

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΓΙΑ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥΣ

Μεταπτυχιακή Διπλωματική



Μελέτη Περίπτωσης

" Η Ικανοποίηση των Επισκεπτών Ενυδρείου: Η Περίπτωση του
Cretaquarium"

«Aquarium Visitors' Satisfaction: A Case Study in Crete»

Φοιτητής : Καλλέργης Εμμανουήλ

ID: MTO41

Καθηγητής Δρ.Μάρκος Κουργιαντάκης.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες	3
Abstract	4
Περίληψη	5
Λέξεις Κλειδιά	5
Εισαγωγή	6
Ορισμοί	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Τουριστικός και Πολιτιστικός προορισμός – Μουσεία, Ενυδρεία.....	9
1.1) Πολιτιστικός Τουρισμός	9
1.2) Ο ρόλος των Μουσείων-Ενυδρείων.....	9
1.3) Τα Ενυδρεία στην Ευρώπη	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ποιότητα και Ικανοποίηση Επισκεπτών.....	13
2.1) Ποιότητα υπηρεσιών.....	13
2.2) Προσδοκίες Επισκεπτών.....	13
2.3) Η σημαντικότητα της μέτρησης βαθμού ικανοποίησης	15
2.4) Άλλες έρευνες σχετικές με ικανοποίηση επισκεπτών.....	16
2.5) Αποτελέσματα Έρευνας κ. Πανταζόγλου Φώτη.....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Χαρακτηριστικά παρούσας έρευνας.....	20
3.1) Ερευνητικό Ερώτημα- Σκοπός Έρευνας.....	20
3.2) Περιορισμοί Έρευνας- Πιθανά προβλήματα	21
Κεφάλαιο 4: Η περίπτωση του Ενυδρείου Κρήτης	22
4.1) Το Ενυδρείο Κρήτης-Γενική παρουσίαση	22
4.2) Προσφερόμενες Υπηρεσίες	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Έρευνα και Στατιστική Ανάλυση	26
5.1) Ερωτηματολόγιο	26
5.2) Ανάλυση μεταβλητών	29
5.3) Συγκριτική Ανάλυση.....	70
5.4) Σύγκριση με παλαιότερα Αποτελέσματα.....	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Συμπεράσματα	73
6.1) Γενικά Συμπεράσματα	73
6.2) Προτάσεις Βελτίωσης	74
Κατάλογος Πινάκων	76
Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	78
Βιβλιογραφία	80

Ευχαριστίες

Ολοκληρώνοντας αυτή την διπλωματική εργασία θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου Δρ. Μάρκο Κουργιαντάκη για τις πολύτιμες συμβουλές και την καθοδήγηση του κατά την διάρκεια της έρευνας αλλά και της διεκπεραίωσης της εργασίας. Ακόμη ευχαριστώ τον Διευθυντή του Ενυδρείου Κρήτης και Πρόεδρο του ΕΛ.ΚΕ.ΘΕ καθ. Σπυρίδων Μαυράκο, τον Δρ Γρηγόρη Ρουσάκη για την έγκριση τους, ώστε να διεξαχθεί η έρευνα στο Ενυδρείο Κρήτης, καθώς επίσης και το προσωπικό του Ενυδρείου για τις διευκολύνσεις και τις πληροφορίες που μου παρείχαν κατά τη διάρκεια αυτής. Ιδιαίτερες ευχαριστίες στην σύζυγο και τα παιδιά μου για την κατανόηση και την βοήθεια που μου προσέφεραν σε όλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού. Φέρνοντας εις πέρας την παρούσα διπλωματική εργασία θα ήθελα να μοιραστώ τα εύσημα με όλους αυτούς τους ανθρώπους καθώς το αποτέλεσμα δεν θα ήταν ίδιο χωρίς εκείνους.

Absract

CretAquarium is one of the most popular public aquariums in the Greece. Nevertheless, for its proper functioning it seriously relies on the receipts it receives from its daily visitors. The visitor satisfaction rate plays a key role in making the aquarium managers have an annual number of visitors capable of delivering the expected profits for its maintenance and development. As a public organization, the Aquarium of Crete aims to work for the common good and for the memorable and enjoyable experience of visitors.

This is accomplished by sincerely completing the questionnaire given to the visitors of the CretAquarium by as many visitors as possible. The results of the questionnaire replies are processed and analyzed in order to gain insight into the quality of the aquarium service, and therefore to change or further improve the benefits and services offered to the visitors.

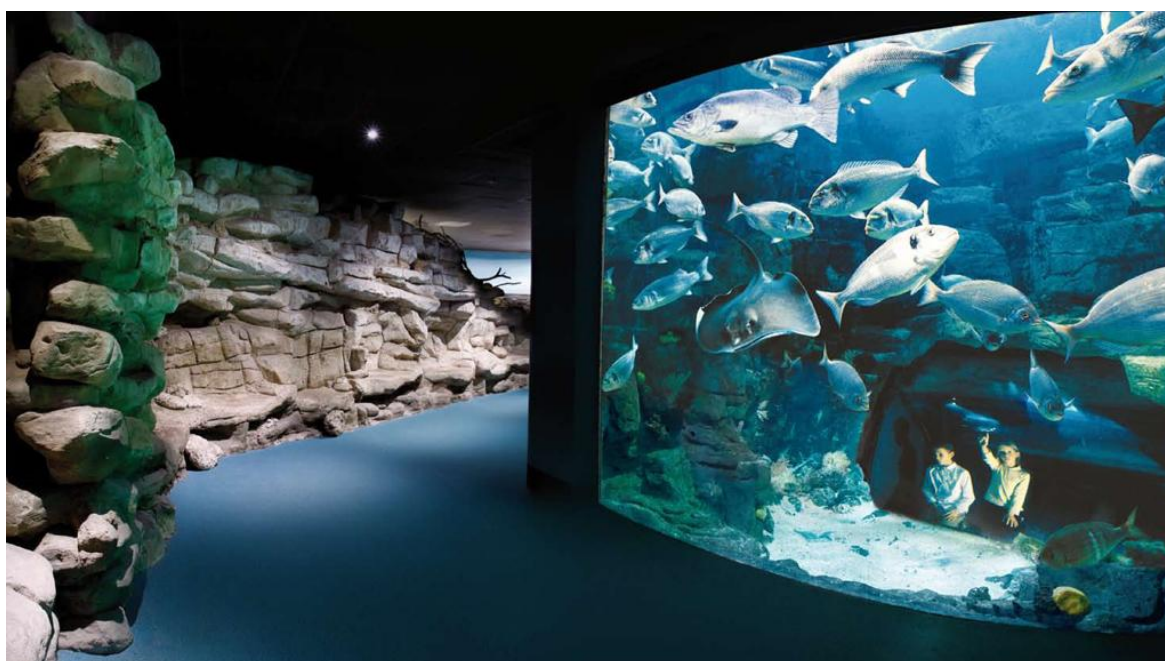
This research was done for improving as well as educational purposes, and compared with the intention to examine the actual opinion of the visitors of the Aquarium of Crete and to carry out results which could be used to improve its services. Taking into account the questionnaires collected by the visitors and verifying which of them are valid, the survey was ready to begin by comparing the responses of the visitors.

Possible problems that may arise are the possible delays in our research. In addition, the questionnaire that will be distributed to the Aquarium visitors during their departure should take into account the inconvenience the questionnaire may bring, which may result in errors that we expect to be completed. There may also be fluctuations in questionnaire participation due to rush. Obviously we could not control the satisfaction of the entire population of the Aquarium visitors, but the sample which had the willing to take a few minutes to complete it.

Περίληψη

Το Ενυδρείο Κρήτης είναι ένα από τα δημοφιλέστερα δημόσια ενυδρεία της χώρας. Παρόλα αυτά στηρίζεται στις εισπράξεις που έχει από τους καθημερινούς επισκέπτες του για την εύρυθμη λειτουργία του. Το ποσοστό ικανοποίησης των επισκεπτών παίζει σημαντικότατο ρόλο στην προσπάθεια που κάνουν οι υπεύθυνοι του ενυδρείου να έχει κάθε χρόνο αριθμό επισκεπτών ικανό να επιφέρει τα αναμενόμενα κέρδη για την συντήρηση του, αλλά και την ανάπτυξή του. Σαν δημόσιος οργανισμός, το Ενυδρείο Κρήτης στόχο έχει να λειτουργεί προς το κοινό καλό και την εποικοδομητική και ευχάριστη εμπειρία των επισκεπτών.

Αυτό επιτυγχάνεται με την ειλικρινή και υπεύθυνη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου που δίνεται κατά την έξοδο των επισκεπτών από το Ενυδρείο Κρήτης, από όσους περισσότερους επισκέπτες είναι δυνατόν. Τα αποτελέσματα από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων επεξεργάζονται και αναλύονται έτσι ώστε να ληφθεί γνώση για την ποιότητα παροχής των υπηρεσιών του ενυδρείου, και κατ' επέκταση να αλλάξουν ή να βελτιωθούν περαιτέρω οι προσφερόμενες παροχές προς όφελος του επισκέπτη.



Λέξεις Κλειδιά

Βαθμός ικανοποίησης, Παροχή Υπηρεσιών, Ενυδρείο, Ερωτηματολόγιο, Βελτίωση υπηρεσιών, Ερευνητικό ερώτημα, Περιορισμοί έρευνας.

Εισαγωγή

Σύμφωνα με τον παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού ο κλάδος της ναυτιλίας θα παρουσιάσει ραγδαία ανάπτυξη και τα επόμενα χρόνια εδραιώνοντας έτσι έναν κυρίαρχο ρόλο στην παγκόσμια οικονομία. Η Κρήτη λόγω των πολλών πλεονεκτημάτων που παρουσιάζει έναντι άλλων προορισμών, αποτελεί ένα από τα πιο αγαπημένους προορισμούς για μεγάλη μερίδα εισερχομένων επισκεπτών στην Ελλάδα. Παρότι στην Κρήτη υπάρχει πληθώρα επιλογών για τον εισερχόμενο επισκέπτη η δημιουργία ενός θεματικού χώρου με μοναδικό αντικείμενο και σύμφωνο με τα Ευρωπαϊκά πρότυπα, θα συγκέντρωνε μεγάλες πιθανότητες λειτουργικής και οικονομικής επιτυχίας. Μια από τις βασικές προϋποθέσεις για την επιτυχία ενός τέτοιου χώρου είναι να υπάρχει υψηλό ποσοστό ικανοποίησης των επισκεπτών του προσδίδοντας ταυτόχρονα ακόμη ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στην περιοχή. Είναι προφανές ότι το Ενωδρείο Κρήτης έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που το καθιστούν μοναδικό στον χώρο του και του προσδίδουν συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι ανταγωνιστικών τουριστικών προορισμών στην Κρήτη.



Ορισμοί

ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε.

Το Ελληνικό Κέντρο Θαλασσίων Ερευνών (ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε.) / Hellenic Centre for Marine Research (HCMR)^[1], είναι δημόσιος ερευνητικός οργανισμός που λειτουργεί υπό την εποπτεία της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ) του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων (Wikipedia).

Ικανοποίηση επισκέπτη

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί για τον όρο ικανοποίηση του πελάτη-επισκέπτη. Κατά τον Υι (1991) αυτή μπορεί να οριστεί σαν διαδικασία η σαν αποτέλεσμα και να διαφέρει ανάλογα με το αντικείμενο εστίασης. Ο Hunt (1977) αναφέρει ότι «η ικανοποίηση είναι μια διαδικασία αξιολόγησης, που βασίζεται στο κατά πόσο η συγκεκριμένη εμπειρία ήταν τόσο καλή όσο ο πελάτης πίστευε ότι θα είναι». Κάτι παρόμοιο ορίζουν και οι Engel&Blackwell (1982) καθώς για αυτούς η ικανοποίηση ουσιαστικά είναι η μια διαδικασία αξιολόγησης μιας εμπειρίας, ενός τόπου, ενός προϊόντος. Ένας ικανοποιημένος πελάτης έχει θετική προφορική επικοινωνία, συστήνει τις υπηρεσίες ενός οργανισμού και σε άλλους και εκφράζει συνειδητή πίστη στον οργανισμό. Για τη δημιουργία πίστης του πελάτη σε έναν οργανισμό πρέπει να προσεχθούν τα ακόλουθα σημεία: κτίσιμο εμπιστοσύνης, προσπάθεια διαρκούς υπέρβασης προσδοκιών, άμεση επανόρθωση σε τυχόντα λάθη, επίδειξη της εκτίμησης τους, ανάληψη πρωτοβουλίας.

Ορθολογικός καταναλωτής

Ο καταναλωτής ο οποίος με δεδομένο το εισόδημά του και τις τιμές των αγαθών, θα επιλέξει εκείνους τους συνδυασμούς αγαθών που μεγιστοποιούν τη χρησιμότητά του, ονομάζεται εξ ορισμού ορθολογικός καταναλωτής. Αυτή η έννοια χρησιμεύει στο να μπορέσουμε να έχουμε μία ομοιόμορφη εικόνα για τις ποικίλες απαντήσεις των επισκεπτών του Ενυδρείου που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο που τους δόθηκε.

Κριτήρια Ικανοποίησης

Το σύνολο των χαρακτηριστικών του εξεταζόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας, σύμφωνα με τα οποία οι πελάτες αντιλαμβάνονται την ικανοποίησή τους. Κάποιοι επισκέπτες ή καταναλωτές λαμβάνουν περισσότερη ικανοποίηση από συγκεκριμένα αγαθά ή υπηρεσίες σε σύγκριση με κάποια άλλα. Αυτή η έννοια θα μας βοηθήσει να μην έχουμε απόλυτη εικόνα όσον αφορά τις απαντήσεις που λαμβάνουμε από τα ερωτηματολόγια, αλλά να βλέπουμε πάντα την απάντηση συγκριτικά με τα κριτήρια ικανοποίησης του εκάστοτε καταναλωτή ή επισκέπτη.

Πρόθεση συμπεριφοράς επισκεπτών

Αποτελέσματα ερευνών συμφωνούν ότι ένας από τους σημαντικότερους λόγους που επηρεάζουν την πρόθεση συμπεριφοράς των πελατών είναι το επίπεδο της ποιότητας των υπηρεσιών που τους παρέχεται (Zeithaml et al.,1996).

Μουσειολογία

Σύμφωνα με το Wikipedia, η μουσειολογία ορίζεται ως το γνωστικό αντικείμενο που μελετά την απαραίτητη μεθοδολογία για την επίλυση όλων των θεωρητικών και πρακτικών θεμάτων που συνδέονται με τις λειτουργίες των μουσείων. Σύμφωνα με τους Ambrose και Paine, η μουσειολογία είναι η επιστήμη του μουσείου. Μελετά την ιστορία του, τον ρόλο του στην κοινωνία, τις τεχνικές συντήρησης των αντικειμένων, τα ειδικά συστήματα προώθησης της έρευνας, τη δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων και την οργάνωση της λειτουργίας του. Επιπλέον, καθορίζει τη σχέση του μουσείου με το φυσικό περιβάλλον του και ταξινομεί τα μουσεία σε διάφορες κατηγορίες. Επομένως η μουσειολογία είναι η επιστήμη που ασχολείται με τη μελέτη των σκοπών και της οργάνωσης των μουσείων.

Περιορισμοί Έρευνας

Οι περιορισμοί μίας έρευνας ορίζονται ως τις δυσκολίες και τα προβλήματα που έρχονται αντιμέτωποι οι ερευνητές προκειμένου να προσεγγίσουν με ακρίβεια τις μεταβλητές της έρευνας.

Ερευνητικό Ερώτημα

Το ερευνητικό ερώτημα είναι μια ξεκάθαρη, αντικειμενική και στοχευμένη ερώτηση που ουσιαστικά συνοψίζει το θέμα με το οποίο ο ερευνητής πρόκειται να ασχοληθεί.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Τουριστικός και Πολιτιστικός προορισμός – Μουσεία, Ενυδρεία

1.1 Πολιτιστικός Τουρισμός

Η εφαρμογή του Marketing στο σχεδιασμό και την εφαρμογή των διαδικασιών προώθησης των τοπικών ηθών και συνηθειών αποτελεί στόχαστρο από τους περισσότερους φορείς που προσδοκούν να προκαλέσουν τους επισκέπτες να συμμετέχουν στις δράσεις που αφορούν έμμεσα και άμεσα την τοπική ανάπτυξη. Το απαραίτητο στοιχείο που αποτελεί αναπόσπαστη λεπτομέρεια σύμφωνα με τον Μάνο Αριστεΐδη στην έρευνά του για τον πολιτιστικό τουρισμό, είναι η γνώση και αξιολόγηση των πεδίων εφαρμογής των δράσεων του πολιτιστικού Marketing έτσι ώστε να μπορέσει να δημιουργήσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις περιοχές σε μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Τα μουσεία και τα ενυδρεία εντάσσονται στην κατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, και η προώθηση και διαφήμισή τους αποτελεί πολιτιστικό Marketing. Το «κύμα των μουσείων» έκανε την εμφάνισή του κατά τη δεκαετία του '70 και εστίασε στην ανάπτυξη του αστικού τουριστικού προϊόντος, εξηγώντας το φαινόμενο ως το αποτέλεσμα μιας ανταγωνιστικής συμπεριφοράς ανάμεσα στις πόλεις και την ανάγκη βελτίωσης της εικόνας και των παροχών τους στο βωμό του πολιτιστικού τουρισμού. Η επένδυση αυτή στα μουσεία ενισχύει με αυτό τον τρόπο την οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη των πόλεων (Αριστεΐδης, 2016).

Θα μπορούσε κάποιος να συμπεράνει μελετώντας την παραπάνω έρευνα πως η διαδικασία πολιτιστικής ανάπτυξης μέσω των μουσείων αποτελεί μία διαδικασία δούνε και λαβείν. Αυτό συμβαίνει διότι μία περιοχή επενδύοντας στην προσπάθειά της να ενισχύσει και να προβάλει την πολιτιστική της κληρονομιά, βρίσκει ανταπόκριση και παίρνει σαν αντάλλαγμα την επισκεψιμότητα, την οικονομική ενίσχυση και την πολιτιστική αναβάθμισή της (Κόκκαλης, 2015).

1.2 Ο ρόλος των Μουσείων-Ενυδρείων

Σήμερα ο επίσημος ορισμός που έχει δοθεί από το Διεθνές Συμβούλιο των Μουσείων (ICOM) έχει ως εξής: «Το Μουσείο είναι ο μόνιμος θεσμός, χωρίς κερδοσκοπικό χαρακτήρα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξης της, ανοιχτός στο κοινό, ο οποίος αποκτά, συντηρεί, μελετά, κοινοποιεί και εκθέτει υλικές μαρτυρίες του ανθρώπου και του περιβάλλοντος του με σκοπό τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία».

Τα μουσεία με την παραπάνω έννοια και σημασία λειτουργούν από πολλές δεκαετίες πριν για να καταλήξουμε στα μουσεία της σύγχρονης εποχής.

Ο ρόλος αυτών εκτός από το ότι είναι χώροι εκπαίδευσης ανοιχτοί και φιλόξενοι για όλους τους ανθρώπους, είναι χώροι που εκθέτουν την ιστορία και τον πολιτισμό, τη γνώση και την ψυχαγωγία προσπαθώντας να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες των εποχών και να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του κοινού. Τα μουσεία, ανέκαθεν αποτελούσαν μέσο οικονομικής και αστικής ανάπτυξης και στη σύγχρονη εποχή αποτελούν μέσο που μπορεί να καταστήσει μια περιοχή ανταγωνιστική και ελκυστική (Pei Mey et al., 2011). Παραδείγματα ελκυστικών μουσείων στην Ευρώπη αποτελούν το μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι, το Βρετανικό μουσείο στο Λονδίνο, το μουσείο του Βατικανού στο Βατικανό της Ρώμης και πολλά άλλα. Τα μουσεία του 21ου αι., λοιπόν, καλούνται να αντιμετωπίσουν μία σειρά νέων συνθηκών με το πέρας των χρόνων και την εξέλιξη της τεχνολογίας και των κοινωνικών κανόνων που τα αναγκάζουν να αναπροσαρμόσουν την λειτουργία τους για την επιβίωσή τους (Ψαριάη, 2018).

Ακόμα, θα χρειαστεί σε αυτό το σημείο να αναφέρουμε τον όρο μουσειολογία που σύμφωνα με το Wikipedia, ορίζεται ως το γνωστικό αντικείμενο που μελετά την απαραίτητη μεθοδολογία για την επίλυση όλων των θεωρητικών και πρακτικών θεμάτων που συνδέονται με τις λειτουργίες των μουσείων. Η επιστήμη της μουσειολογίας είναι εκείνη που καθορίζει τον χαρακτήρα και την ταυτότητα ενός μουσείου, μελετά την ιστορία και το ρόλο του και την οργάνωση της λειτουργίας του (Αθανασίου Μπούρα 2008). Ο όρος της μουσειολογίας θεωρείται γνωστός στους επισκέπτες του ενυδρείου Κρήτης της παρούσας έρευνας και μάλιστα είναι υπαρκτός στο ερωτηματολόγιο που δίνεται κατά της έξοδό τους από αυτό. Με απλά λόγια ερωτάται εάν το Ενυδρείο Κρήτης κατέχει όσα χρειάζεται και όσα οι επισκέπτες αναζητούν από αυτό, όσον αφορά τα χαρακτηριστικά που το καθορίζουν μουσείο και εκπαιδευτικό κέντρο για την θαλάσσια ζωή.



1.3) Τα Ενυδρεία στην Ευρώπη

Τα σύγχρονα Ενυδρεία αποτελούν κέντρα γνώσης, έρευνας, διάσωσης, αναπαραγωγής και δειγματοσμού ολόκληρης της θαλάσσιας ζωής. Με την πάροδο των χρόνων, τα μουσεία-ενυδρεία αντιμετωπίζουν διάφορες καταστάσεις όπως αυτή της εξαφάνισης ορισμένων ειδών η οποία καθιστά το έργο τους ακόμα πιο δύσκολο. Η Ευρώπη βρίσκεται αδιαμφισβήτητα σε ευνοημένη θέση ως προς την εξειδίκευση της στη θαλάσσια γνώση, λόγω γεωγραφικής τοποθεσίας αφού περιβάλλεται από τη Μεσόγειο, τη Βαλτική, τη Βόρεια και την Αδριατική Θάλασσα. Κάποια από τα μεγαλύτερα και αξιοσημείωτα Ενυδρεία της σύγχρονης Ευρώπης σύμφωνα με τη λίστα του Trip Advisor είναι το Oceanografic στη Βαλένθια της Ισπανίας, το Aquarium La Rochelle στη Λα Ροσέλ της Γαλλίας, το Genoa Aquarium στη Γένοβα της Ιταλίας, το Corfu Aquarium στην Κέρκυρα και το CretAquarium Θαλασσόκοσμος στο Ηράκλειο της Κρήτης.

Το Oceanografic στην Ισπανία είναι το μεγαλύτερο ενυδρείο στην Ευρώπη με πάνω από 45.000 ζώα και πάνω από 500 είδη ψαριών και θηλαστικών. Το Oceanografic αποτελείται από 9 συνολικά κτίσματα στα οποία εκτείνεται το ενυδρείο και ο επισκέπτης μπορεί να δει και να θαυμάσει, μεταξύ άλλων, καρχαρίες, πιγκουΐνους, δελφίνια, θαλάσσιους ελέφαντες και φάλαινες Belunga. Το ενυδρείο αυτό είναι ένα από τα δημοφιλέστερα αξιοθέατα της Ισπανίας και πέρα από το τμήμα του ενυδρείου φιλοξενεί το παλάτι των τεχνών «Βασίλισσα Σοφία», όπου λειτουργεί Όπερα και κέντρο τέχνης, το μουσείο επιστημών «Πρίγκιπας Φίλιππος», ένα κινηματογράφο-πλανητάριο και ένα τεράστιο κήπο. Επίσης σε ξεχωριστό χώρο φιλοξενούνται πουλιά, ερπετά και ασπόνδυλα.

Το Aquarium La Rochelle αποτελεί το μεγαλύτερο ενυδρείο της Γαλλίας και ένα από τα μεγαλύτερα ιδιωτικά ενυδρεία στην Ευρώπη. Βρίσκεται στο κέντρο της πόλης, απέναντι από το παλιό λιμάνι και φιλοξενεί πάνω από 800.000 επισκέπτες κάθε χρόνο.

Η περιήγηση των επισκεπτών διαρκεί για 2 περίπου ώρες όπου γνωρίζουν περισσότερα από 12.000 θαλάσσια ζώα και θαυμάζουν τη βιοποικιλότητα του Ατλαντικού, της Μεσογείου και των Τροπικών θαλασσών (Falk et al., 2008).

Το Genoa Aquarium στην Ιταλία είναι ένα τεράστιο και εντυπωσιακό ενυδρείο που φιλοξενεί είδη θαλάσσιων και γλυκών υδάτων σε δεξαμενές με υδρόβια οικοσυστήματα με 71 δεξαμενές που στεγάζουν πάνω από 15.000 ζώα που ανήκουν σε 400 είδη. Ο εκθεσιακός χώρος των 27.000 τετραγωνικών μέτρων προσφέρει στους επισκέπτες την ευκαιρία να κάνουν ένα ταξίδι στις θάλασσες του κόσμου για να θαυμάσουν τα δελφίνια, τους καρχαρίες, τους πιγκουΐνους και τα ζώα της Ανταρκτικής.

Είναι η μόνη εγκατάσταση στην Ευρώπη που φιλοξενεί μέδουσες, τροπικά ψάρια, φώκιες και πολλά άλλα, σε περιβάλλοντα που αναπαράγουν πιστά τους φυσικούς οικοτόπους των διαφορετικών ειδών από όπου κατάγονται. Το Ενυδρείο καλωσορίζει πάνω από ένα εκατομμύριο επισκέπτες κάθε χρόνο (Spotte et al., 2010).

ο Corfu Aquarium ξεκίνησε την λειτουργία του το 2011 και σκοπός του , είναι να αναδειχθεί η υδρόβια ζωή όχι μόνο της Κέρκυρας αλλά και ολόκληρης της Μεσογείου. Οι ψαράδες της περιοχής , θέλοντας να προστατέψουν τα πιο σπάνια είδη που μπορεί να πιαστούν στα δίχτυα τους , τα μεταφέρουν στο Ενυδρείο , όπου μετά από ειδική φροντίδα τα νέα μέλη προστίθενται στην οικογένεια του Corfu Aquarium. Το ενυδρείο λειτουργεί με πολύ ανταγωνιστικές τιμές εισιτηρίου και προσελκύει μικρούς και μεγάλους να γνωρίσουν τα τοπικά είδη ψαριών (Wikipedia).

Τα παραπάνω Ενυδρεία αποτελούν υπόδειγμα φροντίδας και αναπαριστούν τον υδροβιότοπο με τρόπο τέτοιο ώστε να αντιπροσωπεύουν το καθένα την περιοχή στην οποία ανήκει. Παρακάτω θα δούμε αναλυτικά την περίπτωση του Ενυδρείου Κρήτης το οποίο είναι ένα από τα παραδείγματα αξιοσημείωτων ενυδρείων στην Ευρώπη για τα είδη που διαθέτει στις δεξαμενές του αλλά και για την ερευνητική διαδικασία που συμμετέχει για την ανάπτυξη του υδροβιότοπου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ποιότητα και Ικανοποίηση Επισκεπτών

2.1) Ποιότητα υπηρεσιών

Ερευνητές και επιστημονικές ομάδες έχουν μελετήσει την σημαντικότητα της ποιότητας υπηρεσιών προσπαθώντας να κατανοήσουν τις λεπτομέρειες σχετικά με τα στοιχεία της ποιότητας των υπηρεσιών στην αποκάλυψη των προφανών λόγων για την ικανοποίηση του πελάτη. Σε αυτό το πλαίσιο το μοντέλο ποιότητας έχει ιδιαίτερη σημασία, καθώς όχι μόνο βοηθά στην εκμάθηση των παραγόντων που συνδέονται με αυτήν, αλλά και θα παρέχει μια κατεύθυνση για βελτιώσεις. Ένα εννοιολογικό μοντέλο επιχειρεί να δείξει τις σχέσεις που υπάρχουν μεταξύ των κυριοτέρων μεταβλητών. (Ghobadian et al., 1994).

Πρόκειται για μια απλοποιημένη περιγραφή των πραγματικών καταστάσεων. Προβλέπεται ότι τα εννοιολογικά μοντέλα στην ποιότητα των υπηρεσιών επιτρέπουν τη διαχείριση εντοπισμού των προβλημάτων της ποιότητας και βοηθούν έτσι στον προγραμματισμό της ποιότητας βελτιώνοντας έτσι την αποδοτικότητα, την αποδοτικότητα και συνολικά την παροχή της (Γκούπε, 2018).

Η ποιότητα υπηρεσιών αφορά την πολυτέλεια, την άνεση, την φιλοξενία, τη δημιουργία αναμνήσεων και συναισθημάτων σε χώρους παροχής υπηρεσιών. Για παράδειγμα, ένας θαμώνας ξενοδοχείου θα εκτιμήσει το πλούσιο πρωινό, το άνετο κρεβάτι, την παροχή σπα και άλλες πρόσθετες παροχές. Ένας επιβάτης αεροπορικής πτήσης θα προτιμήσει μία αεροπορική εταιρία η οποία διαθέτει φιλικό και φιλόξενο προσωπικό καμπίνας και δωρεάν σνακ κατά τη διάρκεια της πτήσης από μία οποιαδήποτε άλλη άγνωστη σε εκείνον. Ο επισκέπτης ενυδρείου θα ενθουσιαστεί με την ποικιλία του υδροβιότοπου, με τις διαφορετικές βιτρίνες, την ξενάγηση και τις χαμηλές τιμές του εισιτηρίου (Φατσέα, 2012).

2.2) Προσδοκίες Επισκεπτών

Πρόσφατα, έρευνα που σχεδιάστηκε για να διερευνήσει διάφορες πτυχές της περιβαλλοντικής μάθησης επισκεπτών διεξήχθη σε 13 ζωολογικούς κήπους και ενυδρεία στις ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο, τον Καναδά και τη Νότια Αφρική (Ballantyne et al., 2014). Συνολικά, 1546 ερωτηματολόγια επιστράφηκαν από τα 13 ιδρύματα (705 απαντήσεις από 6 ζωολογικούς κήπους και 841 απαντήσεις από 7 ενυδρεία).

Τα ευρήματα αυτής της μελέτης αποκάλυψαν ότι οι επισκέπτες ενυδρείων είχαν κυρίως κοινωνικά κίνητρα για την επίσκεψή τους, θέλοντας να μοιραστούν τον ποιοτικό χρόνο με την οικογένεια ή τους φίλους. Είναι ενδιαφέρον, η έρευνα αποκάλυψε ότι, για τους περισσότερους επισκέπτες, η μάθηση ήταν ένας από τους τρεις κορυφαίους λόγους για την επίσκεψη των εγκαταστάσεων ενυδρείων.

Οι επισκέπτες ενυδρείων βαθμολογήθηκαν ελαφρώς επάνω από το μέσο σημείο της κλίμακας από την άποψη του ενδιαφέροντός τους, και της γνώσης για το περιβάλλον. Οι επισκέπτες ανέφεραν τις περιβαλλοντικές δράσεις τους, ιδίως την ανακύκλωση, την εξοικονόμηση της ενέργειας και του νερού, να είναι ελαφρώς πάνω από το μέσο σημείο της κλίμακας. Αυτό υπογραμμίζει το γεγονός ότι οι επισκέπτες ζωολογικών κήπων και ενυδρείων είναι γενικά συχνά ήδη προδιατεθειμένοι στην ακρόαση για τα περιβαλλοντικά ζητήματα (Alexandris et al., 2001).

Σημαντικό για τους επαγγελματίες του ενυδρείου ήταν η διαπίστωση ότι οι επισκέπτες θεώρησαν ότι οι παράγοντες που σχετίζονται με την καλή μεταχείριση των ζώων (τα ζώα ήταν καλά φροντισμένοι, δραστήριοι και διατηρημένοι σε φυσιολατρικά περιβάλλοντα) συνέβαλαν περισσότερο στην ικανοποίησή τους για την επίσκεψή τους, ακολουθούμενο από βιωματικούς παράγοντες (καινοτομία, ποικιλία, εγγύτητα στα ζώα) και περιβαλλοντικούς παράγοντες μάθησης. Λιγότερο σημαντικό για τους επισκέπτες ήταν παράγοντες αλληλεπίδρασης (να είναι σε θέση να αγγίξει τα ζώα, να δείτε τους τρέφονται, ή να τα δουν να εκτελούν εντολές). Πρόκειται για ένα θετικό εύρημα, καθώς αναδεικνύει τις συνέργειες μεταξύ της καλής μεταχείρισης των ζώων και της διατήρησης και της ικανοποίησης των επισκεπτών. Οι επενδύσεις στην ευημερία και τη διατήρηση θα πρέπει να θεωρούνται ότι συμβάλλουν στην ικανοποίηση των επισκεπτών (Mann et al., 2014).

Είναι προφανές ότι οι προσδοκίες κάθε επισκέπτη είναι ένα εντελώς υποκειμενικό θέμα. Αξίζει όμως τον κόπο σύμφωνα με Μαργαρίτη, Μαρκάκη, Παπαναστασίου (πτυχιακή εργασία 2008) να παρατηρήσουμε τις προσδοκίες αυτές σε σχέση με την καταγωγή του κάθε επισκέπτη. Από τη μελέτη που έγινε στην παραπάνω εργασία και από τα ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν από επισκέπτες του ενυδρείου Κρήτης προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα:

Από τους επισκέπτες που διαμένουν μόνιμα στην Κρήτη, το 46,2% απάντησε ότι το ενυδρείο ανταποκρίθηκε πολύ στις προσδοκίες τους και το 23,1% αρκετά. Οι απόλυτα ικανοποιημένοι επισκέπτες ανήκουν στο 21,5%, ενώ οι δυσαρεστημένοι, στο 9,2%.

