



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΕ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
Ηράκλειο, Ιανουάριος 2014

ΑΦΡΑΘΙΑΝΑΚΗΣ ΜΥΡΩΝΑΣ
Α.Μ.: 3769

Επιβλέπων Καθηγητής:
Φραγκιαδάκης Θανάσης

Μέτρηση ικανοποίησης πελατών σε πραγματικό εργασιακό περιβάλλον

Μελέτη περίπτωσης στα Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών

Copyright © Μύρωνας Αφραθιανάκης, 2014.

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους εκείνους που συνέβαλαν στην ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας.

Πρωτίστως οφείλω να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή κ. Θανάση Φραγκιαδάκη για την πολύτιμη βοήθεια σε όλα τα στάδια της συγκεκριμένης εργασίας. Οι πολύτιμες γνώσεις του και η αναλυτική καθοδήγηση του συνέβαλαν τα μέγιστα στην εκπόνηση της.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω τους 100 ερωτώμενους , που αποτελούν το δείγμα της έρευνας, που χωρίς τη βοήθεια τους δε θα μπορούσε να ολοκληρωθεί η εργασία.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο σκοπός της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας είναι να ερευνήσει την ικανοποίηση των πελατών σε ένα πραγματικό επιχειρησιακό περιβάλλον. Στις μέρες μας, η μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα θέματα ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων και των οργανισμών.

Στο πλαίσιο αυτής της εργασίας έγινε έρευνα με εργαλείο το ερωτηματολόγιο, που απευθύνεται σε πελάτες, με σκοπό να εξεταστεί ο βαθμός ικανοποίησης των πελατών των Κέντρων Εξυπηρέτησης Πολιτών, εξετάζοντας τις διαφορετικές παραμέτρους που επηρεάζουν την ικανοποίησή τους και διερευνώντας την καταναλωτική συμπεριφορά των πελατών.

ABSTRACT

The purpose of this graduate paper is to investigate the customers' satisfaction in real business environment. In our days, measuring customer satisfaction is one of the major issues of interest to businesses and organizations.

As part of this work, the research tool was a questionnaire directed to customers in order to examine the degree of customers' satisfaction at the Citizen Service Centre, considering the different parameters that influence satisfaction and exploring the behaviour of customers that has to do with the consumerism.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	5
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	7
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ	11

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Εισαγωγικό σημείωμα	12
1.2 Σκοπός – στόχοι εργασίας	12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΜΕΤΡΗΣΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

2.1 Μέτρηση ικανοποίησης των καταναλωτών	13
2.2 Ορισμός δυσαρέσκειας / μη ικανοποίησης των καταναλωτών	14
2.3 Ορισμός πελατών	14
2.4 Πρότυπα συμπεριφοράς καταναλωτή	15
2.5 Παράγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή	16
2.6 Μοντέλα μέτρησης ικανοποίησης - μοντέλα συμπεριφοράς καταναλωτή	17

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

3.1 Εισαγωγή	18
3.2 Υπηρεσία	18
3.3 Χαρακτηριστικά υπηρεσιών	18
3.4 Προϊόν	19
3.5 Κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών	19
3.6 Διαφορές υπηρεσιών – προϊόντων	20

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΚΕΝΤΡΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ – ΚΕΠ

4.1 Κέντρα εξυπηρέτησης πολιτών	22
---------------------------------------	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΡΕΥΝΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ ΣΤΑ ΚΕΠ

5.1 Εισαγωγή	24
5.2 Σκοπός της έρευνας	24
5.3 Ερευνητικά ερωτήματα	24
5.4 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου	25
5.5 Μεθοδολογία έρευνας	26
5.6 Περιορισμοί έρευνας	26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Αποτελέσματα	27
6.2 Συνολικά αποτελέσματα έρευνας	60

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

7.1 Εισαγωγή	76
7.2 Σύγκριση μεταξύ των δύο καταστημάτων	76
7.3 Γενικά συμπεράσματα	77
7.4 Προτάσεις	78

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	79
--------------------	----

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	80
---------------------------------	----

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 6.1: Φύλο πολιτών για το κατάστημα της Ανδρόγεω	28
Διάγραμμα 6.2: Φύλο πολιτών για το κατάστημα της Πλαστήρα	28
Διάγραμμα 6.3: Ηλικία πολιτών για το κατάστημα της Ανδρόγεω	29
Διάγραμμα 6.4: Ηλικία πολιτών για το κατάστημα της Πλαστήρα	29
Διάγραμμα 6.5: Οικογενειακή κατάσταση πολιτών στο κατάστημα της Ανδρόγεω ..	30
Διάγραμμα 6.6: Οικογενειακή κατάσταση πολιτών στο κατάστημα της Πλαστήρα ..	30
Διάγραμμα 6.7: Κατανομή με βάση το μορφωτικό επίπεδο πολιτών στο κατάστημα της Ανδρόγεω	31
Διάγραμμα 6.8: Κατανομή με βάση το μορφωτικό επίπεδο πολιτών στο κατάστημα της Πλαστήρα	31
Διάγραμμα 6.9: Συχνότητα επίσκεψης στο κατάστημα της Ανδρόγεω	32
Διάγραμμα 6.10: Συχνότητα επίσκεψης στο κατάστημα της Πλαστήρα	32
Διάγραμμα 6.11: Λόγοι επίσκεψης στο ΚΕΠ Ανδρόγεω	33
Διάγραμμα 6.12: Λόγοι επίσκεψης στο ΚΕΠ Πλαστήρα	33
Διάγραμμα 6.13: Ικανοποίηση βάσει επάρκειας προσωπικού στο ΚΕΠ Ανδρόγεω .	34
Διάγραμμα 6.14: Ικανοποίηση βάσει επάρκειας προσωπικού στο ΚΕΠ Πλαστήρα .	34
Διάγραμμα 6.15: Ικανοποίηση βάσει συμπεριφοράς του προσωπικού στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω	35
Διάγραμμα 6.16: Ικανοποίηση βάσει συμπεριφοράς του προσωπικού στο ΚΕΠ της Πλαστήρα	35
Διάγραμμα 6.17: Ικανοποίηση βάσει εξυπηρέτησης του προσωπικού στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω	36
Διάγραμμα 6.18: Ικανοποίηση βάσει της εξυπηρέτησης του προσωπικού στο ΚΕΠ της Πλαστήρα	36
Διάγραμμα 6.19: Ικανοποίηση βάσει της κατάρτισης του προσωπικού στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω	37
Διάγραμμα 6.20: Ικανοποίηση βάσει της κατάρτισης του προσωπικού στο ΚΕΠ της Πλαστήρα	37
Διάγραμμα 6.21: Ικανοποίηση βάσει αποτελεσματικότητας του προσωπικού στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω	38
Διάγραμμα 6.22: Ικανοποίηση βάσει αποτελεσματικότητας του προσωπικού στο ΚΕΠ της Πλαστήρα	38

Διάγραμμα 6.23: Συνολική ικανοποίηση βάσει του προσωπικού στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω	39
Διάγραμμα 6.24: Συνολική ικανοποίηση βάσει του προσωπικού στο ΚΕΠ της Πλαστήρα	39
Διάγραμμα 6.25: Ικανοποίηση βάσει αναμονής στην ουρά στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω	40
Διάγραμμα 6.26: Ικανοποίηση βάσει αναμονής στην ουρά στο ΚΕΠ της Πλαστήρα	40
Διάγραμμα 6.27: Ικανοποίηση βάσει ποικιλίας υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω	41
Διάγραμμα 6.28: Ικανοποίηση βάσει ποικιλίας υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Πλαστήρα	41
Διάγραμμα 6.29: Ικανοποίηση βάσει σημαντικότητας υπηρεσιών στο ΚΕΠ Ανδρόγεω	42
Διάγραμμα 6.30: Ικανοποίηση βάσει σημαντικότητας υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Πλαστήρα	42
Διάγραμμα 6.31: Ικανοποίηση βάσει ωραρίου παροχής υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω	43
Διάγραμμα 6.32: Ικανοποίηση βάσει ωραρίου παροχής υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Πλαστήρα	43
Διάγραμμα 6.33: Συνολική ικανοποίηση βάσει των υπηρεσιών / λειτουργιών στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω	44
Διάγραμμα 6.34: Συνολική ικανοποίηση βάσει των υπηρεσιών / λειτουργιών στο ΚΕΠ της Πλαστήρα	44
Διάγραμμα 6.35: Ικανοποίηση βάσει τοποθεσίας του ΚΕΠ Ανδρόγεω	45
Διάγραμμα 6.36: Ικανοποίηση βάσει τοποθεσίας του ΚΕΠ Πλαστήρα	45
Διάγραμμα 6.37: Ικανοποίηση βάσει προσβασιμότητας στο ΚΕΠ Ανδρόγεω	46
Διάγραμμα 6.38: Ικανοποίηση βάσει προσβασιμότητας στο ΚΕΠ Πλαστήρα	46
Διάγραμμα 6.39: Ικανοποίηση βάση μεγέθους / διαμόρφωσης κτιρίου του ΚΕΠ Ανδρόγεω	47
Διάγραμμα 6.40: Ικανοποίηση βάση μεγέθους / διαμόρφωσης κτιρίου του ΚΕΠ Πλαστήρα	47
Διάγραμμα 6.41: Ικανοποίηση βάσει καθαριότητας κτιρίου στο ΚΕΠ Ανδρόγεω	48
Διάγραμμα 6.42: Ικανοποίηση βάσει καθαριότητας κτιρίου στο ΚΕΠ Πλαστήρα	48
Διάγραμμα 6.43: Συνολική ικανοποίηση από το ΚΕΠ της Ανδρόγεω	49
Διάγραμμα 6.44: Συνολική ικανοποίηση από το ΚΕΠ της Πλαστήρα	49
Διάγραμμα 6.45: Γνωρίζεται τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ΚΕΠ; (Ανδρόγεω)	50

Διάγραμμα 6.46: Γνωρίζεται τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ΚΕΠ; (Πλαστήρα)	50
Διάγραμμα 6.47: Επισκέπτεστε την ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ; (Ανδρόγεω)	51
Διάγραμμα 6.48: Επισκέπτεστε την ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ; (Πλαστήρα)	51
Διάγραμμα 6.49: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι εύχρηστη; (Ανδρόγεω)	52
Διάγραμμα 6.50: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι εύχρηστη; (Πλαστήρα)	52
Διάγραμμα 6.51: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι λειτουργική; (Ανδρόγεω)	53
Διάγραμμα 6.52: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι λειτουργική; (Πλαστήρα)	53
Διάγραμμα 6.53: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι αποτελεσματική; (Ανδρόγεω)	54
Διάγραμμα 6.54: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι αποτελεσματική; (Πλαστήρα)	54
Διάγραμμα 6.55: Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες καλύπτουν με επάρκεια τις ανάγκες σας; (Ανδρόγεω)	55
Διάγραμμα 6.56: Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες καλύπτουν με επάρκεια τις ανάγκες σας; (Πλαστήρα)	55
Διάγραμμα 6.57: Έχετε κάνει ποτέ ηλεκτρονική αίτηση; (Ανδρόγεω)	56
Διάγραμμα 6.58: Έχετε κάνει ποτέ ηλεκτρονική αίτηση; (Πλαστήρα)	56
Διάγραμμα 6.59: Ικανοποίηση με βάση τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες; (Ανδρόγεω) ...	57
Διάγραμμα 6.60: Ικανοποίηση με βάση τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες; (Πλαστήρα) ...	57
Διάγραμμα 6.61: Συνολικά είστε ικανοποιημένος/η από το σύνολο των υπηρεσιών; (Ανδρόγεω)	58
Διάγραμμα 6.62: Συνολικά είστε ικανοποιημένος/η από το σύνολο των υπηρεσιών; (Πλαστήρα)	58
Διάγραμμα 6.63: Φύλο πολιτών	60
Διάγραμμα 6.64: Ηλικία	60
Διάγραμμα 6.65: Οικογενειακή κατάσταση	61
Διάγραμμα 6.66: Μορφωτικό επίπεδο	61
Διάγραμμα 6.67: Συχνότητα επίσκεψης στα καταστήματα των ΚΕΠ	62
Διάγραμμα 6.68: Λόγοι επίσκεψης στα ΚΕΠ	62
Διάγραμμα 6.69: Ικανοποίηση βάσει επάρκειας προσωπικού	63
Διάγραμμα 6.70: Ικανοποίηση βάσει συμπεριφοράς του προσωπικού	63
Διάγραμμα 6.71: Ικανοποίηση βάσει εξυπηρέτησης από το προσωπικό	64
Διάγραμμα 6.72: Ικανοποίηση βάσει της κατάρτισης του προσωπικού	64

Διάγραμμα 6.73: Ικανοποίηση βάσει αποτελεσματικότητας του προσωπικού	65
Διάγραμμα 6.74: Συνολική ικανοποίηση βάσει του προσωπικού	65
Διάγραμμα 6.75: Ικανοποίηση βάσει ποικιλίας υπηρεσιών	66
Διάγραμμα 6.76: Ικανοποίηση βάσει αναμονής στην ουρά	66
Διάγραμμα 6.77: Ικανοποίηση βάσει σημαντικότητας υπηρεσιών	67
Διάγραμμα 6.78: Ικανοποίηση βάσει ωραρίου παροχής υπηρεσιών	67
Διάγραμμα 6.79: Συνολική ικανοποίηση βάσει των λειτουργιών / υπηρεσιών	68
Διάγραμμα 6.80: Ικανοποίηση βάσει τοποθεσίας του ΚΕΠ	68
Διάγραμμα 6.81: Ικανοποίηση βάσει προσβασιμότητας στο ΚΕΠ	69
Διάγραμμα 6.82: Ικανοποίηση βάσει μεγέθους / διαμόρφωσης κτιρίου	69
Διάγραμμα 6.83: Ικανοποίηση βάσει καθαριότητας κτιρίου	70
Διάγραμμα 6.84: Συνολική ικανοποίηση από το συγκεκριμένο ΚΕΠ	70
Διάγραμμα 6.85: Γνωρίζεται τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ΚΕΠ;	71
Διάγραμμα 6.86: Επισκέπτεστε την ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ;	71
Διάγραμμα 6.87: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι εύχρηστη;	72
Διάγραμμα 6.88: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι λειτουργική;	72
Διάγραμμα 6.89: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι αποτελεσματική;	73
Διάγραμμα 6.90: Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες καλύπτουν με επάρκεια τις ανάγκες σας;	73
Διάγραμμα 6.91: Έχετε κάνει ποτέ ηλεκτρονική αίτηση;	74
Διάγραμμα 6.92: Ικανοποίηση με βάση τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες;	74
Διάγραμμα 6.93: Συνολικά είστε ικανοποιημένος/η από το σύνολο των υπηρεσιών;	75

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 2.1: Πως οι καταναλωτές χρησιμοποιούν και / ή διαθέτουν προϊόντα που αγοράζουν (Εξαδακτυλος, 1996)	14
Εικόνα 2.2: Αναλυτικό μοντέλο συμπεριφοράς καταναλωτή (Εξαδακτυλος, 1996) ..	15
Εικόνα 2.3: Χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά (Εξαδακτυλος, 1996)	16
Εικόνα 3.1: Τέσσερα χαρακτηριστικά των Υπηρεσιών (Armstrong & Kotler, 2009) .	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Εισαγωγικό σημείωμα

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια των αναγκών για την ολοκλήρωση των σπουδών και την απόκτηση του πτυχίου, το οποίο προέρχεται από το Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα Ηρακλείου Κρήτης. Το θέμα που επιλέχθηκε για την εργασία είναι η «Μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών σε πραγματικό εργασιακό περιβάλλον». Η επιχείρηση που διαλέχθηκε για την έρευνα είναι τα Κέντρα Εξυπηρέτησης Πελατών στο Δήμο Ηρακλείου.

1.2 Σκοπός – Στόχοι εργασίας

Η ικανοποίηση των πελατών θεωρείται ως ένα από τα συστατικά που μπορούν να εγγυηθούν την επιτυχία ενός οργανισμού. Η μέτρηση της ικανοποίησης του πελάτη προσφέρει αντικειμενική πληροφόρηση για τις υπηρεσίες που προσφέρει ο οργανισμός, αποτελεί μια πραγματική εικόνα για την οργάνωση και τη δομή του οργανισμού και συντελεί στον προσδιορισμό των μειονεκτημάτων και των πλεονεκτημάτων των πολιτικών που εφαρμόζονται (Kotler, 2000).

Σύμφωνα με τον Drucker, «μία επιχείρηση πρέπει πρώτα να βρει ποιος είναι ο πελάτης της, που είναι και τι αγοράζει, τι θεωρεί ότι έχει αξία, ποιες είναι οι ανικανοποίητες ανάγκες του. Στη συνέχεια και βάσει αυτής της λογικής, η επιχείρηση θα πρέπει να προσαρμόσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της σύμφωνα με τις επιθυμίες των πελατών που σκοπεύει να ικανοποιήσει».

Αντικείμενο της παρούσας έρευνας, είναι η διερεύνηση των επιπέδων ικανοποίησης των πολιτών από τα Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών του Δήμου Ηρακλείου και οι συγκρίσεις μεταξύ δύο καταστημάτων των ΚΕΠ. Από τα δύο κέντρα που θα συγκριθούν, το πρώτο κέντρο βρίσκεται στην οδό Ανδρόγεω και το δεύτερο στην οδό Πλαστήρα. Τα κέντρα εξετάζονται ως προς τις παρεχόμενες υπηρεσίες, το προσωπικό που εργάζεται σε αυτά και τις κτιριακές εγκαταστάσεις.

Η εργασία αποτελείται από επτά κεφάλαια. Το παρόν κεφάλαιο αποτελεί το εισαγωγικό σημείωμα, με τη συνοπτική περιγραφή και ανάλυση του σκοπού της εργασίας. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται και αναλύεται το θεωρητικό υπόβαθρο της ικανοποίησης πελατών, ενώ το τρίτο κεφάλαιο αναλύει τις έννοιες του προϊόντος και της υπηρεσίας. Στο τέταρτο κεφάλαιο δίνεται μια συνοπτική παρουσίαση των κέντρων εξυπηρέτησης πολιτών. Το υπόβαθρο, ο σκοπός και η μεθοδολογία παρουσιάζονται στο πέμπτο κεφάλαιο. Το έκτο κεφάλαιο αποτελείται από τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα, ενώ στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο, παρατίθενται τα συμπεράσματα και κάποιες προτάσεις που θα μπορούσαν να ληφθούν υπόψη για την βελτίωση κάποιων παραμέτρων που έχουν έλλειψη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΜΕΤΡΗΣΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

2.1 Ορισμός ικανοποίησης των καταναλωτών

Σύμφωνα με τους ετοιμολόγους η λέξη ικανοποίηση σημαίνει το συναίσθημα της έντονης ευαρέσκειας, ευχαρίστησης που νιώθει κάποιος, επειδή πραγματοποιήθηκε κάποια επιθυμία/ανάγκη. Έχουν δοθεί πολύ ορισμοί για την ικανοποίηση των πελατών, παρόλα αυτά δεν υπάρχει κάποιος κοινός αποδεκτός ορισμός. Όπως πολύ πετυχημένα είπε ο Oliver (1997): «...όλοι γνωρίζουν τι είναι ικανοποίηση, έως ότου τους ζητηθεί να δώσουν έναν ορισμό». Μερικοί ακόμα ορισμοί που θα μπορούσαν να περιγράψουν την ικανοποίηση είναι:

“... η ικανοποίηση είναι μία συναισθηματική αντίδραση στις εμπειρίες του πελάτη, οι οποίες σχετίζονται είτε με συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες, είτε με διαδικασίες αγοράς, είτε ακόμα με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του πελάτη αυτού..” (Westbrook & Reilly, 1983).

Κατά τους Engel και Blackwell (1982), η ικανοποίηση είναι μία διαδικασία αξιολόγησης, η οποία εξετάζει αν η συγκεκριμένη επιλογή είναι συμβατή με τις προγενέστερες πεποιθήσεις του πελάτη.

Ο Philip Kotler αναφέρεται στην ικανοποίηση του πελάτη ως το συναίσθημα ευχαρίστησης ή δυσαρέσκειας ενός ατόμου που προκύπτουν από την υποκειμενική σύγκριση της απόδοσης ενός προϊόντος σε σχέση με τις προσδοκίες του.

Ο Hunt (1977) είπε πως η ικανοποίηση είναι μια διαδικασία αξιολόγησης, η οποία βασίζεται στο κατά πόσο η συγκεκριμένη εμπειρία ήταν τόσο καλή όσο ο πελάτης πίστευε ότι θα ήταν.

Επίσης, οι Giese και Cote (2000) καταλήγουν στο ότι η ικανοποίηση αποτελεί μία συνολική συγκινησιακή αντίδραση ποικίλης έντασης.

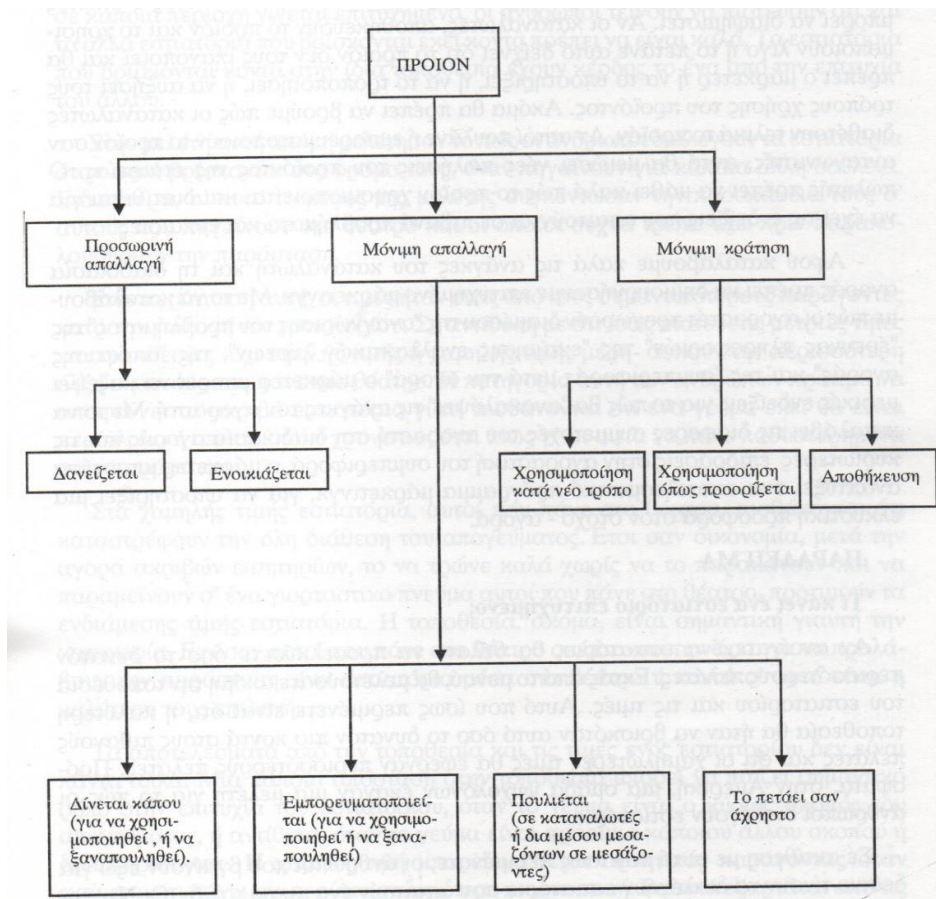
Συνεπώς, από τους παραπάνω διάφορους ορισμούς προκύπτουν ορισμένα κοινά σημεία. Συγκεκριμένα, η ικανοποίηση είναι μία λειτουργία υποκειμενικής απόδοσης και προσδοκιών. Αν λοιπόν η απόδοση είναι μικρότερη από τις προσδοκίες του καταναλωτή τότε ο καταναλωτής είναι δυσαρεστημένος. Το αντίθετο συμβαίνει όταν η απόδοση συμπίπτει με τις προσδοκίες του καταναλωτή. Όσο περισσότερο συμπίπτουν οι προσδοκίες του καταναλωτή με την απόδοση του προϊόντος ή της υπηρεσίας, τόσο πιο ευχαριστημένος είναι. Ο πελάτης που είναι απλά ικανοποιημένος μπορεί εύκολα να στραφεί σε μία καλύτερη προσφορά, ενώ εκείνος που είναι πάρα πολύ ικανοποιημένος είναι πολύ λιγότερο πρόθυμος να στραφεί προς μία άλλη κατεύθυνση.

Τέλος, σύμφωνα με τους Goldsmith και Clutterbuck, οι επιχειρήσεις που έχουν αποδεχτεί ότι “ο πελάτης είναι βασιλιάς” και έχουν ως σκοπό τη δημιουργία καλών σχέσεων με τους πελάτες, τις έχουν κατατάξει στις πιο επιτυχημένες επιχειρήσεις.

2.2 Ορισμός δυσaréσκειας / μη ικανοποίησης των καταναλωτών

Με τον όρο της δυσaréσκειας εννοούμε το συναίσθημα που προξενεί σε κάποιον κάτι που δεν το εγκρίνει, δε το επιθυμεί και συνήθως εκδηλώνεται με λόγια ή πράξεις. Για τον καταναλωτή η δυσaréσκεια προκύπτει από την αρνητική αξιολόγηση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας όταν αυτή δεν καλύπτει τους λόγους απόκτησής του.

Στη παρακάτω εικόνα παρουσιάζονται οι αντιδράσεις του καταναλωτή μετά την αγορά ενός προϊόντος.



Εικόνα 2.1: Πως οι καταναλωτές χρησιμοποιούν και / ή διαθέτουν προϊόντα που αγοράζουν (Εξαδάκτυλος, 1996)

2.3 Ορισμός πελατών

Σύμφωνα με τον Μαγνήσαλη (1981), πελάτες μιας επιχείρησης είναι τα άτομα που λαμβάνουν τις αποφάσεις αγοράς των προϊόντων ή υπηρεσιών που διαθέτει η εταιρεία αυτή.

Επίσης ένας άλλος ορισμός είναι: «πελάτης είναι ο άνθρωπος που αγοράζει τακτικά από μία εταιρεία ή κατάστημα».

Οι πελάτες μπορούν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες. Τους δυνητικούς πελάτες, τους εσωτερικούς και τους εξωτερικούς.

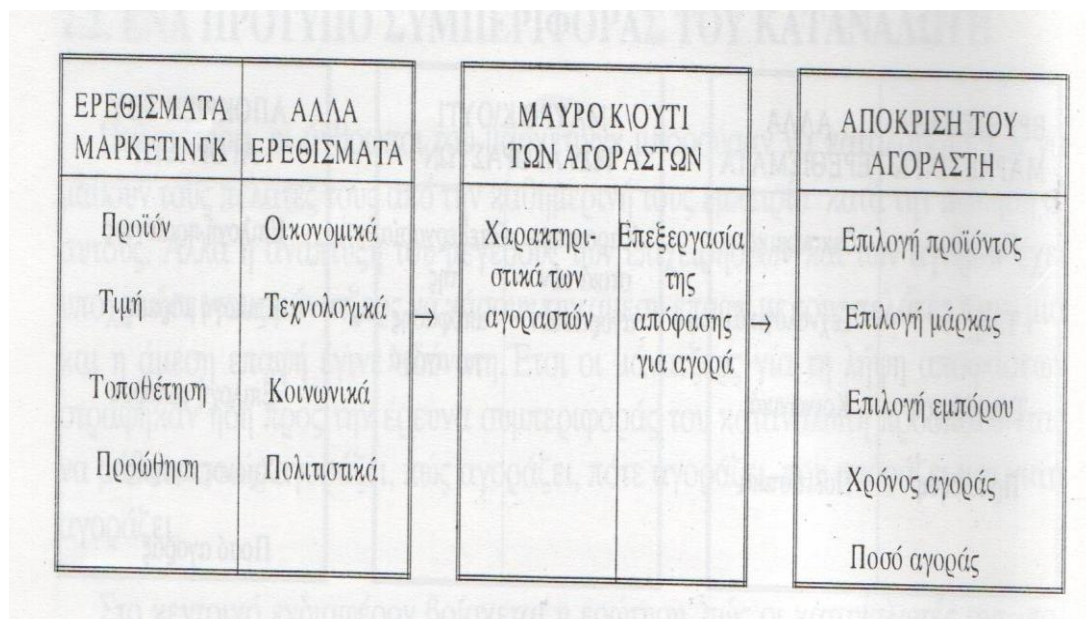
- Δυνητικοί πελάτες είναι τα άτομα που έχουν την επιθυμία, το κίνητρο και την οικονομική δυνατότητα να αγοράσουν ένα προϊόν ή μία υπηρεσία.
- Εσωτερικοί πελάτες είναι οι αγοραστές ή χρήστες των τελικών προϊόντων και υπηρεσιών μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού.
- Εξωτερικοί πελάτες είναι οι αγοραστές ή χρήστες των τελικών προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησης ή του οργανισμού.

