

2015

Ηλεκτρονικά Μέσα Επικοινωνίας Και Επιπτώσεις Στους Εργαζομένους

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Φαφαλιού Ειρήνη



Σώκος Κων/νος

ΜΟΕΣ 1370



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Ηλεκτρονικά Μέσα Επικοινωνίας Και Επιπτώσεις Στους
Εργαζομένους

Σώκος Κωνσταντίνος (ΜΟΕΣ 1370)

Πειραιάς Ιούλιος 2015

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



MASTER PROGRAM IN ECONOMIC AND BUSINESS
STRATEGY

ONLINE COMMUNICATION TOOLS AND IMPACT
ON EMPLOYEES

By

Sokos Konstantinos (MOES 1370)

Piraeus, Greece, July 2015

Αφιερωμένο στον σύγχρονο, πολυάσχολο επαγγελματία

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κυρία Ειρήνη Φαφαλιού για την βοήθεια και τις συμβουλές που μου προσέφερε για την εκπόνηση αυτής της διπλωματικής αλλά και για τις πολύτιμες γνώσεις που έλαβα από τα μαθήματά της.

Επίσης θέλω να ευχαριστήσω τους γονείς μου Ευθύμιο και Αικατερίνη, την αδερφή μου Μάρθα και τις θείες μου Γεωργία και Νίκη για την πολύτιμη βοήθεια και στήριξη που μου παρείχαν σε όλη την διάρκεια των σπουδών μου καθώς και για τα εφόδια που μου έχουν δώσει στη ζωή μου.

Ηλεκτρονικά Μέσα Επικοινωνίας Και Επιπτώσεις Στους Εργαζομένους

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά τον τρόπο διαχείρισης και συμπεριφοράς των εργαζομένων απέναντι στο επαγγελματικό ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email), καθώς και τις επιπτώσεις που επιφέρει στην προσωπική ζωή και την ευημερία τους.

Κίνητρο, για τη συγγραφή της εργασίας, αποτέλεσε η ραγδαία μεταβολή στον τρόπο επικοινωνίας των εργαζομένων και το ενδιαφέρον για την διερεύνηση του αντίκτυπου που αυτή, τελικά, επιφέρει, μέσα στο εργασιακό περιβάλλον αλλά και έξω από αυτό.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη εισαγωγή στο θέμα και αναφορά στην ιστορία του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια λεπτομερής επισκόπηση της βιβλιογραφίας σχετικά με τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η χρήση των σύγχρονων ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας και ειδικότερα των email, καθώς επίσης και των επιπτώσεών τους στους εργαζομένους. Προσδιορίζεται το φαινόμενο της υπερφόρτωσης του «φακέλου των εισερχομένων μηνυμάτων» (Email Overload) και της «επαγγελματικής εξουθένωσης», και παρατίθενται, βάσει της βιβλιογραφίας, πιθανοί τρόποι αντιμετώπισής τους. Η θεωρητική προσέγγιση ολοκληρώνεται με παράθεση των τεχνικών τρόπων ικανοποίησης των εργαζομένων και την σημασία που έχουν για την παραγωγικότητα και την βιωσιμότητα κάθε επιχείρησης ή οργανισμού, καθώς και τους τρόπους με τους οποίους θα πρέπει να αξιολογούνται.

Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφεται η εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε σχετικά με τη διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, με συμμετέχοντες 145 εργαζόμενα στελέχη, και αναλύεται ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιήθηκε. Τέλος, στο τέταρτο και πέμπτο κεφάλαιο γίνεται σχολιασμός επί των ευρημάτων και περιγράφονται τα συμπεράσματά καθώς και προτάσεις πολιτικής.

Διαπιστώνεται ότι στον ελληνικό επαγγελματικό κόσμο δεν έχουν γίνει ακόμα έντονα τα φαινόμενα του “Email Burnout” και του «εργασιακού στρες» που οφείλεται στην διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ωστόσο το θέμα σίγουρα απασχολεί την παγκόσμια

κοινότητα σε μεγάλο βαθμό και φαίνεται ότι το ενδιαφέρον εντείνεται με ραγδαίους ρυθμούς και στην ελληνική αγορά εργασίας.

Online Communication Tools and Impact on Employees

Abstract

This thesis investigates the way employees respond to the workload entailed by the management of their mail box and assesses e-mails impact on their personal and professional life.

Motivation for writing the work, was the rapid change in the communication of employees and interest in exploring the impact this ultimately leads, in the workplace and outside of it.

The first chapter is a short introduction to the subject and a reference to the history of email.

The second chapter is a detailed exploration of the literature on the advantages offered by the use of modern electronic media, particularly of email, as well as their impact on workers. Determine the effect of Email Overload and burnout, and given their potential workarounds. The theoretical approach is completed with the importance of employee satisfaction and how it affects the productivity and sustainability of any business or organization, as well as the ways in which it will be evaluated.

The third chapter describes the empirical research conducted on the management of email, with participants 145 working executives, and considers how they performed. Finally, the fourth and fifth chapter comments on findings and conclusions are outlined and policy proposals.

It is found that the Greek business world are not yet strongly affected by "Email Burnout" and work stress due to e-mail management phenomena, but the issue certainly concerns the global community and seems that interest is increasing rapidly in the Greek labor market.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	4
Περίληψη.....	5
Abstract	7
Κατάλογος Πινάκων.....	12
Κατάλογος Διαγραμμάτων	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	14
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	14
1.1 Το κίνητρο.....	14
1.2 Σκοπός.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	17
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΚΑΙ ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	17
2.1 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ (EMAIL MANAGEMENT)	17
2.1.1 Η Σημασία του Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου στην Εργασία.....	17
2.1.2 Υπερφόρτωση Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου (Email Overload).....	18
2.1.3 Ο Περιορισμένος Έλεγχος του Inbox Μειώνει το Στρες.....	19
2.1.4 Η Σημασία της Προσωπικότητας στη Διαχείριση του Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου.....	20
2.1.5 Αιτίες που Ευνοούν την Συσσώρευση των Email	21
2.1.6 Οι Ανάγκες των Εργαζομένων Σχετικά με την Διαχείριση των Email ..	21
2.1.7 Αποτελεσματική Επικοινωνία Εντός της Επιχείρησης.....	23
2.1.8 Η Επίδραση της Οργανωσιακής Συμπεριφοράς	25
2.1.9 Η Σημασία της Ύπαρξης Συνόρων Μεταξύ Εργασιακής και Προσωπικής Ζωής	26

Η Volkswagen απενεργοποιεί το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο με το πέρας του εργασιακού ωραρίου	27
2.1.10 Το Πρόβλημα της Αναβολής	27
2.2 ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ EMAIL OVERLOAD - ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	29
2.2.1 Τρόποι Αντιμετώπισης Email Overload	29
2.2.2 Πλεονεκτήματα Αντιμετώπισης Email Overload	31
2.3 ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ, ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ	33
2.3.1 Ικανοποίηση Εργαζομένων	33
Παράγοντες υγιεινής και παρακίνησης του Herzberg	35
Αβραάμ Μάσλοου – Θεωρία ιεράρχησης των αναγκών	36
Πλεονεκτήματα Αυξημένης Ικανοποίησης Εργαζομένων	37
Ατομικοί Παράγοντες Εργασιακής Ικανοποίησης	37
2.3.2 Στόχοι και Αξιολόγηση των Εργαζομένων	38
2.4 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΞΟΥΘΕΝΩΣΗ	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	42
ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ	42
3.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΈΡΕΥΝΑΣ	42
Έλεγχος Αντιπροσωπευτικότητας Τελικού Δείγματος	44
3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	46
3.2.1 Δημογραφικά Στοιχεία	46
1. Ηλικία	46
2. Φύλο	47
3. Τομέας δραστηριοτήτων	48
4. Κλάδος στον οποίο δραστηριοποιούνται οι οργανισμοί των ερωτηθέντων	50
3.2.2 Διαχείριση Χρόνου σχετικά με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο	52
1. Συχνότητα επίσκεψης λογαριασμού email	52
2. Μέσος χρόνος ανάγνωσης ενός email	54

3. Μέσος χρόνος απάντησης σε ένα email	55
4. Συχνότητα διακοπής διαχείρισης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από άλλες εργασίες	57
5. Διαχείριση αναγνωσμένων μηνυμάτων	59
3.2.3 Ευεξία που προσφέρεται από την εργασία	61
1. Ώρες ανάπαυσης.....	61
2. Βαθμός επικοινωνίας με συναδέλφους.....	63
3. Βαθμός συμπλήρωσης από την εργασία	65
4. Βαθμός κόπωσης.....	67
5. Αγαπημένη δραστηριότητα των εργαζομένων	69
6. Δυσάρεστη δραστηριότητα των εργαζομένων	71
7. Επίπεδα άγχους που οφείλονται στα email	73
3.2.4 Όγκος εργασίας που προκύπτει από τα email.....	75
1. Πλήθος εισερχομένων μηνυμάτων.....	75
2. Πλήθος αδιάβαστων μηνυμάτων στα εισερχόμενα	77
3. Εβδομαδιαίος όγκος μηνυμάτων	78
4. Επίδραση e-mail στην εργασία.....	80
3.2.5 Η ευεξία που προσφέρει η επαφή με το φυσικό περιβάλλον	82
3.2.6 Το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας.....	84
3.2.7 Τα σύνορα μεταξύ εργασιακής και προσωπικής ζωής	86
3.2.8 Σύγχρονες τεχνολογικές συσκευές και ανάγνωση email.....	88
1. Οι συσκευές που χρησιμοποιούν οι εργαζόμενοι για να διαβάσουν τα email τους.....	88
2. Η συσκευή με τη συχνότερη χρήση για ανάγνωση email	90
3. Η βολικότερη συσκευή για ανάγνωση email	91
3.2.9 Οι εργαζόμενοι και το “Email Overload”	92
1. Επίγνωση του όρου “Email Burnout”	92
2. Επίπεδα “Email Burnout”	93

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	94
ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	94
4.1 ΣΥΝΟΨΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	94
4.1.1 Δημογραφικά Στοιχεία.....	94
4.1.2 Στοιχεία Συμμετεχόντων (Συμπεριφορές)	95
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	97
ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	97
5.1 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ	97
5.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	98
5.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ	99
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	100
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	100
Ηλεκτρονικά Μέσα Επικοινωνίας (emails) και Επιπτώσεις στους Εργαζομένους.....	100
Αρχή φόρμας.....	100
Profile	100
E-mail	100
Follow-Up	103
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	115

Κατάλογος Πινάκων

• ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1	ΣΕΛΙΔΑ 32
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1	ΣΕΛΙΔΑ 41
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2	ΣΕΛΙΔΑ 41
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3	ΣΕΛΙΔΑ 43
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4	ΣΕΛΙΔΑ 44
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5	ΣΕΛΙΔΑ 46
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6	ΣΕΛΙΔΑ 48
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7	ΣΕΛΙΔΑ 49
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8	ΣΕΛΙΔΑ 51
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9	ΣΕΛΙΔΑ 52
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.10	ΣΕΛΙΔΑ 54
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11	ΣΕΛΙΔΑ 56
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.12	ΣΕΛΙΔΑ 58
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.13	ΣΕΛΙΔΑ 60
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.14	ΣΕΛΙΔΑ 62
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.15	ΣΕΛΙΔΑ 64
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.16	ΣΕΛΙΔΑ 66
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.17	ΣΕΛΙΔΑ 68
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.18	ΣΕΛΙΔΑ 70
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.19	ΣΕΛΙΔΑ 72
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.20	ΣΕΛΙΔΑ 75
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.21	ΣΕΛΙΔΑ 77
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.22	ΣΕΛΙΔΑ 79
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.23	ΣΕΛΙΔΑ 81
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.24	ΣΕΛΙΔΑ 83
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.25	ΣΕΛΙΔΑ 85
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.26	ΣΕΛΙΔΑ 87
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.27	ΣΕΛΙΔΑ 88
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.28	ΣΕΛΙΔΑ 89
• ΠΙΝΑΚΑΣ 3.29	ΣΕΛΙΔΑ 90

Κατάλογος Διαγραμμάτων

• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.1	ΣΕΛΙΔΑ 11
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.1	ΣΕΛΙΔΑ 28
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1	ΣΕΛΙΔΑ 43
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2	ΣΕΛΙΔΑ 44
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3	ΣΕΛΙΔΑ 45
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.4	ΣΕΛΙΔΑ 47
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.5	ΣΕΛΙΔΑ 50
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.6	ΣΕΛΙΔΑ 51
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.7	ΣΕΛΙΔΑ 53
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.8	ΣΕΛΙΔΑ 55
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.9	ΣΕΛΙΔΑ 57
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.10	ΣΕΛΙΔΑ 59
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.11	ΣΕΛΙΔΑ 61
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.12	ΣΕΛΙΔΑ 63
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.13	ΣΕΛΙΔΑ 65
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.14	ΣΕΛΙΔΑ 67
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.15	ΣΕΛΙΔΑ 69
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.16	ΣΕΛΙΔΑ 71
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.17	ΣΕΛΙΔΑ 73
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.18	ΣΕΛΙΔΑ 74
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.19	ΣΕΛΙΔΑ 76
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.20	ΣΕΛΙΔΑ 78
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.21	ΣΕΛΙΔΑ 80
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.22	ΣΕΛΙΔΑ 82
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.23	ΣΕΛΙΔΑ 84
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.24	ΣΕΛΙΔΑ 86
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.25	ΣΕΛΙΔΑ 87
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.26	ΣΕΛΙΔΑ 88
• ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.27	ΣΕΛΙΔΑ 89

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

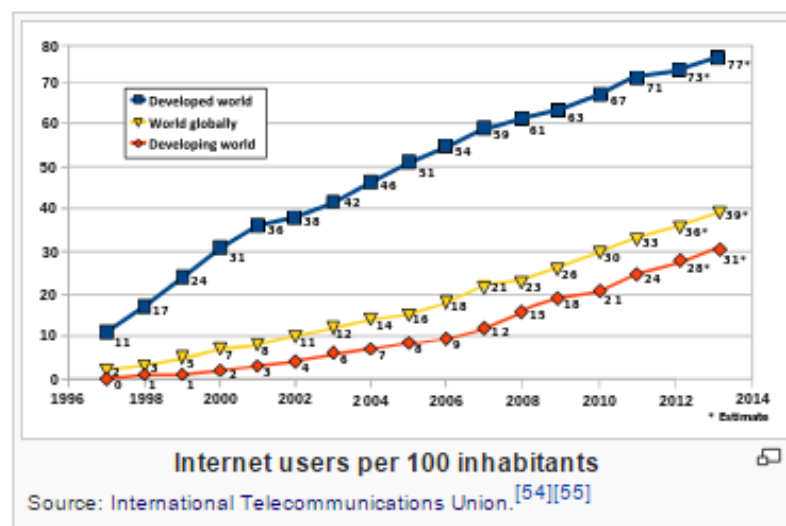
ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά τον τρόπο διαχείρισης και συμπεριφοράς των εργαζομένων απέναντι στο επαγγελματικό ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email) καθώς και τις επιπτώσεις που επιφέρει στην προσωπική ζωή και την ευημερία τους.

1.1 Το κίνητρο

Τη δεκαετία του 60 άρχισαν να γίνονται οι πρώτες έρευνες σχετικά με την ανταλλαγή πακέτων δεδομένων μέσω δικτύου. Στα μέσα της δεκαετίας του 90 δημιουργούνται οι πρώτοι λογαριασμοί ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email). Προς τα τέλη της ίδιας δεκαετίας, η χρήση του διαδικτύου αυξάνεται με ποσοστά της τάξεως του 100%. Σύμφωνα με τη Wikipedia (2015), περίπου 8 στους 10 ανθρώπους από τον πληθυσμό της γης έχουν πλέον πρόσβαση στο διαδίκτυο. Γίνεται, λοιπόν, αντιληπτό ότι ο κλάδος του διαδικτύου και της τεχνολογίας αποτελεί πλέον έναν από τους πιο ενδιαφέροντες οικονομικά κλάδους. Ωστόσο, το ενδιαφέρον δεν είναι μόνο οικονομικό, αλλά και κοινωνικό. Η τεχνολογική εξέλιξη έχει επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό την επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων, τόσο σε ενδοεπιχειρησιακό επίπεδο, όσο και σε προσωπικό επίπεδο.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.1



Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί, ότι ένα μεγάλο μέρος των εργαζομένων βιώνει προβλήματα που αφορούν την επικοινωνία ή ακόμα και τη δημιουργία έντονου στρες, τα οποία

προκαλούνται από τη χρήση του επαγγελματικού ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, η υγεία των εργαζομένων να φθίνει και ταυτόχρονα να πλήττονται τόσο οι εργασιακές όσο και οι προσωπικές σχέσεις τους (Kushlev & Dunn, 2014). Συγχρόνως όμως, έχει παρατηρηθεί ότι η χρήση του επαγγελματικού ηλεκτρονικού ταχυδρομείου έχει βοηθήσει στην επίλυση κάποιων οργανωσιακών προβλημάτων(π.χ. εύκολη ανταλλαγή αρχείων και ασύγχρονη εργασία) που υπήρχαν στο παρελθόν.

Κίνητρο, λοιπόν, για τη συγγραφή της διπλωματικής εργασίας, αποτέλεσε η ραγδαία μεταβολή στον τρόπο επικοινωνίας των εργαζομένων και το ενδιαφέρον για την διερεύνηση του αντίκτυπου που αυτή, τελικά, επιφέρει, μέσα στο εργασιακό περιβάλλον αλλά και έξω από αυτό.

1.2 Σκοπός

Η χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αποτελεί μια από τις πιο συνηθισμένες καθημερινές δραστηριότητες των περισσότερων ανθρώπων της σύγχρονης εποχής, ιδιαίτερα εκείνων που εργάζονται σε επιχειρήσεις. Τα email άρχισαν να χρησιμοποιούνται με σκοπό να διευκολύνουν την επικοινωνία, να επιταχύνουν τις διαδικασίες και να αυξήσουν την παραγωγικότητα. Ωστόσο, με την συνεχώς αυξανόμενη χρήση τους, μεγαλώνει συνεχώς και ο όγκος των εισερχομένων μηνυμάτων που καλείται ο κάθε χρήστης να διαχειριστεί. Ο όγκος των εισερχομένων μηνυμάτων, πολλές φορές, είναι τόσο μεγάλος που γίνεται υπερβολικά δύσκολο, έως αδύνατο να ελεγχθεί.

Γενικά, έχουν πραγματοποιηθεί πολύ λίγες έρευνες προκειμένου να μελετηθεί η επίδραση που έχουν τα email στην ποιότητα ζωής των εργαζομένων και στη διαμόρφωση της καθημερινότητάς τους. Σκοπός της παρούσας διπλωματικής είναι, να διερευνηθεί, αν και σε ποιο βαθμό η χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου διευκολύνει ή δυσχεραίνει την αποδοτικότητα των εργαζομένων στην εργασία τους, καθώς επίσης και κατά πόσο επηρεάζεται η συμπεριφορά τους, αλλά και η συνολική εργασιακή κουλτούρα και κλίμα εντός της επιχείρησης στην οποία εργάζονται.

Στην παρούσα διπλωματική εργασία, γίνεται μια λεπτομερής διερεύνηση της βιβλιογραφίας σχετικά με τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η χρήση των σύγχρονων ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας και ειδικότερα των email, καθώς επίσης και των επιπτώσεών τους στους εργαζομένους. Προσδιορίζεται το φαινόμενο της υπερφόρτωσης του

φακέλου των εισερχομένων μηνυμάτων (Email Overload) και της Επαγγελματικής Εξουθένωσης, και δίνονται πιθανοί τρόποι αντιμετώπισης τους. Η θεωρητική προσέγγιση ολοκληρώνεται με τους τρόπους ικανοποίησης των εργαζομένων και την σημασία που έχουν για την παραγωγικότητα και την βιωσιμότητα κάθε επιχείρησης ή οργανισμού, καθώς και τους τρόπους με τους οποίους θα πρέπει να αξιολογούνται.

Στη συνέχεια περιγράφεται η εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ερωτηματολογίου σε εργαζόμενα στελέχη, και αναλύεται ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιήθηκε. Τέλος, γίνεται σχολιασμός επί των ευρημάτων και περιγράφονται τα συμπεράσματα καθώς και προτάσεις πολιτικής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΚΑΙ ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

2.1 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ (EMAIL MANAGEMENT)

2.1.1 Η Σημασία του Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου στην Εργασία

Η διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αποτελεί μείζων ζήτημα για τους οργανισμούς. Είναι το βασικό μέσο επικοινωνίας εντός της επιχείρησης και οι λόγοι για τους οποίους ξεκίνησε να χρησιμοποιείται κατά αυτό τον τρόπο είναι, αφενός μεν, γιατί είναι φιλικό προς το χρήστη και έχει χαμηλότερο κόστος για την επιχείρηση συγκριτικά με άλλες μεθόδους ελέγχου και επικοινωνίας, αφετέρου δε, δίνει τη δυνατότητα αποστολής αρκετά μεγάλου όγκου δεδομένων κάθε μορφής. Για τους παραπάνω λόγους το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ευνοεί τόσο την οργανωσιακή παραγωγικότητα όσο και την αποδοτικότητα του οργανισμού.

Ωστόσο, όπως γράφει και η έρευνα των Sumecki et al. (2011) υπάρχουν και πολλά μειονεκτικά σημεία. Ο τεράστιος όγκος μηνυμάτων αποτελεί καθημερινό πεδίο φόβου και σύγχυσης κάθε εργαζομένου και αυτό φυσικά επιφέρει συνέπειες τόσο στον ίδιο τον εργαζόμενο, όσο και στην επιχείρηση συνολικά. Τα ευρήματα της έρευνας δηλώνουν ότι, η εργασία του προσωπικού διακόπτεται κάθε πέντε λεπτά, κατά μέσο όρο, από την ειδοποίηση νέου εισερχόμενου μηνύματος. Αυτό το φαινόμενο δυσχεραίνει την καθημερινή συγκέντρωση στην εργασία και την απόδοση κάθε εργαζόμενου ξεχωριστά, άρα κατ' επέκταση και του συνόλου του οργανισμού. Το πρόβλημα επιδεινώνεται όταν αρχίζουν να εισέρχονται, πέραν των σημαντικών επαγγελματικών μηνυμάτων και άλλα, όπως προσωπικά μηνύματα, spam κτλ.

Η αδυναμία διαχείρισης του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, όπως προκύπτει από την έρευνα, λοιπόν, μπορεί να αντιμετωπιστεί με δύο τρόπους. Ο πρώτος είναι *άμεσα*, μειώνοντας τον αριθμό αποστολών μη κρίσιμων επαγγελματικών μηνυμάτων. Ο δεύτερος είναι *έμμεσος* και έχει να κάνει με τον τρόπο που αντιλαμβάνεται κανείς τα emails, σαν επαγγελματικό

εργαλείο. Ο τρόπος αυτός, στηρίζεται στην παρατήρηση ότι, όσο πιο σημαντικά θεωρεί τα emails ο εργαζόμενος για την εργασία του, τόσο πιο δύσκολα θα βιώσει overload, εφόσον δίνει ιδιαίτερη σημασία στην διαχείρισή τους.

2.1.2 Υπερφόρτωση Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου (Email Overload)

Το φαινόμενο της υπερφόρτωσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, γνωστό και ως “email overload”, περιγράφει μια κατάσταση στην οποία η εργασία διασπάται εξαιτίας των μηνυμάτων και βλάπτει την ευεξία και την παραγωγικότητα των χρηστών. Ο όρος έχει προσδιοριστεί από αρκετούς ακαδημαϊκούς και έχει συνδεθεί με τον χρόνο που δαπανάται για την διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Το φαινόμενο “email overload” έχει σχετιστεί επιπλέον με την πρόκληση έντονου αισθήματος στρες, που οδηγεί σε αδυναμία ανταπόκρισης σε όλα τα μηνύματα, λάθος ή άστοχος τρόπος απάντησης, διαφυγή σημαντικών πληροφοριών, ακόμη και εγκατάλειψη εργασίας. Το πρόβλημα επιδεινώνεται ακόμα περισσότερο με την είσοδο της χρήσης έξυπνων συσκευών τύπου τηλεφώνων (*smartphone*) ή ταμπλετών (*tablet*), που επιτρέπουν στους χρήστες να έχουν συνεχή και άμεση πρόσβαση στο ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο. Αυτό προκαλεί την αίσθηση της υποχρέωσης για άμεση απάντηση και ανταπόκριση σε κάθε μήνυμα. Αυξάνεται έτσι η πίεση του στρες και αμφισβητούνται τα σύνορα μεταξύ εργασιακής και προσωπικής ζωής.

Για να αντιμετωπιστεί το “email overload” έχουν δοθεί τριών ειδών λύσεις, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία. Η πρώτη αφορά θέματα *οργάνωσης*, η δεύτερη *τεχνολογικά* και η τρίτη *συμπεριφοράς* και *στάσης* (*attitude*).

Σύμφωνα με τους Sumecki et al. (2011) ,σε ό,τι αφορά τα θέματα *οργανωτικής κουλτούρας* της εταιρίας, συνίσταται η χρήση πιο αποτελεσματικών μεθόδων επικοινωνίας, όπως πρόσωπο με πρόσωπο ή τηλεφωνική επικοινωνία και ο περιορισμός του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Κάθε οργανισμός θα πρέπει να δώσει κατεύθυνση να γίνεται χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μόνο όταν και εφόσον είναι απαραίτητο και να περιοριστούν τα άσκοπα μηνύματα. Επιπλέον, σε κάθε μήνυμα να υπάρχει συγκεκριμένη κωδικοποίηση και τρόπος γραφής που να διευκολύνει την ανάγνωσή του, έχοντας σαν πρώτο σημείο εστίασης το άμεσο και ξεκάθαρο προσδιορισμό του θέματος.

Από *τεχνολογικής* άποψης, συνίσταται η χρήση προϊόντων λογισμικού όπως το Outlook της Microsoft ή το Gmail της Google, και άλλα αντίστοιχα, που ευνοούν την χρήση email παράλληλα με άλλες δραστηριότητες, όπως την οργάνωση της ατζέντας δραστηριοτήτων, το ημερολόγιο, τις επαφές, αλλά και την ρύθμιση κανόνων διαχείρισης και ταξινόμησης των μηνυμάτων σε προκαθορισμένους φακέλους.

Ο τρίτος τύπος λύσης μελετά τον τρόπο που μπορεί να προσαρμοστεί η *συμπεριφορά* των ανθρώπων, απέναντι στη διαχείριση των μηνυμάτων. Έχει παρατηρηθεί ότι υπάρχουν δύο ειδών χρήστες. Αυτοί που διατηρούν όλα τους τα μηνύματα και εκείνοι που τα τακτοποιούν. Ουσιαστικά, ένα ποσοστό ανθρώπων δεν ταξινομεί τα μηνύματά του, ενώ ένα άλλο οργανώνει τα εισερχόμενα σε φακέλους, κατά περιόδους, ή συνεχώς.

Σαν προτεινόμενη λύση δίνεται η απενεργοποίηση της άμεσης ειδοποίησης εισερχομένων και ο περιορισμένος έλεγχος τους δύο φορές την ημέρα. Επίσης θετικός παράγοντας κρίνεται και η οργάνωση τους σε επείγοντα ή μη, καθώς και η ταξινόμηση τους ανάλογα με την αναμενόμενη ημερομηνία απάντησης.

2.1.3 Ο Περιορισμένος Έλεγχος του Inbox Μειώνει το Στρες

Κάθε μέρα αποστέλλονται 183 δισεκατομμύρια emails. Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη στις ΗΠΑ (Kushlev & Dunn, 2014), τα εισερχόμενα μηνύματα (email inbox), διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη ζωή των ανθρώπων. Η συγκεκριμένη έρευνα είχε ως στόχο, να εξετάσει την επίδραση που έχει το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, στην ποιότητα της καθημερινής ζωής 124 ανθρώπων. Οι συμμετέχοντες, κατά την έρευνα, βίωσαν δυο εβδομάδες κατά τις οποίες τους επιτρεπόταν να ελέγχουν το ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο μόλις 3 φορές την ημέρα. Στη συνέχεια, ακολούθησαν άλλες δύο εβδομάδες, κατά τις οποίες οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να μπορούν να ελέγχουν τα εισερχόμενα μηνύματά τους όσες φορές επιθυμούσαν. Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας έδειξαν ότι, κατά τη διάρκεια των εβδομάδων που υπήρχε ο περιορισμός, οι συμμετέχοντες είχαν σαφώς μειωμένα επίπεδα άγχους και στρες. Αντίθετα, έδειξαν αυξημένα επίπεδα στρες και σύγχυσης, τις επόμενες εβδομάδες, καθώς διακόπτονταν από εισερχόμενα άμεσα μηνύματα ενώ ήταν συγκεντρωμένοι σε κάποια άλλη εργασία. Γενικότερα, από παλαιότερες έρευνες είχε αποδειχθεί ότι υπάρχει μια αρνητική συσχέτιση μεταξύ των emails και της ποιότητας ζωής.