Οι επισκέπτες από την υπόλοιπη Ελλάδα κατέχουν τα παρακάτω ποσοστά. Το 41,5% απάντησε ότι το ενυδρείο ανταποκρίθηκε αρκετά στις προσδοκίες τους και το 31,7% πολύ. Οι απόλυτα ικανοποιημένοι επισκέπτες ανήκουν στο 24,4%, ενώ οι δυσαρεστημένοι, μόλις στο 2,4%.

Από τους επισκέπτες του εξωτερικού το 38,8% απάντησε πως το ενυδρείο ανταποκρίθηκε πολύ στις προσδοκίες τους. Στο ίδιο περίπου ποσοστό, 36,7%, ανήκουν οι ξένοι επισκέπτες που πιστεύουν ότι το ενυδρείο ανταποκρίθηκε αρκετά σ' αυτές τις προσδοκίες.

Οι απόλυτα ικανοποιημένοι ανήκουν στο 14,3%. Πολύ κοντά, βρίσκονται οι δυσαρεστημένοι επισκέπτες με ποσοστό 10,2% (Μαργαρίτη κ.α., 2008).

2.3) Η σημαντικότητα της μέτρησης βαθμού ικανοποίησης

Κάθε ξενοδοχείο, αεροπορική εταιρία, ενυδρείο ή οποιαδήποτε άλλος φορέας παροχής υπηρεσιών, θα ήθελε να ικανοποιεί τις προσδοκίες και τις προτιμήσεις των πελατών της και επιπλέον να ξέρει τα σχόλια και τις αντιρρήσεις τους έτσι ώστε να έχει την ευκαιρία να διορθώσει ή να προσθέσει παροχές για να γίνεται ακόμα πιο ανταγωνιστικός προς τις αντίστοιχες επιχειρήσεις. Για το λόγο αυτό πολλοί από αυτούς τους φορείς προσλαμβάνουν επιστημονικές ομάδες ή αναθέτουν στο υπάρχον προσωπικό το οποίο ασχολείται με την ποιότητα των υπηρεσιών να συνθέσουν ερωτηματολόγια, με ερωτήσεις που στοχεύουν στις αδυναμίες των παροχών, τα δυνατά σημεία τους ή γενικές ερωτήσεις προσδιορισμού ικανοποίησης.

Στη συνέχεια οι αρμόδιοι ομαδοποιούν τα ερωτηματολόγια, εξαιρούν τα άκυρα, τα οποία συνήθως απαντώνται με κάποιο συνεχόμενο μοτίβο, και δημιουργούν διαγράμματα, συνήθως ιστογράμματα, πίτες και ραβδογράμματα, τα οποία αποτελούν τις ομαδοποιημένες απαντήσεις των πελατών ή των επισκεπτών τους οι οποίοι απολαμβάνουν τις υπηρεσίες τους. Αξιοσημείωτη είναι η προσπάθεια των ιστοσελίδων ικανοποίησης πελατών όπως το Trip Advisor, στα οποία οι καταναλωτές και επισκέπτες καταφεύγουν για να συγκρίνουν τη γνώμη προηγούμενων επισκεπτών έτσι ώστε να καταλήξουν στην επιλογή τους (Πρασανάκη, 2015).

Η διαφορά των ερωτηματολογίων και των ιστοσελίδων μέτρησης ικανοποίησης είναι αρχικά ότι το ερωτηματολόγιο παρέχεται από την ίδια την επιχείρηση έτσι ώστε να μάθει την πρόθεση συμπεριφοράς καταναλωτή και να βελτιωθεί μέσω αυτής, ενώ οι ιστοσελίδες είναι ένα μέσο σύγκρισης διάφορων επιχειρήσεων (εστιατόρια, ξενοδοχεία, μουσεία, ενυδρεία) έτσι ώστε οι υποψήφιοι επισκέπτες να ξέρουν την γνώμη του κοινού αλλά και να προσθέτουν τη δική τους κριτική όταν η εμπειρία τους τελειώσει. Ακόμα μια διαφορά των παραπάνω είναι ότι τα ερωτηματολόγια χάριν ευκολίας στατιστικής ανάλυσης, διαθέτουν απαντήσεις με κλίμακα Likert, ενώ στα sites οι καταναλωτές συντάσσουν μία κριτική, η οποία αντιπροσωπεύει την εμπειρία τους χωρίς να απαντούν σε ερωτήσεις. Για παράδειγμα μια ερώτηση ερωτηματολογίου θα μπορούσε να είναι:

Πως θα αξιολογούσατε την καθαριότητα στο ενυδρείο μας;

Οι απαντήσεις με κλίμακα Likert θα μπορούσαν να είναι οι εξής:

- Πολύ Κακή
- Κακή
- Μέτρια
- Καλή
- Πολύ Καλή
- Άριστη

Ενώ μία κριτική στο Trip Advisor θα μπορούσε να είναι η εξής:

Ποια είναι η γνώμη σας για το Ενυδρείο CretAquarium;

«Η εμπειρία μας στο ενυδρείο Κρήτης ήταν δημιουργική, εποικοδομητική και ευχάριστη! Ό,τι πρέπει για μια μονοήμερη εκδρομή με τα παιδιά, τα οποία το λάτρεψαν.»

Η μέτρηση του βαθμού ικανοποίησης είναι το μέσο βελτίωσης παροχών και υπηρεσιών και είναι ένα πολύ ισχυρό όπλο «αυτογνωσίας» για την επιχείρηση. Γνωρίζοντας ο επιχειρηματίας ή ο φορέας τη γνώμη και τις αντιρρήσεις του κοινού απέναντι στις παροχές οποιασδήποτε υπηρεσίας, αυτομάτως του δίνει τη δυνατότητα να αντιμετωπίσει και να βελτιώσει τις παροχές του.

Ο βαθμός ικανοποίησης επισκεπτών, καταναλωτών ή πελατών είναι εξαιρετικά σημαντικός για τον φορέα παροχής υπηρεσιών ή την επιχείρηση διότι της δίνει feedback και λαμβάνει κριτική για την ποιότητα της δουλειάς της σε οποιοδήποτε αντικείμενο (Engel et al., 1982). Στην περίπτωση του ενυδρείου Κρήτης, το οποίο απευθύνεται σε ντόπιους, τουρίστες, μαθητές, οικογένειες παρέχονται ερωτηματολόγια με στοχευμένα ερωτήματα τα οποία αποσκοπούν στην κατανόηση των μελανών σημείων του ενυδρείου. Στη συνέχεια έχοντας γνώμονα αυτά τα σημεία γίνονται προσπάθειες για την εύρεση λύσεων σε οποιοδήποτε πρόβλημα και τελικά γίνονται δράσεις έτσι ώστε να υλοποιηθούν οι ιδέες επίλυσης προβλημάτων. Αυτές μπορεί να αφορούν καλύτερες και πιο σύγχρονες εγκαταστάσεις, πιο φιλόξενες, πιο οικονομικές και πιο ελκυστικές προς τους επισκέπτες του.

2.4) Άλλες έρευνες σχετικές με ικανοποίηση επισκεπτών

Αντίστοιχες έρευνες που έγιναν σχετικά με τη μέτρηση του βαθμού ικανοποίησης επισκεπτών ενυδρείων ή γενικά, βοήθησαν στην διεκπεραίωση της παρούσας έρευνας. Η σημασία τους ήταν μεγάλη λόγω των κοινών στοιχείων που περιέχουν αλλά κυρίως λόγω των διαφορών τους. Παρακάτω αναφέρονται οι έρευνες που χρησιμοποιήθηκαν σαν βιβλιογραφία σε αυτή εδώ τη διπλωματική και κάποια σχόλια όσον αφορά το περιεχόμενό τους.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα έρευνας με παρόμοιο περιεχόμενο ενδιαφέροντος είναι η μελέτη του κ. Πανταζόγλου Φώτη με τίτλο «Νέο Σύστημα Αξιολόγησης Βαθμού Ικανοποίησης Επισκεπτών Ενυδρείου Κρήτης». Η μελέτη αυτή παρουσιάζει σφαιρικά το μουσειολογικό περιεχόμενο του Ενυδρείου Κρήτης, της εγκαταστάσεις του, χρησιμοποιεί τα ερωτηματολόγια των επισκεπτών του (αντίστοιχα με αυτά που χρησιμοποιήσαμε εμείς) και αναλύει τις απαντήσεις του προκειμένου να ορίσει τελικά τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τα αποτελέσματα της έρευνας αλλά και κατά την κρίση του ίδιου του ερευνητή.

Η έρευνα των Marcello Emilio και Posi Genuario Belmonte με τίτλο «Visitor satisfaction on cultural offer and services at the Salento Aquarium (Nardò, LE). Management and enhancement of an educational agency» αποτελεί μία σύντομη μελέτη για την ικανοποίηση των επισκεπτών του Aquarium of Salento στη Σάντα Μαρία της Ιταλίας. Η μελέτη αυτή δίνει στον αναγνώστη τις απαραίτητες πληροφορίες για το περιεχόμενο του ενυδρείου, και δομείται και αυτό από τα ερωτηματολόγια που συλλέχτηκαν από τους επισκέπτες του ενυδρείου. Τα συμπεράσματα του είναι σύντομα και σαφή και χτίζονται πιστά με γνώμονα τα αποτελέσματα των απαντήσεων του ερωτηματολογίου.

Η κυρία Βασιλική Δασκαλάκη εκπόνησε την μεταπτυχιακή της εργασία, το 2018 στη Θεσσαλονίκη, με θέμα «Η εξέταση της ποιότητας των υπηρεσιών δυο Μουσείων στην περιοχή της Θεσσαλονίκης, ο Βαθμός Ικανοποίησης των επισκεπτών και η μελλοντική τους συμπεριφορά». Είναι μία μελέτη που περιέχει πληροφορίες όπως τιμές εισιτηρίων, ώρες λειτουργίας και απαντήσεις ερωτηματολογίων αλλά και δεδομένα χρήσιμα για πιο πρακτικές εκτιμήσεις, όπως μη παραμετρικοί έλεγχοι, έλεγχος ανεξαρτησίας και ανάλυση συσχέτισης. Αυτό κάνει την εργασία μία μαθηματικά εμπειριστατωμένη μελέτη με στοιχεία που υπάρχουν και αποδεικνύονται στην ίδια την εργασία.

2.5) Αποτελέσματα Έρευνας κ. Πανταζόγλου Φώτη

Λόγω ομοιότητας θέματος και εκφώνησης τα αποτελέσματα της εργασίας του κυρίου Πανταζόγλου παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Στη μελέτη του αρχικά αναφέρεται πως ο τρόπος που συλλέγονται τα δεδομένα μέτρησης ικανοποίησης των επισκεπτών παρουσιάζει κάποια προβλήματα. Τα γραπτά ερωτηματολόγια είναι ένας ευρέως διαδεδομένος τρόπος συλλογής δεδομένων προς στατιστική επεξεργασία, όμως ελλοχεύουν κίνδυνοι παραλαβής μη επιστημονικά ορθών αποτελεσμάτων λόγω περιορισμένων επιλογών απαντήσεων, τυχαίο μοτίβο απαντήσεων λόγω βιασύνης από τους επισκέπτες κ.α.

Ένας τρόπος διαφοροποίησης όσον αφορά τη συλλογή δεδομένων των επισκεπτών είναι η συνέντευξη η οποία παρέχει μία πιο άμεση επαφή με τον επισκέπτη, του δίνει τη δυνατότητα να εκφράσει την ικανοποίηση αλλά και τις ενστάσεις του, και εντάσσει στο δείγμα τις περιθωριοποιημένες ομάδες, τους αναλφάβητους και τις μειονότητες. Αδιαμφισβήτητα και αυτός ο τρόπος έρευνας παρουσιάζει κάποια προβλήματα, όπως το γεγονός ότι είναι μία χρονοβόρα διαδικασία και έτσι μπορεί ένα μεγάλο μέρος από το δείγμα μας να αρνηθεί να συμμετέχει και επίσης τα αποτελέσματα των προφορικών απαντήσεων είναι πιθανόν να μην μπορούν να επεξεργαστούν ποσοτικά και στατιστικά.

Εν τέλει προτείνεται να χρησιμοποιείται ένας συνδυασμός από τους δυο τρόπους έρευνας και μέτρησης ικανοποίησης έτσι ώστε να βρεθεί μία ισορροπία στα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του κάθε τρόπου και να παρθούν με αυτό τον τρόπο πιο έγκυρα και κοντά στην πραγματικότητα αποτελέσματα. Ακόμα γίνεται λόγος για χρήση κινητού ή tablet για την πραγματοποίηση και συμπλήρωση του ερωτηματολογίου έτσι ώστε ο επισκέπτης να μπορεί να το συμπληρώσει και από το σπίτι του. Αυτός ο τρόπος αποτρέπει τον επισκέπτη να απαντήσει τυχαία και μη υπεύθυνα λόγω βιασύνης κατά την έξοδό του από το ενυδρείο και του δίνει τη δυνατότητα να απαντήσει από την άνεση του καναπέ του χωρίς κάτι να του αποσπά την προσοχή.

Μία ακόμα αλλαγή που προτάθηκε από τον κ. Πανταζόγλου είναι η αλλαγή των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου έτσι ώστε να συλλέγονται πιο έγκυρα αποτελέσματα και απαντήσεις που προέρχονται από αναπόσπαστες απόψεις όσο αυτό είναι δυνατό. Για το λόγο αυτό ο κ. Πανταζόγλου προτείνει κλειστές ερωτήσεις οι οποίες αποτελούν ερωτήσεις που αφορούν το επαγγελματικό και εκπαιδευτικό προφίλ του ερωτώμενου. Στη συνέχεια μπαίνουν οι ανοιχτές ερωτήσεις οι οποίες αποτελούν ερωτήσεις ανάπτυξης έτσι ώστε ο επισκέπτης να δώσει με δικά του λόγια απαντήσεις σε ερωτήσεις ικανοποίησης με ένα μικρό όριο χώρου κάποιων γραμμών. Τέλος, προτείνεται να μπου ερωτήσεις αξιολόγησης με κλίμακα έτσι ώστε ο επισκέπτης να επιλέγει το επίπεδο ικανοποίησής του (1 πολύ κακό έως 5 άριστο) για οτιδήποτε τον ερωτάται.

Ένας ακόμα παράγοντας που προτείνεται για την έγκυρη και ορθή διεξαγωγή αποτελεσμάτων είναι η μεθοδολογία πολλών κριτηρίων ανάλυσης MUSA (Multicriteria Satisfaction Analysis). Η μεθοδολογία MUSA είναι ένα εργαλείο το οποίο χρησιμοποιείται από ποικίλους οργανισμούς και εταιρίες οι οποίες είναι αναγκαίο να γνωρίζουν την γνώμη και την ικανοποίηση των πελατών τους.

Η μεθοδολογία αυτή αποτελεί μία πολύπλοκη διαδικασία, αφού λαμβάνει υπόψη πολλούς παράγοντες ικανοποίησης, μεταβλητές οι οποίες επηρεάζουν τη διάθεση του επισκέπτη/πελάτη και κριτήρια για τη μοντελοποίηση της μεθόδου με μαθηματικό τρόπο (Ipsilandis et al.,2008).

Συνιστάται πως εάν η μεθοδολογία MUSA εφαρμοστεί αποτελεσματικά για την ικανοποίηση των επισκεπτών του ενυδρείου Κρήτης, τα αποτελέσματα θα ανταμείψουν την πολύτιμη προσπάθεια των ερευνητών, καθώς θα ληφθούν υπόψη όλοι οι παράγοντες και τα κριτήρια που είναι αναγκαίο να γνωρίζουμε έτσι ώστε να παρέχουμε υπηρεσίες υψηλής ποιότητας στους επισκέπτες μας (Grigoroudis et al., 2002).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Χαρακτηριστικά παρούσας έρευνας

3.1) Ερευνητικό Ερώτημα- Σκοπός Έρευνας

Το ερευνητικό ερώτημα είναι ένα πολύ σημαντικό εργαλείο το οποίο εστιάζει στην ουσία της διεξαγωγής της εκάστοτε έρευνας. Ο σχεδιασμός του ερευνητικού ερωτήματος είναι ένα από τα πρώτα και σημαντικότερα βήματα κατά την ερευνητική διαδικασία. Εφόσον αυτό είναι κατάλληλα σχεδιασμένο και διατυπωμένο συμβάλει στην διεξαγωγή ενός πετυχημένου ερευνητικού project το οποίο βασίζεται στην επιστημονική λογική (Matsatsinis et al., 2006). Το ερευνητικό ερώτημα είναι ανεξάρτητο από τον σκοπό της κάθε έρευνας και λειτουργεί βοηθητικά προς αυτό. Στην παρούσα εργασία το ερευνητικό ερώτημα είναι η Μέτρηση του Βαθμού Ικανοποίησης των Επισκεπτών του Ενυδρείου Κρήτης, και μόλις αυτό απαντηθεί θα λειτουργήσει βοηθητικά ως προς τον σκοπό της έρευνας.

Η παρούσα έρευνα έγινε για βελτιωτικούς καθώς και εκπαιδευτικούς σκοπούς, και συγκριμένα με την πρόθεση να εξετάσει την πραγματική γνώμη των επισκεπτών του Ενυδρείου Κρήτης και να διεξάγει αποτελέσματα τα οποία θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την βελτίωση των υπηρεσιών του. Λαμβάνοντας υπόψη τα ερωτηματολόγια που συλλέχθηκαν από τους επισκέπτες και εξακριβώνοντας ποια από αυτά είναι έγκυρα, η έρευνα ήταν έτοιμη να ξεκινήσει συγκρίνοντας τις απαντήσεις των επισκεπτών.

Στο τέλος του ερωτηματολογίου οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να γράψουν με δικά τους λόγια ένα σχόλιο το οποίο ενδεχομένως να μην μπορούσαν να εκφράσουν απλά απαντώντας στο ερωτηματολόγιο. Σκοπός της έρευνας είναι να αποκτηθεί πλήρης γνώση για τα δυνατά αλλά και τα μελανά σημεία των παροχών του Ενυδρείου Κρήτης, έτσι ώστε να διεξαχθεί η παρούσα διπλωματική εργασία με επιτυχία και ακρίβεια. Δευτέρων στόχος είναι να προταθούν με αυτόν τον τρόπο λύσεις και απαντήσεις για βελτιώσεις όσον αφορά τις παροχές του Ενυδρείου Κρήτης.

Επιπλέον, επίκεντρο της μελέτης θα αποτελούν οι προθέσεις και η ικανοποίηση του συνολικού αριθμού των επισκεπτών. Η συλλογή δεδομένων απευθύνεται μόνο στους επισκέπτες των συμμετεχόντων του Ενυδρείου Κρήτης. Η άποψη της διαχείρισης, της διεύθυνσης, ή του προσωπικού του Ενυδρείου, ωστόσο, δεν είναι κάτι το οποίο θα εστιάσει η παρούσα εργασία. Οι απόψεις και οι προτάσεις τους χρησιμοποιήθηκαν απλώς για να συμβάλουν στη διαδικασία διαμόρφωσης και ανάπτυξης του ερωτηματολογίου καθώς και να απαντηθούν κάποια ερωτήματα σχετικά με τη λειτουργία και την οργάνωση του Ενυδρείου.

3.2) Περιορισμοί Έρευνας- Πιθανά προβλήματα

Περιορισμοί για μια έρευνα δημιουργούνται με ποικίλους τρόπους. Ένας από αυτούς είναι για ηθικά θέματα για την επιστημονική προσέγγιση. Συνήθως αφορά επιφυλάξεις σχετικά με το τι θεωρείται αποδεκτό στην επιστήμη όσον αφορά τα δικαιώματα των ζωντανών οργανισμών. Επιπλέον παρατηρούνται προβλήματα μέτρησης τα οποία κατατάσσονται στους περιορισμούς των ερευνών. Για να μελετηθεί μια μεταβλητή είναι απαραίτητο να είναι μετρίσιμη. Για μεταβλητές όπως αρτηριακή πίεση, θερμοκρασία κ.λπ., υπάρχουν ακριβή όργανα μέτρησης, όμως ακόμα δεν έχουν αναπτυχθεί τέτοια όργανα για ψυχοκοινωνικές μεταβλητές, όπως άγχος, πόνος, αυτοπεποίθηση, επιθετικότητα κ.λπ.

Η ανθρώπινη πολυπλοκότητα αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους φραγμούς τον οποίο αντιμετωπίζουν όσοι μελετούν τα ανθρώπινα συναισθήματα χρησιμοποιώντας την επιστημονική προσέγγιση. Κάθε άνθρωπος είναι μοναδικός σε προσωπικότητα, κοινωνικό περιβάλλον, πνευματικές ικανότητες, αξίες, τρόπο ζωής και κατάσταση υγείας, και ακόμα και στον ίδιο αυτά μεταβάλλονται ανάλογα με το στάδιο της ζωής του ή τη διάθεση. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι η ανθρώπινη πολυπλοκότητα είναι ένας από τους συνηθέστερους περιορισμούς που συναντάμε στις έρευνες.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι όλες οι έρευνες έρχονται αντιμέτωπες με περιορισμούς, οι οποίοι δυσκολεύουν το έργο των ερευνητών. Επομένως, μία απόκλιση από την πραγματικότητα είναι αναμενόμενη στα αποτελέσματα της οποιασδήποτε έρευνας. Το ζητούμενο κάθε μελέτης είναι τα ερευνητικά ερωτήματα να είναι εύστοχα, το δείγμα να είναι όσο το δυνατόν μεγαλύτερο και τα ερωτηματολόγια να συμπεριλαμβάνουν ερωτήσεις σαφείς έτσι ώστε να μπορέσει η έρευνα να ελαχιστοποιήσει το ποσοστό λάθους και να δώσει όσο το δυνατόν πιο ακριβή αποτελέσματα.

Συγκεκριμένα για την παρούσα έρευνα πιθανά προβλήματα που ίσως θα εμφανιστούν είναι οι καθυστερήσεις που μπορεί να προκύψουν. Επιπλέον, στο ερωτηματολόγιο που θα μοιραστεί στους επισκέπτες του Ενυδρείου κατά την έξοδό τους θα πρέπει να λάβουμε υπόψη την όχληση που μπορεί να φέρει το ερωτηματολόγιο, που συνεπάγεται τα σφάλματα τα οποία αναμένουμε κατά την συμπλήρωσή του. Επίσης μπορεί να έχουμε και διακυμάνσεις στην συμμετοχή του ερωτηματολογίου λόγω κούρασης και κινήτρων. Όπως είναι φυσιολογικό δεν θα μπορούσαμε να ελέγξουμε την ικανοποίηση ολόκληρου του πληθυσμού των επισκεπτών του Ενυδρείου, αλλά του δείγματος το οποίο θέλησε να αφιερώσει λίγα λεπτά για να το συμπληρώσει.

Κεφάλαιο 4: Η περίπτωση του Ενυδρείου Κρήτης

4.1) Το Ενυδρείο Κρήτης-Γενική παρουσίαση

Το Ενυδρείο Κρήτης είναι ένα από τα πιο μεγάλα, δημόσια ενυδρεία της Ευρώπης και το μεγαλύτερο στην Ανατολική Μεσόγειο. Το CretAquarium - Θαλασσόκοσμος επίσημα ξεκίνησε τη λειτουργία του το Δεκέμβριο του 2005, στη περιοχή των Γουρνών στην Κρήτη, Ελλάδα, 15 χλμ. ανατολικά της πόλης του Ηρακλείου και αποτελεί μέρος του Ελληνικού Κέντρου Θαλασσιών Ερευνών (ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε.) που με την σειρά του είναι ένα δημόσιο Ερευνητικό Κέντρο που εποπτεύεται από την Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας του Υπουργείου Παιδείας.

Το CretAquarium - Θαλασσόκοσμος επινοήθηκε από τους υπαλλήλους του πρώην Ινστιτούτου Θαλάσσιας Βιολογίας Κρήτης, είναι δηλαδή δημιούργημα του Ελληνικού Κέντρου Θαλασσιών Ερευνών και έτσι υποστηρίζεται από τη γνώση την εξειδίκευση και την καινοτομία που οι Έλληνες Επιστήμονες του Υδάτινου περιβάλλοντος έχουν αναπτύξει τα τελευταία 20 χρόνια. Το Ενυδρείο βρίσκεται σε μια τοποθεσία που αποτελεί ένα μοναδικό πάρκο έρευνας, εκπαίδευσης, πολιτισμού και αναψυχής το οποίο σκοπό έχει να προωθεί και να διαχέει την γνώση για το θαλάσσιο περιβάλλον.



Εικόνα 1.Κεντρική είσοδος Ενυδρείου Κρήτης

Καταλαμβάνει μια συνολική έκταση 10000 m² αποτελεί σήμερα τον νούμερο δύο προορισμό επισκεπτών της Κρήτης μετά την Κνωσό έχοντας μια ετήσια επισκεψιμότητα

που αγγίζει τους 260.000 ανάλογα με την χρονιά επισκέπτες.

Συνολικά πάνω από 60 δεξαμενές θαλάσσιου νερού ,συνολικού όγκου 1800000 lt φιλοξενούν 230 διαφορετικά είδη θαλάσσιας ζωής επιτρέποντας στους επισκέπτες να γνωρίσουν από κοντά τον θαλάσσιο κόσμο της Μεσογείου.

Οι προσδοκίες του Ενυδρείου Κρήτης, CretAquarium είναι να αποτελεί ένα μέσο διάδοσης και εκλαΐκευσης της γνώσης και της καινοτομίας που παράγεται από το ΕΛΚΕΘΕ αλλά και από την παγκόσμια θαλάσσια έρευνα. Ακόμα προσδοκείται να συνεχίζεται η έρευνα για τη συμπεριφορά και τη διαβίωση θαλάσσιων ειδών που μπορούν να προσαρμοστούν σε ελεγχόμενες συνθήκες, μια πρότυπη ερευνητική υποδομή που θα εξασφαλίζει άριστες προϋποθέσεις πρόσβασης σε ερευνητές και νέους επιστήμονες (Πανταζόγλου, 2018).

Καθημερινός στόχος του Ενυδρείου είναι να αναπαριστά τη θαλάσσια μεσογειακή ζωή με σύγχρονους τρόπους και μέσα θα προσφέρει ένα μοναδικό θέαμα που θα γοητεύει πάντα μικρούς και μεγάλους και θα πληροφορεί, θα επιμορφώνει και θα ευαισθητοποιεί το κοινό σχετικά με την ποικιλότητα των μεσογειακών ειδών και βιοτόπων. Μία από τις προσδοκίες του Ενυδρείου είναι να αναδεικνύει τη διαχρονική σχέση του ανθρώπου με το θαλάσσιο μεσογειακό περιβάλλον και θα δημιουργεί ερεθίσματα και προβληματισμό σχετικά με την προστασία και τη βιώσιμη διαχείριση του θαλάσσιου μεσογειακού οικοσυστήματος. Τέλος θέλουμε το Ενυδρείο Κρήτης να αποκτήσει τη μοναδική του ταυτότητα και να διαφοροποιηθεί από άλλα ενυδρεία της χώρας αλλά και της Ευρώπης, και θα είναι μοναδικό στις επιλογές προορισμού της Κρήτης (Μουντράκη, 2009).

4.2) Προσφερόμενες Υπηρεσίες

Το Ενυδρείο σχεδιάστηκε με την φιλοσοφία ανάδειξης του πλούτου της Μεσογείου αλλά με ταυτόχρονη ενημέρωση για τα ενδημικά είδη καθώς και για όλο το επιστημονικό πλαίσιο δράσης του ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε. Έτσι υπάρχουν δεξαμενές αφιερωμένες στα τροπικά ψάρια ενώ σειρά οθονών και δια δραστικών εφαρμογών ενημερώνουν τον επισκέπτη για το επιστημονικό κομμάτι του Ενυδρείου.

Για τους καλοκαιρινούς μήνες (1/4-31/10) το ωράριο λειτουργίας είναι 9:30-19:00 και το εισιτήριο εισόδου για τους ενήλικες κοστίζει 10€ ανά άτομο. Για τα παιδιά έως τεσσάρων ετών η είσοδος είναι ελεύθερη ενώ για τα παιδιά 5-17 ετών η είσοδος κοστίζει 6€ ανεξαρτήτως εποχής. Ενήλικες άνω των 65 ετών πληρώνουν επίσης 6€. Οι ώρες λειτουργίας του ενυδρείου είναι τους χειμερινούς μήνες (1/11-31/3) είναι 9:30-16:00 ενώ το εισιτήριο εισόδου για αυτούς τους μήνες είναι 6€ ανά άτομο για όλες τις κατηγορίες επισκεπτών.

	Ολόκληρο Εισιτήριο	Παιδιά 0- 4 ετών	Παιδιά 5-17 ετών	Ενήλικες άνω των 65	Ωράριο Λειτουργίας
Εαρινή Περίοδος (1/4-31/10)	10 €	δωρεάν	6 €	6 €	9:30-19:00
Χειμερινή Περίοδος (1/11-31/3)	6 €	δωρεάν	6 €	6 €	9:30-16:00

Πίνακας 1: Ωράριο Λειτουργίας

Ειδικά μέσα φροντίζουν για την ενημέρωση των επισκεπτών περί των εκθεμάτων, σε παραπάνω από 7 διαφορετικές γλώσσες γεγονός μάλλον πρωτοποριακό. Έχει δοθεί ιδιαίτερη μέριμνα για τα ΑΜΕΑ καθώς ο χώρος είναι απόλυτα σύμφωνος με τις ανάγκες τους. Στις παροχές του χώρου συγκαταλέγεται και η ΔΩΡΕΑΝ διάθεση ασφαλισμένων ερμαριών προς τους επισκέπτες, ώστε να είναι δυνατή η προσωρινή αποθήκευση προσωπικών τους αντικειμένων και αποσκευών.

Οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να νοικιάσουν σύστημα “ακουστικής ξενάγησης” προς 3 € και έτσι να έχουν τον ιδανικό “συνοδό” στην επίσκεψή τους. Η συγκεκριμένη υπηρεσία προσφέρεται σε εννέα διαφορετικές γλώσσες. Αν φυσικά ζητηθεί είναι δυνατόν να παρασχεθεί και προσωπική ξενάγηση σε άτομα ή μικρά γκρουπ από ειδικευμένο προσωπικό του Ενυδρείου. Συγκεκριμένα παρέχονται οι υπηρεσίες: Ξενάγηση από προσωπικό ξεναγό με κόστος 100€ και το “Behind The Scenes Guide Tour” το οποίο αφορά γκρουπ μέχρι 10 άτομα και κοστίζει 120€.

Για τους επισκέπτες που επιθυμούν να επισκεφτούν ξανά τον χώρο το Ενυδρείο έχει σχεδιάσει και διαθέτει την “Κάρτα μέλους” η οποία κοστίζει 20€. Έχοντας πολύ συμφέρουσα τιμή και ιδιαίτερα προνόμια, ιδίως για τα μέλη της ίδιας οικογένειας, αποτελεί ένα από τα πιο επιτυχημένα προϊόντα – υπηρεσίες του χώρου.

Στις υπηρεσίες του χώρου του ενυδρείου επίσης περιλαμβάνεται και ο χώρος της καφετέριας και εστιατορίου. Το Thalassea café restaurant ακόμα αναλαμβάνει κοινωνικές και επαγγελματικές εκδηλώσεις όπως γαμήλιες δεξιώσεις, παιδικά πάρτι, cocktail party, γεύματα εργασίας, σεμινάρια, ημερίδες κ.ά. Ακόμα από το Aqua shop, την μπουτίκ η οποία βρίσκεται μέσα στο χώρο του Ενυδρείου Κρήτης, οι επισκέπτες μπορούν να προμηθευτούν αναμνηστικά της επίσκεψής τους αλλά και δώρα εμπνευσμένα από τον κόσμο της θάλασσας (Μουντράκη, 2009).

Μία από τις παροχές του Ενυδρείου Κρήτης θεωρείται και η διαδικτυακή ιστοσελίδα της, όπου οι υποψήφιοι πελάτες επισκέπτονται έτσι ώστε να συλλέξουν πληροφορίες για την

τοποθεσία του ενυδρείου, για την οργάνωση κάποιας εκδήλωσης, για την πληροφόρηση σχετικά με τις τιμές των εισιτηρίων και πολλά άλλα περιεχόμενα της σελίδας.

Εκεί φαίνονται και οι έρευνες που γίνονται υπό την αιγίδα του ΕΛΚΕΘΕ και του ενυδρείου Κρήτης όσον αφορά τη θαλάσσια ζωή, τη μελέτη της και τη βελτίωση των συνθηκών της. Η ιστοσελίδα είναι η εξής: <https://cretaquarium.gr>.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Έρευνα και Στατιστική Ανάλυση

5.1) Ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο είναι το εργαλείο που χρησιμοποιείται από δεκάδες είδη επιχειρήσεων, δημόσιες ή ιδιωτικές ανά τον κόσμο, για να μπορέσουν να λάβουν γνώση σχετικά με την άποψη και ικανοποίηση των καταναλωτών ή επισκεπτών τους. Οι ερωτήσεις πρέπει να είναι κατανοητές προς όλους αλλά και σαφείς έτσι ώστε η απάντηση του επισκέπτη να είναι ειλικρινής και αληθής. Επίσης υπάρχει περίπτωση εάν οι ερωτήσεις ενός ερωτηματολογίου είναι πολλές σε αριθμό να κουράσουν τον επισκέπτη και να τις συμπληρώσει σπασμωδικά και βιαστικά με αποτέλεσμα να μην γίνει ληφθούν ορθά αποτελέσματα κατά την ανάλυσή τους. Μόλις συλλεχθεί ένας ικανοποιητικός αριθμός ερωτηματολογίων οι ειδικοί προχωρούν σε ανάλυση στατιστική ή ποιοτική ανάλογα με τη φύση των ερωτήσεων (Faning, 2005).

