



**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΤΙΤΛΟΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

**“Διερεύνηση επιπέδων συναισθηματικής νοημοσύνης  
σε επιλεγμένα στελέχη Τραπεζικών Ιδρυμάτων και  
επιπτώσεις στην Εξυπηρέτηση Πελατών : Μια  
θεωρητική και εμπειρική προσέγγιση  
πελατοκεντρικού χαρακτήρα”**

**ΚΑΜΠΕΡΗ ΜΑΡΙΑ     Α.Μ. : ΜΣ 40/07**

**Επιβλέπων Καθηγητής : Dr. Γιώργος Πιπερόπουλος**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....</b>	<b>4</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>6</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ**

**ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ**

1.1. Έννοια και διαστάσεις της συναισθηματικής νοημοσύνης .....	7
1.2. Μέτρηση συναισθηματικής νοημοσύνης .....	9
1.3. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα ανθρώπων με συναισθηματική νοημοσύνη.....	10
1.4. Παλαιότερες έρευνες για την έννοια της συναισθηματικής νοημοσύνης.....	11
1.5. Η συναισθηματική νοημοσύνη στο χώρο εργασίας .....	13

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ**

**ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ**

2.1. Η σημασία της εξυπηρέτησης πελατών .....	16
2.2. Παράγοντες επίτευξης της εξυπηρέτησης πελατών.....	17
2.3. Η πελατοκεντρική προσέγγιση .....	19
2.4. Ατομικός πελατοκεντρικός προσανατολισμός .....	21
2.5. Σχέση εξυπηρέτησης πελατείας με συναισθηματική νοημοσύνη .....	23

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ**

**Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

3.1. Εξελίξεις και Τάσεις στον Τραπεζικό κλάδο.....	25
3.2. Η σημασία του Ανθρώπινου Δυναμικού στις Ελληνικές Τράπεζες.....	28

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**

### **ΟΙ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ**

4.1. Τράπεζα Α (Ιδιωτική)	
4.1.1 Ιστορική Αναδρομή.....	30
4.1.2 Όραμα- Στρατηγική-Στόχοι .....	31
4.1.3. Εταιρική Διακυβέρνηση .....	31
4.1.4. Ανθρώπινο Δυναμικό .....	33
4.2. Τράπεζα Β (Μη-ιδιωτική)	
4.2.1. Ιστορική Αναδρομή .....	36
4.2.2. Όραμα- Στρατηγική-Στόχοι .....	37
4.2.3. Εταιρική Διακυβέρνηση .....	38
4.2.4. Ανθρώπινο Δυναμικό .....	39

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ**

### **ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ**

5.1. Μεθοδολογία Έρευνας	
5.1.1. Στόχος.....	41
5.1.2. Δείγμα.....	42
5.1.3. Ερευνητικό εργαλείο.....	43
5.2. Παρουσίαση Αποτελεσμάτων	
5.2.1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά .....	44
5.2.2. Διερεύνηση εγκυρότητας της έρευνας.....	48
5.2.3. Ανάλυση αποτελεσμάτων .....	49
5.2.4. Σύγκριση των δύο Τραπεζικών Ιδρυμάτων.....	58

5.3. Συμπεράσματα-Προτάσεις .....	65
-----------------------------------	----

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>68</b>
---------------------------	-----------

#### **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ**

- Παράρτημα Α: Ερωτηματολόγιο .....72
- Παράρτημα Β: Πίνακες Αποτελεσμάτων .....77

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Το τραπεζικό σύστημα σήμερα βρίσκεται στον πυρήνα ποικίλων αλλαγών και ραγδαίων εξελίξεων. Η απελευθέρωση των αγορών, η προσφορά πληθώρας προϊόντων και υπηρεσιών, η διευρυμένη χρήση της τεχνολογίας και η παγκοσμιοποίηση των δραστηριοτήτων αύξησαν τις ανταγωνιστικές πιέσεις και οδήγησαν τις τράπεζες στην υιοθέτηση πρακτικών ποιότητας, στην προσπάθειά τους να διατηρήσουν το μερίδιο αγοράς και να αυξήσουν τα κέρδη τους (Καρασαββαΐδου, 2004). Η ανάγκη για προσέλκυση νέων πελατών και διατήρηση των υπαρχόντων κατέστησε απαραίτητη την εφαρμογή πολιτικών εστίασης στις ανάγκες και στις προσδοκίες τους και την βελτίωση του βαθμού ικανοποίησής τους. Είναι γεγονός ότι πλέον η υψηλή ποιότητα των τραπεζικών υπηρεσιών εξασφαλίζει «ανταγωνιστικό πλεονέκτημα» και μόνο μέσω άρτια εκπαιδευμένων υπαλλήλων είναι δυνατή η επίτευξή του. Αυτός είναι και ο λόγος που οι επιχειρήσεις άρχισαν να ασχολούνται με την έννοια της συναισθηματικής νοημοσύνης και συγκεκριμένα άρχισαν να προσανατολίζονται στην δημιουργία υπαλλήλων με συναισθηματικές δεξιότητες ώστε να μπορούν να μεταχειρίζονται σωστά τους πελάτες, να προσανατολίζονται στις ιδιαίτερες ανάγκες τους και να κερδίζουν την εμπιστοσύνη τους.

Η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά το επίπεδο συναισθηματικής νοημοσύνης σε εργαζόμενους στον τραπεζικό κλάδο και τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει στην εξυπηρέτηση πελατείας. Οι στόχοι της είναι καταρχήν, με βάση την βιβλιογραφική έρευνα, μια διευρυμένη ανασκόπηση των όρων «Συναισθηματική

Νοημοσύνη» και «Εξυπηρέτηση Πελατείας» και η διερεύνηση της σχέσης που υπάρχει μεταξύ των δύο εννοιών. Η εργασία εστιάζεται στον Τραπεζικό κλάδο και για τον λόγο αυτόν στο πλαίσιο της δευτερογενούς βιβλιογραφικής έρευνας επιδιώχθηκε η σκιαγράφηση του προφίλ και των ιδιομορφιών μίας ιδιωτικής και μίας μη ιδιωτικής τράπεζας, που αντίστοιχα οι εργαζόμενοί τους αποτέλεσαν και το δείγμα της πρωτογενούς έρευνας.

Για την συγγραφή της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας συλλέχθηκαν άρθρα και βιβλία σχετικά με την συναισθηματική νοημοσύνη και την εξυπηρέτηση πελατείας. Στην πρωτογενή έρευνα το εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή των δεδομένων είναι ένα ερωτηματολόγιο 45 ερωτήσεων, το οποίο αποτελεί συνδυασμό δύο ερευνητικών εργαλείων, του ερωτηματολογίου SREIT scale που διερευνά την συναισθηματική νοημοσύνη και του SOCO scale που διερευνά την εξυπηρέτηση πελατείας αντίστοιχα.

Τα αποτελέσματα της εμπειρικής έρευνας 77 εργαζόμενων σε 9 συνολικά υποκαταστήματα των δύο τραπεζών στην περιοχή της Θεσσαλονίκης έδειξαν πως υπάρχει θετική σχέση μεταξύ συναισθηματικής νοημοσύνης και πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης, ωστόσο δεν βρέθηκαν σημαντικά στοιχεία διαφοροποίησης ανάμεσα στις δύο τράπεζες.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η άποψη ότι η συναισθηματική νοημοσύνη συμβάλει θετικά στο χώρο της εργασίας δεν είναι καινούρια. Μόνο σχετικά πρόσφατα, όμως, έχουν εμφανισθεί μελέτες που δείχνουν ακριβώς πόσο σημαντική είναι για την επιτυχία οποιουδήποτε οργανισμού (Goleman, 2002). Οργανισμοί που είναι πετυχημένοι στη σημερινή δυναμική των παγκόσμιων επιχειρήσεων είναι πιθανόν αυτοί που έχουν μία προληπτική προσέγγιση για παροχή «τέλειας εξυπηρέτησης» (Goodman, 2000). Άψογη εξυπηρέτηση, με θετική συναισθηματική ευχαρίστηση, είναι πιο πιθανόν να επιτευχθεί από εργαζόμενους που έχουν συναισθηματική αυτοεπίγνωση και καταλαβαίνουν τους άλλους σε ένα πιο συναισθηματικό επίπεδο (Bardzil and Slaski, 2003). Έρευνες έχουν δείξει πως «για επίδοση ενός αστέρα» σε οποιοδήποτε πεδίο, η συναισθηματική νοημοσύνη είναι δύο φορές πιο σημαντική από τις νοητικές ικανότητες (Fatt, 2002). Η εποχή που το συναίσθημα αγνοούνταν ως άσχετο με την επιχείρηση παρήλθε ανεπιστρεπτί. Αυτό που χρειάζονται τώρα οι οργανισμοί σε όλο τον κόσμο είναι να συνειδητοποιήσουν τα οφέλη της γνήσιας ηγεσίας και να καλλιεργήσουν ηγέτες οι οποίοι θα εμφυσήσουν τη συναισθηματική σύμπνοια και θα επιτρέψουν στους εργαζόμενους να προοδεύσουν (Goleman, 2002). Ο στόχος της παρούσας έρευνας είναι να διερευνήσει το βαθμό συναισθηματικής νοημοσύνης και το βαθμό πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης, σύμφωνα με τις αντιλήψεις των εργαζόμενων στον κλάδο των ελληνικών τραπεζών, και να αποτυπώσει τη σχέση

που μπορεί να συνδέει την συναισθηματική νοημοσύνη με την ποιοτική εξυπηρέτηση πελατείας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ**

### **ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ**

#### **1.1. Έννοια και διαστάσεις της συναισθηματικής νοημοσύνης**

Η συναισθηματική νοημοσύνη είναι ένα θέμα που έχει αναστατώσει τα τελευταία χρόνια τους κύκλους των ψυχολόγων. Μέχρι τώρα η νοημοσύνη μετριόταν με έναν συγκεκριμένο τρόπο που στηριζόταν κυρίως στην «Νοημοσύνη του Νου» το γνωστό σε όλους μας IQ. Πολλά τεστ βγήκαν ικανά να μετρήσουν, άλλα με περισσότερη και άλλα με λιγότερη ακρίβεια, αυτήν την ικανότητα. Σε πολλές χώρες του κόσμου τα τεστ αυτά έπαιζαν και παίζουν καθοριστικό παράγοντα για την επιλογή κάποιου ατόμου σε μια εργασία, σε ένα πανεπιστήμιο και γενικά σε διάφορες δραστηριότητες της ζωής. Η λογική είναι ότι έχοντας ένα άτομο με υψηλό δείκτη νοημοσύνης (IQ) μπορεί να πετύχει σε κάθε τομέα της ζωής του. Με τα χρόνια όμως αυτή η θεωρία που είχε ήδη εδραιωθεί γερά στο κόσμο άρχισε να φαίνεται ότι δεν ανταποκρινόταν επαρκώς στην πραγματικότητα. Υπήρχαν άτομα με υψηλό IQ, που μόνο πετυχημένα ή ευτυχισμένα δεν θα μπορούσες να τα χαρακτηρίσεις. Τι ήταν αυτό, λοιπόν, που το συνηθισμένο Τεστ δεν μπορούσε να προβλέψει;

Κάπως έτσι ξεκίνησαν πολλές κλινικές μελέτες από πλήθος επιστημών για να αποδειχθεί τελικά ότι υπάρχουν κάποιοι επιπλέον παράγοντες, από αυτούς που απαιτούσαν τα συνηθισμένα τεστ, οι οποίοι είναι συνυπαίτιοι για την επιτυχία ή την αποτυχία στην ζωή. Αυτοί οι παράγοντες διαχωρίστηκαν και έτσι έχουμε την γνωστή σε όλους μας «Συναισθηματική Νοημοσύνη» ή EQ, η Νοημοσύνη της Καρδιάς. Η Συναισθηματική Νοημοσύνη περιλαμβάνει αυτεπίγνωση και έλεγχο των

παρορμήσεων, επιμονή, ζήλο και αυτοενεργοποίηση, ενσυναίσθηση και κοινωνική προσαρμοστικότητα. Αυτές είναι απαραίτητες δεξιότητες που πρέπει να έχουν οι άνθρωποι για να διαπρέψουν στη ζωή, να οικοδομήσουν υγιείς διαπροσωπικές σχέσεις και να διακριθούν στο χώρο εργασίας τους. Αυτές είναι επίσης η σφραγίδα ποιότητας του χαρακτήρα και της αυτοπειθαρχίας, του αλτρουισμού και της συμπόνιας, που με τη σειρά τους είναι θεμελιώδεις δεξιότητες απαραίτητες για την πρόοδο του ανθρώπινου είδους.

Η συναισθηματική νοημοσύνη (Σ.Ν.) ή νοημοσύνη της καρδιάς είναι η ικανότητα του ανθρώπου για αυτοεπίγνωση, αυτοκυριαρχία και αυτοέλεγχο, η ευσυνειδησία και η δυνατότητα να μπαίνει στη θέση των άλλων και να τους κατανοεί, να ακούει προσεκτικά και να ασκεί επιρροή, να επικοινωνεί ουσιαστικά και να συνεργάζεται (Goleman, 2000). Πρόκειται για ικανότητες όπως να μπορείς να βρίσκεις κίνητρα για τον εαυτό σου και να αντέχεις τις απογοητεύσεις, να ελέγχεις την παρόρμηση και να χαλιναγωγείς την ανυπομονησία σου, να ρυθμίζεις σωστά τη διάθεσή σου και να εμποδίζεις την απογοήτευση να καταπνίξει την ικανότητά σου για σκέψη, να έχεις ενσυναίσθηση και ελπίδα (Goleman, 1998). Η συναισθηματική νοημοσύνη είναι μια νέα έννοια και κανένας δεν μπορεί ακόμα να πει με ακρίβεια σε ποιο βαθμό ευθύνεται για τις διαφορές των ανθρώπων στη ζωή τους, από τα δεδομένα όμως προκύπτει ότι μπορεί να είναι εξίσου και μερικές φορές πιο ισχυρή από το Δείκτη Νοημοσύνης (Goleman, 1998).

Οι τέσσερις βασικοί τομείς της συναισθηματικής νοημοσύνης είναι η αυτοεπίγνωση, η αυτοδιαχείριση, η κοινωνική επίγνωση και η διαχείριση σχέσεων, τομείς που είναι στενά συνυφασμένοι, διατηρώντας μεταξύ τους δυναμική σχέση (Goleman, 2002). Αυτοί οι τομείς περιλαμβάνουν δεκαοκτώ δεξιότητες που αφορούν τόσο τον τρόπο που διαχειριζόμαστε τον εαυτό μας (προσωπικές ικανότητες), όσο και τον τρόπο που διαχειριζόμαστε τις σχέσεις μας με τους άλλους (κοινωνικές ικανότητες) (Goleman, 2002). Η αυτοεπίγνωση συγκεκριμένα περιλαμβάνει τη συναισθηματική αυτοεπίγνωση, την ακριβή αυτοαξιολόγηση και την αυτοπεποίθηση

και η αυτοδιαχείριση περιλαμβάνει τον αυτοέλεγχο, τη διαφάνεια, την προσαρμοστικότητα, την επίτευξη, την πρωτοβουλία και την αισιοδοξία (Goleman, 2002). Αντίστοιχα, η κοινωνική επίγνωση περιλαμβάνει τις δεξιότητες της ενσυναίσθησης, της οργανωτικής επίγνωσης και της εξυπηρέτησης και η διαχείριση σχέσεων την έμπνευση, την επιρροή, την ανάπτυξη των άλλων, τον καταλύτη αλλαγών, τη διαχείριση συγκρούσεων, την οικοδόμηση δεσμών και τη συνεργατικότητα και ομαδική δουλειά (Goleman, 2002).

Ο Salovey εντάσσει τα είδη της προσωπικής νοημοσύνης στο βασικό ορισμό περί συναισθηματικής νοημοσύνης, επεκτείνοντας αυτές τις ικανότητες σε πέντε βασικούς τομείς : γνώση των συναισθημάτων, έλεγχος των συναισθημάτων, εξεύρεση κινήτρων για τον εαυτό μας, αναγνώριση των συναισθημάτων των άλλων και χειρισμός των σχέσεων (Goleman, 1998).

## **1.2. Μέτρηση συναισθηματικής νοημοσύνης**

Βασιζόμενη σε ένα είδος εκτίμησης, οι προτεινόμενες μονάδες μέτρησης της συναισθηματικής νοημοσύνης μπορούν να ομαδοποιηθούν σε δύο μεγάλες κατηγορίες : υποκειμενικές αναφορές και αντικειμενικές μετρήσεις (Petrides and Furnham, 2000). Σήμερα, φαίνεται ότι υπάρχουν δύο προσεγγίσεις στη μελέτη της έννοιας της συναισθηματικής νοημοσύνης. Από τη μία πλευρά, υπάρχει η συναισθηματική νοημοσύνη επεξεργασίας πληροφοριών, προτεινόμενη από τον Mayer at al., (2000), που υποστηρίζει ότι η συναισθηματική νοημοσύνη αποκλειστικά περιγράφει ικανότητες, και χρησιμοποιεί τεστ απόδοσης όπως το Mayer-Salovey-Caruso Intelligence Test (MSCIT: Mayer, Salovey & Caruso, in press) για να τη μετρήσει. Από την άλλη πλευρά, υπάρχει η συναισθηματική νοημοσύνη του χαρακτηριστικού γνωρίσματος, εισαγόμενη κυρίως από τον Goleman (1995) και τον Bar-On (1997), που υποστηρίζει ότι όλες οι ικανότητες της συναισθηματικής νοημοσύνης περιέχουν ένα βαθμό από επιδεξιότητα στην επηρεαζόμενη περιοχή,

παράλληλα με επιδεξιότητα σε οποιαδήποτε γνωστικά στοιχεία υπάρχουν επίσης στην κάθε ικανότητα, και χρησιμοποιεί υποκειμενικές, προσωπικές εκτιμήσεις-μετρήσεις, όπως το Bar-On Emotional Quotient Inventory (EQ-I) (Bar-On, 1997) για να τη μετρήσει. Τα μοντέλα αυτά δεν αντιφάσκουν το ένα με το άλλο, αλλά φαίνεται ότι προσεγγίζουν από διαφορετικές πλευρές τη φύση της συναισθηματικής νοημοσύνης (Ioannis Nikolaou & Ioannis Tsaousis, 2002).

### **1.3. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα ανθρώπων με συναισθηματική νοημοσύνη**

Είναι αλήθεια ότι τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες (ως ομάδα) τείνουν να έχουν ένα κοινό προφίλ ισχυρών και αδύνατων σημείων που σχετίζονται με το φύλο τους (Goleman, 2000). Μια ανάλυση της συναισθηματικής νοημοσύνης χιλιάδων ανδρών και γυναικών έδειξε ότι οι γυναίκες, κατά μέσο όρο, έχουν μεγαλύτερη επίγνωση των συναισθημάτων τους, δείχνουν περισσότερη ενσυναίσθηση και γενικά είναι πιο ικανές σε διαπροσωπικά θέματα. Οι άνδρες, από την άλλη πλευρά, διαθέτουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση και αισιοδοξία, προσαρμόζονται πιο εύκολα και χειρίζονται καλύτερα το στρες (Goleman, 2000). Ωστόσο, γενικά, υπάρχουν πολύ περισσότερες ομοιότητες παρά διαφορές. Κάποιοι άνδρες διαθέτουν ανάλογη ενσυναίσθηση με εκείνη των πιο ευαίσθητων από διαπροσωπική άποψη γυναικών, ενώ κάποιες γυναίκες είναι σαφώς σε θέση να αντέχουν το στρες εξίσου καλά με τους πλέον ανθεκτικούς από συναισθηματική άποψη άνδρες (Goleman, 2000).

Οι άνδρες με υψηλό δείκτη συναισθηματικής νοημοσύνης είναι κοινωνικά ισορροπημένοι, εκδηλωτικοί και πρόσχαροι, ελεύθεροι από φοβίες και σκέψεις άγχους (Goleman, 1998). Έχουν μία αξιοληπτή ικανότητα να αφοσιώνονται σε ανθρώπους ή σκοπούς, να αναλαμβάνουν ευθύνες και να τηρούν μια ηθική στάση (Goleman, 1998). Είναι πονετικοί και τρυφεροί στις σχέσεις τους, νιώθουν άνετα με τον εαυτό τους, με τους άλλους και με το κοινωνικό σύμπαν μέσα στο οποίο ζουν (Goleman, 1998). Οι γυναίκες με υψηλό δείκτη συναισθηματικής νοημοσύνης,

αντίθετα, τείνουν να είναι θετικές, να εκφράζουν ευθέως τα συναισθήματά τους και να νιώθουν θετικά απέναντι στον εαυτό τους (Goleman, 1998). Όπως οι άνδρες, είναι εκδηλωτικές και κοινωνικές, εκφράζουν τα συναισθήματά τους κατάλληλα, προσαρμόζονται καλά στο στρες, τείνουν εύκολα το χέρι προς νέες γνωριμίες, νιώθουν αρκετά άνετα με τον εαυτό τους και είναι ευδιάθετες, αυθόρμητες, ανοικτές στην εμπειρία των αισθήσεων και σπάνια νιώθουν άγχος ή ενοχή, ή βυθίζονται σε περισυλλογή (Goleman, 1998).

#### **1.4. Παλαιότερες έρευνες για την έννοια της συναισθηματικής νοημοσύνης**

Τα πρόσφατα χρόνια, υπάρχει ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για τους τρόπους με τους οποίους η συναισθηματική νοημοσύνη επηρεάζει τις καθημερινές συναλλαγές των ανθρώπων. Για παράδειγμα, έχει ισχυρισθεί ότι η συναισθηματική νοημοσύνη είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την επίτευξη πετυχημένης ζωής και ψυχολογικής ευημερίας (Bar-On, 2001). Ο Fitness (2001) υποστηρίζει ότι η συναισθηματική νοημοσύνη παίζει ένα σημαντικό ρόλο στις προσωπικές σχέσεις και στο γάμο. Οι Flury και Ickes (2001) παρέχουν αποδείξεις που αναφέρονται στη σχέση ανάμεσα στη συναισθηματική νοημοσύνη, τη φιλία και τις ερωτικές σχέσεις, καθώς οι Mayer, Caruso, Salovey, Formica και Woolery (2000) παρουσιάζουν αρνητικές συσχετίσεις μεταξύ συναισθηματικής νοημοσύνης και βίαιης, προβληματικής συμπεριφοράς ανάμεσα στους σπουδαστές.

Οι περισσότερες έρευνες έχουν εξετάσει φυλετικές διαφορές και αποδεδειγμένες ευσταθείς επιδράσεις, με τις γυναίκες να δίνουν χαμηλότερα αποτελέσματα αυτό-εκτίμησης από τους άνδρες (Furnham, Hosoe and Tang, 2002). Σύμφωνα με τον Mayer, Caruso και Salovey το 1999, οι γυναίκες παρουσίασαν υψηλότερα αποτελέσματα στα τεστ συναισθηματικής νοημοσύνης συγκριτικά με τους άνδρες. Σύμφωνα με το άρθρο "Relationship between emotional intelligence and transformational leadership style: A gender comparison," μία σημαντική διαφορά (

$p < .05$ ) βασισμένη στη συναισθηματική νοημοσύνη (2003), βρέθηκε ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες. Τα στοιχεία δείχνουν ότι οι γυναίκες είναι μάλλον καλύτερες στον έλεγχο και τη διαχείριση των συναισθημάτων τους και των συναισθημάτων των άλλων, συγκριτικά με τους άνδρες. Παρόλο που τα αποτελέσματα δείχνουν τις γυναίκες να έχουν υψηλότερα ποσοστά συναισθηματικής νοημοσύνης από τους άνδρες, υπάρχει η πιθανότητα μερικά συστατικά στοιχεία των εξετάσεων να είναι αδύναμα και άλλα να είναι δυνατά. Για παράδειγμα, η ενσυναίσθηση και οι κοινωνικές δεξιότητες μπορεί να είναι ένα ισχυρό σημείο στις γυναίκες, όμως η κινητοποίηση και η αυτο-έλεγχος να είναι αδυναμία τους (Mandell and Pherwani, 2003). Ο Mayer και ο Geher που ισχυρίστηκαν ότι οι γυναίκες έχουν πιο ανεπτυγμένη τη συναισθηματική νοημοσύνη, βρήκαν παρόμοια αποτελέσματα και το 1996 (Porterfield and Kleiner, 2005). Οι άνδρες έχουν γενικά περισσότερη αυτοπεποίθηση και είναι πιο αισιόδοξοι, και μπορούν να χειριστούν το στρες καλύτερα από τις γυναίκες, οι γυναίκες όμως έχουν περισσότερη επίγνωση των συναισθημάτων τους, έχουν μεγαλύτερη ενσυναίσθηση και είναι πιο ειδήμονες ενδοπροσωπικά. Ο Morand (2001) έδειξε πως οι γυναίκες σκόραραν υψηλότερα από τους άνδρες σε ένα πραγματικό τεστ όπου εμφανίζονταν φωτογραφίες με συναισθήματα παγκοσμίως, αποσπασμένες από το Ekman and Friesen's "The Face of Emotion", και απαιτούσε από τους διαγωνιζόμενους να μαντέψουν το συναίσθημα που αντιστοιχούσε στην εμφανιζόμενη φωτογραφία (Poon Teng Fatt and Chew Keng Howe, 2003).

Ωστόσο, σε μία έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον Petrides (2000), και κατά την οποία 260 συμμετέχοντες συμπλήρωσαν ένα τεστ μέτρησης συναισθηματικής νοημοσύνης και ένα τεστ αυτό-εκτίμησης συναισθηματικής νοημοσύνης, βρέθηκε ότι στη σύγκριση των δύο τεστ των ανδρών η πλειοψηφία των σκορ για το τεστ της αυτό-εκτίμησης ήταν υψηλή και σχεδόν ταίριαζε με το βαθμό της μέτρησης της συναισθηματικής νοημοσύνης. Για τις γυναίκες υπήρχε μια αναντιστοιχία μεταξύ των δύο τεστ. Αυτό μπορεί να εξηγηθεί με το γεγονός ότι οι

γυναίκες αντιλήφθηκαν πως είχαν χαμηλότερη συναισθηματική νοημοσύνη από αυτήν που πραγματικά μπορούσαν να έχουν. Στην πραγματικότητα, οι γυναίκες είχαν υψηλότερο βαθμό από τους άνδρες στις κοινωνικές δεξιότητες. Ως εκ τούτου, προκύπτει το συμπέρασμα ότι υπάρχει μία αυτό-ενισχυόμενη προκατάληψη στους άνδρες και μία αυτό-υποτιμητική προκατάληψη στις γυναίκες. Παρόλο που οι άνδρες πίστευαν πως έχουν υψηλότερα σκορ συναισθηματικής νοημοσύνης, η έρευνα αυτή δεν έδειξε σημαντική διαφορά ανάμεσα στα συνολικά αποτελέσματα των μετρήσεων της συναισθηματικής νοημοσύνης για τα δύο φύλα όπως και ο Schutte et al. (1998) (Poon Teng Fatt and Chew Keng Howe, 2003).

Ανάμεσα στις περιοχές με τις πιο ισχυρές συσχετίσεις με την έννοια της συναισθηματικής νοημοσύνης είναι το επαγγελματικό περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, ο Weisinger (1998) υποστηρίζει ότι υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ συναισθηματικής νοημοσύνης και επιτυχίας στη δουλειά. Επιπλέον, οι Dulewicz και Higgs (1998) συγκρίνοντας την συνεισφορά των γνωστικών ικανοτήτων και των ικανοτήτων συναισθηματικής νοημοσύνης στην απόδοση της εργασίας, ανακάλυψαν πως η συναισθηματική νοημοσύνη συνεισέφερε 36% στα επιτεύγματα των οργανισμών, ενώ το IQ συνεισέφερε 27%, υποστηρίζοντας ότι η συναισθηματική νοημοσύνη συνεισφέρει ελαφρώς περισσότερο στην ανάπτυξη καριέρας. Οι Cooper και Sawaf (1997) υποστηρίζουν πως η συναισθηματική νοημοσύνη διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις ηγετικές συμπεριφορές. Μία άλλη περιοχή όπου η επίδραση της συναισθηματικής νοημοσύνης μπορεί να ασκεί επιρροή είναι το επαγγελματικό στρες. Εφόσον το στρες γίνεται κυρίως αντιληπτό ως μία συναισθηματική αντίδραση (συνήθως αρνητική) σε διάφορα περιβαλλοντικά ερεθίσματα (Selye, 1956), η συναισθηματική νοημοσύνη μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν ένα πλαίσιο, μέσα στο οποίο ο καθένας μπορεί να μάθει πως να χειρίζεται το στρες και πως να κοντρολάρει δυνατά συναισθήματα.

### **1.5. Η συναισθηματική νοημοσύνη στο χώρο εργασίας**

Η εκτεταμένη βιβλιογραφία πάνω στο θέμα αυτό καλύπτει ένα πλήθος από αρκετά εξειδικευμένες αναφορές (Furnham, 2005). Η συναισθηματική νοημοσύνη γίνεται όλο και πιο αναγνωρίσιμη ως ένα σημαντικό στοιχείο στο χώρο της εργασίας για τρεις βασικές αιτίες :

1. Έρευνες έχουν δείξει πως για επίδοση ενός «αστέρα» σε οποιοδήποτε πεδίο, η συναισθηματική νοημοσύνη είναι δύο φορές πιο σημαντική από τις νοητικές ικανότητες. Για επιτυχία σε υψηλά επίπεδα, το 90% περίπου της επιτυχίας οφείλεται στην συναισθηματική νοημοσύνη (Chen et al., 1998).
2. Εταιρίες και άτομα δείχνουν όλο και περισσότερο ενδιαφέρον στην έρευνά τους για απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και αναγνωρίζουν την ανάγκη να εξισορροπήσουν τις λογικές και τις συναισθηματικές πλευρές μιας στρατηγικής.
3. Μία μεγάλη ώθηση για παρουσίαση ενδιαφέροντος ήταν η αποτυχία του γενικού δείκτη νοημοσύνης να εξηγήσει επαρκώς, από μόνος του, τις διαφορές στα επίπεδα επιτυχίας των ανθρώπων, τόσο σε πλαίσια εκπαίδευσης όσο και σε πλαίσια οργανισμών (James Poon Teng Fatt, Irene Chew Keng Howe, 2003).

Όλο και περισσότερες εταιρίες κατανοούν ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης των δεξιοτήτων της συναισθηματικής νοημοσύνης αποτελεί ένα σημαντικό συστατικό της φιλοσοφίας της διοίκησης κάθε οργανισμού (Goleman, 2000). Η συναισθηματική νοημοσύνη διαδραματίζει όλο και πιο σημαντικό ρόλο στο χώρο της ηγεσίας, όπου διαφορές σε τεχνικές επιδεξιότητες έχουν μικρή σημασία. Χωρίς συναισθηματική νοημοσύνη, η καλύτερη εκπαίδευση, οι πιο λαμπρές ιδέες συνοδευμένες από ένα

αναλυτικό μυαλό δεν μπορούν να συνθέσουν ένα σταθερό και παραγωγικό ηγέτη (Jennifer Porterfield, Brian H Kleiner, 2005).

Οι Dulewicz και Higgs (1998) αναφέρουν ότι οι άνθρωποι που χαρακτηρίζονται από υψηλή συναισθηματική ευφυΐα έχουν περισσότερες ευκαιρίες να επιτύχουν στην εργασία τους. Σε γενικές γραμμές, η ύπαρξη στελεχών με υψηλή συναισθηματική νοημοσύνη αποτελεί πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, που είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την οργανωσιακή απόδοση.

Η διακήρυξη της αποστολής του οργανισμού εξυπηρετεί μια συναισθηματική λειτουργία : το να αρθρωθεί η κοινή αίσθηση περί καλού που έχουμε όλοι και η οποία μας επιτρέπει να αισθανόμαστε πως ό,τι κάνουμε μαζί με τους άλλους αξίζει τον κόπο. Όταν δουλεύει κανείς σε μια εταιρία που υπολογίζει την επιτυχία της βάσει στόχων, οι οποίοι έχουν πράγματι νόημα -και όχι μόνο με βάση τα καθαρά κέρδη-, νιώθει να ενισχύεται το ηθικό του και να αυξάνεται η ενεργητικότητά του. Για να μάθει κανείς ποιες είναι αυτές οι κοινές αξίες, απαιτείται συναισθηματική αυτοεπίγνωση σε επίπεδο οργανισμού. Όπως ακριβώς κάθε άτομο έχει ένα σύνολο δυνατών και αδύνατων σημείων ως προς τις διάφορες ικανότητες και ταυτόχρονα διαθέτει ένα βαθμό επίγνωσης ως προς αυτό, το ίδιο ισχύει και για τους οργανισμούς. Το προφίλ οποιασδήποτε ικανότητας διαθέτει ένας οργανισμός μπορεί να σκιαγραφηθεί σε πολλά επίπεδα : σε κάθε διαφορετικό τμήμα και, ακόμη παραπέρα, σε κάθε μικρότερη μονάδα και ομάδα εργασίας. Ωστόσο, είναι ελάχιστοι οι οργανισμοί που κάνουν μια τέτοια καταγραφή του δυναμικού τους (Goleman, 2000).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ**

### **ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ**

#### **2.1. Η σημασία της εξυπηρέτησης πελατών**

Η εξυπηρέτηση του πελάτη αποτελεί ένα πολύ σημαντικό ζήτημα που απασχολεί κάθε επιχείρηση, η οποία επιθυμεί να επιβιώσει και να επιτύχει οικονομική άνθηση. Η προσέλκυση και η διατήρηση της πελατείας γίνονται όλο και πιο απαραίτητα στοιχεία για τις επιχειρήσεις, όσο ο ανταγωνισμός εντείνεται. Στη βάση αυτή, η επιτυχία μιας επιχείρησης προσδιορίζεται από το βαθμό κατανόησης των προσδοκιών των πελατών, από την σωστή επιλογή του τρόπου και του χρόνου προσφοράς της άψογης υπηρεσίας και από την δυνατότητά της να παρέχει ποιοτικές υπηρεσίες σε κάθε στάδιο (Καρασαββαΐδου, 2004).

Πελατειακή εξυπηρέτηση είναι η εμπειρία (θετική ή αρνητική) που βιώνει ο χρήστης στη σχέση τού με τον πάροχο της υπηρεσίας. Κατά τον Shaun Smith η εξυπηρέτηση είναι η ικανότητα να καταλαβαίνεις τους πελάτες σου και το τι θεωρούν σημαντικό, και να τους το προσφέρεις με ένα τρόπο που είναι καλύτερος ή διαφορετικός από εκείνο των ανταγωνιστών σου. Σύμφωνα με τον Drucker, στις υπηρεσίες πελατοκεντρικού χαρακτήρα η ποιότητα είναι η αντίληψη του πελάτη ότι η υπηρεσία που λαμβάνει ανταποκρίνεται στις ανάγκες και επιθυμίες του, με βάση τα πρότυπά του και την τιμή που πληρώνει.

Ο σημαντικότερος παράγοντας για την επιτυχία μιας επιχείρησης είναι η εμμονή στον πελάτη. Στον ανταγωνιστικό περιβάλλον, που δραστηριοποιούνται οι

επιχειρήσεις σήμερα, η οικονομική ανάπτυξη επιτυγχάνεται από εκείνες τις επιχειρήσεις που αναγνωρίζουν ότι:

- Ο πελάτης είναι το μεγαλύτερο περιουσιακό στοιχείο τους.
- Ο πελάτης είναι αυτός που εξασφαλίζει τους μισθούς και τα μερίσματα.
- Ο πελάτης επιλέγει να εξυπηρετηθεί σ' αυτόν που θα το κάνει καλύτερα.
- Η επιτυχημένη επιχείρηση βρίσκεται στις πρώτες επιλογές του πελάτη (Καρασαββαΐδου, 2004).

Διάφορες έρευνες δείχνουν πόσο μεγάλη σημασία έχει η διατήρηση των πελατών, η οποία επιτυγχάνεται μέσω της ποιοτικής εξυπηρέτησης. Συγκεκριμένα, έρευνα των Buzzell R. D. και Gale B. T. (1987), έδειξε ότι οι εταιρείες που παρέχουν ποιοτική εξυπηρέτηση:

- Έχουν υψηλότερο ποσοστό διατήρησης πελατών.
- Έχουν οφέλη από την καλή φήμη τους στην αγορά.
- Κερδίζουν υψηλότερα μερίδια αγοράς.
- Η καλή τους φήμη προσελκύει το ικανότερο και πιο αφοσιωμένο προσωπικό.
- Έχουν απόδοση κεφαλαίων διπλάσια από τους ανταγωνιστές εκείνους, οι οποίοι προσφέρουν χαμηλότερα επίπεδα εξυπηρέτησης.

## **2.2. Παράγοντες επίτευξης της εξυπηρέτησης πελατών**

Έτσι, για να κριθεί η επιχείρηση ικανή να προσφέρει καλή εξυπηρέτηση πρέπει να δείξει υπεροχή στους παρακάτω τομείς (Ομάδα συγγραφέων της Lifeskills International Ltd, 2002):

- Ικανοποίηση του πελάτη

Οι επιχειρήσεις γνωρίζουν τους παράγοντες εκείνους που κάνουν τους πελάτες

τους ικανοποιημένους. Μάλιστα, οι πελάτες είναι σε θέση να κρίνουν την επίδοση της επιχείρησης συγκρίνοντάς την με αυτή των ανταγωνιστών.

- Εργαζόμενοι

Οι επιχειρήσεις που θέλουν να επιτύχουν την παροχή άψογης εξυπηρέτησης οφείλουν να εκπαιδεύουν το προσωπικό τους και να του παρέχουν τη δυνατότητα ανάπτυξης πρωτοβουλιών, καθώς και να δεσμευτούν στην προσπάθεια για συνεχή βελτίωση των διαδικασιών τους.

- Οικονομικά αποτελέσματα

Μια επιχείρηση θα πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξει ότι οι επενδύσεις της σε ποιότητα και καλή εξυπηρέτηση έχουν τα αναμενόμενα αποτελέσματα και οδηγούν στην υλοποίηση των στόχων της. Οι επιχειρήσεις αυτές είναι πιο κερδοφόρες από εκείνες που θέτουν ως πρώτο στόχο την δημιουργία κερδών.

- Ηγεσία

Η δέσμευση των ανώτερων ιεραρχικά επιπέδων στην επίτευξη της ποιότητας θα συμβάλλει στη δημιουργία μιας φιλοσοφίας μέσα στην επιχείρηση βασισμένης στο στόχο αυτό.

- Πολιτική και στρατηγική

Οι αξίες, το όραμα και η στρατηγική της επιχείρησης πρέπει να προσανατολίζονται στην ποιότητα και στην καλή εξυπηρέτηση και να αντανακλώνται στην πολιτική της για την εφαρμογή τους στην πράξη.

- Πόροι

Οι χρηματοοικονομικοί και τεχνολογικοί πόροι της επιχείρησης εξυπηρετούν πλήρως όλα τα συναλλασσόμενα μέρη, όπως τη διοίκηση, τους μετόχους και την κοινωνία γενικότερα.

- Διαδικασίες

Όλες οι διαδικασίες πρέπει να είναι κατά τέτοιο τρόπο σχεδιασμένες ώστε να καταστούν ικανές να προσφέρουν άμεσα και με το μικρότερο κόστος ποιοτική

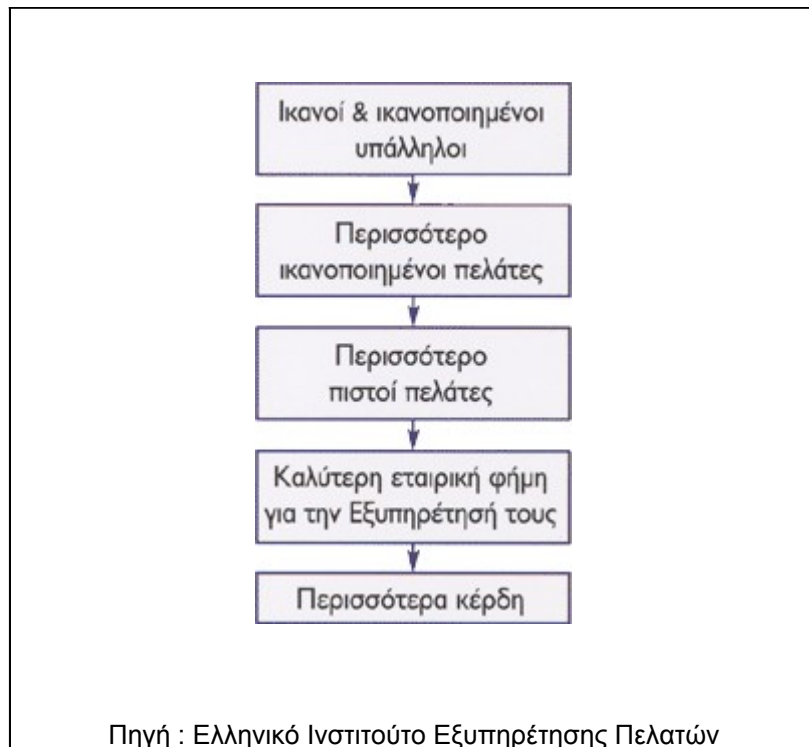
εξυπηρέτηση στον πελάτη. Η επιχείρηση οφείλει να διαμορφώσει τις διαδικασίες αυτές με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι σαφείς, να ορίζουν τις υπευθυνότητες, να επαναπροσδιορίζονται και να προσαρμόζονται συνεχώς στις ανάγκες του πελάτη.

- Επίδραση στην κοινωνία

Οι επιχειρήσεις πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους τον αντίκτυπο που έχει η λειτουργία τους στο περιβάλλον και να κάνουν τις απαραίτητες ενέργειες για να μην το επιβαρύνουν. Η περιβαλλοντική ευαισθησία της επιχείρησης συντελεί στη δημιουργία καλής εικόνας στην κοινωνία και συμβάλλει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής.

### **2.3. Η πελατοκεντρική προσέγγιση**

Η καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη προέρχεται από ανθρώπους που νιώθουν σίγουροι ότι μπορούν να χειρίζονται τις σχέσεις τους με τους πελάτες αποτελεσματικά, που μπορούν να προβλέπουν το αποτέλεσμα των ενεργειών τους, που μπορούν να βλέπουν αυτό που κάνουν μέσα σε ένα ευρύτερο πλαίσιο λειτουργίας του πελάτη τους, και που αναγνωρίζονται για τις επιδόσεις τους. Από το σημείο αυτό ξεκινά η πορεία της επιχείρησης προς το Κέρδος (Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών, 2008).



**Πίνακας 1: Η πορεία της επιχείρησης προς το Κέρδος**

Πολλοί οργανισμοί δίνουν έμφαση στα προϊόντα και στις υπηρεσίες τους και όχι στις ανάγκες και στην ικανοποίηση του πελάτη. Γι' αυτό είναι αναγκαία η δημιουργία μιας εταιρικής κουλτούρας που θα δίνει έμφαση στην πελατοκεντρική προσέγγιση. Οι επιχειρήσεις δεν πρέπει να δίνουν έμφαση στα βραχυπρόθεσμα κέρδη, αλλά να δημιουργούν πιστούς πελάτες που θα τους φέρουν μακροπρόθεσμα κέρδη. Δεν πρέπει, δηλαδή, να στοχεύουν μόνο στην πώληση, αλλά στο να δημιουργήσουν μία σχέση συνεργασίας και ενδιαφέροντος, η οποία θα δέσει τον καταναλωτή με την επιχείρηση. Για να επιτευχθεί αυτό, το στέλεχος θα μπορούσε να επικοινωνεί με τον πελάτη και να εκφράζει το ενδιαφέρον του για την ύπαρξη τυχόν προβλημάτων ή δυσανεσκειών και να δίνει λύση στις ανάγκες του. Επίσης, θα πρέπει να γίνεται συνεχής προσπάθεια για αύξηση της συνολικής αξίας των πελατών. Οι πιστοί πελάτες είναι ίσως το πολυτιμότερο περιουσιακό στοιχείο των τραπεζών. Άλλωστε σύμφωνα με τον νόμο του 80-20 ή αρχή του Pareto, το 20% των πελατών συνεισφέρει στο 80% των συνολικών εσόδων (Παπαδομαρκάκη, 2007).

Πολλές επιχειρήσεις αφιερώνουν όλο το χρόνο τους στην προσπάθεια εξεύρεσης νέων πελατών και αύξησης του μεριδίου αγοράς τους, παραμελώντας όμως τους ήδη υπάρχοντες πελάτες τους. Έχει διαπιστωθεί πως η διατήρηση ενός πελάτη στοιχίζει πολύ φθηνότερα από την απόκτηση ενός καινούργιου και για αυτό κάθε επιχείρηση που ενδιαφέρεται για την βιωσιμότητα και την περαιτέρω ανάπτυξή της, οφείλει να αναπτύξει μία πελατοκεντρική φιλοσοφία για την πελατειακή εξυπηρέτησή της. Τα σημαντικότερα στάδια μίας πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης είναι τα ακόλουθα :

- Βασική Τμηματοποίηση Πελατών
- Συστηματική Συλλογή, Διαχείριση και Ανάλυση Δεδομένων
- Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (CRM)
- Διαχείριση Παραπόνων

Η πελατειακή ικανοποίηση είναι αποτέλεσμα μιας ψυχολογικής διαδικασίας συγκρίσεων ανάμεσα στις προσδοκίες του πελάτη πριν την εκτέλεση της υπηρεσίας και στην αντίληψη που σχηματίζει μετά τη χρήση. Επομένως, η κατηγοριοποίηση των πελατών βάση της προσδοκώμενης και της αντιλαμβανόμενης εμπειρίας γίνεται ως εξής : όταν η προσδοκώμενη εμπειρία είναι μεγαλύτερη από την αντιλαμβανόμενη προκύπτει δυσαρεστημένος πελάτης, όταν είναι ίσες μεταξύ τους προκύπτει ικανοποιημένος πελάτης και όταν η αντιλαμβανόμενη εμπειρία ξεπεράσει την προσδοκώμενη έχουμε έναν ενθουσιασμένο πελάτη.

Η πελατειακή ικανοποίηση, όμως, δεν είναι μόνο θέμα διαδικασιών αλλά και αξιών, είναι θέμα εταιρικής κουλτούρας. Η ικανοποίηση των εξωτερικών πελατών περνά μέσα από την κατανόηση και ανταπόκριση στις ανάγκες και προσδοκίες των εσωτερικών πελατών. Βασική προϋπόθεση ικανοποίησης εξωτερικών πελατών είναι οι εσωτερικοί πελάτες (το προσωπικό εργασίας) να ξέρουν τι να κάνουν, να θέλουν

να το κάνουν και να έχουν τα μέσα και την στήριξη που χρειάζονται για να το υλοποιήσουν.

#### **2.4. Ατομικός πελατοκεντρικός προσανατολισμός**

Υιοθετώντας μια προσέγγιση με επίκεντρο τον πελάτη, θα πρέπει να υπάρχει ο προσωπικός σύμβουλος πελατείας. Ο σύμβουλος πελατείας είναι ένα στέλεχος που έχει ως ρόλο τού την πλήρη και σε βάθος κατανόηση των αναγκών του πελάτη και σκοπό την παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου, που να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες του. Άλλωστε απώτερος σκοπός είναι το όφελος και των δύο και η καλή τους συνεργασία.

Ο σύμβουλος πελατείας θα πρέπει να είναι πάντοτε στη διάθεση του πελάτη ώστε:

- Να διαχειρίζεται τις καθημερινές του ανάγκες
- Να προτείνει το πιο κατάλληλο προϊόν για αυτόν
- Να παρέχει εξειδικευμένες συμβουλές και οποιαδήποτε άλλη πληροφορία ή διευκρίνιση χρειαστεί ο πελάτης (Γαπαδομαρκάκη, 2007).

Με βάση έρευνα του Goodman (2000) τα άτομα που προορίζονται να γίνουν «αστέρια» στο τομέα των υπηρεσιών έχουν τα ακόλουθα γνωρίσματα :

- Έχουν ‘ανθρωποκεντρική’ προσέγγιση: Είναι εξωστρεφή, κοινωνικά, ‘διαδραστικά’ και χαρακτηρίζονται από μια φυσική τάση να προσφέρουν βοήθεια ή εξυπηρέτηση στους άλλους.
- Βασικό τους γνώρισμα είναι η επιθυμία και η διάθεσή τους για ομαδική εργασία γιατί γνωρίζουν ότι για να εξυπηρετηθεί ο πελάτης θα πρέπει να λειτουργήσει αποτελεσματικά η ‘αλυσίδα εξυπηρέτησης’.

- Είναι επικοινωνιακά άτομα. Έχουν το χάρισμα του «λέγειν» και αισθάνονται άνετα όταν συνομιλούν με τρίτους.
- Τους αρέσει να είναι πολυάσχολοι, αντιμετωπίζοντας ταυτόχρονα ετερογενείς «προκλήσεις».
- Είναι εργασιομανείς.
- Αισθάνονται ενεργά δεσμευμένοι τόσο με την εργασία και τον εργοδότη τους, όσο και με τους πελάτες τους.
- Είναι εξαιρετικοί διπλωμάτες : Έχουν την ικανότητα «να τα πηγαίνουν καλά» με άτομα εντελώς διαφορετικού χαρακτήρα και καταφέρνουν να ικανοποιούν του πάντες.
- Δέχονται κριτική από τρίτους, χωρίς να υιοθετούν εμφανώς αμυντική- πόσο, μάλλον, μαχητική στάση.
- Χαρακτηρίζονται από δημιουργικότητα σε περιπτώσεις αντιπαράθεσεων και/ ή αντιμετώπισης παραπόνων πελατών.
- Είναι αποτελεσματικοί διαχειριστές του εργασιακού άγχους.

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τα στοιχεία της προσωπικότητας και τις δεξιότητές ενός εργαζόμενου «αστέρα», συνοψίζοντας και τα προηγούμενα.

<b>Ο ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΣ «ΑΣΤΕΡΙ»</b>	
<u>ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ</u>	<u>ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ</u>
Πελατο-κεντρική Εστίαση	Επικοινωνιακές Δεξιότητες
Εξωστρέφεια	Δημιουργικότητα
Εσωτερικό Επίκεντρο Ελέγχου	Ευελιξία
Αυτοεκτίμηση	Ομαδική Εργασία
Αυτοπεποίθηση	Διαχείριση Συγκρούσεων
	και Αντιπαραθέσεων
Θετική στάση ζωής	Διαχείριση Χρόνου
	Διαχείριση Άγχους

**Πίνακας 2 : Διοίκηση Υπηρεσιών, Δημητριάδη, 2007**

## **2.5. Σχέση εξυπηρέτησης πελατείας με συναισθηματική νοημοσύνη**

Επίκεντρο των επιχειρήσεων αποτελεί ο πελάτης. Σκοπός των επιχειρήσεων είναι η μεγιστοποίηση της ωφέλειας των πελατών της. Από αυτούς καθορίζεται η στρατηγική, το management που αυτή θέτει. Οι λόγοι αυτοί έχουν υποχρεώσει τις επιχειρήσεις να ασχολούνται με την έννοια της συναισθηματικής νοημοσύνης προκειμένου να διατηρήσουν την πελατεία της. Συγκεκριμένα οι υπάλληλοι που αποτελούν το έμπυχο δυναμικό της οφείλουν να διαθέτουν συναισθηματικές δεξιότητες ώστε να μπορούν να μεταχειρίζονται σωστά τους πελάτες, να κερδίζουν την εμπιστοσύνη τους και να είναι ικανοί να δημιουργούν φιλικές σχέσεις με αυτούς (Τσελέκης, 2005).

Ο συναισθηματικά έξυπνος άνθρωπος είναι αυτός που στα πλαίσια της ομάδας είναι σε θέση να χειρίζεται με διπλωματία και τακτ τους δύσκολους ανθρώπους και τις καταστάσεις έντασης. Εντοπίζει την πιθανότητα συγκρούσεων και φροντίζει την αποκλιμάκωση των διαφωνιών, ενθαρρύνει το διάλογο και την ανοιχτή συζήτηση. Διαθέτει την ικανότητα της καλής ακρόασης, αναζητά αμοιβαία κατανόηση

και δέχεται πρόθυμα να μοιραστεί πληροφορίες με άλλους. Παράλληλα είναι αυτός που ενορχηστρώνει τις επιτυχημένες λύσεις (Goleman, 2000).

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ**

#### **Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

##### **3.1. Εξελίξεις και Τάσεις στον Τραπεζικό κλάδο**

Στη σημερινή επιχειρηματική πραγματικότητα ο τραπεζικός κλάδος αναπτύσσεται διαρκώς και αποτελεί έναν από τους πιο κερδοφόρους κλάδους της Ελληνικής οικονομίας. Το τραπεζικό σύστημα στην Ελλάδα βρίσκεται σε μεταβατική περίοδο με τις εξελίξεις να διαδέχονται η μία την άλλη. Οι συγχωνεύσεις, οι εξαγορές και οι επεκτάσεις στο εξωτερικό κυριαρχούν την επικαιρότητα. Από την άλλη η ένταση του ανταγωνισμού έχει αρχίσει και «εκλογικεύει» τις τιμές των προϊόντων. Με άλλα λόγια το ελληνικό τραπεζικό σύστημα «εκσυγχρονίζεται» και ενσωματώνει τα στοιχεία των ευρωπαϊκών αναπτυγμένων τραπεζικών λειτουργιών (Νικόγλου, 2006). Η σημασία της ποιότητας των τραπεζικών υπηρεσιών με την μορφή της πελατοκεντρικής προσέγγισης είναι τεράστια γιατί αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα σ' ένα τέτοιο περιβάλλον έντονου ανταγωνισμού (Παπαδομαρκάκη, 2007).

Στην Ελλάδα το τραπεζικό σύστημα αποτελείται από την Κεντρική Τράπεζα (Τράπεζα της Ελλάδος), τις εμπορικές τράπεζες, τις συνεταιριστικές τράπεζες και από διάφορους ειδικούς πιστωτικούς οργανισμούς. Η Τράπεζα της Ελλάδος που λειτουργεί ως η κεντρική Τράπεζα της χώρας, είναι μέλος του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών (ΕΣΚΤ) και πρωταρχικός της σκοπός είναι η επιδίωξη της σταθερότητας των τιμών. Είναι υπεύθυνη για την ομαλή λειτουργία της τραπεζικής αγοράς και είναι αυτή που εφαρμόζει την εκάστοτε νομισματική πολιτική που πρέπει να ακολουθηθεί. Οι εμπορικές τράπεζες έχουν πλέον μετατραπεί σε πολυσύνθετες επιχειρήσεις αφού προσφέρουν μία τεράστια γκάμα χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών, χωρίς να περιορίζονται μόνο στην παροχή καθαρά τραπεζικών προϊόντων, αλλά προσφέρουν και προϊόντα / υπηρεσίες χρηματοοικονομικής και επενδυτικής φύσεως. Η τρίτη κατηγορία του Ελληνικού τραπεζικού συστήματος αφορά τις λεγόμενες συνεταιριστικές τράπεζες. Αυτές είναι τράπεζες τοπικού χαρακτήρα που επιδιώκουν την ανανέωση των αποταμιευτικών πόρων της περιοχής που δραστηριοποιούνται, δηλαδή με άλλα λόγια την ενίσχυση της οικονομίας της κάθε περιοχής. Τέλος, οι ειδικοί πιστωτικοί οργανισμοί, όπως το

Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων, το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο κ.ά. διεξάγουν συγκεκριμένες τραπεζικές εργασίες σε περιορισμένη κλίμακα (Parlavantzas, 2008).

Σύμφωνα με την πιο πρόσφατη σχετική ανακοίνωση της Τραπεζής της Ελλάδος, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες προσφέρονται σήμερα στην Ελλάδα από 397 πιστωτικούς οργανισμούς, τους οποίους η ΤτΕ ταξινομεί ως εξής :

- 64 πιστωτικά ιδρύματα με έδρα ή υποκατάστημα στην Ελλάδα,
- 283 πιστωτικά ιδρύματα με έδρα σε άλλο κράτος μέλος του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ), που παρέχουν στην Ελλάδα υπηρεσίες χωρίς εγκατάσταση,
- 50 λοιπές εταιρίες του χρηματοπιστωτικού συστήματος.

Σύμφωνα με τα στοιχεία, λοιπόν, που δημοσιεύει η ΤτΕ, το Μάρτιο του 2008, στην Ελλάδα ήταν εγκατεστημένα και λειτουργούσαν 64 πιστωτικά ιδρύματα, εκ των οποίων :

- 35 πιστωτικά ιδρύματα (19 εμπορικές και 16 συνεταιριστικές τράπεζες) που έχουν καταστατική έδρα στην Ελλάδα, έχουν αδειοδοτηθεί και εποπτεύονται από την Τράπεζα της Ελλάδος και υπάγονται στο καθεστώς της αμοιβαίας αναγνώρισης (κοινοτικό διαβατήριο) σύμφωνα με τις διατάξεις του ν. 3601/2007,
- 23 υποκαταστήματα πιστωτικών ιδρυμάτων που έχουν έδρα σε άλλο κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης και επίσης, υπάγονται στο καθεστώς της αμοιβαίας αναγνώρισης (κοινοτικό διαβατήριο) του ν. 3601/2007, εποπτευόμενα από τις αρμόδιες αρχές του κράτους μέλους καταγωγής των πιστωτικών ιδρυμάτων,
- 5 υποκαταστήματα πιστωτικών ιδρυμάτων που έχουν έδρα εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης και εποπτεύονται από την Τράπεζα της Ελλάδος, καθώς δεν υπάγονται στο καθεστώς της αμοιβαίας αναγνώρισης, και

- 1 πιστωτικό ίδρυμα που έχει εξαιρεθεί από την εφαρμογή του ν. 3601/2007, δηλαδή το Ταμείο παρακαταθηκών και Δανείων (Ελληνική Ένωση Τραπεζών, [www.hba.gr](http://www.hba.gr)).

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι στο Ελληνικό Τραπεζικό σύστημα παρατηρείται μεγάλος βαθμός συγκέντρωσης και πιο συγκεκριμένα παρατηρούμε ότι στο σύνολο των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, μόνο οι 2 μεγαλύτερες τράπεζες (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, Alpha Bank) κατέχουν σχεδόν το 50% στον τομέα των χορηγήσεων και του συνόλου του Ενεργητικού, στο σύνολο του τραπεζικού κλάδου (Parlavantzas, 2008).

#### ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

##### ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ, ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ & ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ

Στοιχεία 31/12/2007

	Τράπεζες		Υποκαταστήματα <sup>1</sup>		Προσωπικό <sup>1,2</sup>	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Πιστωτικά ιδρύματα με έδρα την Ελλάδα	22	20	3.297	3.385	54.993	57.312
Υποκαταστήματα αλλοδαπής	24	29	270	268	5.754	5.936
Συνεταιριστικές τράπεζες	16	16	143	154	1.028	1.102
Τράπεζα της Ελλάδος <sup>3</sup>			95	87	2.766	2.763
Σύνολο	62	65	3.805	3.894	64.541	67.113

<sup>1</sup> : στοιχεία προερχόμενα από την πλειοψηφία των πιστωτικών ιδρυμάτων

<sup>2</sup> : τακτικό και μη τακτικό προσωπικό

<sup>3</sup> : στα υποκαταστήματα περιλαμβάνονται πρακτορεία & θυρίδες

Πηγή : Πιστωτικά ιδρύματα

**Πίνακας 3 : Στοιχεία από την Ελληνική Ένωση Τραπεζών, [www.hba.gr](http://www.hba.gr),**

**13/11/2008**

Γενικά το τραπεζικό σύστημα στην Ελλάδα βρίσκεται στη διαδικασία σχηματισμού μιας νέας δομής, όπου το μέγεθος των τραπεζών αυξάνεται και η ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών βελτιώνεται (Πασβάγκας, 2006). Προτεραιότητα αποτελεί η μέτρηση συνολικής αξίας που δημιουργείται από τον κάθε

πελάτη για την Τράπεζα (Customer Value Management). Η Τράπεζα του 21ου αιώνα βρίσκεται εκεί που βρίσκεται ο πελάτης, εκεί όπου εργάζεται, εκεί όπου διαθέτει τον ελεύθερο χρόνο του ( Γεωργόπουλος, 2003 και Γούναρης, 2005).

### **3.2. Η σημασία του Ανθρώπινου Δυναμικού στις Ελληνικές Τράπεζες**

Οι τράπεζες στην προσπάθειά τους να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος, εκτός από τις ακολουθούμενες στρατηγικές ενοποίησης (εξαγορές, συγχωνεύσεις, στρατηγικές συμμαχίες) εντός του κλάδου, αναπτύσσουν το εύρος των προσφερόμενων υπηρεσιών τους και γίνονται περισσότερο πελατοκεντρικές. Επίσης, συνεχώς βελτιώνουν την ποιότητα των προσφερόμενων τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών τους, και βελτιώνουν την παραγωγικότητά τους, αφού ολοένα και περισσότερο επενδύουν στη νέα τεχνολογία και στο ανθρώπινο δυναμικό (Parlavantzas, 2008).

Βέβαια, οι ελληνικές τράπεζες διαχωρίζονται στις ιδιωτικές και τις δημόσιες με κάποιες διαφορές στην κουλτούρα, όμως, και αυτές τείνουν να εξαλειφθούν και να εξομοιωθούν στην προσπάθεια όλων των τραπεζών ν' ανταποκριθούν και να προσαρμοστούν στις συνεχείς μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Όσον αφορά στο ανθρώπινο δυναμικό υπάρχει ανάγκη αποτελεσματικής διοίκησης και ανάπτυξής του, ώστε το ανθρώπινο κεφάλαιο στην Ελλάδα να είναι ανταγωνιστικό με το αντίστοιχο άλλων χωρών (Πασβάγκας, 2006). Τώρα που το ένα αξιακό μοντέλο κλονίζεται μετά το άλλο, η πρωτοπορία ενός προϊόντος αντιγράφεται γρήγορα και τα προϊόντα ολοένα και περισσότερο συγκλίνουν, οι εταιρείες αναζητούν το return on their technology investment και η έμφαση είναι έντονα επικεντρωμένη στον πελάτη (άνθρωπο) και την προνομιακή εξυπηρέτησή του, οι εργαζόμενοι αναδεικνύονται ως η πιο ελπιδοφόρα αξία της επιχείρησης, που μπορεί να κάνει την διαφορά. Και φυσικά η διαπίστωση αφορά κάθε manager, διευθύνων σύμβουλο, γενικό διευθυντή και διευθυντή τμημάτων, οι οποίοι έχουν την ευθύνη στόχων και συνειδητοποιούν την

καθοριστική συμβολή της σωστής υποκίνησης του ανθρώπινου δυναμικού για την επιτυχία τους (Η Καθημερινή, 6/11/2005).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**

### **ΟΙ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ**

Η παρούσα διπλωματική εργασία αντλεί τα στοιχεία της πρωτογενούς έρευνάς της από δύο τράπεζες, μία ιδιωτική και μία μη-ιδιωτική τράπεζα. Για την διατήρηση της ανωνυμίας των δύο τραπεζών, θα αποκαλείται Α τράπεζα η ιδιωτική τράπεζα και Β τράπεζα η μη-ιδιωτική αντίστοιχα.

#### **4.1. ΤΡΑΠΕΖΑ Α (ΙΔΙΩΤΙΚΗ)**

##### 4.1.1. Ιστορική Αναδρομή

Η Τράπεζα ιδρύθηκε το 1879 και γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη τις τελευταίες δεκαετίες. Στις 11 Απριλίου 2000 εγκρίθηκε η συγχώνευση μιας κρατικής τράπεζας με απορρόφηση από την ιδιωτική τράπεζα. Η νέα διευρυμένη Τράπεζα σήμερα αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες σε μέγεθος Τράπεζες στην Ελλάδα.

Η Τράπεζα αποτελεί έναν σύγχρονο Όμιλο επιχειρήσεων του χρηματοπιστωτικού τομέα ο οποίος προσφέρει ευρύ φάσμα χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε ιδιώτες και επιχειρήσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, εξυπηρετώντας περίπου 4 εκατ. πελάτες. Το Δίκτυο των Καταστημάτων στην Ελλάδα αριθμεί 374 Καταστήματα. Οι πελάτες της, ιδιώτες και επιχειρήσεις, διατηρούν περίπου 3,5 εκατ. λογαριασμούς. Ο Όμιλος της Τράπεζας δραστηριοποιείται στην εγχώρια αλλά και στη διεθνή τραπεζική αγορά, με παρουσία στην Κύπρο, στη Ρουμανία, στο Λονδίνο, στη Σερβία, στην Αλβανία, στο Jersey, στη Βουλγαρία, στην Π.Γ.Δ.Μ και στη Νέα Υόρκη. Παράλληλα λειτουργεί ευρύτατο δίκτυο ανταποκριτών (με τραπεζικά ιδρύματα) εσωτερικού και εξωτερικού.

Η Τράπεζα έχει ιδρυθεί και λειτουργεί με την έγκριση της Ελληνικής Δημοκρατίας και υπόκειται στους κανονισμούς και στην εποπτεία της Τραπέζης της Ελλάδος και στις διατάξεις του Ελληνικού Τραπεζικού Δικαίου. Έχει κερδίσει πολλές διακρίσεις στο χώρο της και αναγνωρίζεται ως πρωτοπόρος στην εισαγωγή νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Έλαβε το πρώτο βραβείο μεταξύ των εισηγμένων εταιριών, καθώς παρουσιάζει συνεχή κερδοφορία και διανέμει ανελλιπώς μέρισμα στους Μετόχους της από το 1948.

#### 4.1.2. Όραμα – Στρατηγική - Στόχοι

Κύριος άξονας της στρατηγικής της είναι η περαιτέρω ενίσχυση των εργασιών της Τραπέζης στους δύο τομείς δραστηριοτήτων με τα μεγαλύτερα περιθώρια και τις καλύτερες προοπτικές αναπτύξεως των εργασιών, που είναι η λιανική τραπεζική στην Ελλάδα και ειδικότερα οι εργασίες προς ιδιώτες και μικρές επιχειρήσεις, καθώς και η επέκτασή μας στη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Η στρατηγική αυτή αποσκοπεί στη δημιουργία ενός ισχυρότερου και πιο αποτελεσματικού οργανισμού με σημαντικά οφέλη για τους μετόχους και τους πελάτες μας. Ο στόχος της είναι να αποτελεί Τράπεζα αναφοράς στην ευρύτερη περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης, μιας

αγοράς 60 εκατομμυρίων ανθρώπων που επεκτείνεται με υψηλούς ρυθμούς και δημιουργεί ευκαιρίες για κέρδη. Με δίκτυο Καταστημάτων 1.200 μονάδων μέχρι το 2010, επιδιώκει να είναι μία από τις μεγαλύτερες περιφερειακές τράπεζες, με μερίδιο αγοράς άνω του 10% στη Νοτιοανατολική Ευρώπη και 15% στην ευρύτερη περιοχή, περιλαμβανομένης και της Ελλάδος.

#### 4.1.3. Εταιρική Διακυβέρνηση

Η Εταιρική Διακυβέρνηση είναι ένα σύστημα αρχών επί τη βάσει του οποίου οργανώνεται, λειτουργεί και διοικείται η ανώνυμη εταιρία, ώστε να διαφυλάσσονται και ικανοποιούνται τα έννομα συμφέροντα όλων όσων συνδέονται με την εταιρία στα πλαίσια του εταιρικού συμφέροντος.

Η Τράπεζα υιοθέτησε και εφάρμοσε, ήδη από το 1994, τις αρχές της εταιρικής διακυβερνήσεως, επιδιώκοντας τη διαφάνεια στην επικοινωνία με τους Μετόχους της και την άμεση και συνεχή ενημέρωση του επενδυτικού κοινού. Σε αυτό το πλαίσιο, η Τράπεζα έχει προχωρήσει στο διαχωρισμό των καθηκόντων του Προέδρου από αυτά του Διευθύνοντος Συμβούλου, όπως ισχύει σε πολλές χώρες του εξωτερικού και τείνει να καθιερωθεί σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Επιπροσθέτως, έχει συστήσει Διεύθυνση Κανονιστικής Συμμορφώσεως και έχει θεσπίσει Κώδικα Δεοντολογίας κατά την εκτέλεση της υπηρεσίας με σκοπό να προωθήσει τα πρότυπα που επιβάλλει η σύγχρονη διακυβέρνηση των εταιριών και να ενισχύσει την αποτελεσματικότητα των κανόνων για τον Εσωτερικό Έλεγχο.

Η Τράπεζα και ο Όμιλός της θεμελιώνουν την επιχειρηματική δραστηριότητά τους στις ακόλουθες βασικές δεσμεύσεις:

Έναντι της πελατείας, δεσμεύεται να δίδει απόλυτη προτεραιότητα στην εξυπηρέτησή της και στη συνεχή βελτίωση της ποιότητας υποδοχής, ενημερώσεως και προσφερομένων υπηρεσιών.

Έναντι των μετόχων της, πάγια δέσμευση τής είναι η δημιουργία υπεραξίας και η εξασφάλιση εύλογης αποδόσεως των επενδύσεων.

Έναντι του Προσωπικού της, δεσμεύεται να διασφαλίζει δίκαιη αμοιβή, άριστες συνθήκες εργασίας και δυνατότητες εξελίξεως βασισμένες στην αξιοκρατία και στην ίση μεταχείριση χωρίς διακρίσεις.

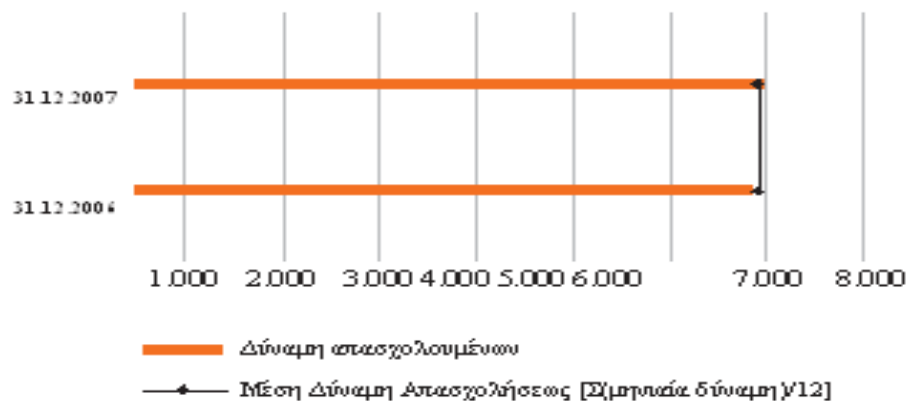
Έναντι του κοινωνικού συνόλου, δεσμεύεται να συμβάλλει ενεργητικά στην πρόοδο και τη βελτίωση των βασικών στοιχείων της συνοχής του, όπως ο πολιτισμός, η παιδεία, η υγεία, το περιβάλλον.

#### 4.1.4. Ανθρώπινο Δυναμικό

Οι απασχολούμενοι στην Τράπεζα την 31.12.2007 ανήλθαν σε 6.960 άτομα έναντι 6.788 του 2006, σημειώνοντας αύξηση 2,5%. Η Τράπεζα αξιοποιεί εξειδικευμένο προσωπικό και νέες τεχνολογίες προσαρμόζοντας σταθερά τις θέσεις εργασίας στα δεδομένα της αγοράς. (Διάγραμμα 1) Το μορφωτικό επίπεδο των Υπαλλήλων βαίνει διαρκώς βελτιούμενο. Η δεσπόζουσα κατηγορία αφορά άτομα τα οποία έχουν ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση επιπέδου Λυκείου. Ωστόσο, την τελευταία δεκαετία το ποσοστό των αποφοίτων της τριτοβάθμιας εκπαίδευσως και κατόχων μεταπτυχιακού τίτλου αυξήθηκε κατά 15% περίπου με αντίστοιχη μείωση του ποσοστού των κατόχων απολυτηρίου Λυκείου. Η πολύ καλή θέση της Τραπέζης σε σχέση με τα δεδομένα του ελληνικού τραπεζικού συστήματος αποδίδεται στην προσέλκυση ατόμων με εξειδικευμένες γνώσεις και υψηλό επίπεδο εκπαίδευσως, καθώς και στις ευκαιρίες που προσφέρονται μέσω των προγραμμάτων εσωτερικής αναπτύξεως. (Διάγραμμα 2, 3) Η Τράπεζα είναι αρωγός στις προσπάθειες Υπαλλήλων και Στελεχών της, προκειμένου να παρακολουθήσουν προγράμματα μεταπτυχιακών σπουδών και επαγγελματικών πιστοποιητικών.

### Διάγραμμα 1

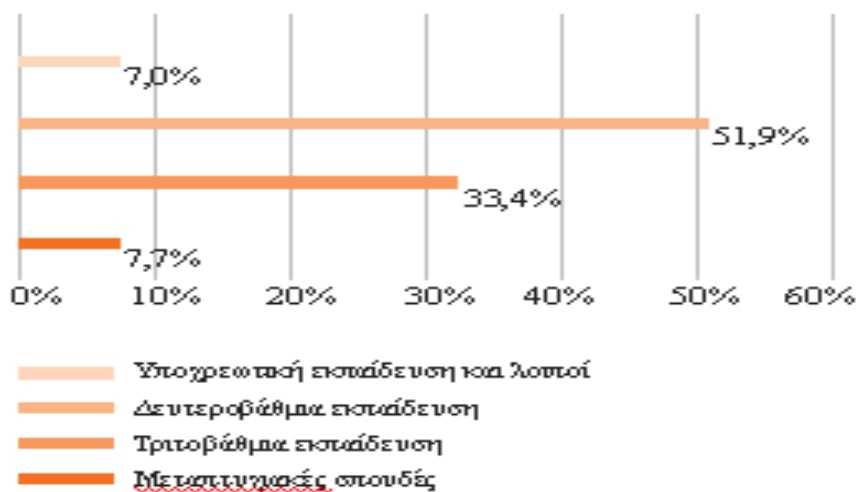
Απασχόληση



Διάγραμμα 1 : Δύναμη Απασχολούμενων Α Τράπεζας με στοιχεία 31/12/2006 και 31/12/2007, Ιστοσελίδα Τράπεζας Α, 10/11/2008

### Διάγραμμα 2

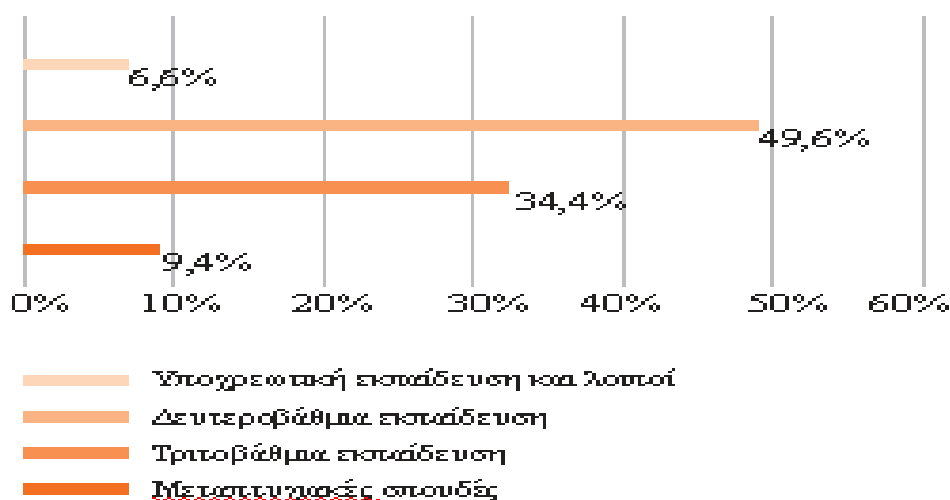
Κατανομή δυνάμεως κατά μορφωτικό επίπεδο  
31.12.2006



Διάγραμμα 2 : Δύναμη Απασχολούμενων Α Τράπεζας κατά μορφωτικό επίπεδο με στοιχεία 31/12/2006, Ιστοσελίδα Τράπεζας Α, 10/11/2008

### Διάγραμμα 3

Εξελισσόμενη δυνάμεις κατά μορφωτικό επίπεδο  
31.12.2007

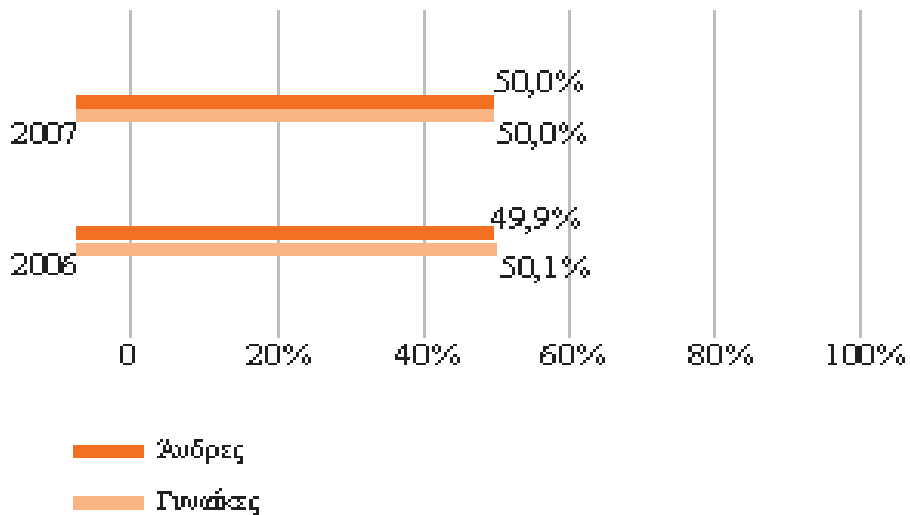


**Διάγραμμα 3 : Δύναμη Απασχολούμενων Α Τράπεζας κατά μορφωτικό επίπεδο με στοιχεία 31/12/2007, Ιστοσελίδα Τράπεζας Α, 10/11/2008**

Η πολιτική της Τράπεζας κινείται στο πλαίσιο παροχής ίσων ευκαιριών απασχολήσεως. Όπως παρουσιάζεται και στο Διάγραμμα 4, ο αριθμός των γυναικών στη διάρθρωση της απασχολήσεως στο σύνολο της δυνάμεως της Τραπέζης αυξάνεται σταθερά την τελευταία δεκαετία. Συγκεκριμένα, από 44% το 1998 το ποσοστό διαμορφώνεται πλέον σε 50%. Ηλικιακά, το Προσωπικό της Τραπέζης συγκεντρώνεται σε ποσοστό περίπου 68% εντός του εύρους των 26-40 ετών, ενώ η μέση ηλικία έχει διαμορφωθεί σε 40,8 έτη, με την είσοδο νέων εξειδικευμένων υπαλλήλων να ανανεώνει το Προσωπικό και να διατηρεί τη μέση ηλικία σε άριστο επίπεδο.

## Διάγραμμα 4

Ποσοστιαία αναλογία Ανδρών - Γυναικών



**Διάγραμμα 4 : Αναλογία Απασχολούμενων Α Τράπεζας κατά φύλο με στοιχεία 2006 και 2007, Ιστοσελίδα Τράπεζας Α, 10/11/2008**

Στην Τράπεζα η επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού της αποτελεί βασική προτεραιότητά και αποδεικνύεται με την επιτυχή συνεργασία της Διεύθυνσης Εκπαιδεύσεως με τη Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού και τα Στελέχη γραμμής για τον προσδιορισμό των εκπαιδευτικών αναγκών και την ανάπτυξη των αντίστοιχων προγραμμάτων, διαδίδοντας τη φιλοσοφία και την οργανωσιακή της κουλτούρα. Η Τράπεζα στηρίζει την εκπαιδευτική της πολιτική στην στρατηγική και τους στόχους της, αποσκοπώντας με τις παροχές της (επιμορφωτικά σεμινάρια, εκμάθηση ξένων γλωσσών, συνεργασία με πανεπιστήμια) να εκσυγχρονίσει το ανθρώπινο δυναμικό της και να ξεπεράσει τις προσδοκίες της.

### 4.2. ΤΡΑΠΕΖΑ Β (ΜΗ ΙΔΙΩΤΙΚΗ)

#### 4.2.1. Ιστορική Αναδρομή

Η Τράπεζα ιδρύεται το 1929 ως μη κερδοσκοπικός οργανισμός κοινωφελούς χαρακτήρα και το 1991 μετατρέπεται σε ΑΕ ενώ παράλληλα ιδρύει ένα ολοκληρωμένο όμιλο παροχής χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών. Το 2000 με αύξηση μετοχικού κεφαλαίου εισάγεται στο χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών και από τον Ιανουάριο του 2001 διαπραγματεύεται η μετοχή της στο ΧΑΑ.

Σήμερα ο Όμιλος της Τράπεζας περιλαμβάνει οκτώ θυγατρικές εταιρίες. Η Τράπεζα, μέσω της Πολιτικής Ποιότητας αλλά και του Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας επιδιώκει την συνεχή ικανοποίηση των πελατών της, και αποβλέπει στην τήρηση των συμβατικών της υποχρεώσεων και όλων των νομοθετικών απαιτήσεων. Η Διοίκηση θεωρεί ότι η μέτρηση, η παρακολούθηση και η αναθεώρηση των επιδόσεων αναφορικά με την ποιότητα έχει σαν σκοπό την επίτευξη των στόχων ποιότητας προς την συνεχή βελτίωση, ενώ βασική προϋπόθεση για την ουσιαστική επίτευξη των στόχων ποιότητας είναι η διασφάλιση των απαραίτητων πόρων.

#### 4.2.2. Όραμα – Στρατηγική - Στόχοι

Το όραμα της Τράπεζας όπως διατυπώνεται και κοινοποιείται και στην ιστοσελίδα της τράπεζας είναι:

Μια Τράπεζα επικεφαλής ενός δυναμικού Ομίλου, η οποία αξιοποιώντας τους ισχυρούς της δεσμούς με τον αγροτικό χώρο, εξασφαλίζει συνεχώς τον κυρίαρχο ρόλο της στην Ελλάδα και την ισχυρή παρουσία της στο διεθνές περιβάλλον.

Μια Τράπεζα με ανθρώπινο πρόσωπο, που προτιμούν και εμπιστεύονται οι πελάτες της για τον επαγγελματισμό, την ποιότητα υπηρεσιών, το κύρος, την αξιοπιστία, τα ανταγωνιστικά της προϊόντα, την εξυπηρέτηση υψηλού επιπέδου και το ανταγωνιστικό της κόστος.

Μια Τράπεζα που εμπνέει τους ανθρώπους της και τους παρέχει δίκαιες αμοιβές, συμμετοχή στα αποτελέσματα, συνεχή εκπαίδευση, ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης, αξιοκρατικό κλίμα, αναγνώριση και ευχάριστο περιβάλλον.

Μια Τράπεζα που θα εξασφαλίζει υψηλή κερδοφορία για τους μετόχους της, θα δημιουργεί πραγματικές αξίες και θα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, την πρόοδο και την ευημερία της κοινωνίας.

Μια Τράπεζα, σύγχρονη και ανθρώπινη για όλους τους Έλληνες, για όλους τους πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ειδικότερα, η Διοίκηση της Τράπεζας έχει αναπτύξει την Πολιτική της για την Ποιότητα για την άριστη παροχή υπηρεσιών στον τομέα της Ταμειακής διαχείρισης & των μηχανογραφημένων πληρωμών Κοινοτικών Γεωργικών Ενισχύσεων προς παραγωγούς-τελικούς αποδέκτες, χρησιμοποιώντας αποτελεσματικούς τρόπους εκτέλεσης των υποχρεώσεων που αναλαμβάνει απέναντι στους πελάτες της έτσι ώστε να είναι πάντα ανταγωνιστική.

Η Τράπεζα μέσω της Πολιτικής της για την Ποιότητα δεσμεύεται για:

- την παροχή αξιόπιστων υπηρεσιών
- την τήρηση όλων των Νομοθετικών της υποχρεώσεων
- την ανάπτυξη κλίματος εμπιστοσύνης μεταξύ της Τράπεζας και της πελατείας καθώς και την διαμόρφωση μακροχρόνιας, ολοκληρωμένης και δημιουργικής οικονομικής συνεργασίας μαζί τους
- την αποτελεσματική αντιμετώπιση και ικανοποίηση των υφιστάμενων και προβλεπόμενων αναγκών εκπαίδευσης, κατάρτισης και εξειδίκευσης των εργαζομένων της Τραπέζης
- την διάθεση των απαραίτητων πόρων για την διατήρηση και βελτίωση της αποτελεσματικότητας του Συστήματος Ποιότητας της Τραπέζης

- τον καθορισμό στόχων Ποιότητας, η επίτευξη των οποίων ανασκοπείται σε τακτά χρονικά διαστήματα.
- την διάθεση της παρούσας πολιτικής για την ποιότητα σε κάθε ενδιαφερόμενο.

Το εργαλείο μέσω του οποίου η Τράπεζα υλοποιεί, ελέγχει και αναπροσαρμόζει την Πολιτική της για την Ποιότητα είναι το Σύστημα Ποιότητας. Για την υλοποίηση της Πολιτικής για την Ποιότητα η Τράπεζα θεωρεί απαραίτητη την ενεργό συμμετοχή των εργαζομένων στην τήρηση, ανάπτυξη, τεκμηρίωση όλων των διαδικασιών που προβλέπει το Σύστημα Ποιότητας.

#### 4.2.3. Εταιρική Διακυβέρνηση

Η Τράπεζα ως «ενεργός συλλογικός πολίτης», ο οποίος με βασικά κίνητρα την αλληλεγγύη και την απόδοση στην κοινωνία μέρους των κερδών της, επενδύει στην εκπαιδευτική διαδικασία, στην πολιτιστική, αθλητική και την κοινωνική προσφορά.

Η χορηγική δραστηριότητα της Τράπεζας προσδιορίζεται από τις αρχές της σύγχρονης επιχείρησης που καταξιώνεται καθημερινά τόσο οικονομικά όσο και κοινωνικά, στηριζόμενη στον οικονομικό ορθολογισμό και τις αξίες της κοινωνίας. Με σεβασμό στο περιβάλλον, στους θεσμούς, στον πολιτισμό και πάνω από όλα στον άνθρωπο.

Η Χορηγία ως δραστηριότητα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποτελεί επένδυση στην εταιρική κοινωνική προσωπικότητα και έχει ως μοναδικό αντιστάθμισμα την πίστωση της Τράπεζας με την εικόνα της ως "ενεργού συλλογικού πολίτη".

#### 4.2.4. Ανθρώπινο Δυναμικό

-

Όσον αφορά το Ανθρώπινο Δυναμικό η Τράπεζα πιστεύει ότι αυτό αποτελεί το σημαντικότερο κεφάλαιό της. Ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας της Τράπεζας αντανακλάται στον κομβικό ρόλο που έχει αναλάβει η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού, ως ουσιαστικός συνεργάτης στη διαμόρφωση της εταιρικής κουλτούρας και της στρατηγικής διαχείρισης των ανθρώπων της, σε άρρηκτη ενότητα με τη συνολική επιχειρησιακή στρατηγική, στη δυναμική πορεία ανάπτυξής της και επίτευξης των εταιρικών της στόχων.

Η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού δίνει έμφαση στην ανάπτυξη των λειτουργιών της διοίκησης ανθρώπινων πόρων και στον εκσυγχρονισμό των συστημάτων υποστήριξης των λειτουργιών αυτών. Ειδικότερα:

- Φροντίζει για τη συστηματική αναβάθμιση των γνώσεων και των δεξιοτήτων του προσωπικού με στοχευμένα προγράμματα εκπαίδευσης και επιμόρφωσης.
- Εξελίσσει τα συστήματα αξιολόγησης ώστε να συνδεθούν τελικά με τη διάγνωση των εκπαιδευτικών αναγκών, την ανάπτυξη καριέρας και τη σύνδεση των αμοιβών με την απόδοση.
- Διαμορφώνει διαδικασίες αναγνώρισης και επιβράβευσης βελτιώνοντας τα συστήματα παροχών και κινήτρων.
- Μεριμνά για την ενίσχυση της ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας, την καλλιέργεια πνεύματος συνεργασίας και ομαδικότητας και την ανάπτυξη κλίματος εμπιστοσύνης.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ**

### **ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ**

#### **5.1. Μεθοδολογία Έρευνας**

##### **5.1.1. Στόχος**

Στόχος της έρευνας είναι η ανάλυση της συναισθηματικής νοημοσύνης και των επιπτώσεων που έχει στην εξυπηρέτηση πελατείας, στον ελληνικό τραπεζικό κλάδο. Χρησιμοποιώντας την αιτιολογική έρευνα, η παρούσα έρευνα αναζητά τη

σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και θέτει ως επιμέρους στόχους της, τη διερεύνηση των σχέσεων που υπάρχουν μεταξύ των δύο παραπάνω μεταβλητών και των δημογραφικών στοιχείων του ερωτηματολογίου.

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία και παλαιότερες έρευνες, οι ερευνητικές μας υποθέσεις είναι οι ακόλουθες :

- Υπόθεση 1<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης.
- Υπόθεση 2<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και του φύλου των ερωτηθέντων.
- Υπόθεση 3<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και του μορφωτικού επιπέδου των ερωτηθέντων.
- Υπόθεση 4<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και της ηλικίας των ερωτηθέντων.
- Υπόθεση 5<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και της προϋπηρεσίας των ερωτηθέντων.
- Υπόθεση 6<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και της θέσης εργασίας των ερωτηθέντων.
- Υπόθεση 7<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και του χαρακτήρα (ιδιωτικού – μη ιδιωτικού) της τράπεζας.
- Υπόθεση 8<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και του φύλου των ερωτηθέντων.
- Υπόθεση 9<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και του μορφωτικού επιπέδου των ερωτηθέντων.
- Υπόθεση 10<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης συναισθηματικής νοημοσύνης και της ηλικίας των ερωτηθέντων.

- Υπόθεση 11<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και της προϋπηρεσίας των ερωτηθέντων.
- Υπόθεση 12<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και της θέσης εργασίας των ερωτηθέντων.
- Υπόθεση 13<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και του χαρακτήρα (ιδιωτικού – μη ιδιωτικού) της τράπεζας.

### 5.1.2. Δείγμα

Για την συγκρότηση του δείγματος διανεμήθηκαν ογδόντα ερωτηματολόγια σε υπαλλήλους δύο ελληνικών τραπεζικών ιδρυμάτων –ιδιωτικού και μη ιδιωτικού χαρακτήρα αντίστοιχα- , εκ των οποίων συλλέχθηκαν συμπληρωμένα εβδομήντα επτά.

Στην ιδιωτική τράπεζα διανεμήθηκαν σαράντα συνολικά ερωτηματολόγια την περίοδο από 17/11/2008 έως 17/12/2008 στο προσωπικό πέντε υποκαταστημάτων της ευρύτερης περιοχής της Θεσσαλονίκης, εκ των οποίων συλλέχθηκαν τριάντα εννέα συμπληρωμένα με ποσοστό επιστροφής 97,5%.

Στην μη ιδιωτική τράπεζα, επίσης διανεμήθηκαν σαράντα συνολικά ερωτηματολόγια την περίοδο από 01/12/2008 έως 19/12/2008 στο προσωπικό τεσσάρων υποκαταστημάτων της ευρύτερης περιοχής της Θεσσαλονίκης, εκ των οποίων συλλέχθηκαν τριάντα οκτώ συμπληρωμένα με ποσοστό επιστροφής 95%.

Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε όλους τους υπαλλήλους ανεξαρτήτως ιεραρχικής βαθμίδας και θέσεως εργασίας και συμπληρώθηκαν ανώνυμα. Το συνολικό μέσο ποσοστό επιστροφής θεωρείται υψηλό, ωστόσο το δείγμα δεν μπορεί να θεωρηθεί αντιπροσωπευτικό διότι είναι πολύ μικρό και καλύπτει μία μόνο γεωγραφική περιοχή της Ελλάδος.

### 5.1.3. Ερευνητικό εργαλείο

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα έρευνα αποτελείται από τρία μέρη και συγκεκριμένα αποτελεί συνδυασμό δύο ερευνητικών εργαλείων, του ερωτηματολογίου SREIT scale και SOCO scale αντίστοιχα.

Το πρώτο μέρος ( Συναισθηματική Νοημοσύνη ) αποτελεί ελληνική μετάφραση του αντίστοιχου ερωτηματολογίου που ονομάζεται SREIT scale και σχεδιάστηκε από τον Schutte et al. (1998) ως εργαλείο μέτρησης της συναισθηματικής νοημοσύνης. Περιλαμβάνει 33 ερωτήσεις, οι απαντήσεις των οποίων διαβαθμίζονται σε κλίμακα αριθμημένη από το 7 (πάρα πολύ) έως το 1 (καθόλου) και εξετάζει το βαθμό στον οποίο οι ερωτηθέντες αναγνωρίζουν, κατανοούν και ελέγχουν τα συναισθήματά τους και τα συναισθήματα των άλλων.

Το δεύτερο μέρος ( Πελατοκεντρική Εξυπηρέτηση ) αποτελεί ελληνική μετάφραση του δεύτερου σκέλους του αντίστοιχου ερωτηματολογίου που ονομάζεται SOCO scale και σχεδιάστηκε από τους Saxe και Weitz (1982) ως εργαλείο μέτρησης της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης. Περιλαμβάνει 12 ερωτήσεις, οι απαντήσεις των οποίων, επίσης, διαβαθμίζονται σε κλίμακα αριθμημένη από το 7 (πάρα πολύ) έως το 1 (καθόλου) και εξετάζει το βαθμό στον οποίο οι ερωτηθέντες αναγνωρίζουν τις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών και θέτουν ως προτεραιότητα την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτησή τους.

Το τρίτο μέρος ( Δημογραφικά Στοιχεία ) αποτελείται από 6 ερωτήσεις που αφορούν το φύλο, την εκπαίδευση, την ηλικία, τα χρόνια προϋπηρεσίας, τη θέση εργασίας και το είδος της τράπεζας όπου εργάζονται οι ερωτηθέντες.

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας παρατίθεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας.

### **3.2. Παρουσίαση Αποτελεσμάτων**

#### 5.2.1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Το προφίλ των συμμετεχόντων στην πρωτογενή αυτή έρευνα σκιαγραφείται από τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά, ποσοστά και συχνότητες των οποίων παρατίθενται στους παρακάτω πίνακες. Όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα εργάζονται ως προσωπικό επαφής σε ελληνικές επιχειρήσεις του τραπεζικού κλάδου. Στην έρευνα έλαβαν μέρος 33 άνδρες και 44 γυναίκες, γεγονός που αποδεικνύει την έντονη και δυναμική παρουσία του γυναικείου φύλου στον χώρο των υπηρεσιών (Πίνακας 4).

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΣΥΣΣΩΡΕΥΤΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ
ΑΝΔΡΑΣ	33	42,9	42,9
ΓΥΝΑΙΚΑ	44	57,1	100,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>77</b>	<b>100,00</b>	

**Πίνακας 4 : Φύλο**

Από τα 77 άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα, το 31,2% είναι απόφοιτοι πανεπιστημιακής εκπαίδευσης και το 11,7% απόφοιτοι μεταπτυχιακής εκπαίδευσης, γεγονός που αποδεικνύει πως το δείγμα δεν είναι αντιπροσωπευτικό και δεν μπορούμε να γενικεύσουμε τα συμπεράσματά μας. Το ποσοστό αποφοίτων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης 32,5% παρουσιάζεται ως το μεγαλύτερο του δείγματος, αλλά αν προσθέσουμε το ποσοστό τεχνολογικής (ΤΕΙ) και πανεπιστημιακής (ΑΕΙ) εκπαίδευσης, το ποσοστό αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ουσιαστικά είναι μεγαλύτερο και ξεπερνά το μισό του δείγματος (53,3%). Εντύπωση παρουσιάζει και το μικρό, υπαρκτό όμως, ποσοστό υποχρεωτικής εκπαίδευσης που αναφέρεται στην ολοκλήρωση του δημοτικού σχολείου, και τείνει να εξαιρεθεί από το ελληνικό

τραπεζικό σύστημα, διότι αναφέρεται σε εν δυνάμει συνταξιούχους τραπεζικούς υπαλλήλους που εργάζονται κυρίως ως οδηγοί και κλητήρες (Πίνακας 5).

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΣΥΣΣΩΡΕΥΤΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ
ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ	2	2,6	2,6
ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	25	32,5	35,1
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ	17	22,1	57,1
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΗ	24	31,2	88,3
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ	9	11,7	100,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>77</b>	<b>100,00</b>	

**Πίνακας 5 : Εκπαίδευση**

Όπως φαίνεται και από τον παρακάτω πίνακα, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είναι μεταξύ 31 και 40 ετών, αντιπροσωπεύοντας το 45,5% του συνόλου. Ακόμα, ένα μεγάλο ποσοστό τραπεζοϋπαλλήλων είναι μεταξύ 41 και 50 ετών, γεγονός που υποδηλώνει πως η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος 78% ανήκει μεταξύ 31 έως 50 ετών (Πίνακας 6).

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΣΥΣΣΩΡΕΥΤΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΕΧΡΙ 20	0	0	0
21-30	8	10,4	10,4
31-40	35	45,5	55,8
41-50	25	32,5	88,3
51-60	9	11,7	100,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>77</b>	<b>100,00</b>	

**Πίνακας 6 : Ηλικία**

Οι πληροφορίες που προκύπτουν από τον παρακάτω πίνακα είναι πως το δείγμα παρουσιάζει μια ποικιλομορφία όσον αφορά την εργασιακή εμπειρία και συγκεκριμένα οι συμμετέχοντες καλύπτουν όλες τις κατηγορίες ετών, σχεδόν, ισομερώς. Υπάρχουν δηλαδή, περίπου τόσοι νεοεισερχόμενοι υπάλληλοι, όσοι και αυτοί που έχουν την διπλάσια ή και την τριπλάσια ή και την τετραπλάσια εμπειρία από αυτούς. Το γεγονός αυτό αποδεικνύει πως τα δύο τραπεζικά ιδρύματα που εξετάζονται, ανανεώνουν κατά τακτά χρονικά διαστήματα το προσωπικό τους (Πίνακας 7).

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΣΥΣΣΩΡΕΥΤΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΕΧΡΙ 5	11	14,3	14,3
6-10	14	18,2	32,5
11-15	14	18,2	50,6
16-20	11	14,3	64,9
21-25	13	16,9	81,8
25 ΚΑΙ ΑΝΩ	14	18,2	100,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>77</b>	<b>100,00</b>	

**Πίνακας 7 : Προϋπηρεσία εργασίας**

Ο ακόλουθος πίνακας παρουσιάζει πληροφορίες σχετικά με την ιεραρχική βαθμίδα των συμμετεχόντων, αποκαλύπτοντας ότι το 63,6% του εργατικού δυναμικού ανήκει στο απλό υπαλληλικό προσωπικό. Το ποσοστό αυτό ισούται σχεδόν με τα 2/3 του δείγματος και αποδεικνύει πως οι υπάλληλοι υπερτερούν συγκριτικά με τα τραπεζικά στελέχη (Πίνακας 8).

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΣΥΣΣΩΡΕΥΤΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	7	9,1	9,1

ΥΠΟΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	7	9,1	18,2
ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ	14	18,2	36,4
ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	49	63,6	100,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>77</b>	<b>100,00</b>	

Πίνακας 8 : Θέση εργασίας

Τέλος, ο πίνακας 9 παρουσιάζει τα ποσοστά των συμμετεχόντων από την κάθε τράπεζα. Τα δείγματα θεωρούνται σχεδόν ίδια, καθότι διαφέρουν για μόνο ένα συμμετέχοντα.

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΣΥΣΣΩΡΕΥΤΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	39	50,6	50,6
ΜΗ-ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	38	49,4	100,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>77</b>	<b>100,00</b>	

Πίνακας 9 : Είδος τράπεζας

#### 5.2.2. Διερεύνηση εγκυρότητας της έρευνας

Προτού ξεκινήσουμε την ανάλυση των δεδομένων που συλλέξαμε από τα ερωτηματολόγια και προκειμένου τα αποτελέσματά μας να είναι αξιόπιστα, επανακωδικοποιήσαμε τρεις μεταβλητές-ερωτήσεις με έννοιες αντίθετες με τις δεξιότητες της συναισθηματικής νοημοσύνης που εξετάζουμε, διατυπωμένες δηλαδή σε αρνητικές προτάσεις, σε νέες μεταβλητές, ούτως ώστε να ισχύει η ίδια κλίμακα μέτρησης για όλες τις μεταβλητές.

Τα αποτελέσματα της έρευνας αποδείχτηκαν αξιόπιστα μετά από τον έλεγχο του δείκτη Cronbach's Alpha, ο οποίος έχει τιμή ίση με 0,919 στο παρόν δείγμα με

άριστα την μονάδα. Αφού ελέγχθηκε η αξιοπιστία του δείγματος, προχωρήσαμε σε περαιτέρω ανάλυση δημιουργώντας δύο συνθετικές κλίμακες μέτρησης, η κάθε μία εκ των οποίων αντιπροσωπεύει αντίστοιχα τη συναισθηματική νοημοσύνη και την εξυπηρέτηση πελατείας.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,909	,919	45

**Πίνακας 10 : Δείκτης Cronbach's Alpha**

Για τη συναισθηματική νοημοσύνη δημιουργήσαμε μία μεταβλητή προσθέτοντας τα δεδομένα των πρώτων 33 ερωτήσεων και διαιρώντας το σύνολό τους με τον αριθμό 33. Για την εξυπηρέτηση πελατείας αντίστοιχα δημιουργήσαμε μία μεταβλητή προσθέτοντας τα δεδομένα των ερωτήσεων 34 έως 45 και διαιρώντας το σύνολό τους με τον αριθμό 12.

Εξετάζοντας και μεμονωμένα τις δύο μεταβλητές, τα αποτελέσματα τους επίσης αποδείχτηκαν αξιόπιστα μετά από τον έλεγχο του δείκτη Cronbach's Alpha, ο οποίος έχει τιμή ίση με 0,885 στο παρόν δείγμα για τη συναισθηματική νοημοσύνη και 0,916 για την εξυπηρέτηση πελατείας.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,873	,885	33

**Πίνακας 11 : Δείκτης Cronbach's Alpha Συναισθηματικής Νοημοσύνης**

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,913	,916	12

Πίνακας 12 : Δείκτης Cronbach's Alpha Εξυπηρέτηση Πελατείας

#### 5.2.3. Ανάλυση αποτελεσμάτων

Αφού ελέγχθηκε η αξιοπιστία του δείγματος, προχωρήσαμε σε περαιτέρω ανάλυση των δύο συνθετικών μεταβλητών με στόχο τη διερεύνηση ενδεχομένων διαφορών στις δεξιότητες της συναισθηματικής νοημοσύνης και της εξυπηρέτησης πελατείας αντίστοιχα.

Συγκρίνοντας τους μέσους όρους των δύο μεταβλητών, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως η συναισθηματική νοημοσύνη και η εξυπηρέτηση πελατείας κυμαίνονται σε υψηλά επίπεδα. Συγκεκριμένα, για την συναισθηματική νοημοσύνη ο μέσος όρος είναι 5,5565, αριθμός που αποδεικνύει πως είναι αρκετά ανεπτυγμένες οι δεξιότητες της συναισθηματικής νοημοσύνης στους συμμετέχοντες στην έρευνα. Αντίστοιχα, για την εξυπηρέτηση πελατείας ο μέσος όρος είναι 5,9913 και αποδεικνύει ότι οι υπάλληλοι της τράπεζας έχουν πελατοκεντρική αντίληψη και προσανατολισμό (Πίνακας 13).

		Statistics	
		ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ	ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ
N	Valid	77	77
	Missing	0	0
	Mean	<b>5,5565</b>	<b>5,9913</b>
	Median	5,5455	6,0833
	Mode	5,52	6,17
	Std. Deviation	,47951	,63875
	Skewness	<b>-,520</b>	<b>-1,090</b>
	Std. Error of Skewness	<b>,274</b>	<b>,274</b>
	Kurtosis	<b>1,525</b>	<b>2,459</b>
	Std. Error of Kurtosis	<b>,541</b>	<b>,541</b>

**Πίνακας 13 : Στατιστικά Αποτελέσματα**

Από τις τιμές Kurtosis, Std.Error of Kurtosis, Skewness και Std.Error of Skewness των δύο μεταβλητών, συμπεραίνουμε ότι δεν υπάρχει κανονική κατανομή για τις δύο μεταβλητές, αντιθέτως στο ζήτημα της συμμετρίας παρουσιάζουν και οι δύο αρνητική ασυμμετρία. Επίσης, κάνοντας έλεγχο για ακραίες τιμές, συμπεραίνουμε πως υπάρχουν ακραίες τιμές και για αυτό το λόγο και εφόσον το δείγμα μας είναι μικρό, οδηγούμαστε σε μη παραμετρική ανάλυση.

Ο πίνακας 14 παρουσιάζει κάποια στατιστικά αποτελέσματα της μεταβλητής της συναισθηματικής νοημοσύνης όπως ο μέσος όρος, η τυπική απόκλιση, καθώς και η ελάχιστη και μέγιστη τιμή της μεταβλητής. Παρομοίως, ο πίνακας 15 παρουσιάζει τα παραπάνω στατιστικά αποτελέσματα για την μεταβλητή της εξυπηρέτησης πελατείας. Από τα αποτελέσματα παρατηρούμε ότι οι τιμές των μέσων όρων για όλες τις μεταβλητές, όπως και για τις συνθετικές μεταβλητές, είναι πολύ υψηλές (>4,5), παρά την ύπαρξη ακραίων τιμών, όπως προκύπτει από την στήλη των ελαχίστων τιμών. Μάλιστα, οι τιμές των μέσων των μεταβλητών της εξυπηρέτησης πελατείας ξεπερνούν κατά πολύ τον μέσο όρο της κλίμακας που είναι ίσος με 4, αφού η χαμηλότερη τιμή μέσου όλων των μεταβλητών που την απαρτίζουν, είναι 5,48.

Αποδεικνύεται, λοιπόν, πως οι συμμετέχοντες στην πρωτογενή αυτή έρευνα έχουν σε μεγάλο βαθμό ανεπτυγμένες τις δεξιότητες της συναισθηματικής νοημοσύνης και σε ακόμη μεγαλύτερο βαθμό την φιλοσοφία και την κουλτούρα της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης. Αυτά, εξάλλου, σύμφωνα και με τις παραπάνω βιβλιογραφικές μας αναφορές, δεν θα μπορούσαν να μη συμβαδίζουν, διότι οι άνθρωποι που προσανατολίζονται στις ιδιαίτερες ανάγκες των συνανθρώπων τους και πετυχαίνουν να τους εξυπηρετήσουν με αποτελεσματικότητα, δεν θα μπορούσαν να είναι άλλοι από αυτούς που έχουν μάθει να ακούν, να αισθάνονται και να κατανοούν τις επιθυμίες των άλλων, να δημιουργούν δεσμούς και φιλίες, να διαχειρίζονται συγκρούσεις και αντιπαραθέσεις διπλωματικά, να εργάζονται ομαδικά και να προσαρμόζονται στις αλλαγές των καιρών.

**Statistics**

Variables Μεταβλητές	N					
	Valid Έγκυρα	Missing Άκυρα	Mean (Μέσος)	Std.Deviation Τυπική Απόκλιση	Minimum Ελάχιστη Τιμή	Maximum Μέγιστη Τιμή
VAR1	77	0	<b>6,0779</b>	,80731	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR2	77	0	5,6623	1,20972	1,00	7,00
VAR3	77	0	5,5195	1,02097	2,00	7,00
VAR4	77	0	5,6623	,96805	3,00	7,00
NEWVAR5	77	0	4,8831	1,56419	1,00	7,00
VAR6	77	0	5,8701	1,19594	2,00	7,00
VAR7	77	0	<b>5,8312</b>	,96522	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR8	77	0	<b>6,0130</b>	,81907	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR9	77	0	<b>5,8701</b>	,89370	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR10	77	0	5,7273	1,15436	2,00	7,00
VAR11	77	0	5,3896	1,43413	1,00	7,00
VAR12	77	0	5,0909	1,20505	1,00	7,00
VAR13	77	0	5,4805	1,04643	3,00	7,00
VAR14	77	0	5,5325	1,10721	2,00	7,00
VAR15	77	0	5,6234	1,07653	2,00	7,00
VAR16	77	0	5,4156	,97806	3,00	7,00
VAR17	77	0	5,7532	1,10210	2,00	7,00
VAR18	77	0	5,6623	,94047	2,00	7,00
VAR19	77	0	5,7273	,91243	3,00	7,00
VAR20	77	0	<b>5,8831</b>	,85800	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR21	77	0	<b>5,3766</b>	1,01358	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR22	77	0	<b>5,8571</b>	,83846	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR23	77	0	<b>5,7532</b>	,81363	3,00	7,00
VAR24	77	0	<b>6,0519</b>	,80942	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR25	77	0	5,5065	1,08365	2,00	7,00
VAR26	77	0	5,1039	1,18748	2,00	7,00
VAR27	77	0	4,9481	1,12269	1,00	7,00
NEWVAR28	77	0	5,3896	1,50574	1,00	7,00
VAR29	77	0	5,3636	1,07494	2,00	7,00
VAR30	77	0	5,7273	,88312	2,00	7,00
VAR31	77	0	<b>5,7662</b>	,84130	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>

**Πίνακας 14 : Στατιστικά Αποτελέσματα Συναισθηματικής Νοημοσύνης**

Variables Μεταβλητές	Statistics					
	N					
	Valid Έγκυρα	Missing Άκυρα	Mean Μέσος	Std. Deviation Τυπική Απόκλιση	Minimum Ελάχιστη Τιμή	Maximum Μέγιστη Τιμή
VAR34	77	0	<b>6,1299</b>	,73181	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR35	77	0	5,6494	,94265	3,00	7,00
VAR36	77	0	<b>6,0519</b>	,79300	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR37	77	0	5,8831	,95936	2,00	7,00
VAR38	77	0	<b>6,2857</b>	,72288	<b>5,00</b>	<b>7,00</b>
VAR39	77	0	6,0909	,97578	1,00	7,00
VAR40	77	0	6,0260	,93152	2,00	7,00
VAR41	77	0	<b>6,0519</b>	,82552	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
VAR42	77	0	5,4675	1,26267	1,00	7,00
VAR43	77	0	<b>6,1039</b>	,77093	<b>5,00</b>	<b>7,00</b>
VAR44	77	0	6,1429	,85400	2,00	7,00
VAR45	77	0	<b>6,0130</b>	,81907	<b>4,00</b>	<b>7,00</b>
<b>ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ</b>	77	0	<b>5,9913</b>	,63875	<b>3,42</b>	<b>7,00</b>

**Πίνακας 15 : Στατιστικά Αποτελέσματα Εξυπηρέτησης Πελατείας**

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης συσχέτισης όπου συσχετίσαμε την συναισθηματική νοημοσύνη με την εξυπηρέτηση πελατείας (Πίνακας 16) έδειξαν πως υπάρχει σχέση και μάλιστα θετική ανάμεσα στις δύο μεταβλητές. Επιβεβαιώνεται, έτσι, η πρώτη υπόθεση της παρούσας έρευνας, αναδεικνύοντας το σημαντικό ρόλο των δεξιοτήτων της συναισθηματικής νοημοσύνης στην εξυπηρέτηση των πελατών του τραπεζικού κλάδου και γενικότερα στον χώρο των υπηρεσιών. Το συμπέρασμα είναι εύλογο, αν αναλογισθεί κανείς ότι όσο περισσότερο γνωρίζουμε, κατανοούμε και

ελέγχουμε τα συναισθήματά μας και τα συναισθήματα των γύρω μας, τόσο πιο εύκολη και επιτυχής είναι η επικοινωνία μαζί τους και τόσο πιο αποτελεσματική και ποιοτική είναι η υπηρεσία που τους προσφέρουμε.

Τέλος, πραγματοποιήσαμε ανάλυση συσχέτισης όπου συσχετίσαμε την συναισθηματική νοημοσύνη και την εξυπηρέτηση πελατείας με το φύλο, την εκπαίδευση, την ηλικία, τα χρόνια προϋπηρεσίας, τη θέση εργασίας και το είδος της τράπεζας όπου εργάζονται οι ερωτηθέντες (Πίνακας 16). Από τις 6 μεταβλητές μόνο η ιεραρχική θέση του εργαζόμενου συμβάλλει στη διαφοροποίηση της συναισθηματικής νοημοσύνης και της εξυπηρέτηση πελατείας, αντίθετα, όμως, με τις ερευνητικές μας υποθέσεις. Βρήκαμε δηλαδή πως υπάρχει αρνητική σχέση μεταξύ της ιεραρχικής θέσης και του βαθμού ανάπτυξης συναισθηματικής νοημοσύνης και πελατοκεντρικής αντίληψης. Το αποτέλεσμα αυτό, αν και οξύμωρο, ίσως να μπορέσει να ερμηνευτεί υπό την έννοια ότι οι απλοί υπάλληλοι είναι πιο κοντά στον πελάτη, επικοινωνούν σε μεγαλύτερη συχνότητα μαζί του από ότι τα στελέχη, αφουγκράζονται καλύτερα τις ανάγκες του και παρέχουν τις υπηρεσίες εξυπηρέτησης που ορίζει η θέση τους. Εξάλλου, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που υψηλά τραπεζικά στελέχη στην προσπάθειά τους να αναδείξουν το κύρος και την εξουσία τους, χάνουν κάθε αίσθημα ενσυναίσθησης απέναντι στον πελάτη και τον υφιστάμενο υπάλληλό τους και κάθε αντίληψη πελατοκεντρικού χαρακτήρα που πρέπει να τους διακατέχει παραδειγματικά.

Αντίθετα, δεν βρέθηκαν σημαντικές στατιστικά συσχετίσεις με το φύλο, την εκπαίδευση, την ηλικία, τα χρόνια προϋπηρεσίας και το είδος της τράπεζας όπου εργάζονται οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Μάλιστα, όπως θα δούμε και εκτενέστερα παρακάτω, η ιδιωτικοποίηση ή όχι μιας τράπεζας δεν έχει καμία σχέση με τον βαθμό ανάπτυξης δεξιοτήτων συναισθηματικής νοημοσύνης και πελατοκεντρικής συμπεριφοράς.



Correlations

			ΦΥΛΟ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΗΛΙΚΙΑ	ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΘΕΣΗ	ΤΡΑΠΕΖΑ	ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ	ΠΕΛΑΤΕΙΑΣΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ
Spearman's rho	ΦΥΛΟ	Correlation Coefficient	1,000	,066	-,091	-,006	,058	,067	-,025	-,037
		Sig. (2-tailed)	.	,566	,434	,959	,617	,560	,830	,752
		N	77	77	77	77	77	77	77	77
	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	Correlation Coefficient	,066	1,000	-,229*	-,323**	,053	,211	-,170	-,095
		Sig. (2-tailed)	,566	.	,046	,004	,650	,065	,139	,410
		N	77	77	77	77	77	77	77	77
	ΗΛΙΚΙΑ	Correlation Coefficient	-,091	-,229*	1,000	,825**	-,349**	,115	,014	,102
		Sig. (2-tailed)	,434	,046	.	,000	,002	,318	,901	,378
		N	77	77	77	77	77	77	77	77
	ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ	Correlation Coefficient	-,006	-,323**	,825**	1,000	-,424**	-,085	,153	,200
Sig. (2-tailed)		,959	,004	,000	.	,000	,460	,183	,081	
N		77	77	77	77	77	77	77	77	
ΘΕΣΗ	Correlation Coefficient	,058	,053	-,349**	-,424**	1,000	,162	<b>-,310**</b>	<b>-,235*</b>	
	Sig. (2-tailed)	,617	,650	,002	,000	.	,159	<b>,006</b>	<b>,039</b>	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	
ΤΡΑΠΕΖΑ	Correlation Coefficient	,067	,211	,115	-,085	,162	1,000	-,211	-,023	
	Sig. (2-tailed)	,560	,065	,318	,460	,159	.	,065	,844	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	
ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ	Correlation Coefficient	-,025	-,170	,014	,153	-,310**	-,211	1,000	<b>,481**</b>	
	Sig. (2-tailed)	,830	,139	,901	,183	,006	,065	.	<b>,000</b>	

## Πίνακας 16 : Στατιστικά Αποτελέσματα από Μη Παραμετρική Ανάλυση

Σύμφωνα, λοιπόν, με τα αποτελέσματα της έρευνας οι ερευνητικές μας υποθέσεις επαληθεύονται ή διαψεύδονται κατά τον ακόλουθο τρόπο :

- ✓ Υπόθεση 1<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης.

### Επαληθεύεται

Υπόθεση 2<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και του φύλου των ερωτηθέντων και μάλιστα αναμένεται να αποδειχθεί πως οι γυναίκες έχουν πιο αναπτυγμένη συναισθηματική νοημοσύνη από τους άνδρες.

### Δεν επαληθεύεται, δεν υπάρχει καν σχέση.

Υπόθεση 3<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και του μορφωτικού επιπέδου των ερωτηθέντων.

### Δεν επαληθεύεται, δεν υπάρχει καν σχέση.

Υπόθεση 4<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και της ηλικίας των ερωτηθέντων.

### Δεν επαληθεύεται, δεν υπάρχει καν σχέση.

Υπόθεση 5<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και της προϋπηρεσίας των ερωτηθέντων.

### Δεν επαληθεύεται, δεν υπάρχει καν σχέση.

Υπόθεση 6<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και της θέσης εργασίας των ερωτηθέντων.

### Δεν επαληθεύεται, υπάρχει αρνητική σχέση.

Υπόθεση 7<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της συναισθηματικής νοημοσύνης και του χαρακτήρα (ιδιωτικού – μη ιδιωτικού) της τράπεζας.

### Δεν επαληθεύεται, δεν υπάρχει καν σχέση.

Υπόθεση 8<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και του φύλου των ερωτηθέντων.

Δεν επαληθεύεται, δεν υπάρχει καν σχέση.

Υπόθεση 9<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και του μορφωτικού επιπέδου των ερωτηθέντων.

Δεν επαληθεύεται, δεν υπάρχει καν σχέση.

Υπόθεση 10<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης συναισθηματικής νοημοσύνης και της ηλικίας των ερωτηθέντων.

Δεν επαληθεύεται, δεν υπάρχει καν σχέση.

Υπόθεση 11<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και της προϋπηρεσίας των ερωτηθέντων.

Δεν επαληθεύεται, δεν υπάρχει καν σχέση.

Υπόθεση 12<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και της θέσης εργασίας των ερωτηθέντων.

Δεν επαληθεύεται, υπάρχει αρνητική σχέση.

Υπόθεση 13<sup>η</sup> : Αναμένεται θετική σχέση μεταξύ της πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης και του χαρακτήρα (ιδιωτικού – μη ιδιωτικού) της τράπεζας.

Δεν επαληθεύεται, δεν υπάρχει καν σχέση.

#### 5.2.4. Σύγκριση των δύο Τραπεζικών Ιδρυμάτων

Πρωταρχικός στόχος της εργασίας είναι να διερευνήσει την ύπαρξη σχέσης μεταξύ συναισθηματικής νοημοσύνης και πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης. Ωστόσο, δευτερεύον στόχος είναι και η εξέταση και σύγκριση αυτών των μεταβλητών στις δύο τράπεζες αντίστοιχα, για εντοπισμό τυχόν διαφορών. Στη συνέχεια παρατίθενται τα αναλυτικά αποτελέσματα για κάθε μία μεταβλητή σε κάθε μία τράπεζα.

Υπολογίσαμε τις τιμές του T-Test για την συνθετική μεταβλητή που ονομάσαμε Συναισθηματική Νοημοσύνη και για κάθε μία από τις 33 ερωτήσεις που

την απαρτίζουν, σε σχέση με τον τύπο της τράπεζας που εργάζονται οι συμμετέχοντες. Με βάση τις ερευνητικές μας υποθέσεις και μετά από έλεγχο των τιμών sig, διαπιστώθηκε ότι η συναισθηματική νοημοσύνη δεν έχει σχέση με τον τύπο (ιδιωτικό – μη ιδιωτικό) των τραπεζών. Ωστόσο, σημειώθηκαν στατιστικώς σημαντικές διαφορές (Πίνακας 17) στις παρακάτω ερωτήσεις :

- Διαπιστώθηκε πως οι εργαζόμενοι της Β τράπεζας (μη-ιδιωτικής) έχουν καλύτερη επίγνωση για το πότε πρέπει να μιλήσουν για τα προσωπικά τους προβλήματα στους άλλους (Στατιστικά σημαντική ερώτηση : 1).
- Διαπιστώθηκε, επίσης, πως οι εργαζόμενοι της Α τράπεζας (ιδιωτικής) έχουν καλύτερη επίγνωση και έλεγχο των συναισθημάτων τους, κατανοούν καλύτερα τα συναισθήματα των άλλων και είναι πιο εύκολο να τους εμπιστευθούν οι άλλοι σύμφωνα με την κρίση τους (Στατιστικά σημαντικές ερωτήσεις : 4,22,27,29,33).

Υπολογίσαμε, επίσης, τις τιμές του T-Test για την συνθετική μεταβλητή που ονομάσαμε Εξυπηρέτηση Πελατείας και για κάθε μία από τις 12 ερωτήσεις που την απαρτίζουν, σε σχέση με το είδος της τράπεζας που εργάζονται οι ερωτηθέντες. Με βάση τις ερευνητικές μας υποθέσεις και μετά από έλεγχο των τιμών sig, διαπιστώθηκε ότι η εξυπηρέτηση πελατείας δεν έχει σχέση με τον τύπο χαρακτήρα (ιδιωτικό – μη ιδιωτικό) των τραπεζών και ούτε ανακαλύφθηκαν στατιστικώς σημαντικές διαφορές σε κάποια από τις επιμέρους ερωτήσεις της συνθετικής μεταβλητής (Πίνακας 17).

**Group Statistics**

	ΤΡΑΠΕΖΑ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
<b>VAR1</b>	1,00	39	<b>5,8718</b>	,80064	,12821
(Γνωρίζω πότε πρέπει να μιλήσω για τα προσωπικά προβλήματά μου στους άλλους)	2,00	38	<b>6,2895</b>	,76786	,12456
VAR2	1,00	39	5,8974	1,04617	,16752
(Όταν αντιμετωπίζω προβλήματα, θυμάμαι περιπτώσεις που αντιμετώπισα αντίστοιχα προβλήματα και τα ξεπέρασα)	2,00	38	5,4211	1,32811	,21545
VAR3	1,00	39	5,6154	1,06661	,17079
(Αναμένω να τα καταφέρω στα περισσότερα πράγματα που προσπαθώ να πετύχω)	2,00	38	5,4211	,97625	,15837
<b>VAR4</b>	1,00	39	<b>5,9744</b>	,90284	,14457
(Οι άλλοι βρίσκουν εύκολο το να με εμπιστευθούν)	2,00	38	<b>5,3421</b>	,93798	,15216
NEWVAR5	1,00	39	4,6923	1,70377	,27282
(Δεν δυσκολεύομαι να καταλάβω τα μη-λεκτικά μηνύματα των συνανθρώπων μου)	2,00	38	5,0789	1,40235	,22749
VAR6	1,00	39	5,8974	1,23106	,19713
(Κάποια πολύ σημαντικά γεγονότα της ζωής μου με οδήγησαν στο να επαναξιολογήσω τι είναι σημαντικό και όχι στη ζωή)	2,00	38	5,8421	1,17465	,19055
VAR7	1,00	39	5,9231	,98367	,15751
(Όταν αλλάζει η διάθεσή μου, βλέπω να δημιουργούνται νέες δυνατότητες)	2,00	38	5,7368	,94966	,15405
VAR8	1,00	39	6,1282	,65612	,10506
(Τα συναισθήματα είναι ένα από τα πράγματα που κάνουν τη ζωή μου να αξίζει)	2,00	38	5,8947	,95265	,15454
VAR9	1,00	39	5,9231	,98367	,15751

### **Πίνακας 17 : Στατιστικά Αποτελέσματα Μη Συσχετισμένου ελέγχου T-Test για σύγκριση των μέσων όρων των δύο δειγμάτων των Τραπεζών Α και Β**

Συγκρίνοντας, λοιπόν, τις τιμές των δύο συνθετικών μεταβλητών για κάθε τράπεζα αντίστοιχα, προκύπτει το συμπέρασμα πως τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας ισχύουν για τα τραπεζικά στελέχη στο σύνολό τους και χωρίς να προκύπτουν ιδιαιτερότητες σύμφωνα με τον τύπο της τράπεζας στην οποία εργάζονται.

#### **5.3. Συμπεράσματα-Προτάσεις**

Τα βασικά συμπεράσματα που προέκυψαν από την πρωτογενή έρευνα είναι ότι τα στελέχη των δύο τραπεζών έχουν αρκετά ανεπτυγμένες τις δεξιότητες της συναισθηματικής νοημοσύνης και είναι βαθιά προσανατολισμένα στις επιθυμίες και ανάγκες του πελάτη. Επίσης, σημαντική είναι και η διαπίστωση ότι υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στην συναισθηματική νοημοσύνη και την εξυπηρέτηση πελατείας, γεγονός που αποδεικνύει ότι όσο πιο ανεπτυγμένη είναι η ικανότητα του ανθρώπου να αναγνωρίζει και να κατανοεί τα συναισθήματά του και τα συναισθήματα των άλλων, τόσο πιο εύκολο είναι να επικοινωνεί και να χτίζει γερές σχέσεις με τους συνανθρώπους του. Η ποιοτική εξυπηρέτηση του πελάτη είναι κυρίως ζήτημα συμπεριφοράς και έχει να κάνει με την εκδήλωση αυθεντικού ενδιαφέροντος απέναντι στις ιδιαιτερότητες του πελάτη και με την παροχή προτάσεων και λύσεων στα πιθανά προβλήματά του. Η αυτοεπίγνωση και η κοινωνική επίγνωση είναι δεξιότητες που οπλίζουν τον εργαζόμενο με αυτοπεποίθηση, αυτοέλεγχο, προσαρμοστικότητα και πρωτοβουλία και τον καθιστούν ικανό να διαχειριστεί τις σχέσεις του με τους πελάτες, να αποτελέσει έμπνευση και επιρροή, να διαχειριστεί αποτελεσματικά συγκρούσεις και να συνεργαστεί με ομαδικό πνεύμα και αλληλεγγύη.

Ακόμη, ένα βασικό συμπέρασμα που προέκυψε από την πρωτογενή έρευνα είναι ότι δεν υπάρχουν ιδιαίτερες διαφορές ανάμεσα στους εργαζόμενους της ιδιωτικής τράπεζας και στους εργαζόμενους της μη-ιδιωτικής τράπεζας. Αν, εξαιρέσουμε κάποιες ελάχιστες επιμέρους ερωτήσεις που βρέθηκαν στατιστικώς σημαντικές οι διαφορές ανάμεσα στα δύο τραπεζικά ιδρύματα και αυτές, όμως, χωρίς να παρουσιάζουν μεγάλη απόκλιση, τα αποτελέσματα των δύο τραπεζικών ιδρυμάτων κυμαίνονται σχεδόν στα ίδια πλαίσια. Παρ' ότι θα περίμενε κανείς, λόγω διαφορετικής νοοτροπίας και κουλτούρας που μπορεί να χαρακτηρίζει μια ιδιωτική και μία μη-ιδιωτική τράπεζα, να υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ τους, όπως και η δική μας αρχική υπόθεση για ύπαρξη σχέσης μεταξύ συναισθηματικής νοημοσύνης και εξυπηρέτηση πελατείας με τον τύπο της τράπεζας, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ανεξαρτήτου ιδιωτικοποίησεως ή μη μία τράπεζας, κάθε τραπεζικό ίδρυμα έχει ως στόχο το κέρδος και αυτό εξασφαλίζεται μόνο μέσω της ποιοτικής εξυπηρέτησης των πελατών της και ότι αυτή προϋποθέτει.

Επίσης, δεν αποδείχθηκε καμία σχέση μεταξύ των δύο εννοιών και των δημογραφικών στοιχείων των ερωτηθέντων παρά μόνο της ιεραρχικής θέσης των εργαζομένων, όπου αποδείχθηκε ότι η σχέση που χαρακτηρίζει την συναισθηματική νοημοσύνη και την εξυπηρέτηση πελατείας με την ιεραρχική θέση του εργαζόμενου είναι αρνητική. Αυτό σημαίνει ότι όσο ο εργαζόμενος ανεβαίνει επίπεδο ιεραρχικά, τόσο παραμελεί την υποχρέωσή του για παροχή των υπηρεσιών του στις επιθυμίες και ανάγκες του πελάτη. Ίσως αυτό να μπορούσε να ερμηνευτεί υπό την έννοια της εξουσίας που απορρέει από αυτούς που κατέχουν τις ανώτερα ιεραρχικά θέσεις και που πολλές φορές γίνεται κατάχρησή της, εις βάρος τόσο των πελατών όσο και των υφισταμένων υπαλλήλων της τράπεζας.

Σε ανύποπτο χρόνο, η ζωή προσφέρει τη μία ευκαιρία μετά την άλλη για να βελτιώσουμε τη συναισθηματική μας ικανότητα. Μέσα στη φυσιολογική πορεία του βίου, η συναισθηματική νοημοσύνη έχει την τάση να αυξάνεται όσο μαθαίνουμε να αποκτούμε μεγαλύτερη επίγνωση των διαθέσεών μας, να χειριζόμαστε καλύτερα τα

συναισθήματα της δυσφορίας, να ακούμε και να δείχνουμε ενσυναίσθηση, εν ολίγοις, όσο ωριμάζουμε (Goleman, 2000). Ενώ, οι καθαρά γνωστικές ικανότητες παραμένουν σταθερές, τη συναισθηματική ικανότητα μπορεί κανείς να τη μάθει οποτεδήποτε. Όσο αναίσθητοι, ντροπαλοί, οξύθυμοι, αδέξιοι ή ασυντόνιστοι κι αν είναι οι άνθρωποι, αν τους δοθούν τα σωστά κίνητρα και κάνουν τη σωστή προσπάθεια μπορούν να καλλιεργήσουν τη σωστή ικανότητα (Goleman, 2000).

Το επίπεδο της συναισθηματικής νοημοσύνης μάς δεν είναι γενετικά καθορισμένο, ούτε αναπτύσσεται μόνο κατά τη διάρκεια των πρώτων χρόνων της παιδικής ηλικίας. Συγκεκριμένα, οι έρευνες που μελέτησαν τον τρόπο με τον οποίο μεταβάλλεται το επίπεδο της συναισθηματικής νοημοσύνης με την πάροδο των ετών δείχνουν ότι οι άνθρωποι γίνονται όλο και καλύτεροι σε σχέση με τις συγκεκριμένες δεξιότητες αφού αυξάνεται η ικανότητά τους να χειρίζονται τα συναισθήματα και τις παρορμήσεις τους, να βρίσκουν κίνητρα, να βελτιώνουν την ενσυναίσθηση και τις κοινωνικές τους ικανότητες (Goleman, 2000). Παρά το γεγονός ότι πλάθεται από την παιδική ηλικία, η συναισθηματική νοημοσύνη μπορεί να βελτιωθεί και να αναπτυχθεί στους ενήλικες (Goleman, 2000). Οι επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν καλύτερους ηγέτες με το να διδάξουν στους ανθρώπους πως να βελτιώσουν ικανότητές, όπως η ικανότητα του να ακούω και να επικοινωνώ (Overman, 2006). Η εκπαίδευση πρέπει σήμερα να περιλαμβάνει προσωπικές δεξιότητες και διαπροσωπικές επιρροές που να απευθύνονται στο πως οι άνθρωποι εκτελούν τα καθήκοντα που προσδοκείται από αυτούς να εκτελέσουν (Thompson, 2006). Οι άνθρωποι παίζουν μεγάλο ρόλο στην παράδοση των υπηρεσιών. Στις υπηρεσίες, λόγω της ταυτόχρονης κατανάλωσης και παραγωγής, το προσωπικό της επιχείρησης επηρεάζει τις αντιλήψεις των πελατών για την ποιότητα. Στην ουσία είναι μέρος της υπηρεσίας και άρα η ποιότητα της υπηρεσίας δεν διαχωρίζεται από την ποιότητα του προμηθευτή υπηρεσιών. Είναι κατά συνέπεια πολύ σημαντικό να δώσουμε αξία στην ποιότητα των υπαλλήλων και να ελέγχουμε την απόδοσή τους. Μόνο, έτσι θα επιτευχθεί πραγματικά ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών, που είναι και το

ζητούμενο κάθε επιχείρησης που ενδιαφέρεται για την μακροπρόθεσμη επιβίωση και ανάπτυξή της.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Bar-On, R., (2001), Emotional intelligence and self-actualization. In J.Ciarrochi, J.P. Forgas, & J.D.Mayer (Eds), *Emotional intelligence in every day life: A scientific inquiry*, pp 82-97, Philadelphia, PA : Psychology Press
- Bardzill, P. and Slaski, M. (2003), Emotional intelligence : fundamental competencies for enhanced service provision, *Managing Service Quality*, **Vol. 32** No 2, pp. 61-5
- Buzzell R.D. and Gale B.T. (1987), *The PIMS Principles. Linking Strategy to Performance*, New York, The Free Press.
- Cooper, R. K., & Sawaf, A., (1997), *Executive EQ : Emotion intelligence in leadership and organizations*, New York : Grosset/Putnam
- Dulewicz, V., & Higgs, M., (1998), Emotional intelligence : Can it be measured reliably and validly using competency data? *Competency*, **6** (1), 1-15
- Fatt, J. (2002), Emotional intelligence : for human resource managers, *Management Research News*, **Vol. 25** No 11, pp. 57-74

- Fitness, J., (2001), Emotional intelligence and intimate relationships. In J.Ciarrochi, J.P. Forgas, & J.D.Mayer (Eds), *Emotional intelligence in every day life: A scientific inquiry*, pp 98-112, Philadelphia, PA : Psychology Press
- Flury, J., & Ickes, W., (2001) Emotional intelligence and empathetic accuracy. In J.Ciarrochi, J.P. Forgas, & J.D.Mayer (Eds), *Emotional intelligence in every day life: A scientific inquiry*, pp 113-132, Philadelphia, PA : Psychology Press
- Furnham, A., T. Hosoe and T. Tang (2002). 'Male hubris and female humility? A cross-cultural study of ratings of self, parental and sibling multiple intelligence in America, Britain and Japan', *Intelligence*, **30**, pp. 101–115
- Furnham, A., (2005), Gender and Personality Differences in Self and Other Ratings of Business Intelligence, *British Journal of Management*, **Vol. 16**, 91–103 DOI: 10.1111/j.1467-8551.2005.00434.x
- Goleman D., (1998), Η συναισθηματική νοημοσύνη : Γιατί το “EQ” είναι πιο σημαντικό από το “IQ” , Εκδόσεις : Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα
- Goleman D., (2000), Η συναισθηματική νοημοσύνη στο χώρο της εργασίας, Εκδόσεις : Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα
- Goleman D., (2002), Ο Νέος Ηγέτης : Η δύναμη της συναισθηματικής νοημοσύνης στη διοίκηση οργανισμών, Εκδόσεις : Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα
- Goodman, G.S. (2000), *Monitoring, Measuring and Managing Customer Service*, Jossey Bass, San Francisco, CA
- James Poon Teng Fatt, Irene Chew Keng Howe, (2003), Emotional Intelligence of Foreign and Local University Students in Singapore: Implications for Managers, *Journal of Business and Psychology*, **17**, 3, ABI/INFORM Global pg. 345

- Mandell, B., Pherwani, S., (2003), “Relationship between emotional intelligence and transformational leadership style: A gender comparison.” , *Journal of Business and Psychology*, **17**(3), pp.387-401
- Mayer, J. D., Caruso, D. R., Salovey, P., Formica, S. A., & Woolery, A., (2000), A correlation of MEIS scores with data on the life space. Unpublished raw data. Durham, NH : University of New Hampshire
- Nikolaou, I. & Tsaousis I., (2002), Emotional intelligence in the workplace : exploring its effects on occupational stress and organizational commitment, *International Journal of Organizational Analysis*,**10**, 4, ABI/INFORM Global pg. 327
- Overman S., (2006), Goleman: Develop Emotional Intelligence, *HRMagazine*, **51**, 5, ABI/INFORM Global pg. 32
- Petrides, K.V. and Furnham, A. (2000), “On the dimensional structure of emotional intelligence”, *Personality and individual Differences*, **Vol. 29** No 2, pp. 313-20
- Porterfield, J., Kleiner, B., (2005), A New Era: Women and Leadership, *Equal Opportunities International*, **24**, 5/6, ABI/INFORM Global pg. 49
- Selye, H., (1956), The stress of life, New York : McGraw-Hill
- Thompson M., (2006), Coaching for emotional intelligence, *Training*, **43**, 12, ABI/INFORM Global pg. 34
- Weisinger, H., (1998), Emotional intelligence at work, San Francisco, Jossey-Bass

## **ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Γεωργόπουλος Δ., «On-line εξυπηρέτηση πελατών. Ο καθοριστικός παράγοντας για την επιτυχία του e-banking» δελτίο ΕΕΤ, γ τρίμηνο 2003

- Γούναρης Σ., «Οι έλληνες καταναλωτές και το e-banking», ενthesis, Καθημερινή, Ιούλιος 2005
- Δημητριάδη Ζ., 2007, Διοίκηση Υπηρεσιών, Σημειώσεις
- Καρασαββαΐδου Φ., 2004, Ποιότητα Υπηρεσιών : Εξυπηρέτηση Πελατών στον Τραπεζικό Τομέα
- Νικογλου Δ., 2006, Το Τραπεζικό σύστημα και η θεωρία των Ορθολογικών Προσδοκιών, Η Καθημερινή
- Παπαδομαρκάκη Ε. , 2007, Στρατηγική ανάλυση του Ελληνικού Τραπεζικού Κλάδου και θεμελίωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσω της πελατοκεντρικής προσέγγισης
- Πασβάγκας Σ. ,2006, Η οργανωσιακή κουλτούρα και η ηγεσία στον χώρο των τραπεζών – Εξέταση Περίπτωσης της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος
- Parlavantzias P., 2008, Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα, e-banking portal
- Τσελέκης Ι., 2005, Συναισθηματική νοημοσύνη στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα
- Ομάδα συγγραφέων της LIFESKILLS INTERNATIONAL LTD (2002), Πρώτοι στην εξυπηρέτηση του πελάτη, εκδόσεις Κριτική.
- Η Καθημερινή, 2005, Ο ρόλος της διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού πρέπει να αλλάξει

## ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- [www.alpha.gr](http://www.alpha.gr)
- [www.ate.gr](http://www.ate.gr)
- [www.customerservice.gr](http://www.customerservice.gr) , Ελληνικό Ινστιτούτο Ένωσης Τραπεζών
- [www.hba.gr](http://www.hba.gr) , Ελληνική Ένωση Τραπεζών

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α : ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

### Α. ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

Παρακαλείσθε να απαντήσετε τις παρακάτω ερωτήσεις, οι απαντήσεις των οποίων διαβαθμίζονται σε κλίμακα αριθμημένη από το 7 (πάρα πολύ) έως το 1 (καθόλου).

Τα συναισθήματα είναι ένα από τα πράγματα που κάνουν τη ζωή μου να αξίζει.

Έχω επίγνωση των συναισθημάτων

1. Γνωρίζω πότε πρέπει να μιλήσω για τα προσωπικά, όταν τα βιώνω.  
προβλήματά μου στους άλλους.

Είμαι αισιόδοξος/η – προσδοκώ θετικές εξελίξεις στη ζωή μου.

2. Όταν αντιμετωπίζω προβλήματα, θυμάμαι περιπτώσεις που αντιμετώπισα αντίστοιχα προβλήματα και τα ξεπέρασα.

Μου αρέσει να μοιράζομαι τα συναισθήματά μου με τους άλλους.

3. Αναμένω να τα καταφέρω στα περισσότερα πράγματα που προσπαθώ να πετύχω.

Όταν νιώθω ένα θετικό συναίσθημα, ξέρω πως να το κάνω να διαρκέσει.

4. Οι άλλοι βρίσκουν εύκολο το να με εμπιστευθούν.

5. Δυσκολεύομαι να καταλάβω τα μη-λεκτικά μηνύματα των συνανθρώπων μου.

Πάρα πολύ						Καθόλου
7	6	5	4	3	2	1

6. Κάποια πολύ σημαντικά γεγονότα της ζωής μου με οδήγησαν στο να επαναξιολογήσω τι είναι σημαντικό και όχι στη ζωή.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

7. Όταν αλλάζει η διάθεσή μου, βλέπω να δημιουργούνται νέες δυνατότητες.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Έχω έλεγχο των συναισθημάτων μου.

Εύκολα αναγνωρίζω τα συναισθήματά μου την ώρα που τα βιώνω.

Κινητοποιώ τον εαυτό μου με το να φαντάζομαι ότι θα έχω ένα καλό αποτέλεσμα στα καθήκοντα που αναλαμβάνω.

Επαινώ τους άλλους ανθρώπους, όταν έχουν κάνει κάτι καλό.

Έχω επίγνωση των μη-λεκτικών μηνυμάτων που στέλνουν οι άλλοι.

Όταν κάποιος μου εξιστορεί ένα σημαντικό γεγονός της ζωής του, σχεδόν αισθάνομαι πως έχω ζήσει και εγώ το ίδιο συμβάν.

Όταν αισθάνομαι μια αλλαγή στα συναισθήματά μου, έχω την τάση να ανακαλύπτω νέες ιδέες.

Όταν βρίσκομαι αντιμέτωπος με μία πρόκληση, παραιτούμαι από κάθε προσπάθεια γιατί πιστεύω πως θα αποτύχω.

13. Συμβάλλω στη δημιουργία καταστάσεων που οι άλλοι απολαμβάνουν.

14. Αναζητώ δραστηριότητες που με ευχαριστούν.

15. Έχω επίγνωση των μη-λεκτικών μηνυμάτων που στέλνω στους άλλους.

16. Παρουσιάζω τον εαυτό μου με τέτοιο τρόπο που να κάνει καλή εντύπωση στους άλλους.

17. Όποτε είμαι σε καλή διάθεση, η επίλυση των προβλημάτων είναι κάτι εύκολο για εμένα.

18. Κοιτάζοντας τις εκφράσεις του προσώπου τους, μπορώ να καταλάβω τα συναισθήματα που νιώθουν οι άλλοι άνθρωποι.

19. Γνωρίζω γιατί αλλάζουν τα συναισθήματά μου.

20. Όταν έχω θετική διάθεση, είμαι ικανή/ος να επινοώ νέες ιδέες.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Γνωρίζω τι αισθάνονται οι άλλοι, και μόνο που θα τους κοιτάξω.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

30. Βοηθώ του ανθρώπους να αισθανθούν καλύτερα όταν δεν νιώθουν καλά.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

31. Επιδιώκω να έχω θετική προσέγγιση στη προσπάθειά μου να υπερνικήσω τα εμπόδια που αντιμετωπίζω.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

32. Μπορώ να πω πως αισθάνονται οι άλλοι, ακούγοντας μόνο τον τόνο της φωνής τους.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

33. Είναι δύσκολο για 'μένα να καταλάβω τον λόγο που οι άνθρωποι αισθάνονται έτσι όπως αισθάνονται.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

## B. ΠΕΛΑΤΟΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ

Παρακαλείσθε να απαντήσετε τις παρακάτω ερωτήσεις, οι απαντήσεις των οποίων διαβαθμίζονται σε κλίμακα αριθμημένη από το 7 (πάρα πολύ) έως το 1 (καθόλου).

Προσπαθώ να προτείνω στον πελάτη που αντιμετωπίζει κάποιο πρόβλημα, το προϊόν / την υπηρεσία που θα τον βοηθήσει να ξεπεράσει το πρόβλημά του.

34. Προσπαθώ να παρέχω στους πελάτες μία ακριβή προσδοκία σχετικά με το τι μπορεί να κάνει το προϊόν / η υπηρεσία μας για αυτούς. Είμαι πρόθυμος-η να διαφωνήσω με έναν πελάτη, προκειμένου να τον βοηθήσω να πάρει μία καλύτερη απόφαση.

35. Προσπαθώ να πείσω τον πελάτη να συζητήσει τις ανάγκες του μαζί μου. Προτείνω το προϊόν / την υπηρεσία που είναι πιο κατάλληλο-η για την επίλυση του προβλήματος του πελάτη.

36. Προσπαθώ να επηρεάσω τον πελάτη με την παροχή πληροφοριών παρά με την άσκηση πίεσης. Προσπαθώ να πετύχω τους στόχους μου μέσω της ικανοποίησης των πελατών.

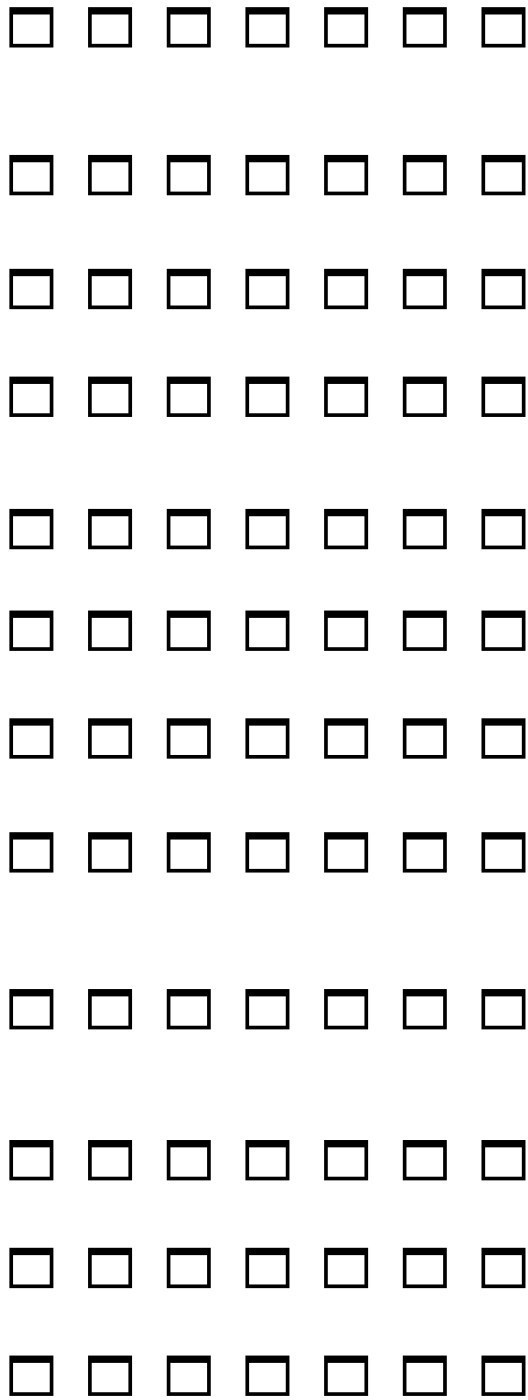
37. Προσπαθώ να βοηθήσω τον πελάτη να πετύχει τους στόχους του. Προσπαθώ να καταλάβω τι είδους προϊόντα / υπηρεσίες θα εξυπηρετήσουν καλύτερα τον πελάτη.

38. Απαντώ στις ερωτήσεις των πελατών σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας όσο πιο σωστά μπορώ. Προσπαθώ να καταλάβω ποιες είναι οι ανάγκες του πελάτη.

39. Προσπαθώ να καταλάβω ποιες είναι οι ανάγκες του πελάτη.

40. Ένας καλός υπάλληλος πρέπει να έχει στο μυαλό του τα ενδιαφέροντα του πελάτη.

	Πάρα πολύ							Καθόλου
	7	6	5	4	3	2	1	





## Γ. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

### 46. ΦΥΛΟ :

ΑΝΔΡΑΣ

ΓΥΝΑΙΚΑ

### 47. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ :

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ

ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΗ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ

### 48. ΗΛΙΚΙΑ :

Μέχρι 20

21-30

31-40

41-50

51-60

### 49. ΧΡΟΝΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ :

Μέχρι 5

6-10

11-15

16-20

21-25

25 και άνω

### 50. ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ :

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΥΠΟΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ

ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ

### 51. ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ :

ΙΔΙΩΤΙΚΗ

ΔΗΜΟΣΙΑ

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β : ΠΙΝΑΚΕΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

```

RELIABILITY
/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 NEWVAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 V
AR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013
VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR0
0023 VAR00024 VAR00025 VAR00026
VAR00027 NEWVAR00028 VAR00029 VAR00030 VAR00031 VAR00032 NEWVAR00033 VAR00034 VAR0003
5 VAR00036 VAR00037 VAR00038 VAR00039 VAR00
040 VAR00041 VAR00042 VAR00043 VAR00044 VAR00045
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE CORR
/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE.
    
```

### Reliability

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ.sav

#### Warnings

The determinant of the covariance matrix is zero or approximately zero. Statistics based on its inverse matrix cannot be computed and they are displayed as system missing values.

#### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

	Valid	N	%
Cases	77	77	100,0
Excluded <sup>a</sup>	0	0	,0
Total	77	77	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,909	,919	45

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	6,0779	,80731	77
VAR00002	5,6623	1,20972	77
VAR00003	5,5195	1,02097	77
VAR00004	5,6623	,96805	77
NEWVAR00005	4,8831	1,56419	77
VAR00006	5,8701	1,19594	77
VAR00007	5,8312	,96522	77
VAR00008	6,0130	,81907	77
VAR00009	5,8701	,89370	77

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00010	5,7273	1,15436	77
VAR00011	5,3896	1,43413	77
VAR00012	5,0909	1,20505	77
VAR00013	5,4805	1,04643	77
VAR00014	5,5325	1,10721	77
VAR00015	5,6234	1,07653	77
VAR00016	5,4156	,97806	77
VAR00017	5,7532	1,10210	77
VAR00018	5,6623	,94047	77
VAR00019	5,7273	,91243	77
VAR00020	5,8831	,85800	77
VAR00021	5,3766	1,01358	77
VAR00022	5,8571	,83846	77
VAR00023	5,7532	,81363	77
VAR00024	6,0519	,80942	77
VAR00025	5,5065	1,08365	77
VAR00026	5,1039	1,18748	77
VAR00027	4,9481	1,12269	77
NEWVAR00028	5,3896	1,50574	77
VAR00029	5,3636	1,07494	77
VAR00030	5,7273	,88312	77
VAR00031	5,7662	,84130	77
VAR00032	5,3117	1,02930	77
NEWVAR00033	4,5325	1,50074	77
VAR00034	6,1299	,73181	77
VAR00035	5,6494	,94265	77
VAR00036	6,0519	,79300	77
VAR00037	5,8831	,95936	77
VAR00038	6,2857	,72288	77
VAR00039	6,0909	,97578	77
VAR00040	6,0260	,93152	77
VAR00041	6,0519	,82552	77
VAR00042	5,4675	1,26267	77
VAR00043	6,1039	,77093	77
VAR00044	6,1429	,85400	77
VAR00045	6,0130	,81907	77

#### Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	NEWVAR00005	VAR00006	VAR00007
VAR00001	1,000	,216	,062	,101	,132	,092	,152
VAR00002	,216	1,000	,250	,384	-,091	,342	,289
VAR00003	,062	,250	1,000	,127	-,036	,121	,144
VAR00004	,101	,384	,127	1,000	-,157	,291	,347
NEWVAR00005	,132	-,091	-,036	-,157	1,000	-,015	-,135

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014
VAR00001	.018	.051	.150	.019	.155	.267	.292
VAR00002	.350	.032	.084	.138	.572	.275	.077
VAR00003	-.008	.003	.468	-.203	.314	.047	.229
VAR00004	.271	.162	-.225	-.046	.297	.136	-.125
NEWVAR00005	-.163	-.039	.193	-.144	-.050	.035	.242

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021
VAR00001	.110	.092	.170	-.069	-.024	.051	.108
VAR00002	.123	.142	.420	.222	-.037	.126	.084
VAR00003	.168	.189	.174	.075	.112	.296	.139
VAR00004	.015	.247	.266	.523	.148	.158	-.083
NEWVAR00005	.224	.110	-.047	-.009	.079	.009	.061

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00022	VAR00023	VAR00024	VAR00025	VAR00026	VAR00027	NEWVAR00028
VAR00001	.036	.030	.336	.135	-.146	.135	.115
VAR00002	.056	.088	.233	.202	-.058	.287	-.035
VAR00003	.088	.156	.190	.140	-.034	-.045	.509
VAR00004	.215	-.090	.308	.140	.351	.141	-.134
NEWVAR00005	.087	.070	.088	.315	-.085	.011	.142

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00029	VAR00030	VAR00031	VAR00032	NEWVAR00033	VAR00034	VAR00035
VAR00001	-.154	.122	.105	-.030	.096	.450	.278
VAR00002	.116	.073	.232	.033	.311	.110	.276
VAR00003	.077	-.001	.067	-.018	.238	.014	.178
VAR00004	.271	.337	.257	.252	.288	.081	.215
NEWVAR00005	.049	-.166	.029	-.059	.307	.105	-.037

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00036	VAR00037	VAR00038	VAR00039	VAR00040	VAR00041	VAR00042
VAR00001	.322	.216	.345	.074	.067	.152	.196
VAR00002	-.009	.215	.097	.138	.031	.136	.122
VAR00003	.064	.103	.010	.097	-.167	.046	-.017
VAR00004	.212	.283	.177	.312	.229	.154	.303
NEWVAR00005	.047	-.079	.146	-.062	.029	-.016	.001

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00043	VAR00044	VAR00045
VAR00001	.198	.041	.098
VAR00002	.179	-.042	.124
VAR00003	-.019	-.071	.039
VAR00004	.136	.202	.221
NEWVAR00005	.250	.013	.083

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	NEWVAR00005	VAR00006	VAR00007
VAR00006	.092	.342	.121	.291	-.015	1.000	.334
VAR00007	.152	.289	.144	.347	-.135	.334	1.000
VAR00008	.018	.350	-.008	.271	-.163	.270	.502
VAR00009	.051	.032	.003	.162	-.039	.206	.188
VAR00010	.150	.084	.468	-.225	.193	.165	.112
VAR00011	.019	.138	-.203	-.046	-.144	.199	.324
VAR00012	.155	.572	.314	.297	-.050	.282	.375
VAR00013	.267	.275	.047	.136	.035	.303	.277
VAR00014	.292	.077	.229	-.125	.242	.003	.134
VAR00015	.110	.123	.168	.015	.224	-.008	.090
VAR00016	.092	.142	.189	.247	.110	.227	.493
VAR00017	.170	.420	.174	.266	-.047	.205	.554
VAR00018	-.069	.222	.075	.523	-.009	.300	.386
VAR00019	-.024	-.037	.112	.148	.079	.220	.201
VAR00020	.051	.126	.296	.159	.009	.280	.437
VAR00021	.108	.084	.139	-.083	.061	.041	-.028
VAR00022	.036	.056	.088	.215	.087	.309	.344
VAR00023	.030	.088	.156	-.090	.070	.210	.164
VAR00024	.336	.233	.190	.308	.088	.306	.382
VAR00025	.135	.202	.140	.140	.315	.143	.209
VAR00026	-.146	-.058	-.034	.351	-.085	.232	.417
VAR00027	.135	.287	-.045	.141	.011	.044	.259
NEWVAR00028	.115	-.035	.509	-.134	.142	-.147	-.008
VAR00029	-.154	.116	.077	.271	.049	.211	.440
VAR00030	.122	.073	-.001	.337	-.166	.215	.439
VAR00031	.105	.232	.067	.257	.029	.362	.145
VAR00032	-.030	.033	-.018	.252	-.059	.108	.411
NEWVAR00033	.096	.311	.238	.288	.307	-.108	.245
VAR00034	.450	.110	.014	.081	.105	.095	.218
VAR00035	.278	.276	.178	.215	-.037	.298	.484
VAR00036	.322	-.009	.064	.212	.047	-.021	.252
VAR00037	.216	.215	.103	.283	-.079	.182	.319
VAR00038	.345	.097	.010	.177	.146	.074	.089
VAR00039	.074	.138	.097	.312	-.062	.055	.226
VAR00040	.067	.031	-.167	.229	.029	.133	.195
VAR00041	.152	.136	.046	.154	-.016	.220	.242
VAR00042	.196	.122	-.017	.303	.001	.250	.238
VAR00043	.198	.179	-.019	.136	.250	.343	.130
VAR00044	.041	-.042	-.071	.202	.013	.006	.173
VAR00045	.098	.124	.039	.221	.083	.109	.269

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014
VAR00006	.270	.206	.165	.199	.282	.303	.003
VAR00007	.502	.188	.112	.324	.375	.277	.134
VAR00008	1,000	.236	.143	.253	.346	.330	.108
VAR00009	.236	1,000	.003	.040	.121	.194	-.129
VAR00010	.143	.003	1,000	-.094	.302	.143	.446
VAR00011	.253	.040	-.094	1,000	.230	.444	.083
VAR00012	.346	.121	.302	.230	1,000	.288	.427
VAR00013	.330	.194	.143	.444	.288	1,000	.242
VAR00014	.108	-.129	.446	.083	.427	.242	1,000
VAR00015	-.009	-.010	.181	.046	.432	.128	.336
VAR00016	.240	.168	.113	-.079	.235	.278	-.013
VAR00017	.441	-.020	.195	.378	.384	.298	.152
VAR00018	.262	.370	-.037	.196	.306	.381	.023
VAR00019	.216	.327	.141	.203	.250	.456	.120
VAR00020	.339	.186	.273	.230	.341	.371	.274
VAR00021	-.085	-.018	.179	-.184	.047	.212	.124
VAR00022	.194	.344	.082	.123	.234	.244	.040
VAR00023	.202	.172	.404	.095	.050	.357	.002
VAR00024	.257	.264	.100	.220	.278	.436	.174
VAR00025	.156	.164	.238	.015	.246	.293	.299
VAR00026	.202	.075	-.037	.385	.269	.266	.037
VAR00027	.215	.033	.090	.103	.256	.279	.277
NEW\VAR00028	-.079	-.011	.562	-.108	.133	.172	.466
VAR00029	.293	.324	.039	.120	.259	.334	.023
VAR00030	.296	.238	-.048	.303	.221	.300	-.011
VAR00031	.138	.344	.204	.055	.125	.398	-.048
VAR00032	.307	.202	.084	.157	.125	.409	-.090
NEW\VAR00033	.091	.091	.123	-.012	.409	.086	.318
VAR00034	.041	.006	.074	.340	.091	.330	.076
VAR00035	.313	.258	.141	.463	.237	.587	-.008
VAR00036	.039	.102	.073	.121	.023	.271	-.002
VAR00037	.186	.274	.018	.253	.146	.489	-.089
VAR00038	.127	.119	.079	.170	.045	.286	.136
VAR00039	.245	.255	-.059	.219	.138	.382	-.021
VAR00040	.103	.115	-.116	.298	.103	.284	.076
VAR00041	.174	.188	.015	.172	-.031	.443	-.045
VAR00042	.236	.043	.034	.298	.032	.346	-.039
VAR00043	.019	.325	-.101	.153	.004	.394	-.050
VAR00044	.035	.059	-.053	.223	-.026	.276	-.082
VAR00045	.117	.362	.018	.186	-.001	.438	-.080

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021
VAR00006	-.008	.227	.205	.300	.220	.280	.041
VAR00007	.090	.493	.554	.386	.201	.437	-.028
VAR00008	-.009	.240	.441	.262	.216	.339	-.085
VAR00009	-.010	.168	-.020	.370	.327	.186	-.018
VAR00010	.181	.113	.195	-.037	.141	.273	.179
VAR00011	.045	-.079	.378	.196	.203	.230	-.184
VAR00012	.432	.235	.384	.306	.250	.341	.047
VAR00013	.128	.278	.298	.381	.456	.371	.212
VAR00014	.336	-.013	.152	.023	.120	.274	.124
VAR00015	1,000	.188	.253	.133	.430	.251	.252
VAR00016	.188	1,000	.292	.469	.202	.388	.132
VAR00017	.253	.292	1,000	.249	.207	.428	.025
VAR00018	.133	.469	.249	1,000	.351	.537	.108
VAR00019	.430	.202	.207	.351	1,000	.345	.184
VAR00020	.251	.388	.428	.537	.345	1,000	.142
VAR00021	.252	.132	.025	.108	.184	.142	1,000
VAR00022	.158	.491	.047	.422	.430	.434	.080
VAR00023	.073	.312	.283	.182	.209	.467	.274
VAR00024	.264	.388	.383	.404	.411	.672	.168
VAR00025	.425	.295	.128	.402	.394	.348	.243
VAR00026	.124	.359	.301	.444	.306	.374	.000
VAR00027	.169	.164	.064	.307	-.040	.212	.098
NEW\VAR00028	.303	.049	-.013	.010	.289	.158	.110
VAR00029	.097	.330	.143	.566	.505	.346	.054
VAR00030	.029	.224	.322	.458	.233	.270	-.016
VAR00031	-.200	.280	.050	.481	.036	.326	.105
VAR00032	-.118	.301	.161	.477	.162	.384	.138
NEW\VAR00033	.289	.125	.192	.316	.031	.243	.100
VAR00034	-.087	.199	.269	.237	-.005	.234	-.014
VAR00035	-.028	.260	.372	.444	.285	.355	.154
VAR00036	-.054	.311	.256	.359	.129	.280	.024
VAR00037	-.056	.249	.221	.408	.174	.287	.005
VAR00038	.022	.221	.205	.299	.000	.288	-.059
VAR00039	-.042	.153	.180	.421	-.001	.249	-.168
VAR00040	.010	.104	.134	.386	.086	.234	-.192
VAR00041	-.141	.217	.231	.396	.089	.362	.008
VAR00042	-.159	.139	.169	.135	.032	.124	-.222
VAR00043	-.142	.291	.139	.285	.003	.218	-.051
VAR00044	-.155	.212	.094	.323	-.051	.167	-.033
VAR00045	-.099	.305	.135	.433	.075	.264	.137

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00022	VAR00023	VAR00024	VAR00025	VAR00026	VAR00027	NEWVAR00028
VAR00006	.309	.210	.306	.143	.232	.044	-.147
VAR00007	.344	.164	.382	.209	.417	.259	-.008
VAR00008	.194	.202	.257	.156	.202	.215	-.079
VAR00009	.344	.172	.264	.164	.075	.033	-.011
VAR00010	.082	.404	.100	.238	-.037	.090	.562
VAR00011	.123	.095	.220	.015	.385	.103	-.108
VAR00012	.234	.050	.278	.246	.269	.266	.133
VAR00013	.244	.357	.436	.293	.266	.279	.172
VAR00014	.040	.002	.174	.299	.037	.277	.466
VAR00015	.158	.073	.264	.425	.124	.169	.303
VAR00016	.491	.312	.388	.295	.359	.164	.049
VAR00017	.047	.283	.383	.128	.301	.064	-.013
VAR00018	.422	.182	.404	.402	.444	.307	.010
VAR00019	.430	.209	.411	.394	.306	-.040	.289
VAR00020	.434	.467	.672	.348	.374	.212	.158
VAR00021	.080	.274	.168	.243	.000	.098	.110
VAR00022	1.000	.391	.379	.356	.240	.118	.024
VAR00023	.391	1.000	.299	.188	.027	.087	.133
VAR00024	.379	.299	1.000	.255	.391	.090	.124
VAR00025	.356	.188	.255	1.000	.204	.509	.305
VAR00026	.240	.027	.391	.204	1.000	.083	-.133
VAR00027	.118	.087	.090	.509	.083	1.000	.144
NEWVAR00028	.024	.133	.124	.305	-.133	.144	1.000
VAR00029	.482	.179	.220	.427	.279	.234	.139
VAR00030	.302	.198	.278	.105	.253	.264	.101
VAR00031	.325	.472	.308	.132	.130	.280	-.031
VAR00032	.250	.313	.186	.140	.318	.435	.022
NEWVAR00033	.239	.023	.150	.431	.183	.345	.146
VAR00034	.052	.298	.211	.065	.060	.168	.109
VAR00035	.302	.366	.386	.253	.209	.256	.098
VAR00036	.229	.265	.283	.245	.204	.225	.203
VAR00037	.159	.199	.296	.197	.103	.361	.132
VAR00038	.155	.323	.222	.082	-.020	.067	.102
VAR00039	.080	.145	.161	.068	.060	.413	.101
VAR00040	.224	.095	.173	.130	.105	.240	.021
VAR00041	.144	.352	.272	.161	.075	.230	.005
VAR00042	.163	.306	.259	.084	.134	.305	.083
VAR00043	.247	.188	.329	.125	.089	.143	-.103
VAR00044	.139	.203	.103	.091	.154	.392	.161
VAR00045	.233	.360	.277	.289	.093	.401	.081

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00029	VAR00030	VAR00031	VAR00032	NEWVAR00033	VAR00034	VAR00035
VAR00006	.211	.215	.362	.108	-.108	.095	.298
VAR00007	.439	.439	.145	.411	.245	.218	.484
VAR00008	.293	.296	.138	.307	.091	.041	.313
VAR00009	.324	.238	.344	.202	.091	.006	.258
VAR00010	.039	-.048	.204	.084	.123	.074	.141
VAR00011	.120	.303	.055	.157	-.012	.340	.463
VAR00012	.259	.221	.125	.125	.409	.091	.237
VAR00013	.334	.300	.398	.409	.086	.330	.587
VAR00014	.023	-.011	-.048	-.090	.318	.076	-.008
VAR00015	.097	.029	-.200	-.118	.289	-.087	-.028
VAR00016	.330	.224	.280	.301	.125	.199	.260
VAR00017	.143	.322	.050	.161	.192	.269	.372
VAR00018	.566	.458	.481	.477	.316	.237	.444
VAR00019	.505	.233	.036	.162	.031	-.005	.285
VAR00020	.346	.270	.326	.384	.243	.234	.355
VAR00021	.054	-.016	.105	.138	.100	-.014	.154
VAR00022	.482	.302	.325	.250	.239	.052	.302
VAR00023	.179	.198	.472	.313	.023	.298	.366
VAR00024	.220	.278	.308	.186	.150	.211	.386
VAR00025	.427	.105	.132	.140	.431	.065	.253
VAR00026	.279	.253	.130	.318	.183	.060	.209
VAR00027	.234	.264	.280	.435	.345	.168	.256
NEWVAR00028	.139	.101	-.031	.022	.146	.109	.098
VAR00029	1.000	.328	.197	.491	.221	.023	.426
VAR00030	.328	1.000	.338	.486	.111	.341	.453
VAR00031	.197	.338	1.000	.344	.131	.285	.426
VAR00032	.491	.486	.344	1.000	.189	.365	.535
NEWVAR00033	.221	.111	.131	.189	1.000	.020	.134
VAR00034	.023	.341	.285	.365	.020	1.000	.487
VAR00035	.426	.453	.426	.535	.134	.487	1.000
VAR00036	.302	.396	.255	.480	.142	.691	.482
VAR00037	.182	.397	.471	.530	.135	.528	.754
VAR00038	.000	.268	.371	.144	.016	.576	.303
VAR00039	.131	.411	.331	.522	.227	.370	.564
VAR00040	.135	.425	.193	.389	.046	.439	.325
VAR00041	.171	.290	.378	.414	.073	.337	.514
VAR00042	.125	.340	.240	.494	-.071	.403	.526
VAR00043	.113	.255	.444	.257	.145	.372	.431
VAR00044	.143	.541	.413	.503	.176	.559	.374
VAR00045	.338	.387	.425	.588	.240	.458	.568

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00036	VAR00037	VAR00038	VAR00039	VAR00040	VAR00041	VAR00042
VAR00006	-.021	.182	.074	.055	.133	.220	.250
VAR00007	.252	.319	.089	.226	.195	.242	.238
VAR00008	.039	.186	.127	.245	.103	.174	.236
VAR00009	.102	.274	.119	.255	.115	.188	.043
VAR00010	.073	.018	.079	-.059	-.116	.015	.034
VAR00011	.121	.253	.170	.219	.298	.172	.298
VAR00012	.023	.146	.045	.138	.103	-.031	.032
VAR00013	.271	.489	.286	.382	.284	.443	.346
VAR00014	-.002	-.089	.136	-.021	.076	-.045	-.039
VAR00015	-.054	-.056	.022	-.042	.010	-.141	-.159
VAR00016	.311	.249	.221	.153	.104	.217	.139
VAR00017	.256	.221	.205	.180	.134	.231	.169
VAR00018	.359	.408	.299	.421	.386	.396	.135
VAR00019	.129	.174	.000	-.001	.086	.089	.032
VAR00020	.280	.287	.288	.249	.234	.362	.124
VAR00021	.024	.005	-.059	-.168	-.192	.008	-.222
VAR00022	.229	.159	.155	.080	.224	.144	.163
VAR00023	.265	.199	.323	.145	.095	.352	.306
VAR00024	.283	.296	.222	.161	.173	.272	.259
VAR00025	.245	.197	.082	.068	.130	.161	.084
VAR00026	.204	.103	-.020	.060	.105	.075	.134
VAR00027	.225	.361	.067	.413	.240	.230	.305
NEW\VAR00028	.203	.132	.102	.101	.021	.005	.083
VAR00029	.302	.182	.000	.131	.135	.171	.125
VAR00030	.396	.397	.268	.411	.425	.290	.340
VAR00031	.255	.471	.371	.331	.193	.378	.240
VAR00032	.480	.530	.144	.522	.389	.414	.494
NEW\VAR00033	.142	.135	.016	.227	.046	.073	-.071
VAR00034	.691	.528	.576	.370	.439	.337	.403
VAR00035	.482	.754	.303	.564	.325	.514	.526
VAR00036	1,000	.510	.433	.351	.426	.378	.435
VAR00037	.510	1,000	.352	.714	.519	.523	.556
VAR00038	.433	.352	1,000	.373	.458	.460	.270
VAR00039	.351	.714	.373	1,000	.547	.598	.542
VAR00040	.426	.519	.458	.547	1,000	.426	.582
VAR00041	.378	.523	.460	.598	.426	1,000	.380
VAR00042	.435	.556	.270	.542	.582	.380	1,000
VAR00043	.271	.550	.347	.390	.399	.384	.314
VAR00044	.649	.599	.402	.553	.541	.307	.474
VAR00045	.526	.605	.416	.591	.465	.583	.490

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR00043	VAR00044	VAR00045
VAR00006	.343	.006	.109
VAR00007	.130	.173	.269
VAR00008	.019	.035	.117
VAR00009	.325	.059	.362
VAR00010	-.101	-.053	.018
VAR00011	.153	.223	.186
VAR00012	.004	-.026	-.001
VAR00013	.394	.276	.438
VAR00014	-.050	-.082	-.080
VAR00015	-.142	-.155	-.099
VAR00016	.291	.212	.305
VAR00017	.139	.094	.135
VAR00018	.285	.323	.433
VAR00019	.003	-.051	.075
VAR00020	.218	.167	.264
VAR00021	-.051	-.033	.137
VAR00022	.247	.139	.233
VAR00023	.188	.203	.360
VAR00024	.329	.103	.277
VAR00025	.125	.091	.289
VAR00026	.089	.154	.093
VAR00027	.143	.392	.401
NEW\VAR00028	-.103	.161	.081
VAR00029	.113	.143	.338
VAR00030	.255	.541	.387
VAR00031	.444	.413	.425
VAR00032	.257	.503	.588
NEW\VAR00033	.145	.176	.240
VAR00034	.372	.559	.458
VAR00035	.431	.374	.568
VAR00036	.271	.649	.526
VAR00037	.550	.599	.605
VAR00038	.347	.402	.416
VAR00039	.390	.553	.591
VAR00040	.399	.541	.465
VAR00041	.384	.307	.583
VAR00042	.314	.474	.490
VAR00043	1,000	.397	.581
VAR00044	.397	1,000	.618
VAR00045	.581	.618	1,000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	5,672	4,532	6,286	1,753	1,387	.140	46

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Variances	1,067	,523	2,447	1,924	4,682	,218	45

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	249,1818	421,045	,256	.	,908
VAR00002	249,5974	411,823	,344	.	,908
VAR00003	249,7403	419,616	,227	.	,909
VAR00004	249,5974	414,823	,365	.	,907
NEWVAR00005	250,3766	422,975	,074	.	,913
VAR00006	249,3896	411,662	,352	.	,907
VAR00007	249,4286	407,327	,562	.	,905
VAR00008	249,2468	416,425	,391	.	,907
VAR00009	249,3896	418,741	,291	.	,908
VAR00010	249,5325	416,621	,259	.	,909
VAR00011	249,8701	410,957	,295	.	,909
VAR00012	250,1688	405,984	,468	.	,906
VAR00013	249,7792	402,069	,643	.	,904
VAR00014	249,7273	417,648	,250	.	,909
VAR00015	249,6364	418,945	,228	.	,909
VAR00016	249,8442	410,239	,479	.	,906
VAR00017	249,5065	408,253	,465	.	,906
VAR00018	249,5974	404,849	,646	.	,904
VAR00019	249,5325	414,568	,397	.	,907
VAR00020	249,3766	407,843	,623	.	,905
VAR00021	249,8831	424,289	,116	.	,910
VAR00022	249,4026	413,507	,468	.	,906
VAR00023	249,5065	415,253	,430	.	,907
VAR00024	249,2078	410,509	,579	.	,905
VAR00025	249,7532	407,057	,502	.	,905
VAR00026	250,1558	412,317	,341	.	,908
VAR00027	250,3117	408,954	,439	.	,906
NEWVAR00028	249,8701	414,246	,223	.	,910
VAR00029	249,8961	408,305	,477	.	,906
VAR00030	249,5325	410,647	,524	.	,906
VAR00031	249,4935	413,043	,480	.	,906
VAR00032	249,9481	405,997	,557	.	,905
NEWVAR00033	250,7273	405,648	,368	.	,908
VAR00034	249,1299	415,614	,470	.	,906
VAR00035	249,6104	402,478	,709	.	,903
VAR00036	249,2078	412,719	,522	.	,906
VAR00037	249,3766	405,317	,620	.	,904
VAR00038	248,9740	417,499	,411	.	,907
VAR00039	249,1688	408,747	,519	.	,905

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00040	249,2338	412,681	,439	.	,906
VAR00041	249,2078	413,298	,482	.	,906
VAR00042	249,7922	405,825	,447	.	,906
VAR00043	249,1558	415,844	,437	.	,907
VAR00044	249,1169	413,631	,455	.	,906
VAR00045	249,2468	409,425	,606	.	,905

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
255,2597	430,168	20,74050	45

FREQUENCIES VARIABLES=ΦΥΛΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΗΛΙΚΙΑ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ ΘΕΣΗ ΤΡΑΠΕΖΑ  
/ORDER=ANALYSIS.

### Frequencies

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤ ΙΚΗ.sav

Statistics						
	ΦΥΛΟ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΗΛΙΚΙΑ	ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΘΕΣΗ	ΤΡΑΠΕΖΑ
N	77	77	77	77	77	77
Valid	77	77	77	77	77	77
Missing	0	0	0	0	0	0

### Frequency Table

ΦΥΛΟ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	33	42,9	42,9	42,9
2,00	44	57,1	57,1	100,0
Total	77	100,0		

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	2	2,6	2,6	2,6
2,00	25	32,5	32,5	35,1
3,00	17	22,1	22,1	57,1
4,00	24	31,2	31,2	88,3
5,00	9	11,7	11,7	100,0
Total	77	100,0	100,0	

ΗΛΙΚΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	8	10,4	10,4	10,4
3,00	35	45,5	45,5	55,8
4,00	25	32,5	32,5	88,3
5,00	9	11,7	11,7	100,0
Total	77	100,0	100,0	

ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	11	14,3	14,3	14,3
2,00	14	18,2	18,2	32,5
3,00	14	18,2	18,2	50,6
4,00	11	14,3	14,3	64,9
5,00	13	16,9	16,9	81,8

ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 6,00	14	18,2	18,2	100,0
Total	77	100,0	100,0	

ΘΕΣΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	7	9,1	9,1	9,1
2,00	7	9,1	9,1	18,2
3,00	14	18,2	18,2	36,4
4,00	49	63,6	63,6	100,0
Total	77	100,0	100,0	

ΤΡΑΠΕΖΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	39	50,6	50,6	50,6
2,00	38	49,4	49,4	100,0
Total	77	100,0	100,0	

DESCRIPTIVES VARIABLES=ΣΥΝΑΙΣΘΜΑΤ ΙΚΗΝΟΗΜΟΕΥΝΗ ΕΣΥΠΗΡΕΤΗΣΗΕΛΑΤΕ ΙΑΣ  
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

### Descriptives

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤ ΙΚΗ.sav

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ΣΥΝΑΙΣΘΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜΟΕΥΝΗ	77	3,79	6,67	5,5665	,47951
ΕΣΥΠΗΡΕΤΗΣΗΕΛΑΤΕ ΙΑΣ	77	3,42	7,00	5,9913	,63875
Valid N (listwise)	77				

FREQUENCIES VARIABLES=ΣΥΝΑΙΣΘΜΑΤ ΙΚΗΝΟΗΜΟΕΥΝΗ ΕΣΥΠΗΡΕΤΗΣΗΕΛΑΤΕ ΙΑΣ  
/STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT  
/ORDER=ANALYSIS.

### Frequencies

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤ ΙΚΗ.sav

Statistics

	ΣΥΝΑΙΣΘΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜΟΕΥΝΗ	ΕΣΥΠΗΡΕΤΗΣΗΕΛΑΤΕ ΙΑΣ
N	77	77
Valid	77	77

Statistics

		ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ	ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ
N	Missing	0	0
	Mean	5,5555	5,9913
	Median	5,5455	6,0833
	Mode	5,52	6,17
	Std. Deviation	,47951	,63875
	Skewness	-,520	-1,090
	Std. Error of Skewness	,274	,274
	Kurtosis	1,525	2,459
	Std. Error of Kurtosis	,541	,541

Frequency Table

ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,79	1,3	1,3	1,3
	4,58	1	1,3	2,6
	4,79	2	2,6	5,2
	4,82	1	1,3	6,5
	4,85	2	2,6	9,1
	4,88	1	1,3	10,4
	4,97	1	1,3	11,7
	5,00	1	1,3	13,0
	5,03	1	1,3	14,3
	5,12	2	2,6	16,9
	5,24	3	3,9	20,8
	5,27	2	2,6	23,4
	5,30	3	3,9	27,3
	5,33	3	3,9	31,2
	5,36	2	2,6	33,8
	5,39	2	2,6	36,4
	5,42	2	2,6	39,0
	5,45	1	1,3	40,3
	5,48	3	3,9	44,2
	5,52	4	5,2	49,4
	5,55	3	3,9	53,2
	5,58	1	1,3	54,5
	5,61	2	2,6	57,1
	5,67	1	1,3	58,4
	5,70	1	1,3	59,7
	5,73	2	2,6	62,3
	5,76	3	3,9	66,2
	5,79	3	3,9	70,1
	5,82	2	2,6	72,7

ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5,85	2	2,6	75,3
	5,91	3	3,9	79,2
	5,94	2	2,6	81,8
	5,97	1	1,3	83,1
	6,00	1	1,3	84,4
	6,03	1	1,3	85,7
	6,06	2	2,6	88,3
	6,09	1	1,3	89,6
	6,12	2	2,6	92,2
	6,24	1	1,3	93,5
	6,33	1	1,3	94,8
	6,36	1	1,3	96,1
	6,42	1	1,3	97,4
	6,45	1	1,3	98,7
	6,67	1	1,3	100,0
Total	77	100,0	100,0	

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,42	1	1,3	1,3
	4,67	1	1,3	2,6
	4,75	3	3,9	6,5
	5,00	1	1,3	7,8
	5,08	1	1,3	9,1
	5,17	2	2,6	11,7
	5,25	1	1,3	13,0
	5,33	2	2,6	15,6
	5,42	3	3,9	19,5
	5,50	1	1,3	20,8
	5,67	2	2,6	23,4
	5,75	5	6,5	29,9
	5,83	5	6,5	36,4
	5,92	4	5,2	41,6
	6,00	3	3,9	45,5
	6,08	6	7,8	53,2
	6,17	8	10,4	63,6
	6,25	3	3,9	67,5
	6,33	3	3,9	71,4
	6,42	3	3,9	75,3
	6,50	7	9,1	84,4
	6,58	3	3,9	88,3
	6,67	2	2,6	90,9
	6,75	1	1,3	92,2

## ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6,83	1	1,3	93,5
	7,00	5	6,5	100,0
Total	77	100,0	100,0	

NONPAR CORR

```

/VARIABLES=*ΥΛΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΗΛΙΚΙΑ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ ΘΕΣΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΕΣΥΠ
ΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ
/PRINT=SPEARMAN TUOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

## Nonparametric Correlations

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ.sav

## Correlations

			ΦΥΛΟ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΗΛΙΚΙΑ
Spearman's rho	ΦΥΛΟ	Correlation Coefficient	1,000	,066	-,091
		Sig. (2-tailed)		,566	,434
		N	77	77	77
	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	Correlation Coefficient	,066	1,000	-,229*
		Sig. (2-tailed)	,566		,046
		N	77	77	77
	ΗΛΙΚΙΑ	Correlation Coefficient	-,091	-,229*	1,000
		Sig. (2-tailed)	,434	,046	
		N	77	77	77
ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ	Correlation Coefficient	-,006	-,323**	,825**	
	Sig. (2-tailed)	,959	,004	,000	
	N	77	77	77	
ΘΕΣΗ	Correlation Coefficient	,058	,053	-,349**	
	Sig. (2-tailed)	,617	,650	,002	
	N	77	77	77	
ΤΡΑΠΕΖΑ	Correlation Coefficient	,067	,211	,115	
	Sig. (2-tailed)	,560	,065	,318	
	N	77	77	77	
ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜ ΟΣΥΝΗ	Correlation Coefficient	-,025	-,170	,014	
	Sig. (2-tailed)	,830	,139	,901	
	N	77	77	77	
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙ ΑΣ	Correlation Coefficient	-,037	-,095	,102	
	Sig. (2-tailed)	,752	,410	,378	
	N	77	77	77	

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

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

## Correlations

			ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙ Α	ΘΕΣΗ	ΤΡΑΠΕΖΑ
Spearman's rho	ΦΥΛΟ	Correlation Coefficient	-,006	,058	,067
		Sig. (2-tailed)	,959	,617	,560
		N	77	77	77
	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	Correlation Coefficient	-,323**	,053	,211
		Sig. (2-tailed)	,004	,650	,065
		N	77	77	77
	ΗΛΙΚΙΑ	Correlation Coefficient	,825**	-,349**	,115
		Sig. (2-tailed)	,000	,002	,318
		N	77	77	77
ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ	Correlation Coefficient	1,000	-,424**	-,085	
	Sig. (2-tailed)		,000	,460	
	N	77	77	77	
ΘΕΣΗ	Correlation Coefficient	-,424**	1,000	,162	
	Sig. (2-tailed)	,000		,159	
	N	77	77	77	
ΤΡΑΠΕΖΑ	Correlation Coefficient	-,085	,162	1,000	
	Sig. (2-tailed)	,460	,159		
	N	77	77	77	
ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜ ΟΣΥΝΗ	Correlation Coefficient	,153	-,310**	-,211	
	Sig. (2-tailed)	,183	,006	,065	
	N	77	77	77	
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙ ΑΣ	Correlation Coefficient	,200	-,235	-,023	
	Sig. (2-tailed)	,081	,039	,844	
	N	77	77	77	

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

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

## Correlations

		ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜΟΣΥΝΗ	ΕΣΥΠΗΡΕΤΗΣΗΠΕΛΑΤΕΙΑΣ
Spearman's rho	ΦΥΛΟ	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	-.025 ,830 77
	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	-.170 ,139 77
	ΗΛΙΚΙΑ	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,014 ,901 77
	ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,153 ,183 77
	ΘΕΣΗ	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	-.310** ,006 77
	ΤΡΑΠΕΖΑ	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	-.211 ,065 77
	ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜΟΣΥΝΗ	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1,000 ,481 77
	ΕΣΥΠΗΡΕΤΗΣΗΠΕΛΑΤΕΙΑΣ	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,481 ,000 77

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

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

```

T-TEST GROUPS=ΤΡΑΠΕΖΑ(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=VAR1 VAR2 VAR3 VAR4 NEWVAR5 VAR6 VAR7 VAR8 VAR9 VAR10 VAR11 VAR12 VAR13 VAR1
4 VAR15 VAR16 VAR17 VAR18 VAR19 VAR20 VAR21
VAR22 VAR23 VAR24 VAR25 VAR26 VAR27 NEWVAR28 VAR29 VAR30 VAR31 VAR32 NEWVAR33 VAR34 V
AR35 VAR36 VAR37 VAR38 VAR39 VAR40
VAR41 VAR42 VAR43 VAR44 VAR45 ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΕΣΥΠΗΡΕΤΗΣΗΠΕΛΑΤΕΙΑΣ
/CRITERIA=CI(.9500).

```

## T-Test

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ.sav

## Group Statistics

	TPA ΠΕ...	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR1	1,00	39	5,8718	,80064	,12821

## Group Statistics

	TPA ΠΕ...	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR1	2,00	38	6,2895	,76786	,12456
VAR2	1,00	39	5,8974	1,04617	,16752
	2,00	38	5,4211	1,32811	,21545
VAR3	1,00	39	5,6154	1,06661	,17079
	2,00	38	5,4211	,97625	,15837
VAR4	1,00	39	5,9744	,90284	,14457
	2,00	38	5,3421	,93798	,15216
NEWVAR5	1,00	39	4,6923	1,70377	,27282
	2,00	38	5,0789	1,40235	,22749
VAR6	1,00	39	5,8974	1,23106	,19713
	2,00	38	5,8421	1,17465	,19055
VAR7	1,00	39	5,9231	,98367	,15751
	2,00	38	5,7368	,94966	,15405
VAR8	1,00	39	6,1282	,65612	,10506
	2,00	38	5,8947	,95265	,15454
VAR9	1,00	39	5,9231	,98367	,15751
	2,00	38	5,8158	,80052	,12986
VAR10	1,00	39	5,5128	1,21117	,19394
	2,00	38	5,9474	1,06409	,17262
VAR11	1,00	39	5,2308	1,61346	,25836
	2,00	38	5,5526	1,22358	,19849
VAR12	1,00	39	5,3333	1,03449	,16565
	2,00	38	4,8421	1,32596	,21510
VAR13	1,00	39	5,5385	1,02202	,16365
	2,00	38	5,4211	1,08133	,17541
VAR14	1,00	39	5,5897	1,27151	,20360
	2,00	38	5,4737	,92230	,14962
VAR15	1,00	39	5,5128	1,04810	,16783
	2,00	38	5,7368	1,10733	,17963
VAR16	1,00	39	5,5897	,90954	,14564
	2,00	38	5,2368	1,02494	,16627
VAR17	1,00	39	5,7436	,96567	,15463
	2,00	38	5,7632	1,23975	,20111
VAR18	1,00	39	5,8462	1,03970	,16648
	2,00	38	5,4737	,79651	,12921
VAR19	1,00	39	5,7436	,93803	,15020
	2,00	38	5,7105	,89768	,14562
VAR20	1,00	39	5,9487	,85682	,13720
	2,00	38	5,8158	,86541	,14039
VAR21	1,00	39	5,2308	1,08728	,17410
	2,00	38	5,5263	,92230	,14962
VAR22	1,00	39	6,1282	,76707	,12283
	2,00	38	5,5789	,82631	,13405
VAR23	1,00	39	5,6923	,79980	,12807
	2,00	38	5,8158	,83359	,13523

## Group Statistics

	TPA ΠΕ...	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR24	1,00	39	6,1026	,88243	,14130
	2,00	38	6,0000	,73521	,11927
VAR25	1,00	39	5,6667	1,17727	,18851
	2,00	38	5,3421	,96636	,15676
VAR26	1,00	39	5,3590	1,13525	,18179
	2,00	38	4,8421	1,19744	,19425
VAR27	1,00	39	5,2308	,93080	,14905
	2,00	38	4,6579	1,23630	,20056
NEWVAR28	1,00	39	5,4615	1,39258	,22299
	2,00	38	5,3158	1,62921	,26429
VAR29	1,00	39	5,6667	1,13168	,18121
	2,00	38	5,0526	,92845	,15061
VAR30	1,00	39	5,7949	,89382	,14313
	2,00	38	5,6579	,87846	,14251
VAR31	1,00	39	5,8462	,87475	,14007
	2,00	38	5,8842	,80891	,13122
VAR32	1,00	39	5,5128	,94233	,15089
	2,00	38	5,1053	1,08527	,17605
NEWVAR33	1,00	39	5,0256	1,58093	,25315
	2,00	38	4,0263	1,24090	,20130
VAR34	1,00	39	6,0513	,60475	,09684
	2,00	38	6,2105	,84335	,13681
VAR35	1,00	39	5,5897	1,04423	,16721
	2,00	38	5,7105	,83530	,13550
VAR36	1,00	39	6,1282	,69508	,11130
	2,00	38	5,9737	,88491	,14355
VAR37	1,00	39	5,9231	,92863	,14870
	2,00	38	5,8421	1,00071	,16234
VAR38	1,00	39	6,2051	,69508	,11130
	2,00	38	6,3684	,75053	,12175
VAR39	1,00	39	6,2821	,79302	,12698
	2,00	38	5,8947	1,10989	,18005
VAR40	1,00	39	6,1282	,83286	,13336
	2,00	38	5,9211	1,02355	,16604
VAR41	1,00	39	6,0769	,83932	,13440
	2,00	38	6,0263	,82156	,13327
VAR42	1,00	39	5,5385	1,02202	,16365
	2,00	38	5,3947	1,48031	,24014
VAR43	1,00	39	6,2051	,73196	,11721
	2,00	38	6,0000	,80539	,13065
VAR44	1,00	39	6,3077	,65510	,10490
	2,00	38	5,9737	,99964	,16216
VAR45	1,00	39	6,1282	,76707	,12283
	2,00	38	5,8947	,86335	,14005
ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗ...	1,00	39	5,6434	,53225	,08523

## Group Statistics

	TPA ΠΕ...	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗ...	2,00	38	5,4673	,40647	,06594
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΠΕΛΑΤΕΙ	1,00	39	6,0470	,54672	,08755
ΑΣ	2,00	38	5,9342	,72420	,11748

## Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
VAR1	Equal variances assumed	,001	,975	-2,335	75
	Equal variances not assumed			-2,337	74,982
VAR2	Equal variances assumed	1,894	,173	1,751	75
	Equal variances not assumed			1,746	70,258
VAR3	Equal variances assumed	,023	,879	,833	75
	Equal variances not assumed			,834	74,712
VAR4	Equal variances assumed	1,352	,249	3,014	75
	Equal variances not assumed			3,012	74,690
NEWVAR5	Equal variances assumed	,690	,409	-1,086	75
	Equal variances not assumed			-1,088	72,979
VAR6	Equal variances assumed	,012	,913	,202	75
	Equal variances not assumed			,202	74,968
VAR7	Equal variances assumed	,023	,880	,845	75
	Equal variances not assumed			,845	74,994
VAR8	Equal variances assumed	6,221	,015	1,255	75
	Equal variances not assumed			1,249	65,485
VAR9	Equal variances assumed	1,493	,226	,524	75
	Equal variances not assumed			,526	72,712
VAR10	Equal variances assumed	1,105	,297	-1,671	75
	Equal variances not assumed			-1,674	74,218
VAR11	Equal variances assumed	4,034	,048	-,984	75
	Equal variances not assumed			-,988	70,774

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
VAR1	Equal variances assumed	,022	-,41768	,17885
	Equal variances not assumed	,022	-,41768	,17875
VAR2	Equal variances assumed	,084	,47638	,27207
	Equal variances not assumed	,085	,47638	,27291
VAR3	Equal variances assumed	,407	,19433	,23319
	Equal variances not assumed	,407	,19433	,23292
VAR4	Equal variances assumed	,004	,63225	,20978
	Equal variances not assumed	,004	,63225	,20989
NEWVAR5	Equal variances assumed	,281	-,38664	,35612
	Equal variances not assumed	,280	-,38664	,35522
VAR6	Equal variances assumed	,841	,05533	,27434
	Equal variances not assumed	,841	,05533	,27417
VAR7	Equal variances assumed	,401	,18623	,22043
	Equal variances not assumed	,401	,18623	,22033
VAR8	Equal variances assumed	,213	,23347	,18600
	Equal variances not assumed	,216	,23347	,18687
VAR9	Equal variances assumed	,602	,10729	,20469
	Equal variances not assumed	,601	,10729	,20414
VAR10	Equal variances assumed	,099	-,43455	,26008
	Equal variances not assumed	,098	-,43455	,25964
VAR11	Equal variances assumed	,328	-,32186	,32696
	Equal variances not assumed	,327	-,32186	,32580

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
VAR1	Equal variances assumed	-,77397	-,06139
	Equal variances not assumed	-,77378	-,06158
VAR2	Equal variances assumed	-,06561	1,01838
	Equal variances not assumed	-,06789	1,02065
VAR3	Equal variances assumed	-,27020	,65887
	Equal variances not assumed	-,26969	,65836
VAR4	Equal variances assumed	,21435	1,05016
	Equal variances not assumed	,21411	1,05040
NEWVAR5	Equal variances assumed	-1,09607	,32279
	Equal variances not assumed	-1,09460	,32132
VAR6	Equal variances assumed	-,49118	,60185
	Equal variances not assumed	-,49085	,60151
VAR7	Equal variances assumed	-,25288	,62535
	Equal variances not assumed	-,25268	,62515
VAR8	Equal variances assumed	-,13706	,60399
	Equal variances not assumed	-,13969	,60662
VAR9	Equal variances assumed	-,30048	,51505
	Equal variances not assumed	-,29960	,51417
VAR10	Equal variances assumed	-,95265	,08355
	Equal variances not assumed	-,95186	,08276
VAR11	Equal variances assumed	-,97321	,32948
	Equal variances not assumed	-,97153	,32781

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
VAR12	Equal variances assumed	,968	,328	1,815	75
	Equal variances not assumed			1,809	69,947
VAR13	Equal variances assumed	,023	,880	,490	75
	Equal variances not assumed			,489	74,491
VAR14	Equal variances assumed	1,856	,177	,457	75
	Equal variances not assumed			,459	69,351
VAR15	Equal variances assumed	,000	,986	-,912	75
	Equal variances not assumed			-,911	74,509
VAR16	Equal variances assumed	,411	,523	1,599	75
	Equal variances not assumed			1,597	73,455
VAR17	Equal variances assumed	,951	,333	-,077	75
	Equal variances not assumed			-,077	69,894
VAR18	Equal variances assumed	,137	,712	1,761	75
	Equal variances not assumed			1,767	71,079
VAR19	Equal variances assumed	,119	,731	,158	75
	Equal variances not assumed			,158	74,977
VAR20	Equal variances assumed	,080	,778	,677	75
	Equal variances not assumed			,677	74,901
VAR21	Equal variances assumed	1,708	,195	-1,285	75
	Equal variances not assumed			-1,287	73,616
VAR22	Equal variances assumed	,880	,351	3,024	75
	Equal variances not assumed			3,021	74,250
VAR23	Equal variances assumed	,066	,798	-,663	75
	Equal variances not assumed			-,663	74,658
VAR24	Equal variances assumed	2,699	,105	,553	75
	Equal variances not assumed			,555	73,249
VAR25	Equal variances assumed	,520	,473	1,320	75

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
VAR12	Equal variances assumed	,073	,49123	,27062
	Equal variances not assumed			
VAR13	Equal variances assumed	,626	,11741	,23972
	Equal variances not assumed			
VAR14	Equal variances assumed	,649	,11606	,25370
	Equal variances not assumed			
VAR15	Equal variances assumed	,365	-,22402	,24566
	Equal variances not assumed			
VAR16	Equal variances assumed	,114	,35290	,22069
	Equal variances not assumed			
VAR17	Equal variances assumed	,939	-,01957	,25287
	Equal variances not assumed			
VAR18	Equal variances assumed	,082	,37247	,21147
	Equal variances not assumed			
VAR19	Equal variances assumed	,875	,03306	,20933
	Equal variances not assumed			
VAR20	Equal variances assumed	,500	,13293	,19627
	Equal variances not assumed			
VAR21	Equal variances assumed	,203	-,29555	,23005
	Equal variances not assumed			
VAR22	Equal variances assumed	,003	,54926	,18163
	Equal variances not assumed			
VAR23	Equal variances assumed	,509	-,12348	,18615
	Equal variances not assumed			
VAR24	Equal variances assumed	,582	,10256	,18535
	Equal variances not assumed			
VAR25	Equal variances assumed	,191	,32456	,24581

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
VAR12	Equal variances assumed	-,04788	1,03034
	Equal variances not assumed	-,05025	1,03271
VAR13	Equal variances assumed	-,36015	,59497
	Equal variances not assumed	-,36056	,59537
VAR14	Equal variances assumed	-,38934	,62146
	Equal variances not assumed	-,38795	,62007
VAR15	Equal variances assumed	-,71340	,26535
	Equal variances not assumed	-,71380	,26576
VAR16	Equal variances assumed	-,08673	,79254
	Equal variances not assumed	-,08757	,79338
VAR17	Equal variances assumed	-,52332	,48418
	Equal variances not assumed	-,52555	,48641
VAR18	Equal variances assumed	-,04879	,79373
	Equal variances not assumed	-,04773	,79267
VAR19	Equal variances assumed	-,38394	,45007
	Equal variances not assumed	-,38370	,44983
VAR20	Equal variances assumed	-,25807	,52392
	Equal variances not assumed	-,25813	,52398
VAR21	Equal variances assumed	-,75384	,16274
	Equal variances not assumed	-,75299	,16190
VAR22	Equal variances assumed	,18743	,91109
	Equal variances not assumed	,18701	,91150
VAR23	Equal variances assumed	-,49430	,24734
	Equal variances not assumed	-,49453	,24757
VAR24	Equal variances assumed	-,26667	,47180
	Equal variances not assumed	-,26594	,47106
VAR25	Equal variances assumed	-,16511	,81424

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
VAR25	Equal variances not assumed			1,324	72,916
VAR26	Equal variances assumed	,104	,748	1,944	75
	Equal variances not assumed			1,943	74,528
VAR27	Equal variances assumed	2,138	,148	2,301	75
	Equal variances not assumed			2,293	68,741
NEWVAR28	Equal variances assumed	1,953	,166	,422	75
	Equal variances not assumed			,421	72,604
VAR29	Equal variances assumed	1,944	,167	2,599	75
	Equal variances not assumed			2,606	72,904
VAR30	Equal variances assumed	,681	,412	,678	75
	Equal variances not assumed			,678	74,994
VAR31	Equal variances assumed	,223	,638	,843	75
	Equal variances not assumed			,844	74,799
VAR32	Equal variances assumed	,001	,970	1,761	75
	Equal variances not assumed			1,758	72,980
NEWVAR33	Equal variances assumed	1,234	,270	3,080	75
	Equal variances not assumed			3,090	71,776
VAR34	Equal variances assumed	6,262	,015	-,954	75
	Equal variances not assumed			-,950	66,990
VAR35	Equal variances assumed	3,026	,086	-,560	75
	Equal variances not assumed			-,561	72,282
VAR36	Equal variances assumed	1,326	,253	,853	75
	Equal variances not assumed			,851	70,167
VAR37	Equal variances assumed	,157	,693	,368	75
	Equal variances not assumed			,368	74,245
VAR38	Equal variances assumed	1,318	,255	-,991	75
	Equal variances not assumed			-,990	74,215

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
VAR25	Equal variances not assumed	,190	,32466	,24518
VAR26	Equal variances assumed	,056	,51687	,26586
	Equal variances not assumed	,056	,51687	,26604
VAR27	Equal variances assumed	,024	,57287	,24897
	Equal variances not assumed	,025	,57287	,24988
NEWVAR28	Equal variances assumed	,674	,14575	,34509
	Equal variances not assumed	,675	,14575	,34580
VAR29	Equal variances assumed	,011	,61404	,23624
	Equal variances not assumed	,011	,61404	,23563
VAR30	Equal variances assumed	,500	,13698	,20202
	Equal variances not assumed	,500	,13698	,20197
VAR31	Equal variances assumed	,402	,16194	,19213
	Equal variances not assumed	,402	,16194	,19194
VAR32	Equal variances assumed	,082	,40756	,23144
	Equal variances not assumed	,083	,40756	,23187
NEWVAR33	Equal variances assumed	,003	,99933	,32444
	Equal variances not assumed	,003	,99933	,32343
VAR34	Equal variances assumed	,343	-,15924	,16691
	Equal variances not assumed	,345	-,15924	,16761
VAR35	Equal variances assumed	,577	-,12078	,21585
	Equal variances not assumed	,576	-,12078	,21522
VAR36	Equal variances assumed	,396	,15462	,18108
	Equal variances not assumed	,398	,15462	,18165
VAR37	Equal variances assumed	,714	,08097	,21993
	Equal variances not assumed	,714	,08097	,22015
VAR38	Equal variances assumed	,325	-,16329	,16479
	Equal variances not assumed	,325	-,16329	,16496

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95 % Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
VAR25	Equal variances not assumed	-,16409	,81321
VAR26	Equal variances assumed	-,01275	1,04648
	Equal variances not assumed	-,01317	1,04691
VAR27	Equal variances assumed	,07691	1,06884
	Equal variances not assumed	,07435	1,07140
NEWVAR28	Equal variances assumed	-,54171	,83320
	Equal variances not assumed	-,54349	,83499
VAR29	Equal variances assumed	,14342	1,08465
	Equal variances not assumed	,14441	1,08366
VAR30	Equal variances assumed	-,26546	,53942
	Equal variances not assumed	-,26537	,53933
VAR31	Equal variances assumed	-,22081	,54469
	Equal variances not assumed	-,22043	,54432
VAR32	Equal variances assumed	-,05350	,86862
	Equal variances not assumed	-,05456	,86968
NEWVAR33	Equal variances assumed	,35300	1,64565
	Equal variances not assumed	,35454	1,64411
VAR34	Equal variances assumed	-,49174	,17325
	Equal variances not assumed	-,49380	,17531
VAR35	Equal variances assumed	-,55077	,30920
	Equal variances not assumed	-,54979	,30823
VAR36	Equal variances assumed	-,20621	,51525
	Equal variances not assumed	-,20774	,51679
VAR37	Equal variances assumed	-,35715	,51910
	Equal variances not assumed	-,35766	,51960
VAR38	Equal variances assumed	-,49158	,16499
	Equal variances not assumed	-,49197	,16538

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
VAR39	Equal variances assumed	,025	,876	1,765	75
	Equal variances not assumed			1,758	66,857
VAR40	Equal variances assumed	,030	,863	,975	75
	Equal variances not assumed			,973	71,261
VAR41	Equal variances assumed	,737	,393	,267	75
	Equal variances not assumed			,267	74,998
VAR42	Equal variances assumed	4,384	,040	,497	75
	Equal variances not assumed			,495	65,577
VAR43	Equal variances assumed	,040	,842	1,170	75
	Equal variances not assumed			1,169	73,909
VAR44	Equal variances assumed	,152	,697	1,739	75
	Equal variances not assumed			1,729	63,600
VAR45	Equal variances assumed	,583	,448	1,255	75
	Equal variances not assumed			1,253	73,480
ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜ ΟΣΥΝΗ	Equal variances assumed	1,235	,270	1,628	75
	Equal variances not assumed			1,634	70,986
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΠΕΛΑΤΕΙ ΑΣ	Equal variances assumed	1,319	,254	,773	75
	Equal variances not assumed			,770	68,835

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
VAR39	Equal variances assumed	,082	,38731	,21939
	Equal variances not assumed	,083	,38731	,22032
VAR40	Equal variances assumed	,333	,20715	,21240
	Equal variances not assumed	,334	,20715	,21297
VAR41	Equal variances assumed	,790	,05061	,18933
	Equal variances not assumed	,790	,05061	,18928
VAR42	Equal variances assumed	,621	,14372	,28925
	Equal variances not assumed	,623	,14372	,29060
VAR43	Equal variances assumed	,246	,20513	,17530
	Equal variances not assumed	,246	,20513	,17552
VAR44	Equal variances assumed	,086	,33401	,19212
	Equal variances not assumed	,089	,33401	,19313
VAR45	Equal variances assumed	,213	,23347	,18600
	Equal variances not assumed	,214	,23347	,18629
ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜ ΟΣΥΝΗ	Equal variances assumed	,108	,17605	,10813
	Equal variances not assumed	,107	,17605	,10776
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΠΕΛΑΤΕΙ ΑΣ	Equal variances assumed	,442	,11280	,14598
	Equal variances not assumed	,444	,11280	,14651

## Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
VAR39	Equal variances assumed	-.04973	.82435
	Equal variances not assumed	-.05247	.82710
VAR40	Equal variances assumed	-.21597	.63028
	Equal variances not assumed	-.21747	.63177
VAR41	Equal variances assumed	-.32655	.42777
	Equal variances not assumed	-.32645	.42766
VAR42	Equal variances assumed	-.43249	.71994
	Equal variances not assumed	-.43655	.72400
VAR43	Equal variances assumed	-.14409	.55434
	Equal variances not assumed	-.14461	.55487
VAR44	Equal variances assumed	-.04872	.71674
	Equal variances not assumed	-.05187	.71989
VAR45	Equal variances assumed	-.13706	.60399
	Equal variances not assumed	-.13776	.60469
ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜ ΘΕΥΝΗ	Equal variances assumed	-.03936	.39146
	Equal variances not assumed	-.03881	.39091
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΠΕΛΑΤΕΙ ΑΣ	Equal variances assumed	-.17802	.40361
	Equal variances not assumed	-.17950	.40509

FREQUENCIES VARIABLES=ΦΥΛΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΗΛΙΚΙΑ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ ΘΕΣΗ  
/P IECHART FREQ  
/ORDER=ANALYSIS.

## Frequencies

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ.sav

ΤΡΑΠΕΖΑ = 1,00

Statistics<sup>a</sup>

		ΦΥΛΟ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΗΛΙΚΙΑ	ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΘΕΣΗ
N	Valid	39	39	39	39	39
	Missing	0	0	0	0	0

a. ΤΡΑΠΕΖΑ = 1,00

## Frequency Table

ΦΥΛΟ<sup>a</sup>

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	18	46,2	46,2	46,2
2,00	21	53,8	53,8	100,0
Total	39	100,0	100,0	

a. ΤΡΑΠΕΖΑ = 1,00

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ<sup>a</sup>

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	2	5,1	5,1	5,1
2,00	17	43,6	43,6	48,7
3,00	6	15,4	15,4	64,1
4,00	9	23,1	23,1	87,2
5,00	5	12,8	12,8	100,0
Total	39	100,0	100,0	

a. ΤΡΑΠΕΖΑ = 1,00

ΗΛΙΚΙΑ<sup>a</sup>

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	4	10,3	10,3	10,3
3,00	20	51,3	51,3	61,5
4,00	12	30,8	30,8	92,3
5,00	3	7,7	7,7	100,0
Total	39	100,0	100,0	

a. ΤΡΑΠΕΖΑ = 1,00

ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ<sup>a</sup>

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	4	10,3	10,3	10,3
2,00	3	7,7	7,7	17,9
3,00	12	30,8	30,8	48,7
4,00	7	17,9	17,9	66,7
5,00	8	20,5	20,5	87,2
6,00	5	12,8	12,8	100,0
Total	39	100,0	100,0	

a. ΤΡΑΠΕΖΑ = 1,00

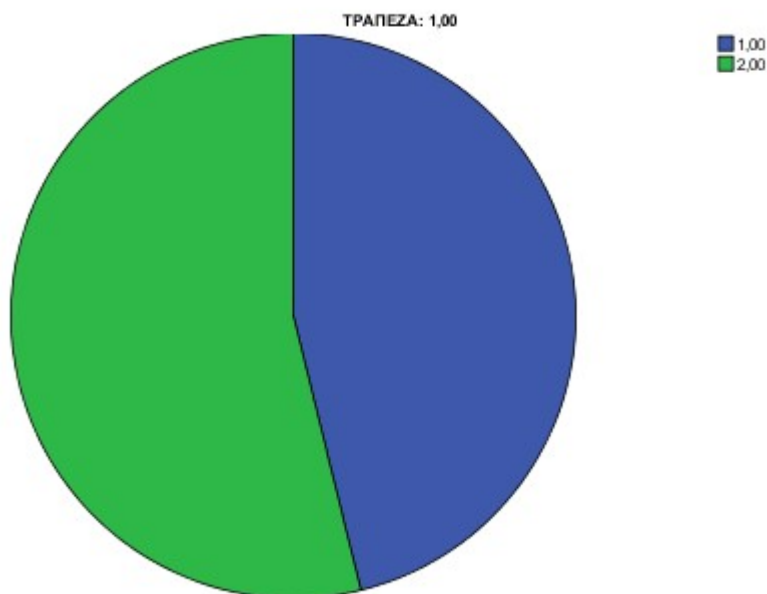
ΘΕΣΗ<sup>a</sup>

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	5	12,8	12,8	12,8
2,00	4	10,3	10,3	23,1
3,00	8	20,5	20,5	43,6
4,00	22	56,4	56,4	100,0
Total	39	100,0	100,0	

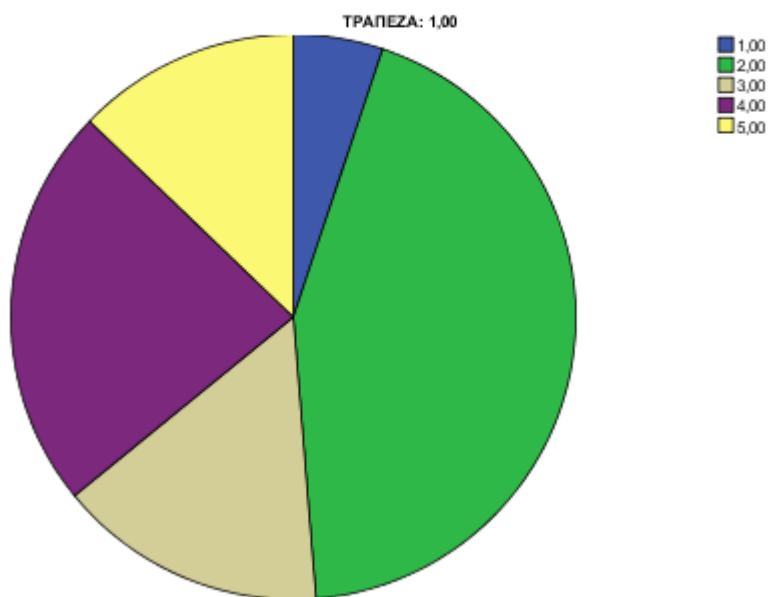
a. ΤΡΑΠΕΖΑ = 1,00

**Pie Chart**

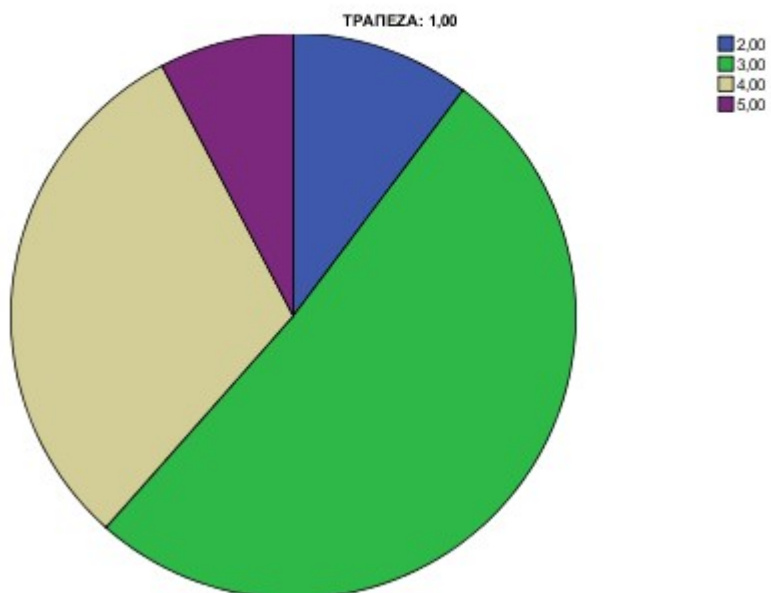
ΦΥΛΟ



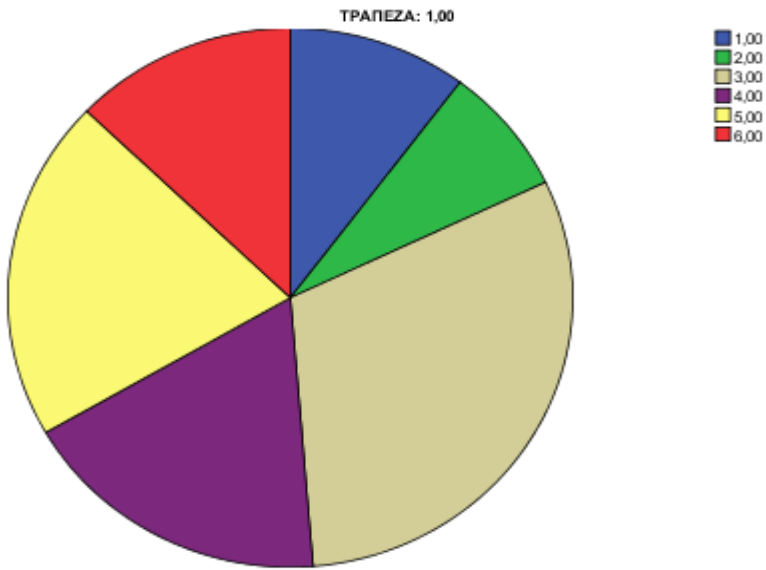
### ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



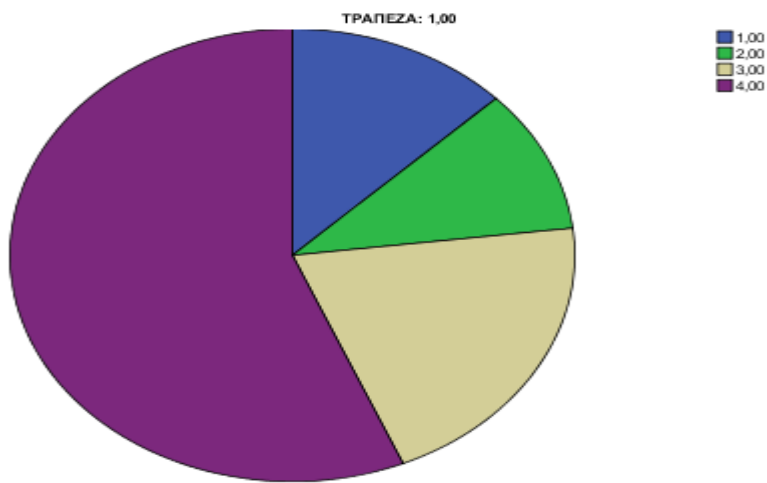
### ΗΛΙΚΙΑ



### ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ



### ΘΕΣΗ



ΤΡΑΠΕΖΑ = 2,00

Frequency Table

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ<sup>2</sup>

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	8	21,1	21,1	21,1
3,00	11	28,9	28,9	50,0
4,00	15	39,5	39,5	89,5
5,00	4	10,5	10,5	100,0
Total	38	100,0	100,0	

α. ΤΡΑΠΕΖΑ = 2,00

ΗΛΙΚΙΑ<sup>2</sup>

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	4	10,5	10,5	10,5
3,00	15	39,5	39,5	50,0
4,00	13	34,2	34,2	84,2
5,00	6	15,8	15,8	100,0
Total	38	100,0	100,0	

α. ΤΡΑΠΕΖΑ = 2,00

ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ<sup>2</sup>

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	7	18,4	18,4	18,4
2,00	11	28,9	28,9	47,4
3,00	2	5,3	5,3	52,6
4,00	4	10,5	10,5	63,2
5,00	5	13,2	13,2	76,3
6,00	9	23,7	23,7	100,0
Total	38	100,0	100,0	

α. ΤΡΑΠΕΖΑ = 2,00

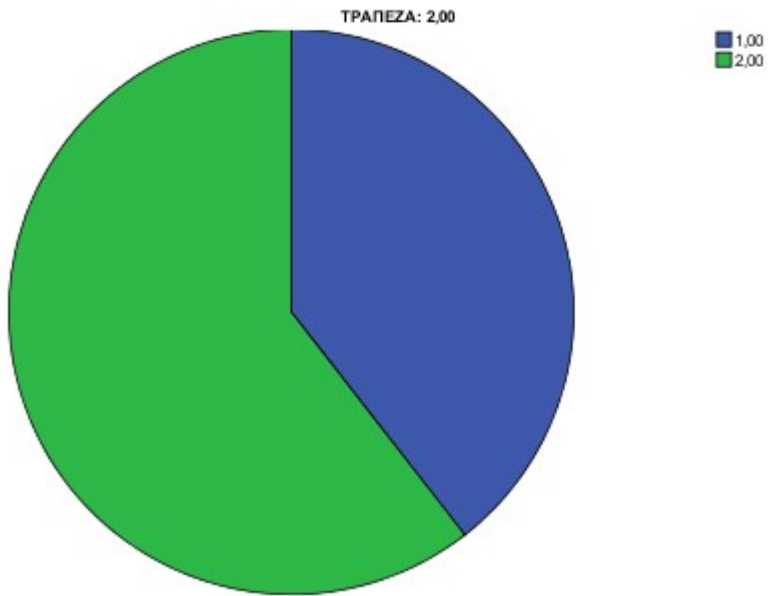
ΘΕΣΗ<sup>2</sup>

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	2	5,3	5,3	5,3
2,00	3	7,9	7,9	13,2
3,00	6	15,8	15,8	28,9
4,00	27	71,1	71,1	100,0
Total	38	100,0	100,0	

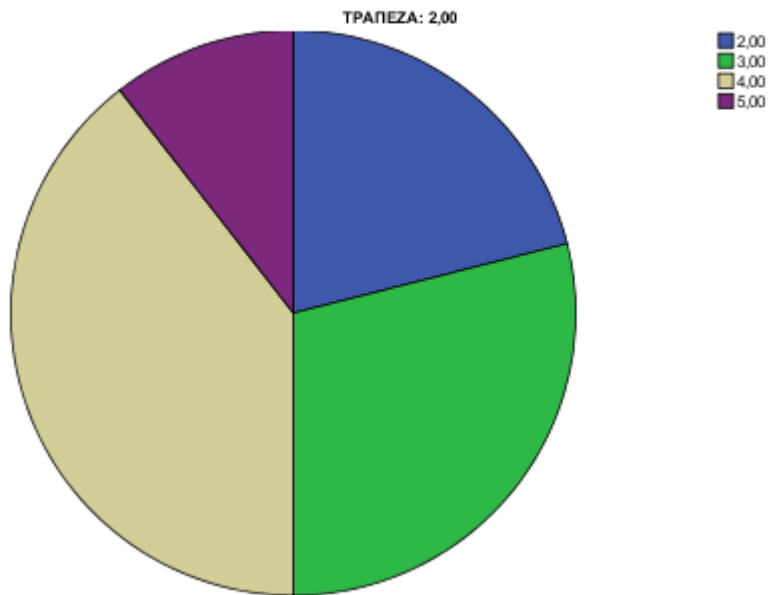
α. ΤΡΑΠΕΖΑ = 2,00

## Pie Chart

### ΦΥΛΟ

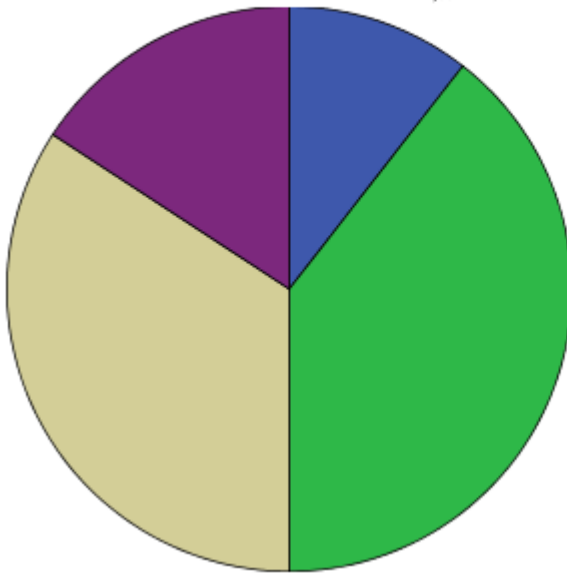


### ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



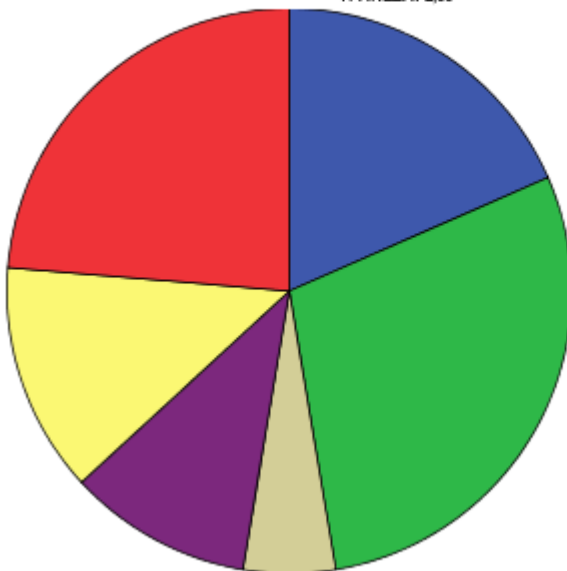
### ΗΛΙΚΙΑ

ΤΡΑΠΕΖΑ: 2,00

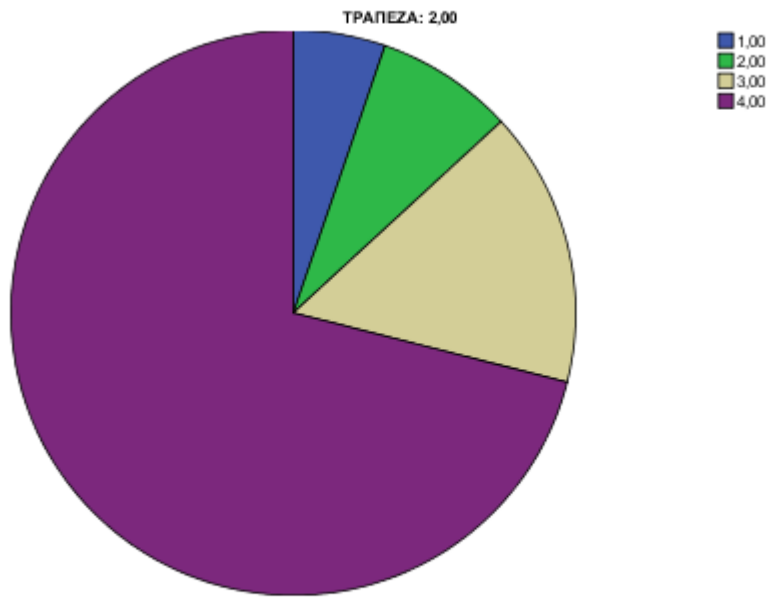


### ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ

ΤΡΑΠΕΖΑ: 2,00



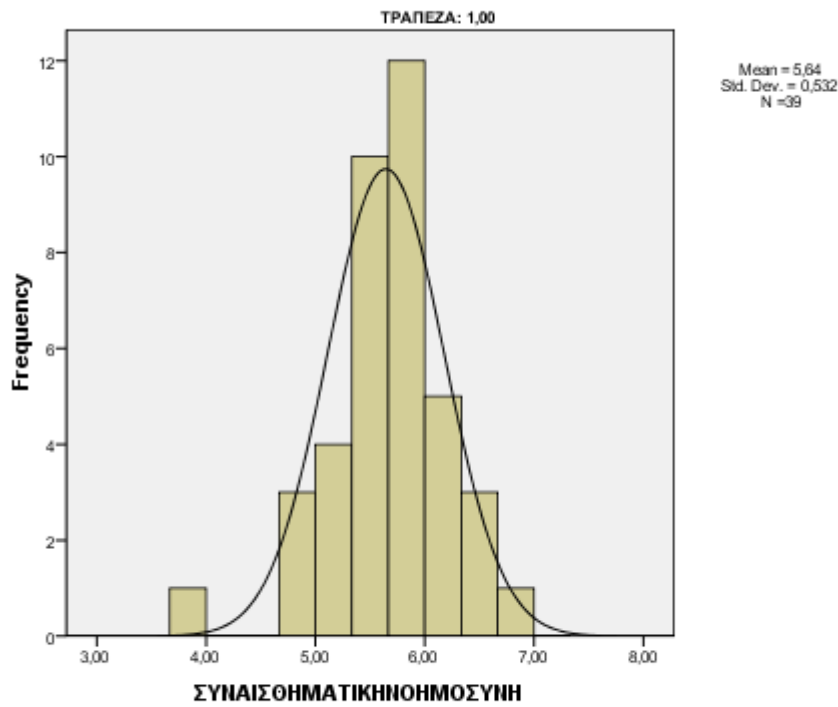
### ΘΕΣΗ

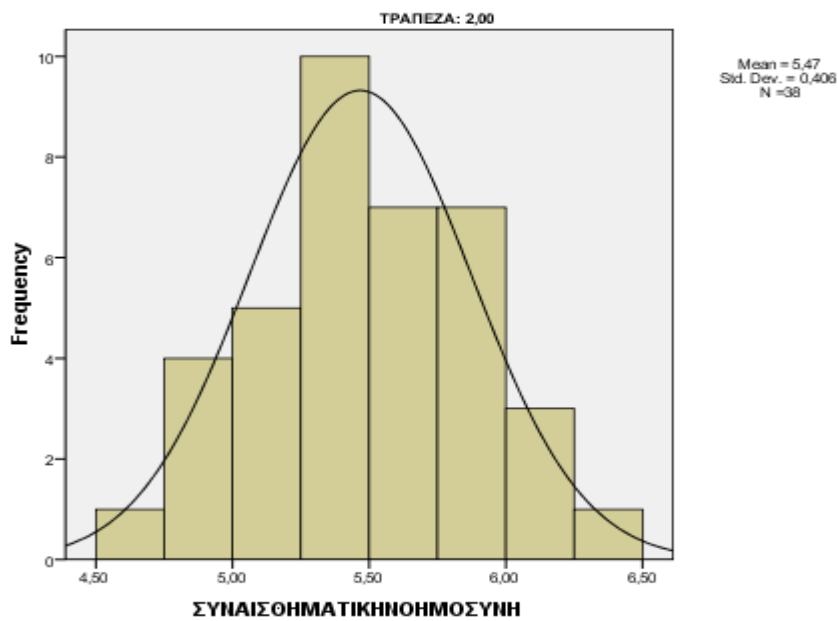


GRAPH  
/HISTOGRAM(NORMAL)=ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜΟΣΥΝΗ.

### Graph

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ.sav

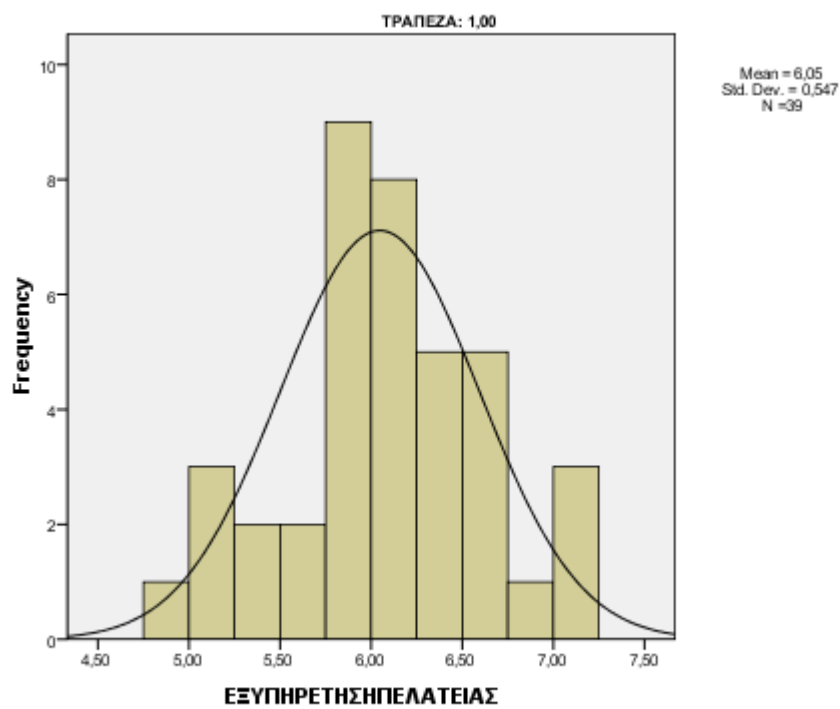


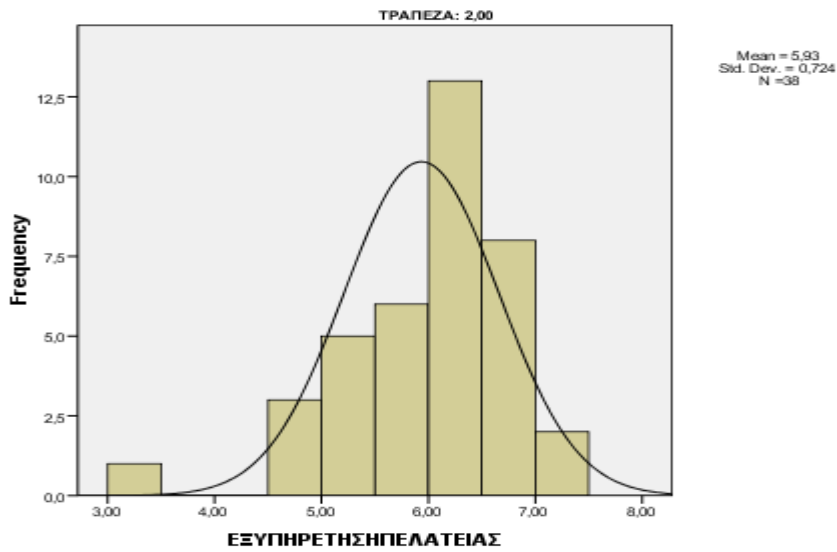


GRAPH  
/HISTOGRAM(NORMAL)=ΕΣΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ.

### Graph

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ.sav

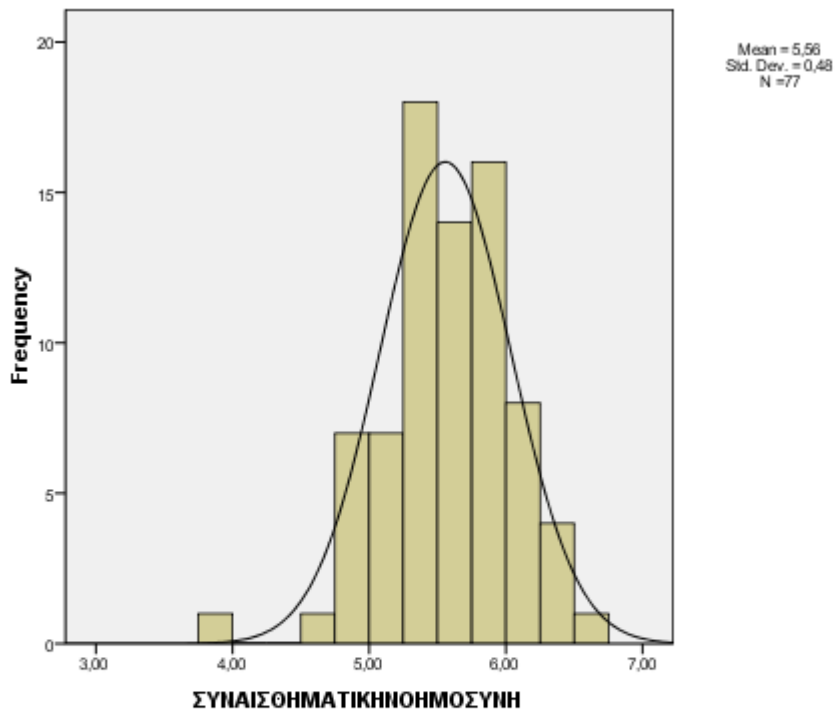




```
SPLIT FILE OFF.
GRAPH
/HISTOGRAM(NORMAL)=ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤ ΙΚΗΝΟΗΜΟΣΥΝΗ.
```

### Graph

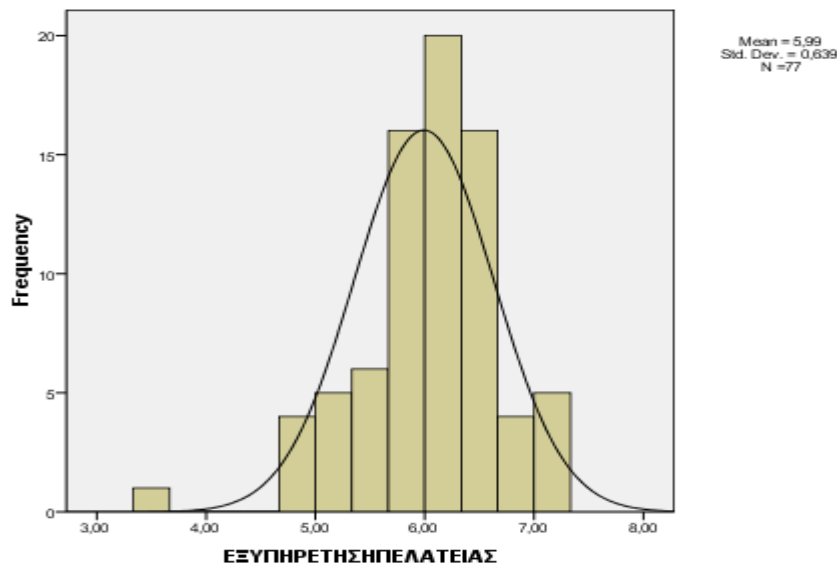
[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤ ΙΚΗ.sav



```
GRAPH
/HISTOGRAM(NORMAL)=ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ.
```

### Graph

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤ ΙΚΗ.sav



```

FREQUENCIES VARIABLES=VAR1 VAR2 VAR3 VAR4 NEWVAR5 VAR6 VAR7 VAR8 VAR9 VAR10 VAR11 VAR12 V
AR13 VAR14 VAR15 VAR16 VAR17 VAR18 VAR19 VA
R20 VAR21 VAR22 VAR23 VAR24 VAR25 VAR26 VAR27 NEWVAR28 VAR29 VAR30 VAR31 VAR32 NEWVAR3
3 ΕΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤ ΙΚΗΝΟΗΜΟΕΥΝΗ
/STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

```

### Frequencies

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΔΑΓΜΑΤ ΙΚΗ.sav

#### Statistics

		VAR1	VAR2	VAR3	VAR4	NEWVAR5	VAR6	VAR7	VAR8
N	Valid	77	77	77	77	77	77	77	77
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	6,0779	5,6623	5,5195	5,6623	4,8831	5,8701	5,8312	6,0130
	Std. Deviation	,80731	1,20972	1,02097	,96805	1,56419	1,19594	,96522	,81907
	Minimum	4,00	1,00	2,00	3,00	1,00	2,00	4,00	4,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00

#### Statistics

		VAR9	VAR10	VAR11	VAR12	VAR13	VAR14	VAR15	VAR16
N	Valid	77	77	77	77	77	77	77	77
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	5,8701	5,7273	5,3896	5,0909	5,4805	5,5325	5,6234	5,4156
	Std. Deviation	,89370	1,15436	1,43413	1,20505	1,04643	1,10721	1,07653	,97806
	Minimum	4,00	2,00	1,00	1,00	3,00	2,00	2,00	3,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00

#### Statistics

		VAR17	VAR18	VAR19	VAR20	VAR21	VAR22	VAR23	VAR24
N	Valid	77	77	77	77	77	77	77	77
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	5,7532	5,6623	5,7273	5,8831	5,3766	5,8571	5,7532	6,0519
	Std. Deviation	1,10210	,94047	,91243	,85800	1,01358	,83846	,81363	,80942
	Minimum	2,00	2,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00

#### Statistics

		VAR25	VAR26	VAR27	NEWVAR28	VAR29	VAR30	VAR31	VAR32
N	Valid	77	77	77	77	77	77	77	77
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	5,5065	5,1039	4,9481	5,3896	5,3636	5,7273	5,7662	5,3117
	Std. Deviation	1,08365	1,18748	1,12269	1,50574	1,07494	,88312	,84130	1,02930
	Minimum	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	4,00	2,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00

Statistics

		NEWVAR33	ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ ΤΙΚΗΝΟΗΜΟ ΕΥΝΗ
N	Valid	77	77
	Missing	0	0
	Mean	4,5325	5,5565
	Std. Deviation	1,50074	,47951
	Minimum	1,00	3,79
	Maximum	7,00	6,67

```

FREQUENCIES VARIABLES=VAR34 VAR35 VAR36 VAR37 VAR38 VAR39 VAR40 VAR41 VAR42 VAR43 VAR44 V
AR45 ΕΕΥΠΗΡΕΤΗΕΠΙΒΛΕΨΤΕΙΑΣ
/FORMAT=NOTABLE
/STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN
/ORDER=ANALYSIS.
    
```

**Frequencies**

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ.sav

Statistics

		VAR34	VAR35	VAR36	VAR37	VAR38	VAR39	VAR40	VAR41
N	Valid	77	77	77	77	77	77	77	77
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	6,1299	5,6494	6,0519	5,8831	6,2857	6,0909	6,0260	6,0519
	Std. Deviation	,73181	,94265	,79300	,95936	,72288	,97578	,93152	,82552
	Minimum	4,00	3,00	4,00	2,00	5,00	1,00	2,00	4,00
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00

Statistics

		VAR42	VAR43	VAR44	VAR45	ΕΕΥΠΗΡΕΤΗ ΕΠΙΒΛΕΨΤΕΙΑ Σ
N	Valid	77	77	77	77	77
	Missing	0	0	0	0	0
	Mean	5,4675	6,1039	6,1429	6,0130	5,9913
	Std. Deviation	1,26267	,77093	,85400	,81907	,63875
	Minimum	1,00	5,00	2,00	4,00	3,42
	Maximum	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00

RELIABILITY

```

/VARIABLES=VAR1 VAR2 VAR3 VAR4 NEWVAR5 VAR6 VAR7 VAR8 VAR9 VAR10 VAR11 VAR12 VAR13 VAR1
4 VAR15 VAR16 VAR17 VAR18 VAR19 VAR20 VAR21
VAR22 VAR23 VAR24 VAR25 VAR26 VAR27 NEWVAR28 VAR29 VAR30 VAR31 VAR32 NEWVAR33
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE CORR
/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE.
    
```

**Reliability**

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ.sav

**Scale: ALL VARIABLES**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	77	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	77	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,873	,885	33

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR1	6,0779	,80731	77
VAR2	5,6623	1,20972	77
VAR3	5,5195	1,02097	77
VAR4	5,6623	,96805	77
NEWVAR5	4,8831	1,56419	77
VAR6	5,8701	1,19594	77
VAR7	5,8312	,96522	77
VAR8	6,0130	,81907	77
VAR9	5,8701	,89370	77
VAR10	5,7273	1,15436	77
VAR11	5,3896	1,43413	77
VAR12	5,0909	1,20505	77
VAR13	5,4805	1,04643	77
VAR14	5,5325	1,10721	77
VAR15	5,6234	1,07653	77
VAR16	5,4156	,97806	77
VAR17	5,7532	1,10210	77
VAR18	5,6623	,94047	77
VAR19	5,7273	,91243	77
VAR20	5,8831	,85800	77
VAR21	5,3766	1,01358	77
VAR22	5,8571	,83846	77
VAR23	5,7532	,81363	77
VAR24	6,0519	,80942	77
VAR25	5,5065	1,08365	77

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR26	5,1039	1,18748	77
VAR27	4,9481	1,12269	77
NEWVAR28	5,3896	1,50574	77
VAR29	5,3636	1,07484	77
VAR30	5,7273	,86312	77
VAR31	5,7662	,84130	77
VAR32	5,3117	1,02930	77
NEWVAR33	4,5325	1,50074	77

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR1	VAR2	VAR3	VAR4	NEWVAR5	VAR6	VAR7	VAR8	VAR9
VAR1	1,000	,216	,062	,101	,132	,092	,152	,018	,051
VAR2	,216	1,000	,250	,384	-,091	,342	,289	,350	,032
VAR3	,062	,250	1,000	,127	-,036	,121	,144	-,008	,003
VAR4	,101	,384	,127	1,000	-,157	,291	,347	,271	,162
NEWVAR5	,132	-,091	-,036	-,157	1,000	-,015	-,135	-,163	-,039
VAR6	,092	,342	,121	,291	-,015	1,000	-,334	,270	,206
VAR7	,152	,289	,144	,347	-,135	-,334	1,000	,502	,188
VAR8	,018	,350	-,008	,271	-,163	,270	,502	1,000	,236
VAR9	,051	,032	,003	,162	-,039	,206	,188	,236	1,000
VAR10	,150	,084	,468	-,225	,193	,165	,112	,143	,003
VAR11	,019	,138	-,203	-,046	-,144	,199	,324	,253	,040
VAR12	,155	,572	,314	,297	-,050	,282	,375	,345	,121
VAR13	,267	,275	,047	,136	,035	,303	,277	,330	,194
VAR14	,292	,077	,229	-,125	,242	,003	,134	,108	-,129
VAR15	,110	,123	,168	,015	,224	-,008	,090	-,009	-,010
VAR16	,092	,142	,189	,247	,110	,227	,493	,240	,168
VAR17	,170	,420	,174	,266	-,047	,205	,554	,441	-,020
VAR18	-,069	,222	,075	,523	-,009	,300	,386	,262	,370
VAR19	-,024	-,037	,112	,148	,079	,220	,201	,216	,327
VAR20	,051	,126	,296	-,168	,069	-,289	,437	,339	-,186
VAR21	,108	,084	,139	,083	,061	,041	-,025	-,085	-,018
VAR22	,036	,056	,088	,215	,087	,309	,344	,194	,344
VAR23	,030	,088	,156	-,090	,070	-,210	,164	,202	,172
VAR24	,336	,233	,190	,308	,088	,306	,382	,257	,264
VAR25	,135	,202	,140	,140	,315	,143	,209	,156	,164
VAR26	-,146	-,058	-,034	,351	-,085	,232	,417	,202	,075
VAR27	,135	,287	-,045	,141	,011	,044	,259	,215	,033
NEWVAR28	,115	-,035	,509	-,134	,142	-,147	-,008	-,079	-,011
VAR29	-,154	,116	,077	,271	,049	-,211	,440	,293	,324
VAR30	,122	,073	-,001	,337	-,166	,215	,439	,296	,238
VAR31	,105	,232	,067	,257	,029	,362	,145	,138	,344
VAR32	-,030	,033	-,018	,252	-,059	-,108	,411	,307	,202
NEWVAR33	,096	,311	,238	,288	,307	-,108	,245	,091	,091

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR10	VAR11	VAR12	VAR13	VAR14	VAR15	VAR16	VAR17	VAR18
VAR1	,150	,019	,155	,267	,292	,110	,092	,170	-,069
VAR2	,084	,138	,572	,275	,077	,123	,142	,420	,222
VAR3	,468	-,203	,314	,047	,229	,168	,189	,174	,075
VAR4	-,225	-,046	,297	,136	-,125	,015	,247	,266	,523
NEWVAR5	,193	-,144	-,050	,035	,242	,224	,110	-,047	-,009
VAR6	,165	,199	,282	,303	,003	-,008	,227	,205	,300
VAR7	,112	,324	,375	,277	,134	,090	,493	,554	,386
VAR8	,143	,253	,345	,330	,108	-,009	,240	,441	,262
VAR9	,003	,040	,121	,194	-,129	-,010	,168	-,020	,370
VAR10	1,000	-,094	,302	,143	,445	,181	,113	,195	-,037
VAR11	-,094	1,000	,230	,444	,083	,045	-,079	,378	,196
VAR12	,302	,230	1,000	,288	,427	,432	,235	,384	,306
VAR13	,143	,444	,288	1,000	,242	,128	,278	,298	,381
VAR14	,445	,083	,427	,242	1,000	,336	-,013	,152	,023
VAR15	,181	,045	,432	,128	,336	1,000	,188	,253	,133
VAR16	,113	-,079	,235	,278	-,013	,188	1,000	,292	,469
VAR17	,195	,378	,384	,298	,152	,253	,292	1,000	,249
VAR18	-,037	,196	,306	,381	,023	,133	,469	,249	1,000
VAR19	,141	,203	,250	,456	,120	,430	,202	,207	,351
VAR20	,273	,230	,341	,371	,274	,251	,388	,428	,537
VAR21	,179	-,184	,047	,212	,124	,252	,132	,025	,108
VAR22	,082	,123	,234	,244	,040	,158	,491	,047	,422
VAR23	,404	,095	,050	,357	,002	,073	,312	,283	,182
VAR24	,100	,220	,278	,436	,174	,264	,388	,383	,404
VAR25	,238	,015	,246	,293	,299	,425	,295	,128	,402
VAR26	-,037	,385	,269	,266	,037	,124	,359	,301	,444
VAR27	,090	,103	,256	,279	,277	,169	,164	,064	,307
NEWVAR28	,562	-,108	,133	,172	,466	,303	,049	-,013	,010
VAR29	,039	,120	,259	,334	,023	,097	,330	,143	,566
VAR30	-,048	,303	,221	,300	-,011	,029	,224	,322	,468
VAR31	,204	,055	,125	,398	-,048	-,200	,280	,050	,481
VAR32	,084	,157	,125	,409	-,090	-,118	,301	,161	,477
NEWVAR33	,123	-,012	,409	,086	,318	,289	,125	,192	,316

Inter-Item Correlation Matrix

	VAR19	VAR20	VAR21	VAR22	VAR23	VAR24	VAR25	VAR26	VAR27
VAR1	-.024	.051	.108	.036	.030	.336	.135	-.146	.135
VAR2	-.037	.126	.084	.056	.088	.233	.202	-.058	.287
VAR3	.112	.296	.139	.088	.156	.190	.140	-.034	-.045
VAR4	.148	.158	-.083	.215	-.090	.308	.140	.351	.141
NEWVAR5	.079	.009	.061	.087	.070	.088	.315	-.085	.011
VAR6	.220	.280	.041	.309	.210	.306	.143	.232	.044
VAR7	.201	.437	-.028	.344	.164	.382	.209	.417	.259
VAR8	.216	.339	-.085	.194	.202	.257	.156	.202	.215
VAR9	.327	.186	-.018	.344	.172	.264	.164	.075	.033
VAR10	.141	.273	.179	.082	.404	.100	.238	-.037	.090
VAR11	.203	.230	-.184	.123	.095	.220	.015	.385	.103
VAR12	.250	.341	.047	.234	.050	.278	.246	.269	.256
VAR13	.456	.371	.212	.244	.357	.436	.293	.266	.279
VAR14	.120	.274	.124	.040	.002	.174	.299	.037	.277
VAR15	.430	.251	.252	.158	.073	.264	.425	.124	.169
VAR16	.202	.388	.132	.491	.312	.388	.295	.359	.164
VAR17	.207	.428	.025	.047	.283	.383	.128	.301	.064
VAR18	.351	.537	.108	.422	.182	.404	.402	.444	.307
VAR19	1,000	.345	.184	.430	.209	.411	.394	.306	-.040
VAR20	.345	1,000	.142	.434	.467	.672	.348	.374	.212
VAR21	.184	.142	1,000	.080	.274	.168	.243	.000	.098
VAR22	.430	.434	.080	1,000	.391	.379	.356	.240	.118
VAR23	.209	.467	.274	.391	1,000	.299	.188	.027	.087
VAR24	.411	.672	.168	.379	.299	1,000	.255	.391	.090
VAR25	.394	.348	.243	.356	.188	.255	1,000	.204	.509
VAR26	.306	.374	.000	.240	.027	.391	.204	1,000	.083
VAR27	-.040	.212	.098	.118	.087	.090	.509	.083	1,000
NEWVAR28	.289	.158	.110	.024	.133	.124	.305	-.133	.144
VAR29	.505	.346	.054	.482	.179	.220	.427	.279	.234
VAR30	.233	.270	-.016	.302	.198	.278	.105	.253	.264
VAR31	.036	.326	.105	.325	.472	.308	.132	.130	.280
VAR32	.162	.384	.138	.250	.313	.186	.140	.318	.435
NEWVAR33	.031	.243	.100	.239	.023	.150	.431	.183	.345

Inter-Item Correlation Matrix

	NEWVAR28	VAR29	VAR30	VAR31	VAR32	NEWVAR33
VAR1	.115	-.154	.122	.105	-.030	.096
VAR2	-.035	.116	.073	.232	.033	.311
VAR3	.509	.077	-.001	.067	-.018	.238
VAR4	-.134	.271	.337	.257	.252	.288
NEWVAR5	.142	.049	-.166	.029	-.059	.307
VAR6	-.147	.211	.215	.362	.108	-.108
VAR7	-.008	.440	.439	.145	.411	.245
VAR8	-.079	.293	.296	.138	.307	.091
VAR9	-.011	.324	.238	.344	.202	.091
VAR10	.562	.039	-.048	.204	.084	.123
VAR11	-.108	.120	.303	.055	.157	-.012
VAR12	.133	.259	.221	.125	.125	.409
VAR13	.172	.334	.300	.398	.409	.086
VAR14	.466	.023	-.011	-.048	-.090	.318
VAR15	.303	.097	.029	-.200	-.118	.289
VAR16	.049	.330	.224	.280	.301	.125
VAR17	-.013	.143	.322	.050	.161	.192
VAR18	.010	.566	.458	.481	.477	.316
VAR19	.289	.505	.233	.036	.162	.031
VAR20	.158	.346	.270	.326	.384	.243
VAR21	.110	.054	-.016	.105	.138	.100
VAR22	.024	.482	.302	.325	.250	.239
VAR23	.133	.179	.198	.472	.313	.023
VAR24	.124	.220	.278	.308	.186	.150
VAR25	.305	.427	.105	.132	.140	.431
VAR26	-.133	.279	.253	.130	.318	.183
VAR27	.144	.234	.264	.280	.435	.345
NEWVAR28	1,000	.139	.101	-.031	.022	.146
VAR29	.139	1,000	.328	.197	.491	.221
VAR30	.101	.328	1,000	.338	.486	.111
VAR31	-.031	.197	.338	1,000	.344	.131
VAR32	.022	.491	.486	.344	1,000	.189
NEWVAR33	.146	.221	.111	.131	.189	1,000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	5,556	4,532	6,078	1,545	1,341	.123	33
Item Variances	1,165	.652	2,447	1,795	3,754	.234	33

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR1	177,2857	244,628	.202	.524	.873
VAR2	177,7013	235,054	.374	.785	.870



Inter-Item Correlation Matrix

	VAR43	VAR44	VAR45
VAR34	,372	,559	,458
VAR35	,431	,374	,568
VAR36	,271	,649	,526
VAR37	,550	,599	,605
VAR38	,347	,402	,416
VAR39	,390	,553	,591
VAR40	,399	,541	,465
VAR41	,384	,307	,583
VAR42	,314	,474	,490
VAR43	1,000	,397	,581
VAR44	,397	1,000	,618
VAR45	,581	,618	1,000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	5,991	5,468	6,286	,818	1,150	,051	12
Item Variances	,799	,523	1,594	1,072	3,051	,085	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR34	65,7662	51,445	,645	,817	,906
VAR35	66,2468	48,925	,678	,679	,904
VAR36	65,8442	50,896	,639	,643	,906
VAR37	66,0130	47,276	,800	,766	,898
VAR38	65,6104	52,662	,531	,462	,911
VAR39	65,8052	48,080	,718	,666	,902
VAR40	65,8701	49,378	,650	,538	,906
VAR41	65,8442	50,870	,611	,544	,907
VAR42	66,4286	46,301	,632	,500	,910
VAR43	65,7922	52,062	,548	,460	,910
VAR44	65,7532	49,741	,688	,674	,904
VAR45	65,8831	49,473	,747	,653	,902

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
71,8961	58,752	7,66500	12

```

FREQUENCIES VARIABLES=VAR1 VAR2 VAR3 VAR4 NEWVAR5 VAR6 VAR7 VAR8 VAR9 VAR10 VAR11 VAR12 VAR13 VAR14 VAR15 VAR16 VAR17 VAR18 VAR19 VAR20 VAR21 VAR22 VAR23 VAR24 VAR25 VAR26 VAR27 NEWVAR28 VAR29 VAR30 VAR31 VAR32 NEWVAR3
  3 EYNAI@HRMAT IKHMOHRMOEYHR
  /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN
  /ORDER=ANALYSIS.

```

## Frequencies

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\&IHU@MAT IKH.sav

Statistics

	N					
	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
VAR1	77	0	6,0779	,80731	4,00	7,00
VAR2	77	0	5,6623	1,20972	1,00	7,00
VAR3	77	0	5,5195	1,02097	2,00	7,00
VAR4	77	0	5,6623	,96805	3,00	7,00
NEWVAR5	77	0	4,8831	1,56419	1,00	7,00
VAR6	77	0	5,8701	1,19594	2,00	7,00
VAR7	77	0	5,8312	,96522	4,00	7,00
VAR8	77	0	6,0130	,81907	4,00	7,00
VAR9	77	0	5,8701	,89370	4,00	7,00
VAR10	77	0	5,7273	1,15436	2,00	7,00
VAR11	77	0	5,3896	1,43413	1,00	7,00
VAR12	77	0	5,0909	1,20505	1,00	7,00
VAR13	77	0	5,4805	1,04643	3,00	7,00
VAR14	77	0	5,5325	1,10721	2,00	7,00
VAR15	77	0	5,6234	1,07653	2,00	7,00
VAR16	77	0	5,4156	,97806	3,00	7,00
VAR17	77	0	5,7532	1,10210	2,00	7,00
VAR18	77	0	5,6623	,94047	2,00	7,00
VAR19	77	0	5,7273	,91243	3,00	7,00
VAR20	77	0	5,8831	,85800	4,00	7,00
VAR21	77	0	5,3766	1,01358	4,00	7,00
VAR22	77	0	5,8571	,83846	4,00	7,00
VAR23	77	0	5,7532	,81363	3,00	7,00
VAR24	77	0	6,0519	,80942	4,00	7,00
VAR25	77	0	5,5065	1,08365	2,00	7,00
VAR26	77	0	5,1039	1,18748	2,00	7,00
VAR27	77	0	4,9481	1,12269	1,00	7,00
NEWVAR28	77	0	5,3896	1,50574	1,00	7,00
VAR29	77	0	5,3636	1,07494	2,00	7,00
VAR30	77	0	5,7273	,88312	2,00	7,00
VAR31	77	0	5,7662	,84130	4,00	7,00
VAR32	77	0	5,3117	1,02930	2,00	7,00

Statistics

	N					
	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
NEWVAR33	77	0	4,5325	1,50074	1,00	7,00
SYNAJEDHMATIKHNOHM QEYNH	77	0	5,5565	,47951	3,79	6,67

Frequency Table

VAR1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	2	2,6	2,6	2,6
5,00	16	20,8	20,8	23,4
6,00	33	42,9	42,9	66,2
7,00	26	33,8	33,8	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	3	3,9	3,9	5,2
4,00	8	10,4	10,4	15,6
5,00	16	20,8	20,8	36,4
6,00	29	37,7	37,7	74,0
7,00	20	26,0	26,0	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	1	1,3	1,3	2,6
4,00	9	11,7	11,7	14,3
5,00	24	31,2	31,2	45,5
6,00	30	39,0	39,0	84,4
7,00	12	15,6	15,6	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	3	3,9	3,9	3,9
4,00	5	6,5	6,5	10,4
5,00	20	26,0	26,0	36,4
6,00	36	46,8	46,8	83,1
7,00	13	16,9	16,9	100,0
Total	77	100,0	100,0	

NEWVAR5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	4	5,2	5,2	5,2
2,00	1	1,3	1,3	6,5
3,00	10	13,0	13,0	19,5
4,00	11	14,3	14,3	33,8
5,00	21	27,3	27,3	61,0
6,00	19	24,7	24,7	85,7
7,00	11	14,3	14,3	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	2	2,6	2,6	3,9
4,00	8	10,4	10,4	14,3
5,00	14	18,2	18,2	32,5
6,00	22	28,6	28,6	61,0
7,00	30	39,0	39,0	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	8	10,4	10,4	10,4
5,00	19	24,7	24,7	35,1
6,00	28	36,4	36,4	71,4
7,00	22	28,6	28,6	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	3	3,9	3,9	3,9
5,00	16	20,8	20,8	24,7
6,00	35	45,5	45,5	70,1
7,00	23	29,9	29,9	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	6	7,8	7,8	7,8
5,00	18	23,4	23,4	31,2
6,00	33	42,9	42,9	74,0
7,00	20	26,0	26,0	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	1	1,3	1,3	2,6
4,00	11	14,3	14,3	16,9
5,00	15	19,5	19,5	36,4
6,00	26	33,8	33,8	70,1
7,00	23	29,9	29,9	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,3	1,3	1,3
2,00	4	5,2	5,2	6,5
3,00	1	1,3	1,3	7,8
4,00	11	14,3	14,3	22,1
5,00	22	28,6	28,6	50,6
6,00	17	22,1	22,1	72,7
7,00	21	27,3	27,3	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,3	1,3	1,3
2,00	1	1,3	1,3	2,6
3,00	4	5,2	5,2	7,8
4,00	14	18,2	18,2	26,0
5,00	31	40,3	40,3	66,2
6,00	16	20,8	20,8	87,0
7,00	10	13,0	13,0	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	2	2,6	2,6	2,6
4,00	14	18,2	18,2	20,8
5,00	18	23,4	23,4	44,2
6,00	31	40,3	40,3	84,4
7,00	12	15,6	15,6	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	2	2,6	2,6	2,6

VAR14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	10	13,0	13,0	15,6
5,00	23	29,9	29,9	45,5
6,00	27	35,1	35,1	80,5
7,00	15	19,5	19,5	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	3	3,9	3,9	5,2
4,00	6	7,8	7,8	13,0
5,00	18	23,4	23,4	36,4
6,00	35	45,5	45,5	81,8
7,00	14	18,2	18,2	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	1	1,3	1,3	1,3
4,00	13	16,9	16,9	18,2
5,00	27	35,1	35,1	53,2
6,00	25	32,5	32,5	85,7
7,00	11	14,3	14,3	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	2	2,6	2,6	2,6
3,00	1	1,3	1,3	3,9
4,00	3	3,9	3,9	7,8
5,00	23	29,9	29,9	37,7
6,00	27	35,1	35,1	72,7
7,00	21	27,3	27,3	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
4,00	6	7,8	7,8	9,1
5,00	23	29,9	29,9	39,0
6,00	34	44,2	44,2	83,1

VAR18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 7,00	13	16,9	16,9	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	1	1,3	1,3	1,3
4,00	6	7,8	7,8	9,1
5,00	21	27,3	27,3	36,4
6,00	34	44,2	44,2	80,5
7,00	15	19,5	19,5	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	5	6,5	6,5	6,5
5,00	18	23,4	23,4	29,9
6,00	35	45,5	45,5	75,3
7,00	19	24,7	24,7	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	17	22,1	22,1	22,1
5,00	27	35,1	35,1	57,1
6,00	20	26,0	26,0	83,1
7,00	13	16,9	16,9	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	2	2,6	2,6	2,6
5,00	27	35,1	35,1	37,7
6,00	28	36,4	36,4	74,0
7,00	20	26,0	26,0	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	1	1,3	1,3	1,3
4,00	2	2,6	2,6	3,9
5,00	25	32,5	32,5	36,4

VAR23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 6,00	36	46,8	46,8	83,1
7,00	13	16,9	16,9	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR24

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	5	6,5	6,5	6,5
5,00	8	10,4	10,4	16,9
6,00	42	54,5	54,5	71,4
7,00	22	28,6	28,6	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR25

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	2	2,6	2,6	3,9
4,00	7	9,1	9,1	13,0
5,00	30	39,0	39,0	51,9
6,00	21	27,3	27,3	79,2
7,00	16	20,8	20,8	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR26

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	2	2,6	2,6	2,6
3,00	3	3,9	3,9	6,5
4,00	20	26,0	26,0	32,5
5,00	21	27,3	27,3	59,7
6,00	22	28,6	28,6	88,3
7,00	9	11,7	11,7	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR27

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,3	1,3	1,3
2,00	2	2,6	2,6	3,9
3,00	2	2,6	2,6	6,5
4,00	19	24,7	24,7	31,2
5,00	27	35,1	35,1	66,2
6,00	23	29,9	29,9	96,1
7,00	3	3,9	3,9	100,0
Total	77	100,0	100,0	

NEWVAR28

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,3	1,3	1,3
2,00	6	7,8	7,8	9,1
3,00	3	3,9	3,9	13,0
4,00	5	6,5	6,5	19,5
5,00	16	20,8	20,8	40,3
6,00	29	37,7	37,7	77,9
7,00	17	22,1	22,1	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR29

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
4,00	16	20,8	20,8	22,1
5,00	26	33,8	33,8	55,8
6,00	21	27,3	27,3	83,1
7,00	13	16,9	16,9	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR30

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	1	1,3	1,3	2,6
4,00	1	1,3	1,3	3,9
5,00	24	31,2	31,2	35,1
6,00	38	49,4	49,4	84,4
7,00	12	15,6	15,6	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR31

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	2	2,6	2,6	2,6
5,00	32	41,6	41,6	44,2
6,00	25	32,5	32,5	76,6
7,00	18	23,4	23,4	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR32

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	2	2,6	2,6	3,9
4,00	11	14,3	14,3	18,2
5,00	30	39,0	39,0	57,1

VAR32

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 6,00	24	31,2	31,2	88,3
7,00	9	11,7	11,7	100,0
Total	77	100,0	100,0	

NEWVAR33

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	2	2,6	2,6	2,6
2,00	5	6,5	6,5	9,1
3,00	14	18,2	18,2	27,3
4,00	15	19,5	19,5	46,8
5,00	16	20,8	20,8	67,5
6,00	20	26,0	26,0	93,5
7,00	5	6,5	6,5	100,0
Total	77	100,0	100,0	

ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,79	1	1,3	1,3	1,3
4,58	1	1,3	1,3	2,6
4,79	2	2,6	2,6	5,2
4,82	1	1,3	1,3	6,5
4,85	2	2,6	2,6	9,1
4,88	1	1,3	1,3	10,4
4,97	1	1,3	1,3	11,7
5,00	1	1,3	1,3	13,0
5,03	1	1,3	1,3	14,3
5,12	2	2,6	2,6	16,9
5,24	3	3,9	3,9	20,8
5,27	2	2,6	2,6	23,4
5,30	3	3,9	3,9	27,3
5,33	3	3,9	3,9	31,2
5,36	2	2,6	2,6	33,8
5,39	2	2,6	2,6	36,4
5,42	2	2,6	2,6	39,0
5,45	1	1,3	1,3	40,3
5,48	3	3,9	3,9	44,2
5,52	4	5,2	5,2	49,4
5,55	3	3,9	3,9	53,2
5,58	1	1,3	1,3	54,5
5,61	2	2,6	2,6	57,1
5,67	1	1,3	1,3	58,4
5,70	1	1,3	1,3	59,7
5,73	2	2,6	2,6	62,3

ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 5,76	3	3,9	3,9	66,2
5,79	3	3,9	3,9	70,1
5,82	2	2,6	2,6	72,7
5,85	2	2,6	2,6	75,3
5,91	3	3,9	3,9	79,2
5,94	2	2,6	2,6	81,8
5,97	1	1,3	1,3	83,1
6,00	1	1,3	1,3	84,4
6,03	1	1,3	1,3	85,7
6,06	2	2,6	2,6	88,3
6,09	1	1,3	1,3	89,6
6,12	2	2,6	2,6	92,2
6,24	1	1,3	1,3	93,5
6,33	1	1,3	1,3	94,8
6,36	1	1,3	1,3	96,1
6,42	1	1,3	1,3	97,4
6,45	1	1,3	1,3	98,7
6,67	1	1,3	1,3	100,0
Total	77	100,0	100,0	

FREQUENCIES VARIABLES=VAR34 VAR35 VAR36 VAR37 VAR38 VAR39 VAR40 VAR41 VAR42 VAR43 VAR44 VAR45  
 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN  
 /ORDER=ANALYSIS.

**Frequencies**

[DataSet1] C:\Documents and Settings\maria\Desktop\ΔΙΗΓΗΜΑΤΙΚΗ.sav

Statistics

	N					
	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
VAR34	77	0	6,1299	,73181	4,00	7,00
VAR35	77	0	5,6494	,94265	3,00	7,00
VAR36	77	0	6,0519	,79300	4,00	7,00
VAR37	77	0	5,8831	,95936	2,00	7,00
VAR38	77	0	6,2857	,72288	5,00	7,00
VAR39	77	0	6,0909	,97578	1,00	7,00
VAR40	77	0	6,0260	,93152	2,00	7,00
VAR41	77	0	6,0519	,82552	4,00	7,00
VAR42	77	0	5,4675	1,26267	1,00	7,00
VAR43	77	0	6,1039	,77093	5,00	7,00
VAR44	77	0	6,1429	,85400	2,00	7,00
VAR45	77	0	6,0130	,81907	4,00	7,00
ΕΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΝΑΤΕΙ ΑΞ	77	0	5,9913	,63875	3,42	7,00

**Frequency Table**

VAR34

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	2	2,6	2,6	2,6
5,00	10	13,0	13,0	15,6
6,00	41	53,2	53,2	68,8
7,00	24	31,2	31,2	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR35

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	1	1,3	1,3	1,3
4,00	7	9,1	9,1	10,4
5,00	25	32,5	32,5	42,9
6,00	29	37,7	37,7	80,5
7,00	15	19,5	19,5	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR36

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	2	2,6	2,6	2,6
5,00	16	20,8	20,8	23,4
6,00	35	45,5	45,5	68,8
7,00	24	31,2	31,2	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR37

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
4,00	5	6,5	6,5	7,8
5,00	15	19,5	19,5	27,3
6,00	36	46,8	46,8	74,0
7,00	20	26,0	26,0	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR38

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 5,00	12	15,6	15,6	15,6
6,00	31	40,3	40,3	55,8
7,00	34	44,2	44,2	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR39

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,3	1,3	1,3
4,00	2	2,6	2,6	3,9
5,00	12	15,6	15,6	19,5
6,00	34	44,2	44,2	63,6
7,00	28	36,4	36,4	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR40

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
4,00	2	2,6	2,6	3,9
5,00	16	20,8	20,8	24,7
6,00	32	41,6	41,6	66,2
7,00	26	33,8	33,8	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR41

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	1	1,3	1,3	1,3
5,00	21	27,3	27,3	28,6
6,00	28	36,4	36,4	64,9
7,00	27	35,1	35,1	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR42

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	5	6,5	6,5	7,8
4,00	9	11,7	11,7	19,5
5,00	20	26,0	26,0	45,5
6,00	25	32,5	32,5	77,9
7,00	17	22,1	22,1	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR43

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 5,00	19	24,7	24,7	24,7
6,00	31	40,3	40,3	64,9
7,00	27	35,1	35,1	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR44

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
4,00	1	1,3	1,3	2,6
5,00	10	13,0	13,0	15,6
6,00	38	49,4	49,4	64,9
7,00	27	35,1	35,1	100,0
Total	77	100,0	100,0	

VAR45

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	3	3,9	3,9	3,9
5,00	16	20,8	20,8	24,7
6,00	35	45,5	45,5	70,1
7,00	23	29,9	29,9	100,0
Total	77	100,0	100,0	

## ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,42	1	1,3	1,3	1,3
4,67	1	1,3	1,3	2,6
4,75	3	3,9	3,9	6,5
5,00	1	1,3	1,3	7,8
5,08	1	1,3	1,3	9,1
5,17	2	2,6	2,6	11,7
5,25	1	1,3	1,3	13,0
5,33	2	2,6	2,6	15,6
5,42	3	3,9	3,9	19,5
5,50	1	1,3	1,3	20,8
5,67	2	2,6	2,6	23,4
5,75	5	6,5	6,5	29,9
5,83	5	6,5	6,5	36,4
5,92	4	5,2	5,2	41,6
6,00	3	3,9	3,9	45,5
6,08	6	7,8	7,8	53,2
6,17	8	10,4	10,4	63,6
6,25	3	3,9	3,9	67,5
6,33	3	3,9	3,9	71,4
6,42	3	3,9	3,9	75,3
6,50	7	9,1	9,1	84,4
6,58	3	3,9	3,9	88,3
6,67	2	2,6	2,6	90,9
6,75	1	1,3	1,3	92,2
6,83	1	1,3	1,3	93,5
7,00	5	6,5	6,5	100,0
Total	77	100,0	100,0	