Ωστόσο, φαίνεται να παίζει μεγαλύτερο ρόλο, ο τρόπος με τον οποίο κάποιος διαχειρίζεται τον όγκο των εισερχόμενων μηνυμάτων, παρά το ίδιο το μέγεθος του όγκου. Οι Kushlev και Dunn (2014) με την έρευνά τους μελέτησαν τη συχνότητα που ελέγχει κανείς τα εισερχόμενα του και πως αυτό επηρεάζει την υποκειμενική ευημερία, διαπιστώνοντας την αρνητική συσχέτιση.

Ο Baer (2013) αναφέρει ότι χρειάζονται 67 δευτερόλεπτα για να συνέλθει κανείς από την ανάγνωση κάθε ενός μηνύματος. Προτείνει, έτσι, την χρήση ορισμένων εφαρμογών που έχουν αναπτυχθεί για την καλύτερη διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ενώ παράλληλα επικροτείται η περιορισμένη και προκαθορισμένη ενασχόληση με τα εισερχόμενα μηνύματα. Πρακτικά αυτό σημαίνει, ότι κάθε άνθρωπος θα μπορεί να αφιερώνει συγκεκριμένο χρόνο σε προγραμματισμένο ωράριο για την ανάγνωση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

2.1.4 Η Σημασία της Προσωπικότητας στη Διαχείριση του Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου

Σύμφωνα με τους Reinke & Chamorro-Premuzic (2014), ένας παράγοντας που επηρεάζει τον τρόπο διαχείρισης των εισερχόμενων μηνυμάτων είναι και η προσωπικότητα του κάθε εργαζόμενου και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που αυτή παρουσιάζει.

Οι νευρωτικοί χαρακτήρες, για παράδειγμα, έχουν πολύ περισσότερες πιθανότητες να βιώσουν ένα “email burnout”, σε αντίθεση με έναν χαρακτήρα που είναι περισσότερο σταθερός συναισθηματικά, πιο εξωστρεφής και πιο ευσυνειδητός. Αυτό προκύπτει από την έρευνα των Reinke & Chamorro-Premuzic (2014) που στηρίχθηκε στους πέντε παράγοντες προσωπικότητας (Big Five Personality Traits).

Σύμφωνα με την Wikipedia, οι παράγοντες αυτοί αναλύονται ως εξής:

- Ανοιχτή στάση στην εμπειρία - Openness to experience
- Ευσυνειδησία - Conscientiousness
- Εξωστρέφεια - Extraversion
- Τερπνότητα - Agreeableness
- Νευρωτισμός - Neuroticism

2.1.5 Αιτίες που Ευνοούν την Συσσώρευση των Email

Σύμφωνα με τον Randy Frost (2013), οι κύριες αιτίες που ενισχύουν την συσσώρευση είναι:

- Το άγχος : ο φόβος ότι το άτομο δεν βρίσκεται σε θέση να πάρει τη σωστή απόφαση ή να δώσει την σωστή απάντηση εκείνη τη στιγμή
- Η αναποφασιστικότητα: το άτομο δυσκολεύεται να αποφασίσει ποια μηνύματα πρέπει να κρατήσει και ποια να διαγράψει
- Η τελειομανία: το άτομο βρίσκεται σε εμμονή με κάθε μικρό κομμάτι των πληροφοριών κάθε μηνύματος
- Η αναβλητικότητα: το άτομο αισθάνεται ότι ο μελλοντικός του εαυτός θα είναι σε καλύτερη διάθεση να ασχοληθεί με το ζήτημα
- Η αποφυγή: το άτομο προσπαθεί να αποφύγει να πάρει σημαντικές αποφάσεις επειδή αισθάνεται πίεση
- Η κακή μνήμη: το άτομο αισθάνεται ότι η διαγραφή των μηνυμάτων θα το οδηγήσει στο να μην θυμάται σημαντικά πράγματα
- Τα προβλήματα προσοχής: το άτομο δεν μπορεί να συγκεντρωθεί εξαιτίας των πολλών άλλων προβλημάτων που υπάρχουν στο μυαλό του την ίδια στιγμή

2.1.6 Οι Ανάγκες των Εργαζομένων Σχετικά με την Διαχείριση των Email

Χρησιμοποιώντας τα emails, οι εργαζόμενοι μπορούν να ανταλλάσσουν πληροφορίες και να επικοινωνούν μεταξύ τους ασύγχρονα. Ο πομπός δημιουργεί το μήνυμα το οποίο και περιμένει να λάβει ο δέκτης, τη στιγμή που εκείνος επιθυμεί. Το μήνυμα παραμένει σε γραπτή μορφή που του επιτρέπει να αποθηκευτεί, να υποστεί επεξεργασία και να διαμοιραστεί σε παραπάνω από έναν παραλήπτες. Με τα παραπάνω, τα emails μπορούν να θεωρηθούν ως μια αποδοτική μορφή επικοινωνίας. Ωστόσο, πέραν του ότι, αφού μαζευτεί μεγάλος αριθμός εισερχομένων μηνυμάτων, γίνεται όλο και πιο δύσκολο να ανταπεξέλθει κανείς στη διαχείριση και στην απάντηση τους, υπάρχει και ένα άλλο πρόβλημα που δυσκολεύει ακόμη περισσότερο την συνολική διαδικασία. Κάποια μηνύματα απαιτούν πολλές διαδικασίες για να απαντηθούν, που

μπορεί να μην είναι δυνατό να γίνουν εκείνη τη στιγμή. Μπορεί να εξαρτώνται από παράγοντες που ξεφεύγουν και υπερβαίνουν το άτομο.

Για παράδειγμα, ένα μήνυμα μπορεί να ζητάει τη συμπλήρωση αναφοράς, από κάποιον εργαζόμενο, για κάποιο ζήτημα που για να συμπληρωθεί η προκειμένη αναφορά, απαιτούνται στοιχεία και πληροφορίες από άλλους συνεργάτες, οι οποίοι πολύ πιθανόν να μην βρίσκονται στο χώρο εκείνη τη στιγμή. Τέτοιου είδους μηνύματα καθυστερούν να απαντηθούν και πολλές φορές συσσωρεύονται στο φάκελο των εισερχομένων. Κρίνεται έτσι σημαντικό, αφού ολοκληρωθεί η ζητούμενη δραστηριότητα από ένα email, το μήνυμα να ταξινομηθεί σε ένα καλά οργανωμένο αρχείο που θα κάνει ευκολότερη και την μετέπειτα αναζήτησή του, σε περίπτωση που χρειαστεί ανάκληση του συγκεκριμένου θέματος.

Για το λόγο αυτό, όλες οι εταιρίες, που παρέχουν λογαριασμούς email, κάνουν προσπάθειες ώστε να φιλτράρονται αυτόματα τα εισερχόμενα μηνύματα και να ταξινομούνται ανάλογα με την σημαντικότητα τους, τη συχνότητα επικοινωνίας με τον αποστολέα ή το θέμα τους. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε (Szostek, 2010), η συνεκτική οργάνωση των εισερχομένων μηνυμάτων είναι η *βασικότερη ανάγκη* των χρηστών. Μάλιστα είναι τόσο σημαντική που, η έλλειψή της οδηγεί σε μεγάλη δυσαρέσκεια, ενώ η ύπαρξή της θεωρείται βασική απαιτούμενη λειτουργία. Επιπλέον ανάγκη των χρηστών αποτελεί και η εύκολη αναζήτηση στο αρχείο των μηνυμάτων, ωστόσο αυτό έχει ήδη αναπτυχθεί αρκετά από της εταιρίες παροχής υπηρεσιών email.

Σύμφωνα, λοιπόν, με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι χρήστες θεωρούν πολύ σημαντικό το να μπορούν να συγκεντρώνονται τα μηνυματά τους ανάλογα με το θέμα και τη σημαντικότητα, ενώ επιπλέον επιθυμούν μια σταθερή και αξιόπιστη δομή στον τρόπο που γίνεται αυτό στα εισερχόμενά τους. Ο λόγος είναι ότι, θέλουν κάτι που να μπορούν να εξοικειωθούν μαζί του γρήγορα και να μην χρειαστεί να μπου στην διαδικασία να μάθουν κάποιο άλλο μοντέλο ταξινόμησης. Επιπλέον, καταπήφισαν την ιδέα να έχουν εκείνοι την επιλογή να ταξινομούν, εκείνη τη στιγμή, τα εισερχόμενα μηνύματα ανάλογα με την σημαντικότητά τους, εφόσον δήλωσαν ότι, δεν είναι δυνατόν να γνωρίζουν από πριν το πόσο σημαντικό πρόκειται να αποδειχθεί ένα μήνυμα στο μέλλον. Άλλοι σημαντικοί παράγοντες που επισημάνθηκαν από τους χρήστες είναι: η ενημερωτική προεπισκόπηση των μηνυμάτων, η ευέλικτη αυτόματη ταξινόμηση και οι έξυπνες δυνατότητες αναζήτησης. Γενικότερα από την

έρευνα προκύπτει ότι τους χρήστες τους απασχολούν περισσότερο οι εργασίες που σχετίζονται με τα emails παρά η οργάνωσή τους (Szostek, 2010).

2.1.7 Αποτελεσματική Επικοινωνία Εντός της Επιχείρησης

Η εσωτερική επικοινωνία σε έναν οργανισμό έχει σημαντική επίδραση στην συνολική αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα του. Συμβάλει στην δημιουργία καλού εργασιακού κλίματος και θετικών εργασιακών σχέσεων, μεταξύ εργαζομένων και προϊσταμένων. Προάγει την υιοθέτηση του οράματος της ομάδας και διευκολύνει τη διαμοίραση πληροφοριών για τις ευκαιρίες και τις απειλές που περιβάλλουν το χώρο. Την ίδια στιγμή προβλήματα στην επικοινωνία μπορούν να αποδειχθούν τροχοπέδη στην διεκπεραίωση των διαδικασιών και να έχουν αντιπαραγωγικά αποτελέσματα. Για το λόγο αυτό, κρίνεται απαραίτητη η ύπαρξη ενός πρωτοκόλλου επικοινωνίας που να είναι αποδεκτό από τους εργαζόμενους προκειμένου να ευνοείται η συνεχής και ομαλή λειτουργία της ομάδας και κατ' επέκταση του οργανισμού ολόκληρου.

Η επικοινωνία κρίνεται ως παράγοντας κλειδί για την επιτυχία κάθε εγχειρήματος. Υπάρχουν πολλοί τύποι επικοινωνίας που μπορεί κανείς να συναντήσει στο επιχειρησιακό περιβάλλον. Από απλές ανεπίσημες συζητήσεις στους διαδρόμους, μέχρι επίσημη εταιρική επικοινωνία με προϊσταμένους, πελάτες, προμηθευτές κτλ. Ανάμεσα σε αυτούς τους τύπους επικοινωνίας υπάρχει ένα τεράστιο χάσμα. Ο τρόπος προσέγγισης είναι διαφορετικός σε κάθε περίπτωση και απαιτείται ανάλογη χρήση της γλώσσας. «Η επιτυχής επικοινωνία δεν είναι ένα φυσικό, αλλά ένα εξαιρετικά απίθανο φαινόμενο» (Qvortrup, 2006). Ποιος λέει, τι, σε ποιόν, με ποιο μέσο; Τι πραγματικά ήθελε να μεταφέρει ο πομπός και τι αντιλαμβάνεται ο δέκτης; Οι εργαζόμενοι, ως άνθρωποι, ανάλογα με το μέσο που μεταφέρεται σε αυτούς ένα μήνυμα, τους προκαλούνται συναισθηματικές αντιδράσεις. Κάποια μέσα, είθισται να προκαλούν θετικές αντιδράσεις, ενώ κάποια άλλα αρνητικές.

Για τους εργαζόμενους η αποτελεσματική επικοινωνία βασίζεται σε κατάλληλα μηνύματα που φτάνουν σε αυτούς σε μορφή χρήσιμη και αποδεκτή για εκείνους (Welch, 2012). Οι εργαζόμενοι φαίνεται να προτιμούν την πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία για κάποιες δραστηριότητες, ωστόσο θεωρούν σημαντική και την ύπαρξη γραπτής επικοινωνίας για

κάποιες άλλες. Αυτό προκαλεί κάποια ερωτήματα πάνω στο ποιος τελικά είναι ο περισσότερο επιθυμητός τρόπος επικοινωνίας.

Προτεραιότητα για κάθε μορφή επικοινωνίας είναι να μπορεί να φτάσει το μήνυμα στους παραλήπτες. Σε αυτό το σημείο, ο πομπός οφείλει να διερωτηθεί, τα χαρακτηριστικά ποιου μέσου μπορούν να παρουσιάσουν τις μεγαλύτερες πιθανότητες να φτάσει το μήνυμα του στους τελικούς δέκτες-παραλήπτες. Έπειτα, εξετάζονται επιπλέον παράγοντες όπως η δυνατότητα ελέγχου παράδοσης, η χρηστικότητα και η ικανότητα διάδοσης.

Στο εσωτερικό επίπεδο μιας επιχείρησης τα στοιχεία που παίζουν ρόλο στην επιλογή του κατάλληλου μέσου μετάδοσης ενός μηνύματος είναι (Welch, 2012):

- *Ο έλεγχος παραληπτών*: το ποιος θα έχει ή θα μπορεί να έχει πρόσβαση στο συγκεκριμένο μήνυμα.
- *Η στρατηγική διάδοσης*: τι διαδικασίες θα απαιτούνται για να λάβει κάποιος το μήνυμα.
- *Η ευχρηστία*: πόσο εύκολο θα είναι για τον παραλήπτη να διαχειριστεί το μήνυμα μετέπειτα

Μια ενδιαφέρουσα οπτική γωνία, που προκύπτει από την έρευνα της Welch (2012) είναι ότι, από τις επιχειρήσεις, προτιμάται η χρήση emails, εφόσον με αυτό τον τρόπο εξοικονομείται τεράστια ποσότητα πόρων όπως χαρτί και μελάνι, ενώ παράλληλα, επικροτείται η επισύναψη αρχείων μορφής pdf, τα οποία είναι εύκολο να αναγνωστούν, να αρχειοθετηθούν και να γίνει αναζήτηση τους στο μέλλον για κάποιο συγκεκριμένο ζητούμενο. Η παρούσα άποψη λαμβάνει επιπλέον και την υποστήριξη των εργαζομένων.

Μια άλλη ενδιαφέρουσα άποψη, αναφέρεται στο Harvard Business Review (Gallo, 2012). Κάποιες φορές η υπερχειλίση εισερχομένων μηνυμάτων στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, οφείλεται στην έλλειψη ενός ξεκάθαρα και παραγωγικού-αποτελεσματικού πρωτοκόλλου επικοινωνίας. Αυτό σημαίνει έλλειψη συγκεκριμένου τρόπου σύνταξης ενός μηνύματος, που θα διευκόλυne την ανάγνωση του, καθώς και μη σαφής προσδιορισμός του πότε πρέπει να συντάσσεται και να αποστέλλεται ένα μήνυμα και σε ποιόν.

2.1.8 Η Επίδραση της Οργανωσιακής Συμπεριφοράς

Είναι γνωστό ότι, η συμπεριφορά των εργαζομένων παίζει πολύ μεγάλη σημασία και έχει σημαντική επιρροή στη συνολική αποτελεσματικότητα κάθε οργανισμού. Η ευσυνειδησία του κάθε εργαζόμενου, η ευγένεια που ευνοεί την αποφυγή συγκρούσεων και η δημιουργία θετικού εργασιακού κλίματος, η βαθιά ανησυχία και το ενεργό ενδιαφέρον για την πορεία του οργανισμού, η ευγενής άμιλλα που εμπνέει την προθυμία να δίνονται λύσεις στα προβλήματα χωρίς τις μη απαραίτητες διαμαρτυρίες, είναι παράγοντες που ευνοούν την οργανωτική συμπεριφορά του οργανισμού, άρα και την γενικότερη πορεία του.

Ο Yildirim (2014) μέτρησε τη συμπεριφορά των εργαζομένων, βασιζόμενος στις πέντε αυτές διαστάσεις.

- *Αλτρουισμός*: Σχηματίζεται από την εθελοντική συμπεριφορά του εργαζόμενου να βοηθήσει τους συναδέλφους του σε ένα οργανωτικό πρόβλημα. Ο αλτρουισμός στηρίζεται σε αρχές εθελοντικής συμπεριφοράς όπως η προσφορά επιπλέον εργασίας, στην περίπτωση απουσίας κάποιου συναδέλφου ώστε να καλυφθούν τα τυχόν κενά.
- *Ευγένεια*: Σχηματίζεται, ζητώντας συμβουλές άλλων συναδέλφων πάνω σε μια απόφαση η οποία θα μπορούσε να τους επηρεάσει και να τους ενημερώσει εκ των προτέρων.
- *Ευγενής άμιλλα*: Η διάσταση αυτή βασίζεται στην αρχή ότι οι εργαζόμενοι δεν διαμαρτύρονται για οργανωτικά προβλήματα. Οι εργαζόμενοι που δεν διαμαρτύρονται για τα ασήμαντα προβλήματα στη δουλειά ευνοούν την καλύτερη και ευκολότερη διοίκηση του οργανισμού.
- *Ευσυνειδησία*: Αποτελείται από υπαλλήλους που πληρούν τις προσδοκίες των οργανισμών σε υπερβολικό βαθμό. Παραδείγματος χάριν με το να κάνουν σύντομα και μικρά διαλείμματα και να μην αναζητούν τρόπους αποφυγής της εργασίας.
- *Πολιτική αρετή*: Αποτελείται από θετικές συμπεριφορές απέναντι σε αλλαγές και βελτιώσεις στην οργάνωση και ενεργό συμμετοχή για την αποδοχή των αλλαγών από τους υπόλοιπους εργαζόμενους. Επιπλέον αφορά συμπεριφορές που συμβάλουν με θετικό τρόπο στην εικόνα του οργανισμού.

Τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα δείχνουν ότι υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στην οργανωσιακή επικοινωνία και την οργανωσιακή συμπεριφορά των εργαζομένων εντός της επιχείρησης. Με άλλα λόγια η αποτελεσματική επικοινωνία δεν είναι μόνο

απαραίτητη για τη δημιουργία κατάλληλων καναλιών μεταξύ διευθυντών και εργαζομένων, αλλά είναι επίσης απαραίτητο στοιχείο που ευνοείται και η συνολική απόδοση του οργανισμού.

2.1.9 Η Σημασία της Ύπαρξης Συνόρων Μεταξύ Εργασιακής και Προσωπικής Ζωής

Είναι πολύ σημαντικό, για κάθε άνθρωπο, να ξεκουράζεται, να κάνει διαλείμματα από την εργασία του και να μην είναι συνεχώς κατακλεισμένος από απαιτήσεις και αυστηρές διαδικασίες. Έχει παρατηρηθεί ότι η συνεχής και ακατάπαυστη εργασία (Dittmann, 2005), οδηγεί σε εκνευρισμό, κόπωση, αδυναμία συγκέντρωσης, λάθος κινήσεις και αποφάσεις. Για αυτό το λόγο, είναι απαραίτητο για έναν εργαζόμενο να έχει ισορροπία ανάμεσα στην εργασία και στον ελεύθερο χρόνο του σε καθημερινή βάση, με απαραίτητη την ύπαρξη δραστηριοτήτων-χόμπι και οτιδήποτε έχει να κάνει με φυσική άσκηση, καθώς συμβάλει θετικά στην ενίσχυση ευεξίας και της καλής ψυχολογίας. Όλοι οι παραπάνω παράγοντες επιδρούν θετικά στην ευημερία των εργαζομένων και κατ' επέκταση στην απόδοση τους στις εργασιακές απαιτήσεις.

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2005 από τους Sonnentag και Bayer, παρατηρήθηκε ότι, οι εργαζόμενοι που συνέχιζαν να εργάζονται ακόμα και μετά το πέρας του εργασιακού ωραρίου άρχιζαν να νοιώθουν έντονη κόπωση. Όπως ήταν αναμενόμενο, το να συγχέεται ο χρόνος ανάπαυσης, με τον χρόνο εργασίας, είχε αρνητικό αντίκτυπο για την απόδοση του κάθε εργαζομένου στην εργασία του, και κατ' επέκταση στην συνολική εταιρική αποτελεσματικότητα.

Στο παραπάνω γεγονός στήριξαν τις αποφάσεις τους μεγάλες εταιρείες του κλάδου της αυτοκινητοβιομηχανίας. Η εταιρία Volkswagen έλαβε μέτρα κατά του email burnout για τους εργαζομένους της θέλοντας να θωρακίσει την ψυχολογία των εργαζομένων της, προκειμένου να διασφαλίσει την μέγιστη αποδοτικότητα και παραγωγικότητα τους.

Η Volkswagen απενεργοποιεί το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο με το πέρας του εργασιακού ωραρίου

Σύμφωνα με δημοσίευμα στο “BBC NEWS” (Anon., 2012), η εταιρία “Volkswagen”, προκειμένου να τονώσει το ηθικό των εργαζομένων της, να τους προστατέψει από το email burnout, και να τους ενισχύσει την όρεξη για δημιουργία και την παραγωγικότητα, έλαβε το μέτρο της απενεργοποίησης του εταιρικού ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, μισή ώρα μετά το πέρας του εργασιακού ωραρίου, και επανενεργοποίησε του επίσης μισή ώρα πριν την επανεκκίνηση της εργασίας.

Η εταιρία θέλησε επιπροσθέτως, με αυτό το μέτρο, να βοηθήσει στον διαχωρισμό της εργασίας με την προσωπική ζωή, των εργαζομένων της. Φυσικά, η απόφαση αυτή πάρθηκε προς όφελός της, εφόσον αναγνώρισε την σημασία που θα είχε για τους υπαλλήλους της, την απόδοσή τους και την ευημερία τους.

Ωστόσο, στο άρθρο τονίζεται ότι, αυτή η στρατηγική δεν είναι πανάκεια και δεν ενδείκνυται για κάθε οργανισμό. Κάθε εταιρία αποτελεί ξεχωριστή οντότητα, έχει ξεχωριστή οργάνωση, ακολουθεί διαφορετικούς ρυθμούς λειτουργίας και αποτελείται από διαφορετικούς ανθρώπους. Έτσι λοιπόν, πριν κανείς προβεί σε τέτοιου είδους απόφαση, θα πρέπει να εξετάσει προσεχτικά τα δικά του δεδομένα.

2.1.10 Το Πρόβλημα της Αναβολής

Υπάρχουν άνθρωποι που ενώ γνωρίζουν τα προβλήματα που βιώνουν, δεν παίρνουν ποτέ την απόφαση να τα αντιμετωπίσουν και να τα λύσουν. Η αναβολή, οφείλεται στον αποτυχημένο αυτοέλεγχο και στην έλλειψη του. Οι ειδικοί (Jaffe, 2013) την ορίζουν σαν μια εθελοντική καθυστέρηση μιας σημαντικής διαδικασίας που πρέπει να γίνει, παρά το γεγονός ότι το αποτέλεσμα αυτής της καθυστέρησης είναι επώδυνο. Εκείνοι που συνηθίζουν να αναβάλουν συνεχώς τις υποχρεώσεις τους, όχι μόνο καταφέρνουν να τις διαπεραιώσουν κοντά στο τέλος της προθεσμίας αλλά και η ποιότητα του τελικού αποτελέσματος δεν είναι η αναμενόμενη. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, να βάλλεται η προσωπική ευημερία των εργαζομένων.

Αντίστοιχα, όταν πρόκειται για τη διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, προφανώς είναι προτιμότερη η άμεση ανταπόκριση και οργάνωση. Σε διαφορετική περίπτωση,

καθυστέρησης ή αναβολής, το πρόβλημα θα επιδεινώνεται κάνοντάς το συνεχώς πιο δύσκολο να αντιμετωπιστεί.

2.2 ANTIMETΩΠΙΣΗ EMAIL OVERLOAD - ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

2.2.1 Τρόποι Αντιμετώπισης Email Overload

Ο CEO της Hootsuite Ryan Holmes, δημοσίευσε στο LinkedIn τις παρακάτω συμβουλές, που χρησιμοποιεί ο ίδιος, για να αποφεύγεται το Email Overload.

1. Οι απαντήσεις στα μηνύματα να μην υπερβαίνουν τις 3 προτάσεις

Ενισχύεται έτσι η άμεση απάντηση στο θέμα και η αποφυγή περιττών και χρονοβόρων συζητήσεων. Αν κρίνεται αναγκαία περαιτέρω συζήτηση, ενδείκνυται η τηλεφωνική επικοινωνία και η επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο

2. Χρήση του SaneBox

Πρόκειται για μια εφαρμογή που κατηγοριοποιεί τα εισερχόμενα μηνύματα βάση προτεραιότητας, ενώ παράλληλα είναι με τέτοιο τρόπο προγραμματισμένη που μπορεί να εκπαιδευτεί από τις ανάγκες και τις επιθυμίες του χρήστη.

3. Μετακίνηση των συζητήσεων στα Social Media

Οι συζητήσεις γίνονται πιο άμεσα, σε πραγματικό χρόνο και φιλικότερο προς το χρήστη περιβάλλον στα κοινωνικά δίκτυα, παρά μέσω email.

4. Χρήση αυτόματης απάντησης που στέλνει τα αιτήματα στο αρμόδιο τμήμα προς διευθέτηση

Συμβαίνει να έρχονται στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, μηνύματα τα οποία κανονικά θα έπρεπε να έχουν άλλους παραλήπτες, οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για το θέμα. Σε αυτή την περίπτωση ενδείκνυται η χρήση ενός αυτόματου μηνύματος, που θα παραπέμπει τον ενδιαφερόμενο στο σωστό άτομο.

5. Δημιουργία προτύπων μηνυμάτων

Πολλές φορές, συμβαίνει, οι χρήστες να στέλνουν το ίδιο μήνυμα περισσότερες φορές. Για εξοικονόμηση χρόνου, ενδείκνυται η δημιουργία ενός πρότυπου μηνύματος, που θα προκαλεί την εισαγωγή του εύκολα και γρήγορα εντός του κειμένου, καθιστώντας έτσι άμεση, εύκολη και γρήγορη την αποστολή του.

Ο Robinson στο blog του, αναφέρεται στο “email burnout”, το οποίο είναι παρόμοιο με το “email overload” και καταστρέφει τόσο το μυαλό, όσο το σώμα και τα συναισθήματα. Δεν

είναι κάτι που προκαλείται στιγμιαία. Είναι το αποτέλεσμα μιας χρόνιας προβληματικής, πιεστικής και αγχωτικής κατάστασης. Πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στα σημάδια, διότι η κατάσταση μετά το «κάψιμο» (burnout) είναι δύσκολα αναστρέψιμη. Τα αποτελέσματα της είναι παντελής έλλειψη ικανοποίησης και χαράς από τα πάντα. Η εργασία και η προσωπική ζωή χαρακτηρίζονται από, χαμηλή παραγωγικότητα, ενοχή, ντροπή, κυνισμό, σύγχυση, ακόμα και από αδιαφορία για τα πάντα, τόσο για το ίδιο το άτομο όσο και για τους ανθρώπους του κοντινού περιβάλλοντος.

Το παράδοξο είναι ότι, τις περισσότερες φορές, “burnout” αντιμετωπίζουν οι περισσότερο εργατικοί και ευσυνείδητοι εργαζόμενοι. Αυτό καθιστά το “burnout” σοβαρό πρόβλημα για κάθε οργανισμό ή επιχείρηση.

Για να αποφευχθεί το “burnout”, απαιτείται συνεχής επαγρύπνηση για την αναγνώριση των στοιχείων που εμφανίζονται. Απαιτείται η σωστή αντιμετώπιση και διαχείριση κάθε δύσκολης και σημαντικής κατάστασης, ώστε να αναγνωρίζονται οι στρεσογόνοι παράγοντες και να αποφεύγονται. Τέτοιοι παράγοντες αποτελούν η εργασιακή εξόντωση, η τελειομανία, τα υπερβολικά και πιεστικά προγράμματα, οι χρόνιες συγκρούσεις. Κάθε εργαζόμενος οφείλει να διατηρεί τη σωματική υγεία του με άθληση και φυσική δραστηριότητα, ανάπαυση και ύπνο, δραστηριότητες αναψυχής και ψυχαγωγίας, ώστε να αποφεύγει την έκθεση του στον κίνδυνο του “burnout”.

Στην σελίδα της “Huffington post”, η Barrie (2014) αναφέρει 5 συνήθειες ανθρώπων που έχουν διατηρήσει τον έλεγχο των εισερχομένων μηνυμάτων τους και την παραγωγικότητά τους:

1. Προκαθορισμένες φορές ελέγχου των εισερχομένων μηνυμάτων, την ημέρα και συγκεκριμένος χρόνος απαντήσεων.
2. Ταξινόμηση των μηνυμάτων, σε σειρά ανάλογα με την προτεραιότητά τους ή το βαθμό σπουδαιότητας.
3. Αποστολή σύντομων μηνυμάτων-απαντήσεων. Σε διαφορετική περίπτωση που η απαιτούμενη ανταπόκριση απαιτεί περισσότερη συζήτηση, ενδείκνυται η χρήση τηλεφώνου ή δια ζώσης επικοινωνία, όταν αυτή είναι δυνατή.
4. Κατηγοριοποίηση των αναγνωσμένων μηνυμάτων και οργάνωση τους σε φακέλους (ανάλογα με το θέμα, τον αποστολέα κτλ.).

5. Άμεση απάντηση απευθείας μετά την ανάγνωση.

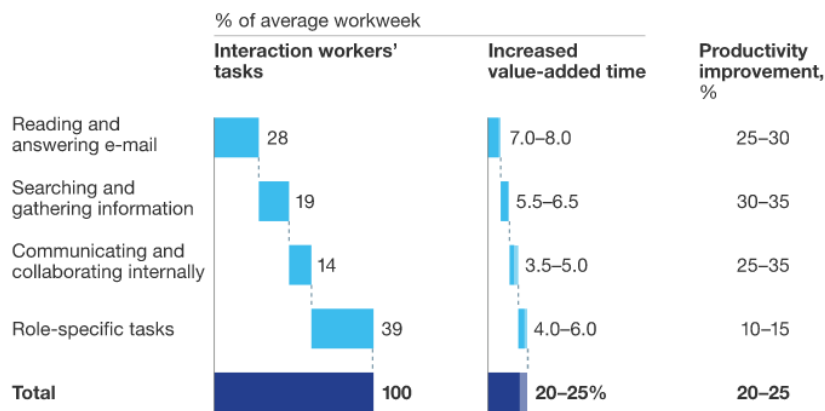
2.2.2 Πλεονεκτήματα Αντιμετώπισης Email Overload

Η Booth (2014) αναφέρει στο “Forbes” ότι οι άνθρωποι πλέον αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στην οθόνη ενός υπολογιστή από ότι στην ξεκούραση τους. Τα ποσοστά χρήσης έξυπνων συσκευών, που συνδέονται στο διαδίκτυο αυξάνονται με ραγδαίους ρυθμούς, απειλώντας την ανθρώπινη συγκέντρωση, την ξεκούραση, την ευεξία, κατ’ επέκταση και την παραγωγικότητα.

Σύμφωνα με έρευνα της McKinsey (Chui et al., 2012), παρά το γεγονός ότι ήδη το 72% των εταιριών χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες, με οποιονδήποτε τρόπο, απέχουν πολύ από το να αποκομίσουν το μέγιστο των δυνατοτήτων τους και να τις εκμεταλλευτούν πλήρως. Με το να χρησιμοποιεί σωστά ένας οργανισμός τις νέες τεχνολογίες μπορεί να αυξήσει την παραγωγικότητα των εργαζομένων κατά 20 με 25% (βλέπε ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.1).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.1

Improved communication and collaboration through social technologies could raise the productivity of interaction workers by 20 to 25 percent.



Source: International Data Corporation (IDC); McKinsey Global Institute analysis

Τα δύο τρίτα των δυνατοτήτων αξίας ενός οργανισμού, έχουν να κάνουν με την συνεργασία και την επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων. Το 28% του μέσου εργασιακού χρόνου καταναλώνεται στην διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ενώ ένα επιπλέον 20% του χρόνου αφορά δραστηριότητες αναζήτησης και συνεργασίας μεταξύ των εργαζομένων, προκειμένου να συλλεχθούν οι κατάλληλες πληροφορίες, από τα κατάλληλα άτομα, προκειμένου να διεκπεραιωθεί μια εργασία.

Οι Chui et al. (2012), προτείνουν ότι, ο κάθε οργανισμός, ανάλογα με την δομή του και το αντικείμενο το οποίο πραγματεύεται, θα πρέπει να μετασχηματίσει τις διαδικασίες του προκειμένου να διευκολύνεται η συνεργασία και η επικοινωνία, τόσο εντός, όσο και εκτός των συνόρων. Αυτό θα ενισχύσει τη συνεκτικότητα και θα αυξήσει την αποτελεσματικότητα του οργανισμού, ενώ παράλληλα θα μειώσει τα κόστη.

2.3 ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ, ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

2.3.1 Ικανοποίηση Εργαζομένων

Κάθε οργανισμός θέλει να έχει εργαζόμενους που να είναι ανταγωνιστικοί, κατάλληλοι για τις ανάγκες του και πιστοί σε αυτές καθώς και να χαρακτηρίζονται από υψηλές επιδόσεις εντός του εργασιακού περιβάλλοντος. Για αυτό το λόγο οι εταιρίες επιδιώκουν συνεχώς να προσελκύουν και να προσλαμβάνουν τους καλύτερους υποψήφιους, με τις μεγαλύτερες δυνατότητες. Σύμφωνα με την έρευνα της Pitaloka (2014), ένας από τους πιο βασικούς παράγοντες προσέλκυσης ανταγωνιστικού προσωπικού, αλλά και μεγιστοποίησης της απόδοσής του, είναι το εργασιακό περιβάλλον. Το περιβάλλον επηρεάζει τόσο τις φυσικές, όσο και τις ψυχολογικές λειτουργίες, ενώ παράλληλα καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο αλληλοεπιδρούν και συνεργάζονται οι εργαζόμενοι. Η έλλειψη του κατάλληλου εργασιακού περιβάλλοντος μπορεί να προκαλέσει αρνητικά συναισθήματα και στρες στον εργαζόμενο, απειλώντας έτσι την παραγωγικότητά του.

Αντιθέτως, ένα καλό εργασιακό περιβάλλον συμβάλει στο δέσιμο του εργαζόμενου με την εταιρία (commitment). Όταν οι εργαζόμενοι δένονται με την εταιρία τους αισθάνονται κομμάτι αυτής, χαίρονται με την εργασία τους και αυτό οδηγεί σε χαμηλότερα επίπεδα απολύσεων και αλλαγών στη δομή του προσωπικού, προσφέροντας έτσι σημαντική εργασιακή σταθερότητα.

Οι παράγοντες που συνθέτουν το εργασιακό *περιβάλλον* είναι:

- Οι εγκαταστάσεις και ο χώρος που απαιτούνται
- Οι σχέσεις με τους προϊσταμένους
- Η δίκαια και ίση μεταχείριση
- Το σύστημα επικοινωνίας
- Οι περιβαλλοντολογικοί παράγοντες
- Οι διαδικασίες που γίνονται για αναγνώριση και έλεγχο των κινδύνων.

(Chandrasekar, 2011)

Όσον αφορά την *ικανοποίηση* από την εργασία οι Kreitner et al. (2012) προσδιόρισαν πέντε παράγοντες που την προσδιορίζουν.

- Την ανάγκη εκπλήρωσης (π.χ. μισθός)
- Τη διαφορά ανάμεσα στο τι ήταν αναμενόμενο και τι πραγματικά συμβαίνει
- Την εκπλήρωση των αξιών της εργασίας
- Την ίση και δίκαιη μεταχείριση
- Τα χαρακτηριστικά της κάθε προσωπικότητας που οδηγούν σε ικανοποίηση από την εργασία.

Επιπλέον κρίσιμη μεταβλητή κρίνεται και η *οργανωσιακή συμπεριφορά του πολίτη* ή αλλιώς OCB (*Organizational Citizenship Behavior*), όπως είναι γνωστή στην ξένη βιβλιογραφία. Η OCB μετρείται βάσει τεσσάρων παραγόντων:

- Διαπροσωπικές σχέσεις με εστίαση στο να δίνεται βοήθεια στους συναδέλφους
- Ατομική πρωτοβουλία ενίσχυσης της επικοινωνίας με τους άλλους, που βελτιώνει την ατομική και ομαδική απόδοση
- Προσωπική προσήλωση στην εργασία σε κομμάτια που δεν γράφονται στην περιγραφή της θέσης, όπως για παράδειγμα το να μην λείπει ποτέ από την εργασία
- Πιστή ενίσχυση του brand της εταιρίας ακόμα και εκτός εργασίας και ωραρίου (Vondey, 2010)

Γενικά, η οργανωσιακή συμπεριφορά του πολίτη αναφέρεται σε οποιαδήποτε εθελοντική εργασία αναλαμβάνει να επωμιστεί ο εργαζόμενος, χωρίς αυτή να συμπεριλαμβάνεται απαραίτητα στα καθήκοντά του και χωρίς να ζητήσει κάποια επιπλέον πληρωμή για αυτή του την προσφορά. Τέτοια παραδείγματα είναι το να αναλαμβάνει επιπλέον καθήκοντα, το να δουλεύει υπερωρίες, το να βοηθάει του συνεργάτες του όταν χρειάζεται. Τα παραπάνω, δεν προσδιορίζονται σε κανένα συμβόλαιο και δεν απαιτούνται από τον μέσο εργαζόμενο, ωστόσο είναι επιθυμητά από κάθε οργανισμό, εφόσον ενισχύουν την αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα του οργανισμού.

Η έρευνα της Pitaloka (2014) έδειξε ότι υπάρχει σημαντική θετική συσχέτιση μεταξύ του εργασιακού περιβάλλοντος και της εργασιακής ικανοποίησης. Επίσης, το εργασιακό περιβάλλον επηρεάζει σημαντικά και το δέσιμο του εργαζόμενου στην επιχείρηση. Παράλληλα βρέθηκε ότι, τόσο η ικανοποίηση από την εργασία, όσο και το δέσιμο (commitment) οδηγούν

σε ευνοϊκή οργανωσιακή συμπεριφορά πολίτη (OCB). Συμπεραίνουμε έτσι ότι, ένα ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον έχει θετική επίδραση πάνω στους εργαζόμενους και την ικανοποίησή τους. Σφίγγουν έτσι οι δεσμοί τους με την εταιρία, νιώθουν άνετα, διακατέχονται από αυτοπεποίθηση, ενώ η εργασία τους κάνει να νιώθουν ασφαλείς. Αν οι εργαζόμενοι αισθάνονται ικανοποιημένοι με την εργασία τους, επιθυμούν να στηρίξουν τους στόχους που έχουν τεθεί και θα στηρίξουν την εταιρία τους με κάθε τρόπο. Έτσι, εξασφαλίζεται η ανταγωνιστικότητα και η βιωσιμότητα του οργανισμού σε βάθος χρόνου.

Παράγοντες υγιεινής και παρακίνησης του Herzberg

Ο ψυχολόγος Frederick Herzberg τη δεκαετία του 50 με 60 προσπάθησε να μελετήσει και να καταλάβει τους παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των εργαζομένων. Παρατήρησε, λοιπόν, ότι οι παράγοντες που ευχαριστούν τους εργαζόμενους είναι τελείως διαφορετικοί από εκείνους που τους δυσαρεστούν. Πάνω σε αυτά τα ευρήματα στηρίχτηκε η θεωρία του για «παρακίνηση και υγιεινή» (Herzberg's Motivators and Hygiene Factors).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1

Παράγοντες Ικανοποίησης	Παράγοντες δυσαρέσκειας
<ul style="list-style-type: none"> • Κατόρθωμα • Αναγνώριση • Φύση εργασίας • Ευθύνη • Προαγωγή • Ανάπτυξη 	<ul style="list-style-type: none"> • Πολιτικές της εταιρίας • Εποπτεία • Εργασιακές σχέσεις • Συνθήκες εργασίας • Μισθός • Στάτους • Ασφάλεια

Σύμφωνα με τον Herzberg, θεραπεύοντας κανείς τους παράγοντες δυσαρέσκειας δεν σημαίνει ότι δημιουργεί ικανοποίηση για το εργατικό δυναμικό. Αντίστοιχα, προσθέτοντας παράγοντες ικανοποίησης δεν περιορίζεται η δυσαρέσκεια. Για παράδειγμα, αν κάποιος εργάζεται σε ένα εχθρικό εργασιακό περιβάλλον, μια αύξηση στο μισθό του δεν θα τον καταστήσει ικανοποιημένο. Αντίστοιχα, σε ένα ευχάριστο εργασιακό κλίμα, αν δεν δοθούν και

τα κατάλληλα κίνητρα, οι εργαζόμενοι θα συνεχίσουν να εργάζονται έχοντας το συναίσθημα της μη ικανοποίησης.

Ο Herzberg (1968), ονόμασε τους παράγοντες που σχετίζονται με την εργασιακή δυσαρέσκεια, παράγοντες υγιεινής. Σύμφωνα με τη θεωρία του, για να κινητοποιηθεί το προσωπικό, απαιτούνται δυο στάδια. Το πρώτο στάδιο περιλαμβάνει τον περιορισμό των παραγόντων δυσαρέσκειας και το δεύτερο στάδιο την ενίσχυση των παραγόντων ικανοποίησης (βλέπε ΠΙΝΑΚΑ 2.1).

Αβραάμ Μάσλοου – Θεωρία ιεράρχησης των αναγκών

Σύμφωνα με τη θεωρία ιεράρχησης των αναγκών που αναπτύχθηκε από τον Μάσλοου, υπάρχουν πέντε επίπεδα αναγκών, από τα οποία εξαρτάται όλη σχεδόν η συμπεριφορά μας. Ιεραρχικά αυτά ταξινομούνται από:

1. τις ανάγκες για επιβίωση,
2. τις ανάγκες ασφαλείας,
3. τις ανάγκες κοινωνικής αποδοχής,
4. τις ανάγκες για αυτοεκτίμηση,
5. τις ανάγκες για αυτοολοκλήρωση.

Η θεωρία του Μάσλοου έχει επηρεάσει σημαντικά τον κόσμο των επιχειρήσεων (Wikipedia).

Σύμφωνα με τον Μάσλοου, μόνο οι ανάγκες που δεν έχουν ικανοποιηθεί είναι παράγοντες υποκίνησης. Υπάρχει μια φυσική σειρά με την οποία οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται καθεμιά από αυτές τις ανάγκες και, επομένως υποκινούνται από αυτές σε αύξουσα σειρά. Για να περάσει κάποιος στο επόμενο επίπεδο αναγκών θα πρέπει να έχει ικανοποιήσει έστω στον ελάχιστο βαθμό το επίπεδο στο οποίο ήδη βρίσκεται. Μόλις το άτομο φτάσει στο σημείο της ελάχιστης ικανοποίησης μιας ανάγκης, αρχίζει και αισθάνεται την ένταση που προέρχεται από το επόμενο επίπεδο της ιεραρχίας των αναγκών, οπότε αρχίζει να πειραματίζεται με νέους τύπους συμπεριφοράς προκειμένου να ικανοποιήσει την νέα ανάγκη.

Πλεονεκτήματα Αυξημένης Ικανοποίησης Εργαζομένων

Η ικανοποίηση των εργαζομένων έχει σαν αποτέλεσμα την αυξανόμενη ικανοποίηση των πελατών και την χρηματοοικονομική απόδοση. Σύμφωνα με τον Καραμουσαλή (2006) η υψηλή ικανοποίηση των εργαζομένων προσφέρει συγκριτικό πλεονέκτημα στις επιχειρήσεις στους τομείς της παραγωγικότητας, της ικανοποίησης των πελατών, στην αποδοτικότητα, καθώς και στην διατήρηση των εργαζομένων. Επιπλέον, η ικανοποίηση των εργαζομένων είναι απαραίτητη για να διατηρηθεί ένα πιστό ανθρώπινο δυναμικό και να αυξηθεί η διάρκεια παραμονής του στον οργανισμό, που αυτό στη συνέχεια θα μειώσει το κόστος της στρατολόγησης. Αν και υπάρχουν πολλές υποκατάστατες μετρήσεις ικανοποίησης των εργαζομένων, ο καλύτερος τρόπος για την αξιολόγηση της ικανοποίησης των εργαζομένων είναι να ερωτηθούν οι ίδιοι. Συνήθως αυτό γίνεται μέσω μιας έρευνας ικανοποίησης των εργαζομένων.

Για να γίνει η έρευνα μέτρησης ικανοποίησης των εργαζομένων θα πρέπει να καθοριστούν συγκεκριμένοι και μετρήσιμοι δείκτες, οι οποίοι αργότερα θα συγκριθούν με τους στόχους του οργανισμού ή με τους αντίστοιχούς δείκτες του καλύτερου στον κλάδο (benchmarking).

Ατομικοί Παράγοντες Εργασιακής Ικανοποίησης

Σύμφωνα με τη Στασινοπούλου (2012), ο πρώτος παράγοντας που επηρεάζει το επίπεδο επαγγελματικής ικανοποίησης, είναι η ηλικία. Υπάρχει μια θετική συσχέτιση ανάμεσα στην ηλικία και την επαγγελματική ικανοποίηση. Αυτό σημαίνει ότι, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία εργαζόμενοι είναι περισσότερο ικανοποιημένοι από την εργασία τους σε σχέση με τους νεότερους. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι, με το πέρασμα του χρόνου ο εργαζόμενος προσαρμόζεται καλύτερα στην εργασία λόγω της εμπειρίας του.

Από την άλλη, οι νεότεροι σε ηλικία εμφανίζουν μικρότερη ικανοποίηση και αυτό στηρίζεται στο γεγονός ότι η νέα γενιά θεωρεί την εργασία ως μέσο για την εκπλήρωση των προσωπικών της στόχων. Έτσι, όταν ένας νέος εργάζεται για πρώτη φορά, βιώνει την απογοήτευση και την δυσαρέσκεια, αφού συνειδητοποιήσει ότι τα ιδανικά του δεν καλύπτονται στην πραγματικότητα. Επόμενο επακόλουθο αυτής της πραγματικότητας είναι η συχνότερη εγκατάλειψη του εργασιακού χώρου, από τους νέους.

Επόμενος παράγοντας εργασιακής ικανοποίησης είναι το *φύλο*. Από ενδείξεις, φαίνεται ότι οι γυναίκες ενδιαφέρονται για διαφορετικά εργασιακά θέματα από τους άντρες. Οι γυναίκες δείχνουν μια τάση να ενδιαφέρονται περισσότερο για τις διαπροσωπικές σχέσεις, τις άνετες συνθήκες εργασίας, για ίση και δίκαιη μεταχείριση. Αντίθετα οι άντρες εστιάζουν στην σταθερότητα της εργασίας και στην δυνατότητα προβολής του εαυτού τους. Κρίσιμος παράγοντας για τη διαφοροποίηση των πηγών ικανοποίησης της γυναίκας είναι το αν η ίδια έχει επιλέξει να σταδιοδρομήσει επαγγελματικά ή απλά εργάζεται για να συνεισφέρει στο οικογενειακό εισόδημα, υπάρχει δηλαδή διαφορετικό κίνητρο εισόδου. Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2006 (Al Zuhani & Kishk) προέκυψε ότι οι γυναίκες φαίνεται να είναι λιγότερο ικανοποιημένες από την δουλειά τους ίσως διότι βιώνουν εντονότερη σύγκρουση ανάμεσα στην προσωπική και επαγγελματική τους ζωή.

Επιπλέον παράγοντα ικανοποίησης αποτελεί και το *μορφωτικό επίπεδο*. Οι εργαζόμενοι που διακατέχονται από υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο αισθάνονται περισσότερο ικανοποιημένοι με την εργασία τους, όταν αυτή τους παρουσιάζει προκλήσεις και αυτονομία, γιατί τότε ικανοποιείται η ανάγκη τους για προσωπική ανάπτυξη.

Οι παραπάνω παρατηρήσεις έχουν προκύψει από σχετικές έρευνες, ωστόσο δεν θα μπορούσαν να γενικευτούν εφόσον είναι υποκειμενικοί (ατομικοί) παράγοντες.

2.3.2 Στόχοι και Αξιολόγηση των Εργαζομένων

Στο οργανωσιακό περιβάλλον τίθενται στόχοι μακροπρόθεσμοι και βραχυπρόθεσμοι. Ωστόσο, οι θέσπιση σωστών στρατηγικών στόχων πρέπει να είναι «έξυπνοι» (smart).

Ο όρος smart προκύπτει από τα αρχικά των λέξεων:

- Specific – Συγκεκριμένοι
- Measurable - Μετρήσιμοι
- Ambitious and Achievable – Επιτεύξιμοι
- Results based – Βασισμένοι σε αποτελέσματα
- Time Bound – Χρονικά προκαθορισμένοι

Σύμφωνα με το "Drexel University" για να μετρήσει κανείς την απόδοση των εργαζομένων πρέπει να:

- Ζητήσει από τους ίδιους τους εργαζόμενους να κάνουν την αυτοεκτίμηση τους.
- Ζητήσει πληροφορίες από κοντινούς συνεργάτες.
- Συγκρίνει το βαθμό δυσκολίας των δραστηριοτήτων
- Κρίνει την πραγματική απόδοση και όχι τις δυνατότητες
- Κρίνει τα επιτεύγματα και όχι την πρόοδο
- Να επιθεωρεί την απόδοση του συνολικού κύκλου ελέγχου
- Να κρίνεται κάθε στόχος ξεχωριστά
- Να είναι ευσυνείδητος

Παγίδες που πρέπει να αποφευχθούν:

- Επιείκεια – Μεροληπτική αξιολόγηση
- «Halo Effect» – κριτική βασισμένη σε ένα μεμονωμένο, θετικό ή αρνητικό γεγονός
- Κεντρική τάση – Βαθμολογία κατά ομάδες και όχι μεμονωμένη
- Εντυπώσεις – Αξιολόγηση επηρεασμένη από εντυπώσεις και όχι συγκεκριμένα αποτελέσματα και συμπεριφορές
- Πρόσφατη Επίδραση – Λανθασμένη αξιολόγηση βασισμένη σε πρόσφατα γεγονότα και όχι ολόκληρης της περιόδου

Επιπλέον απαραίτητη κρίνεται η περειαίρω συζήτηση με το αρμόδιο τμήμα, μετά την λήψη των αποτελεσμάτων της αξιολόγησης. Έτσι θα δοθεί η δυνατότητα σε κάθε τμήμα να αναλύσει τα αποτελέσματα της προηγούμενης περιόδου που οδήγησαν στην προκείμενη αξιολόγηση, ενώ παράλληλα θα τεθούν οι στόχοι της επόμενης περιόδου, καθώς και ο τρόπος με τον οποίο θα πρέπει να επιτευχθούν.

Η αξιολόγηση αποτελεί ένα μέτρο ελέγχου του βαθμού στον οποίο το στέλεχος έχει συμβάλει στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί από τον οργανισμό και τους οποίους οφείλει να επιδιώξει. Με την αξιολόγηση εναρμονίζονται οι ενέργειες του εργαζομένου με τα αποτελέσματα που πρέπει να επιτύχει. Είναι το μέσο εκτίμησης της συμβολής του καθενός στην επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων ενώ παράλληλα δίνει στοιχεία για το επίπεδο των ικανοτήτων του καθενός. Μέσω της αξιολόγησης επίσης, βελτιώνεται η λειτουργία του οργανισμού ή της επιχείρησης, γίνεται επαναπροσδιορισμός των μισθολογικών κλιμακίων ή της ατομικής μισθοδοσίας του προσωπικού, παίρνονται αποφάσεις σχετικά με την τοποθέτηση

του προσωπικού μέσα στην επιχείρηση καθώς και προσδιορίζονται οι ανάγκες εκπαίδευσης και εξειδίκευσης του προσωπικού.

Επιπροσθέτως, προσδιορίζονται τα μειονεκτήματα του προσωπικού, γίνεται αναγνώριση των λαθών κατά τον σχεδιασμό της εργασίας και των προτύπων εργασίας, ενώ παράλληλα προσδιορίζονται και οι εξωτερικοί παράγοντες που ενδεχομένως επηρεάζουν την απόδοση του προσωπικού.

Με την αξιολόγηση ενισχύεται το αίσθημα δικαιοσύνης και αξιοκρατίας μεταξύ των εργαζομένων, ενώ ευνοείται και η συνεχής ανάπτυξη και βελτίωση τους. Υποστηρίζονται οι αποφάσεις και οι πολιτικές του οργανισμού σχετικά με αμοιβές, κίνητρα, προαγωγές, μεταθέσεις και προσλήψεις. Με αυτόν τον τρόπο οι εργαζόμενοι παρακινούνται για υψηλή απόδοση καθώς αυξάνεται το αίσθημα της υπευθυνότητας. Είναι ένα εργαλείο για την άσκηση αποτελεσματικής διοίκησης από τους προϊσταμένους και ενισχύει τα στοιχεία της εταιρικής κουλτούρας της επιχείρησης.

Στη βιβλιογραφία έχουν ήδη γραφτεί πολλά για την αξιολόγηση των εργαζομένων, τις μεθόδους και τους τρόπους με τους οποίους αυτή πραγματοποιείται. Έχει γίνει σαφές ότι για να είναι αποδοτικός και παραγωγικός κάθε εργαζόμενος, άρα και να επιτυγχάνει θετικά αποτελέσματα κατά την αξιολόγηση του, πρέπει να έχει ευεξία και να μην καταβάλλεται από στρες. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο παίζει καθοριστικό ρόλο στην επίτευξη αυτού.

2.4 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΞΟΥΘΕΝΩΣΗ

Στην σύγχρονη εποχή, στην περίπτωση που ο εργαζόμενος δεν βιώνει επαγγελματική ικανοποίηση για μεγάλο χρονικό διάστημα και εκτίθεται σε στρεσογόνες καταστάσεις (π.χ. έλλειψη συνεργασίας ή επικοινωνίας με συναδέλφους ή ανώτερα διοικητικά στελέχη) εμφανίζει το σύνδρομο της *επαγγελματικής εξουθένωσης*.

Συνήθως, οι πολυάσχολοι και υπεύθυνοι εργαζόμενοι παρουσιάζουν συμπτώματα σωματικής εξάντλησης και υπνηλίας, γίνονται ευέξαπτοι, μεροληπτικοί, καχύποπτοι, με αρνητικές στάσεις απέναντι στην εργασία τους και τους πελάτες. Οι εργαζόμενοι που είναι «αφοσιωμένοι» και αναλαμβάνουν μεγάλο όγκο εργασίας, οι «υπερδεδεσμευμένοι» που η ζωή τους δεν τους δίνει ικανοποίηση έξω από την εργασία και οι «αυταρχικοί» που νιώθουν ότι κανείς άλλος πέραν του εαυτού τους δεν μπορεί να κάνει τη δουλειά τους με την ίδια αποτελεσματικότητα, είναι οι περισσότερο επιρρεπείς στο να βιώσουν την επαγγελματική εξουθένωση. Το γεγονός αυτό αποτελεί μεγάλο πλήγμα για τον οργανισμό ή την επιχείρηση, απειλεί σημαντικά την εύρυθμη λειτουργία της και πρέπει να προλαμβάνεται.

Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό, που αξίζει να σημειωθεί, είναι ότι τα άτομα που εμφανίζουν επαγγελματική εξουθένωση συνήθως κρύβουν το πρόβλημά τους επειδή νιώθουν ενοχές και ντροπή για τη συμπεριφορά τους, τη στάση τους και την ψυχοδιανοητική τους κατάσταση (Στασινοπούλου, 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

3.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΈΡΕΥΝΑΣ

Για τη συγκεκριμένη έρευνα χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία της συλλογής και ανάλυσης ποσοτικών στοιχείων μέσω έρευνας πεδίου με χρήση ερωτηματολογίου, η οποία διεξήχθη από τις 12/4/2015 έως τις 26/4/2015. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 28 ερωτήσεις, 23 των οποίων είναι κλειστού τύπου και 5 ανοιχτού τύπου. Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου είναι πολλαπλής επιλογής και διαβαθμισμένης κλίμακας. Οι δύο ανοιχτές απαιτούσαν τη συμπλήρωση κειμένου, ενώ οι υπόλοιπες τρεις αφορούσαν ακέραιο αριθμό μηνυμάτων. Το Ερωτηματολόγιο βασίστηκε σε σύνθεση ερωτηματολογίων προηγούμενων ερευνών ενώ οι ερωτήσεις που περιλαμβάνει προσαρμόστηκαν στις ανάγκες της παρούσας έρευνας.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω του διαδικτύου. Οι συμμετέχοντες, που απαρτίζουν τον πληθυσμό της έρευνας, είναι εργαζόμενοι υπάλληλοι-στελέχη σε οργανισμούς, που χρησιμοποιούν επαγγελματικά το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, στην Ελλάδα. Η δειγματοληπτική μονάδα αποτελείται από τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς που εργάζονται οι συμμετέχοντες. Αρχικά, το Ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε στο προσωπικό δίκτυο επαγγελματιών και στελεχών που εργάζονται σε οργανισμούς, έγινε αποστολή του συνδέσμου της έρευνας σε λίστα επαγγελματικών email, ενώ ήταν καθοριστική και η συμβολή της μετάδοσης από στόμα σε στόμα (word of mouth). Η έρευνα, έτσι, στηρίζεται σε δείγμα μη πιθανότητας, συγκεκριμένα σε Συμβατικό Δείγμα. Το μέγεθος των τελικών απαντήσεων είναι αρκετά ενθαρρυντικό, δεδομένου και του ενδιαφέροντος που έδειξαν οι συμμετέχοντες για τη συμμετοχή τους και τη συμβολή τους στην παρούσα έρευνα.

Το ερωτηματολόγιο βρίσκεται είναι αναρτημένο στην παρακάτω ηλεκτρονική διεύθυνση: <https://docs.google.com/forms/d/1Byu7tBFBI1sdkQScnc9FpAvS09iXTsFZCitmaV-8AGM/viewform>

Στο πρώτο τμήμα του ερωτηματολογίου γίνεται συλλογή βασικών δημογραφικών στοιχείων των ερωτώμενων και του χώρου στον οποίο δραστηριοποιούνται. Πιο συγκεκριμένα γίνεται συγκέντρωση πληροφοριών για:

1. Την ηλικία
2. Το φύλο
3. Τον τομέα που δραστηριοποιούνται και
4. Τον κλάδο στον οποίο ανήκει ο οργανισμός στον οποίο εργάζονται

Στο δεύτερο και κύριο μέρος του ερωτηματολογίου γίνεται συλλογή πληροφοριών σχετικά με την εμπειρία που βιώνουν οι συμμετέχοντες ως χρήστες επαγγελματικής ηλεκτρονικής αλληλογραφίας. Οι τομείς που εξετάζονται είναι:

1. Η διαχείριση του χρόνου τους (time management) σχετικά με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο
2. Η γενικότερη ευεξία που τους προσφέρεται από την εργασία
3. Ο όγκος δουλειάς που προκύπτει από τα emails
4. Η σχέση τους με την ευεξία που προσφέρει η επαφή με το φυσικό περιβάλλον
5. Η άποψη που έχουν για την σημασία που έχουν τα emails στην επαγγελματική τους επικοινωνία
6. Τα σύνορα μεταξύ των επαγγελματικών υποχρεώσεων και της προσωπικής ζωής
7. Τη σχέση τους με τις τεχνολογικές συσκευές (που παρέχουν την δυνατότητα ανάγνωσης του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου)
8. Το αν γνωρίζουν την ύπαρξη του “*Email Overload*” και σε ποιο βαθμό θεωρούν οι ίδιοι ότι το βιώνουν

Τέλος, δόθηκε η δυνατότητα στους συμμετέχοντες, να συμπληρώσουν το προσωπικό τους λογαριασμό email, προκειμένου να ενημερωθούν για τα τελικά αποτελέσματα-ευρήματα της παρούσας έρευνας, ενώ επιπλέον υπήρχε η δυνατότητα να προσφέρουν τη δική τους άποψη και τη δικιά τους ανατροφοδότηση (feedback) σχετικά με το ερωτηματολόγιο και την έρευνα που συμμετείχαν.

Η ανάλυση των δεδομένων έγινε με το στατιστικό πρόγραμμα **SPSS 17.0**. Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε στην online πλατφόρμα **Google Drive** (Forms).

Έλεγχος Αντιπροσωπευτικότητας Τελικού Δείγματος

Για τον έλεγχο της αντιπροσωπευτικότητας των δεδομένων επιλέξαμε την μεταβλητή που αφορά τον εβδομαδιαίο όγκο ηλεκτρονικών μηνυμάτων που λαμβάνουν οι συμμετέχοντες εργαζόμενοι. Η υπόθεσή μας είναι:

H0: $\mu = \mu_0$ Ο μέσος όρος του δείγματος είναι ίσος με τον πληθυσμιακό

H1: $\mu \neq \mu_0$ Ο μέσος όρος του δείγματος διαφέρει από τον πληθυσμιακό

$\mu_0 = 174$

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Είστε διακοπές για μια εβδομάδα. Πόσα μηνύματα περιμένετε να βρείτε αδιάβαστα όταν επιστρέψετε στη δουλειά?	135	173,82	366,941	31,581

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1

One-Sample Test

	Test Value = 174					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Είστε διακοπές για μια εβδομάδα. Πόσα μηνύματα περιμένετε να βρείτε αδιάβαστα όταν επιστρέψετε στη δουλειά?	-,006	134	,996	-,178	-62,64	62,28

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2

Επιθυμούμε να ελέγξουμε αν τα μέσα εβδομαδιαία μηνύματα του πληθυσμού από τον οποίο προέρχεται το παραπάνω δείγμα είναι ίσο με $\mu_0 = 174$.

Το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι ορισμένο στο 0,05 ή 5% (διάστημα εμπιστοσύνης 95%). Ο έλεγχος διεξήχθη με t-test. Το p-value είναι ίσο με 0,0996 (βλέπε ΠΙΝΑΚΑ 3.2). Έτσι μπορούμε να πούμε ότι η πιθανότητα να εμφανιστεί το παραπάνω δείγμα ενώ $\mu=174$ είναι 0,996. Επομένως δεν μπορούμε να απορρίψουμε την $H_0: \mu=\mu_0=174$ σε επίπεδο σημαντικότητας 5% διότι το p-value είναι 0,996 και είναι μεγαλύτερο από 0,05.

3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

3.2.1 Δημογραφικά Στοιχεία

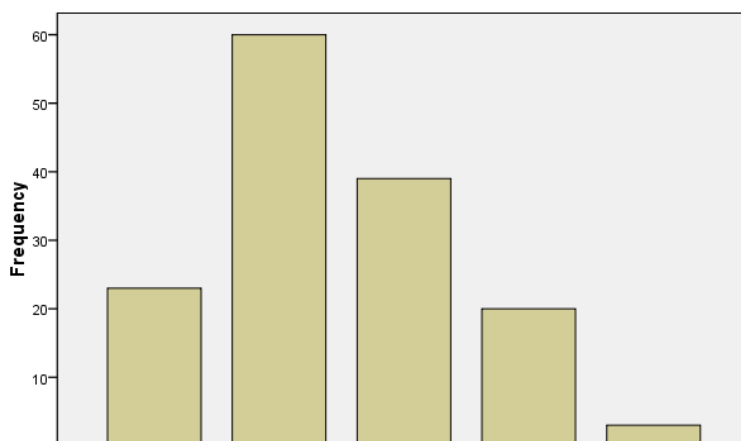
1. Ηλικία

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3
ΗΛΙΚΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15-25	23	15,9	15,9	15,9
26-35	60	41,4	41,4	57,2
36-45	39	26,9	26,9	84,1
46-55	20	13,8	13,8	97,9
56-65	3	2,1	2,1	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Το σύνολο των 145 ερωτηθέντων αποτελείται από εργαζόμενους κάθε ηλικίας. Είναι σαφώς υψηλότερα τα ποσοστά του 2^{ου} (41,4%) και 3^{ου} (26,9%) γκρουπ, που περιλαμβάνει τις ηλικίες από 26 έως 45. Αυτό φανερώνει την μεγαλύτερη εξοικείωση που έχουν αυτά τα δύο ηλικιακά γκρουπ με τη χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3).

1. Η ηλικία σας



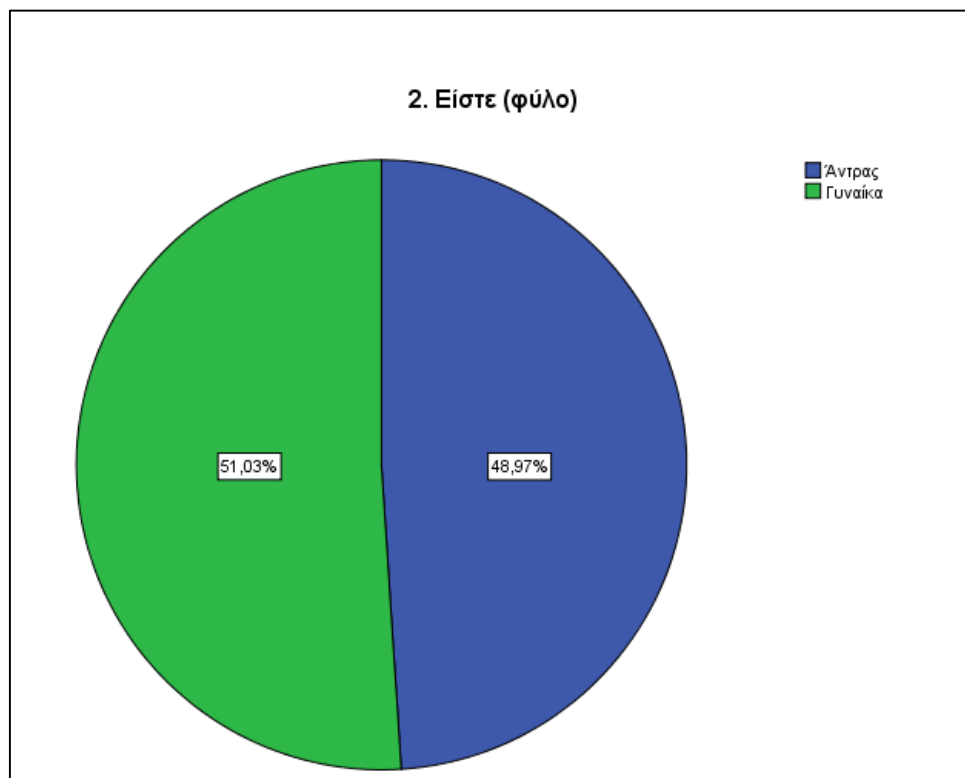
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1

2.Φύλο

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4
ΦΥΛΟ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Άντρας	71	49,0	49,0	49,0
Γυναίκα	74	51,0	51,0	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Οι συμμετέχοντες συμβαίνει να είναι σχεδόν ισόποσα μοιρασμένοι. Το δείγμα αποτελείται από 71 άντρες και 74 γυναίκες (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4). Αυτό δείχνει την ισχυρή και ακλόνητη πλέον ύπαρξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο. Εργάζονται, αναλαμβάνουν ευθύνες και συμμετέχουν πλέον σε όλα τα εργασιακά δρώμενα σε παρόμοιο βαθμό με αυτό των αντρών. Επίσης φαίνεται το κοινό ενδιαφέρον των δύο φύλων για συμμετοχή στην έρευνα.

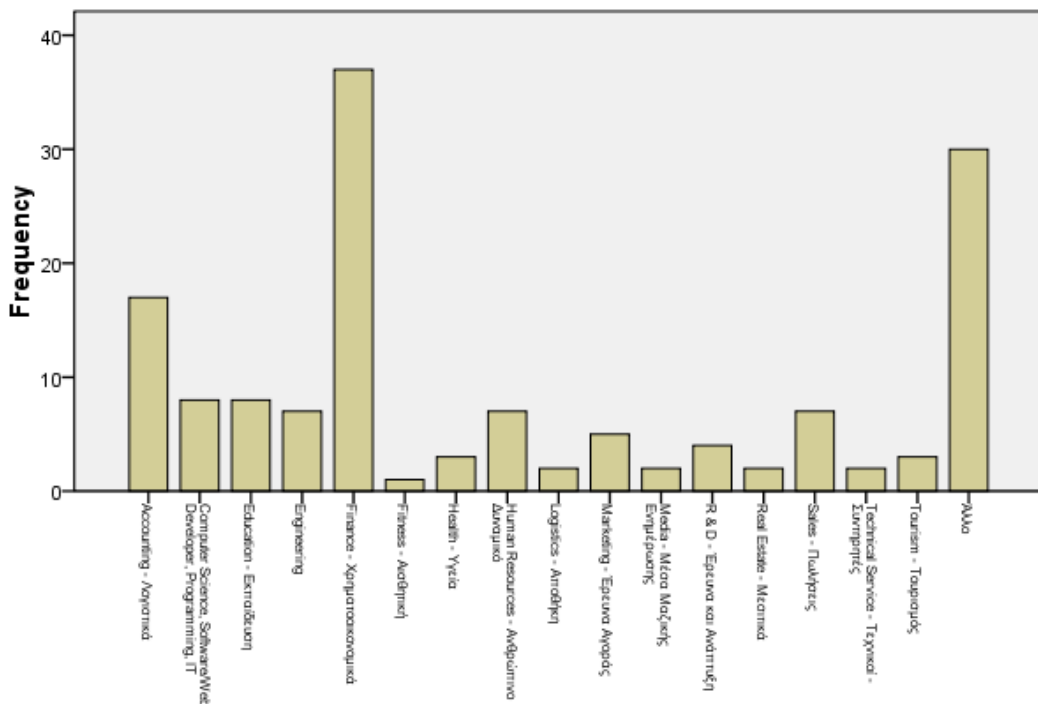


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2

3. Τομέας δραστηριοτήτων

Από το ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3 φαίνεται ότι μεγαλύτερη συμμετοχή στο δείγμα υπάρχει από ανθρώπους των χρηματοοικονομικών (25,5%), ενώ τη δεύτερη μεγαλύτερη συμμετοχή πραγματοποίησαν εργαζόμενοι του χώρου της λογιστικής (11,7%). Τα ποσοστά των υπολοίπων κλάδων δεν παρουσιάζουν μεγάλες διαφορές και αυτό είναι πολύ θετικό για τα προκείμενα συμπεράσματα της έρευνας. Η συμμετοχή όλων των τομέων βοηθάει να σχηματιστεί μια πιο σφαιρική εικόνα του θέματος.

3. Τομέας που δραστηριοποιείστε?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3

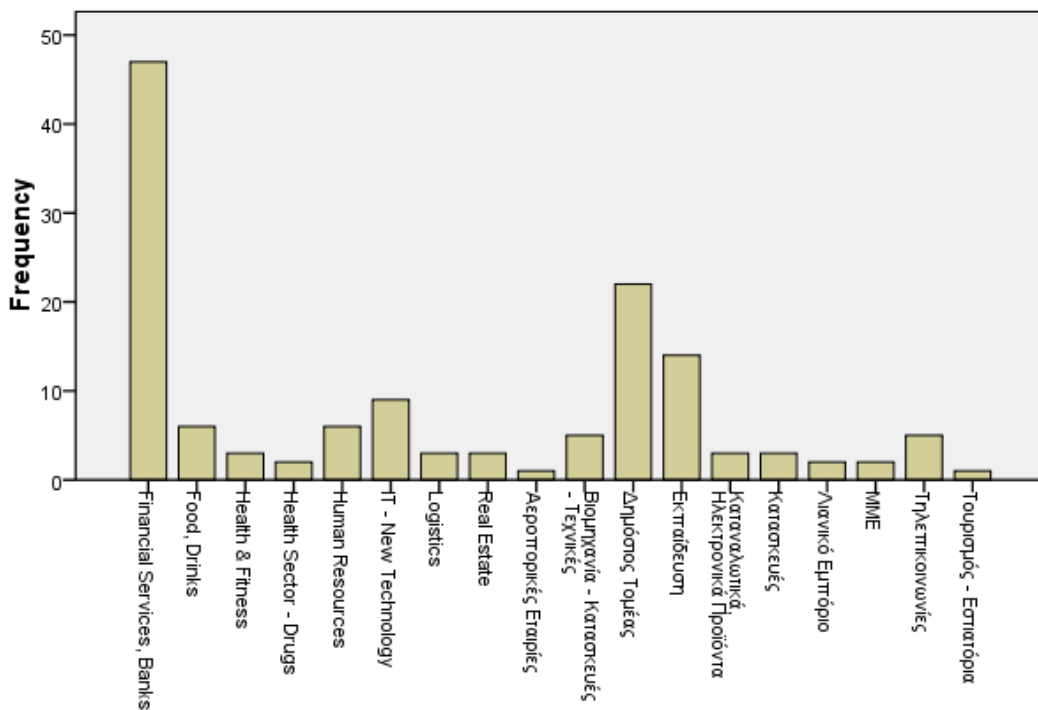
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5
ΤΟΜΕΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Accounting - Λογιστικά	17	11,7	11,7	11,7
Computer Science, Software/Web Developer, Programming, IT	8	5,5	5,5	17,2
Education - Εκπαίδευση	8	5,5	5,5	22,8
Engineering	7	4,8	4,8	27,6
Finance - Χρηματοοικονομικά	37	25,5	25,5	53,1
Fitness - Αισθητική	1	,7	,7	53,8
Health - Υγεία	3	2,1	2,1	55,9
Human Resources - Ανθρώπινο Δυναμικό	7	4,8	4,8	60,7
Logistics - Αποθήκη	2	1,4	1,4	62,1
Marketing - Έρευνα Αγοράς	5	3,4	3,4	65,5
Media - Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης	2	1,4	1,4	66,9
R & D - Έρευνα και Ανάπτυξη	4	2,8	2,8	69,7
Real Estate - Μεσιτικά	2	1,4	1,4	71,0
Sales - Πωλήσεις	7	4,8	4,8	75,9
Technical Service - Τεχνικοί - Συντηρητές	2	1,4	1,4	77,2
Tourism - Τουρισμός	3	2,1	2,1	79,3
Άλλο	30	20,7	20,7	100,0
Total	145	100,0	100,0	

4. Κλάδος στον οποίο δραστηριοποιούνται οι οργανισμοί των ερωτηθέντων

Παρατηρείται (ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.4) ότι ο κλάδος των οικονομικών επιχειρήσεων και των τραπεζών, λαμβάνει μεγάλο κομμάτι του δείγματός μας, ίσο με 32,4%. Ακολουθούν ο δημόσιος τομέας με 15,2% και ο τομέας της εκπαίδευσης με ποσοστό 9,7%. Τα ποσοστά συμμετοχής των υπολοίπων κλάδων παρουσιάζουν μικρότερη διαφορά μεταξύ τους, ωστόσο είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι στην έρευνά μας συμμετείχαν εργαζόμενοι που οι οργανισμοί τους δραστηριοποιούνται σε πολλούς και διαφορετικούς κλάδους.

4. Κλάδος του Οργανισμού σας?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.4

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6
ΚΛΑΔΟΣ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Financial Services, Banks	47	32,4	34,3	34,3
	Food, Drinks	6	4,1	4,4	38,7
	Health & Fitness	3	2,1	2,2	40,9
	Health Sector - Drugs	2	1,4	1,5	42,3
	Human Resources	6	4,1	4,4	46,7
	IT - New Technology	9	6,2	6,6	53,3
	Logistics	3	2,1	2,2	55,5
	Real Estate	3	2,1	2,2	57,7
	Αεροπορικές Εταιρίες	1	,7	,7	58,4
	Βιομηχανία - Κατασκευές - Τεχνικές	5	3,4	3,6	62,0
	Δημόσιος Τομέας	22	15,2	16,1	78,1
	Εκπαίδευση	14	9,7	10,2	88,3
	Καταναλωτικά, Ηλεκτρονικά Προϊόντα	3	2,1	2,2	90,5
	Κατασκευές	3	2,1	2,2	92,7
	Λιανικό Εμπόριο	2	1,4	1,5	94,2
	MME	2	1,4	1,5	95,6
	Τηλεπικοινωνίες	5	3,4	3,6	99,3
	Τουρισμός - Εστιατόρια	1	,7	,7	100,0
	Total	137	94,5	100,0	
Missing*	System	8	5,5		
Total		145	100,0		

*Missing: Αναφέρεται στον όρο "Missing Value" και αποτελεί τον αριθμό των αριθμό των μη αποδεκτών απαντήσεων στην ερώτηση από τους ερωτηθέντες

3.2.2 Διαχείριση Χρόνου σχετικά με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο

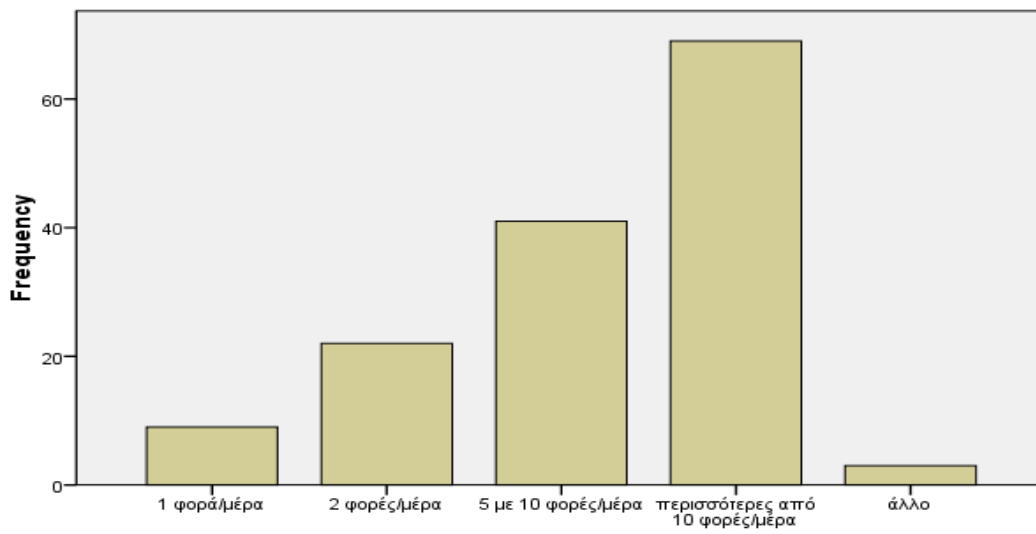
1. Συχνότητα επίσκεψης λογαριασμού email

Από τους ερωτηθέντες το 47,6% δηλώνει ότι επισκέπτεται το λογαριασμό του περισσότερες από 10 φορές μέσα σε μια μέρα (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7). Με άλλα λόγια, σχεδόν ένας στους 2 ελέγχει το λογαριασμό του πολύ συχνά και πολλές φορές μέσα στη μέρα. Μόλις το 21,4% περιορίζεται στο να ελέγχει το e-mail του λιγότερες από 2 φορές την ημέρα. Τα ποσοστά αυτά επιβεβαιώνουν τον σημαντικό ρόλο που παίζει το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στις ζωές των εργαζομένων, εφόσον είναι ένα μέρος το οποίο επισκέπτονται συνεχώς μέσα στη μέρα τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 φορά/μέρα	9	6,2	6,3	6,3
	2 φορές/μέρα	22	15,2	15,3	21,5
	5 με 10 φορές/μέρα	41	28,3	28,5	50,0
	περισσότερες από 10 φορές/μέρα	69	47,6	47,9	97,9
	άλλο	3	2,1	2,1	100,0
	Total		144	99,3	100,0
Missing	System	1	,7		
Total		145	100,0		

5. Πόσο συχνά επισκέπτεστε το λογαριασμό mail σας?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.5

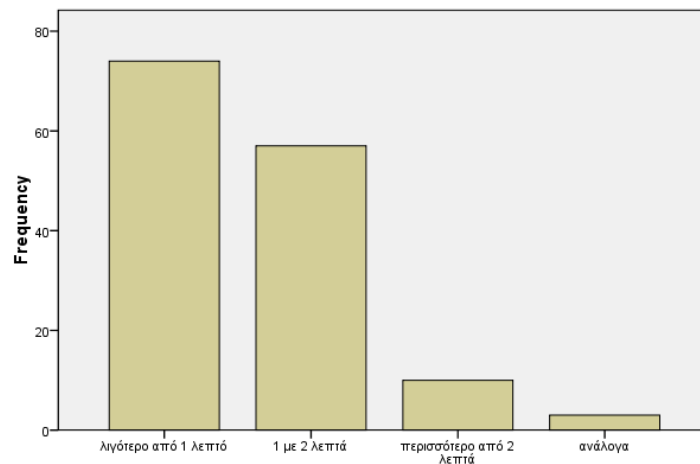
2. Μέσος χρόνος ανάγνωσης ενός email

Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (51%), δήλωσαν ότι χρειάζονται λιγότερο από 1 λεπτό για την ανάγνωση ενός μηνύματος. Το δεύτερο μεγαλύτερο κομμάτι (39,3%) δήλωσε ότι χρειάζεται 1 με 2 λεπτά για την ανάγνωση ενός μηνύματος, ενώ αντίστοιχα, μόλις το 6,9% δήλωσε ότι του παίρνει περισσότερο από 2 λεπτά η ανάγνωση ενός μηνύματος. Επιπλέον αναφέρουμε ότι υπήρχε και ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 2,1% που απάντησε ότι ο χρόνος ανάγνωσης ενός μηνύματος εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως η έκταση και η πολυπλοκότητα της πληροφορίας (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8
ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΑΝΑΓΝΩΣΗΣ ΕΝΟΣ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	λιγότερο από 1 λεπτό	74	51,0	51,4	51,4
	1 με 2 λεπτά	57	39,3	39,6	91,0
	περισσότερο από 2 λεπτά	10	6,9	6,9	97,9
	ανάλογα	3	2,1	2,1	100,0
	Total	144	99,3	100,0	
Missing	System	1	,7		
Total		145	100,0		

6. Πόσος χρόνος, κατά μέσο όρο, θεωρείτε σας χρειάζεται για την ανάγνωση ενός mail?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.6

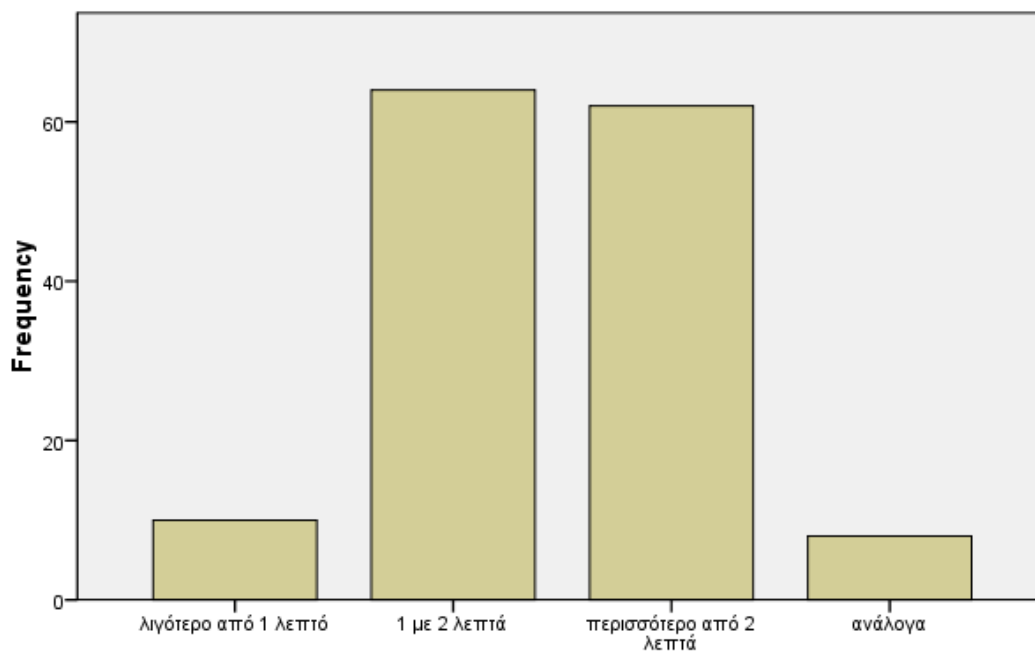
3. Μέσος χρόνος απάντησης σε ένα email

Ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων (44,4%), απάντησε ότι χρειάζεται 1 με 2 λεπτά για την αποστολή της απάντησης σε ένα μήνυμα. Ένα αντίστοιχα μεγάλο ποσοστό (43,1%), ωστόσο, απάντησε ότι χρειάζεται περισσότερο από 2 λεπτά για να συντάξει την απάντηση που απαιτεί ένα εισερχόμενο μήνυμα (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9). Αυτό δείχνει ότι, για κάθε ένα email που απαιτεί απάντηση από τον εργαζόμενο, απαιτείται τουλάχιστον ένα λεπτό, ή περισσότερο, από τον χρόνο του για την σύνθεση της απάντησης του. Δεδομένου του μεγάλου αριθμού των ημερησίων εισερχομένων μηνυμάτων, συμπεραίνεται ότι απαιτείται σημαντικό κομμάτι του εργασιακού ωραρίου.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9
ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ ΣΕ ΕΝΑ ΜΗΝΥΜΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	λιγότερο από 1 λεπτό	10	6,9	6,9	6,9
	1 με 2 λεπτά	64	44,1	44,4	51,4
	περισσότερο από 2 λεπτά	62	42,8	43,1	94,4
	ανάλογα	8	5,5	5,6	100,0
	Total	144	99,3	100,0	
Missing	System	1	,7		
Total		145	100,0		

7. Πόσος χρόνος, κατά μέσο όρο, θεωρείτε σας χρειάζεται για να απαντήσετε σε ένα mail?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.7

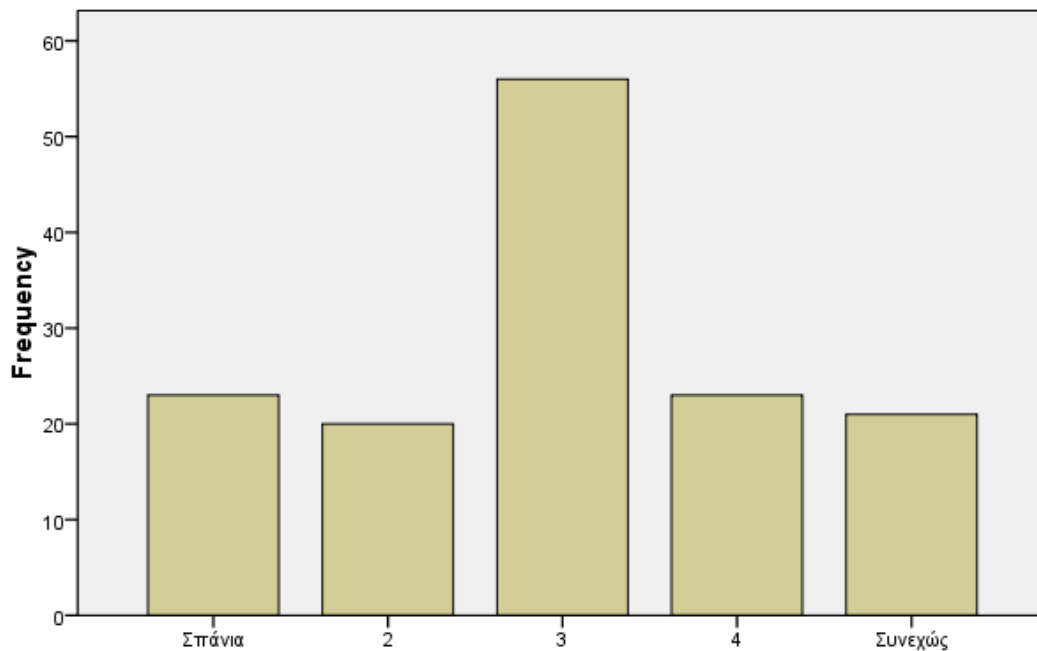
4. Συχνότητα διακοπής διαχείρισης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από άλλες εργασίες

Οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην συγκεκριμένη ερώτηση δεν φανερώνουν μια ξεκάθαρη τάση (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.10). Κάποιοι διακόπτονται συνεχώς από την εμφάνιση νέων εργασιών, κάποιοι άλλοι όχι. Κάποιοι διακόπτονται συχνά, κάποιοι σπάνια.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.10
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΔΙΑΚΟΠΗΣ MAIL MANAGEMENT ΑΠΟ ΑΛΛΕΣ
ΕΡΓΑΣΙΕΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Σπάνια	23	15,9	16,1	16,1
	2	20	13,8	14,0	30,1
	3	56	38,6	39,2	69,2
	4	23	15,9	16,1	85,3
	Συνεχώς	21	14,5	14,7	100,0
	Total	143	98,6	100,0	
Missing	System	2	1,4		
Total		145	100,0		

8. Πόσο συχνά διακόπτετε το mail management με άλλα tasks?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.8

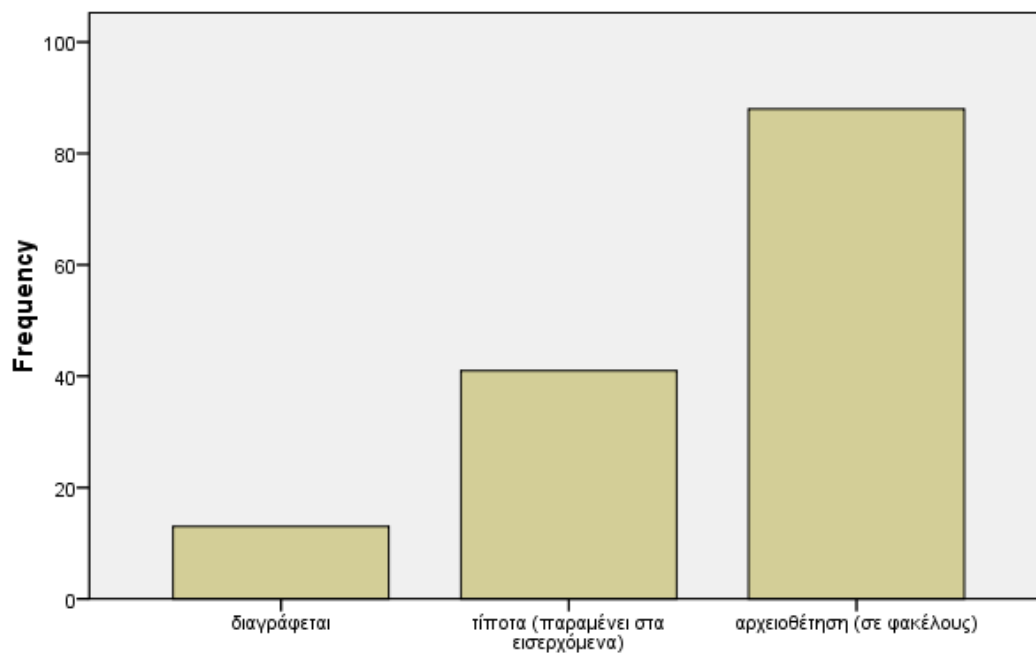
5. Διαχείριση αναγνωσμένων μηνυμάτων

Το ποσοστό που διαγράφει τα εισερχόμενα μηνύματα του μετά την ανάγνωση είναι αρκετά μικρό (9%). Σχεδόν 2 στους 3 ερωτηθέντες (62%), μετά την ανάγνωση ενός μηνύματος, το ταξινομούν σε κάποιο φάκελο, διατηρώντας ένα σύστημα αρχειοθέτησης, ενώ 1 στους 3 (28,9%) δεν πραγματοποιεί καμία μετακίνηση στο μήνυμα (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11). Συνεχίζει να παραμένει στον φάκελο των εισερχομένων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11
ΔΡΑΣΗ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΣΗ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαγράφεται	13	9,0	9,2	9,2
	τίποτα (παραμένει στα εισερχόμενα)	41	28,3	28,9	38,0
	αρχειοθέτηση (σε φακέλους)	88	60,7	62,0	100,0
	Total	142	97,9	100,0	
Missing	System	3	2,1		
Total		145	100,0		

22. Τι κάνετε αφού διαβάσετε ένα mail?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.9

3.2.3 Ευεξία που προσφέρεται από την εργασία

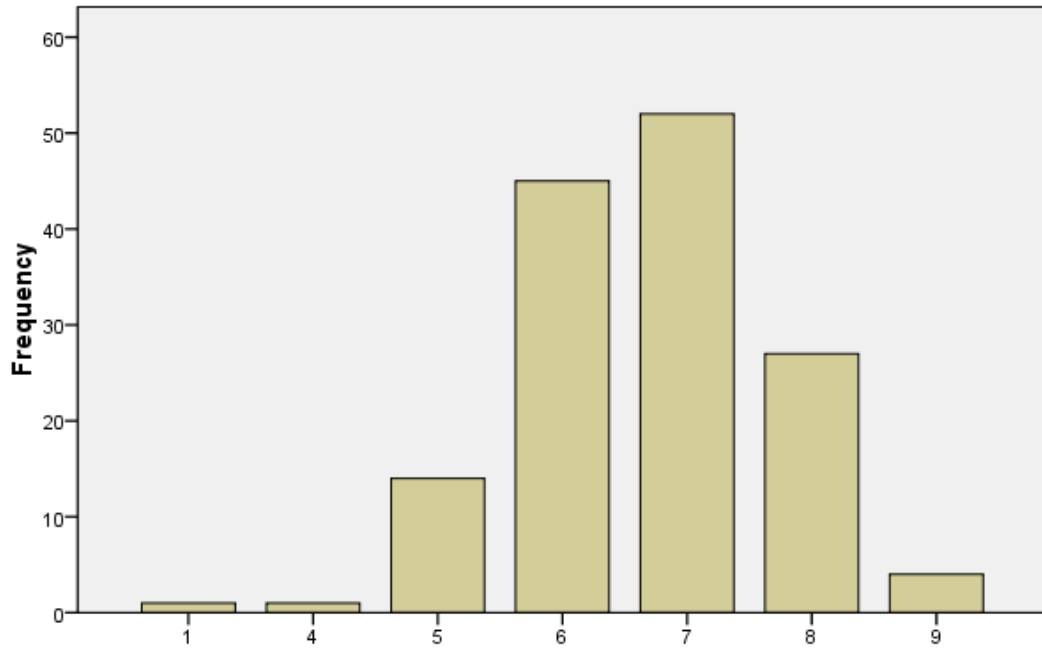
1. Ώρες ανάπαυσης

Αν και η κατάλληλη διάρκεια (ώρες) ύπνου διαφέρει από άνθρωπο σε άνθρωπο, εφόσον εξαρτάται από παράγοντες όπως η φυσική κατάσταση, η διατροφή, και άλλους, τα ευρήματα της έρευνας είναι αρκετά ενθαρρυντικά. Παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων αναπαύεται αρκετές ώρες κάθε μέρα. Το γεγονός αυτό συμβάλει θετικά στην διατήρηση της ευεξίας τους (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.12).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.12
ΩΡΕΣ ΑΝΑΠΑΥΣΗΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,7	,7	,7
	4	1	,7	,7	1,4
	5	14	9,7	9,7	11,1
	6	45	31,0	31,3	42,4
	7	52	35,9	36,1	78,5
	8	27	18,6	18,8	97,2
	9	4	2,8	2,8	100,0
	Total	144	99,3	100,0	
Missing	System	1	,7		
Total		145	100,0		

9. Πόσες ώρες κοιμάστε κατά μέσο όρο, την ημέρα?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.10

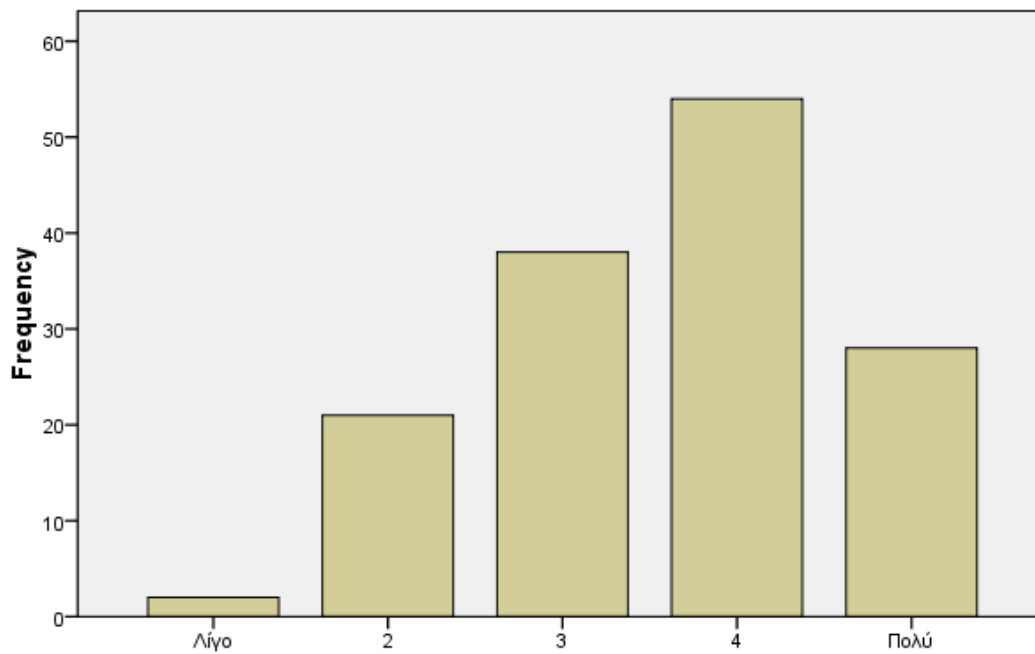
2. Βαθμός επικοινωνίας με συναδέλφους

Επίσης ενθαρρυντικά είναι τα συναισθήματα των ερωτηθέντων, σχετικά με την συναδελφική επικοινωνία. Το μεγαλύτερο ποσοστό (84%), των εργαζομένων που συμμετείχαν στην έρευνα, αισθάνεται ότι επικοινωνεί σε αρκετά ικανοποιητικό βαθμό με τους συναδέλφους του (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.13). Το γεγονός αυτό σημαίνει αυξημένη παραγωγικότητα για τις επιχειρήσεις σύμφωνα με τον (Yildirim, 2014).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.13
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕ ΣΥΝΑΔΕΛΦΟΥΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Λίγο	2	1,4	1,4	1,4
	2	21	14,5	14,7	16,1
	3	38	26,2	26,6	42,7
	4	54	37,2	37,8	80,4
	Πολύ	28	19,3	19,6	100,0
	Total	143	98,6	100,0	
Missing	System	2	1,4		
Total		145	100,0		

10. Θεωρείτε ότι βρίσκεστε και επικοινωνείτε με τους συναδέλφους σας...



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.11

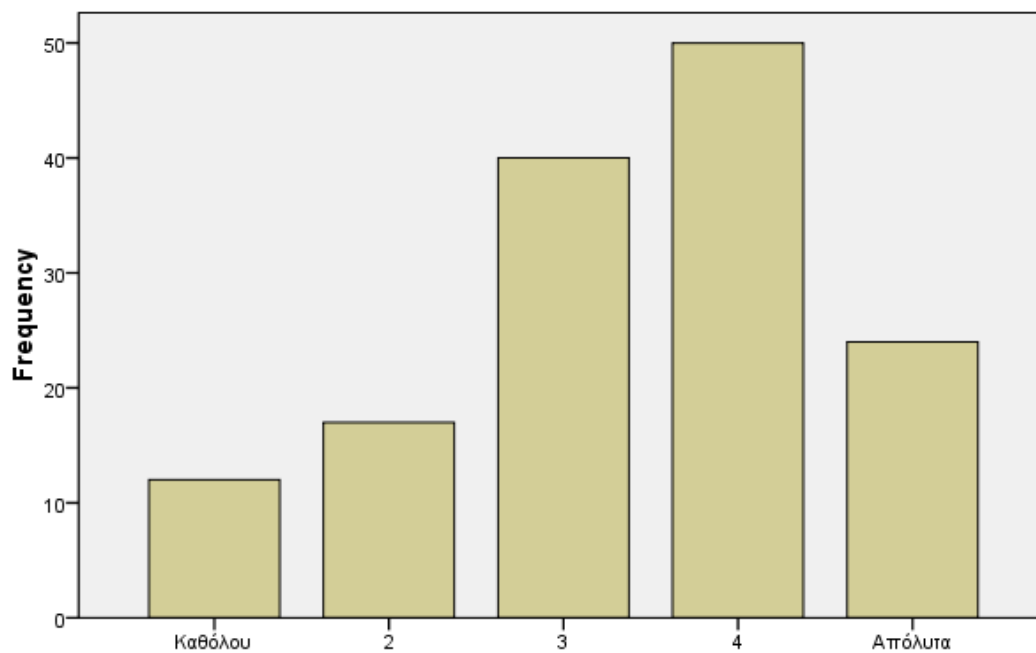
3. Βαθμός συμπλήρωσης από την εργασία

Αντιστοίχως ευχάριστο είναι το γεγονός ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα δηλώνουν αρκετά ικανοποιημένοι από την φύση της εργασίας τους. Τα ποσοστά ικανοποίησης είναι αρκετά υψηλά εφόσον οι περισσότεροι ερωτηθέντες απάντησαν ότι η εργασία τους συμπληρώνει σχεδόν απόλυτα. Αντιθέτως μόλις 1 στους 5 δηλώνει καθόλου ή σχεδόν καθόλου ικανοποίηση από την εργασία του (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.14).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.14
ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΑΠΟ ΕΡΓΑΣΙΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	12	8,3	8,4	8,4
	2	17	11,7	11,9	20,3
	3	40	27,6	28,0	48,3
	4	50	34,5	35,0	83,2
	Απόλυτα	24	16,6	16,8	100,0
	Total	143	98,6	100,0	
Missing	System	2	1,4		
Total		145	100,0		

11. Η δουλειά σας νιώθετε ότι σας συμπληρώνει...



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.12

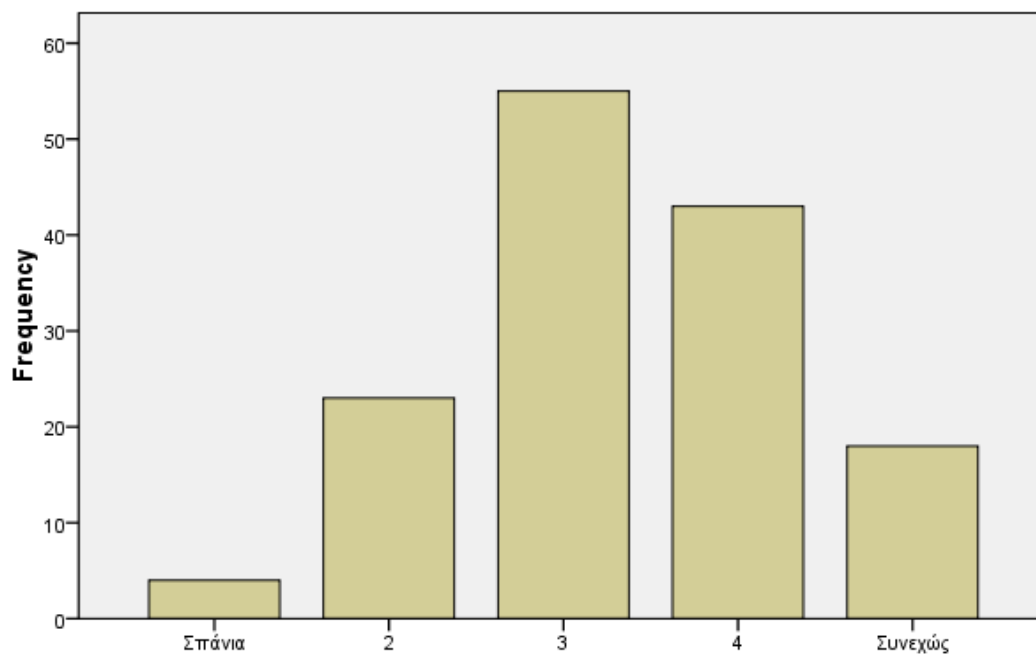
4. Βαθμός κόπωσης

Προηγουμένως, οι συμμετέχοντες είχαν δηλώσει γενικά μια ικανοποιητική ποσότητα (ώρες) ανάπαυσης. Τα στατιστικά, ωστόσο, σε αυτό το σημείο προκαλούν αμφισβητήσεις για την ποιότητα του ύπνου τους. Παρατηρείται μια συγκέντρωση απαντήσεων πιο κοντά στην συνεχή κόπωση (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.15). Αυτό μας δείχνει ότι ο χρόνος ανάπαυσης δεν είναι αρκετός για τους εργαζόμενους. Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή, αφενός μεν στην διαχείριση χρόνου μέσα στην ημέρα, αφετέρου δε στην βελτίωση και διατήρηση μιας καλύτερης φυσικής κατάστασης. Οι δύο αυτοί παράγοντες θα ενισχύσουν την αντοχή, κατ' επέκταση και την ευεξία των εργαζομένων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.15
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΙΣΘΗΜΑΤΟΣ ΚΟΠΩΣΗΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Σπάνια	4	2,8	2,8	2,8
	2	23	15,9	16,1	18,9
	3	55	37,9	38,5	57,3
	4	43	29,7	30,1	87,4
	Συνεχώς	18	12,4	12,6	100,0
	Total	143	98,6	100,0	
Missing	System	2	1,4		
Total		145	100,0		

12. Νοιώθετε κουρασμένοι...



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.13

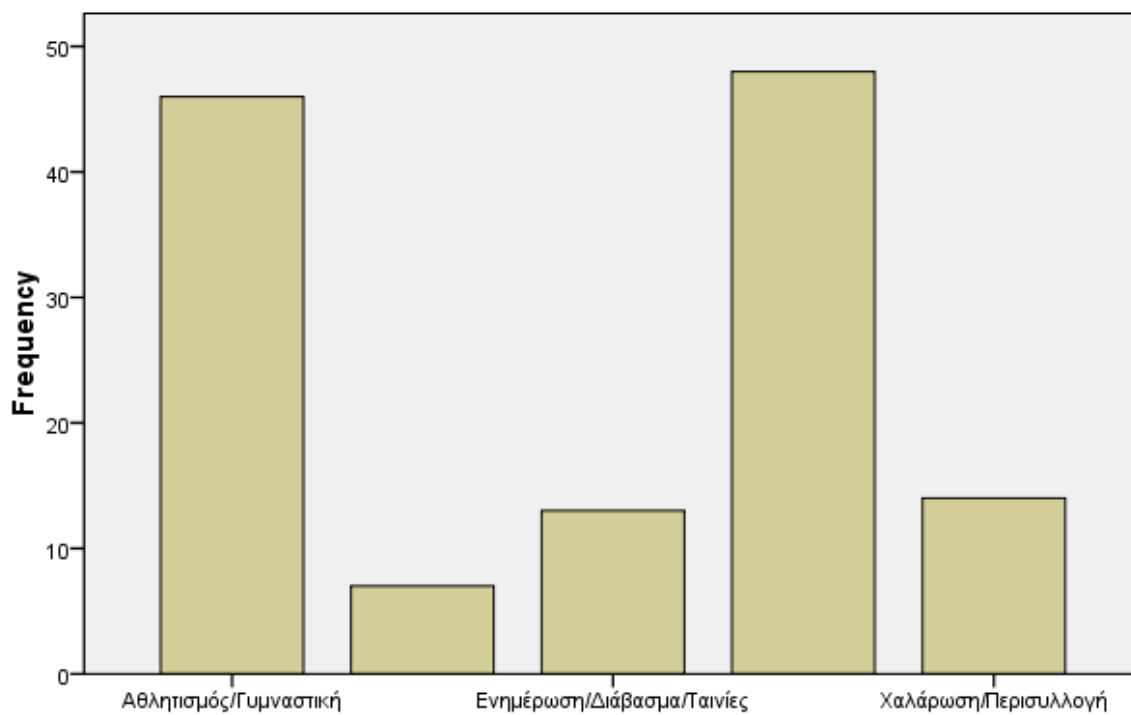
5. Αγαπημένη δραστηριότητα των εργαζομένων

Σε συνέχεια με την προηγούμενη παρατήρηση, είναι ευχάριστο το γεγονός ότι ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων (31,7%) απολαμβάνει τον αθλητισμό και την γυμναστική (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.16). Αυτό συμβάλει πολύ θετικά στα συνολικά επίπεδα ευεξίας τους. Επιπλέον, παρατηρούμε ότι οι ερωτηθέντες ελκύονται από τις κοινωνικές δραστηριότητες. Τους αρέσει να έρχονται σε επαφή με άλλους ανθρώπους και να αλληλοεπιδρούν, ακόμη και εκτός εργασιακού περιβάλλοντος. Λιγότεροι είναι εκείνοι που προτιμούν την χαλάρωση, την περισυλλογή και την ενημέρωση, από τις υπόλοιπες δραστηριότητες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.16
ΑΓΑΠΗΜΕΝΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αθλητισμός/Γυμναστική	46	31,7	35,9	35,9
	Άλλο	7	4,8	5,5	41,4
	Ενημέρωση/Διάβασμα/Ταινίες	13	9,0	10,2	51,6
	Κοινωνικές Δραστηριότητες	48	33,1	37,5	89,1
	Χαλάρωση/Περισυλλογή	14	9,7	10,9	100,0
	Total		128	88,3	100,0
Missing	System	17	11,7		
Total		145	100,0		

13. Ποια είναι η αγαπημένη σας δραστηριότητα μέσα στη βδομάδα?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.14

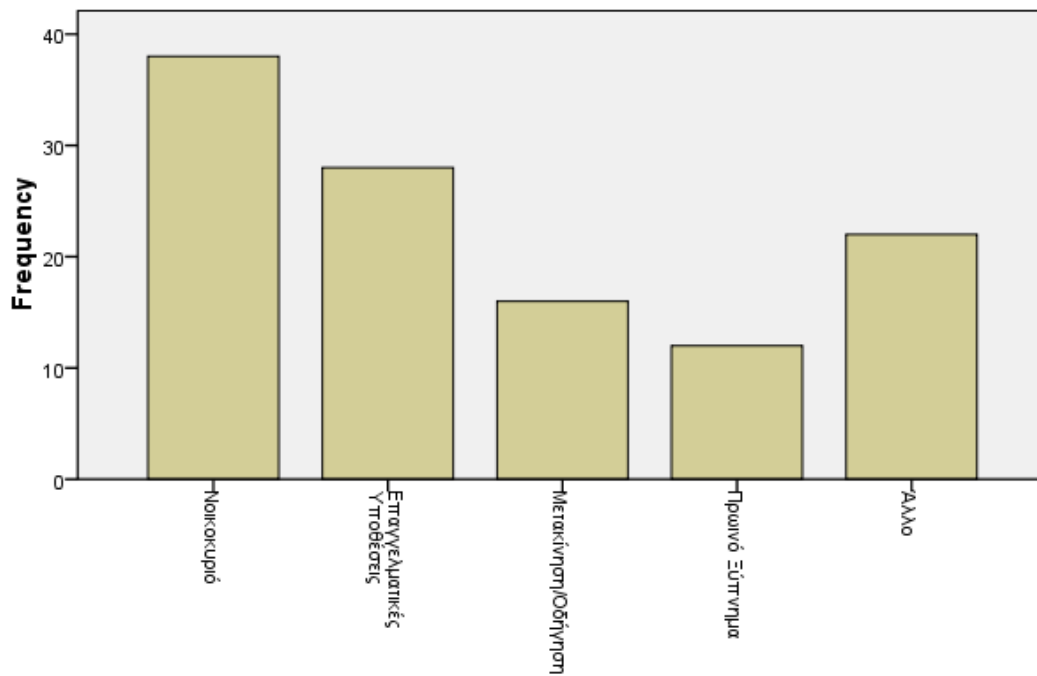
6. Δυσάρεστη δραστηριότητα των εργαζομένων

Σύμφωνα με τον ΠΙΝΑΚΑ 3.17 που ακολουθεί, οι πιο δυσάρεστες δραστηριότητες της εβδομάδας για τους συμμετέχοντες φαίνονται να είναι ιεραρχικά: το νοικοκυριό, οι δύσκολες εργασιακές υποθέσεις, η δυσκολία στη μετακίνηση και το πρωινό ξύπνημα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.17
ΠΙΟ ΔΥΣΑΡΕΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Νοικοκυριό	38	26,2	32,8	32,8
	Επαγγελματικές Υποθέσεις	28	19,3	24,1	56,9
	Μετακίνηση/Οδήγηση	16	11,0	13,8	70,7
	Πρωινό Ξύπνημα	12	8,3	10,3	81,0
	Άλλο	22	15,2	19,0	100,0
	Total		116	80,0	100,0
Missing	System	29	20,0		
Total		145	100,0		

14. Ποια είναι η πιο δυσάρεστη δραστηριότητα μέσα στη βδομάδα?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.15

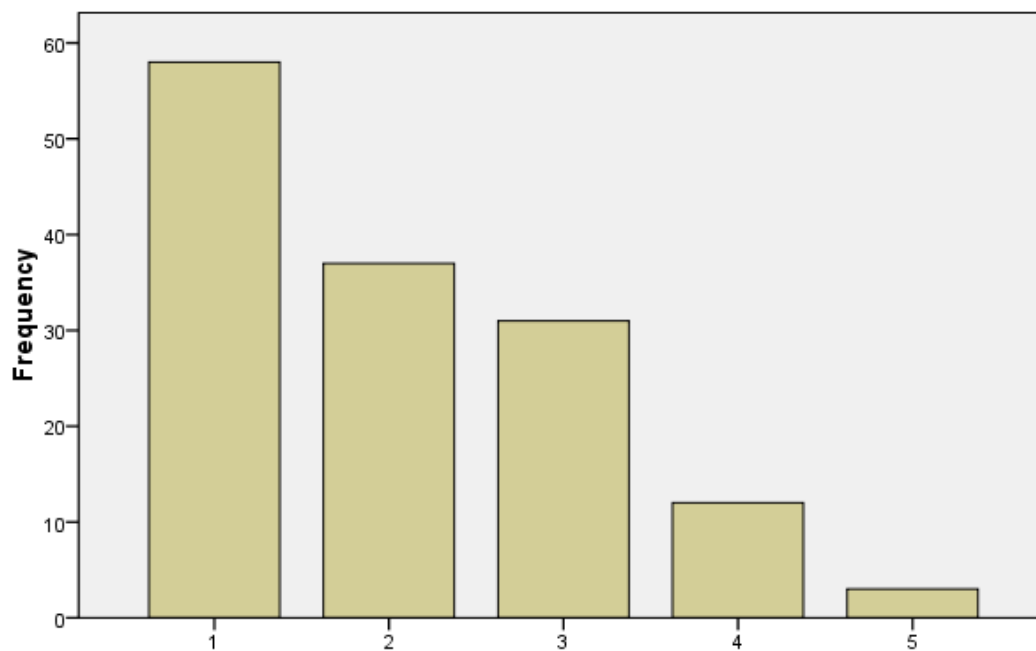
7. Επίπεδα άγχους που οφείλονται στα email

Οι εργαζόμενοι δείχνουν να μην αγχώνονται από την επαγγελματική ηλεκτρονική αλληλογραφία. Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών (41,1%), δεν δείχνει να επηρεάζεται καθόλου, ενώ μόλις 1 στους 10 (10,6%) δηλώνει ότι βιώνει συμπτώματα άγχους και στρες που οφείλονται στην ηλεκτρονική αλληλογραφία (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.18).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.18
ΕΠΙΠΕΔΑ ΑΓΧΟΥΣ ΑΠΟ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	58	40,0	41,1	41,1
	2	37	25,5	26,2	67,4
	3	31	21,4	22,0	89,4
	4	12	8,3	8,5	97,9
	5	3	2,1	2,1	100,0
	Total	141	97,2	100,0	
Missing	System	4	2,8		
Total		145	100,0		

20. Τα emails σας αγχώνουν?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.16

3.2.4 Όγκος εργασίας που προκύπτει από τα email

1. Πλήθος εισερχομένων μηνυμάτων

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.19
ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

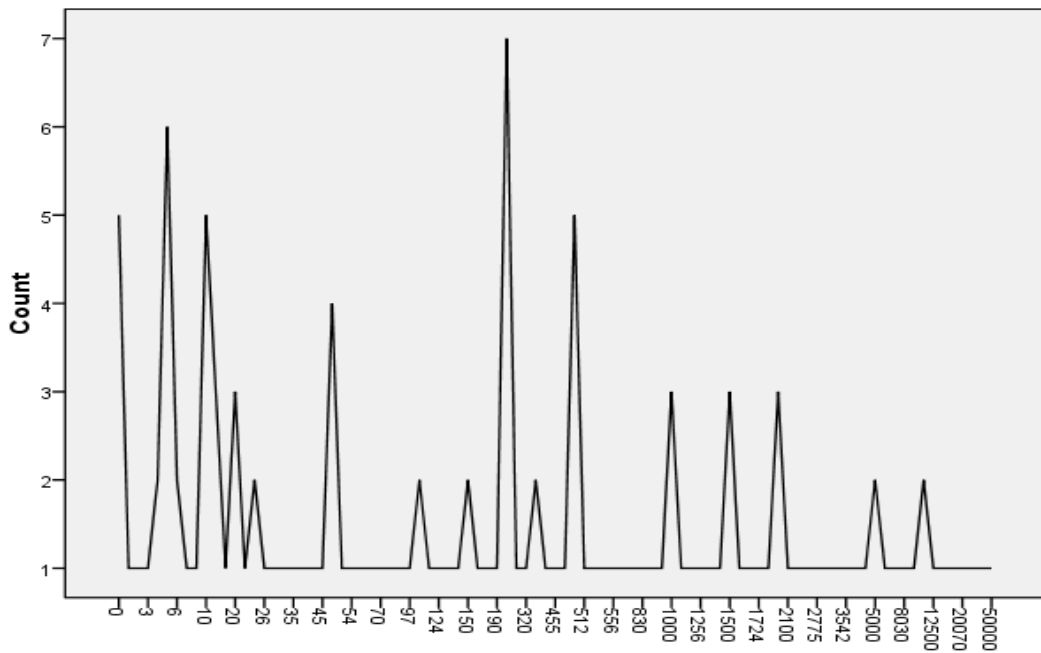
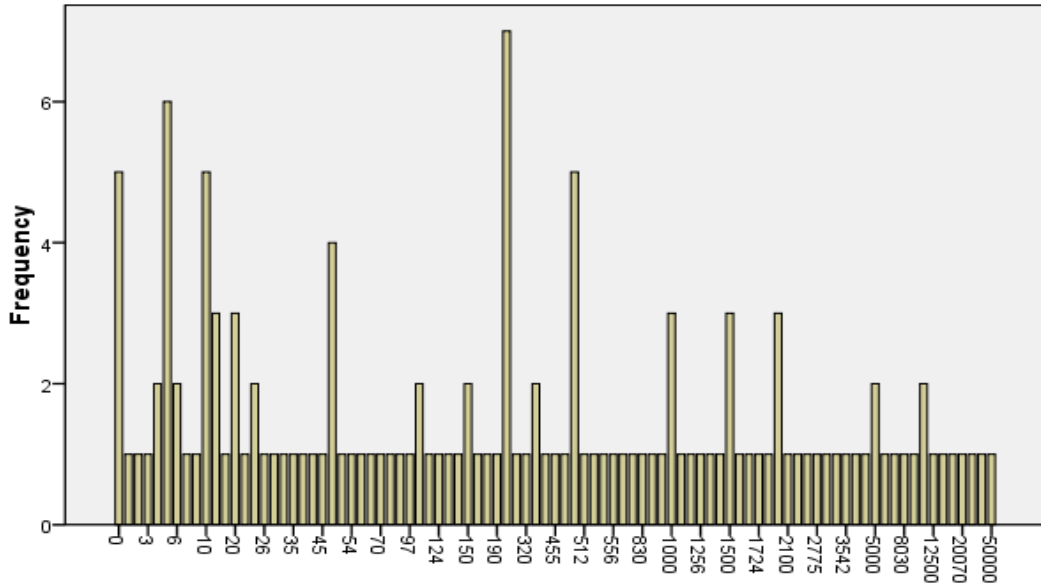
N	Valid	135
	Missing	10
Mean		2240,81
Std. Error of Mean		536,388
Median		197,50 ^a
Mode		200
Std. Deviation		6232,265
Variance		3,884E7
Skewness		5,059
Std. Error of Skewness		,209
Kurtosis		30,613
Std. Error of Kurtosis		,414
Range		50000
Minimum		0
Maximum		50000
Sum		302510
Percentiles	25	24,67 ^b
	50	197,50
	75	1437,50

a. Calculated from grouped data.

b. Percentiles are calculated from grouped data.

Η ερώτηση αυτή έγινε προσπαθώντας να σχηματιστεί μια εικόνα σχετικά με το τι τελικά συμβαίνει στο φάκελο των εισερχομένων των εργαζομένων. Ο μέγιστος όγκος μηνυμάτων του φακέλου εισερχομένων των ερωτηθέντων φτάνει τα 50000 μηνύματα. Ο μέσος όρος που προκύπτει από τα συνολικά μηνύματα των ερωτηθέντων (302510) που βρίσκονται στο φάκελο των εισερχομένων τους είναι 2241 μηνύματα (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.19).

15. Πόσα μηνύματα έχετε συνολικά στα εισερχόμενα σας?



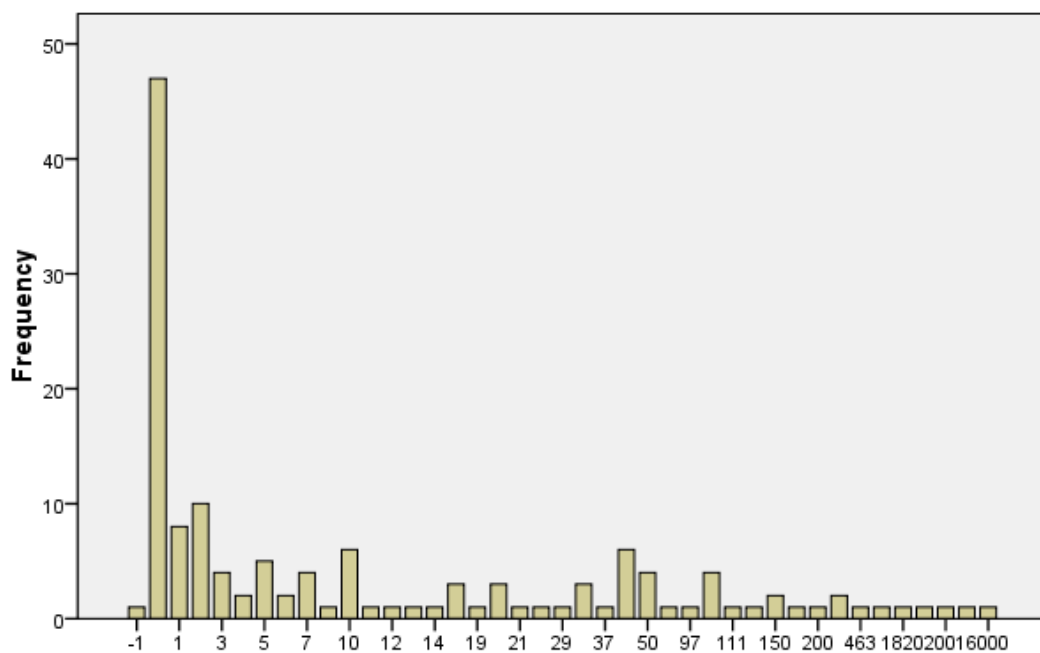
15. Πόσα μηνύματα έχετε συνολικά στα εισερχόμενα σας?

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.17

2. Πλήθος αδιάβαστων μηνυμάτων στα εισερχόμενα

Από το ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.18 προκύπτει ότι οι ερωτηθέντες αποφεύγουν γενικότερα να αφήνουν αδιάβαστα τα μηνύματα που λαμβάνουν, εφόσον το μεγαλύτερο ποσοστό δεν έχει κανένα αδιάβαστο μήνυμα στα εισερχόμενά του. Ωστόσο, ενδιαφέρον προκαλούν οι αναφορές σε τεράστιο αριθμό αδιάβαστων εισερχομένων μηνυμάτων από ορισμένους συμμετέχοντες.

16. Πόσα μηνύματα έχετε αδιάβαστα στα εισερχόμενα σας?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.18

3. Εβδομαδιαίος όγκος μηνυμάτων

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.20

ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟΣ ΟΓΚΟΣ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ

N	Valid	135
	Missing	10
Mean		173,82
Std. Error of Mean		31,581
Median		50,59 ^a
Mode		50 ^b
Std. Deviation		366,941
Variance		134646,013
Skewness		4,985
Std. Error of Skewness		,209
Kurtosis		31,053
Std. Error of Kurtosis		,414
Range		3004
Minimum		-4
Maximum		3000
Sum		23466
Percentiles	25	18,63 ^c
	50	50,59
	75	159,62

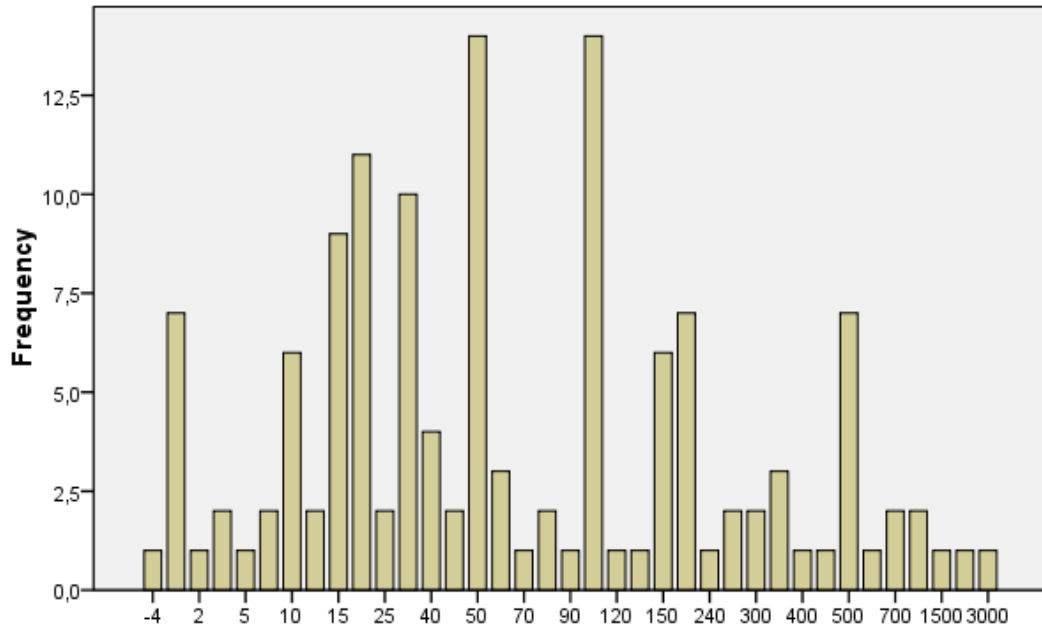
a. Calculated from grouped data.

b. Multiple modes exist. The smallest value is shown

c. Percentiles are calculated from grouped data.

Βάση της στατιστικής ανάλυσης σχετικά με τον εβδομαδιαίο όγκο μηνυμάτων των εργαζομένων παρατηρείται ότι, ο μέγιστος αριθμός εισερχομένων μηνυμάτων που ενδεχομένως να λάβει ο εργαζόμενος, είναι 3000 μηνύματα. Η τιμή του μέσου όρου ωστόσο βρίσκεται πολύ χαμηλότερα, στα 174 μηνύματα (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.20). Αν αναλογιστούμε το χρόνο που θα χρειαστεί ο εργαζόμενος, σε πρώτο χρόνο να αναγνώσει τα μηνύματα αυτά, και σε δεύτερο χρόνο να απαντήσει στις απαιτήσεις τους, θα διαπιστώσουμε το σημαντικό ρόλο που παίζει το email management στον εργασιακό χώρο.

17. Είστε διακοπές για μια εβδομάδα. Πόσα μηνύματα περιμένετε να βρείτε αδιάβαστα όταν επιστρέψετε στη δουλειά?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.19

4. Επίδραση e-mail στην εργασία

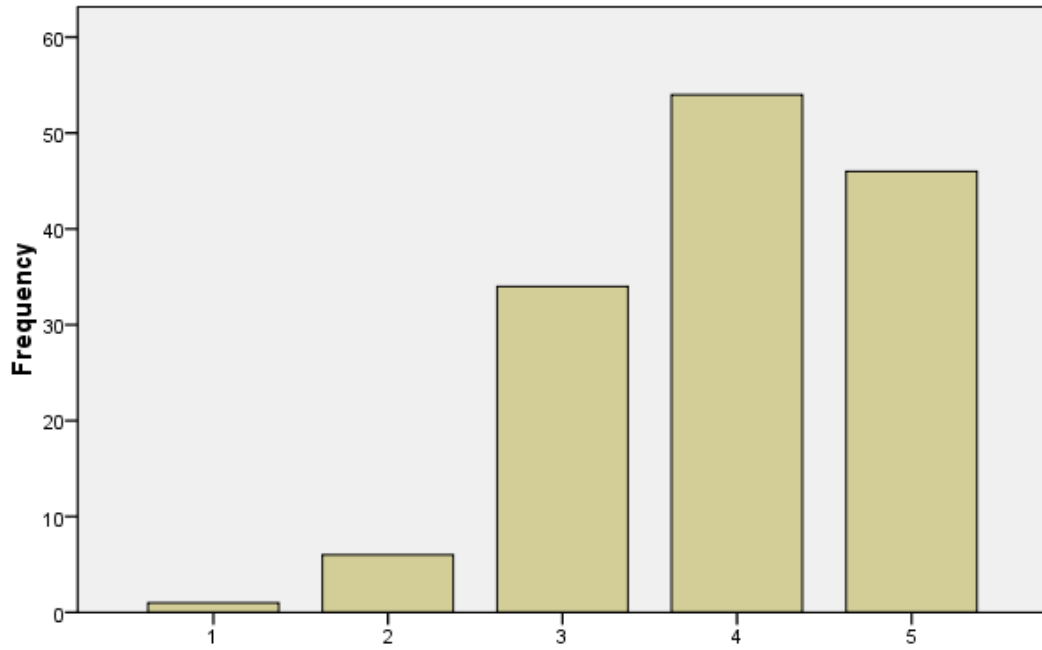
Οι Έλληνες εργαζόμενοι, σύμφωνα με τα ευρήματα της παρούσας έρευνας, έχουν θετική στάση απέναντι στα email και θεωρούν ότι συμβάλουν θετικά στην εργασία τους, αφού μόλις το 5% των απαντήσεων κινήθηκαν στην αρνητική κλίμακα (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.21).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.21
ΕΠΙΔΡΑΣΗ E-MAIL ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid*	1	1	,7	,7	,7
	2	6	4,1	4,3	5,0
	3	34	23,4	24,1	29,1
	4	54	37,2	38,3	67,4
	5	46	31,7	32,6	100,0
	Total	141	97,2	100,0	
Missing	System	4	2,8		
Total		145	100,0		

**Όσο μεγαλύτερη η κλίμακα, τόσο πιο θετικά θεωρούν οι εργαζόμενοι ότι επηρεάζει το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο την εργασία τους.*

21. Πως επηρεάζουν τα emails την εργασία σας?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.20

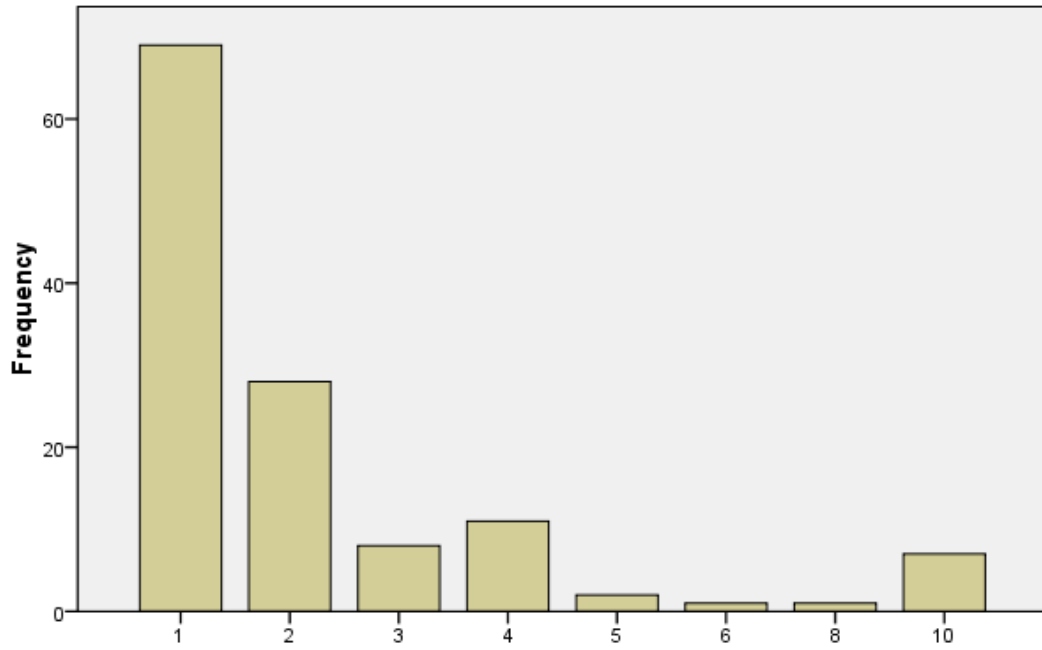
3.2.5 Η ευεξία που προσφέρει η επαφή με το φυσικό περιβάλλον

Σε αυτό το σημείο παρατηρούμε την σχετική ρήξη της σχέσης του ανθρώπου με το φυσικό περιβάλλον. Παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες επισκέπτονται μόνο 1 φορά το μήνα την εξοχή. Η επαφή του ανθρώπου με το φυσικό περιβάλλον ενισχύει την αίσθηση ευεξίας του και στην προκειμένη έρευνα παρατηρούμε ότι τείνει να εξαφανιστεί (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.22).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.22
ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΞΟΧΗ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	69	47,6	54,3	54,3
	2	28	19,3	22,0	76,4
	3	8	5,5	6,3	82,7
	4	11	7,6	8,7	91,3
	5	2	1,4	1,6	92,9
	6	1	,7	,8	93,7
	8	1	,7	,8	94,5
	10	7	4,8	5,5	100,0
	Total		127	87,6	100,0
Missing	System	18	12,4		
Total		145	100,0		

18. Πόσες φορές το μήνα επισκέπτεστε την εξοχή?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.21

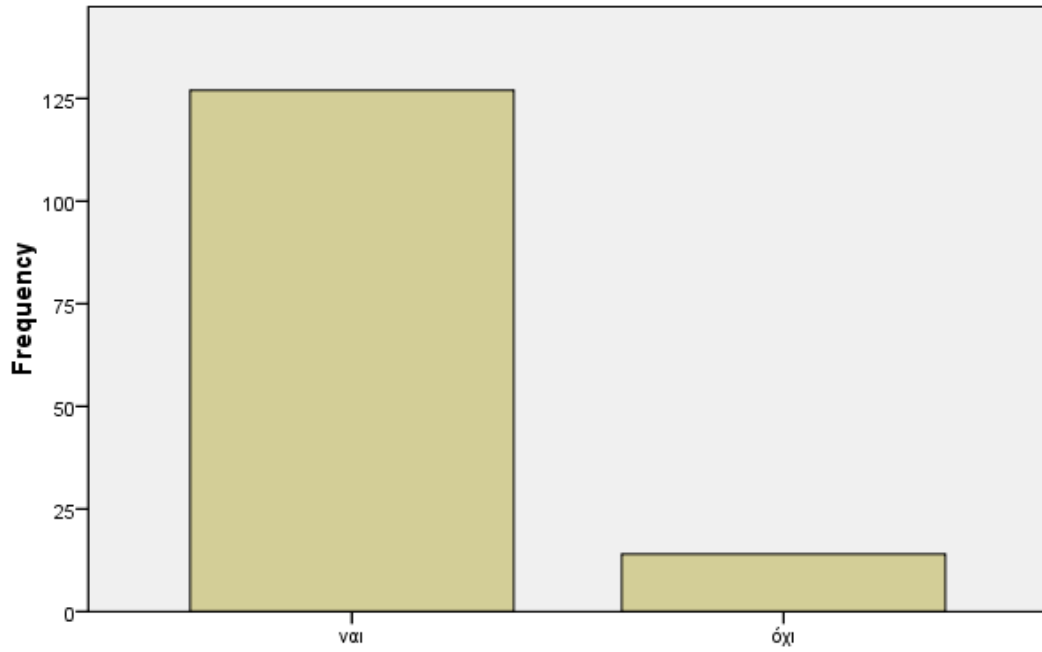
3.2.6 Το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας

Σε αυτό το σημείο δικαιολογείται η απουσία του αισθήματος άγχους που προκαλείται από τα email στους ερωτηθέντες, όπως αυτή διαπιστώθηκε παραπάνω. Από τη βιβλιογραφική επισκόπηση αναφέρθηκε, ότι έχει παρατηρηθεί, ότι οι εργαζόμενοι που θεωρούν τα email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας βιώνουν μειωμένα επίπεδα άγχους. Στην παρούσα έρευνα η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (87,6%) δηλώνει ότι πράγματι θεωρεί το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.23).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.23
ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΤΟ EMAIL ΚΡΙΣΙΜΟ ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	127	87,6	90,1	90,1
	όχι	14	9,7	9,9	100,0
	Total	141	97,2	100,0	
Missing	System	4	2,8		
Total		145	100,0		

19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.22

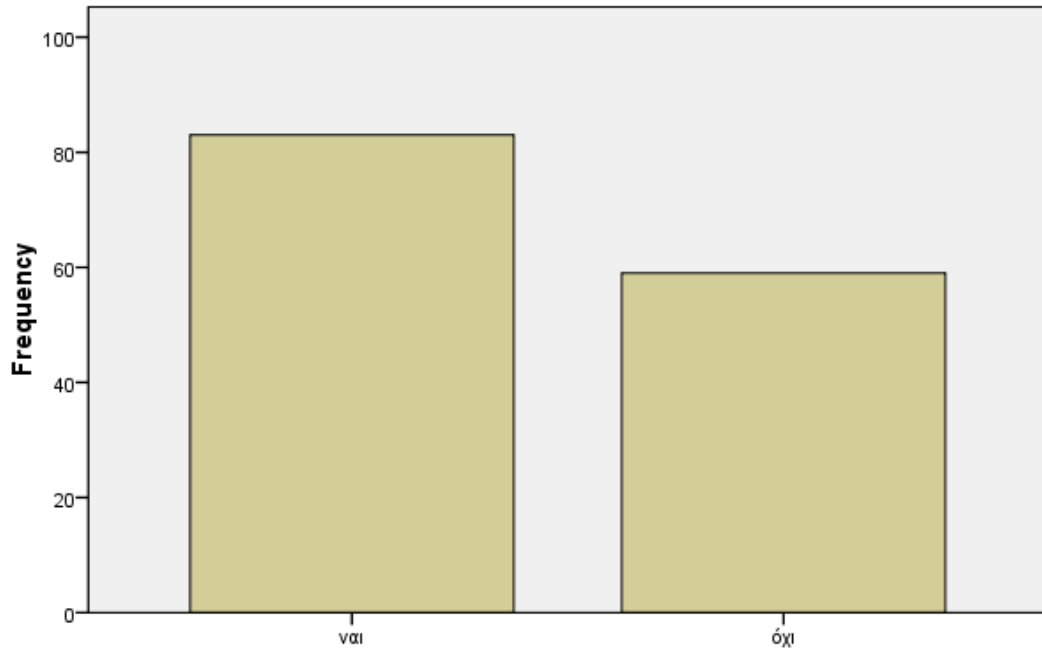
3.2.7 Τα σύνορα μεταξύ εργασιακής και προσωπικής ζωής

Το 57,2% των ερωτηθέντων συνεχίζει την ανάγνωση των επαγγελματικών email και εκτός εργασίας. Με άλλα λόγια αυτό σημαίνει ότι 1 στους 2 εργαζόμενους, περίπου, δεν έχει σαφή και ξεκάθαρα όρια στην επαγγελματική του ζωή και της επιτρέπει να υπεισέρχεται στην προσωπική και οικογενειακή του ζωή (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.24).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.24
ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ ΕΚΤΟΣ
ΕΡΓΑΣΙΑΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	83	57,2	58,5	58,5
	όχι	59	40,7	41,5	100,0
	Total	142	97,9	100,0	
Missing	System	3	2,1		
Total		145	100,0		

23. Διαβάζετε τα (επαγγελματικά) emails εκτός εργασίας?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.23

3.2.8 Σύγχρονες τεχνολογικές συσκευές και ανάγνωση email

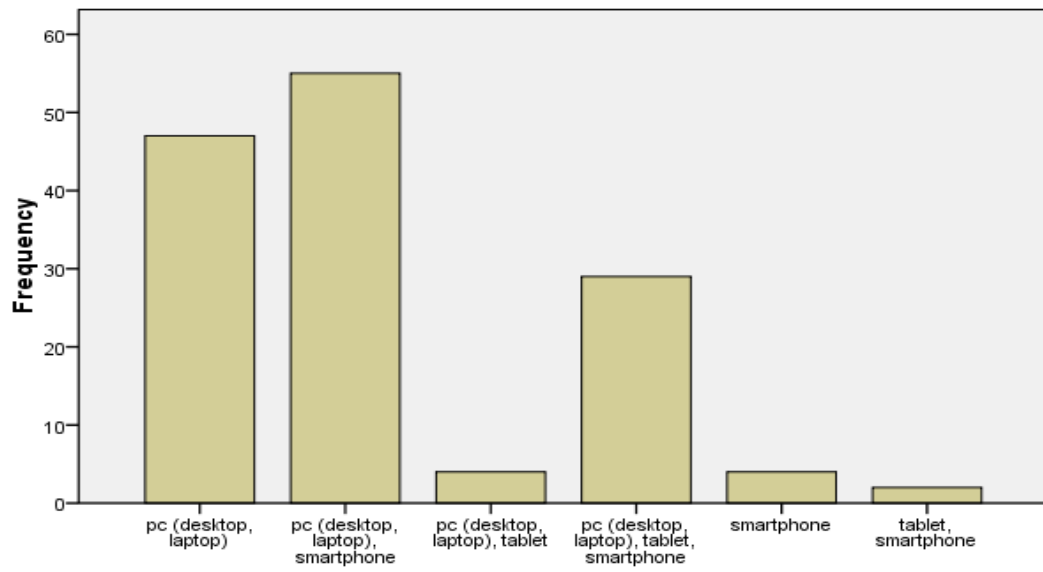
1. Οι συσκευές που χρησιμοποιούν οι εργαζόμενοι για να διαβάζουν τα email τους

Στον παρακάτω ΠΙΝΑΚΑ 3.25 φαίνονται οι προτιμήσεις των εργαζομένων σχετικά με τις συσκευές που χρησιμοποιούνται προκειμένου να διαχειριστούν το ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο. Είναι σαφής η επικράτηση του ηλεκτρονικού υπολογιστή σαν το πιο σύνηθες μέσο (35,7%), ενώ δεύτερο έρχεται το smartphone (63,8%). Το tablet είναι μια συσκευή που έχει δημιουργηθεί πιο πρόσφατα, χρησιμοποιείται λιγότερο (24,8%), και αυτό φανερώνει την μικρότερη εξοικείωση που δείχνουν οι εργαζόμενοι με την χρήση του.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.25
ΣΥΣΚΕΥΕΣ ΑΝΑΓΝΩΣΗΣ EMAIL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pc (desktop,laptop)	47	32,4	33,3	33,3
	pc (desktop,laptop), smartphone	55	37,9	39,0	72,3
	pc (desktop,laptop), tablet	4	2,8	2,8	75,2
	pc (desktop,laptop), tablet, smartphone	29	20,0	20,6	95,7
	smartphone	4	2,8	2,8	98,6
	tablet, smartphone	2	1,4	1,4	100,0
	Total	141	97,2	100,0	
Missing	System	4	2,8		
Total		145	100,0		

24. Ποια/Ποιες συσκευές χρησιμοποιείται για να διαβάζετε τα mails σας?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.24

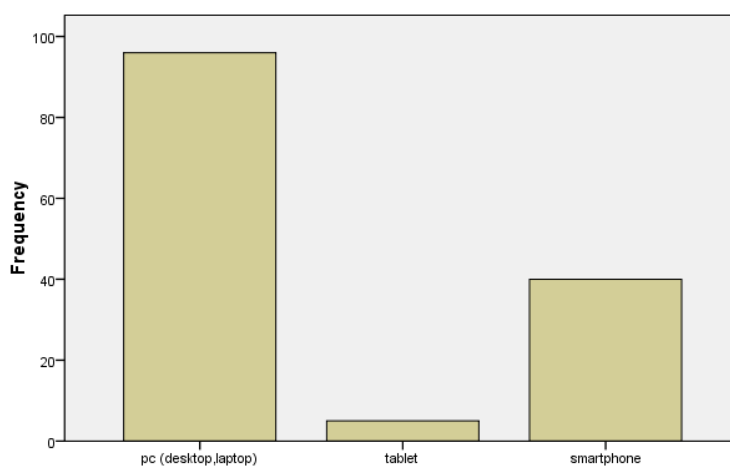
2. Η συσκευή με τη συχνότερη χρήση για ανάγνωση email

Τα συνδυαστικά συμπεράσματα της προηγούμενης ενότητας γίνονται ξεκάθαρα σε αυτό το σημείο. Το 66,2% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι χρησιμοποιεί συχνότερα τον ηλεκτρονικό υπολογιστή για την διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ενώ το 27,6% έδειξε τάση προς τα smartphone. Πολύ μικρότερη, σε ποσοστό μόλις 3,4%, ήταν η προτίμηση που έδειξαν οι εργαζόμενοι για το tablet (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.26).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.26
ΣΥΣΚΕΥΗ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑ ΣΥΧΝΟΤΕΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΣΗ
ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pc (desktop,laptop)	96	66,2	68,1	68,1
	tablet	5	3,4	3,5	71,6
	smartphone	40	27,6	28,4	100,0
	Total	141	97,2	100,0	
Missing	System	4	2,8		
Total		145	100,0		

25. Ποια συσκευή χρησιμοποιείτε συχνότερα για την ανάγνωση email?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.25

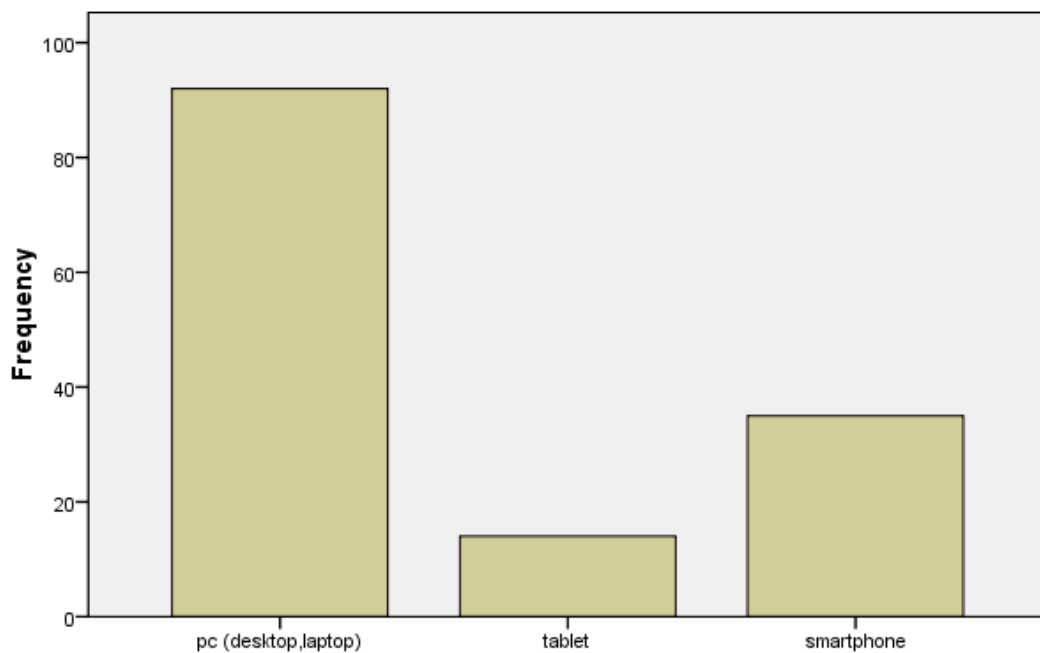
3. Η βολικότερη συσκευή για ανάγνωση email

Αντίστοιχα είναι τα ποσοστά και στη ερώτηση σχετικά με το ποια συσκευή θεωρούν βολικότερη οι ερωτηθέντες για την ανάγνωση των email τους (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.27).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.27
ΒΟΛΙΚΟΤΕΡΗ ΣΥΣΚΕΥΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pc (desktop,laptop)	92	63,4	65,2	65,2
	tablet	14	9,7	9,9	75,2
	smartphone	35	24,1	24,8	100,0
	Total	141	97,2	100,0	
Missing	System	4	2,8		
Total		145	100,0		

26. Ποια συσκευή θεωρείτε βολικότερη?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.26

3.2.9 Οι εργαζόμενοι και το “Email Overload”

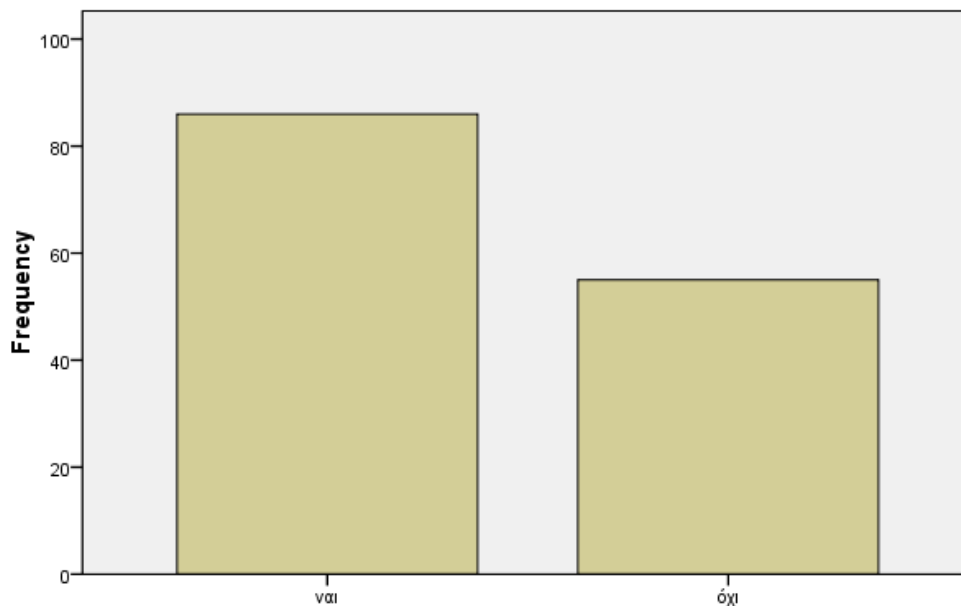
1. Επίγνωση του όρου “Email Burnout”

Το μεγαλύτερο κομμάτι των συμμετεχόντων στην έρευνα, απάντησε ότι γνωρίζει τον όρο “Email Burnout”, που αποτελεί συνώνυμο του “Email Overload”. Μικρότερο, αλλά όχι με τεράστια διαφορά ήταν το ποσοστό εκείνων που δήλωσαν άγνοια για το φαινόμενο (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.28).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.28
ΕΠΙΓΝΩΣΗ EMAIL BURNOUT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	86	59,3	61,0	61,0
	όχι	55	37,9	39,0	100,0
	Total	141	97,2	100,0	
Missing	System	4	2,8		
Total		145	100,0		

27. Γνωρίζετε τον όρο "Email Burnout" ή "Email Overload"?



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.27

2. Επίπεδα “Email Burnout”

Οι συμμετέχοντες, στην τελευταία ερώτηση που τους τέθηκε, σχετικά με το επίπεδο ή το βαθμό που εκείνοι αισθάνονται ότι βιώνουν “Email Overload”, έδειξαν καθησυχαστική στάση, δηλώνοντας ότι δεν αντιμετωπίζουν ιδιαίτερο πρόβλημα με την διαχείριση του ηλεκτρονικού τους ταχυδρομείου, αντίθετα ελέγχουν την κατάσταση. Μόλις το 5,5% παραδέχτηκε ότι βιώνει σε μεγάλο βαθμό το πρόβλημα, ενώ το 13,1% αναγνώρισε ότι βρίσκεται στα σύνορα, σε επικίνδυνη ζώνη (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.29).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.29
ΒΙΩΝΟΥΝ ΤΟ BURNOUT ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου! Το ελέγχω.	70	48,3	72,2	72,2
	Είμαι σε επικίνδυνη ζώνη.	19	13,1	19,6	91,8
	Σε μεγάλο βαθμό!	8	5,5	8,2	100,0
	Total	97	66,9	100,0	
Missing	System	48	33,1		
Total		145	100,0		

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

4.1 ΣΥΝΟΨΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Τα αποτελέσματα προέρχονται από τις απαντήσεις 145 εργαζόμενων στελεχών, που συμμετείχαν στην έρευνα. Η προσέγγιση τους πραγματοποιήθηκε μέσω ηλεκτρονικού μηνύματος (email) που τους στάλθηκε, καθώς και μέσω της από στόμα σε στόμα διάδοσης της έρευνας. Οι συμμετέχοντες απάντησαν τόσο σε κλειστού τύπου ερωτήσεις, όσο και σε ανοιχτού, που εμπεριέχονταν στο ερωτηματολόγιο.

4.1.1 Δημογραφικά Στοιχεία

Το 49% του δείγματος ήταν άντρες, ενώ το 51% ήταν γυναίκες. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων ανήκει στο ηλικιακό γκρουπ 26-35 (41,4%) ενώ το 26,9% στο γκρουπ 36-45. Τα παραπάνω στοιχεία μας δείχνουν ότι υπήρχε κοινό ενδιαφέρον συμμετοχής στην έρευνα και από τα δύο φύλλα, ενώ όσον αφορά τις ηλικιακές ομάδες πρόκειται κυρίως για άτομα της νέας γενιάς.

Οι συμμετέχοντες προέρχονται από μεγάλη γκάμα τομέων δραστηριότητας, ωστόσο τα μεγαλύτερα ποσοστά παρουσιάστηκαν στον χρηματοοικονομικό (25,5%) και λογιστικό τομέα (11,7%).

Όσον αφορά τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται ο οργανισμός στον οποίο εργάζονται, παρουσιάζεται επίσης μεγάλη ποικιλία, με τα μεγαλύτερα ποσοστά να παρουσιάζονται στον κλάδο των Οικονομικών Υπηρεσιών – Τραπεζών (34,3%), του δημόσιου τομέα (16,1%) και της εκπαίδευσης (10,2%).

4.1.2 Στοιχεία Συμμετεχόντων (Συμπεριφορές)

Οι συμμετέχοντες απέδειξαν ότι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο όντως αποτελεί σημαντικό μέρος της καθημερινότητας τους εφόσον όλοι απάντησαν ότι το επισκέπτονται τουλάχιστον μια φορά την ημέρα, με την πλειοψηφία τους (47,6%) να δηλώνει ότι ξεπερνάει και τις 10 φορές την ημέρα.

Η ανάγνωση ενός μηνύματος προκύπτει ότι απαιτεί χρόνο περίπου 1 με 2 λεπτά, σύμφωνα με την συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος (90,3%). Από την άλλη, όσον αφορά τον χρόνο απάντησης σε ένα email, οι απόψεις δίστανται. Το 44,1% δήλωσε ότι χρειάζεται λιγότερο από 2 λεπτά για να απαντήσει σε ένα μήνυμα, ενώ το 42,8% χρειάζεται περισσότερο χρόνο. Σε αυτό το σημείο καταλαβαίνουμε ότι ο χρόνος που απαιτείται για να απαντηθούν οι απαιτήσεις ενός μηνύματος, εξαρτάται από τα ζητούμενα και τις εργασίες που αυτό απαιτεί από τον εργαζόμενο.

Πολύ θετικό γεγονός είναι το ότι το μεγαλύτερο κομμάτι των συμμετεχόντων (62%) διατηρεί ένα σύστημα αρχειοθέτησης στο ηλεκτρονικό του ταχυδρομείο, ταξινομώντας την αλληλογραφία του στους αντίστοιχους φακέλους.

Επιπλέον θετικό είναι και το γεγονός ότι οι εργαζόμενοι δείχνουν να εξασφαλίζουν την απαιτούμενη ανάπαυση που χρειάζεται ο μέσος άνθρωπος. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την διατήρηση μιας καλής φυσικής κατάστασης, είναι θετικός συντελεστής στην αποδοτικότητα του εργαζόμενου στην εργασία του.

Τα θετικά συμπεράσματα ενισχύονται με την ύπαρξη καλής επικοινωνίας μεταξύ συναδέλφων στον εργασιακό χώρο. Οι συμμετέχοντες έδειξαν να νιώθουν ότι επικοινωνούν αρκετά με τους υπόλοιπους συνεργάτες τους. Επιπλέον έδειξαν να θρέφουν θετικά συναισθήματα γενικότερα για την εργασία τους καθώς τα ποσοστά δήλωσης ικανοποίησης από την δουλειά τους είναι ιδιαίτερα υψηλά.

Τα προβλήματα εμφανίζονται στην ύπαρξη του αισθήματος της κόπωσης. Οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι στην καθημερινότητα τους αισθάνονται κουρασμένοι, και αυτό σημαίνει ότι υπάρχουν παράγοντες που χρήζουν βελτίωσης. Οι παράγοντες αυτοί μπορεί να είναι ψυχολογικοί, αλλά μπορεί και να σχετίζονται με την καλή διαχείριση του χρόνου και την διατήρηση μιας καλής σωματικής φυσικής κατάστασης.

Οι εργαζόμενοι δείχνουν να χρειάζονται σημαντικά τον αθλητισμό στη ζωή τους, καθώς επηρεάζει θετικά την ευεξία που νοιώθουν, ενώ συγχρόνως δείχνουν να απολαμβάνουν τις ομαδικές δραστηριότητες, ακόμα και εκτός εργασιακού περιβάλλοντος. Γενικότερα, είναι πολύ θετικό το γεγονός ότι δείχνουν να προτιμούν, και στον ελεύθερο τους χρόνο, δραστηριότητες που προάγουν το πνεύμα και το σώμα.

Από την άλλη οι συμμετέχοντες έδειξαν να δυσκολεύονται με τις δουλειές του νοικοκυριού, το απαιτούμενο πρωινό ξύπνημα και την δυσκολία στη μετακίνηση που αντιμετωπίζεται στα μεγάλα αστικά κέντρα.

Η αίσθηση άγχους που προκαλείται από τα ηλεκτρονικά μηνύματα μοιάζει να απασχολεί ένα πολύ μικρό μόνο ποσοστό των συμμετεχόντων (10,4%), ενώ οι υπόλοιποι δείχνουν να μην επηρεάζονται σημαντικά. Ωστόσο ο όγκος των μηνυμάτων που δηλώθηκαν ότι ανταλλάσσονται καθημερινά είναι πολύ μεγάλος. Τα δύο αυτά δεδομένα σημαίνουν ότι οι συμμετέχοντες ανταλλάσσουν στην εργασία τους πολλά ηλεκτρονικά μηνύματα που όμως δεν είναι υψίστης σημασίας.

Γενικότερα, οι συμμετέχοντες παρουσίασαν μια θετική στάση απέναντι στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, θεωρούν ότι συμβάλουν θετικά στην εργασία τους, και αναγνωρίζουν την χρησιμότητά τους σαν εργαλείο.

Παρόλα αυτά όμως, υπάρχει μια δυσκολία στο να τηρηθούν τα όρια μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής, πλέον, εφόσον το 57,2% των ερωτηθέντων συνεχίζει να διαβάζει τα επαγγελματικά email και εκτός εργασίας.

Στην ακόμα μεγαλύτερη επιβάρυνση του παραπάνω φαινομένου, αρωγό αποτελεί και η συνεχώς αυξανόμενη χρήση σύγχρονων τεχνολογικών συσκευών όπως tablet και smartphone.

Το φαινόμενο του “Email Overload” φαίνεται να μην επηρεάζει τους Έλληνες εργαζόμενους, τουλάχιστον σύμφωνα με τα ευρήματα της παρούσας έρευνας. Οι συμμετέχοντες έδειξαν ότι ελέγχουν την κατάσταση, πράγμα που είναι πολύ θετικό και ενθαρρυντικό. Έδειξαν επιπλέον ιδιαίτερο ζήλο και ενδιαφέρον για συμμετοχή στην έρευνα. Ωστόσο, σίγουρα δεν θα μπορούσαμε να προβούμε σε κάποια γενίκευση με ασφάλεια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

5.1 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα μας υπόκειται σε κάποιους περιορισμούς οι οποίοι πρέπει να ληφθούν υπόψιν:

- Ο χρόνος παρακολούθησης των ερωτηθέντων ήταν περιορισμένος. Μπορεί να πραγματοποιηθεί εκτενέστερη έρευνα με παρακολούθηση των συμμετεχόντων για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.
- Η έρευνα εξετάζει τα mails σε συνδυασμό με την παραγωγικότητα και την ικανοποίηση των εργαζομένων. Το θέμα θα μπορούσε ακόμα να μελετηθεί με γνώμονα την γενικότερη ευημερία (ύψος μισθού, οικογενειακή κατάσταση, ταξίδια, αγάπη για τη ζωή, όρεξη για επαγγελματική ανέλιξη, ομαδικό πνεύμα, ευτυχία, χαρά, ερωτική επιθυμία κτλ.)
- Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με ηλεκτρονική συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Ένας πιο άμεσος τρόπος προσέγγισης των ερωτηθέντων (για παράδειγμα συνέντευξη), ίσως θα εξασφάλιζε ακόμα περισσότερη αμεσότητα και ειλικρίνεια στις απαντήσεις των ερωτηθέντων.
- Το μέγεθος του δείγματος είναι αρκετά ικανοποιητικό, ωστόσο είναι μεγαλύτερο δείγμα θα μας έδινε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα ζητούμενα της έρευνας
- Κάποια επαγγέλματα (π.χ. Stock Brokers) πρέπει να ελέγχουν συνεχώς τα mail τους, γιατί σε αυτό στηρίζεται η δουλειά τους. Οπότε για αυτούς, το ενδεχόμενο να μειώσουν το χρόνο που ελέγχουν τα εισερχόμενά τους μπορεί να είναι επώδυνο. Θα μπορούσε έτσι να πραγματοποιηθεί μια έρευνα για το ποιοι είναι απαραίτητο να ελέγχουν τα mail τους συνεχώς και το ποιους επηρεάζει στην ευημερία τους.
- Οι εργαζόμενοι που κατακλύζονται από email και εργασίες, είναι πολύ πιθανόν να απέφυγαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο της έρευνας, παρουσιάζοντας αποχή από την έρευνα, και αυτό ίσως έχει σαν αποτέλεσμα αλλοιωμένα συμπεράσματα. Θα

ήταν πολύ επικίνδυνο να προβούμε σε κάποια γενίκευση, στηριζόμενοι μόνο στο συγκεκριμένο δείγμα.

- Η έλλειψη της μεθόδου προσωπικής συνέντευξης, που θα μπορούσε να μας δώσει μια πιο σαφή εικόνα για τα ζητούμενα της έρευνας.

5.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο σίγουρα αποτελεί ένα αναπόσπαστο κομμάτι, πλέον, της καθημερινότητας κάθε σύγχρονου εργαζόμενου, στο οποίο θα αφιερώσει ένα σημαντικό ποσοστό του καθημερινού του χρόνου.
- Η διαχείριση των μηνυμάτων εξαρτάται από την σημαντικότητά τους και τα ζητούμενα που αυτά απαιτούν από τον εργαζόμενο.
- Στην Ελλάδα δεν είναι τόσο έντονο το πρόβλημα με τη διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ή τουλάχιστον δεν μοιάζουν να έχουν εμφανιστεί ακόμα οι αρνητικές συνέπειες σε έντονο βαθμό.
- Οι εργαζόμενοι δείχνουν στην πλειοψηφία τους να ελέγχουν την κατάσταση και να μπορούν να διαχειριστούν επαρκώς το ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο, εκτός από μικρές ποσοστιαία περιπτώσεις.
- Φαίνεται να υπάρχει καλή επικοινωνία μεταξύ των συναδέλφων στους εργασιακούς χώρους, ωστόσο οι εργαζόμενοι χρειάζονται να βελτιώσουν τον τρόπο με τον οποίο διαχειρίζονται το χρόνο τους, προκειμένου να αποβάλουν από πάνω τους το αίσθημα της κόπωσης.
- Τα σύνορα της προσωπικής ζωής τις περισσότερες φορές καταπατούνται από την εργασία και αυτό ενισχύει το αίσθημα της κόπωσης και δεν επιτρέπει στον εργαζόμενο να απολαύσει τον κενό χρόνο, που είναι απαραίτητος, μακριά από τις επαγγελματικές υποχρεώσεις και απαιτήσεις.
- Η δυσκολία της διαχείρισης του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι εντονότερη σε ανθρώπους που αυτό αποτελεί σημαντικό εργαλείο της δουλειάς τους και μέσω αυτού διακινούνται υψίστης σημασίας πληροφορίες.

5.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

- Απενεργοποίηση των εταιρικών mail μετά το πέρας του εργασιακού ωραρίου και να επανενεργοποιούνται με την έναρξη της επόμενης εργασιακής ημέρας.
- Δημιουργία προτύπου κώδικα επικοινωνίας ώστε να ευνοείται η άμεση και ξεκάθαρη επικοινωνία μέσω email.
- Ενίσχυση και ενθάρρυνση της τηλεφωνικής ή δια ζώσης επικοινωνίας για θέματα που απαιτούν συζήτηση και άμεση ανταλλαγή πολλών πληροφοριών. Αυτό θα διευκολύνει την συνεννόηση και θα επιταχύνει τις διαδικασίες.
- Βελτίωση του περιβάλλοντος εργασίας τόσο από καλλωπιστικής άποψης όσο και από εργονομικής. Ένα ευχάριστο και καλά δομημένο-οργανωμένο περιβάλλον θα ενισχύσει την αποδοτικότητα των εργαζομένων.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Ηλεκτρονικά Μέσα Επικοινωνίας (emails) και Επιπτώσεις στους Εργαζομένους

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται για τους σκοπούς διπλωματικής εργασίας και θα οδηγήσει στην απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου από το τμήμα Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς (Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική).

Στόχος είναι να μελετηθεί ο τρόπος με τον οποίο γίνεται διαχείριση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και πως αυτό επηρεάζει την καθημερινότητα και την ευημερία του εργατικού δυναμικού.

Τα δεδομένα που θα συλλεχθούν είναι απόρρητα και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτεί ελάχιστο χρόνο.

Ευχαριστώ εκ των προτέρων για τον χρόνο και την βοήθειά σας.

Αρχή φόρμας

Profile

1. Η ηλικία σας

2. Είστε (φύλο)

3. Τομέας που δραστηριοποιείστε?

4. Κλάδος του Οργανισμού σας?

E-mail

5. Πόσο συχνά επισκέπτεστε το λογαριασμό mail σας?

- 1 φορά/μέρα
- 2 φορές/μέρα
- 5 με 10 φορές/μέρα
- περισσότερες από 10 φορές/μέρα

- Άλλο:

6. Πόσος χρόνος, κατά μέσο όρο, θεωρείτε σας χρειάζεται για την ανάγνωση ενός mail?

- λιγότερο από 1 λεπτό
 1 με 2 λεπτά
 περισσότερο από 2 λεπτά
 Άλλο:

7. Πόσος χρόνος, κατά μέσο όρο, θεωρείτε σας χρειάζεται για να απαντήσετε σε ένα mail?

- λιγότερο από 1 λεπτό
 1 με 2 λεπτά
 περισσότερο από 2 λεπτά
 Άλλο:

8. Πόσο συχνά διακόπτετε το mail management με άλλα tasks?

1 2 3 4 5
σπάνια συνεχώς

9. Πόσες ώρες κοιμάστε κατά μέσο όρο, την ημέρα?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

10. Θεωρείτε ότι βρίσκεστε και επικοινωνείτε με τους συναδέλφους σας...

1 2 3 4 5
λίγο πολύ

11. Η δουλειά σας νιώθετε ότι σας συμπληρώνει...

1 2 3 4 5
καθόλου απόλυτα

12. Νοιώθετε κουρασμένοι...

1 2 3 4 5
σπάνια συνεχώς

13. Ποια είναι η αγαπημένη σας δραστηριότητα μέσα στη βδομάδα?
(εντός ή εκτός εργασίας)

14. Ποια είναι η πιο δυσάρεστη δραστηριότητα μέσα στη βδομάδα?
(εντός ή εκτός εργασίας)

15. Πόσα μηνύματα έχετε συνολικά στα εισερχόμενα σας?
(αυτή τη στιγμή)

16. Πόσα μηνύματα έχετε αδιάβαστα στα εισερχόμενα σας?
(αυτή τη στιγμή)

17. Είστε διακοπές για μια εβδομάδα. Πόσα μηνύματα περιμένετε να βρείτε αδιάβαστα όταν επιστρέψετε στη δουλειά?

18. Πόσες φορές το μήνα επισκέπτεστε την εξοχή?

19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?

- ναι
- όχι

20. Τα emails σας αγχώνουν?

1 2 3 4 5

καθόλου πολύ

21. Πως επηρεάζουν τα emails την εργασία σας?

1 2 3 4 5

αρνητικά θετικά

22. Τι κάνετε αφού διαβάσετε ένα mail?

- διαγράφεται
- τίποτα (παραμένει στα εισερχόμενα)
- αρχειοθέτηση (σε φακέλους)

23. Διαβάζετε τα (επαγγελματικά) emails εκτός εργασίας?

- ναι
- όχι

24. Ποια/Ποιες συσκευές χρησιμοποιείται για να διαβάζετε τα mails σας?
(μπορείτε να συμπληρώσετε πάνω από μια επιλογές)

- pc (desktop,laptop)
- tablet
- smartphone

25. Ποια συσκευή χρησιμοποιείτε συχνότερα για την ανάγνωση email?

- pc (desktop,laptop)

- tablet
- smartphone

26. Ποια συσκευή θεωρείτε βολικότερη?

- pc (desktop,laptop)
- tablet
- smartphone

27. Γνωρίζετε τον όρο "Email Burnout" ή "Email Overload"?

- ναι
- όχι

28. Θεωρείτε ότι βιώνετε σε κάποιο επίπεδο "Email Burnout"?

Απαντήστε μόνο εφόσον γνωρίζετε τον όρο...

- Σε μεγάλο βαθμό!
- Είμαι σε επικίνδυνη ζώνη.
- Καθόλου! Το ελέγχω.

Follow-Up

Σε περίπτωση που επιθυμείτε να λάβετε τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου, σημειώστε παρακάτω την διεύθυνση του ηλεκτρονικού σας ταχυδρομείου.

Feel free to feedback!

Για σχόλια ή ερωτήσεις, email: kostassokos@yahoo.gr

Υποβολή

Μην υποβάλετε ποτέ κωδικούς πρόσβασης μέσω των Φορμών Google.

Συνδυαστικές Μεταβλητές

1. Το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας σε συνδυασμό με τα επίπεδα άγχους

19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας? * 20. Τα emails σας αγχώνουν? Crosstabulation

		20. Τα emails σας αγχώνουν?					Total
		1	2	3	4	5	
19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	ναί Count	49	33	30	12	2	126
	% within 19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	38,9%	26,2%	23,8%	9,5%	1,6%	100,0%
	% within 20. Τα emails σας αγχώνουν?	86,0%	89,2%	96,8%	100,0%	66,7%	90,0%
	% of Total	35,0%	23,6%	21,4%	8,6%	1,4%	90,0%
όχι Count	Count	8	4	1	0	1	14
	% within 19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	57,1%	28,6%	7,1%	,0%	7,1%	100,0%
	% within 20. Τα emails σας αγχώνουν?	14,0%	10,8%	3,2%	,0%	33,3%	10,0%
	% of Total	5,7%	2,9%	,7%	,0%	,7%	10,0%
Total	Count	57	37	31	12	3	140
	% within 19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	40,7%	26,4%	22,1%	8,6%	2,1%	100,0%
	% within 20. Τα emails σας αγχώνουν?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	40,7%	26,4%	22,1%	8,6%	2,1%	100,0%

2. Το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας σε συνδυασμό με τα επίπεδα “Email Burnout”

19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας? * 28. Θεωρείτε ότι βιώνετε σε κάποιο επίπεδο "Email Burnout"?
Crosstabulation

		28. Θεωρείτε ότι βιώνετε σε κάποιο επίπεδο "Email Burnout"?			Total	
		Καθόλου! Το ελέγγω.	Είμαι σε επικίνδυνη ζώνη.	Σε μεγάλο βαθμό!		
19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	να	Count	63	19	7	89
		% within 19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	70,8%	21,3%	7,9%	100,0%
		% within 28. Θεωρείτε ότι βιώνετε σε κάποιο επίπεδο "Email Burnout"?	91,3%	100,0%	87,5%	92,7%
		% of Total	65,6%	19,8%	7,3%	92,7%
19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	όχι	Count	6	0	1	7
		% within 19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	85,7%	,0%	14,3%	100,0%
		% within 28. Θεωρείτε ότι βιώνετε σε κάποιο επίπεδο "Email Burnout"?	8,7%	,0%	12,5%	7,3%
		% of Total	6,3%	,0%	1,0%	7,3%
Total		Count	69	19	8	96
		% within 19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	71,9%	19,8%	8,3%	100,0%
		% within 28. Θεωρείτε ότι βιώνετε σε κάποιο επίπεδο "Email Burnout"?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	71,9%	19,8%	8,3%	100,0%

3. Το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας σε συνδυασμό με την επίδρασή του στην εργασία

19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας? * 21. Πως επηρεάζουν τα emails την εργασία σας?

Crosstabulation

		21. Πως επηρεάζουν τα emails την εργασία σας?					Total	
		1	2	3	4	5		
19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	ναί	Count	0	5	24	53	44	126
		% within 19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	,0%	4,0%	19,0%	42,1%	34,9%	100,0%
		% within 21. Πως επηρεάζουν τα emails την εργασία σας?	,0%	83,3%	72,7%	98,1%	95,7%	90,0%
		% of Total	,0%	3,6%	17,1%	37,9%	31,4%	90,0%
19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	όχι	Count	1	1	9	1	2	14
		% within 19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	7,1%	7,1%	64,3%	7,1%	14,3%	100,0%
		% within 21. Πως επηρεάζουν τα emails την εργασία σας?	100,0%	16,7%	27,3%	1,9%	4,3%	10,0%
		% of Total	,7%	,7%	6,4%	,7%	1,4%	10,0%
Total		Count	1	6	33	54	46	140
		% within 19. Θεωρείτε το email σαν κρίσιμο μέσο επικοινωνίας?	,7%	4,3%	23,6%	38,6%	32,9%	100,0%
		% within 21. Πως επηρεάζουν τα emails την εργασία σας?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	,7%	4,3%	23,6%	38,6%	32,9%	100,0%

4. Τα επίπεδα άγχους σε συνδυασμό με την ανάγνωση μηνυμάτων εκτός εργασίας

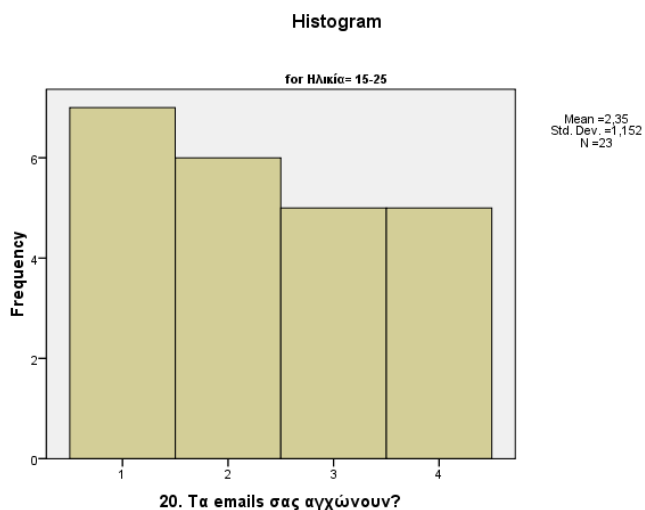
20. Τα emails σας αγχώνουν? * 23. Διαβάζετε τα (επαγγελματικά) emails εκτός εργασίας? Crosstabulation

		23. Διαβάζετε τα (επαγγελματικά) emails εκτός εργασίας?		Total
		ναι	όχι	
20. Τα emails σας αγχώνουν?	1 Count	29	29	58
	% within 20. Τα emails σας αγχώνουν?	50,0%	50,0%	100,0%
	% within 23. Διαβάζετε τα (επαγγελματικά) emails εκτός εργασίας?	35,4%	49,2%	41,1%
	% of Total	20,6%	20,6%	41,1%
2	2 Count	25	12	37
	% within 20. Τα emails σας αγχώνουν?	67,6%	32,4%	100,0%
	% within 23. Διαβάζετε τα (επαγγελματικά) emails εκτός εργασίας?	30,5%	20,3%	26,2%
	% of Total	17,7%	8,5%	26,2%
3	3 Count	16	15	31
	% within 20. Τα emails σας αγχώνουν?	51,6%	48,4%	100,0%
	% within 23. Διαβάζετε τα (επαγγελματικά) emails εκτός εργασίας?	19,5%	25,4%	22,0%
	% of Total	11,3%	10,6%	22,0%
4	4 Count	9	3	12
	% within 20. Τα emails σας αγχώνουν?	75,0%	25,0%	100,0%
	% within 23. Διαβάζετε τα (επαγγελματικά) emails εκτός εργασίας?	11,0%	5,1%	8,5%
	% of Total	6,4%	2,1%	8,5%
5	5 Count	3	0	3
	% within 20. Τα emails σας αγχώνουν?	100,0%	,0%	100,0%
	% within 23. Διαβάζετε τα (επαγγελματικά) emails εκτός εργασίας?	3,7%	,0%	2,1%
	% of Total			

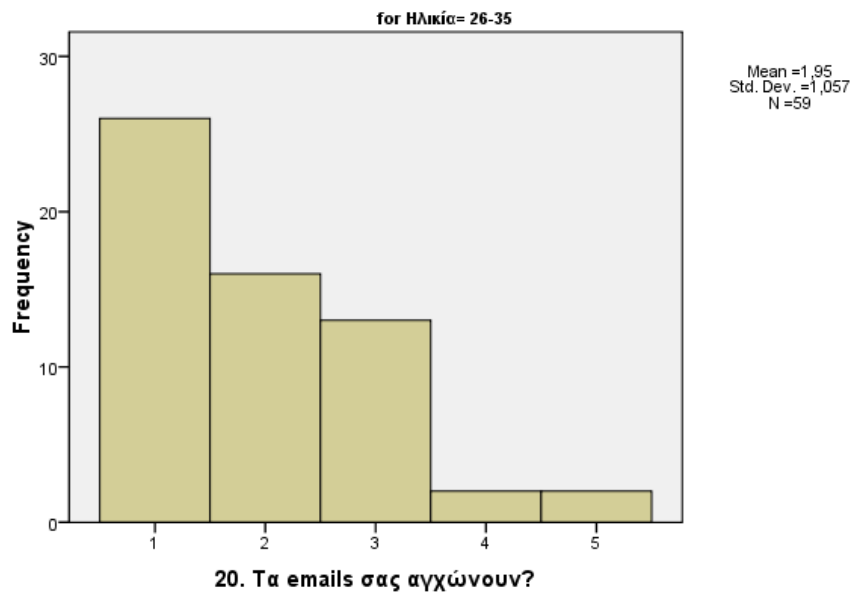
	% of Total	2,1%	,0%	2,1%
Total	Count	82	59	141
	% within 20. Τα emails σας αγχώνουν?	58,2%	41,8%	100,0%
	% within 23. Διαβάζετε τα (επαγγελματικά) emails εκτός εργασίας?	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	58,2%	41,8%	100,0%

5. Η ηλικία, το φύλο, ο τομέας δραστηριοτήτων και ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιούνται οι οργανισμοί των ερωτηθέντων σε συνδυασμό με τα επίπεδα άγχους από την χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

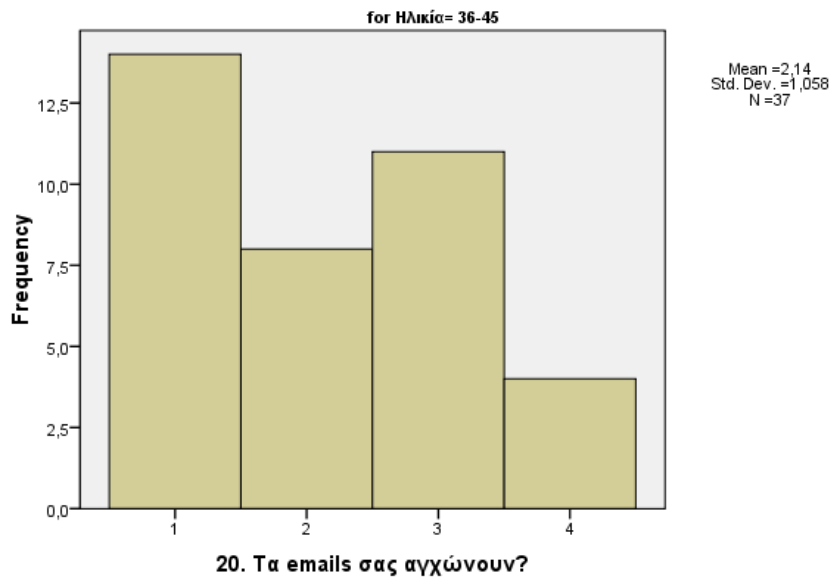
Ηλικία



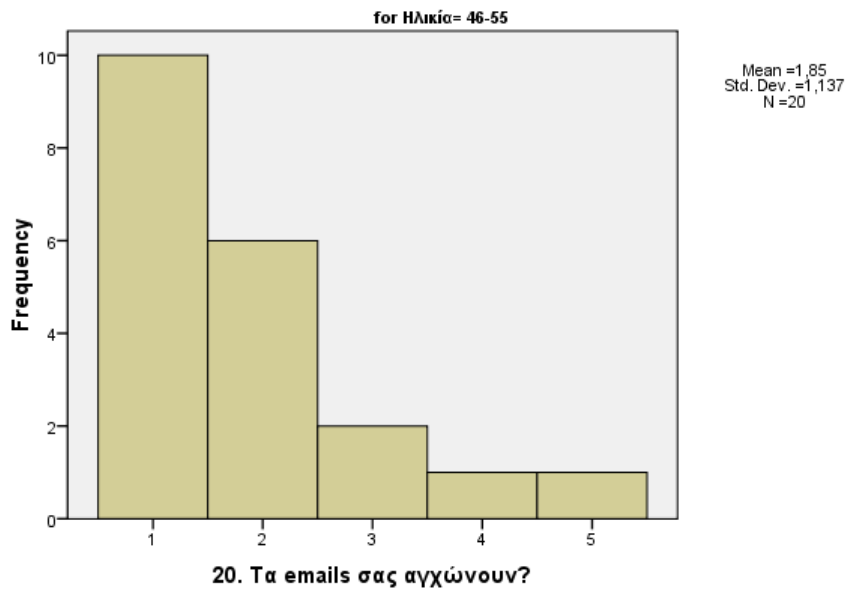
Histogram



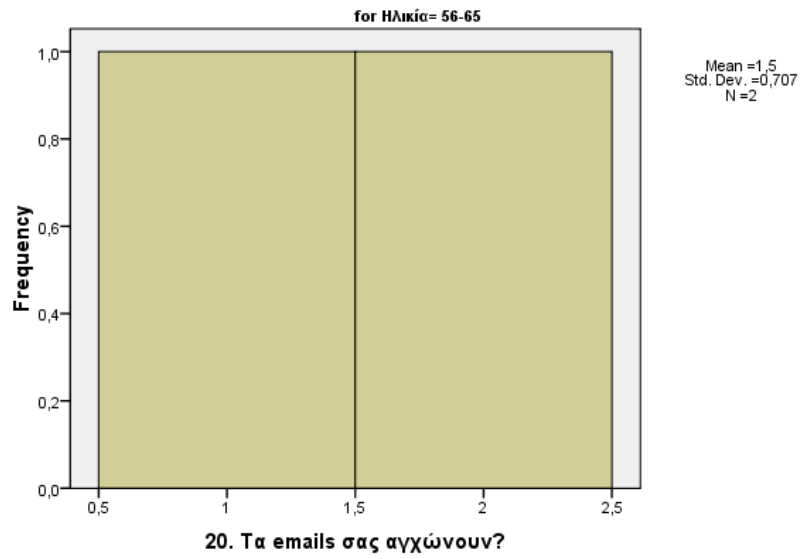
Histogram

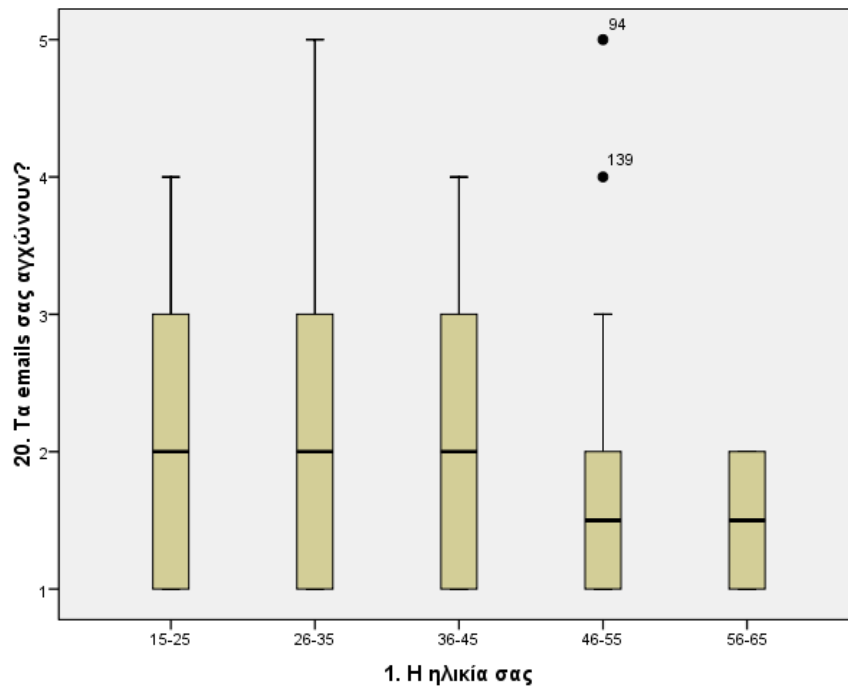


Histogram

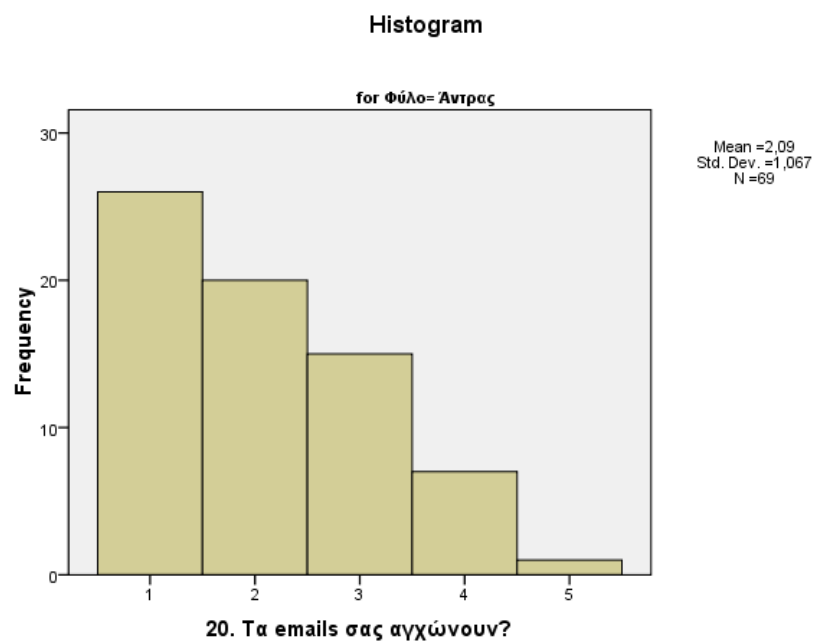


Histogram

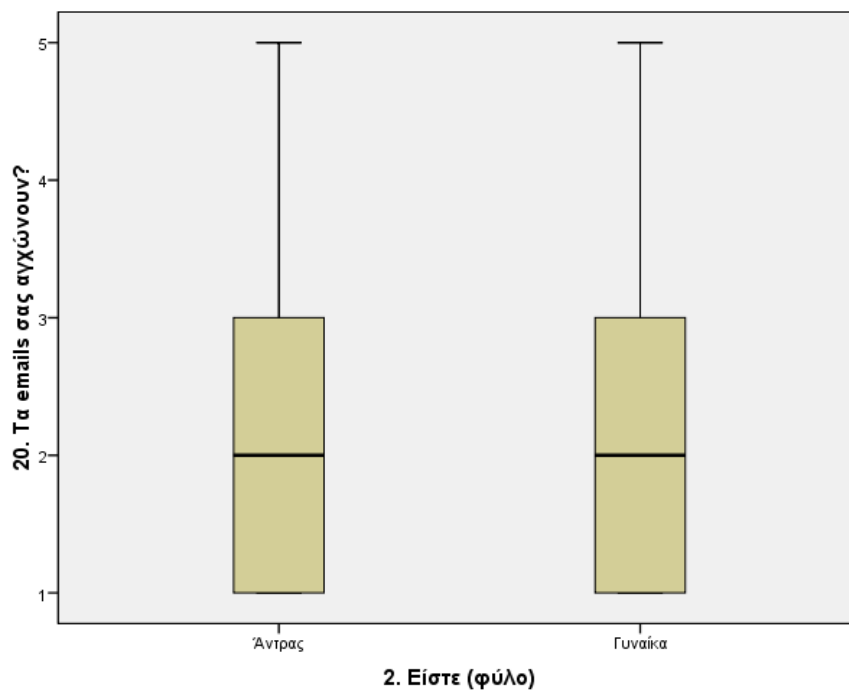
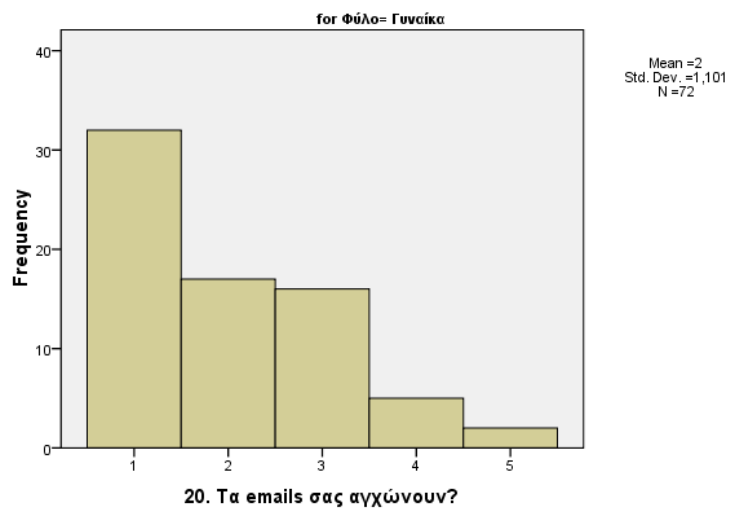




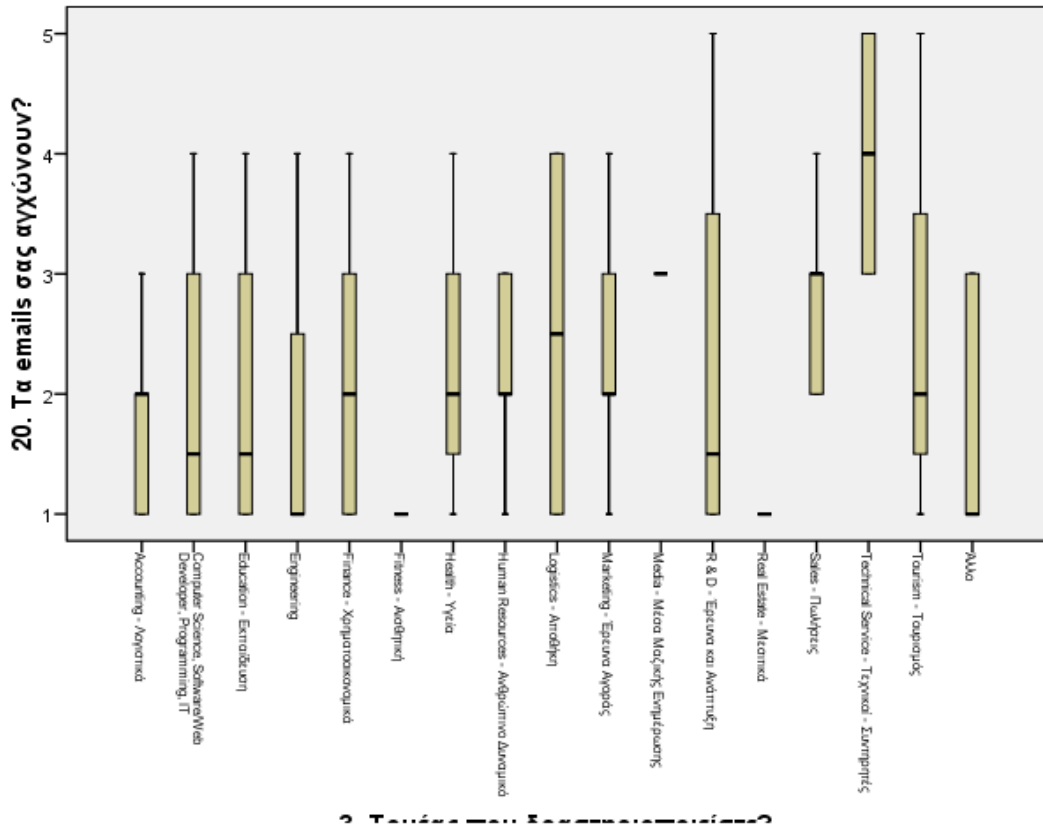
Φύλο

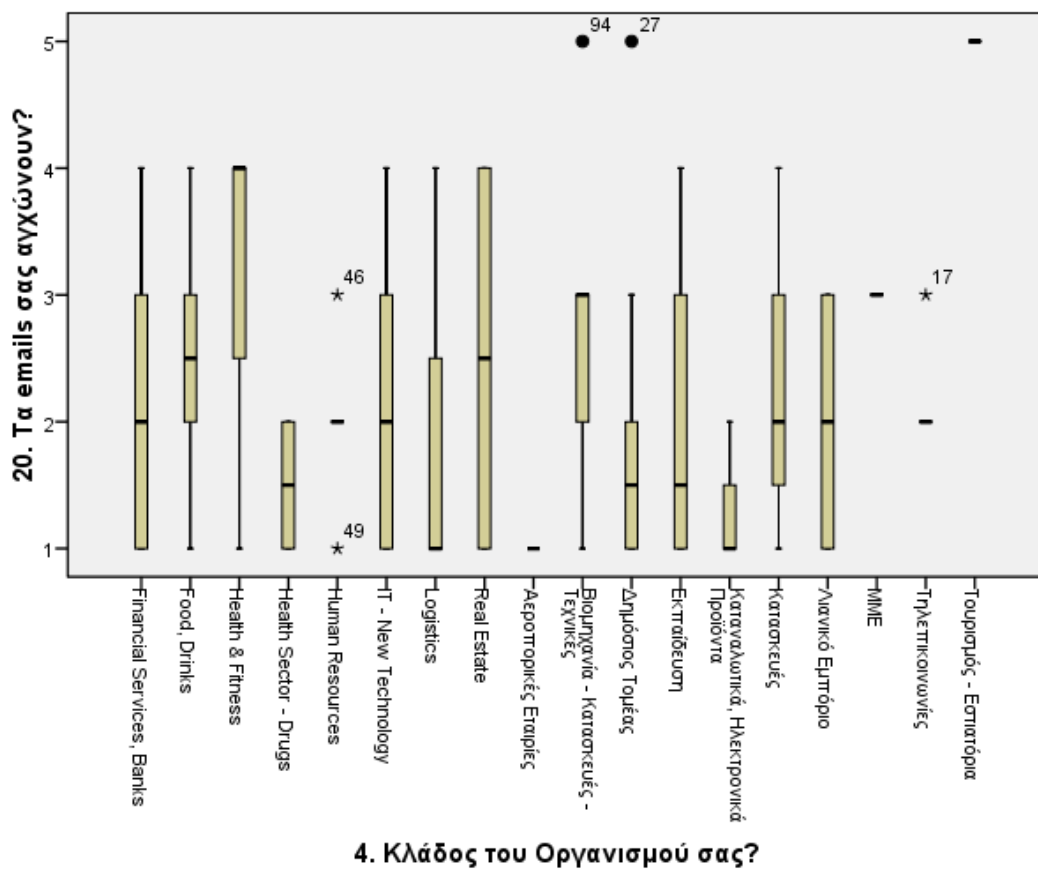


Histogram



Τομέας





BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Anon., 2012. Volkswagen turns off Blackberry email after work hours. *BBC NEWS*, 8 March, pp. <http://www.bbc.com/news/technology-16314901>.
- Baer, D., 2013. WHAT TO DO WHEN EMAIL IS SUCKING AWAY YOUR SOUL - IT DRAINS YOUR TIME, ENERGY, AND PSYCHOLOGICAL WELL-BEING—BUT ONLY IF YOU LET IT. HERE'S HOW TO TAME THE BEAST THAT IS EMAIL. *Fast Company*, 2 August.
- Barrie, L., 2014. 5 Email Habits Of Highly Productive People. *Huffington Post*, 29 December.
- Booth, F., 2014. More Tech Time Than Sleep Time, Evidence Shows. *Forbed*, 8 July.
- Chandrasekar, K., 2011. Workplace Environment and its Impact on Organizational Performance in Public Sector Organization. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, 1 January, pp. 1-19.
- Chui, M. et al., 2012. *The social economy: Unlocking value and productivity through social technologies*, s.l.: McKinsey.
- Dittmann, T., 2005. Taking work home can depress mood, energy. *American Psychological Association*, December.
- Gallo, A., 2012. Stop Email Overload. *Harvard Business Review*, February.
- Herzberg, F., 1968. *One more time: How do you motivate employees*. s.l.:s.n.
- Jaffe, E., 2013. Why Wait? The Science Behind Procrastination. *Observer*, April.
- Kreitner, Robert, Kinicki & Angelo, 2012. *Organizational Behaviour*.
- Kushlev, K. & Dunn, E., 2014. Checking email less frequently reduces stress. *Elsevier*, 22 November.
- Pitaloka, E., 2014. THE AFFECT OF WORK ENVIRONMENT, JOB SATISFACTION, ORGANIZATION. *International Journal of Business, Economics and Law*, December.
- Qvortrup, L., 2006. Understanding new digital media: Medium theory or complexity theory?. *European Journal of Communication*, 21 March, pp. 345-356.

Reinke, K. & Chamorro-Premuzic, T., 2014. When email use gets out of control: Understanding the relationship. *Elsevier*, 15 May.

Robinson, J., n.d. How to Avoid Burnout. *Optimal Performance Strategies*.

Sumecki, D., Chipulu, M. & Ojiako, U., 2011. Email overload: Exploring the moderating role of the perception of email as a. *Elsevier*, 17 January.

Szostek, A. M., 2010. 'Dealing with My Emails': Latent user needs in email management.. *Elsevier*, 8 December.

TIPS, P. E., n.d. *Drexel University*. [Online]
Available at: <http://drexel.edu/hr/career/review/perfevaltips/>

Vondey, M., 2010. The Relationships among Servant Leadership, Organizational Citizenship Behavior, Person Organization Fit, and Organizational Identification. *International Journal of Leadership Studies*, 6 January, pp. 3-27.

Welch, M., 2012. Appropriateness and acceptability: Employee perspectives of internal. *Elsevier*, pp. 246-254.

Yildirim, O., 2014. The Impact of Organizational Communication on Organizational Citizenship Behavior: Research Findings. *Elsevier*.

Καραμουσαλής, Γ. Ι., 2006. Συστήματα Μέτρησης Απόδοσης με έμφαση στο Ανθρώπινο Δυναμικό: Θεωρία και Μελέτη Περιπτώσεως στην Kraft Foods Hellas. pp. 146-148.

Στασινοπούλου, Π. Π., 2012. Ικανοποίηση των εργαζομένων: Μελέτη περίπτωσης εταιρείας που δραστηριοποιείται στην εισαγωγή, προώθηση και διανομή πρωτοποριακών ιατρικών προϊόντων και τεχνολογιών στην Ελλάδα. pp. 43-47.