



**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**  
**ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**

---

**«ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ  
ΑΠΟ ΔΙΚΤΥΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ 5ΗΣ  
ΓΕΝΙΑΣ»**

---

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

---

Εισηγητής: Ψαράκη Αικατερίνη ΑΜ1003

Εισηγητής: Κτενιαδάκης Γεώργιος ΑΜ 668

Επιβλέπων: Μαστοράκης Γεώργιος

©

**2021**



**HELLENIC MEDITERRANEAN UNIVERSITY**  
**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS**  
**SCIENCE**  
**DEPARTMENT OF MANAGEMENT SCIENCE AND**  
**TECHNOLOGY**

---

**ANALYSIS OF MARKETING DATA FROM 5TH**  
**GENERATION MOBILE TELEPHONY**  
**NETWORKS**

---

**DIPLOMA THESIS**

---

Student: Psaraki Aikaterini AM1003

Student: Kteniadakhs George AM668

Supervisor: Mastorakis George

©

**2021**

**Υπεύθυνη Δήλωση**: Βεβαιώνουμε ότι είμαστε συγγραφείς αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχαμε για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχουμε αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες κάναμε χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνουμε ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμάς προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ



## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η ανάλυση των δεδομένων μάρκετινγκ μέσα από δίκτυα κινητής τηλεφωνίας πέμπτης γενιάς. Αρχικά πραγματοποιείται προσέγγιση του marketing αναλύοντας το εξωτερικό και το εσωτερικό περιβάλλον το μίγμα μάρκετινγκ και το mobile marketing. Επίσης προσεγγίζουμε θεωρητικά τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας όπου αρχικά κάνουμε μία αναδρομή στην πορεία των δικτύων από την έναρξη τους έως σήμερα, παρουσιάζουμε τις απαιτήσεις του 5G και τέλος αναφερόμαστε στα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του. Για την ολοκλήρωση της πτυχιακής πραγματοποιείται έρευνα ερωτηματολόγιο που έχει ως στόχο να εντοπιστεί η στάση των Ελλήνων Καταναλωτών αναφορικά με το πόσο γνωρίζουν το δίκτυο κινητής τηλεφωνίας γενικά. Η έρευνα είχε διάρκεια τρεις μήνες και συγκεκριμένα από 11 Νοεμβρίου έως και 11 Φεβρουαρίου με δείγμα 287 άτομα. Τα αποτελέσματα αναλύθηκαν μέσω του προγράμματος spss 20. Τέλος εξάγουμε τα συμπεράσματά μας.

**Λέξεις Κλειδιά:** Δίκτυα, τηλεπικοινωνία, 5G, έρευνα, μάρκετινγκ

## **ABSTRACT**

The purpose of this dissertation is the analysis of marketing data through fifth generation mobile networks. Initially, an ecological approach to marketing is carried out by analyzing the external and internal environment, the mixture of marketing and mobile marketing. We also theoretically approach the mobile telephony networks where we first define telecommunication, we take a look back at the course of the networks from its inception until today, we present the requirements of 5G and finally we mention its advantages and disadvantages. To complete the degree, a research questionnaire is conducted that aims to identify the attitude of Greek Consumers how much they know about the mobile phone network in general. The survey lasted three months and specifically from November 11 to February 11 with a sample of 287 people. The results were analyzed through the program spss 20. Finally we draw our conclusions.

Keywords: Networks, telecommunications, 5G, research, marketing

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	V
ABSTRACT .....	VI
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ .....	VII
ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	X
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	XII
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....	1
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 .....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ MARKETING.....	3
2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ MARKETINGΚ:.....	3
2.2 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ:.....	5
2.3 ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ:.....	16
2.4 ΜΕΙΓΜΑ MARKETINGΚ (MARKETING-MIX):.....	19
2.5 MOBILE MARKETING:.....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....	25
ΤΑ ΔΙΚΤΥΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ.....	25
3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	25
3.2 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΕΩΣ ΣΗΜΕΡΑ.....	26
3.3 ΟΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΟΥ 5G .....	31
3.4 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ & ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ 5G.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 .....	35
ΕΡΕΥΝΑ.....	35
4.1 ΣΚΟΠΟΣ .....	35
4.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	35
4.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΕΡΓΑΛΕΙΟΥ .....	35
4.4 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	36
ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ.....	36
ΕΠΑΓΩΓΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ .....	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....	63
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	63
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	67
Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ .....	67

Β. ΕΛΛΗΝΙΚΗ .....	67
Γ. ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	67
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α .....</b>	<b>68</b>
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ .....	68
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β .....</b>	<b>1</b>
ΠΙΝΑΚΕΣ SPSS .....	1



## **ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ**

Πίνακας 1: ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Α .....	59
Πίνακας 2: ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Β.....	60
Πίνακας 3: ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Γ .....	61
Πίνακας 4: ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Δ .....	62

## ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχεδιάγραμμα 4. 1: Κατανομή Φύλου .....	36
Σχεδιάγραμμα 4. 2: Κατανομή Ηλικίας.....	37
Σχεδιάγραμμα 4. 3: Κατανομή επαγγελματικής κατάστασης .....	38
Σχεδιάγραμμα 4. 4: Κατανομή μορφωτικού επιπέδου .....	39
Σχεδιάγραμμα 4. 5: Κατανομή οικονομικής κατάστασης .....	40
Σχεδιάγραμμα 4. 6: Κατανομή οικογενειακής κατάστασης .....	41
Σχεδιάγραμμα 4. 7: Έχετε παιδιά.....	42
Σχεδιάγραμμα 4. 8: Τόπος κατοικίας .....	43
Σχεδιάγραμμα 4. 9: Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ.....	44
Σχεδιάγραμμα 4. 10: Κάνετε χρήση του υπολογιστή σας εκτός γραφείου-σπιτιού .....	44
Σχεδιάγραμμα 4. 11: Έχετε συμβόλαιο διαδικτύου σπίτι σας.....	45
Σχεδιάγραμμα 4. 12: Έχετε .....	45
Σχεδιάγραμμα 4. 13: Γνωρίζετε τις δυνατότητες του κινητού σας πριν την αγορά του .....	46
Σχεδιάγραμμα 4. 14: Με τι συχνότητα κατεβάζετε εφαρμογές .....	47
Σχεδιάγραμμα 4. 15: Αξιολογείτε τον βαθμό από τις παρακάτω εργασίες που κάνετε .....	48
Σχεδιάγραμμα 4. 16: Πόσο χρησιμοποιείτε τις παρακάτω εφαρμογές .....	49
Σχεδιάγραμμα 4. 17: Πόσο είστε εξοικειωμένοι με τα παρακάτω .....	50
Σχεδιάγραμμα 4. 18: Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα .....	51
Σχεδιάγραμμα 4. 19: Γνωρίζετε τα κυψελικά δίκτυα.....	52
Σχεδιάγραμμα 4. 20: Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G .....	52
Σχεδιάγραμμα 4. 21: Γνωρίζετε κάποια από τα παρακάτω κυψελικά δίκτυα.....	53
Σχεδιάγραμμα 4. 22: Πιστεύετε ότι η τεχνολογία 5G θα βοηθήσει στο marketing .....	54
Σχεδιάγραμμα 4. 23: Ποια δυνατότητα της τεχνολογίας 5G θεωρείτε πιο σημαντική .....	55
Σχεδιάγραμμα 4. 24: Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing .....	56
Σχεδιάγραμμα 4. 25: Πόσο πιστεύετε πως η κρίση έχει επηρεάσει τους τομείς εξέλιξης, τεχνολογίας και marketing .....	56

Σχεδιάγραμμα 4. 26: Ποια πιστεύετε πως είναι τα πλεονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G .....	57
Σχεδιάγραμμα 4. 27: Ποια πιστεύετε πως είναι τα μειονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G .....	58

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με θέμα <<Ανάλυση δεδομένων μάρκετινγκ από δίκτυα κινητής τηλεφωνίας 5<sup>ης</sup> γενιάς>> όπου πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της πτυχιακής εργασίας του τμήματος Διοικητικής επιστήμης και τεχνολογίας του Αγίου Νικολάου.

Η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία είναι το αποτέλεσμα μιας σειράς αλληλεπιδράσεων με διάφορα άτομα, καθένα από τα οποία έπαιξε ένα σημαντικό ρόλο στην εξέλιξή της. Αξίζει λοιπόν, να αφιερώσουμε την παρούσα σελίδα για να ευχαριστήσουμε τα άτομα αυτά για τη βοήθεια που μας προσέφεραν για την υλοποίησή της.

Στο σημείο αυτό θα θέλαμε να εκφράσουμε τις ειλικρινείς και θερμές ευχαριστίες μας σε όσους συνέβαλλαν στην ολοκλήρωση αυτής της προσπάθειας και πρώτα απ' όλα, στον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής μας εργασίας τον κ. Μαστοράκη Γεώργιο για την συνεχή καθοδήγηση του και την αμέριστη υποστήριξη του που μας παρείχε όλο αυτών τον καιρό.

Τέλος, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλους εκείνους που μας έμαθαν να προσπερνάμε όλες τις δυσκολίες, αλλά πάνω από όλα θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους γονείς μας για την βοήθεια αλλά και την συμπαράσταση που μας παρείχαν όλα αυτά τα χρόνια.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο σύγχρονο μάρκετινγκ οι αγοραστές απαιτούν πιο αξιόπιστες αγορές καθώς και ολοκληρωμένες λύσεις εξυπηρέτησης ειδικότερα όταν αυτές γίνονται μέσω του διαδικτύου. Στις μέρες μας το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει πάρει φωτιά λόγω των καταστάσεων (Covid-19) επομένως οι επιχειρήσεις πρέπει να προσαρμοστούν στα σημερινά δεδομένα. Η ανάπτυξη του ψηφιακού μάρκετινγκ κρίνεται αναγκαία. Ενώ οι επιχειρήσεις απαιτούν γρήγορες ταχύτητες και καλύτερη επικοινωνία τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά της επιχείρησης.

Οι τηλεπικοινωνίες γεννήθηκαν από πολύ νωρίς και ακόμα συνεχίζουν να εξελίσσονται. Το 2021 κατάφεραν αισίως να εφαρμόσουν το δίκτυο 5G. Η παρούσα διπλωματική έχει ως στόχο την ανάλυση των δεδομένων του μάρκετινγκ από τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας 5G. Κάνοντας μία εισαγωγή στο μάρκετινγκ προσπαθήσαμε να ορίσουμε το μάρκετινγκ στις μέρες μας και να αναλύσουμε τη διαφήμιση μέσω επικοινωνία μεταξύ και των Καταναλωτών. Διακρίναμε τον ικανοποιημένο πελάτη μίλησα με το μακρο και το μικρό περιβάλλον μιας επιχείρησης. Οι παράγοντες του μακρο περιβάλλοντος είναι οι πολιτικοί, οι οικονομικοί, οι κοινωνικοπολιτικοί, οι τεχνολογικοί, οι νομοθετικοί και τέλος οι περιβαλλοντικοί. Για την ανάλυση του μικρού περιβάλλοντος χρησιμοποιήθηκε το υπόδειγμα των πέντε Δυνάμεων του Porter που αναφέρονται στα εμπόδια εισόδου, στον κίνδυνο των υποκατάστατων προϊόντων, στην διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και των αγοραστών. Καθώς επίσης και τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων. Όσον αφορά τους εσωτερικούς πόρους αναλύονται οι χρηματοοικονομικοί πόροι, οι φυσικοί πόροι τέλος οι ανθρώπινοι πόροι μέσα σε μία επιχείρηση. Όταν αναφερόμαστε στο marketing mix αναφερόμαστε στα 4p τα οποία είναι προϊόν, τιμή, δίκτυα διανομής και προώθηση.

Τέλος ορίσαμε το mobile internet και αναφέραμε τα εργαλεία του που είναι το email, το sms, το MMS και άλλα τα οποία αναφέρονται και περιγράφονται στα επόμενα κεφάλαια.

Το τελευταίο θεωρητικό κεφάλαιο αναλύει τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας αρχίζοντας όμως από τον ορισμό της τηλεπικοινωνίας. Έπειτα φέρετε ενδεικτικά η πορεία των δικτύων έως σήμερα και πώς Από το 1G σήμερα έχουμε φτάσει στο 5G. Έπειτα περιγράφονται οι απαιτήσεις του 5g μαζί με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του.

Το επόμενο κεφάλαιο περιέχει την έρευνά μας η οποία είχε ως στόχο να εντοπίσει τις τάσεις των Ελλήνων Καταναλωτών σχετικά με το πόσο γνωρίζουν τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας. Η έρευνα είχε διάρκεια τρεις μήνες και συγκεκριμένα από 11 Νοεμβρίου του 2020 έως και τις 11 Φεβρουαρίου το 2021 με δείγμα 287 άτομα. Πραγματοποιήθηκαν αναλύσεις περιγραφικής στατιστικής λογική στατιστικής το πρόγραμμα spss 20

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ MARKETING.

#### 2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ:

Στο marketing συνιστάται η οργανωμένη προσπάθεια από όλους προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες και οι επιθυμίες των καταναλωτών. Το μάρκετινγκ είναι μία παρεξηγημένη έννοια καθώς οι περισσότεροι πιστεύουν ότι είναι η διαδικασία της πώλησης. Ενώ άλλοι ότι είναι η διαφήμιση και η προώθηση των προϊόντων. Όμως το μάρκετινγκ είναι η έρευνα της αγοράς προκειμένου να εντοπιστούν οι ανάγκες των καταναλωτών. Επομένως δεν είναι ούτε η προώθηση, ούτε η διαφήμιση αντίθετα είναι οι κερδοφόρες πωλήσεις.

Ένα μέσο επικοινωνίας της επιχείρησης με τους εν δυνάμει καταναλωτές αλλά και τους πιθανούς νέους είναι η διαφήμιση αλλά δεν αρκεί μόνο αυτό. Η διαφήμιση μπορεί να γίνει με πάρα πολλούς τρόπους. Καθώς επίσης και να επαναληφθεί αρκετές φορές. Όμως και στις δύο περιπτώσεις μπορεί να λειτουργήσει είτε αρνητικά είτε θετικά στο μυαλό του Καταναλωτή. Επομένως Η έρευνα της αγοράς είναι το διαμάντι στα χέρια ενός μακετίστα κάθε επιχείρησης καθώς συλλέγονται πληροφορίες με τα συγκεκριμένα Target group που στοχεύει κάθε φορά.



Οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν το Μάρκετινγκ τοποθετούν τον καταναλωτή ως στόχο και θέτουν τέτοια όρια προκειμένου να τους έχουν πάντα ικανοποιημένους. Σύμφωνα με τον Ph. Kotler:

Οι πωλήσεις της επιχείρησης, για κάθε περίοδο προέρχονται από δύο ομάδες:

τους καινούργιους αγοραστές και τους παλιούς πελάτες. Κοστίζει πάντα περισσότερο η προσέλκυση καινούργιων πελατών, παρά η διατήρηση των παλιών πελατών.

Επομένως, η διατήρηση των ήδη υπαρχόντων πελατών είναι πιο σημαντικό και συνήθως πιο δαπανηρό από την προσέλκυση νέων. Το μυστικό είναι η ικανοποίηση τους που περιλαμβάνει τα εξής:

1. Επαναλαμβάνει την αγορά.
2. Κρίνει το προϊόν σε τρίτους.
3. Δεν ανταποκρίνεται το ίδιο στους ανταγωνιστές.
4. Αγοράζει και άλλα προϊόντα από την επιχείρηση.

Συνοψίζοντας, η επιτυχία της εκάστοτε επιχείρησης εξαρτάται από το πόσο ικανοποιημένοι είναι οι πελάτες της για μια συγκεκριμένη ανάγκη. Προκειμένου να την εξασφαλίσει της πρέπει να έχει σύμβουλο της τόσο το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό της περιβάλλον της και να προσαρμόζεται σε αυτό. Αυτό με λίγα λόγια είναι το Μάρκετινγκ.





## 2.2 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ:

Στο εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης συμπεριλαμβάνονται όλοι εκείνοι οι παράγοντες που δρουν έξω από αυτήν και την επηρεάζουν και αλληλεπιδρούν μεταξύ τους.

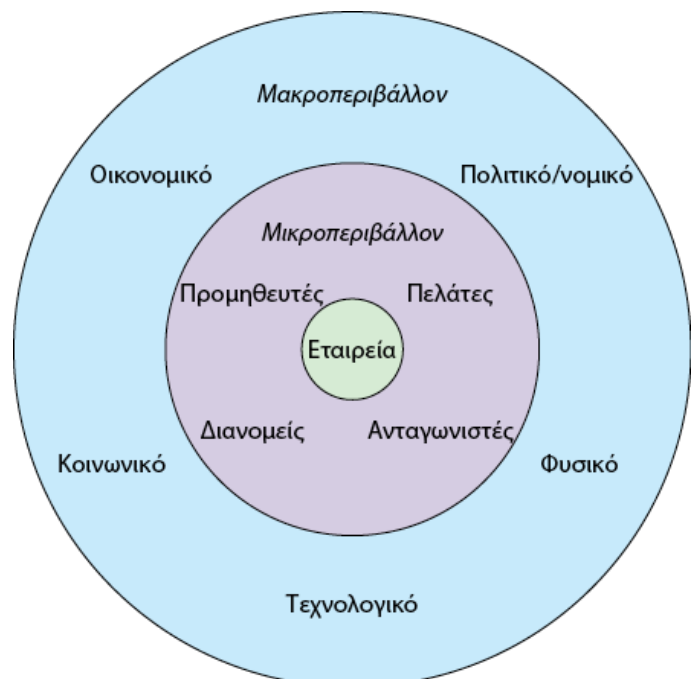
### ΜΑΚΡΟ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ:

Οι παράγοντες του Μακροπεριβάλλοντος είναι:

- Πολιτικοί
- Οικονομικοί
- Κοινωνικό/πολιτιστικοί
- Τεχνολογικοί
- νομοθετικοί
- περιβαλλοντικοί



Μακροπεριβάλλον ορίζεται το περιβάλλον μέσα στο οποίο δρα μια αγορά και είναι το ίδιο για όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου. Το Μακροπεριβάλλον είναι ασταθές γιατί συνεχώς εξελίσσεται. Ότι συμβαίνει σε αυτό επηρεάζει τις επιχειρήσεις και δημιουργεί ευκαιρίες για εφαρμογή του μάρκετινγκ αλλά και εμφανίζονται και απειλές που η επιχείρηση έχει να αντιμετωπίσει σε βάθος χρόνου προκειμένου να επιβιώσει.



Οι παράγοντες του μακροπεριβάλλοντος είναι οι εξής:

I .Πολιτικοί:

Στο πολιτικό κομμάτι συμπεριλαμβάνονται παράγοντες όπως είναι το πολιτικό κλίμα και η πολιτική αστάθεια ή σταθερότητα, η ανάμειξη της πολιτικής στην λειτουργία της οικονομίας και της αγοράς, οι νόμοι και γενικότερα ότι επηρεάζεται από την πολιτική.



## II. Οικονομικοί:

Όσο αφορά τους οικονομικούς παράγοντες είναι οι οικονομικές πολιτικές της κυβέρνησης, η αναπτυξιακή πορεία της οικονομίας, τα ποσοστά απασχόλησης και ανεργίας, ο πληθωρισμός, η αγοραστική δύναμη, τα επιτόκια δανεισμού, οι συναλλαγματικές ισονομίες και γενικά οτιδήποτε έχει να κάνει με γενικότερες εξελίξεις στο χώρο της οικονομίας.



### III. Κοινωνικό – πολιτιστικοί:

Στους κοινωνικό/πολιτιστικούς παράγοντες περιλαμβάνονται όλοι εκείνοι οι παράγοντες που στοχεύουν την αγορά, όπως είναι για παράδειγμα τα δημογραφικά στοιχεία του πληθυσμού, το μορφωτικό επίπεδο, η κατανομή του πλούτου, οι διάφορες συνθήκες διαβίωσης, το lifestyle καθώς και οι κοινωνικές τάξεις.



#### IV. Τεχνολογικοί:

Στο τεχνολογικό κομμάτι αναφέρονται όλοι εκείνοι οι παράγοντες που αφορούν την τεχνολογία. Συγκεκριμένα είναι οι δαπάνες της επιχείρησης για έρευνα και ανάπτυξη, το επίπεδο και η έκταση εφαρμογής της πληροφορικής, ο ρυθμός ανάπτυξης καινοτόμων τεχνολογιών, το διαδίκτυο και η κοινωνική δικτύωση, το ηλεκτρονικό εμπόριο , αλλά και νέες μέθοδοι διανομής προϊόντων, μεταφορών κ.α.

#### IIV. Περιβαλλοντικοί:

Τέλος, οι περιβαλλοντικοί παράγοντες περιλαμβάνουν τους νόμους που σχετίζονται με τη προστασία του περιβάλλοντος, την ανακύκλωση των συσκευασιών, καθώς ακόμα και τη προστασία περιορισμένων φυσικών πόρων όπως είναι το νερό και το πετρέλαιο. Τέλος στους περιβαλλοντικούς παράγοντες είναι και η διαχείριση και η επεξεργασία των λυμάτων.



### *ΜΙΚΡΟ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ:*

Η ανάλυση του μικροπεριβάλλοντος γίνεται με τη βοήθεια των πέντε δυνάμεων της δομικής ανάλυσης της αγοράς. Αυτό είναι γνωστό ως το υπόδειγμα του Porter και μας προσδιορίζει την ύπαρξη του ανταγωνισμού σε αυτόν τον κλάδο. Σύμφωνα με το υπόδειγμα του Porter οι πέντε δυνάμεις που αναπτύσσονται είναι:

- Οι νέες επιχειρήσεις.
- Τα υποκατάστατα.
- Οι προμηθευτές.
- Οι αγοραστές.
- Ο ανταγωνισμός..

Από την ανάλυση ο οργανισμός φτάνει να μαζέψει στοιχεία που θα τον βοηθήσουν να σχηματίζει τη στρατηγική του. Ταυτόχρονα μας δείχνει και τη δομή του κλάδου που επηρεάζει τον ανταγωνισμό, ο οποίος εν συνέχεια μας δείχνει πόσο κερδοφόρος μπορεί να επέλθει ο οργανισμός. Άρα η επιχείρηση μπορεί να εκτιμήσει τη συνολική ελκυστικότητα του κλάδου. Στη συνέχεια παρουσιάζεται το μοντέλο των παραπάνω δυνάμεων στον κλάδο της κινητής τηλεφωνίας.



i. Εμπόδια εισόδου:

Οι νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις είναι και θα είναι πάντα μια δυνητική απειλή τις υπάρχουσες επιχειρήσεις σε έναν κλάδο καθώς μπορούν να διαμορφώσουν τις τιμές

Η διαβάθμιση της απειλής μπορεί να αξιολογηθεί με βάση τα πιθανά εμπόδια εισόδου, τα οποία είναι:

- ✚ Οικονομία κλίμακας
- ✚ Διαφοροποιημένο προϊόν ή υπηρεσία.
- ✚ Κεφαλαιακές απαιτήσεις
- ✚ Κόστος αλλαγής
- ✚ Αποκλειστικότητα των καναλιών διανομής
- ✚ Μειονεκτήματα κόστους ανεξάρτητα από το μέγεθος

ii. Κίνδυνος από ανταγωνιστικά προϊόντα:

Σε μία πιθανή αύξηση της τιμής σε ένα προϊόν , οι πελάτες θα αναζητήσουν να βρουν κάτι αντίστοιχο σε υποκατάστατο σε χαμηλότερη τιμή.

Για να γίνει η ανάλυση των υποκατάστατων προϊόντων, πρέπει να λάβουμε υπόψη μας τα εξής:

- ✚ Το βαθμό απειλής των υποκατάστατων προϊόντων.
- ✚ Το βαθμό ποιότητας των υποκατάστατων προϊόντων.
- ✚ Σχέση τιμής-απόδοσης.





iii. Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών:

Οι προμηθευτές έχουν ιδιαίτερα μεγάλη δύναμη καθώς καθορίζουν τις τιμές και την ποιότητα του αρχικού προϊόντος. Σύμφωνα με τον Porter ένας προμηθευτής μπορεί να έχει μεγάλη δύναμη σε μια εταιρία όταν:

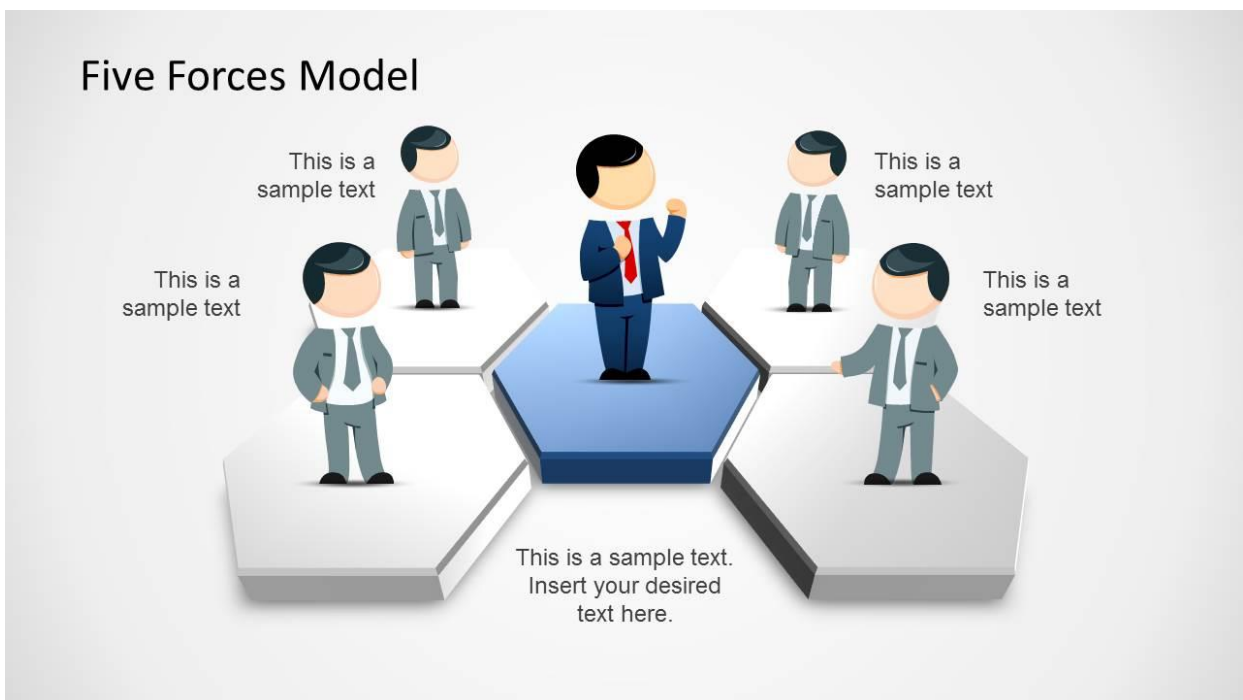
- Υπάρχουν λίγοι προμηθευτές
- Το προϊόν είναι μοναδικό ή εξειδικευμένο.
- Μικρό αγοραστικό κοινό.
- Μεγάλο κόστος αντικατάστασης.
- Ο προμηθευτής γίνεται και πωλητής του προϊόντος.



Ιν Η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών/ καταναλωτών:

Οι πελάτες έχουν και αυτοί την δύναμη τους και μπορούν να επηρεάζουν την εταιρεία καθώς απαιτούν χαμηλότερες τιμές, να απαιτήσουν καλύτερο προϊόν, Ουσιαστικά είναι αυτοί που δημιουργούν ανταγωνισμό. Όλα αυτά συμβαίνουν όταν οι πελάτες/ καταναλωτές είναι μια ομάδα. Τότε έχουν την δύναμη να κάνουν διάφορα πράγματα εάν

- Αγοράσουν μεγάλο όγκο (χονδρικής).
- Αγοράσουν ανταγωνιστικό προϊόν.
- Το κόστος αλλαγής προμηθευτή είναι χαμηλό.



ν. Εχθρότητα μεταξύ ανταγωνιστών:

Όλα αυτά μαζί μπορεί να δημιουργήσουν μια εχθρότητα μεταξύ των ανταγωνιστών. Κάνοντας ,μια ανάλυση όλων των παραπάνω φτιάχνουμε μια εικόνα της αγοράς και του τρόπου με τον οποίο πρέπει να κινηθούμε μέσα σε αυτήν.

### Real Estate- Porter's Five Forces Model



### 2.3 ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ:

Με τον όρο εσωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης εννοούμε τους παράγοντες οι οποίοι είναι ήδη εσωτερικά της επιχείρησης και χρησιμοποιούνται προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι τους. Οι εσωτερικοί πόροι είναι οι χρηματοοικονομικοί, οι φυσικοί, οι ανθρώπινοι και οι τεχνολογικοί πόροι.

Εσωτερικό περιβάλλον ονομάζονται «οι δυνάμεις μέσα στην επιχείρηση, που επηρεάζουν την επιχείρηση και τη λειτουργία της». (Στειακάκης & Καντζός,2002)

#### ι. Χρηματοοικονομικοί πόροι:

Η επιχείρηση έχει ανάγκη από ρευστό για να λειτουργήσει. Το πιο σύνηθες και βασικό είναι το μετοχικό κεφάλαιο που περιλαμβάνει ίδιους πόρους και δάνεια.



ii. Φυσικοί πόροι:

Όταν αναφερόμαστε στους φυσικούς πόρους ουσιαστικά μιλάμε για τις εγκαταστάσεις, ολόκληρο τον εξοπλισμό, τα μηχανήματα που έχει στην διάθεση της η επιχείρηση, τα οχήματα και τις υπάρχουσες πρώτες ύλες. Εκτός από τη διαχείριση των χρηματοοικονομικών πόρων η επιχείρηση καλείται να χρησιμοποιήσει ορθά και με αποτελεσματικό τρόπο τους φυσικούς της πόρους για να έχει την μέγιστη δυνατή απόδοση.



iii. Ανθρώπινοι πόροι:

Οι ανθρώπινοι πόροι είναι ουσιαστικά το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης. Η εκάστοτε επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να εξασφαλίσει τον αριθμό των εργαζόμενων που είναι για την σωστή και αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης. Θα πρέπει να γίνει μελέτη των ικανοτήτων των εργαζομένων της κάθε επιχείρησης έτσι ώστε να τοποθετήσει τον σωστό εργαζόμενο στη σωστή θέση με στόχο τη μεγιστοποίηση της απόδοσης της. Η επιχείρηση από την μεριά της θα πρέπει να παρέχει κίνητρα στους εργαζομένους της. Η ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος στηρίζεται στον Porter.



## 2.4 ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (MARKETING-MIX):

Το μείγμα Μάρκετινγκ αποτελεί το σύνολο της παραγωγικής προσπάθειας μιας επιχείρησης και συνιστάται από τα στοιχεία:

1. Το προϊόν.
2. Η τιμή
3. Η διανομή
4. Η προώθηση



## 4Ps of Marketing Mix

### *ΠΡΟΙΟΝ:*

Προϊόν ή υπηρεσία, επομένως είναι το σύνολο των υλικών και άυλων χαρακτηριστικών τα οποία έχουν σχεδιαστεί με στόχο να ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών.



### *ΤΙΜΗ:*

Τιμή είναι η αξία με την οποία πραγματοποιείται η ανταλλαγής ενός αγαθού ή υπηρεσίας. Αποτελεί μέτρο σύγκρισης για τον καταναλωτή σε σχέση με τα υποκατάστατα προϊόντα που κυκλοφορούν και τον βοηθά να αποφασίσει. Συμπερασματικά, η τιμή επηρεάζει την "εικόνα του.



### *ΤΑ ΔΙΚΤΥΑ (ΚΑΝΑΛΙΑ) ΔΙΑΝΟΜΗΣ:*

Τα παραγόμενα προϊόντα και οι υπηρεσίες προκειμένου να φτάσουν στα χέρια των καταναλωτών. Είναι ουσιαστικά τα μέσα που θα φτάσουν τα προϊόντα στο ράφι.









### *Τα εργαλεία mobile-marketing:*

#### *Mail:*

Το mail στα κινητά είναι η αποστολή και η λήψη είτε μικρών μηνυμάτων κειμένου, είτε αρχείων όπως εικόνες, βίντεο και έγγραφα κειμένων. Μπορεί ο καθένας να στείλει μήνυμα με αναγκαία τη συγκατάθεση του χρήστη που μπορεί να απεγγραφεί και να επανεγγραφεί όποτε θέλει.

#### *SMS:*

Το SMS επιτρέπει την επιστολή ενός μηνύματος σε ένα target group συγκεκριμένο που μπορεί πολλές φορές και να απαντά, ειδικότερα όταν πρόκειται για διαγωνισμό. Επιπλέον, μπορούν να διανέμονται διάφορα εισιτήρια για κοινωνικές εκδηλώσεις με τη μορφή ηλεκτρονικών κουπονιών μέσω SMS

#### *MMS:*

Το MMS είναι ένα SMS με εικόνα και ήχο. Με την εμφάνιση των δικτύων επικοινωνίας τρίτης γενιάς, κυκλοφορούν όλο και περισσότερες εφαρμογές MMS όπως το viber ή το what's up.

#### *Voice mail:*

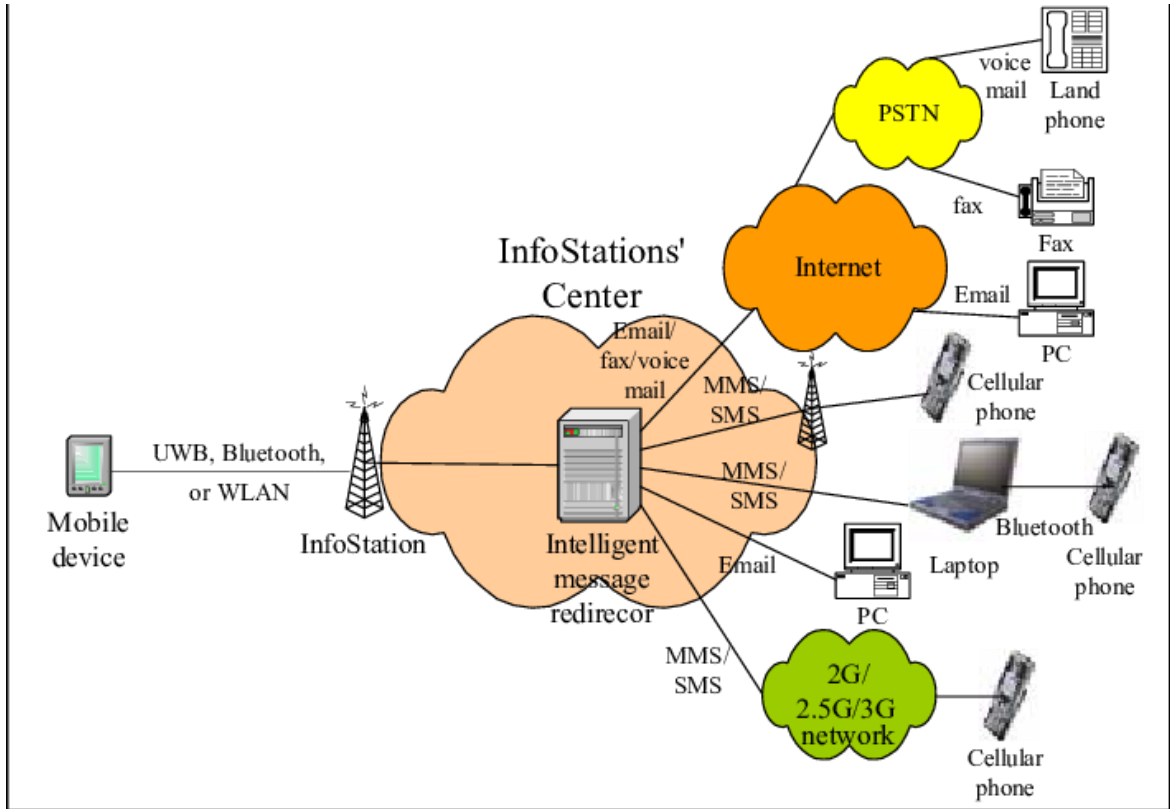
Είναι μία εφαρμογή αποστολής ενός διαφημιστικού φωνητικού μηνύματος στα κινητά τηλέφωνα το οποίο μπορεί να ακούγεται απευθείας από το χρήστη ή να αποθηκεύεται στον τηλεφωνητή, για να το ακούσει αργότερα. Βέβαια δέχεται περιορισμό αριθμό μηνυμάτων τα οποία διατηρεί κάποιες ημέρες και υπάρχει περίπτωση να μην φτάσει ποτέ στα αυτιά του χρήστη διότι μπορεί να επικαλυφθεί από άλλα μηνύματα και ο χρήστης να μην το ακούσει ποτέ. Για να μπορέσει να φτάσει αυτός ο τύπος μηνυμάτων στον κάθε χρήστη πρέπει να έχει δώσει τη συγκατάθεσή του.

#### *Search:*

Είναι η αναζήτηση περιεχομένου σε μια κινητή συσκευή τηλεφώνου.

#### *Bluetooth:*

Το Bluetooth είναι μία ασύρματη επικοινωνία που μεταφέρει δεδομένα μεταξύ ηλεκτρονικών συσκευών, όπως κινητά τηλέφωνα και υπολογιστές.



## ΚΕΦΑΛΙΑΟ 3

### ΤΑ ΔΙΚΤΥΑ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

Στο κεφάλαιο δύο αναλύθηκαν οι βασικές έννοιες του μάρκετινγκ καθώς και το mobile marketing. Επομένως σε αυτό το κεφάλαιο θα αναφερθούμε γενικότερα για τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας. Πρώτα θα παρουσιάσουμε όσο το δυνατόν μπορούμε καλύτερα τον κλάδο των Τηλεπικοινωνιών στην ελληνική αγορά καθώς επίσης θα διαχωρίσουμε μορφές του δικτύου.

#### 3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σύμφωνα με την διεθνή Ένωση Τηλεπικοινωνιών (ITU) ως τηλεπικοινωνία ορίζεται οποιαδήποτε εκπομπή, μετάδοση αλλά και λήψη σημείων, σημάτων, εικόνων, ήχων, γραπτών κειμένων ή οποιαδήποτε άλλη πληροφορία όπου μπορεί να μεταφερθεί είτε με ενσύρματα είτε με ασύρματα είτε με οπτικά είτε με άλλα ηλεκτρομαγνητικά συστήματα.

Η τεχνολογία συνεχώς εξελίσσεται Επομένως δεν θα μπορούσε να μείνει στάσιμη στον κλάδο της τηλεπικοινωνίας. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την δημιουργία της τηλεματικής η οποία παρέχει τις σύγχρονες υπηρεσίες που προκύπτουν με το "πάντρεμα" των Τηλεπικοινωνιών με την πληροφορική. Ένα παράδειγμα είναι οι ασυμμετρικές ψηφιακές γραμμές οι γνωστές σε όλους ADSL όπου εξασφάλισαν μεγάλη ταχύτητα στην επικοινωνία.

Μελετώντας λίγο τον κλάδο των Τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα παρατηρούμε πως τα τελευταία χρόνια, λόγω της οικονομικής κρίσης χώρα μας, βρίσκεται σε κομβικό σημείο καθώς παρουσιάζει δείγματα κορεσμού με τα επίπεδα διείσδυσης της σταθερής και κινητής τηλεφωνίας να αγγίζουν ακόμα και το ποσοστό το 100%. ([www.cosmote.gr](http://www.cosmote.gr))



### 3.2 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΕΩΣ ΣΗΜΕΡΑ

Σήμερα έχουμε φτάσει αισίως στην 5η γενιά των δικτύων. Πάμε όμως να γνωρίσουμε των δικτύων από την εμφάνισή τους έως και σήμερα.

Πριν από το 1983, λίγο πριν δηλαδή την εμφάνισή του 1G επικοινωνίες ήταν φωνητικές και τα συστήματα που χρησιμοποιούσαν ήταν αναλογικά τα οποία διαμορφώνονταν από μία μονή πλευρική ζώνη την γνωστή SSB.

Το 1966 το Bell labs αποφάσισε να υιοθετήσει τα συγκεκριμένα αναλογικά συστήματα προκειμένου να δημιουργήσει ένα κινητό σύστημα μεγάλης χωρητικότητας εκείνη την περίοδο τα ψηφιακά συστήματα ήταν αρκετά την κατασκευή τους. Το 1983 εμφανίστηκε το 1G κινητής τηλεφωνίας των ΗΠΑ που αρχικά ονομάστηκε AMPS δηλαδή Advanced mobile phone service, και μετά καθιερώθηκε το 1G.



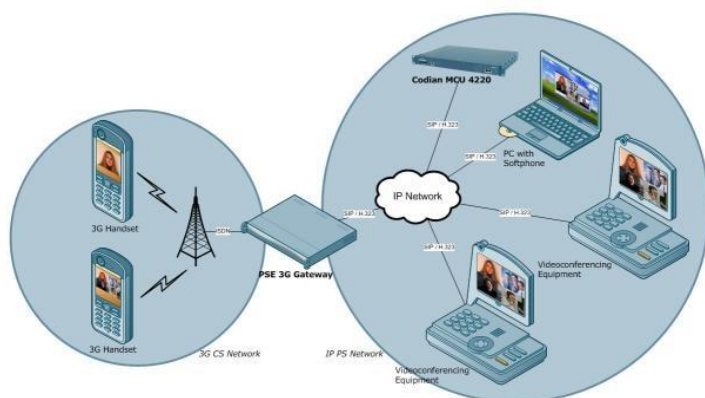
## Drawbacks Of 1G

- Poor battery
- Poor voice quality
- Large in size
- No security
- Frequency call drop



Από το 1990 και μετά ξεκίνησε η μετάβαση από το 1G στο 2G που ουσιαστικά σήμαινε το πέρασμα από το αναλογικό σύστημα στο ψηφιακό σύστημα. Πιο συγκεκριμένα το ευρωπαϊκό GSM και το IS-54 της Βόρειας Αμερικής αισθήματα χρησιμοποιούσαν την χρονική πολυπλεξία TDMA δηλαδή Time Division Multiple Access. Μόλις η εταιρεία AT&T πουλήθηκε το 1980 απέμεινε μόνο το ερευνητικό Ίδρυμα Bell labs προκειμένου να μπορέσει να αναπτύξει ένα καλό σύστημα 2G.

Από το 1995 και μετά ξεκίνησε η εμφάνιση του 2,5 G όπου πλέον όλες οι



ασύρματες επικοινωνίες είναι κυρίως για φωνή υψηλής χωρητικότητας όμως με περιορισμένη παροχή δεδομένων. Το σύστημα πολλαπλής πρόσβασης διαίρεσης κώδικα το γνωστό σε

όλους CDMA χρησιμοποιούσε εύρος Ζώνης 1.25 MHz και υιοθετήθηκε στις ΗΠΑ. Την ίδια χρονική περίοδο οι Ευρωπαϊκές χώρες άρχισαν να βελτιώνουν τα συστήματα GSM τους στρέφοντας την προσοχή τους στα συστήματα GPRS και EDGE.

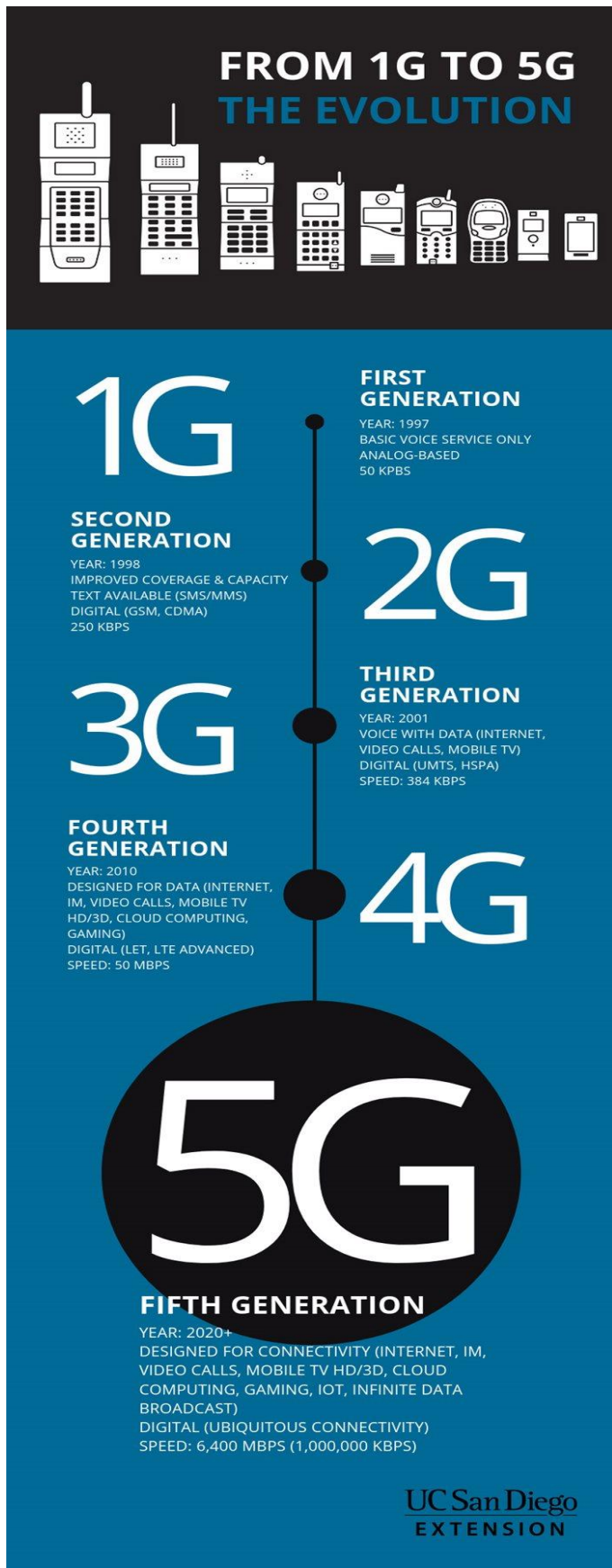
Το 3G δεν άργησε να εμφανιστεί. Μόλις το 1999 μπαίνουμε στη γενιά όπου πλέον το σύστημα ασύρματων Επικοινωνιών διαθέτει δυνατότητες φωνής και δεδομένων. Το 3G γίνεται το πρώτο διεθνές τυποποιημένο σύστημα το οποίο βγαίνει στην αγορά από την ITU. Το 3G ήρθε να εκμεταλλευτεί την τεχνολογία πολλαπλής πρόσβασης WCDMA και να χρησιμοποιήσει εύρος ζώνης 5MHz. Αυτή η γενιά δικτύων λειτουργεί τόσο σε λειτουργίες αμφίδρομης διαίρεσης συχνότητας όσο και σε αμφίδρομη χρονικής διαίρεσης. Ουσιαστικά με την εξέλιξη του 2G στο 3G έχουμε την εξέλιξη από φωνητικά συστήματα δεδομένο - κεντρικά συστήματα.



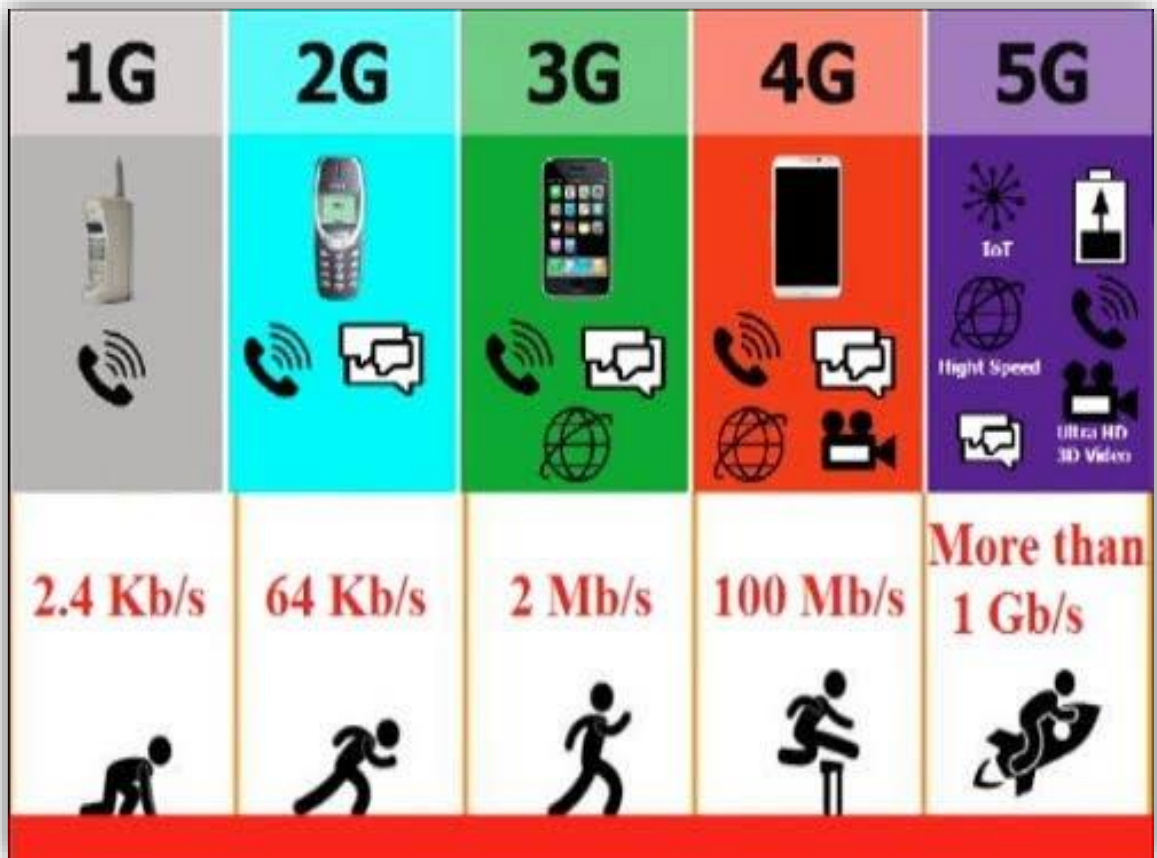
Το 2013 εμφανίζεται το δίκτυο 4G. Το 4G είναι ένα σύστημα υψηλής ταχύτητας δεδομένων είμαι φωνή. Στην αγορά υπάρχουν δύο συστήματα 4G. Πρώτον αναπτύχθηκε από τις Ηνωμένες Πολιτείες και είναι το σύστημα παγκόσμιος διαλειτουργικότητας για πρόσβαση στα μικροκύματα χρησιμοποιώντας την ορθογώνια πολυπλεξία διαίρεση συχνότητας η οποία εξελίχθηκε από το WiFi. Το 2ο σύστημα είναι το LTE που αναπτύχθηκε μετά το προαναφερθέν. Οι δύο αυτές τεχνολογίες μοιάζουν και λειτουργούν παρόμοια καθώς το εύρος ζώνης και των δύο είναι τα 20MHz. Από τις δύο τεχνολογίες η πιο αποδεκτή από τους παρόχους κινητής τηλεφωνίας είναι η LTE. Ουσιαστικά η μετάβαση των δικτύων από 3G σε 4G αύξησε της ταχύτητας το δεδομένων του Internet επέτρεψε και μεγαλύτερες ταχύτητες για βίντεο σε κινητές συσκευές.







Το 2021 γίνεται η αποκάλυψη του 5G όπου και εκκρεμεί ο επίσημος ορισμός του καθώς ακόμα δεν έχει ολοκληρωθεί. Είναι ένα σύστημα δεδομένων υψηλής χωρητικότητας με εξαιρετικά υψηλές ταχύτητες οι οποίες έχουν απαιτήσεις σχεδίασης προσαρμοσμένες στα υπάρχοντά συστήματα έχοντας ως στόχο να εξοικονομήσει ενέργεια αλλά και να μειώσει των επιχειρησιακών δαπανών για τους παρόχους. Το 5G έχει ως όραμα όχι μία νέα τεχνολογία αλλά ένα νέο τεχνολογικό οικοσύστημα ασύρματων δικτύων τα οποία συνεργάζονται μεταξύ τους για να παρέχουν ένα εκπληκτικό μέσο επικοινωνίας στον τελικό χρήστη. Ουσιαστικά το πέρασμα από το 4G στο 5G σημαίνει η μετατόπιση όλου του προτύπου σχεδιασμού από ένα ενιαίο σύστημα σε ένα σύστημα πολλαπλών μονάδων. (Γουδρουμανίδης,2017)



### 3.3 ΟΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΟΥ 5G

Το δίκτυο 5G έχει τις εξής προδιαγραφές: (NGMN Alliance,2015)

- a) 1000 φορές μεγαλύτερη χωρητικότητα.
- b) 5 φορές μικρότερη καθυστέρηση.
- c) 10 φορές μεγαλύτερη διάρκεια ζωής μπαταρίας.
- d) Από 10 έως 100 φορές μεγαλύτεροι ρυθμοί δεδομένων στον τελικό χρήστη.
- e) Από 10 έως 100 φορές περισσότερες συσκευές.

Η αύξηση της χωρητικότητας μπορεί να επιτευχθεί μέσω τριών προσεγγίσεων ταυτόχρονα οι οποίες είναι οι εξής: (NGMN Alliance,2015)

- A. Ως προς την πυκνότητα του δικτύου παρέχοντας βελτίωση τάξεως του 50%.
- B. Πότε θα αύξηση της φασματικής απόδοσης με διπλάσια βελτίωση.
- C. Και με τη χρήση περισσότερου φάσματος συμπεριλαμβανομένων των υψηλότερων συχνοτήτων παρέχοντας την δεκαπλάσια βελτίωση.

Λαμβάνοντας Υπόψιν το όραμα του οργανισμού 5G infrastructure association, ο σχεδιασμός του 5G τους εξής στόχους: (NGMN Alliance,2015)

Να συγκεντρώσει τις διάφορες τεχνολογίες ασύρματης πρόσβασης προκειμένου να παρέχει στους τελικούς χρήστες αδιάλειπτη υπηρεσία.

Να δημιουργήσει περιβάλλον για διάφορες ομάδες χρηστών.

Να ανοίξει το δρόμο για τους εικονικούς πανευρωπαϊκούς παρόχους οι οποίοι θα βασίζονται στις εθνικές υποδομές.

Αναφερόμενη στους στόχους ως προς την απόδοση είναι οι εξής: (NGMN Alliance,2015)

- I. Αύξηση ασύρματης χωρητικότητας.
- II. Μικρότερες καθυστερήσεις.
- III. Υψηλή αξιοπιστία για την παροχή κρίσιμων εφαρμογών.
- IV. Μείωση της ηλεκτρομαγνητικής ακτινοβολίας.
- V. Μείωση κατανάλωσης ενέργειας.
- VI. Μείωση χρόνου δημιουργίας υπηρεσιών.

Αναφερόμενη Στους στόχους ως προς τις λειτουργικές δυνατότητες είναι οι εξής: (NGMN Alliance,2015)

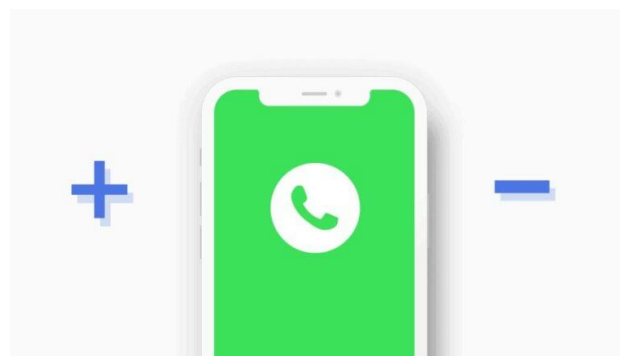
1. Να μπορούν να συνδέονται πάνω από 20 δισεκατομμύρια άνθρωποι να τρομακτικά ταυτόχρονα.
2. Να μπορούν να συνδέονται πάνω από 1 τρισεκατομμύρια IoT τερματικά.
3. Να παρέχουν εγγυημένος ρυθμούς άνω των 50 Mbit/s με αξιοπιστία υπηρεσιών μεγαλύτερη του ποσοστού 99,99%.
4. Να παρέχεται ακρίβεια θέσης εξωτερικού τερματικού μικρότερη του ενός μέτρου.
5. Να παρέχετε επικοινωνία για τις επίγειες μεταφορές με ταχύτητες που να αγγίζουν τα 500 χιλιόμετρα ανά ώρα.

### 3.4 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ & ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ 5G

Κάθε τι καινούργιο επηρεάζει τόσο αρνητικά όσο και θετικά τη ζωή μας, την καθημερινότητά μας. Ειδικότερα όταν πρόκειται για την τεχνολογία δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε αναφερθούμε στα πλεονεκτήματα που μπορεί να προσφέρει η νέα εποχή του 5G αλλά και στα πιθανά μειονεκτήματα που μπορούν να εμφανιστούν από τη χρήση του.

Αρχίζοντας από τα πλεονεκτήματα παρατηρούμε πως τα νέα δίκτυα 5G μπορούν: ([www.tsouk.gr](http://www.tsouk.gr))

1. Να παρέχουν τεράστιες ταχύτητες μετάδοσης δεδομένων που αγγίζουν και προσπερνούν τα 10 Gbps.
2. Η ευκαιρία να εκτελούνται ταυτόχρονα πολλές υπηρεσίες δεδομένων όπως για παράδειγμα να πραγματοποιείτε downloading, uploading, το GPS αλλά και ομιλία με βίντεο Χωρίς καμία καθυστέρηση σε καμία από τις τέσσερις λειτουργίες ταυτόχρονα.
3. Η επεξεργασία και η μεταφορά μεγάλου όγκου δεδομένων δεν θα είναι τόσο χρονοβόρα αλλά θα είναι και πιο απλή διαδικασία.
4. Θα βοηθήσουν τις τεχνολογίες virtual reality και AR να αναπτυχθούν.
5. Θα πραγματοποιηθεί ενοποίηση των υπηρεσιών σε μία ενιαία πλατφόρμα.
6. Θα αναπτυχθούν επίσης και οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης καθώς θα εκμεταλλευτούν τα νέα πρότυπα ταχύτητας και την ενιαία πλατφόρμα.
6. Μαζί με τον κλάδο της τεχνολογίας αναπτυχθούν Επίσης και κλάδοι καλύτερη σημασίας για την ανθρωπότητα όπως είναι ο τομέας υγείας, των μετακινήσεων Smart συσκευών σπιτιού.



Φτάνοντας στα μειονεκτήματα, τα πιθανά μειονεκτήματα από τη χρήση του 5G μπορεί να είναι τα εξής: ([www.tsouk.gr](http://www.tsouk.gr))

- i. Ενδέχεται ορισμένες συσκευές Παλαιάς τεχνολογίας να μην είναι συμβατές με το δίκτυο 5g με αποτέλεσμα οι χρήστες να μην μπορούν να προσαρμοστούν.
- ii. Λόγω του μεγάλου κόστους ανάπτυξης της νέας τεχνολογίας εφαρμόζοντας τον νόμο της ζήτησης και της αγοράς ενδέχεται να αυξηθούν οι τιμές. Ήδη έχει υπολογιστή πως η αύξηση των τιμών θα είναι πάνω από εκατό δισεκατομμύρια δολάρια.
- iii. Για την εφαρμογή του νέου δικτύου χρειάζονται εξειδικευμένα μηχανήματα επομένως το κόστος αγοράς αλλά και συντήρησης αυτών προκειμένου να πραγματοποιηθεί η σωστή λειτουργία του νέου δικτύου θα είναι μεγάλο.
- iv. Αναγκαστικά θα πρέπει να αυξηθούν οι τοποθετήσεις κεραιών προκειμένου να μπορέσουν να υποστηρίξουν το δίκτυο με αποτέλεσμα αυτό να αποφέρει σωματικές βλάβες ανθρώπους αλλά και θα λιώσει ίσως το αισθητικό κυρίως κομμάτι περιβάλλοντος όμως μπορεί να δημιουργήσει πρόβλημα και ρύπανση στο περιβάλλον γενικότερα.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΕΡΕΥΝΑ**

#### **4.1 ΣΚΟΠΟΣ**

Στόχος της έρευνα είναι να εντοπίσουμε την στάση των Ελλήνων καταναλωτών σχετικά με την γνώση τους πάνω στα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας.

#### **4.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

Προκειμένου να πραγματοποιηθεί η παρούσα έρευνα διανεμήθηκε ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο μέσω του κοινωνικού μέσου δικτύωσης Facebook. Η έρευνα διήρκησε 3 μήνες από 11 Νοεμβρίου έως και 11 Φεβρουαρίου και το δείγμα που συλλέχθηκε ήταν 287 άτομα. Ένα αρκετά ικανοποιητικό δείγμα προκειμένου να εξαχθούν συμπεράσματα. Για την ανάλυση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκε το εργαλείο SPSS 20.

#### **4.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΕΡΓΑΛΕΙΟΥ**

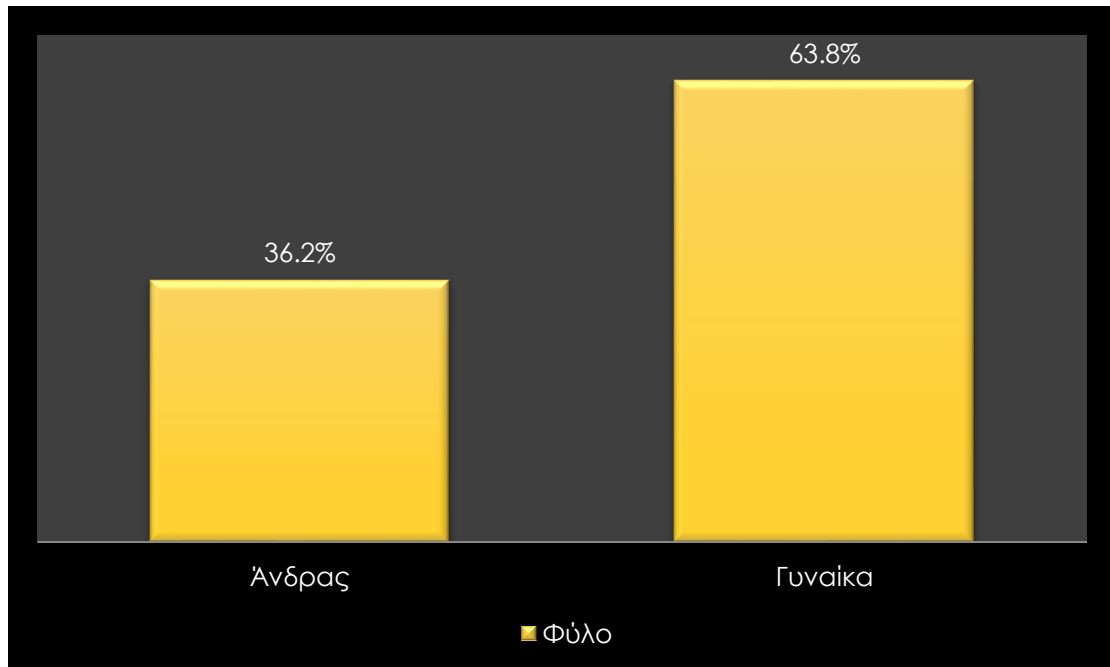
Το ερωτηματολόγιο χωριζόταν σε 2 μέρη. Το πρώτο μέρος περιλάμβανε ερωτήσεις σχετικά με το προφίλ του δείγματος ενώ το δεύτερο μέρος περιείχε τις ερευνητικές ερωτήσεις όπου το δείγμα μας κλήθηκε να απαντήσει σχετικά με το αν έχουν στην κατοχή σας Η/Υ, αν κάνουν χρήση του υπολογιστή σας εκτός γραφείου-σπιτιού, αν έχουν συμβόλαιο διαδικτύου σπίτι σας και αν έχουν στην διάθεση τους Tablet, Iphone, Smartphone ή Ipad. Επίσης αν γνωρίζουν τις δυνατότητες του κινητού σας πριν την αγορά του. Με τι συχνότητα κατεβάζουν εφαρμογές και να αξιολογήσουν ορισμένες απόψεις που τους δόθηκαν.

#### 4.4 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

##### ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ

##### Α. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

##### 1. Φύλο:

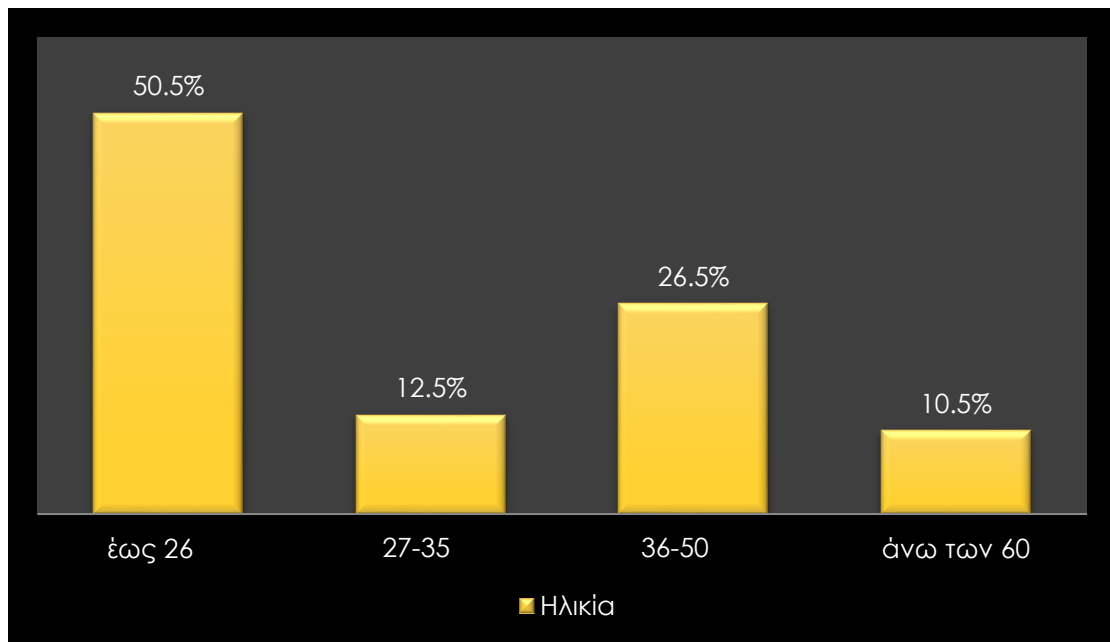


**Σχεδιάγραμμα 4. 1: Κατανομή Φύλου**

Στο παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι το 63,8% του δείγματος αποτελείται από γυναίκες ενώ το 36,2% από άνδρες.



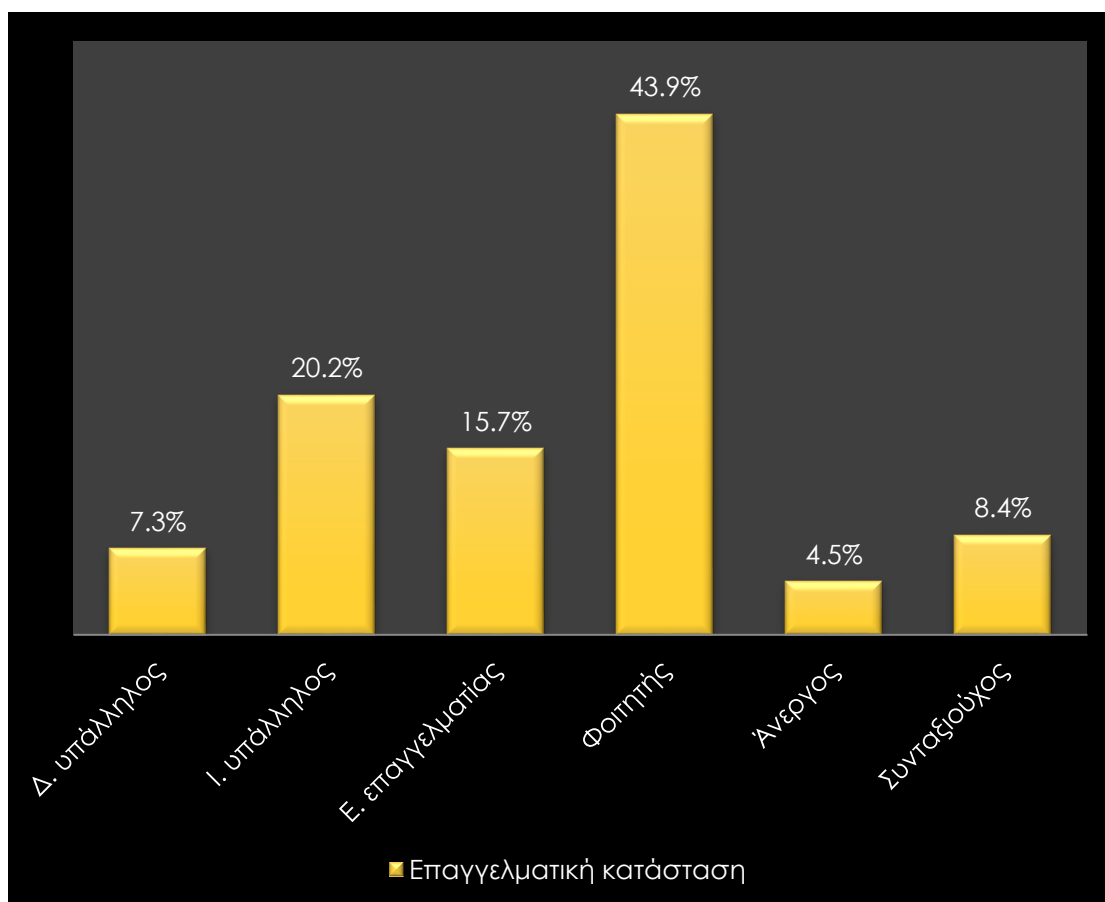
## 2. Ηλικία:



**Σχεδιάγραμμα 4. 2: Κατανομή Ηλικίας**

Ως προς την ηλικία του δείγματος παρατηρούμε στο παραπάνω διάγραμμα ότι το 50,5% του δείγματος δηλώνει ηλικία έως 26 χρονών , το 12,5% κυμαίνεται στην ηλικιακή ομάδα από 27 έως 35 ετών, 26,5% του δείγματος δηλώνει ηλικία μεταξύ 36 έως 50 ετών και τέλος το 10,5% είναι πάνω από 60 χρονών.

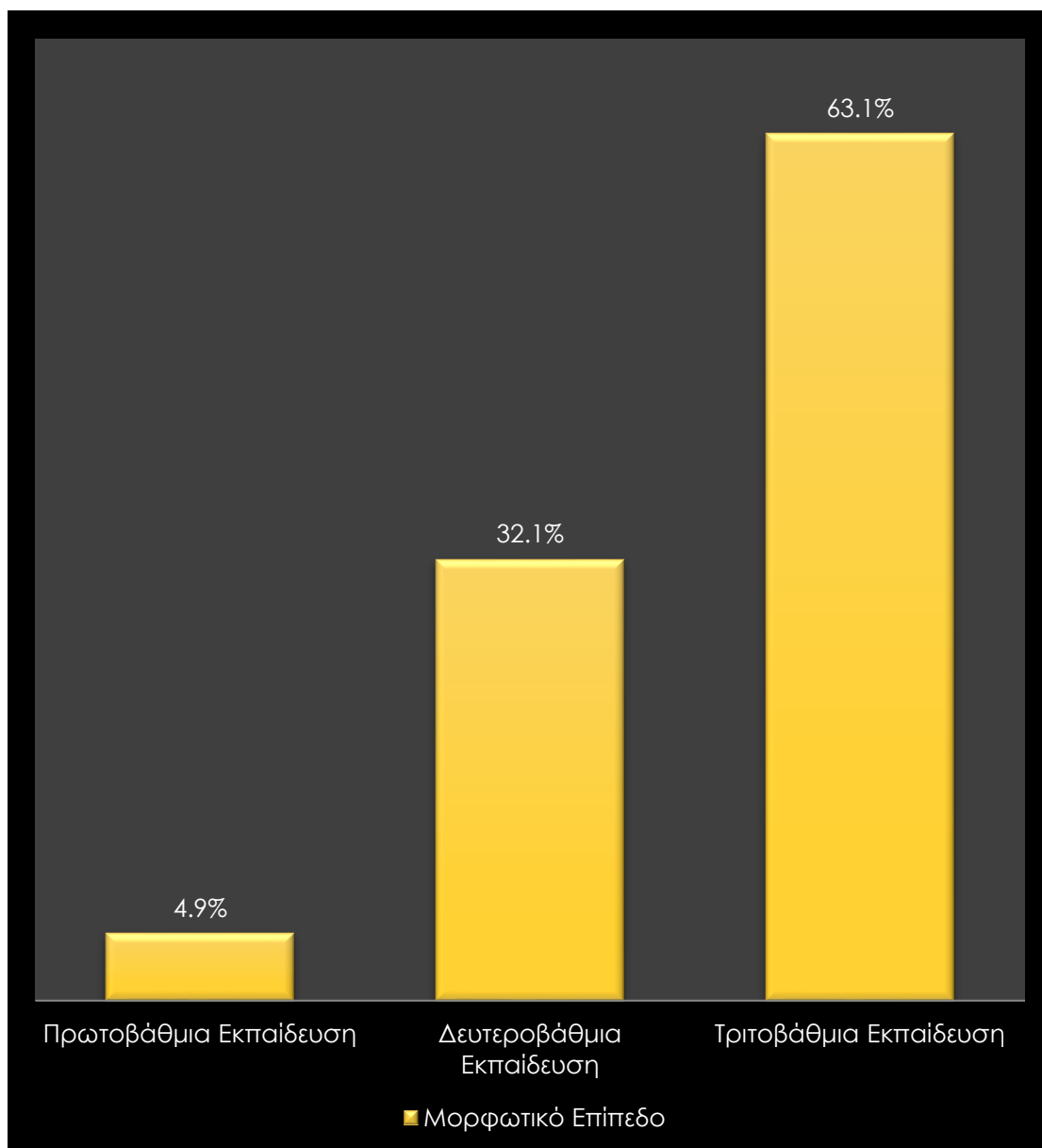
### 3.Επαγγελματική κατάσταση



**Σχεδιάγραμμα 4. 3: Κατανομή επαγγελματικής κατάστασης**

Παραπάνω βλέπουμε την επαγγελματική κατάσταση του δείγματος όπως αυτό έχει δηλώσει. Πιο συγκεκριμένα το 7,3% του δείγματος είναι υπάλληλοι δημοσίου τομέα, 20,2% είναι υπάλληλοι ιδιωτικού τομέα, 15,7% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, 4,5% του δείγματος δηλώνει άνεργοι και με ποσοστό 8,4% αναφορά γίνεται σε συνταξιούχους.

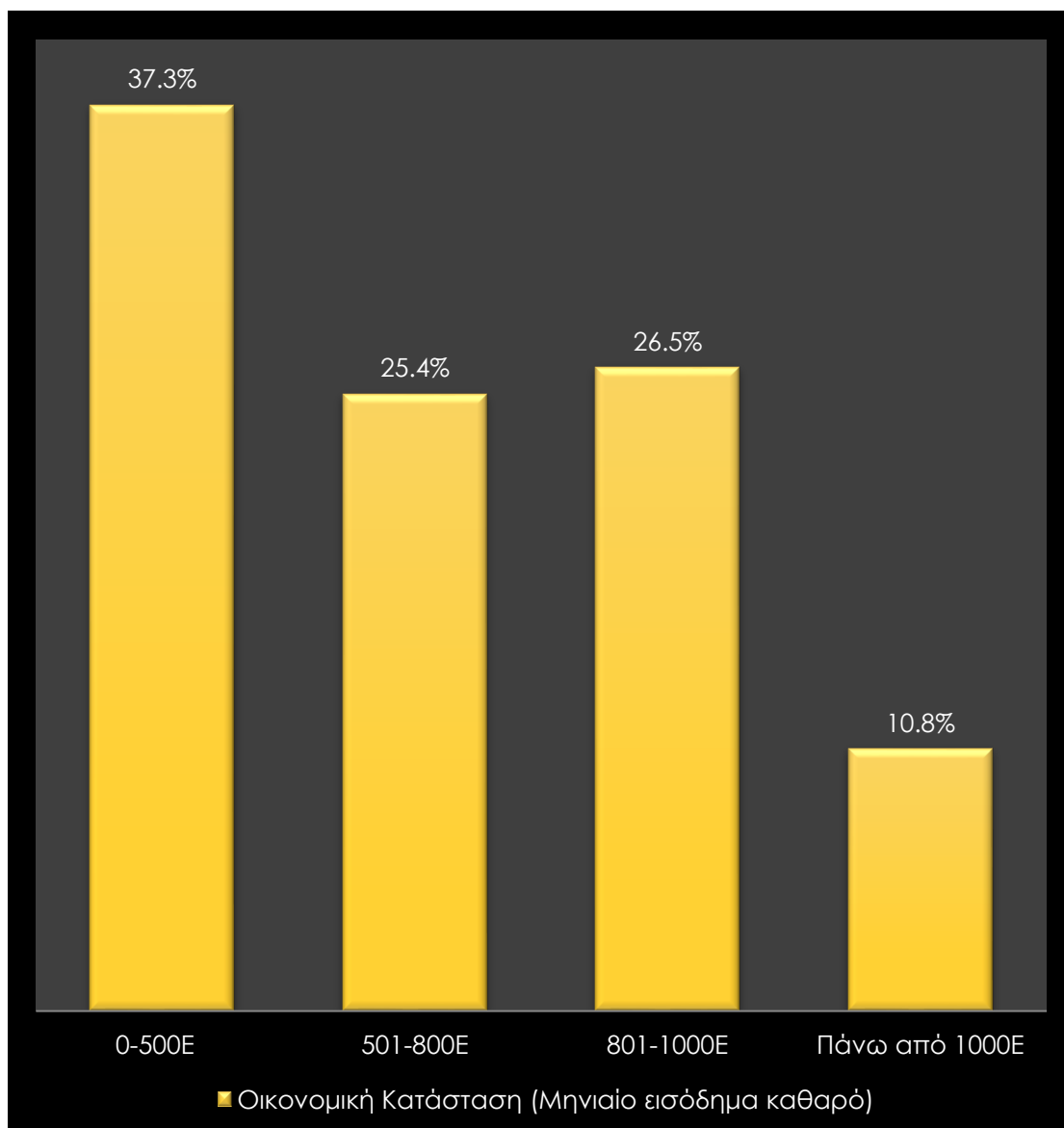
#### 4.Μορφωτικό επίπεδο



**Σχεδιάγραμμα 4. 4: Κατανομή μορφωτικού επιπέδου**

Ως προς το μορφωτικό επίπεδο του δείγματος πληροφορούμαστε από το παραπάνω διάγραμμα με φθίνουσα σειρά ταξινόμησης ότι το 63,1% του δείγματος είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, το 32,1% είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ενώ τέλος μόλις το 4,9% δηλώνουν απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης.

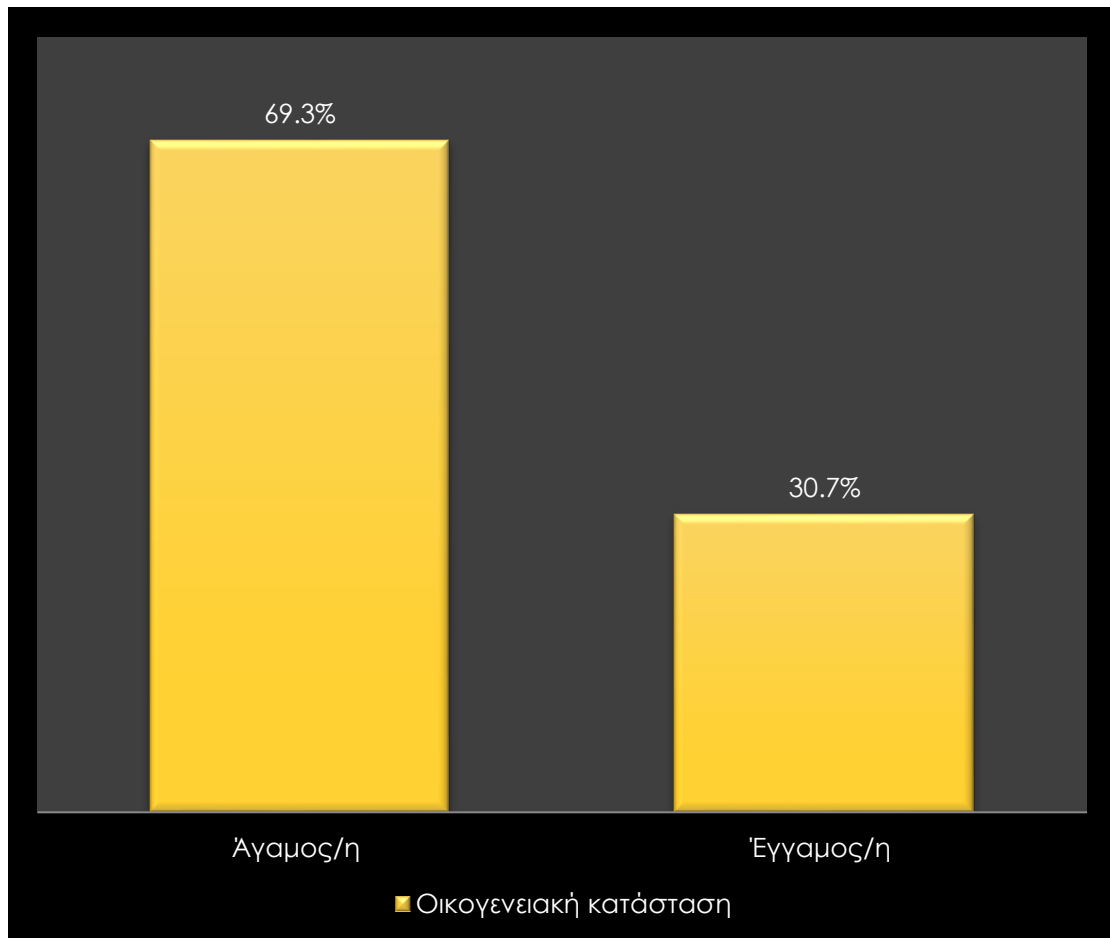
## 5.Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)



**Σχεδιάγραμμα 4. 5: Κατανομή οικονομικής κατάστασης**

Παραπάνω παρατηρούμε ότι το δείγμα χωρίζεται σε τέσσερις κατηγορίες ως προς το μηνιαίο καθαρό του εισόδημα. Αυτές έχουν ως εξής: αποδοχές μέχρι 500€ δηλώνει το 37,3% του δείγματος, μηνιαίες καθαρές αποδοχές από 501€ έως 800€ δηλώνει το 25,4%, με ποσοστό 26,5% φαίνεται πως το δείγμα λαμβάνει μηνιαία από 801€ έως 1000€ και τέλος ξεπερνούν τα 1000€ μόνο το 10,8% ποσοστό του δείγματος.

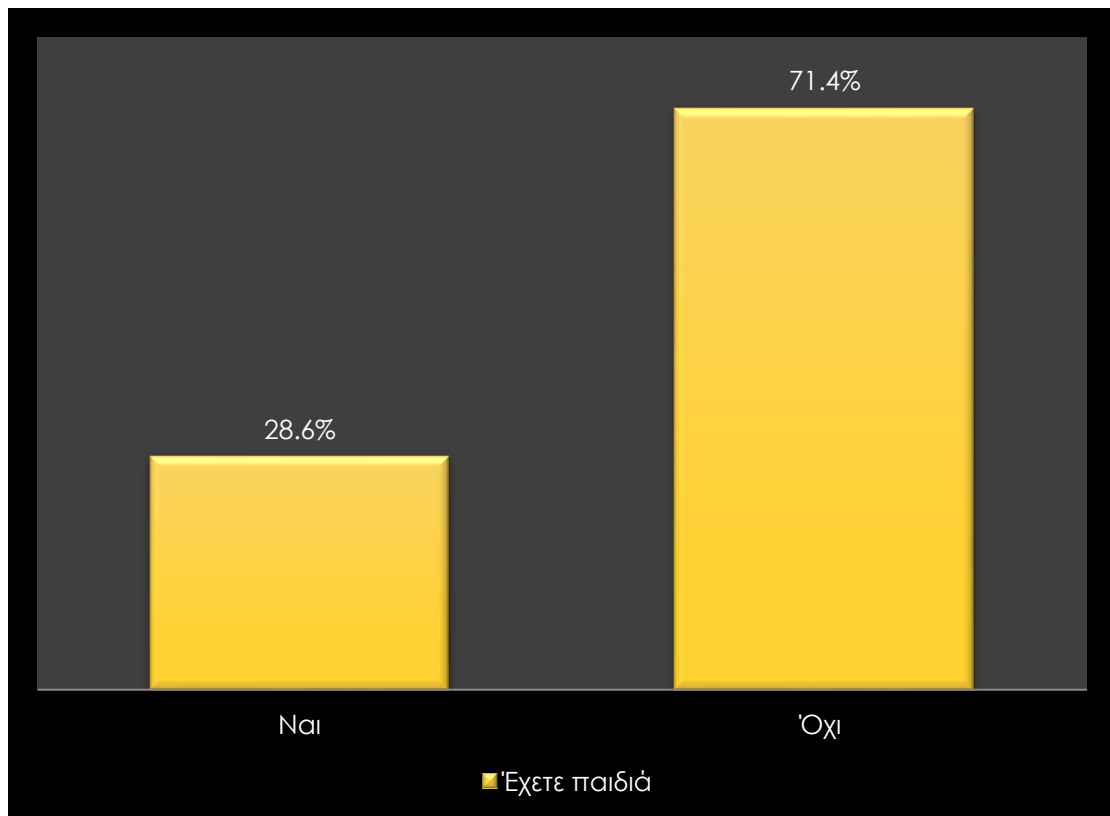
## 6.Οικογενειακή κατάσταση



**Σχεδιάγραμμα 4. 6: Κατανομή οικογενειακής κατάστασης**

Παραπάνω παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος δηλ. 69,3% δηλώνει άγαμος/η ως προς την οικογενειακή του κατάσταση εν αντιθέσει με το 30,7% που δηλώνει έγγαμος/η.

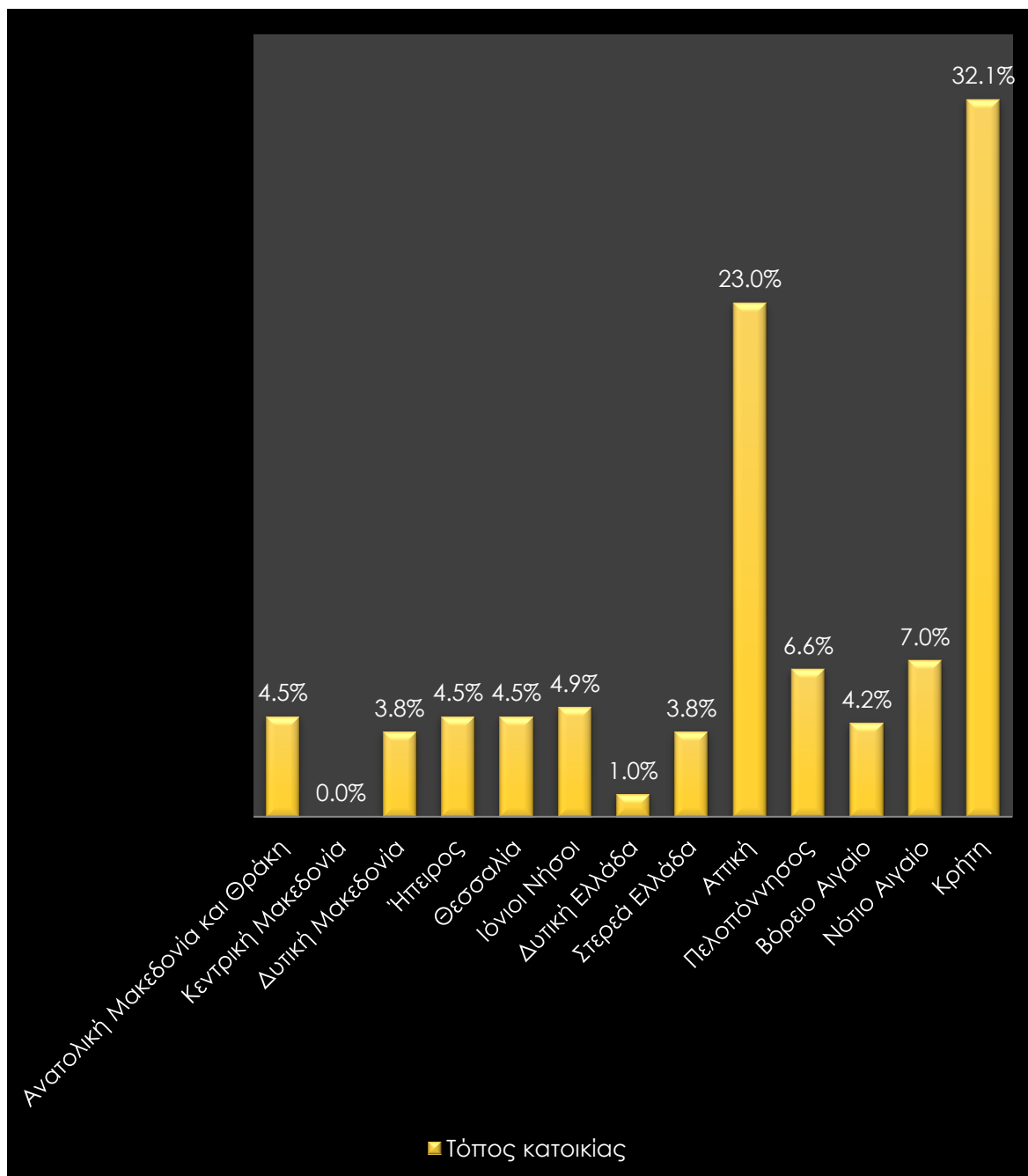
## 7. Έχετε παιδιά;



**Σχεδιάγραμμα 4. 7: Έχετε παιδιά**

Στην ερώτηση εάν το δείγμα έχει παιδιά φαίνεται πως το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος και με ποσοστό 71,4% δεν έχουν παιδιά, ενώ μόλις το 28,6% έχει.

## 8. Τόπος κατοικίας:



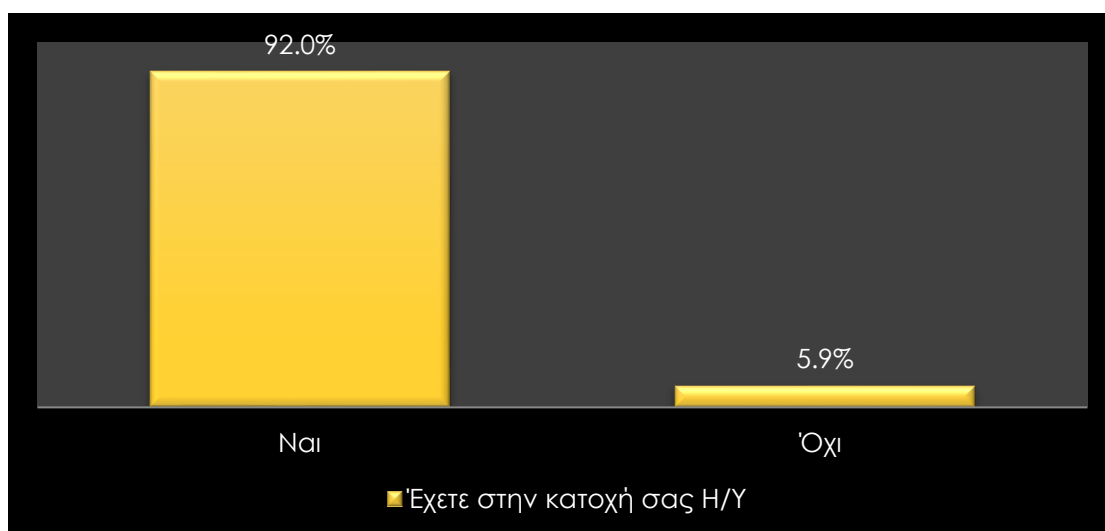
**Σχεδιάγραμμα 4. 8: Τόπος κατοικίας**

Παραπάνω βλέπουμε ότι η πλειονότητα του δείγματος είναι κάτοικοι Κρήτης (32,1%), ενώ ακολουθούν με φθίνουσα ταξινόμηση η Αττική (23%), το Νότιο Αιγαίο(7%), η Πελοπόννησος (6,6%), οι Ιόνιοι νήσοι (4,9%), σε ισόποσο ποσοστό ακολουθούν η Ήπειρος, η Θεσσαλία, η Ανατολική Μακεδονία και Θράκη (4,5% ) , ακολουθεί το Βόρειο Αιγαίο (4,2%), η Δυτική Μακεδονία και η Στερεά Ελλάδα (με ποσοστό 3,8% έκαστη),η Δυτική Ελλάδα (1%) ενώ κανένας ερωτώμενος δεν κατοικεί στην Κεντρική Ελλάδα.

## Β. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Όπου χρειαστεί κλίμακα παρακαλώ χρησιμοποιήστε την εξής: (1: καθόλου, 2: λίγο, 3: μέτρια, 4:πολυ, 5:παρα πολύ)

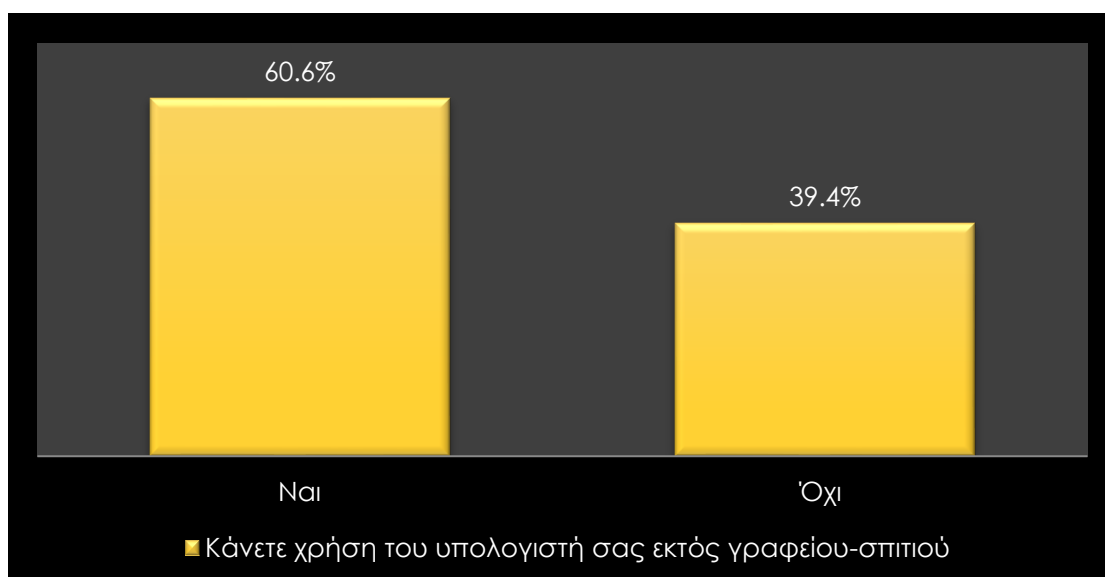
5 Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ;



Σχεδιάγραμμα 4. 9: Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ

Όπως βλέπουμε στο διάγραμμα το 92% του δείγματος είναι κάτοχοι Η/Υ.

6. Κάνετε χρήση του υπολογιστή σας εκτός γραφείου-σπιτιού;

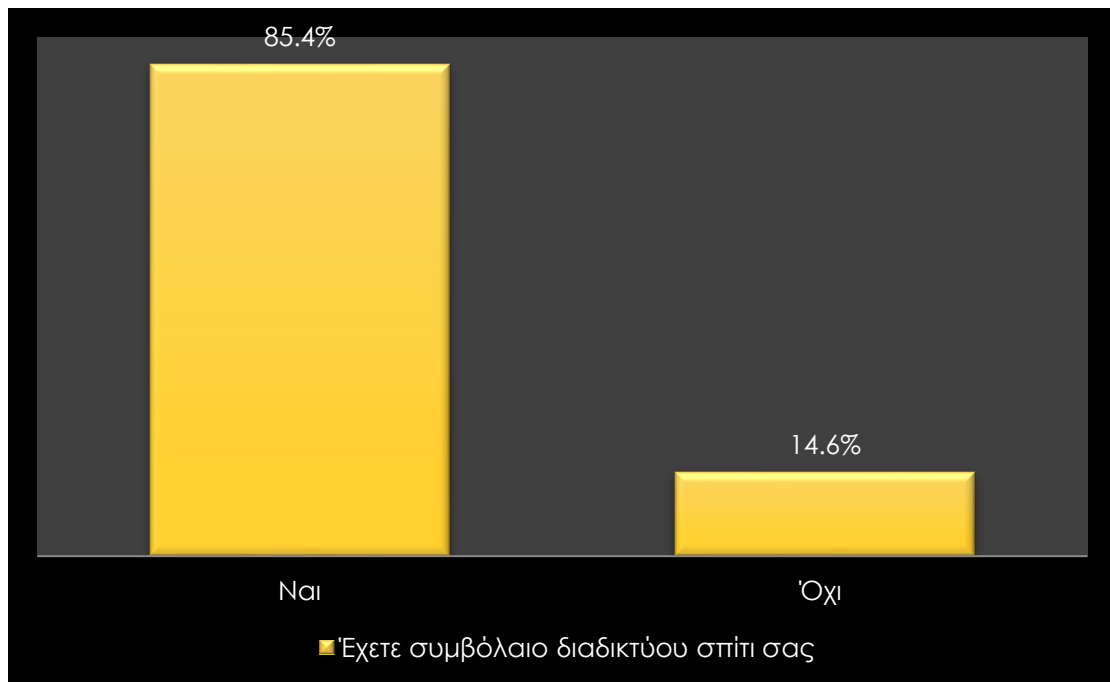


Σχεδιάγραμμα 4. 10: Κάνετε χρήση του υπολογιστή σας εκτός γραφείου-σπιτιού

Παραπάνω βλέπουμε ότι το 60,6% των ερωτώμενων φαίνεται πως χρησιμοποιεί τον Η/Υ του εκτός γραφείου ή σπιτιού ενώ το 39,4% όχι.



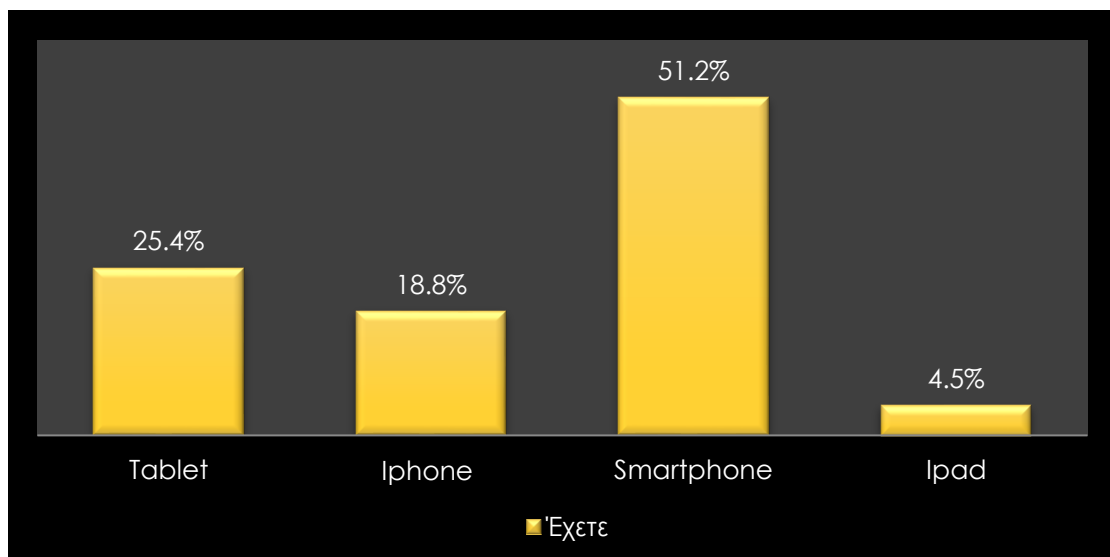
7. Έχετε συμβόλαιο διαδικτύου σπίτι σας;



**Σχεδιάγραμμα 4. 11: Έχετε συμβόλαιο διαδικτύου σπίτι σας**

Παραπάνω βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος 85,4% διατηρεί συμβόλαιο διαδικτύου στο σπίτι του ενώ το 14,6% δεν κάνει χρήση της υπηρεσίας.

8. Έχετε;

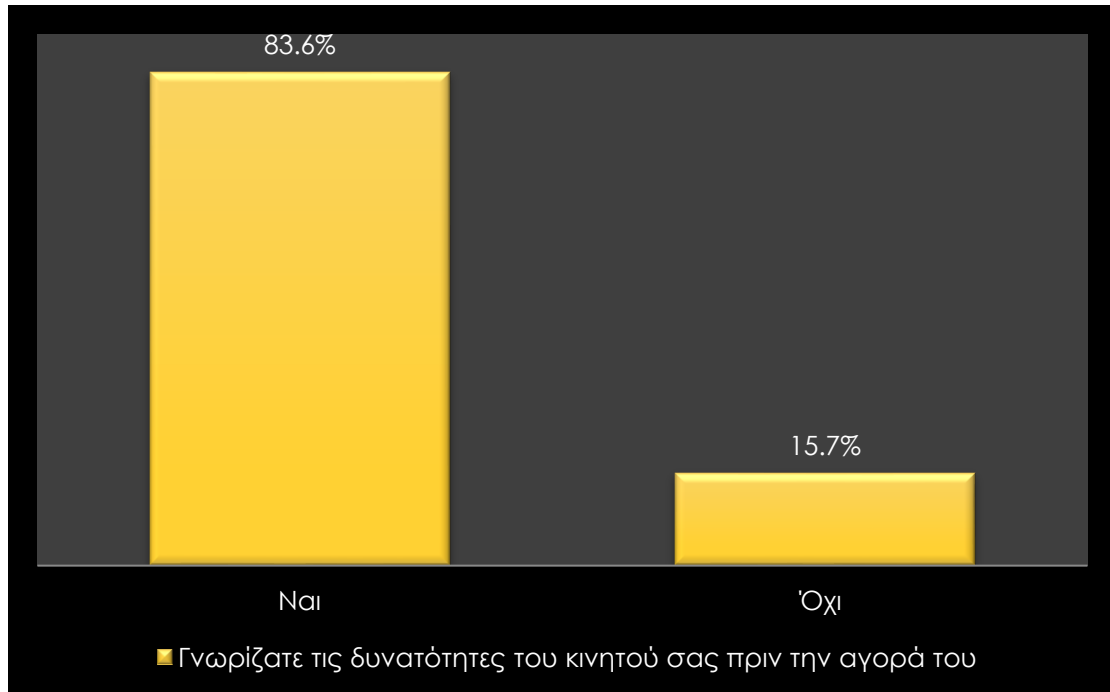


**Σχεδιάγραμμα 4. 12: Έχετε**

Στο διάγραμμα φαίνεται το μέσο με το οποίο το δείγμα κάνει χρήση της υπηρεσίας του διαδικτύου, όπως βλέπουμε το μισό και πλέον δείγμα είναι κάτοχος smartphone(51.2%), το αμέσως επόμενο μέσο φαίνεται πως είναι το

tablet (25,4%) , ακολουθεί το Iphone (18,8%) ενώ το μικρότερο ποσοστό φαίνεται πως συγκεντρώνει το Ipad(4.5%).

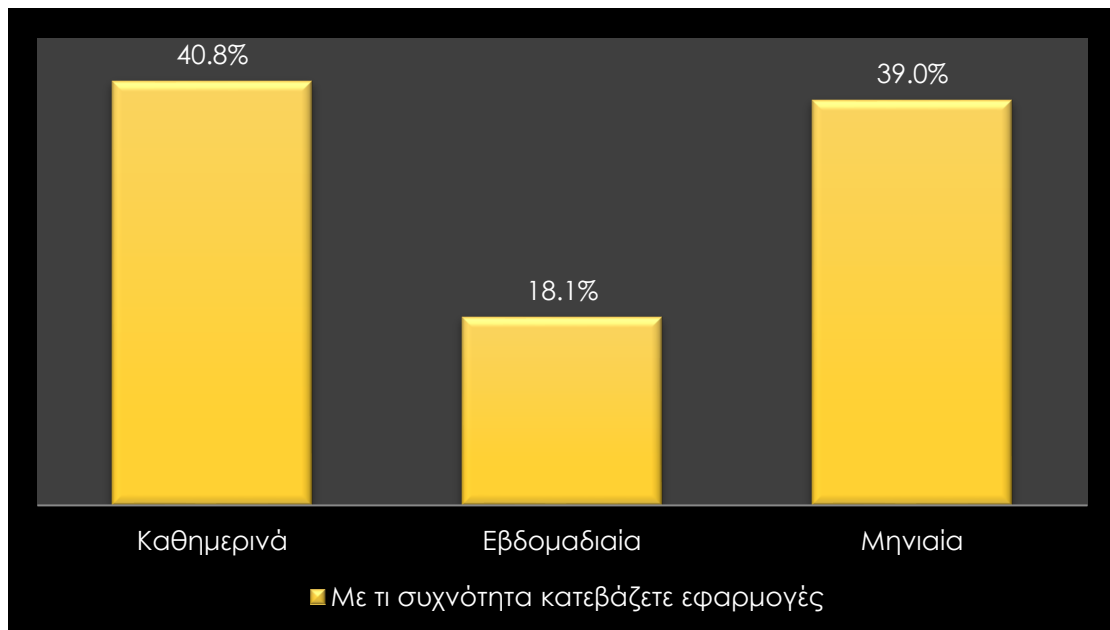
9. Γνωρίζετε τις δυνατότητες του κινητού σας πριν την αγορά του;



**Σχεδιάγραμμα 4. 13: Γνωρίζετε τις δυνατότητες του κινητού σας πριν την αγορά του**

Παραπάνω βλέπουμε ότι με ποσοστό 83,6% οι ερωτώμενοι φαίνεται να ήταν γνώστες των δυνατοτήτων του κινητού τους πριν την αγορά του ενώ μόλις το 15,7% καταψηφίζουν την παραπάνω πρόταση.

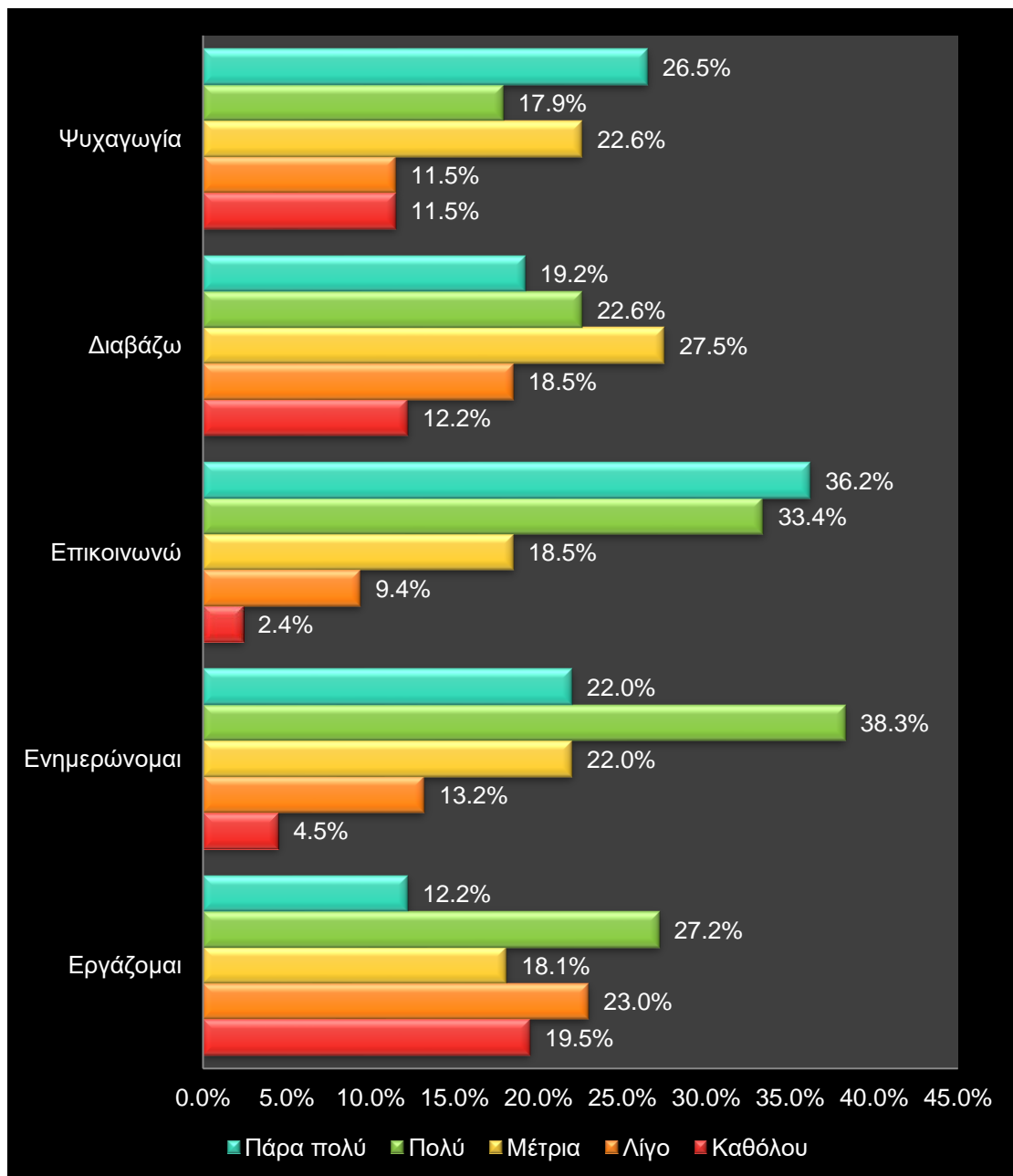
10. Με τι συχνότητα κατεβάζετε εφαρμογές;



**Σχεδιάγραμμα 4. 14: Με τι συχνότητα κατεβάζετε εφαρμογές**

Παρατηρείται ότι το 40,8% του δείγματος κατεβάζει εφαρμογές σε καθημερινή βάση , το 18,1% δηλώνει εβδομαδιαία και το 39% αναφέρεται σε μηνιαία συχνότητα.

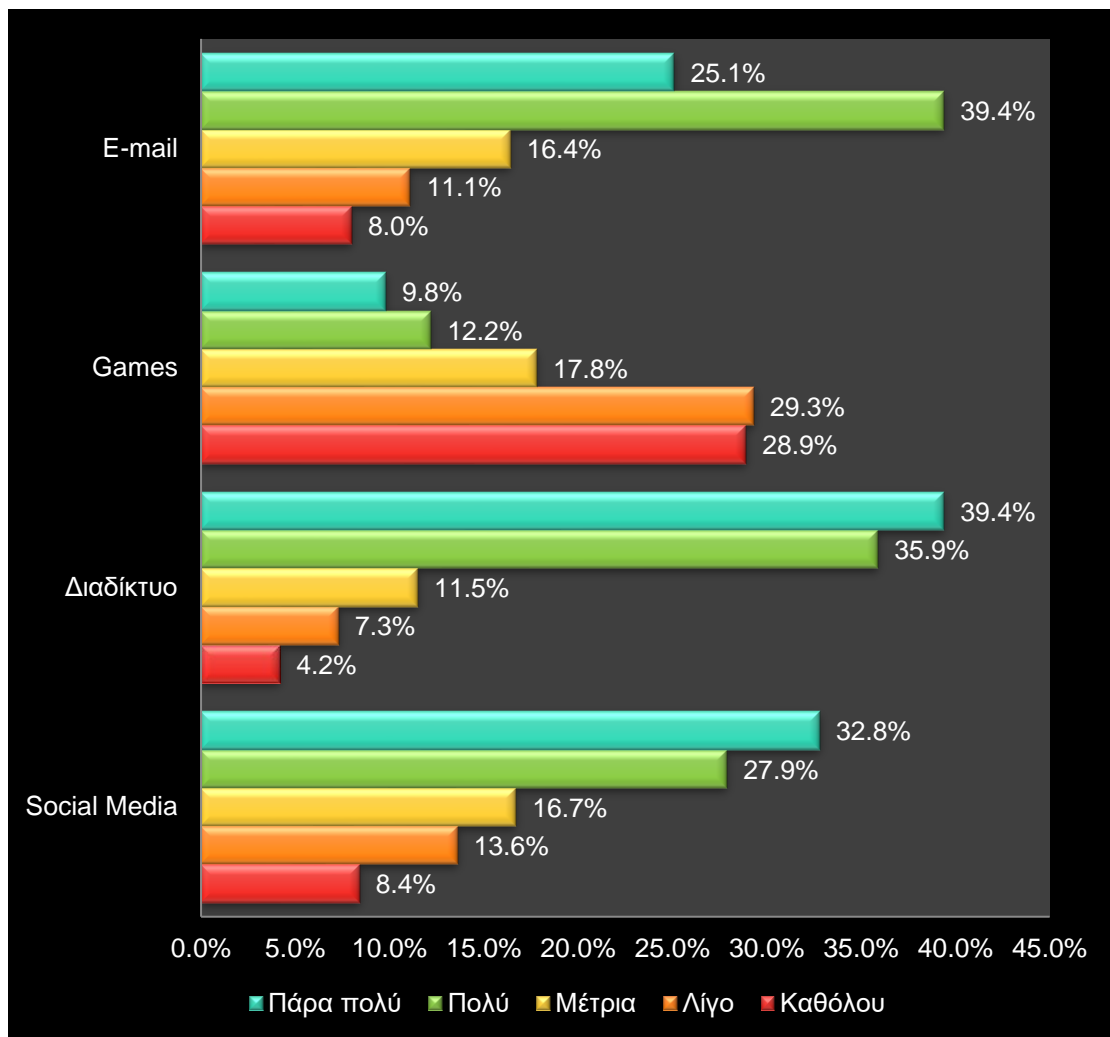
11. Αξιολογήστε τον βαθμό από τις παρακάτω εργασίες που κάνετε.



**Σχεδιάγραμμα 4. 15: Αξιολογήστε τον βαθμό από τις παρακάτω εργασίες που κάνετε**

Στο παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε πως αξιολογεί το δείγμα τις ενέργειες που του παρουσιάζονται. Φαίνεται πως το δείγμα χαρακτηρίζει τις περισσότερες από αυτές από «μέτρια» σε «πολύ» έως και «πάρα πολύ» ως προς τη χρήση τους. Έτσι λοιπόν βλέπουμε ότι το δείγμα με τις προαναφερόμενες τάσεις φαίνεται να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και τα μέσα αυτού προκειμένου να ψυχαγωγηθεί , να διαβάσει , να επικοινωνήσει, να ενημερωθεί και τέλος να εργασθεί.

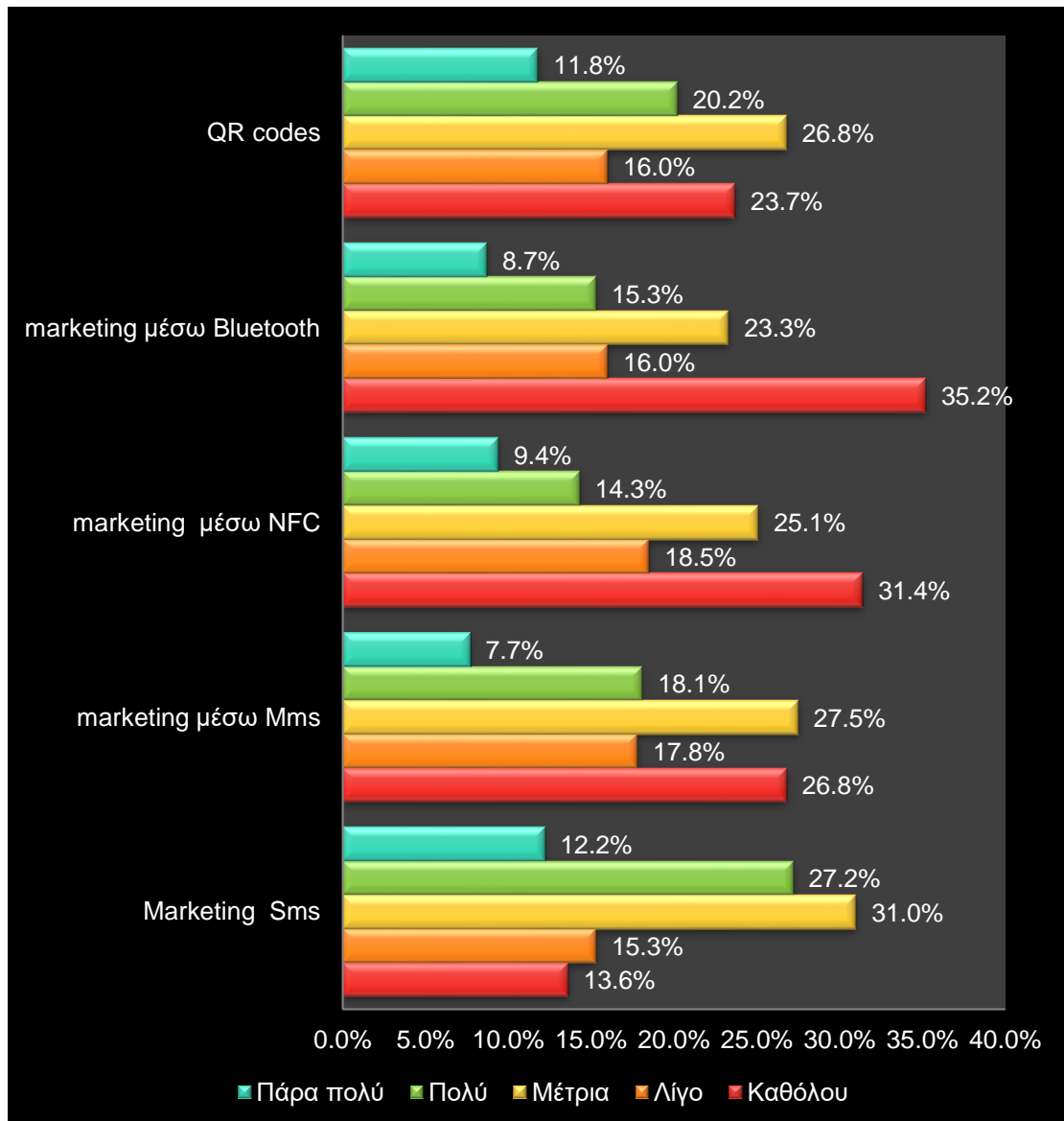
## 12. Πόσο χρησιμοποιείτε τις παρακάτω εφαρμογές;



**Σχεδιάγραμμα 4. 16: Πόσο χρησιμοποιείτε τις παρακάτω εφαρμογές**

Παραπάνω βλέπουμε την χρήση διάφορων εφαρμογών από το ερωτώμενο δείγμα. Πιο συγκεκριμένα βλέπουμε ότι σχετικά με τις εφαρμογές EMAIL – ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ-SOCIAL MEDIA το δείγμα αξιολογεί από «πολύ» έως «πάρα πολύ» την χρήση τους ενώ από «λίγο» έως «καθόλου» φαίνεται να είναι η σχέση του με την εφαρμογή GAMES.

13. Πόσο είστε εξοικειωμένοι με τα παρακάτω;

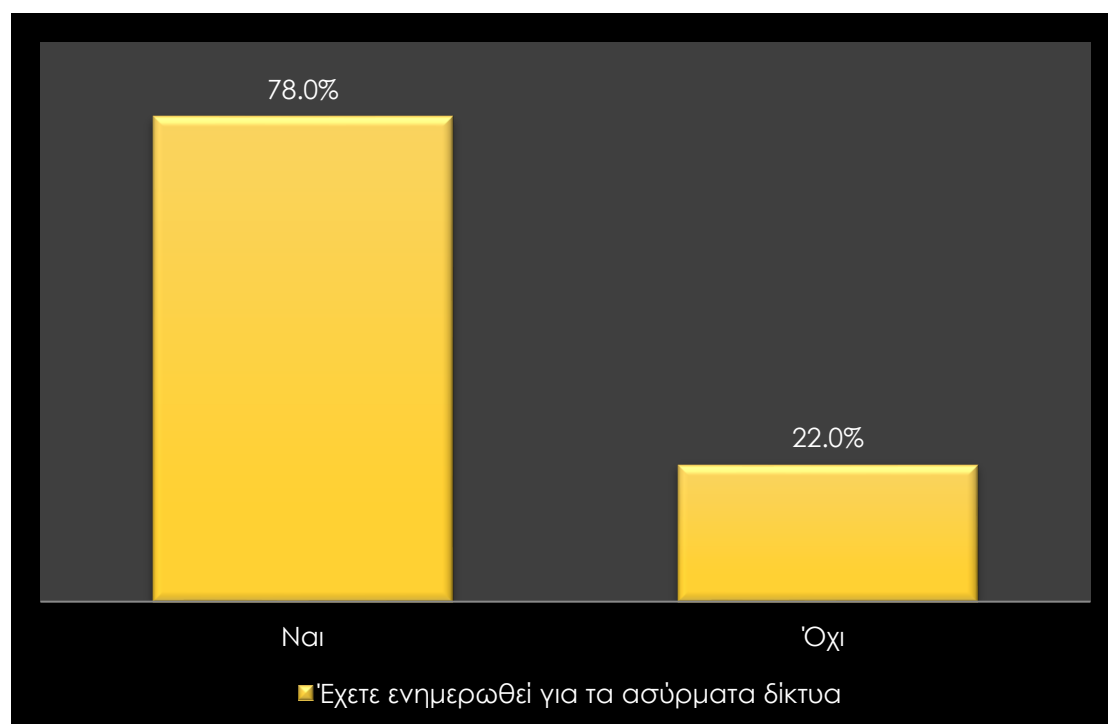


Σχεδιάγραμμα 4. 17: Πόσο είστε εξοικειωμένοι με τα παρακάτω

Παραπάνω βλέπουμε το βαθμό εξοικείωσης που δηλώνει το ερωτώμενο δείγμα στη χρήση κάποιων εφαρμογών όπως QR CODES, MARKETING ΜΕΣΩ BLUETOOTH, MARKETING ΜΕΣΩ NFC, MARKETING ΜΕΣΩ MMS ΚΑΙ MARKETING ΜΕΣΩ SMS. Σχετικά λοιπόν με την εφαρμογή QR CODES βλέπουμε να δηλώνουν κυρίως «μέτριο» βαθμό εξοικείωσης με τάση σε «καλό» βέβαια υπάρχει και εκείνο το ποσοστό του δείγματος που δεν δείχνει «καθόλου» εξοικείωση. Στην επόμενη εφαρμογή δηλαδή MARKETING ΜΕΣΩ BLUETOOTH το δείγμα δεν φαίνεται να έχει ιδιαίτερη εξοικείωση σύμφωνα με τα διαμορφωμένα ποσοστά, παρόμοια σχέση φαίνεται να υπάρχει και με τις

εφαρμογές MARKETING ΜΕΣΩ NFC και MARKETING ΜΕΣΩ MMS .Τέλος και συγκριτικά με τα ποσοστά των υπολοίπων εφαρμογών φαίνεται ότι το δείγμα τείνει να είναι περισσότερο εξοικειωμένο με την εφαρμογή MARKETING SMS καθώς αξιολογεί την εφαρμογή από «μέτρια» σε «πολύ» ως προς το βαθμό εξοικείωσης κατά το ήμισυ και πλέον του ερωτώμενου δείγματος.

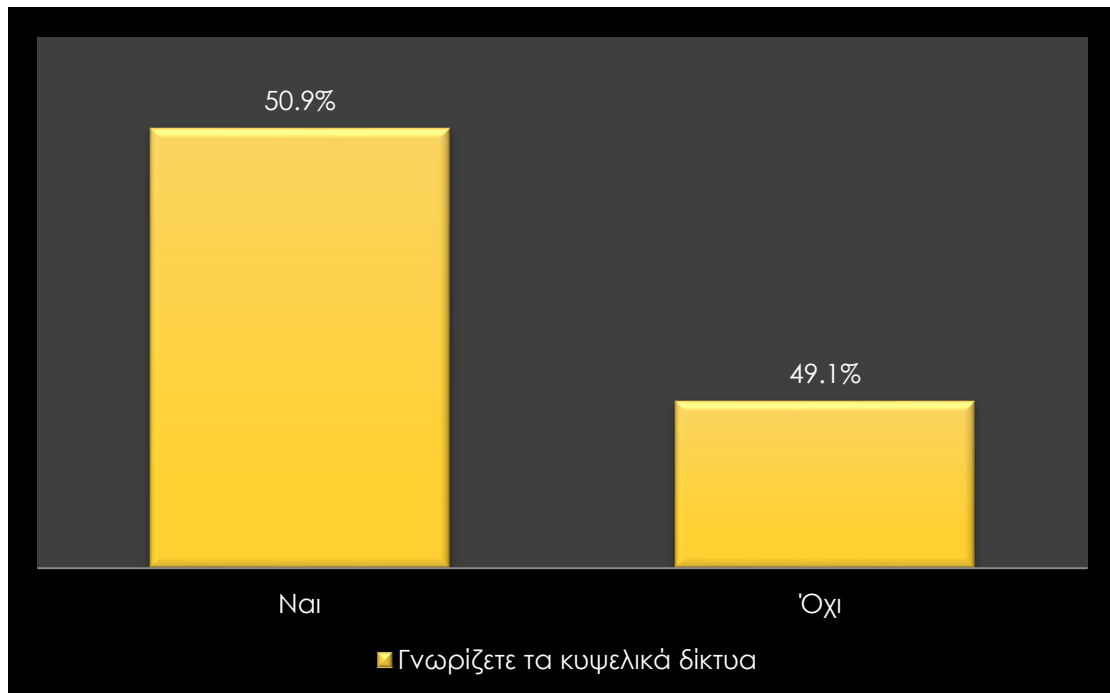
14 Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα:



**Σχεδιάγραμμα 4. 18: Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα**

Παραπάνω βλέπουμε ότι με ποσοστό 78% το δείγμα δηλώνει πως έχει λάβει ενημέρωση για τα ασύρματα δίκτυα .

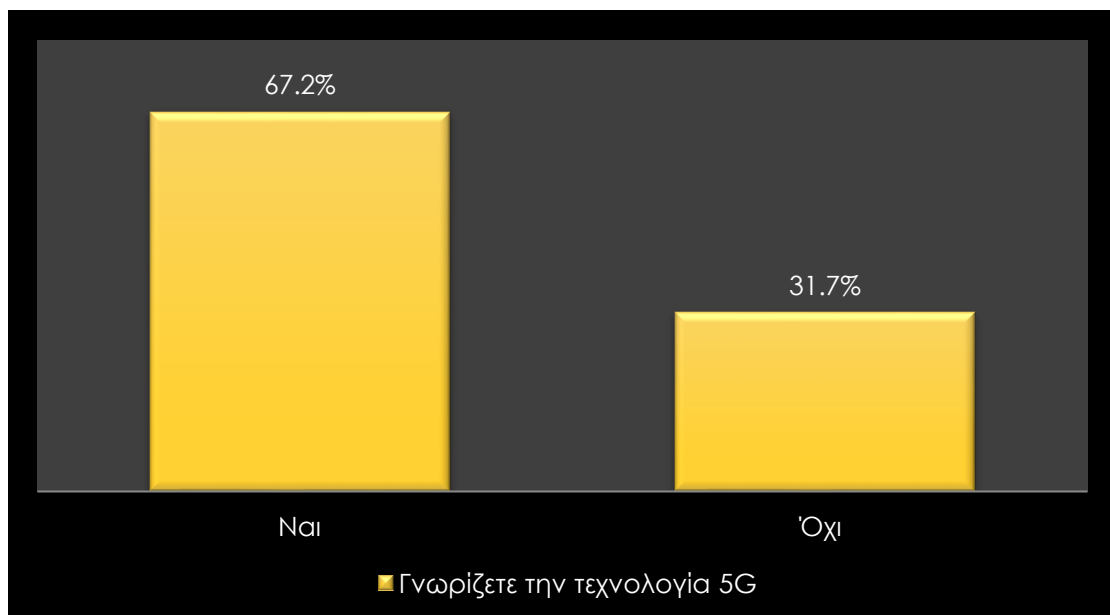
15. Γνωρίζετε τα κυψελικά δίκτυα:



**Σχεδιάγραμμα 4. 19: Γνωρίζετε τα κυψελικά δίκτυα**

Παραπάνω παρατηρούμε ότι το 50,9% του δείγματος είναι γνώστης των κυψελικών δικτύων ενώ το 49,1% δεν γνωρίζει κάτι σχετικό.

16. Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G:

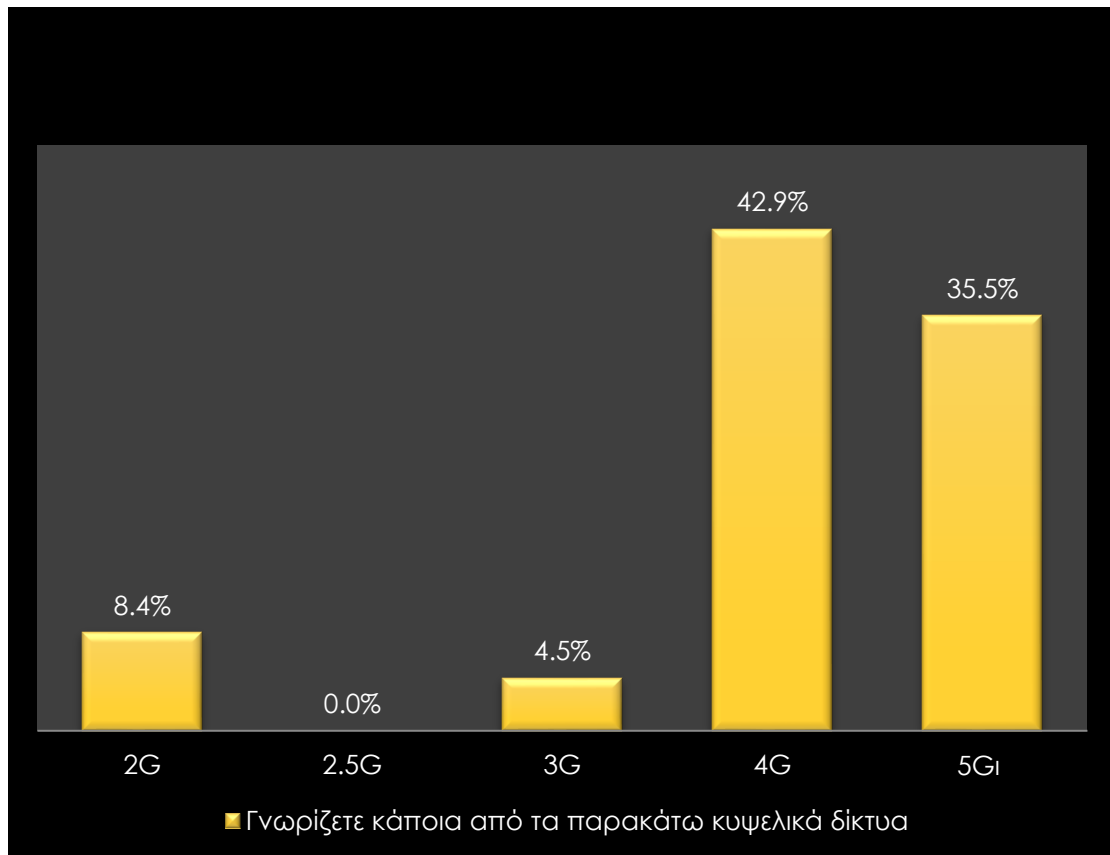


**Σχεδιάγραμμα 4. 20: Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G**

Παραπάνω βλέπουμε ότι το δείγμα είναι γνώστης της τεχνολογίας 5G με ποσοστό 67,2% ενώ το υπόλοιπο 31,7% όχι.



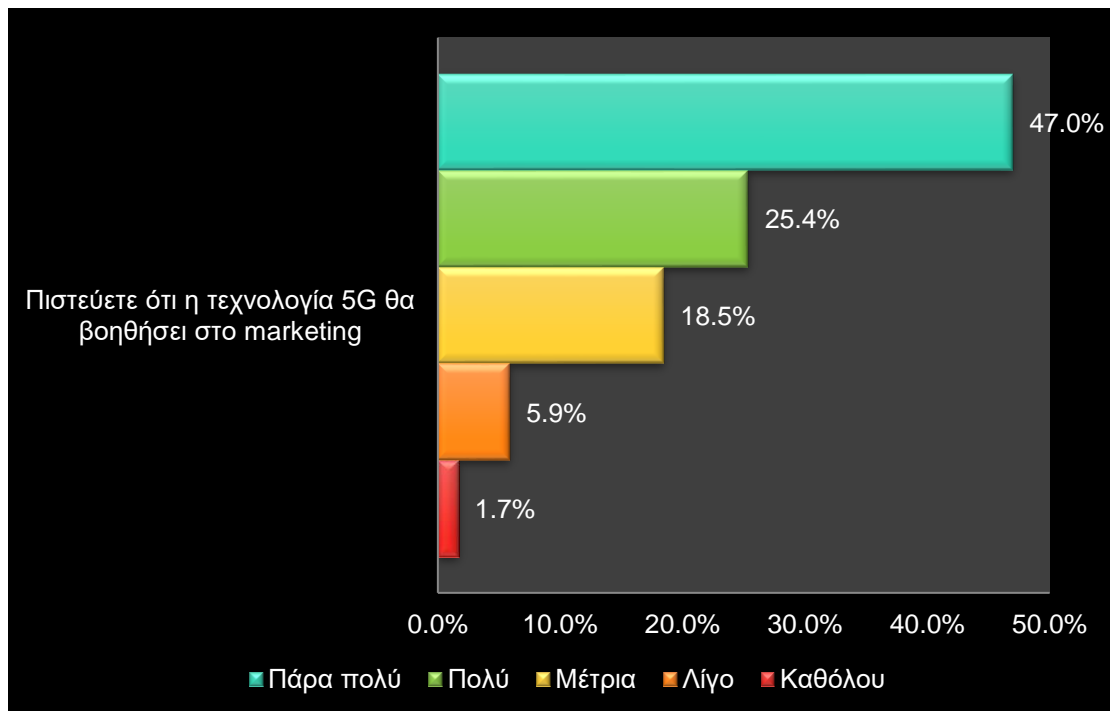
17. Γνωρίζετε κάποια από τα παρακάτω κυψελικά δίκτυα:



**Σχεδιάγραμμα 4. 21: Γνωρίζετε κάποια από τα παρακάτω κυψελικά δίκτυα**

Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται πως το κυψελικό δίκτυο 4G είναι το πιο γνωστό στο ερωτώμενο δείγμα(42,9%) ακολουθεί το δίκτυο 5G (35.5%) , έπειτα και με μικρότερο ποσοστό γίνεται αναφορά στο δίκτυο 2G (8.4%) καθώς και στο 3G (4.5%) ενώ άγνωστο φαίνεται να είναι για το δείγμα το δίκτυο 2,5G καθώς συγκεντρώνει μηδενικό ποσοστό.

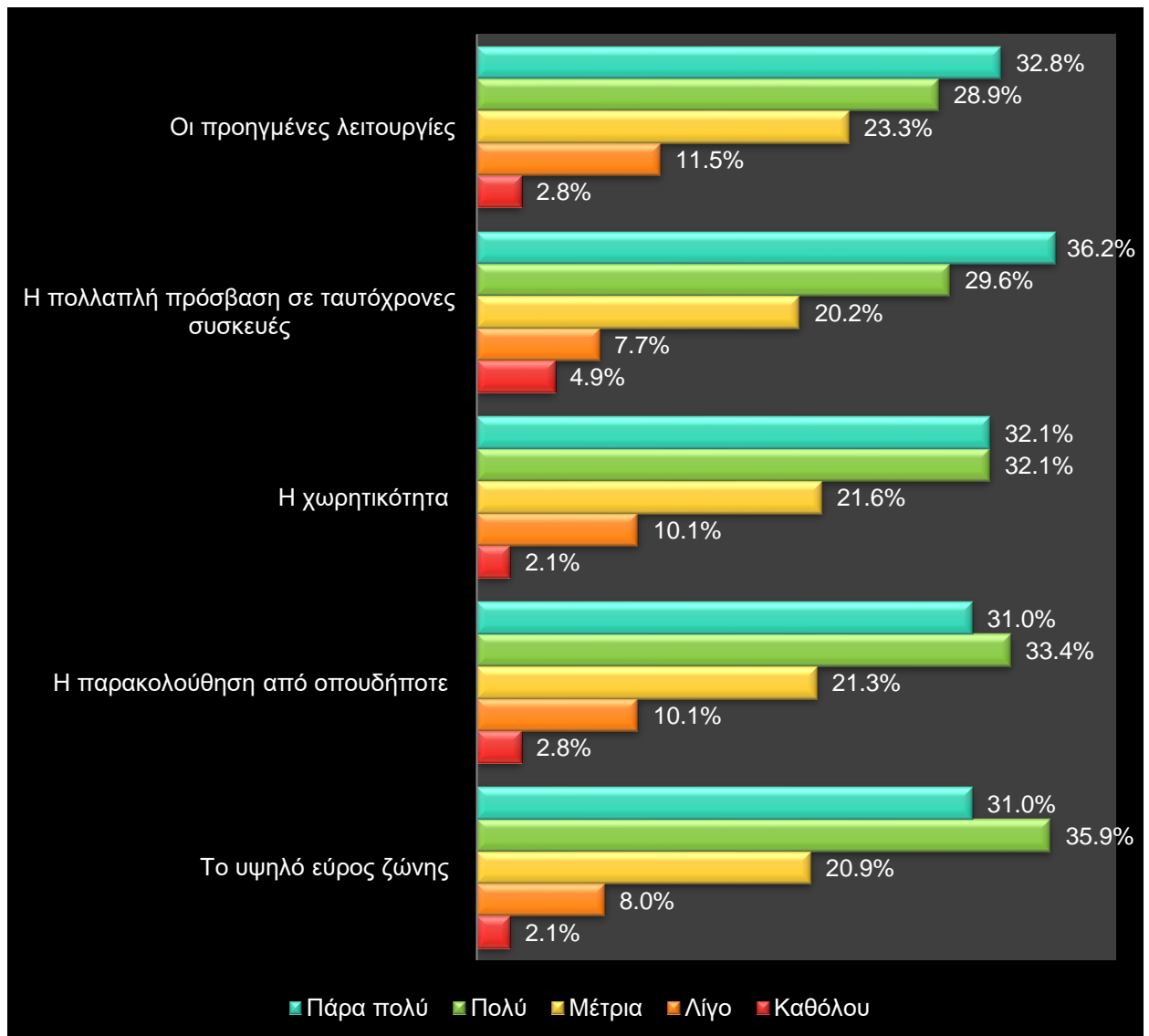
18. Πιστεύετε ότι η τεχνολογία 5G θα βοηθήσει στο marketing:



**Σχεδιάγραμμα 4. 22: Πιστεύετε ότι η τεχνολογία 5G θα βοηθήσει στο marketing**

Θετική φαίνεται να είναι η συνδρομή της τεχνολογίας 5G για τον κλάδο του marketing όπως πιστεύει το δείγμα .

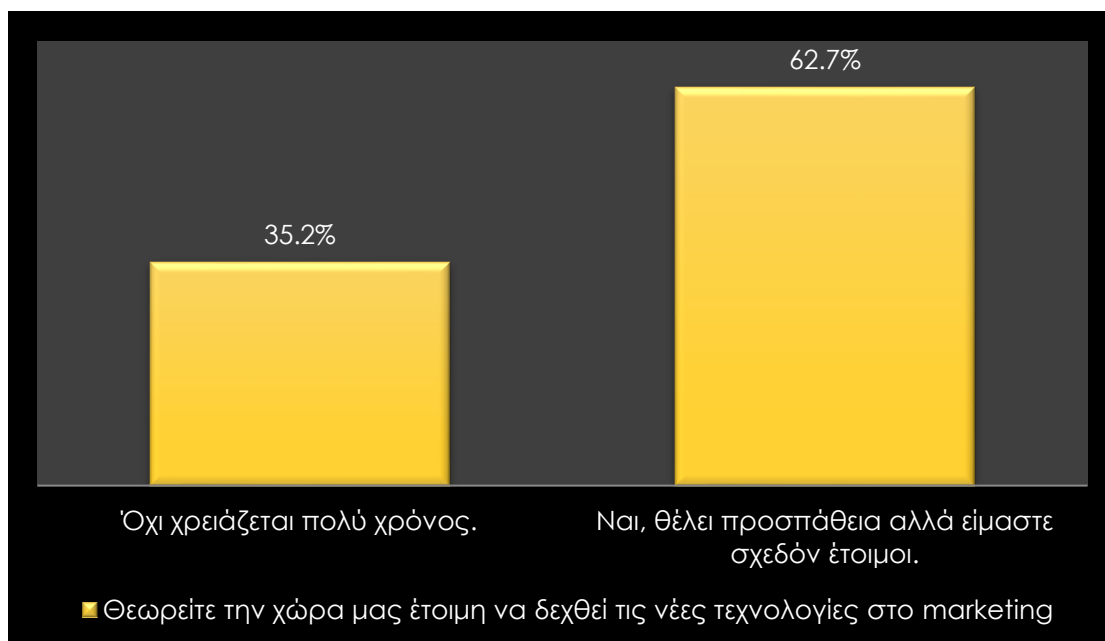
19. Ποια δυνατότητα της τεχνολογίας 5G θεωρείτε πιο σημαντική:



Σχεδιάγραμμα 4. 23: Ποια δυνατότητα της τεχνολογίας 5G θεωρείτε πιο σημαντική

Από τις παραπάνω δυνατότητες της τεχνολογίας 5G πιο σημαντική θεωρείται η πολλαπλή πρόσβαση σε ταυτόχρονες συσκευές που το δείγμα απάντησε με 36,2% την επιλογή πάρα πολύ ενώ στις υπόλοιπες επιλογές η επιλογή αυτή κυμάνθηκε από 31% έως 32.8%. Η απόκλιση αυτή δεν είναι μεγάλη αλλά μπορούμε να πούμε πως δίνει ένα μικρό προβάδισμα.

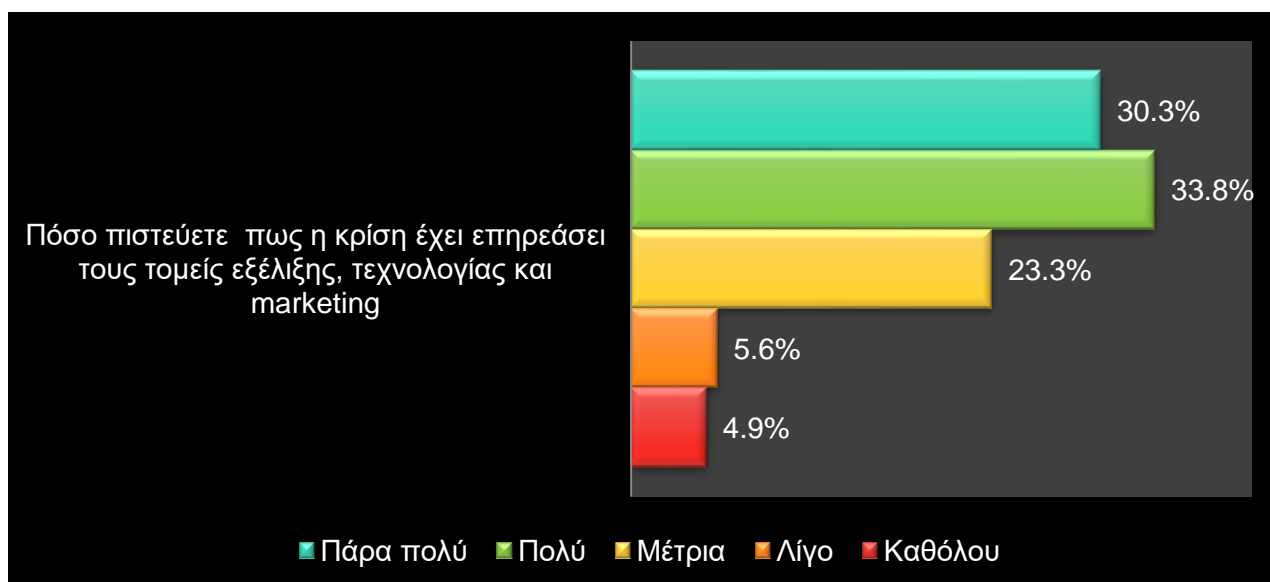
20. Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing;



Σχεδιάγραμμα 4. 24: Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing

Παραπάνω βλέπουμε ότι η πλειοψηφία του δείγματος θεωρεί ότι η χώρα μας είναι έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο Marketing με ποσοστό 62,7%.

21. Πόσο πιστεύετε πως η κρίση έχει επηρεάσει τους τομείς εξέλιξης, τεχνολογίας και marketing;

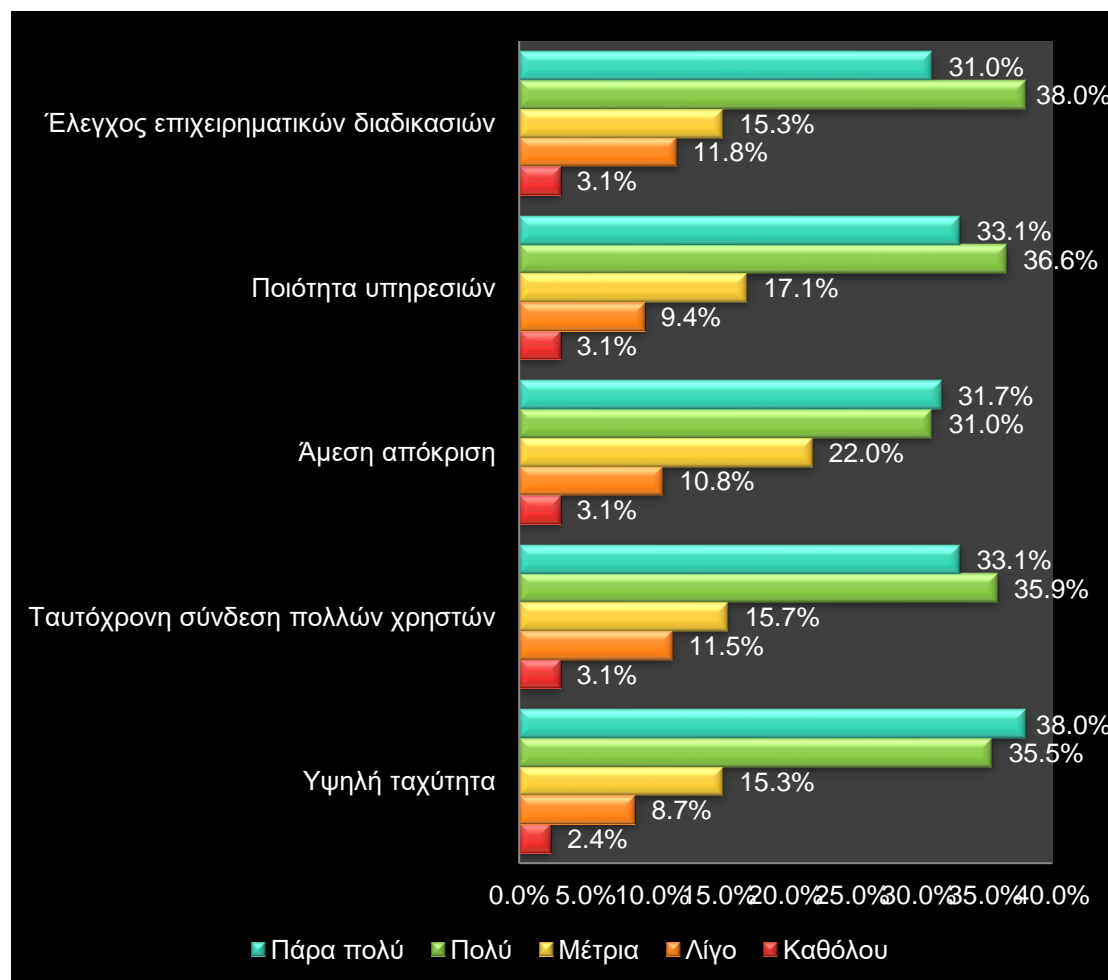


Σχεδιάγραμμα 4. 25: Πόσο πιστεύετε πως η κρίση έχει επηρεάσει τους τομείς εξέλιξης, τεχνολογίας και marketing

Στο παραπάνω διάγραμμα βλέπουμε την άποψη του δείγματος σχετικά με το πώς η κρίση έχει επηρεάσει τους τομείς εξέλιξης τεχνολογίας και marketing.

Βλέπουμε λοιπόν ότι με ποσοστό 30,3% έχει επηρεαστεί «πάρα πολύ» σύμφωνα με το δείγμα , με ποσοστό 33,8% «πολύ» , στο 23,3% διαμορφώνεται η «μέτρια» άποψη ενώ μικρά ποσοστά συναντάμε στις απόψεις «λίγο» και «καθόλου» δηλ 5,6% και 4,9% αντίστοιχα σχετικά με την πρόταση.

22. Ποια πιστεύετε πως είναι τα πλεονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G;

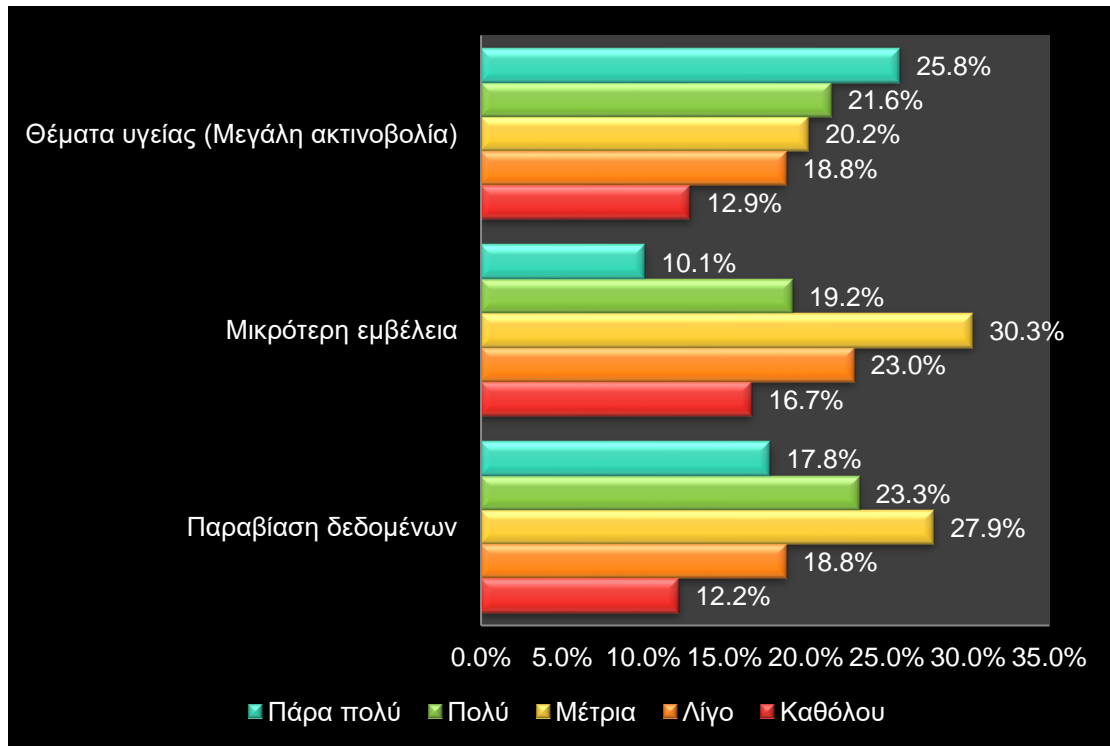


**Σχεδιάγραμμα 4. 26: Ποια πιστεύετε πως είναι τα πλεονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G**

Παραπάνω βλέπουμε ποια θεωρεί το δείγμα πως είναι τα πλεονεκτήματα από τη χρήση των δικτύων 5G.Βλέπουμε λοιπόν ότι το μεγαλύτερο τμήμα του δείγματος αθροιστικά χαρακτηρίζει σε βαθμό «πολύ» έως «πάρα πολύ» το γεγονός ότι η χρήση των δικτύων 5G μπορεί να παρέχει έλεγχο επιχειρηματικών διαδικασιών, ποιότητα στις υπηρεσίες, άμεση απόκριση,

ταυτόχρονη σύνδεση πολλών χρηστών και τέλος όλα αυτά σε συνδυασμό με υψηλή ταχύτητα.

23. Ποια πιστεύετε πως είναι τα μειονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G;



**Σχεδιάγραμμα 4. 27: Ποια πιστεύετε πως είναι τα μειονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G**

Τέλος, είδαμε πως τα μειονεκτήματα από τη χρήση των δικτύων 5G είναι σε μεγάλο ποσοστό ότι αφορά θέματα υγείας όπως είναι η μεγάλη ακτινοβολία. Με μικρότερα ποσοστά εμφανιστήκαν οι επιλογές της μικρότερης εμβέλειας και της παραβίασης των δεδομένων.

## ΕΠΑΓΩΓΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Α. Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ – Δημογραφικά στοιχεία

H0: Δεν υπάρχει διαφορά στις απαντήσεις μεταξύ των δειγμάτων.

H1: Υπάρχει διαφορά στις απαντήσεις μεταξύ των δειγμάτων.

### ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ

### Chi-square sig

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Chi-square sig
ΦΥΛΟ	0,371
ΗΛΙΚΙΑ	0,000
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	0,000
ΜΟΡΦΩΣΗ	0,000
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	0,000
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	0,002
ΥΠΑΡΞΗ ΠΑΙΔΙΩΝ	0,001

Πίνακας 1: ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Α

Από τον παραπάνω πίνακα βλέπουμε πως μόνο η μεταβλητή φύλο δεν επηρεάζει τις απαντήσεις του δείγματος στατιστικώς σημαντικά καθώς η τιμή του sig είναι μεγαλύτερη του 0,005. Από την άλλη πλευρά οι μεταβλητές ηλικία, επάγγελμα, μόρφωση, οικονομική κατάσταση, οικογενειακή κατάσταση και η ύπαρξη παιδιών επηρεάζουν στατιστικώς σημαντικά καθώς η τιμή του sig είναι μικρότερη του 0,005.

## ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Β: ΈΧΕΤΕ ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙ ΓΙΑ ΤΑ ΑΣΥΡΜΑΤΑ ΔΙΚΤΥΑ

H0: Δεν υπάρχει διαφορά στις απαντήσεις μεταξύ των δειγμάτων.

H1: Υπάρχει διαφορά στις απαντήσεις μεταξύ των δειγμάτων.

### ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ

### Chi-square sig

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Chi-square sig
ΦΥΛΟ	0,464
ΗΛΙΚΙΑ	0,000
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	0,000
ΜΟΡΦΩΣΗ	0,000
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	0,047
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	0,003
ΥΠΑΡΞΗ ΠΑΙΔΙΩΝ	0,004

Πίνακας 2: ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Β

Από τον παραπάνω πίνακα βλέπουμε πως οι μεταβλητές φύλο και οικονομική κατάσταση δεν επηρεάζουν τις απαντήσεις του δείγματος στατιστικώς σημαντικά καθώς η τιμή του sig είναι μεγαλύτερη του 0,005. Από την άλλη πλευρά οι μεταβλητές ηλικία, επάγγελμα, μόρφωση, οικογενειακή κατάσταση και η ύπαρξη παιδιών επηρεάζουν στατιστικώς σημαντικά καθώς η τιμή του sig είναι μικρότερη του 0,005.



## ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Γ: ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ 5G

H0: Δεν υπάρχει διαφορά στις απαντήσεις μεταξύ των δειγμάτων.

H1: Υπάρχει διαφορά στις απαντήσεις μεταξύ των δειγμάτων.

### ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ

### Chi-square sig

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Chi-square sig
ΦΥΛΟ	0,282
ΗΛΙΚΙΑ	0,000
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	0,000
ΜΟΡΦΩΣΗ	0,000
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	0,123
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	0,002
ΥΠΑΡΞΗ ΠΑΙΔΙΩΝ	0,002

Πίνακας 3: ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Γ

Από τον παραπάνω πίνακα βλέπουμε πως οι μεταβλητές φύλο και οικονομική κατάσταση δεν επηρεάζουν τις απαντήσεις του δείγματος στατιστικώς σημαντικά καθώς η τιμή του sig είναι μεγαλύτερη του 0,005. Από την άλλη πλευρά οι μεταβλητές ηλικία, επάγγελμα, μόρφωση, οικογενειακή κατάσταση και η ύπαρξη παιδιών επηρεάζουν στατιστικώς σημαντικά καθώς η τιμή του sig είναι μικρότερη του 0,005.

## ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Δ: ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΤΗΝ ΧΩΡΑ ΜΑΣ ΕΤΟΙΜΗ ΝΑ ΔΕΧΘΕΙ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟ MARKETING

H0: Δεν υπάρχει διαφορά στις απαντήσεις μεταξύ των δειγμάτων.

H1: Υπάρχει διαφορά στις απαντήσεις μεταξύ των δειγμάτων.

### ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ

### Chi-square sig

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Chi-square sig
ΦΥΛΟ	0,276
ΗΛΙΚΙΑ	0,057
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	0,011
ΜΟΡΦΩΣΗ	0,622
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	0,121
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	0,038
ΥΠΑΡΞΗ ΠΑΙΔΙΩΝ	0,004

**Πίνακας 4: ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ Δ**

Από τον παραπάνω πίνακα βλέπουμε πως οι μεταβλητές φύλο, ηλικία, μόρφωση και οικονομική κατάσταση δεν επηρεάζουν τις απαντήσεις του δείγματος στατιστικώς σημαντικά καθώς η τιμή του sig είναι μεγαλύτερη του 0,005. Από την άλλη πλευρά οι μεταβλητές επάγγελμα, οικογενειακή κατάσταση και η ύπαρξη παιδιών επηρεάζουν στατιστικώς σημαντικά καθώς η τιμή του sig είναι μικρότερη του 0,005.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα δίκτυα πέμπτης γενιάς ήρθαν για να συμβάλλουν θετικά σε διάφορους τομείς και κυρίως τον τομέα της οικονομίας. Η τηλεπικοινωνία έχει ραγδαία εξέλιξη λόγω της αύξησης της τεχνολογίας. Με το 5G θα μπορούμε να έχουμε καλύτερες ταχύτητες, περισσότερη ασφάλεια και ευελιξία με ταυτόχρονο χαμηλό κόστος. Εκτός από την οικονομία τα δίκτυα 5g θα μπορούν να βοηθήσουν στον τομέα της υγείας, στην προστασία του περιβάλλοντος, καλύτερη εργασιακή επικοινωνία, στην ψυχαγωγία, Στείλε ενημέρωση Καθώς επίσης θα επιφέρουν αλλαγές στην εκπαίδευση και ενδέχεται και στην κοινωνία. Η εργασία μας προσπάθησε να εντοπίσει όσο το δυνατόν καλύτερο στην έννοια του 5g σε συνδυασμό με το μάρκετινγκ προκειμένου να βρεθούν τα θετικά το "πάντρεμα" αυτών των φαινομένων. Και για αυτό το λόγο δεν μείναμε μόνο τη θεωρητική προσέγγιση του θέματος αλλά προβήκαμε στη διαδικασία διανομής ερωτηματολογίου.

Τα συμπεράσματα της έρευνας της περιγραφικής στατιστικής ήταν τα εξής:

- ✓ Το 63,8% του δείγματος αποτελείται από γυναίκες ενώ το 36,2% από άνδρες.
- ✓ Το 50,5% του δείγματος δηλώνει ηλικία έως 26 χρονών , το 12,5% κυμαίνεται στην ηλικιακή ομάδα από 27 έως 35 ετών, 26,5% του δείγματος δηλώνει ηλικία μεταξύ 36 έως 50 ετών και τέλος το 10,5% είναι πάνω από 60 χρονών.
- ✓ Το 7,3% του δείγματος είναι υπάλληλοι δημοσίου τομέα, 20,2% είναι υπάλληλοι ιδιωτικού τομέα, 15,7% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, 4,5% του δείγματος δηλώνει άνεργοι και με ποσοστό 8,4% αναφορά γίνεται σε συνταξιούχους.
- ✓ Το 63,1% του δείγματος είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, το 32,1% είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ενώ τέλος μόλις το 4,9% δηλώνουν απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης.

- ✓ Αποδοχές μέχρι 500€ δηλώνει το 37,3% του δείγματος, μηνιαίες καθαρές αποδοχές από 501€ έως 800€ δηλώνει το 25,4%, με ποσοστό 26,5% φαίνεται πως το δείγμα λαμβάνει μηνιαία από 801€ έως 1000€ και τέλος ξεπερνούν τα 1000€ μόνο το 10,8% ποσοστό του δείγματος.
- ✓ Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος δηλ. 69,3% δηλώνει άγαμος/η ως προς την οικογενειακή του κατάσταση εν αντιθέσει με το 30,7% που δηλώνει έγγαμος/η.
- ✓ Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος και με ποσοστό 71,4% δεν έχουν παιδιά.
- ✓ Η πλειονότητα του δείγματος είναι κάτοικοι Κρήτης (32,1%), ενώ ακολουθούν με φθίνουσα ταξινόμηση η Αττική (23%), το Νότιο Αιγαίο(7%), η Πελοπόννησος (6,6%), οι Ιόνιοι νήσοι (4,9%), σε ισόποσο ποσοστό ακολουθούν η Ήπειρος, η Θεσσαλία, η Ανατολική Μακεδονία και Θράκη (4,5% ) , ακολουθεί το Βόρειο Αιγαίο (4,2%), η Δυτική Μακεδονία και η Στερεά Ελλάδα (με ποσοστό 3,8% έκαστη),η Δυτική Ελλάδα (1%) ενώ κανένας ερωτώμενος δεν κατοικεί στην Κεντρική Ελλάδα.
- ✓ Το 92% του δείγματος είναι κάτοχοι Η/Υ.
- ✓ Το 60,6% των ερωτώμενων φαίνεται πως χρησιμοποιεί τον Η/Υ του εκτός γραφείου ή σπιτιού ενώ το 39,4% όχι.
- ✓ Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος 85,4% διατηρεί συμβόλαιο διαδικτύου στο σπίτι του ενώ το 14,6% δεν κάνει χρήση της υπηρεσίας.
- ✓ Το μισό και πλέον δείγμα είναι κάτοχος smartphone(51.2%), το αμέσως επόμενο μέσο φαίνεται πως είναι το tablet (25,4%) , ακολουθεί το Iphone (18,8%) ενώ το μικρότερο ποσοστό φαίνεται πως συγκεντρώνει το Ipad(4.5%).
- ✓ Με ποσοστό 83,6% οι ερωτώμενοι φαίνεται να ήταν γνώστες των δυνατοτήτων του κινητού τους πριν την αγορά του.
- ✓ Το 40,8% του δείγματος κατεβάζει εφαρμογές σε καθημερινή βάση , το 18,1% δηλώνει εβδομαδιαία και το 39% αναφέρεται σε μηνιαία συχνότητα.
- ✓ Σχετικά με τις εφαρμογές EMAIL – ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ-SOCIAL MEDIA το δείγμα αξιολογεί από «πολύ» έως «πάρα πολύ» την χρήση τους ενώ

από «λίγο» έως «καθόλου» φαίνεται να είναι η σχέση του με την εφαρμογή GAMES.

- ✓ Σχετικά με την εφαρμογή QR CODES βλέπουμε να δηλώνουν κυρίως «μέτριο» βαθμό εξοικείωσης με τάση σε «καλό» βέβαια υπάρχει και εκείνο το ποσοστό του δείγματος που δεν δείχνει «καθόλου» εξοικείωση. Στην επόμενη εφαρμογή δηλαδή MARKETING ΜΕΣΩ BLUETOOTH το δείγμα δεν φαίνεται να έχει ιδιαίτερη εξοικείωση σύμφωνα με τα διαμορφωμένα ποσοστά , παρόμοια σχέση φαίνεται να υπάρχει και με τις εφαρμογές MARKETING ΜΕΣΩ NFC και MARKETING ΜΕΣΩ MMS .Τέλος και συγκριτικά με τα ποσοστά των υπολοίπων εφαρμογών φαίνεται ότι το δείγμα τείνει να είναι περισσότερο εξοικειωμένο με την εφαρμογή MARKETING SMS καθώς αξιολογεί την εφαρμογή από «μέτρια» σε «πολύ» ως προς το βαθμό εξοικείωσης κατά το ήμισυ και πλέον του ερωτώμενου δείγματος.
- ✓ Το 78% το δείγμα δηλώνει πως έχει λάβει ενημέρωση για τα ασύρματα δίκτυα.
- ✓ Το 50,9% του δείγματος είναι γνώστης των κυψελικών δικτύων.
- ✓ Το δείγμα είναι γνώστης της τεχνολογίας 5G με ποσοστό 67,2%.
- ✓ Το κυψελικό δίκτυο 4G είναι το πιο γνωστό στο ερωτώμενο δείγμα(42,9%) ακολουθεί το δίκτυο 5G (35.5%) , έπειτα και με μικρότερο ποσοστό γίνεται αναφορά στο δίκτυο 2G (8.4%) καθώς και στο 3G (4.5%) ενώ άγνωστο φαίνεται να είναι για το δείγμα το δίκτυο 2,5G καθώς συγκεντρώνει μηδενικό ποσοστό.
- ✓ Θετική είναι η συνδρομή της τεχνολογίας 5G για τον κλάδο του marketing όπως πιστεύει το δείγμα.
- ✓ Η πλειοψηφία του δείγματος θεωρεί ότι η χώρα μας είναι έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο Marketing με ποσοστό 62,7%.
- ✓ Το μεγαλύτερο τμήμα του δείγματος αθροιστικά χαρακτηρίζει σε βαθμό «πολύ» έως «πάρα πολύ» το γεγονός ότι η χρήση των δικτύων 5G μπορεί να παρέχει έλεγχο επιχειρηματικών διαδικασιών, ποιότητα στις υπηρεσίες, άμεση απόκριση, ταυτόχρονη σύνδεση πολλών χρηστών και τέλος όλα αυτά σε συνδυασμό με υψηλή ταχύτητα.
- ✓ Τέλος, τα μειονεκτήματα από τη χρήση των δικτύων 5G είναι σε μεγάλο ποσοστό ότι αφορά θέματα υγείας όπως είναι η μεγάλη ακτινοβολία.

Με μικρότερα ποσοστά εμφανιστήκαν οι επιλογές της μικρότερης εμβέλειας και της παραβίασης των δεδομένων.

Τα συμπεράσματα της έρευνας της επαγωγικής στατιστικής ήταν τα εξής:

- ✓ Μόνο η μεταβλητή φύλο δεν επηρεάζει τις απαντήσεις του δείγματος στατιστικώς σημαντικά στην ερώτηση «Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ» ενώ οι μεταβλητές ηλικία, επάγγελμα, μόρφωση, οικονομική κατάσταση, οικογενειακή κατάσταση και η ύπαρξη παιδιών τις επηρεάζουν στατιστικώς σημαντικά.
- ✓ Οι μεταβλητές φύλο και οικονομική κατάσταση δεν επηρεάζουν τις απαντήσεις του δείγματος στατιστικώς σημαντικά στην ερώτησης «ΕΧΕΤΕ ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙ ΓΙΑ ΤΑ ΑΣΥΡΜΑΤΑ ΔΙΚΤΥΑ» ενώ οι μεταβλητές ηλικία, επάγγελμα, μόρφωση, οικογενειακή κατάσταση και η ύπαρξη παιδιών τις επηρεάζουν στατιστικώς σημαντικά.
- ✓ Οι μεταβλητές φύλο και οικονομική κατάσταση δεν επηρεάζουν τις απαντήσεις του δείγματος στατιστικώς σημαντικά στην ερώτηση «ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ 5G» ενώ οι μεταβλητές ηλικία, επάγγελμα, μόρφωση, οικογενειακή κατάσταση και η ύπαρξη παιδιών τις επηρεάζουν στατιστικώς σημαντικά.
- ✓ Τέλος, οι μεταβλητές φύλο, ηλικία, μόρφωση και οικονομική κατάσταση δεν επηρεάζουν τις απαντήσεις του δείγματος στατιστικώς σημαντικά στην ερώτηση «ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΤΗΝ ΧΩΡΑ ΜΑΣ ΕΤΟΙΜΗ ΝΑ ΔΕΧΘΕΙ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟ MARKETING» ενώ οι μεταβλητές επάγγελμα, οικογενειακή κατάσταση και η ύπαρξη παιδιών επηρεάζουν στατιστικώς σημαντικά καθώς η τιμή του sig είναι μικρότερη του 0,005.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ**

- ✚ W. Lemstra, "Towards the successful deployment of 5G in Europe: Two contrasting scenarios", Sept.2017; <https://bit.ly/2UGpoMm>
- ✚ J. Papiewski, "What Are The Advantages of Wireless Communication?", itstillworks.com; <https://itstillworks.com/advantages-wireless-communication-1121.html>
- ✚ Joseph C., "How Wireless Communication Changed the World", Small Business - Chron.com Oct.2019;
- ✚ NGMN Alliance (2015). 5G White Paper. Frankfurt am Main, Germany.

### **B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ**

- ✚ Ηγουμενίδη,Τ.(2018). Τα μερίδια αγοράς των εναλλακτικών τηλεπικοινωνιακών παρόχων στη χώρα μας στα τέλη του 2017.
- ✚ Κάτζος,Ε. - Στειάκης,Ν. (2002). Μάνατζμεντ Μια σύγχρονη άποψη. Ζήτη.
- ✚ ΟΠΑ. (2015). 20 χρόνια Κινητή Τηλεφωνία και Ελληνική Οικονομία.
- ✚ Ν. Γουδρουμανίδης, "Μελέτη και Έρευνα για Δίκτυα 5ης Γενιάς", Διπλωματική Εργασία, Σχολή Θετικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Λαμία, 2017

### **Γ. ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

<https://www.tsouk.gr/i-epochi-toy-5g-pleonektimata-kai-meione/>

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α**

### **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

#### **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ**

Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στα πλαίσια της πτυχιακής μας εργασίας που έχει ως τίτλο ανάλυση δεδομένων μάρκετινγκ απο δίκτυα κινητής τηλεφωνίας 5ης γενιάς. Οι απαντήσεις είναι ανώνυμες και θα χρησιμοποιηθούν μόνο για τον παραπάνω σκοπό. Στόχος της εργασίας μας είναι να εντοπίσουμε την στάση των Ελλήνων καταναλωτών σχετικά με την γνώση τους πάνω στα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτεί από 15 έως 20 λεπτά.

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων.

Με εκτίμηση,

Ψαράκη Κατερίνα

Κτενιαδάκης Γεώργιος



## A. ΠΡΟΦΙΛ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

### 1. Φύλο :

- Άντρας
- Γυναίκα

### 2. Ηλικία:

- έως 26
- 27-35
- 36-50
- άνω των 60

### 3. Επαγγελματική κατάσταση

- Δ. υπάλληλος
- Ι. υπάλληλος
- Ε. επαγγελματίας
- Φοιτητής
- Άνεργος
- Συνταξιούχος

### 4. Μορφωτικό επίπεδο

- Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση
- Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση
- Τριτοβάθμια Εκπαίδευση

### 5. Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)

- 0-500<sup>€</sup>
- 501-800<sup>€</sup>
- 801-1000<sup>€</sup>
- Πάνω από 1000<sup>€</sup>

### 6. Οικογενειακή κατάσταση

- Άγαμος/η
- Έγγαμος/η

### 7. Έχετε παιδιά;

- Ναι
- Όχι

### 8. Τόπος κατοικίας:

- Ανατολική Μακεδονία και Θράκη
- Κεντρική Μακεδονία
- Δυτική Μακεδονία
- Ήπειρος
- Θεσσαλία
- Ιόνιοι Νήσοι
- Δυτική Ελλάδα
- Στερεά Ελλάδα
- Αττική
- Πελοπόννησος
- Βόρειο Αιγαίο
- Νότιο Αιγαίο
- Κρήτη

## B. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

5 Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ;

- Ναι
- Όχι

6. Κάνετε χρήση του υπολογιστή σας εκτός γραφείου-σπιτιού;

- Ναι
- Όχι

7. Έχετε συμβόλαιο διαδικτύου σπίτι σας;

- Ναι
- Όχι

8. Έχετε;

- Tablet
- Iphone
- Smartphone
- Ipad

9. Γνωρίζετε τις δυνατότητες του κινητού σας πριν την αγορά του;

- Ναι
- Όχι

10. Με τι συχνότητα κατεβάζετε εφαρμογές;

- Καθημερινά
- Εβδομαδιαία
- Μηνιαία

11. Αξιολογείστε τον βαθμό από τις παρακάτω εργασίες που κάνετε.

	1	2	3	4	5
Εργάζομαι					
Ενημερώνομαι					
Επικοινωνώ					
Διαβάζω					
Ψυχαγωγία					

12. Πόσο χρησιμοποιείτε τις παρακάτω εφαρμογές;

	1	2	3	4	5
Social Media					
Διαδίκτυο					
Games					
E-mail					

13. Πόσο είστε εξοικειωμένοι με τα παρακάτω;

	1	2	3	4	5
Marketing Sms					
marketing μέσω Mms					
marketing μέσω NFC					
marketing μέσω Bluetooth					
QR codes					

14 Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα:

- Ναι
- Όχι

15. Γνωρίζετε τα κυψελικά δίκτυα:

- Ναι
- Όχι

16. Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G:

- Ναι

- Όχι
- 

17. Γνωρίζετε κάποια από τα παρακάτω κυψελικά δίκτυα:

- 2G
- 2.5G
- 3G
- 4G
- 5Gi

18. Πιστεύετε ότι η τεχνολογία 5G θα βοηθήσει στο marketing

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

19. Ποια δυνατότητα της τεχνολογίας 5G θεωρείτε πιο σημαντική:

	1	2	3	4	5
Το υψηλό εύρος ζώνης					
Η παρακολούθηση από οπουδήποτε					
Η χωρητικότητα					
Η πολλαπλή πρόσβαση σε ταυτόχρονες συσκευές					
Οι προηγμένες λειτουργίες					

20. Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing;

- Όχι χρειάζεται πολύ χρόνος.
- Ναι, θέλει προσπάθεια αλλά είμαστε σχεδόν έτοιμοι.

21. Πόσο πιστευτέ πως η κρίση έχει επηρεάσει τους τομείς εξέλιξης, τεχνολογίας και marketing;

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

22. Ποια πιστεύετε πως είναι τα πλεονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G;

	1	2	3	4	5
Υψηλή ταχύτητα					
Ταυτόχρονη σύνδεση πολλών χρηστών					
Άμεση απόκριση					
Ποιότητα υπηρεσιών					
Έλεγχος επιχειρηματικών διαδικασιών					

23. Ποια πιστεύετε πως είναι τα μειονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G;

	1	2	3	4	5
Παραβίαση δεδομένων					
Μικρότερη εμβέλεια					
Θέματα υγείας (Μεγάλη ακτινοβολία)					

Σας

ευχαριστώ...

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

### ΠΙΝΑΚΕΣ SPSS

#### Φύλο

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΝΔΡΑΣ	104	36,2	36,2
	ΓΥΝΑΙΚΑ	183	63,8	63,8
	Total	287	100,0	100,0

#### Ηλικία:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	έως 26	145	50,5	50,5
	27-35	36	12,5	63,1
	36-50	76	26,5	89,5
	άνω των 60	30	10,5	100,0
	Total	287	100,0	100,0

#### Επαγγελματική κατάσταση

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δ.Υπάλληλος	21	7,3	7,3
	Ι.Υπάλληλος	58	20,2	27,5
	Ε.Επαγγελματίας	45	15,7	43,2
	Φοιτητής	126	43,9	87,1
	Άνεργος	13	4,5	91,6
	Συνταξιούχος	24	8,4	100,0
	Total	287	100,0	100,0

#### Μορφωτικό επίπεδο

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση	14	4,9	4,9
	Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	92	32,1	36,9
	Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	181	63,1	100,0
	Total	287	100,0	100,0

**Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0-500E	107	37,3	37,3	37,3
501-800E	73	25,4	25,4	62,7
801-1000E	76	26,5	26,5	89,2
Πάνω απο 1001	31	10,8	10,8	100,0
Total	287	100,0	100,0	

**Οικογενειακή κατάσταση**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Άγαμος-η	199	69,3	69,3	69,3
Έγγαμος-η	88	30,7	30,7	100,0
Total	287	100,0	100,0	

**Έχετε παιδιά**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	82	28,6	28,6	28,6
Όχι	205	71,4	71,4	100,0
Total	287	100,0	100,0	

**Τόπος κατοικίας:**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ανατολική Μακεδονία αι Θράκη	13	4,5	4,5	4,5
Δυτική Μακεδονία	11	3,8	3,8	8,4
Ήπειρος	13	4,5	4,5	12,9
Θεσσαλία	13	4,5	4,5	17,4
Ιόνιοι Νήσοι	14	4,9	4,9	22,3
Δυτική Ελλάδα	3	1,0	1,0	23,3
Στερεά Ελλάδα	11	3,8	3,8	27,2
Αττική	66	23,0	23,0	50,2
Πελοπόννησος	19	6,6	6,6	56,8
Βόρειο Αιγαίο	12	4,2	4,2	61,0
Νότιο Αιγαίο	20	7,0	7,0	67,9
Κρήτη	92	32,1	32,1	100,0
Total	287	100,0	100,0	

**Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ;**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nαι	264	92,0	94,0	94,0
	Όχι	17	5,9	6,0	100,0
	Total	281	97,9	100,0	
Missing	System	6	2,1		
Total		287	100,0		

**Κάνετε χρήση του υπολογιστή σας εκτός γραφείου-σπιτιού**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nαι	174	60,6	60,6	60,6
	Όχι	113	39,4	39,4	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

**Έχετε συμβόλαιο διαδικτύου σπίτι σας**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nαι	245	85,4	85,4	85,4
	Όχι	42	14,6	14,6	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

**Έχετε**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tablet	73	25,4	25,4	25,4
	Iphone	54	18,8	18,8	44,3
	Smartphone	147	51,2	51,2	95,5
	Ipad	13	4,5	4,5	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

**Γνωρίζετε τις δυνατότητες του κινητού σας πριν την αγορά του**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nαι	240	83,6	84,2	84,2
	Όχι	45	15,7	15,8	100,0
	Total	285	99,3	100,0	
Missing	System	2	,7		
Total		287	100,0		

**Με τι συχνότητα κατεβάζετε εφαρμογές**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Καθημερινά	117	40,8	41,6	41,6
	Εβδομαδιαία	52	18,1	18,5	60,1
	Μηνιαία	112	39,0	39,9	100,0
	Total	281	97,9	100,0	
Missing	System	6	2,1		
Total		287	100,0		

**Αξιολογήστε τον βαθμό από τις παρακάτω εργασίες που κάνετε [Εργάζομαι]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	56	19,5	19,5
	Λίγο	66	23,0	42,5
	Μέτρια	52	18,1	60,6
	Πολύ	78	27,2	87,8
	Πάρα πολύ	35	12,2	100,0
	Total	287	100,0	100,0

**Αξιολογήστε τον βαθμό από τις παρακάτω εργασίες που κάνετε [Ενημερώνομαι]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	13	4,5	4,5
	Λίγο	38	13,2	17,8
	Μέτρια	63	22,0	39,7
	Πολύ	110	38,3	78,0
	Πάρα πολύ	63	22,0	100,0
	Total	287	100,0	100,0

**Αξιολογήστε τον βαθμό από τις παρακάτω εργασίες που κάνετε [Επικοινωνώ]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	7	2,4	2,4
	Λίγο	27	9,4	11,8
	Μέτρια	53	18,5	30,3
	Πολύ	96	33,4	63,8
	Πάρα πολύ	104	36,2	100,0
	Total	287	100,0	100,0

**Αξιολογήστε τον βαθμό από τις παρακάτω εργασίες που κάνετε [Διαβάζω]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	35	12,2	12,2

Λίγο	53	18,5	18,5	30,7
Μέτρια	79	27,5	27,5	58,2
Πολύ	65	22,6	22,6	80,8
Πάρα πολύ	55	19,2	19,2	100,0
Total	287	100,0	100,0	

**Αξιολογίστε τον βαθμό από τις παρακάτω εργασίες που κάνετε [Ψυχαγωγία]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου	33	11,5	11,5	11,5
Valid Λίγο	33	11,5	11,5	23,0
Valid Μέτρια	65	22,6	22,6	45,6
Valid Πολύ	80	27,9	27,9	73,5
Valid Πάρα πολύ	76	26,5	26,5	100,0
Total	287	100,0	100,0	

**Πόσο χρησιμοποιείτε τις παρακάτω εφαρμογές [Social Media]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου	24	8,4	8,4	8,4
Valid Λίγο	39	13,6	13,7	22,1
Valid Μέτρια	48	16,7	16,8	38,9
Valid Πολύ	80	27,9	28,1	67,0
Valid Πάρα πολύ	94	32,8	33,0	100,0
Total	285	99,3	100,0	
Missing System	2	,7		
Total	287	100,0		

**Πόσο χρησιμοποιείτε τις παρακάτω εφαρμογές [Διαδίκτυο]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου	12	4,2	4,3	4,3
Valid Λίγο	21	7,3	7,4	11,7
Valid Μέτρια	33	11,5	11,7	23,4
Valid Πολύ	103	35,9	36,5	59,9
Valid Πάρα πολύ	113	39,4	40,1	100,0
Total	282	98,3	100,0	
Missing System	5	1,7		
Total	287	100,0		

**Πόσο χρησιμοποιείτε τις παρακάτω εφαρμογές [Games]**



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	83	28,9	29,5
	Λίγο	84	29,3	59,4
	Μέτρια	51	17,8	77,6
	Πολύ	35	12,2	90,0
	Πάρα πολύ	28	9,8	100,0
	Total	281	97,9	100,0
Missing System	6	2,1		
Total	287	100,0		

**Πόσο χρησιμοποιείτε τις παρακάτω εφαρμογές [E-mail]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	23	8,0	8,0
	Λίγο	32	11,1	19,2
	Μέτρια	47	16,4	35,5
	Πολύ	113	39,4	74,9
	Πάρα πολύ	72	25,1	100,0
	Total	287	100,0	100,0

**Πόσο είστε εξοικειωμένοι με τα παρακάτω [Marketing Sms]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	39	13,6	13,7
	Λίγο	44	15,3	29,1
	Μέτρια	89	31,0	60,4
	Πολύ	78	27,2	87,7
	Πάρα πολύ	35	12,2	100,0
	Total	285	99,3	100,0
Missing System	2	,7		
Total	287	100,0		

**Πόσο είστε εξοικειωμένοι με τα παρακάτω [marketing μέσω Mms]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	77	26,8	27,4
	Λίγο	51	17,8	45,6
	Μέτρια	79	27,5	73,7
	Πολύ	52	18,1	92,2
	Πάρα πολύ	22	7,7	100,0

Total	281	97,9	100,0	
Missing System	6	2,1		
Total	287	100,0		

**Πόσο είστε εξοικειωμένοι με τα παρακάτω [marketing μέσω NFC]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	90	31,4	31,8
	Λίγο	53	18,5	50,5
	Μέτρια	72	25,1	76,0
	Πολύ	41	14,3	90,5
	Πάρα πολύ	27	9,4	100,0
Total	283	98,6	100,0	
Missing System	4	1,4		
Total	287	100,0		

**Πόσο είστε εξοικειωμένοι με τα παρακάτω [marketing μέσω Bluetooth]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	101	35,2	35,7
	Λίγο	46	16,0	51,9
	Μέτρια	67	23,3	75,6
	Πολύ	44	15,3	91,2
	Πάρα πολύ	25	8,7	100,0
Total	283	98,6	100,0	
Missing System	4	1,4		
Total	287	100,0		

**Πόσο είστε εξοικειωμένοι με τα παρακάτω [QR codes]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	68	23,7	24,0
	Λίγο	46	16,0	40,3
	Μέτρια	77	26,8	67,5
	Πολύ	58	20,2	88,0
	Πάρα πολύ	34	11,8	100,0
Total	283	98,6	100,0	
Missing System	4	1,4		
Total	287	100,0		

**Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	Ναι	224	78,0	78,0	78,0
Valid	Όχι	63	22,0	22,0	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

#### Γνωρίζετε τα κυψελικά δίκτυα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Ναι	146	50,9	50,9	50,9
Valid	Όχι	141	49,1	49,1	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

#### Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Ναι	193	67,2	68,0	68,0
Valid	Όχι	91	31,7	32,0	100,0
	Total	284	99,0	100,0	
Missing	System	3	1,0		
Total		287	100,0		

#### Γνωρίζετε κάποια από τα παρακάτω κυψελικά δίκτυα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Καθόλου	24	8,4	9,2	9,2
	Μέτρια	13	4,5	5,0	14,1
Valid	Πολύ	123	42,9	46,9	61,1
	Πάρα πολύ	102	35,5	38,9	100,0
	Total	262	91,3	100,0	
Missing	System	25	8,7		
Total		287	100,0		

#### Πιστεύετε ότι η τεχνολογία 5G θα βοηθήσει στο marketing

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Καθόλου	5	1,7	1,8	1,8
	Λίγο	17	5,9	6,0	7,8
Valid	Μέτρια	53	18,5	18,7	26,5
	Πολύ	73	25,4	25,8	52,3
	Πάρα πολύ	135	47,0	47,7	100,0
	Total	283	98,6	100,0	
Missing	System	4	1,4		
Total		287	100,0		

**Ποια δυνατότητα της τεχνολογίας 5G θεωρείτε πιο σημαντική [Το υψηλό εύρος ζώνης]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	6	2,1	2,1	2,1
	Λίγο	23	8,0	8,2	10,3
	Μέτρια	60	20,9	21,4	31,7
	Πολύ	103	35,9	36,7	68,3
	Πάρα πολύ	89	31,0	31,7	100,0
	Total	281	97,9	100,0	
Missing	System	6	2,1		
Total		287	100,0		

**Ποια δυνατότητα της τεχνολογίας 5G θεωρείτε πιο σημαντική [Η παρακολούθηση από οπουδήποτε]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	8	2,8	2,8	2,8
	Λίγο	29	10,1	10,2	13,1
	Μέτρια	61	21,3	21,6	34,6
	Πολύ	96	33,4	33,9	68,6
	Πάρα πολύ	89	31,0	31,4	100,0
	Total	283	98,6	100,0	
Missing	System	4	1,4		
Total		287	100,0		

**Ποια δυνατότητα της τεχνολογίας 5G θεωρείτε πιο σημαντική [Η χωρητικότητα]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	6	2,1	2,1	2,1
	Λίγο	29	10,1	10,3	12,5
	Μέτρια	62	21,6	22,1	34,5
	Πολύ	92	32,1	32,7	67,3
	Πάρα πολύ	92	32,1	32,7	100,0
	Total	281	97,9	100,0	
Missing	System	6	2,1		
Total		287	100,0		

**Ποια δυνατότητα της τεχνολογίας 5G θεωρείτε πιο σημαντική [Η πολλαπλή πρόσβαση σε ταυτόχρονες συσκευές]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	14	4,9	4,9	4,9

	Λίγο	22	7,7	7,8	12,7
	Μέτρια	58	20,2	20,5	33,2
	Πολύ	85	29,6	30,0	63,3
	Πάρα πολύ	104	36,2	36,7	100,0
	Total	283	98,6	100,0	
Missing	System	4	1,4		
Total		287	100,0		

**Ποια δυνατότητα της τεχνολογίας 5G θεωρείτε πιο σημαντική [Οι προηγμένες λειτουργίες]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Καθόλου	8	2,8	2,8	2,8
	Λίγο	33	11,5	11,6	14,4
Valid	Μέτρια	67	23,3	23,5	37,9
	Πολύ	83	28,9	29,1	67,0
	Πάρα πολύ	94	32,8	33,0	100,0
	Total	285	99,3	100,0	
Missing	System	2	,7		
Total		287	100,0		

**Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Όχι, χρειάζεται πολύ χρόνος	101	35,2	35,9	35,9
Valid	Ναι, θέλει προσπάθεια αλλά είμαστε σχεδόν έτοιμοι	180	62,7	64,1	100,0
	Total	281	97,9	100,0	
Missing	System	6	2,1		
Total		287	100,0		

**Πόσο πιστευτέ πως η κρίση έχει επηρεάσει τους τομείς εξέλιξης, τεχνολογίας και marketing;**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Καθόλου	14	4,9	5,0	5,0
	Λίγο	16	5,6	5,7	10,7
Valid	Μέτρια	67	23,3	23,8	34,5
	Πολύ	97	33,8	34,5	69,0
	Πάρα πολύ	87	30,3	31,0	100,0
	Total	281	97,9	100,0	
Missing	System	6	2,1		

Total	287	100,0		
-------	-----	-------	--	--

**Ποια πιστεύετε πως είναι τα πλεονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G [Υψηλή ταχύτητα]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	7	2,4	2,4
	Λίγο	25	8,7	11,1
	Μέτρια	44	15,3	26,5
	Πολύ	102	35,5	62,0
	Πάρα πολύ	109	38,0	100,0
	Total	287	100,0	100,0

**Ποια πιστεύετε πως είναι τα πλεονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G [Ταυτόχρονη σύνδεση πολλών χρηστών]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	9	3,1	3,2
	Λίγο	33	11,5	14,7
	Μέτρια	45	15,7	30,5
	Πολύ	103	35,9	66,7
	Πάρα πολύ	95	33,1	100,0
	Total	285	99,3	100,0
Missing System	2	,7		
Total	287	100,0		

**Ποια πιστεύετε πως είναι τα πλεονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G [Άμεση απόκριση]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	9	3,1	3,2
	Λίγο	31	10,8	14,1
	Μέτρια	63	22,0	36,4
	Πολύ	89	31,0	67,8
	Πάρα πολύ	91	31,7	100,0
	Total	283	98,6	100,0
Missing System	4	1,4		
Total	287	100,0		

**Ποια πιστεύετε πως είναι τα πλεονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G [Ποιότητα υπηρεσιών]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Καθόλου	9	3,1	3,2	3,2
	Λίγο	27	9,4	9,5	12,6
	Μέτρια	49	17,1	17,2	29,8
	Πολύ	105	36,6	36,8	66,7
	Πάρα πολύ	95	33,1	33,3	100,0
Total		285	99,3	100,0	
Missing	System	2	,7		
Total		287	100,0		

**Ποια πιστεύετε πως είναι τα πλεονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G [Έλεγχος επιχειρηματικών διαδικασιών]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	9	3,1	3,2	3,2
	Λίγο	34	11,8	11,9	15,1
	Μέτρια	44	15,3	15,4	30,5
	Πολύ	109	38,0	38,2	68,8
	Πάρα πολύ	89	31,0	31,2	100,0
Total		285	99,3	100,0	
Missing	System	2	,7		
Total		287	100,0		

**Ποια πιστεύετε πως είναι τα μειονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G [Παραβίαση δεδομένων]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	35	12,2	12,2	12,2
	Λίγο	54	18,8	18,8	31,0
	Μέτρια	80	27,9	27,9	58,9
	Πολύ	67	23,3	23,3	82,2
	Πάρα πολύ	51	17,8	17,8	100,0
Total		287	100,0	100,0	

**Ποια πιστεύετε πως είναι τα μειονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G [Μικρότερη εμβέλεια]**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	48	16,7	16,8	16,8
	Λίγο	66	23,0	23,2	40,0
	Μέτρια	87	30,3	30,5	70,5
	Πολύ	55	19,2	19,3	89,8

	Πάρα πολύ	29	10,1	10,2	100,0
	Total	285	99,3	100,0	
Missing	System	2	,7		
Total		287	100,0		

Ποια πιστεύετε πως είναι τα μειονεκτήματα από την χρήση των δικτύων 5G [Θέματα υγείας (Μεγάλη ακτινοβολία)]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	37	12,9	13,0	13,0
	Λίγο	54	18,8	18,9	31,9
	Μέτρια	58	20,2	20,4	52,3
	Πολύ	62	21,6	21,8	74,0
	Πάρα πολύ	74	25,8	26,0	100,0
	Total	285	99,3	100,0	
Missing	System	2	,7		
Total		287	100,0		

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ; * Φύλο	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

### Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ; \* Φύλο Crosstabulation

Count

		Φύλο		Total
		ΑΝΔΡΑΣ	ΓΥΝΑΙΚΑ	
Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ;	Ναι	97	167	264
	Όχι	5	12	17
Total		102	179	281



**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,371 <sup>a</sup>	1	,542	,613	,371
Continuity Correction <sup>b</sup>	,122	1	,727		
likelihood Ratio	,382	1	,536		
Fisher's Exact Test					
linear-by-linear Association	,370	1	,543		
N of Valid Cases	281				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,17.

b. Computed only for a 2x2 table

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ; * Ηλικία:	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

**Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ; \* Ηλικία: Crosstabulation**

Count

		Ηλικία:				Total
		έως 26	27-35	36-50	άνω των 60	
Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ;	Ναι	141	34	75	14	264
	Όχι	2	0	1	14	17

Total	143	34	76	28	281
-------	-----	----	----	----	-----

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	105,786 <sup>a</sup>	3	,000
likelihood Ratio	57,810	3	,000
linear-by-linear Association	40,591	1	,000
N of Valid Cases	281		

α. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,69.

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε στην κατοχή σας H/Y; * Επαγγελματική κατάσταση	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

**Έχετε στην κατοχή σας H/Y; \* Επαγγελματική κατάσταση Crosstabulation**

Count

		Επαγγελματική κατάσταση					Total	
		Δ.Υπάλληλο ς	Ι.Υπάλληλο ς	Ε.Επαγγελματ ίας	Φοιτητής	Άνεργος		Συνταξιούχος
Έχετε στην κατοχή σας	Ναι	20	56	45	122	13	8	264

H/Y;	Όχι	1	0	0	2	0	14	17
Total		21	56	45	124	13	22	281

### X2 - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	140,055 <sup>a</sup>	5	,000
likelihood Ratio	70,967	5	,000
linear-by-linear Association	45,873	1	,000
N of Valid Cases	281		

a. 5 cells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,79.

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε στην κατοχή σας H/Y; * Μορφωτικό επίπεδο	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

### Έχετε στην κατοχή σας H/Y; \* Μορφωτικό επίπεδο Crosstabulation

Count

	Μορφωτικό επίπεδο			Total
	Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση	Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	

Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ;	Ναι	0	88	176	264
	Όχι	12	2	3	17
Total		12	90	179	281

### X2 - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	194,698 <sup>a</sup>	2	,000
likelihood Ratio	78,661	2	,000
linear-by-linear Association	69,729	1	,000
N of Valid Cases	281		

α. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,73.

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ; * Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ; \* Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)

### Crosstabulation

Count

		Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)				Total
		0-500Ε	501-800Ε	801-1000Ε	Πάνω απο 1001	
Έχετε στην κατοχή σας	Ναι	105	57	72	30	264
H/Y;	Όχι	0	14	2	1	17
Total		105	71	74	31	281

### X2 - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31,993 <sup>α</sup>	3	,000
likelihood Ratio	30,601	3	,000
linear-by-linear Association	,264	1	,607
N of Valid Cases	281		

α. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,88.

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε στην κατοχή σας H/Y; * Οικογενειακή κατάσταση	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

**Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ; \* Οικογενειακή κατάσταση**  
**Crosstabulation**

Count

		Οικογενειακή κατάσταση		Total
		Άγαμος-η	Έγγαμος-η	
Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ;	Ναι	191	73	264
	Όχι	6	11	17
Total		197	84	281

**X<sup>2</sup> - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	10,464 <sup>a</sup>	1	,001	,002	,002
Continuity Correction <sup>b</sup>	8,770	1	,003		
likelihood Ratio	9,396	1	,002		
Fisher's Exact Test					
linear-by-linear Association	10,427	1	,001		
N of Valid Cases	281				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,08.

b. Computed only for a 2x2 table

**Case Processing Summary**

	Cases		
	Valid	Missing	Total

	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ; * Έχετε παιδιά	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

**Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ; \* Έχετε παιδιά Crosstabulation**

Count

		Έχετε παιδιά		Total
		Ναι	Όχι	
Έχετε στην κατοχή σας Η/Υ;	Ναι	67	197	264
	Όχι	11	6	17
Total		78	203	281

**X<sup>2</sup> - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	12,318 <sup>a</sup>	1	,000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	10,435	1	,001		
likelihood Ratio	10,783	1	,001		
Fisher's Exact Test				,001	,001
linear-by-linear Association	12,275	1	,000		
N of Valid Cases	281				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,72.

b. Computed only for a 2x2 table

**Case Processing Summary**

	Cases
--	-------

	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα * Φύλο	287	100,0%	0	0,0%	287	100,0%

**Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα \* Φύλο**  
**Crosstabulation**

Count

		Φύλο		Total
		ΑΝΔΡΑΣ	ΓΥΝΑΙΚΑ	
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα	Ναι	82	142	224
	Όχι	22	41	63
Total		104	183	287

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,061 <sup>α</sup>	1	,806	,882	,464
Continuity Correction <sup>b</sup>	,010	1	,922		
likelihood Ratio	,061	1	,805		
Fisher's Exact Test					
linear-by-linear Association	,060	1	,806		
N of Valid Cases	287				

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 22,83.

b. Computed only for a 2x2 table



### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα * Ηλικία:	287	100,0%	0	0,0%	287	100,0%

### Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα \* Ηλικία: Crosstabulation

Count

		Ηλικία:				Total
		έως 26	27-35	36-50	άνω των 60	
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα	Ναι	127	19	68	10	224
	Όχι	18	17	8	20	63
Total		145	36	76	30	287

### X2 - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	61,919 <sup>a</sup>	3	,000
likelihood Ratio	54,181	3	,000
linear-by-linear Association	17,454	1	,000
N of Valid Cases	287		

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,59.

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα * Επαγγελματική κατάσταση	287	100,0%	0	0,0%	287	100,0%

### Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα \* Επαγγελματική κατάσταση Crosstabulation

Count

		Επαγγελματική κατάσταση					Total	
		Δ.Υπάλληλο ς	Ι.Υπάλληλο ς	Ε.Επαγγελματ ίας	Φοιτητής	Άνεργος		Συνταξιούχος
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα	Ναι	19	39	35	112	11	8	224
	Όχι	2	19	10	14	2	16	63
Total		21	58	45	126	13	24	287

### X2 - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	42,827 <sup>a</sup>	5	,000
likelihood Ratio	38,222	5	,000
linear-by-linear Association	3,002	1	,083

N of Valid Cases	287	
------------------	-----	--

α. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,85.

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα * Μορφωτικό επίπεδο	287	100,0%	0	0,0%	287	100,0%

### Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα \* Μορφωτικό επίπεδο Crosstabulation

Count

		Μορφωτικό επίπεδο			Total
		Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση	Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα	Ναι	0	69	155	224
	Όχι	14	23	26	63
Total		14	92	181	287

### Χ2 - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	56,357 <sup>a</sup>	2	,000
likelihood Ratio	49,648	2	,000

linear-by-linear Association	36,153	1	,000
N of Valid Cases	287		

α. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,07.

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα * Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)	287	100,0%	0	0,0%	287	100,0%

### Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα \* Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό) Crosstabulation

Count

		Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)				Total
		0-500E	501-800E	801-1000E	Πάνω απο 1001	
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα	Ναι	92	50	58	24	224
	Όχι	15	23	18	7	63
Total		107	73	76	31	287

### hi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,961 <sup>a</sup>	3	,047
likelihood Ratio	8,059	3	,045
linear-by-linear Association	1,991	1	,158
N of Valid Cases	287		

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,80.

#### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα * Οικογενειακή κατάσταση	287	100,0%	0	0,0%	287	100,0%

**Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα \* Οικογενειακή κατάσταση Crosstabulation**

Count

		Οικογενειακή κατάσταση		Total
		Άγαμος-η	Έγγαμος-η	
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα	Ναι	165	59	224
	Όχι	34	29	63

Total	199	88	287
-------	-----	----	-----

**X<sup>2</sup> - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8,969 <sup>a</sup>	1	,003		
Continuity Correction <sup>b</sup>	8,066	1	,005		
likelihood Ratio	8,551	1	,003		
Fisher's Exact Test				,005	,003
linear-by-linear Association	8,938	1	,003		
N of Valid Cases	287				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,32.

b. Computed only for a 2x2 table

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα * Έχετε παιδιά	287	100,0%	0	0,0%	287	100,0%

**Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα \* Έχετε παιδιά**

**Crosstabulation**

Count

	Έχετε παιδιά	Total
--	--------------	-------

		Ναι	Όχι	
Έχετε ενημερωθεί για τα ασύρματα δίκτυα	Ναι	55	169	224
	Όχι	27	36	63
Total		82	205	287

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8,072 <sup>a</sup>	1	,004	,007	,004
Continuity Correction <sup>b</sup>	7,200	1	,007		
likelihood Ratio	7,655	1	,006		
Fisher's Exact Test					
linear-by-linear Association	8,044	1	,005		
N of Valid Cases	287				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,00.

b. Computed only for a 2x2 table

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G * Φύλο	284	99,0%	3	1,0%	287	100,0%

**Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G \* Φύλο Crosstabulation**

Count

		Φύλο		Total
		ΑΝΔΡΑΣ	ΓΥΝΑΙΚΑ	
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G	Ναι	68	125	193
	Όχι	36	55	91
Total		104	180	284

### X2 - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,499 <sup>a</sup>	1	,480	,511	,282
Continuity Correction <sup>b</sup>	,330	1	,566		
likelihood Ratio	,496	1	,481		
Fisher's Exact Test					
linear-by-linear Association	,497	1	,481		
N of Valid Cases	284				

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33,32.

b. Computed only for a 2x2 table

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G * Ηλικία:	284	99,0%	3	1,0%	287	100,0%

Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G \* Ηλικία: Crosstabulation



Count

		Ηλικία:				Total
		έως 26	27-35	36-50	άνω των 60	
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G	Ναι	113	22	51	7	193
	Όχι	32	14	25	20	91
	Total	145	36	76	27	284

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29,330 <sup>α</sup>	3	,000
likelihood Ratio	27,888	3	,000
linear-by-linear Association	19,929	1	,000
N of Valid Cases	284		

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,65.

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G * Επαγγελματική κατάσταση	284	99,0%	3	1,0%	287	100,0%

Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G \* Επαγγελματική κατάσταση Crosstabulation

Count

		Επαγγελματική κατάσταση					Total	
		Δ.Υπάλληλο ς	Ι.Υπάλληλο ς	Ε.Επαγγελματ ίας	Φοιτητής	Άνεργος		Συνταξιούχος
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G	Ναι	11	36	32	100	9	5	193
	Όχι	10	22	13	26	4	16	91
Total		21	58	45	126	13	21	284

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29,805 <sup>a</sup>	5	,000
likelihood Ratio	28,693	5	,000
linear-by-linear Association	,098	1	,754
N of Valid Cases	284		

α. 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,17.

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G * Μορφωτικό επίπεδο	284	99,0%	3	1,0%	287	100,0%

**Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G \* Μορφωτικό επίπεδο Crosstabulation**

Count

		Μορφωτικό επίπεδο			Total
		Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση	Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G	Ναι	0	56	137	193
	Όχι	14	33	44	91
Total		14	89	181	284

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35,700 <sup>a</sup>	2	,000
likelihood Ratio	38,102	2	,000
linear-by-linear Association	26,131	1	,000
N of Valid Cases	284		

α. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,49.

**Case Processing Summary**

						Cases	
		Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent	

Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G * Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)	284	99,0%	3	1,0%	287	100,0%
--	-----	-------	---	------	-----	--------

**Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G \* Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)**

**Crosstabulation**

Count

		Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)				Total
		0-500E	501-800E	801-1000E	Πάνω απο 1001	
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G	Ναι	79	46	44	24	193
	Όχι	28	27	29	7	91
Total		107	73	73	31	284

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,769 <sup>a</sup>	3	,123
likelihood Ratio	5,823	3	,121
linear-by-linear Association	,552	1	,457
N of Valid Cases	284		

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,93.

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G * Οικογενειακή κατάσταση	284	99,0%	3	1,0%	287	100,0%

**Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G \* Οικογενειακή κατάσταση**

**Crosstabulation**

Count

		Οικογενειακή κατάσταση		Total
		Άγαμος-η	Έγγαμος-η	
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G	Ναι	146	47	193
	Όχι	53	38	91
Total		199	85	284

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8,934 <sup>a</sup>	1	,003		
Continuity Correction <sup>b</sup>	8,123	1	,004		
likelihood Ratio	8,691	1	,003		
Fisher's Exact Test				,004	,002
linear-by-linear Association	8,902	1	,003		

N of Valid Cases	284			
------------------	-----	--	--	--

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27,24.

b. Computed only for a 2x2 table

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G * Έχετε παιδιά	284	99,0%	3	1,0%	287	100,0%

### Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G \* Έχετε παιδιά Crosstabulation

Count

		Έχετε παιδιά		Total
		Ναι	Όχι	
Γνωρίζετε την τεχνολογία 5G	Ναι	43	150	193
	Όχι	36	55	91
Total		79	205	284

### X2 - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9,197 <sup>a</sup>	1	,002		
Continuity Correction <sup>b</sup>	8,357	1	,004		
likelihood Ratio	8,909	1	,003		
Fisher's Exact Test				,003	,002

linear-by-linear Association	9,165	1	,002		
N of Valid Cases	284				

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25,31.

b. Computed only for a 2x2 table

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing * Φύλο	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

**Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing \***

### Φύλο Crosstabulation

Count

		Φύλο		Total
		ΑΝΔΡΑΣ	ΓΥΝΑΙΚΑ	
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing	Όχι, χρειάζεται πολύ χρόνος	38	63	101
	Ναι, θέλει προσπάθεια αλλά είμαστε σχεδόν έτοιμοι	60	120	180
Total		98	183	281

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,524 <sup>a</sup>	1	,469		
Continuity Correction <sup>b</sup>	,352	1	,553		
likelihood Ratio	,522	1	,470		
Fisher's Exact Test				,515	,276
linear-by-linear Association	,522	1	,470		
N of Valid Cases	281				

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 35,22.

β. Computed only for a 2x2 table

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing * Ηλικία:	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

**Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing \* Ηλικία: Crosstabulation Count**

	Ηλικία:				Total
	έως 26	27-35	36-50	άνω των 60	



Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing	Όχι, χρειάζεται πολύ χρόνος	51	7	34	9	101
	Ναι, θέλει προσπάθεια αλλά είμαστε σχεδόν έτοιμοι	94	29	40	17	180
Total		145	36	74	26	281

### X<sup>2</sup> - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,529 <sup>a</sup>	3	,057
likelihood Ratio	7,861	3	,049
linear-by-linear Association	,825	1	,364
N of Valid Cases	281		

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,35.

### Case Processing Summary

		Cases					
		Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent	

Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing * Επαγγελματική κατάσταση	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%
--	-----	-------	---	------	-----	--------

**Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing \* Επαγγελματική κατάσταση Crosstabulation**

Count

		Επαγγελματική κατάσταση						Total
		Δ.Υπάλληλο ς	Ι.Υπάλληλο ς	Ε.Επαγγελματί ας	Φοιτητής	Άνεργος	Συνταξιούχος	
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing	Όχι, χρειάζεται πολύ χρόνος	14	20	14	45	2	6	10
	Ναι, θέλει προσπάθεια αλλά είμαστε σχεδόν έτοιμοι	5	38	31	81	11	14	18
Total		19	58	45	126	13	20	28

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,961 <sup>a</sup>	5	,011
likelihood Ratio	14,772	5	,011
linear-by-linear Association	5,019	1	,025

N of Valid Cases	281	
------------------	-----	--

α. 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,67.

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing * Μορφωτικό επίπεδο	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

### Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing \* Μορφωτικό επίπεδο Crosstabulation

Count

	Μορφωτικό επίπεδο			Total	
	Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση	Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	Τριτοβάθμια Εκπαίδευση		
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing	Όχι, χρειάζεται πολύ χρόνος	4	36	61	10
	Ναι, θέλει προσπάθεια αλλά είμαστε σχεδόν έτοιμοι	8	54	118	18
Total		12	90	179	28

X2 - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,949 <sup>a</sup>	2	,622
likelihood Ratio	,942	2	,624
linear-by-linear Association	,432	1	,511
N of Valid Cases	281		

α. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,31.

#### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing * Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

**Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing \* Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό) Crosstabulation**

Count

	Οικονομική Κατάσταση (Μηνιαίο εισόδημα καθαρό)	Total

		0-500E	501-800E	801-1000E	Πάνω απο 1001	
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing	Όχι, χρειάζεται πολύ χρόνος	32	24	34	11	101
	Ναι, θέλει προσπάθεια αλλά είμαστε σχεδόν έτοιμοι	75	47	38	20	180
Total		107	71	72	31	281

### X2 - test

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,816 <sup>a</sup>	3	,121
likelihood Ratio	5,726	3	,126
linear-by-linear Association	2,944	1	,086
N of Valid Cases	281		

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,14.

### Case Processing Summary

Cases					
Valid		Missing		Total	
N	Percent	N	Percent	N	Percent

Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing * Οικογενειακή κατάσταση	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%
--	-----	-------	---	------	-----	--------

εωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing \*  
Οικογενειακή κατάσταση Crosstabulation

Count

		Οικογενειακή κατάσταση		Total
		Άγαμος-η	Έγγαμος-η	
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing	Όχι, χρειάζεται πολύ χρόνος	63	38	101
	Ναι, θέλει προσπάθεια αλλά είμαστε σχεδόν έτοιμοι	132	48	180
Total		195	86	281

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,657 <sup>a</sup>	1	,056		
Continuity Correction <sup>b</sup>	3,160	1	,075		
likelihood Ratio	3,605	1	,058		
Fisher's Exact Test				,060	,038

linear-by-linear Association	3,644	1	,056		
N of Valid Cases	281				

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 30,91.

b. Computed only for a 2x2 table

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing * Έχετε παιδιά	281	97,9%	6	2,1%	287	100,0%

**Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing \***

**Έχετε παιδιά Crosstabulation**

Count

		Έχετε παιδιά		Total
		Ναι	Όχι	
Θεωρείτε την χώρα μας έτοιμη να δεχθεί τις νέες τεχνολογίες στο marketing *	Όχι, χρειάζεται πολύ χρόνος	39	62	101

τεχνολογίες στο marketing	Ναι, θέλει προσπάθεια αλλά είμαστε σχεδόν έτοιμοι	41	139	180
Total		80	201	281

**X2 - test**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7,967 <sup>α</sup>	1	,005		
Continuity Correction <sup>b</sup>	7,209	1	,007		
likelihood Ratio	7,803	1	,005		
Fisher's Exact Test				,006	,004
linear-by-linear Association	7,939	1	,005		
N of Valid Cases	281				

α. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 28,75.

b. Computed only for a 2x2 table