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο μοιράζεται στους επισκέπτες του ενυδρείου CretAquarium κατά την έξοδό τους από αυτό με σκοπό να συμπληρωθεί από όσο το δυνατόν περισσότερα άτομα γίνεται. Είναι περιττό να πούμε ότι σε οποιαδήποτε έρευνα που περιλαμβάνει ερωτηματολόγια, επιθυμούμε μεγάλο συμμετοχής έτσι ώστε να έχουμε και πιο ακριβή και κοντά στην πραγματικότητα αποτελέσματα. Οι ερωτήσεις αφορούν κάποιες προσωπικές πληροφορίες του επισκέπτη, την επίσκεψη στο ενυδρείο, την αξιολόγηση των υπηρεσιών του ενυδρείου και τέλος ζητείται από τους επισκέπτες να διατυπώσουν οποιοδήποτε άλλο σχόλιο επιθυμούν. Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε ερωτήματα για συλλογή πληροφοριών και στοιχείων σχετικά με:

- Τη συχνότητα της επισκεψιμότητας
- Τον λόγο επίσκεψης και τρόπο πρόσβασης
- Τη διαμόρφωση της γενικότερης επίσκεψης
- Την αξιολόγηση των παροχών
- Την πρόθεση του κοινού να προτείνουν το ενυδρείο σε φίλους

Όλες οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου στη συνέχεια επεξεργάζονται και διεξάγονται αποτελέσματα μέσω ποσοτικής και στατιστικής ανάλυσης. Εξαιρείται φυσικά η τελευταία ερώτηση η οποία δεν μπορεί να επεξεργαστεί ποσοτικά. Σε αυτή την ερώτηση εφαρμόζεται ποιοτική ανάλυση και χρησιμεύει σε περιπτώσεις που ο επισκέπτης θέλει να αφήσει κάποιο ενθαρρυντικό σχόλιο, παράπονο, ή να διατυπώσει κάποια πρόταση ή σκέψη η οποία δεν καλύφθηκε από τις παραπάνω ερωτήσεις επιλογής.

Τα ερωτηματολόγια που συλλέχθηκαν και επεξεργάστηκαν για την παρούσα μελέτη αφορούν τα έτη 2017 και 2018.

Για λόγους όμως ευκολίας κατανόησης, ενδιαφέροντος και συντομίας θα εξαιρεθούν και από την εργασία απαντήσεις των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου που το αποτέλεσμά τους δεν κρίνεται σχετικό με την ικανοποίηση ή μη των επισκεπτών και κατ' επέκταση τη βελτίωση των υπηρεσιών και παροχών του ενυδρείου Κρήτης. Κάποιες από αυτές τις ερωτήσεις είναι ο μόνιμος τόπος κατοικίας, πόσες φορές έχουν επισκεφθεί το ενυδρείο και την Κρήτη, ο τρόπος προσέγγισης κ.λπ.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειωθεί ότι από τον συνολικό αριθμό ερωτηματολογίων, τελικά στην έρευνα συμμετέχουν μόνο κάποια από αυτά διότι από τον συνολικό αριθμό αφαιρούνται τα άκυρα. Τα άκυρα ερωτηματολόγια είναι εκείνα που οι αρμόδιοι θεώρησαν ότι αν χρησιμοποιηθούν στη διεξαγωγή των αποτελεσμάτων ίσως διαστρεβλώσουν την πραγματική εικόνα και γνώμη των επισκεπτών. Οι απαντήσεις στα άκυρα ερωτηματολόγια ακολουθούν κάποιο είδος μοτίβου στην συμπλήρωση, ή κάποιες από τις ερωτήσεις είναι αναπάντητες, το οποίο δημιουργεί προβλήματα στην επεξεργασία των αποτελεσμάτων στην επόμενη φάση της μελέτης.

GR

Παρακαλούμε να συμπληρώσετε ΠΡΕΣΤΕΡΟΤΗΤΑ ΠΡΟΤΟΤΥΠΟΥ να αποστείλετε στα τμήματα του αναλυτικού Το ερωτηματολόγιο καταβιβάζει αυτόματα.

Θαλασσοκόσμος
thalassocosmos
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΠΕΛΑΤΩΝ

1) Εθνικότητα _____

2) Φύλο Άνδρας Γυναίκα

3) Ηλικία _____

4) Επίπεδο εκπαίδευσης
 Απόφοιτος Δημοτικού Απόφοιτος Λυκείου
 Απόφοιτος ΤΕΙ-ΑΕΙ Κάτωτα Μεταπτυχιακού
 Κάτωτα Διδακτορικού

5) Περιοχή μένηας κατοικίας _____

6) Περιοχή παραθεριστικής διαμονής _____

7) Έρχεστε στη Κρήτη 1η φορά 2η φορά > από 2η φορά

8) Πως μόδετε για το ενυδρείο (Παρακαλώ σημειώστε)
 Πινακίδα οδικής σήμανσης Αυτοκίνητο-Μητέ Κινητό
 Φυλλάδιο ενυδρείου Εμπειροπλοία
 Χάρτη-πλοίο Τουριστικοί οδηγό
 Ιστοσελίδα Άλλους σηκίστες
 Υποδοχή (ενοδοχείου) Άφιξη σε Αεροδρόμιο
 Έγγραφο ταξιδίου Φυτογορικός σε κεντρικιστικό κεντρο
 Έπισηση από φίλους ΜΜΕ (εφημερίδες, βιβλιοδικά)
 TV - Radio Άλλο (σημειώστε)

9) Σημερινή επίσκεψη Οργανωμένη επίσκεψη
 Ανεξάρτητη σηκίστες
 Συνολοκείμενο άτομα (αριθμός) _____

10) Τρόπος προσέλευσης (Παρακαλώ σημειώστε)
 Αυτοκίνητο ΙΧ Ενοικιοζόμενο αυτοκίνητο
 Ενοικιοζόμενο όχημα Τουριστικό Περιορικό
 ΚΤΕΑ Άλλο (σημειώστε)

11) Εμπειροπλοίατε από το προσωπικό του ενυδρείου για τις υπηρεσίες του ενυδρείου.
 ΝΑΙ ΟΧΙ

12) Αν ΝΑΙ παρακαλώ σημειώστε για ποτέ
 Χάρτη μέλους Ακουστική ένδνηση

13) Κάνετε χρήση της υπηρεσίας Ακουστική ένδνηση
 ΝΑΙ ΟΧΙ

14) Πόσο διάρκειση η επίσκεψη σας
 15-30 λεπτά 30-60 λεπτά Παρόντιου
 60-90 λεπτά 90-120 λεπτά

15) Η εμπειρία σας ανταπεκρίθηκε στα προσδοκίση σας και στην εκτίμησή που είχατε εκμηκίση από την παρουσίαση και την προώθηση του ενυδρείου.
 Καθόλου Έν μέρη
 Αρκετά Απολύτω

16) Μπορείτε να αξιολογήσετε τα παρακάτω στοιχεία/εφακτρικιστικά ;
 Παρακαλώ σημειώστε ΟΧΙ σε καμία κελία

	Πολύ Κακό	Κακό	Καθί	Πολύ καλό	Άριστο
Ευκολία προσέγγισης					
Δραστηρίση οικογενειακή					
Parking / Περπάτημα κεντρο					
Τιμή εισιτηρίου					
Όρες λειτουργίας					
Αρκετικιστική / διακόσμηση					
Υποδοχή Ενυδρείου					
Συμπεριφορά προσωπικού					
Ενυδρεία / πινιακία, παρουσίαση ειδών					
Φωτισμός					
Εκπαιδευτικίση ταινίες					
Μουσική / Ατμόσφαιρα					
Μουσική/λογία					
Κορτί					
Μουσική					
Καθαρότητα / Υγιεινή					
Ακουστική ένδνηση					
Εμπειροπλοίατε υλικό					
Ιστοσελίδα					

17) Σηκίστε να προσέγγιση το Ενυδρείο σε άλλο όνομα
 Σίγουρα ΟΧΙ Μόλιον ΟΧΙ
 Μόλιον ΝΑΙ Σίγουρα ΝΑΙ
 ΔΕΙΔΑ

18) Γενικά απόψη:
 Παρακαλώ σημειώστε οποιοδήποτε άλλο απόψη ή παρατήρηση

GR

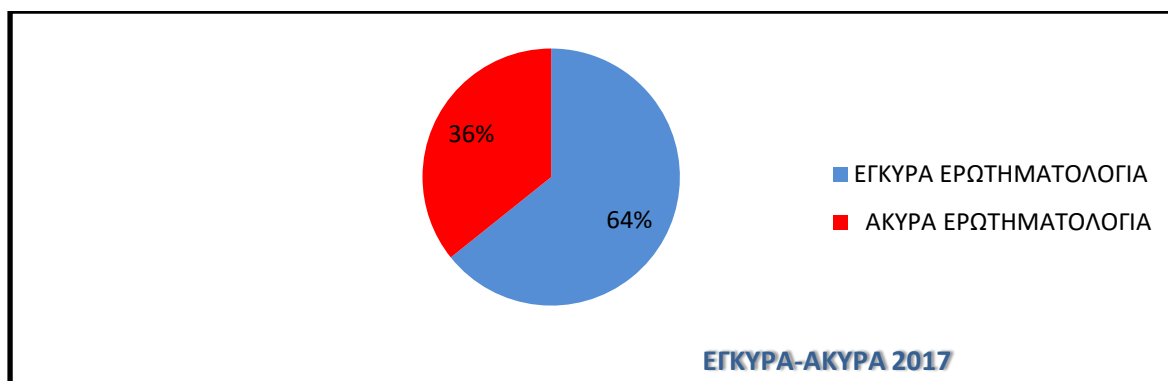
ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΕΡΑΥ
ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΠΟΝΟ ΣΑΣ!

Ημερομηνία _____
 Όνομα _____

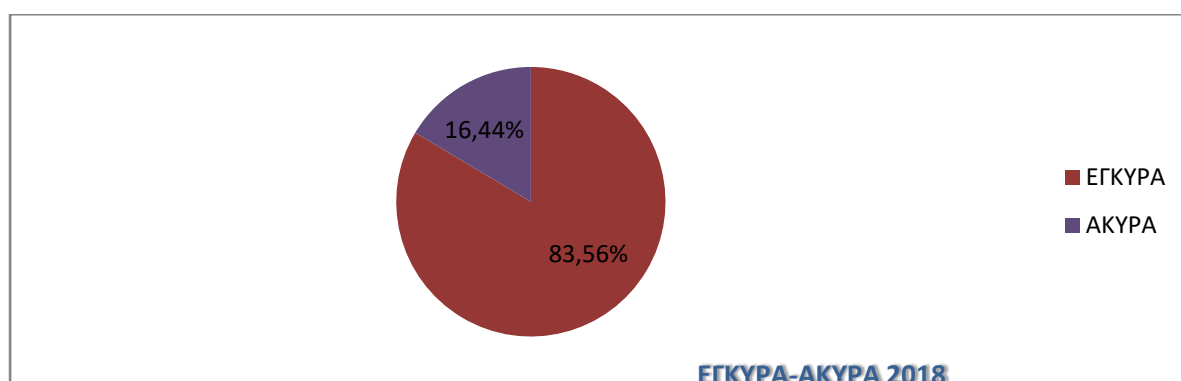
CRET@quarium

Εικόνα 2: Ερωτηματολόγιο Ενυδρείου Κρήτης

Στα 803 ερωτηματολόγια που συλλέχθηκαν κατά το 2017 τα 287 ήταν άκυρα. Αυτό σημαίνει ότι τα υπόλοιπα 516, το 64% του συνόλου ήταν έγκυρα και συμμετείχαν στην έρευνα. Για το 2018 τα ερωτηματολόγια που συμπληρωθήκαν ήταν 651 με τα άκυρα να είναι 107. Επομένως τα έγκυρα ερωτηματολόγια είναι 544 και το ποσοστό τους 83,56%, αρκετά μεγαλύτερο από τον περσινό αριθμό έγκυρων ερωτηματολογίων.



Διάγραμμα 1: Έγκυρα-Άκυρα Ερωτηματολόγια 2017



Διάγραμμα 2: Έγκυρα-Άκυρα Ερωτηματολόγια 2018

5.2) Ανάλυση μεταβλητών

I. Εθνικότητα

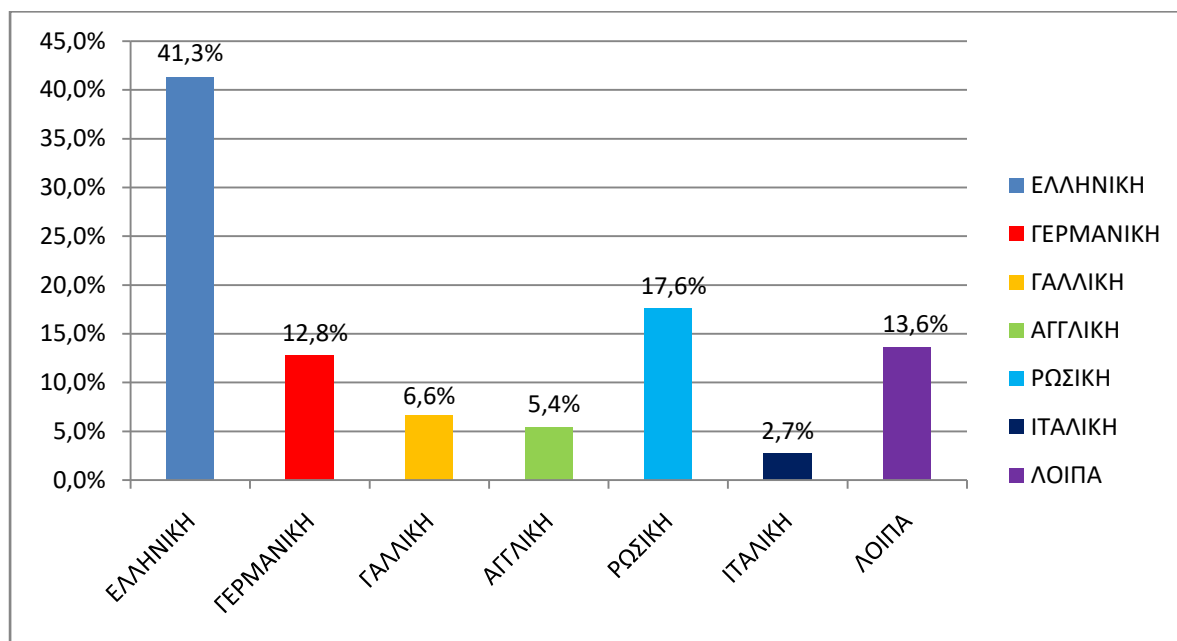
Το πρώτο στοιχείο που μας δίνει το ερωτηματολόγιο είναι η εθνικότητα του επισκέπτη. Οι εθνικότητες που επισκέφθηκαν το Ενυδρείο Κρήτης το 2017 ήταν κυρίως Έλληνες και λιγότεροι Γερμανοί, Γάλλοι, Άγγλοι, Ρώσοι, Ιταλοί και το 14% των επισκεπτών αντιπροσωπεύει άλλες εθνικότητες με μικρότερα ποσοστά συχνότητας. Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα ράβδων φαίνονται αναλυτικά και συγκεντρωτικά αυτά τα ποσοστά επισκεψιμότητας εθνικοτήτων. Για το 2018 οι ελληνικές επισκέψεις μειώθηκαν στο 35%, οι Ρώσοι παρέμειναν στα ίδια επίπεδα επίσκεψης, οι Γάλλοι και οι Γερμανοί αυξήθηκαν κατά 3% περίπου, η επισκεψιμότητα των Άγγλων και των Ιταλών μειώθηκε και το 2018 ήρθαν περισσότεροι Τσέχοι έτσι ώστε να μην περιέχονται πια στις λοιπές εθνικότητες αλλά να κατέχουν ένα 3,4% στον πίνακα. Παρακάτω βρίσκονται οι πίνακες με τα ποσοστά αλλά και τα διαγράμματα ράβδων χωριστά για το 2017 και το 2018.

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ 2017	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ	41,3%
ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ	12,8%
ΓΑΛΛΙΚΗ	6,6%
ΑΓΓΛΙΚΗ	5,4%
ΡΩΣΙΚΗ	17,6%
ΙΤΑΛΙΚΗ	2,7%
ΥΠΟΛΟΙΠΑ	13,6%

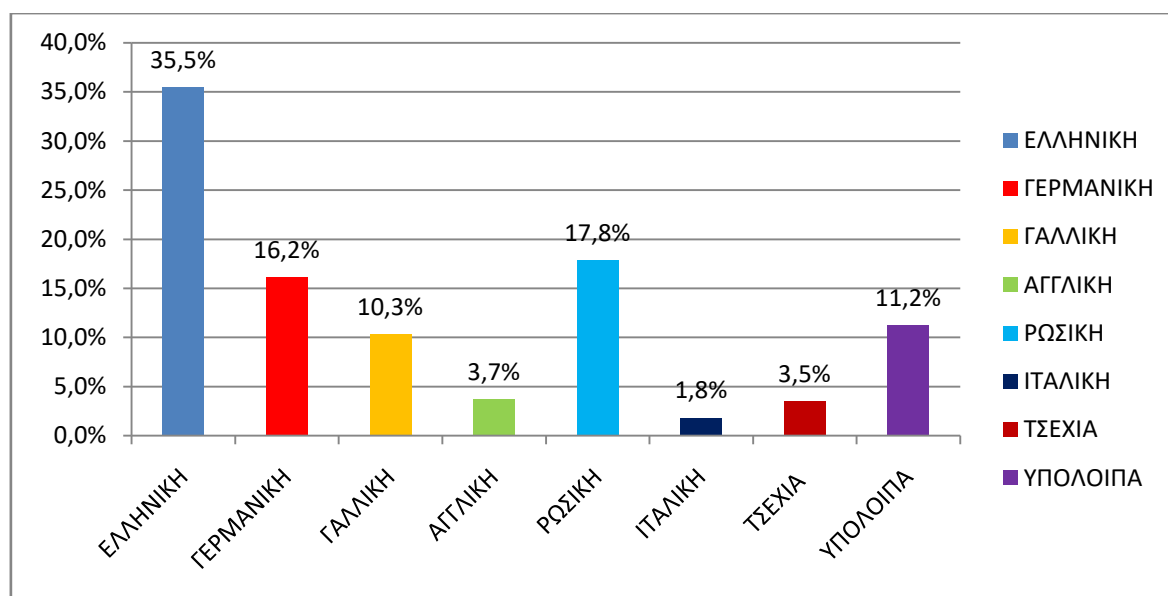
Πίνακας 2: Εθνικότητες 2017

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ 2018	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ	35,5%
ΡΩΣΙΚΗ	17,8%
ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ	16,2%
ΓΑΛΛΙΚΗ	10,3%
ΑΓΓΛΙΚΗ	3,7%
ΤΣΕΧΙΑ	3,5%
ΙΤΑΛΙΚΗ	1,8%
ΥΠΟΛΟΙΠΑ	11,2%

Πίνακας 3: Εθνικότητες 2018



Διάγραμμα 3: Εθνικότητες 2017



Διάγραμμα 4: Εθνικότητες 2018

Οι εθνικότητες των επισκεπτών είναι μία μεταβλητή η οποία δεν επηρεάζεται από την ποιότητα των υπηρεσιών, τις αξιολογήσεις των επισκεπτών της προηγούμενης χρονιάς ή τη δημοφιλή εικόνα του Ενυδρείου Κρήτης σαν αξιοθέατο του νησιού. Η μεταβλητή της εθνικότητας είναι ανεξάρτητη από τις παραπάνω παραμέτρους και έχει να κάνει κυρίως με την επισκεψιμότητα του νησιού από αλλοδαπούς τουρίστες.

II. Φύλο

Η δεύτερη ερώτηση του ερωτηματολογίου Ενυδρείου Κρήτης αφορά το φύλο του επισκέπτη. Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα πίτας παραθέτεται το φύλο των επισκεπτών του ενυδρείου Κρήτης κατά το 2017 και 2018 καθώς και το ποσοστό και ο αριθμός του κάθε φύλου.

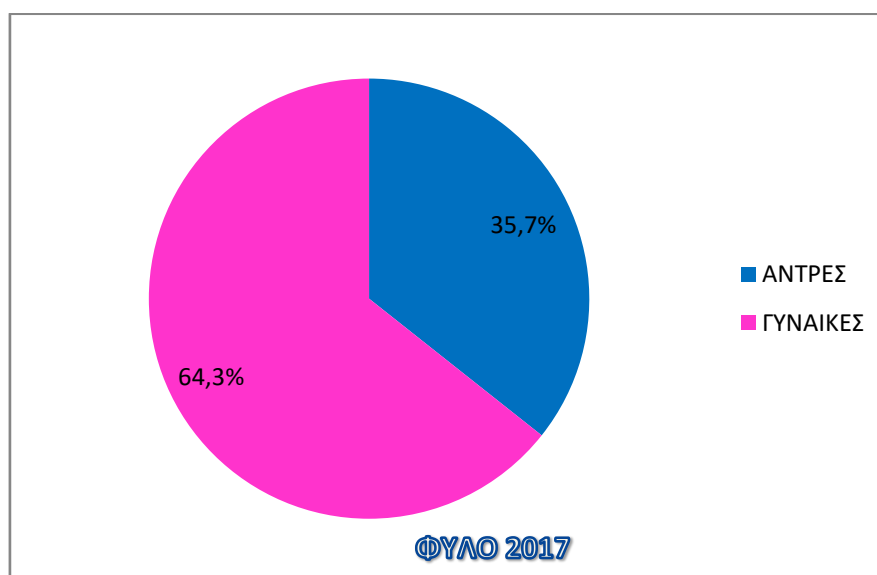
ΦΥΛΟ 2017	ΑΝΤΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ
ΠΟΣΟΣΤΟ	35,7%	64,3%
ΑΡΙΘΜΟΣ	184	332

Πίνακας 4: Φύλο 2017

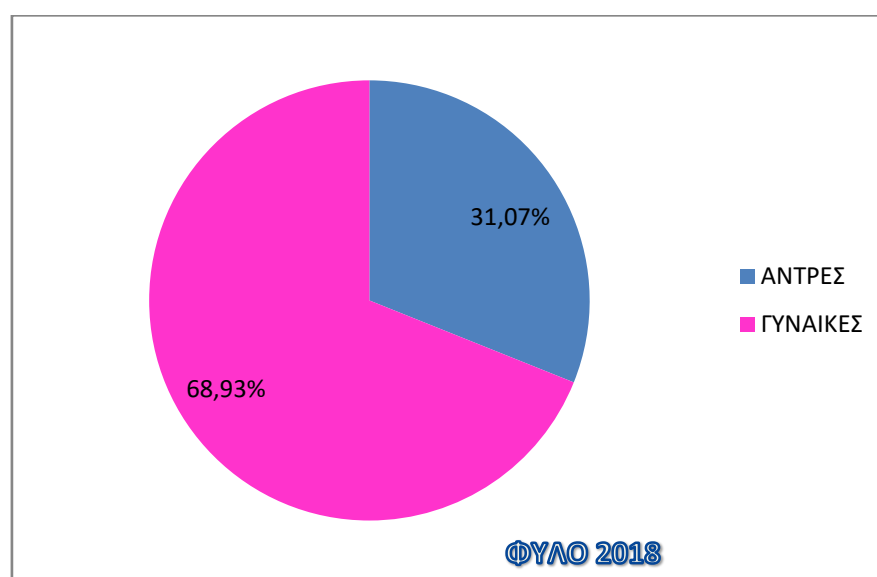
ΦΥΛΟ 2018	ΑΝΤΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ
ΠΟΣΟΣΤΟ	31,07%	68,93%
ΑΡΙΘΜΟΣ	169	375

Πίνακας 5: Φύλο 2018

Αδιαμφισβήτητα το φύλο των επισκεπτών είναι μία μεταβλητή που παρατηρείται μόνο για σκοπούς ενημέρωσης και η ερώτηση του φύλου δεν αποσκοπεί στην βελτίωση ή διόρθωση υπηρεσιών.



Διάγραμμα 5: Φύλο 2017



Διάγραμμα 6: Φύλο 2018

Συμπεραίνουμε ότι οι γυναίκες έχουν μία υπεροχή στον αριθμό και για τις δυο χρονιές. Σχεδόν τα 2/3 των επισκεπτών που συμμετείχαν για το 2017 και 2018 είναι γυναίκες.

III. Ηλικία

Η επόμενη ερώτηση που καλούνται οι επισκέπτες να συμπληρώσουν είναι η ομάδα ηλικίας στην οποία ανήκουν. Οι ομάδες είναι οι εξής: 0-14, 15-18, 19-24, 25-35, 36-45, 46-55, 56+.

Οι απαντήσεις που πήραμε για το 2017 και 2018 βρίσκονται συγκεντρωμένες στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα ράβδων.

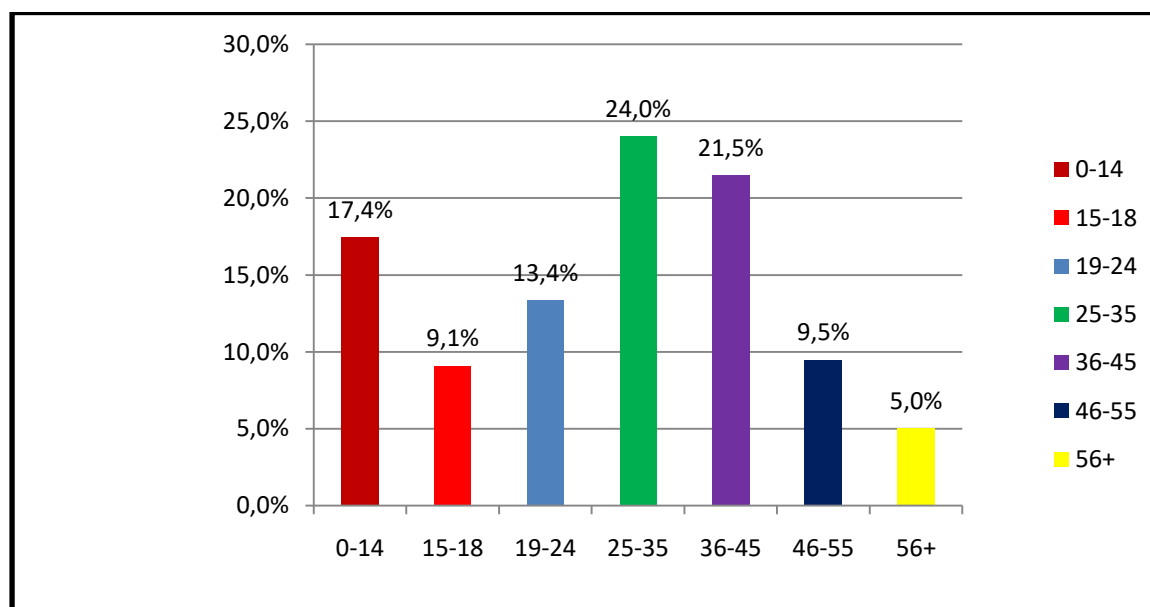
	ΗΛΙΚΙΑ 2017						
ΟΜΑΔΕΣ	0-14	15-18	19-24	25-35	36-45	46-55	56+
ΠΟΣΟΣΤΟ	17,4%	9,1%	13,4%	24,0%	21,5%	9,5%	5,0%
ΑΡΙΘΜΟΣ	90	47	69	124	111	49	26

Πίνακας 6: Ηλικίες 2017

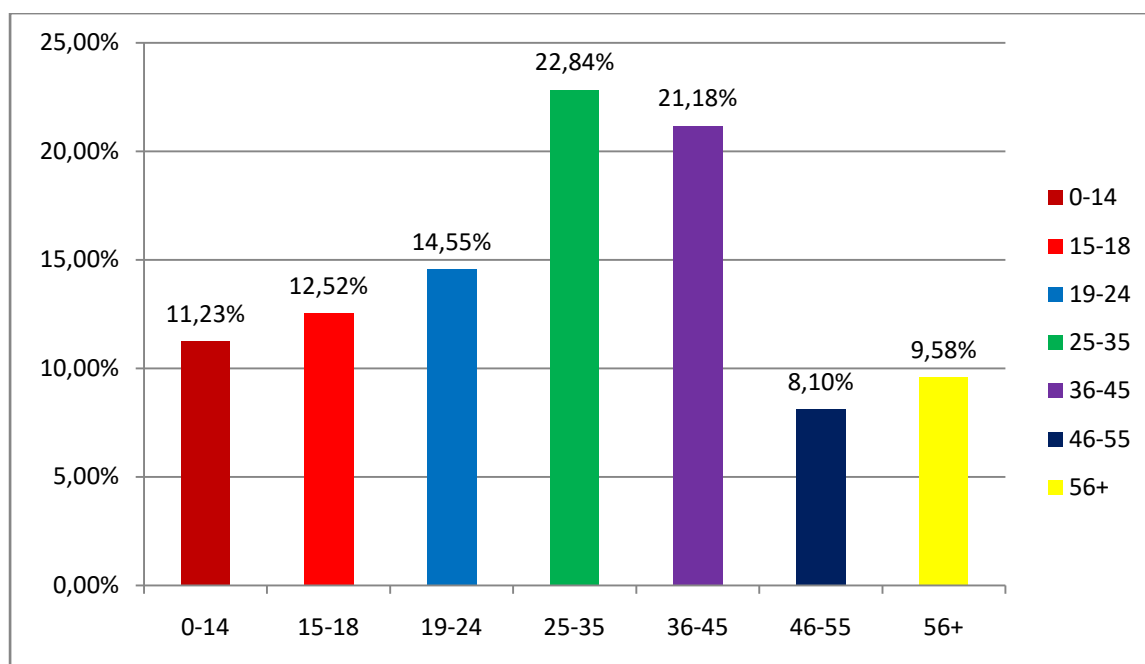
	ΗΛΙΚΙΑ 2018						
ΟΜΑΔΕΣ	0-14	15-18	19-24	25-35	36-45	46-55	56+
ΠΟΣΟΣΤΟ	11,23%	12,52%	14,55%	22,84%	21,18%	8,10%	9,58%
ΑΡΙΘΜΟΣ	61	68	79	124	115	44	52

Πίνακας 7: Ηλικίες 2018

Για τις ανάγκες της ανάλυσης χωρίσαμε τις απαντήσεις των ηλικιών που λάβαμε σε ομάδες ηλικιών έτσι ώστε να διευκολύνουμε την κατανόηση των απαντήσεων. Όπως παρατηρούμε, η ηλικιακή ομάδα που κυριαρχεί είναι αυτή των 25 έως 35 ετών με 24% το 2017 και 22,84% συχνότητα απαντήσεων το 2018. Ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα των 36-45 με συχνότητα και αμέσως μετά τα παιδιά μέχρι 14 και οι ενήλικες 19-24. Ακολουθούν τα παιδιά 15-18 ετών και τέλος οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες.



Διάγραμμα 7: Ηλικίες 2017



Διάγραμμα 8: Ηλικίες 2018

Να σημειώσουμε ότι οι ενήλικες 25-35 και 36-45 είναι σε μεγάλο βαθμό συνοδοί των παιδιών 0-14 και έτσι βρίσκονται στις 2 πρώτες θέσεις της βαθμίδας ηλικιών. Οι ενήλικες 45-55 και οι έφηβοι 15-18 ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά και φυσικά οι ηλικιωμένοι 56+ δεν είναι οι πιο συχνοί πελάτες του ενυδρείου. Επομένως, οι κυρίαρχοι επισκέπτες του Ενυδρείου Κρήτης είναι οικογένειες, ή μικρά παιδιά με συνοδεία ενηλίκων, εκμεταλλευόμενοι τον εκπαιδευτικό χαρακτήρα του ενυδρείου.

IV. Επίπεδο Εκπαίδευσης

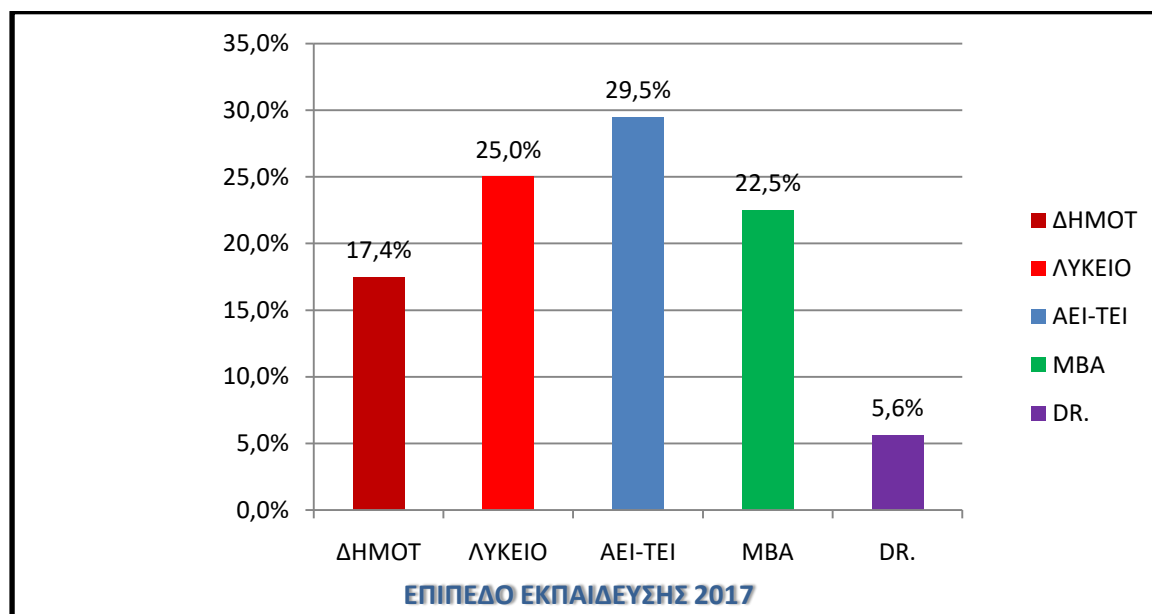
Στη συνέχεια οι επισκέπτες ερωτώνται ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής τους από απόφοιτοι Δημοτικού έως Διδάκτορες. Αυτή είναι μία πολύ συνηθισμένη ερώτηση η οποία συμμετέχει σε ερωτηματολόγια κάθε είδους, ικανοποίησης και μη, και είναι ιδιαίτερα σημαντική για τη φάση της ανάλυσης των απαντήσεων. Παρακάτω βρίσκεται ο πίνακας και το διάγραμμα ράβδων στα οποία βρίσκεται το ποσοστό και ο αριθμός των συμμετεχόντων του 2017 και 2018 ανάλογα με τη βαθμίδα εκπαίδευσης στην οποία ανήκουν.

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ 2017	ΔΗΜΟΤ	ΛΥΚΕΙΟ	ΑΕΙ-ΤΕΙ	ΜΒΑ	DR.
ΠΟΣΟΣΤΟ	17,4%	25,0%	29,5%	22,5%	5,6%
ΑΡΙΘΜΟΣ	90	129	152	116	29

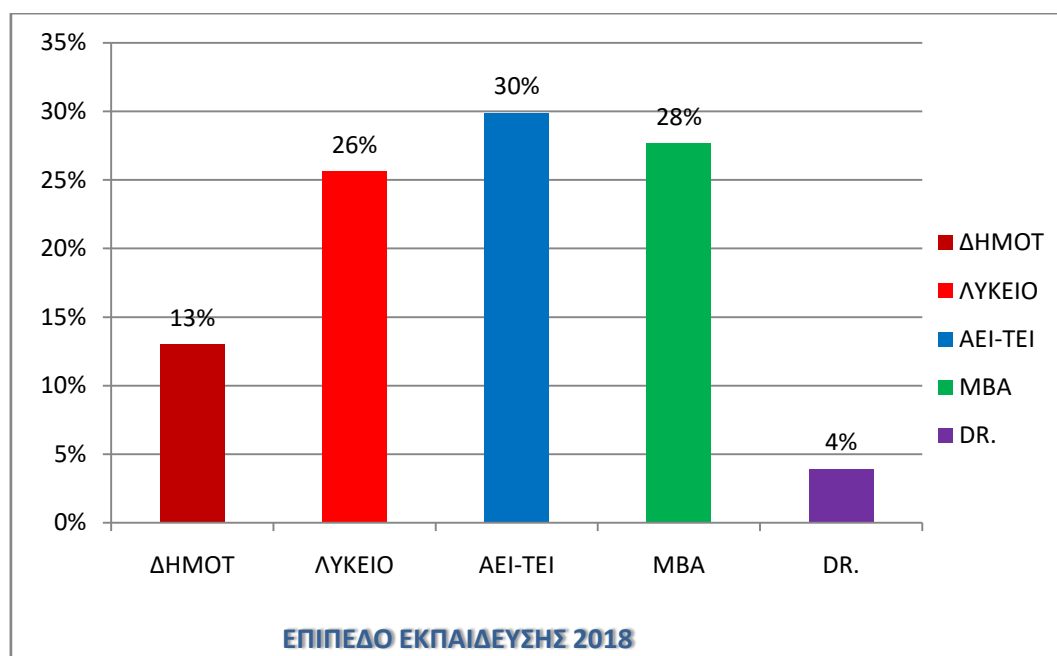
Πίνακας 8: Επίπεδο Εκπαίδευσης 2017

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ 2018	ΔΗΜΟΤ	ΛΥΚΕΙΟ	ΑΕΙ-ΤΕΙ	ΜΒΑ	DR.
ΠΟΣΟΣΤΟ	13,0%	26,0%	30,0%	28,0%	4,0%
ΑΡΙΘΜΟΣ	70	138	161	149	21

Πίνακας 9: Επίπεδο Εκπαίδευσης 2018



Διάγραμμα 9: Επίπεδο Εκπαίδευσης 2017



Διάγραμμα 10: Επίπεδο Εκπαίδευσης 2018

Όπως προαναφέραμε μεγάλο ποσοστό των επισκεπτών του ενυδρείου Κρήτης είναι παιδιά επομένως το επίπεδο εκπαίδευσης δεν μπορεί να είναι μεγαλύτερο από την τιμή Δημοτικό.

Επομένως οι νεαρότεροι επισκέπτες φαίνονται ξεκάθαρα και στη μεταβλητή Επίπεδο Εκπαίδευσης. Τα επόμενα ποσοστά δεν προκαλούν έκπληξη καθώς οι απόφοιτοι πανεπιστημίου ανήκουν στο 29,5% (2017) και 30% (2018) των επισκεπτών, οι απόφοιτοι Λυκείου στο 25% (2017) και 26% (2018) και ακολουθούν οι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος με 22,5% (2017) και 28% (2018), τα παιδιά του δημοτικού όπως σχολιάσαμε παραπάνω με 17,4% (2017) και 13% (2018) και οι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος με 5,6% (2017) και 4% (2018). Αυτή είναι μία συχνότητα εκπαιδευτικής κατάρτισης η οποία επικρατεί γενικά στην κοινωνία και φυσικά δεν αποτέλεσε εξαίρεση στο ενυδρείο μας. Είναι το χαρακτηριστικό παράδειγμα κανονικής κατανομής ή καμπάνας στο διάγραμμα ράβδων.

V. Προσδοκίες Επισκεπτών

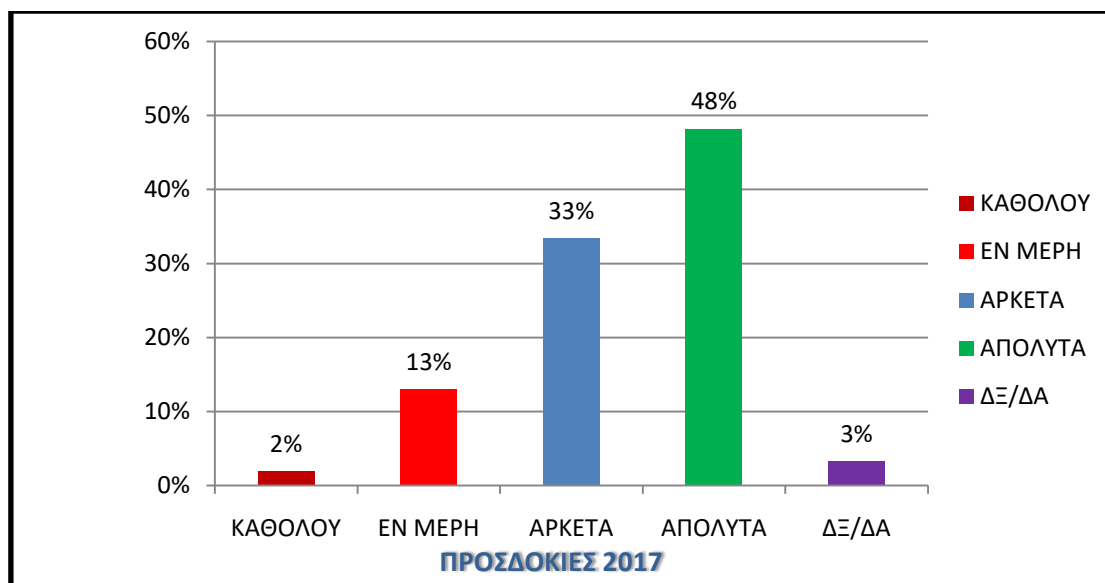
Η επόμενη ρωτά εάν οι προσδοκίες του επισκέπτη για το ενυδρείο συναντούν την πραγματικότητα κατά την επίσκεψή του εκεί. Η απάντηση διαμορφώνεται σε κλίμακα Likert. Αυτό σημαίνει ότι οι ερωτώμενοι έχουν να επιλέξουν ανάμεσα σε μία σειρά απαντήσεων η οποία είναι αυξανόμενη και καλύπτει όλες τα πιθανά συναισθήματα. Παρακάτω βλέπουμε τις απαντήσεις των συμμετεχόντων σε ποσοστά και αριθμό απαντήσεων όσον αφορά το 2017 και το 2018 στους πίνακες και τα ραβδογράμματα.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΕΝ ΜΕΡΗ	ΑΡΚΕΤΑ	ΑΠΟΛΥΤΑ	ΔΞ/ΔΑ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	13%	33%	48%	3%
ΑΡΙΘΜΟΣ	10	66	170	245	17

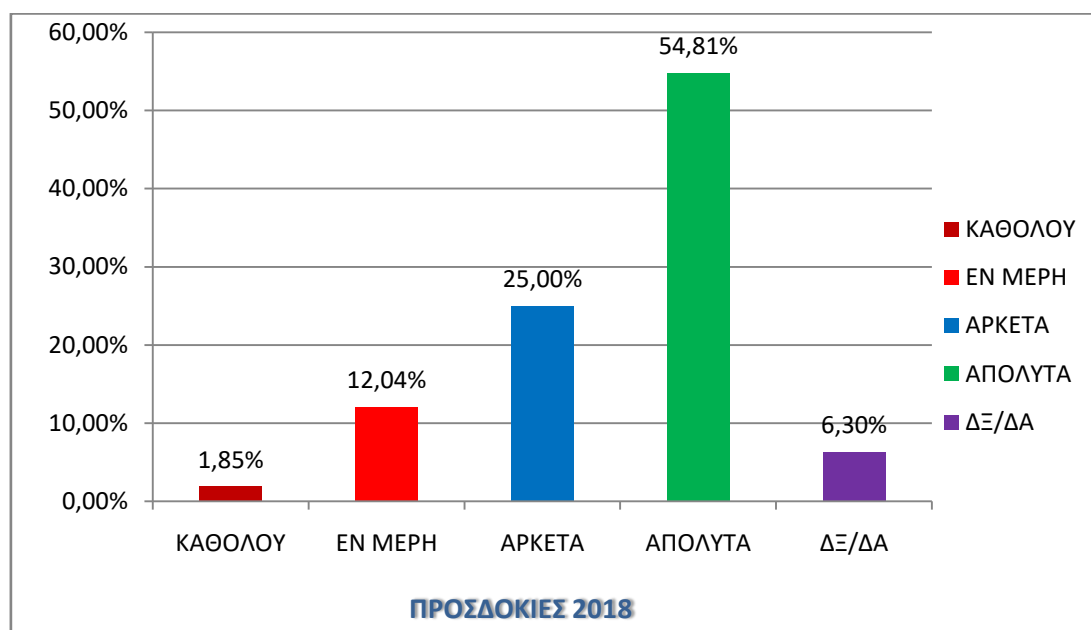
Πίνακας 10: Προσδοκίες Επισκεπτών 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΕΝ ΜΕΡΗ	ΑΡΚΕΤΑ	ΑΠΟΛΥΤΑ	ΔΞ/ΔΑ
ΠΟΣΟΣΤΟ	1,85%	12,04%	25,00%	54,81%	6,30%
ΑΡΙΘΜΟΣ	10	65	135	296	34

Πίνακας 11: Προσδοκίες Επισκεπτών 2018



Διάγραμμα 11: Προσδοκίες Επισκεπτών 2017



Διάγραμμα 12: Προσδοκίες Επισκεπτών 2018

Τα διαγράμματα ράβδων φαίνονται πολύ βοηθητικά και χρήσιμα για να κατανοήσει κανείς τη σύγκριση ανάμεσα στις απαντήσεις των επισκεπτών από το 2017 στο 2018. Ενώ οι τιμές καθόλου και εν μέρει παρέμειναν στα ίδια επίπεδα, η τιμή αρκετά μειώθηκε κατά 8 μονάδες από το 33% το 2017, στο 25% το 2018 οι οποίες συσσωρεύτηκαν στην απάντηση απόλυτα η οποία αυξήθηκε κατά περίπου 7 μονάδες.

Επίσης αυξήθηκε και η απάντηση Δεν Ξέρω-Δεν Απαντώ από 3% στο 6,3%.

Το επόμενο κομμάτι του ερωτηματολογίου αφορά κάποια χαρακτηριστικά του ενυδρείου και οι επισκέπτες καλούνται να επιλέξουν την απάντησή τους μέσα από μία σειρά απαντήσεων κλίμακας Likert. Αυτό από τη μία κάνει τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου πιο γρήγορη και εύκολη για τον ερωτώμενο, και από την άλλη κάνει πιο εύκολη την μετ' έπειτα επεξεργασία και ανάλυσή του διότι εξυπηρετεί στην ομαδοποίηση των απαντήσεων.

VI. Ευκολία Προσέγγισης

Παρακάτω παραθέτεται ο πίνακας και το ιστόγραμμα με τις απαντήσεις των επισκεπτών του 2017 και 2018 σχετικά με το πώς κρίνουν την ευκολία προσέγγισης στο χώρο του Ενυδρείου Κρήτης.

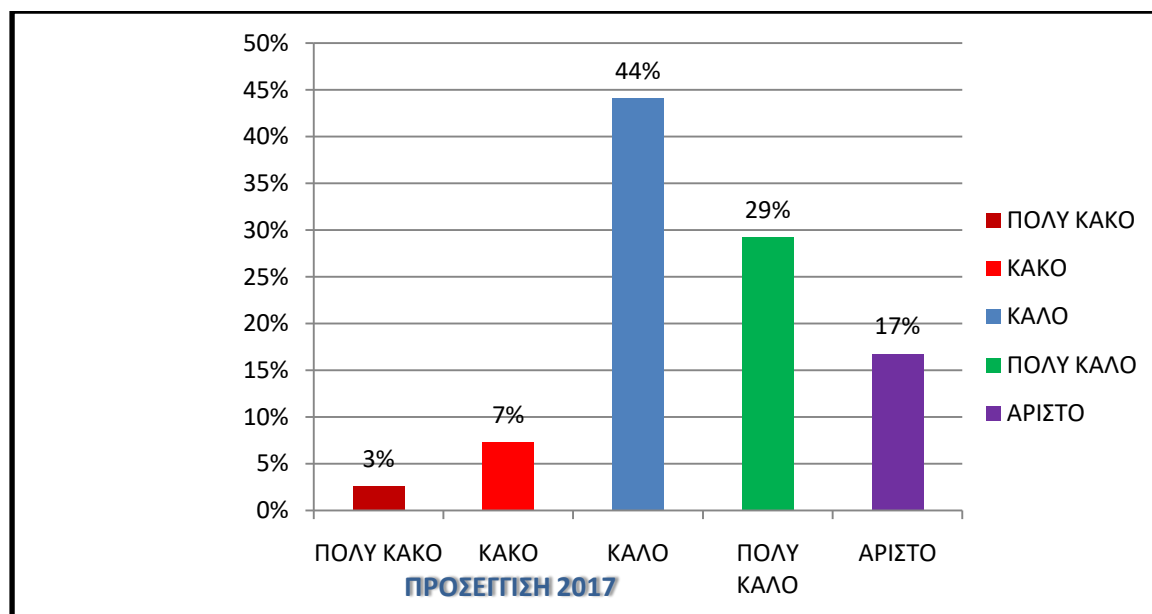
ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	3%	7%	44%	29%	17%
ΑΡΙΘΜΟΣ	13	37	223	148	85

Πίνακας 12: Ευκολία Προσέγγισης 2017

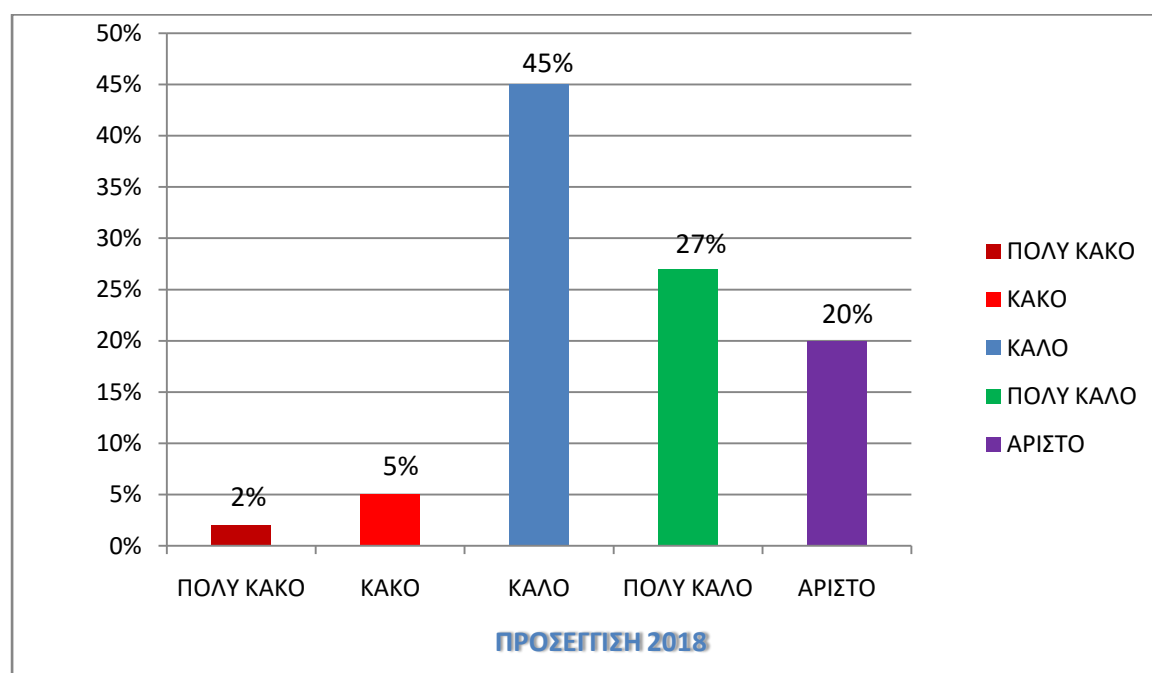
ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	5%	45%	27%	20%
ΑΡΙΘΜΟΣ	13	32	295	177	131

Πίνακας 13: Ευκολία Προσέγγισης 2018

Αυτό που παρατηρούμε από τα παραπάνω ποσοστά είναι το γεγονός ότι τα ποσοστά των απαντήσεων του 2017 και 2018 είναι σε παρόμοια πλαίσια. Οι μικρές μεταβολές που παρατηρούμε είναι θετικές διότι οι αρνητικές απαντήσεις μειώνονται από τη μία χρονιά στην άλλη αλλά και οι θετικές απαντήσεις του 2018 έχουν συγκεντρώσει μεγαλύτερα ποσοστά από τις ίδιες του 2017.



Διάγραμμα 13: Ευκολία Προσέγγισης 2017



Διάγραμμα 14: Ευκολία Προσέγγισης 2018

VII. Δρομολόγια και Συγκοινωνίες

Το επόμενο χαρακτηριστικό που καλούνται οι επισκέπτες να σχολιάσουν είναι τα δρομολόγια συγκοινωνίας προς το Ενυδρείο Κρήτης σε περίπτωση που χρησιμοποίησαν τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς για τη μετάβασή τους εκεί.

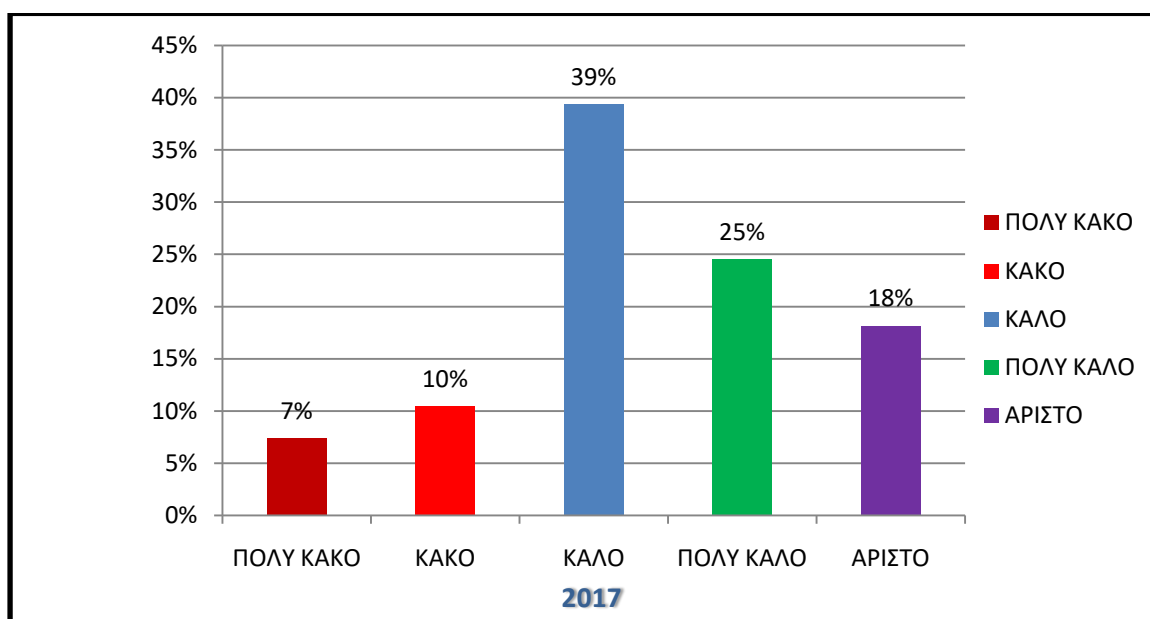
Παρακάτω βρίσκονται οι απαντήσεις των επισκεπτών του 2017 και 2018 συγκεντρωμένες στον πίνακα αλλά και στα ραβδογράμματα που προκύπτουν από αυτές.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	7%	10%	39%	25%	18%
ΑΡΙΘΜΟΣ	22	31	117	73	54

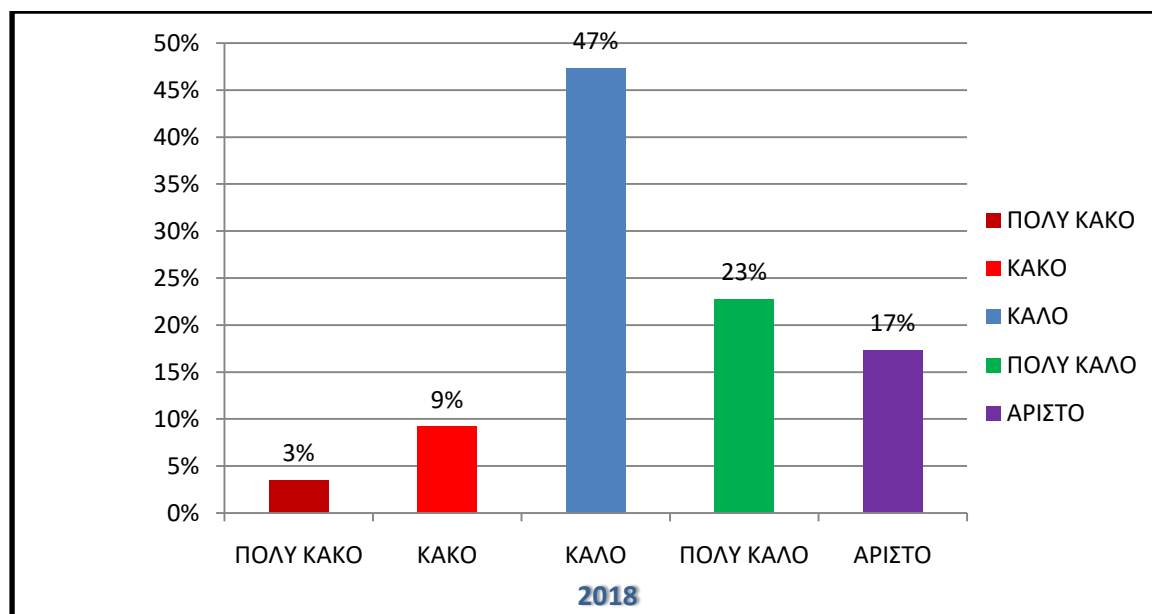
Πίνακας 14: Δρομολόγια και Συγκοινωνίες 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	3%	9%	47%	23%	17%
ΑΡΙΘΜΟΣ	11	29	150	72	55

Πίνακας 15: Δρομολόγια και Συγκοινωνίες 2018



Διάγραμμα 15: Δρομολόγια και Συγκοινωνίες 2017



Διάγραμμα 16: Δρομολόγια και Συγκοινωνίες 2018

Η κορύφωση των απαντήσεων αυτής της μεταβλητής και για το 2017 και για το 2018 βρίσκεται στην τιμή καλό, η οποία θεωρείται μια μέτρια απάντηση αυτής της κλίμακας. Το θετικό είναι ότι οι απαντήσεις πολύ καλό και άριστο έχουν μεγαλύτερη συχνότητα από τις ανεπιθύμητες τιμές πολύ κακό και κακό της κλίμακας.

VIII. Parking

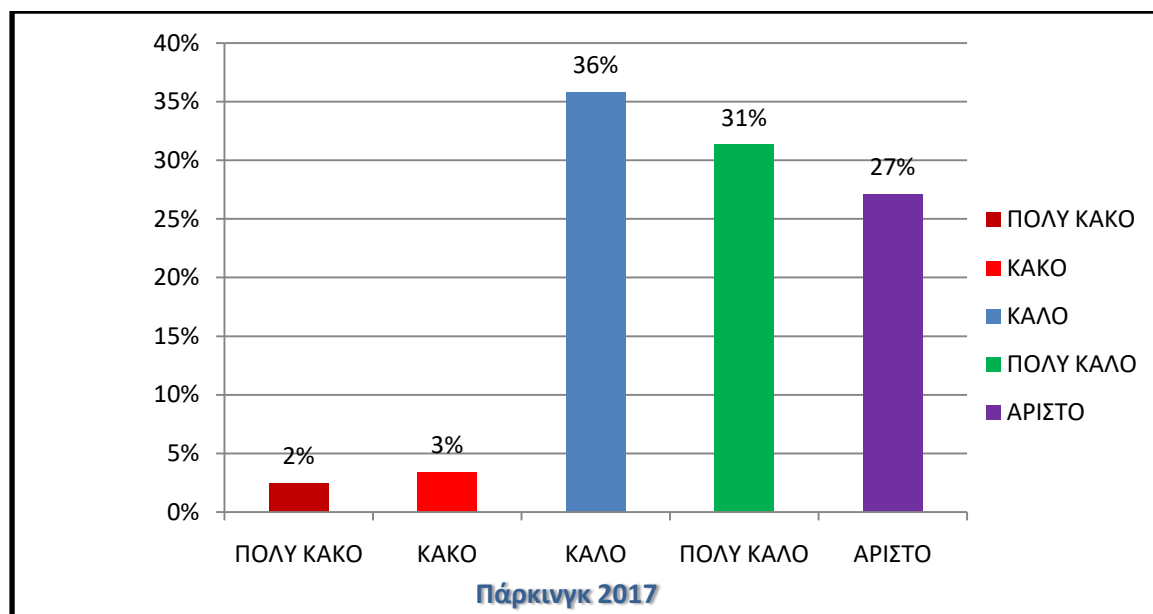
Το επόμενο χαρακτηριστικό του Ενυδρείου Κρήτης που ζητείται από τους επισκέπτες να αξιολογήσουν είναι το parking του ενυδρείου καθώς πολλοί από τους ντόπιους επισκέπτες ή ακόμα και τουρίστες που έχουν νοικιάσει αυτοκίνητο, χρησιμοποιούν το parking για να σταθμεύσουν το όχημά τους. Παρακάτω βρίσκεται ο πίνακας και το διάγραμμα ράβδων που αφορούν τις απαντήσεις που δόθηκαν από τους επισκέπτες του 2017 και του 2018.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	3%	36%	31%	27%
ΑΡΙΘΜΟΣ	11	15	160	140	121

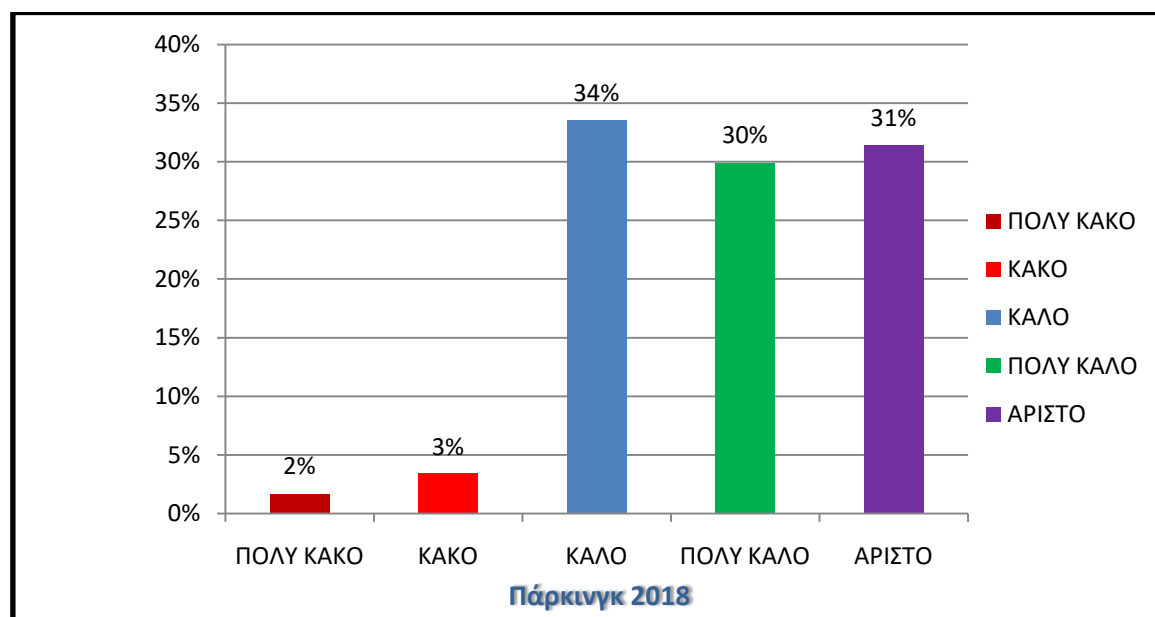
Πίνακας 16: Πάρκινγκ 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	3%	34%	30%	31%
ΑΡΙΘΜΟΣ	8	16	158	141	148

Πίνακας 17: Πάρκινγκ 2018



Διάγραμμα 17: Πάρκινγκ 2017



Διάγραμμα 18: Πάρκινγκ 2018

Όπως και παραπάνω η συχνότερη απάντηση που παρατηρείται είναι η τιμή καλό (36% και 34%), το οποίο και πάλι δεν είναι απαραίτητα αρνητικό εφόσον συνοδεύεται από εξίσου υψηλά ποσοστά απαντήσεων των τιμών πολύ καλό (31% και 30%) και άριστο (27% και 31%) και εξαιρετικά χαμηλά ποσοστά των τιμών πολύ κακό (2%) και κακό (3%).

ΙΧ. Τιμή εισιτηρίου

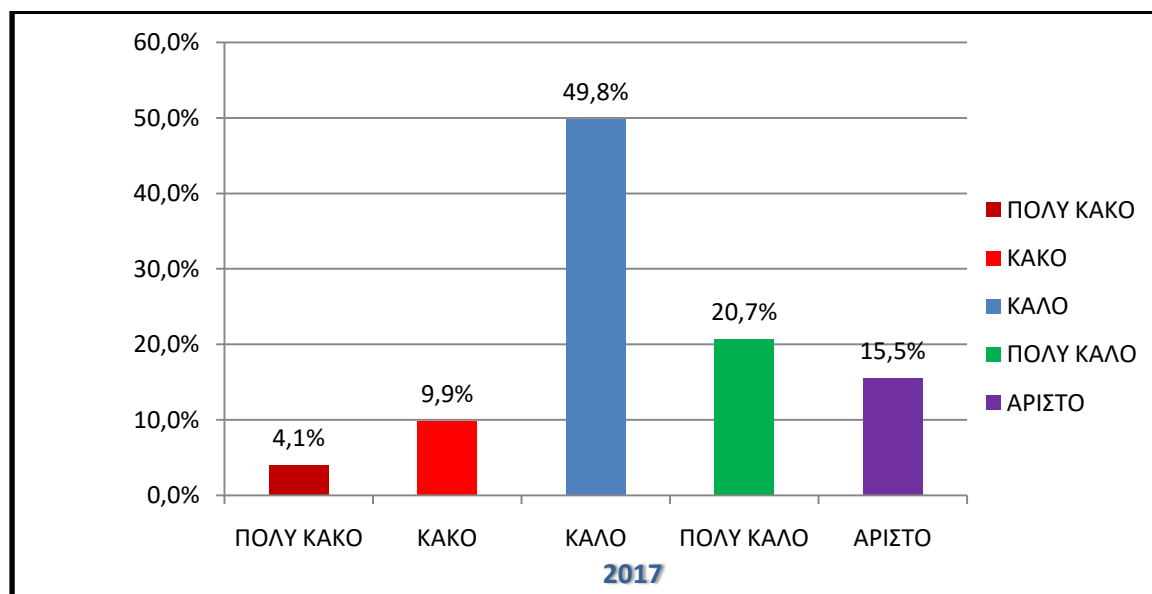
Το επόμενο δεδομένο που καλούνται οι επισκέπτες να σχολιάσουν είναι η τιμή του εισιτηρίου του Ενυδρείου Κρήτης. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι η τιμή του εισιτηρίου αλλάζει από τους χειμερινούς στους καλοκαιρινούς μήνες. Για τους καλοκαιρινούς μήνες (1/4-31/10) το εισιτήριο εισόδου για τους ενήλικες κοστίζει 10€ ανά άτομο ενώ τους χειμερινούς μήνες (1/11-31/3) το εισιτήριο εισόδου είναι 6€ ανά άτομο για όλες τις κατηγορίες επισκεπτών. Οι επισκέπτες απάντησαν κρίνοντας την τιμή που κατέβαλαν για το εισιτήριο ανεξάρτητα με την περίοδο την οποία το επισκέφθηκαν. Παρακάτω φαίνονται οι απαντήσεις των επισκεπτών του 2017 και του 2018 στον πίνακα απαντήσεων αλλά και στα ραβδογράμματα που προκύπτουν από αυτές.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	4,1%	9,9%	49,8%	20,7%	15,5%
ΑΡΙΘΜΟΣ	21	51	257	107	80

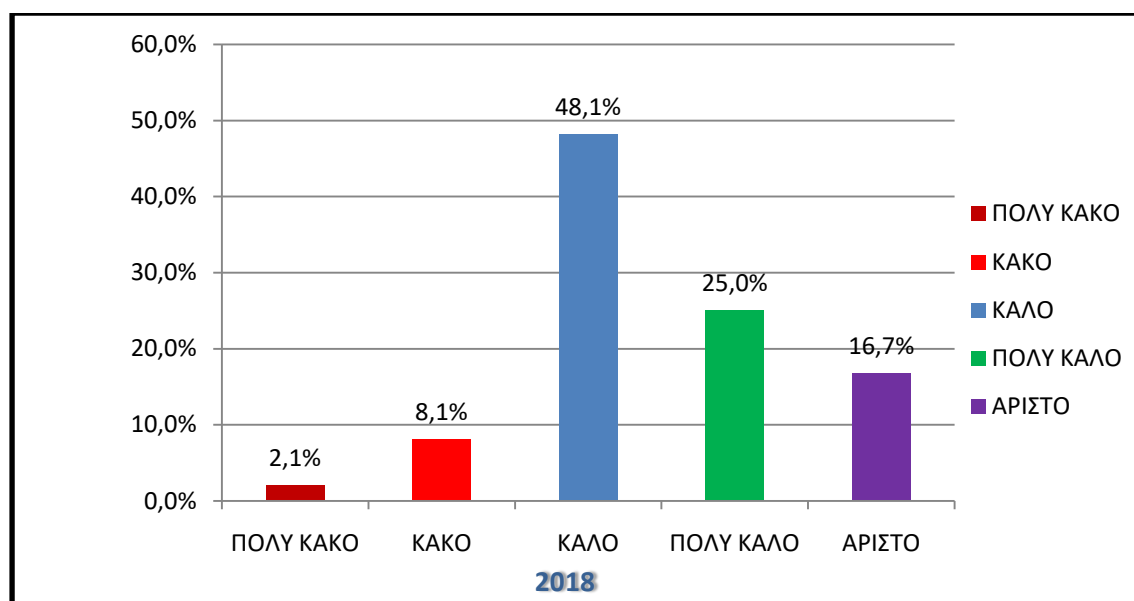
Πίνακας 18: Τιμή Εισιτηρίου 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2,1%	8,1%	48,1%	25%	16,7%
ΑΡΙΘΜΟΣ	11	43	256	133	89

Πίνακας 19: Τιμή Εισιτηρίου 2018



Διάγραμμα 19: Τιμή Εισιτηρίου 2017



Διάγραμμα 20: Τιμή Εισιτηρίου 2018

Στο ίδιο μοτίβο θα συνεχίσουν οι απαντήσεις σχετικά με την τιμή του εισιτηρίου του ενυδρείου. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησαν ότι η τιμή του εισιτηρίου είναι καλή, ενώ ακολουθούν εκείνοι που πιστεύουν ότι είναι πολύ καλή και έπειτα άριστη. Οι απαντήσεις πολύ κακό και κακό είναι ευτυχώς αρκετά χαμηλές σε συχνότητα κάτι που δεν είναι ανησυχητικό στην ανάλυση των απαντήσεων της έρευνας.

X. Ωράριο λειτουργίας

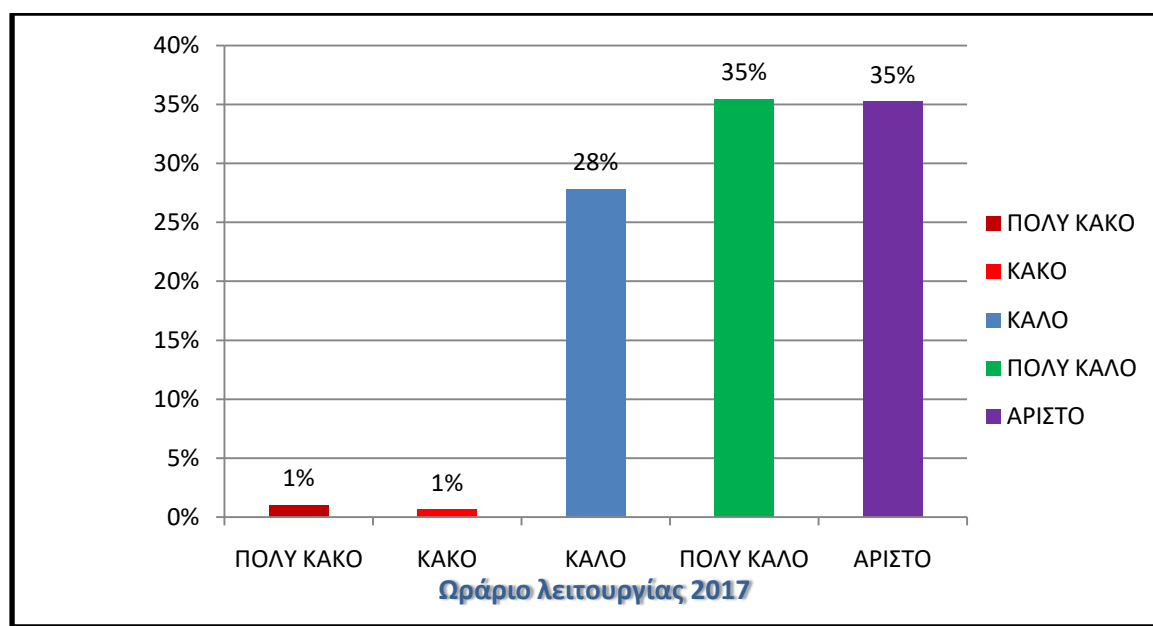
Έπειτα, οι επισκέπτες ερωτήθηκαν εάν το ωράριο λειτουργίας του εξυπηρέτησε κατά την επίσκεψή τους. Το ωράριο λειτουργίας όπως και η τιμή εισιτηρίου παραπάνω διαφέρουν ανάλογα με την εποχή. Για τους καλοκαιρινούς μήνες (1/4-31/10) το ωράριο λειτουργίας είναι 9:30-19:00 ενώ για τους χειμερινούς μήνες (1/11-31/3) είναι 9:30-16:00. Επομένως οι επισκέπτες απάντησαν σε σχέση με το ωράριο λειτουργίας που συνάντησαν κατά την επίσκεψή τους, όποτε κι αν ήταν αυτή. Παρακάτω φαίνονται οι απαντήσεις των επισκεπτών για το 2017 και το 2018 στον πίνακα και στο ραβδόγραμμα που ακολουθεί.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	1%	1%	28%	35%	35%
ΑΡΙΘΜΟΣ	5	3	138	176	175

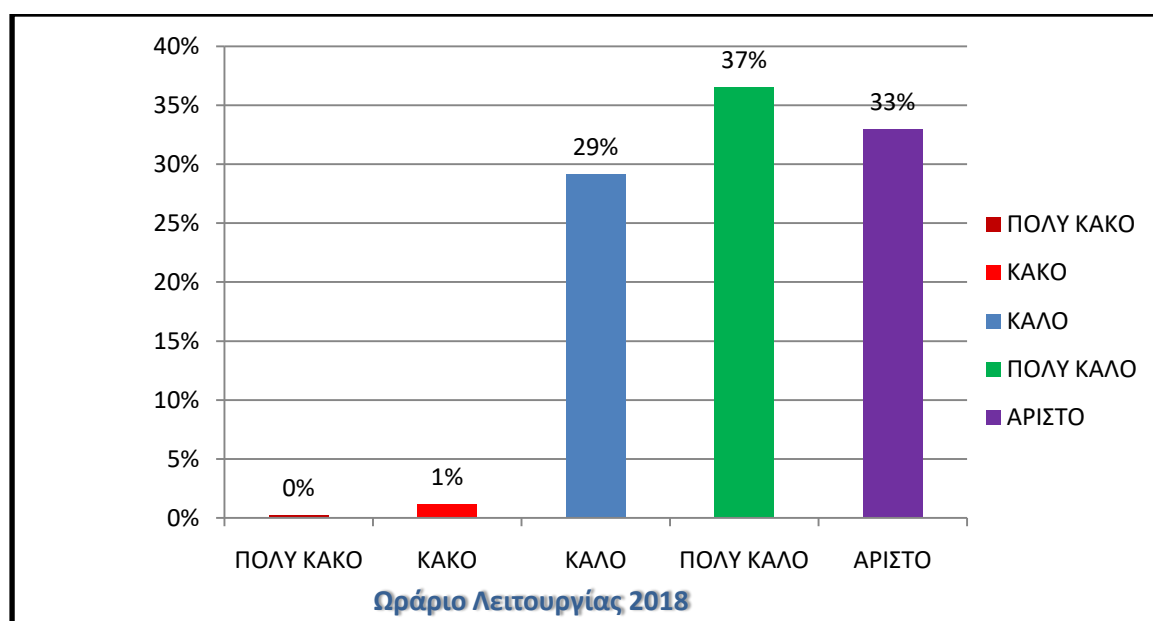
Πίνακας 20: Ωράριο Λειτουργίας 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	0%	1%	29%	37%	33%
ΑΡΙΘΜΟΣ	1	6	154	193	174

Πίνακας 21: Ωράριο Λειτουργίας 2018



Διάγραμμα 21: Ωράριο Λειτουργίας 2017



Διάγραμμα 22: Ωράριο Λειτουργίας 2018

Τα αποτελέσματα των απαντήσεων της ερώτησης αυτής είναι πολύ θετικά με τις δυο πιο επιθυμητές τιμές και καταλαμβάνουν το 70%, ενώ οι δυο ανεπιθύμητες τιμές το 1%-2% συνολικά. Επομένως οι επισκέπτες εξυπηρετούνται σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό από το ωράριο λειτουργίας του ενυδρείου Κρήτης.

ΧΙ. Αρχιτεκτονική και Διακόσμηση

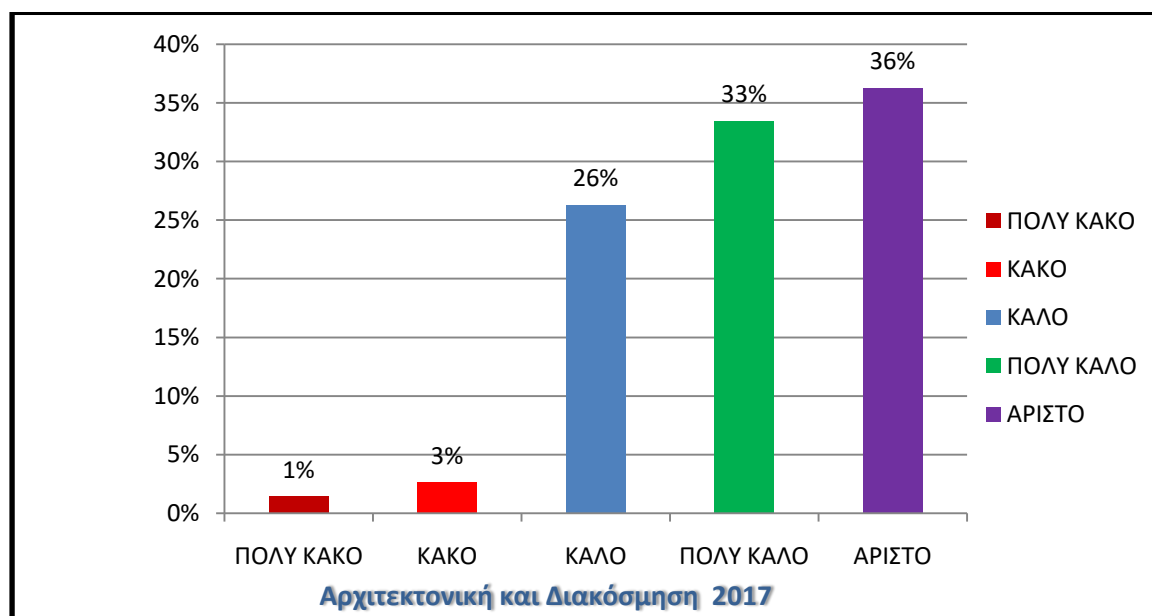
Στη συνέχεια οι επισκέπτες καλούνται να πουν την άποψή τους σχετικά με την αρχιτεκτονική και διακόσμηση του Ευδρείου Κρήτης. Το σχόλιο αυτό αφορά τις εγκαταστάσεις του ευδρείου, τις βιτρίνες, τις τοιχογραφίες και οτιδήποτε αφορά τη διακόσμησή του. Παρακάτω συγκεντρώνονται οι απαντήσεις των επισκεπτών του 2017 και του 2018 σε έναν πίνακα απαντήσεων αλλά και ένα ραβδόγραμμα για το καθένα.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	1%	3%	26%	33%	36%
ΑΡΙΘΜΟΣ	7	13	131	167	181

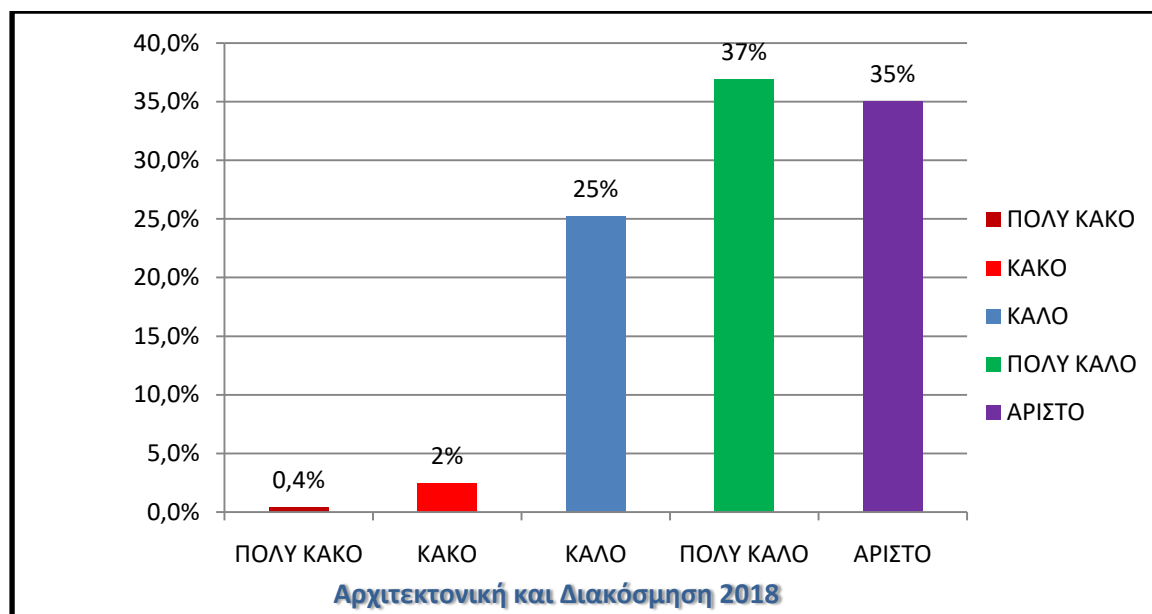
Πίνακας 22: Αρχιτεκτονική και Διακόσμηση 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	0,4%	2%	25%	37%	35%
ΑΡΙΘΜΟΣ	2	13	134	196	186

Πίνακας 23: Αρχιτεκτονική και Διακόσμηση 2018



Διάγραμμα 23: Αρχιτεκτονική και Διακόσμηση 2017



Διάγραμμα 24: Αρχιτεκτονική και Διακόσμηση 2018

Η αρχιτεκτονική και η διακόσμηση του Ενυδρείου Κρήτης είναι κάτι που ικανοποιεί σε εξαιρετικά υψηλό βαθμό τους επισκέπτες του και αυτό φαίνεται ξεκάθαρα από τις απαντήσεις που έχουν δώσει. Τα ποσοστά που κυριαρχούν είναι αυτά των τιμών πολύ καλό, άριστο και καλό, ενώ οι τιμές κακό και πολύ κακό είναι σχεδόν αμελητέες.

ΧΙΙ. Υποδοχή Ενυδρείου

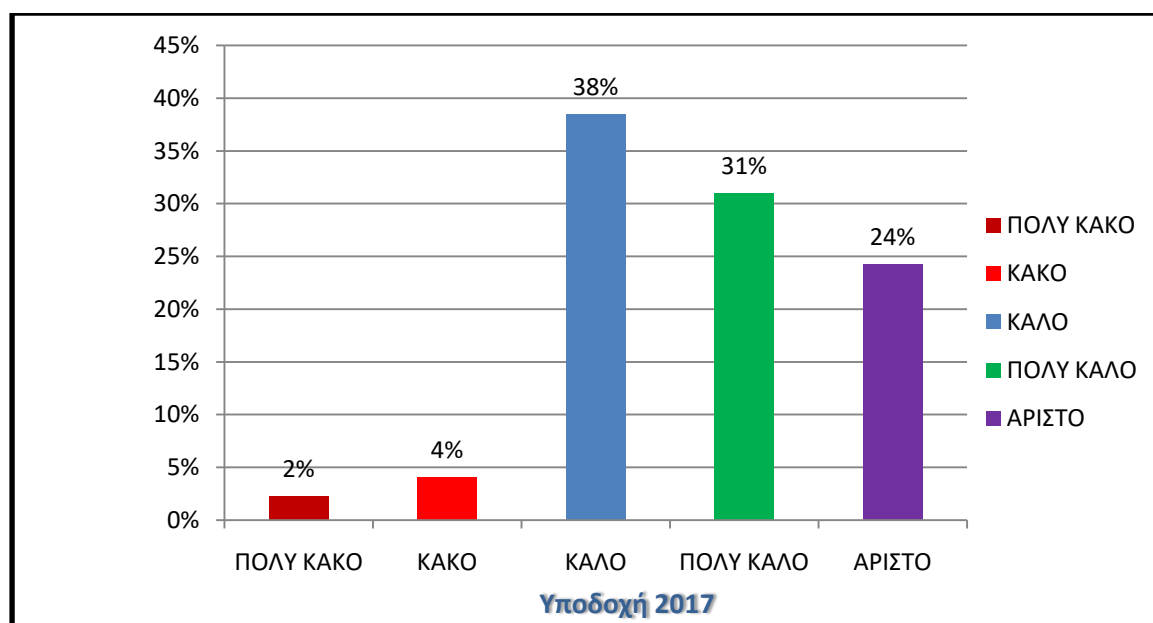
Στη συνέχεια οι επισκέπτες καλούνται να αξιολογήσουν την υποδοχή του Ενυδρείου Κρήτης. Παρακάτω βρίσκονται οι απαντήσεις των επισκεπτών του 2017 και του 2018 στον πίνακα και το ραβδόγραμμα.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	4%	38%	31%	24%
ΑΡΙΘΜΟΣ	11	20	189	152	119

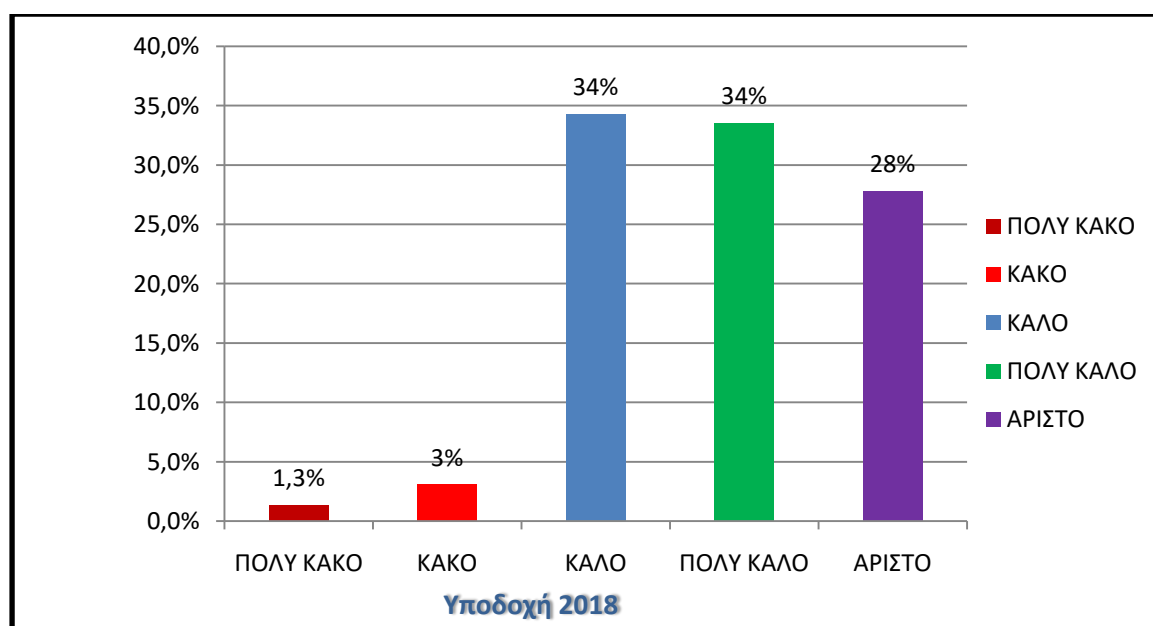
Πίνακας 24: Υποδοχή Ενυδρείου 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	1,3%	3%	34%	34%	28%
ΑΡΙΘΜΟΣ	7	16	179	175	145

Πίνακας 25: Υποδοχή Ενυδρείου 2018



Διάγραμμα 25: Υποδοχή Ενυδρείου 2017



Διάγραμμα 26: Υποδοχή Ενυδρείου 2018

Οι επιθυμητές απαντήσεις κυριαρχούν και για τις δυο χρονιές για την υποδοχή του ενυδρείου, όμως με πιο συχνή τιμή να είναι το καλό και στη συνέχεια το πολύ καλό και το άριστο. Εκείνοι που έδωσαν απαντήσεις όπως κακό και πολύ κακό, είναι συνολικά ένα πολύ μικρό ποσοστό των επισκεπτών. Σε αυτή την περίπτωση θα μπορούσε να γίνει μία σύσταση στους υπαλλήλους έτσι ώστε να είναι πάντα ευγενικοί και εξυπηρετικοί και να ελαχιστοποιηθούν τυχόν αναμονές για την κοπή του εισιτηρίου στην υποδοχή.

ΧΙΙΙ. Συμπεριφορά Προσωπικού

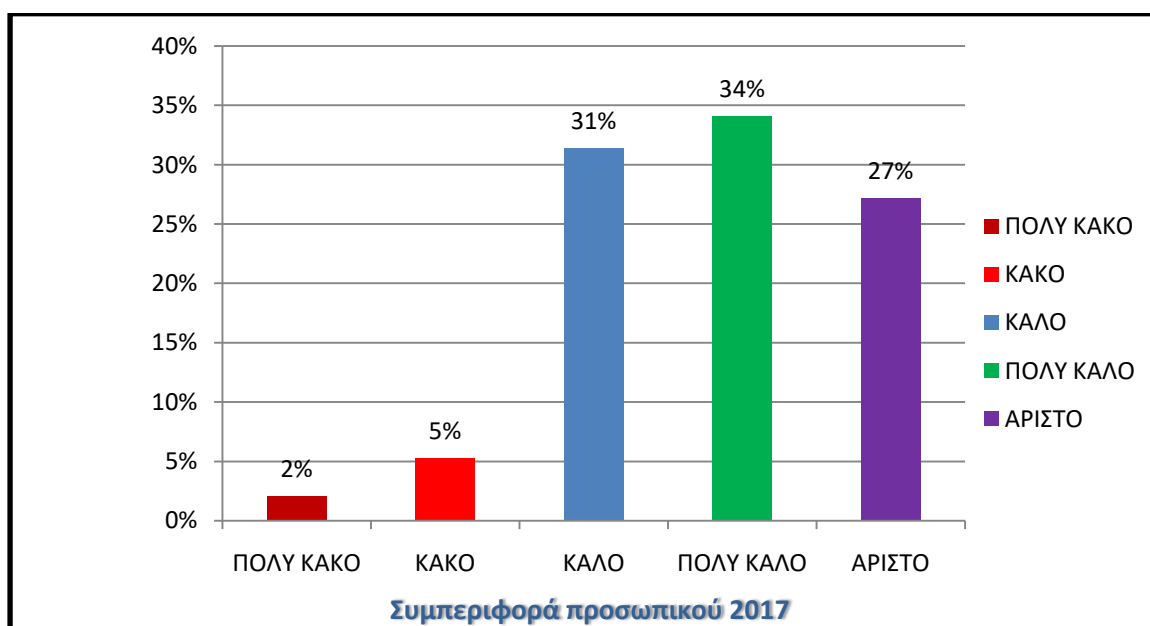
Οι επισκέπτες στη συνέχεια καλούνται να σχολιάσουν την συμπεριφορά του προσωπικού του Ενυδρείου Κρήτης ως προς την εξυπηρέτηση και τη διάθεσή τους προς το μέρος των πελατών του ενυδρείου. Παρακάτω φαίνεται η πρόθεση των επισκεπτών για το 2017 και το 2018.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	5%	31%	34%	27%
ΑΡΙΘΜΟΣ	10	25	149	162	129

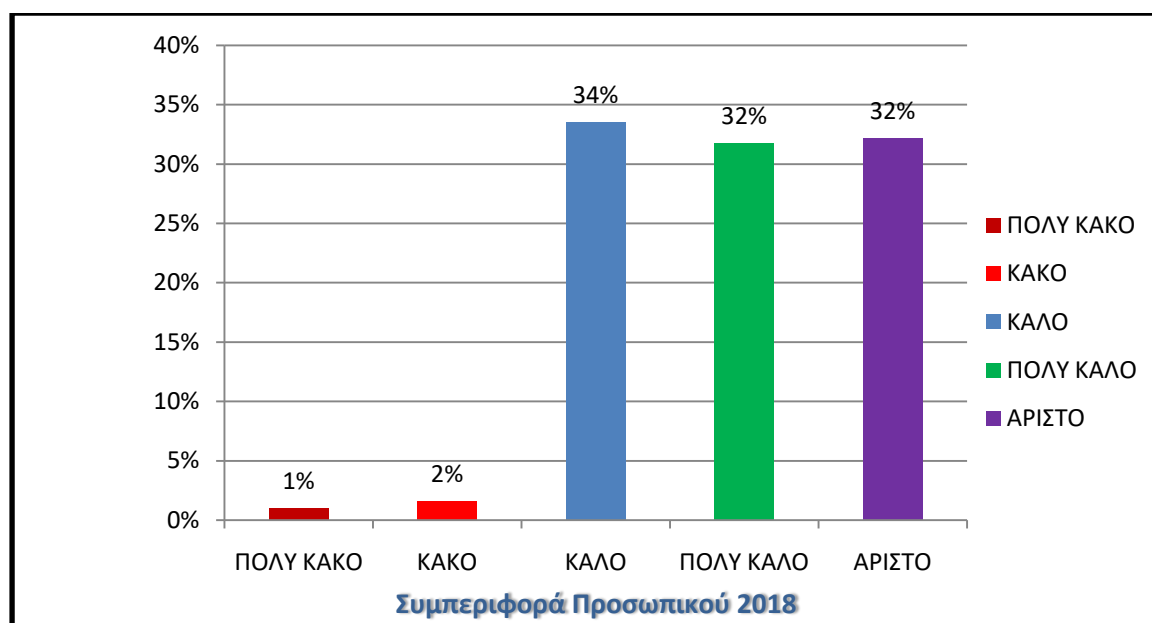
Πίνακας 26: Συμπεριφορά Προσωπικού 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	1%	2%	34%	32%	32%
ΑΡΙΘΜΟΣ	5	8	172	163	165

Πίνακας 27: Συμπεριφορά Προσωπικού 2018



Διάγραμμα 27: Συμπεριφορά Προσωπικού 2017



Διάγραμμα 28: Συμπεριφορά Προσωπικού 2018

Η συμπεριφορά του προσωπικού βρίσκεται και αυτή σε καλά πλαίσια αν κανείς παρατηρήσει το διάγραμμα ράβδων και τα ποσοστά απαντήσεων. Οι απαντήσεις που κυριαρχούν είναι θετικές με τις επιλογές καλό, πολύ καλό και άριστο να έχουν τη συντριπτική πλειοψηφία. Το γεγονός ότι οι θετικές απαντήσεις αποκτούν την πλειοψηφία δεν σημαίνει ότι η συμπεριφορά του προσωπικού δεν χρήζει βελτίωσης. Και σε αυτό το κομμάτι όπως και παραπάνω θα μπορούσε για το καλό του ενυδρείου να γίνει μία σύσταση ευγενικής συμπεριφοράς όσον αφορά την εξυπηρέτηση πελατών.

XIV. Ποικιλία

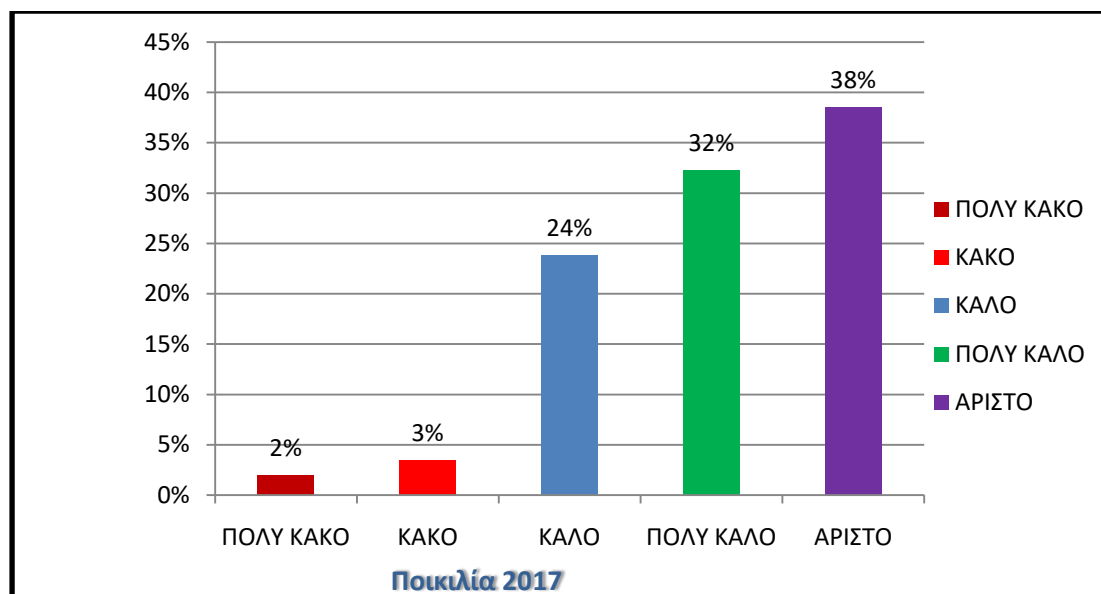
Το επόμενο ερώτημα αφορά την αξιολόγηση του Ενυδρείου ως προς την ποικιλία παρουσίασης ειδών που διαθέτει. Παρακάτω παραθέτονται οι απαντήσεις των επισκεπτών στον πίνακα απαντήσεων και το διάγραμμα ράβδων για το 2017 και το 2018.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	3%	24%	32%	38%
ΑΡΙΘΜΟΣ	10	17	119	161	192

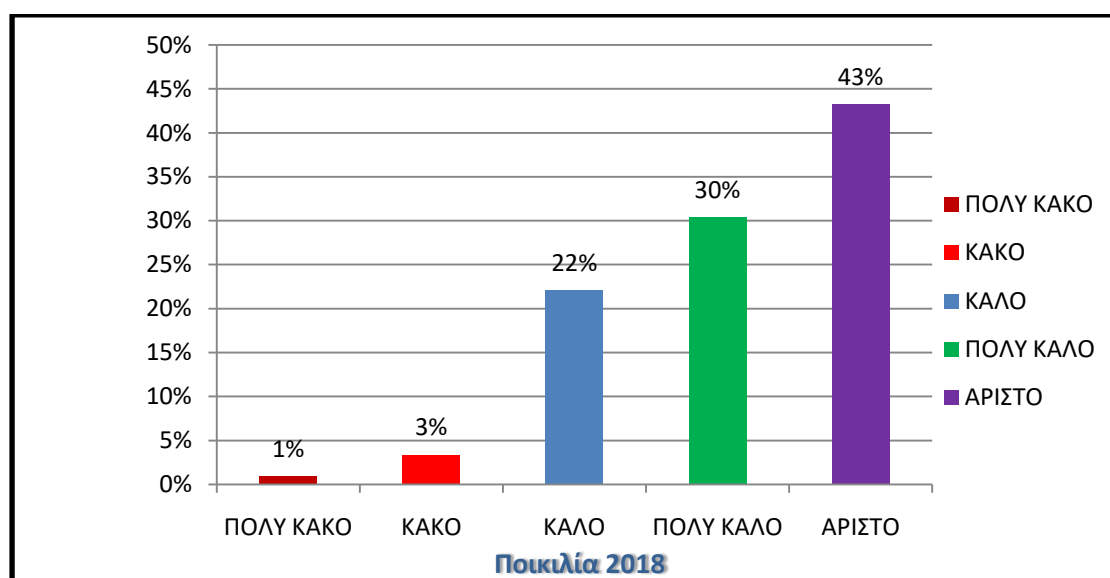
Πίνακας 28: Ποικιλία 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	1%	3%	22%	30%	43%
ΑΡΙΘΜΟΣ	5	18	117	161	229

Πίνακας 29: Ποικιλία 2018



Διάγραμμα 29: Ποικιλία 2017



Διάγραμμα 30: Ποικιλία 2018

Είναι πολύ θετικά τα αποτελέσματα στο κομμάτι της ποικιλίας των ειδών που παρουσιάζει το ενυδρείο Κρήτης. Η πιο συχνή απάντηση είναι το άριστο, έπειτα ακολουθεί το πολύ καλό, το καλό και τέλος το κακό και το πολύ κακό που δεν συγκεντρώνουν ιδιαίτερα μεγάλα ποσοστά. Σε αυτή την περίπτωση που έχουμε ανοδική καμπύλη ικανοποίησης, οι αρνητικές απαντήσεις θα μπορούσαν να σημαίνουν ότι κάποιοι πελάτες συγκρίνουν το ενυδρείο με άλλα Ευρωπαϊκά και είχαν υψηλότερες προσδοκίες από το CretAquarium.

Επομένως το 4% των αρνητικών απαντήσεων δεν αποτελεί πρόβλημα, ωστόσο θα μπορούσε κι εδώ να γίνει μία επένδυση σε περισσότερα θαλάσσια είδη έτσι ώστε οι επισκέπτες να μένουν εντυπωσιασμένοι από την ποικιλία του ενυδρείου κατά την έξοδό τους.

XV. Φωτισμός

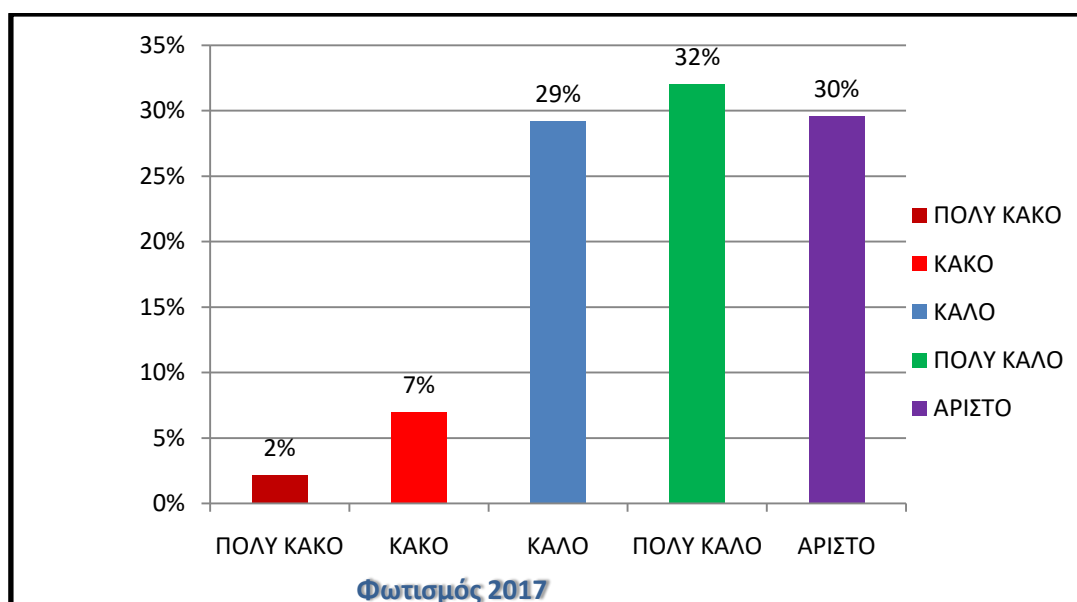
Το επόμενο ερώτημα προς τους συμμετέχοντες αφορά την άποψή τους προς το φωτισμό του ενυδρείου έτσι ώστε να παραθέεται με ενδιαφέρον ο υδροβιότοπός του. Τα αποτελέσματα των απαντήσεών τους για το 2017 και το 2018 φαίνονται παρακάτω στον πίνακα και ραβδόγραμμα που ακολουθεί.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	7%	29%	32%	30%
ΑΡΙΘΜΟΣ	11	35	147	161	149

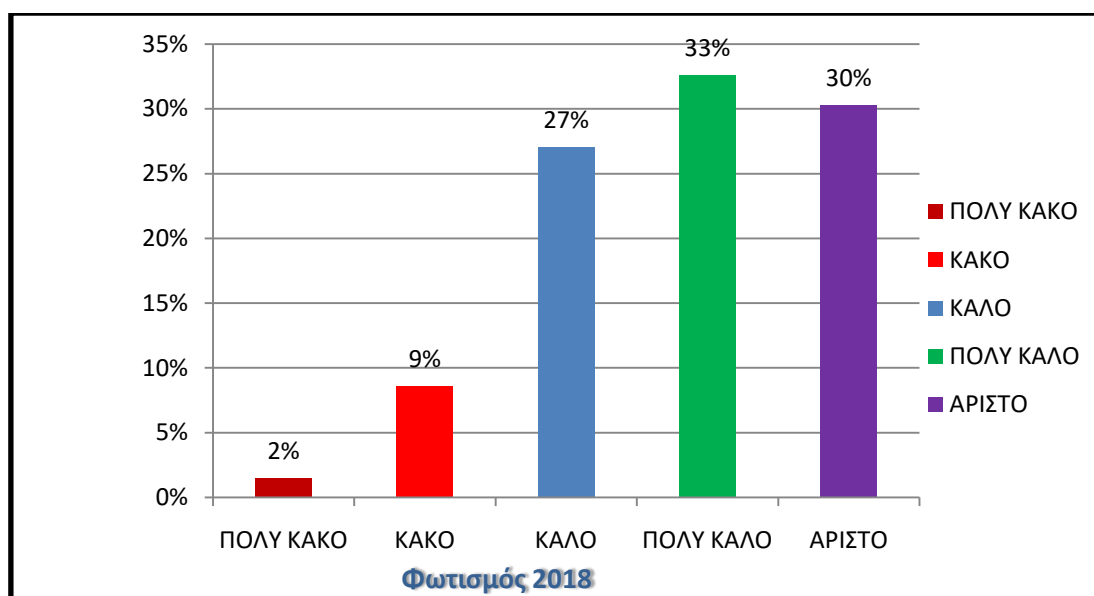
Πίνακας 30: Φωτισμός 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	9%	27%	33%	30%
ΑΡΙΘΜΟΣ	8	45	142	171	159

Πίνακας 31: Φωτισμός 2018



Διάγραμμα 31: Φωτισμός 2017



Διάγραμμα 32: Φωτισμός 2018

Ο φωτισμός του ενυδρείου είναι ένα θέμα που φαίνεται να ικανοποιεί τους επισκέπτες σε μεγάλο βαθμό με την απάντηση πολύ καλό να κυριαρχεί. Ακολουθεί η απάντηση άριστο και καλό. Η απάντηση κακό απαντήθηκε από το 7% (2017) και 9% (2018) των επισκεπτών και το 2% απάντησε πολύ κακό. Αυτό μας δείχνει ότι κάποιοι πελάτες δυσαρεστήθηκαν από το φωτισμό του ενυδρείου Κρήτης είτε επειδή δεν θεώρησαν ότι αναδεικνύει τις βιτρίνες, είτε επειδή μπορεί να ήταν χαλασμένες τη χρονική στιγμή που το επισκέφθηκαν. Για οποιοδήποτε λόγο ο φωτισμός φαίνεται να αποτελεί κάτι που χρήζει επίλυση για το 11% των επισκεπτών και αυτό θα πρέπει να διευθετηθεί.

XVI. Εκπαιδευτικές Ταινίες

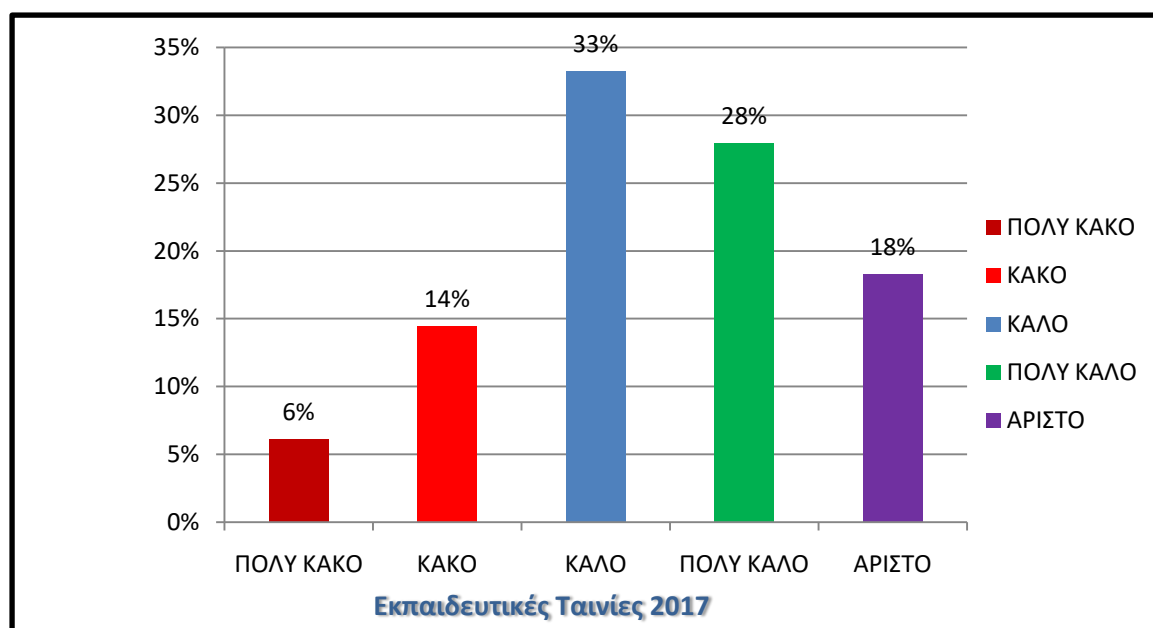
Η επόμενη αξιολόγηση αφορά τις εκπαιδευτικές ταινίες που προβάλλονται στο Ενυδρείο Κρήτης για μικρούς και μεγάλους έτσι ώστε να επεξηγήσει, να προβληματίσει και να κερδίσει το κοινό της η θάλασσα. Παρακάτω φαίνεται η γνώμη των επισκεπτών του 2017 και του 2018 σχετικά με τις εκπαιδευτικές ταινίες του ενυδρείου στον πίνακα και το διάγραμμα ράβδων.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	6%	14%	33%	28%	18%
ΑΡΙΘΜΟΣ	24	57	131	110	72

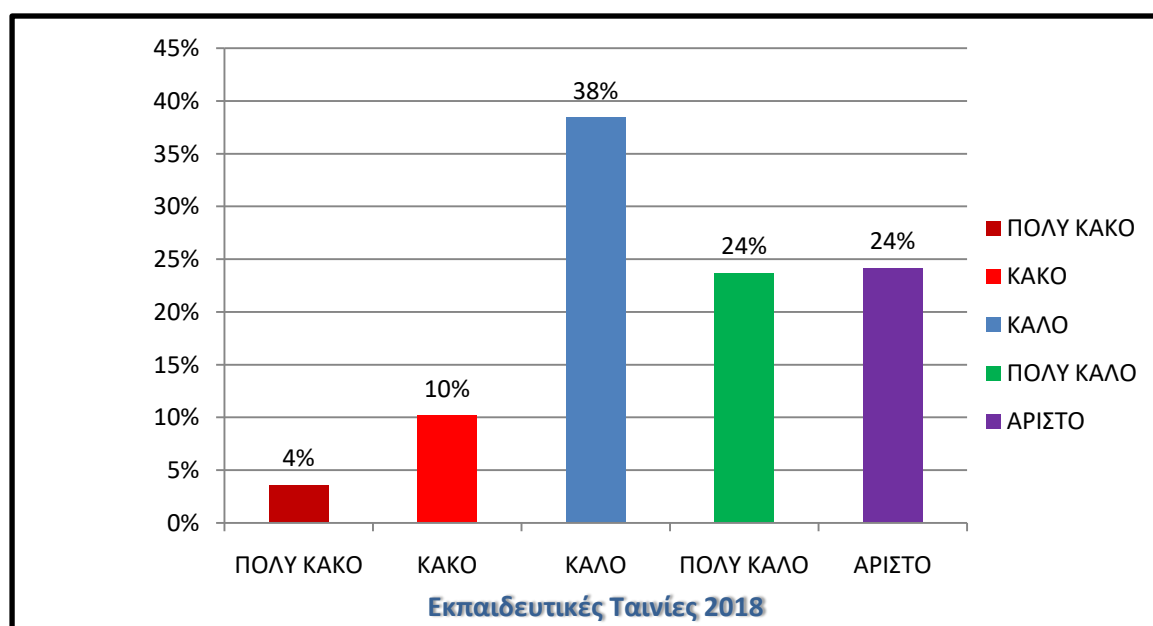
Πίνακας 32: Εκπαιδευτικές Ταινίες 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	4%	10%	38%	24%	24%
ΑΡΙΘΜΟΣ	14	40	151	93	95

Πίνακας 33: Εκπαιδευτικές Ταινίες 2018



Διάγραμμα 33: Εκπαιδευτικές Ταινίες 2017



Διάγραμμα 34: Εκπαιδευτικές Ταινίες 2018

Ένα σημαντικό ποσοστό και για το 2017 και για το 2018 έμεινε δυσαρεστημένο με τις εκπαιδευτικές ταινίες κάτι που σημαίνει ότι μπορούν να βελτιωθούν. Οι εκπαιδευτικές ταινίες είναι ένα θέμα που οι λειτουργοί και αρμόδιοι του ενυδρείου πρέπει να επιλύσουν διότι φαίνεται ότι δεν ικανοποιεί απόλυτα το κοινό.

XVII. Μουσική και Ατμόσφαιρα

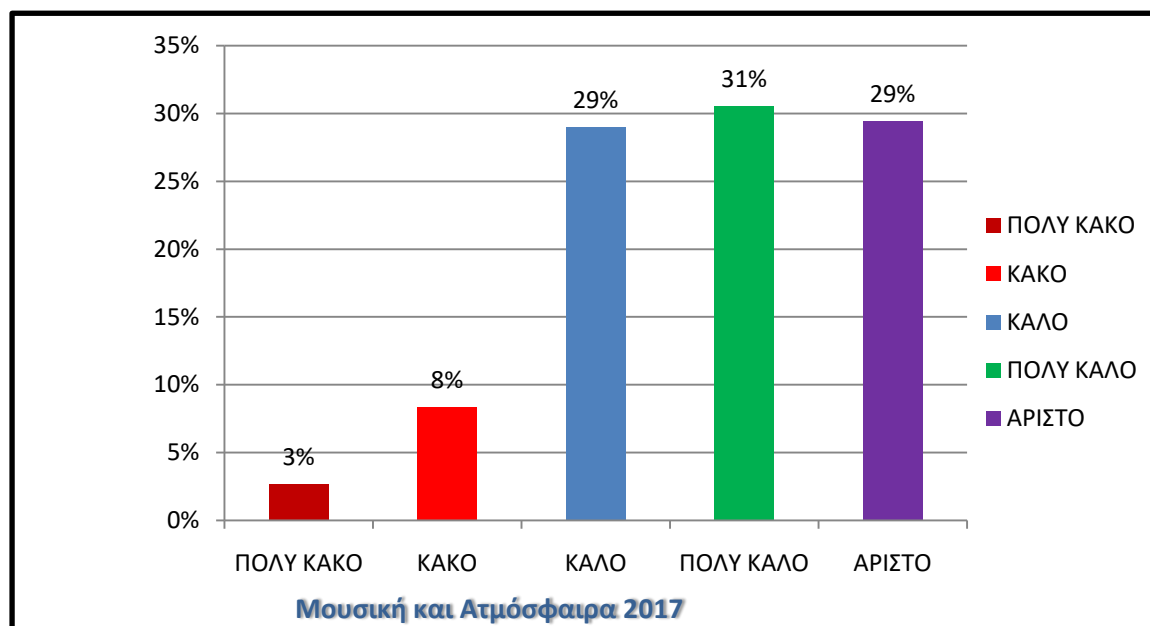
Η ατμόσφαιρα και η μουσική είναι ένα βασικό κομμάτι του ενυδρείου που πρέπει να λειτουργεί αρμονικά για να ευχαριστεί τον επισκέπτη, να τον ταξιδεύει σε μία εμπειρία μοναδική και να του δημιουργεί συναισθήματα έτσι ώστε η επίσκεψή του στο Ενυδρείο Κρήτης να του μείνει αξέχαστη. Στον παρακάτω πίνακα και ραβδόγραμμα φαίνονται συγκεντρωτικά οι απαντήσεις των επισκεπτών του 2017 και του 2018 σχετικά με την ατμόσφαιρα και τη μουσική του ενυδρείου.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	3%	8%	29%	31%	29%
ΑΡΙΘΜΟΣ	12	38	132	139	134

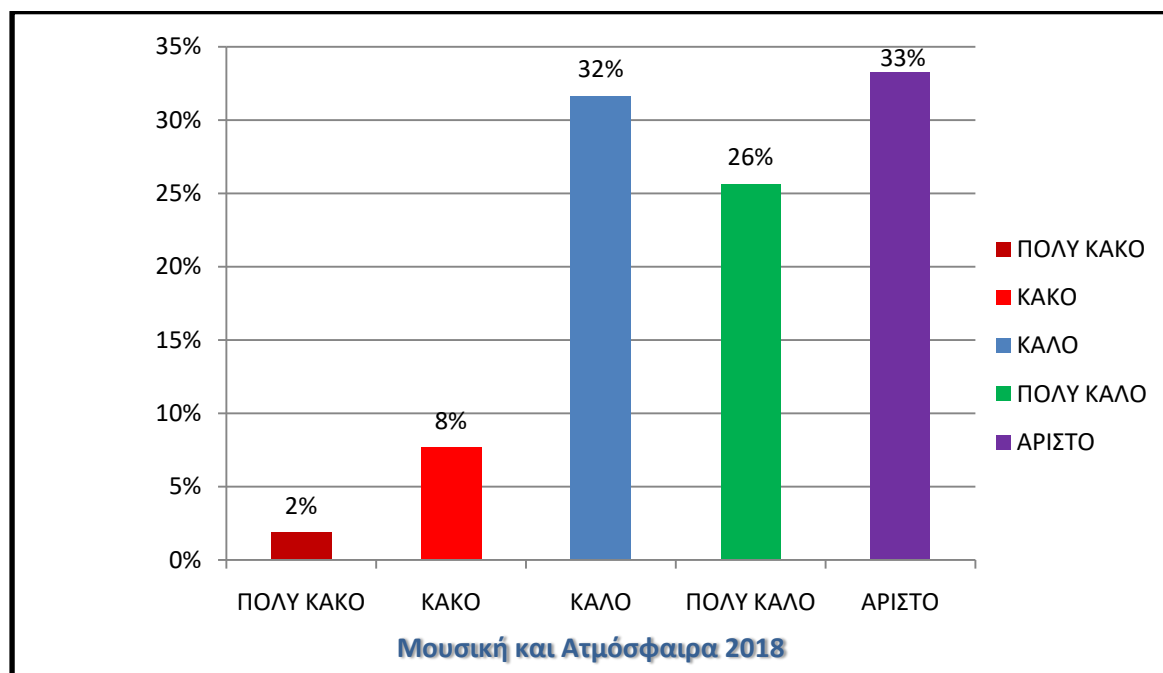
Πίνακας 34: Μουσική και Ατμόσφαιρα 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	8%	32%	26%	33%
ΑΡΙΘΜΟΣ	9	37	153	124	161

Πίνακας 35: Μουσική και Ατμόσφαιρα



Διάγραμμα 35: Μουσική και Ατμόσφαιρα 2017



Διάγραμμα 36: Μουσική και Ατμόσφαιρα 2018

Η μουσική και η ατμόσφαιρα πήρε στην πλειοψηφία θετικές αξιολογήσεις με τις απαντήσεις καλό, πολύ καλό και άριστο να μοιράζονται τις τρεις πρώτες θέσεις σε συχνότητα απαντήσεων. Η απάντηση κακό δόθηκε από το 8% των επισκεπτών ενώ το πολύ κακό απαντήθηκε από το 2%-3%. Επομένως, κι εδώ θα μπορούσε να ανιχνευτεί το πρόβλημα που οδηγεί το 10%-11% των επισκεπτών να αξιολογεί αρνητικά τη μουσική και την ατμόσφαιρα και έπειτα να επιλυθεί όσο το δυνατόν καλύτερα.

XVIII. Μουσειολογία

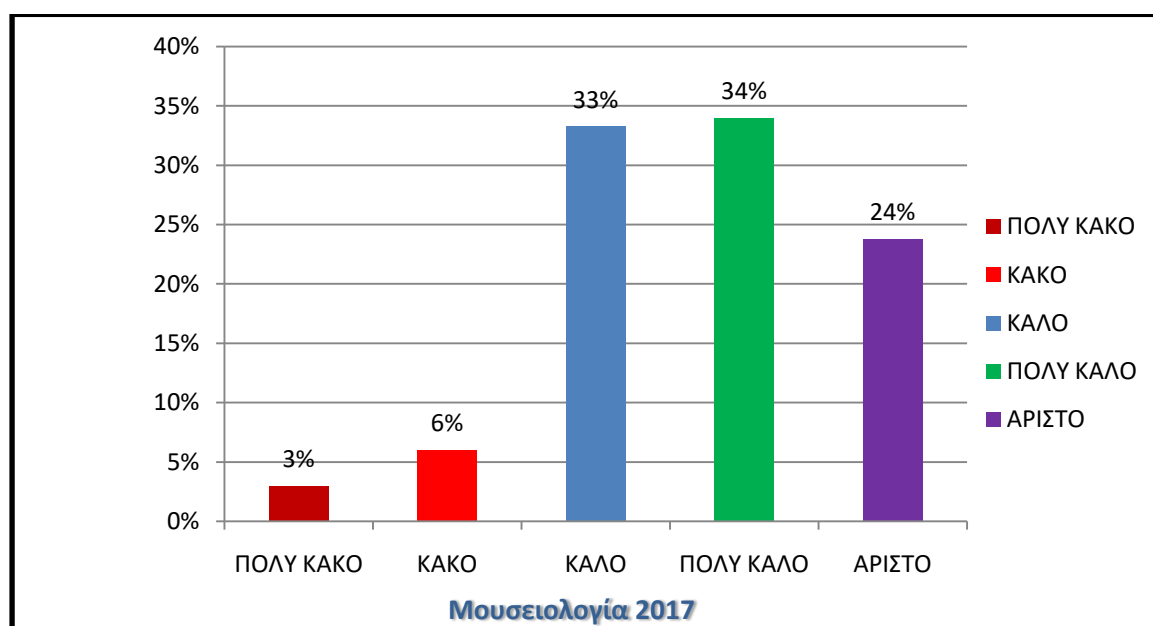
Η μουσειολογία είναι μια έννοια που είδαμε παραπάνω και αφορά την επιστήμη που ασχολείται με τα μουσεία και τα περιεχόμενά τους. Στο ερωτηματολόγιο συμπεριλαμβάνεται η αξιολόγηση της έννοιας αυτής όσον αφορά το ενυδρείο Κρήτης. Τα αποτελέσματα για το 2017 και 2018 διαμορφώνονται παρακάτω.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	3%	6%	33%	34%	24%
ΑΡΙΘΜΟΣ	12	24	133	136	95

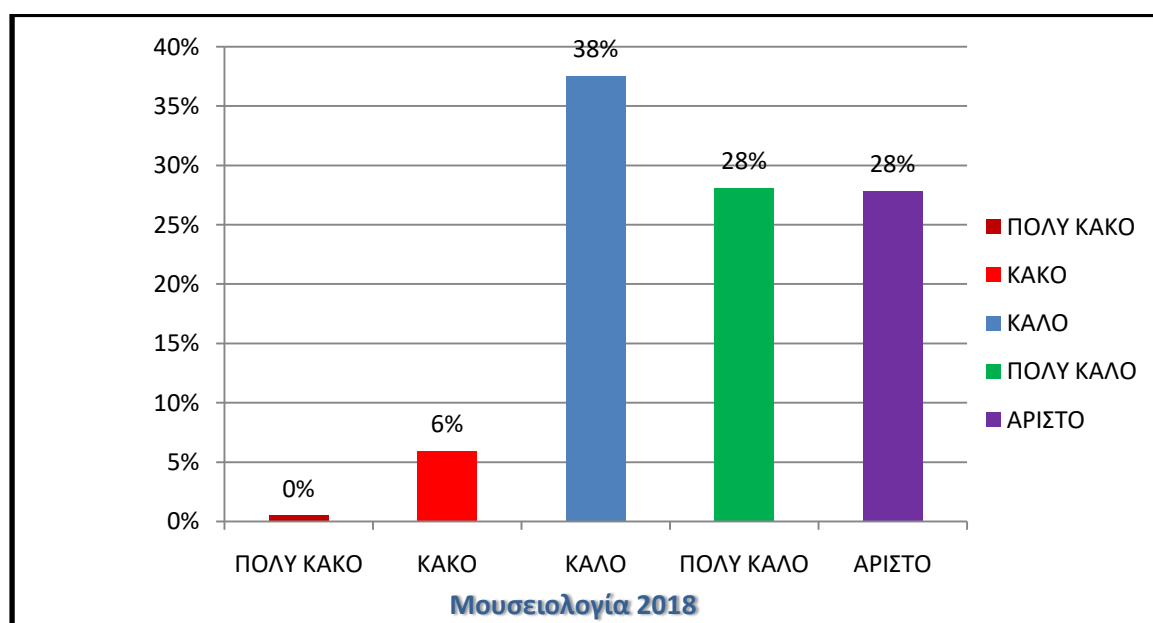
Πίνακας 36: Μουσειολογία 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	0%	6%	38%	28%	28%
ΑΡΙΘΜΟΣ	2	24	151	113	112

Πίνακας 37: Μουσειολογία 2018



Διάγραμμα 37: Μουσειολογία 2017



Διάγραμμα 38: Μουσειολογία 2018

Οι απαντήσεις που κυριαρχούν στο παραπάνω διάγραμμα είναι θετικές. Οι αρνητικές απαντήσεις κακό και πολύ κακό μαζεύουν 6% και 0%-3% αντίστοιχα. Τα αποτελέσματα βρίσκονται σε αρκετά επιθυμητά πλαίσια όμως και πάλι εάν αυτό που ενοχλεί το 6%-9% των επισκεπτών όσον αφορά τη μουσειολογία είναι γνωστό στους αρμόδιους θα μπορούσε να επιλυθεί προς όφελος του ενυδρείου.

XIX. Καφετέρια-Εστιατόριο

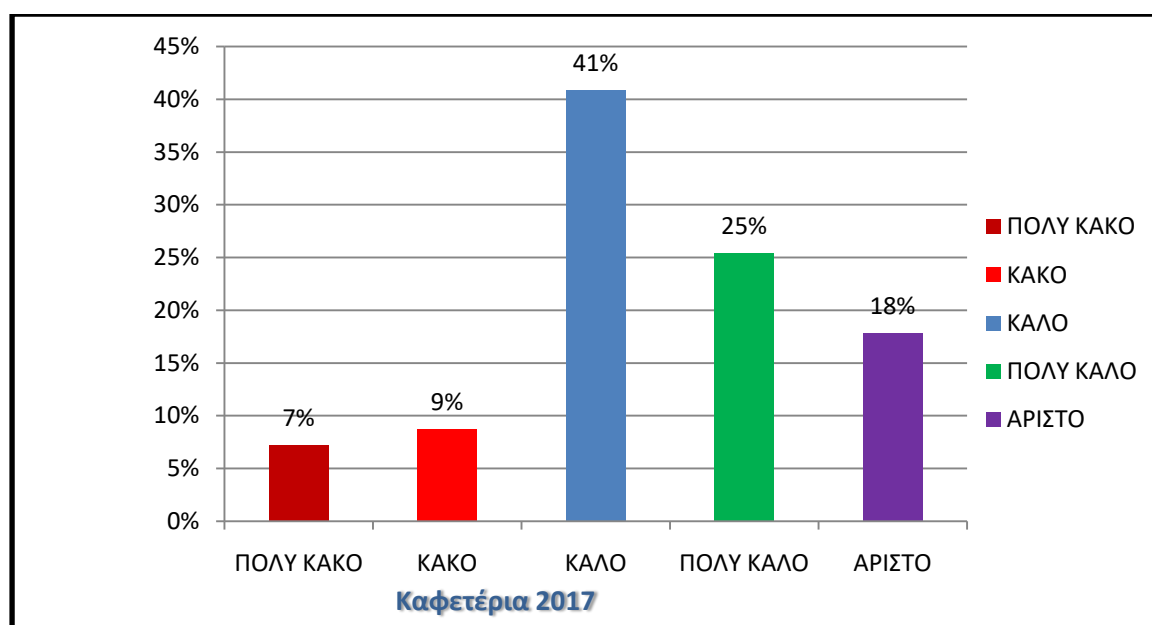
Η καφετέρια- εστιατόριο του ενυδρείου βρίσκεται και αυτή στην διαδικασία αξιολόγησης και τα αποτελέσματα για το 2017 και το 2018 βρίσκονται παρακάτω.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	7%	9%	41%	25%	18%
ΑΡΙΘΜΟΣ	19	23	108	67	47

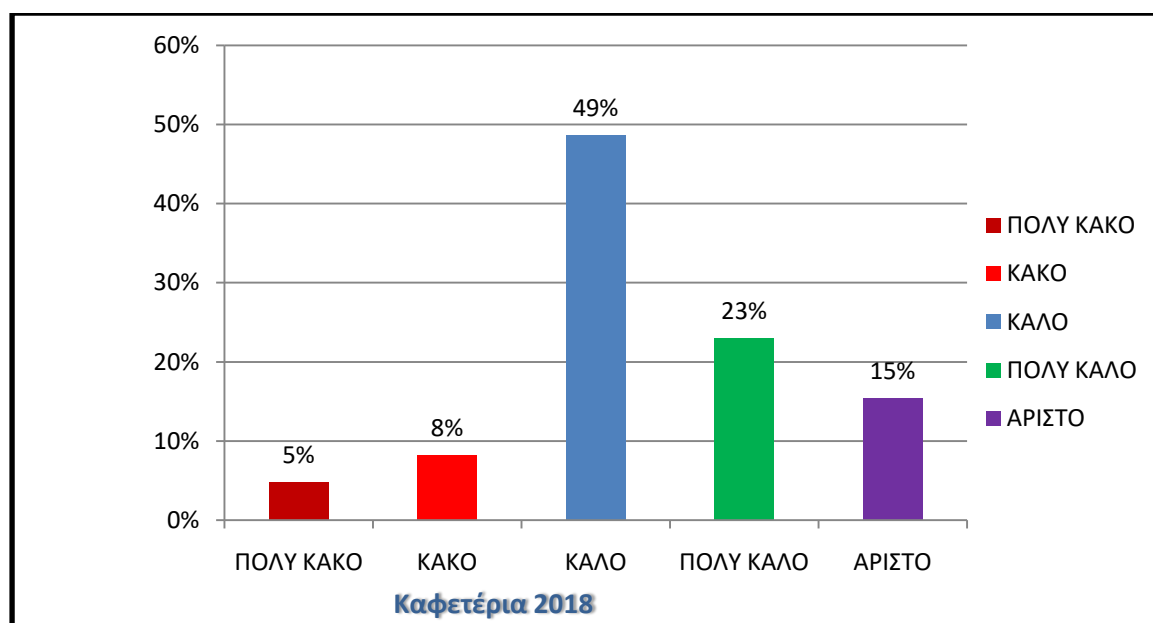
Πίνακας 38: Καφετέρια Εστιατόριο 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	5%	8%	49%	23%	15%
ΑΡΙΘΜΟΣ	14	24	142	67	45

Πίνακας 39: Καφετέρια Εστιατόριο 2018



Διάγραμμα 39: Καφετέρια Εστιατόριο 2017



Διάγραμμα 40: Καφετέρια Εστιατόριο 2018

Η απάντηση που κυριαρχεί για την αξιολόγηση του καφέ-εστιατορίου του ενυδρείου είναι το καλό, μία απάντηση η οποία είναι μέτρια στην κλίμακα που χρησιμοποιήθηκε για το ερωτηματολόγιο του ενυδρείου Κρήτης. Οι επιθυμητές απαντήσεις πολύ καλό και άριστο απαντήθηκαν ακολούθως. Οι αρνητικές απαντήσεις κακό και πολύ κακό απαντήθηκαν με μικρότερη συχνότητα. Οι υπεύθυνοι της καφετέριας του ενυδρείου θα μπορούσαν να εντοπίσουν και να βελτιώσουν τα προβλήματα έτσι ώστε να εξυπηρετούνται οι ανάγκες των πελατών τους.

XX. Μπουτίκ Ενυδρείου

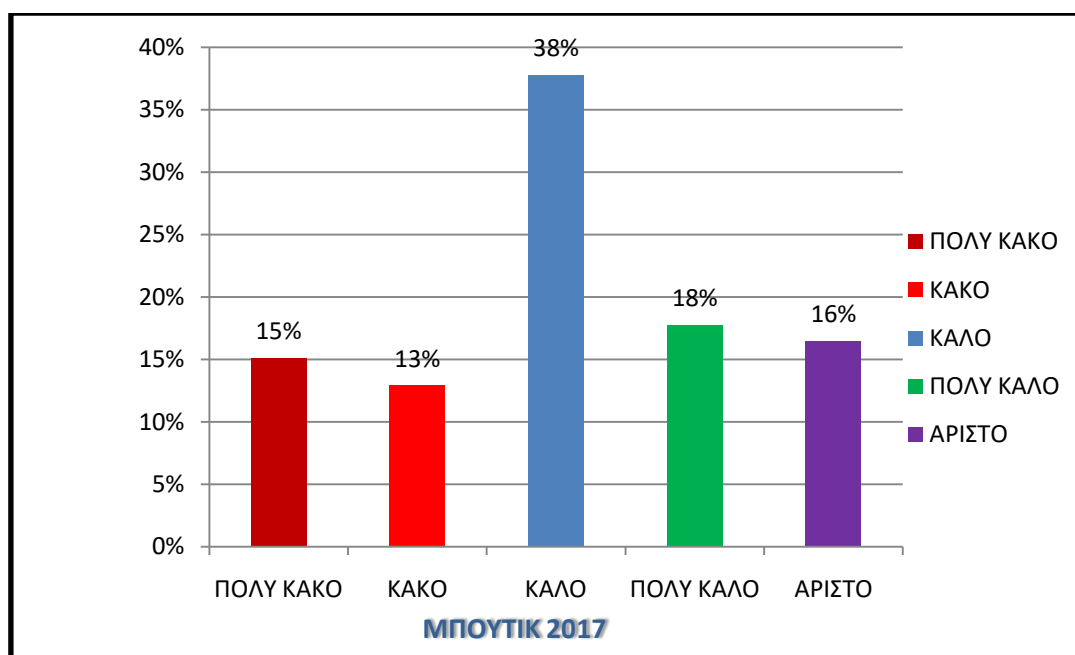
Η μπουτίκ του ενυδρείου βρίσκεται μέσα στο κτήριο και απευθύνεται σε εκείνων που θέλουν να προμηθευτούν αναμνηστικά δώρα εμπνευσμένα από τον κόσμο της θάλασσας και είναι η επόμενη στην αξιολόγηση με τα αποτελέσματα που ακολουθούν για το 2017 και το 2018.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	15%	13%	38%	18%	16%
ΑΡΙΘΜΟΣ	34	29	85	40	37

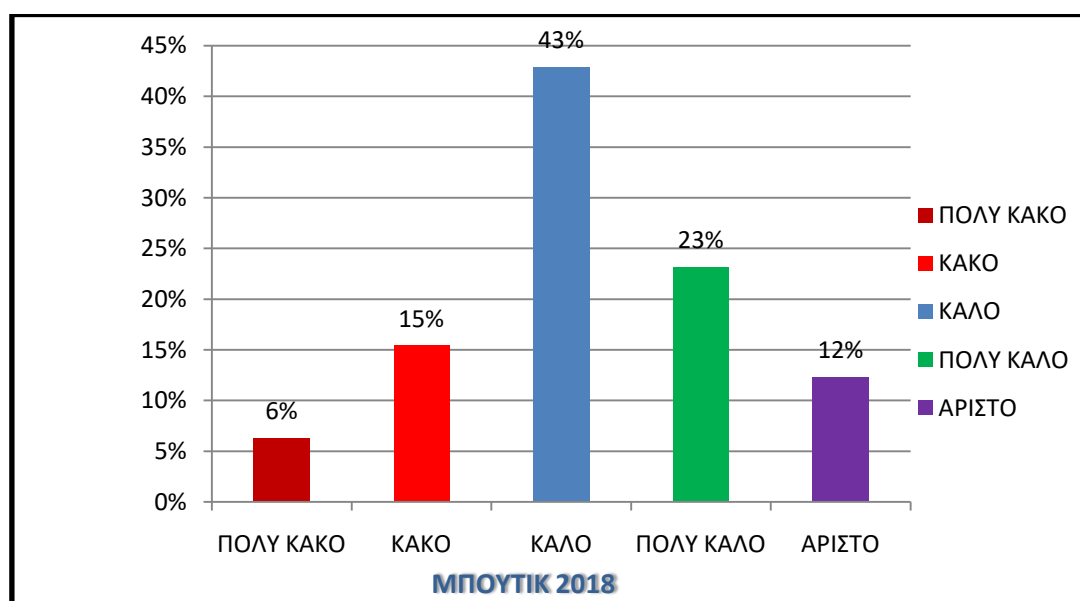
Πίνακας 40: Μπουτίκ 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	6%	15%	43%	23%	12%
ΑΡΙΘΜΟΣ	22	54	150	81	43

Πίνακας 41: Μπουτίκ 2018



Διάγραμμα 41: Μπουτίκ 2017



Διάγραμμα 42: Μπουτίκ 2018

Όπως φαίνεται στα διαγράμματα ράβδων οι απαντήσεις για την αξιολόγηση της μπουτίκ αυξήθηκαν από το 2017 στο 2018 για τις απαντήσεις καλό, πολύ καλό και κακό ενώ μειώθηκαν για το πολύ κακό και το άριστο. Οι απαντήσεις δηλαδή συσσωρεύτηκαν προς τις μεσαίες απαντήσεις της κλίμακας. Αυτό σημαίνει ότι τυχόν προβλήματα μπορεί να επιλύθηκαν όμως η μπουτίκ συνεχίζει και αντιμετωπίζει προβλήματα τα οποία οδηγούν τους επισκέπτες να αξιολογήσουν μέτρια τη μπουτίκ.

XXI. Καθαριότητα

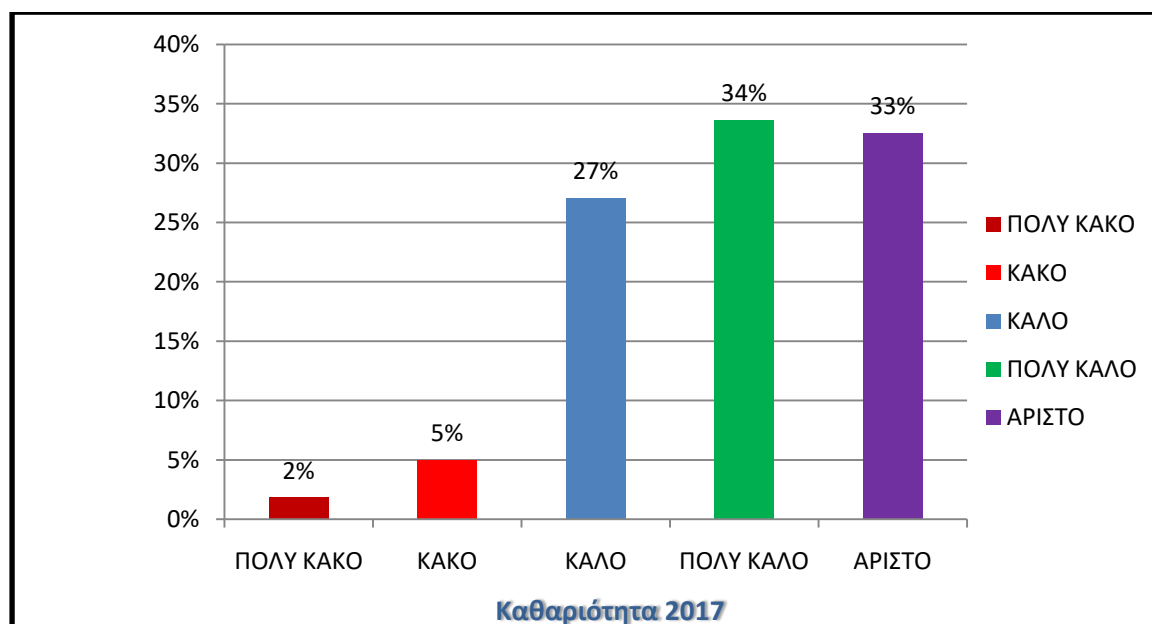
Η αξιολόγηση της καθαριότητας είναι πολύ σημαντική για τους λειτουργούς του ενυδρείου έτσι ώστε να τη ρυθμίσουν καλύτερα αν υπάρχει λόγος ή να την επιβραβεύσουν εάν βρίσκεται σε επιθυμητά επίπεδα. Τα αποτελέσματα που μας παρέχουν οι απαντήσεις των επισκεπτών για το 2017 και το 2018 βρίσκονται παρακάτω.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	5%	27%	34%	33%
ΑΡΙΘΜΟΣ	8	22	120	149	144

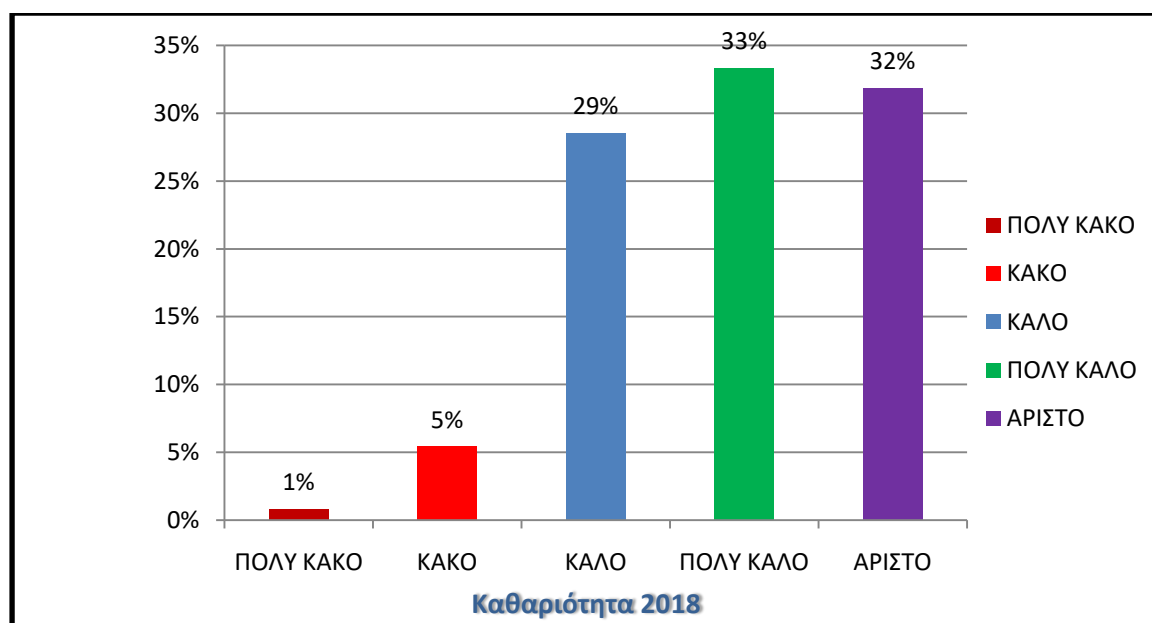
Πίνακας 42: Καθαριότητα 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	1%	5%	29%	33%	32%
ΑΡΙΘΜΟΣ	4	26	137	160	153

Πίνακας 43: Καθαριότητα 2018



Διάγραμμα 43: Καθαριότητα 2017



Διάγραμμα 44: Καθαριότητα 2018

Όπως συμπεραίνουμε από τις απαντήσεις, η καθαριότητα του ενυδρείου Κρήτης βρίσκεται σε επίπεδα επιθυμητά για τους επισκέπτες του ενυδρείου με τις απαντήσεις πολύ καλό και άριστο να κυριαρχούν. Το ποσοστό των δυσαρεστημένων με την καθαριότητα επισκεπτών είναι το 6%-7%, το οποίο μπορεί να αποτελεί εξαίρεση περιπτώσεων καθαριότητας. Είναι σημαντικό το ότι η τάση των απαντήσεων δεν άλλαξε από το 2017 έως το 2018.

XXII. Ακουστική Ξενάγηση

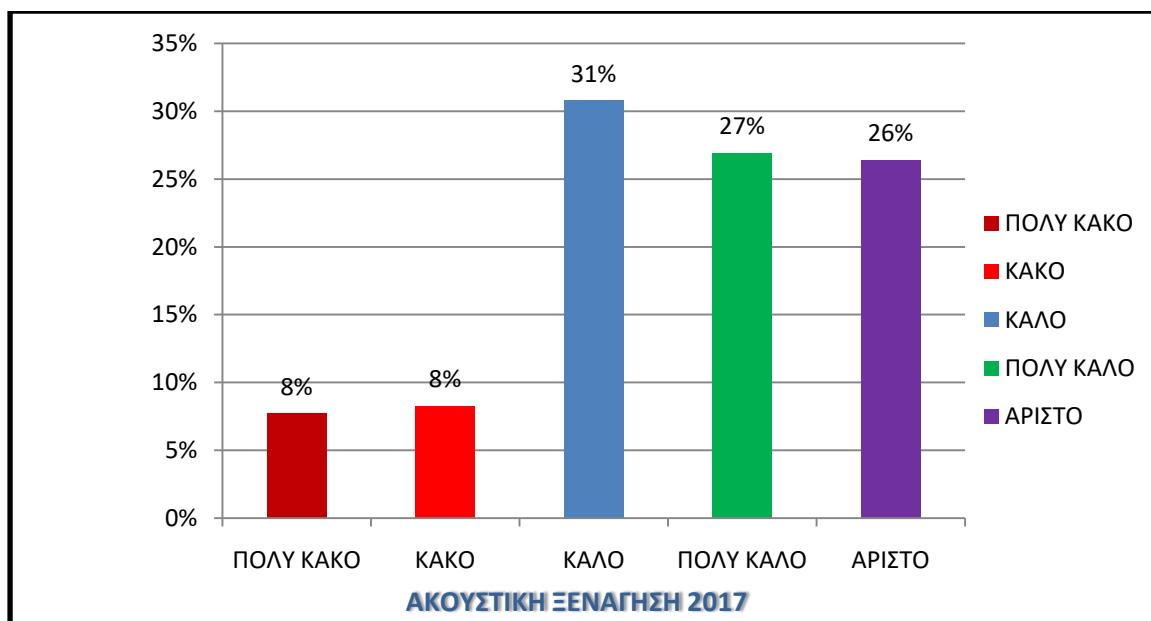
Η ακουστική ξενάγηση είναι μία υπηρεσία που παρέχει το ενυδρείο προκειμένου να καλωσορίσει, να κατατοπίσει και να ενημερώσει τον επισκέπτη σχετικά με τις θαλάσσιες πληροφορίες του. Η αξιολόγησή της όσων επέλεξαν ακουστική ξενάγηση στην επίσκεψή τους βρίσκεται παρακάτω.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	8%	8%	31%	27%	26%
ΑΡΙΘΜΟΣ	14	15	56	49	48

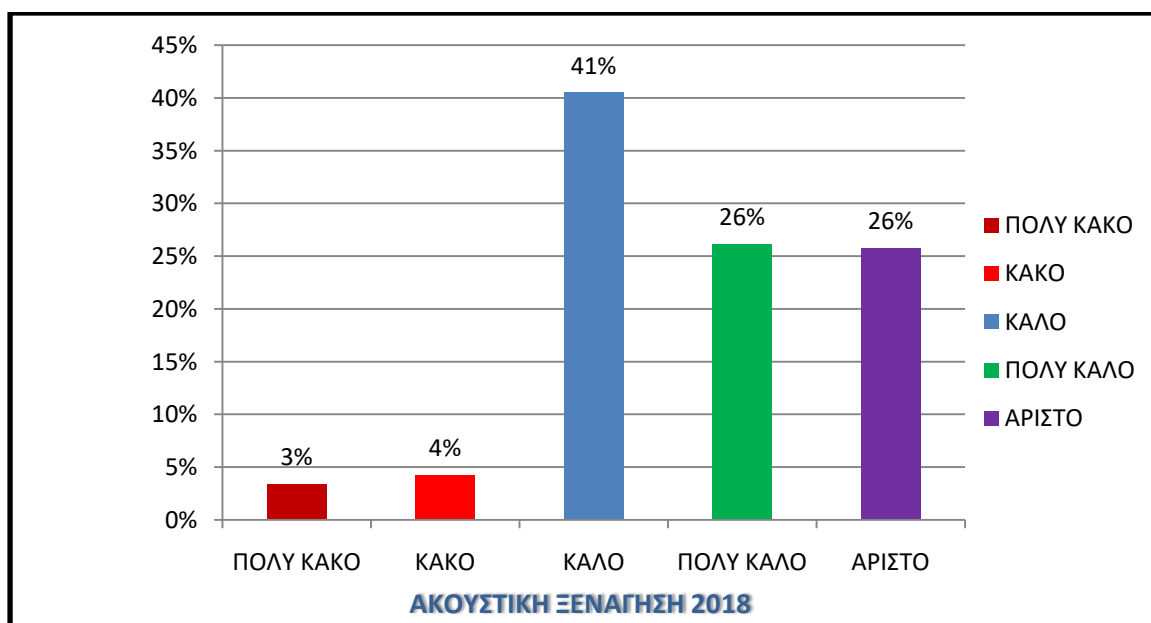
Πίνακας 44: Ακουστική Ξενάγηση 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	3%	4%	41%	26%	26%
ΑΡΙΘΜΟΣ	8	10	96	62	61

Πίνακας 45: Ακουστική Ξενάγηση 2018



Διάγραμμα 45: Ακουστική Ξενάγηση 2017



Διάγραμμα 46: Ακουστική Ξενάγηση 2018

Η ακουστική ξενάγηση έχει ξεκάθαρα βελτιωθεί από το 2017 στο 2018, καθώς τα ποσοστά των αρνητικών απαντήσεων (πολύ κακό και κακό) έχουν μειωθεί κατά 9 μονάδες και έχουν συσσωρευτεί στην απάντηση καλό. Επομένως φαίνεται ότι το πρόβλημα της ακουστικής ξενάγησης έχει εντοπιστεί και επιλύεται. Μπορεί τα αποτελέσματα να μην είναι άριστα όμως η σύγκριση του 2017 με το 2018 είναι εντυπωσιακά θετική.

XXIII. Ενημερωτικό Υλικό

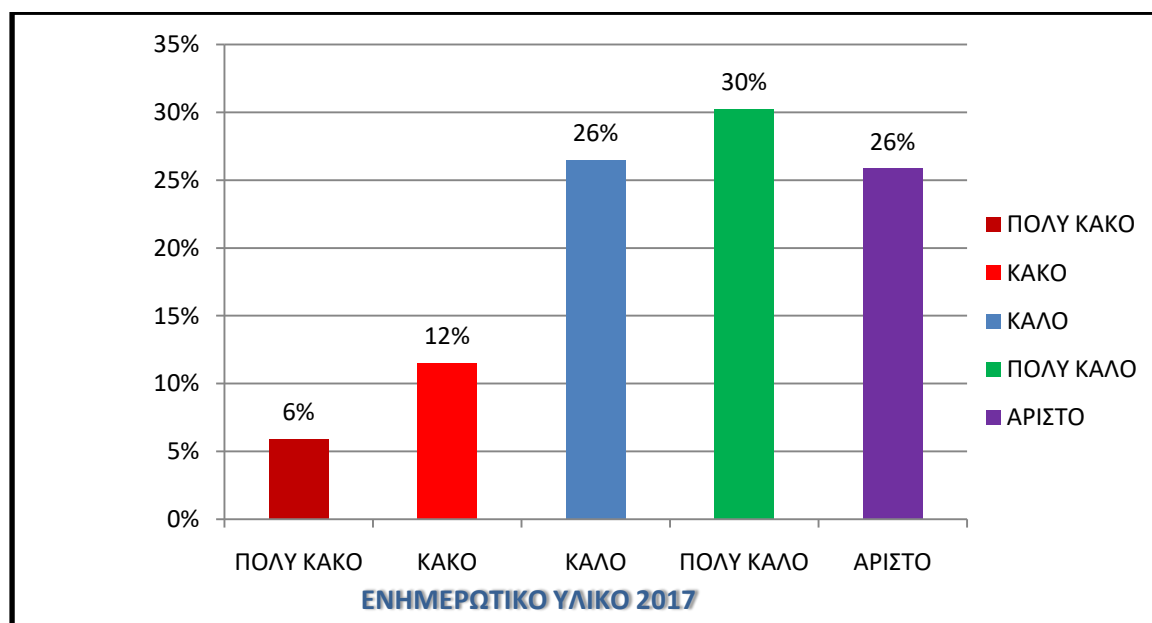
Το ενημερωτικό υλικό είναι ένας τύπος φυλλαδίου το οποίο παρέχεται σε όλους τους επισκέπτες του ενυδρείου κατά την είσοδό τους σε αυτό, το οποίο περιέχει μία γνωριμία με τον πελάτη, το χάρτη του ενυδρείου, τις παροχές του ενυδρείου και αποσκοπεί στο να κατατοπίσει τον επισκέπτη και να του παρέχει πληροφορίες που αφορούν την ξενάγηση και τις υπηρεσίες που πρόκειται να απολαύσει.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	6%	12%	26%	30%	26%
ΑΡΙΘΜΟΣ	19	37	85	97	83

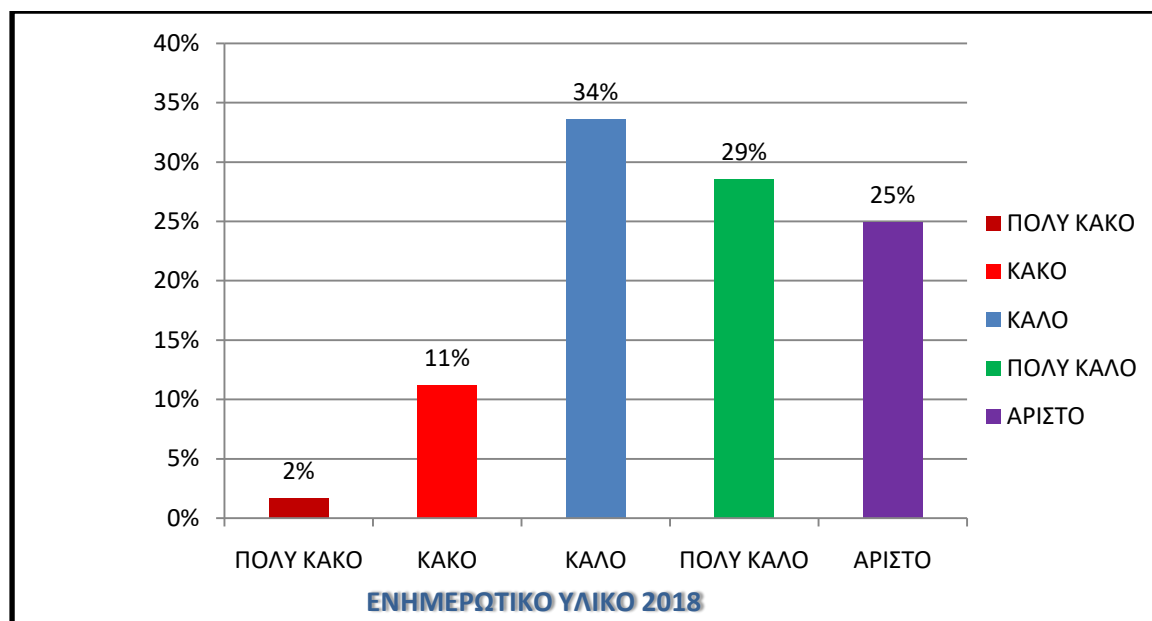
Πίνακας 46: Ενημερωτικό Υλικό 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	11%	34%	29%	25%
ΑΡΙΘΜΟΣ	6	40	120	102	89

Πίνακας 47: Ενημερωτικό Υλικό 2018



Διάγραμμα 47: Ενημερωτικό Υλικό 2017



Διάγραμμα 48: Ενημερωτικό Υλικό 2018

Και στην περίπτωση του ενημερωτικού υλικού φαίνεται ότι έχουν γίνει αλλαγές προς το καλύτερο και οι επισκέπτες το έχουν αντιληφθεί και το έχουν αξιολογήσει ανάλογα. Τα αρνητικά ποσοστά έχουν μειωθεί από το 2017 έως το 2018 και έχουν συσσωρευτεί στην απάντηση καλό.

XXIV. Ιστοσελίδα Ενυδρείου

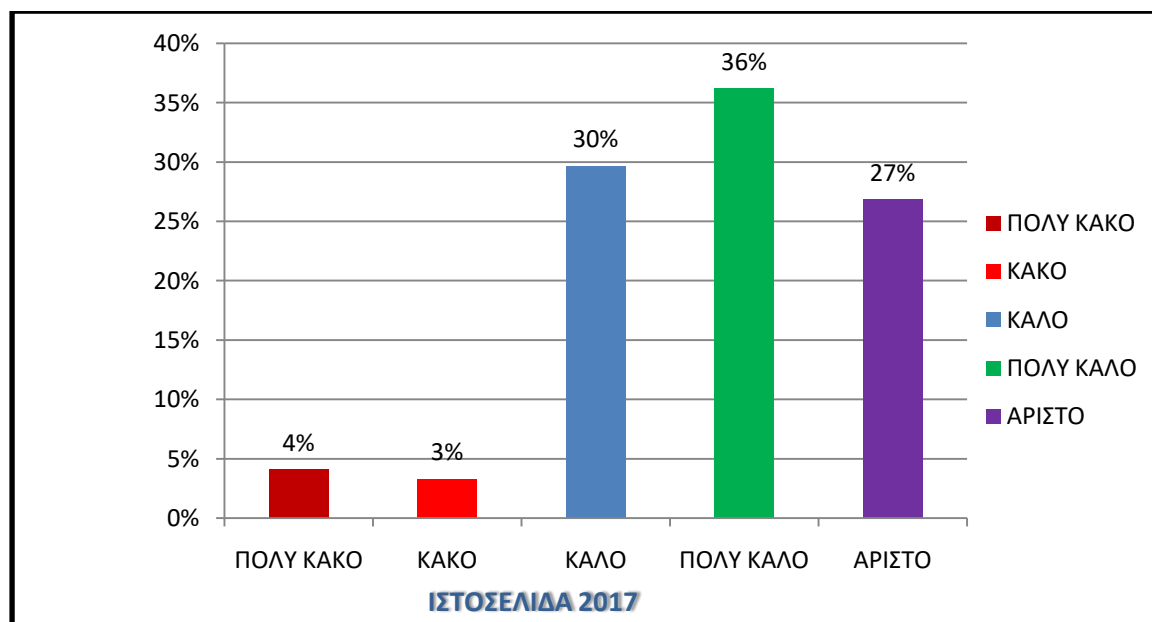
Η ιστοσελίδα του ενυδρείου είναι εκείνη που αρχικά επισκέπτεται ο υποψήφιος πελάτης έτσι ώστε να αποσπάσει πληροφορίες για τον προορισμό αυτόν και τελικά να πάρει την απόφαση να πάει να το απολαύσει με την οικογένεια ή τους φίλους του. Η ιστοσελίδα του ενυδρείου Κρήτης παρέχει πληροφορίες σχετικά με την μετακίνηση και την ακριβή τοποθεσία του, σχετικά με τις μελέτες που γίνονται από το ΕΛΚΕΘΕ μέσω του ενυδρείου Κρήτης, για όλες τις υπηρεσίες που παρέχει, καθώς και στοιχεία επικοινωνίας για οποιαδήποτε άλλη πληροφορία που μπορεί να μην υπάρχει σε αυτήν. Για το λόγο αυτό βρίσκεται και στο ερωτηματολόγιο του ενυδρείου έτσι ώστε να αξιολογηθεί και να δώσει τις απαραίτητες πληροφορίες στους αρμόδιους για την αποτελεσματικότητά του. Παρακάτω βρίσκονται οι απαντήσεις που δόθηκαν το 2017 και το 2018 σχετικά με την αξιολόγηση την ιστοσελίδας του Ενυδρείου Κρήτης.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	4%	3%	30%	36%	27%
ΑΡΙΘΜΟΣ	10	8	73	89	66

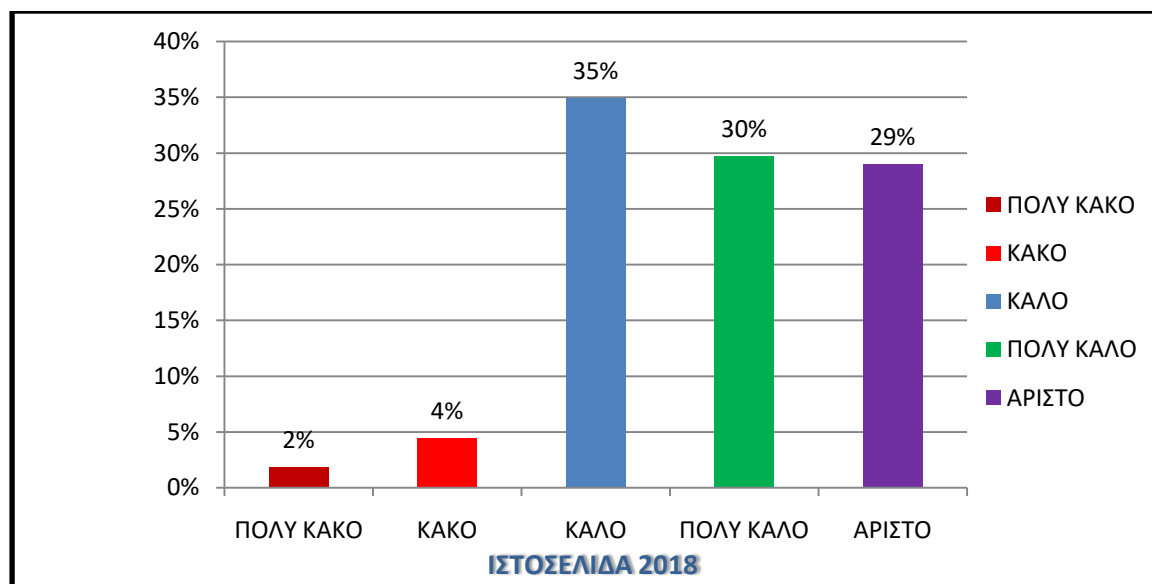
Πίνακας 48: Ιστοσελίδα 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	4%	35%	30%	29%
ΑΡΙΘΜΟΣ	5	12	94	80	78

Πίνακας 49: Ιστοσελίδα 2018



Διάγραμμα 49: Ιστοσελίδα 2017



Διάγραμμα 50: Ιστοσελίδα

Σε αυτή την περίπτωση η μεταβολή των αποτελεσμάτων δεν είναι ξεκάθαρη, διότι ενώ έχει μειωθεί το αρνητικό ποσοστό κατά 1%, η απάντηση πολύ καλό αυξήθηκε κατά 5%, η απάντηση πολύ καλό μειώθηκε κατά 6% και η απάντηση άριστο αυξήθηκε κατά 2%.

Αυτό δεν μας δίνει ξεκάθαρη εικόνα για τη μεταβολή των συναισθημάτων για την ιστοσελίδα του ενυδρείου. Σε κάθε περίπτωση όμως οι αρνητικές απαντήσεις αποτελούν μικρό ποσοστό και όχι ανησυχητικό. Επομένως η ιστοσελίδα του ενυδρείου είναι κατατοπιστική και εξυπηρετική για το κοινό.

XXV. Πρόταση σε φίλο

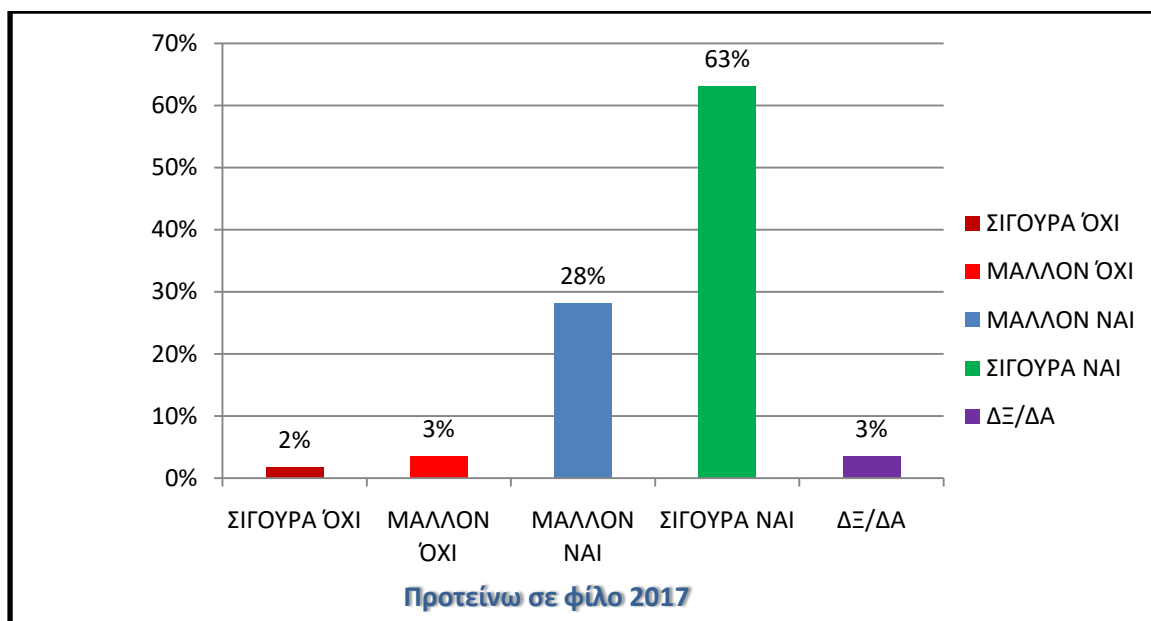
Η βιωσιμότητα του Ενυδρείου Κρήτης στηρίζεται σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό στην επισκεψιμότητά του. Αυτό σημαίνει ότι οι λειτουργοί του ενυδρείου εκτός από την γνώση του βαθμού ικανοποίησης των επισκεπτών του, κρίνουν απαραίτητη την θετική διάθεση των επισκεπτών του κατά την έξοδό τους από αυτό έτσι ώστε να έχουν την πρόθεση να προτείνουν το ενυδρείο Κρήτης σε φίλους και γνωστούς για την μοναδική εμπειρία που προσφέρει όσον αφορά τον μαγικό κόσμο της θάλασσας. Για το λόγο αυτό στο ερωτηματολόγιο συμπεριλαμβάνεται η ερώτηση: Σκοπεύετε να προτείνετε το Ενυδρείο Κρήτης σε άλλο άτομο; Οι απαντήσεις για το 2017 και το 2018 βρίσκονται παρακάτω.

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	ΔΞ/ΔΑ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	3%	28%	63%	3%
ΑΡΙΘΜΟΣ	9	18	145	326	18

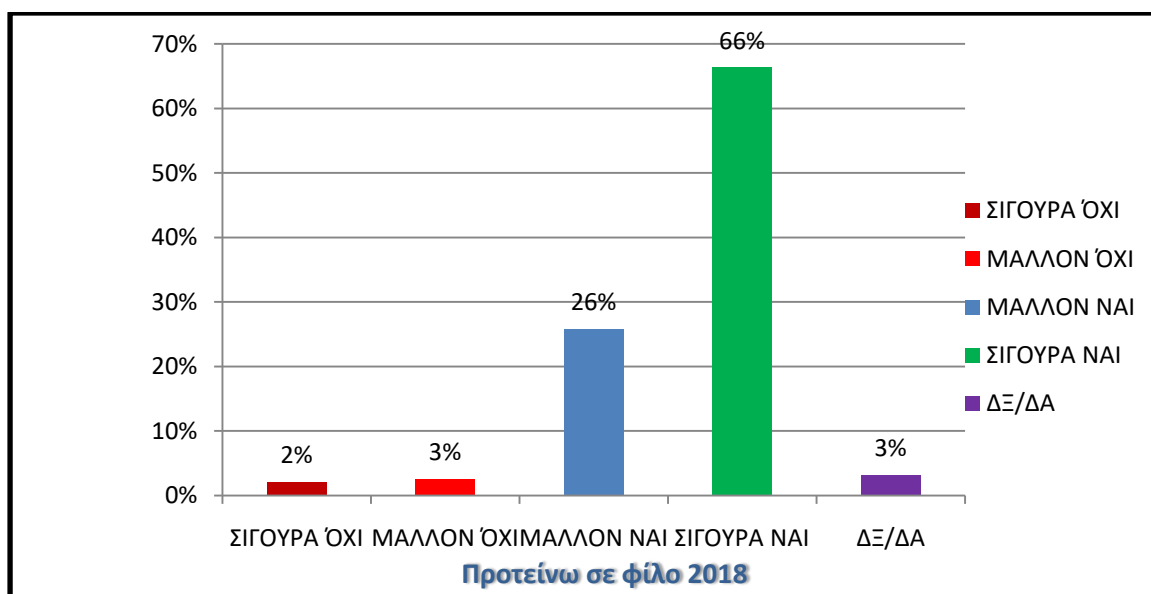
Πίνακας 50: Πρόταση σε φίλο 2017

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ	ΜΑΛΛΟΝ ΌΧΙ	ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ	ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ	ΔΞ/ΔΑ
ΠΟΣΟΣΤΟ	2%	3%	26%	66%	3%
ΑΡΙΘΜΟΣ	11	14	138	354	17

Πίνακας 51: Πρόταση σε φίλο 2018



Διάγραμμα 51: Πρόταση σε φίλο 2017



Διάγραμμα 52: Πρόταση σε φίλο 2018

Τα αποτελέσματα αυτής της πολύ καθοριστικής ερώτησης είναι εξαιρετικά θετικά καθώς η πιο επιθυμητή απάντηση σίγουρα ναι απαντήθηκε από το 63%-66% των επισκεπτών του ενυδρείου Κρήτης. Το 26%-28% απάντησε μάλλον ναι ενώ μάλλον όχι απάντησε το 3% των επισκεπτών και σίγουρα όχι απάντησε το 2% των επισκεπτών. Το 5% των επισκεπτών έμειναν δυσαρεστημένοι από την επίσκεψή τους και δεν θα πρότειναν το ενυδρείο σε κάποιο φίλο τους. Αυτό θα μπορούσε να οφείλεται και πάλι στις υψηλές προσδοκίες που κάποιοι επισκέπτες αναπόφευκτα έχουν λόγω επίσκεψης σε άλλα ενυδρεία.

Το ουδέτερο ποσοστό 3% που απάντησε δεν ξέρω δεν απαντώ είναι αμελητέο και δεν μπαίνει στη σύγκριση με τα υπόλοιπα ποσοστά. Το αποτέλεσμα είναι ότι η πλειοψηφία του ενυδρείου θα σύστηνε την επίσκεψη αυτή σε κάποιο φίλο ή γνωστό της.

XXVI. Ερώτηση σχόλιο

Αυτό το πεδίο δίνει το ελεύθερο στον επισκέπτη να διαμορφώσει ένα σχόλιο με δικά του λόγια εφόσον το επιθυμεί. Κάποιες από αυτές τις απαντήσεις για το 2017 και 2018 ακολουθούν παρακάτω για την ολοκλήρωση των απαντήσεων του ερωτηματολογίου.

ΣΧΟΛΙΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ
Μπράβο σας!!
Αυτό ήταν το καλύτερο και το πιο ωραίο ενυδρείο που έχω πάει.
Είναι η δεύτερη επίσκεψη μου. Απογοητεύτηκα με το ενυδρείο με τις μέδουσες. Απίστευτα μειωμένες σε σύγκριση με την άλλη φορά.
Απλά τέλειο! Ευχαριστούμε.
Χρειάζεται περισσότερες πινακίδες από τον κεντρικό δρόμο/ οδηγίες. Χώρος για να ακουμπάμε τις χελώνες.
Βελτιώστε το! Αξίζει περισσότερο. Πρέπει να ανοίξει η μπουτίκ για σουβενίρ και δώρα.
Τέλειο
Πολύ ωραίο.
Τέλειο.
Συγχαρητήρια για την αξιόπαινη προσπάθεια!!
Υπέροχο μέρος για να φέρεις τα παιδιά.
Ποικιλία ειδών, καθαρό, πολλές πληροφορίες.
Ωραία διακόσμηση, πολλά ψάρια.
Περισσότερες χελώνες.
Θα ήταν ωραίο είναι μαγαζί με σουβενίρ.
Θα ήταν ωραίο είναι μαγαζί με σουβενίρ.
Πολύ αλληλεπιδραστικό.
Οι καρχαρίες είναι το αποκορύφωμα.
Θέλω να δω πιράνχας!! Να αγοράσετε.
Το κατάστημα έκλεισε νωρίς.
Πολύ ωραίο. Ευχαριστούμε.
Μερικά ζώα πρέπει να έχουν λίγο περισσότερο χώρο(ιππόκαμποι, χταπόδι), όμορφος σχεδιασμός και ενδιαφέροντα ζώα
Ήταν απογοητευτικό να μην βρω αλληλεπίδραση με τα κεφαλόποδα αφού διαφημιζόταν τόσο πολύ. Πολύ ωραίο μέρος.
Περισσότερες πληροφορίες για τα είδη. Δεν υπήρχε μαγαζί για σουβενίρ. Πάρτε μερικά φυλλάδια.
Σούπερ.
Το ενυδρείο έχει βελτιωθεί από την τελευταία μας επίσκεψη το 2006.

Πίνακας 52: Σχόλια Επισκεπτών

5.3) Συγκριτική Ανάλυση

Σε επίπεδο συγκριτικής ανάλυσης, πραγματοποιήθηκαν κάποιες αρχικές στατιστικές προσεγγίσεις. Συγκεκριμένα, για όλες τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου διενεργήθηκαν τεστ ελέγχου υποθέσεων (Pearson chi-square), για να εντοπιστούν τυχόν στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις των απαντήσεων με βάση τα δημογραφικά στοιχεία. Η ανάλυση έδειξε ότι είτε δεν υπάρχουν οι προϋποθέσεις εφαρμογής μη παραμετρικών τεστ, είτε δεν προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές.

5.4) Σύγκριση με παλαιότερα Αποτελέσματα

Σύμφωνα με αποτελέσματα ερωτηματολογίων από παλαιότερα έτη που είχαμε την δυνατότητα να χρησιμοποιήσουμε από τη διεύθυνση του ενυδρείου Κρήτης, η ικανοποίηση των επισκεπτών παρουσιάζει μεταβολές όσον αφορά κάποιες ερωτήσεις. Σε αυτή την υποενότητα θα δείξουμε εκείνες που παρουσιάζουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον, αυτά δηλαδή με τις αξιoσημείωτες μεταβολές ικανοποίησης μέσα σε βάθος χρόνου. Θα παρατηρήσουμε παρακάτω πως τα ερωτηματολόγια που συλλέγονται κάθε χρόνο μειώνονται στον αριθμό.

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΠΛΗΘΟΣ
2008	2784
2009	2590
2010	2219
2011	1256
2012	1008
2013	926
2014	817
2015	658
2016	674

Πίνακας 53: Ερωτηματολόγια 2008-2016

Στην ερώτηση ευκολία προσέγγισης και τις απαντήσεις που έδωσαν οι επισκέπτες στο παλαιότερο ερωτηματολόγιο του 2008 σε σύγκριση με τις απαντήσεις του τωρινού ερωτηματολογίου του 2018 οι απαντήσεις διαμορφώνονται ως εξής:

Ευκολία προσέγγισης 2008				
Πολύ Κακό	Κακό	Καλό	Πολύ Καλό	Άριστο
61	143	1064	897	467

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2018	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	147	28	227	147	107

Πίνακας 54: Σύγκριση αποτελεσμάτων 2008-2018

Παρατηρούμε ότι οι απαντήσεις κορυφώνονται στην επιλογή καλό και στις δυο περιπτώσεις με διαφορά 10 ετών, η οποία είναι μια μέτρια επιλογή της κλίμακας απαντήσεων. Η μεγάλη και καθοριστική διαφορά των δυο αυτών περιπτώσεων είναι ότι για το 2008 οι απαντήσεις έχουν μία θετική τάση αφού η απάντηση με την επόμενη μεγαλύτερη συχνότητα είναι η επιλογή πολύ καλό με 897 και η αμέσως επόμενη με 467 απαντήσεις είναι η επιλογή άριστο. Οι αρνητικές απαντήσεις για το 2008 έχουν κατά μεγάλο βαθμό μικρή συχνότητα σε σχέση με τις θετικές. Για το 2018 οι απαντήσεις έχουν μοιραστεί και μάλιστα η επιλογή πολύ κακό και πολύ καλό έχουν ακριβώς την ίδια συχνότητα ενώ η επιλογή άριστο έχει μικρότερη συχνότητα απαντήσεων σε σχέση με την επιλογή πολύ κακό. Αυτή η ένδειξη υποδηλώνει ότι η προσέγγιση σε διάστημα 10 ετών έχει δυσκολέψει τους επισκέπτες.

Στην ερώτηση αξιολόγησης της συμπεριφοράς του προσωπικού οι απαντήσεις που δόθηκαν το 2008 αλλά και το 2017 διαμορφώνονται ως εξής:

Συμπεριφορά προσωπικού 2008				
Πολύ Κακό	Κακό	Καλό	Πολύ Καλό	Άριστο
47	97	1061	771	495

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	10	25	149	162	129

Πίνακας 55: Σύγκριση Αποτελεσμάτων 2008-2017

Όπως παρατηρούμε για το 2008 οι απαντήσεις κορυφώνονται στη μέτρια επιλογή της κλίμακας ενώ για το 2017 στην επιλογή πολύ καλό. Οι αρνητικές απαντήσεις και στις δυο περιπτώσεις είναι κατά πολύ μικρότερες σε σχέση με το δείγμα που απάντησε που κατά πάσα πιθανότητα αντιπροσωπεύουν μία μειονότητα επισκεπτών υψηλών προσδοκιών.

Αυτό υποδηλώνει ότι η συμπεριφορά του προσωπικού έχει παρουσιάσει βελτίωση από το 2008 έως το 2017.

Οι εκπαιδευτικές ταινίες για το 2012 αποσπών θετικές απαντήσεις που κορυφώνονται στην επιλογή καλό ενώ ακολουθεί η επιλογή πολύ καλό και άριστο. Έπειτα η απάντηση κακό και πολύ κακό με λιγότερες μεν απαντήσεις, μη αμελητέες δε.

Εκπαιδευτικές Ταινίες 2012				
Πολύ Κακό	Κακό	Καλό	Πολύ Καλό	Άριστο
23	68	282	214	123

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	24	57	131	110	72

Πίνακας 56: Σύγκριση Αποτελεσμάτων 2012-2017

Για το 2017 οι απαντήσεις έχουν μία πολύ παρόμοια τάση εάν κρίνουμε από τις απαντήσεις του παραπάνω πίνακα κάτι που μας δείχνει πως η άποψη των επισκεπτών όσο αφορά τις εκπαιδευτικές ταινίες δεν έχει μεταβληθεί σε βάθος 5 ετών.

Η τιμή του εισιτηρίου είναι ένα στοιχείο που η τάση των απαντήσεων του φαίνεται να μένει αναλλοίωτη ακόμα και από το 2010 έως το 2017. Οι απαντήσεις και των δυο παρακάτω πινάκων κορυφώνονται στην επιλογή καλό, ακολουθεί η απάντηση πολύ καλό και άριστο και έπειτα οι αρνητικές απαντήσεις κακό και πολύ κακό.

Τιμή Εισιτηρίου 2010				
Πολύ Κακό	Κακό	Καλό	Πολύ Καλό	Άριστο
51	257	1142	402	182

ΕΠΙΛΟΓΕΣ 2017	ΠΟΛΥ ΚΑΚΟ	ΚΑΚΟ	ΚΑΛΟ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ	ΑΡΙΣΤΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ	21	51	257	107	80

Πίνακας 57: Σύγκριση Αποτελεσμάτων 2010-2017

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Συμπεράσματα

6.1) Γενικά Συμπεράσματα

Το Ενυδρείο Κρήτης, CretAquarium, αποτελεί ένα ξεχωριστό ενυδρείο σε σχέση με πολλά όμοια του σε ολόκληρη τη Μεσόγειο. Είναι ένα ψυχαγωγικό και εκπαιδευτικό κέντρο για όλες τις ηλικίες, όπως φαίνεται και από την ερώτηση συμπλήρωσης ηλικίας στο ερωτηματολόγιο, που δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην ανάδειξη των θαλάσσιων ειδών της Ελλάδας αλλά και των μεσογειακών περιοχών. Μία βασική προτεραιότητα των υπηρεσιών του Ενυδρείου είναι η μετάδοση της γνώσης και η ευαισθητοποίηση του κοινού ως προς το θαλάσσιο περιβάλλον. Αυτό επαληθεύεται από αρκετές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου όπως αυτή των προσδοκιών των επισκεπτών, την ποικιλία και τη μουσειολογία. Το ενυδρείο CretAquarium περιλαμβάνει τα πιο σημαντικά και γνωστά ψάρια που κοσμούν τις θάλασσες μας και είναι ένα καινοτόμο και πρωτόγνωρο βήμα για τα χρονικά της χώρας μας καθώς προβάλλει διεθνώς την Ελλάδα στο εξωτερικό.

Παρά το σημαντικό κόστος λειτουργίας του, το Ενυδρείο θα είναι βιώσιμο προσελκύοντας πλήθος Κρητικών, τους εκατομμύρια ξένους και Έλληνες τουρίστες του νησιού, τους χιλιάδες μαθητές από τα σχολεία της Κρήτης πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, σχολεία της Ελλάδας, καθώς και τους φοιτητές θαλασσιών ερευνών και σχετικών με τη θάλασσα κατευθύνσεων. Αυτό θα είναι εφικτό με τη βελτίωση των υπηρεσιών, τον εντοπισμό των προβλημάτων και την επίλυσή τους. Για τους λόγους αυτούς δημιουργήθηκε το ερωτηματολόγιο, ένα μέσο το οποίο έχει βοηθήσει και συνεχίζει να βοηθάει στην εύρυθμη λειτουργία του ενυδρείου και την ικανοποίηση των επισκεπτών του.

Ο τρόπος που λειτουργεί το ερωτηματολόγιο είναι μέσω αυτού να μπορέσουν οι λειτουργοί του ενυδρείου να εντοπίσουν τις αδυναμίες και τις ενστάσεις του κοινού και να τις χρησιμοποιήσουν υπέρ των υπηρεσιών του ενυδρείου βελτιώνοντάς τις. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε εξαιρετικά για τις εγκαταστάσεις του ενυδρείου Κρήτης και για την παρούσα έρευνα συμμετείχαν εκείνα του 2017 και του 2018. Οι απαντήσεις που δόθηκαν από τους επισκέπτες του ενυδρείου λειτούργησαν καθοριστικά για την κατανόηση των θεμάτων που χρίζουν επίλυση αλλά και εκείνων που έχουν ήδη δείξει δείγματα αντιμετώπισης και βελτίωσης.

Σε γενικές γραμμές τα αποτελέσματα που λάβαμε από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων του 2017 και του 2018 ήταν σε μεγάλο βαθμό θετικά. Μεγάλο ποσοστό των επισκεπτών φαίνεται να είναι ικανοποιημένο κατά την έξοδό του από το ενυδρείο Κρήτης.

Φυσικά υπάρχουν και κάποιες απαντήσεις που μας δίνουν περιθώρια βελτίωσης. Το γεγονός ότι η πλειοψηφία των επισκεπτών είναι ικανοποιημένη και χαρούμενη από την επίσκεψή της στο ενυδρείο, δεν σημαίνει ότι κάποιες παροχές δεν θα μπορούσαν να βελτιωθούν με τρόπο τέτοιο έτσι ώστε να μετατρέψουν το ενυδρείο Κρήτης σε ένα από τα πιο ανταγωνιστικά στον τομέα του.

Από τη σύγκριση των απαντήσεων των επισκεπτών του 2017 και του 2018 συμπεραίνουμε ότι υπάρχουν και προβλήματα τα οποία έχουν ήδη εντοπιστεί και επιλυθεί με τρόπο τέτοιο ώστε να φαίνεται η μεταβολή της ικανοποίησης των επισκεπτών από την ανάλυση των δεδομένων. Η ακουστική ξενάγηση είναι ένα από αυτά, καθώς από τα διαγράμματα ράβδων φαίνεται πως οι επισκέπτες είναι περισσότερο ικανοποιημένοι το 2018 από όσο ήταν το 2017. Ακόμα το ενημερωτικό υλικό έδειξε σημάδια βελτίωσης ικανοποίησης των επισκεπτών στα ραβδογράμματα που προκύπτουν από την αντίστοιχη ερώτηση. Τα ζητήματα και οι αλλαγές που συνέβησαν έδειξαν ανταπόκριση από το κοινό και αξίζουν επιβράβευση.

6.2) Προτάσεις Βελτίωσης

Το θέμα της παρούσας εργασίας επιλέχθηκε διότι το Ενυδρείο Κρήτης είναι ένας προορισμός τον οποίο έχω επισκεφθεί εγώ και η οικογένειά μου πολλάκις και είναι ένα μέρος του οποίου με ενδιαφέρει ιδιαίτερα η βελτίωση και ανταγωνιστική διαφοροποίηση από τα λοιπά ενυδρεία σε Ελλάδα και Ευρώπη. Διεξάγοντας την παραπάνω έρευνα αναθεώρησα και δημιούργησα την τελική γνώμη μου για τα επιχειρήματα που παρουσιάζω παρακάτω σχετικά με τις προτάσεις που θα ήθελα εγώ να εκθέσω. Οι δικές μου προτάσεις για την βελτίωση των παροχών του Ενυδρείου Κρήτης είναι οι εξής:

- Διαμόρφωση ενός κατανοητού, εύχρηστου και σύντομου ερωτηματολογίου σε ψηφιακή μορφή έτσι ώστε να συμπληρώνεται ετεροχρονισμένα από τους επισκέπτες που δεν διαθέτουν το χρόνο να το συμπληρώσουν κατά την έξοδό τους από το Ενυδρείο.
- Κίνητρο στους επισκέπτες για να συμπληρώσουν το Ερωτηματολόγιο κατά την έξοδό τους από το Ενυδρείο.
- Δημιουργία αλγορίθμου επεξεργασίας ψηφιακών αποτελεσμάτων αυτόματα χωρίς τη βοήθεια ειδικού, έτσι ώστε να έχουμε πάντα πρόσβαση σε μία προσέγγιση των αποτελεσμάτων από το ψηφιακό δείγμα.

- Δημοσιοποίηση αποτελεσμάτων ερωτηματολογίων στους υπαλλήλους του ενυδρείου, τους οποίους αφορούν οι ερωτήσεις εξυπηρέτησης, καθαριότητας, φωτισμού κλπ.
- Θα πρέπει να γίνει μια καλύτερη συνεννόηση με τα ΚΤΕΛ Ηρακλείου Λασιθίου για την καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού.
- Ένα μικρό πρόβλημα που εμφανίζεται στην Υποδοχή και την Συμπεριφορά του προσωπικού θα πρέπει να επιλυθεί με επιμόρφωση στα θέματα της εξυπηρέτησης των επισκεπτών
- Εμπλουτισμό δεξαμενών με νέα είδη ψαριών, και κάποια θέματα ενυδρειολογίας θα πρέπει να επιλυθούν με τους κατάλληλους ειδικούς στο χώρο των Ενυδρείων.
- Επένδυση σε εκπαιδευτικές ταινίες μιας και το Ενυδρείο στοχεύει στην εκπαίδευση του κοινού.
- Η ποιότητα της Καφετέριας–Εστιατορίου και της Μπουτίκ μπορεί να βελτιωθεί όπως δείχνουν τα ερωτηματολόγια και αυτό θα πρέπει να το δει η Διοίκηση του Ενυδρείου.

Η βελτίωση είναι η αρχή της επιτυχίας και είναι και ένας φαύλος κύκλος του οποίου οι καρποί είναι ανεκτίμητοι. Διότι όταν μία επιχείρηση επιλύει τυχόν προβλήματα, αυτό αντανακλάται από την ικανοποίηση των πελατών της, το οποίο με τη σειρά του οδηγεί στην απόκτηση όλο και περισσότερων πελατών, τα σχόλια των οποίων πρέπει να γίνονται αντιληπτά έτσι ώστε να βελτιώνονται οι παροχές και ούτω καθεξής. Και κλείνοντας να πούμε ότι η κακή κριτική είναι τελικά καλή κριτική εάν ξέρει κανείς να την επεξεργαστεί σωστά.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Ωράριο Λειτουργίας	24
Πίνακας 2: Εθνικότητες 2017	30
Πίνακας 3: Εθνικότητες 2018	30
Πίνακας 4: Φύλο 2017	31
Πίνακας 5: Φύλο 2018	31
Πίνακας 6: Ηλικίες 2017.....	33
Πίνακας 7: Ηλικίες 2018.....	33
Πίνακας 8: Επίπεδο Εκπαίδευσης 2017.....	34
Πίνακας 9: Επίπεδο Εκπαίδευσης 2018.....	35
Πίνακας 10: Προσδοκίες Επισκεπτών 2017	36
Πίνακας 11: Προσδοκίες Επισκεπτών 2018	36
Πίνακας 12: Ευκολία Προσέγγισης 2017	38
Πίνακας 13: Ευκολία Προσέγγισης 2018	38
Πίνακας 14: Δρομολόγια και Συγκοινωνίες 2017.....	40
Πίνακας 15: Δρομολόγια και Συγκοινωνίες 2018.....	40
Πίνακας 16: Πάρκινγκ 2017	41
Πίνακας 17: Πάρκινγκ 2018	41
Πίνακας 18: Τιμή Εισιτηρίου 2017.....	43
Πίνακας 19: Τιμή Εισιτηρίου 2018.....	43
Πίνακας 20: Ωράριο Λειτουργίας 2017	44
Πίνακας 21: Ωράριο Λειτουργίας 2018	44
Πίνακας 22: Αρχιτεκτονική και Διακόσμηση 2017	46
Πίνακας 23: Αρχιτεκτονική και Διακόσμηση 2018	46
Πίνακας 24: Υποδοχή Ενυδρείου 2017.....	47
Πίνακας 25: Υποδοχή Ενυδρείου 2018.....	47
Πίνακας 26: Συμπεριφορά Προσωπικού 2017.....	49
Πίνακας 27: Συμπεριφορά Προσωπικού 2018.....	49
Πίνακας 28: Ποικιλία 2017.....	50
Πίνακας 29: Ποικιλία 2018.....	50
Πίνακας 30: Φωτισμός 2017.....	52
Πίνακας 31: Φωτισμός 2018.....	52
Πίνακας 32: Εκπαιδευτικές Ταινίες 2017	53
Πίνακας 33: Εκπαιδευτικές Ταινίες 2018	53
Πίνακας 34: Μουσική και Ατμόσφαιρα 2017.....	55
Πίνακας 35: Μουσική και Ατμόσφαιρα.....	55
Πίνακας 36: Μουσειολογία 2017.....	56
Πίνακας 37: Μουσειολογία 2018.....	57
Πίνακας 38: Καφετέρια Εστιατόριο 2017.....	58
Πίνακας 39: Καφετέρια Εστιατόριο 2018.....	58
Πίνακας 40: Μπουτίκ 2017.....	59
Πίνακας 41: Μπουτίκ 2018.....	59
Πίνακας 42: Καθαριότητα 2017.....	61
Πίνακας 43: Καθαριότητα 2018.....	61
Πίνακας 44: Ακουστική Ξενάγηση 2017	62
Πίνακας 45: Ακουστική Ξενάγηση 2018	62
Πίνακας 46: Ενημερωτικό Υλικό 2017	64
Πίνακας 47: Ενημερωτικό Υλικό 2018.....	64
Πίνακας 48: Ιστοσελίδα 2017	65
Πίνακας 49: Ιστοσελίδα 2018	66

Πίνακας 50: Πρόταση σε φίλο 2017	67
Πίνακας 51: Πρόταση σε φίλο 2018	67
Πίνακας 52: Σχόλια Επισκεπτών	69
Πίνακας 53: Ερωτηματολόγια 2008-2016	70

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Έγκυρα-Άκυρα Ερωτηματολόγια 2017	29
Διάγραμμα 2: Έγκυρα-Άκυρα Ερωτηματολόγια 2018	29
Διάγραμμα 3: Εθνικότητες 2017	30
Διάγραμμα 4: Εθνικότητες 2018	31
Διάγραμμα 5: Φύλο 2017	32
Διάγραμμα 6: Φύλο 2018	32
Διάγραμμα 7: Ηλικίες 2017	33
Διάγραμμα 8: Ηλικίες 2018	34
Διάγραμμα 9: Επίπεδο Εκπαίδευσης 2017	35
Διάγραμμα 10: Επίπεδο Εκπαίδευσης 2018	35
Διάγραμμα 11: Προσδοκίες Επισκεπτών 2017	37
Διάγραμμα 12: Προσδοκίες Επισκεπτών 2018	37
Διάγραμμα 13: Ευκολία Προσέγγισης 2017	39
Διάγραμμα 14: Ευκολία Προσέγγισης 2018	39
Διάγραμμα 15: Δρομολόγια και Συγκοινωνίες 2017	40
Διάγραμμα 16: Δρομολόγια και Συγκοινωνίες 2018	41
Διάγραμμα 17: Πάρκινγκ 2017	42
Διάγραμμα 18: Πάρκινγκ 2018	42
Διάγραμμα 19: Τιμή Εισιτηρίου 2017	43
Διάγραμμα 20: Τιμή Εισιτηρίου 2018	44
Διάγραμμα 21: Ωράριο Λειτουργίας 2017	45
Διάγραμμα 22: Ωράριο Λειτουργίας 2018	45
Διάγραμμα 23: Αρχιτεκτονική και Διακόσμηση 2017	46
Διάγραμμα 24: Αρχιτεκτονική και Διακόσμηση 2018	47
Διάγραμμα 25: Υποδοχή Ενυδρείου 2017	48
Διάγραμμα 26: Υποδοχή Ενυδρείου 2018	48
Διάγραμμα 27: Συμπεριφορά Προσωπικού 2017	49
Διάγραμμα 28: Συμπεριφορά Προσωπικού 2018	50
Διάγραμμα 29: Ποικιλία 2017	51
Διάγραμμα 30: Ποικιλία 2018	51
Διάγραμμα 31: Φωτισμός 2017	52
Διάγραμμα 32: Φωτισμός 2018	53
Διάγραμμα 33: Εκπαιδευτικές Ταινίες 2017	54
Διάγραμμα 34: Εκπαιδευτικές Ταινίες 2018	54
Διάγραμμα 35: Μουσική και Ατμόσφαιρα 2017	55
Διάγραμμα 36: Μουσική και Ατμόσφαιρα 2018	56
Διάγραμμα 37: Μουσειολογία 2017	57
Διάγραμμα 38: Μουσειολογία 2018	57
Διάγραμμα 39: Καφετέρια Εστιατόριο 2017	58
Διάγραμμα 40: Καφετέρια Εστιατόριο 2018	59
Διάγραμμα 41: Μπουτίκ 2017	60
Διάγραμμα 42: Μπουτίκ 2018	60
Διάγραμμα 43: Καθαριότητα 2017	61
Διάγραμμα 44: Καθαριότητα 2018	62
Διάγραμμα 45: Ακουστική Ξενάγηση 2017	63
Διάγραμμα 46: Ακουστική Ξενάγηση 2018	63
Διάγραμμα 47: Ενημερωτικό Υλικό 2017	64
Διάγραμμα 48: Ενημερωτικό Υλικό 2018	65
Διάγραμμα 49: Ιστοσελίδα 2017	66

Διάγραμμα 50: Ιστοσελίδα.....	66
Διάγραμμα 51: Πρόταση σε φίλο 2017	68
Διάγραμμα 52: Πρόταση σε φίλο 2018	68

Βιβλιογραφία

ALEXANDRIS, K., DIMITRIADIS, N. & KASIARA, A. (2001). BEHAVIOURAL CONSEQUENCES OF PERCEIVED SERVICE QUALITY: AN EXPLORATORY STUDY IN THE CONTEXT OF PRIVATE FITNESS CLUBS IN GREECE. EUROPEAN SPORT MANAGEMENT QUARTERLY, 1(4) 280-299.

ENGEL & BLACKWELL (1982). CONSUMER BEHAVIOR-HOLT, RINEHART AND WINSTON, NEW YORK.

FANNING, ELIZABETH (2005). FORMATTING A PAPER-BASED SURVEY QUESTIONNAIRE: BEST PRACTICES. PRACTICAL ASSESSMENT RESEARCH & EVALUATION).

GHOBIAN, ABBY; SPELLER, SIMON; JONES, MATTHEW. THE INTERNATIONAL JOURNAL OF QUALITY & RELIABILITY MANAGEMENT, 1994

GRIGOROUDIS & SISKOS (2002) .PREFERENCE DISAGGREGATION FOR MEASURING AND ANALYZING CUSTOMER SATISFACTION: THE MUSA METHOD-EUROPEAN JOURNAL OF OPERATIONAL RESEARCH

HUNT H.K.(1977). CUSTOMER SATISFACTION/DISSATISFACTION: OVERVIEW AND FUTURE RESEARCH DIRECTIONS –CONCEPTUALIZATION AND MEASUREMENT OF CONSUMER SATISFACTION AND DISSATISFACTION, MARKETING SCIENCE INSTITUTE, CAMBRIDGE MA.

HYUNG-SOOK LEE, MEASUREMENT OF VISITORS' SATISFACTION WITH PUBLIC ZOOS IN KOREA USING IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS

PANDELIS G. IPSILANDIS, GEORGE SAMARAS, NIKOLAOS MPLANAS (2008) .A MULTI-CRITERIA SATISFACTION ANALYSIS APPROACH IN THE ASSESSMENT OF OPERATIONAL PROGRAMMES-INTERNATIONAL JOURNAL OF PROJECT MANAGEMENT 26

JOHN H. FALK, JOSEPH HEIMLICH, & KERRY BRONNENKANT, USING IDENTITY-RELATED VISIT MOTIVATIONS AS A TOOL FOR UNDERSTANDING ADULT ZOO AND AQUARIUM VISITORS' MEANING-MAKING, 2008

JUDY MANN, PROF. ROY BALLANTYNE & DR JAN PACKER, INTERNATIONAL RESEARCH ON ZOO AND AQUARIUM VISITORS – SOME NEW PERSPECTIVES, UNIVERSITY OF QUEENSLAND, BRISBANE, AUSTRALIA, 2014

LAU PEI MEY, SERVICE QUALITY, VISITOR SATISFACTION AND BEHAVIOURAL INTENTIONS TOWARDS PUBLIC MUSEUMS IN MALAYSIA, 2011

MARCELLO EMILIO POSI GENUARIO BELMONTE, VISITOR SATISFACTION ON CULTURAL OFFER AND SERVICES AT THE SALENTO AQUARIUM (NARDÒ, LE). MANAGEMENT AND ENHANCEMENT OF AN EDUCATIONAL AGENCY

MATSATSINIS NIKOLAOS, KRASSADAKI EVANGELIA, DELIAS PAVLOS, (2006)- A TOURISTS' SATISFACTION ANALYSIS USING MULTIPLE CRITERIA ANALYSIS AND MACHINE LEARNING TECHNIQUES. THE CASE OF CHANIA AS DESTINATION PLACE.

STEPHEN SPOTTE & PAULA CLARKA, KNOWLEDGE-BASED SURVEY OF ADULT AQUARIUM VISITORS, 2010

THIELE SEBASTIAN, ΜΕΛΕΤΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ, 2019

ΥΙ Υ.(1991). A CRITICAL REVIEW OF CONSUMER SATISFACTION-V.V ZEITHAML (ED.),REVIEW OF MARKETING 1989,AMERICAN MARKETING ASSOCIATION: CHICAGO, IL.

ZEITHAML, BERRY & PARASURAMAN, THE BEHAVIORAL CONSEQUENCES OF SERVICE QUALITY,1996

ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΜΠΟΥΡΑ ΠΗΝΕΛΟΠΗ, ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ, ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 2008

ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΜΑΝΟΣ, Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΠΑΤΡΑ, 2016

ΓΚΟΥΠΕ ΜΑΡΣΙΝΤΑ, ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΕΝΥΔΡΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ «ΘΑΛΑΣΣΟΚΟΣΜΟΣ», 2018

ΔΑΣΚΑΛΑΚΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ, Η ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΔΥΟ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ, Ο ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΚΑΙ Η ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΤΟΥΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 2018

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΘΑΛΑΣΣΙΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ (ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε.)- – [WWW.HCMR.GR](http://www.hcmr.gr)

ΕΝΥΔΡΕΙΟ CRETAQUARIUM (2007). MARKETING PLAN ΕΤΟΥΣ 2007. ΕΝΔΟΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΛΑΝΟ.

ΕΝΥΔΡΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ WWW.CRETAQUARIUM.GR

ΕΝΥΔΡΕΙΟ-CRETAQUARIUM ΔΙΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ, 2008

ΕΟΤ- ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ (2013)

ΚΟΚΚΑΛΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ, ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΤΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΑΠΟ ΤΑ ΚΕΠ, 2015

ΜΑΡΓΑΡΙΘΗ ΣΥΡΜΩ, ΜΑΡΚΑΚΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ & ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΑ ΜΟΥΝΤΡΑΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ-ΆΝΝΑ, ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΕΝΥΔΡΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ- CRETAQUARIUM , ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΚΑΙ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΦΥΣΙΟΓΝΩΜΙΑΣ ΤΟΥΣ, 2009

ΠΑΝΤΑΖΟΓΛΟΥ ΦΩΤΗΣ, ΝΕΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΒΑΘΜΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΕΝΥΔΡΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ

ΠΡΑΣΑΝΑΚΗ ΕΡΑΣΜΙΑ, ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΗΝ ΠΑΓΚΡΗΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ, 2015

ΦΑΤΣΕΑ ΑΔΑΜΑΝΤΙΑ, ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥ ΕΝΥΔΡΕΙΟΥ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ ΣΕ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΜΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΑ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΦΥΣΗΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ, ΤΡΙΚΑΛΑ, 2012

ΨΑΡΙΑΗ ΑΘΗΝΑ, «ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ MARKETING ΜΟΥΣΕΙΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΛΑΡΙΣΑΣ, 2018-2019