από αυτές, εξαιτίας της κριτικής τους ικανότητας να αντιλαμβάνονται πότε τέτοιου είδους αλλαγές είναι συμφέρουσες για την εταιρεία αλλά και τους ιδίους (Nikiforos, 2011).

Ιδίου προσήμου συμπεριφορά παρατηρείται και όταν η συναισθηματική νοημοσύνη ενός εργαζομένου φθίνει και εκφράζεται με τη μορφή επαγγελματικής εξουθένωσης: μια αρνητική συμπεριφορά εκ μέρους ορισμένων εργαζομένων, η οποία σχετίζεται με την απροθυμία καταβολής προσπάθειας αλλά και έργου, όπως επίσης και με την εκδήλωση αισθήματος κόπωσης τόσο σε σωματικό όσο και σε ψυχολογικό επίπεδο. (Kostova et. al., 2014). Η επαγγελματική εξουθένωση, συνδέεται με τη συμπεριφορά των εργαζομένων, η οποία ξεκινά από αδιαφορία προς τους συναδέλφους, κλιμακώνεται σε ακινητοποίηση, απογοήτευση για να φτάσει να λάβει τη μορφή απάθειας προς οτιδήποτε νέο συμβαίνει σε μια επιχείρηση και άρα προς την τεχνολογία αυτής. Αποκύημα αυτής της κατάστασης, είναι η παραγωγή έργου που δε διέπεται από ποιότητα, με εμφανή τη χρήση μηχανικότητας που έχει αποκτηθεί μέσω προϋπηρεσίας, χωρίς καμία έστω έμμεση πρόταση από το παραχθέν έργο, προς τον διοικούντα που το εξετάζει. Σε κατάσταση εργασιακής και επομένως συναισθηματικής εξουθένωσης, ο κάθε εργαζόμενος δεν έχει τη δυνατότητα ούτε εμμέσως να αποτελέσει μέσω της εργασίας του, εφαλτήριο για τεχνολογική εξέλιξη στο χώρο που εργάζεται, δημιουργώντας μέσω αυτής ιδέες προόδου για τον οργανισμό στον οποίο ανήκει. (Temam et. al., 2019)

2.2.Επίδραση αντίθετου προσήμου

Από την άλλη πλευρά, κατά τη γνώμη άλλων επιστημόνων, συναισθηματική νοημοσύνη και θέληση για τεχνολογική εξέλιξη βαδίζουν αντίθετα.

Οι νέες τεχνολογίες δρουν με τέτοιο τρόπο στην ψυχοσύνθεση του ατόμου, που τελικά η συναισθηματική του νοημοσύνη συρρικνώνεται. Δημιουργείται προσκόλληση στις νέες μορφές τεχνολογίας και έτσι τα άτομα τείνουν να απομονώνονται μετά τη λήξη του ωραρίου εργασίας τους, ώστε να συνεχίσουν το υπόλοιπο της μέρας τους, χρησιμοποιώντας τα τεχνολογικά μέσα που διαθέτουν. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη δραματική μείωση των κοινωνικών τους επαφών ακόμα και μέσα στον εργασιακό τους χώρο. Με άλλα λόγια η τεχνολογία δεν αποτελεί απαραίτητα ενισχυτικό παράγοντα στην ανάπτυξη κοινωνικών δεξιοτήτων. Είθισται να έχει το αντίθετο ακριβώς αποτέλεσμα. (Crow et. Al., 2017).

Συν τοις άλλοις, προηγουμένως αναφέρθηκε το πώς η αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο είναι συνεπής με ανεπτυγμένη κοινωνική νοημοσύνη. Πολλοί μελετητές έχουν διατυπώσει, ωστόσο, την εξής αντίθετη άποψη: Διαφαίνεται μια ολοένα αυξανόμενη δυσκολία στην ανεύρεση πληροφοριών στο διαδίκτυο λόγω ύπαρξης πολλών πηγών πληροφορίας, κατά την αναζήτηση που διενεργείται από έναν εργαζόμενο σε search engines. Το γεγονός αυτό προκαλεί πνευματική σύγχυση και δυσχεραίνει την προσπάθεια ακριβούς πληροφόρησης για ένα θέμα που αναζητά. (Taenaka & Yada, 2000).

Αποτρεπτικά λειτουργεί η υποτυπωδώς ανεπτυγμένη συναισθηματική νοημοσύνη για εργασιακή τεχνολογική εξέλιξη, όταν εγείρονται ζητήματα ιδιωτικότητας στην επικοινωνία υπαλλήλων αλλά και διαρκούς ελέγχου στα τερματικά των υπαλλήλων. Ειδικά στα νομικά τμήματα εταιρειών, τμήματα κανονιστικής συμμόρφωσης καθώς και σε τμήματα ερευνών και ευρεσιτεχνιών, τα ίχνη (traces) από κάθε εργαζόμενο καταγράφονται, με αποτέλεσμα οι ίδιοι να στρέφονται σε χειρόγραφες σημειώσεις ώστε να μη μπορεί να ανιχνευθεί όποια ηλεκτρονική συμπεριφορά (ηθικά επιλήψιμη ή όχι). Ούτως ή άλλως, τα συγκεκριμένα τμήματα απαιτούν την καταστροφή εταιρικών εγγράφων μετά τη λήξη του ωραρίου, και πλέον επαφίεται στην ηθική του υπαλλήλου για το αν θα κρατήσει κρυφό ή όχι ένα project στην εταιρεία για την οποία εργάζεται. Η βιβλιογραφία ωστόσο καθιστά σαφές ότι η σύλληψη μιας ιδέας, καθώς και ο σχεδιασμός της, σε υβριδικό τουλάχιστον επίπεδο,

δε διαδίδεται με χρήση τεχνολογικών εργαλείων σε συγκεκριμένα τμήματα μιας εταιρείας. (Kolpakov et al., 2017).

Τέλος, αναπόσπαστο κομμάτι της ψυχολογίας της συντριπτικής πλειονότητας της ανθρωπότητας, (έμφυτο στο ένστικτο αυτοσυντήρησης) όσο και αν εξελίξει τη συναισθηματική της νοημοσύνη, είναι η σθεναρή αντίσταση σε τεχνολογίες που τείνουν να αντικαταστήσουν τον ανθρώπινο παράγοντα στον εργασιακό χώρο. Πρόκειται για χαρακτηριστική περίπτωση στην οποία η συναισθηματική νοημοσύνη όχι απλά αντιτάσσεται την τεχνολογική εξέλιξη στον εργασιακό χώρο, αλλά δύναται να δράσει κατασταλτικά στην εφαρμογή της. (Jaeger, 2003).

2.3.Σύνοψη ευρημάτων

Συνοψίζοντας, η ανάπτυξη της συναισθηματικής νοημοσύνης θεωρείται πλέον απαραίτητη, καθώς βοηθά το άτομο να διαχειριστεί με τρόπο αποτελεσματικό τα συναισθήματά του και τις σχέσεις που αναπτύσσει με τους άλλους. Πρόκειται για μία δεξιότητα που μπορεί να διδαχθεί, αν και καλύτερο είναι να αναπτύσσεται σε μικρή ηλικία. Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν μπορεί να αναπτυχθεί σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Αντίθετα, η ανάπτυξή της μπορεί να συνεχιστεί σε όλη τη διάρκεια της ζωής του ατόμου, αν και σε αυτή την περίπτωση απαιτείται μεγαλύτερη προσπάθεια από το ίδιο.

Η έννοια της συναισθηματικής νοημοσύνης έχει ορισμένες διαφορές με αυτή της νοητικής νοημοσύνης. Αρχικά, η νοητική νοημοσύνη έχει ως σκοπό να οξυνθεί η κρίση του ατόμου και αναπτύσσεται στο γνωσιακό τμήμα του εγκεφάλου μέσα από την απόκτηση γνώσεων. Στη σύγχρονη έρευνα τονίζεται η ανάγκη για ανάπτυξη της συναισθηματικής νοημοσύνης, καθώς αυτή βοηθά το άτομο να διαχειρίζεται τα συναισθήματά του και τις καταστάσεις που αντιμετωπίζει σε ατομικό και διαπροσωπικό επίπεδο. Επιπλέον, βοηθά το άτομο να προσαρμόζεται σε κοινωνικές αλλαγές και να φέρεται κατάλληλα σε κάθε περίπτωση.

Όσον αφορά την επίδραση της συναισθηματικής νοημοσύνης σε διάφορα πεδία, και συγκεκριμένα στην θέληση για τεχνολογική αλλαγή στον εργασιακό χώρο, έχουν διατυπωθεί αντικρουόμενες απόψεις. Από τη μία πλευρά, οι υποστηρικτές της επίδρασης ίδιου προσήμου αναφέρουν ότι όταν σε έναν εργασιακό χώρο υπάρχει ή γίνεται προσπάθεια να αναπτυχθεί η συναισθηματική νοημοσύνη, τότε ενισχύεται η επαφή των εργαζομένων με τη σύγχρονη τεχνολογία και την κατανόησή της, ενώ

ενθαρρύνεται η εφαρμογή και η εκμάθησή τους. Από την άλλη πλευρά, σύμφωνα με την αντίθετη άποψη, η συναισθηματική νοημοσύνη σχετίζεται αρνητικά με τη θέληση για τεχνολογική εξέλιξη, καθώς η νέα τεχνολογία μπορεί να οδηγήσει σε συρρίκνωση της συναισθηματικής νοημοσύνης, ενώ η τεχνολογία γενικά δεν οδηγεί πάντοτε σε ανάπτυξη των κοινωνικών δεξιοτήτων. Επιπλέον, έχει υποστηριχθεί η θέση ότι υπάρχει εγγενής στον άνθρωπο η αντίσταση στην τεχνολογία που μπορεί να αντικαταστήσει τον εργαζόμενο στον εργασιακό χώρο.

Με βάση τα παραπάνω, στα πλαίσια της παρούσας εργασίας παρουσιάζονται τα αποτελέσματα μίας έρευνας που μελέτησε το συγκεκριμένο ζήτημα. Ακολούθως, παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας.

3. Μεθοδολογία έρευνας: Βήματα που ακολουθήθηκαν για τη διατύπωση του ερωτηματολογίου, την πραγματοποίηση της έρευνας και την εξαγωγή συμπερασμάτων

Κατόπιν αναδρομής στις μελέτες των Oppenheim (2006), Javeau (2000) Burgess (2001) και Tzovas (2006) και των υποστηρικτικών υπηρεσιών του πανεπιστημίου του Reading (2001), ερευνήθηκαν τα θέματα που χρήζουν διεξοδικής ανάλυσης. Ακολουθήθηκαν τα εξής βήματα:

1. Σκοπός της μελέτης και αρχική εξειδίκευση του θέματος

Σκοπός αυτής της έρευνας μετά την παράθεση της αντικρουόμενης βιβλιογραφίας, είναι να διερευνήσει την συναισθηματική νοημοσύνη εργαζομένων σε τέσσερις κλάδους εταιρειών που συμβάλλουν το μέγιστο στη διαμόρφωση του ελληνικού Α.Εγχ.Π καθώς και το πόσο οι ίδιοι επιθυμούν να εξελιχθούν τεχνολογικά.

Πιο συγκεκριμένα επιχειρείται να καταλήξουμε σε μια από τις παρακάτω υποθέσεις:

Όσον αφορά τις εργαζομένους σε εταιρείες που συμβάλλουν το μέγιστο στο ελληνικό Α.Εγχ.Π:

-Υπόθεση H0: Η συναισθηματική νοημοσύνη των εργαζομένων δεν επιδρά στη θέληση για τεχνολογική εξέλιξη του οργανισμού στον οποίο εργάζονται.

-Υπόθεση H1.: Η συναισθηματική νοημοσύνη των εργαζομένων επιδρά στη θέληση για τεχνολογική εξέλιξη του οργανισμού στον οποίο εργάζονται.

Αν η μελέτη καταλήξει ότι δε μπορεί να απορριφθεί η εναλλακτική υπόθεση, επιπρόσθετος στόχος της παρούσας μελέτης είναι κατά πόσο η μεν επιδρά στο δε.

2. Καθορίζουμε τη βιβλιογραφία «κορμό». Η έρευνα που αποτελεί σημείο αναφοράς για την παρούσα, είναι αυτή των Lin et al (2011), οι οποίοι στην προσπάθειά τους για αναφορά στα στοιχεία εκείνα τα οποία συνθέτουν το παζλ της συναισθηματικής νοημοσύνης φοιτητών σε τεχνολογικές σχολές τελικά καταφέρνουν να προχωρήσουν ένα βήμα μπροστά τις μελέτες του Goleman: καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι σε όλα τα ανθρώπινα όντα το emotional intelligence αποτελείται από τα ακόλουθα στοιχεία.

- *Η αυτογνωσία (self-awareness)*, η οποία περιλαμβάνει:
 - γνώση συναισθημάτων εαυτού (self-awareness of emotions)
 - αξιολόγηση εαυτού με ακρίβεια (accurate self-assessment)
 - αυτοπεποίθηση (confidence)
- *Στην διαχείριση εαυτού (self-control of emotions)* εμπίπτουν τα ακόλουθα:
 - έλεγχος συναισθημάτων εαυτού (self-control of emotions)
 - την εμπιστοσύνη (trust)
 - τη διαίσθησή ενός ατόμου πάνω στο τι είναι σωστό και τι λάθος (intuitive ability)
 - προσαρμοστικότητα (adaptability)
 - οδηγός επιτευγμάτων (achievement drive)
 - ενεργητικότητα (activeness)
- *Κοινωνική γνώση/ευαισθητοποίηση (social awareness)* που περιλαμβάνει:
 - την ενσυναίσθηση (empathy)
 - τον προσανατολισμό στις υπηρεσίες (service-oriented)
 - την οργανωτική αντίληψη (organisational perceptivity)
- *Διαχείριση σχέσεων (relationship management)*, στην οποία εντάσσονται τα εξής:
 - ανάπτυξη περιγύρου (developing others)
 - επιρροή (influential power)
 - ικανότητα διαπραγμάτευσης (negotiation)
 - διαχείριση συγκρούσεων (conflict management)
 - διορατική ηγεσία (forsighted leadership)
 - καταλυτική αλλαγή (catalytic change)
 - δημιουργία συνδέσμων (link building)
 - ομαδικότητα (teamwork)

Βιβλιογραφία κορμό αποτελούν και οι μελέτες σχετικά με τις αντικρουόμενες απόψεις σχετικά με την επίδραση της συναισθηματικής νοημοσύνης στην θέληση για τεχνολογική ανάπτυξη στο χώρο εργασίας, οι έρευνες που αφορούν τους κλάδους που συνεισφέρουν το μέγιστο στο Α.Εγχ.Π. καθώς και η βιβλιογραφία σύνταξης ερωτηματολογίου.

3. Σχεδιάζουμε τα απαραίτητα όργανα και τεχνικές μέτρησης που θα βοηθήσουν στην έρευνα.

Αποφασίστηκε η χρήση ερωτηματολογίου, όπου κάθε ερώτηση θα αντιστοιχεί σε καθεμία από τις είκοσι συνιστώσες της συναισθηματικής νοημοσύνης. Κάποιες ερωτήσεις έχουν συμπεριφορικό χαρακτήρα (π.χ εφαρμόζετε τη Χ τακτική;), πρόκειται για τις behavioural questions ανέρχονται στις έξι. Οι υπόλοιπες ερωτήσεις πέρα από τις τέσσερις πρώτες, όπου αναφέρονται δημογραφικά στοιχεία είναι ερωτήσεις πεποίθησης (attitudinal questions), ανέρχονται στις δεκατέσσερις και λαμβάνουν τη μορφή -τι νιώθετε/πιστεύετε για το Χ ζήτημα;- Σκοπός της συγκεκριμένης σύνθεσης ερωτηματολογίου είναι να διαπιστωθεί όχι μόνο τι αισθάνονται αλλά και το τι πράττουν οι εργαζόμενοι στο ελληνικό εργασιακό γίνεσθαι σε σχέση με την υιοθέτηση τεχνολογικών αλλαγών.

Όσον αφορά τη διάκριση των ερωτήσεων σε ανοικτού (ερωτήσεις ανάπτυξης), κλειστού (επιλογή μέσα από προεπιλεγμένες δυνατές απαντήσεις) και σε ημι-ανοικτού τύπου (επιλογή από συγκεκριμένες απαντήσεις και αιτιολόγηση) αποφασίστηκε η χρήση ενός είδους ερωτήσεων, όσον αφορά τη διατύπωσή τους: των κλειστών, ώστε οι ερωτώμενοι να επιλέξουν υποχρεωτικά μεταξύ αυτών που προτείνονται, γεγονός που κατά την κρίση του γράφοντος θα βοηθήσει στην εξαγωγή σαφούς συμπεράσματος.

4. Επιλογή πληθυσμού

Ο πληθυσμός της μελέτης είναι όλο το εργασιακό δυναμικό της Ελλάδος το οποίο εργάζεται στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα. Η διαχείριση ενός τέτοιου πληθυσμού καθίσταται ανέφικτη, οπότε πληθυσμός θεωρήθηκε το σύνολο των εργαζομένων του ιδιωτικού τομέα σε τέσσερις κλάδους οι οποίοι συνεισφέρουν το μέγιστο στο Α.Εγχ.Π.

5. Επιλογή δείγματος

Μέσω βιβλιογραφίας και χρήσης δεδομένων από την ΕΛΣΤΑΤ ευρέθησαν οι 4 κλάδοι που συνεισφέρουν το μέγιστο στο Α.Εγχ.Προιον. Από τις συγκεκριμένες πηγές εξήχθησαν και οι πιο εδραιωμένες επιχειρήσεις στον Ελλαδικό χώρο. Προσετέθησαν και μικρότερες εταιρείες από την οπτική γωνία α) της μικρότερης αναγνώρισης στην αγορά και β) μικρότερου κύκλου εργασιών. Η εύρεση των συγκεκριμένων εταιρειών στηρίχθηκε στην αναζήτησή τους σε πλατφόρμες όπως το Google search και σε συγκεκριμένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Linkedin, Facebook, Pinterest)

6.Υλοποίηση έρευνας

Οι επιλεγείσες εταιρείες αρχικά ενημερώθηκαν μέσω e-mail.

-Στις εταιρείες που απάντησαν στο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην πρόσκληση προωθήθηκε σύνδεσμος της μορφής google forms με συμπλήρωση του κωδικού 1847 ώστε να γίνει δεκτό το ερωτηματολόγιο. Πολλοί ερωτηθέντες εξέφρασαν την επιθυμία τους να εκτυπώσουν το ερωτηματολόγιο και να το αποστείλουν συμπληρωμένο αφού σαρωθεί από την προσωπική τους διεύθυνση e-mail. Η επιθυμία τους έγινε σεβαστή με την προϋπόθεση της αναγραφής του κωδικού 1847 τόσο στο πλαίσιο κειμένου του ερωτηματολογίου όσο και στο θέμα του e-mail. Σκοπός της χρήσης κωδικού ήταν η αποτροπή διαρροής του ερωτηματολογίου σε τρίτους που ουδεμία σχέση είχαν με την έρευνα.

-Οι εταιρείες που δεν απάντησαν στο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, κλήθηκαν στο τηλέφωνο ώστε να γίνει υπενθύμιση, ενώ στις εταιρείες που δεν απάντησαν στο τηλέφωνο, η υπενθύμιση έγινε μέσα από συμπλήρωση φόρμας επικοινωνίας, το οποίο υπήρχε στη διαδικτυακή τους θέση.

Από την πλευρά του γράφοντος, μέσω της επικοινωνίας με επιχειρήσεις για το ερωτηματολόγιο, στόχος ήταν η ενημέρωση και προτροπή, όσο το δυνατόν περισσότερων επιχειρήσεων στη λίστα. *Για διασφάλιση απορρήτου των εργαζομένων, στο ερωτηματολόγιο δε ζητήθηκε το όνομα της εταιρείας, ούτε τα αρχικά του κάθε εργαζόμενου με αποτέλεσμα να μη καθίσταται γνωστό πόσοι εργαζόμενοι από μια εταιρεία το συμπλήρωσαν ή αν κάποιες εταιρείες δε συμμετείχαν καθόλου στην έρευνα.*

7.Περιγραφικό και επαγωγικό τμήμα στατιστικής ανάλυσης-Εξαγωγή συμπερασμάτων

Σκοπό έχουμε την ποσοτικοποίηση των απαντήσεων για κάθε ερώτηση, ώστε σε κάθε υποστοιχείο της συναισθηματικής νοημοσύνης (X_i όπου $i=1$ έως 20) όπως αυτό αναφέρεται στην μελέτη των Lin et.al (2011), να έχει αντιστοιχηθεί και μια ερώτηση.

Θα εξετάσουμε το μοντέλο:

Y =διάθεση για τεχνολογική εξέλιξη στο χώρο εργασίας

X_i = όπου i κάθε στοιχείο συναισθηματικής νοημοσύνης των εργαζομένων

και τελικά θέλουμε να καταλήξουμε αν υπάρχει σχέση αιτίου-αιτιατού στην εξής συνάρτηση $Y=f(X)$

Μέσω της περιγραφικής στατιστικής (π.χ. διαγραμμάτων) διενεργείται προσπάθεια απόκτησης διαισθητικής άποψης για τη σχέση μεταξύ συναισθηματικής νοημοσύνης και θέληση για τεχνολογική εξέλιξη στο χώρο εργασίας από τα ευρήματα του ερωτηματολογίου.

Μέσω της επαγωγικής στατιστικής, θα πραγματοποιηθεί μελέτη στα ευρήματα ώστε με factor analysis να φτάσουμε στις τέσσερις βασικές μεταβλητές του υποδείγματος από τις 20 υπομεταβλητές. Αν τα ευρήματα δεν επιτρέψουν λόγω χαμηλού συντελεστή εγκυρότητας (από το validity test του spss) να εφαρμοστεί ανάλυση παραγόντων, θα υπάρξει διαφορετική ομαδοποίηση των είκοσι υποστοιχείων ή θα εξαχθούν συγκεκριμένοι συντελεστές, ώστε με εφελτήριο αυτούς να διατυπωθούν με σαφήνεια τα συμπεράσματα της παρούσας εργασίας.

4. Εύρεση των κλάδων που προσφέρουν το μέγιστο στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

Η οικονομία της Ελλάδας είναι η 51η μεγαλύτερη στον κόσμο με ονομαστικό ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) 209, 853 δισεκατομμυρίων δολαρίων ετησίως. Όσον αφορά την ισοτιμία αγοραστικής δύναμης, η Ελλάδα είναι η 53η μεγαλύτερη οικονομία στον κόσμο, με 336, 486 δισεκατομμύρια δολάρια ετησίως. Από το 2019, η Ελλάδα είναι η δέκατη έκτη μεγαλύτερη οικονομία στην 27μελή Ευρωπαϊκή Ένωση. Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΔΝΤ για το 2018, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της Ελλάδας ήταν 20.317 δολάρια στην ονομαστική αξία και \$29.072 σε ισοτιμία αγοραστικής δύναμης.

Ο ελλαδικός τόπος είναι μια ανεπτυγμένη χώρα με οικονομία που βασίζεται στις υπηρεσίες (80%) και στους βιομηχανικούς τομείς (16%), με τον γεωργικό τομέα να συνεισφέρει περίπου το 4% της εθνικής οικονομικής παραγωγής το 2017. Σημαντικές ελληνικές βιομηχανίες περιλαμβάνουν τον τουρισμό και τη ναυτιλία. Με 18 εκατομμύρια διεθνείς τουρίστες το 2013, η Ελλάδα ήταν η 7η χώρα με τις περισσότερες επισκέψεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση και η 16η στον κόσμο. Το Ελληνικό Εμπορικό Ναυτικό είναι το μεγαλύτερο στον κόσμο, με ελληνικά πλοία που αντιπροσωπεύουν το 15% της παγκόσμιας χωρητικότητας νεκρού βάρους από το 2013. Η αυξημένη ζήτηση για διεθνείς θαλάσσιες μεταφορές μεταξύ Ελλάδας και Ασίας είχε ως αποτέλεσμα άνευ προηγουμένου επενδύσεις στη ναυτιλιακή βιομηχανία (Jara, Gasior, & Makovec, 2020).

Η χώρα είναι σημαντικός παραγωγός γεωργικών προϊόντων στην ΕΕ. Η Ελλάδα έχει τη μεγαλύτερη οικονομία στα Βαλκάνια και αποτελεί σημαντικό περιφερειακό επενδυτή. Η Ελλάδα ήταν ο μεγαλύτερος ξένος επενδυτής στην Αλβανία το 2013, ο τρίτος στη Βουλγαρία, στις τρεις πρώτες στη Ρουμανία και τη Σερβία και ο σημαντικότερος εμπορικός εταίρος και ο μεγαλύτερος ξένος επενδυτής στη Βόρεια Μακεδονία. Η ελληνική εταιρεία τηλεπικοινωνιών ΟΤΕ έχει γίνει ισχυρός επενδυτής σε ορισμένες πρώην Γιουγκοσλαβικές και άλλες βαλκανικές χώρες.

Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται ως μια προηγμένη, οικονομία υψηλού εισοδήματος και ήταν ιδρυτικό μέλος του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) και του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας του Εύξεινου Πόντου (BSEC). Η χώρα προσχώρησε στη σημερινή Ευρωπαϊκή Ένωση το 1981. Το 2001 η Ελλάδα υιοθέτησε το ευρώ ως νόμισμά του, αντικαθιστώντας την ελληνική δραχμή με

συναλλαγματική ισοτιμία 340, 75 δραχμών ανά ευρώ. Η Ελλάδα είναι μέλος του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου και του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου και κατέλαβε την 34η θέση στον Δείκτη παγκοσμιοποίησης της Ernst&Young 2011.

Ο Β Παγκόσμιος Πόλεμος (1939-1945) κατέστρεψε την οικονομία της χώρας, αλλά τα υψηλά επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης που ακολούθησαν από το 1950 έως το 1980 έχουν χαρακτηριστεί το ελληνικό οικονομικό θαύμα. Από το 2000, η Ελλάδα σημείωσε υψηλά επίπεδα αύξησης του ΑΕΠ πάνω από τον μέσο όρο της Ευρωζώνης, κορυφώνοντας το 5, 8% το 2003 και το 5, 7% το 2006. Η επακόλουθη κρίση της Μεγάλης Ύφεσης και της ελληνικής κυβέρνησης-χρέους, που αποτελεί κεντρικό επίκεντρο της ευρύτερης ευρωπαϊκής κρίσης χρέους, έβαλε την οικονομία σε απότομη κάμψη, με ρυθμούς αύξησης του πραγματικού ΑΕΠ -0, 3% το 2008, - 4, 3% το 2009, -5, 5% το 2010, -9, 1% το 2011, - 7, 3% το 2012 και -3, 2% το 2013. Το 2011, το δημόσιο χρέος της χώρας ανήλθε σε 356 δισεκατομμύρια ευρώ (172% του ονομαστικού ΑΕΠ). Μετά από διαπραγμάτευση της μεγαλύτερης αναδιάρθρωσης χρέους στην ιστορία με τον ιδιωτικό τομέα, απώλεια 100 δισεκατομμυρίων για ιδιώτες επενδυτές ομολόγων, η Ελλάδα μείωσε το βάρος του κρατικού χρέους σε 280 δισεκατομμύρια ευρώ (137% του ΑΕΠ) το πρώτο τρίμηνο του 2012. Η Ελλάδα πέτυχε πραγματικό ρυθμό αύξησης του ΑΕΠ 0, 7% το 2014 - μετά από 6 χρόνια οικονομικής πτώσης - αλλά συρρικνώθηκε κατά 0, 4% το 2015 και κατά 0, 2% το 2016. Η χώρα επέστρεψε σε μέτρια ποσοστά ανάπτυξης 1, 5% το 2017 και 1, 9% το 2018 και 2019, αλλά αναμένεται να υποφέρει από σοβαρή ύφεση που κυμαίνεται από 5, 8% έως 10% του ΑΕΠ το 2020 λόγω της πανδημίας COVID-19 (Rim, Jang, An, Hwang, & Ri, 2020).

Πέραν λοιπόν των ανωτέρω αναφερομένων και ιδιαίτερα λόγω της τρέχουσας κατάστασης, στην Ελλάδα οι τέσσερις τομείς που συνεισφέρουν περισσότερο στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν είναι η Γεωργία και η Αλιεία, η Ναυτιλία και ο Τουρισμός. Στους αναφερόμενους κλάδους υπάγεται συνολικά και ευρύτερα ο τομέας των υπηρεσιών. Οι τέσσερις σημαντικότεροι κλάδοι, έχουν ως εξής:

4.1.Ο αγροτικός τομέας και ο τομέας της αλιείας

4.1.1.Γεωργία

Η ελληνική τροφή και η γεωργία ήταν παραδοσιακά ένας από τους σημαντικότερους εξαγωγικούς τομείς για την Ελλάδα, με ισχυρή παρουσία στην Ευρώπη και αυξανόμενη παρουσία στις αγορές τροφίμων των ΗΠΑ. Από το ελαιόλαδο έως τα προϊόντα αλευριού, το μέλι έως τα μεταποιημένα κρέατα και τα έτοιμα γεύματα, οι ελληνικές εταιρείες έχουν αξιοποιήσει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που προσφέρει η ελληνική πρωτογενή παραγωγή προκειμένου να εισέλθουν και να παραμείνουν ανταγωνιστικά στις παγκόσμιες αγορές, καθιστώντας τα τρόφιμα και τη γεωργία μία από τις πιο δυναμικές και υψηλές τομείς ανάπτυξης στην ελληνική μεταποίηση.

Είναι επίσης ένας τομέας όπου οι ελληνικές εταιρείες κατάφεραν να καινοτομήσουν και να διαφοροποιηθούν, τόσο από πλευράς προϊόντος όσο και από άποψη συσκευασίας. Τα τελευταία 10 χρόνια, υπάρχουν πολλά παραδείγματα εταιρειών στον τομέα των τροφίμων που έχουν επιτύχει σημαντικά μερίδια αγοράς στο εξωτερικό, αξιοποιώντας τον συνδυασμό παραδοσιακών ελληνικών συστατικών και καινοτόμων μάρκετινγκ και συσκευασίας. Κατά τα επόμενα χρόνια, ο τομέας των τροφίμων και της γεωργίας στην Ελλάδα αναμένεται να συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη και την προστιθέμενη αξία του ΑΕΠ, καθοδηγούμενος από διάφορες βασικές τάσεις της αγοράς και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Η πρόσφατη στροφή προς τα βιολογικά, φυσικά συστατικά στον ελληνικό γεωργικό τομέα, τα οποία εκτιμώνται ιδιαίτερα και μπορούν να προσφέρουν μεγαλύτερη πρωτοδοτικότητα και προστιθέμενη αξία: το γεγονός αυτό έχει επιτευχθεί μέσω προβολής της Μεσογειακής Διατροφής, ως κορυφαίο παράδειγμα υγιεινής, φυσικής διατροφής σε όλο τον κόσμο. Οι βασικοί παράγοντες της υγείας, της ηθικής, της φυσικής κατάστασης και της ευχαρίστησης που επηρεάζουν τις προτιμήσεις των καταναλωτών στις ανεπτυγμένες οικονομίες Η αυξημένη προσπάθεια ατάρκειας και ασφάλειας των τροφίμων. Το δυναμικό για συστάδες καινοτομίας και E & A (έρευνα & ανάπτυξη) σε πολλές εξειδικευμένες ελληνικές αλυσίδες εφοδιασμού τροφίμων, συνδυάζοντας χρηματοδότηση από την ΕΕ, το έργο των ερευνητικών και ακαδημαϊκών ιδρυμάτων και το ενδιαφέρον των βιομηχανικών πρωταθλητών στην εφαρμογή νέων τεχνολογιών

Λαμβάνοντας υπόψη το παραπάνω περιβάλλον, οι Έλληνες κατασκευαστές τροφίμων μπορούν να επωφεληθούν από τη μικρότερη κλίμακα τους, την πρόσβαση σε υψηλής ποιότητας εισροές και την παραδοσιακή μεσογειακή θέση για να διαφοροποιηθούν από τους παγκόσμιους κατασκευαστές τροφίμων και να αποκτήσουν τμήματα προϊόντων προστιθέμενης αξίας μεριδίου αγοράς και υψηλότερα σημεία τιμών.

Με βάση τις παραπάνω ευκαιρίες, υπάρχουν αρκετοί μεγάλοι Έλληνες και διεθνείς επενδυτές που ήδη προσπαθούν να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τομέα τροφίμων, ενοποιώντας μικρότερες εκμεταλλεύσεις, μετατοπίζοντας την παραγωγή σε καλλιέργειες υψηλότερης αξίας και επενδύοντας σε καινοτόμες τεχνολογίες παραγωγής και συσκευασίας.

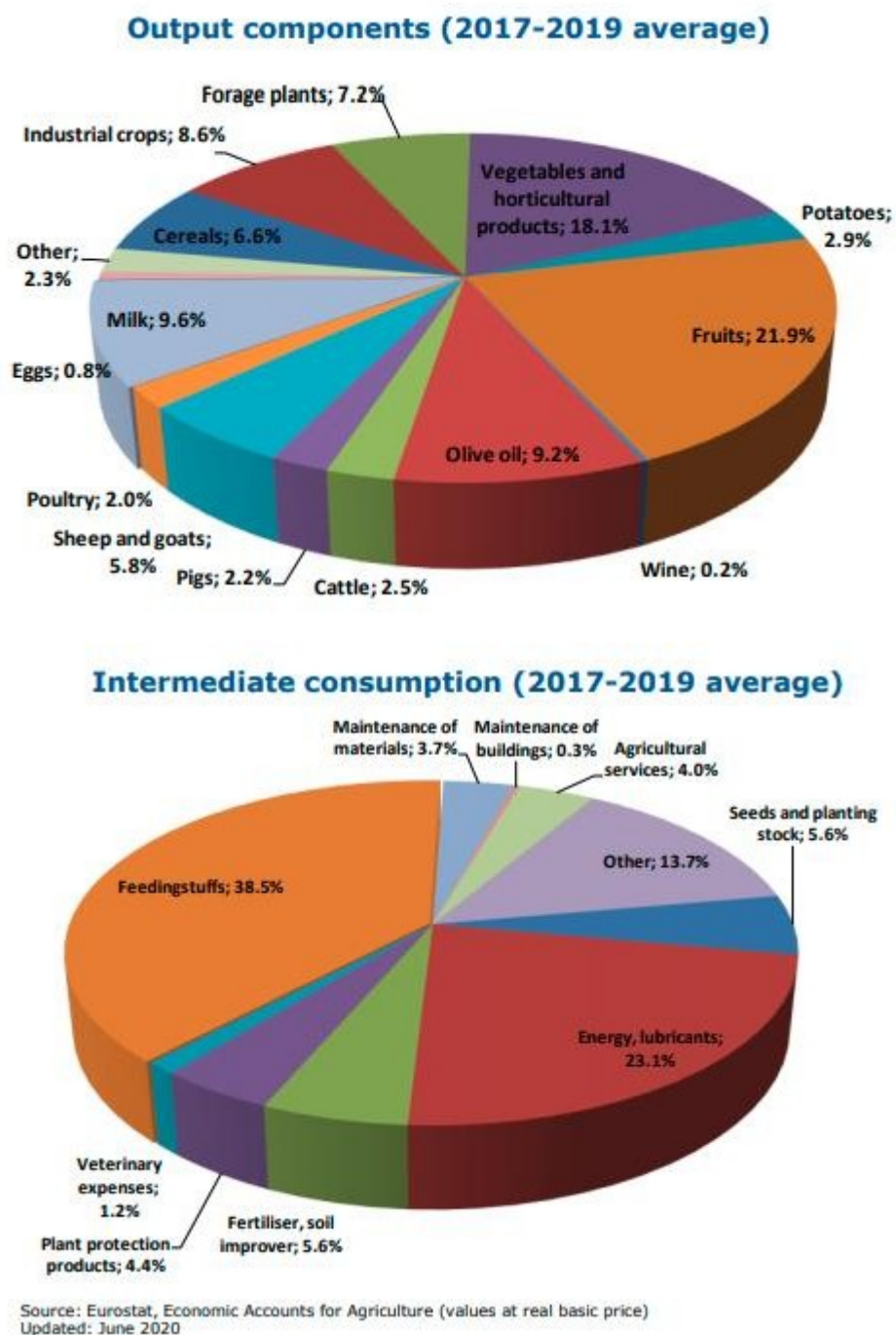
Πολλές πολυεθνικές απολαμβάνουν τα οφέλη της έδρας τους στην Ελλάδα. Οι γίγαντες όπως οι Mondelez, Lays, Barilla, Cadbury, General Mills, FrieslandCampina, κατασκευάζουν ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και διαπιστώνουν ότι οι τοπικές και περιφερειακές αγορές δέχονται νέες σειρές προϊόντων καθώς και καθιερωμένα αγαπημένα.

Οι ελληνικές εταιρείες τροφίμων και ποτών έχουν δημιουργήσει ένα μεγάλο δίκτυο πωλήσεων και διανομής στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, μια δύναμη που ενισχύεται από τον δυναμισμό των ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή. Στην κορυφή της λίστας των προϊόντων που εξάγονται είναι λαχανικά, φρούτα, ελαιόλαδο, γαλακτοκομικά προϊόντα, φρέσκα θαλασσινά, κονσερβοποιημένα φρούτα, ελιές, σταφίδες, κρασί και προϊόντα ντομάτας. Πιο πρόσφατα, οι ελληνικές εταιρείες τροφίμων και ποτών διεισδύουν ραγδαία σε αγορές υψηλότερης ανάπτυξης όπως οι ΗΠΑ, η Κίνα, η Ρωσία και η Δυτική Ευρώπη.

Οι εταιρείες που πρωτοπορούν στον κλάδο της Γεωργίας είναι η **GaiaΕπιχειρείν**, η **Neuropublic**, η **Αγροπονία**, η **KoutsogiorgakisFamily** και η **HellasAgribusiness**. Είναι μέρος των εταιρειών που συμβάλλουν δυναμικά στην προώθηση και την ανάπτυξη της γεωργικής παραγωγής της χώρας και με τις τελευταίες τεχνολογίες που ακολουθούν έχουν αγγίξει την κορυφή στις εξαγωγές των ελληνικών αγροτικών προϊόντων.

Υπάρχει άφθονη ευκαιρία δημιουργίας προστιθέμενης αξίας σε πολλές κατηγορίες προϊόντων, ειδικά καθώς το παγκόσμιο ενδιαφέρον για υγιεινά τρόφιμα, σνακ και τρόφιμα ευκολίας συνεχίζει να αυξάνεται. Σνακ με βάση το μέλι και ξηρούς καρπούς, προϊόντα ζυμαρικών, μαρμελάδες και τουρσί, καθώς και νέα θαλασσινά και

προϊόντα κρέατος αποδεικνύουν σημαντικό δυναμικό σε πολλές αγορές. Και καθώς αυξάνεται η κατανάλωση ελαιόλαδου, η Ελλάδα είναι σε ιδανική θέση να ανταποκριθεί σε αυτόν τον τομέα καθώς είναι ο τρίτος μεγαλύτερος παραγωγός ελαιόλαδου στον κόσμο (Kokkinakis, Fragkiadakis, Lapidakis, & Kokkinaki, 2020). Παρακάτω δίνονται τα τελευταία στοιχεία σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία.



Εικόνα 1: Οικονομικά μεγέθη του Αγροτικού Τομέα στην Ελλάδα – Πηγή: EUROSTAT

4.1.2. Αλιεία

Η ελληνική υδατοκαλλιέργεια κυριαρχείται από την εκτροφή θαλασσινών ψαριών σε υπεράκτιους κλωβούς, συγκεκριμένα από τσιπούρα και λαβράκι της Ευρώπης με τη συνολική παραγωγική ικανότητα περίπου 110 000 τόνων το 2015. Ακολουθείται από την καλλιέργεια μεσογειακών μυδιών με ετήσια παραγωγική ικανότητα έως 35-40.000 τόνους το 2015. Μετά από αρκετές κρίσεις κυρίως ως αποτέλεσμα της ανισορροπίας μεταξύ προσφοράς και ζήτησης, ο τομέας των θαλάσσιων ψαριών έχει αναδιαρθρωθεί, με στόχο να διπλασιαστεί η παραγωγή του έως το 2030. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, στρατηγικές που περιλαμβάνουν: στοχευμένη έρευνα, ανάπτυξη και καινοτομίες για τη βελτιστοποίηση της παραγωγής · διαφοροποίηση προϊόντων · και οι σχετικές ενέργειες μάρκετινγκ μέσω της ανάπτυξης νέων συστημάτων, όπως οι οργανώσεις παραγωγών, εξετάζονται. Τα είδη γλυκού νερού και η εκτεταμένη υδατοκαλλιέργεια λιμνοθάλασσας έχουν περιορισμένο δυναμικό ανάπτυξης κυρίως λόγω της έλλειψης διαθεσιμότητας φυσικών πόρων (νερό, άγρια αποθέματα). Τα θαλάσσια ψάρια είναι το κορυφαίο ελληνικό προϊόν που εξάγεται στην Ελλάδα και συνεισφέρει περίπου το 11% των συνολικών εθνικών εξαγωγών γεωργικών προϊόντων (που αντιπροσωπεύουν από κοινού το 19% των συνολικών ελληνικών εξαγωγών).

Η θαλάσσια ιχθυοκαλλιέργεια ιδρύθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1980 με ισχυρή υποστήριξη από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) για την ίδρυση πιλοτικών εκμεταλλεύσεων και μέσω της μεταφοράς τεχνολογίας κλωβών και γνώσεων από βιομηχανίες σολομού, ιδίως εκείνες στη Σκωτία, και τεχνολογία εκτροφής από τη Γαλλία και την Ισπανία. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, η μαζική παραγωγή επιτεύχθηκε μετά την επίλυση των μεγάλων τεχνικών ζωολογικών κήπων για την εκτροφή αυτών των ειδών. Κατά συνέπεια, υπήρξε εκθετική ανάπτυξη του κλάδου, με αρκετές περιόδους κρίσης (1999–2002 και 2007–2008) να προκαλούν παρατεταμένες περιόδους χαμηλών τιμών κυρίως ως αποτέλεσμα της ανεξέλεγκτης παραγωγής, η οποία έφτασε τους 140.000 τόνους στην αρχή της Ελληνικής οικονομικής κρίσης (2008), και η έλλειψη επαρκούς αποτελεσματικής υποστήριξης μάρκετινγκ. Από το 2015, η βιομηχανία εισήλθε σε μια φάση αναδιάρθρωσης και ενοποίησης, με 63 εταιρείες και παραγωγή περίπου 110.000 τόνων. Η καλλιέργεια μυδιών, μετά τη μηχανοποίησή της τη δεκαετία του 1990, αύξησε τον όγκο παραγωγής της κατά τη δεκαετία που ακολούθη, αλλά παρέμεινε κάτω από τα ανώτατα όρια της παραγωγικής ικανότητας (35.000-40.000 τόνοι μικτού βάρους). Η ανάπτυξη του κλάδου εξαρτάται από τη

διαθεσιμότητα κατάλληλου χώρου, ο οποίος είναι περιορισμένος. Η παραδοσιακή υδατοκαλλιέργεια λιμνοθάλασσας και η καλλιέργεια γλυκού νερού έχουν και οι δύο περιορισμένη δυναμική ικανότητα επέκτασης. Η υδατοκαλλιέργεια της λιμνοθάλασσας, ως δραστηριότητα που βασίζεται στη σύλληψη, εκτίθεται στην ευπάθεια των άγριων αποθεμάτων γόνου και νεαρών, καθώς και σε φυσικές συνθήκες. Η υδατοκαλλιέργεια γλυκού νερού είναι λιγότερο κατάλληλη λόγω έλλειψης πηγών γλυκού νερού.

Η θαλάσσια ιχθυοκαλλιέργεια στην Ελλάδα παρέχει 12.000 θέσεις εργασίας (επιστημονικές, τεχνικές, εργαζόμενοι) κυρίως σε απομακρυσμένες και απομονωμένες περιοχές. Σε πολλές περιπτώσεις, είναι ο μεγαλύτερος εργοδότης και ο πλούτος της τοπικής κοινωνίας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις δραστηριότητές της. Υπάρχουν επιπλέον 5.000 θέσεις εργασίας στην αλυσίδα αξίας και στις περιφερειακές δραστηριότητες. Στον τομέα της υδατοκαλλιέργειας, τα θαλάσσια ψάρια και τα μύδια αντιστοιχούν στο 85% της άμεσης απασχόλησης, με 7% στα γλυκά νερά και 8% στις δραστηριότητες υδατοκαλλιέργειας λιμνοθάλασσας.

Σε αντίθεση με τα υψηλά επίπεδα ανεργίας σε εθνικό επίπεδο, το οποίο αυξήθηκε σε 26% το 2014, η συνολική απασχόληση στην υδατοκαλλιέργεια μειώθηκε μόνο κατά 8% το 2011 (ΕΤΟΕΑ 2013).

Θαλάσσια ιχθυοκαλλιέργεια (εμπίπτει στην αλιεία)

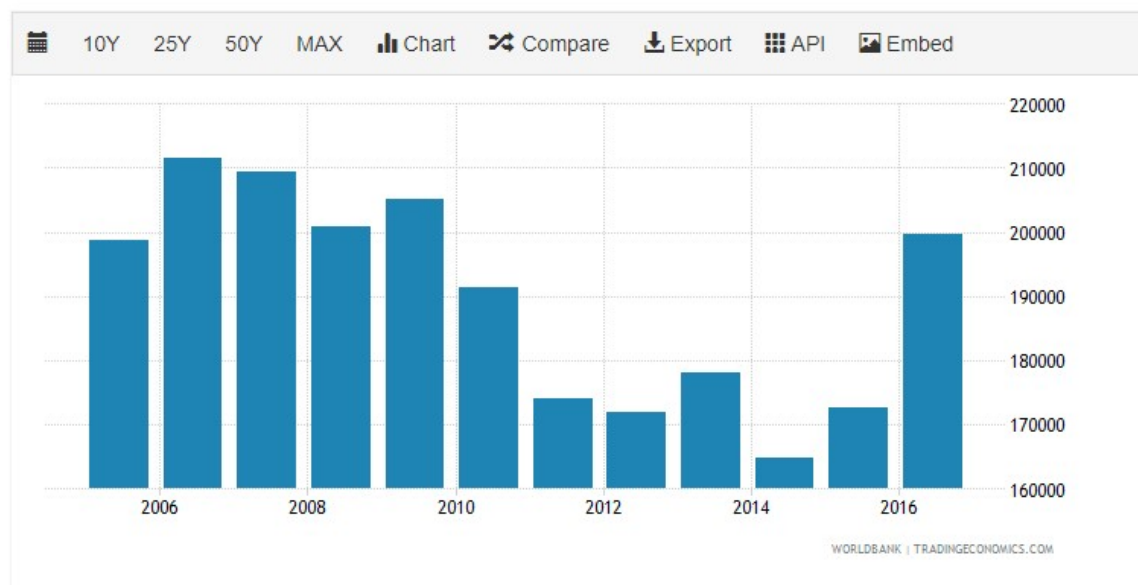
Οι χερσαίοι σταθμοί αναπαραγωγής παρέχουν βοήθεια στις εγκαταστάσεις ανάπτυξης, οι οποίες είναι κυρίως κλουβιά ψαριών που βρίσκονται σε περιοχές που προστατεύονται από τις καιρικές συνθήκες. Μεγάλα κλουβιά περιμέτρου περίπου 120 μέτρων, κατάλληλα για χωρητικότητα έως και 250-300 τόνους ψαριού, είναι διαθέσιμα για να κλιμακώσουν την παραγωγή και να προωθήσουν τη βιομηχανία πιο μακριά για να αποφύγουν περιβαλλοντικά προβλήματα. Τα ψάρια φτάνουν σε εμπορεύσιμο μέγεθος (350-450 g) σε 12-24 μήνες, ανάλογα με την τοπική θερμοκρασία του νερού που ποικίλλει μεταξύ των τοποθεσιών.

Οι μεγαλύτερες ελληνικές αλιευτικές επιχειρήσεις που είναι συμβεβλημένες για τις διαφανείς διαδικασίες που ακολουθούν για την προστασία των οικοσυστημάτων των θαλασσών και έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο στην αύξηση των εξαγωγών είναι η **MarinosSeafood**, η **Kallimanis**, η **Νέα Γη**, η **ΤριτωνΘαλασσина** και η **Πυθέας Αλιεύματα**.

Το παρακάτω διάγραμμα αποτελεί στοιχεία από την Παγκόσμια Τράπεζα σχετικά με τους τόνους ειδών αλιείας από την Ελλάδα, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία.

Greece - Total Fisheries Production (metric Tons)

Total fisheries production (metric tons) in Greece was reported at 199772 metric tons in 2016, according to the World Bank collection of development indicators, compiled from officially recognized sources. Greece - Total fisheries production (metric tons) - actual values, historical data, forecasts and projections were sourced from the World Bank on October of 2020.



Εικόνα 2: Απεικόνιση της ανά τόνων κατανομής της αλιείας στην Ελλάδα – Πηγή: Παγκόσμια Τράπεζα

4.2. Η ναυτιλία

Η ναυτιλία υπήρξε παραδοσιακά ένας βασικός τομέας της ελληνικής οικονομίας από την αρχαιότητα. Το 1813, το ελληνικό εμπορικό ναυτικό αποτελούσε 615 πλοία. Η συνολική χωρητικότητα ήταν 153.580 τόνοι και επανδρώθηκε με 37.526 μέλη πληρώματος και 5.878 κανόνια. Το 1914, οι αριθμοί ανέρχονταν σε 449.430 τόνους και 1.322 πλοία (εκ των οποίων τα 287 ήταν ατμόπλοια).

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1960, το μέγεθος του ελληνικού στόλου σχεδόν διπλασιάστηκε, κυρίως μέσω της επένδυσης που πραγματοποίησαν οι ναυτικοί μεγαστάτες Ωνάσης, Βαρδινογιάννης, Λιβάνου και Νιάρχου. Η βάση της σύγχρονης ελληνικής ναυτιλιακής βιομηχανίας δημιουργήθηκε μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, όταν Έλληνες επιχειρηματίες ναυτιλίας μπόρεσαν να συγκεντρώσουν πλεονασματικά

πλοία που τους πωλήθηκαν από την κυβέρνηση των Ηνωμένων Πολιτειών μέσω του νόμου περί πωλήσεων πλοίων της δεκαετίας του 1940.

Η Ελλάδα έχει το μεγαλύτερο εμπορικό ναυτικό στον κόσμο, αντιπροσωπεύοντας περισσότερο από το 15% της συνολικής χωρητικότητας νεκρού βάρους στον κόσμο (dwt) σύμφωνα με τη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το εμπόριο και την ανάπτυξη. Το συνολικό dwt του ελληνικού εμπορικού ναυτικού των 245 εκατομμυρίων είναι συγκρίσιμο μόνο με εκείνο της Ιαπωνίας, η οποία κατατάσσεται δεύτερη με σχεδόν 224 εκατομμύρια. Επιπλέον, η Ελλάδα αντιπροσωπεύει το 39, 52% του συνόλου των κατοίκων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο, ο σημερινός κατάλογος στόλου είναι μικρότερος από το υψηλό όλων των εποχών των 5.000 πλοίων στα τέλη της δεκαετίας του 1970.

Η Ελλάδα κατατάσσεται τέταρτη στον κόσμο με αριθμό πλοίων (3.695), πίσω από την Κίνα (5.313), την Ιαπωνία (3.991) και τη Γερμανία (3.833). Μια έκθεση των ενώσεων πλοιοκτητών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας για την περίοδο 2011-2012 αποκαλύπτει ότι η ελληνική σημαία είναι η έβδομη που χρησιμοποιείται περισσότερο διεθνώς για τη ναυτιλία, ενώ κατατάσσεται δεύτερη στη ΕΕ.

Όσον αφορά τις κατηγορίες πλοίων, οι ελληνικές εταιρείες διαθέτουν 22, 6% των παγκόσμιων δεξαμενόπλοιων και 16, 1% των παγκόσμιων φορτηγών χύδην φορτίου (σε dwt). Ένα επιπλέον ισοδύναμο του 27, 45% των παγκόσμιων δεξαμενόπλοιων είναι σε παραγγελία, με άλλο 12, 7% των φορτηγών χύδην φορτίου επίσης σε παραγγελία.

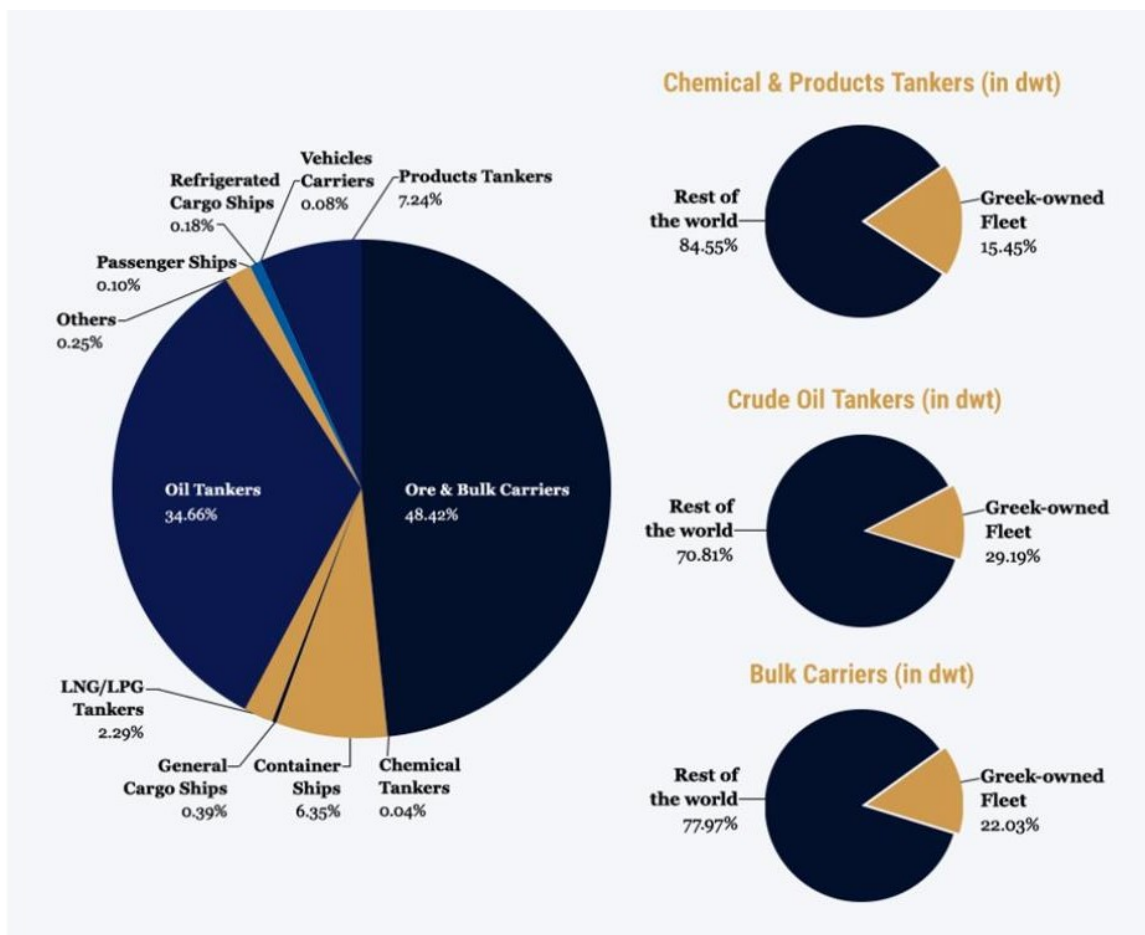
Αυτό ισοδυναμεί με το 15, 6% της φέρουσας ικανότητας ολόκληρου του παγκόσμιου στόλου, συμπεριλαμβανομένων των 23, 6 τοις εκατό του παγκόσμιου στόλου δεξαμενόπλοιων και 17, 2 τοις εκατό ξηρού όγκου.

Υπολογίζοντας τη ναυτιλία ως σχεδόν εξαγωγές και από άποψη νομισματικής αξίας, η Ελλάδα κατέλαβε την 4η θέση παγκοσμίως το 2011 έχοντας εξάγει υπηρεσίες αποστολής αξίας 17.704.132 εκατομμυρίων \$. Μόνο η Δανία, η Γερμανία και η Νότια Κορέα κατατάχθηκαν υψηλότερα κατά τη διάρκεια αυτού του έτους. Παρομοίως, μετρώντας τις ναυτιλιακές υπηρεσίες που παρέχονται στην Ελλάδα από άλλες χώρες ως οιωνοί εισαγωγές και η διαφορά μεταξύ εξαγωγών και εισαγωγών ως εμπορικού ισοζυγίου, η Ελλάδα το 2011 κατατάσσεται στο δεύτερο πίσω από τη Γερμανία, έχοντας εισαγάγει ναυτιλιακές υπηρεσίες αξίας 7.076.605 εκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ και είχε εμπορικό πλεόνασμα 10.712.342 εκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ.

Κατά την περίοδο 2010-2011, όσον αφορά τις κατηγορίες πλοίων, οι ελληνικές εταιρείες είχαν το 32, 5% των παγκόσμιων δεξαμενόπλοιων και το 23, 8% των παγκόσμιων μεταφορέων χύδην (σε dwt). Ένα επιπλέον ισοδύναμο του 20, 05% των παγκόσμιων δεξαμενόπλοιων ήταν σε παραγγελία, με άλλο 14, 1% των φορτηγών χύδην φορτηγών επίσης σε παραγγελία. Η ναυτιλία είναι μια από τις σημαντικότερες βιομηχανίες της χώρας. Το 2010-2011, αντιπροσώπευε το 8% του ΑΕΠ, απασχολούσε περίπου 290.000 άτομα (8% του εργατικού δυναμικού), και αντιπροσώπευε το 1/3 του εμπορικού ελλείμματος της χώρας. Τα κέρδη από τη ναυτιλία ανήλθαν σε 35, 4 δισεκατομμύρια ευρώ το 2014, ενώ μεταξύ 2000 και 2010 η ελληνική ναυτιλία συνέβαλε συνολικά 280 δισεκατομμύρια ευρώ (σχεδόν το δημόσιο χρέος της χώρας το 2014 και 4, 5 φορές τα έσοδα από το Ευρωπαϊκή Ένωση κατά την περίοδο 2000-2013). Μια έκθεση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας Εφοπλιστών για την περίοδο 2013-2014 αποκαλύπτει ότι η ελληνική σημαία είναι η πρώτη που χρησιμοποιείται περισσότερο διεθνώς για τη ναυτιλία, ενώ κατατάσσεται πρώτη στην ΕΕ η ίδια έκθεση ECSA έδειξε ότι υπάρχουν περίπου 950 ελληνικές ναυτιλίες εταιρείες σε λειτουργία (Hansen, Fagerholt, Stålhane, & Rakke, 2020).

Οι πέντε μεγαλύτερες ναυτιλιακές εταιρείες της Ελλάδας που συμβάλλουν δυναμικά στο ΑΕΠ της χώρας είναι η **Anangel – MaranTankers/Gas**, η **EuronavGaslogLng**, η **Navios**, η **Dynacom – Dynagas – SeaTraders**, και η **Cardiff – Dryships – TMS – OceanPig**. Οι εν λόγω εταιρείες έχουν εδραιώσει τη θέση τους στο παγκόσμιο ναυτιλιακό στερέωμα και ανταγωνίζονται με τις μεγαλύτερες διεθνείς ναυτιλιακές εταιρείες.

Το παρακάτω διάγραμμα δείχνει τα δεξαμενόπλοια, καθώς και εν γένει τα είδη πλοίων με τις αντίστοιχες σημαίες ανάμεσα στους Έλληνες πλοιοκτήτες και τον υπόλοιπο κόσμο.



Εικόνα 3: Κατανομή των πλοιοκτητών σε παγκόσμιο επίπεδο με το ελληνικό μερίδιο – Πηγή: ΟΟΣΑ

4.3. Τουρισμός

Ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς της ελληνικής οικονομίας και βασικός πυλώνας της οικονομικής ανάπτυξης. Το ΑΕΠ του Τουρισμού αντιπροσώπευε το 6, 8% του συνολικού ΑΕΠ το 2017. Ο τομέας απασχολούσε άμεσα 381 800 άτομα το 2018, αντιπροσωπεύοντας το 10, 0% της συνολικής απασχόλησης στη χώρα. Ο τουρισμός είναι πρωτοπόρος εξαγωγών στην ελληνική οικονομία. Οι ταξιδιωτικές εξαγωγές αντιπροσώπευαν το 43, 3% των συνολικών εξαγωγών υπηρεσιών το 2018.

Το 2018, ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα ήταν στο υψηλό όλων των εποχών με ρεκόρ 33, 1 εκατομμυρίων διεθνών τουριστικών αφίξεων, αύξηση 9, 7% σε σχέση με το 2017. Οι τουρίστες από άλλες χώρες της ΕΕ αντιπροσώπευαν σχεδόν τα δύο τρίτα των συνολικών επισκέψεων, αύξηση 15, 1 % σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι αγορές όγκου της Γερμανίας (+ 18, 2%) και της Γαλλίας (+ 7, 3%) αυξήθηκαν

σημαντικά, σημειώνοντας συνολικά 4, 4 εκατομμύρια και 1, 5 εκατομμύρια επισκέψεις αντίστοιχα, όπως και οι αφίξεις από τις Ηνωμένες Πολιτείες που έφτασαν τα 1, 1 εκατομμύρια επισκέψεις, αντιπροσωπεύοντας ετήσια αύξηση 26, 9%. Οι νύχτες σε όλα τα μέσα διαμονής αυξήθηκαν κατά 8, 1% σε σύγκριση με το 2017, φτάνοντας τα 230, 7 εκατομμύρια. Οι εγχώριοι τουρίστες πραγματοποίησαν 5, 7 εκατομμύρια ταξίδια το 2018, αύξηση 3, 6% σε σχέση με το 2017. Μόνο το 4, 7% των εσωτερικών ταξιδιών πραγματοποιήθηκαν για επαγγελματικούς σκοπούς το 2017, με τη συντριπτική πλειοψηφία να προσανατολίζεται στον ελεύθερο χρόνο. Η πλειοψηφία των εγχώριων επισκεπτών έμεινε με φίλους ή συγγενείς ή σε άλλα μη ενοικιαζόμενα καταλύματα, με μόνο το 34, 2% των επισκέψεων να χρησιμοποιούν καταλύματα επί πληρωμή.

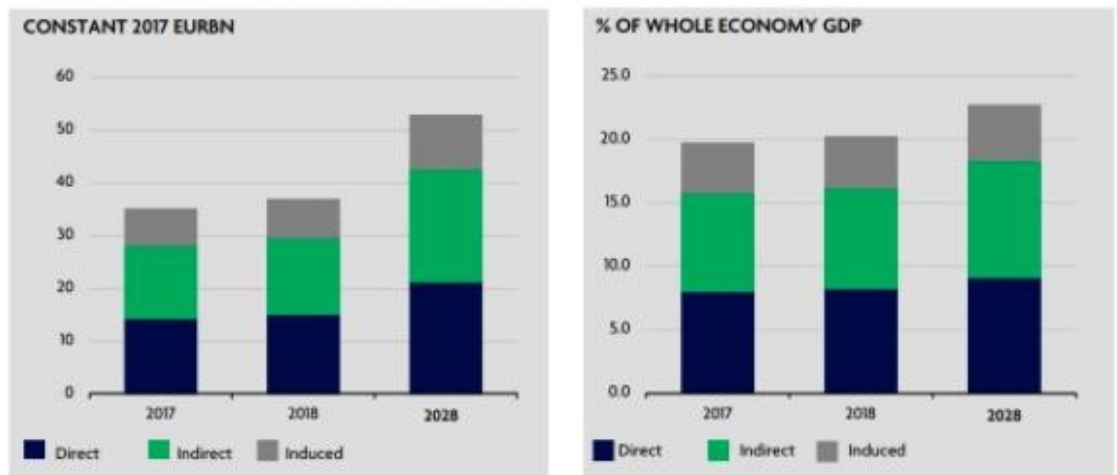
Το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς για τον Τουριστικό Τομέα καθοδηγεί την ανάπτυξη του κλάδου για την περίοδο 2014-20. Η τουριστική στρατηγική της Ελλάδας στοχεύει στην προβολή της χώρας ως παγκόσμιου και ελκυστικού προορισμού όλο το χρόνο προσφέροντας μοναδικές και αυθεντικές ταξιδιωτικές εμπειρίες. Ο τουρισμός βρίσκεται στο επίκεντρο της κυβερνητικής πολιτικής για την εθνική ανάπτυξη, την καινοτομία και το άνοιγμα.

Οι κύριες προτεραιότητες για την εθνική πολιτική τουρισμού είναι η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, της ποιότητας, της αυθεντικότητας, της ανθεκτικότητας και της βιωσιμότητας του τουριστικού προϊόντος και η ενίσχυση των επενδύσεων σε καταλύματα υψηλής ποιότητας και σε άλλες τουριστικές εξελίξεις με χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Λαμβάνει επίσης υπόψη τους στόχους αειφόρου ανάπτυξης του ΟΗΕ (Charitopoulos, Dua, Pinto, & Papageorgiou, 2020).

Στον τομέα του Τουρισμού οι επιχειρήσεις που παίζουν τον κορυφαίο ρόλο στην Ελλάδα είναι η **Autohellas (Hertz) ΑΤΕΕ**, η **OlympicETEAE**, η **Σάνη ΑΕ**, η **LeaseplanHellasΑΕ** και η **Φαίαξ ΑΕΤΑ** σύμφωνα με την ICAPHellas.

Το παρακάτω διάγραμμα δείχνει την συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας.

GREECE: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP



Source: WTTC

Εικόνα 3: Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία – Πηγή: Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού

5. Ερωτήσεις που διατυπώθηκαν στο ερωτηματολόγιο και η αντιστοιχισή τους στο μοντέλο των Lin et al. (2011)

Ακολουθώντας τη μεθοδολογία που διατυπώθηκε στο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3, διατυπώθηκαν οι ακόλουθες ερωτήσεις που αντιστοιχίζονται στις ακόλουθες μεταβλητές του προαναφερθέντος μοντέλου με στήριξη στη βιβλιογραφία που αναφέρεται στο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. Η εισαγωγή και οι πιθανές απαντήσεις εμφανίζονται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.

ΕΡΩΤΗΣΗ	ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΟΣ
1. Φύλο	-
2. Ηλικία	-
3. Κλάδος όπου εργάζεστε	-
4. Η θέση σας στην εταιρεία.	-
5. Κατά πόσο η ενασχόληση με κάποιο ηλεκτρονικό παιχνίδι στο διάλειμμα στην εργασία σας θα αυξήσει το συναίσθημα της διασκέδασης κατά την διάρκεια αυτής;	x1, emotions
6. Σε μελέτη που πραγματοποιήθηκε σε μαθητές, χρησιμοποιήθηκε ένα εργαλείο που αποτυπώνει την αυτοεκτίμηση. Μετά τα αποτελέσματα φάνηκε πως η αυτοεκτίμησή τους καθώς και η απόδοσή τους βελτιώθηκαν σε σχέση με πριν. Συμφωνείτε στη χρήση ενός τέτοιου εργαλείου σε εσάς και τους συναδέλφους σας;	x2, accurate self assessment
7. Συμφωνείτε με την αυτοπεποίθηση που πηγάζει από τους δασκάλους για την ικανότητά τους να χρησιμοποιούν τεχνολογικά μέσα για την πραγματοποίηση των μαθημάτων με πιο διαδραστικό και σύγχρονο τρόπο;	x3, confidence
8. Αισθάνεστε ποτέ ότι η πολύωρη έκθεσή σας στα τεχνολογικά μέσα κατά την διάρκεια της	x4, self control of emotions

εργασίας σας, μπορεί να σας οδηγήσει σε ανεξέλεγκτο εκνευρισμό και δυσφορία;	
9. Η σταθερότητα που προσφέρει η τεχνολογία, σας βοηθά να νιώθετε εμπιστοσύνη στον εαυτό σας και τις επιδόσεις σας στην εργασία σας;	x5, trust
10. Κατά πόσο συμφωνείτε ότι τα τεχνολογικά επιτεύγματα ενισχύουν μεν την διαδικασία της εκμάθησης, παραμερίζοντας δε την ανθρώπινη διαίσθηση;	x6, intuition
11. Η προσαρμογή σε ένα καινούριο τεχνολογικό μέσο ή εφαρμογή σας μοιάζει εύκολη διαδικασία;	x7, adaptability
12. Η τεχνολογία είναι εδώ για να κάνει την ζωή μας ευκολότερη, καθώς οι ενέργειες χρειάζονται λιγότερη ζωτική προσπάθεια για να πραγματοποιηθούν. Αυτή η ευκολία που μας χαρίζεται είναι αρκετή για να δώσει περισσότερα κίνητρα και ενεργητικότητα στον χώρο εργασίας;	x8, achievement drive
13. Η τεχνολογία έχει καταφέρει να κάνει τα παιδιά με αυτισμό να νιώσουν την ενσυναίσθηση. Κατά πόσο μπορεί να χρησιμοποιηθεί εξίσου για την διατήρηση της ενσυναίσθησης και κατ'επέκταση την απόκτηση ομαδικού πνεύματος στο χώρο εργασίας;	x9, empathy
14. Κατά πόσο είναι δυνατόν ειδικά διαμορφωμένες εφαρμογές που διατηρούν τον προσανατολισμό υπηρεσίας, δηλαδή ολόκληρη τη νοοτροπία και την πολιτική ενός χώρου, να βοηθήσουν τους πελάτες να τον κατανοήσουν μέσα από την τεχνολογία;	x10, service-orientation
15. Η χρήση τεχνολογικού εργαλείου με δυσνόητη μορφή στην εργασία σας, επηρεάζει	x11, organisational perceptivity

την απόδοση σας στην διεκπεραίωση των καθημερινών καθηκόντων	
16. Σε περίπτωση τηλεργασίας, οι συνεργάτες σας ενδεχομένως να αποδόσουν καλύτερα όντας στον προσωπικό τους χώρο με την άνεση που τους προσδίδεται.	x12, attitude for developing others
17. Η χρήση κάποιου ηλεκτρονικού μέσου (π.χ. τηλεφώνημα, βίντεο) από τον προϊστάμενό σας, σε περίπτωση απουσίας, προς μεταφορά κάποιου μηνύματος, δύναται να σας ασκήσει αρκετή επιρροή ώστε να παραμείνετε το ίδιο παραγωγικός;	x15, influential power
18. Συμφωνείτε με την μείωση της χρήσης της τεχνολογίας και την ταυτόχρονη εύρεση πιο φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών για την διεκπεραίωση της εργασίας σας;	x16, negotiation skills
19. Μια σελίδα παραπόνων για να μπορούν να σχολιάζουν οι πελάτες της εταιρείας σας τυχόν αστοχίες, μπορεί να αλλάξει την απόδοση των προϊόντων σας;	x17, conflict management
20. Η αντίληψη ότι οι εταιρίες που χαρακτηρίζονται ως "ηγέτες της τεχνολογίας" είναι αποτυχημένες, σας εκφράζει;	x18, leadership
21. Κατά πόσο μια ριζική αλλαγή στην προσωπική σας ζωή μπορεί να επηρεάσει την απόδοση στην εργασία σας, η οποία κατά βάση στηρίζεται στην χρήση σταθερών τεχνολογικών μέσων και εργαλείων	x19, willingness for catalytic change
22. Η μοναχικότητα κάθε ατόμου και η εξάρτηση από την τεχνολογία είναι αρκετά για να αποτρέψουν την δημιουργία ομαδικού πνεύματος;	x20, teamwork

23. Άτομα μη ενεργά στην τεχνολογία στην προσωπική τους ζωή, δεν μπορούν να ανταποκριθούν εξίσου στην χρήση τεχνολογίας στον χώρο εργασίας τους.	x13, activeness
24. Κατά πόσο τα τεχνολογικά μέσα, και ειδικότερα τα social media, μπορούν να προάξουν την επικοινωνία μέσω αυτών ανάμεσα σε συναδέλφους, και κατ'επέκταση την επικοινωνία τους μέσα στον χώρο εργασίας;	x14, link building
25. Παρακαλώ πληκτρολογήστε τον κωδικό που σας δόθηκε για τη συμπλήρωση ερωτηματολογίου.	VERIFICATION PURPOSE

Όλες οι πιθανές απαντήσεις στις ερωτήσεις από τον αριθμό (5) έως τον αριθμό (24) διατυπώθηκαν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert, όπου 1 τίθεται η ελάχιστη δυνατή βαθμολογία και 5 η υψηλότερη δυνατή. Εξάιρεση αποτελεί η ερώτηση (8) στην οποία λόγω της διατύπωσής της, η οποία έχει αρνητική χροιά, χρησιμοποιήθηκε η πενταβάθμια κλίμακα Likert αλλά με αντίστροφη βαθμολόγηση.

Συν τοις άλλοις, εξάιρεση αποτελούν οι ερωτήσεις (6), (9), (22) οι οποίες παρουσιάστηκαν με πιθανές απαντήσεις σε τριβάθμια κλίμακα (1-Ναι, 2-Ίσως, 3-Όχι) για να καταστούν περισσότερο κατανοητές και να μεγιστοποιηθεί η πιθανότητα συμπλήρωσής τους.

Κατά τα άλλα, για τον τρόπο διατύπωσης ερωτηματολογίου, υπάρχει εκτενής αναφορά στο κεφάλαιο 3 της παρούσας, με την προσθήκη της εξής προτροπής προς τους ερωτηθέντες: αν υπάρξει οποιοδήποτε ζήτημα στην υποβολή του ερωτηματολογίου, ΝΑ ΜΗΝ πραγματοποιηθεί εκ νέου υποβολή, ώστε να μην παρατηρηθεί το φαινόμενο της επανάθεσης. (ερωτηματολόγιο από τον ίδιο ερωτηθέντα να εμφανιστεί πάνω από μια φορά στο δείγμα).

6. Οι επιχειρήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν και επιστημόνες για το δείγμα

Όπως ήδη έχει αναφερθεί στο 3^ο κεφάλαιο, τον πληθυσμό της έρευνας αποτέλεσαν εργαζόμενοι από κλάδους στους οποίους έχει πραγματοποιηθεί αναφορά, οι οποίοι ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα από 20 έως 70 ετών. Απάντησαν μέσα στους μήνες Νοέμβριο 2020, Δεκέμβριο 2020, πρώτο δεκαήμερο Ιανουαρίου 2021. Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου θα γίνει απλή τυχαία δειγματοληψία σε κάθε εταιρία από κάθε κλάδο. Η έρευνα επικεντρώθηκε μόνο στους κλάδους που δίνουν ώθηση στο GDP. Αυτό συνέβη διότι το να ληφθούν υπόψη όλοι οι κλάδοι θα απαιτήσει χρόνο και κόστος.

Στο δείγμα που προέκυψε, υπάρχουν:

- Για τον τομέα του τουρισμού, 153 απαντημένα ερωτηματολόγια
- Για τον τομέα της γεωργίας, 105 απαντημένα ερωτηματολόγια
- Για τον τομέα της ναυτιλίας, 160 απαντημένα ερωτηματολόγια
- Για τον τομέα της αλιείας, 168 απαντημένα ερωτηματολόγια

Οι εταιρείες στις οποίες ο γράφων απευθύνθηκε είναι οι ακόλουθες:

ΑΛΙΕΙΑ		
<u>ΟΝΟΜΑ</u>	<u>ΤΗΛΕΦΩΝΟ</u>	<u>MAIL</u>
ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Β.Ε.Ε.	210 6131666	postmaster@helfish.gr
AGROINVEST Α.Ε.Β.Ε.	2104812280	fishfeed@agroinvest.gr
AQUA VET SA	2102517807	aquavet@otenet.gr
ΠΡΩΤΕΥΣ Α.Ε.Β.Ε.	2272023123	sales@proteussa.com
ΝΗΡΕΥΣ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΕ	210 6698273	domesticsales@nireus.com
ΣΙΜ.ΑΕ	210 4903566	sim@sim.gr
SIFISFISHING	2106827962	sifisfishing@gmail.com
ΥΙΟΙ Δ. ΒΡΑΧΝΟΥ Ο.Ε.	2104176488	vrachnos@otenet.gr
MASTRO	210 6916762	info@fishing-mastro.gr
Δαριβιανάκης Fishing Store	210 5912275	info@darivianakis-fishingstore.gr
ΑΡΓΥΡΟΝΗΣΟΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε.	210 3454500	info@argyronisos.gr
OceanicTeam - I. & A. Κεφαλάς ΟΕ	210 7293076	info@oceanicteam.gr
Καλαϊτζής - Ψάρεμα Α.Ε.	2310 46 56 93	info@kalaitzis.gr
Γ. Καλλιμάνης Α.Ε.	26910 81946	info@kallimanis.gr
Pytheas Seafood	2228 096460	sales@pytheas.gr
ΤΡΙΤΩΝ ΘΑΛΑΣΣΙΝΑ ΑΕΕ	210 4619802	seafood@triton.gr

MARINOS SEA FOOD	<u>2510243443</u>	info@marinosseafood.com
OKAA A.E.	<u>210 4821111</u>	info@okaa.gr
GENFROCO AE	<u>210 5575587</u>	info@genfroco.gr
Cosmofish A.E.	<u>2105570447</u>	info@cosmofish.gr
ΟΡΚΑ ΙΧΘΥΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΕ	<u>2105584104</u>	orkaepe@otenet.gr
Escape World	<u>210 9963037</u>	info@escapeworld.gr
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ	<u>23510 91611</u>	info@omiros-sa.com
ΡΟΚΑΚΗΣ ΑΕ	<u>2821080144</u>	info@cretefish.gr
SELECT FISH S.A.	<u>2109938815</u>	info@selectfish.gr
Δημήτρης & Αρίων Παρμενίδης Α.Ε.	<u>25910 51717</u>	sales@parmenidis.gr
Βασίλης Σαβράμης & ΣΙΑ ΕΠΕ	<u>210 34 20 777</u>	info@savramis.gr
ΠΑΡΙΣ fishing club	<u>21 0461 3542</u>	info@parisfishing.gr
ΔΙΧΤΥΑ ΑΛΙΕΙΑΣ ΚΑΛΟΓΗΡΟΣ ΙΚΕ	<u>26820 25976</u>	welcome@kalogiros.gr
ΙΟΡΔΑΝΗΣ	<u>2510 232938</u>	info@jordanis.com.gr
DEEP FISHING	<u>210 57 57 822</u>	info@deepfishing.gr

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ		
<u>ΟΝΟΜΑ</u>	<u>ΤΗΛΕΦΩΝΟ</u>	<u>MAIL</u>
PARTHER ORAGNIZATIONS	2103217165	info@sete.gr
GRECOTEL HOTELS & RESORTS	2107280300	contact@grecotel.com
MIT SIS HOTELS HEADQUARTERS	210 2134644	info@mitsishotels.com
BLUE LAGOON GROUP	2242054400	info@bluelagoongroup.com
Autohellas-Hertz	2106264000	info@hertz.gr
OLYMPIC ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε.	2106845814	reservations@avis.gr
ΣΑΝΗ Α.Ε.	2374099400	info@saniresort.gr
ΦΑΙΑΞ Α.Ε.Τ.Α.	2661088400	info@faiax.gr
TOR HOTEL GROUP - EAGLES VILLAS	2310269421	sales@torhotelgroup.gr
Attica Group A.E.	210 891 9500	sofroni@attica-group.com
TEMES AE	2109490000	info@temes.gr
LAMPSA HELLENIC HOTELS S.A.	2106195525	info@lampsas.gr

LeasePlan Hellas S.A.	<u>21 0689 8760</u>	info@leaseplan.gr
KASTRO BEACH HOTEL - ΛΕΥΚΑΔΙΤΗΣ Α.Ε	2623095910	info@castrobeachhotel.com
ΛΑΡΑ ΑΞΤΕ	<u>2671031157</u>	info@lasignorahotel.gr
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	2107207000	info@divanicaravel.gr
ΝΗΚΑ Α.Ε.	22410 45700	info@tsigaros.com
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ «ΕΣΠΕΡΙΑ» Α.Ε.	22410 24282	acman@esperiagroup.gr
ΣΤΕΛΛΑ ΜΠΗΤΣ Α.Ε.	<u>2897029090</u>	info@stellahotels.gr
ΧΑΤΖΗΛΑΖΑΡΟΥ Ι. Α.Ε.	22440 29230	info@lindosprincess.com
ΑΙΓΑΙΟΝ Α.Ε.	2897032134	info@alexander-beach.com
ΑΦΟΙ ΜΟΥΣΑΜΑ ΑΞΕ	2107278000	info@cpathens.com
ANKAR Α.Ε.	210 2110601	info@ankar.gr
ΖΕΡΒΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	2841041270	info@eloundaaktiolous.gr
ΑΜΦΙΤΡΙΩΝ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΑΕ	210 9914402	info@amphitriionprisma.gr
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑΤΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	2374022100	welcome@g-hotels.gr
ΗΜΙΘΕΑ	<u>2108077705</u>	info@imithea.gr
MONDO TRAVEL Α.Ε.	210 6375000	hinfo@mondotravel.gr
MAROULIS TRAVEL	2106147840	info@maroulistravel.com
MOUZENIDIS TRAVEL ΑΕ	210 3317953	outgoing-ath@mzt.gr
Mideast Travel Worldwide	2112118888	mideast@mideast.gr
ΚΟΛΟΣΣΟΣ Α.Ε.	22410 85502	info@colossos-sa.gr
ΜΗΤΣΟΠΟΥΛΟΣΚΩΝ/ΝΟΣ ΜΟΝ. Ι.Κ.Ε.	210 3250064	athens@zorpidis.gr
UNLIMITED GREECE	211 4106 275	info@unlimited-greece.gr

CAVO GROSSO VOUTIRAKOS	26950 48308	info@cavogrosso.gr
Airotel Group	2106400720	info@airotel.gr
ASIT	2310536452	info@asit.gr
ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ ΝΑΡΛΙΑΝ Α.Ε.	210-3225159	info@himalayatravel.gr
ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ		
<u>ΟΝΟΜΑ</u>	<u>ΤΗΛΕΦΩΝΟ</u>	<u>MAIL</u>
GIKAS FRUITS - ΓΚΙΚΑΣ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ Ε.Π.Ε.	2665028290	gikasdfruits@gmail.com
ΚΡΕΚΑ Α.Ε.	2591042100	kreka@otenet.gr
NOVACERT	23330 53200	info@novacert.gr
ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΟΙΚΟΣ ΣΠΥΡΟΥ Α.Ε.Β.Ε	2103497500	sales@spirou.gr
ΑΦΟΙ Ι. ΜΑΝΤΟΥ Ο.Ε.	2664051614	afoimantou@gmail.com
ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ Ο.Ε.	26640 22577	afoi-pap@otenet.gr
ΕΣΠΕΡΙΣ - ΣΥ.Β.Ε.Α.Π.	2665029122	info@siveap.gr
ΙΟΝΙΟ - Ν. ΝΤΟΚΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	26650 22093	nntokos@yahoo.gr
ΚΤΗΜΑ ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ	2392044567	ktima@gerovassiliou.gr
ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΜΠΟΥΤΑΡΗ	210 6605200	info@boutari.gr
ΚΤΗΜΑ ΤΣΑΝΤΑΛΗ	23990 76100	info@tsantali.gr
ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε.	2105384911	sevt@sevt.gr.
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΑΤΑΛΑΝΤΗΣ ΑΕ	210 68 98 520	marketing@eza-beers.gr.
Q TRADE Ε.Ε.	2666041333	info@qtrade.gr
NATURE SA	2351051115	info@naturefert.com
BHP ORGANIC FERTILIZERS	2443029810	info@bhp.gr
AGROLA	2310788300	info@agrola.gr
ΜΕΓΑΕco	2105530600	info@megaeco.gr
FERTI-HAL	2373053360	info@fertihal.gr
ΑΛΦΑ ΓΕΩΡΓΙΚΑ ΕΦΟΔΙΑ ΑΕΒΕ	211 1205555	alfamanagement@alfagro.gr
ΑΓΡΟΠΟΝΙΑ Α.Ε.	2321097970	agroponia@otenet.gr
Neuropublic	210 4101010	info@neuropublic.gr
Koutsigiorgakis Family Winery	22260-54122	koutsigiorgakis@winery.com
Hellas Agribusiness	2384022137	hellasagribusiness@gmail.com
ΜΥΛΟΙ ΣΟΓΙΑΣ Α.Ε.	210 6384 400	mail@soya-mills.gr
ΚΥΚΝΟΣ Ελλ. Εταιρία Κονσερβών Α.Ε.	210 5225671	info@kyknos.com.gr

OLYMPIA STAR	2623032644	p.olympiastar@gmail.com
Tasty Fruit	23310 72700	info@tastyfruit.gr
Fountoulis Fruit	210 4838998	info@fountoulisfruit.gr
ΑΦΟΙ Ι. ΚΑΚΟΥ Ο.Ε.	2666051770	info@kakos.gr
Σ. ΒΛΑΧΟΣ - Χ. ΒΛΑΧΟΣ Ο.Ε.	26650 71560	blachosxristos@gmail.gr
ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΓΙΟΓΛΗΣ Α.Ε.	2665071303	info@gioglis.gr
ΚΑΡΑΓΙΩΤΗ ΑΦΟΙ ΙΚΕ	2666041880	afoikaragioti@yahoo.gr
ΚΤΗΜΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΜΟΝ. Ι.Κ.Ε.	2108954543	zacharias.vassilopoulos@gmail.com
ΑΓΡΟΦΡΟΥΤ ΕΛΛΑΣ Β. ΠΑΝΤΑΖΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	26230 22312	info@agrofrut.gr
AGROSTEF - KTK AE	2467085903	pkoustas@otenet.gr
AGRIFARM ΙΚΕ	2130 293282	info@agrifarm.gr
PROFARM S.A.	2310 798021	info@profarm.gr
Δ. Μηλίνης και Β. Μηλίνης Ο.Ε.	2373032326	sunfruits_milini@yahoo.gr
Αγροχημικά Βορείου Ελλάδος ΑΕ	2310753161	agrong@otenet.gr
ΚΑΡΑΝΤΙΝΟΣ Α.Ε.,	210 4822311	info@karantinos.com.gr
Όμιλος Κολιού ΑΒΕΕ	26810 52365	koliosae@otenet.gr
Ε.Α.Σ.Η. Α.Ε.	2810-378110	info@agrunion.gr
ΣΟΥΡΣΟΣ Α.Ε	27510 42202	soursos@arg.forthnet.gr
ΑΓΡΟ.ΒΙ.Μ Α.Ε.	2106423614	infoagro@agrovim.gr
SANIDAS	23430 42522	info@sanidas-e.gr
ΦΥΤΡΟ ΣΠΟΡΟΙ Α.Ε	2105317573	plirofories@fytroseeds.gr
Family Farms ΙΚΕ	2102202177	info@ffarms.gr

ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΕΣ		
<u>ΟΝΟΜΑ</u>	<u>ΤΗΛΕΦΩΝΟ</u>	<u>MAIL</u>
Navios Ship Management	2104172050	info@cnavios-containers.com
Maran Dry Management Inc.	2130 076 100	mail@marandry.com
Maritime Hellas	210 4293827	info@maritimehellas.org
Euronav	210 4558 000	admin.gr@euronav.com
Dynacom Tankers Management LTD	2108917700	marine@dynacomtm.com
Golden Cargo SA	<u>2104061000</u>	goldencargo@goldencargo.gr
Star Bulk Management Inc	210 6178400	info@starbulk.com
New Shipping LTD	<u>21 0429 0218</u>	info@newshipping.net
Costamare	210-9490000	ir@costamare.com

Tsakos ten LTD	210 9407710	ten@tenn.gr
Diana Shipping Inc.	2109470-100	izafrakis@ dianashippinginc.com
Chalkis Shipyards	22210-33300	info@chalkis-shipyards.gr
Minerva Marine	2108907500	it@minervamarine.com
EastMed (Eastern Mediterranean Maritime Ltd)	210 9699 710	tankerchartering@eastmed.gr
Thenamaris	<u>210 8909000</u>	ch.tanker@thenamaris.com
Capital Ship Management Corp.	210 4584900	capital@capitalship.gr
Danaos Shipping Corp Ltd	<u>21 0419 6400</u>	cfo@danaos.com
Laskaridis Shipping Company	2106284200	athens@laskaridis.com
Optimum Management	21 0946 6000	info@optimummanagement.net
A.M. Nomikos Transworld Maritime Agencies S.A.	210 6155200	aks@akcompanies.com
Athenian Sea Carriers Ltd.	210 6834875	asc_office@atheniangroup.com
Samos Steamship Co.	<u>21 0946 5900</u>	info@samossteamship.gr
Eletson Corporation	210 428 2300	info@eletson.com
Nereus Shipping S.A.	2104292262	piraeus@nereuship.gr
CARDIFF MARINE/TMS GROUP/DRYSHIPS	<u>2108090570</u>	finance@dryships.com
Chandris (Hellas) Inc.	2104584000	chandris-hellas@chandris-group.gr
NEDA MARITIME AGENCY CO. LTD	211 1030 200	office@nedamaritime.gr
Polembros Shipping Ltd.	210 4580300	info@polembros.gr
TECHNOMAR SHIPPING INC.	2106233670	info@technomar.gr
Empire Navigation Inc.	2111024000	empire@empirenavigation.com
AEGEAN BULK CO INC.	2103748250	info@aegeanbulk.gr
CHARTWORLD SHIPPING CORP.	210 8912000	mail@chartworld.gr
Stealth Maritime Corporation S.A.	2106252849	recruitment@stealth.gr
ALMI TANKERS S.A.	2103496200	almi@almitankers.gr
PRIME MARINE MANAGEMENT INC.	2109464800	Reception@prime-marine.net
Andriaki Shipping Co. Ltd.	210 6152300	email@andriaki.gr
MYLAKI SHIPPING AGENCY LTD	210 422 3355	ops@mylakild.gr
DILETON MARITIME S.A.	2104291490	maritime@dileton.gr

GOURDOMICHALIS MARITIME, S.A.	210 4290880	kavo@gmsa.gr
Orpheus Marine Transport Corporation	210 4285580	omtc@omtc.gr
ANEK LINES	210 4197470	customerservice@anek.gr
Minoan Lines	2810 399800	info@minoan.gr
Aegean Seaways Ltd	2310 500030	info@aegeanseaways.gr
Alkmare Group of Companies	210 4285195	alkmare@alkmare.gr
Anem Ferries	22420 59124	info@anemferries.gr
ARONIS TRANSIT LTD	2104177895	pagkakis@hol.gr
Elefsis Shipping Agency	210 5541665	info@elefshipagent.com
Intersea Container Services Ltd	2130017151	info@intersea.com.gr
SEAPACE International Shipping S.A	210- 4291565	agency@seapace.com
Webmarine Ltd	21042 84 700	info@webmarine.gr
VENIERIS MARITIME SA	210 4226808	piraeus-admin@venieris.gr
Ράγκος Ναυτιλιακή ΑΕ	2310 345696	info@rangos.com.gr
Φοίνιξ Διαμεταφορική ΕΠΕ	210 4290444	info@phoenixglobalgroup.com

7. Στατιστική ανάλυση μέσω SPSS και συμπερασματολογία

Προέκυψε ζήτημα ασυμβατότητας με το SPSS λόγω μεγάλου μεγέθους ορισμένων ερωτήσεων. Η εισαγωγή των ερωτήσεων στο SPSS έγινε με τις ακόλουθες λέξεις κλειδιά.

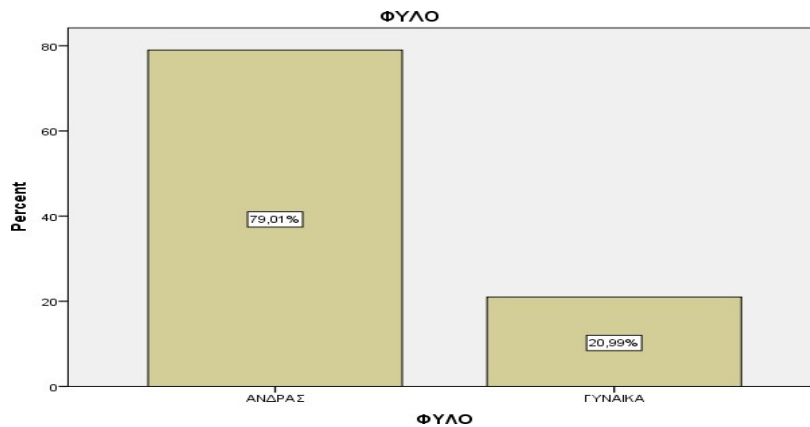
	ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ
1	ΦΥΛΟ
2	ΗΛΙΚΙΑ
3	ΚΛΑΔΟΣ
4	ΘΕΣΗ
5	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΙ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ
6	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΚΑΙ ΑΥΤΟΕΚΤΙΜΗΣΗ
7	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΔΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
8	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΥΣΦΟΡΙΑ
9	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ
10	Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΕΧΘΡΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΙΣΘΗΣΗΣ
11	ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΜΕΣΟ
12	ΟΙ ΕΥΚΟΛΙΕΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ Η ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ
13	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΟΜΑΔΙΚΟΤΗΤΑ
14	ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ
15	Η ΕΥΚΟΛΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΜΕΣΟΥ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΣΗ
16	ΤΗΛΕΡΓΑΣΙΑ VS ΦΥΣΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ
17	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
18	ΕΥΡΕΣΗ ECO FRIENDLY ΛΥΣΕΩΝ
19	ΣΕΛΙΔΑ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
20	ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΩΣ ΗΓΕΤΕΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
21	ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΖΩΗ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΟΥ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ
22	ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΑΠΌ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΜΟΝΩΣΗ
23	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ: ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΣ VS ΕΡΓΑΣΙΑΚΟΣ ΒΙΟΣ
24	SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

7.1.Περιγραφική στατιστική

Το πρώτο μέρος της ανάλυσης θα καλυφτεί από τον τομέα της περιγραφικής στατιστικής. Θα διευρυνθούν όλα τα ποσοστά των ερωτήσεων με πιθανό σκοπό κάποια εξαγωγή συμπερασμάτων.

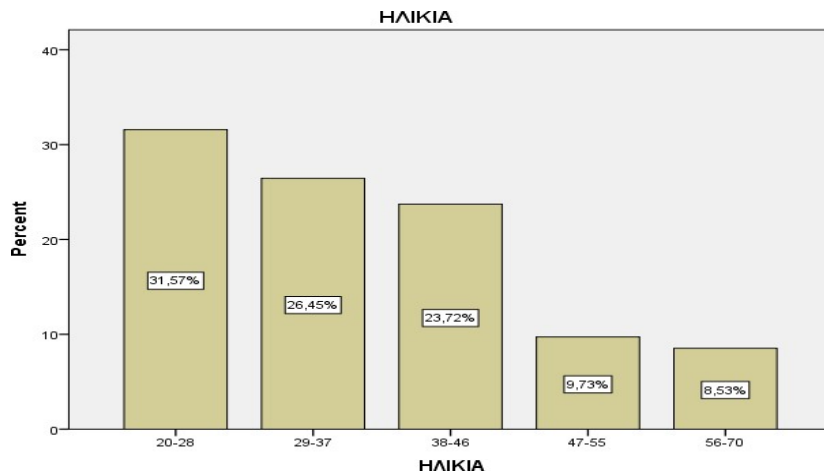
- Γράφημα 1

Στο γράφημα 1 φαίνεται ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων ήταν άνδρες, με ποσοστό 79, 01% και το υπόλοιπο 20, 99% ήταν γυναίκες.



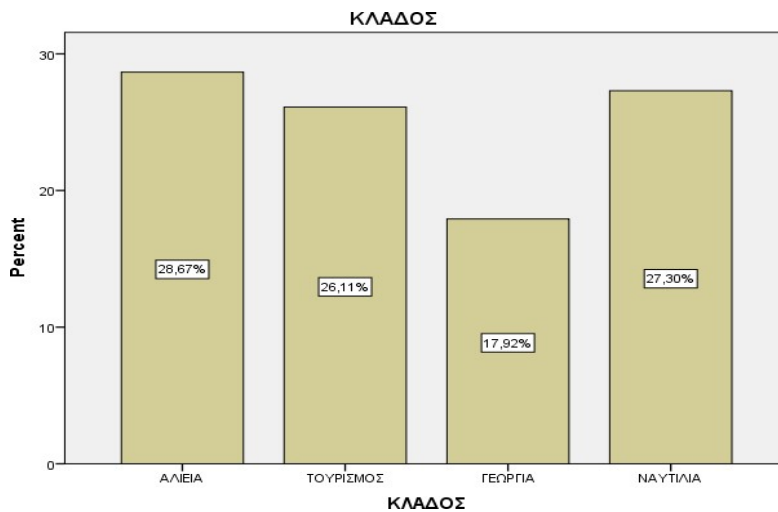
- Γράφημα 2

Στο γράφημα 2 δίνονται πληροφορίες σχετικά με την ηλικιακή ομάδα που ανήκουν οι συμμετέχοντες. Ειδικότερα, το 31, 57% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 20-28, το 26, 45% στις ηλικίες 29-37, το 23, 72% βρίσκονται στις ηλικίες 38-46, το 9, 73% είναι 44-55 ετών και τέλος μόλις το 8, 53% ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 56-70.



- Γράφημα 3

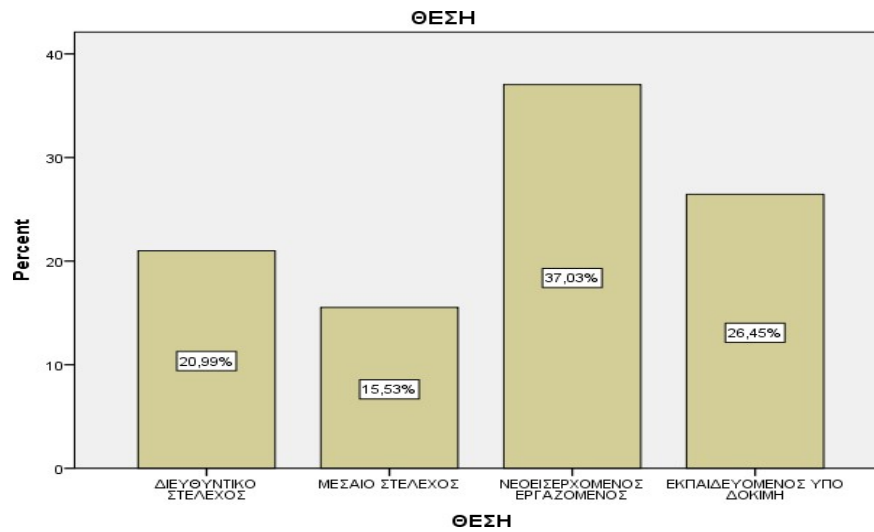
Το παρακάτω γράφημα απεικονίζει τον κλάδο με το οποίο ασχολείται ο συμμετέχων. Το 28, 67% δήλωσε ότι εργάζεται στον κλάδο της αλιείας, το 27, 30% στη ναυτιλία, το 26, 11% στον τουρισμό και τέλος, το 17, 92% στον κλάδο της γεωργίας,



- Γράφημα 4

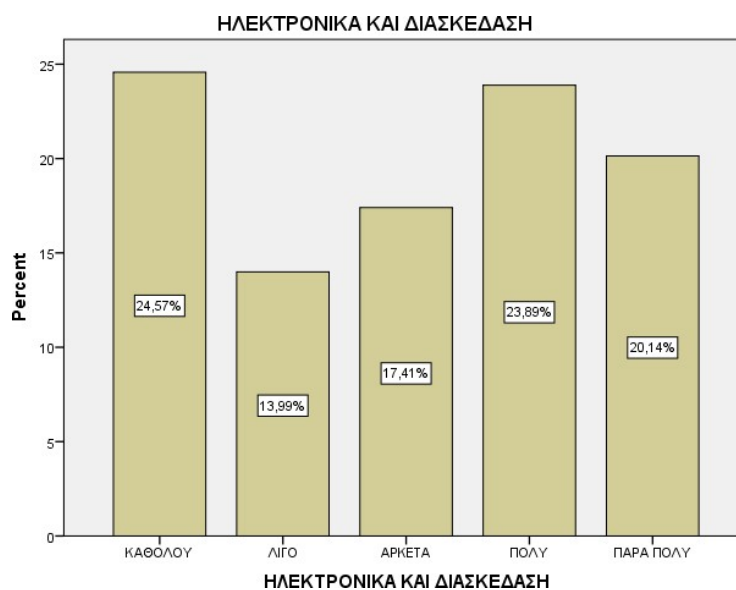
Από γράφημα 4 αντλούνται πληροφορίες σχετικά με τη θέση που κατέχουν οι συμμετέχοντες στην εταιρεία. Ειδικότερα, το 37, 03% είναι νεοεισερχόμενοι εργαζόμενοι, το 26, 45% είναι εκπαιδευόμενοι υπό δοκιμή, το 20, 99% είναι

διευθυντικά στελέχη και μόλις το 15, 53% ανήκουν στην κατηγορία των μεσαίων στελεχών.



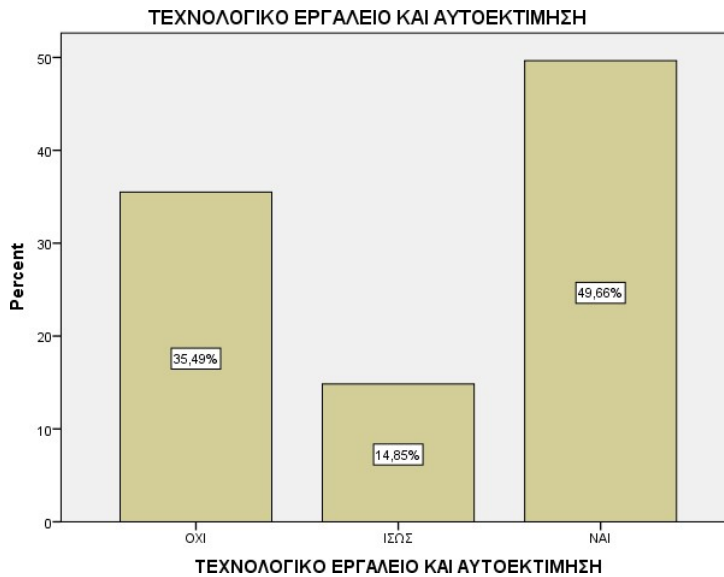
- Γράφημα 5

Στο παρακάτω γράφημα φαίνεται κατά πόσο η ενασχόληση με κάποιο ηλεκτρονικό παιχνίδι στο διάλειμμα στην εργασία αυξάνει το συναίσθημα της διασκέδασης κατά της διάρκειά της. Οι συμμετέχοντες απάντησαν καθόλου σε ποσοστό 24, 57%, πολύ σε ποσοστό 23, 89%, πάρα πολύ σε ποσοστό 20, 14%, αρκετά σε ποσοστό 17, 41% και λίγο σε ποσοστό 13, 99%.



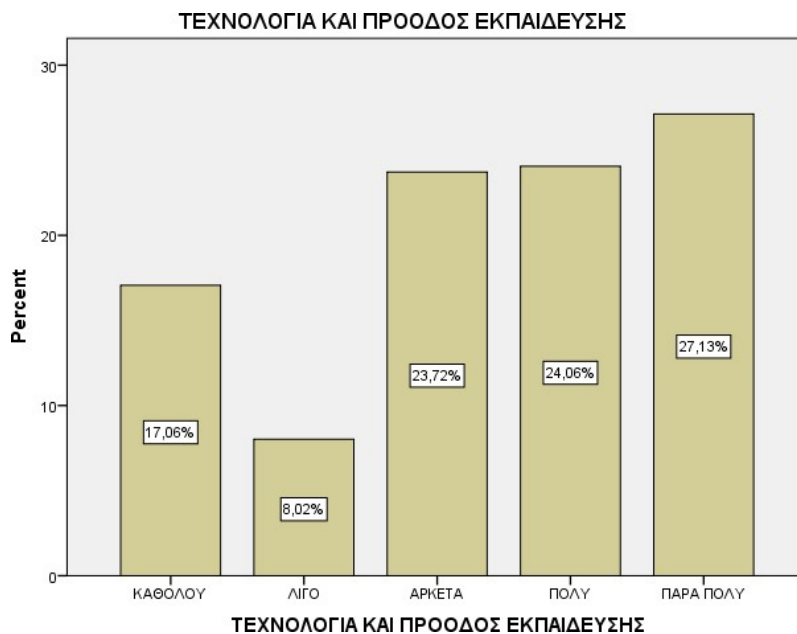
- Γράφημα 6

Το γράφημα 6 δείχνει αν η αυτοεκτίμηση των εργαζομένων και η απόδοσή τους βελτιώθηκε σε σχέση με πριν μέσω της χρήσης τεχνολογικού εργαλείου. Το 35, 49% απάντησε αρνητικά, το 14, 85% είπε ίσως και το 49, 66% απάντησε θετικά.



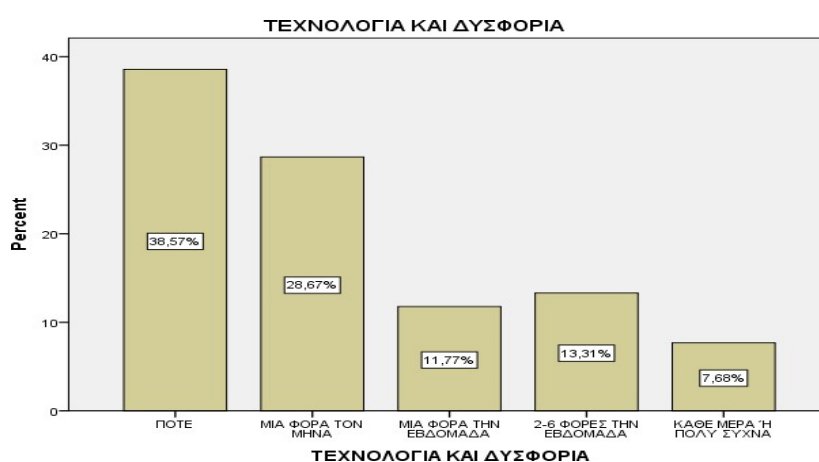
- Γράφημα 7

Στο γράφημα 7 φαίνεται κατά πόσο οι συμμετέχοντες συμφωνούν για την αυτοπεποίθηση που πηγάζει από τους δασκάλους για την ικανότητά τους να χρησιμοποιούν τεχνολογικά μέσα για την πραγματοποίηση των μαθημάτων με πιο διαδραστικό και σύγχρονο τρόπο. Πιο συγκεκριμένα, το 27, 13% συμφωνεί πάρα πολύ, το 24, 06% πολύ, το 23, 72% αρκετά, το 17, 06% δεν συμφωνεί καθόλου και μόλις το 8, 02% συμφωνεί λίγο.



- **Γράφημα 8**

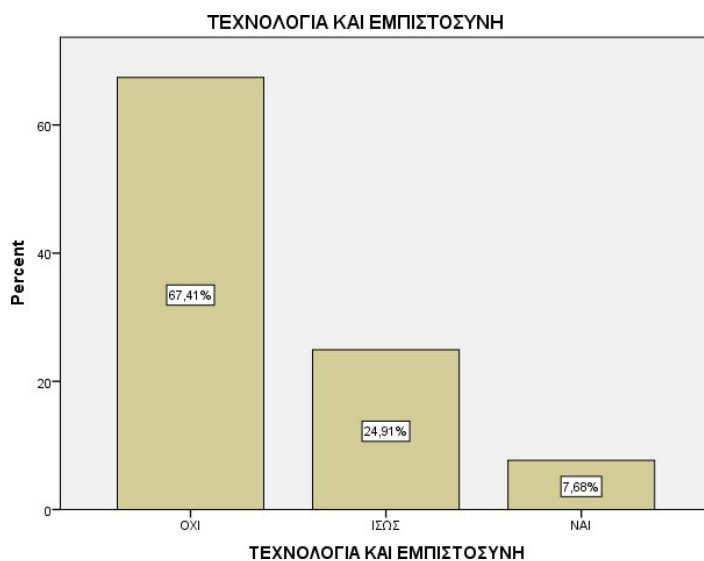
Το γράφημα 8 δείχνει την άποψη των εργαζομένων σχετικά με το αν αισθάνονται ότι η πολύωρη έκθεσή τους στα τεχνολογικά μέσα κατά τη διάρκεια της εργασίας τους μπορεί να τους οδηγήσει σε ανεξέλεγκτο εκνευρισμό και δυσφορία. Από τις απαντήσεις που δόθηκαν φαίνεται ότι το 38, 57% είπε ποτέ, το 28, 67% δήλωσε πως αυτό συμβαίνει μία φορά τον μήνα, το 13, 31% ότι γίνεται 2-6 φορές την εβδομάδα, το 11, 77% είπε μία φορά την εβδομάδα και μόλις το 7, 68% δήλωσε ότι γίνεται κάθε μέρα ή πολύ συχνά.



- **Γράφημα 9**

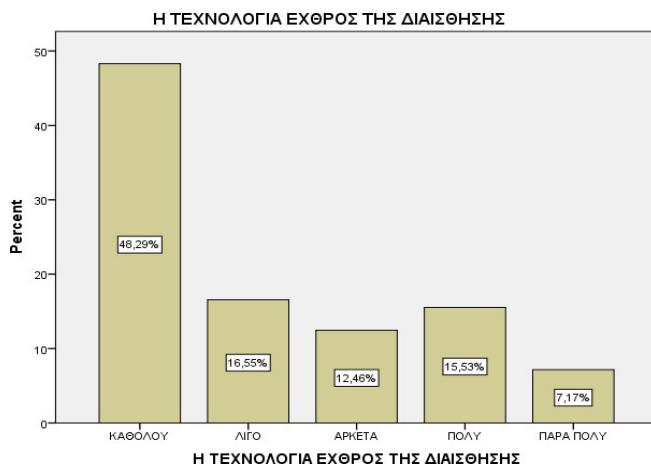
Στο γράφημα 9 φαίνεται κατά πόσο η σταθερότητα που προσφέρει η τεχνολογία βοηθά τους εργαζομένους ώστε να νιώθουν εμπιστοσύνη στον εαυτό τους και στις

επιδόσεις τους. Το 67, 41% απάντησε αρνητικά στην ερώτηση, το 24, 91% δήλωσε αδιαφορία και το 7, 68% απάντησε θετικά.



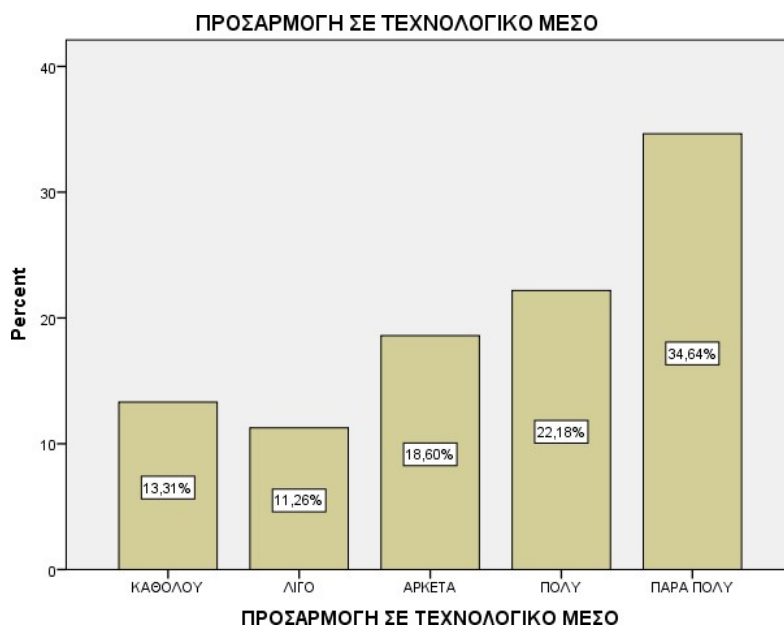
- Γράφημα 10

Το γράφημα 10 απεικονίζει κατά πόσο οι συμμετέχοντες συμφωνούν ότι τα τεχνολογικά επιτεύγματα ενισχύουν την διαδικασία της εκμάθησης αλλά παραμερίζουν την ανθρώπινη διαίσθηση. Φαίνεται ότι το 48, 29% δεν συμφωνεί καθόλου, το 16, 55% είπε λίγο, το 15, 53% απάντησε πολύ, το 12, 46% είπε αρκετά και μόλις το 7, 17% είπε πάρα πολύ.



- Γράφημα 11

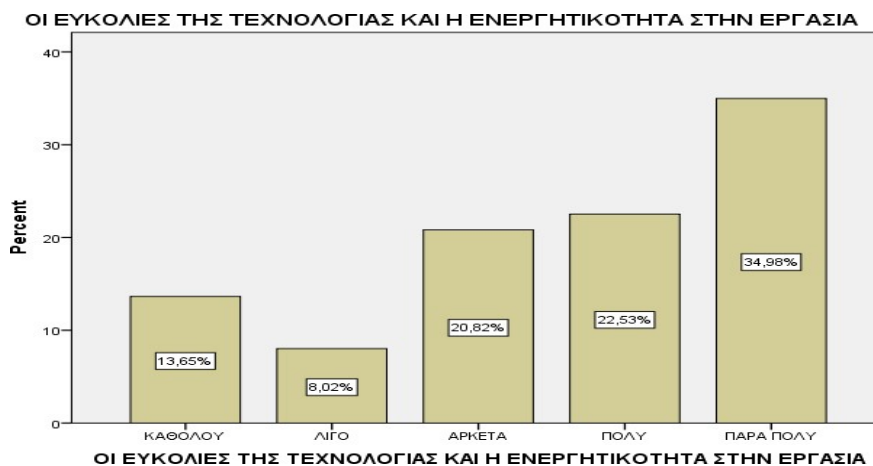
Στο παρακάτω γράφημα δίνονται πληροφορίες σχετικά με το αν η προσαρμογή σε ένα καινούριο τεχνολογικό μέσο ή η εφαρμογή του μοιάζει εύκολη διαδικασία. Το 36, 64% είπε πάρα πολύ, το 22, 18% είπε πολύ, το 18, 60% απάντησε αρκετά, το 13, 31% δήλωσε ότι δεν είναι καθόλου εύκολη διαδικασία και μόλις το 11, 26% είπε λίγο.



- Γράφημα 12

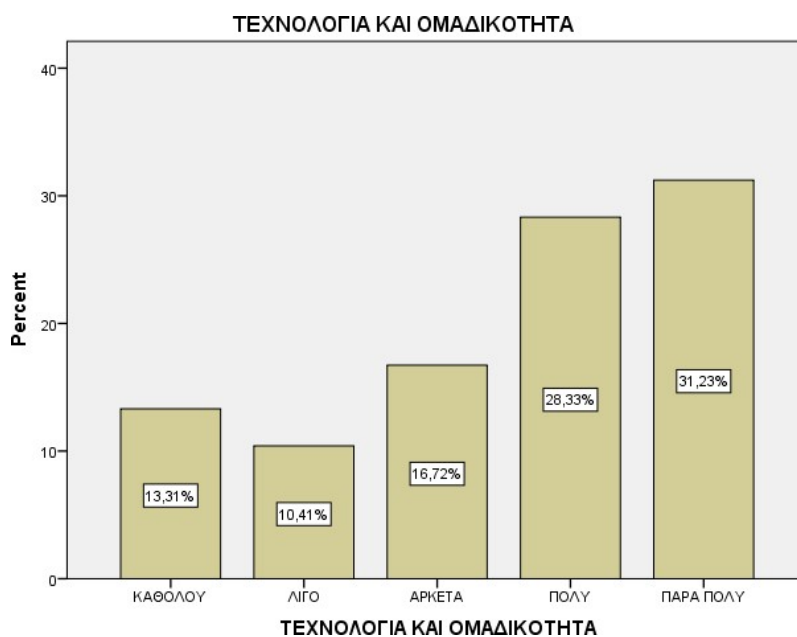
Το γράφημα 12 απεικονίζει κατά πόσο η ευκολία που χαρίζεται από την τεχνολογία είναι αρκετή για να δώσει περισσότερα κίνητρα και ενεργητικότητα στον

χώρο εργασίας. Ειδικότερα, από τις απαντήσεις που δόθηκαν, το 34, 98% είπε πάρα πολύ, το 22, 53% είπε πολύ, το 20, 82% είπε αρκετά. Το 13, 65% απάντησε καθόλου και το υπόλοιπο 8, 02% δήλωσε λίγο.



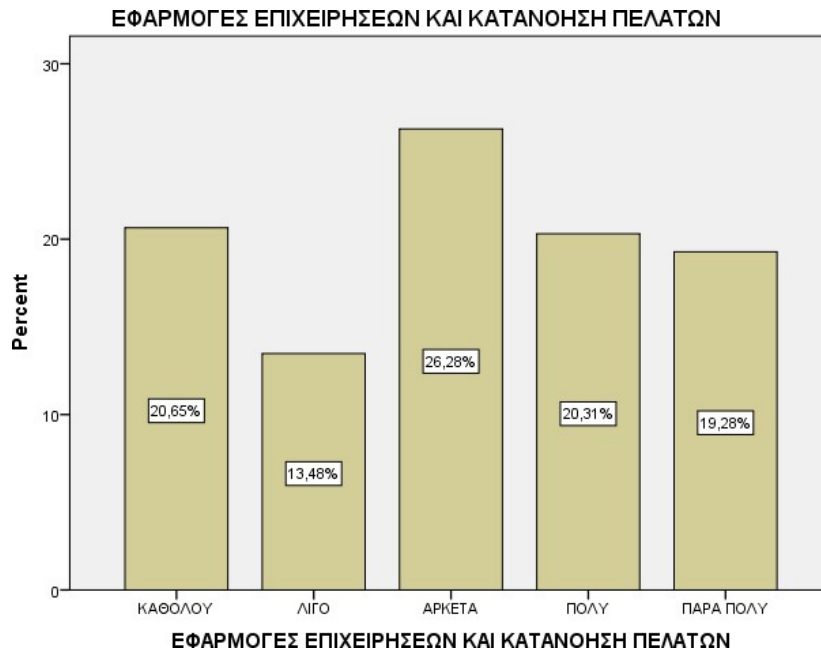
- Γράφημα 13

Το παρακάτω γράφημα δείχνει κατά πόσο η τεχνολογία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την διατήρηση της ενσυναίσθησης και της δημιουργίας ομαδικού πνεύματος στον χώρο εργασίας. Αναλυτικότερα, το 31, 23% δήλωσε πάρα πολύ, το 28, 33% είπε πολύ, το 16, 72% απάντησε αρκετά, το 13, 31% καθόλου και τέλος το 10, 41% είπε λίγο.



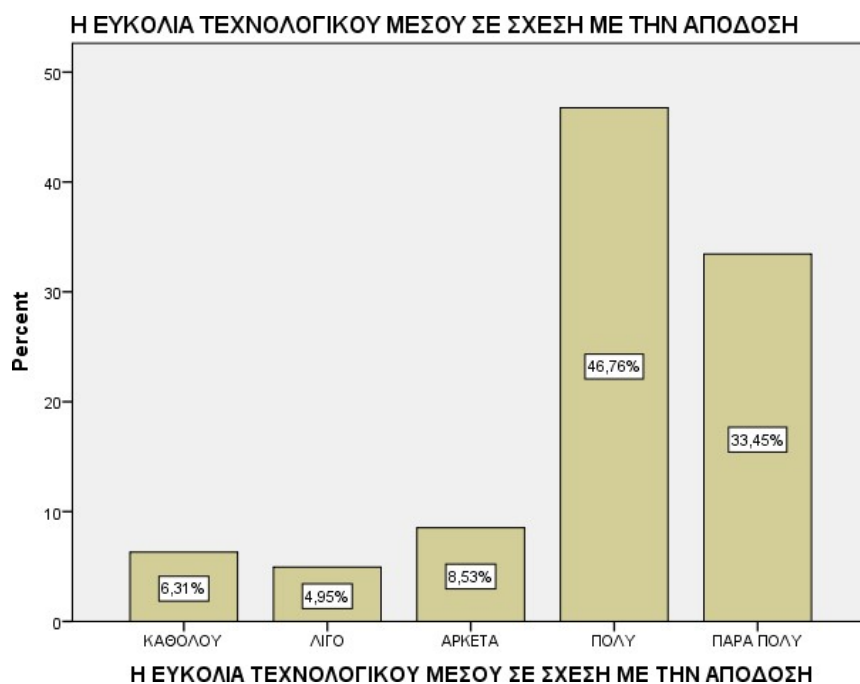
- Γράφημα 14

Το γράφημα 14 δείχνει κατά πόσο οι ειδικά διαμορφωμένες εφαρμογές που διατηρούν τον προσανατολισμό υπηρεσίας μπορούν να βοηθήσουν τους πελάτες να τον κατανοήσουν μέσα από την τεχνολογία. Ειδικότερα, το 26, 28% απάντησε αρκετά, το 20, 65% είπε καθόλου, το 20, 31% δήλωσε πολύ, το 19, 28% πάρα πολύ και τέλος το 13, 48% θεωρεί μπορεί να βοηθήσουν, αλλά λίγο.



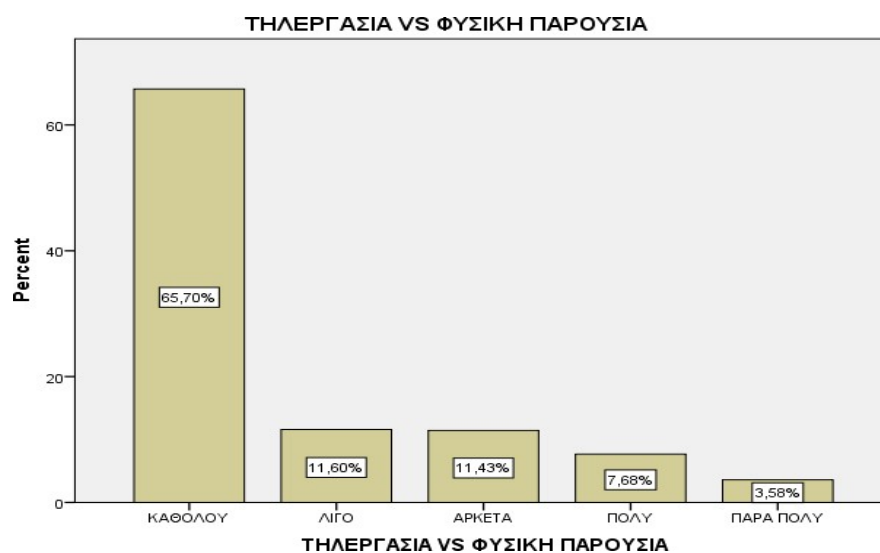
- Γράφημα 15

Στο γράφημα 15 απεικονίζονται οι απόψεις των συμμετεχόντων σχετικά με το αν θεωρούν ότι η χρήση τεχνολογικών εργαλείων με δυσνόητη μορφή στην εργασία τους επηρεάζουν την απόδοσή τους στην διεκπεραίωση καθημερινών καθηκόντων. Ειδικότερα, η πλειοψηφία, με ποσοστό 46, 76% είπε πολύ, ακολουθεί το 33, 45% που απάντησε πάρα πολύ, το 8, 53% όπου θεωρεί αρκετά, το 6, 31% καθόλου και μόλις το 4, 95% λίγο.



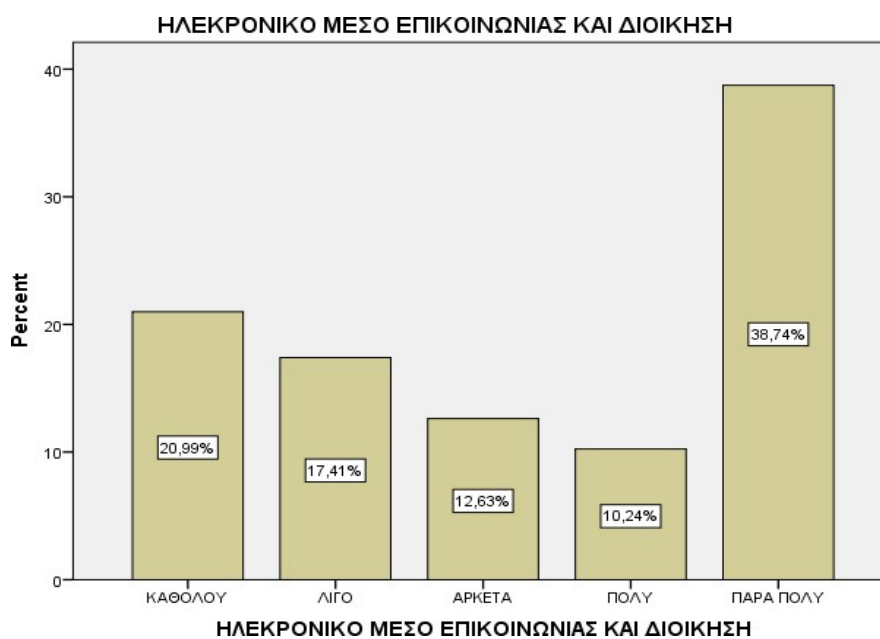
- Γράφημα 16

Το γράφημα 16 δείχνει κατά πόσο οι συμμετέχοντες συμφωνούν με την άποψη ότι σε περίπτωση τηλεργασίας, οι συνεργάτες τους ενδεχομένως να αποδώσουν καλύτερα, καθώς θα βρίσκονται στον προσωπικό τους χώρο με την άνεσή τους. Η πλειοψηφία, με ποσοστό 65, 70% δεν συμφωνεί καθόλου, το 11, 60% συμφωνεί λίγο, το 11, 43% αρκετά, το 7, 68% πολύ και μόλις το 3, 58% συμφωνεί πάρα πολύ.



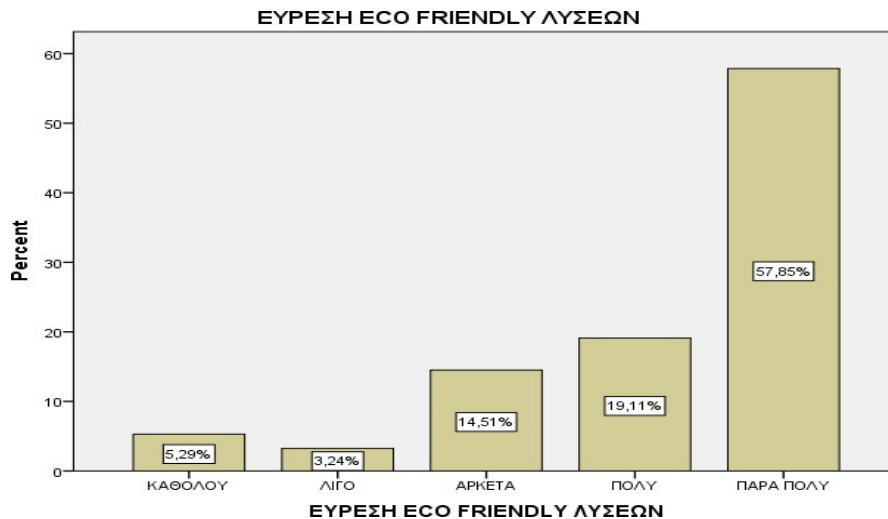
- Γράφημα 17

Από το γράφημα 17 αντλούνται πληροφορίες σχετικά με το αν οι συμμετέχοντες συμφωνούν με την άποψη ότι η χρήση κάποιου ηλεκτρονικού μέσου από τον προϊστάμενό τους, σε περίπτωση απουσίας, για την μεταφορά μηνύματος θα τους ασκήσει αρκετή επιρροή ώστε να παραμείνουν το ίδιο παραγωγικοί. Όπως φαίνεται από το γράφημα, το 38,74% συμφωνεί πάρα πολύ, το 20,99% δεν συμφωνεί καθόλου με την παραπάνω θέση, το 17,41% είπε λίγο, το 12,63% είπε αρκετά, το 10,24% συμφωνεί πολύ και μόλις το 0,17%.



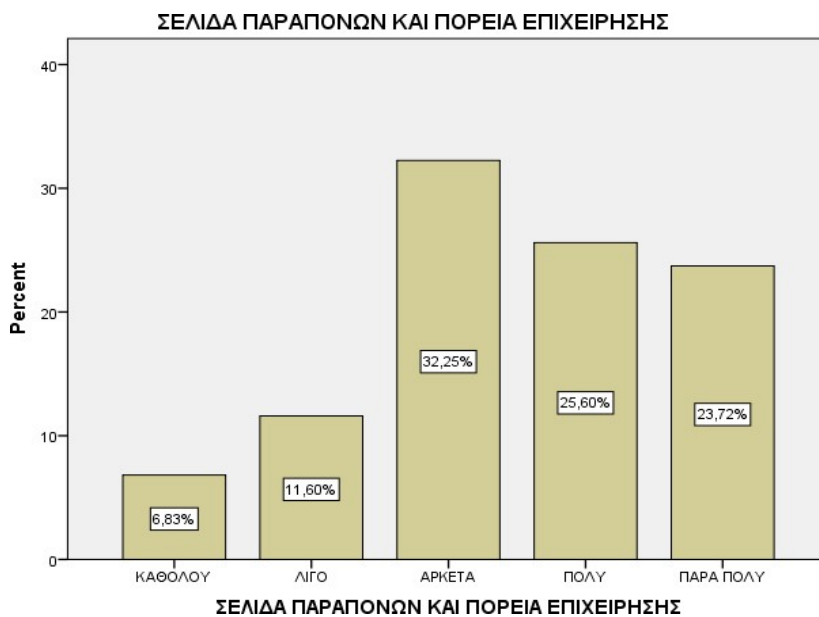
- Γράφημα 18

Στο γράφημα 18 φαίνεται η συμφωνία των εργαζομένων σχετικά με τη μείωση της χρήσης της τεχνολογίας και την ταυτόχρονη εύρεση πιο φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών για την διεκπεραίωση της εργασίας τους. ειδικότερα, παραπάνω από τους μισούς, με ποσοστό 57,85%, συμφωνούν πάρα πολύ, το 19,11% πολύ, το 14,51% αρκετά, το 5,29% δεν συμφωνεί καθόλου και μόλις το 3,24% συμφωνεί λίγο.



- Γράφημα 19

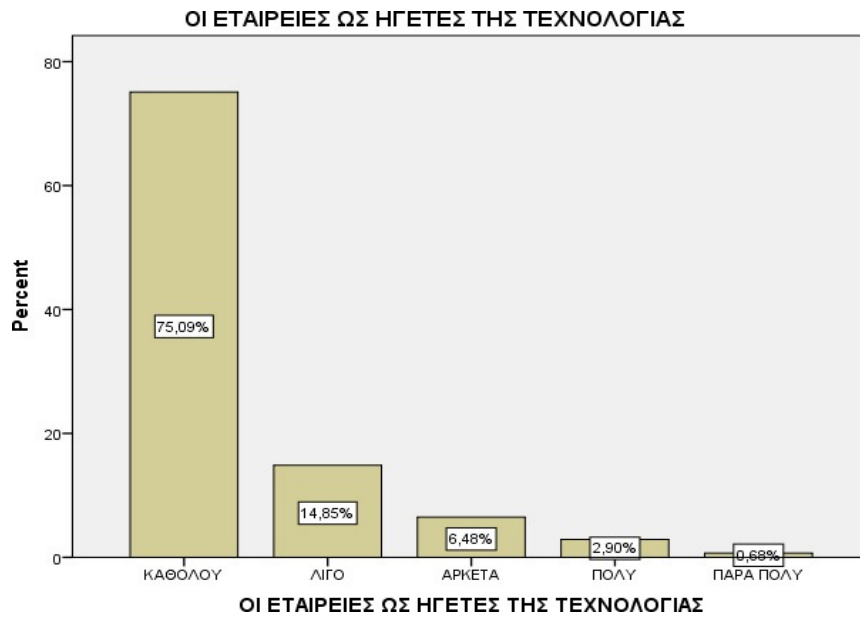
Το παρακάτω γράφημα αναλύει κατά πόσο πιστεύουν ότι μία σελίδα παραπόνων όπου θα σχολιάζουν οι πελάτες της εταιρείας τυχόν αστοχίες, θα μπορεί να αλλάξει την απόδοση των προϊόντων. Ειδικότερα, το 32, 25% απάντησε αρκετά, το 25, 60% πολύ, το 23, 72% πάρα πολύ, το 11, 60% λίγο και μόλις το 6, 83% καθόλου.



- Γράφημα 20

Το γράφημα 20 δείχνει τη θέση των συμμετεχόντων σχετικά με το αν η αντίληψη ότι οι εταιρείες που χαρακτηρίζονται ως «ηγέτες της τεχνολογίας» είναι αποτυχημένες. Η πλειοψηφία, με ποσοστό 75, 09%, είπε ότι δεν τους εκφράζει

καθόλου, το 14, 85% είπε λίγο, το 6, 48% αρκετά, το 2, 90% πολύ και μόλις το 0, 68% είπε πως η παραπάνω θέση τους εκφράζει πάρα πολύ.



- Γράφημα 21

Στο γράφημα 21 φαίνεται κατά πόσο μια ριζική αλλαγή στην προσωπική ζωή των εργαζομένων μπορεί να επηρεάσει την απόδοση στην εργασία τους. Το 35, 84% απάντησε αρκετά, το 30, 20% είπε πολύ, το 19, 62% λίγο, το 10, 07% δήλωσε ότι δεν θα επηρεαστεί καθόλου και τέλος το 4, 27% είπε πάρα πολύ.



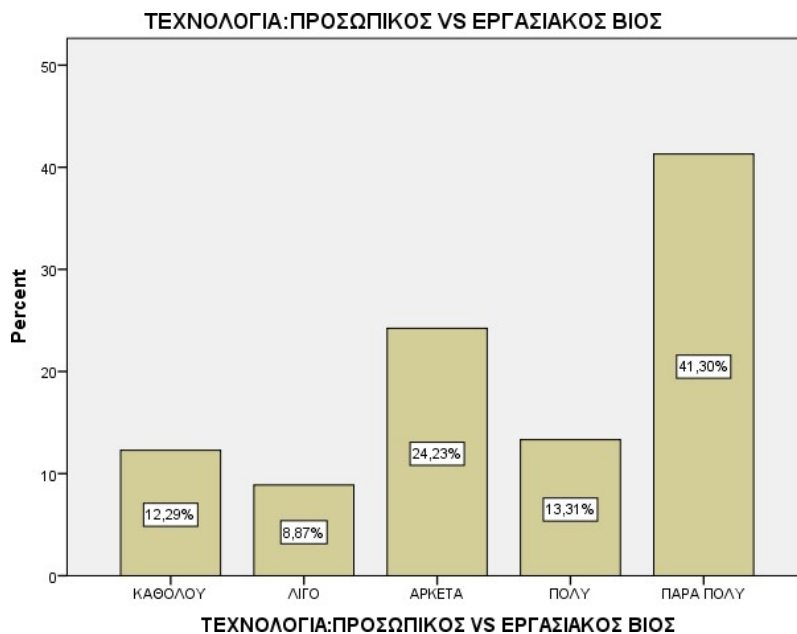
- Γράφημα 22

Το γράφημα 22 παρουσιάζει αν οι συμμετέχοντες συμφωνούν με την άποψη ότι η έλλειψη ατομικότητας και η εξάρτηση από την τεχνολογία είναι αρκετά για να αποτρέψουν την δημιουργία ομαδικού πνεύματος. Ειδικότερα, η πλειοψηφία με ποσοστό 63, 82% απάντησε αρνητικά, το 19, 11% απάντησε ίσως ενώ το υπόλοιπο 17, 06% θετικά.



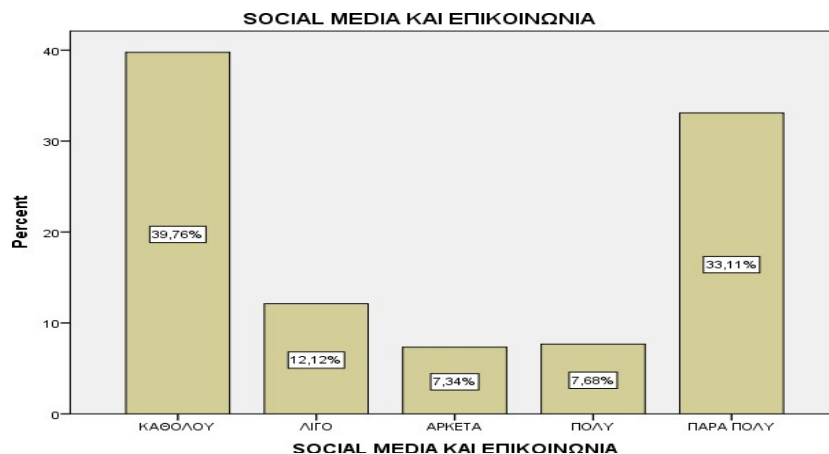
- Γράφημα 23

Το γράφημα 23 απεικονίζει κατά πόσο η συμμετέχοντες συμφωνούν με την άποψη ότι άτομα τα οποία είναι μη ενεργά στην τεχνολογία στην προσωπική τους ζωή, δεν μπορούν να ανταποκριθούν εξίσου στην χρήση τεχνολογίας στον χώρο εργασίας τους. Από τις απαντήσεις που δόθηκαν φαίνεται ότι το 41, 30% συμφωνεί πάρα πολύ, το 24, 23% αρκετά, το 13, 31% πολύ, το 12, 29% δεν συμφωνεί καθόλου και μόλις το 8, 87% είτε ότι συμφωνεί λίγο.



- **Γράφημα 24**

Το γράφημα 24 δείχνει κατά πόσο τα τεχνολογικά μέσα και ειδικότερα τα social media, μπορούν να προάξουν την επικοινωνία μέσω αυτών ανάμεσα σε συναδέλφους και στον χώρο εργασίας. Το 39,76% απάντησε καθόλου, το 33,11% είπε πάρα πολύ, το 12,12% λίγο, το 7,34% πολύ και τέλος το 7,34% δήλωσε αρκετά.



7.2.Επαγωγική στατιστική και ειδικά συμπεράσματα

Στην παρούσα ενότητα, έγινε μια προσπάθεια απάντησης των ερευνητικών ερωτημάτων, τα οποία διατυπώνονται ως εξής:

- Εάν συναισθηματική νοημοσύνη του εργαζομένου επηρεάζει την επιθυμία του για τεχνολογική εξέλιξη και αν ναι σε ποιο βαθμό.

Για την απάντηση των παραπάνω ερευνητικών ερωτημάτων, αρχικά δημιουργήθηκαν δύο καινούργιες μεταβλητές – Score, το «επίπεδο επιθυμίας τεχνολογικής εξέλιξης» και το «επίπεδο συναισθηματικής νοημοσύνης». Οι ομάδες ερωτήσεων ελέγχθηκαν ως προς τις <αξιοπιστίες> τους, οι οποίες αναδείχθηκαν υψηλές, καθώς αγγίζουν το 0.714 και το 0.721 αντίστοιχα. Επομένως, οι καινούργιες μεταβλητές αποθηκεύουν αξιόπιστα τις πληροφορίες των ερωτήσεων. Στον ακόλουθο πίνακα παρατίθεται η αξιοπιστία του κάθε δείκτη όσον αφορά την επιθυμία για τεχνολογική και συναισθηματική εξέλιξη αντίστοιχα. Επιπρόσθετα, γίνεται μεία σχετικά με το ποιες ερωτήσεις τοποθετήθηκαν για να εξαχθεί ο δείκτης σε κάθε μια από τις μεταβλητές .Κύρια επιδίωξή μας είναι να πραγματοποιηθεί παραγοντική ανάλυση που θα εκπροσωπεί τις 4 αυτές ερωτήσεις κάθε ομάδας/μεταβλητής.

Cronbach Alpha=0.714	Cronbach Alpha=0.721
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΔΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	ΣΕΛΙΔΑ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΜΕΣΟ	ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΖΩΗ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΟΥ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ
ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΩΣ ΗΓΕΤΕΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ:ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΣ VS ΕΡΓΑΣΙΑΚΟΣ ΒΙΟΣ
ΔΥΣΦΟΡΙΑ	SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Ακόλουθο βήμα είναι ο έλεγχος κανονικής κατανομής για τις την εξαρτημένη μεταβλητή επιθυμία για τεχνολογική εξέλιξη, σε κάθε κλάδο ξεχωριστά, ώστε να προχωρήσουμε σε περαιτέρω συσχετιστική ανάλυση. Χρησιμοποιήθηκε ο έλεγχος καλής προσαρμογής κανονικής κατανομής κατά Kolmogorov Smirnov όπου αν το P-value είναι μικρότερο από 0, 05 τότε η μεταβλητή δεν ακολουθεί την κανονική κατανομή.

	ΑΛΙΕΙΑ	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΓΕΩΡΓΙΑ	ΝΑΥΤΙΛΙΑ
ΑΚΟΛΟΥΘΙΑ ΚΑΝΟΝΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΟΜΗΣ (p-VALUE)	<0, 05	<0, 05	<0, 05	<0, 05
ΑΠΟΦΑΣΗ	ΑΠΟΡΡΙΨΗ	ΑΠΟΡΡΙΨΗ	ΑΠΟΡΡΙΨΗ	ΑΠΟΡΡΙΨΗ

Όπως φάνηκε παραπάνω αφού πουθενά δεν φάνηκε η εξαρτημένη μεταβλητή (προς διερεύνηση) επιθυμία για τεχνολογία, να εμφανίζει σε κάποιον κλάδο κανονική κατανομή θα εφαρμοστεί παρακάτω ο δείκτης του spearman με σκοπό να διεξαχθεί κάποια συσχέτιση μεταξύ των δυο μεταβλητών συναισθηματική νοημοσύνη και επιθυμία για τεχνολογική εξέλιξη. Σύμφωνα με τα άνωθεν χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης Spearman. Ο συγκεκριμένος δείκτης, δέχεται τιμές από το -1 έως το 1, και καθώς πλησιάζει κατά απόλυτη τιμή το 1, τόσο πιο ισχυρή θεωρείται η συσχέτιση μεταξύ των 2 υπό μελέτη μεταβλητών. Πιο αναλυτικά αν η τιμή του συντελεστή Spearman είναι από -1 έως 0 τότε υπάρχει μια αρνητική γραμμική συσχέτιση. Αντίθετα εάν η τιμή αυτή είναι από το 0 έως 1 τότε η συσχέτιση είναι γραμμικά θετική. Σημειώνεται ότι για να είναι στατιστικά σημαντικός ο συντελεστής συσχέτισης κατά Spearman θα πρέπει το sig (p-value)=<0, 05.

Από όλες εκείνες τις συσχετίσεις που έγιναν, στατιστικά σημαντικές φάνηκαν να υπάρχουν στους κλάδους γεωργία και ναυτιλία.

ΚΛΑΔΟΣ = ΓΕΩΡΓΙΑ



Correlations^a

	ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ	ΓΙΑ	ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ	ΓΙΑ
Spearman's rho	ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ	ΓΙΑ	Correlation Coefficient	1,000
			Sig. (2-tailed)	.
			N	105
	ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ		Correlation Coefficient	,126*
			Sig. (2-tailed)	,042
			N	105
	ΗΛΙΚΙΑ		Correlation Coefficient	,010
			Sig. (2-tailed)	,918
			N	105

a. ΚΛΑΔΟΣ = ΓΕΩΡΓΙΑ

Συγκεκριμένα στον κλάδο της γεωργίας φάνηκε πως υπάρχει μια θετική ασθενής συσχέτιση μεταξύ επιθυμίας για τεχνολογική εξέλιξη και συναισθηματική νοημοσύνη με την τιμή του spearman να είναι ίσως με 0, 26. Συναιπως όσο αυξάνεται η συναισθηματική νοημοσύνη τόσο αυξάνεται και η επιθυμία για τεχνολογική εξέλιξη.

ΚΛΑΔΟΣ = ΝΑΥΤΙΛΙΑ

Correlations^a

	ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ	ΓΙΑ	ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ	ΓΙΑ
Spearman's rho	ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ	ΓΙΑ	Correlation Coefficient	1,000
			Sig. (2-tailed)	.
			N	160
	ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ		Correlation Coefficient	,187*
			Sig. (2-tailed)	,018
			N	160

ΗΛΙΚΙΑ	Correlation Coefficient	-, 120*
	Sig. (2-tailed)	, 031
	N	160

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a. ΚΛΑΔΟΣ = ΝΑΥΤΙΛΙΑ

Όσον αφορά τον κλάδο της ναυτιλίας φάνηκαν δυο μεταβλητές να επηρεάζουν την επιθυμία για τεχνολογική εξέλιξη. Σαφώς η πρώτη είναι η συναισθηματική νοημοσύνη με τιμή 0, 187. Ο συντελεστής είναι θετικός και υπάρχει μια ασθενής συσχέτιση μεταξύ των δυο μεταβλητών. Εντούτοις όμως εμφανίστηκε και μια αρνητική ασθενής συσχέτιση. Η ηλικία έχει αρνητικό ρόλο στην επιθυμία για τεχνολογική εξέλιξη με τον συντελεστή να λαμβάνει τιμή ίση με -0, 120. Συνπώς όσο αυξάνεται η ηλικία τόσο μειώνεται η τεχνολογική επιθυμία.

Παρακάτω θα διερευνηθεί αν ο κλάδος που βρίσκεται κάποιος εργαζόμενος επηρεάζει την επιθυμία του για τεχνολογική εξέλιξη. Στην περίπτωση αυτή θα χρησιμοποιηθεί το μη παραμετρικό τεστ του Kruskal wallis. Πρόκειται για έναν μη παραμετρικό έλεγχο, ο οποίος αντιστοιχεί στην Ανάλυση Διασποράς (ANOVA). Τέτοιου είδους έλεγχος πραγματοποιείται σε περιπτώσεις όπου υπάρχουν διατακτικά ή ποσοτικά δεδομένα και παρατηρείται παραβίαση της Κανονικότητας. Ακόμη, χρησιμοποιείται και όταν ο αριθμός των παρατηρήσεων είναι αρκετά μικρός. Τέλος, βασικός σκοπός του συγκεκριμένου ελέγχου είναι να επισημανθούν τυχόν στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ δύο ή παραπάνω ομάδων, που ανήκουν σε μια ανεξάρτητη μεταβλητή σχετικά με μια εξαρτημένη μεταβλητή, συνεχή ή διατακτική.

Οι υποθέσεις που διατυπώνονται είναι:

- H_0 : Δεν υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στους κλάδους
- H_1 : Υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές

Αφού το p-value είναι μικρότερο από 0, 05 τότε μπορούμε να απορρίψουμε την μηδενική υπόθεση και να αναφέρουμε σε επίπεδο σημαντικότητας 5% πως οι μέσοι όροι επιθυμίας για τεχνολογική εξέλιξη διαφέρουν από κλάδο σε κλάδο. Συνεπώς ο κλάδος κατέχει ένα σημαντικό ρόλο επιρροής στην διαμόρφωση της μεταβλητής της επιθυμίας για τεχνολογική εξέλιξη. Πιο αναλυτικά φάνηκε πως οι μικρότεροι μέσοι όροι βρίσκονται στην αλιεία, ίσοι περίπου μέσοι όροι έχουν ναυτιλία και τουρισμός, ενώ τον μεγαλύτερο μέσο όσο εντοπίζεται να το κατέχει η γεωργία.

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	ΚΛΑΔΟΣ	N	Mean Rank
ΕΠΙΘΥΜΙΑ	ΓΙΑ ΑΛΛΕΙΑ	168	93,44
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ	ΤΟΥΡΙΣΜΟ	153	366,15
ΕΞΕΛΙΞΗ	Σ		
	ΓΕΩΡΓΙΑ	105	443,59
	ΝΑΥΤΙΛΙΑ	160	435,60
	Total	586	

Test Statistics^{a, b}

	ΕΠΙΘΥΜΙΑ
	ΓΙΑ
	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙ
	ΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ
Chi-Square	355,304
df	3
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
ΚΛΑΔΟΣ

Εν συνεχεία θα πραγματοποιηθεί ο ίδιος έλεγχος αλλά πλέον με διαφορετικές ομάδες. Η υπόθεση που εξετάζεται είναι η εξής.

- H_0 η θέση που κατέχει ο εργαζόμενος δεν επηρεάζει την επιθυμία του για τεχνολογική εξέλιξη
- H_1 Η θέση που κατέχει ο εργαζόμενος επηρεάζει την επιθυμία του για τεχνολογική εξέλιξη.

Εανά αφού το p-value εντοπίστηκε να είναι μικρότερο από 0,05, μπορούμε να απορρίψουμε την μηδενική υπόθεση και να αναφερθεί πως η θέση που κατέχει κάποιος στον κλάδο επηρεάζει την επιθυμία του εργαζομένου για τεχνολογική εξέλιξη. Συγκεκριμένα φάνηκε πως όσο μεγαλύτερη η θέση τόσο μεγαλύτερη και η επιθυμία.

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	ΘΕΣΗ	N	Mean Rank
ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΓΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ	ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΟ ΣΤΕΛΕΧΟΣ	123	280,43
	ΜΕΣΑΙΟ ΣΤΕΛΕΧΟΣ	91	318,23
	ΝΕΟΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΣ	217	321,98
	ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΟΣ ΥΠΟ ΔΟΚΙΜΗ	155	249,48
	Total	586	

Test Statistics^{a, b}

	ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΓΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙ ΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ
Chi-Square	19,300
df	3
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: ΘΕΣΗ

Σε μια δεύτερη περίπτωση εντοπίστηκε στην έρευνα μια αρκετά σημαντική συνάφεια ανάμεσα σε δυο ερωτήσεις.

- 1) Η προσαρμογή σε ένα καινούριο τεχνολογικό μέσο ή εφαρμογή σας μοιάζει εύκολη διαδικασία;
- 2) Μεταβολές στην προσωπική ζωή θα μεταβάλλουν την απόδοση στο εργασιακό περιβάλλον που στηρίζεται σε δεδομένη τεχνολογία;

Πιο αναλυτικά φάνηκε πως όσο κάποιος ερωτώμενος από τους παραπάνω κλάδος συμφωνεί ότι η 'τεχνολογική' του προσαρμογή φαίνεται εύκολη

διαδικασία, τόσο θεωρεί ότι η εξέταση από αυτήν είναι αρκετή για να καταλύσει το ομαδικό πνεύμα στην εργασία. Πιο αναλυτικά το 37% των ερωτώμενων απάντησαν αρκετά και πολύ ταυτόχρονα και στις δυο ερωτήσεις, φαινόμενο το οποίο σηματοδοτεί και την εμφανή συνάφεια.

ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΜΕΣΟ * ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΖΩΗ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΟΥ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ Crosstabulation

% of Total

		ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΖΩΗ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΟΥ ΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ					Total
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	
ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΜΕΣΟ	ΣΕ ΚΑΘΟΛΟΥ	0,3%	2,7%	9,0%	0,7%	0,5%	13,3%
	ΛΙΓΟ	0,9%	3,6%	4,9%	1,7%	0,2%	11,3%
	ΑΡΚΕΤΑ	1,7%	4,1%	8,7%	4,1%		18,6%
	ΠΟΛΥ	4,9%	2,9%	3,6%	8,7%	2,0%	22,2%
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	2,2%	6,3%	9,6%	15,0%	1,5%	34,6%
Total		10,1%	19,6%	35,8%	30,2%	4,3%	100,0%

Προς αποδείξει των άνωθεν πραγματοποιείται ένας έλεγχος X^2 όπου θα εμφανίσει την συνάφεια των απαντήσεων των δύο ερωτήσεων.

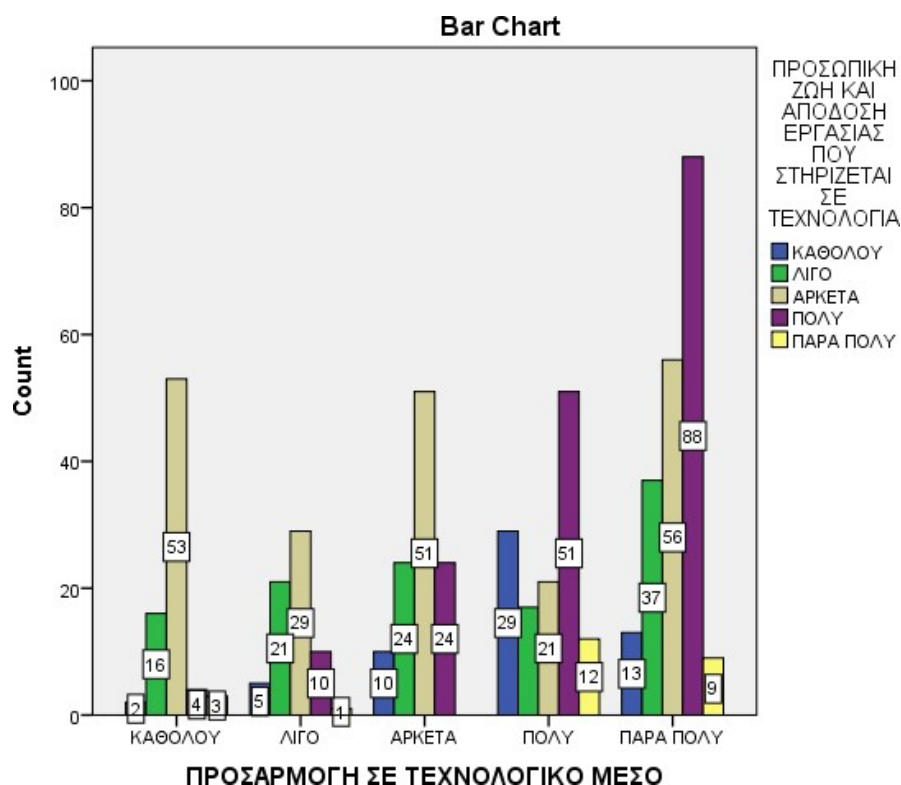
Εν προκειμένω η μηδενική υπόθεση είναι πως δεν υπάρχει συνάφεια μεταξύ των δυο ερωτήσεων έναντι της ύπαρξης της. Αφού φάνηκε πως το $Sig < 0,05$ τότε απορρίπτεται η μηδενική υπόθεση και δέχομαι πως υπάρχει συνάφεια μεταξύ των δυο ερωτήσεων σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	132,615 ^a	16	,000
Likelihood Ratio	139,868	16	,000
Linear-by-Linear Association	13,297	1	,000
N of Valid Cases	586		

a. 3 cells (12, 0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2, 82.

Στο παρακάτω γράφημα παρατίθενται οι συχνότητες που εμφανίστηκαν στο δείγμα με τις ανάλογες δύο ερωτήσεις. Θα μπορούσε να αναφερθεί πως εμφανίζεται και μια γραμμική σχέση καθώς αφού αυξάνεται η τιμή της απάντησης στον άξονα χ κατά μέσο όρο αυξάνονται και οι θετικές απαντήσεις στην ερώτηση αν η τεχνολογία επηρεάζει την προσωπική απόδοση και ζωή..



Γενικά συμπεράσματα

Στην παραπάνω έρευνα, διερευνήθηκαν οι απόψεις των εργαζομένων ως προς την τεχνολογία και τις απόψεις πάνω στην επιθυμία για τεχνολογική ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα, συμμετείχαν συνολικά 586 ερωτηθέντες, από 4 κλάδους βιομηχανίας στον Ελληνικό χώρο. Οι κλάδοι ήταν γεωργίας, ναυτιλίας τουρισμού και αλιείας. Η μέση ηλικία ήταν τα 40 έτη ενώ την πλειοψηφία αποτέλεσαν οι άνδρες.

Συνεχίζοντας, παρουσιάζονται ερωτήσεις που αφορούν την συναισθηματική νοημοσύνη του εργαζομένου και την επιθυμία του να εξέλθει τεχνολογικά. Αρχικά οι απαντήσεις δίστανται όσον αφορά το γεγονός ότι η χρήση συσκευών τεχνολογίας θα αποτελούσαν ευχάριστο διάλειμμα κατά την διάρκεια της εργασίας. Το 40% διαφωνεί ενώ το υπόλοιπο 40% συμφωνεί. Με αυτή την έκφραση. Το γεγονός αυτό ίσως να συνέβη καθώς έχουμε εταιρίες διαφορετικού κλάδου, νοοτροπίας, πολιτικής ικανοποίησης εργαζομένων και τεχνολογικής εξέλιξης. Επιπρόσθετα η συντριπτική πλειοψηφία θεωρεί πως η τεχνολογική εξέλιξη κάθε ατόμου βοηθά σημαντικά στην προσωπική του ζωή καθώς και στην απόδοση στην εργασία του. Κάτι το οποίο ήταν αναμενόμενο καθώς η χρήση πλέον και η γνώση για την τεχνολογία αποτελεί μεγάλο προτέρημα του εργαζομένου ενώ ταυτόχρονα τον καθιστά ανταγωνιστικό, με ότι αυτό συνεπάγεται. Σε αυτό λοιπόν το σημείο η έρευνα έδειξε πως οι εργαζόμενοι δεν έχουν μεγάλο πρόβλημα να είναι αρκετές ώρες εκτεθειμένοι στα τεχνολογικά μέσα της εργασίας τους. Παράλληλα η εργασία εντόπισε πως οι εργαζόμενοι διαφωνούν κάθετα πως η χρήση των τεχνολογικών μέσων περιορίζει την ανθρώπινη διαίσθηση με ποσοστό συμφωνίας να αγγίζει το 67%.Επισης οι ερωτώμενοι θεωρούν πως το να προσαρμοστεί κάποιος σε ένα καινούργιο τεχνολογικό μέσο που μόλις απέκτησε η εταιρία εργασίας του, αποτελεί για εκείνο εύκολο βήμα. Συγκεκριμένα περίπου το 70% σύμφωνοι με την έκφραση αυτή.

Ως προς την χρήση της τεχνολογίας σε συλλογικό επίπεδο οι χρήστες αφενός ανέφεραν ότι βοηθάει αρκετά για την διατήρηση της ενσυναίσθησης και της δημιουργίας ομαδικού πνεύματος στον χώρο εργασίας αφετέρου δεν συμφωνούν πως η τηλεργασία αποτελεί σωστό μέσο εργασίας κάποιου σε ένα από τους παραπάνω κλάδους. Επιπρόσθετα πιστεύουν ότι δεν αποτελεί λόγος εξάρτησης η τεχνολογία, αντιθέτως πιστεύουν ότι είναι σωστό μέσω επικοινωνίας των εργαζομένων, μέσο μάθησης και εξέλιξης ενώ τέλος θεωρούν πως όταν κάποιος είναι μη ενεργός ως προς την τεχνολογία και δεν συμβαδίζει στην πρόοδο της, ίσως να εμφανιστούν προβλήματα που θα αφορούν την απόδοση του στην εργασία του και την ζωή του.

Μέσω του ερευνητικού ερωτήματος, αναδείχθηκε πως η συναισθηματική νοημοσύνη των εργαζομένων δεν επηρεάζουν την επιθυμία τους για τεχνολογική εξέλιξη εκτός από τον κλάδο της ναυτιλίας και γεωργίας.Πιο συγκεκριμένα η συναισθηματική νοημοσύνη εμφανίζεται να επηρεάζει θετικά την επιθυμία του εργαζομένου για να εξελιχθεί τεχνολογικά. Αυτό ίσως να συνέβη καθότι και οι δυο κλάδοι έχουν ανάγκη δια βίου τεχνολογικής μάθησης. Είναι κλάδοι

ανταγωνισμού και επιθυμούν να χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερα μέσα τεχνολογία για την προώθηση τους και την μέγιστη απόδοση τους. Στους κλάδους αυτούς η τεχνολογία είναι βαρύνουσα σημασίας ενώ παράλληλα όποιος εισέρχεται στον συγκεκριμένο κλάδο γνωρίζει εκ των προτέρων πως χωρίς την προσωπική τεχνολογική του εξέλιξη δεν θα μπορέσει να απόδοση κατάλληλα.

Επιπρόσθετα εκείνο που φάνηκε να επηρεάζει την επιθυμία για τεχνολογική εξέλιξη σε όλους τους κλάδους είναι η θέση που κατέχει κάποιος εργαζόμενος. Πιο αναλυτικά φάνηκε πως όσο μεγαλύτερη θέση κατέχει κάποιος με μεγαλύτερο κύρος, τόσο η επιθυμία για τεχνολογική εξέλιξη αυξάνεται. Το φαινόμενο αυτό ήταν αναμενόμενο καθώς ηγετικά στελέχη επιθυμούν να παροτρύνουν τους εργαζομένους στην προσωπική τους εξέλιξη και να καθίστανται πιο αποδοτικοί.

Τέλος εκείνο το οποίο θα πρέπει να σημειωθεί είναι πως η επιθυμία για τεχνολογική εξέλιξη του εργαζομένου διαφέρει από κλάδο σε κλάδο. Πιο αναλυτικά φάνηκαν υψηλοί δείκτες στον κλάδο της ναυτιλίας και γεωργίας._

8. Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Javeau C. (2000). *Η έρευνα με το ερωτηματολόγιο: το εγχειρίδιο του καλού ερευνητή*. Αθήνα: Εκδόσεις Τυπωθήτω

Ξενόγλωσση

Adamidou, A., Pardalou, A., & Tsikliras, A. C. (2020). *Length-Weight Relationships of 31 Fish and Invertebrate Species in the Northern Aegean Sea* (Eastern Mediterranean Sea). *Thalassas: An International Journal of Marine Sciences*, 36(2), 303–307. <https://doi.org/10.1007/s41208-020-00207-x>

Akgün, A., Keskin, H., Cebecioglu, A., & Dogan, D. (2015). *Antecedents and consequences of collective empathy in software development project teams*. *Information & Management*, 52(2), 247-259.

A.N. (2006). *Oppenheim Questionnaire design, interviewing and attitude measurement*, Continnum publications. New York.

Burgess T. (2001). *Information system services: guide to the design of questionnaires. A general introduction to the design of questionnaires for survey research by the university of Leeds*, pp:1-29

Charitopoulos, V. M., Dua, V., Pinto, J. M., & Papageorgiou, L. G. (2020). *A game-theoretic optimisation approach to fair customer allocation in oligopolies*. *Optimization and Engineering*, 21(4), 1459–1486. <https://doi.org/10.1007/s11081-019-09482-x>

Christos Tzovas (2006). *Factors influencing a firm's accounting policy decision when tax accounting and financial accounting coincide*. *Managerial Auditing Journal*, Vol.21, Iss:4, pp:372-386.

Chukwuorji, J. C., Uzuegbu, C. N., Agbo, F., Ifeagwazi, C. M., & Ebulum, G. C. (2020). *Different slopes for different folks: Gender moderates the relationship between empathy and narcissism*. *Current Psychology*, 39(5), 1808–1818. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9881-z>

Crowe, D., LaPierre, M., & Kebritchi, M. (2017). *Knowledge Based Artificial Augmentation Intelligence Technology: Next Step in Academic Instructional Tools for Distance Learning*. *TechTrends*, 61(5), 494–506. <https://doi.org/10.1007/s11528-017-0210-4>

- Hansen, J. R., Fagerholt, K., Stålhane, M., & Rakke, J. G. (2020). *An adaptive large neighborhood search heuristic for the planar storage location assignment problem: Application to stowage planning for Roll-on Roll-off ships*. *Journal of Heuristics*, 26(6), 885–912. <https://doi.org/10.1007/s10732-020-09451-z>
- Jaeger, A. J. (2003). *Job Competencies and the Curriculum: An Inquiry into Emotional Intelligence in Graduate Professional Education*. *Research in Higher Education*, 44(6), 615–639. <https://doi.org/10.1023/A:1026119724265>
- Jara, H. X., Gasior, K., & Makovec, M. (2020). *Work Incentives at the Extensive and Intensive Margin in Europe: The Role of Taxes, Benefits and Population Characteristics*. *Social Indicators Research*, 152(2), 705–778. <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02462-0>
- Kokkinakis, M. N., Fragkiadakis, G. A., Lapidakis, N. E., & Kokkinaki, A. N. (2020). *Assessing microbiological quality of ready-to-eat prepacked sandwiches, in Crete, Greece*. *Journal of Food Science and Technology*, 57(11), 4220–4227. <https://doi.org/10.1007/s13197-020-04460-z>
- Kolpakov, V. V., Larkina, N. Yu., Tomilova, E. A., Tkachuk, A. A., & Bespalova, T. V. (2017). *Health state, emotional intelligence, and behavior strategy: I. The development of emotional intelligence and the variability of behavior strategies in older preschool children with different levels of habitual physical activity*. *Human Physiology*, 43(4), 404–415. <https://doi.org/10.1134/S0362119717030082>
- Lai, C.-L. (2020). *From organization to elaboration: Relationships between university students' online information searching experience and judgements*. *Journal of Computers in Education*, 7(4), 463–485. <https://doi.org/10.1007/s40692-020-00163-8>
- Lin YM, Lee TF, Hsu SL, Lin SC (2011). *What causes the emotional intelligence suffered by students at universities and colleges of technology?* *WIETE*; 9:102
- Liu, M., Liu, N., Ding, C., & Lin, C. (2015). *Exploring team performance in high-tech industries: Future trends of building up teamwork*. *Technological Forecasting And Social Change*, 91, 295–310. doi: 10.1016/j.techfore.2014.03.014
- Mandell, B., & Pherwani, S. (2003). *Relationship Between Emotional Intelligence and Transformational Leadership Style: A Gender Comparison*. *Journal of Business and Psychology*, 17(3), 387–404. <https://doi.org/10.1023/A:1022816409059>

- Mandryk, R. & Atkins, M., (2007). *A fuzzy physiological approach for continuously modeling emotion during interaction with play technologies*. International Journal of Human-Computer Studies, 65(4), pp.329-347.
- Margaria, T., & Steffen, B. (2012). *Service-Oriented: Conquering Complexity with XMDD*. Conquering Complexity, 217-236.
- Mokryn, O., Bodoff, D., Bader, N., Albo, Y., & Lanir, J. (2020). *Sharing emotions: Determining films' evoked emotional experience from their online reviews*. Information Retrieval Journal, 23(5), 475–501. <https://doi.org/10.1007/s10791-020-09373-1>
- Nikiforos, S., Tzanavaris, S., & Kermanidis, K.-L. (2020). *Virtual learning communities (VLCs) rethinking: Influence on behavior modification—bullying detection through machine learning and natural language processing*. Journal of Computers in Education, 7(4), 531–551. <https://doi.org/10.1007/s40692-020-00166-5>
- Park, H.-R., Kim, D., & Vorobel, O. (2020). *International students' reading digital texts on tablets: Experiences and strategies*. Journal of Computing in Higher Education, 32(3), 476–504. <https://doi.org/10.1007/s12528-019-09242-x>
- Richter, A., Kostova, P., Baur, X., & Wegner, R. (2014). *Less work: More burnout? A comparison of working conditions and the risk of burnout by German physicians before and after the implementation of the EU Working Time Directive*. International Archives of Occupational and Environmental Health, 87(2), 205–215. <https://doi.org/10.1007/s00420-013-0849-x>
- Rim, G. – N., Jang, S. – N., An, C. – J., Hwang, S. – H., & Ri, S. – H. (2020). *State Economic Strength and Some Methodological Issues on Its Assessment*. Social Indicators Research, 152(2), 607–636. <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02459-9>
- Sadowski, M., & Roth, A. (1999). *Technology Leadership Can Pay Off*. Research – Technology Management, 42(6), 32-33.
- Sharma, V., Kaur, M., Gupta, S., & Kapoor, R. (2019). *Relationship of Emotional Intelligence, Intelligence Quotient, and Autonomic Reactivity Tests in Undergraduate Medical Students*. Medical Science Educator, 29(3), 673–681. <https://doi.org/10.1007/s40670-019-00763-9>
- Su, C. (2016). *The Effects of Students' Learning Anxiety and Motivation on the Learning Achievement in the Activity Theory Based Gamified Learning*

- Environment*. EURASIA Journal Of Mathematics, Science And Technology Education, 13(5).
- Taenaka, Y., & Yada, I. (2000). *Research and technology to realize next-generation circulatory assist devices and artificial hearts: The frontier between clinical application and basic research*. Journal of Artificial Organs, 3(2), 61–61. <https://doi.org/10.1007/BF02479966>
- Temam, S., Billaudeau, N., & Vercambre, M.-N. (2019). *Burnout symptomatology and social support at work independent of the private sphere: A population-based study of French teachers*. International Archives of Occupational and Environmental Health, 92(6), 891–900. <https://doi.org/10.1007/s00420-019-01431-6>
- Villanyi, D., Martin, R., Sonnleitner, P., Siry, C., & Fischbach, A. (2018). *A Tablet-Computer-Based Tool to Facilitate Accurate Self-Assessments in Third- and Fourth-Graders*. International Journal Of Emerging Technologies In Learning (Ijet), 13(10), 225.
- Walker, G., & Venker Weidenbenner, J. (2019). *Social and Emotional Learning in the age of virtual play: technology, empathy, and learning*. Journal Of Research In Innovative Teaching & Learning, 12(2), 116-132.
- Walton, G. E., & Hibbard, D. R. (2019). *Exploring Adults' Emotional Intelligence and Knowledge of Young Children's Social-Emotional Competence: A Pilot Study*. Early Childhood Education Journal, 47(2), 199–206. <https://doi.org/10.1007/s10643-017-0887-1>

sites

1. Η βιβλιογραφία του Κεφαλαίου 4
2. www.facebook.com (πολλά redirections για να παρατεθούν)
3. www.linkedin.com (πολλά redirections για να παρατεθούν)
4. www.pinterest.com (πολλά redirections για να παρατεθούν)
5. <https://www.statistics.gr/el/statistics/agr>

Παράρτημα 1: Ερωτηματολόγιο

ΣΧΕΣΗ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ ΚΑΙ ΘΕΛΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ

Αγαπητές/οί κυρίες/οί ,
Ονομάζομαι ΚΟΥΤΣΟΥΡΟΥΠΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ και σας προσκαλώ να συμμετάσχετε στο ερωτηματολόγιο για την διπλωματική μου εργασία με τίτλο "Αν, και σε ποιο βαθμό η συναισθηματική νοημοσύνη επηρεάζει την επιθυμία των εργαζομένων για τεχνολογική εξέλιξη". Το ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε εργαζομένους στους 4 κλάδους που συμβάλλουν το μέγιστο στο ελληνικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν βάσει μελέτης(γεωργία, τουρισμός αλιεία, ναυτιλία). Η εταιρεία στην οποία εργάζεστε έχει επιλεγεί για επικοινωνία. Η μεταπτυχιακή μου διατριβή εκπονείται στο πλαίσιο απόκτησης του Μεταπτυχιακού Τίτλου "Εφαρμοσμένων Οικονομικών και Διοίκησης" του τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών.
Έχω την τιμή, επιβλέπων της εργασίας μου να είναι ο κύριος ΘΕΟΔΟΣΙΟΣ ΠΑΛΑΣΚΑΣ, καθηγητής του τμήματος.

* Απαιτείται

1. Φύλο *

- Άνδρας
- Γυναίκα
- Άλλο:

2. Ηλικία *

- 20-28
- 29-37
- 38-46
- 47-55
- 56-70

3. Κλάδος όπου εργάζεστε. *

- Αλιεία
- Γεωργία
- Ναυτιλία
- Τουρισμός

4. Η θέση σας στην εταιρεία. *

- Διευθυντικό στέλεχος
- Μεσαίο Στέλεχος
- Νεοεισερχόμενος εργαζόμενος
- Εκπαιδευόμενος εργαζόμενος υπό δοκιμή

5. Κατά πόσο η ενασχόληση με κάποιο ηλεκτρονικό παιχνίδι στο διάλειμμα στην εργασία σας θα αυξήσει το συναίσθημα της διασκέδασης κατά την διάρκεια αυτής; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα Πολύ

6. Σε μελέτη που πραγματοποιήθηκε σε μαθητές, χρησιμοποιήθηκε ένα εργαλείο που αποτυπώνει την αυτοεκτίμηση. Μετά τα αποτελέσματα φάνηκε πως η αυτοεκτίμησή τους καθώς και η απόδοσή τους βελτιώθηκαν σε σχέση με πριν. Συμφωνείτε στη χρήση ενός τέτοιου εργαλείου σε εσάς και τους συναδέλφους σας; *

- 1. Ναι
- 2. Ίσως
- 3. Όχι

7. Συμφωνείτε με την αυτοπεποίθηση που πηγάζει από τους δασκάλους για την ικανότητά τους να χρησιμοποιούν τεχνολογικά μέσα για την πραγματοποίηση των μαθημάτων με πιο διαδραστικό και σύγχρονο τρόπο; *

- 1. Δεν συμφωνώ καθόλου
- 2. Συμφωνώ λίγο
- 3. Συμφωνώ αρκετά
- 4. Συμφωνώ πολύ
- 5. Συμφωνώ πάρα πολύ

8. Αισθάνεσθε ποτέ ότι η πολύωρη έκθεσή σας στα τεχνολογικά μέσα κατά την διάρκεια της εργασίας σας, μπορεί να σας οδηγήσει σε ανεξέλεγκτο εκνευρισμό και δυσφορία; *

- 1. Ποτέ
- 2. Μια φορά τον μήνα
- 3. Μια φορά την εβδομάδα
- 4. 2-6 φορές την εβδομάδα
- 5. Κάθε μέρα ή πολύ συχνά

9. Η σταθερότητα που προσφέρει η τεχνολογία, σας βοηθά να νιώθετε εμπιστοσύνη στον εαυτό σας και τις επιδόσεις σας στην εργασία σας; *

- 1. Ναι
- 2. Ίσως
- 3. Όχι

10. Κατά πόσο συμφωνείτε ότι τα τεχνολογικά επιτεύγματα ενισχύουν μεν την διαδικασία της εκμάθησης, παραμερίζοντας δε την ανθρώπινη διαίσθηση; *

- 1. Δεν συμφωνώ καθόλου
- 2. Συμφωνώ λίγο
- 3. Συμφωνώ αρκετά
- 4. Συμφωνώ πολύ
- 5. Συμφωνώ πάρα πολύ

11. Η προσαρμογή σε ένα καινούριο τεχνολογικό μέσο ή εφαρμογή σας μοιάζει εύκολη διαδικασία; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα πολύ

12. Η τεχνολογία είναι εδώ για να κάνει την ζωή μας ευκολότερη, καθώς οι ενέργειες χρειάζονται λιγότερη ζωτική προσπάθεια για να πραγματοποιηθούν. Αυτή η ευκολία που μας χαρίζεται είναι αρκετή για να δώσει περισσότερα κίνητρα και ενεργητικότητα στον χώρο εργασίας; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα πολύ

13. Η τεχνολογία έχει καταφέρει να κάνει τα παιδιά με αυτισμό να νιώσουν την ενσυναίσθηση. Κατά πόσο μπορεί να χρησιμοποιηθεί εξίσου για την διατήρηση της ενσυναίσθησης και κατ'επέκταση την απόκτηση ομαδικού πνεύματος στο χώρο εργασίας; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα πολύ

14. Κατά πόσο είναι δυνατόν ειδικά διαμορφωμένες εφαρμογές που διατηρούν τον προσανατολισμό υπηρεσίας, δηλαδή ολόκληρη τη νοοτροπία και την πολιτική ενός χώρου, να βοηθήσουν τους πελάτες να τον κατανοήσουν μέσα από την τεχνολογία ; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα πολύ

15. Η χρήση τεχνολογικού εργαλείου με δυσνόητη μορφή στην εργασία σας, επηρεάζει την απόδοσή σας στην διεκπεραίωση των καθημερινών καθηκόντων; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα πολύ

16. Σε περίπτωση τηλεργασίας, οι συνεργάτες σας ενδεχομένως να αποδώσουν καλύτερα όντας στον προσωπικό τους χώρο με την άνεση που τους προσδίδεται. *

- 1. Δεν συμφωνώ καθόλου
- 2. Συμφωνώ λίγο
- 3. Συμφωνώ αρκετά
- 4. Συμφωνώ πολύ
- 5. Συμφωνώ πάρα πολύ

17. Η χρήση κάποιου ηλεκτρονικού μέσου (π.χ. τηλεφώνημα, βίντεο) από τον προϊστάμενό σας, σε περίπτωση απουσίας, προς μεταφορά κάποιου μηνύματος, δύναται να σας ασκήσει αρκετή επιρροή ώστε να παραμείνετε το ίδιο παραγωγικός; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα πολύ

18. Συμφωνείτε με την μείωση της χρήσης της τεχνολογίας και την ταυτόχρονη εύρεση πιο φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών για την διεκπεραίωση της εργασίας σας; *

- 1. Δεν συμφωνώ καθόλου
- 2. Συμφωνώ λίγο
- 3. Συμφωνώ αρκετά
- 4. Συμφωνώ πολύ
- 5. Συμφωνώ πάρα πολύ

19. Μια σελίδα παραπόνων για να μπορούν να σχολιάζουν οι πελάτες της εταιρείας σας τυχόν αστοχίες, μπορεί να αλλάξει την απόδοση των προϊόντων σας; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα πολύ

20. Η αντίληψη ότι οι εταιρίες που χαρακτηρίζονται ως "ηγέτες της τεχνολογίας" είναι αποτυχημένες, σας εκφράζει; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα πολύ

21. Κατά πόσο μια ριζική αλλαγή στην προσωπική σας ζωή μπορεί να επηρεάσει την απόδοση στην εργασία σας, η οποία κατά βάση στηρίζεται στην χρήση σταθερών τεχνολογικών μέσων και εργαλείων; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα πολύ

22. Η μονακικότητα κάθε ατόμου και η εξάρτηση από την τεχνολογία είναι αρκετά για να αποτρέψουν την δημιουργία ομαδικού πνεύματος; *

- 1. Ναι
- 2. Ίσως
- 3. Όχι

23. Άτομα μη ενεργά στην τεχνολογία στην προσωπική τους ζωή, δεν μπορούν να ανταποκριθούν εξίσου στην χρήση τεχνολογίας στον χώρο εργασίας τους. *

- 1. Δεν συμφωνώ καθόλου
- 2. Συμφωνώ λίγο
- 3. Συμφωνώ αρκετά
- 4. Συμφωνώ πολύ
- 5. Συμφωνώ πάρα πολύ

24. Κατά πόσο τα τεχνολογικά μέσα, και ειδικότερα τα social media, μπορούν να προάξουν την επικοινωνία μέσω αυτών ανάμεσα σε συναδέλφους, και κατ'επέκταση την επικοινωνία τους μέσα στον χώρο εργασίας; *

- 1. Καθόλου
- 2. Λίγο
- 3. Αρκετά
- 4. Πολύ
- 5. Πάρα πολύ

25. Παρακαλώ πληκτρολογήστε τον κωδικό που σας δόθηκε για τη συμπλήρωση ερωτηματολογίου. *

Η απάντησή σας

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2:ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ

A/A ερώτησης	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
A/A απάντησης																									
1	1	1	ΑΛΙΕΙΑ	4	1	2	1	3	3	3	3	1	4	3	5	3	1	3	3	1	3	1	3	1	3
2	1	1	ΑΛΙΕΙΑ	4	2	2	1	4	3	4	1	2	3	2	1	2	1	3	3	1	5	3	3	3	2
3	2	2	ΑΛΙΕΙΑ	3	1	2	1	3	3	5	3	1	3	3	4	2	1	4	4	1	3	1	4	4	3
4	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	4	1	2	1	3	3	5	1	3	2	2	5	3	1	3	3	1	3	1	5	1	1
5	1	1	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	1	3	3	4	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	3	3	1	1
6	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	1	4	3	5	3	1	4	3	4	2	3	5	5	1	2	1	3	3	3
7	1	3	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	1	4	3	4	2	1	3	2	5	3	1	1	1	1	3	1	4	2	2
8	1	4	ΑΛΙΕΙΑ	4	2	2	3	4	3	2	1	1	2	1	2	2	3	3	3	1	3	3	4	1	1
9	1	5	ΑΛΙΕΙΑ	4	2	2	3	4	3	3	3	3	1	3	2	2	4	4	4	1	2	1	4	3	3
10	1	1	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	3	4	3	1	2	3	4	4	2	3	5	3	3	1	3	1	4	1	1
11	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	3	4	1	5	1	3	3	1	1	2	5	4	4	1	3	3	4	2	2
12	1	3	ΑΛΙΕΙΑ	4	2	2	2	4	3	5	3	4	3	3	5	2	5	3	3	1	3	1	4	1	1
13	1	3	ΑΛΙΕΙΑ	4	2	2	2	4	3	5	2	3	3	3	2	4	3	5	3	1	1	3	1	3	3
14	1	4	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	3	4	3	5	1	4	4	4	1	4	2	4	3	1	1	2	2	3	1
15	1	4	ΑΛΙΕΙΑ	4	2	2	2	4	3	1	3	4	1	1	3	5	2	3	3	1	1	3	1	3	1
16	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	2	3	2	3	4	3	5	2	4	2	2	2	4	2	2	4	1	1	3	1	5	2
17	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	1	4	3	2	3	3	1	1	3	2	2	1	5	3	1	4	1	1	3	3	3	3
18	2	2	ΑΛΙΕΙΑ	1	5	3	1	3	3	5	3	1	3	3	1	1	1	4	3	1	3	1	4	2	2
19	2	2	ΑΛΙΕΙΑ	1	3	2	1	3	1	1	2	1	4	4	1	1	1	4	1	1	2	1	3	1	1
20	2	3	ΑΛΙΕΙΑ	1	5	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	2	3	1	3	1	3	3
21	2	3	ΑΛΙΕΙΑ	4	1	2	3	1	1	1	3	3	1	1	3	5	3	1	5	4	1	3	3	3	1
22	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	4	1	2	3	1	1	1	2	2	4	4	1	4	1	1	1	5	1	3	1	5	1
23	1	3	ΑΛΙΕΙΑ	3	1	2	2	1	1	5	3	2	4	4	2	2	1	1	5	5	1	3	1	3	3
24	1	3	ΑΛΙΕΙΑ	3	1	2	1	1	1	5	2	2	3	3	3	5	1	1	2	5	1	4	1	3	1
25	1	3	ΑΛΙΕΙΑ	2	3	3	2	2	1	5	1	2	3	3	1	4	3	1	3	5	1	3	3	3	2
26	1	3	ΑΛΙΕΙΑ	2	3	3	3	3	2	5	3	2	2	2	2	3	2	1	3	4	1	3	1	4	1
27	1	5	ΑΛΙΕΙΑ	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	3	5	2	1	3	4	1	3	1	3	3
28	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	2	5	3	3	3	2	3	1	3	4	4	5	3	2	1	3	4	1	3	3	3	1
29	1	5	ΑΛΙΕΙΑ	2	2	3	2	2	2	3	3	1	3	3	1	3	2	1	3	4	1	3	1	5	1
30	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	2	2	3	3	3	2	3	1	2	2	2	2	5	3	1	4	4	1	3	1	3	2
31	1	1	ΑΛΙΕΙΑ	2	2	3	2	2	1	4	3	2	1	1	3	4	2	1	4	4	1	1	4	3	3
32	1	5	ΑΛΙΕΙΑ	1	2	2	3	2	1	4	3	3	3	3	1	4	2	1	4	4	1	3	1	4	1
33	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	1	2	2	1	1	1	5	1	2	1	1	1	4	2	1	4	4	1	3	1	3	1
34	1	4	ΑΛΙΕΙΑ	4	2	2	1	5	1	1	1	2	4	4	2	2	1	4	4	1	3	5	3	2	2
35	1	4	ΑΛΙΕΙΑ	1	4	2	1	5	1	5	1	2	2	2	2	3	2	5	4	4	1	2	1	5	3
36	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	4	1	2	1	5	1	4	1	3	1	1	1	5	3	3	1	4	1	3	1	3	1
37	1	3	ΑΛΙΕΙΑ	2	3	2	1	5	1	4	1	2	2	2	2	1	4	4	3	4	1	3	1	3	1
38	1	5	ΑΛΙΕΙΑ	4	2	2	1	5	1	4	3	5	1	1	2	5	5	2	1	4	1	3	3	4	2
39	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	4	2	2	1	5	2	4	3	5	4	4	3	1	1	3	1	3	1	3	1	3	3
40	1	4	ΑΛΙΕΙΑ	4	2	2	1	5	2	4	3	3	3	3	1	4	3	3	3	1	1	3	1	3	1
41	1	1	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	1	5	3	4	2	2	3	3	2	4	3	1	1	1	1	3	1	5	1
42	1	3	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	1	5	3	4	1	1	2	2	2	4	1	2	1	1	1	3	3	3	2
43	1	4	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	1	5	3	4	1	1	1	1	3	4	1	4	3	1	1	3	1	3	3
44	1	5	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	1	5	3	4	3	4	1	1	1	4	2	2	1	1	1	3	1	3	1
45	1	2	ΑΛΙΕΙΑ	3	2	2	1	5	3	4	3	1	4	4	1	5	1	1	1	2	1	4	3	4	1

46	1	2	AAIEIA	4	1	2	1	5	3	4	2	1	1	1	3	3	3	3	1	5	1	3	1	
47	1	2	AAIEIA	4	1	2	1	5	3	4	2	1	1	3	4	3	1	4	2	1	3	1	3	3
48	1	3	AAIEIA	3	1	2	1	5	3	4	1	1	1	5	1	1	4	4	3	1	2	3	5	2

49	1	4	AAIEIA	4	1	2	1	5	3	4	2	5	5	4	1	1	5	3	2	1	3	1	3	1
50	1	1	AAIEIA	3	1	2	1	5	3	4	3	1	1	1	2	1	1	4	3	1	3	1	3	2
51	2	4	AAIEIA	4	1	2	1	5	3	4	2	1	4	3	5	3	1	4	2	1	2	1	4	3
52	1	3	AAIEIA	3	1	2	1	5	2	4	1	1	1	1	1	3	1	4	2	1	3	2	3	1
53	2	3	AAIEIA	4	1	2	1	4	2	4	1	3	2	1	1	2	1	3	4	1	2	1	3	1
54	2	2	AAIEIA	3	1	2	1	4	2	4	1	4	3	2	1	2	1	4	4	1	3	1	3	1
55	1	1	AAIEIA	4	1	2	1	4	1	4	3	2	3	3	2	1	1	4	4	1	2	3	4	3
56	2	5	AAIEIA	3	1	2	1	4	2	4	1	5	3	1	4	2	1	3	4	1	3	1	3	1
57	2	3	AAIEIA	4	1	2	1	4	1	4	1	4	5	1	5	1	1	4	4	1	2	1	3	2
58	2	4	AAIEIA	3	1	2	1	4	2	4	1	1	4	3	2	1	1	4	4	1	3	1	4	1
59	2	3	AAIEIA	4	1	3	1	4	1	4	3	1	3	1	2	1	1	3	4	1	3	2	3	3
60	2	3	AAIEIA	3	1	3	1	4	3	4	1	1	3	4	4	3	1	5	4	1	2	1	4	1
61	2	4	AAIEIA	4	1	2	1	4	3	4	2	2	2	3	2	2	1	3	4	1	3	1	3	1
62	2	4	AAIEIA	3	1	3	1	4	2	4	1	2	2	3	4	2	1	4	4	1	3	1	4	2
63	2	1	AAIEIA	4	1	2	1	4	3	4	3	5	4	1	4	2	1	3	4	1	2	3	3	3
64	2	5	AAIEIA	3	1	3	1	4	3	4	1	4	2	2	2	2	1	4	4	1	3	1	3	1
65	2	4	AAIEIA	4	1	2	1	4	3	4	2	5	2	1	5	2	1	3	4	1	3	1	4	1
66	2	3	AAIEIA	3	1	3	1	4	3	4	1	3	2	3	4	3	1	4	4	1	2	1	3	1
67	2	2	AAIEIA	4	1	2	1	4	3	4	1	1	2	1	2	1	1	3	4	1	3	1	3	2
68	2	1	AAIEIA	3	1	3	1	4	3	4	3	1	2	2	4	2	1	4	4	1	3	3	5	3
69	2	1	AAIEIA	4	1	2	1	4	3	4	1	1	5	1	2	2	1	5	4	1	3	1	3	1
70	2	1	AAIEIA	1	4	2	1	4	3	4	2	5	3	3	5	1	1	3	4	1	3	1	4	1
71	2	1	AAIEIA	1	4	3	1	4	3	4	1	5	3	1	2	1	1	4	4	1	3	1	3	1
72	1	5	AAIEIA	1	4	2	1	4	3	4	1	4	3	2	4	3	1	5	4	1	3	2	3	1
73	1	3	AAIEIA	1	4	3	1	4	3	4	3	3	5	1	1	1	1	3	4	1	3	1	5	2
74	1	3	AAIEIA	2	4	2	4	1	3	4	1	3	5	3	2	3	1	3	4	1	3	1	3	1
75	1	3	AAIEIA	1	4	1	4	2	2	4	1	1	1	1	5	2	1	4	4	1	3	3	3	1
76	1	3	AAIEIA	2	4	1	5	3	2	4	1	3	1	2	5	3	1	2	4	1	3	1	4	1
77	1	3	AAIEIA	1	4	1	4	2	2	4	1	1	1	1	5	3	1	1	4	1	3	1	3	1
78	1	3	AAIEIA	2	4	1	5	3	2	4	3	2	1	3	5	1	1	1	4	1	3	2	3	1
79	1	3	AAIEIA	2	4	1	4	2	1	4	2	2	5	1	5	1	1	4	5	1	3	1	5	3
80	1	3	AAIEIA	4	2	1	5	3	1	4	2	2	2	1	5	4	1	5	4	1	3	1	3	1
81	1	3	AAIEIA	4	2	1	4	2	1	4	2	1	2	2	5	5	1	5	4	1	3	1	3	1
82	1	3	AAIEIA	3	2	1	5	3	1	4	1	2	2	3	5	5	1	1	4	1	3	3	3	1
83	1	3	AAIEIA	3	2	1	4	2	1	4	3	5	3	1	2	3	1	4	2	1	3	1	3	2
84	1	3	AAIEIA	3	2	1	5	3	1	4	3	1	5	1	2	1	1	5	5	1	3	1	4	3
85	1	3	AAIEIA	4	3	1	4	2	1	4	1	2	2	1	1	2	2	3	1	1	3	1	2	1
86	1	3	AAIEIA	3	2	1	5	3	1	4	1	3	3	2	4	2	2	1	2	1	3	5	1	1
87	1	3	AAIEIA	3	3	2	3	2	2	4	1	2	4	3	1	2	2	4	3	1	3	1	2	1
88	1	3	AAIEIA	3	2	2	4	3	3	4	1	3	3	1	5	3	3	1	2	1	3	1	3	2
89	1	3	AAIEIA	3	1	2	3	2	2	4	3	2	2	1	1	1	2	1	3	1	3	1	2	1
90	1	3	AAIEIA	1	4	2	4	3	3	4	2	1	5	3	4	1	2	3	2	1	3	4	2	1
91	1	3	AAIEIA	4	1	2	2	1	2	4	2	1	5	1	1	1	5	1	1	1	3	1	2	1
92	2	3	AAIEIA	1	5	2	4	1	3	4	3	1	3	1	1	3	3	1	1	1	3	1	2	3
93	1	3	AAIEIA	1	3	2	5	1	1	4	1	3	1	3	4	1	4	4	1	1	3	1	2	3
94	2	3	AAIEIA	1	3	2	3	1	3	4	2	1	3	1	5	1	2	3	3	1	3	1	2	3
95	1	3	AAIEIA	1	3	2	2	1	1	4	3	4	3	1	1	1	4	4	1	1	3	4	4	1
96	2	3	AAIEIA	1	3	2	3	1	1	4	2	4	4	3	4	2	3	4	4	1	3	1	3	2
97	1	3	AAIEIA	1	3	2	4	1	1	4	3	4	3	1	1	2	5	5	4	1	3	1	3	3

98	2	3	AAIEIA	2	3	2	2	4	1	4	1	3	2	2	4	3	2	3	4	1	3	1	3	1
----	---	---	--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

99	1	3	AAIEIA	3	2	1	3	4	1	4	1	2	2	3	1	2	3	5	3	1	3	3	3	2
100	1	3	AAIEIA	4	1	2	3	4	1	5	1	1	2	1	1	2	4	5	2	1	3	1	3	3
101	1	3	AAIEIA	4	3	2	3	4	1	5	3	3	2	2	4	2	2	4	4	1	3	1	3	3
102	1	2	AAIEIA	4	1	2	3	4	1	5	1	2	2	1	5	2	4	5	4	1	3	1	5	3
103	1	1	AAIEIA	2	3	2	3	4	1	5	1	2	2	3	5	2	5	3	4	1	3	2	3	1
104	2	1	AAIEIA	4	1	2	3	4	1	5	1	2	2	1	1	2	2	5	4	1	3	1	3	1
105	1	1	AAIEIA	3	2	2	5	4	1	5	2	2	1	2	2	3	4	3	4	1	2	1	3	1
106	1	1	AAIEIA	1	4	2	4	4	1	5	2	2	1	3	4	3	3	4	4	1	1	1	5	1
107	1	1	AAIEIA	1	4	2	3	4	1	5	3	3	1	4	1	3	1	4	4	1	2	4	3	1
108	1	1	AAIEIA	1	4	2	3	3	1	5	2	1	1	2	5	3	1	1	4	1	1	1	5	1
109	2	1	AAIEIA	1	4	2	3	3	1	1	3	1	1	3	5	3	1	3	4	1	2	1	5	1
110	1	1	AAIEIA	1	4	2	3	3	1	1	2	1	1	1	5	3	1	1	4	1	1	2	5	2
111	2	2	AAIEIA	1	4	2	3	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	2	4	1	3	1	5	1
112	1	2	AAIEIA	1	4	3	1	3	1	1	3	1	1	1	5	2	1	3	4	1	3	1	3	1
113	2	2	AAIEIA	1	5	3	1	2	1	1	3	2	1	3	1	2	1	2	4	1	3	3	3	1
114	1	2	AAIEIA	3	2	3	1	2	1	1	2	4	1	1	5	2	5	2	4	1	3	1	3	1
115	2	2	AAIEIA	3	2	3	1	3	1	1	2	2	1	2	5	2	3	2	4	1	3	1	2	1
116	1	2	AAIEIA	3	2	3	1	2	3	1	1	2	1	1	1	2	4	3	4	1	2	1	3	3
117	2	4	AAIEIA	3	2	3	1	2	1	1	1	2	1	1	5	3	2	4	4	1	1	2	1	1
118	1	5	AAIEIA	3	2	3	1	2	1	2	2	1	1	3	5	4	3	5	4	1	2	1	5	1
119	2	4	AAIEIA	3	2	3	1	3	3	2	2	1	1	1	4	1	2	5	4	1	1	1	5	2
120	1	3	AAIEIA	3	2	3	1	3	1	2	2	1	1	2	5	1	4	5	4	1	3	3	5	1
121	2	4	AAIEIA	3	2	3	1	3	2	2	2	2	1	1	5	1	2	3	4	1	3	1	5	1
122	1	4	AAIEIA	3	2	3	1	3	3	3	3	4	1	1	1	1	4	2	4	1	3	1	4	1
123	2	4	AAIEIA	3	2	3	1	3	3	2	3	1	1	3	1	1	5	4	4	1	2	1	4	1
124	1	4	AAIEIA	4	2	3	1	3	3	4	3	1	1	3	4	1	1	3	4	1	2	3	4	1
125	2	4	AAIEIA	4	2	3	1	4	3	2	2	1	5	1	1	1	1	2	4	1	2	1	4	1
126	1	3	AAIEIA	4	1	3	1	4	3	2	2	5	4	2	1	1	1	4	4	1	2	1	3	3
127	2	3	AAIEIA	4	1	3	1	4	3	3	1	2	1	1	4	1	1	5	4	1	2	3	3	1
128	1	2	AAIEIA	4	1	3	1	4	3	1	1	3	1	1	1	3	1	3	4	1	2	1	3	1
129	2	1	AAIEIA	4	1	3	1	4	3	4	1	1	1	3	2	1	13	4	4	1	2	1	3	1
130	1	3	AAIEIA	4	1	3	1	4	1	3	2	1	1	1	1	3	2	5	4	1	2	4	3	1
131	2	3	AAIEIA	4	1	3	1	4	1	1	2	4	1	1	5	1	5	5	4	1	2	1	3	3
132	1	3	AAIEIA	4	1	3	1	4	2	4	3	2	1	2	1	2	3	4	4	1	2	1	4	1
133	1	4	AAIEIA	4	1	3	1	4	3	3	2	1	1	1	4	1	4	4	4	1	2	4	3	1
134	1	4	AAIEIA	4	1	3	1	4	2	1	2	1	1	3	4	2	2	4	3	1	2	1	3	1
135	1	4	AAIEIA	4	1	3	1	4	3	3	2	5	1	3	4	1	3	4	1	1	2	1	3	1
136	1	4	AAIEIA	4	1	3	1	4	3	4	3	1	1	4	4	1	4	4	4	1	2	1	3	1
137	1	5	AAIEIA	4	1	3	1	4	1	4	2	2	1	1	4	1	3	3	3	1	3	3	4	4
138	1	5	AAIEIA	4	1	3	1	4	1	3	3	1	5	2	5	2	2	3	5	1	2	1	3	1
139	1	1	AAIEIA	4	1	3	1	4	1	1	2	2	1	3	5	3	5	3	1	1	2	1	3	2
140	1	2	AAIEIA	3	1	3	1	4	1	4	3	4	1	4	5	2	1	1	5	1	3	4	3	1
141	1	3	AAIEIA	3	1	2	1	4	1	3	2	5	5	2	1	3	5	1	4	1	2	1	5	1
142	1	2	AAIEIA	3	1	2	1	4	1	5	1	1	1	1	4	2	4	4	3	1	2	1	3	1
143	1	3	AAIEIA	3	1	2	1	4	1	1	3	1	4	3	3	3	3	3	5	1	3	1	3	1
144	1	4	AAIEIA	3	1	2	1	4	1	5	3	1	5	1	4	2	2	3	1	1	2	3	5	5
145	1	3	AAIEIA	3	1	2	2	4	1	4	2	5	1	2	5	2	2	4	3	1	2	1	3	1
146	1	2	AAIEIA	3	1	2	2	4	1	3	1	3	5	3	4	2	5	4	5	1	3	4	3	1
147	1	1	AAIEIA	3	1	2	2	4	1	5	3	1	4	1	4	3	1	4	2	1	2	1	3	1

148	1	1	AAIEIA	3	1	2	2	4	3	1	3	1	1	2	4	3	2	1	1	1	2	1	5	1
-----	---	---	--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

149	1	1	AAIEIA	3	1	2	2	4	3	3	2	1	4	1	4	2	3	1	3	1	3	3	3	1
150	1	3	AAIEIA	3	1	2	2	5	3	5	1	1	5	3	4	2	3	4	4	1	2	1	3	4
151	1	3	AAIEIA	3	1	2	2	5	3	2	1	1	1	1	5	1	3	2	4	1	2	1	5	2
152	1	3	AAIEIA	3	1	2	2	5	3	1	1	1	3	1	4	3	1	2	1	1	3	4	5	1
153	1	2	AAIEIA	3	1	2	2	5	3	3	2	1	1	2	4	3	1	2	3	1	2	3	5	1
154	1	2	AAIEIA	4	1	2	2	5	3	4	2	4	3	3	4	2	1	4	5	1	2	1	5	1
155	1	2	AAIEIA	3	1	2	2	5	3	4	2	1	5	1	1	1	1	4	3	1	3	1	5	1
156	1	2	AAIEIA	4	1	2	2	5	3	1	3	1	4	1	5	2	1	4	5	1	2	1	5	5
157	1	2	AAIEIA	3	1	2	2	5	3	3	3	1	1	3	5	3	1	5	1	1	1	1	5	1
158	1	2	AAIEIA	4	1	2	2	5	3	5	2	5	2	5	5	1	1	5	3	1	2	1	4	5
159	1	2	AAIEIA	3	1	2	2	5	3	3	2	1	2	4	5	2	1	4	2	1	3	3	3	1
160	1	2	AAIEIA	4	1	2	2	5	3	5	2	1	2	2	1	3	1	5	5	1	2	4	3	1
161	1	2	AAIEIA	3	1	2	2	5	3	1	2	1	2	3	4	3	1	5	1	1	2	1	4	1
162	1	2	AAIEIA	3	1	2	2	5	3	3	2	1	5	3	5	2	1	5	5	1	3	1	5	1
163	1	2	AAIEIA	4	1	2	2	5	3	2	2	1	2	2	3	2	1	5	5	1	2	1	3	1
164	1	2	AAIEIA	3	1	2	2	5	3	5	3	1	5	2	3	1	1	1	3	1	2	1	3	2
165	1	2	AAIEIA	4	1	2	1	5	3	1	1	1	1	3	2	5	1	5	3	1	2	1	3	4
166	1	2	AAIEIA	3	1	2	1	5	3	5	1	1	1	3	2	2	1	4	4	1	3	3	3	1
167	1	2	AAIEIA	4	1	2	1	5	3	5	1	1	2	1	4	4	1	4	3	1	3	4	3	4
168	1	2	AAIEIA	3	1	2	1	5	3	3	1	4	2	2	4	2	1	5	4	1	3	4	4	2

A/A ερώτησης	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
A/A απάντησης																								
1	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	3	1	1	1	4	3	5	3	4	1	5	5	3	1	4	1	5	5
2	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	2	5	2	1	2	5	4	4	4	5	1	4	5	4	2	5	1	3	4
3	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	3	2	1	1	4	5	3	4	4	1	3	5	3	1	4	3	2	5
4	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	3	5	2	1	1	5	4	5	1	4	1	5	5	4	1	3	1	3	5
5	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	1	4	1	1	1	4	5	4	4	5	1	4	5	3	2	4	1	5	5
6	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	1	4	1	1	3	5	3	3	1	5	1	5	5	4	1	4	1	5	3
7	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	5	1	3	1	1	4	4	4	5	2	3	1	5	5	3	1	3	3	4	5
8	1	5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	1	5	1	1	5	5	4	2	1	4	1	4	5	5	3	4	1	5	5
9	2	4	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	1	5	1	1	5	4	4	3	3	4	1	5	5	3	1	4	3	5	5
10	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	1	5	1	1	5	4	5	4	3	4	1	5	5	4	1	4	1	5	5
11	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	2	3	2	1	5	5	5	5	3	5	1	3	5	5	2	3	1	4	2
12	1	5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	2	5	2	1	1	5	3	3	1	4	1	5	5	3	1	4	3	5	5
13	1	5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	2	5	2	1	1	5	4	1	3	4	1	5	5	4	1	4	1	5	5
14	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	2	4	2	1	2	5	4	4	4	4	1	3	5	5	3	4	1	3	5
15	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	4	2	1	1	5	4	2	4	4	1	3	5	3	1	3	1	5	5
16	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	2	5	2	1	1	5	4	5	1	5	1	3	5	3	3	4	1	3	2
17	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	2	4	1	1	2	5	3	3	4	4	1	3	5	3	1	4	1	5	5
18	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	2	4	1	1	1	5	5	1	4	4	1	5	5	4	3	4	1	5	5
19	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	1	3	2	1	2	5	5	3	1	4	1	5	5	5	1	3	2	4	5
20	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	2	3	1	1	3	5	5	4	2	4	1	3	5	5	1	4	1	5	5
21	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	5	1	4	1	1	3	4	5	3	5	5	1	5	5	5	1	1	1	5	5
22	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	3	2	3	2	1	4	4	3	2	3	3	1	5	5	3	3	4	1	4	5
23	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	2	4	1	1	2	5	4	4	4	3	1	3	5	3	1	4	1	5	2
24	1	4	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	3	1	5	2	1	3	4	4	2	3	3	1	5	5	3	1	4	1	5	5
25	1	5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	2	4	2	1	2	5	4	4	4	4	1	5	5	4	1	4	2	5	5
26	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	2	4	2	1	3	5	4	5	1	5	1	3	5	5	3	1	1	3	5
27	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	3	3	1	1	2	5	4	3	4	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
28	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	2	5	2	1	4	5	4	4	4	5	1	5	5	3	1	4	1	5	5
29	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	1	1	3	1	1	1	5	5	5	1	5	1	3	5	4	3	4	1	5	2
30	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	2	1	4	1	1	5	5	5	1	3	5	1	5	5	5	1	1	1	2	5
31	2	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	2	5	3	1	3	5	5	5	3	5	1	5	5	3	1	4	1	5	5
32	2	4	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	3	1	4	2	1	2	4	5	3	3	5	1	3	5	4	3	1	3	5	5
33	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	2	3	2	1	5	4	5	4	1	5	1	5	5	3	1	1	1	2	5
34	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	3	2	3	1	1	1	4	5	4	4	4	1	3	5	4	4	1	1	5	5
35	2	5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	1	3	1	1	1	4	5	5	4	4	1	5	5	4	1	1	2	5	2
36	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	2	4	3	1	1	4	2	3	1	4	1	5	5	5	1	1	1	5	5
37	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	2	5	1	1	1	4	4	2	4	5	1	4	5	3	1	1	3	5	5
38	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	1	3	1	1	1	4	3	1	1	4	1	5	5	4	1	4	1	2	5
39	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	3	2	5	4	1	1	5	1	3	4	4	1	4	5	5	4	4	1	5	2
40	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	1	5	5	1	1	5	5	4	4	5	1	5	5	3	1	4	3	5	5
41	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	2	3	1	1	1	5	5	5	1	4	1	5	5	4	4	4	1	2	5
42	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	1	3	1	1	1	5	5	3	4	4	1	4	5	4	1	4	1	5	5
43	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	2	5	1	1	1	5	5	2	3	4	1	5	5	4	1	1	1	5	5
44	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	5	3	4	1	1	2	4	3	5	1	5	1	3	5	4	1	4	2	5	3
45	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	2	4	1	1	3	4	4	3	4	4	1	5	5	4	5	1	1	5	5
46	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	1	4	1	1	2	4	5	2	1	4	1	4	5	4	4	1	1	3	5
47	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	2	4	1	1	2	4	5	3	2	4	1	5	5	3	1	4	1	5	5

48	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	1	4	1	1	1	4	5	2	3	5	1	5	5	2	4	4	3	5	5
----	---	---	-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

49	2	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	2	4	1	1	3	5	3	5	1	4	1	4	5	3	5	4	1	5	3
50	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	1	3	1	1	2	4	3	5	3	4	1	5	5	3	1	4	1	5	5
51	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	2	5	1	1	1	5	3	5	4	4	1	4	5	4	1	4	1	5	5
52	2	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	1	5	1	1	3	4	3	5	1	4	1	5	5	4	4	4	1	5	4
53	1	4	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	1	5	1	1	1	4	4	5	4	5	1	5	5	5	5	5	1	5	5
54	2	5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	3	1	3	1	1	2	5	5	5	3	5	1	4	5	4	1	4	3	4	5
55	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	1	5	1	1	3	4	4	3	3	5	1	5	5	5	1	4	1	5	5
56	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	1	5	1	1	1	5	5	4	1	5	1	4	5	3	3	4	1	5	4
57	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	1	5	2	1	3	4	4	5	3	4	1	3	5	2	1	5	1	5	5
58	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	5	1	1	2	5	4	5	3	5	1	1	5	4	1	4	1	5	4
59	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	1	3	2	1	3	4	4	5	2	5	1	5	5	4	1	4	1	4	4
60	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	3	2	1	1	5	4	3	3	5	1	4	5	3	4	4	1	5	4
61	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	3	5	1	2	5	4	3	3	5	1	5	5	4	1	5	3	5	4
62	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	3	4	1	3	5	3	3	3	4	1	5	5	4	1	5	1	5	4
63	2	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	2	2	3	5	1	1	5	3	3	3	4	1	5	5	4	2	4	1	5	5
64	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	1	3	1	1	2	5	4	4	1	4	1	5	5	3	1	4	1	5	5
65	1	4	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	1	3	1	1	1	4	4	5	3	4	1	4	5	4	1	4	1	4	5
66	1	5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	1	3	2	1	2	4	5	4	3	4	1	5	5	4	2	5	1	5	5
67	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	3	2	1	2	4	2	5	3	4	1	5	5	3	1	4	1	5	2
68	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	5	1	1	1	4	3	4	3	4	1	5	5	4	1	5	1	5	2
69	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	5	4	1	2	4	4	4	1	4	1	4	5	3	2	5	1	3	2
70	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	1	3	2	1	1	4	3	4	3	5	1	5	5	4	1	4	1	5	2
71	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	5	2	1	2	5	3	4	3	4	1	5	5	3	1	4	3	5	5
72	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	1	5	2	1	1	5	4	4	2	4	1	5	5	4	1	4	1	5	1
73	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	1	5	1	1	2	5	3	3	4	4	1	4	5	3	1	4	1	5	5
74	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	3	1	1	1	5	4	3	3	4	1	5	5	4	2	4	1	5	1
75	1	4	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	1	4	3	1	2	5	3	4	4	4	1	5	5	3	1	4	1	5	5
76	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	2	4	1	1	1	5	5	4	4	5	1	5	5	4	1	5	1	5	5
77	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	1	3	1	1	2	5	3	5	3	4	1	5	5	3	1	5	1	3	5
78	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	3	1	1	1	5	4	2	4	4	1	5	5	4	3	4	1	5	5
79	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	1	4	1	1	2	5	4	3	4	4	1	4	5	3	1	4	1	5	5
80	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	3	1	1	1	4	2	4	3	4	1	5	5	4	1	4	1	5	1
81	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	4	1	1	2	4	5	3	4	4	1	5	5	3	1	4	1	4	5
82	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	2	5	1	1	1	4	5	3	4	4	1	5	5	4	3	4	1	5	5
83	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	2	5	1	1	2	4	5	4	3	5	1	4	5	3	1	4	1	5	5
84	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	2	1	1	1	4	5	3	4	4	1	4	5	4	1	3	1	5	5
85	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	1	1	1	1	2	4	5	4	4	4	1	4	5	5	1	4	3	5	5
86	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	3	1	1	1	4	5	3	3	4	1	4	5	5	2	4	1	5	5
87	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	4	2	1	2	5	5	5	4	4	1	4	5	5	1	4	1	5	5
88	1	4	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	1	1	2	1	1	5	5	3	4	5	1	4	5	5	1	2	1	4	1
89	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	3	2	1	2	5	3	4	4	5	1	5	5	5	1	4	1	5	1
90	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	2	2	2	1	1	5	5	4	4	5	1	5	5	5	3	4	1	5	1
91	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	1	5	1	1	2	5	5	2	4	5	1	5	5	5	1	4	3	5	1
92	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	1	1	1	1	3	5	5	5	4	4	1	5	5	5	4	4	1	5	1
93	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	2	5	1	1	1	5	5	5	4	4	1	5	5	5	2	3	1	5	5
94	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	1	3	1	1	2	5	3	5	1	4	1	5	5	5	1	3	1	5	5
95	1	4	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	1	5	1	1	1	5	3	5	2	4	1	5	5	5	3	4	3	5	5
96	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	1	2	1	1	2	5	5	5	3	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
97	1	5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	1	5	1	1	1	5	5	5	2	4	1	5	5	5	1	4	1	4	5

98	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	5	1	1	2	5	5	5	1	5	1	5	5	5	2	4	3	5	5
----	---	---	-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

99	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	4	1	1	1	3	5	5	2	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
100	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	2	4	1	1	2	5	5	3	2	4	1	5	5	5	3	4	1	5	5
101	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	4	2	1	3	4	3	5	2	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
102	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	2	4	1	1	1	3	4	5	2	4	1	5	5	5	1	4	1	5	1
103	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	4	1	1	2	2	4	5	5	5	1	5	5	5	2	4	3	5	1
104	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	1	4	1	1	1	5	5	5	4	5	1	5	5	5	1	4	1	5	1
105	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	1	3	1	1	2	1	3	3	3	4	1	5	5	5	1	2	1	5	1
106	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	3	1	5	1	1	1	4	3	3	2	4	1	5	5	5	3	4	3	5	1
107	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	1	4	1	1	2	5	4	5	5	5	1	5	5	5	1	4	1	5	1
108	2	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	1	5	2	1	1	4	3	5	4	5	1	5	5	5	1	4	1	4	5
109	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	3	1	4	2	1	2	5	3	5	3	4	1	5	5	5	2	4	1	5	5
110	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	1	5	2	1	1	4	5	5	4	4	1	5	5	5	1	3	1	5	5
111	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	3	1	5	2	1	2	5	3	4	4	4	1	5	5	5	4	4	3	5	5
112	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	4	1	4	2	1	1	4	5	4	4	5	1	5	5	5	1	4	1	5	5
113	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	1	5	2	1	1	4	5	4	3	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
114	1	4	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	1	4	2	1	1	4	3	4	3	5	1	5	5	5	2	4	3	5	5
115	1	5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	1	4	1	1	1	3	5	4	3	3	1	5	5	5	1	4	1	5	5
116	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	5	3	1	1	2	5	4	3	3	1	5	5	5	3	4	1	5	5
117	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	5	1	1	1	1	3	4	3	3	1	5	5	5	1	5	1	5	1
118	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	3	2	1	1	5	5	4	2	4	1	5	5	5	2	4	1	5	1
119	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	2	4	2	1	1	5	5	4	1	5	1	5	5	5	1	4	1	5	1
120	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	2	4	2	1	1	1	3	4	1	3	1	5	5	5	3	4	3	5	1
121	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	2	5	1	1	1	2	5	4	1	2	1	5	5	5	1	4	1	4	1
122	2	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	3	2	4	1	1	1	5	5	4	1	5	1	5	5	5	1	4	1	5	1
123	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	4	1	1	1	5	3	2	1	3	1	4	5	5	2	4	1	5	1
124	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	5	2	4	1	1	1	4	3	1	1	4	1	5	5	5	1	5	1	5	5
125	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	2	5	1	1	1	3	5	3	2	5	1	5	5	5	1	4	3	5	5
126	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	2	5	1	1	1	2	5	4	2	4	1	5	5	5	3	4	1	5	5
127	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	1	3	1	1	1	1	3	4	2	2	1	5	5	5	1	4	1	5	5
128	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	4	2	4	5	1	1	3	5	4	3	3	1	5	5	5	2	4	1	5	5
129	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	3	1	4	2	1	1	2	3	4	3	3	1	5	5	5	1	4	1	5	5
130	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	1	5	2	1	1	3	5	4	3	5	1	5	5	2	1	4	1	5	5
131	1	5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	3	1	3	3	1	1	3	5	4	3	3	1	5	5	5	3	3	1	4	5
132	1	4	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	2	3	4	1	1	3	3	4	2	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
133	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	1	3	1	1	1	3	5	4	2	2	1	5	5	5	2	4	3	5	5
134	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	2	4	1	1	1	3	3	5	2	5	1	5	5	2	1	4	1	5	5
135	2	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	2	4	1	1	1	3	4	5	1	4	1	5	5	5	3	4	1	5	1
136	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	1	5	2	1	1	3	5	5	3	5	1	5	5	5	1	4	1	4	1
137	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	2	3	3	1	1	3	3	5	3	4	1	5	5	5	1	4	1	5	1
138	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	5	2	3	2	1	1	4	4	5	3	3	1	5	5	2	2	4	3	5	5
139	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	4	1	1	1	4	4	5	3	5	1	5	5	5	1	4	1	5	1
140	1	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	2	5	1	1	1	4	3	5	1	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
141	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	2	3	2	1	1	4	5	5	3	4	1	4	5	5	3	4	3	5	5
142	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	2	4	1	1	1	4	5	5	1	3	1	5	5	2	1	5	1	5	5
143	2	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	1	5	2	1	1	5	5	5	2	5	1	5	5	5	1	4	1	5	5
144	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	5	1	3	1	1	1	5	3	5	2	3	1	5	5	5	2	4	3	4	5
145	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	4	2	1	1	5	4	5	3	4	1	5	5	2	1	4	1	5	5
146	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	5	2	1	1	5	4	5	3	5	1	3	5	3	1	4	1	5	5
147	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	5	1	3	1	1	1	5	3	5	3	4	1	5	5	2	1	3	1	5	5

148	2	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2	4	2	4	2	1	1	5	4	5	3	5	1	3	5	5	1	4	3	5	5
-----	---	---	-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

149	2	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	5	1	3	1	1	1	5	4	5	3	4	1	5	5	3	2	4	1	5	5
150	1	1	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4	4	1	5	3	1	1	5	5	5	2	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
151	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	3	1	5	1	1	1	5	3	5	2	4	1	5	5	3	1	4	1	4	5
152	1	2	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3	5	1	5	2	1	1	5	5	5	1	4	1	5	5	1	4	2	1	5	5
153	2	3	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1	5	1	5	2	1	1	5	5	4	2	5	1	5	5	5	1	4	3	5	1

A/A ερώτησης	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
A/A απάντησης																								
1	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	1	1	1	5	5	5	5	5	1	2	5	3	1	3	2	1	1
2	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	2	2	5	4	5	5	5	1	3	5	2	2	2	2	1	1
3	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	1	5	3	5	5	5	1	2	3	3	1	3	3	2	2
4	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	2	4	5	4	5	5	1	3	5	2	2	3	2	1	1
5	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	1	1	1	5	5	5	5	5	1	2	4	3	1	3	2	1	2
6	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	2	1	5	5	5	5	5	1	2	3	3	1	2	3	2	1
7	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	3	2	5	3	5	4	5	1	2	4	2	2	3	2	1	1
8	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	1	1	1	3	5	4	5	5	1	2	5	3	1	2	2	1	2
9	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	2	5	5	5	5	5	1	2	5	3	2	3	2	2	1
10	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	1	5	5	5	5	5	1	2	3	3	1	2	3	1	1
11	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	2	1	1	4	4	5	5	5	1	2	4	2	2	2	3	1	1
12	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	2	5	5	5	5	5	1	2	5	3	2	2	2	2	2
13	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	1	3	5	4	5	4	1	2	5	3	2	3	2	1	1
14	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	1	3	1	5	4	5	4	5	1	3	3	3	2	3	2	2	1
15	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	3	3	4	5	5	5	4	1	2	4	2	2	2	3	1	2
16	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	5	2	3	2	5	5	5	5	5	1	2	5	3	1	3	3	2	2
17	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	2	3	3	3	4	4	5	5	1	2	5	3	1	3	2	1	2
18	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	2	3	1	5	5	5	4	4	1	2	3	2	2	3	2	2	2
19	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	4	1	1	3	5	5	5	5	4	1	2	4	3	1	2	2	1	1
20	2	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	1	5	1	3	2	4	4	4	5	4	1	2	5	3	1	3	3	2	1
21	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	4	2	1	3	5	5	5	5	4	1	2	5	2	1	3	3	1	1
22	1	3	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	2	1	2	4	5	5	4	4	1	2	5	3	1	2	3	2	1
23	1	3	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	3	2	1	3	5	4	5	5	5	1	2	3	3	2	3	2	1	1
24	1	3	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	3	1	1	1	5	5	4	5	4	1	2	4	2	2	3	2	2	2
25	2	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	4	2	1	1	4	4	5	5	5	1	2	5	3	2	2	2	1	1
26	2	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	3	2	3	2	5	3	5	4	4	1	2	5	3	2	3	2	2	1
27	2	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	3	1	1	3	5	4	5	5	5	1	3	3	3	2	3	2	1	1
28	2	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	3	1	3	1	5	5	5	5	4	1	3	4	2	1	3	2	1	1
29	2	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	3	2	1	1	4	5	4	5	5	1	2	5	3	1	2	3	1	2
30	2	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	2	3	1	5	5	5	4	4	1	3	3	3	2	3	3	2	1
31	2	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	3	1	1	1	5	5	5	5	4	1	2	4	2	2	3	3	1	1
32	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	3	1	3	1	5	5	5	5	4	1	3	5	3	1	2	2	1	1
33	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	3	2	1	2	4	3	4	4	4	1	3	5	3	1	3	2	2	1
34	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	3	2	3	1	5	4	5	5	4	1	2	3	3	1	2	2	1	2
35	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	3	2	1	1	5	5	5	5	4	1	3	4	2	2	3	2	1	1
36	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	2	3	1	4	5	4	5	4	1	2	5	3	2	3	2	2	1
37	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	4	1	1	1	5	5	5	4	4	1	3	5	3	1	3	3	1	1
38	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	3	2	3	3	5	5	4	5	4	1	2	5	2	1	3	2	1	1
39	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	3	1	1	1	5	3	5	5	5	1	3	5	3	2	2	3	2	2
40	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	2	3	1	4	4	5	4	4	1	2	3	3	2	2	3	1	1
41	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	4	2	1	1	5	5	4	5	4	1	3	4	2	1	3	3	1	1
42	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	4	2	3	2	4	5	5	4	4	1	2	5	3	1	2	3	2	1
43	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	2	1	1	3	5	5	5	4	1	3	5	3	1	3	2	1	1
44	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	1	3	1	4	5	5	5	4	1	2	5	2	3	2	2	1	1
45	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	2	1	1	3	3	4	4	4	1	3	5	3	1	3	3	2	2
46	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	2	3	2	5	4	5	5	4	1	2	5	3	1	3	3	1	1
47	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	1	1	1	4	5	5	5	4	1	2	5	2	2	3	3	1	1

48	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	2	3	1	3	5	5	4	5	1	2	4	3	2	2	3	2	1
----	---	---	---------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

49	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	4	2	1	1	4	5	4	5	4	1	2	5	3	1	2	3	1	1
50	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	1	3	2	3	5	5	5	4	1	3	5	3	1	2	2	1	2
51	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	2	1	1	4	3	5	4	4	1	3	5	2	3	2	2	2	1
52	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	2	3	1	5	5	5	5	4	1	2	5	3	1	2	2	1	1
53	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	4	1	1	1	5	5	4	5	4	1	3	5	3	2	2	2	1	2
54	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	5	1	3	1	5	5	5	3	4	1	2	4	2	2	2	2	2	2
55	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	4	1	1	1	5	4	5	5	5	1	3	5	2	1	2	3	1	2
56	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	4	1	3	1	5	5	5	4	5	1	2	5	2	1	3	2	2	2
57	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	4	1	1	1	5	5	4	5	5	1	3	4	2	1	2	3	1	2
58	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	4	2	1	1	4	4	5	3	4	1	2	5	3	1	3	3	1	2
59	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	3	4	2	1	2	3	4	5	4	4	1	3	5	3	1	2	3	1	2
60	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	3	4	2	1	1	5	4	4	5	4	1	2	3	3	1	3	3	2	2
61	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	4	1	1	1	5	5	5	5	4	1	3	5	3	1	2	3	1	1
62	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	1	5	5	5	4	4	1	2	5	2	1	3	3	1	1
63	1	3	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	3	3	5	5	5	5	4	1	3	4	3	2	2	3	2	1
64	1	3	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	5	1	1	1	5	4	4	5	4	1	3	5	3	1	3	2	1	1
65	1	3	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	1	5	3	5	4	4	1	2	5	3	1	2	2	1	1
66	1	3	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	5	2	1	2	4	3	5	3	4	1	2	4	2	3	3	2	2	1
67	1	3	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	5	2	3	1	5	3	5	5	4	1	2	5	3	1	2	2	1	2
68	1	3	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	5	2	1	1	5	3	4	5	5	1	2	5	3	1	3	2	1	1
69	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	3	5	1	3	1	5	4	5	5	5	1	2	3	3	1	2	2	2	1
70	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	5	1	1	1	5	4	5	5	4	1	2	5	2	1	2	2	1	1
71	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	1	1	3	4	4	4	4	5	1	2	4	3	2	3	2	1	1
72	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	1	5	5	5	5	4	1	2	5	3	1	2	2	1	1
73	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	1	1	1	5	5	5	5	5	1	2	3	2	1	3	2	1	2
74	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	2	1	1	5	5	5	5	4	1	2	4	3	1	2	2	2	1
75	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	2	3	2	4	5	4	3	5	1	3	5	3	3	3	2	1	1
76	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	5	2	1	1	5	5	5	5	4	1	2	5	3	1	2	2	1	1
77	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	3	5	2	1	1	5	4	5	5	5	1	3	3	2	1	3	2	1	1
78	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	5	2	1	1	5	4	4	4	4	1	2	5	3	1	3	3	2	1
79	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	3	5	1	1	2	3	4	5	4	5	1	3	4	1	1	2	2	1	2
80	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	5	1	1	3	5	4	5	5	4	1	2	5	2	2	3	3	1	1
81	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	3	5	1	1	1	5	4	4	5	5	1	3	3	3	1	2	2	1	1
82	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	5	1	1	1	5	4	4	5	4	1	2	5	3	1	2	2	2	1
83	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	1	3	1	4	5	5	5	5	1	3	5	3	1	3	2	1	1
84	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	4	2	1	1	5	5	4	4	4	1	2	5	3	2	2	2	1	2
85	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	5	2	1	1	5	5	5	4	5	1	3	3	3	1	3	2	2	1
86	2	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	2	1	1	5	5	4	4	4	1	2	5	2	1	2	2	1	1
87	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	5	1	1	2	5	4	4	5	5	1	3	4	3	2	3	2	1	1
88	1	2	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	5	2	1	3	3	5	4	5	4	1	2	5	3	1	3	3	2	1
89	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	1	5	5	4	5	5	1	3	5	2	1	3	2	1	2
90	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	3	1	5	5	4	5	4	1	3	3	3	2	2	2	2	1
91	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	2	1	1	5	4	4	5	5	1	2	5	3	2	3	2	1	1
92	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	2	1	1	4	4	4	5	4	1	2	5	3	1	2	2	1	1
93	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	3	2	5	4	4	5	5	1	2	4	3	1	3	2	2	2
94	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	1	5	5	4	4	4	1	2	5	1	1	2	3	1	1
95	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	3	5	2	1	1	4	5	4	5	5	1	2	4	2	2	3	2	2	1
96	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	5	1	1	1	5	5	4	4	4	1	1	5	3	3	3	2	1	1
97	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	2	3	3	5	5	5	5	5	1	2	4	3	1	3	2	1	1

98	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	2	3	1	4	3	5	5	4	1	1	5	3	2	3	2	1	1
----	---	---	---------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

99	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	1	3	1	5	5	5	4	5	1	2	5	1	1	3	3	2	2
100	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	4	1	1	1	4	5	5	5	4	1	2	4	2	3	3	2	1	1
101	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	3	2	5	1	1	1	3	4	5	5	5	1	1	5	3	2	2	2	1	1
102	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	4	1	1	2	5	4	5	5	4	1	1	4	3	1	3	2	1	2
103	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	3	4	5	4	5	5	1	1	4	3	1	2	3	2	1
104	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	2	2	4	1	3	1	3	5	5	4	4	1	1	5	1	1	2	2	1	1
105	1	1	ΓΕΩΡΓΙΑ	3	1	2	5	1	1	1	5	5	5	5	5	1	1	5	2	1	2	2	1	1

A/A ερώτησης	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
A/A απάντησης																								
1	1	2	NAYTIAIA	1	4	3	2	3	3	1	1	3	2	1	5	3	1	4	1	1	3	3	3	3
2	2	2	NAYTIAIA	1	5	3	1	3	3	5	3	1	3	3	1	1	1	4	3	1	3	1	4	2
3	2	2	NAYTIAIA	1	3	2	1	3	1	1	2	1	4	1	5	1	1	4	1	1	2	1	3	1
4	2	3	NAYTIAIA	1	5	2	2	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	2	3	1	3	1	3	3
5	1	5	NAYTIAIA	1	2	2	3	2	1	4	3	3	3	1	4	2	1	4	4	1	3	1	4	1
6	1	2	NAYTIAIA	1	2	2	1	1	1	5	1	2	1	1	4	2	1	4	4	1	3	1	3	1
7	1	5	NAYTIAIA	1	4	2	1	4	3	4	1	4	3	2	4	3	1	5	4	1	3	2	3	1
8	1	3	NAYTIAIA	1	4	3	1	4	3	4	3	3	5	1	1	1	1	3	4	1	3	1	5	2
9	1	3	NAYTIAIA	2	4	2	4	1	3	4	1	3	5	3	2	3	1	3	4	1	3	1	3	1
10	1	3	NAYTIAIA	1	4	1	4	2	2	4	1	1	1	1	5	2	1	4	4	1	3	3	3	1
11	1	3	NAYTIAIA	2	4	1	5	3	2	4	1	3	1	2	5	3	1	2	4	1	3	1	4	1
12	1	3	NAYTIAIA	1	4	1	4	2	2	4	1	1	1	1	5	3	1	1	4	1	3	1	3	1
13	1	3	NAYTIAIA	2	4	1	5	3	2	4	3	2	1	3	5	1	1	1	4	1	3	2	3	1
14	2	2	NAYTIAIA	1	4	2	3	2	1	5	4	5	4	1	5	1	5	5	3	1	1	1	2	5
15	1	1	NAYTIAIA	1	3	2	3	1	1	1	4	5	4	4	4	1	3	5	4	4	1	1	5	5
16	2	5	NAYTIAIA	1	5	1	3	1	1	1	4	5	5	4	4	1	5	5	4	1	1	2	5	2
17	1	1	NAYTIAIA	4	3	2	4	3	1	1	4	2	3	1	4	1	5	5	5	1	1	1	5	5
18	2	2	NAYTIAIA	4	4	2	5	1	1	1	4	4	2	4	5	1	4	5	3	1	1	3	5	5
19	1	1	NAYTIAIA	3	4	1	3	1	1	1	4	3	1	1	4	1	5	5	4	1	4	1	2	5
20	1	3	NAYTIAIA	2	3	2	5	4	1	1	5	1	3	4	4	1	4	5	5	4	4	1	5	2
21	1	1	NAYTIAIA	3	4	1	5	5	1	1	5	5	4	4	5	1	5	5	3	1	4	3	5	5
22	1	2	NAYTIAIA	2	4	2	3	1	1	1	5	5	5	1	4	1	5	5	4	4	4	1	2	5
23	1	1	NAYTIAIA	4	4	1	5	2	1	2	5	3	4	3	4	1	5	5	3	1	4	3	5	5
24	1	1	NAYTIAIA	4	3	1	5	2	1	1	5	4	4	2	4	1	5	5	4	1	4	1	5	1
25	1	3	NAYTIAIA	1	5	1	5	1	1	2	5	3	3	4	4	1	4	5	3	1	4	1	5	5
26	1	1	NAYTIAIA	4	4	1	3	1	1	1	5	4	3	3	4	1	5	5	4	2	4	1	5	1
27	1	4	NAYTIAIA	2	5	1	4	3	1	2	5	3	4	4	4	1	5	5	3	1	4	1	5	5
28	2	1	NAYTIAIA	4	5	2	4	1	1	1	5	5	4	4	5	1	5	5	4	1	5	1	5	5
29	1	2	NAYTIAIA	2	5	1	3	1	1	2	5	3	5	3	4	1	5	5	3	1	5	1	3	5
30	1	1	NAYTIAIA	4	4	1	3	1	1	1	5	4	2	4	4	1	5	5	4	3	4	1	5	5
31	1	3	NAYTIAIA	1	4	1	4	1	1	2	5	4	3	4	4	1	4	5	3	1	4	1	5	5
32	1	1	NAYTIAIA	4	4	1	3	1	1	1	4	2	4	3	4	1	5	5	4	1	4	1	5	1
33	2	1	NAYTIAIA	4	4	1	4	1	1	2	4	5	3	4	4	1	5	5	3	1	4	1	4	5
34	1	2	NAYTIAIA	3	4	2	5	1	1	1	4	5	3	4	4	1	5	5	4	3	4	1	5	5
35	1	1	NAYTIAIA	4	4	2	5	1	1	2	4	5	4	3	5	1	4	5	3	1	4	1	5	5
36	1	1	NAYTIAIA	4	5	1	2	1	1	1	4	5	3	4	4	1	4	5	4	1	3	1	5	5
37	1	3	NAYTIAIA	1	5	1	1	1	1	2	4	5	4	4	4	1	4	5	5	1	4	3	5	5
38	2	1	NAYTIAIA	4	5	1	3	1	1	1	4	5	3	3	4	1	4	5	5	2	4	1	5	5
39	1	1	NAYTIAIA	4	5	1	4	2	1	2	5	5	5	4	4	1	4	5	5	1	4	1	5	5
40	1	4	NAYTIAIA	1	4	1	1	2	1	1	5	5	3	4	5	1	4	5	5	1	2	1	4	1
41	1	1	NAYTIAIA	4	5	1	3	2	1	2	5	3	4	4	5	1	5	5	5	1	4	1	5	1
42	2	2	NAYTIAIA	2	4	2	2	2	1	1	5	5	4	4	5	1	5	5	5	3	4	1	5	1
43	1	1	NAYTIAIA	2	5	1	5	1	1	2	5	5	2	4	5	1	5	5	5	1	4	3	5	1
44	1	3	NAYTIAIA	1	3	1	5	2	1	2	5	3	4	4	4	1	5	5	5	4	4	3	5	5
45	2	2	NAYTIAIA	3	4	1	4	2	1	1	4	5	4	4	5	1	5	5	5	1	4	1	5	5
46	1	1	NAYTIAIA	4	5	1	5	2	1	1	4	5	4	3	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
47	1	4	NAYTIAIA	1	5	1	4	2	1	1	4	3	4	3	5	1	5	5	5	2	4	3	5	5

48	1	5	NAYTIAIA	2	4	1	4	1	1	1	3	5	4	3	3	1	5	5	5	1	4	1	5	5
----	---	---	----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

49	1	1	NAYTIAIA	4	4	1	5	3	1	1	2	5	4	3	3	1	5	5	5	3	4	1	5	5
50	2	1	NAYTIAIA	4	4	1	5	1	1	1	1	3	4	3	3	1	5	5	5	1	5	1	5	1
51	1	2	NAYTIAIA	4	4	1	3	2	1	1	5	5	4	2	4	1	5	5	5	2	4	1	5	1
52	1	3	NAYTIAIA	1	4	2	4	2	1	1	5	5	4	1	5	1	5	5	5	1	4	1	5	1
53	1	1	NAYTIAIA	4	3	2	4	2	1	1	1	3	4	1	3	1	5	5	5	3	4	3	5	1
54	1	2	NAYTIAIA	4	3	2	5	1	1	1	2	5	4	1	2	1	5	5	5	1	4	1	4	1
55	2	3	NAYTIAIA	2	3	2	4	1	1	1	5	5	4	1	5	1	5	5	5	1	4	1	5	1
56	1	1	NAYTIAIA	4	4	1	4	1	1	1	5	3	2	1	3	1	4	5	5	2	4	1	5	1
57	1	1	NAYTIAIA	4	5	2	4	1	1	1	4	3	1	1	4	1	5	5	5	1	5	1	5	5
58	1	2	NAYTIAIA	2	5	2	5	1	1	1	3	5	3	2	5	1	5	5	5	1	4	3	5	5
59	1	3	NAYTIAIA	1	5	2	5	1	1	1	2	5	4	2	4	1	5	5	5	3	4	1	5	5
60	1	2	NAYTIAIA	2	5	1	3	1	1	1	1	3	4	2	2	1	5	5	5	1	4	1	5	5
61	1	3	NAYTIAIA	1	4	2	4	5	1	1	3	5	4	3	3	1	5	5	5	2	4	1	5	5
62	1	1	NAYTIAIA	4	3	1	4	2	1	1	2	3	4	3	3	1	5	5	5	1	4	1	5	5
63	2	1	NAYTIAIA	2	4	1	5	2	1	1	3	5	4	3	5	1	5	5	2	1	4	1	5	5
64	1	5	NAYTIAIA	1	3	1	3	3	1	1	3	5	4	3	3	1	5	5	5	3	3	1	4	5
65	1	4	NAYTIAIA	1	5	2	3	4	1	1	3	3	4	2	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
66	1	1	NAYTIAIA	2	4	1	3	1	1	1	3	5	4	2	2	1	5	5	5	2	4	3	5	5
67	1	2	NAYTIAIA	2	5	2	4	1	1	1	3	3	5	2	5	1	5	5	2	1	4	1	5	5
68	2	1	NAYTIAIA	2	4	2	4	1	1	1	3	4	5	1	4	1	5	5	5	3	4	1	5	1
69	1	2	NAYTIAIA	2	5	1	5	2	1	1	3	5	5	3	5	1	5	5	5	1	4	1	4	1
70	1	3	NAYTIAIA	1	5	2	3	3	1	1	3	3	5	3	4	1	5	5	5	1	4	1	5	1
71	2	2	NAYTIAIA	2	5	2	3	2	1	1	4	4	5	3	3	1	5	5	2	2	4	3	5	5
72	1	1	NAYTIAIA	4	4	1	4	1	1	1	4	4	5	3	5	1	5	5	5	1	4	1	5	1
73	1	3	NAYTIAIA	2	4	2	5	1	1	1	4	3	5	1	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
74	1	1	NAYTIAIA	4	4	2	3	2	1	1	4	5	5	3	4	1	4	5	5	3	4	3	5	5
75	1	2	NAYTIAIA	1	5	2	4	1	1	1	4	5	5	1	3	1	5	5	2	1	5	1	5	5
76	2	3	NAYTIAIA	2	4	1	5	2	1	1	5	5	5	2	5	1	5	5	5	1	4	1	5	5
77	1	2	NAYTIAIA	3	5	1	3	1	1	1	5	3	5	2	3	1	5	5	5	2	4	3	4	5
78	1	1	NAYTIAIA	4	4	1	4	2	1	1	5	4	5	3	4	1	5	5	2	1	4	1	5	5
79	1	1	NAYTIAIA	4	4	1	5	2	1	1	5	4	5	3	5	1	3	5	3	1	4	1	5	5
80	1	2	NAYTIAIA	3	5	1	3	1	1	1	5	3	5	3	4	1	5	5	2	1	3	1	5	5
81	2	3	NAYTIAIA	2	4	2	4	2	1	1	5	4	5	3	5	1	3	5	5	1	4	3	5	5
82	2	2	NAYTIAIA	3	5	1	3	1	1	1	5	4	5	3	4	1	5	5	3	2	4	1	5	5
83	1	1	NAYTIAIA	4	4	1	5	3	1	1	5	5	5	2	4	1	5	5	5	1	4	1	5	5
84	1	2	NAYTIAIA	3	3	1	5	1	1	1	5	3	5	2	4	1	5	5	3	1	4	1	4	5
85	1	2	NAYTIAIA	3	5	1	5	2	1	1	5	5	5	1	4	1	4	5	1	4	2	1	5	5
86	1	3	NAYTIAIA	2	5	1	5	3	1	1	5	5	4	5	5	5	2	5	4	2	2	1	5	3
87	1	2	NAYTIAIA	2	4	2	5	2	1	2	4	4	5	5	5	4	4	1	3	1	1	1	5	4
88	1	3	NAYTIAIA	2	5	1	2	3	3	1	4	3	4	5	5	5	4	5	3	1	2	1	5	4
89	1		NAYTIAIA	2	4	2	3	1	2	3	5	2	4	5	5	4	2	1	4	1	3	1	5	3
90	1	4	NAYTIAIA	1	4	1	4	2	1	4	3	5	4	4	5	5	3	1	3	1	3	1	3	3
91	1	3	NAYTIAIA	2	4	1	4	2	1	1	4	4	3	4	4	5	4	1	3	1	2	1	4	4
92	1	2	NAYTIAIA	3	5	3	4	1	3	3	4	3	4	3	5	5	4	1	3	2	2	2	5	3
93	1	4	NAYTIAIA	3	4	1	3	1	3	2	4	4	4	4	5	5	5	2	4	1	3	3	3	5
94	1	2	NAYTIAIA	4	3	3	5	2	1	2	5	5	3	5	4	5	5	2	3	1	2	1	4	4
95	1	2	NAYTIAIA	4	5	1	5	2	3	3	4	5	3	3	4	4	5	3	3	1	2	1	3	5
96	1	4	NAYTIAIA	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	5	4	5	5	3	1	2	1	3	5
97	1	3	NAYTIAIA	4	3	1	5	1	1	1	3	3	3	4	4	4	5	3	3	1	3	3	4	4

98	1	4	NAYTIAIA	4	5	1	2	3	3	3	5	5	3	3	4	4	5	3	3	3	2	3	3	5
----	---	---	----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

99	1	2	NAYTIAIA	4	3	3	3	1	2	1	4	4	3	5	4	4	5	3	3	1	2	2	4	4	
100	1	2	NAYTIAIA	4	4	1	1	1	1	3	4	3	3	4	4	4	2	2	3	1	4	3	3	4	
101	1	3	NAYTIAIA	4	5	1	2	2	1	1	3	5	4	3	5	3	5	2	3	1	3	2	3	5	
102	1	3	NAYTIAIA	4	3	3	3	1	3	1	5	4	4	4	4	3	5	3	3	2	3	1	3	4	
103	1	4	NAYTIAIA	1	4	1	4	3	1	1	4	5	4	4	4	4	5	3	3	1	3	1	4	4	
104	1	5	NAYTIAIA	1	5	1	5	2	3	1	3	5	4	3	5	3	2	3	3	2	3	1	4	5	
105	1	5	NAYTIAIA	1	5	3	3	1	1	1	4	3	4	3	4	3	4	3	3	1	3	1	3	5	
106	1	3	NAYTIAIA	2	5	1	4	1	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	3	2	2	1	3	4	
107	1	4	NAYTIAIA	1	5	1	4	2	2	3	4	4	5	5	4	4	3	3	3	1	1	1	3	5	
108	1	5	NAYTIAIA	1	5	3	3	2	1	1	1	3	4	3	5	4	4	3	3	2	1	1	4	5	
109	1	5	NAYTIAIA	1	5	1	3	1	3	1	2	4	5	3	3	3	5	5	3	2	3	1	4	4	
110	2	3	NAYTIAIA	2	4	1	4	3	2	1	5	3	4	4	4	3	4	5	5	2	3	1	3	4	
111	1	4	NAYTIAIA	2	3	3	4	1	1	3	3	5	3	3	4	4	5	5	3	2	4	1	3	5	
112	1	5	NAYTIAIA	1	3	3	3	3	3	3	4	4	1	3	4	4	5	3	3	2	5	1	4	4	
113	1	5	NAYTIAIA	1	3	1	4	1	2	1	4	5	5	5	5	5	5	4	3	2	4	1	4	4	
114	1	3	NAYTIAIA	2	4	3	4	1	1	1	5	4	2	3	3	3	5	5	3	3	3	1	4	5	
115	1	4	NAYTIAIA	1	5	1	3	2	2	3	5	5	2	4	4	3	5	5	3	1	5	1	4	4	
116	2	5	NAYTIAIA	1	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	1	4	3	1	4	1	3	4	
117	1	4	NAYTIAIA	1	4	1	4	1	1	1	4	5	3	3	4	4	5	4	3	1	5	1	4	5	
118	1	3	NAYTIAIA	2	3	1	4	3	3	1	3	5	2	5	5	3	5	5	3	1	1	1	4	4	
119	1	4	NAYTIAIA	1	3	3	3	2	1	3	5	5	2	3	4	4	2	4	3	1	1	1	4	5	
120	2	3	NAYTIAIA	2	5	1	2	1	3	3	4	4	1	3	3	3	5	5	3	4	1	1	3	4	
121	1	3	NAYTIAIA	2	3	3	1	2	1	1	5	5	2	5	4	5	1	5	3	1	1	1	4	4	
122	1	5	NAYTIAIA	1	4	1	3	2	3	1	3	4	3	5	5	4	5	5	3	1	3	1	4	5	
123	1	3	NAYTIAIA	2	3	1	2	3	3	3	4	3	2	5	3	4	2	5	1	1	5	1	5	5	
124	1	4	NAYTIAIA	1	5	1	3	1	1	3	5	4	2	4	4	4	5	3	4	1	5	1	3	4	
125	1	5	NAYTIAIA	1	3	3	4	3	3	1	4	5	2	4	3	3	5	4	2	1	1	1	5	5	
126	2	5	NAYTIAIA	1	3	3	4	4	2	1	4	4	3	5	4	4	5	5	1	1	1	1	5	4	
127	1	4	NAYTIAIA	1	5	3	3	3	1	1	3	3	4	5	5	4	2	4	2	2	3	1	3	5	
128	1	5	NAYTIAIA	1	5	2	3	1	2	3	5	4	4	5	3	5	5	4	4	2	1	1	5	4	
129	1	5	NAYTIAIA	1	3	3	3	5	1	3	4	3	5	4	4	4	5	4	3	2	1	1	3	3	
130	1	5	NAYTIAIA	1	4	1	3	1	1	1	4	5	3	5	4	4	5	5	3	2	1	1	5	5	
131	1	3	NAYTIAIA	3	3	3	5	2	2	1	5	4	4	5	5	3	5	4	5	1	3	1	5	4	
132	1	4	NAYTIAIA	1	5	1	5	1	2	1	3	3	4	5	3	4	5	4	1	1	1	1	5	4	
133	1	5	NAYTIAIA	1	3	1	5	3	1	1	4	5	4	5	4	4	2	4	2	1	1	1	3	5	
134	2	3	NAYTIAIA	2	3	1	4	2	3	2	5	4	3	4	4	5	5	5	5	1	1	1	5	5	
135	1	5	NAYTIAIA	1	4	1	3	1	3	3	3	5	4	4	5	4	5	4	2	1	1	1	5	4	
136	1	3	NAYTIAIA	2	3	1	3	3	3	1	4	5	4	5	3	3	5	4	5	1	3	1	5	5	
137	1	5	NAYTIAIA	1	3	1	4	3	1	1	5	3	4	5	3	4	5	4	1	2	1	1	3	4	
138	1	4	NAYTIAIA	1	3	1	4	2	3	1	3	4	3	3	4	4	5	5	2	2	1	1	5	5	
139	2	5	NAYTIAIA	1	5	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	1	4	1	1	5	5
140	1	3	NAYTIAIA	2	1	3	4	2	1	2	5	4	5	5	3	4	5	5	5	1	3	1	3	4	
141	1	5	NAYTIAIA	1	2	1	3	2	3	2	3	5	4	5	3	4	5	4	1	5	1	1	5	5	
142	1	4	NAYTIAIA	1	4	1	3	2	1	3	4	3	5	5	3	3	1	5	2	1	1	1	3	5	
143	1	5	NAYTIAIA	1	5	1	4	1	3	3	5	4	3	5	4	4	2	4	5	2	1	1	5	5	
144	1	5	NAYTIAIA	1	3	3	4	1	1	2	3	4	4	5	5	4	5	4	3	1	3	1	5	5	
145	1	3	NAYTIAIA	2	2	1	2	2	3	2	4	4	5	4	4	5	5	4	2	1	1	1	3	5	
146	2	5	NAYTIAIA	1	5	1	4	3	3	2	5	5	4	5	5	4	1	3	5	2	1	1	3	4	
147	1	5	NAYTIAIA	1	5	2	3	2	3	1	4	4	5	4	4	3	2	3	1	1	1	1	5	2	

148	1	3	NAYTIAIA	2	5	1	3	3	1	1	5	3	3	5	4	4	1	4	1	1	3	1	3	3
-----	---	---	----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

149	1	3	NAYTIAIA	2	5	3	3	1	3	2	5	3	4	4	5	4	2	3	2	1	1	1	5	4
150	1	3	NAYTIAIA	1	1	1	4	2	3	2	3	5	5	5	4	5	5	3	2	2	1	1	5	5
151	2	4	NAYTIAIA	2	2	1	5	3	1	3	4	4	4	5	4	4	5	3	5	1	1	1	3	5
152	1	3	NAYTIAIA	2	5	1	3	3	1	2	3	3	5	4	3	4	2	4	3	1	3	1	5	4
153	1	3	NAYTIAIA	2	5	3	3	2	3	3	5	3	3	4	4	3	1	3	2	2	1	1	5	5
154	1	5	NAYTIAIA	1	1	1	3	1	3	3	3	4	4	4	5	4	2	3	3	1	1	1	3	3
155	2	4	NAYTIAIA	1	5	3	4	2	1	3	5	4	4	4	3	4	1	3	3	1	3	1	3	4
156	1	3	NAYTIAIA	2	5	3	3	3	1	2	4	5	3	5	3	5	2	4	5	1	1	1	4	5
157	1	3	NAYTIAIA	2	5	3	4	4	3	2	3	5	3	5	4	3	5	5	3	1	1	1	3	4
158	1	3	NAYTIAIA	3	5	1	3	3	1	1	5	4	5	4	5	4	5	5	3	1	3	1	4	5
159	1	4	NAYTIAIA	1	5	1	4	2	1	2	4	5	3	5	3	5	1	4	3	1	1	1	4	4
160	2	3	NAYTIAIA	2	4	1	4	1	1	3	5	4	3	4	4	4	1	4	5	2	1	1	4	3

8. Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Javeau C. (2000). *Η έρευνα με το ερωτηματολόγιο: το εγχειρίδιο του καλού ερευνητή*. Αθήνα: Εκδόσεις Τυπωθήτω

Ξενόγλωσση

- Adamidou, A., Pardalou, A., & Tsikliras, A. C. (2020). *Length-Weight Relationships of 31 Fish and Invertebrate Species in the Northern Aegean Sea* (Eastern Mediterranean Sea). *Thalassas: An International Journal of Marine Sciences*, 36(2), 303–307. <https://doi.org/10.1007/s41208-020-00207-x>
- Akgün, A., Keskin, H., Cebecioglu, A., & Dogan, D. (2015). *Antecedents and consequences of collective empathy in software development project teams*. *Information & Management*, 52(2), 247-259.
- A.N. (2006). *Oppenheim Questionnaire design, interviewing and attitude measurement*, Continnum publications. New York.
- Burgess T. (2001). *Information system services: guide to the design of questionnaires. A general introduction to the design of questionnaires for survey research by the university of Leeds*, pp:1-29
- Charitopoulos, V. M., Dua, V., Pinto, J. M., & Papageorgiou, L. G. (2020). *A game-theoretic optimisation approach to fair customer allocation in oligopolies*. *Optimization and Engineering*, 21(4), 1459–1486. <https://doi.org/10.1007/s11081-019-09482-x>
- Christos Tzovas (2006). *Factors influencing a firm's accounting policy decision when tax accounting and financial accounting coincide*. *Managerial Auditing Journal*, Vol.21, Iss:4, pp:372-386.
- Chukwuorji, J. C., Uzuegbu, C. N., Agbo, F., Ifeagwazi, C. M., & Ebulum, G. C. (2020). *Different slopes for different folks: Gender moderates the relationship between empathy and narcissism*. *Current Psychology*, 39(5), 1808–1818. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9881-z>
- Crowe, D., LaPierre, M., & Kebritchi, M. (2017). *Knowledge Based Artificial Augmentation Intelligence Technology: Next Step in Academic Instructional Tools for Distance Learning*. *TechTrends*, 61(5), 494–506. <https://doi.org/10.1007/s11528-017-0210-4>

- Hansen, J. R., Fagerholt, K., Stålhane, M., & Rakke, J. G. (2020). *An adaptive large neighborhood search heuristic for the planar storage location assignment problem: Application to stowage planning for Roll-on Roll-off ships*. *Journal of Heuristics*, 26(6), 885–912. <https://doi.org/10.1007/s10732-020-09451-z>
- Jaeger, A. J. (2003). *Job Competencies and the Curriculum: An Inquiry into Emotional Intelligence in Graduate Professional Education*. *Research in Higher Education*, 44(6), 615–639. <https://doi.org/10.1023/A:1026119724265>
- Jara, H. X., Gasior, K., & Makovec, M. (2020). *Work Incentives at the Extensive and Intensive Margin in Europe: The Role of Taxes, Benefits and Population Characteristics*. *Social Indicators Research*, 152(2), 705–778. <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02462-0>
- Kokkinakis, M. N., Fragkiadakis, G. A., Lapidakis, N. E., & Kokkinaki, A. N. (2020). *Assessing microbiological quality of ready-to-eat prepacked sandwiches, in Crete, Greece*. *Journal of Food Science and Technology*, 57(11), 4220–4227. <https://doi.org/10.1007/s13197-020-04460-z>
- Kolpakov, V. V., Larkina, N. Yu., Tomilova, E. A., Tkachuk, A. A., & Bespalova, T. V. (2017). *Health state, emotional intelligence, and behavior strategy: I. The development of emotional intelligence and the variability of behavior strategies in older preschool children with different levels of habitual physical activity*. *Human Physiology*, 43(4), 404–415. <https://doi.org/10.1134/S0362119717030082>
- Lai, C.-L. (2020). *From organization to elaboration: Relationships between university students' online information searching experience and judgements*. *Journal of Computers in Education*, 7(4), 463–485. <https://doi.org/10.1007/s40692-020-00163-8>
- Lin YM, Lee TF, Hsu SL, Lin SC (2011). *What causes the emotional intelligence suffered by students at universities and colleges of technology?* *WIETE*; 9:102
- Liu, M., Liu, N., Ding, C., & Lin, C. (2015). *Exploring team performance in high-tech industries: Future trends of building up teamwork*. *Technological Forecasting And Social Change*, 91, 295-310. doi: 10.1016/j.techfore.2014.03.014
- Mandell, B., & Pherwani, S. (2003). *Relationship Between Emotional Intelligence and Transformational Leadership Style: A Gender Comparison*. *Journal of Business and Psychology*, 17(3), 387–404. <https://doi.org/10.1023/A:1022816409059>

- Mandryk, R. & Atkins, M., (2007). *A fuzzy physiological approach for continuously modeling emotion during interaction with play technologies*. International Journal of Human-Computer Studies, 65(4), pp.329-347.
- Margaria, T., & Steffen, B. (2012). *Service-Oriented: Conquering Complexity with XMDD*. Conquering Complexity, 217-236.
- Mokryn, O., Bodoff, D., Bader, N., Albo, Y., & Lanir, J. (2020). *Sharing emotions: Determining films' evoked emotional experience from their online reviews*. Information Retrieval Journal, 23(5), 475–501. <https://doi.org/10.1007/s10791-020-09373-1>
- Nikiforos, S., Tzanavaris, S., & Kermanidis, K.-L. (2020). *Virtual learning communities (VLCs) rethinking: Influence on behavior modification—bullying detection through machine learning and natural language processing*. Journal of Computers in Education, 7(4), 531–551. <https://doi.org/10.1007/s40692-020-00166-5>
- Park, H.-R., Kim, D., & Vorobel, O. (2020). *International students' reading digital texts on tablets: Experiences and strategies*. Journal of Computing in Higher Education, 32(3), 476–504. <https://doi.org/10.1007/s12528-019-09242-x>
- Richter, A., Kostova, P., Baur, X., & Wegner, R. (2014). *Less work: More burnout? A comparison of working conditions and the risk of burnout by German physicians before and after the implementation of the EU Working Time Directive*. International Archives of Occupational and Environmental Health, 87(2), 205–215. <https://doi.org/10.1007/s00420-013-0849-x>
- Rim, G. – N., Jang, S. – N., An, C. – J., Hwang, S. – H., & Ri, S. – H. (2020). *State Economic Strength and Some Methodological Issues on Its Assessment*. Social Indicators Research, 152(2), 607–636. <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02459-9>
- Sadowski, M., & Roth, A. (1999). *Technology Leadership Can Pay Off*. Research – Technology Management, 42(6), 32-33.
- Sharma, V., Kaur, M., Gupta, S., & Kapoor, R. (2019). *Relationship of Emotional Intelligence, Intelligence Quotient, and Autonomic Reactivity Tests in Undergraduate Medical Students*. Medical Science Educator, 29(3), 673–681. <https://doi.org/10.1007/s40670-019-00763-9>
- Su, C. (2016). *The Effects of Students' Learning Anxiety and Motivation on the Learning Achievement in the Activity Theory Based Gamified Learning*

- Environment*. EURASIA Journal Of Mathematics, Science And Technology Education, 13(5).
- Taenaka, Y., & Yada, I. (2000). *Research and technology to realize next-generation circulatory assist devices and artificial hearts: The frontier between clinical application and basic research*. Journal of Artificial Organs, 3(2), 61–61. <https://doi.org/10.1007/BF02479966>
- Temam, S., Billaudeau, N., & Vercambre, M.-N. (2019). *Burnout symptomatology and social support at work independent of the private sphere: A population-based study of French teachers*. International Archives of Occupational and Environmental Health, 92(6), 891–900. <https://doi.org/10.1007/s00420-019-01431-6>
- Villanyi, D., Martin, R., Sonnleitner, P., Siry, C., & Fischbach, A. (2018). *A Tablet-Computer-Based Tool to Facilitate Accurate Self-Assessments in Third- and Fourth-Graders*. International Journal Of Emerging Technologies In Learning (Ijet), 13(10), 225.
- Walker, G., & Venker Weidenbenner, J. (2019). *Social and Emotional Learning in the age of virtual play: technology, empathy, and learning*. Journal Of Research In Innovative Teaching & Learning, 12(2), 116-132.
- Walton, G. E., & Hibbard, D. R. (2019). *Exploring Adults' Emotional Intelligence and Knowledge of Young Children's Social-Emotional Competence: A Pilot Study*. Early Childhood Education Journal, 47(2), 199–206. <https://doi.org/10.1007/s10643-017-0887-1>

sites

6. Η βιβλιογραφία του Κεφαλαίου 4
7. www.facebook.com (πολλά redirections για να παρατεθούν)
8. www.linkedin.com (πολλά redirections για να παρατεθούν)
9. www.pinterest.com (πολλά redirections για να παρατεθούν)
10. <https://www.statistics.gr/el/statistics/agr>