Τέλος πρέπει να σημειωθεί ότι στη βιβλιογραφία οι όροι καταναλωτής και πελάτης αναφέρονται ως έννοια κοινή και σαν να πρόκειται για το ίδιο άτομο. Παρόλο αυτά με τον ορισμό του πελάτη εννοείται εκείνο το άτομο που αγοράζει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία και καταναλωτής εννοείται το άτομο που χρησιμοποιεί το προϊόν/ υπηρεσία.

2.4 Πρότυπο συμπεριφοράς καταναλωτή

Παλαιότερα οι άνθρωποι του μάρκετινγκ μπορούσαν να καταλάβουν και να μάθουν τους πελάτες τους από την καθημερινή τους εμπειρία κατά την πώληση σε αυτούς. Πλέον με την ανάπτυξη του μεγέθους των επιχειρήσεων και των αγορών, οι μάνατζερ έχασαν την άμεση επαφή με τον πελάτη.

Συνεπώς οι μάνατζερ έπρεπε να καταλάβουν πως οι πελάτες ανταποκρίνονται στα διάφορα ερεθίσματα του μάρκετινγκ τα οποία προετοιμάζουν οι επιχειρήσεις. Αυτό προσπαθούν να το πετύχουν με τη βοήθεια του «μαύρου κουτιού».

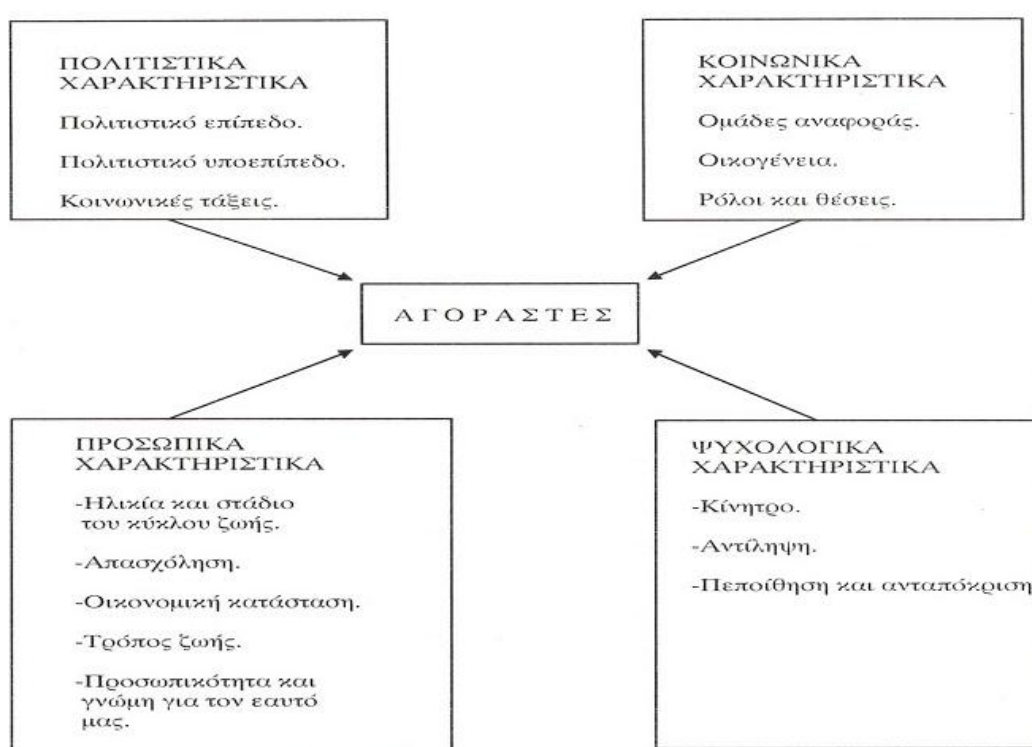


Εικόνα 2.2: Αναλυτικό μοντέλο συμπεριφοράς καταναλωτή (Εξαδάκτυλος, 1996)

2.5 Παράγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή

Οι καταναλωτές πλέον δεν παίρνουν αποφάσεις στο κενό. Οι αγορές που πραγματοποιούνται επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες που έχουν πολιτιστικά, κοινωνικά, προσωπικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά.

- Πολιτιστικοί παράγοντες: Περιλαμβάνει τα ήθη και τα έθιμα, τις αξίες, τις αντιλήψεις, τις θρησκευτικές πεποιθήσεις και τους συναφείς παράγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.
- Κοινωνικοί παράγοντες: Περιλαμβάνει τις “ομάδες σχέσεων”, όπως την οικογένεια, του φίλους, γείτονες, συνάδελφους και την κοινωνική τάξη που ανήκουν διότι τα άτομα ανάλογα με την κοινωνική τους τάξη που ανήκουν εκδηλώνουν διαφορετική αγοραστική συμπεριφορά.
- Προσωπικοί παράγοντες: Περιλαμβάνει την ηλικία, το στάδιο κύκλου ζωής που διανύουν, το επάγγελμα, η οικονομική κατάσταση, ο τρόπος ζωής και η προσωπικότητα του εκάστοτε καταναλωτή.
- Ψυχολογικοί παράγοντες: Περιλαμβάνει τα κίνητρα, τις ανάγκες του καταναλωτή και τις αντιλήψεις του.



Εικόνα 2.3: Χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά (Εξαδάκτυλος, 1996)

2.6 Μοντέλα μέτρησης ικανοποίησης - μοντέλα συμπεριφοράς καταναλωτή

Για τους λόγους που πραγματοποιούνται οι μετρήσεις της ικανοποίησης πελατών παρουσιάζονται παρακάτω συνοπτικά:

- Η ικανοποίηση του πελάτη αποτελεί την πλέον αντικειμενική πληροφορία της αγοράς.
- Η μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών είναι σε θέση να προσδιορίσει πιθανές «ευκαιρίες» στη συγκεκριμένη αγορά.
- Μεγάλη μερίδα πελατών αποφεύγει να εκφράσει τα παράπονα ή τη δυσαρέσκειά τους από τη χρήση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας.
- Η υιοθέτηση των βασικών αρχών της συνεχούς βελτίωσης απαιτεί την ύπαρξη συγκεκριμένης διαδικασίας μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών.
- Η μέτρηση της ικανοποίησης μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση των γενικότερων αντιλήψεων του πελάτη.
- Η ύπαρξη διαφορετικής αντίληψης της ικανοποίησης ανάμεσα στον πελάτη και στη διοίκηση της εταιρείας μπορεί να αποτυπωθεί από την υλοποίηση ενός προγράμματος μέτρησης της ικανοποίησης.

Τα μοντέλα που χρησιμοποιούνται κυρίως για τη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών είναι το μοντέλο του Fornell, το μοντέλο του Oliver, η μέθοδος MUSA.

- Το μοντέλο Oliver ή αλλιώς το μοντέλο διάψευσης προσδοκίας συγκρίνει τις προσδοκίες με την αντιλαμβανόμενη ικανοποίηση του πελάτη μετά την αγορά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας.
- Το μοντέλο του Fornell συσχετίζει διάφορα μέτρα ικανοποίησης πελατών όπως προσδοκίες, πίστη, παράπονα με συγκεκριμένες προκαθορισμένες σχέσεις.
- Τέλος, η μέθοδος MUSA, σε αντίθεση με τα άλλα μοντέλα, εκτός της μέτρησης της ικανοποίησης του πελάτη, με τη κατασκευή των διαγραμμάτων δράσης και βελτίωσης υποδεικνύει τα σημεία στα οποία η επιχείρηση χρειάζεται να βελτιωθεί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

3.1 Εισαγωγή

Η προσφορά αγοράς μιας εταιρείας συχνά περιλαμβάνει τόσο τα υλικά αγαθά όσο και τις υπηρεσίες. Στο ένα άκρο, η προσφορά μπορεί να συνίσταται σε ένα αμιγές απτό προϊόν, όπως το σαπούνι, το αλάτι - χωρίς αυτό το προϊόν να συνοδεύεται από κάποια υπηρεσία. Στο άλλο άκρο βρίσκονται οι αμιγείς υπηρεσίες, στις οποίες η προσφορά συνίσταται πρωταρχικά από μια υπηρεσία. Για παράδειγμα μπορεί να είναι η εξέταση ενός γιατρού ή οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.

Πλέον στην εποχή που διανύουμε η διάκριση στα προϊόντα και τις υπηρεσίες γίνεται ολοένα και περισσότερο δυσχερή. Αυτό οφείλεται επειδή οι περισσότερες επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να ικανοποιήσουν τους πελάτες τους, προσφέρουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες.

Έτσι οι πελάτες δεν αγοράζουν μόνο υλικά αγαθά αλλά και τις υπηρεσίες που τις συνοδεύουν. Παραδείγματος χάρη, για την αγορά ενός αυτοκινήτου, ο πελάτης δεν αγοράζει μόνο το αυτοκίνητο, αλλά και τις υπηρεσίες που συνοδεύονται πριν και μετά την αγορά αυτού, δηλαδή το test drive, το service κτλ.

Αντιστρόφως, οι επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες, προσφέρουν στους πελάτες τους και υλικά αγαθά. Για παράδειγμα οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας προσφέρουν δωρεάν συσκευή κινητού σε πελάτες τους που κάνουν νέα σύνδεση.

3.2 Υπηρεσία

Στο βιβλίο των Kotler και Keller (2006), ορίζουν την υπηρεσία ως κάθε πράξη ή ενέργεια που μια πλευρά μπορεί να προσφέρει σε μία άλλη, είναι άυλη και δεν καταλήγει στη κατοχή οποιουδήποτε πράγματος.

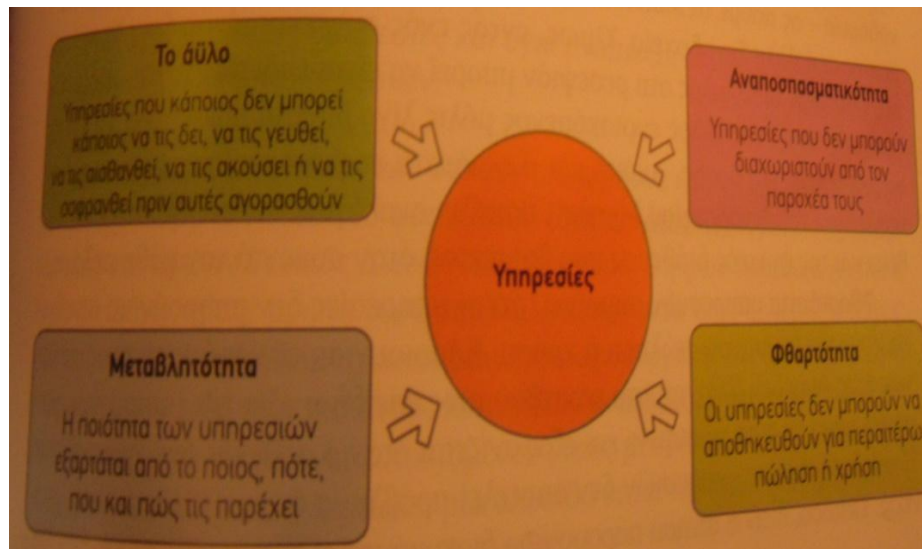
Ο Bateson (1977) ορίζει ως έννοια της υπηρεσίας την “ιδέα της ωφέλειας του καταναλωτή”.

3.3 Χαρακτηριστικά υπηρεσιών

Υπάρχουν τέσσερα είδη χαρακτηριστικών υπηρεσιών που λαμβάνει υπόψη της μία εταιρεία όταν σχεδιάζει τα προγράμματα μάρκετινγκ. Αυτά είναι: το άυλο, η αναποσματικότητα, η μεταβλητότητα και η φθαρτότητα.

1. Το άυλο: Είναι υπηρεσίες που κάποιος δε μπορεί να τις δει, να τις γευθεί ή να τις ακούσει.
2. Η αναποσματικότητα: Είναι υπηρεσίες που δε μπορούν να διαχωριστούν από τους παροχείς τους.

3. Η μεταβλητότητα: Είναι η ποιότητα υπηρεσιών που εξαρτάται από τον ποιός, που, πότε και τι παρέχει.
4. Η φθαρτότητα: Είναι υπηρεσίες που δεν μπορούν να αποθηκευθούν για περαιτέρω πώληση ή χρήση.



Εικόνα 3.1: Τέσσερα χαρακτηριστικά των Υπηρεσιών (Armstrong & Kotler, 2009)

3.4 Προϊόν

Οι ορισμοί που υπάρχουν για το προϊόν είναι πολλές. Οτιδήποτε μπορεί να προσφερθεί σε μία αγορά για προσέλκυση της προσοχής, κτήση, χρήση ή κατανάλωση, τα οποίο μπορεί να ικανοποιήσει μια ανάγκη ονομάζεται προϊόν (Armstrong & Kotler, 2009).

Ένας άλλος ορισμός για το προϊόν είναι: το σύνολο των φυσικών ή συμβολικών χαρακτηριστικών που έχουν σχεδιαστεί για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του καταναλωτή.

3.5 Κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες υπάγονται σε δύο κατηγορίες με βάση τις τύπους καταναλωτών που τα χρησιμοποιούν, τα καταναλωτικά προϊόντα και τα βιομηχανικά προϊόντα.

- 1) Καταναλωτικά είναι τα προϊόντα που αγοράζει ο τελικός καταναλωτής για προσωπική κατανάλωση. Στις, τα καταναλωτικά προϊόντα περιλαμβάνουν προϊόντα ευκολίας, προϊόντα επιλογής, εξειδικευμένα προϊόντα και αζήτητα προϊόντα.

- ✓ Προϊόν ευκολίας ή ευρείας κατανάλωσης είναι το καταναλωτικό προϊόν που αγοράζεται από στις πελάτες συχνά, άμεσα και με την ελάχιστη δυνατή προσπάθεια σύγκρισης και αγοράς αυτού.
 - ✓ Προϊόν επιλογής είναι τα αγαθά που ο πελάτης κατά τη διάρκεια στις επιλογής και αγοράς του, τα συγκρίνουν, ως στις τα χαρακτηριστικά στις, με βάση την καταλληλότητα, τη ποιότητα, την τιμή και το στυλ στις.
 - ✓ Εξειδικευμένα είναι εκείνα τα προϊόντα με μοναδικά χαρακτηριστικά ή διακριτικό σήμα, για τα οποία μια σημαντική ομάδα αγοραστών είναι πρόθυμη να κάνει μία ειδική προσπάθεια αγοράς στις.
 - ✓ Τέλος, το αζήτητο προϊόν είναι εκείνο που οι αγοραστές στις είτε δε το γνωρίζουν είτε το γνωρίζουν αλλά υπό φυσιολογικές συνθήκες δε σκέπτονται να το αγοράσουν.
- 2) Βιομηχανικά ονομάζονται τα προϊόντα που αγοράζονται από ιδιώτες και οργανισμούς για περαιτέρω επεξεργασία ή για χρήση στον επιχειρησιακό τομέα. Τα βιομηχανικά προϊόντα χωρίζονται σε 3 κατηγορίες:
- ✓ Υλικά και εξαρτήματα. Περιλαμβάνουν πρώτες ύλες και μεταποιημένα υλικά και εξαρτήματα.
 - ✓ Κεφαλαιουχικά αγαθά. Είναι βιομηχανικά προϊόντα που βοηθούν στην παραγωγή ή στις λειτουργίες του αγοραστή, συμπεριλαμβανομένων εγκαταστάσεων και βοηθητικών εξοπλισμών.
 - ✓ Προμήθειες και υπηρεσίες. Περιλαμβάνουν λειτουργικές προμήθειες καθώς και αντικείμενα επισκευής και συντήρησης.

3.6 Διαφορές υπηρεσιών – προϊόντων

Κάποιες διαφορές μεταξύ των υπηρεσιών και των προϊόντων αναφέρονται παρακάτω:

- Προϊόν: υφίσταται προτού αρχίσει η κατανάλωση του.
- Υπηρεσία: δεν υφίσταται από τον πελάτη.
- Προϊόν: αποθηκεύεται και επιθεωρείται πριν από την παράδοση του στον πελάτη.
- Υπηρεσία: δεν αποθηκεύεται και δεν επιθεωρείται από τον πελάτη πριν από την παράδοση του.
- Προϊόν: τυχόν αστοχίες ή λάθη μπορούν να διορθωθούν (ακόμη και να απόσυρση προϊόντος).
- Υπηρεσία: σε περίπτωση αστοχιών το μόνο που μπορεί να γίνει, είναι η επιχείρηση να απολογηθεί στον πελάτη και να επανορθώσει.

- Προϊόν: διαθέτει βιομηχανικές προδιαγραφές και καθορισμένα χαρακτηριστικά.
- Υπηρεσία: οι εκροές μιας υπηρεσίας είναι απροσδιόριστες και λιγότερες απτές.
- Προϊόν: η παραγωγή του προϊόντος γίνεται απουσία του πελάτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΚΕΝΤΡΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ – ΚΕΠ



«Στα Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών (Κ.Ε.Π.) διακινούνται τα έγγραφα, όχι οι πολίτες.»

4.1 Εισαγωγή

Σύμφωνα με το άρθρο 31 του νόμου 3013/202 (ΦΕΚ 102), στις 1-5-2002 τα Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών συστάθηκαν στις Περιφέρειες, στις Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις (Ν.Α.), στα Διαμερίσματα των ενιαίων Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων, στους Δήμους και τις Κοινότητες της Χώρας.

Αποστολή των κέντρων αυτών είναι η παροχή διοικητικών πληροφοριών και η διεκπεραίωση υποθέσεων των πολιτών από την υποβολή της αίτησης μέχρι την έκδοση της τελικής πράξης σε συνεργασία με τις αρμόδιες υπηρεσίες.

Η προώθηση των υποθέσεων των πολιτών είναι η πιο σύνθετη και πιο σημαντική εργασία που καλείται να επιλύσει το ΚΕΠ. Ο σκοπός των Κέντρων Εξυπηρέτησης Πολιτών λοιπόν, είναι να καλύψει με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο τις υποθέσεις αυτές, ώστε να εξυπηρετήσει του πολίτες.

Στόχος των ΚΕΠ είναι η ταχύτερη διεκπεραίωση των υποθέσεων των πολιτών, η μείωση των γραφειοκρατικών διαδικασιών και η λιγότερη δυνατή ταλαιπωρία για τον πολίτη με τις συνεχείς μετακινήσεις.

Στα κέντρα ο πολίτης ενημερώνεται από το προσωπικό για όλα τα ζητήματα της Δημόσιας Διοίκησης. Αν θελήσει να υποβάλει κάποιο αίτημα που αφορά μία από τις 1034 διοικητικές διαδικασίες που διεκπεραιώνεται στο ΚΕΠ, συμπληρώνει τη σχετική αίτηση, είτε γραπτά είτε ηλεκτρονικά, η οποία αποστέλλεται μέσω του κέντρου στην αρμόδια υπηρεσία. Το στέλεχος του κέντρου αναλαμβάνει να παρακολουθεί μέχρι τέλους την εξέλιξη της υπόθεσης, απαλλάσσοντας τον πολίτη από οποιαδήποτε άλλη μετακίνηση και πιθανή ταλαιπωρία. Μετά την ολοκλήρωση των διαδικασιών, ο πολίτης μπορεί να παραλάβει τα δικαιολογητικά του από το ΚΕΠ ή την αρμόδια

υπηρεσία στην οποία απευθύνθηκε ή του αποστέλλονται στη διεύθυνση που επιθυμεί ταχυδρομικώς ή με ταχυμεταφορά.

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, υπάρχουν 1034 διοικητικές διαδικασίες που μπορεί να αιτηθεί ο πολίτης. Αυτές χωρίζονται στις εξής θεματικές κατηγορίες:

- [Άνθρωποι, Κοινότητες και Διαβίωση](#)
- [Δημόσια Τάξη και Άμυνα](#)
- [Διεθνείς Υποθέσεις και Ευρωπαϊκή Ένωση](#)
- Δικαιοσύνη, Πολιτεία και Δημόσια Διοίκηση
- [Εκπαίδευση και Έρευνα](#)
- [Επιχειρηματικότητα και Ανταγωνιστικότητα](#)
- [Εργασία, Ασφάλιση και Σύνταξη](#)
- [Μέσα Μεταφοράς, Ταξίδια και Τουρισμός](#)
- [Οικονομία και Οικονομικά](#)
- [Περιβάλλον και Φυσικοί Πόροι](#)
- [Πληροφορία και Επικοινωνία](#)
- [Πολιοδομία και Κτηματολόγιο](#)
- [Πολιτισμός και Ελεύθερος Χρόνος](#)
- [Υγεία και Κοινωνική Μέριμνα](#)

Στο Δήμο του Ηρακλείου, ο πολίτης μπορεί να εξυπηρετηθεί καθημερινά σε οποιοδήποτε από τα παρακάτω καταστήματα από τις 8:00 το πρωί έως τις 8:00 το βράδυ και το Σάββατο από τις 8:00 έως τις 2:00 το μεσημέρι:

- ✓ Ανδρόγεω 2, Ηράκλειο
- ✓ Ν.Πλαστήρα & Πανασανού 1
- ✓ Ν.Αλικαρνασσού, Διονυσίου 13Α
- ✓ Γοργολαΐνη, Άγιος Μύρωνας
- ✓ Τεμένους, Προφήτης Ηλίας
- ✓ Παλιανής, Βενεράτο .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΡΕΥΝΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ ΣΤΑ ΚΕΝΤΡΑ **ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ**

5.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλυθεί η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας. Συγκεκριμένα θα γίνει προσπάθεια ώστε να γίνουν κατανοητά ο σκοπός της έρευνας, τα ερευνητικά ερωτήματα, η μεθοδολογία της έρευνας και το λόγο που έγινε η επιλογή του συγκεκριμένου ερωτηματολογίου καθώς και οι περιορισμοί της έρευνας.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο χώρο των Κέντρων Εξυπηρέτησης των Πολιτών στο Ηράκλειο Κρήτης και αφορά αποκλειστικά τα δύο καταστήματα, της Ανδρόγεω και της Πλαστήρα.

5.2 Σκοπός της έρευνας

Η παρούσα εργασία με τίτλο «Μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών σε πραγματικό επιχειρησιακό περιβάλλον» έχει ως στόχο να διαπιστώσει το βαθμό ικανοποίησης των πολιτών που επισκέπτονται τα Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών.

Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της ολοκλήρωσης της πτυχιακής εργασίας και δεν έχει κερδοσκοπικό σκοπό.

Για την πραγματοποίηση της έρευνας, σχεδιάστηκε ερωτηματολόγιο ικανοποίησης των πολιτών προκειμένου να συλλεχθούν οι απαραίτητες πληροφορίες. Συνολικά μοιράστηκαν και απαντήθηκαν εκατό ερωτηματολόγια, πενήντα στο κατάστημα της Ανδρόγεω και πενήντα στο κατάστημα της Πλαστήρα.

5.3 Ερευνητικά ερωτήματα

Κατά το σχεδιασμό της έρευνας υπήρξαν πολλά ερευνητικά ερωτήματα που σχετίζονται με τη γνώμη που έχουν οι πολίτες για τα ΚΕΠ. Μερικά από αυτά τα ερωτήματα που ζητούσαν απάντηση είναι:

1. Πόσο ικανοποιημένοι είναι από την εξυπηρέτηση του προσωπικού;
2. Πόσο ικανοποιημένοι είναι από τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα ΚΕΠ;
3. Πόσο ικανοποιημένοι είναι από τις υποδομές και τις εγκαταστάσεις των συγκεκριμένων καταστημάτων;
4. Για ποιο λόγο επισκέπτονται τα ΚΕΠ.;

5. Γνωρίζουν και χρησιμοποιούν την ιστοσελίδα του ΚΕΠ;
6. Ποιες βελτιώσεις θα πρότειναν για την καλύτερη λειτουργία των ΚΕΠ;

5.4 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί βασικό στοιχείο της έρευνας της ικανοποίησης. Σύμφωνα με τον Jeneau (1996), κατά το σχεδιασμό ενός ερωτηματολογίου ο ερευνητής θα πρέπει να δώσει ιδιαίτερη σημασία τόσο στο περιεχόμενο του ερωτηματολογίου όσο και στη μορφή του.

Η σύνταξη του ερωτηματολογίου έγινε με στόχο την δημιουργία ενός απλού και κατανοητού ερωτηματολογίου με συγκεκριμένες ερωτήσεις ώστε να ελαχιστοποιηθεί η πιθανότητα δημιουργίας σύγχυσης, το οποίο αφορά κυρίως άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται συνολικά από δεκαεννέα (19) ερωτήσεις, από τις οποίες οι δεκαοκτώ (18) είναι κλειστού τύπου και ο πολίτης καλείται να απαντήσει μία από τις διαθέσιμες απαντήσεις διάκρισης και αξιολόγησης, χρησιμοποιώντας την πεντάβαθμη κλίμακα Linkert, δηλώνοντας το βαθμό ικανοποίησης σύμφωνα με την ερώτηση. Οι επιλογές του των ερωτώμενων ήταν καθόλου, πολύ λίγο, λίγο, πολύ και πάρα πολύ. Η τελευταία ερώτηση (19^η) είναι ανοικτού τύπου και ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει σύμφωνα με το τι θεωρεί εκείνος ως κατάλληλη απάντηση, παρέχοντας τη δυνατότητα συλλογής περισσότερης πληροφόρησης και μεγαλύτερης προσέγγισης στις επιλογές του κοινού.

Στην πρώτη σελίδα του ερωτηματολογίου υπάρχει ένα συνοδευτικό σημείωμα που ενημερώνει τους συμμετέχοντες για την ταυτότητα και τους σκοπούς της συγκεκριμένης έρευνας καθώς και η επωνυμία του ΚΕΠ. Οι πρώτες τέσσερις (4) ερωτήσεις είναι δημογραφικές (φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο) και οι επόμενες δύο (5^η και 6^η) αναφέρονται στους λόγους επισκευής στα κέντρα εξυπηρέτησης πελατών και στη συχνότητα επισκεψιμότητας.

Στη συνέχεια το ερωτηματολόγιο χωρίζεται σε τέσσερις (4) ενότητες που αφορούν διαφορετικό τομέα ικανοποίησης κάθε φορά. Κάθε ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις για τους τομείς της. Τέλος υπάρχει μια συνολική ερώτηση για την γενική ικανοποίηση σχετικά με την εικόνα και τις υπηρεσίες των ΚΕΠ. Συγκεκριμένα οι ενότητες είναι:

- Πρώτη ενότητα: Αφορά το βαθμό ικανοποίησης των πολιτών από προσωπικό βάση της επάρκειας, της συμπεριφοράς, της εξυπηρέτησης, της κατάρτισης και της αποτελεσματικότητας.
- Δεύτερη ενότητα: Αφορά το βαθμό ικανοποίησης των πολιτών από τις υπηρεσίες και λειτουργίες των Κέντρων Εξυπηρέτησης με βάση την αναμονή στην ουρά, την ποικιλία και τη σημαντικότητα των υπηρεσιών καθώς και το ωράριο λειτουργίας.
- Τρίτη ενότητα: Αφορά το βαθμό ικανοποίησης των πολιτών από τις εγκαταστάσεις των ΚΕΠ ως προς την τοποθεσία, το χώρο στάθμευσης, το μέγεθος και τη διαμόρφωση των εγκαταστάσεων και την καθαριότητα αυτών.
- Τέταρτη ενότητα: Αφορά για το αν οι πολίτες γνωρίζουν την ιστοσελίδα των ΚΕΠ και το βαθμό ικανοποίησης των πολιτών από την συγκεκριμένη ιστοσελίδα.

5.5 Μεθοδολογία έρευνας

Για τη συλλογή πρωτογενών στοιχείων, πραγματοποιήθηκε δημοσκόπηση στα κέντρα εξυπηρέτησης πολιτών. Η τεχνική που χρησιμοποιήθηκε για την έρευνα είναι το δομημένο ερωτηματολόγιο. Οι λόγοι που επιλέχθηκε το ερωτηματολόγιο είναι κυρίως γιατί είναι λιγότερη χρονοβόρα διαδικασία και πιο οικονομική από τις υπόλοιπες. Επίσης, η ανωνυμία των συμμετεχόντων προσφέρει πιο αξιόπιστα αποτελέσματα. Τέλος, με τη μέθοδο του ερωτηματολογίου, τα δεδομένα που συλλέγονται μπορούν να κωδικοποιηθούν πιο εύκολα (εφόσον οι ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου), πράγμα που σημαίνει ότι υπάρχει μικρότερη πιθανότητα στατιστικού ελέγχου.

Από τον πληθυσμό επιλέχθηκε τυχαίο δείγμα με τη μέθοδο του Διαθέσιμου ή Βολικού δείγματος. Με τη μέθοδο αυτή, οι μονάδες του δείγματος επιλέγονται κατά τύχη, συμπτωματικά και στη περίπτωση που βρίσκονται κοντά στο σημείο που βρίσκεται ο ερευνητής και στο μέρος που πραγματοποιείται η έρευνα.

5.6 Περιορισμοί έρευνας

Λόγο χρονοβόρας διαδικασίας, οικονομικών δυσκολιών και έπειτα από συμφωνία με το επιβλέπον καθηγητή, πάρθηκε κοινή απόφαση η παρούσα έρευνα να πραγματοποιηθεί στο δύο πιο κεντρικά καταστήματα των Κέντρων Εξυπηρέτησης Πολιτών στο Δήμο Ηρακλείου. Το πρώτο κατάστημα είναι στην οδό Ανδρόγεω και το δεύτερο στη οδό Πλαστήρα.

Επίσης πρέπει να σημειωθεί ο μικρός βαθμός απόκρισης των πελατών ηλικίας 51χρονών και άνω, που απόφευγαν να συμμετέχουν στην έρευνα λέγοντας ότι δεν έχουν χρόνο είτε πως ήταν αδιάφοροι για την έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

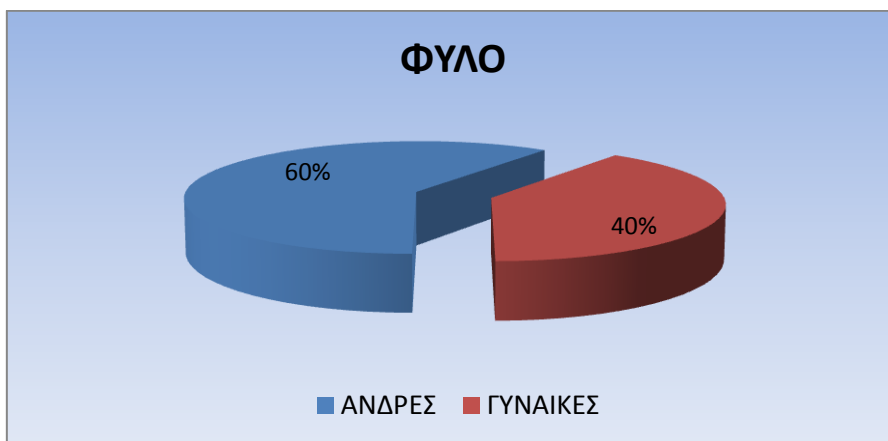
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Αποτελέσματα

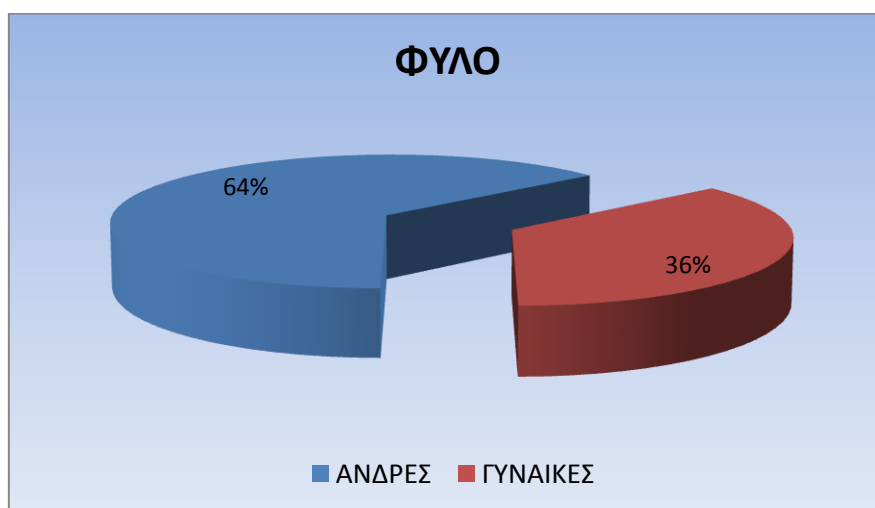
Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που προέκυψαν έπειτα από την επεξεργασία εκατό ερωτηματολογίων, εκ των οποίων πενήντα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν από πολίτες στο κατάστημα της Ανδρόγεως και τα υπόλοιπα πενήντα από πολίτες στο κατάστημα της Πλαστήρας.

Στο πρώτο μέρος γίνεται η ανάλυση και η σύγκριση των αποτελεσμάτων στα δύο καταστήματα των ΚΕΠ ενώ στο δεύτερο έχουμε τα συνολικά αποτελέσματα της έρευνας.

Στο διάγραμμα αυτό φαίνεται το φύλο των ερωτηθέντων στα δύο καταστήματα. Τόσο στο κατάστημα της Ανδρόγεω όσο και της Πλαστήρα η πλειοψηφία του δείγματος είναι άνδρες με ποσοστό 60% και 64%.

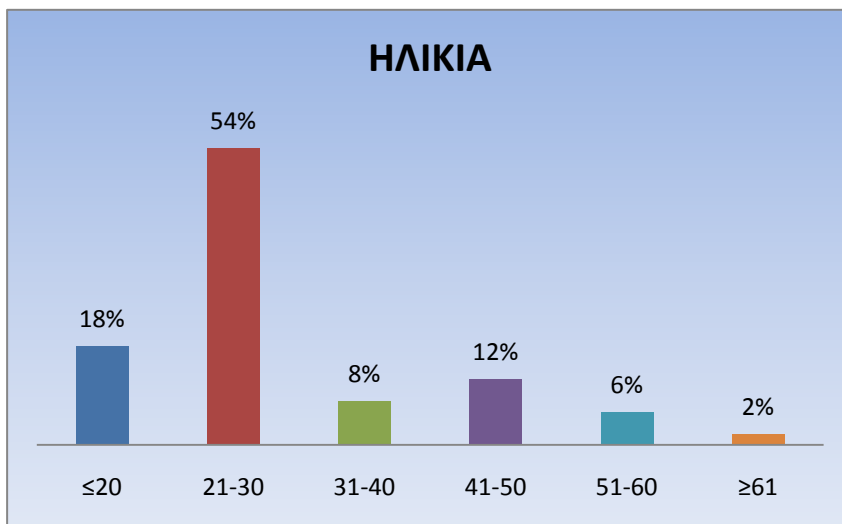


Διάγραμμα 6.1: Φύλο πολιτών για το κατάστημα της Ανδρόγεω



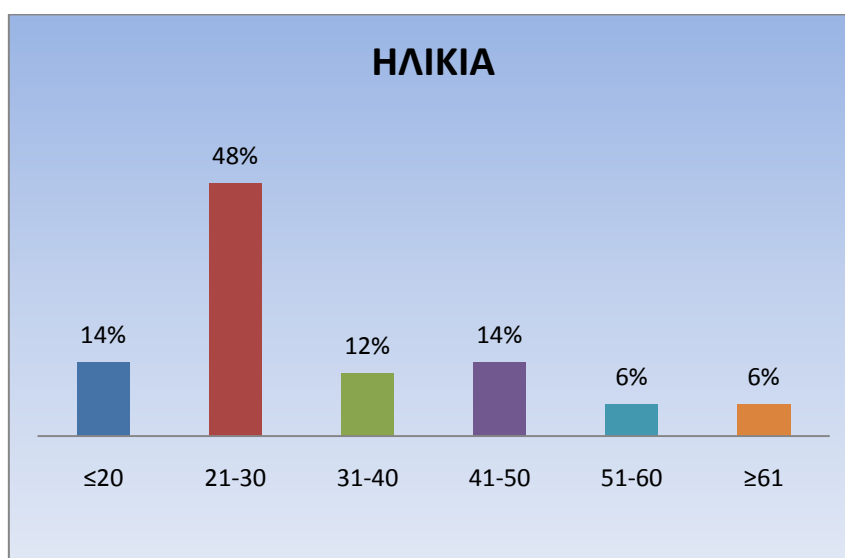
Διάγραμμα 6.2: Φύλο πολιτών για το κατάστημα της Πλαστήρα

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται ο καταμερισμός των ηλικιών των ερωτηθέντων. Στο κατάστημα της Ανδρόγεω διακρίνονται οι ηλικίες μεταξύ 21- 30 χρονών να κατέχουν το μεγαλύτερο ποσοστό, και ακολουθούν με μεγάλη διαφορά οι ηλικίες κάτω των 20 και 41 έως 50.



Διάγραμμα 6.3: Ηλικία πολιτών για το κατάστημα της Ανδρόγεω

Το ίδιο συμβαίνει και στο κατάστημα της Πλαστήρα. Οι ηλικίες των 21-30 εμφανίζονται συχνότερες και ακολουθούν εκείνες των 41-50 και κάτω των 20.



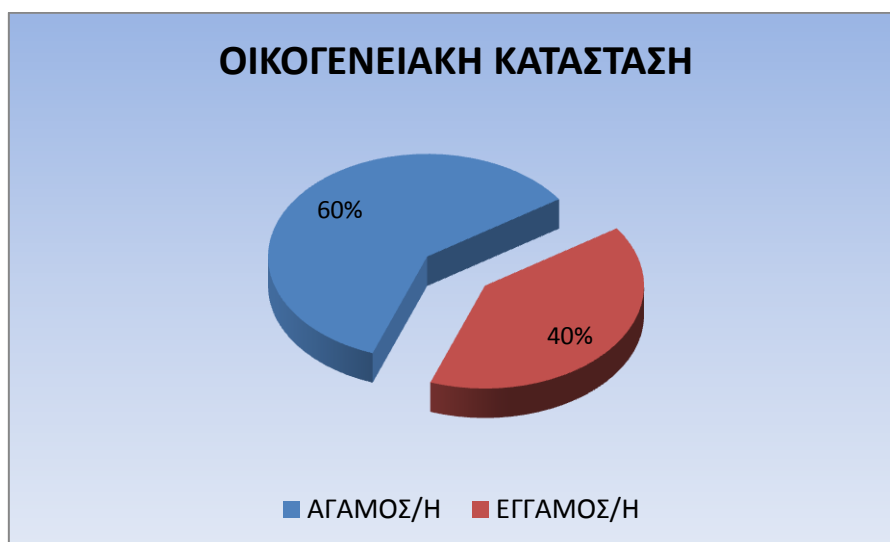
Διάγραμμα 6.4: Ηλικία πολιτών για το κατάστημα της Πλαστήρα

Το ακόλουθο διάγραμμα δείχνει την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων. Στο κατάστημα της Ανδρόγεω, το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων είναι άγαμοι.



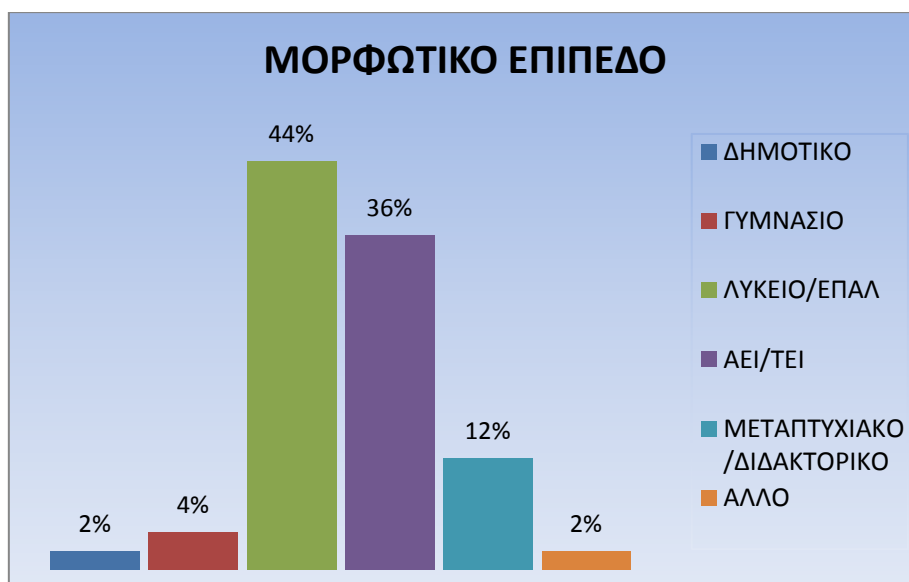
Διάγραμμα 6.5: Οικογενειακή κατάσταση πολιτών στο κατάστημα της Ανδρόγεω

Στο κατάστημα της Πλαστήρα το 60% του δείγματος είναι επίσης άγαμοι.



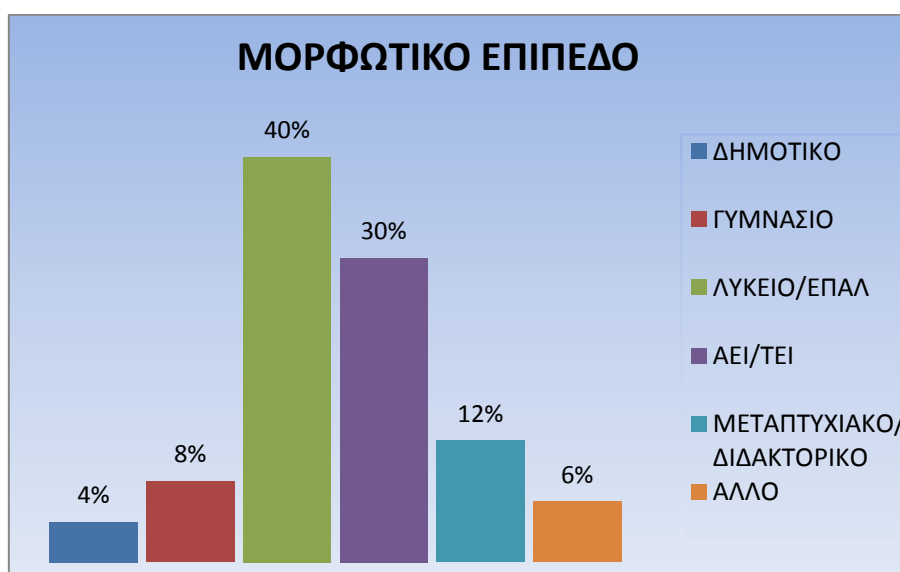
Διάγραμμα 6.6: Οικογενειακή κατάσταση πολιτών στο κατάστημα της Πλαστήρα

Παρακάτω παρουσιάζεται το μορφωτικό επίπεδο των πολιτών που ρωτήθηκαν. Στο κατάστημα της Ανδρόγεω το 44% είναι απόφοιτοι λυκείου/ΕΠΑΛ και το 36% του δείγματος είναι απόφοιτοι των ΤΕΙ/ΑΕΙ.



Διάγραμμα 6.7: Κατανομή με βάση το μορφωτικό επίπεδο των πολιτών στο κατάστημα της Ανδρόγεω

Μικρές είναι οι διαφορές στο κατάστημα της Πλαστήρα όσο αφορά το μορφωτικό επίπεδο με το 40% του δείγματος να είναι απόφοιτοι λυκείου/ΕΠΑΛ και το 30% να έχουν τελειώσει κάποιο ΑΕΙ/ΤΕΙ.



Διάγραμμα 6.8: Κατανομή με βάση το μορφωτικό επίπεδο των πολιτών στο κατάστημα της Πλαστήρα

Στη συνέχεια δίνεται η συχνότητα επίσκεψης των πολιτών στα καταστήματα των ΚΕΠ. Το 38% των ερωτηθέντων στο κατάστημα της Ανδρόγεω επισκέπτεται μία φορά το εξάμηνο το συγκεκριμένο ΚΕΠ. Από 20% το επισκέπτεται μία φορά το χρόνο και λιγότερο από μια φορά το χρόνο.



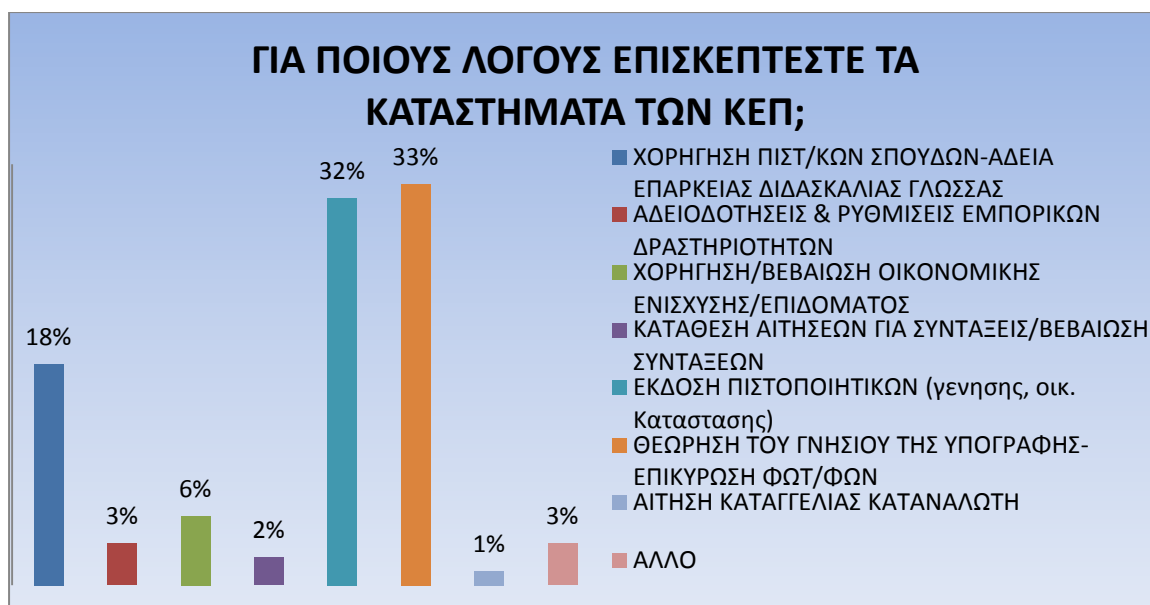
Διάγραμμα 6.9: Συχνότητα επίσκεψης στο κατάστημα της Ανδρόγεω

Το ίδιο ποσοστό στο κατάστημα της Πλαστήρα επισκέπτεται μια φορά το εξάμηνο το συγκεκριμένο ΚΕΠ. Επίσης μία φορά το τρίμηνο το επισκέπτονται το 20% του δείγματος και το 16% από μια φορά το χρόνο.



Διάγραμμα 6.10: Συχνότητα επίσκεψης στο κατάστημα της Πλαστήρα

Για θεώρηση του γνήσιου της υπογραφής με ποσοστό 33% και για έκδοση πιστοποιητικών (γέννησης, οικογενειακής κατάστασης) με 32% ποσοστό είναι οι λόγοι επίσκεψης των πολιτών στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω. Ένας ακόμα λόγος είναι η χορήγηση πιστοποιητικών σπουδών με 18%.



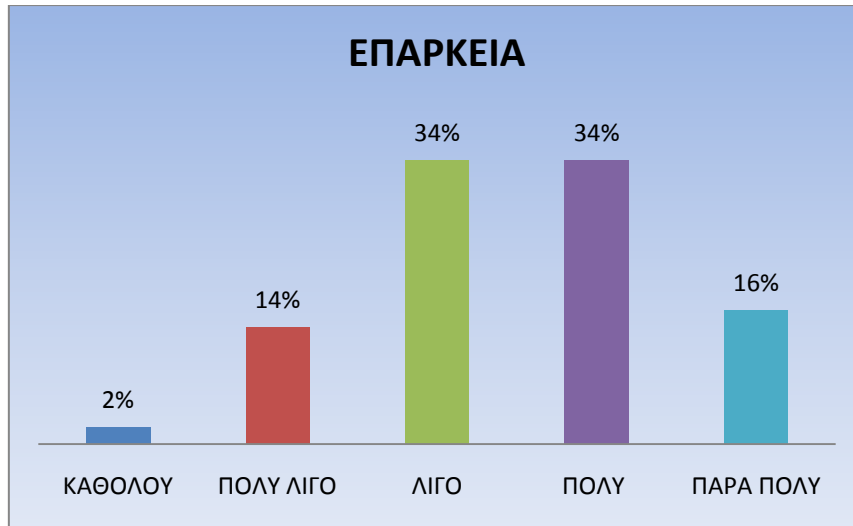
Διάγραμμα 6.11: Λόγοι επίσκεψης στο ΚΕΠ Ανδρόγεω

Τους ίδιους λόγους επίσκεψης δήλωσαν και οι πολίτες που επισκέπτονται το κατάστημα της Πλαστήρα με το 68% να μοιράζεται ισάριθμα για το γνήσιο της υπογραφής και για την έκδοση πιστοποιητικών (γέννησης, οικογενειακής κατάστασης).



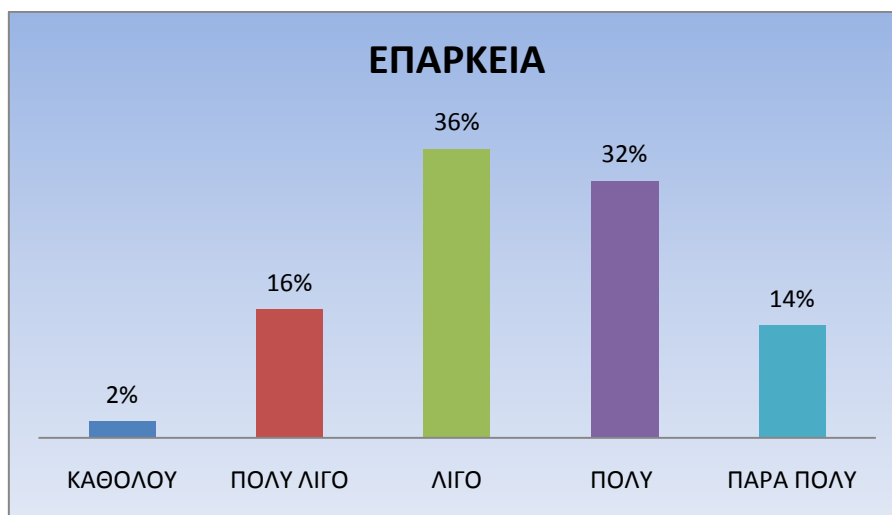
Διάγραμμα 6.12: Λόγοι επίσκεψης στο ΚΕΠ Πλαστήρα

Στην ερώτηση σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος/η από την επάρκεια του προσωπικού οι πολίτες που επισκέφτηκαν το ΚΕΠ της Ανδρόγεω απάντησαν πως είναι λίγο έως πολύ ικανοποιημένοι με 34% και στις δυο απαντήσεις.



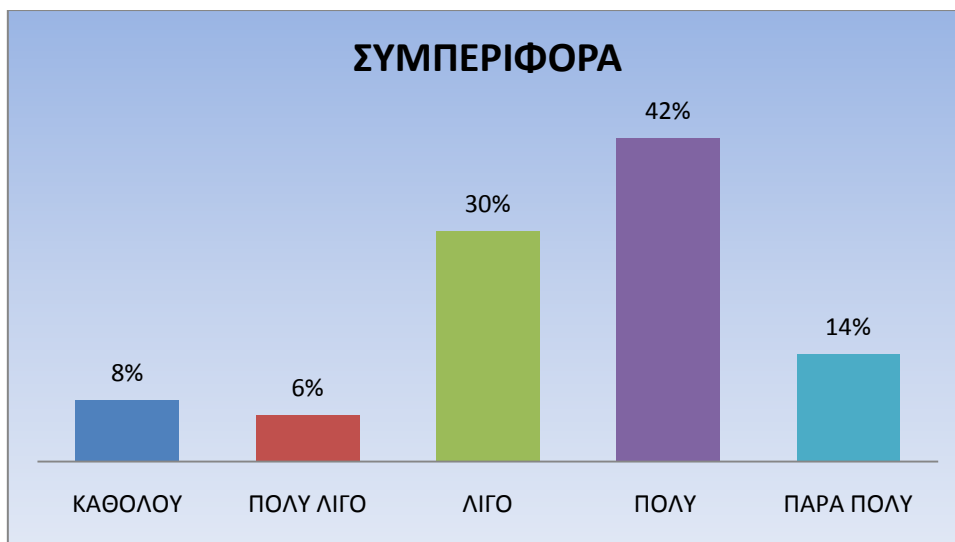
Διάγραμμα 6.13: Ικανοποίηση βάσει επάρκειας προσωπικού στο ΚΕΠ Ανδρόγεω

Στο άλλο κατάστημα είναι μικρή η διαφορά με το 36% του δείγματος να δηλώνει πως είναι λίγο ικανοποιημένο από την επάρκεια του προσωπικού έναντι του 32% που δήλωσε πως είναι πολύ.



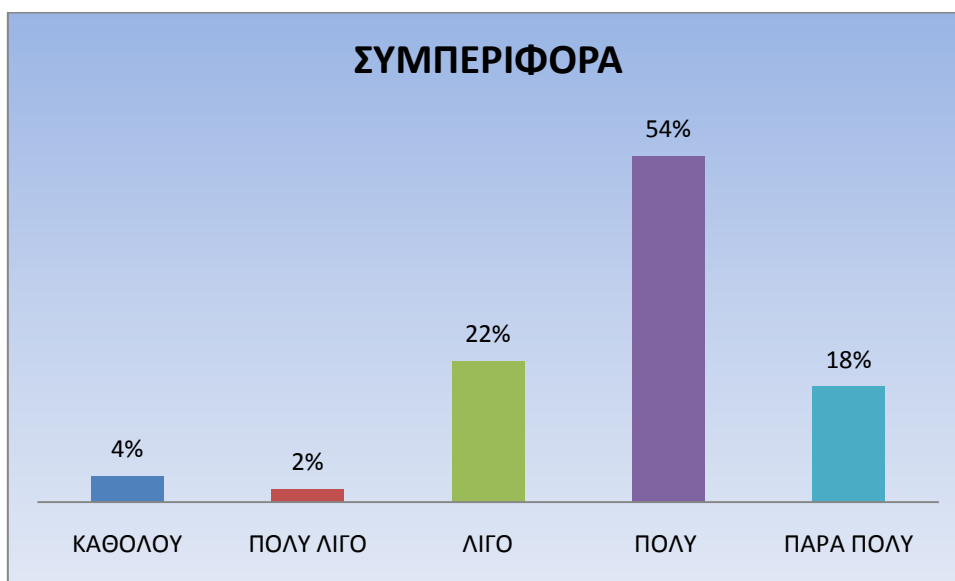
Διάγραμμα 6.14: Ικανοποίηση βάσει επάρκειας προσωπικού στο ΚΕΠ Πλαστήρα

Πολύ ικανοποιημένοι με ποσοστό 42% δήλωσαν οι ερωτώμενοι στο κατάστημα της Ανδρόγεω από τη συμπεριφορά του προσωπικού. Ακολουθούν με διαφορά 12 ποσοστιαίων μονάδων οι μέτρια ευχαριστημένοι πολίτες.



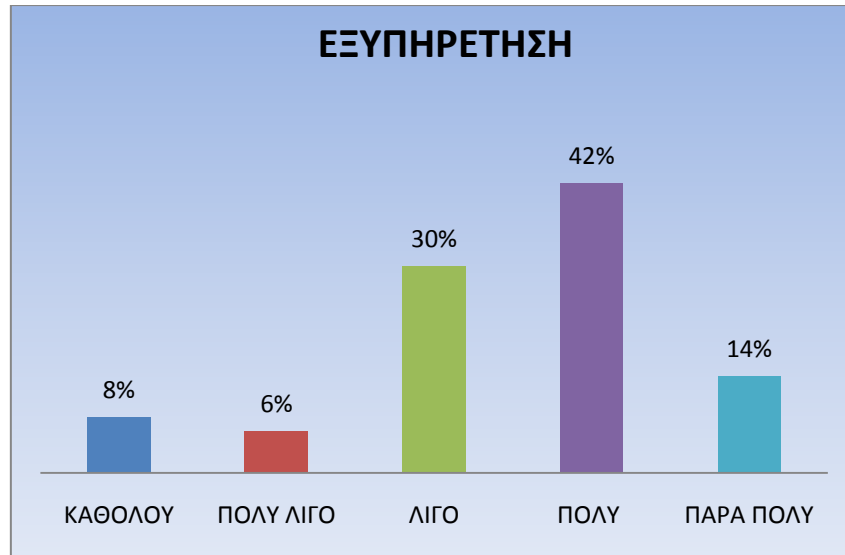
Διάγραμμα 6.15: Ικανοποίηση βάσει συμπεριφοράς του προσωπικού στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω

Περισσότερο ικανοποιημένοι είναι οι πολίτες που επισκέπτονται το κατάστημα της Πλαστήρα. Το 54% του δείγματος είναι πολύ ευχαριστημένοι σε αντίθεση με το αντίστοιχο ποσοστό στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω.



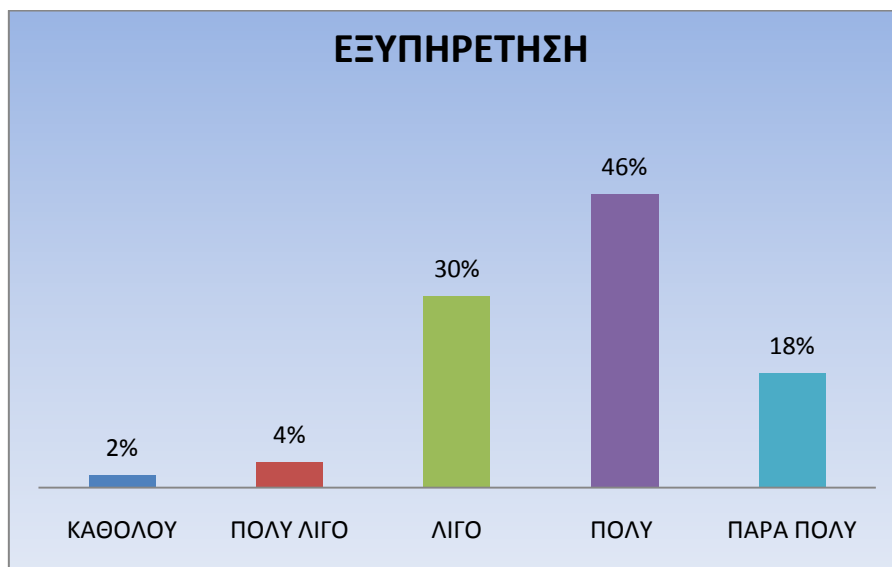
Διάγραμμα 6.16: Ικανοποίηση βάσει συμπεριφοράς του προσωπικού στο ΚΕΠ της Πλαστήρα

Στο επόμενο διάγραμμα φαίνεται ο βαθμός ικανοποίησης από την εξυπηρέτηση του προσωπικού. Το μεγαλύτερο ποσοστό δήλωσε πως είναι πολύ ικανοποιημένοι και ένα 30% δήλωσε πως είναι λίγο.



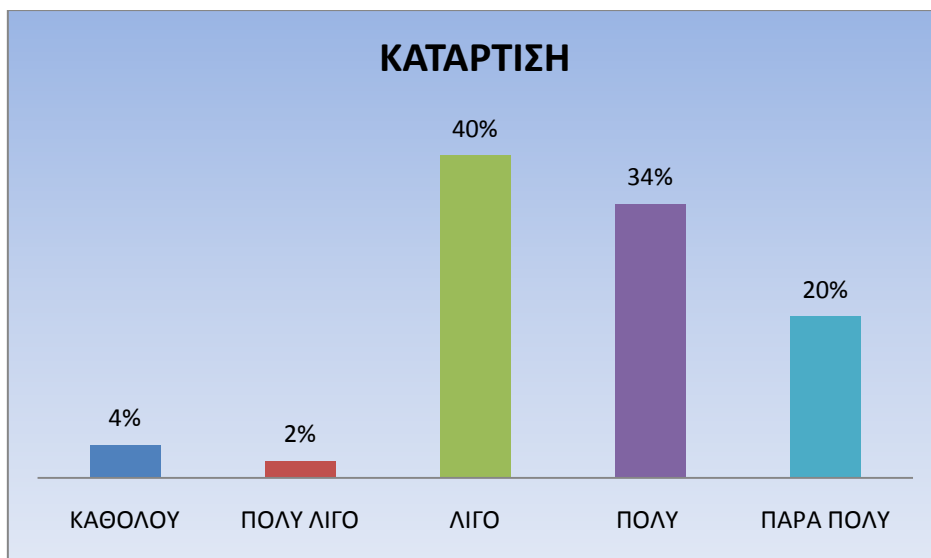
Διάγραμμα 6.17: Ικανοποίηση βάσει εξυπηρέτησης του προσωπικού στο ΚΕΠ της Ανδρόγω

Μικρή διαφορά παρουσιάζεται στο κατάστημα της Πλαστήρα το 46% του δείγματος απάντησε πως είναι πολύ ικανοποιημένο από την εξυπηρέτηση του προσωπικού και λίγο απάντησε το 30%.

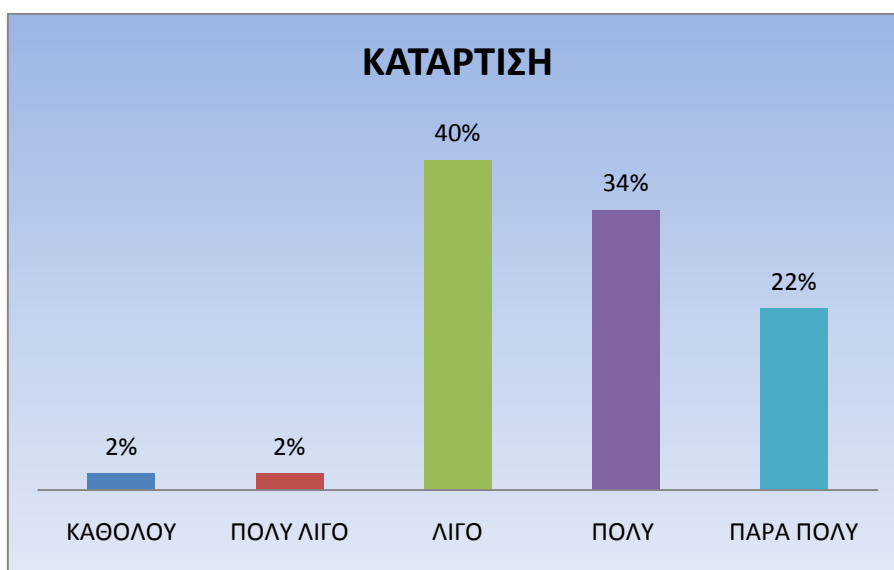


Διάγραμμα 6.18: Ικανοποίηση βάσει εξυπηρέτησης του προσωπικού στο ΚΕΠ της Πλαστήρα

Παρακάτω παρουσιάζετε ο βαθμός ικανοποίησης των πολιτών από την κατάρτιση του προσωπικού. Και στα δύο καταστήματα οι πολίτες δήλωσαν λίγο ως πολύ ικανοποιημένοι με το ποσοστό να είναι το ίδιο και στα δύο ΚΕΠ.

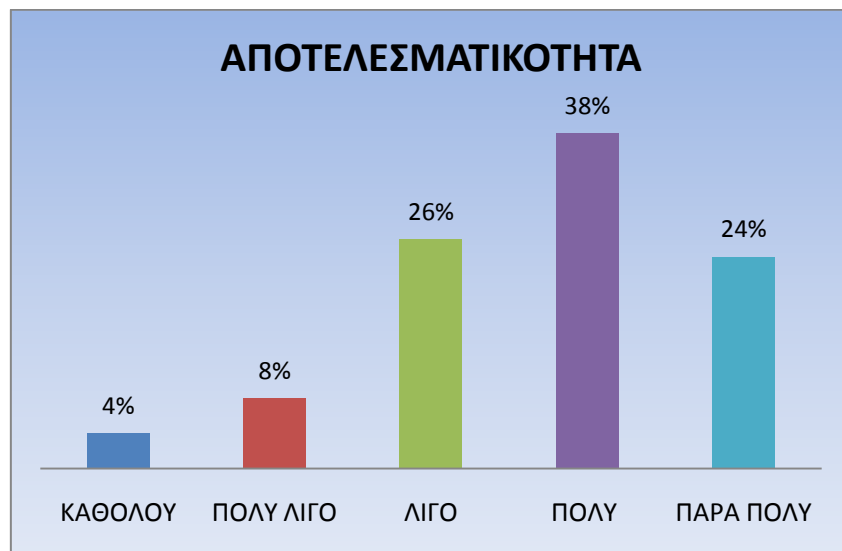


Διάγραμμα 6.19: Ικανοποίηση βάσει της κατάρτισης του προσωπικού στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω



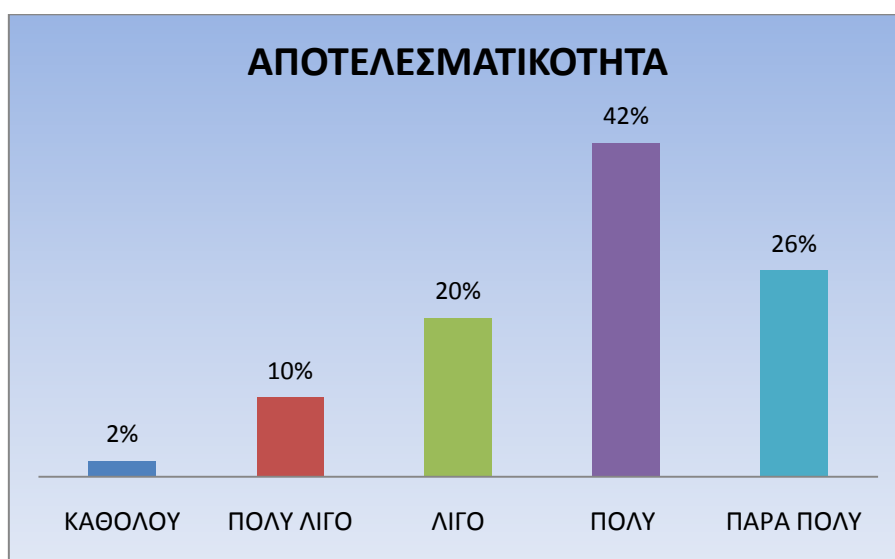
Διάγραμμα 6.20: Ικανοποίηση βάσει της κατάρτισης του προσωπικού στο ΚΕΠ της Πλαστήρα

Το επόμενο διάγραμμα δείχνει τις απαντήσεις από την ικανοποίηση των πολιτών ως προς την αποτελεσματικότητα του προσωπικού στο κατάστημα της Ανδρόγεω. Η πλειοψηφία του δείγματος είναι πολύ ικανοποιημένοι ενώ το 26% είναι λίγο και το 24% πάρα πολύ.



Διάγραμμα 6.21: Ικανοποίηση βάσει αποτελεσματικότητας του προσωπικού στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω

Στην ίδια ερώτηση, στο ΚΕΠ της Πλαστήρας εμφανίζονται περίπου τα ίδια ποσοστά ικανοποίησης με το 42% είναι πολύ ικανοποιημένοι, το 26% πάρα πολύ και 20% λίγο.



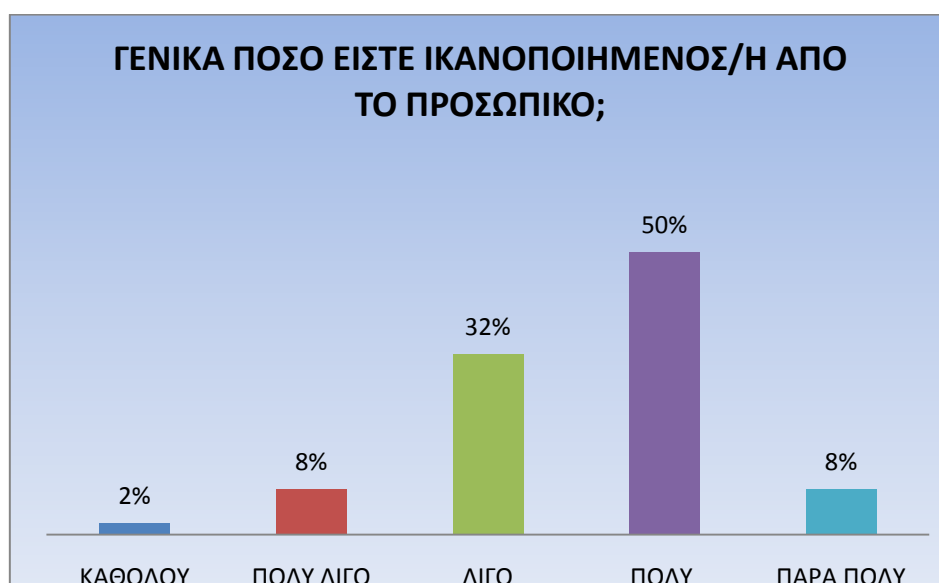
Διάγραμμα 6.22: Ικανοποίηση βάσει αποτελεσματικότητας του προσωπικού στο ΚΕΠ της Πλαστήρας

Στην ερώτηση πόσο ικανοποιημένοι είστε γενικά από το προσωπικό, το 74% στην Ανδρόγεω είναι λίγο ως πολύ ικανοποιημένο.



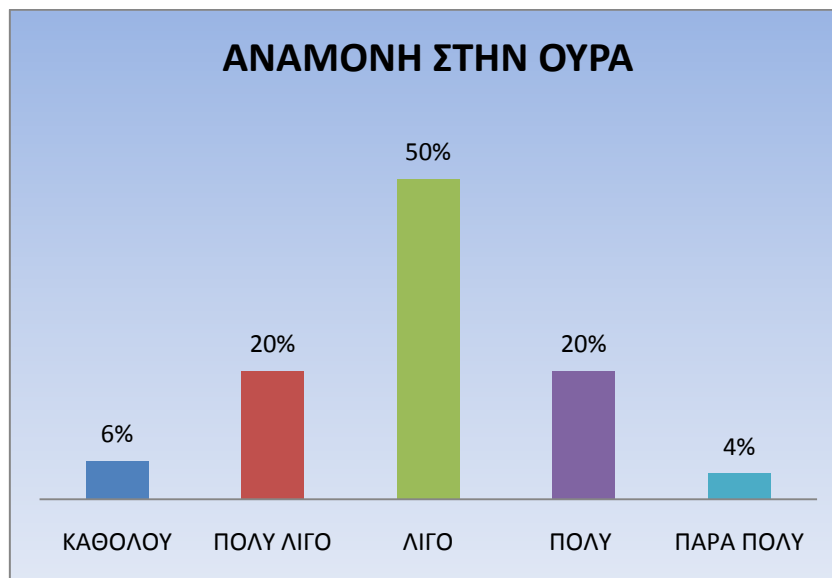
Διάγραμμα 6.23: Συνολική ικανοποίηση βάσει του προσωπικού στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω

Περισσότερο ικανοποιημένοι είναι οι πολίτες του ΚΕΠ Πλαστήρα με το 82% να απαντάει από λίγο έως πολύ. Αξιοσημείωτο είναι πως οι πολίτες που επισκέφτηκαν το ΚΕΠ της Πλαστήρα δήλωσαν πολύ ικανοποιημένοι με ποσοστό 50% έναντι του 38% του δείγματος της Ανδρόγεω.

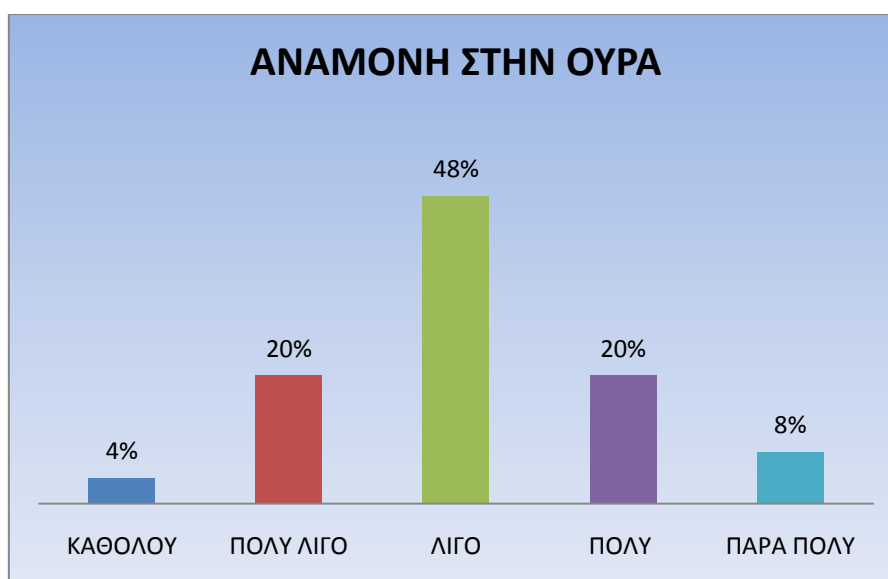


Διάγραμμα 6.24: Συνολική ικανοποίηση βάσει του προσωπικού στο ΚΕΠ της Πλαστήρα

Στο κατάστημα της Ανδρόγεω οι μισοί πολίτες είναι λίγο ικανοποιημένοι από την αναμονή στην ουρά. Από 20% είναι πολύ λίγο και πολύ ικανοποιημένοι. Στο ίδιο μήκος κύματος κινείται και το κατάστημα της Πλαστήρας με το 48% να είναι λίγο ικανοποιημένοι από την αναμονή στην ουρά.

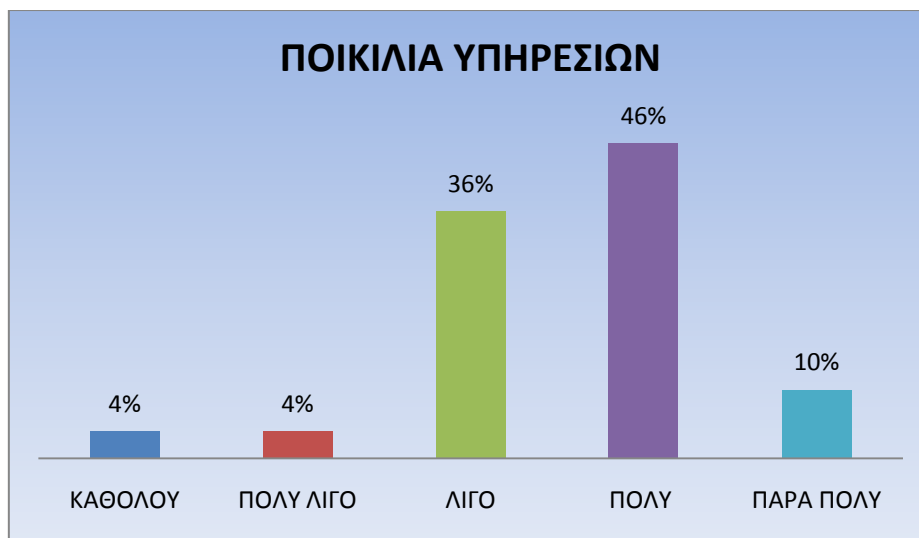


Διάγραμμα 6.25: Ικανοποίηση βάσει αναμονής στην ουρά στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω



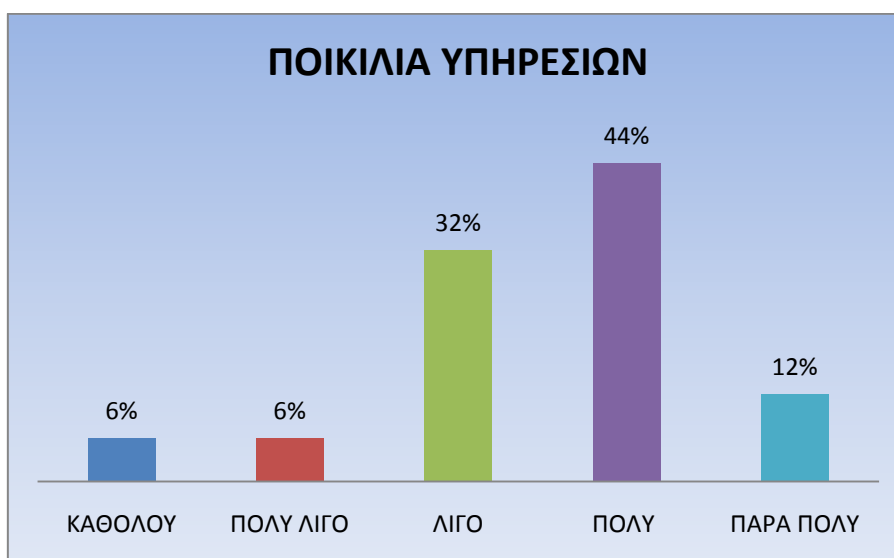
Διάγραμμα 6.26: Ικανοποίηση βάσει αναμονής στην ουρά στο ΚΕΠ της Πλαστήρα

Αναφορικά με την ποικιλία των υπηρεσιών που προσφέρουν τα ΚΕΠ, οι πολίτες και στα δυο καταστήματα είναι ικανοποιημένοι. Το 46% του δείγματος στο ΚΕΠ δήλωσε πολύ ικανοποιημένο και το 36% λίγο.



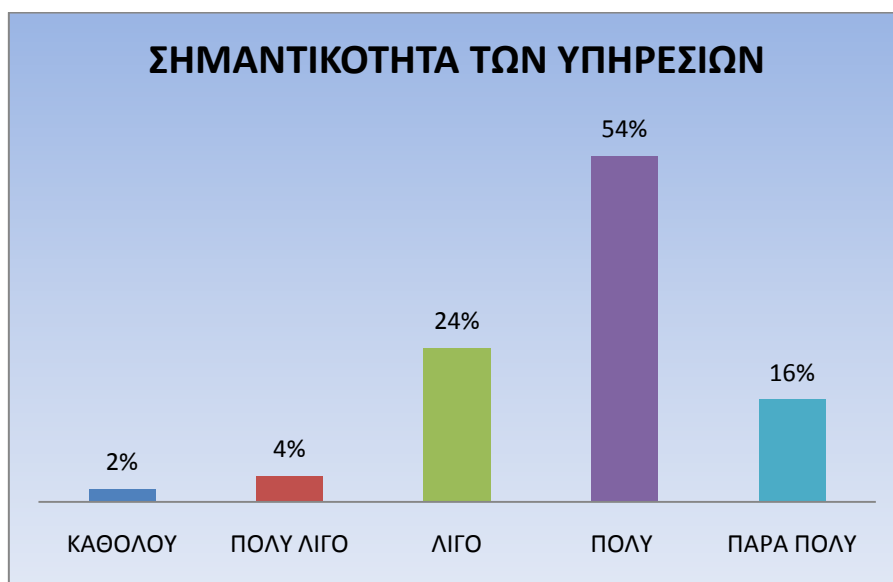
Διάγραμμα 6.27: Ικανοποίηση βάσει ποικιλίας υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Ανδρογέω

Στην ίδια ερώτηση η πλειοψηφία στο ΚΕΠ της Πλαστήρα με 44% είναι πολύ ικανοποιημένοι και από λίγο είναι 32%.

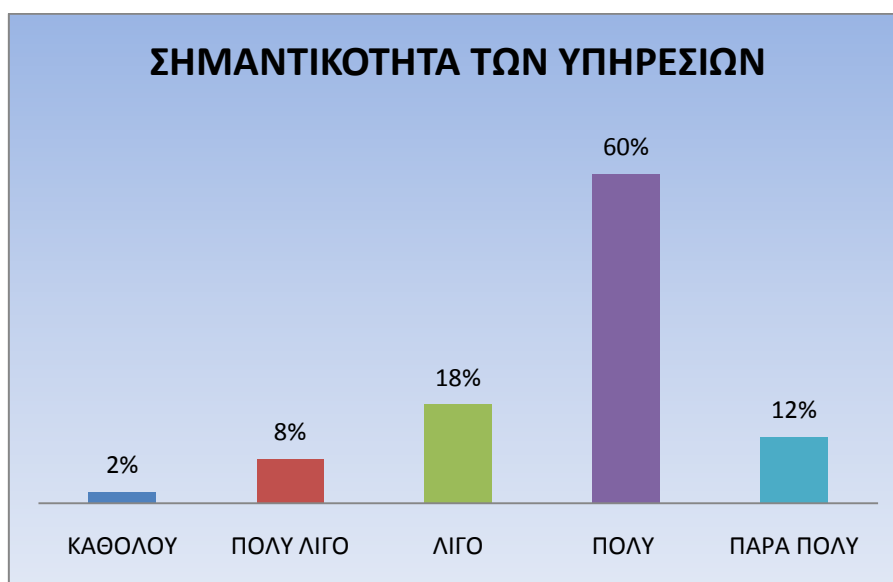


Διάγραμμα 6.28: Ικανοποίηση βάσει ποικιλίας υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Πλαστήρα

Στη συνέχεια ακολουθούν τα διαγράμματα 29 και 30 στα οποία απεικονίζεται η γνώμη των πολιτών για τη σημαντικότητα των υπηρεσιών που προσφέρει το ΚΕΠ. Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος και στα δυο καταστήματα πιστεύουν ότι οι υπηρεσίες που παρέχονται είναι πολύ σημαντικές. Μόλις το 2% πιστεύει ότι δεν είναι καθόλου σημαντικές οι προσφερόμενες υπηρεσίες.

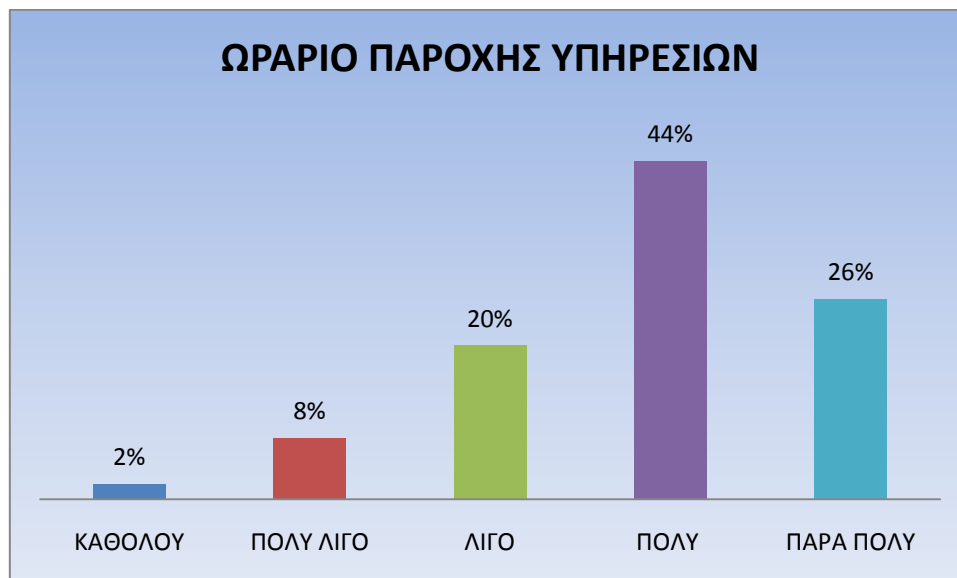


Διάγραμμα 6.29: Ικανοποίηση βάσει σημαντικότητας υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω

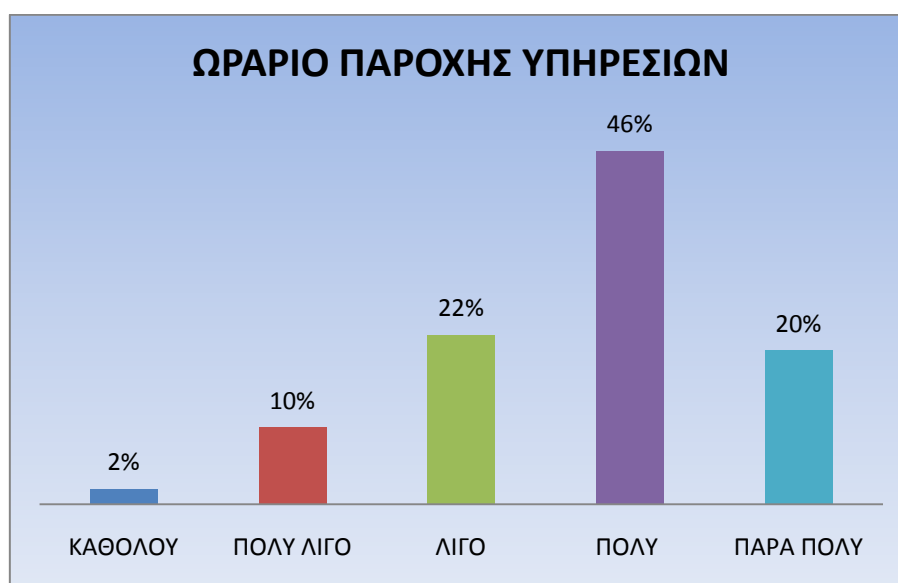


Διάγραμμα 6.30: Ικανοποίηση βάσει σημαντικότητας υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Πλαστήρα

Από το σύνολο των ερωτηθέντων προκύπτει ομόφωνα πως οι πολίτες είναι πολύ ικανοποιημένοι από το ωράριο παροχής υπηρεσιών. Μικρό ποσοστό απάντησε πως δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο από το ωράριο λειτουργίας της τάξης των 2% και στα δυο ΚΕΠ.



Διάγραμμα 6.31: Ικανοποίηση βάσει ωραρίου παροχής υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Ανδρογείας



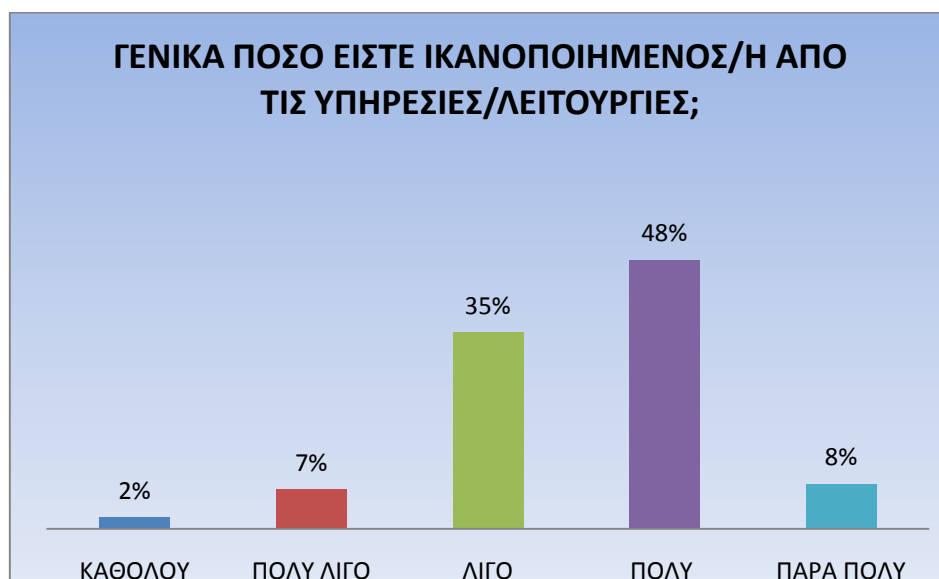
Διάγραμμα 6.32: Ικανοποίηση βάσει ωραρίου παροχής υπηρεσιών στο ΚΕΠ της Πλαστήρας

Στο επόμενο διάγραμμα υπάρχει ο συνολικός βαθμός ικανοποίησης των πολιτών από τις υπηρεσίες και λειτουργίες των Κέντρων Εξυπηρέτησης Πολιτών. Στο κατάστημα της Ανδρόγεω το 38% είναι πολύ ικανοποιημένο και το 36% λίγο.



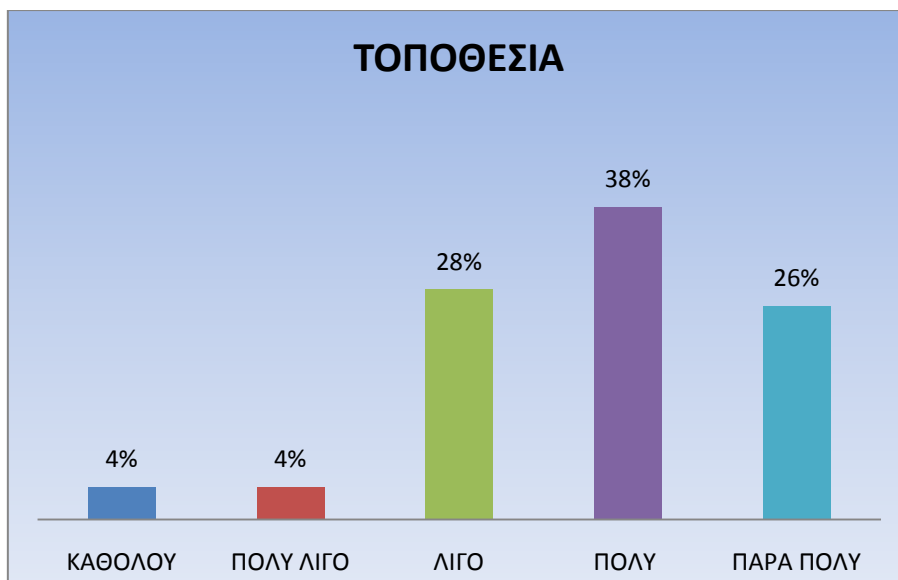
Διάγραμμα 6.33: Συνολική ικανοποίηση βάσει των υπηρεσιών / λειτουργιών στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω

Μεγάλη διαφορά της τάξεως 10 ποσοστιαίων μονάδων υπάρχει στο άλλο κατάστημα ΚΕΠ, με το 48% του δείγματος να δηλώνει πολύ ικανοποιημένο.



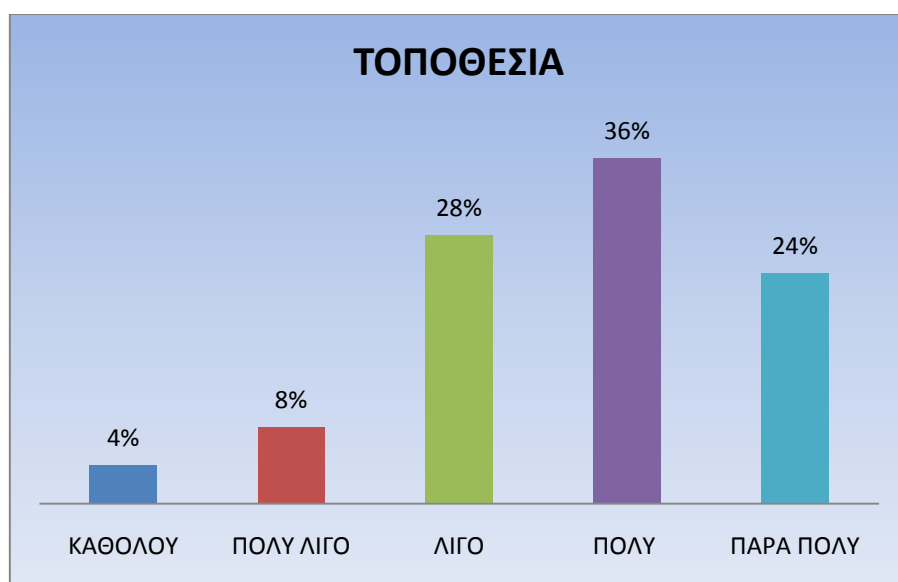
Διάγραμμα 6.34: Συνολική ικανοποίηση βάσει των υπηρεσιών / λειτουργιών στο ΚΕΠ της Πλαστήρα

Σε αυτό το διάγραμμα παρατηρείτε πως η τοποθεσία που βρίσκεται το κατάστημα της Ανδρόγεω ικανοποιεί την πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 38%. Λίγο ικανοποιημένο είναι το 28% και πάρα πολύ το 26%.



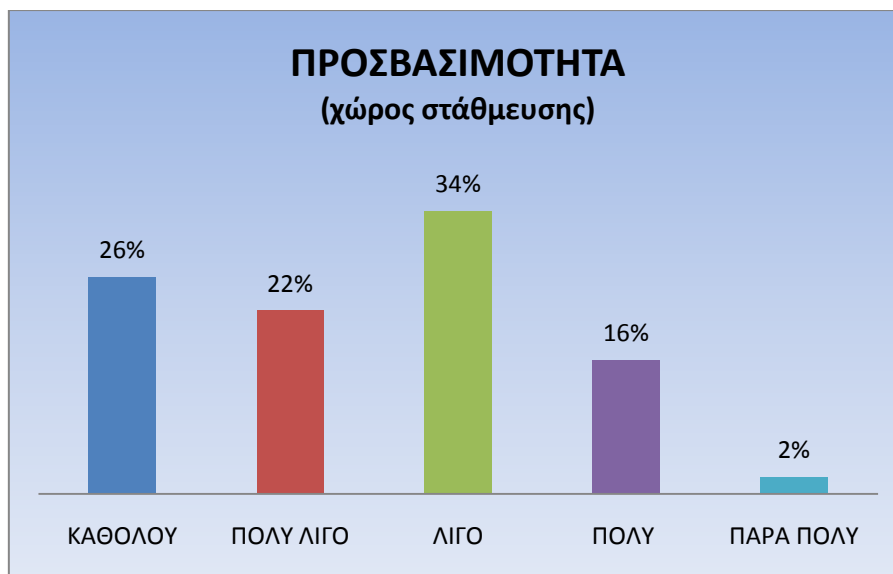
Διάγραμμα 6.35: Ικανοποίηση βάσει τοποθεσίας του ΚΕΠ Ανδρόγεω

Ικανοποιημένοι είναι και οι πολίτες που επισκέπτονται το ΚΕΠ της Πλαστήρα. Πολύ ικανοποιημένοι είναι το 36% του δείγματος, λίγο το 28% και πάρα πολύ το 24%.



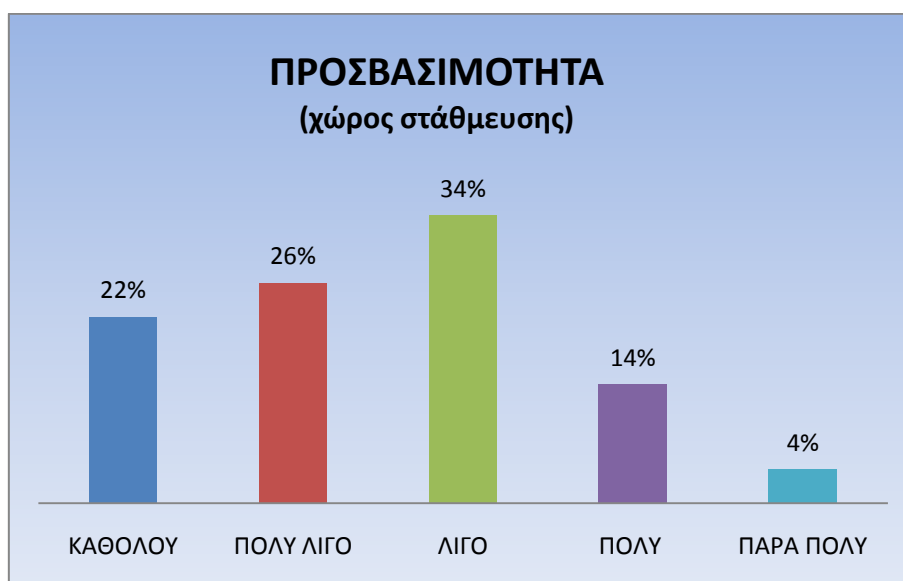
Διάγραμμα 6.36: Ικανοποίηση βάσει τοποθεσίας του ΚΕΠ Πλαστήρα

Αντιθέτως, το σύνολο των πολιτών των δύο καταστημάτων δεν είναι ικανοποιημένο από τη δυνατότητα πρόσβασης σε αυτά. Στο πρώτο ΚΕΠ το 34% είναι λίγο ικανοποιημένο, καθόλου ικανοποιημένο είναι το 26% και πολύ λίγο το 22%.



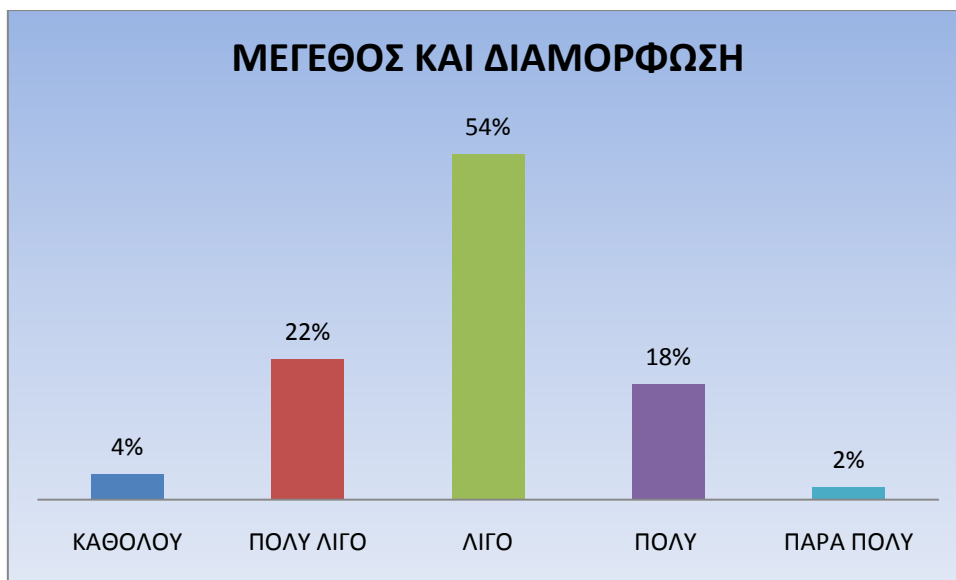
Διάγραμμα 6.37: Ικανοποίηση βάσει προσβασιμότητας στο ΚΕΠ Ανδρόγεω

Στο ΚΕΠ Πλαστήρας το 48% των πολιτών εγανίζονται καθόλου έως πολύ λίγο ικανοποιημένο και το 34% είναι λίγο ικανοποιημένο από τη δυνατότητα πρόσβασης.



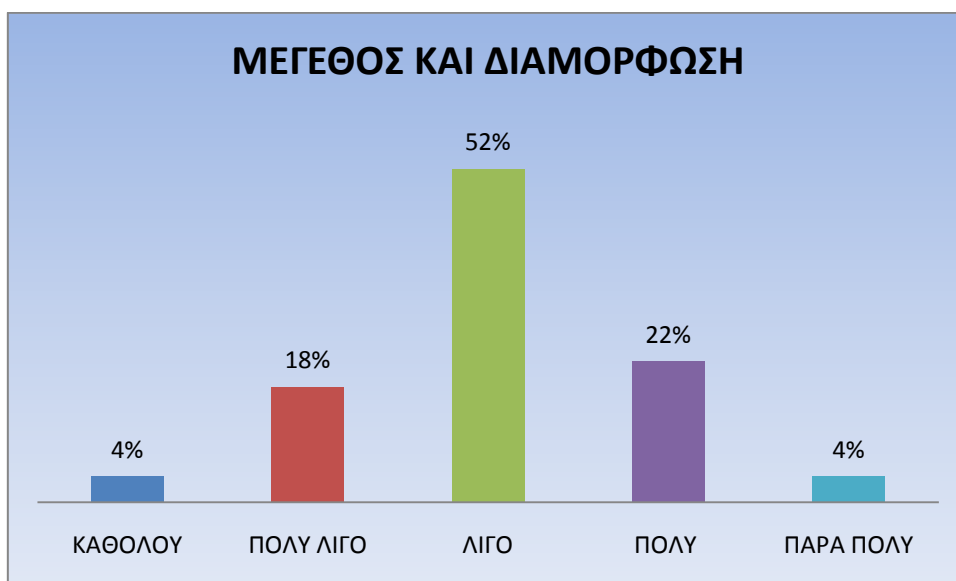
Διάγραμμα 6.38: Ικανοποίηση βάσει προσβασιμότητας στο ΚΕΠ Πλαστήρα

Όσο αφορά το μέγεθος και τη διαμόρφωση του κέντρου εξυπηρέτησης των πολιτών στην Ανδρόγεω το 54% των ερωτηθέντων είναι λίγο ικανοποιημένο και πολύ λίγο το 22%.



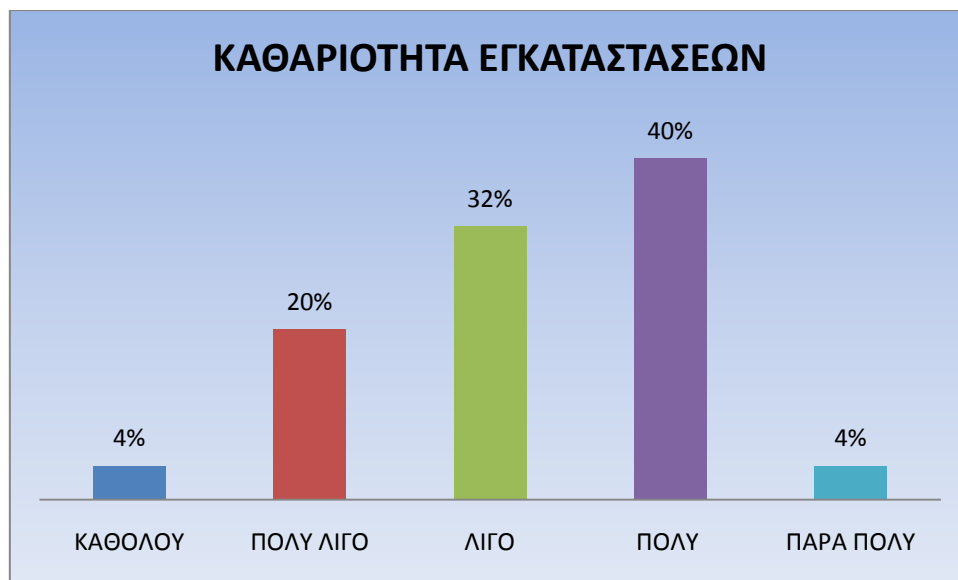
Διάγραμμα 6.39: Ικανοποίηση βάσει μεγέθους / διαμόρφωσης κτιρίου του ΚΕΠ Ανδρόγεω

Στο ίδιο μήκος κινείται η κατανομή στο κατάστημα της Πλαστήρα. Το 52% είναι λίγο ικανοποιημένο και το 22% πολύ.



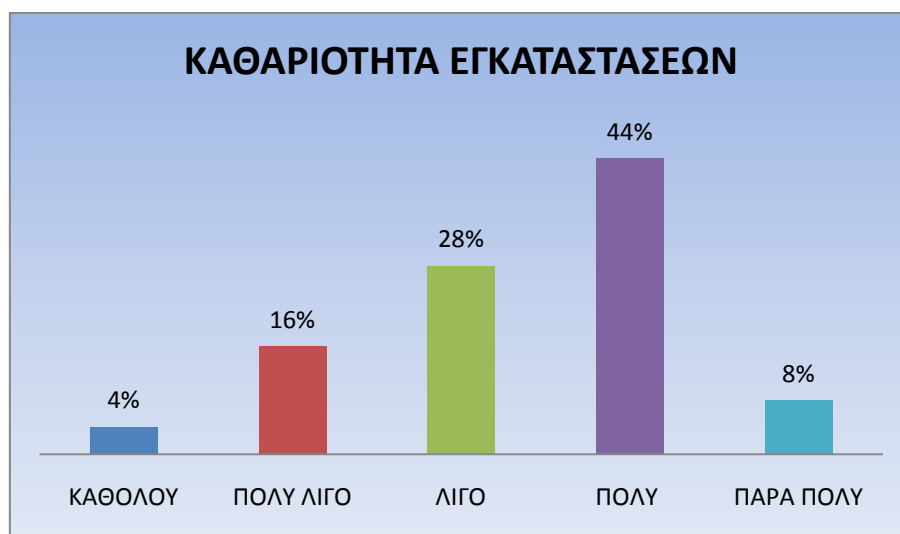
Διάγραμμα 6.40: Ικανοποίηση βάσει μεγέθους / διαμόρφωσης κτιρίου του ΚΕΠ Πλαστήρα

Στη συνέχεια παρουσιάζεται ο βαθμός ικανοποίησης των πολιτών από την καθαριότητα των εγκαταστάσεων. Με ποσοστό 40% και 44% απάντησαν οι πολύ ικανοποιημένοι και στα δύο καταστήματα.



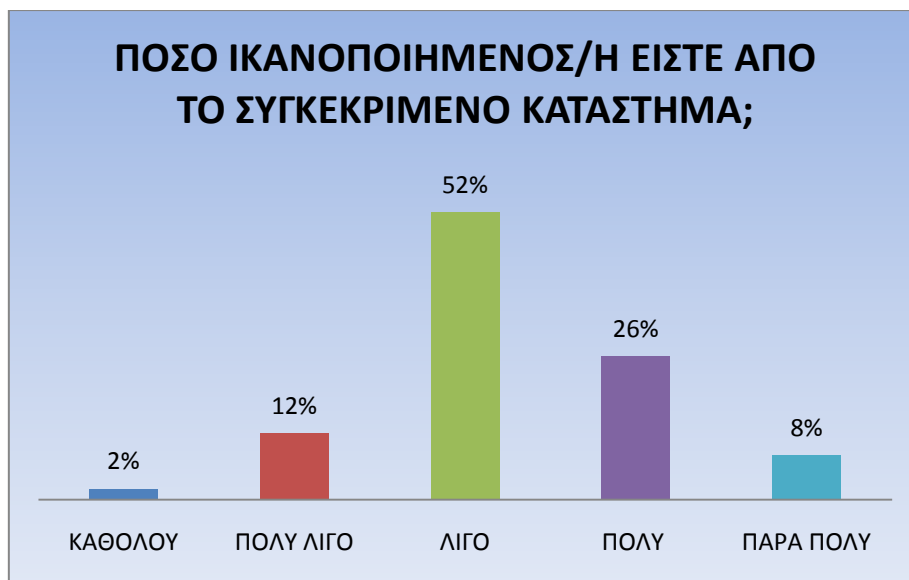
Διάγραμμα 6.41: Ικανοποίηση βάσει καθαριότητας κτιρίου ΚΕΠ Ανδρόγεω.

Με 32% και 28% οι ερωτώμενοι δήλωσαν λίγο ικανοποιημένοι από την καθαριότητα των εγκαταστάσεων.



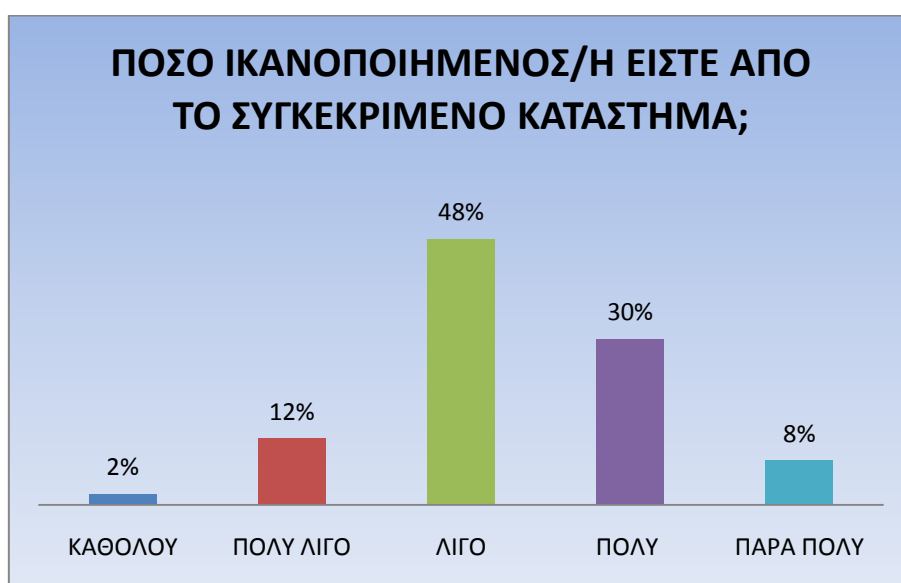
Διάγραμμα 6.42: Ικανοποίηση βάσει καθαριότητας κτιρίου ΚΕΠ Πλαστήρα.

Τα διαγράμματα 43 και 44 δείχνουν το πόσο ικανοποιημένοι είναι οι πολίτες από τα συγκεκριμένα καταστήματα. Στο ΚΕΠ της Ανδρόγγω οι περισσότεροι πολίτες είναι λίγο ικανοποιημένοι με ποσοστό 52% ακολουθεί 26% οι πολύ ευχαριστημένοι.



Διάγραμμα 6.43: Συνολική ικανοποίηση από το ΚΕΠ της Ανδρόγγω

Η πλειοψηφία του δείγματος της Πλαστήρα είναι και αυτοί λίγο ικανοποιημένοι από το συγκεκριμένο κατάστημα με ποσοστό 48%. Το 30% του δείγματος είναι πολύ ικανοποιημένο.



Διάγραμμα 6.44: Συνολική ικανοποίηση από το ΚΕΠ της Πλαστήρα

Στην ερώτηση 13, εάν οι πολίτες γνωρίζουν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ΚΕΠ, η απάντηση ήταν όχι. Τόσο οι ερωτώμενοι του καταστήματος της Ανδρόγεω με 74% όσο και του καταστήματος της Πλαστήρα με 76% δε γνωρίζουν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες.

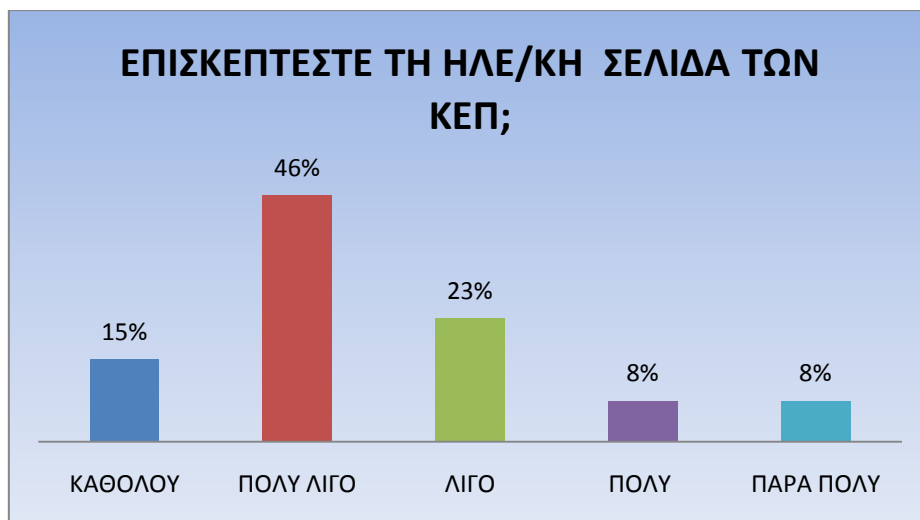


Διάγραμμα 6.45: Γνωρίζεται τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ΚΕΠ;
(Ανδρόγεω)



Διάγραμμα 6.46: Γνωρίζεται τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ΚΕΠ;
(Πλαστήρα)

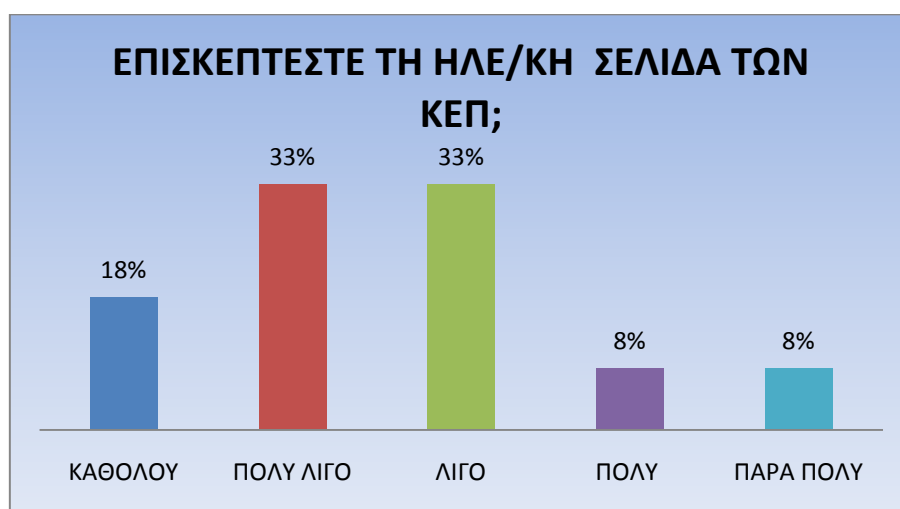
Παρακάτω φαίνεται πόσο συχνά επισκέπτονται την ιστοσελίδα του ΚΕΠ οι πολίτες που απάντησαν το ερωτηματολόγιο στο κατάστημα της Ανδρόγεω. Η πλειοψηφία σχεδόν δε την επισκέπτεται σχεδόν καθόλου.



Διάγραμμα 6.47: Επισκέπτεστε την ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ;

(Από κατάστημα Ανδρόγεω)

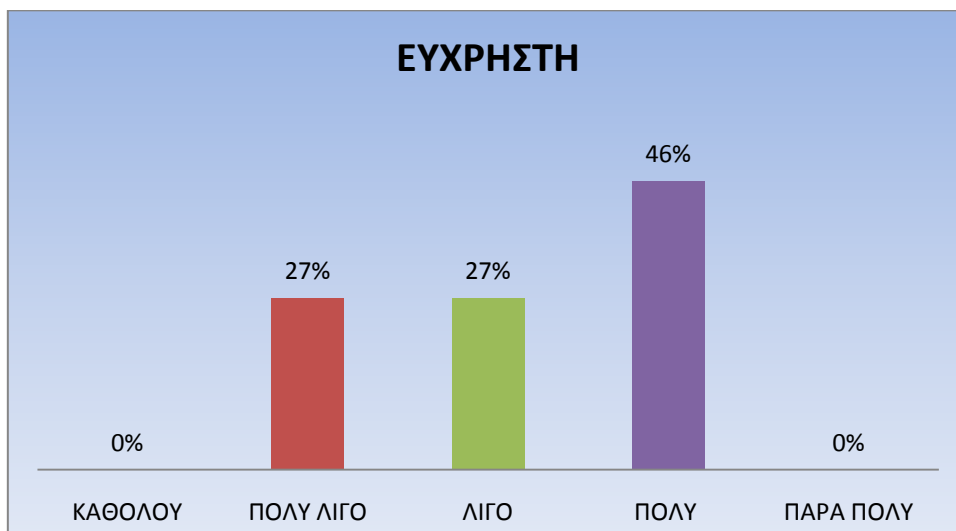
Κάπως διαφορετικά είναι τα αποτελέσματα στο κατάστημα της Πλαστήρα. Οι πολίτες φαίνονται να επισκέπτονται πιο συχνά την ιστοσελίδα των ΚΕΠ σε αντίθεση με του πολίτες που επισκέπτονται το έτερο κατάστημα.



Διάγραμμα 6.48: Επισκέπτεστε την ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ;

(Από κατάστημα Πλαστήρα)

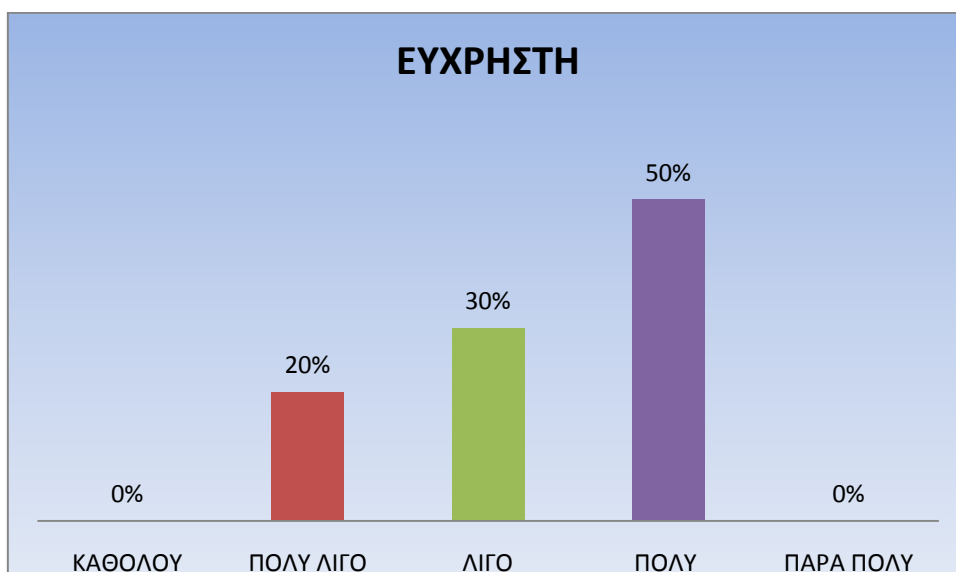
Το 46% των ατόμων που επισκέπτονται την ιστοσελίδα, πιστεύουν ότι είναι εύχρηστη. Από 27% απάντησε πως είναι πολύ λίγο και λίγο εύχρηστο.



Διάγραμμα 6.49: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι εύχρηστη;

(Από κατάστημα Ανδρόγεω)

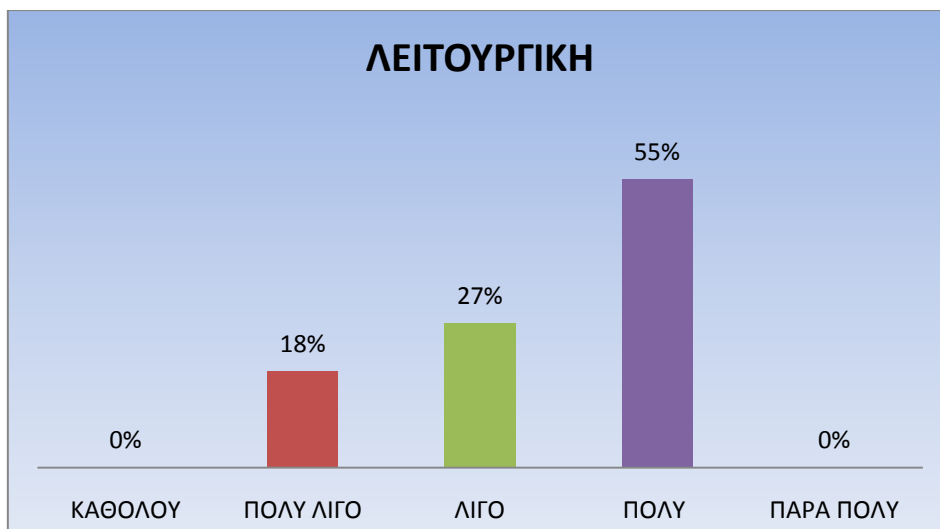
Το μισό δείγμα του ΚΕΠ Πλαστήρας θεωρεί πολύ εύχρηστη την ιστοσελίδα και λίγο το 30%.



Διάγραμμα 6.50: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι εύχρηστη;

(Από κατάστημα Πλαστήρα)

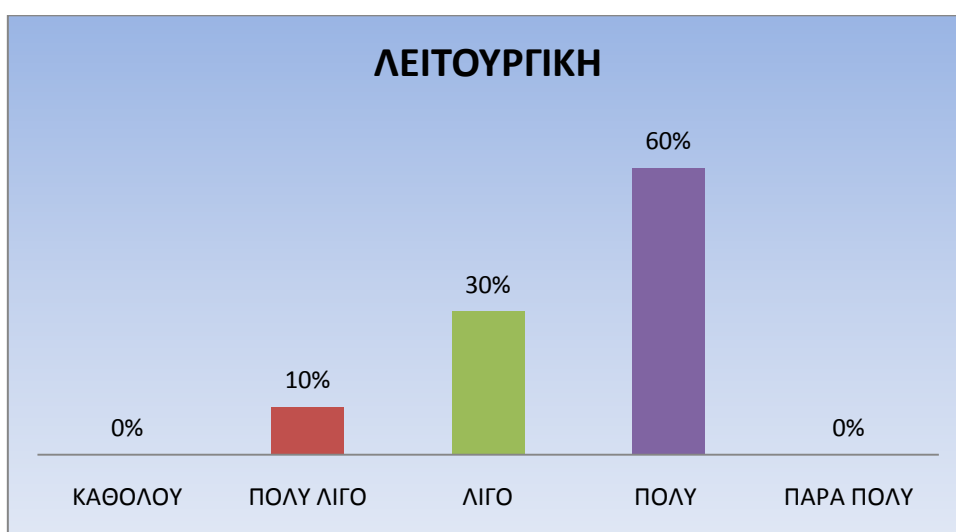
Αναφορικά με την ερώτηση για το πόσο λειτουργική είναι η συγκεκριμένη ιστοσελίδα, οι ερωτηθέντες του ΚΕΠ απάντησαν πολύ με 55%. Το υπόλοιπο 45% θεωρεί την ιστοσελίδα λίγο έως πολύ λίγο λειτουργική.



Διάγραμμα 6.51: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι λειτουργική;

(Από κατάστημα Ανδρόγεω)

Στην ίδια ερώτηση, οι ερωτηθέντες του καταστήματος της Πλαστήρα απάντησαν και αυτοί πως τη θεωρούν πολύ λειτουργική με ποσοστό 60%. Μικρότερο είναι το ποσοστό που τη θεωρεί λιγότερο λειτουργική σε σύγκριση με το κατάστημα της Ανδρόγεω.



Διάγραμμα 6.52: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι εύχρηστη;

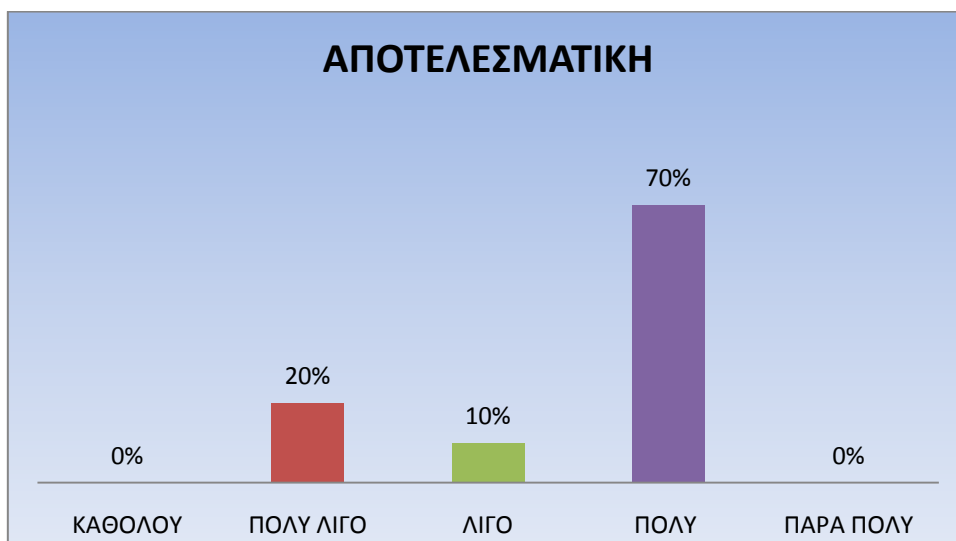
(Από κατάστημα Πλαστήρα)

Από τα συγκεκριμένα διάγραμμα προκύπτει πως η ιστοσελίδα είναι αποτελεσματική σύμφωνα με την άποψη των πολιτών. Η πλειοψηφία του δείγματος στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω θεωρεί πολύ αποτελεσματική την ιστοσελίδα.



Διάγραμμα 6.53: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι αποτελεσματική;
(Από κατάσταση Ανδρόγεω)

Μεγαλύτερο είναι το ποσοστό των πολιτών του ΚΕΠ της Πλαστήρας που θεωρεί πολύ αποτελεσματική την ιστοσελίδα σε σχέση με τους πολίτες του καταστήματος της Ανδρόγεω.



Διάγραμμα 6.54: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι αποτελεσματική;
(Από κατάσταση Πλαστήρα)

Στην ερώτηση πόσο καλύπτουν οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες τις ανάγκες σας, το 45% του δείγματος από το κατάστημα της Ανδρόγεω απάντησε πως οι ανάγκες του καλύπτονται πολύ. Το 37% θεωρεί πως οι ανάγκες του καλύπτονται λίγο.



Διάγραμμα 6.55: Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες καλύπτουν με επάρκεια τις ανάγκες σας;

(ΚΕΠ Ανδρόγεω)

Στο άλλο κατάστημα, ελαφρώς λιγότερο ικανοποιημένο είναι οι πολίτες, με ποσοστό 40% αν θεωρεί πως οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες καλύπτουν με μεγάλη επάρκεια τις ανάγκες του.



Διάγραμμα 6.56: Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες καλύπτουν με επάρκεια τις ανάγκες σας;

(ΚΕΠ Πλαστήρα)

Σύμφωνα με την παρακάτω κατανομή, το μεγαλύτερο μέρος των ερωτώντων από το ΚΕΠ της Ανδρόγεως δεν έχουν κάνει ποτέ ηλεκτρονική αίτηση.



Διάγραμμα 6.57: Έχετε κάνει ποτέ ηλεκτρονική αίτηση;
(ΚΕΠ Ανδρόγεω)

Μικρότερο είναι το ποσοστό όπως φαίνεται στο διάγραμμα, που δεν έχει κάνει ποτέ ηλεκτρονική αίτηση σε σχέση με το κατάστημα της Ανδρόγεω.



Διάγραμμα 6.58: Έχετε κάνει ποτέ ηλεκτρονική αίτηση;
(ΚΕΠ Πλαστήρα)

Στο ακόλουθο διάγραμμα που δείχνει το βαθμό ικανοποίησης από τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των πολιτών στην Ανδρόγεω, λίγο ικανοποιημένο είναι το 45%. Έπειτα ακολουθεί με ποσοστό 28% οι λίγο ευχαριστημένοι πολίτες.



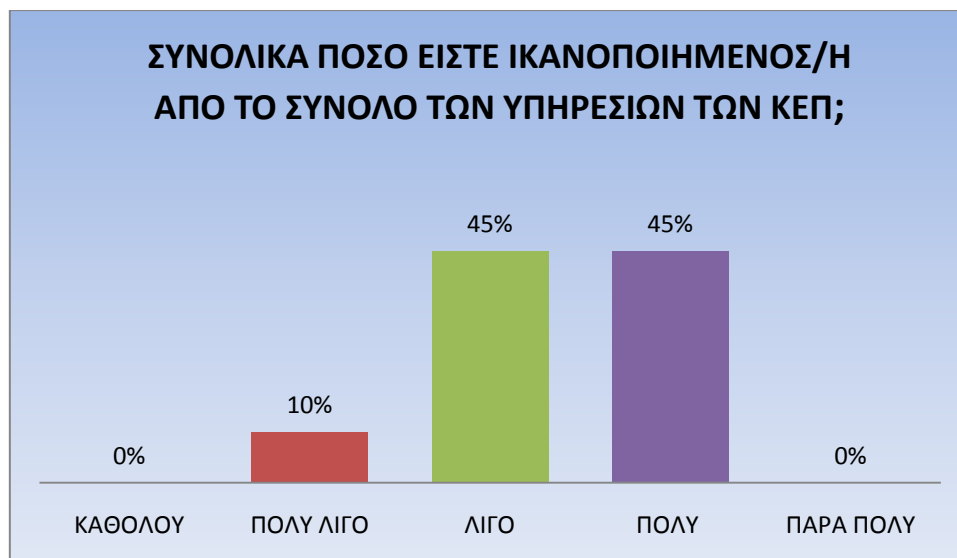
Διάγραμμα 6.59: Ικανοποίηση με βάση τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες;
(ΚΕΠ Ανδρόγεω)

Στο ίδιο ερώτημα, στο κατάστημα της Πλαστήρα, μεγαλύτερο είναι το ποσοστό που είναι λίγο ικανοποιημένο σε σχέση με το αντίστοιχο της Ανδρόγεω. Επίσης, περισσότεροι ανικανοποίητοι πολίτες βρίσκονται στο ΚΕΠ της Ανδρόγεω με διαφορά 7 μονάδων.



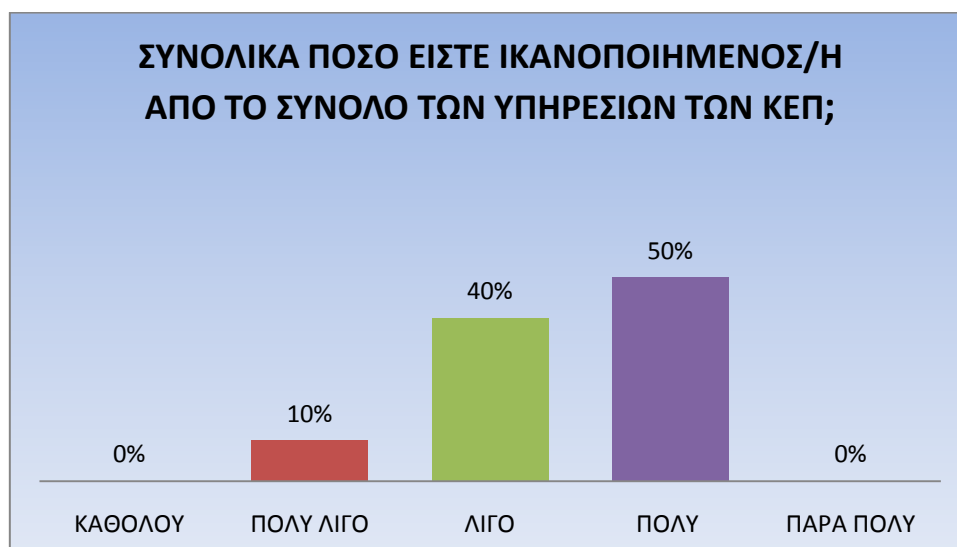
Διάγραμμα 6.60: Ικανοποίηση με βάση τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες;
(ΚΕΠ Πλαστήρα)

Στην ερώτηση 18, εάν είστε ικανοποιημένος/η από το σύνολο των υπηρεσιών, ηλεκτρονικών και φυσικών, από το κατάστημα της Ανδρόγεω το 90% χωρίστηκε σε λίγο και πολύ.



Διάγραμμα 6.61: Συνολικά είστε ικανοποιημένος/η από το σύνολο των υπηρεσιών; (ΚΕΠ Ανδρόγεω)

Στο κατάστημα της Πλαστήρα, ελαφρώς περισσότεροι είναι οι πολίτες που εμφανίζονται πολύ ικανοποιημένοι με ποσοστό 50% ενώ με δέκα λιγότερες ποσοστιαίες μονάδες εμφανίζονται λιγότερο ευχαριστημένοι.



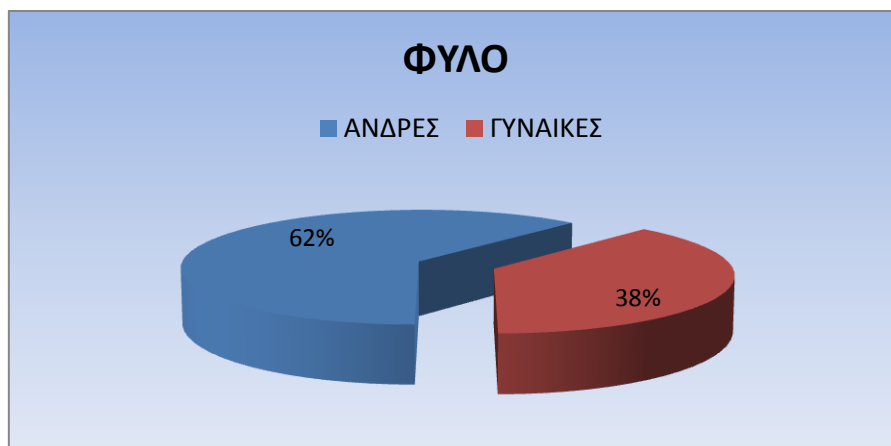
Διάγραμμα 6.62: Συνολικά είστε ικανοποιημένος/η από το σύνολο των υπηρεσιών; (ΚΕΠ Πλαστήρα)

Η τελευταία ερώτηση που ζητήθηκε από τους πολίτες να απαντήσουν είναι κρίσεως. Οι βελτιώσεις που πρότειναν οι πολίτες στο κατάστημα της Ανδρόγεω είναι διάφορες. Σε μεγαλύτερο βαθμό ζητάνε να υπάρχει περισσότερο προσωπικό, ειδικότερα τις ώρες αιχμής . Επίσης, η δημιουργία καλύτερων εγκαταστάσεων και χώρου στάθμευσης έρχεται δεύτερη στις λύσεις που προτείνουν οι πολίτες. Έπειτα καλύτερη οργάνωση με και καλύτερη ενημέρωση όσο αφορά τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες είναι αυτό που ζητήθηκε.

Στο άλλο κατάστημα τώρα, η πληθώρα των πολιτών ζητάει και αυτή από μεριά της περισσότερο και πιο καταρτισμένο προσωπικό. Στη συνέχεια ζητάει καλύτερες εγκαταστάσεις, δημιουργία χώρου στάθμευσης και ταχύτερη εξυπηρέτηση. Επίσης ζητήθηκε να υπάρχουν περισσότερες υπηρεσίες που να σχετίζονται με φορολογικές ενημερότητες και καλύτερη ενημέρωση για τις παρεχόμενες πληροφορίες. Τέλος, προτάθηκε η ύπαρξη μηχανήματος εκτύπωσης για τους πελάτες ώστε οι πολίτες να μην καταφεύγουν σε βιβλιοπωλεία για αντίγραφα αλλά να μπορούν να εξυπηρετούνται αμέσως στο κατάστημα του ΚΕΠ με το αζημίωτο.

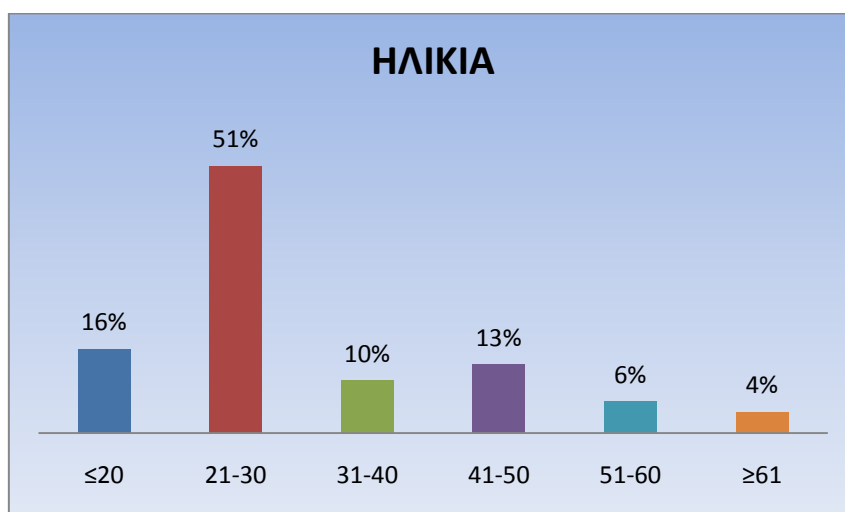
6.2 Συνολικά αποτελέσματα έρευνας

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που προέκυψαν από το σύνολο των εκατό ερωτηματολογίων. Ξεκινώντας λοιπόν με το φύλο των ερωτηθέντων, οι άνδρες είναι εκείνοι που κατέχουν το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος με 62%



Διάγραμμα 6.63: Φύλο πολιτών

Τα άτομα ηλικίας 21 έως 30 είναι εκείνα που δέχτηκαν πιο εύκολα να απαντήσουν το ερωτηματολόγιο.



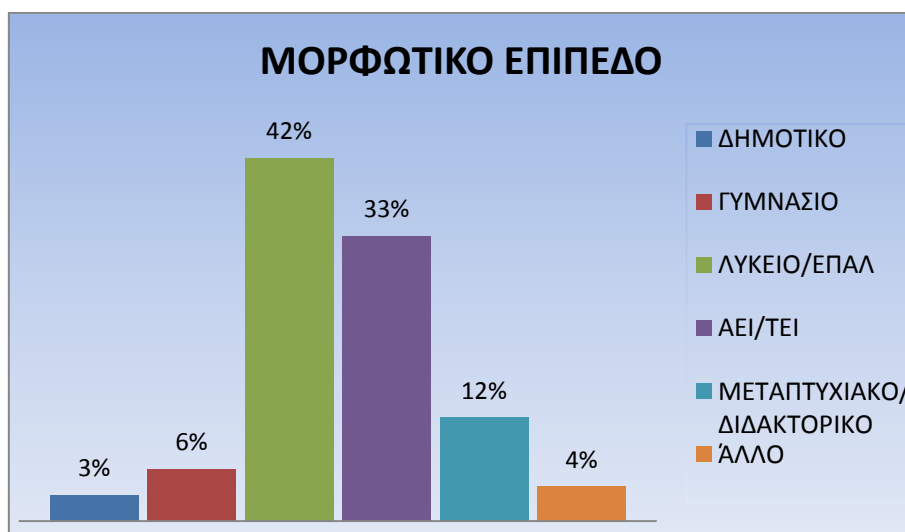
Διάγραμμα 6.64: Ηλικία

Η οικογενειακή κατάσταση των περισσότερων πολιτών είναι άγαμη.



Διάγραμμα 6.65: Οικογενειακή κατάσταση

Τουλάχιστον το λύκειο ή το ΕΠΑΛ έχει τελειώσει το 42% του συνολικού δείγματος και κάποια σχολή του ΑΕΙ ή ΤΕΙ το 33%.



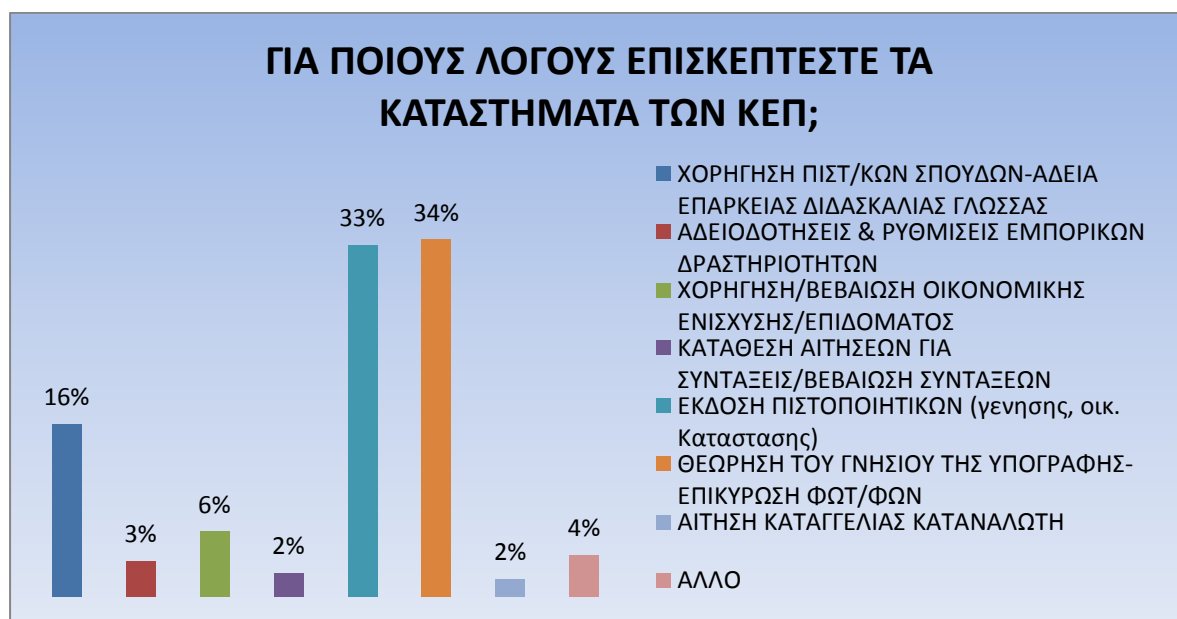
Διάγραμμα 6.66: Μορφωτικό επίπεδο

Μία φορά το εξάμηνο κυρίως επισκέπτονται τα κέντρα εξυπηρέτησης πελατών οι πολίτες όπως προκύπτει από το παρακάτω διάγραμμα.



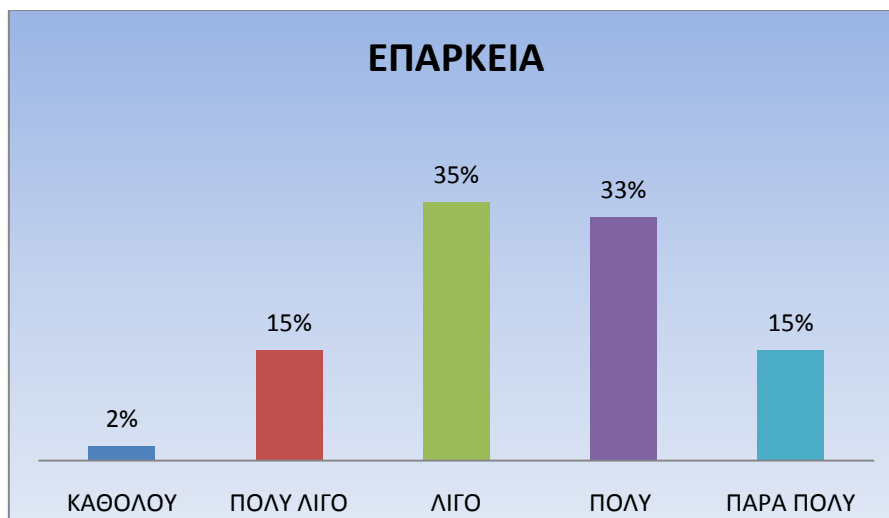
Διάγραμμα 6.67: Συχνότητα επίσκεψης στα καταστήματα των ΚΕΠ

Όπως είχε αναφερθεί και προηγουμένως, οι συχνότεροι λόγοι επίσκεψης στα ΚΕΠ είναι για θεώρηση του γνήσιου της υπογραφής και για έκδοση πιστοποιητικών (οικ. Κατάστασης, γέννησης.)



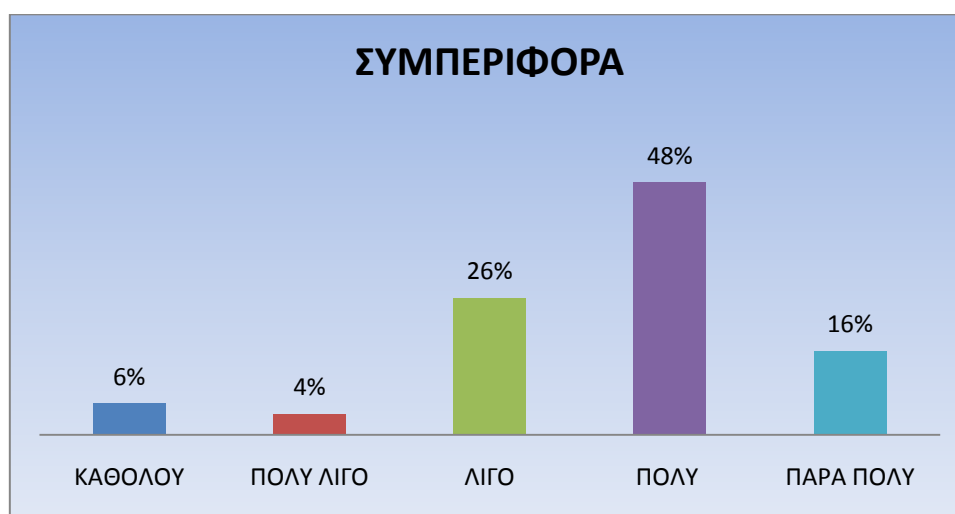
Διάγραμμα 6.68: Λόγοι επίσκεψης στα ΚΕΠ.

Όσο αφορά την επάρκεια του προσωπικού των δύο καταστημάτων, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος είναι μέτρια ευχαριστημένο. Με μικρή διαφορά ακολουθούν οι πολίτες που απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι.



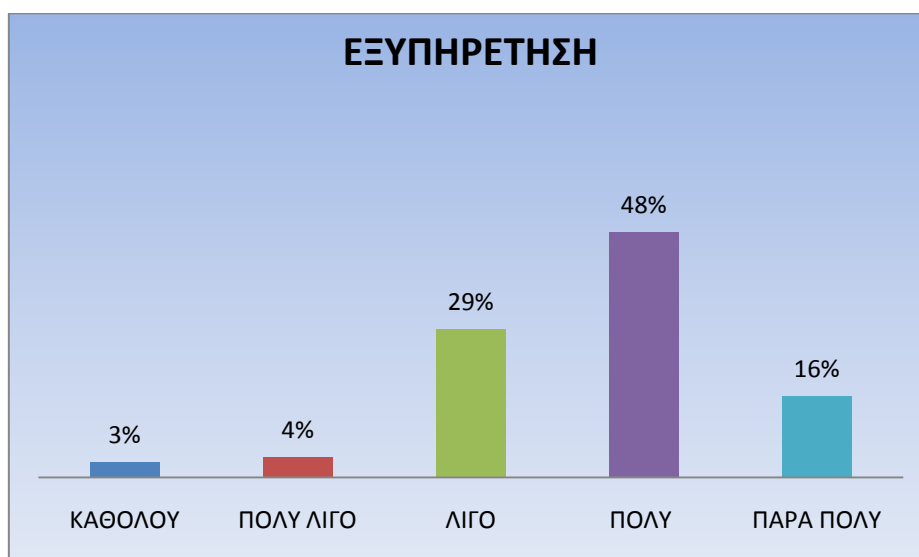
Διάγραμμα 6.69: Ικανοποίηση βάσει επάρκειας προσωπικού

Από τη συμπεριφορά του προσωπικού προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι πολίτες είναι ικανοποιημένοι με ποσοστό που αγγίζει το 48%. Ακολουθεί με μεγάλη διαφορά ένα 26% που δηλώνει λίγο ευχαριστημένο από τη συμπεριφορά του προσωπικού.



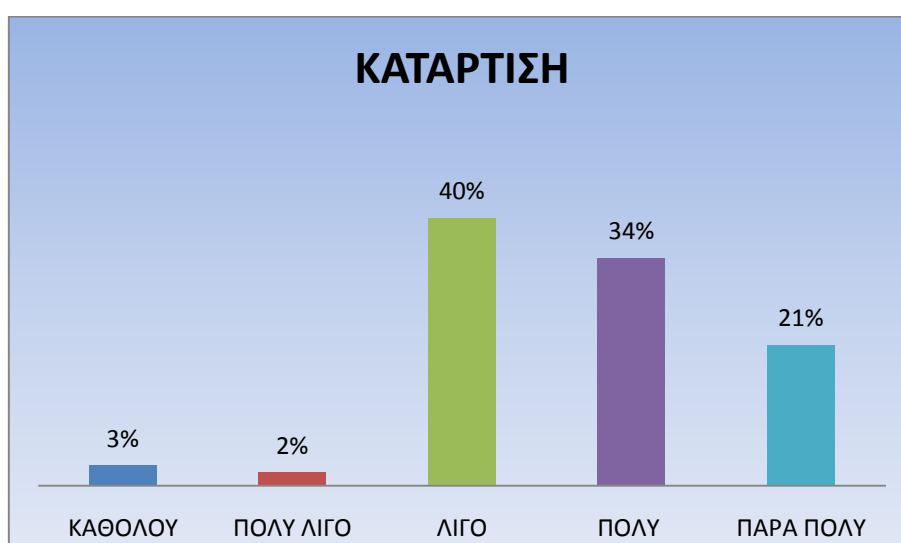
Διάγραμμα 6.70: Ικανοποίηση βάσει συμπεριφοράς του προσωπικού

Από την εξυπηρέτηση του προσωπικού όπως φαίνεται στο σχετικό παράδειγμα, οι πολίτες είναι σαφώς ικανοποιημένοι.



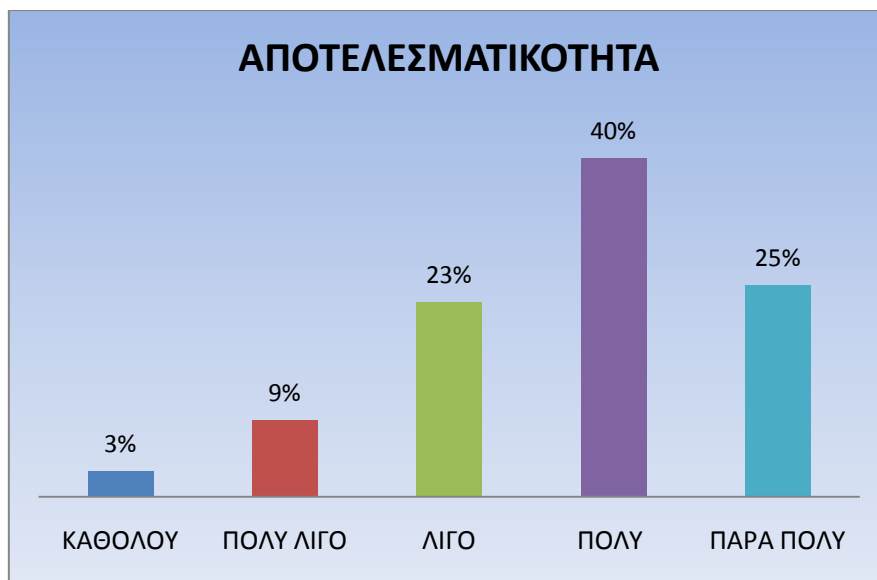
Διάγραμμα 6.71: Ικανοποίηση βάσει εξυπηρέτησης από το προσωπικό

Δεν είναι το ίδιο ο βαθμός ικανοποίησης ως προς την κατάρτιση του προσωπικού αφού η πλειοψηφία είναι λίγη ικανοποιημένη. Το 40% του δείγματος θεωρεί πως το προσωπικό είναι μέτρια καταρτισμένο. Με μικρή διαφορά, οι πολίτες θεωρούν πολύ ικανοποιητικοί την κατάρτιση του προσωπικού.



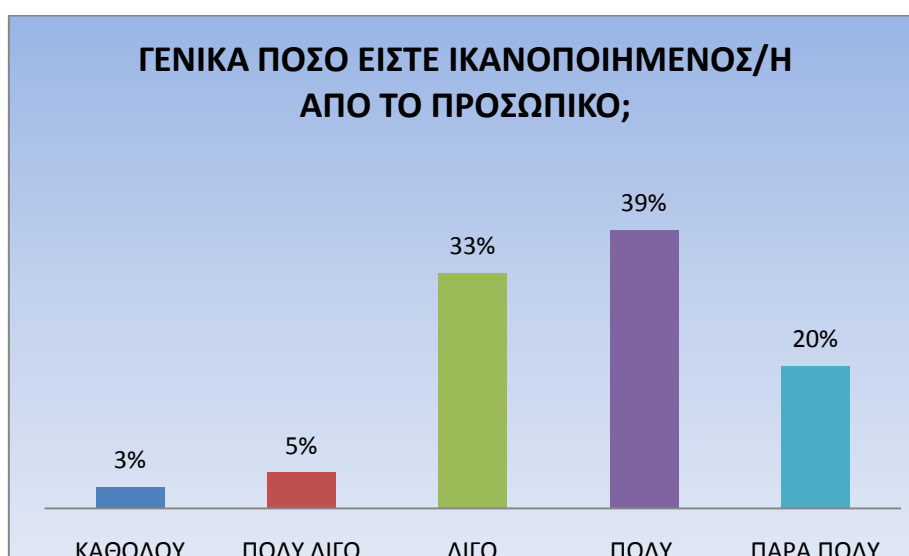
Διάγραμμα 6.72: Ικανοποίηση βάσει της κατάρτισης του προσωπικού

Από την αποτελεσματικότητα του προσωπικού, όπως δείχνει το παρακάτω διάγραμμα, προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι πολίτες είναι πολύ ευχαριστημένοι σε γενικά πλαίσια.



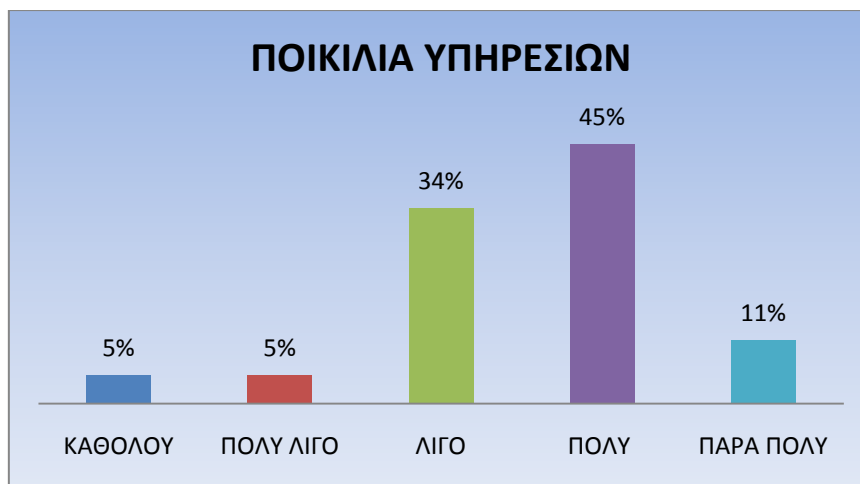
Διάγραμμα 6.73: Ικανοποίηση βάσει αποτελεσματικότητας του προσωπικού

Στη παρακάτω ερώτηση, το 39% του δείγματος είναι συνολικά ικανοποιημένο από το προσωπικό. Ακολουθεί με διαφορά 6 μονάδων οι πολίτες που δεν είναι τόσο πολύ ικανοποιημένοι συνολικά από το προσωπικό.



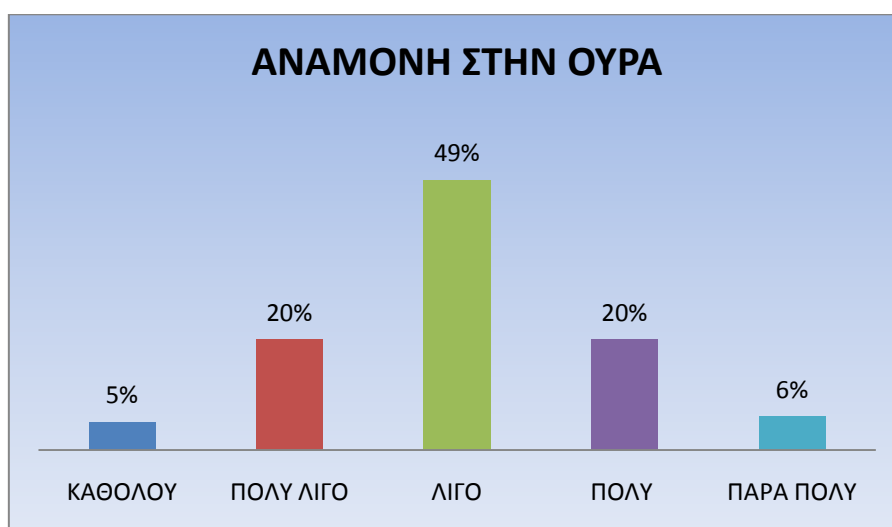
Διάγραμμα 6.74: Συνολική ικανοποίηση βάσει του προσωπικού

Από το παρακάτω διάγραμμα προκύπτει το συμπέρασμα ότι πολίτες είναι ικανοποιημένοι από την ποικιλία των υπηρεσιών που προσφέρουν τα καταστήματα των ΚΕΠ.



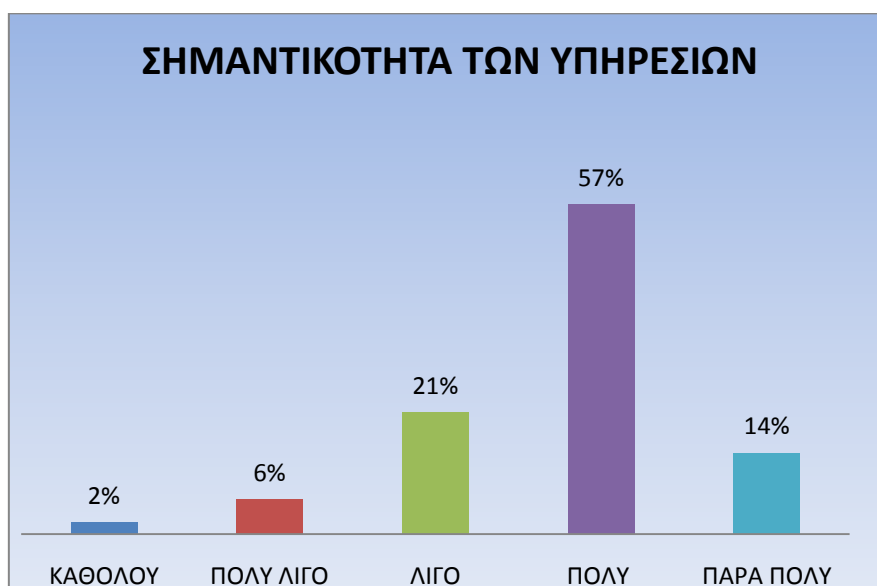
Διάγραμμα 6.75: Ικανοποίηση βάσει ποικιλίας υπηρεσιών

Δεν συμβαίνει το ίδιο και με την αναμονή στην ουρά, αφού ο μισός αριθμός των πολιτών δεν είναι ικανοποιημένος. Όπως προκύπτει και από τα δύο καταστήματα η αναμονή στην ουρά είναι ένα πρόβλημα που απαιτεί λύση.



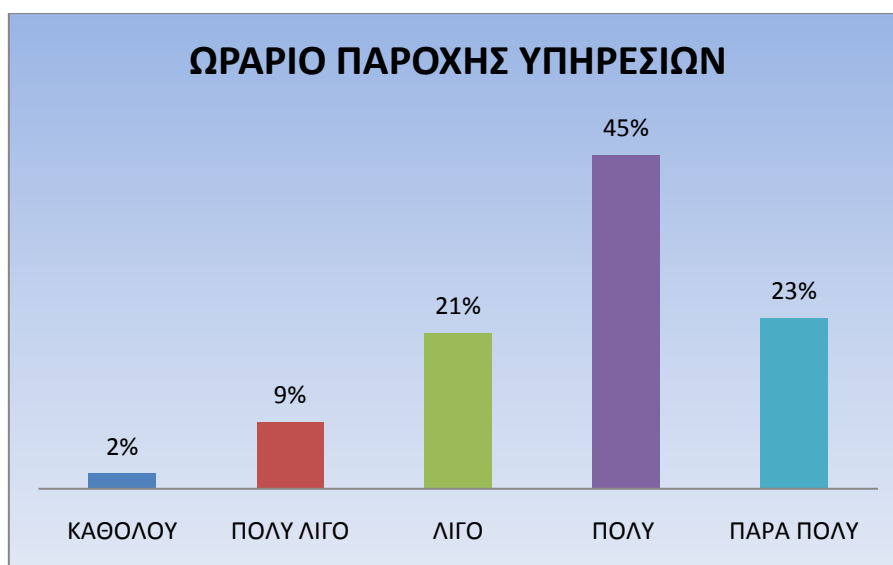
Διάγραμμα 6.76: Ικανοποίηση βάσει αναμονής στην ουρά

Η ικανοποίηση των πολιτών από την σημαντικότητα των υπηρεσιών είναι σε αρκετά μεγάλο επίπεδο με ποσοστό που αγγίζει το 57%.



Διάγραμμα 6.77: Ικανοποίηση βάσει σημαντικότητας υπηρεσιών

Το ωράριο λειτουργίας των καταστημάτων εξυπηρετεί πολύ τους πολίτες.



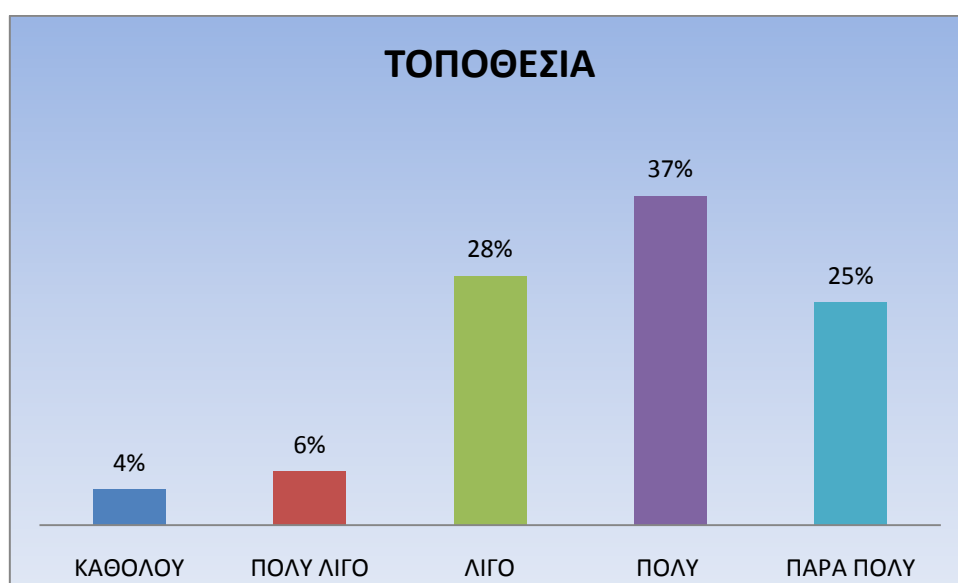
Διάγραμμα 6.78: Ικανοποίηση βάσει ωραρίου παροχής υπηρεσιών

Σε γενικό βαθμό, το 48% του δείγματος είναι μέτρια ικανοποιημένο από τις υπηρεσίες/λειτουργίες των ΚΕΠ.



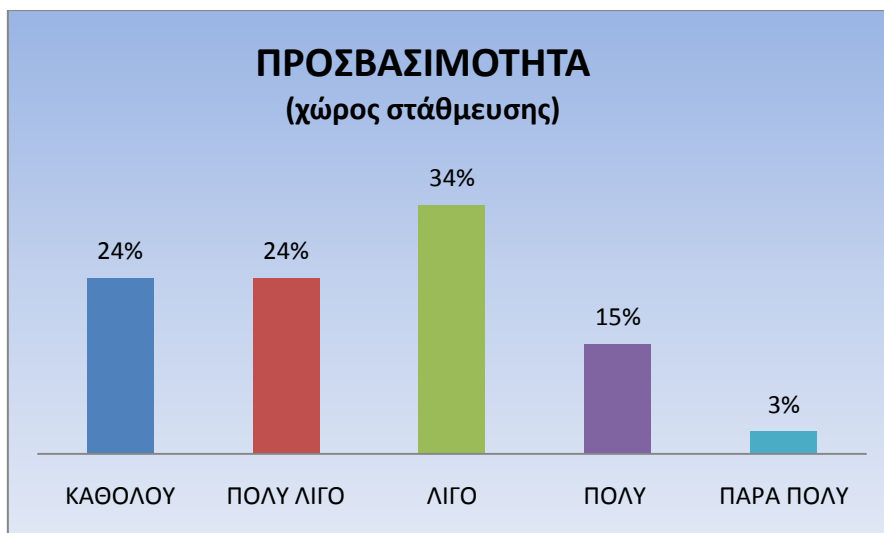
Διάγραμμα 6.79: Συνολική ικανοποίηση βάσει των λειτουργιών / υπηρεσιών

Στη συνέχεια, όσο αφορά την τοποθεσία του κτιρίων των ΚΕΠ, το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος είναι πολύ ικανοποιημένο. Λιγότερο ικανοποιημένοι είναι το 28%.



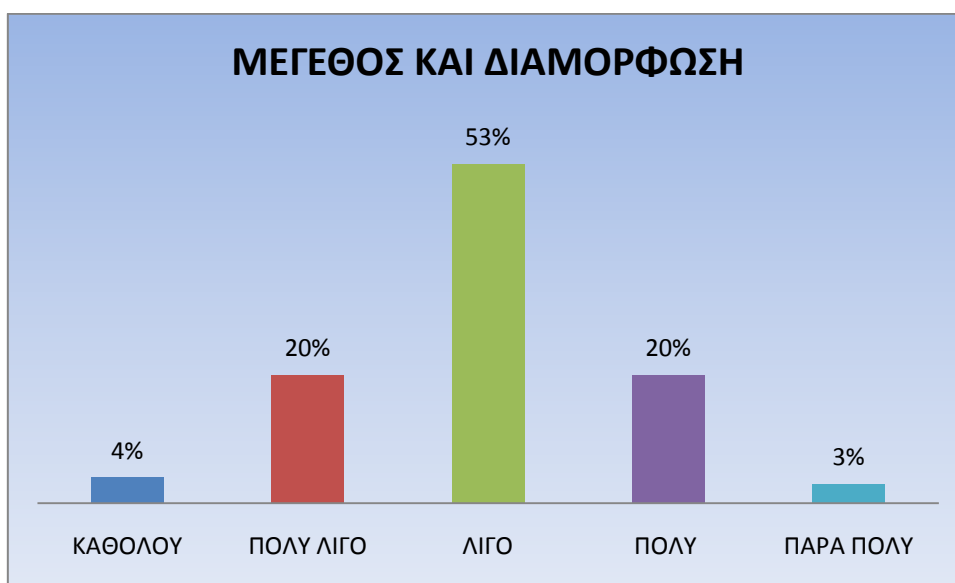
Διάγραμμα 6.80: Ικανοποίηση βάσει τοποθεσίας του ΚΕΠ

Δεν είναι ικανοποιημένοι από τη δυνατότητα πρόσβασης στα ΚΕΠ σχεδόν το σύνολο του δείγματος. Το 48% είναι από καθόλου έως και πολύ λίγο ενώ μέτρια είναι το 34%.



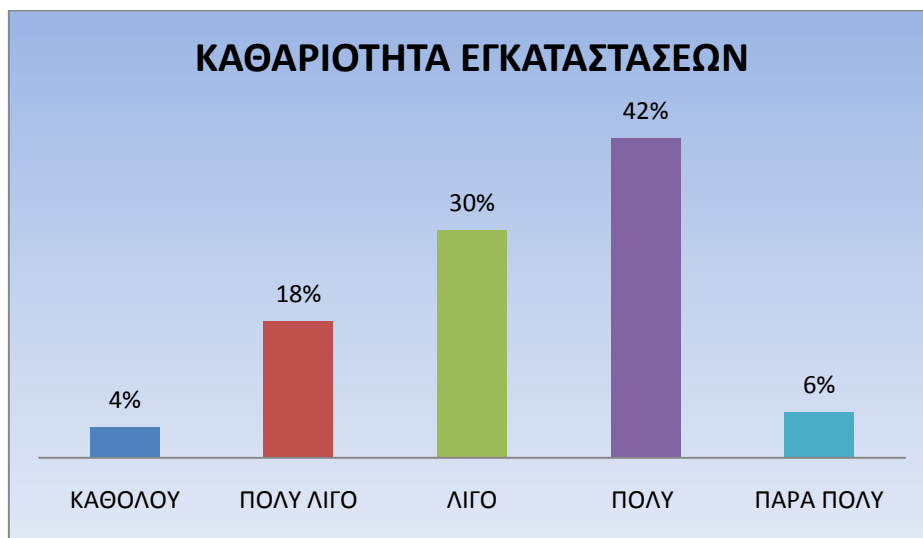
Διάγραμμα 6.81: Ικανοποίηση βάσει προσβασιμότητας στο ΚΕΠ

Από το μέγεθος και τη διαμόρφωση των κτιρίων όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα οι πολίτες είναι ικανοποιημένοι.



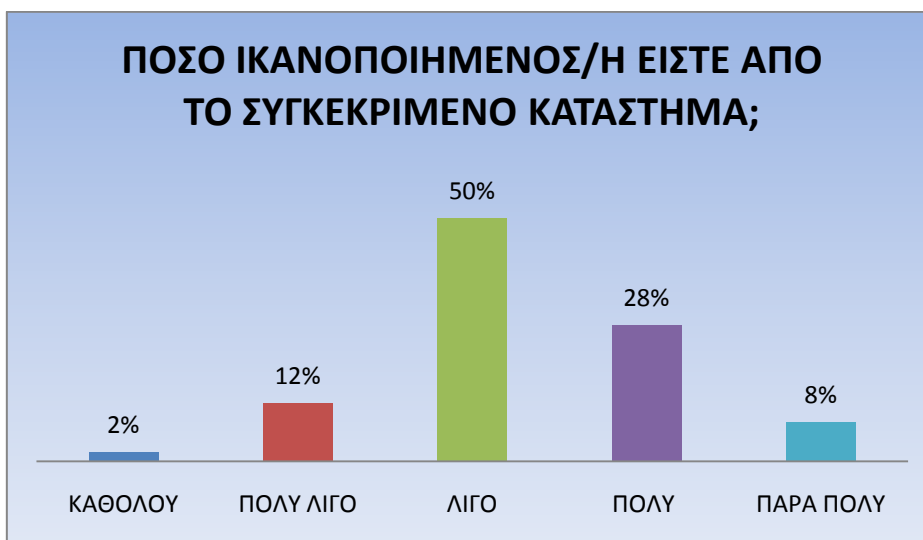
Διάγραμμα 6.82: Ικανοποίηση βάσει μεγέθους/διαμόρφωσης κτιρίου

Πολύ ικανοποιημένοι είναι από την καθαριότητα των εγκαταστάσεων όπως προκύπτει από το σχετικό διάγραμμα.



Διάγραμμα 6.83: Ικανοποίηση βάσει καθαριότητας κτιρίου

Συνολικά, λίγο ικανοποιημένο από τα καταστήματα των ΚΕΠ δήλωσε ο μισός αριθμός των συνολικών ερωτηθέντων.



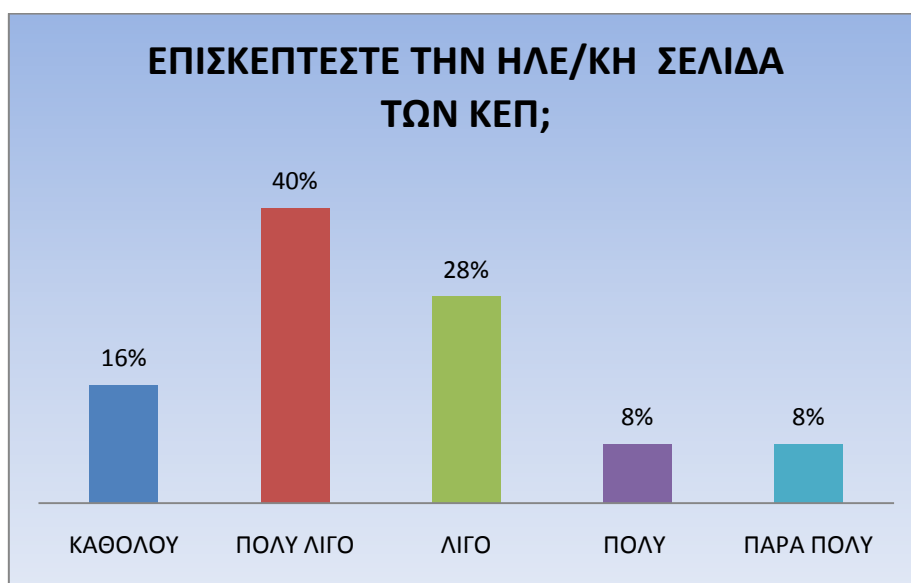
Διάγραμμα 6.84: Συνολική ικανοποίηση από το συγκεκριμένο ΚΕΠ

Άγνωστες φαίνεται να είναι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ΚΕΠ στους περισσότερους πολίτες αφού εκείνοι που δε το γνωρίζουν φθάνουν το ποσοστό του 75%.



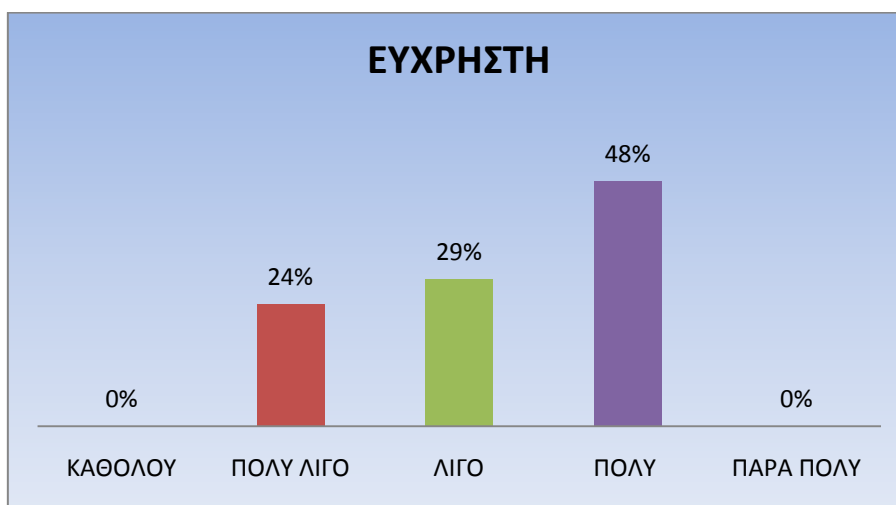
Διάγραμμα 6.85: Γνωρίζεται τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ΚΕΠ;

Από το 25% των πολιτών που γνωρίζουν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, επισκέπτονται σπάνια την ιστοσελίδα των ΚΕΠ.



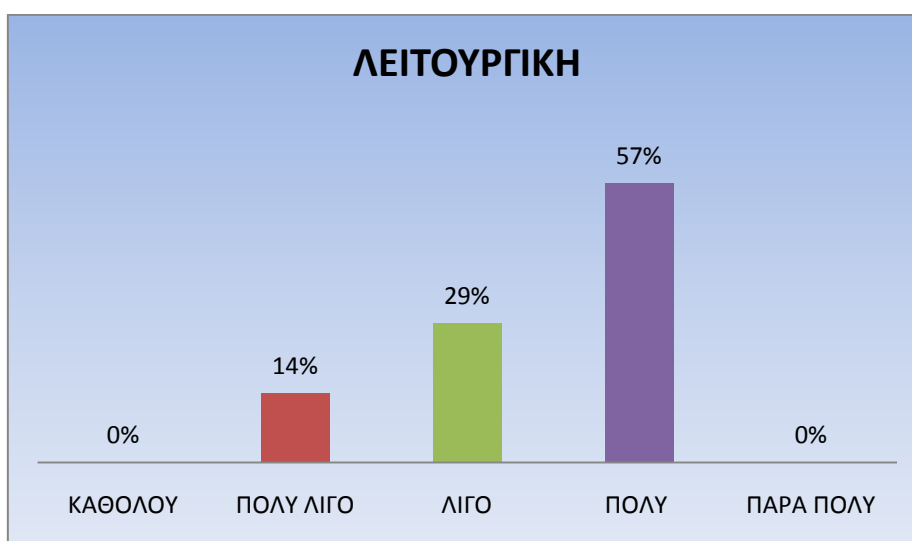
Διάγραμμα 6.86: Επισκέπτεστε την ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ;

Πολύ εύχρηστη θεωρείται η ιστοσελίδα του ΚΕΠ από του πολίτες με ποσοστό 48%.



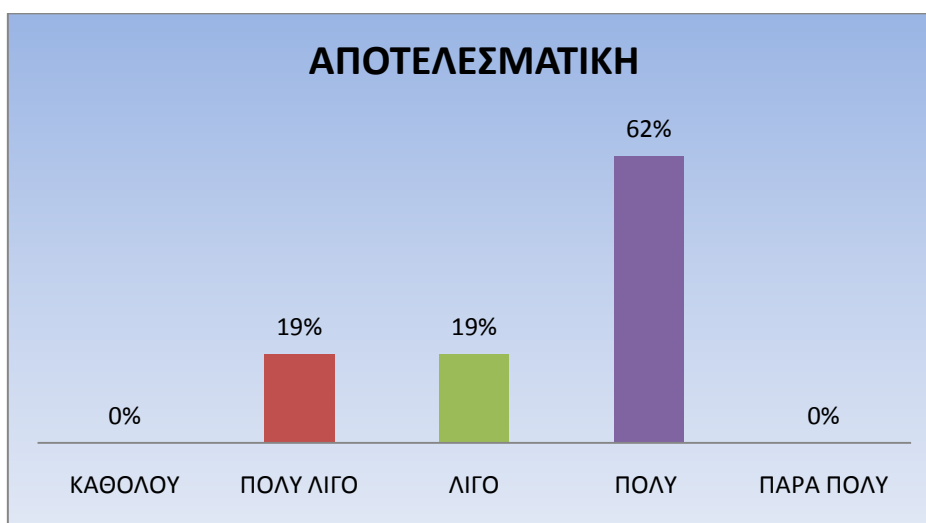
Διάγραμμα 6.87: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι εύχρηστη;

Όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα, το 57% θεωρεί λειτουργική την ιστοσελίδα.



Διάγραμμα 6.88: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι λειτουργική;

Στην ερώτηση «σε ποιο βαθμό θεωρείται ότι η ιστοσελίδα είναι αποτελεσματική» το 62% απάντησε πολύ.



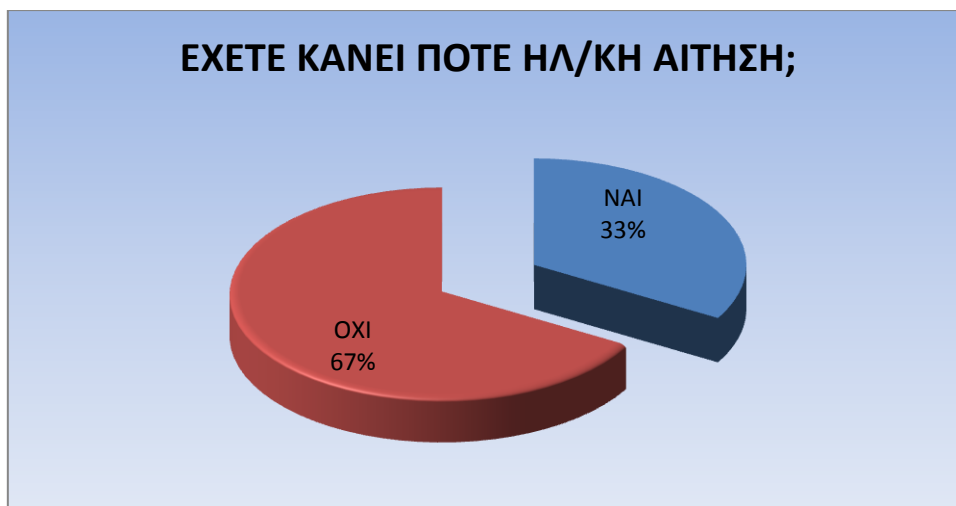
Διάγραμμα 6.89: Η ηλεκτρονική σελίδα των ΚΕΠ είναι αποτελεσματική;

Το 43% του δείγματος θεωρεί πως οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες καλύπτουν με επάρκεια τις ανάγκες του και το 38% θεωρεί πως καλύπτονται λίγο.



Διάγραμμα 6.90: Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες καλύπτουν με επάρκεια τις ανάγκες σας;

Από τους πολίτες που επισκέπτονται την ιστοσελίδα των ΚΕΠ μόλις το 33% έχει κάνει ηλεκτρονική αίτηση.



Διάγραμμα 6.91: Έχετε κάνει ποτέ ηλεκτρονική αίτηση;

Από το σύνολο των ηλεκτρονικών υπηρεσιών το 45% είναι λίγο ικανοποιημένο και το 28% πολύ λίγο.



Διάγραμμα 6.92: Ικανοποίηση με βάση τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες;

Από το σύνολο των υπηρεσιών (φυσικών και ηλεκτρονικών) το 48% του δείγματος είναι πολύ ικανοποιημένοι. Το 43% είναι λίγο και μόλις το 9% είναι πολύ λίγο.



Διάγραμμα 6.93: Συνολικά είστε ικανοποιημένος/η από το σύνολο των υπηρεσιών;

Στη τελευταία ερώτηση, η οποία είναι ανοιχτού τύπου, πρώτες στις απαιτήσεις των πελατών είναι η αύξηση του αριθμού του προσωπικού και στα δυο καταστήματα. Ακολουθεί στη συνέχεια, η ζήτηση για καλύτερες κτιριακές εγκαταστάσεις και δημιουργία χώρων στάθμευσης. Τέλος, τρίτη στη σειρά επιθυμία των πολιτών είναι η καλύτερη οργάνωση και ενημέρωση για τις υπηρεσίες που παρέχουν τα ΚΕΠ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

7.1 Εισαγωγή

Στην προηγούμενη ενότητα παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματα της έρευνας καθώς και κάποια πρώτα σχόλια. Το κεφάλαιο αυτό σχετίζεται κυρίως με την παρουσίαση των βασικότερων συμπερασμάτων καθώς και με τη διατύπωση βελτιωτικών προτάσεων από μεριά των πολιτών προκειμένου να αυξηθεί το επίπεδο της ικανοποίησης των πελατών από τα κέντρα εξυπηρέτησης πολιτών.

Η μέτρηση της ικανοποίησης των καταναλωτών στις επιχειρήσεις είναι μια διαδικασία η οποία μπορεί να συμβάλει πολύ σημαντικά προς την κατεύθυνση του καθορισμού των απαιτήσεων και των αναγκών των πελατών και στη πορεία της διαρκούς βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών τους.

7.2 Σύγκριση μεταξύ των δύο καταστημάτων

Σε γενικές γραμμές δεν παρουσιάζονται πολλές διαφορές ανάμεσα στα δύο καταστήματα. Στα περισσότερα ερωτήματα οι διαφορές στα αποτελέσματα είναι μεταξύ μίας έως πέντε ποσοστιαίες μονάδες. Έντονες διαφορές ωστόσο παρουσιάζονται στην άποψη που έχουν οι πολίτες όσον αφορά τη συμπεριφορά του προσωπικού. Στο κατάστημα της Πλαστήρα, οι πολίτες εμφανίζονται να είναι περισσότερο ευχαριστημένοι από τη συμπεριφορά των εργαζομένων. Επίσης, μια ακόμη διαφορά στο βαθμό ικανοποίησης των πολιτών είναι στη συνολική εικόνα που έχουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα για το προσωπικό. Στο κατάστημα της Ανδρόγεω παρατηρείται μικρότερη συνολική ικανοποίηση από το προσωπικό σε σχέση με το αντίστοιχο ποσοστό στο κατάστημα της Ανδρόγεω.

Στη συνέχεια, όπως φαίνεται στα διαγράμματα 33 και 34, οι πολίτες που επισκέπτονται το κατάστημα της Πλαστήρα είναι περισσότερο ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες και λειτουργίες των ΚΕΠ με ποσοστό 48% σε σχέση με το 38% στο κατάστημα της Ανδρόγεω.

Την ιστοσελίδα των ΚΕΠ φαίνεται να επισκέπτονται λιγότερο οι πολίτες που απάντησαν το ερωτηματολόγιο στο κατάστημα της Ανδρόγεω, αφού όπως προκύπτει από το σχετικό διάγραμμα, το 46% του δείγματος, την επισκέπτεται σπάνια έναντι του αντίστοιχου 33% των πολιτών που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο στο κατάστημα της Πλαστήρα. Επίσης, περισσότερα είναι τα άτομα στο ΚΕΠ Πλαστήρας που θεωρούν την ιστοσελίδα αποτελεσματική με ποσοστό 70% σε αντίθεση με το 55% των συμμετεχόντων στο έτερο κατάστημα. Τέλος, όπως είναι λογικό, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων που δεν έχει κάνει ποτέ ηλεκτρονική αίτηση, ανήκει στους πολίτες που επισκέπτονται το κατάστημα της Ανδρόγεω.

7.3 Γενικά συμπεράσματα

Αρχικά λοιπόν, παρατηρείται μια ανομοιομορφία τόσο στο φύλο όσο και στην ηλικία των ερωτηθέντων. Συγκεκριμένα το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος που συμμετείχε στην έρευνα ήταν άντρες με ποσοστό 62% ενώ η ηλικία που υπερέχει είναι μεταξύ είκοσι ενός μέχρι τριάντα ετών. Αυτό κυρίως οφείλεται στην απροθυμία μερικών ατόμων να συμμετέχουν στην έρευνα. Μερικά ακόμα δημογραφικά στοιχεία της έρευνας είναι η οικογενειακή κατάσταση και το μορφωτικό επίπεδο των πολιτών, με το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος να είναι άγαμοι και το μορφωτικό επίπεδο να κυμαίνεται σε σχετικά ικανοποιητικό βαθμό με έμφαση στους απόφοιτους λυκείων/ΕΠΑΛ και απόφοιτους πανεπιστημίων ή τεχνολογικών ιδρυμάτων.

Στη συνέχεια όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα της έρευνας, οι πολίτες επισκέπτονται τα κέντρα εξυπηρέτησης μία φορά το εξάμηνο κυρίως με ποσοστό 38%. Από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, δύο είναι εκείνες που ξεχωρίζουν σε σχέση με τις υπόλοιπες. Η θεώρηση του γνήσιου της υπογραφής και η έκδοση πιστοποιητικών (οικογενειακής κατάστασης, γέννησης κ.α.).

Όσο αφορά την ικανοποίηση από το προσωπικό, οι πολίτες είναι γενικά ικανοποιημένοι. Συγκεκριμένα, είναι πολύ ευχαριστημένοι από τη συμπεριφορά, την εξυπηρέτηση και την αποτελεσματικότητα από το προσωπικό. Λιγότερο ικανοποιημένοι όμως είναι από την κατάρτιση και την επάρκεια του προσωπικού καθώς η αναμονή στη ουρά ειδικά τις ώρες αιχμής είναι αυτό ζητάνε περισσότερο οι πολίτες.

Στην επόμενη ενότητα που αφορά τις υπηρεσίες και λειτουργίες που παρέχουν τα κέντρα εξυπηρέτησης. Οι πολίτες δήλωσαν λίγο ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες και λειτουργίες των ΚΕΠ με ποσοστό 48%. Όμως αν κοιτάξει κανείς τα διαγράμματα 75, 77 και 78 οι απαντήσεις των πολιτών στις συγκεκριμένες ερωτήσεις της ενότητας έχουν υψηλό δείκτη ικανοποίησης. Σχετικά με τη ποικιλία των υπηρεσιών που προσφέρονται το 45% του συνολικού δείγματος δήλωσε πολύ ικανοποιημένο. Στο ίδιο μήκος κύματος ικανοποίησης κυμαίνεται και το ωράριο παροχής υπηρεσιών. Ακόμα υψηλότερο δείκτη ικανοποίησης με 57% είχε η σημαντικότητα των υπηρεσιών που παρέχονται. Μελανό σημείο είναι όπως δείχνει το διάγραμμα 76, η αναμονή στην ουρά που οι πολίτες δεν είναι ευχαριστημένοι με ποσοστό 49%. αυτό οφείλεται όπως είδαμε παραπάνω στην ανεπάρκεια προσωπικού.

Στην επόμενη ενότητα παρουσιάζεται ο δείκτης ικανοποίησης από τις κτιριακές εγκαταστάσεις των ΚΕΠ. Σε γενικές γραμμές υπάρχει σχετική ικανοποίηση. Αναλυτικότερα ως προς το μέγεθος και τη διαμόρφωση των κτιρίων οι πολίτες είναι μέτρια ικανοποιημένοι. Έντονη δυσαρέσκεια παρουσιάζεται ως προς τη προσβασιμότητα αφού δε υπάρχουν κατάλληλοι χώροι στάθμευσης. Από την άλλη μεριά, υπάρχει ικανοποίηση ως προς την τοποθεσία των ΚΕΠ, αφού βρίσκονται σε κομβικά σημεία τα καταστήματα ώστε να εξυπηρετούνται όπως επίσης και από την καθαριότητα των εγκαταστάσεων.

Στη συνέχεια, αξιοσημείωτο είναι η άγνοια των πολιτών όσο αφορά τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ΚΕΠ. Όπως δείχνει το διάγραμμα 85, το 75% των ερωτηθέντων δε γνωρίζει την ύπαρξη της ηλεκτρονικής σελίδας του οργανισμού. Από αυτό το μικρό ποσοστό που γνωρίζει την ιστοσελίδα, την επισκέπτονται ελάχιστα και σχεδόν δε κάνουν ποτέ ηλεκτρονική αίτηση. Παρόλα αυτά, οι πολίτες εμφανίζονται ευχαριστημένοι από τις ιστοσελίδα του οργανισμού όσον αφορά το πόσο είναι εύχρηστη, λειτουργική και αποτελεσματική καθώς και με τη ποικιλία υπηρεσιών που προσφέρονται ηλεκτρονικά.

Σχετικά με τη συνολική εικόνα των καταστημάτων των ΚΕΠ και λαμβάνοντας υπ' όψιν όλους τις παραπάνω παραμέτρους, οι πολίτες εμφανίζονται ικανοποιημένοι. Αυτό το μαρτυρεί και το διάγραμμα 93, με το 48% να είναι πολύ ευχαριστημένο.

7.4 Προτάσεις

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας, ακολουθούν ορισμένες προτάσεις των πελατών που θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη και βελτίωση των σημείων που βρέθηκαν να παρουσιάζουν σημεία έλλειψης.

Αρχικά οι πολίτες ζητούν να υπάρξει περισσότερο προσωπικό τις ώρες αιχμής. Όπως είναι κατανοητό, η ανεπάρκεια του προσωπικού προκαλεί μεγάλες ουρές αναμονής στη σειρά, προκαλώντας τη δυσαρέσκεια των πελατών. Σε αυτό το πρόβλημα, μία πιθανή λύση θα μπορούσε να είναι η εξυπηρέτηση μέσω της ιστοσελίδας των ΚΕΠ. Μία καλύτερη ενημέρωση στους πολίτες για την ύπαρξη της συγκεκριμένης ιστοσελίδας και για το πώς λειτουργεί ίσως βοηθούσε τα μέγιστα. Έτσι, ο κάθε ενδιαφερόμενος, θα μπορεί να κάνει την αντίστοιχη αίτηση μέσω του διαδικτύου, και να περάσει να πάρει απλά τα ανάλογα έγγραφα από το κατάστημα χωρίς να χρονοτριβεί.

Ένας άλλος λόγος δυσαρέσκειας των πολιτών, είναι η δυσκολία προσβασιμότητας. Θα μπορούσε να δημιουργηθούν κατάλληλοι χώροι στάθμευσης όπου είναι αυτό εφικτό. Μία άλλη εναλλακτική λύση θα μπορούσε να είναι η αλλαγή τοποθεσίας των καταστημάτων αφού όπως δείχνει το διάγραμμα 82 οι πολίτες είναι μέτρια ικανοποιημένοι από τις κτιριακές εγκαταστάσεις και τη διαμόρφωση των κτιρίων.

Τέλος, ζητήθηκε από τους πολίτες να μπορούν να εξυπηρετούνται στα ΚΕΠ για φορολογικά θέματα όπου πλέον έχουν σταματήσει.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αθανασουλης, Χ., 1997, *Μαρκετινγκ Υπηρεσιών*, Εκδόσεις Σταμουλη, Αθήνα.
- Γρηγορουδης, Ε., 1999, *Μεθοδολογία μέτρησης & ανάλυσης ικανοποίησης: Μια πολυκριτήρια αναλυτική – συνθετική προσέγγιση*, Χανιά, Πολυτεχνείο Κρήτης
- Εξαδακτυλος, Ν., 1996, *Συμπεριφορά του Καταναλωτή*, Εκδόσεις Ελλην, Αθήνα.
- Μαγνησαλης, Κ.Γ., 1981, *Καταναλωτική*, Εκδόσεις Θεοδώρου Π. Τυροβολα, Αθήνα.
- Νοβα – Καλτσουνη, Χ., 2006, *Μεθοδολογία εμπειρικής έρευνας στις Κοινωνικές Επιστήμες*, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.
- Πετράκης, Μ., 2011, *Έρευνα Marketing: Η Ερευνητική Μεθοδολογία*. 3^η έκδοση, Εκδόσεις Σταμουλη, Αθήνα.
- Armstrong, G. & Kotler, P., 2009, *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, 9^η έκδοση. Εκδόσεις Επίκεντρο, Θεσσαλονίκη.
- Kotler, P. & Keller, K., 2006, *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ*, 12^η Αμερικάνικη έκδοση. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Williams, K. & Johnson, B., 2005, *Εισαγωγή στο Μάνατζμεντ: Ένας Πρακτικός Οδηγός Ανάπτυξης*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

ΔΙΑΔΥΚΤΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

<http://www.gspa.gr/> (Πρόσβαση 20/9/2013)

<http://www.heraklion.gr/citizen/kep/kep.html> (Πρόσβαση 18/9/2013)

<http://www.kep.gov.gr/portal/page/portal/kep/> (Πρόσβαση 18/9/2013)

<http://www.mfa.gr> (Πρόσβαση 20/9/2013)

<http://www.didaktorika.gr> (Πρόσβαση 20/9/2013)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Αγαπητέ πολίτη

Στο πλαίσιο των ερευνητικών αναγκών της πτυχιακής εργασίας με θέμα:

«Ικανοποίηση των πελατών σε πραγματικό εργασιακό περιβάλλον»

Ζητείται η συμβολή σας με την ανταπόκριση σας στην παρούσα έρευνα.

Η παρούσα έρευνα εξετάσει το βαθμό ικανοποίησης των πολιτών στα καταστήματα ΚΕΠ του Δήμου Ηρακλείου.

Τα στοιχεία που θα συλλεχθούν, θα χρησιμοποιηθούν με εμπιστευτικό τρόπο.

Κατάστημα ΚΕΠ: Ανδρόγεω Πλαστήρα

1. Φύλο: Άνδρας Γυναίκα

2. Ηλικία: ≤20 21–30 31–40 41-50 51-60 ≥61

3. Οικογενειακή κατάσταση: Άγαμος/η Έγγαμος /η

4. Μορφωτικό επίπεδο:

Απόφοιτος δημοτικού Απόφοιτος γυμνασίου Απόφοιτος Λυκείου/ΕΠΑΛ

Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό Άλλο

5. Πόσο συχνά επισκέπτεστε το συγκεκριμένο κατάστημα;

Λιγότερο από μία φορά το χρόνο

Μία φορά το χρόνο

Μία φορά το εξάμηνο

Μία φορά το τρίμηνο

Μία φορά το μήνα

Μία φορά την εβδομάδα

Άλλο

6. Για ποιους λόγους επισκέπτεστε τα καταστήματα των ΚΕΠ;
(Δυνατότητα επιλογής περισσότερων από ένα (1) λόγους)

- Χορήγηση πιστοποιητικών σπουδών/άδειας επάρκειας διδασκαλίας γλώσσας.
- Αδειοδοτήσεις και ρυθμίσεις εμπορικών δραστηριοτήτων.
- Χορήγηση/βεβαίωση οικονομικής ενίσχυσης/επιδόματος.
- Κατάθεση αιτήσεων για συντάξεις/βεβαίωση συντάξεων.
- Έκδοση πιστοποιητικών (γέννησης, οικογενειακής κατάστασης, ληξιαρχικές πράξεις).
- Θεώρηση του γνήσιου της υπογραφής/επικύρωση φωτοαντιγράφων.
- Αίτηση καταγγελίας καταναλωτή
- Άλλο

7. Σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος/η από το προσωπικό ως προς:

	Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
Επάρκεια					
Συμπεριφορά					
Εξυπηρέτηση					
Κατάρτιση					
Αποτελεσματικότητα					

8. Γενικά είστε ικανοποιημένος/η από το προσωπικό της υπηρεσίας;

- Καθόλου Πολύ Λίγο Λίγο Πολύ Πάρα πολύ

9. Σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος/η από τις υπηρεσίες και λειτουργίες που σας παρέχει το ΚΕΠ ως προς:

	Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
Αναμονή στην ουρά					
Ποικιλία των υπηρεσιών					
Σημαντικότητα των υπηρεσιών					
Ωράριο παροχής υπηρεσιών					

10. Γενικά είστε ικανοποιημένος/η από τις υπηρεσίες/λειτουργίες;

- Καθόλου Πολύ Λίγο Λίγο Πολύ Πάρα πολύ

11. Σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος από τις εγκαταστάσεις του ΚΕΠ ως προς:

	Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
Τοποθεσία					
Προσβασιμότητα (χώρος στάθμευσης)					
Μέγεθος και διαμόρφωση					
Καθαριότητα εγκαταστάσεων					

12. Πόσο ικανοποιημένος είστε από το συγκεκριμένο κατάστημα ΚΕΠ;

Καθόλου Πολύ Λίγο Λίγο Πολύ Πάρα πολύ

13. Γνωρίζετε τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ΚΕΠ;

Ναι Όχι

(Αν όχι πηγαίσετε στην ερώτηση 19)

14. Εάν ναι, επισκέπτεστε την συγκεκριμένη ιστοσελίδα;

Καθόλου Πολύ Λίγο Λίγο Πολύ Πάρα πολύ

15. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι :

	Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
Η ιστοσελίδα είναι εύχρηστη					
Η ιστοσελίδα είναι λειτουργική					
Η ιστοσελίδα είναι αποτελεσματική;					
Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρει η ιστοσελίδα καλύπτουν με επάρκεια τις ανάγκες σας					

16. Έχετε κάνει ποτέ ηλεκτρονική αίτηση; Ναι Όχι

17. Γενικά πόσο ικανοποιημένος είστε από τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ΚΕΠ

Καθόλου Πολύ Λίγο Λίγο Πολύ Πάρα πολύ

18. Συνολικά είστε ικανοποιημένος από το σύνολο των υπηρεσιών (ηλεκτρονικών και φυσικών) των ΚΕΠ;

Καθόλου Πολύ Λίγο Λίγο Πολύ Πάρα πολύ

19. Ποιες βελτιώσεις θα προτείνατε για την καλύτερη λειτουργία των ΚΕΠ;

.....
.....
.....
.....

Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία