



Πολυτεχνείο
Κρήτης

ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΕΡΕΥΝΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΑΚΤΟΠΛΟΪΚΗΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΚΕΡΑΜΩΤΗ-ΘΑΣΟΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΚΑΤΡΑΝΤΖΗΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΤΣΑΦΑΡΑΚΗΣ ΣΤΕΛΙΟΣ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Πρώτα από όλα θα ήθελα να διατυπώσω τις ευχαριστίες μου στον καθηγητή μου κ. Τσαφαράκη Στέλιο για την καθοδήγηση του, την βοήθεια του αλλά και την εμπιστοσύνη που έδειξε σε μένα από την αρχή έως το τέλος της διπλωματικής μου εργασίας.

Είναι φανερό ότι χωρίς την αγάπη, την στήριξη και την κατανόηση της οικογένειας μου που πρόσφεραν σε εμένα σε όλη την διάρκεια που ήμουν φοιτητής στο Πολυτεχνείο Κρήτης δεν θα είχα καταφέρει και εισπράξει τίποτα.

Τελειώνοντας θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους φίλους μου αλλά και τους καινούργιους ανθρώπους που εισήλθαν στην ζωή μου στην πόλη των Χανίων και που στάθηκαν και βάδισαν μαζί μου σε όλα τα βήματα μου με την ατελείωτη στήριξη τους.

Κατραντζής Κωνσταντίνος
Χανιά, 2018

Περίληψη.....	4
Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή στην ικανοποίηση των πελατών	
1.1 Μέτρηση ικανοποίησης.....	5
1.2 Ορισμός της ικανοποίησης.....	6
1.3 Ορισμός της μη ικανοποίησης-δυσaréσκεια.....	6
Κεφάλαιο 2: Ελληνική Ακτοπλοΐα	
2.1 Ορισμός και Χαρακτηριστικά.....	8
2.2 Η Ακτοπλοϊκή γραμμή Κεραμωτή – Θάσος.....	9
2.2.2 Χαρακτηριστικά λιμένων της γραμμής.....	11
2.2.2.1 Κεραμωτή.....	11
2.2.2.2 Λιμένας Θάσος.....	12
2.2.3 Ναυτιλιακή Εταιρεία Καβάλας.....	12
2.2.4 Πλοίο Άνασσα που δραστηριοποιείται στην γραμμή από την Ναυτιλιακή Εταιρεία Καβάλας.....	14
Κεφάλαιο 3: Μεθοδολογία Έρευνας	
3.1 Εισαγωγή και η Βασική Αρχή της μεθόδου.....	16
3.2 Συναρτήσεις και βάρη ικανοποίησης.....	18
3.3 Μέσοι δείκτες ικανοποίησης.....	19
3.4 Μέσοι δείκτες απαιτητικότητας.....	20
3.5 Διαγράμματα δράσης.....	21
3.6 Διαγράμματα βελτίωσης.....	22
Κεφάλαιο 4: Έρευνα ικανοποίησης επιβατών ακτοπλοϊκής γραμμής Κεραμωτή - Θάσος	
4.1 Γενικά.....	24
4.2 Προκαταρκτική ανάλυση συμπεριφοράς πελατών.....	23
4.3 Ερωτηματολόγιο έρευνας.....	25
4.4 Διεξαγωγή έρευνας και προφίλ δείγματος.....	25
4.5 Παρουσίαση αποτελεσμάτων περιγραφικής Στατιστικής.....	26
Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα πολυκριτήριας μεθοδολογίας	
5.1 Συνολική ικανοποίηση.....	33
5.2 Βάρη και δείκτες ικανοποίησης για τα υποκριτήρια.....	36
5.3 Δείκτες απαιτητικότητας κριτηρίων.....	40
5.3.1 Δείκτες απαιτητικότητας υποκριτηρίων.....	40
5.4 Διαγράμματα δράσης.....	45
5.4.1 Διαγράμματα δράσης υποκριτηρίων.....	46
5.5 Διαγράμματα βελτίωσης.....	50
5.5.1 Διαγράμματα βελτίωσης υποκριτηρίων.....	51
Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα	
6.1 Ειδικά Συμπεράσματα.....	55
6.2 Γενικά Συμπεράσματα.....	55
Βιβλιογραφία.....	56
Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο.....	57

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία θα διερευνήσει την μέτρηση ικανοποίησης των επιβατών του πλοίου «Άνασσα» της ακτοπλοϊκής γραμμής Κεραμωτή – Θάσος της «Ναυτιλιακής Εταιρείας Καβάλας». Θα δοθεί στους επιβάτες του πλοίου ερωτηματολόγιο στην διάρκεια του ταξιδιού για να καλύψουν με τις απαντήσεις του τις προϋποθέσεις που έχουν οριστεί για τη έρευνα.

Δίνετε η ευκαιρία στην εταιρεία από τις υπηρεσίες που προσφέρει να αποκτήσει εικόνα και άποψη από τους πελάτες που την επιλέγουν. Άμεσα έχει την δυνατότητα να γνωρίζει τα σημεία που υπερτερεί και μειονεκτεί και να αξιολογήσει την λειτουργία της εταιρείας.

Η έρευνα θα διεξαχθεί σε γραπτά χειρόγραφα ερωτηματολόγια όπου δομήθηκαν με τους κανόνες ανάπτυξης συγκεκριμένου μέσου συλλογής ερευνητικού υλικού.

Η μέτρηση της ικανοποίησης θα μελετηθεί με χρήση της πολυκριτήριας μεθόδου MUSA (MULTICriteria Satisfaction Analysis). Από τα συμπεράσματα που θα προκύψουν θα συνταχθούν προτάσεις βελτίωσης και αναβάθμισης των υπηρεσιών και παροχών του πλοίου «Άνασσα».

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Εισαγωγή στην ικανοποίηση των πελατών

1.1 Μέτρηση της ικανοποίησης

Από το 1990 και έπειτα έγινε ιδιαίτερα δημοφιλής η έρευνα στην ικανοποίηση των πελατών και αποτέλεσε για τις επιχειρήσεις κίνητρο ανταγωνισμού και κατάστρωση στρατηγικού σχεδιασμού.

Όλες οι επιχειρήσεις έθεσαν την ικανοποίηση των πελατών σε υψηλή προτεραιότητα βλέποντας αύξηση στις υπηρεσίες ή τα προϊόντα που προσφέρουν και με τα αποτελέσματα αυτά, θα δώσουν βαρύτητα στον μελλοντικό σχεδιασμό τους.

Η πολιτική και ο στόχος των επιχειρήσεων είναι να ικανοποιήσει και να καλύψει τις απαιτήσεις του πελάτη, έτσι θα κερδίσει την εμπιστοσύνη να έχει στην πρώτη του προτίμηση την επιχείρηση σε ότι του προσφέρει, πουλάει και εξυπηρετεί.

Αυτή η μετατόπιση της στρατηγικής σκέψης, βασίζεται στην υπόθεση ότι η ικανοποίηση του πελάτη, αποτελεί και είναι ο καλύτερος δείκτης της μελλοντικής πορείας της επιχείρησης, και αυτό γιατί:

Οι επιχειρήσεις και οι εταιρείες το τελευταίο χρονικό διάστημα καταστρώνουν τις στρατηγικές τους με μοναδικό αποτέλεσμα να ικανοποιήσουν τον πελάτη αντί ως αποτέλεσμα την αύξηση του μεριδίου της αγοράς όπως έκαναν πιο παλιά. Παρακάτω θα παρουσιάσουμε ότι η σωστή κατάστρωση στρατηγικού σχεδιασμού για την ικανοποίηση του πελάτη εξασφαλίζει θετικό πρόσημο στην επιχείρηση μελλοντικά γιατί:

1. Αυξάνεται η αξιοπιστία της επιχείρησης στον πελάτη.
2. Οδεύει μελλοντικά σε σταθερή αύξηση εσόδων.
3. Απαλλάσσεται από δαπάνες διαφήμισης και δαπανηρούς τρόπους για την απόκτηση νέων πελατών
4. Κερδίζει καταργώντας την μείωση των τιμών διότι ο ικανοποιημένος πελάτης θα πληρώσει όσο χρειάζεται για υπηρεσίες και προϊόντα υψηλής ποιότητας και θα γίνει πιστός στην επιχείρηση. (Ο.- Π. Σωτηριάδης, 2016)

1.2 Ορισμός της ικανοποίησης

«...Όλοι γνωρίζουν τι είναι η ικανοποίηση, έως ότου ζητηθεί να δώσουν έναν ορισμό... Τότε φαίνεται ότι κανείς δεν γνωρίζει...»(Oliver 1997)

Έπειτα από συνεργασία με τον Westbrook(1991), ορίζουν την ικανοποίηση του καταναλωτή ως τη συνολική στάση που αυτός διαμορφώνει για ένα προϊόν το οποίο χρησιμοποίησε αφού το απέκτησε. Καταλαβαίνουμε ότι από μια συγκεκριμένη αγορά ο χρήστης παραθέτει τα σχόλια και τις αξιολογήσεις στην αγορά του.

Κάποιοι παρόμοιοι ορισμοί είναι :

«...Η ικανοποίηση είναι μια διαδικασία αξιολόγησης η οποία βασίζεται στο κατά πόσο η συγκεκριμένη εμπειρία ήταν τόσο καλή όσο ο πελάτης πίστευε ότι θα είναι...» (Κούδα Α. 2016).

«... Η ικανοποίηση είναι η αντίδραση του καταναλωτή στην διαδικασία αξιολόγησης, η οποία εξετάζει τις ασυμφωνίες μεταξύ προγενέστερων προσδοκιών και του πραγματικού επιπέδου απόδοσης του προϊόντος, όπως γίνεται αντιληπτό από τον καταναλωτή μετά την χρήση του...» (Κούδα Α. 2016).

Οι ορισμοί που μόλις διαβάσαμε μας δίνουν να καταλάβουμε ότι έχουμε μια διασύνδεση στην σχέση απόδοσης και προσδοκιών του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Ο καταναλωτής δηλώνει απογοητευμένος αν μειονεκτεί η απόδοση από τις προσδοκίες. Αν είναι ίση ή και μεγαλύτερη η απόδοση από τις προσδοκίες τότε προκύπτει να είναι ο καταναλωτής αρκετά ικανοποιημένος.

Χαρακτηριστικά ενός ικανοποιημένου πελάτη με πλήρη συνείδηση των προσδοκιών που αναμένει από τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα είναι:

- Γίνεται πιστός πελάτης
- Αποτελεί διαφήμιση με θετικά σχόλια στους συνανθρώπους που επικοινωνεί
- Αδιαφορεί για παρόμοια προϊόντα ή υπηρεσίες από ανταγωνιστές
- Είναι στην προτίμηση του και τα υπόλοιπα προϊόντα ή υπηρεσίες της επιχείρησης
- Η επιχείρηση είναι γι' αυτόν πηγή ικανοποίησης αναγκών

1.3 Ορισμός της μη ικανοποίησης – δυσαρέσκειας

Στην ικανοποίηση ή μη ικανοποίηση έχουμε διασύνδεση στην σχέση ανάμεσα στην απόδοση και τις προσδοκίες που έχει ο πελάτης από ένα προϊόν ή υπηρεσία.

Ο καταναλωτής δηλώνει μη ικανοποιημένος αν μειονεκτεί η απόδοση από τις προσδοκίες. Άρα ορίζουμε ως μη ικανοποίηση την διαφορά ανάμεσα στην απόδοση του προϊόντος και τις προσδοκίες που είχε ο καταναλωτής από αυτό. Η μη ικανοποίηση του πελάτη μπορεί να επιφέρει απρόβλεπτες συνέπειες στις επιχειρήσεις. Σύμφωνα με έρευνες 1 στις 4 συναλλαγές γεννιέται κάποιο πρόβλημα ποιότητας με τον πελάτη. Επίσης έχουμε ότι δεν γίνεται αναφορά στην επιχείρηση όταν αντιμετωπίζουν οι πελάτες πρόβλημα όπου σύμφωνα με έρευνες μόνο 1 στους 3 δηλώνει απογοητευτικά σχόλια στην επιχείρηση.

Ο δυσαρεστημένος πελάτης, θα συζητήσει για την αρνητική εμπειρία του με άλλους 9 πιθανούς πελάτες, ενώ το 65% των δυσαρεστημένων πελατών που έχουν εκφράσει κάποιο παράπονο δεν θα επιστρέψει για άλλες συναλλαγές στην επιχείρηση. Σε περίπτωση μάλιστα κακής αντιμετώπισης των παραπόνων του πελάτη το 83% των πελατών επιλέγει άλλη επιχείρηση στην επόμενη αγορά ενώ το κόστος προσέλευσης ενός νέου πελάτη είναι 5 φορές μεγαλύτερο από το κόστος διατήρησης ενός ικανοποιημένου (Γρηγορούδης & Σίσκος, 2000).

Όπως διαβάσαμε παραπάνω με την μη ικανοποίηση τα αποτελέσματα για την επιχείρηση είναι οδυνηρά. Πρέπει η επιχείρηση να κρατάει σταθερό χαρακτήρα και να έρχεται άμεσα σε επικοινωνία με τους πελάτες της για να ακούει τα παράπονα τους. Τον πρώτο ρόλο πρέπει να τον έχουν οι υπάλληλοι που εξυπηρετούν και επικοινωνούν με τον πελάτη και με κατάλληλη εκπαίδευση να διευθετούν την δυσαρέσκεια των πελατών με αποτέλεσμα να αντιστρέφεται η ψυχολογία των πελατών και να δημιουργείται το αίσθημα εμπιστοσύνης των πελατών προς την επιχείρηση. Οι επιχειρήσεις δεν θα σταματήσουν να έχουν μη ικανοποιημένους πελάτες διότι είναι πολλοί οι λόγοι που ενδέχεται να μείνουν μη ικανοποιημένοι με αποτέλεσμα η επιχείρηση να μην μπορεί να διευθετήσει την κατάσταση. Ως λύση η επιχείρηση θα πρέπει να δημιουργήσει ένα κέντρο διαχείρισης παραπόνων όπου θα αναλαμβάνει τα προβλήματα της μη ικανοποίησης των πελατών με μοναδικό αποτέλεσμα να επωφεληθεί ο πελάτης.

Χαρακτηριστικά ενός μη ικανοποιημένου πελάτη με πλήρη γνώση των ωφελειών που περιμένει από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες είναι:

- Δεν επιλέγει την επιχείρηση για αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών από όλα τα αποθέματα της
- Αποτελεί δυσφήμιση με αρνητικά σχόλια στους συνανθρώπους που επικοινωνεί
- Κυριαρχεί στον πελάτη η δυσαρέσκεια και η προδοσία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Ελληνική Ακτοπλοΐα

2.1 Ορισμός και Χαρακτηριστικά

Ως ορισμό της ακτοπλοΐας μπορούμε να διατυπώσουμε ότι είναι η μεταφορά ανθρώπων και εμπορευμάτων σε όλα τα στερεά τμήματα που διαθέτουν την απαραίτητη υποδομή για να αφιχθεί ένα πλοίο. Στην Ελλάδα εσωτερικά οι μεταφορές των επιβατών μέσω της ακτοπλοΐας αποτελεί το 13% από την συνολική διακίνηση των επιβατών με όλα τα υπόλοιπα μέσα υπεραστικής συγκοινωνίας που διαθέτει η χώρα μας.

Άνθιση δραστηριότητας της ακτοπλοϊκής συγκοινωνίας στην χώρα μας έχουμε από το 1860 με μικτά πλοία που κάλυπταν τις ταχυδρομικές ανάγκες.

Μερικά από τα πρώτα ακτοπλοϊκά δρομολόγια ήταν:

- Πειραιάς – Κυκλάδες
- Πειραιάς – Βόλος
- Πειραιάς – Περιμετρικά στην Πελοπόννησο μέχρι Κέρκυρα
- Πειραιάς – Θεσσαλονίκη

Επίσης ακτοπλοϊκές προσεγγίσεις σε Κωνσταντινούπολη Βάρνας Γαλατσίου, Οδησσού, καθώς και Σμύρνης, Αλεξανδρείας, Κύπρου και λιμένων Ιταλίας. Έπειτα από τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο άρχισαν να εξελίσσονται εκπληκτικά οι ακτοπλοϊκές συγκοινωνίες με άμεσο επιρροή από την εσωτερική μετανάστευση που ακολούθησε.

Με γνώμονα τη ζωτική σημασία του κλάδου, η ακτοπλοΐα αντιμετωπίζει σημαντικές προκλήσεις. Πιο συγκεκριμένα, η ζήτηση ακτοπλοϊκών υπηρεσιών στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από τις παρακάτω ιδιομορφίες :

- Έντονη εποχικότητα
- Υψηλό σταθερό σε σχέση με το μεταβλητό κόστος λειτουργίας και
- Παρουσία γραμμών χαμηλής επιβατικής κίνησης και ταυτόχρονης κοινωνικής ανάγκης εξυπηρέτησης τους.

Πηγή: <https://www.wikipedia.org>

Στην χώρα μας η ακτοπλοΐα έχει τα δείγματα μιας μορφής αγοράς από τον έλεγχο λίγων επιχειρήσεων ή αλλιώς εν ονόματι ολιγοπώλιο και θα δούμε γιατί παρακάτω:

- Διακρίνεται ταύτιση γιατί στο ολιγοπώλιο έχουμε μικρό αριθμό επιχειρήσεων με την μεταξύ τους αλληλεξάρτηση, δηλαδή κάθε επιχείρηση επηρεάζεται από τις αποφάσεις της άλλης. Στις ακτοπλοϊκές γραμμές της χώρας μας έχουμε μικρό αριθμό ακτοπλοίων που δρουν στις ακτοπλοϊκές γραμμές και διακρίνεται η αλληλεξάρτηση στις αποφάσεις που παίρνουν.

- Παρατηρείται έντονα ο μη ανταγωνισμός στις τιμές γιατί μπορεί να είναι οδυνηρές οι συνέπειες και εμβαθύνουν για να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί και δελεαστικοί στις υπηρεσίες που προσφέρουν εν πλω. Μερικοί τρόποι είναι:
 - ο να γίνονται διαφορετικές αφίσες και αναχωρήσεις των πλοίων
 - ο έντονη προβολή των διαθέσιμων υπηρεσιών, της ταχύτητας του πλοίου, η αναβαθμισμένοι και υψηλού επιπέδου χώροι των πλοίων και η άριστη αντιμετώπιση από το προσωπικό του πλοίου.
- Κλείνοντας να πούμε ότι υπάρχει αυξημένη κρατική επιρροή επιβάλλοντας όλη την αγορά. Η επιρροή που ασκείται στις επιχειρήσεις είναι στον αριθμό των δρομολογίων, στον αριθμό ναύλων και στην παροχή άδειας σκοπιμότητας

2.2 Η Ακτοπλοϊκή γραμμή Κεραμωτή – Θάσος

Η Ναυτιλιακή Εταιρεία Καβάλας εκτελεί καθημερινά δρομολόγια όλο το χρόνο τις ώρες από τις 05:30 έως τις 22:30. Συγκεκριμένα από Οκτώβριο έως Μάρτιο έχει 8 - 10 δρομολόγια την ημέρα από το κάθε λιμάνι ξεχωριστά και από Απρίλιο έως Σεπτέμβριο από 8 – 15 δρομολόγια την ημέρα από το κάθε λιμάνι ξεχωριστά. Σχετικά με την επιβατική κίνηση κατά το έτος 2017 από όλες τις ακτοπλοϊκές εταιρείες διακινήθηκαν συνολικά 1.753.084 επιβάτες (**Πίνακας 2.2.1.3**). Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται αυξημένη η κίνηση των επιβατών τους μήνες Μάιο – Ιούνιο – Ιούλιο – Αύγουστο – Σεπτέμβριο λόγω του αυξημένου τουριστικού προϊόντος που διαθέτει το νησί.

	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	Φ/Γ	Ι/Χ	Δ/Κ	Δ/Φ
ΙΑΝ	26,192	4,470	4,326	42	7
ΦΕΒΡ	36,295	6,337	6,358	149	20
ΜΑΡΤ	47,752	7,714	8,960	305	28
ΑΠΡΙΛ	80,658	11,837	13,260	803	65
ΜΑΙΟΣ	115,146	10,532	18,618	1,227	668
ΙΟΥΝ	236,859	11,260	51,106	2,483	1,529
ΙΟΥΛ	380,480	12,191	92,570	3,830	1,637
ΑΥΓ	436,464	11,425	110,641	4,173	1,580
ΣΕΠΤ	243,030	10,419	54,692	1,685	1,561
ΟΚΤ	69,068	8,971	13,025	553	388
ΝΟΕ	42,119	6,888	8,248	209	26
ΔΕΚ	39,021	6,062	7,986	104	26
ΣΥΝΟΛΟ	1,753,084	108,106	389,790	15,563	7,535

Πίνακας 2.2.1.3 Συνολικά στατιστικά στοιχεία επιβατών και οχημάτων από τα λιμάνια της Κεραμωτής και της Θάσου. Πηγή: Λιμενικό Ταμείο Θάσου.

	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	Φ/Γ	Ι/Χ	Δ/Κ	Λ/Φ
ΙΑΝ	13,225	2,613	1,704	24	4
ΦΕΒΡ	18,228	3,551	2,768	75	9
ΜΑΡΤ	24,083	3,842	4,496	152	12
ΑΠΡΙΛ	37,661	7,252	4,435	353	55
ΜΑΙΟΣ	56,191	5,206	9,515	624	335
ΙΟΥΝ	109,103	5,439	23,064	1,205	765
ΙΟΥΛ	185,947	5,853	45,499	1,980	810
ΑΥΓ	222,152	5,634	56,691	2,182	793
ΣΕΠΤ	133,463	5,108	31,353	801	796
ΟΚΤ	37,428	4,405	7,068	295	218
ΝΟΕ	20,566	3,370	4,106	109	14
ΔΕΚ	20,285	3,102	4,272	55	8
ΣΥΝΟΛΟ	878,332	55,375	194,971	7,855	3,819

Πίνακας 2.2.1.1 Στατιστικά στοιχεία επιβατών και οχημάτων από το λιμάνι της Θάσου προς το Λιμάνι της Κεραμωτής.

Πηγή: Λιμενικό Ταμείο Θάσου.

	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	Φ/Γ	Ι/Χ	Δ/Κ	Λ/Φ
ΙΑΝ	12,967	1,857	2,622	18	3
ΦΕΒΡ	18,067	2,786	3,590	74	11
ΜΑΡΤ	23669	3,872	4,464	153	16
ΑΠΡΙΛ	42,997	4,585	8,825	450	10
ΜΑΙΟΣ	58,955	5,326	9,103	603	333
ΙΟΥΝ	127,756	5,821	28,042	1,278	764
ΙΟΥΛ	194,533	6,338	47,071	1,850	827
ΑΥΓ	214,312	5,791	53,950	1,991	787
ΣΕΠΤ	109,567	5,311	23,339	884	765
ΟΚΤ	31,640	4,566	5,957	258	170
ΝΟΕ	21,553	3,518	4,142	100	12
ΔΕΚ	18,736	2,960	3,714	49	18
ΣΥΝΟΛΟ	874,752	52,731	194,819	7,708	3,716

Πίνακας 2.2.1.2 Στατιστικά στοιχεία επιβατών και οχημάτων από το λιμάνι της Κεραμωτής προς το Λιμάνι της Θάσου

Πηγή: Λιμενικό Ταμείο Θάσου.

2.2.2 Χαρακτηριστικά των λιμένων της γραμμής

2.2.2.1 Κεραμωτή



Ανατολικά από την Καβάλα σε 42 χιλιόμετρα συγκεκριμένα μέσω της Εγνατίας οδού βρίσκεται το λιμάνι της Κεραμωτής. Αποτελεί το κοντινότερο λιμάνι όπου επιλέγεται να εξυπηρετηθεί ο μεγαλύτερος αριθμός επιβατών και εμπορευμάτων για την Θάσο διότι απέχει μόλις 6 ναυτικά μίλια ή μόλις 35 λεπτά της ώρας.

Το λιμάνι της Κεραμωτής εξυπηρετεί:

- την επιβατική κίνηση, με καθημερινά δρομολόγια F/B από και προς την Θάσο
- τη διακίνηση χύδην φορτίων από και προς τη Θάσο
- τον αλιευτικό στόλο, χρησιμοποιούμενο ως αλιευτικό καταφύγιο

Το λιμάνι της Κεραμωτής έχει βάθη που φτάνουν τα 7,5 μέτρα.

2.2.2.2 Λιμένας Θάσου



Η πρωτεύουσα της Θάσου, βρίσκεται στο βορειοανατολικό τμήμα του νησιού σχεδόν απέναντι από την Κεραμωτή, με την οποία την συνδέει πυκνή συγκοινωνία με τα Ferry-boats, που διασχίζουν την διαδρομή των 6 ναυτικών μιλίων κάθε μισή ώρα περίπου, δημιουργώντας μία «φυσική γέφυρα» με την απέναντι στεριά.

Δέχεται σκάφη: ΕΓ/ΟΓ (Ferry Boats), Αναψυχής

Μερικά από τα χαρακτηριστικά του Λιμένα είναι

- επιτρέπει να πραγματοποιούνται αφίξεις εξωτερικού
- έχει την υποδομή καθαρού πόσιμου νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, καυσίμων και εφοδίων
- η δυναμικότητα του λιμανιού είναι κυμαινόμενη

Το λιμάνι της Θάσου έχει βάθη που φτάνουν τα 8 μέτρα.

Πηγή: Λιμενικό Ταμείο Θάσου.

2.2.3 Ναυτιλιακή Εταιρεία Καβάλας

Η Ναυτιλιακή Εταιρεία Καβάλας ιδρύθηκε το 1971 από τον Ισίδωρο Μητσόπουλο.

Είναι μια ελληνική οικογενειακή επιχείρηση που αδιάλειπτα τα τελευταία 40 χρόνια συνδέει το νησί της Θάσου με τα λιμάνια της Καβάλας και της Κεραμωτής και έχει να επιδείξει μία μακρά και ιδιαίτερος επιτυχημένη πορεία στο χώρο της επιβατηγού ναυτιλίας. Η Ναυτιλιακή Εταιρεία Καβάλας εδώ και 40 χρόνια δεν σταματάει να εξελίσσεται γενόμενη πιο ευέλικτη και δυναμική. Νέα πλοία προστίθενται στον στόλο της ενώ εκσυγχρονίζονται τα ήδη υπάρχοντα σύμφωνα με τις αυστηρότερες διεθνείς σταθερές και κανονισμούς.

Πιστοποιημένη Ασφάλεια

Τα πλοία της Ναυτιλιακής Εταιρείας Καβάλας πληρούν όλες τις προϋποθέσεις των διεθνών και εθνικών κανονισμών. Η εταιρεία και τα πλοία μας είναι πιστοποιημένα και εφαρμόζουν από το 2006 τον Διεθνή Κώδικα Ασφαλούς Διαχείρισης (ISM CODE) του Διεθνούς Οργανισμού Ναυτιλίας (IMO).

Πιστοποιημένη Ποιότητα

Είναι απαίτηση της εταιρείας οι κύριοι προμηθευτές της να είναι πιστοποιημένοι σύμφωνα με τα πρότυπα ISO και HACCP για την παροχή Ποιοτικών Υπηρεσιών, Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Παραγωγής και Αποθήκευσης τροφίμων.

Τιμές Εισιτηρίων

Εισιτήρια	Γραμμή Λιμένα - Κεραμωτή
ΚΑΝΟΝΙΚΟ ΕΠΙΒΑΤΗ	4.00 €
ΠΑΙΔΙΚΟ (5-10 ετών) - 50%	2.00 €
Ε.Ι.Χ. ΕΩΣ ΚΑΙ 4,25μ.	16.00 €
Ε.Ι.Χ. ΑΝΩ ΤΩΝ 4,25μ.	20.00 €
Λ/Φ. - ΤΡΟΧ/ΤΑ - TREILER	4.00 € / μ.
ΠΟΔΗΛΑΤΑ	2.80 €
ΔΙΚΥΚΛΑ ΕΩΣ ΚΑΙ 250cc	4.00 €
ΔΙΚΥΚΛΑ ΑΝΩ ΤΩΝ 250cc	5.00 €

ΤΕΤΡΑΤΡΟΧΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ	8.00 €
Φ/Γ. - ΑΓΡ. ΜΗΧ/ΤΑ ΕΩΣ ΚΑΙ 5μ.	20.00 €
Φ/Γ. - ΑΓΡ. ΜΗΧ/ΤΑ ΑΝΩ ΤΩΝ 5μ.	5.00 € / μ.
ΓΚΡΟΥΠ	2.00 €

Οι τιμές περιλαμβάνουν Φ.Π.Α

Οι τιμές των εισιτηρίων, συλλέχτηκαν από την επίσημη ιστοσελίδα (site) της Ναυτιλιακής Εταιρείας Καβάλας.

Πηγή: <http://www.thassos-ferries.gr>

2.2.3 Πλοίο Άνασσα που δραστηριοποιείται στη γραμμή από την Ναυτιλιακή Εταιρεία Καβάλας

Το μήκος του πλοίου φτάνει τα 106 μέτρα και πλάτος 21 μέτρα, ενώ το βύθισμα του ανέρχεται στα 2,4 μέτρα. Η μέγιστη ταχύτητα του φτάνει τους 15 κόμβους, ενώ η υπηρεσιακή του ταχύτητα δηλαδή η ταχύτητα που εκτελεί τα δρομολόγια είναι οι 12,5 κόμβοι . Η Χωρητικότητα του πλοίου είναι η μεγαλύτερη που υπάρχει σε ferry -



αμφίδρομο στην Ελλάδα καθώς μπορεί να φιλοξενήσει στο τεράστιο γκαράζ του έως και 240 Ι.Χ . Επίσης μπορεί να φιλοξενήσει μέχρι και 1.200 επιβάτες. Τέλος διαθέτει 4 ισχυρές μηχανές CAT οι οποίες μπορούν να αναπτύξουν έως 750 ίππους η κάθε μία, ενώ διαθέτει και 4 ολλανδικής κατασκευής ελικοπηδάλια τύπου VELF (ΒΕΛΦ). Το νεότευκτο ΑΝΑΣΣΑ είναι εξοπλισμένο με τα καλύτερα λειτουργικά όργανα και μηχανήματα στην Γέφυρα αλλά και στο Μηχανοστάσιο.

- Σημαία: Greece [GR]
- Τύπος Σκάφους: Passenger
- Ολικό Μήκος x Μέγιστο Πλάτος: 102m × 20m Έτος κατασκευής: 2015
- Κατάσταση: Ενεργό Βύθισμα 2.4m
- Καταγεγραμμένη ταχύτητα (Μέγιστη / Μέση) 15 / 10.9 knots

Πηγή: <https://www.marinetraffic.com>, <http://kavalaportpnews.blogspot.gr>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

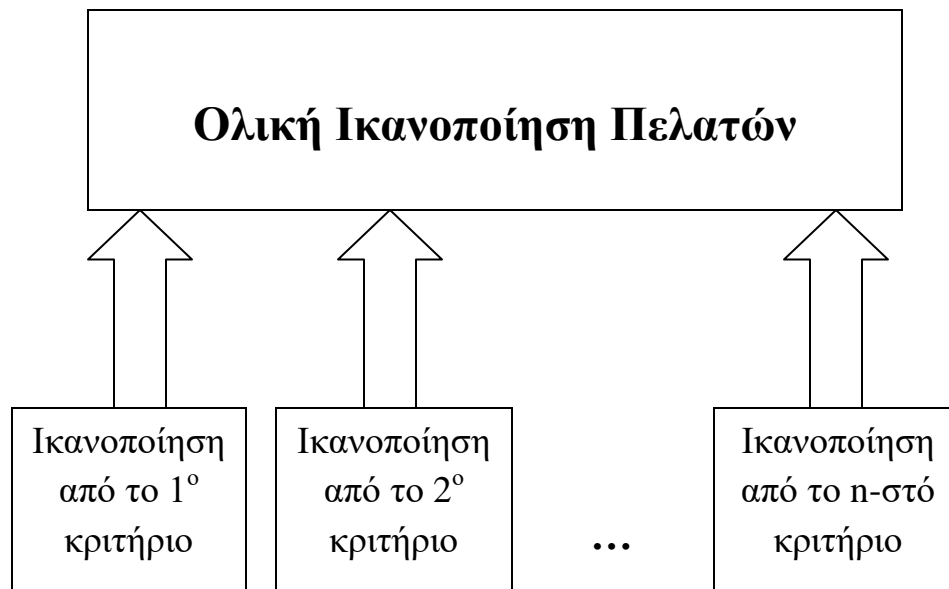
Μεθοδολογία Έρευνας

3.1 Εισαγωγή και η Βασική Αρχή της μεθόδου

Η λειτουργία του προγράμματος της μεθόδου MUSA (MUlticriteria Satisfaction Analysis) αποτελεί ένα σπουδαίο εργαλείο μέτρησης της ικανοποίησης πελατών στηριζόμενη στην πολυκριτήρια ανάλυση αποφάσεων.

Η πρακτική της μεθόδου γίνεται σε ηλεκτρονικό υπολογιστή και σε περιβάλλον windows κάνοντας χρήση δεδομένων ικανοποίησης πελατών τα οποία έχουν συλλεχθεί από τον χρήστη εν μέσω μιας έρευνας με την βοήθεια ενός απλού αλλά εξειδικευμένου ερωτηματολογίου.

Η βασική αρχή της πολυκριτήριας μεθόδου MUSA είναι η διατύπωση προτιμήσεων συνόλου πελατών σε μια ποσοτική μαθηματική συνάρτηση αξιών. Πιο στοχευμένα υποθέτει η μέθοδος ότι η συνολική ικανοποίηση ενός μόνου πελάτη είναι άμεσα εξαρτώμενη από σύνολο μεταβλητών όπου αντιπροσωπεύουν τα χαρακτηριστικά της προσφερόμενης υπηρεσίας ή προϊόντος.



Σχήμα 3.1 Σύνθεση προτιμήσεων των πελατών
Πηγή: Γρηγορούδης, Ε. (1999)

Στην συνέχεια ονομάζουμε διαστάσεις ικανοποίησης την συνολική ικανοποίηση ενός πελάτη που είναι άμεσα εξαρτώμενη από το σύνολο κριτηρίων $X = (X_1, X_2, \dots, X_n)$.

Τα δεδομένα ικανοποίησης πελατών για την υλοποίηση της μεθόδου θα συλλεχθούν μέσω εξειδικευμένου ερωτηματολογίου, στην παράγραφο 4.3 γίνεται η παρουσίαση του, μέσω του οποίου ο πελάτης εκφράζει με την μορφή αξιολόγησης την λειτουργία της συνολικής και τα επιμέρους στοιχεία της και όλα αυτά με την βοήθεια μια μονότονης, προκαθορισμένης κλίμακας δηλαδή της πενταβάθμιας απλής κλίμακας.

Σύμφωνα με την προτεινόμενη μεθοδολογία που παρουσιάζεται, το μοντέλο MUSA προσπαθεί να εκτιμήσει τη συνολική και τις επιμέρους συναρτήσεις ικανοποίησης Y^* και X_i^* αντίστοιχα, δεδομένων των προτιμήσεων Y και X_i που έχει εκφράσει το σύνολο των πελατών. Το σχήμα 3.2 δείχνει παραστατικά τη βασική αυτή αρχή της πολυκριτήριας μεθοδολογίας (δεδομένα και υπό εκτίμηση μεταβλητές), ενώ ο ορισμός των μεταβλητών παρουσιάζεται αναλυτικά στον Πίνακα 3.1. (Γρηγορούδης, E., 1999)

Πίνακας 3.1: Μεταβλητές της μεθόδου MUSA

Y	: συνολική ικανοποίηση του πελάτη
α	: αριθμός επιπέδων της κλίμακας συνολικής ικανοποίησης
y^m	: το m επίπεδο συνολικής ικανοποίησης ($m=1,2,\dots,\alpha$)
n	: αριθμός κριτηρίων
X_i	: ικανοποίηση του πελάτη σύμφωνα με το i κριτήριο ($i=1,2,\dots,n$)
a_i	: αριθμός επιπέδων της κλίμακας ικανοποίησης του κριτηρίου i
x_i^k	: το k επίπεδο ικανοποίησης του κριτηρίου i ($k=1,2,\dots,a_i$)
Y^*	: συνάρτηση αξιών του Y (συνάρτηση ολικής ικανοποίησης)
y^{*m}	: αξία του y^m επιπέδου ικανοποίησης
X_i^*	: συνάρτηση αξιών του X_i (συνάρτηση μερικής ικανοποίησης)
x_i^{*k}	: αξία του x_i^k επιπέδου ικανοποίησης

Πηγή: Γρηγορούδης, E. (1999)

Η μέθοδος MUSA ακολουθεί τις γενικές αρχές της ποιοτικής ανάλυσης παλινδρόμησης υπό περιορισμούς, χρησιμοποιώντας τεχνικές γραμμικού προγραμματισμού για την επίλυση της (Jacquet - Lagreze and Siskos, 1982 , Siskos and Yannacopoulos , 1985 , Siskos, 1985). Η βασική εξίσωση της γραμμικής ανάλυσης παλινδρόμησης έχει ως εξής:

$$\begin{cases} Y^* = \sum_{i=1}^n b_i X_i^* \\ \sum_{i=1}^n b_i = 1 \end{cases}$$

Όπου οι συναρτήσεις Y^* και X_i^* είναι κανονικοποιημένες στο διάστημα $(0,100)$ ενώ b_i είναι ο συντελεστής βάρους του κριτηρίου i . (Γρηγορούδης, Ε., 1999)

Οι περιορισμοί κανονικοποίησης μπορούν να γραφούν ως εξής:

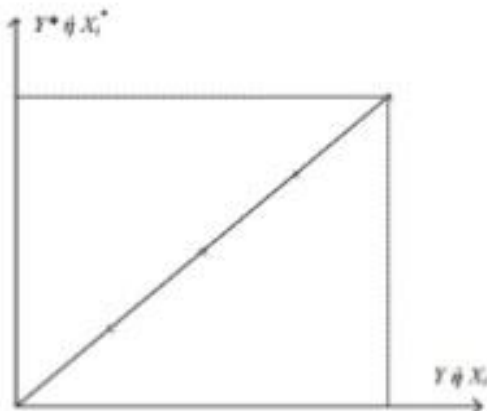
$$\begin{cases} y^{*i} = 0, & y^{*a} = 100 \\ x_i^{*i} = 0, & x_i^{*a_i} = 100 \text{ για } i=1,2,\dots,n \end{cases}$$

Πηγή: Γρηγορούδης, Ε. (1999)

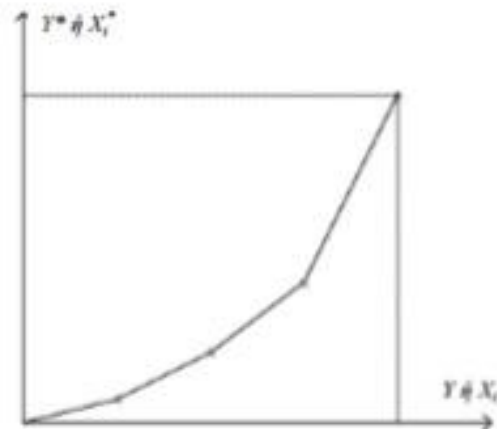
3.2 Συναρτήσεις και βάρη ικανοποίησης

Τα πιο σημαντικά αποτελέσματα της MUSA αποτελούνται από τις εκτιμώμενες συναρτήσεις ικανοποίησης διότι παρουσιάζουν πραγματική αξία που προσδίδει το σύνολο των πελατών σε ένα προκαθορισμένο ποιοτικό επίπεδο ικανοποίησης.

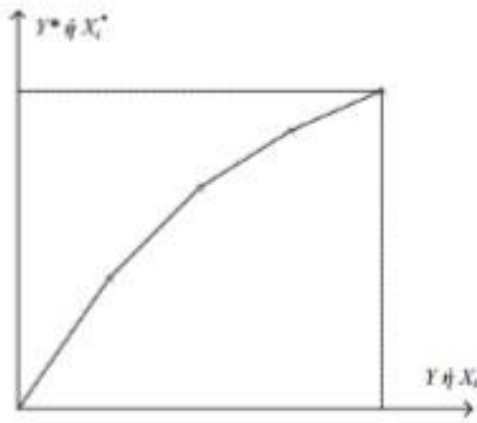
Οι συναρτήσεις υπό την μορφή που θα δούμε παρακάτω σε σχήματα μπορούμε να προσδιορίσουμε το βαθμό απαιτητικότητας των πελατών. Οι 3 βασικές ομάδες με διαφορετικό βαθμό απαιτητικότητας είναι:



«Ουδέτεροι» πελάτες



Απαιτητικοί πελάτες



Μη – απαιτητικοί πελάτες

Σχήμα 3.2 Ομάδες πελατών με διαφορετικό βαθμό απαιτητικότητας

«Ουδέτεροι» πελάτες: Η γραφική παράσταση της συνάρτησης ικανοποίησης είναι σε γραμμική μορφή ή αλλιώς ένα ευθύγραμμο τμήμα με αποτέλεσμα να συμπεραίνουμε ότι σε μεγάλο ποσοστό οι προσδοκίες των πελατών είναι εκπληρωμένες από τις αποδόσεις των υπηρεσιών ή προϊόντων που προσφέρθηκαν σε αυτούς.

Απαιτητικοί πελάτες: Η γραφική παράσταση της συνάρτησης ικανοποίησης είναι σε κυρτή μορφή με αποτέλεσμα να συμπεραίνουμε ότι για εκπληρωθούν οι προσδοκίες των πελατών πρέπει να προσφερθεί το βέλτιστο επίπεδο υπηρεσιών.

Μη – απαιτητικοί πελάτες : Η γραφική παράσταση της συνάρτησης ικανοποίησης είναι σε κοίλη μορφή με αποτέλεσμα να συμπεραίνουμε ότι είναι ελαστικοί αν δεν εκπληρωθεί ποσοστό των προσδοκιών τους.

Σχετικά με τα βάρη των κριτηρίων ικανοποίησης υποδεικνύουν το σχετικό βαθμό σπουδαιότητας που δίνει το σύνολο των πελατών στις αξίες των διαστάσεων ικανοποίησης που έχουν καθοριστεί. Το περιστατικό αυτό υποδεικνύει ότι σημαντικό θεωρείτε ένα κριτήριο που εξαρτάται από το πλήθος των κριτηρίων που χρησιμοποιούνται.

3.3 Μέσοι δείκτες ικανοποίησης

Με τον ορισμό των μέσων δεικτών ικανοποίησης συμπληρώνονται τα αποτελέσματα της μεθοδολογίας MUSA και είναι σημαντικός διότι:

- Με κατανοητό και απλό τρόπο παρουσιάζεται η κατάσταση της ικανοποίησης σε ένα σύνολο πελατών
- Τα αποτελέσματα της μεθοδολογίας MUSA συνδυάζονται με την περιγραφική στατιστική ανάλυση της έρευνας ικανοποίησης.
- Υλοποιεί ένα σύστημα αξιολόγησης και επιδόσεων της επιχείρησης

Παρακάτω θα δούμε τις εξισώσεις των μέσων δεικτών ικανοποίησης που είναι οι εξής:

$$\begin{cases} S = \frac{1}{100} \sum_{m=1}^{\alpha} p^m y^{*m} \\ S_i = \frac{1}{100} \sum_{k=1}^{a_i} p_i^k x_i^{*k} \text{ για } i=1,2,\dots,n \end{cases}$$

3.4 Μέσοι δείκτες απαιτητικότητας

Για την απαιτητικότητα των πελατών πρέπει να ορίσουμε ένα σύνολο μέσων δεικτών απαιτητικότητας και αυτό σημαίνει ότι:

- Ορίζουμε μια ποσοτική μεταβλητή αποκλειστικά στην έννοια της απαιτητικότητας
- Εκμεταλλευόμαστε πλήρως το σύνολο των πληροφοριών που δίνουν οι συναρτήσεις ικανοποίησης.

Οι σχέσεις των μέσων δεικτών απαιτητικότητας είναι οι εξής:

$$\begin{cases} D = \frac{\sum_{m=1}^{a-1} (\frac{100(m-1)}{a-1} y^{*m})}{100 \sum_{m=1}^{a-1} \frac{m-1}{a-1}} \text{ για } a > 2 \\ D_i = \frac{\sum_{k=1}^{a_i-1} (\frac{100(k-1)}{a_i-1} x_i^{*k})}{100 \sum_{k=1}^{a_i-1} \frac{k-1}{a_i-1}} \text{ για } a_i > 2 \text{ και } i=1,2,\dots,n \end{cases}$$

Όπου D και D_i είναι αντίστοιχα οι μέσοι δείκτες ολικής και μερικής (σύμφωνα με το i κριτήριο) απαιτητικότητας.

Οι μέσοι δείκτες απαιτητικότητας είναι κανονικοποιημένοι στο διάστημα $[-1, 1]$ και ισχύει: „

- $D = 1$ ή $D_i = 1$: Απαιτητικοί πελάτες
- $D = 0$ ή $D_i = 0$: Ουδέτεροι πελάτες,
- $D = -1$ ή $D_i = -1$: Μη απαιτητικοί πελάτες ,,

Οι δείκτες απαιτητικότητας εκφράζουν την μέση απόκλιση των συναρτήσεων ικανοποίησης από μια «κανονική» (γραμμική) συνάρτηση αξιών. Οι μέσοι δείκτες απαιτητικότητας δείχνουν το μέγεθος της προσπάθειας που καταβάλλεται για τη βελτίωση ενός χαρακτηριστικού, δεδομένου ότι όσο πιο απαιτητικοί είναι οι πελάτες, τόσο περισσότερο πρέπει να βελτιωθεί το επίπεδο ικανοποίησης για να εκπληρωθούν οι προσδοκίες τους.

3.5 Διαγράμματα δράσης

Για να προκύψουν τα διαγράμματα δράσης πρέπει να υπάρξει συνδυασμός στα βάρη των κριτηρίων ικανοποίησης και στους μέσους δείκτες ικανοποίησης που είναι απαραίτητοι ώστε να καθορίσουν δυνατά και αδύνατα σημεία στην ικανοποίηση των πελατών και το που πρέπει να επικεντρωθούν οι κινήσεις βελτίωσης από την διοίκηση της επιχείρησης . Η μορφή που έχει το διάγραμμα δράσης είναι ότι υπάρχει διαχωρισμός σε 4 τεταρτημόρια και η θέση που θα έχει κάθε κριτήριο προσδιορίζει τις ενέργειες για να επέλθει βελτίωση ή διατήρηση στο επίπεδο ικανοποίησης. Παρακάτω θα δούμε τις 4 περιοχές του διαγράμματος αναλυτικά:

- Περιοχή ισχύουσας κατάστασης - status quo (χαμηλή απόδοση- χαμηλή σημαντικότητα): συνήθως δεν απαιτείται παραπάνω ενέργειες διότι οι συγκεκριμένες διαστάσεις δεν θεωρούνται σημαντικές από τους πελάτες.
- Περιοχή ισχύος (υψηλή απόδοση και υψηλή σημαντικότητα) : στο τεταρτημόριο αυτό έχουμε δυναμικά χαρακτηριστικά που διαθέτει η εταιρεία και πλεονεκτεί στον ανταγωνισμό και διακρίνεται.
- Περιοχή δράσης (χαμηλή απόδοση και υψηλή σημαντικότητα) : στο τεταρτημόριο αυτό έχουμε κρίσιμα χαρακτηριστικά που χρήζουν κινήσεις άμεσης βελτίωσης από την εταιρεία για να παραλάβει αύξηση στο επίπεδο ικανοποίησης πελατών
- Περιοχή μεταφοράς πόρων (υψηλή απόδοση και χαμηλή σημαντικότητα): στο τεταρτημόριο αυτό συναντάμε υπηρεσίες με χαμηλό συντελεστή βαρύτητας αλλά με υψηλή απόδοση. Η διοίκηση πρέπει να προσανατολίσει τις υπηρεσίες αυτές να χρησιμοποιηθούν με διαφορετικό τρόπο (π.χ. βελτίωση των διαστάσεων ικανοποίησης που ανήκουν στην περιοχή δράσης).



Σχήμα 3.5 Διάγραμμα δράσης (Customers Satisfaction Council, 1995)

Πηγή: Γρηγορούδης, Ε. (1999)

3.6 Διαγράμματα βελτίωσης

Στην παράγραφο 3.5 μιλήσαμε για τα διαγράμματα δράσης τα οποία προσδιορίζουν ενέργειες για να επέλθει βελτίωση ή διατήρηση στο επίπεδο ικανοποίησης αλλά παρουσιάζουν προβλήματα διότι δεν είναι σε θέση να υποδείξουν το αποτέλεσμα των ενεργειών βελτίωσης ούτε το βαθμό προσπάθειας που χρειάζεται για να επέλθει η προσδοκώμενη βελτίωση.

Τα προβλήματα αυτά θα μας τα λύσουν η δημιουργία των διαγραμμάτων βελτίωσης όπου:

- 1^η προτεραιότητα (υψηλή αποτελεσματικότητα / μικρή προσπάθεια) χρήζουν βελτίωση οι διαστάσεις ικανοποίησης γιατί παρουσιάζουν μεγάλη αποτελεσματικότητα όταν οι πελάτες δεν είναι απαιτητικοί
- 2^η προτεραιότητα (υψηλή αποτελεσματικότητα / μεγάλη προσπάθεια) ή (υψηλή αποτελεσματικότητα / μικρή προσπάθεια) προς βελτίωση χρήζουν οι διαστάσεις ικανοποίησης όταν οι πελάτες δεν είναι απαιτητικοί
- 3^η προτεραιότητα (χαμηλή αποτελεσματικότητα / μεγάλη προσπάθεια) και τελευταία προς βελτίωση χρήζουν οι διαστάσεις ικανοποίησης.



Σχήμα 3.5 Διάγραμμα βελτίωσης
Πηγή: Γρηγορούδης, Ε. (1999)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Έρευνα ικανοποίησης επιβατών της ακτοπλοϊκής γραμμής Κεραμωτή – Θάσος

4.1 Γενικά

Η έρευνα ικανοποίησης πελατών υπό την έγκριση της εταιρείας απευθυνόταν σε έλληνες επιβάτες του πλοίου Άνασσα της ακτοπλοϊκής γραμμής Κεραμωτή – Θάσος. Με την εφαρμογή της πολυκριτήριας ανάλυσης στην έρευνα θα βρούμε τα επίπεδα ικανοποίησης στους επιβάτες του πλοίου Άνασσα και την συνολική ικανοποίηση προς την εταιρεία. Επίσης θα βρούμε για την εταιρεία αν η απόδοση σε κάθε κριτήριο ξεχωριστά πληροί τις προσδοκίες των επιβατών.

4.2 Ανάλυση κριτηρίων - υποκριτηρίων ικανοποίησης

Επιλέγοντας από παλιότερες έρευνες κριτήρια τα οποία χρησιμοποιούν οι Ναυτιλιακές Εταιρείες για ανάλυση των υπηρεσιών τους προσδιορίσαμε τα εξής κριτήρια ικανοποίησης μαζί με τα υποκριτήρια:

- **Δρομολόγια** όπου περιλαμβάνει
 - ο την προγραμματισμένη ώρα αναχώρησης - άφιξης,
 - ο την συχνότητα των δρομολογίων,
 - ο την ακρίβεια των δρομολογίων
 - ο την συνολική διάρκεια ταξιδιού.
- **Τιμολογιακή Πολιτική** όπου περιλαμβάνει
 - ο την τιμή επιβατικού εισιτηρίου,
 - ο την τιμή μεταφοράς οχήματος
 - ο τις τιμές στο κυλικείο.
- **Πλοίο** όπου περιλαμβάνει
 - ο την ικανοποίηση από τους κοινόχρηστους χώρους του πλοίου,
 - ο την καθαριότητα,
 - ο το αίσθημα ασφάλειας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.
- **Υπηρεσίες-Εξυπηρέτηση** όπου περιλαμβάνει
 - ο Πλήρωμα (προθυμία, εξυπηρέτηση),
 - ο το χρόνο εξυπηρέτησης στα πρακτορεία έκδοσης εισιτηρίων,
 - ο την διαδικασία επιβίβασης/αποβίβασης επιβατών,
 - ο την διαδικασία επιβίβασης/αποβίβασης οχημάτων

4.3 Ανάλυση ερωτηματολογίου έρευνας

Κατασκευάστηκε ένα ερωτηματολόγιο με πρωταρχικό στοιχείο την απλότητα της συμπλήρωσης του για να μην υπάρξουν κατανοητικά προβλήματα. Αυτό το πετύχαμε με:

- Συγκεκριμένες, στοχευόμενες και κατανοητές ερωτήσεις για την αποφυγή σύγχυσης
- Εύκολη και ξεκούραστη στο μάτι δομή για την απλότητα της συμπλήρωσης τους και την εξασφάλιση για τις έγκυρες απαντήσεις

Το ερωτηματολόγιο (αναλυτικά στο Παράρτημα) περιλαμβάνει τρεις τύπους ερωτήσεων:

1. Τις δημογραφικές και τις γενικές ερωτήσεις:

Εκεί συμπεριλαμβάνεται ένα σύνολο ερωτήσεων για διάφορα προσωπικά στοιχεία των επιβατών (φύλο, ηλικία, λόγος ταξιδιού, επάγγελμα, συχνότητα ταξιδιών), καθώς και αν το ταξίδι τους είναι με/χωρίς όχημα

2. Τις ερωτήσεις ικανοποίησης κριτηρίων και υποκριτηρίων

Τα κριτήρια και υποκριτήρια της ικανοποίησης παρουσιάστηκαν στην ενότητα 4.2. Για την αξιολόγηση τους χρησιμοποιούμε μία πενταβάθμια ποιοτική κλίμακα της μορφής:

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Πολύ
- Απόλυτα

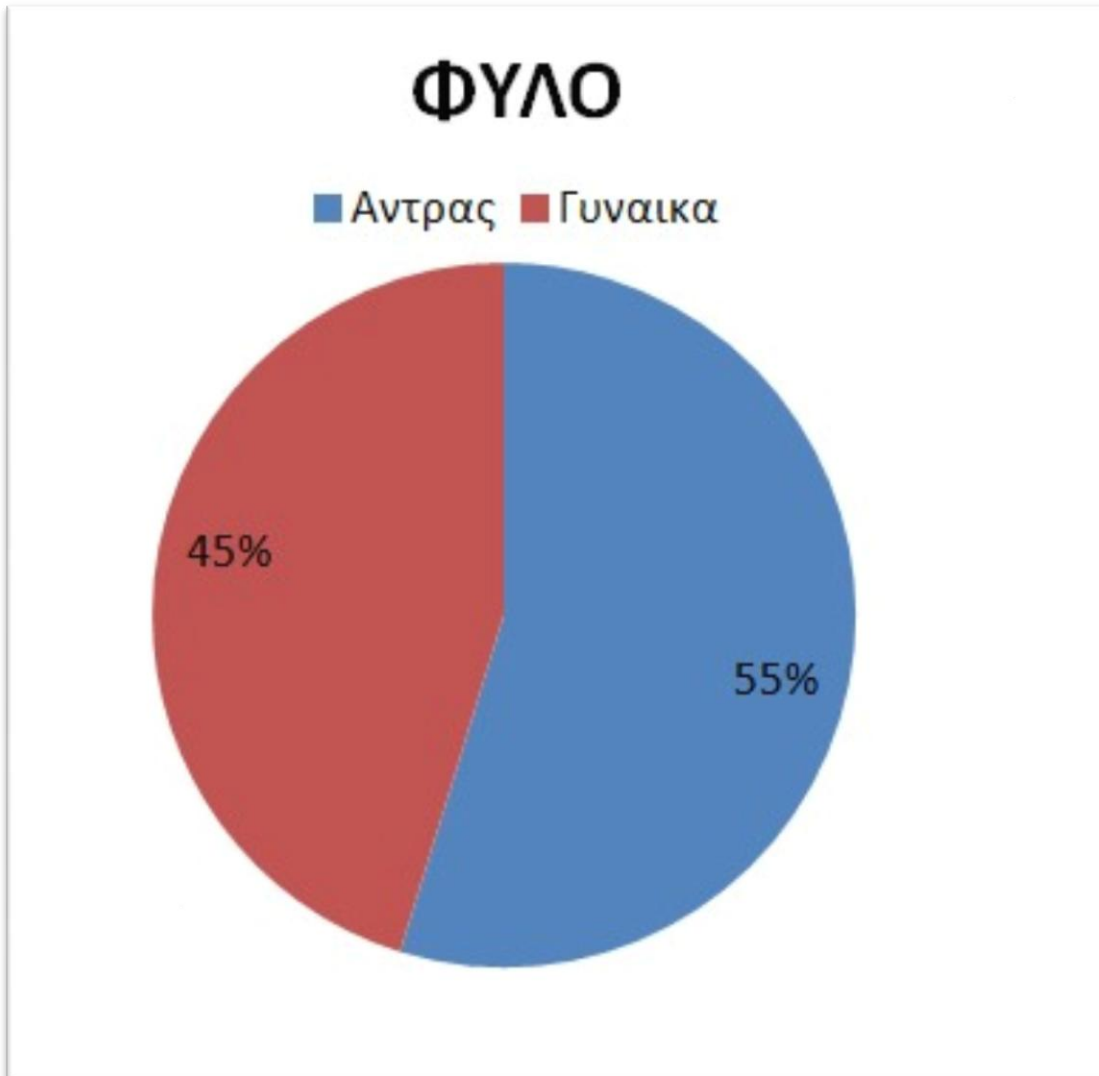
4.4 Διεξαγωγή έρευνας και προφίλ δείγματος

Πραγματοποιήθηκε η διανομή των ερωτηματολογίων κατά τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο του 2017. Διενεμήθη το ερωτηματολόγιο σε έντυπη μορφή στους έλληνες επιβάτες κατά την διάρκεια του ταξιδιού όπου είχαν την ευκαιρία να το συμπληρώσουν.

Το σύνολο των ερωτηματολογίων που συγκεντρώθηκαν ανέρχεται στα 241.

4.5 Παρουσίαση των αποτελεσμάτων δημογραφικών και γενικών ερωτήσεων

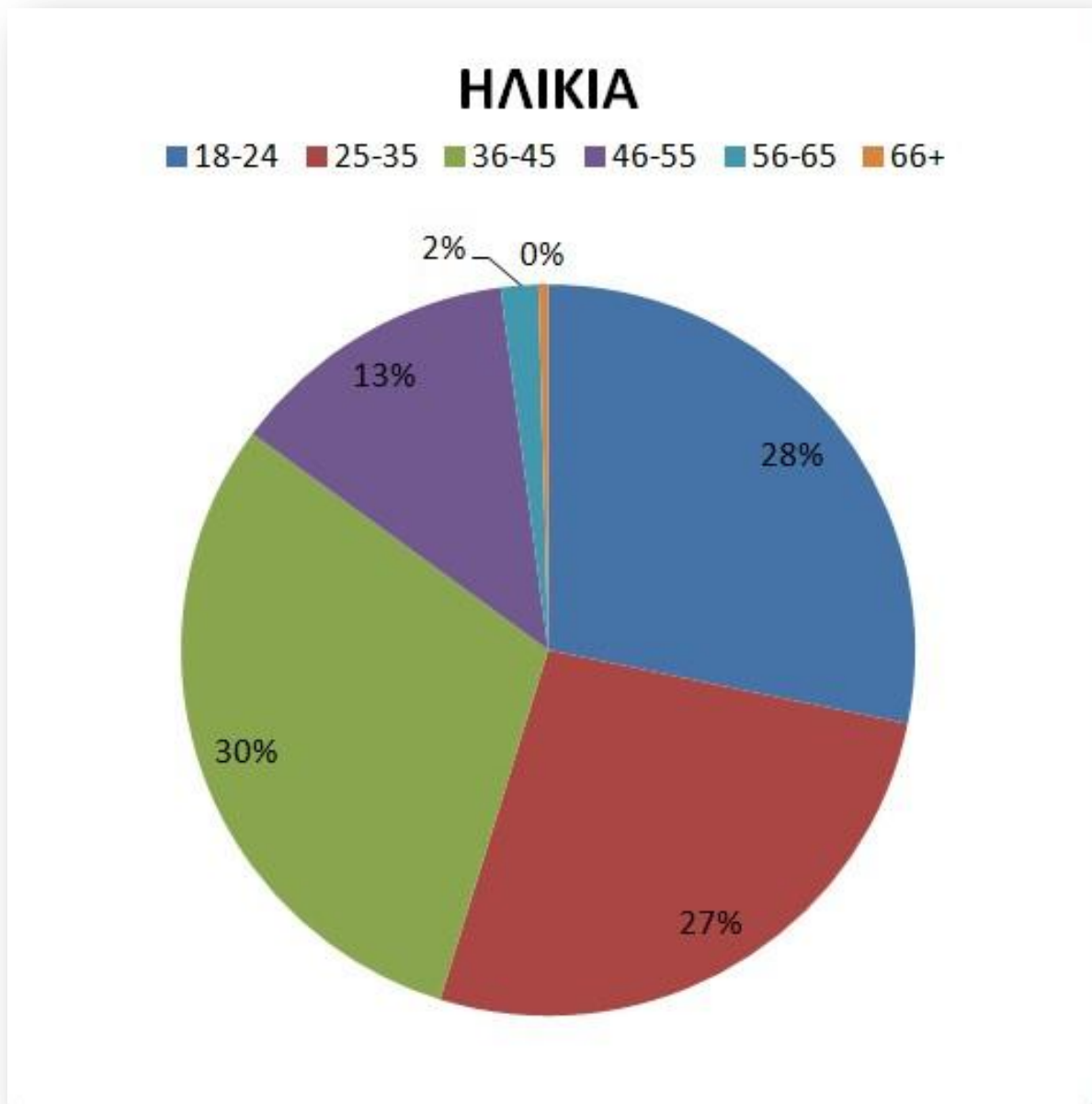
1) Παρουσίαση ανάλυσης δείγματος ανά φύλο



Εικόνα 4.1: Παρουσίαση των αποτελεσμάτων του δείγματος ανά φύλο

Τα αποτελέσματα του δείγματος ανά φύλο είναι 55% άνδρες επιβάτες και 45% γυναίκες επιβάτες.

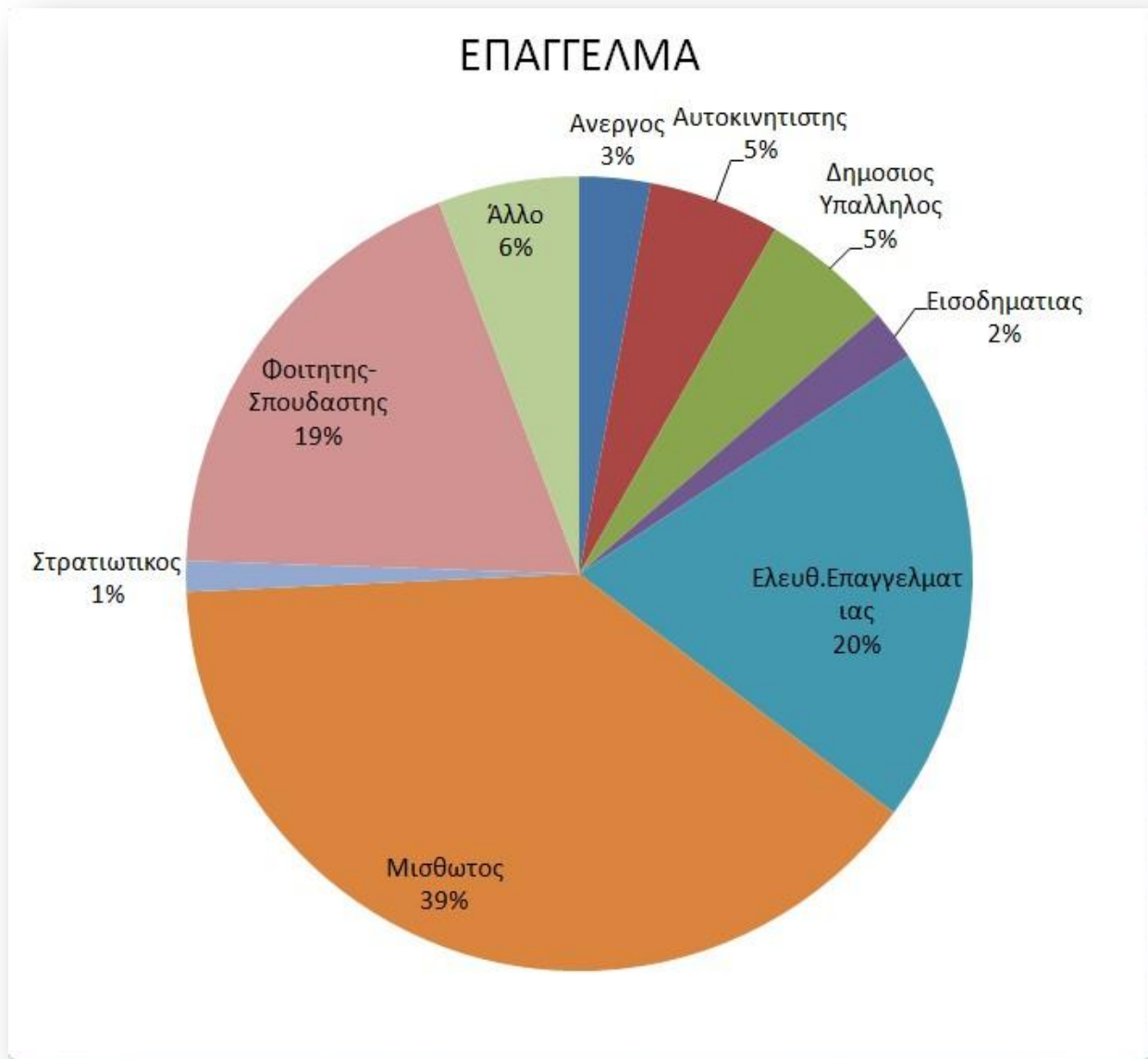
2) Παρουσίαση ανάλυσης δείγματος ανά ηλικία



Εικόνα 4.2: Παρουσίαση των αποτελεσμάτων του δείγματος ανά ηλικία

Παρατηρούμε ότι οι ηλικίες των ερωτηθέντων επιβατών είναι καταμερισμένες σχεδόν σε όλα τα εύρη ηλικιών 18-24, 25-35, 36-45, 46-55 σε σχέση με τα εύρη ηλικιών 56-65, 66+ που ήταν απρόθυμοι.

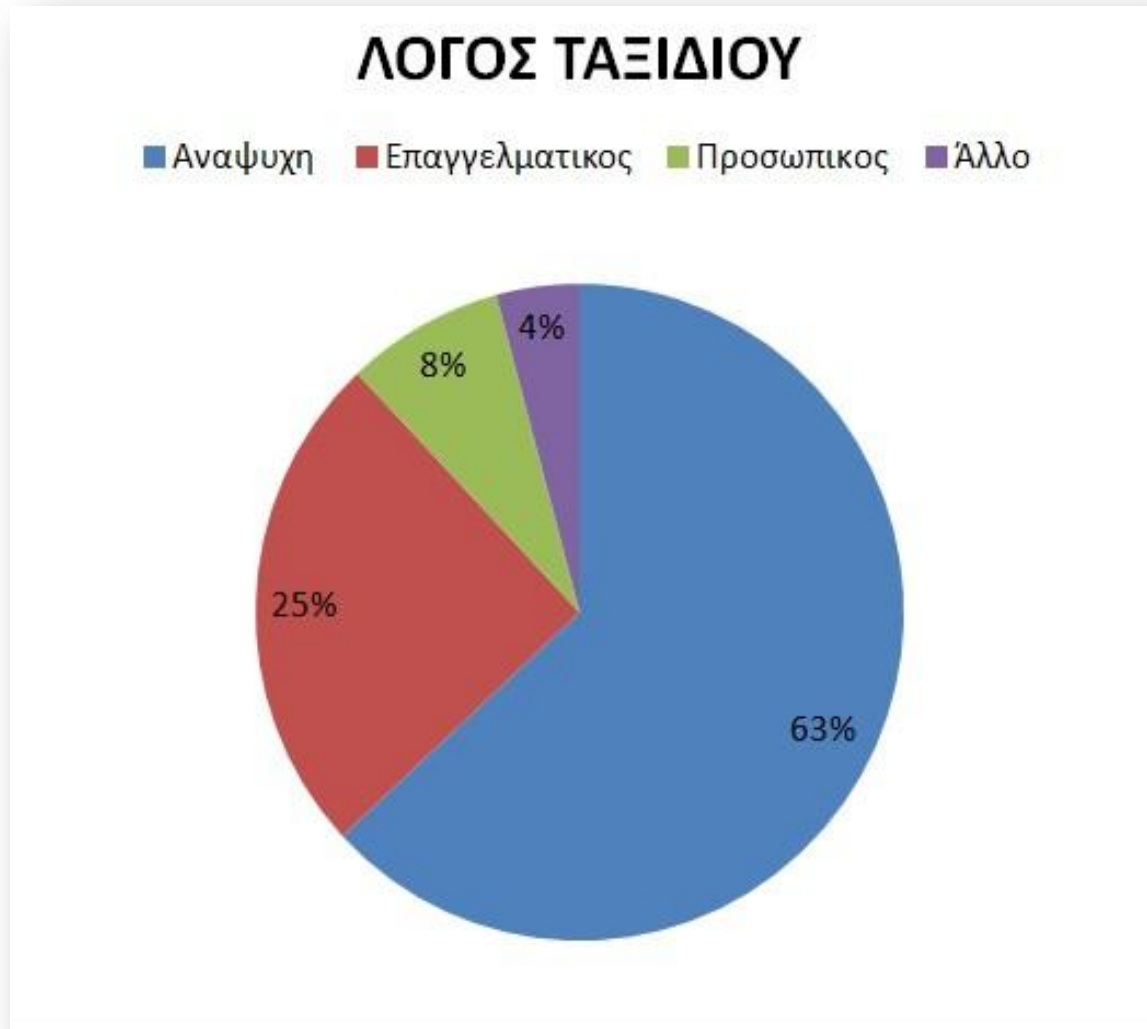
3) Παρουσίαση ανάλυσης δείγματος ανά επάγγελμα



Εικόνα 4.3: Παρουσίαση των αποτελεσμάτων του δείγματος ανά επάγγελμα

Οι ερωτηθέντες επιβάτες είναι με ποσοστό 39% μισθωτοί. Τα υπόλοιπα ποσοστά των απαντήσεων έχουν ως εξής: 20% ελεύθεροι επαγγελματίες, 19% φοιτητές, 5% δημόσιοι υπάλληλοι και αυτοκινητιστές, 3% άνεργοι, 2% Εισοδηματίες και το 1 % στρατιωτικοί. Το 6% των ερωτηθέντων δήλωσε άλλο επάγγελμα.

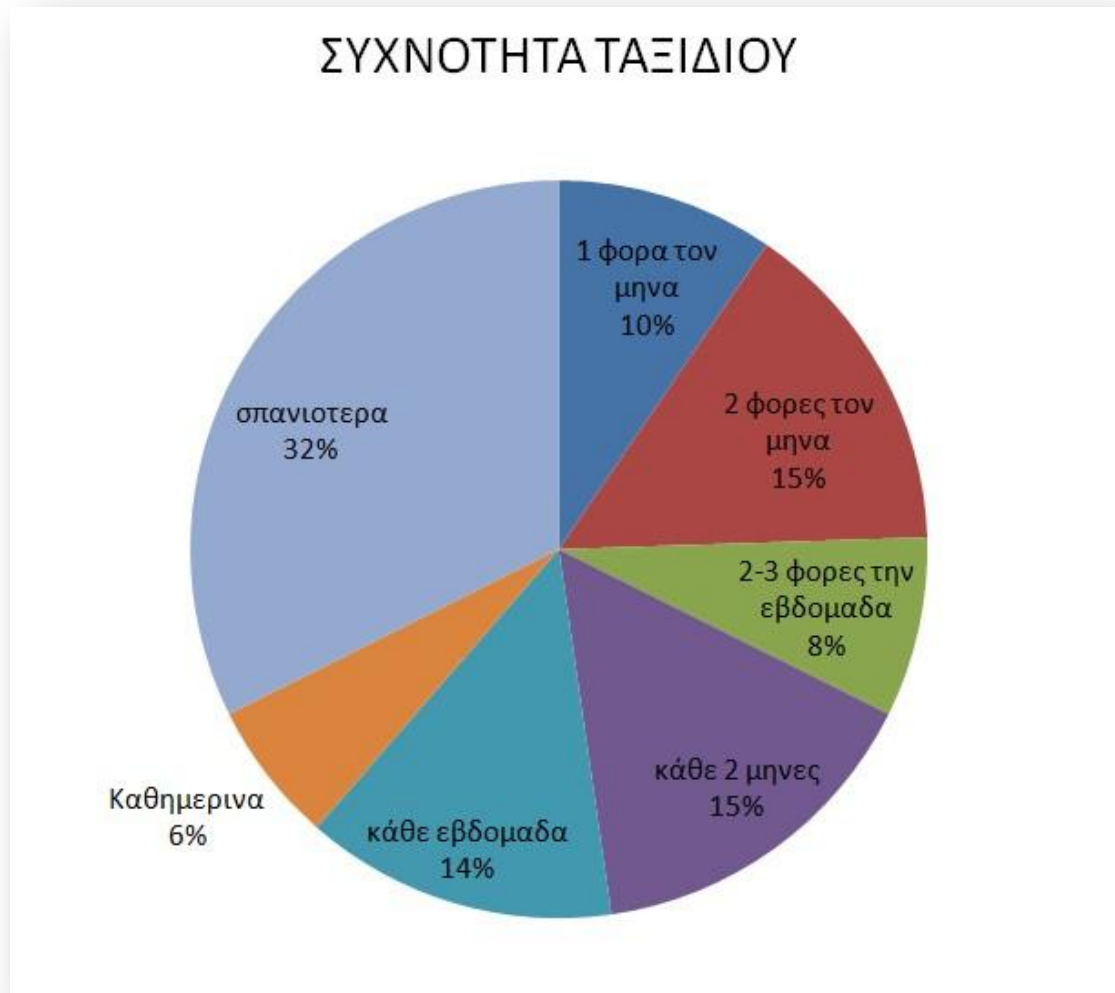
4) Παρουσίαση ανάλυσης δείγματος για τον λόγο ταξιδιού



Εικόνα 4.4: Παρουσίαση των αποτελεσμάτων του δείγματος ανά λόγο ταξιδιού

Οι ερωτηθέντες επιβάτες με ποσοστό 63% ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής. Τα υπόλοιπα ποσοστά των απαντήσεων έχουν ως εξής: 25% για επαγγελματικούς λόγους, 8% για προσωπικούς, 4% απάντησε ότι ταξιδεύει για άλλο λόγο. Ήταν αναμενόμενο το μεγαλύτερο ποσοστό να βρίσκεται στην απάντηση για λόγους αναψυχής διότι η έρευνα έγινε τους μήνες Ιούλιο – Αύγουστο.

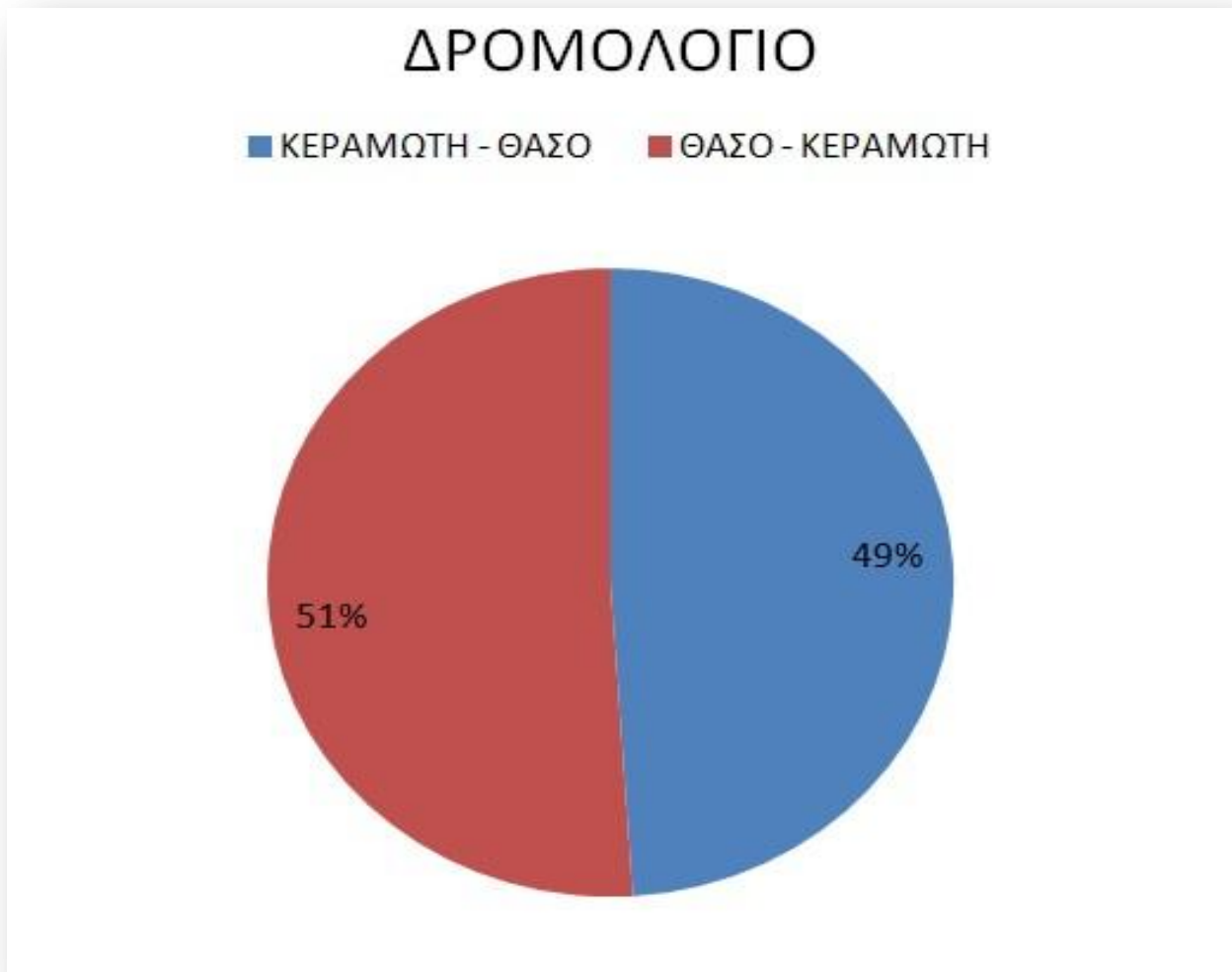
5) Παρουσίαση ανάλυσης δείγματος για την συχνότητα ταξιδιού



Εικόνα 4.5: Παρουσίαση των αποτελεσμάτων του δείγματος για την συχνότητα ταξιδιού

Οι ερωτηθέντες επιβάτες απάντησαν με ποσοστό 32% ότι ταξιδεύει σπάνια στην γραμμή. Ήταν αναμενόμενο το μεγαλύτερο ποσοστό να βρίσκεται στην απάντηση ότι ταξιδεύει σπάνια στην γραμμή διότι η έρευνα έγινε τους μήνες Ιούλιο – Αύγουστο με αποτέλεσμα να ταξιδεύουν για διακοπές και να μην μένουν μόνιμα στην Θάσο. Τα υπόλοιπα ποσοστά των απαντήσεων έχουν ως εξής: 15% ταξιδεύει κάθε 2 μήνες, 15% ταξιδεύει 2 φορές τον μήνα, 14% κάθε εβδομάδα, 10% 1 φορά το μήνα, 8% 2-3 φορές την εβδομάδα και το 6% καθημερινά.

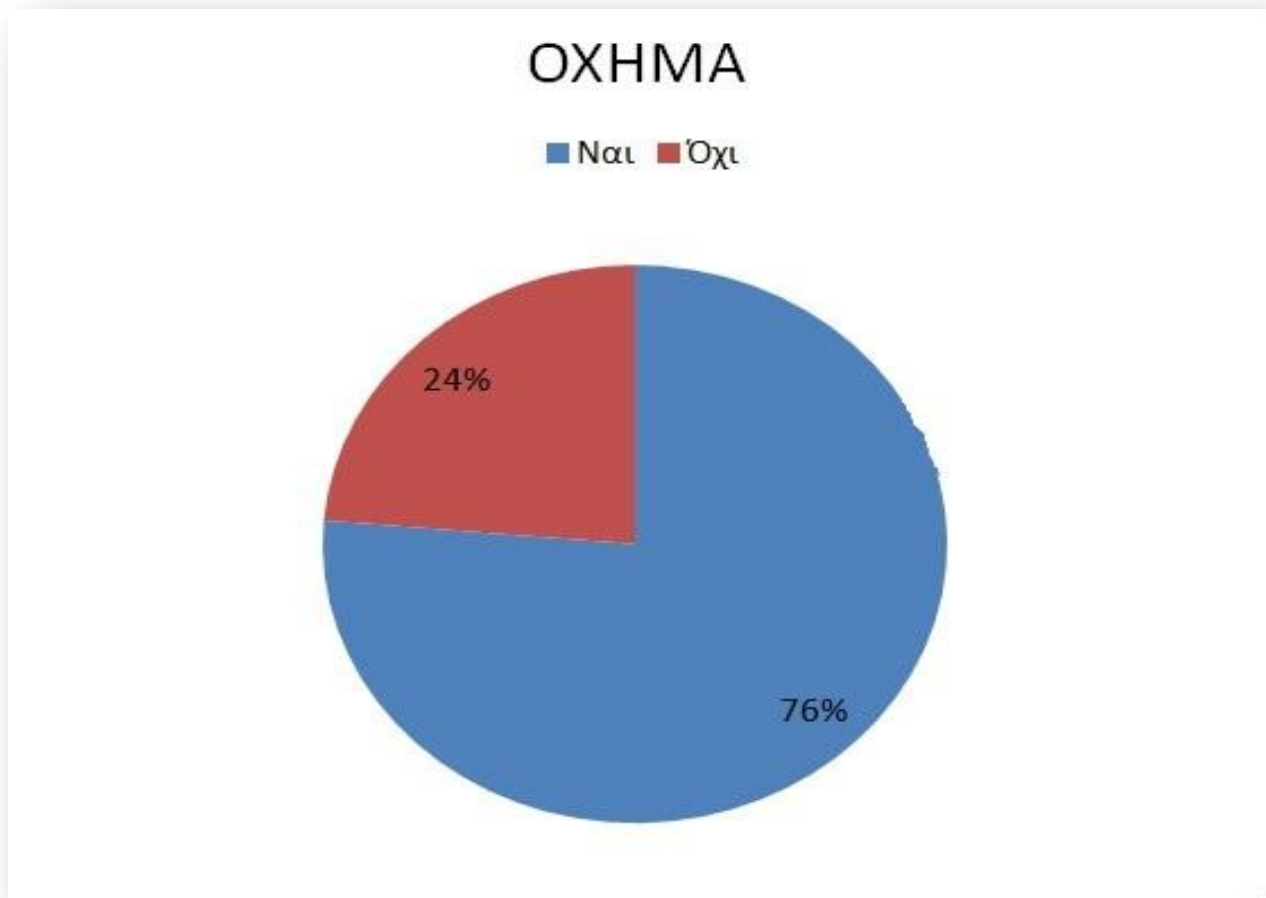
6) Παρουσίαση ανάλυσης δείγματος για το δρομολόγιο



Εικόνα 4.6: Παρουσίαση των αποτελεσμάτων του δείγματος για το δρομολόγιο

Τα αποτελέσματα του δείγματος για το δρομολόγιο είναι 51% ταξίδεψε την διαδρομή Θάσος - Κεραμωτή και το 49% ταξίδεψε την διαδρομή Κεραμωτή – Θάσος.

7) Παρουσίαση ανάλυσης δείγματος για το αν ταξιδεύουν με όχημα



Εικόνα 4.7: Παρουσίαση των αποτελεσμάτων του δείγματος για το όχημα στο δρομολόγιο

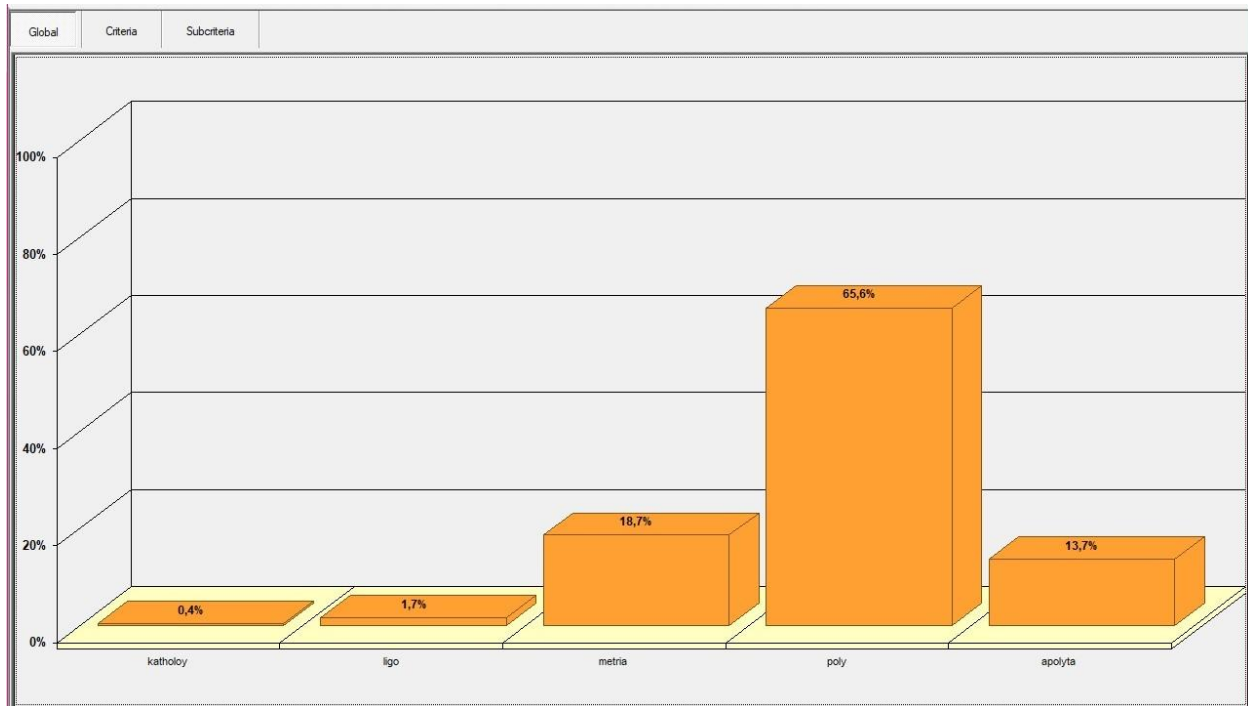
Τα αποτελέσματα του δείγματος για αν ταξιδεύουν με όχημα είναι 76% ενώ αν ταξιδεύουν χωρίς όχημα είναι 24%.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Αποτελέσματα πολυκριτήριας μεθοδολογίας

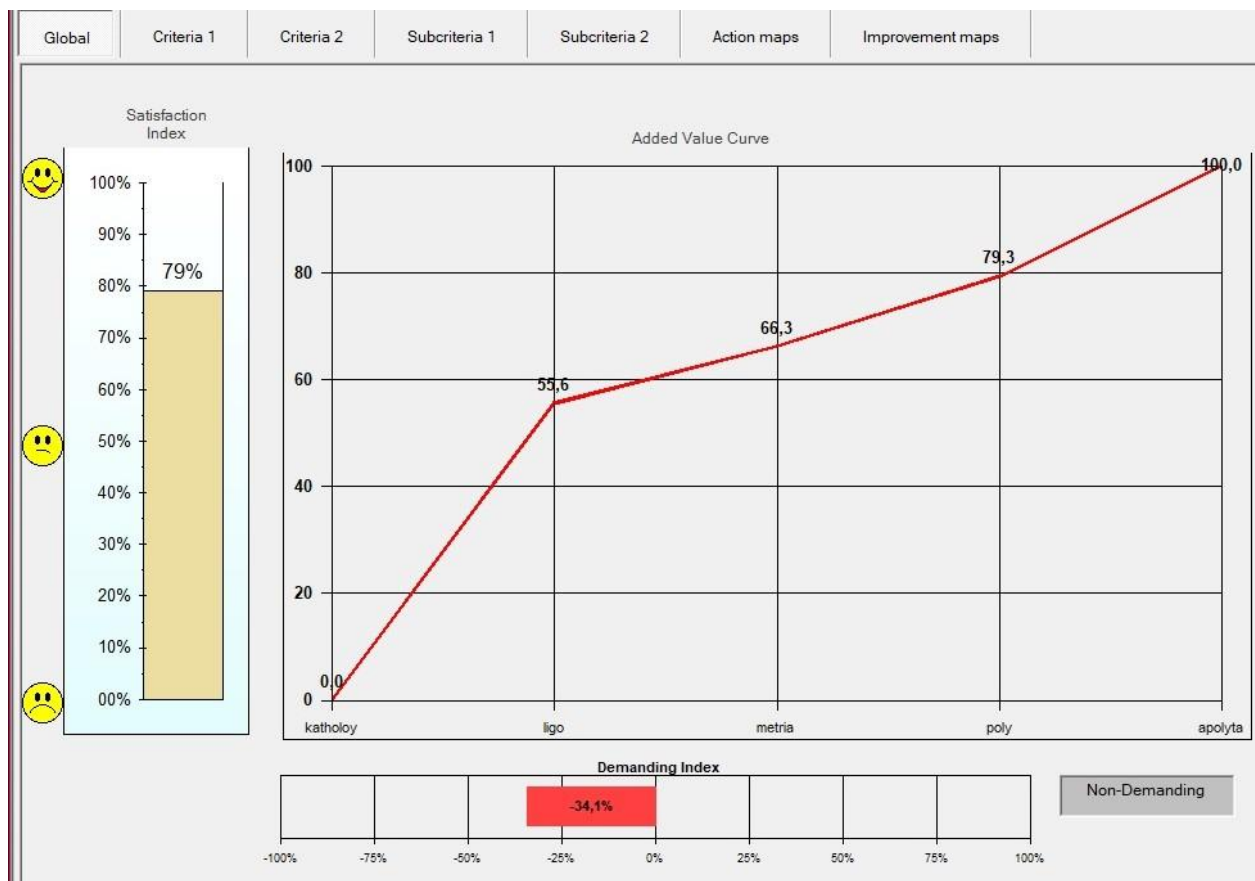
5.1. Συνολική ικανοποίηση

- Συνολική ικανοποίηση και ολική συνάρτηση των αξιών



Εικόνα 5.1.1: Στατιστική ανάλυση ικανοποίησης πελατών για την εταιρεία

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας 5.1.1 έχουμε το συνολικό δείγμα για την Ναυτιλιακή Εταιρεία Καβάλας. Συγκεκριμένα με ποσοστό 65,6% δηλώνουν πολύ ικανοποιημένοι. Αναλυτικά με ποσοστό 0,4% δηλώνουν καθόλου ικανοποιημένοι, με ποσοστό 1,7% δηλώνουν λίγο ικανοποιημένοι, με ποσοστό 18,7% δηλώνουν μέτρια ικανοποιημένοι και με ποσοστό 13,7% δηλώνουν απόλυτα ικανοποιημένοι.

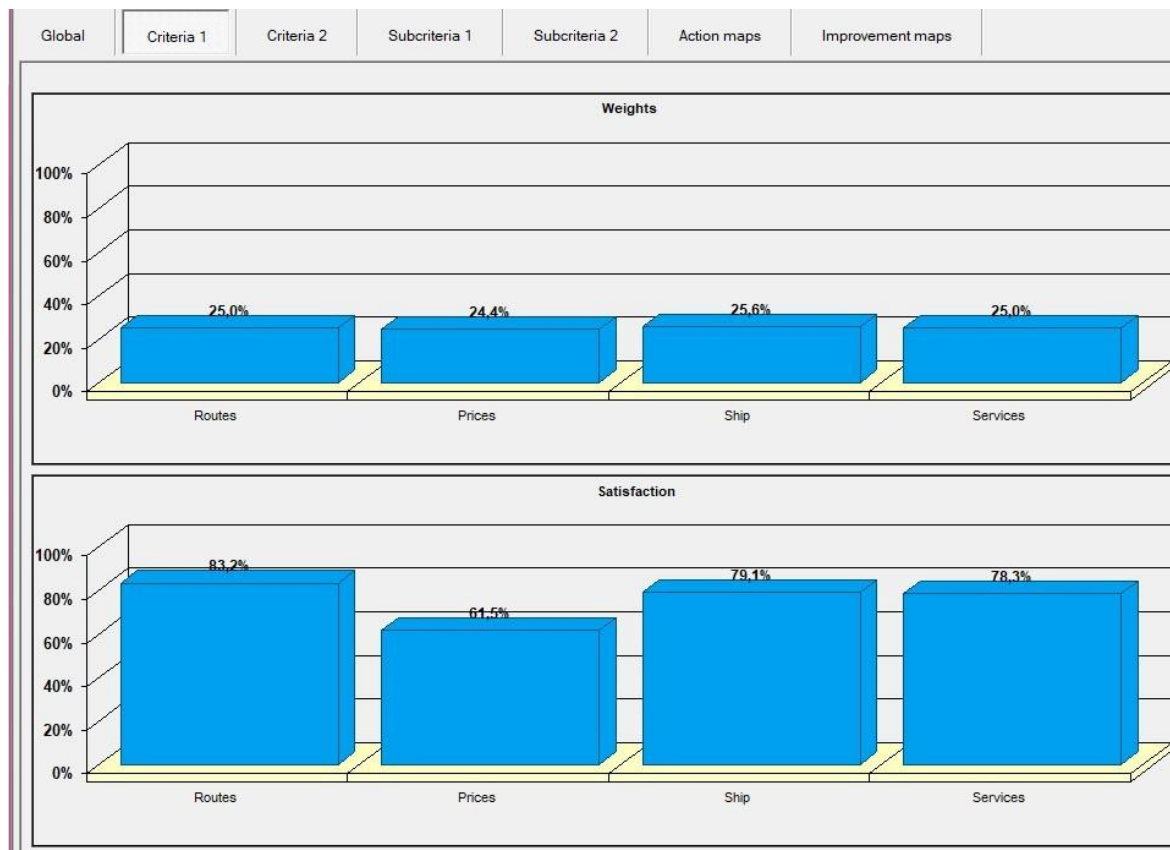


Εικόνα 5.1.2 Συνολική ικανοποίηση και ολικής συνάρτησης αξιών για την εταιρεία

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας ο ολικός δείκτης ικανοποίησης βρίσκεται στο 79%, αρκετά υψηλό ποσοστό.

Στην συνάρτηση αξιών συμπεραίνεται για τους πελάτες της εταιρείας ότι δεν είναι ιδιαίτερα απαιτητικοί, επιβεβαιώνοντας το βλέποντας τον δείκτη απαιτητικότητας με ποσοστό -34,1%.

- Βάρη κριτηρίων & Δείκτες ικανοποίησης κριτηρίων



Εικόνα 5.1.3: Βάρη κριτηρίων και δείκτες μερικής ικανοποίησης κριτηρίων

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα όλα τα κριτήρια παρουσιάζουν την ίδια σημαντικότητα διότι δεν υπάρχει μεγάλη διαφορά βαρύτητας. Αναλυτικά το πλοίο (25,6%), οι υπηρεσίες - εξυπηρέτηση και τα δρομολόγια (25,0%). Μικρότερη σημαντικότητα εμφανίζει η τιμολογιακή πολιτική (24,4%).

Παρατηρούμε ότι οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι από τα δρομολόγια, το πλοίο και τις υπηρεσίες - εξυπηρέτηση εκτός από το κριτήριο της τιμολογιακής πολιτικής (61,5%). Αναλυτικά είναι ικανοποιημένοι από το κριτήριο των δρομολογίων με ποσοστό 83,2%, πολύ θετικό για την εταιρεία, διότι αυτό έχει το μεγαλύτερο βάρος ως κριτήριο, με ποσοστό 79,1% βρίσκεται το κριτήριο του πλοίου και είναι το επόμενο σε βαθμό ικανοποίησης. Αμέσως μετά έχουμε τις υπηρεσίες - εξυπηρέτηση με ποσοστό 78,3% στο τέλος βρίσκεται το κριτήριο της τιμολογιακής πολιτικής με ποσοστό 61,5%.

5.2 Βάρη και δείκτες ικανοποίησης για τα υποκριτήρια

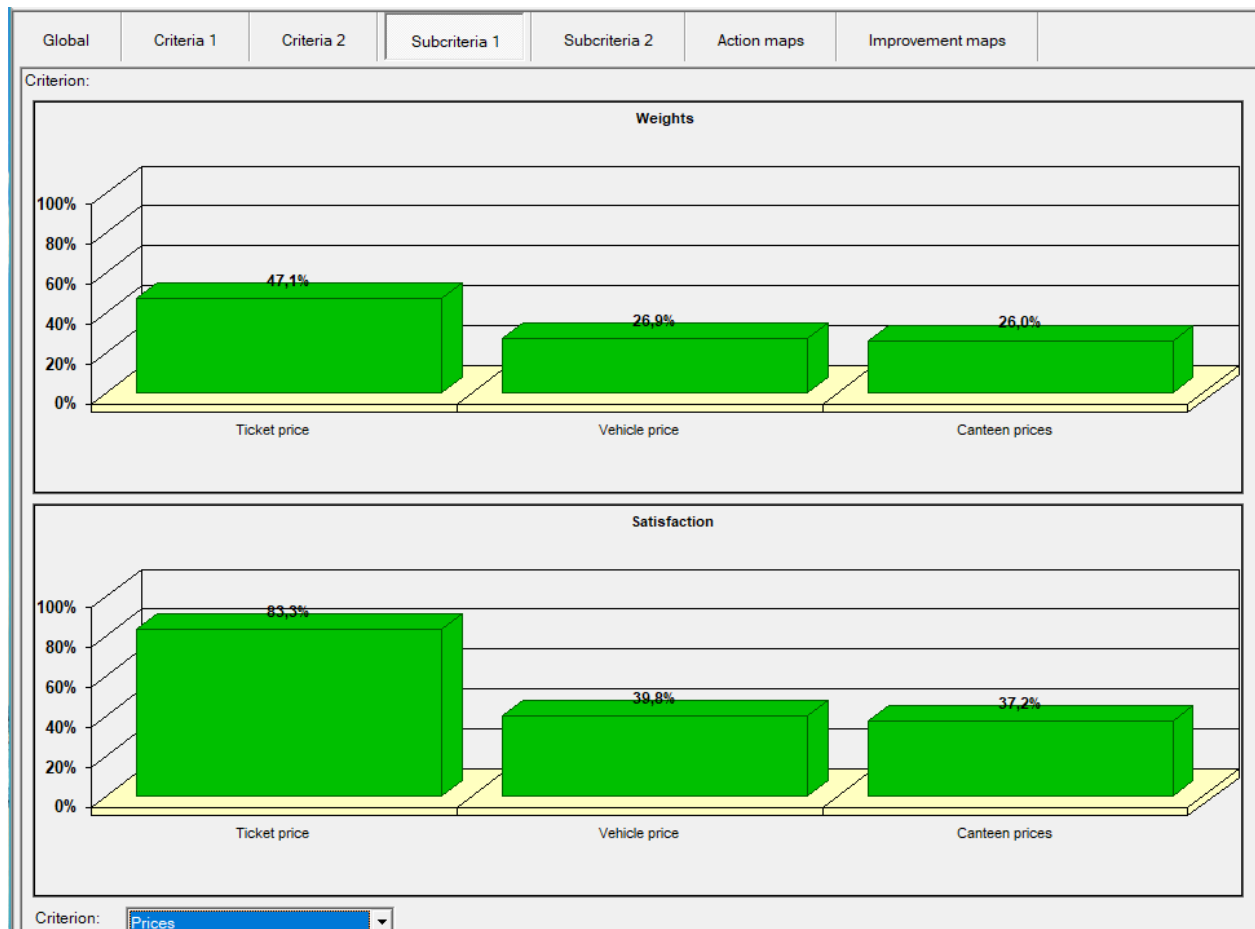
- Δρομολόγια



Εικόνα 5.2.1: Βάρη και δείκτες ικανοποίησης υποκριτηρίων για το κριτήριο δρομολόγια

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας οι επιβάτες δίνουν ίση βαρύτητα (25%) και στα τέσσερα κριτήρια και όλα τα υποκριτήρια έχουν υψηλά ποσοστά ικανοποίησης με μεγαλύτερο δείκτη ικανοποίησης (90,4%) προγραμματισμένων αφίξεων-αναχωρήσεων. Ακολουθούν το υποκριτήριο συχνότητα δρομολογίων με δείκτη ικανοποίησης (87,4%), το υποκριτήριο ακρίβεια δρομολογίων με δείκτη ικανοποίησης (86,9%) και το μόνο υποκριτήριο που εμφανίζει χαμηλή ικανοποίηση σε σχέση με τα υπόλοιπα είναι η συνολική διάρκεια ταξιδιού με δείκτη ικανοποίησης (81,7%).

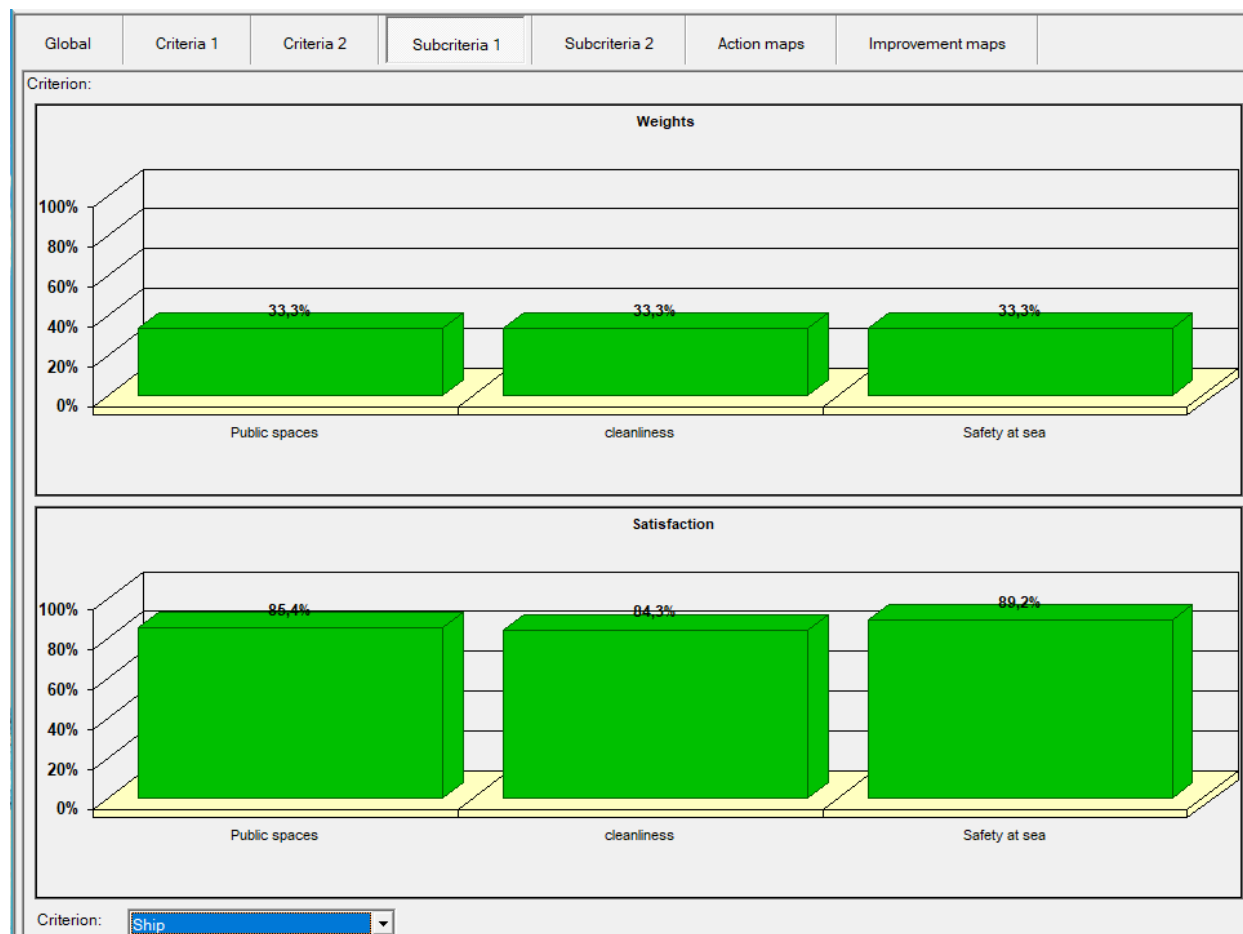
- Τιμολογιακή πολιτική



Εικόνα 5.2.2: Βάρη και ικανοποίηση υποκριτηρίων για το κριτήριο τιμολογιακή πολιτική

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας οι επιβάτες προτιμούν με υψηλότερη βαρύτητα το υποκριτήριο τιμή του επιβατικού εισιτηρίου (47,1%) όπου και παρουσιάζουν την υψηλότερη ικανοποίηση (83,3%) λόγω της χαμηλής τιμής. Ακολουθεί το υποκριτήριο τιμή εισιτηρίου οχήματος (26,9%) με ικανοποίηση (39,8%) και το υποκριτήριο τιμές στο κυλικείο με την μικρότερη βαρύτητα (26%) όπου εμφανίζει χαμηλή ικανοποίηση σε σχέση με τα υπόλοιπα (37,2%) όπου υποδεικνύει δυσαρεστημένους πελάτες.

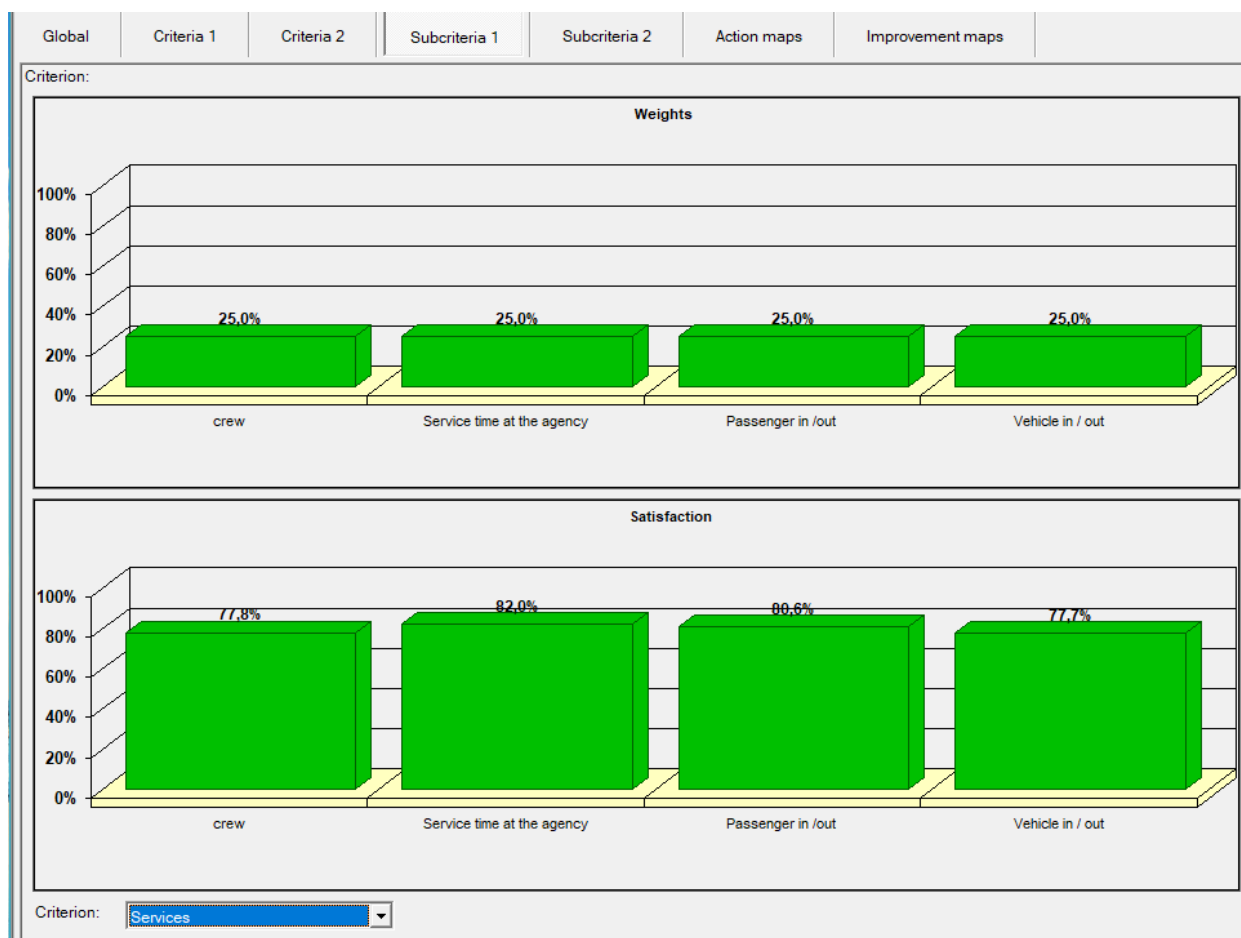
- Πλοίο



Εικόνα 5.2.3: Βάρη και ικανοποίηση υποκριτηρίων για το κριτήριο πλοίο

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας οι επιβάτες δίνουν ίση βαρύτητα (33,3%) και στα τρία κριτήρια και όλα τα υποκριτήρια έχουν υψηλά ποσοστά ικανοποίησης με μεγαλύτερο δείκτη ικανοποίησης στην ασφάλεια εν πλω (89,2%). Ακολουθεί το υποκριτήριο κοινόχρηστοι χώροι (85,4%) και το υποκριτήριο της καθαριότητας συγκριτικά με τα άλλα 2 υποκριτήρια, παρουσιάζει τον χαμηλότερο δείκτη ικανοποίησης (84,3%).

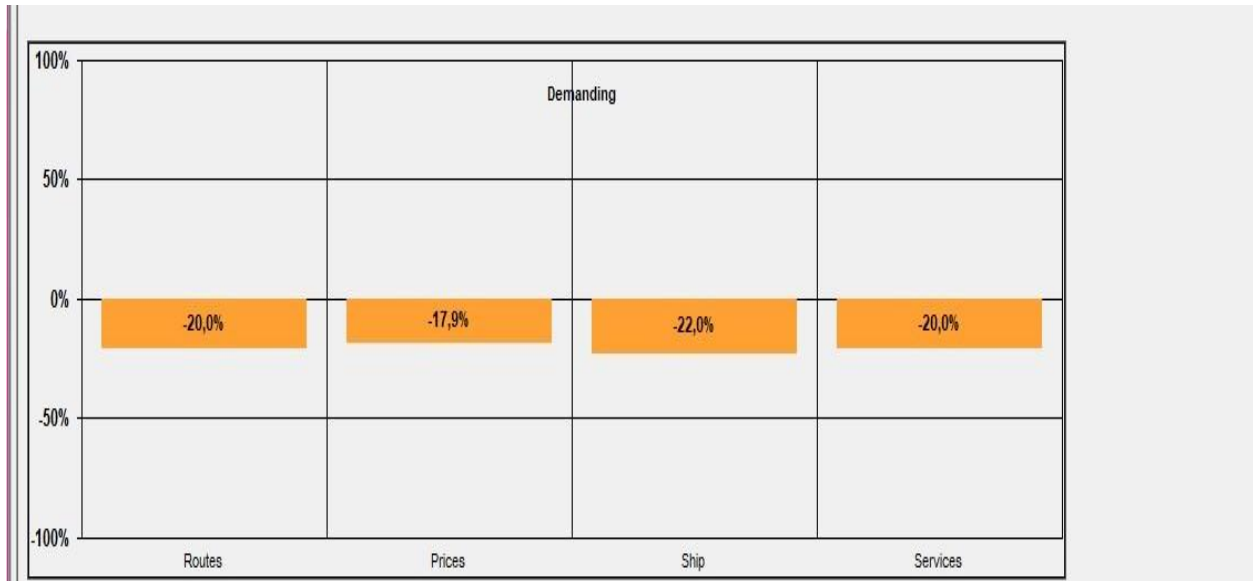
- Υπηρεσίες- Εξυπηρέτηση



Εικόνα 5.2.4: Βάρη και ικανοποίηση υποκριτηρίων για το κριτήριο δρομολόγιο

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας οι επιβάτες δίνουν ίση βαρύτητα (25%) και στα τέσσερα κριτήρια και όλα τα υποκριτήρια έχουν υψηλά ποσοστά ικανοποίησης με μεγαλύτερο δείκτη ικανοποίησης (82%) τον χρόνο εξυπηρέτησης στο πρακτορείο έκδοσης εισιτηρίων. Ακολουθούν το υποκριτήριο διαδικασία επιβίβασης / αποβίβασης επιβατών με δείκτη ικανοποίησης(80,6%), το υποκριτήριο πλήρωμα(προθυμία, εξυπηρέτηση) με δείκτη ικανοποίησης(77,8%) και το μόνο υποκριτήριο που εμφανίζει χαμηλότερη ικανοποίηση σε σχέση με τα υπόλοιπα είναι η διαδικασία επιβίβασης / αποβίβασης οχημάτων με δείκτη ικανοποίησης(77,7%).

5.3 Δείκτες απαιτητικότητας των κριτηρίων

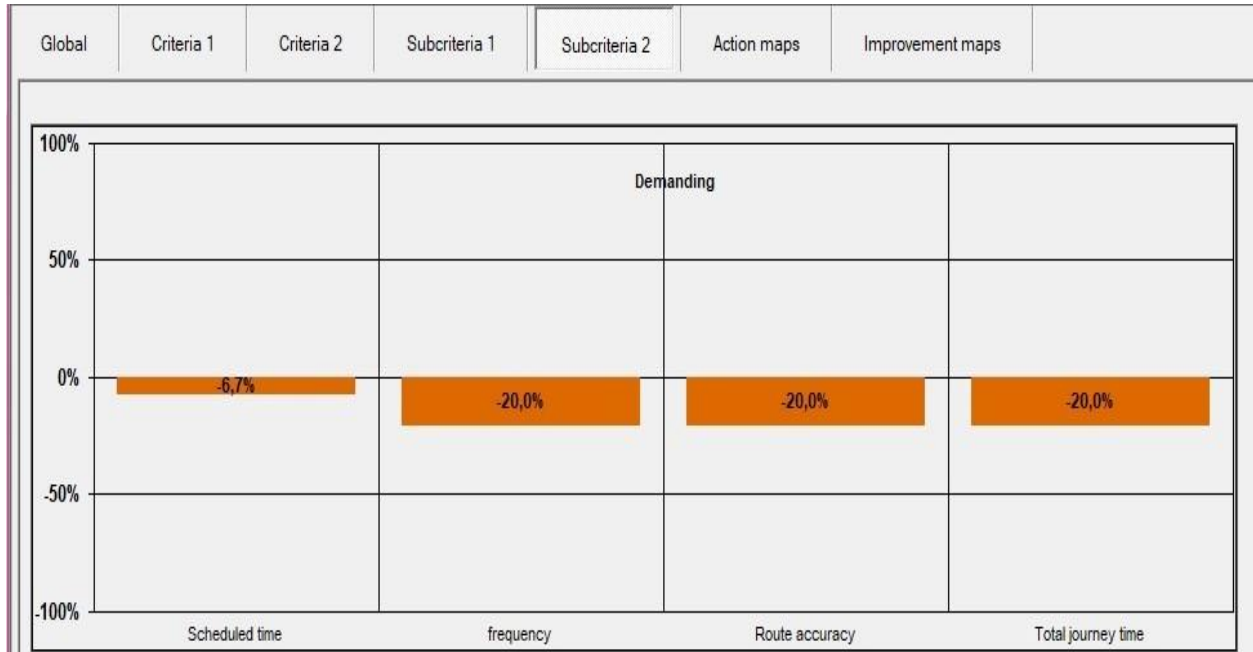


Εικόνα 5.3: Δείκτες απαιτητικότητας των κριτηρίων

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας εμφανίζουν όλα τα κριτήρια αρνητικές τιμές στον δείκτη απαιτητικότητας με την χαμηλότερη τιμή να είναι στο κριτήριο του πλοίου (-22%). Αναλυτικά συμπεραίνουμε ότι οι επιβάτες είναι μη απαιτητικοί σε όλα τα κριτήρια εκτός από τις τιμές (-17,9%) όπου η απαιτητικότητα στο συγκεκριμένο υποκριτήριο είναι υψηλότερη από τα άλλα υποκριτήρια.

5.3.1 Δείκτες απαιτητικότητας υποκριτηρίων

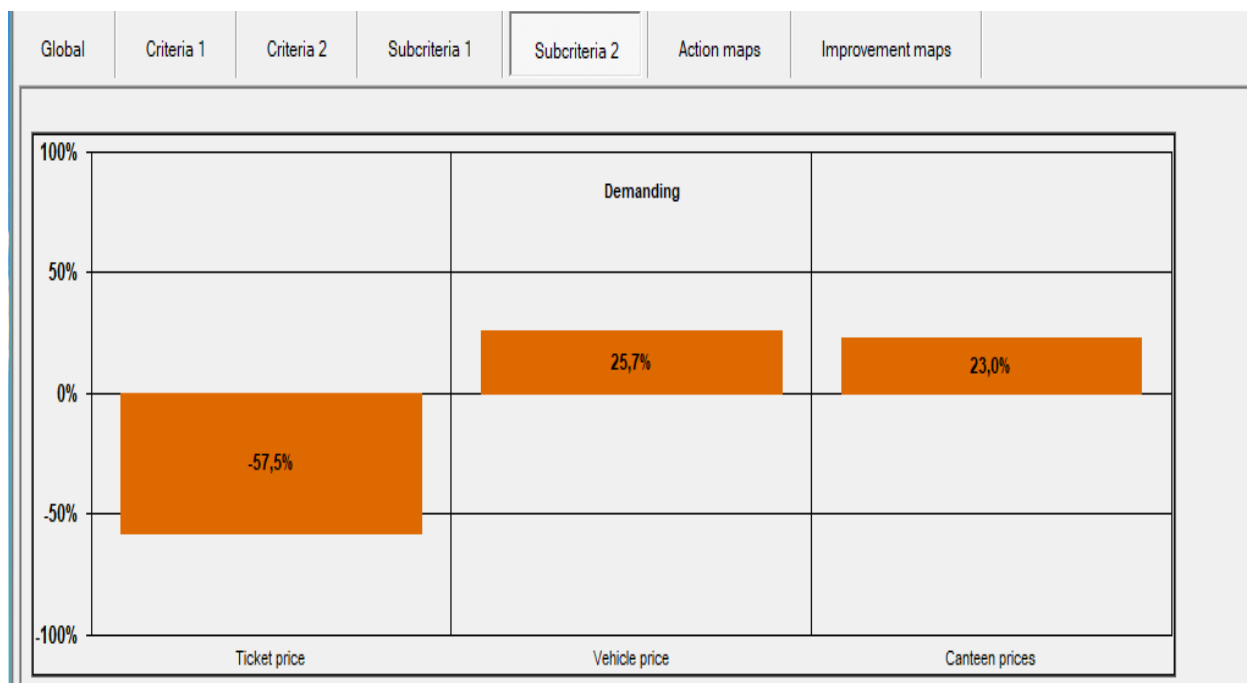
- Δρομολόγια



Εικόνα 5.3.1.1: Δείκτες απαιτητικότητας υποκριτηρίων για το κριτήριο δρομολόγια

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας οι δείκτες απαιτητικότητας είναι αρνητικοί για όλα τα υποκριτήρια, με τον μεγαλύτερο δείκτη να εμφανίζεται στο υποκριτήριο προγραμματισμένη ώρα άφιξης – αναχώρησης (-6,7%). Έχουμε μη απαιτητικούς επιβάτες για το κριτήριο του δρομολογίου.

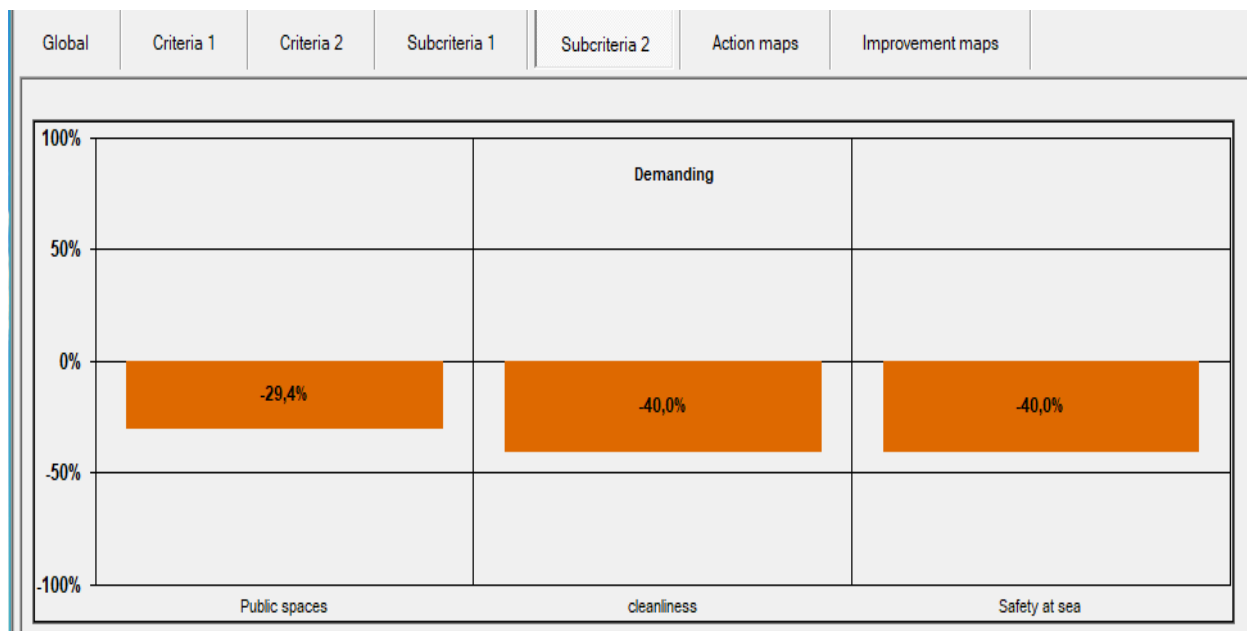
- Τιμολογιακή πολιτική



Εικόνα 5.3.1.2: Δείκτες απαιτητικότητας υποκριτηρίων για το κριτήριο τιμολογιακή πολιτική

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας έχουμε απαιτητικούς επιβάτες. Οι επιβάτες είναι πιο απαιτητικοί στα υποκριτήρια της τιμής του οχήματος και των προϊόντων στο κυλικείο (25,7% και 23% αντίστοιχα) ενώ μη-απαιτητικοί εμφανίζονται οι επιβάτες στο υποκριτήριο τιμής επιβατικού εισιτηρίου.

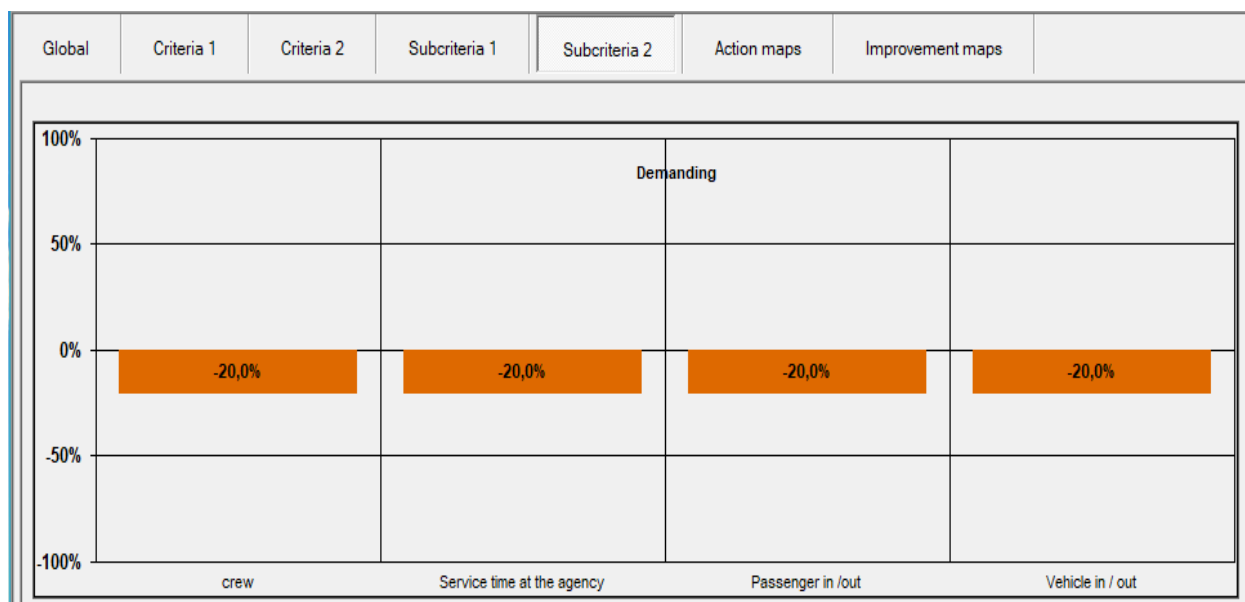
- Πλοίο



Εικόνα 5.3.1.3: Δείκτες απαιτητικότητας υποκριτηρίων για το κριτήριο πλοίο

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας οι επιβάτες είναι μη απαιτητικοί. Μεγάλη απαιτητικότητα έχει το υποκριτήριο κοινόχρηστοι χώροι (-29,4%) και την μικρότερη τα υποκριτήρια καθαριότητα και αίσθημα ασφάλειας εν πλω (-40%).

- Υπηρεσίες- Εξυπηρέτηση

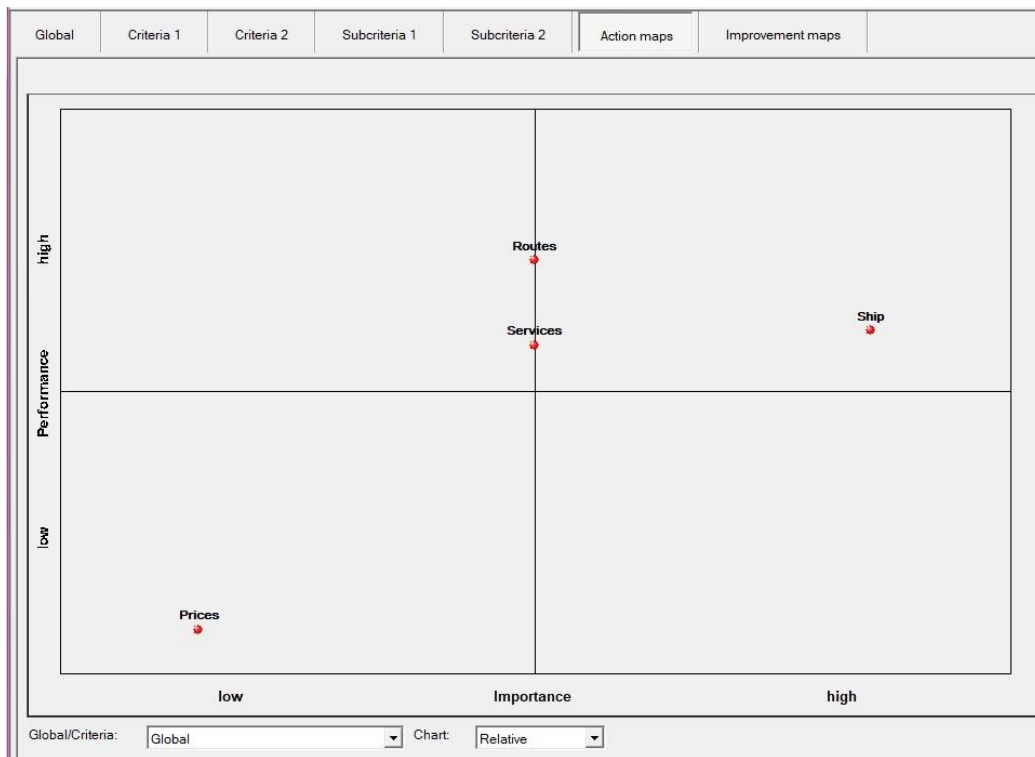


Εικόνα 5.3.1.4: Δείκτες απαιτητικότητας υποκριτηρίων για το κριτήριο υπηρεσίες- εξυπηρέτηση

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας οι επιβάτες είναι μη απαιτητικοί. Οι επιβάτες δεν είναι απαιτητικοί σε κάποιο υποκριτήριο με τους δείκτες του πληρώματος, χρόνος εξυπηρέτησης και αναμονής στο πρακτορείο έκδοσης εισιτηρίων, διαδικασία επιβίβασης/αποβίβασης επιβατών και οχημάτων να εκτιμάται στο (-20%).

5.4 Διαγράμματα δράσης

- Διάγραμμα δράσης κριτηρίων



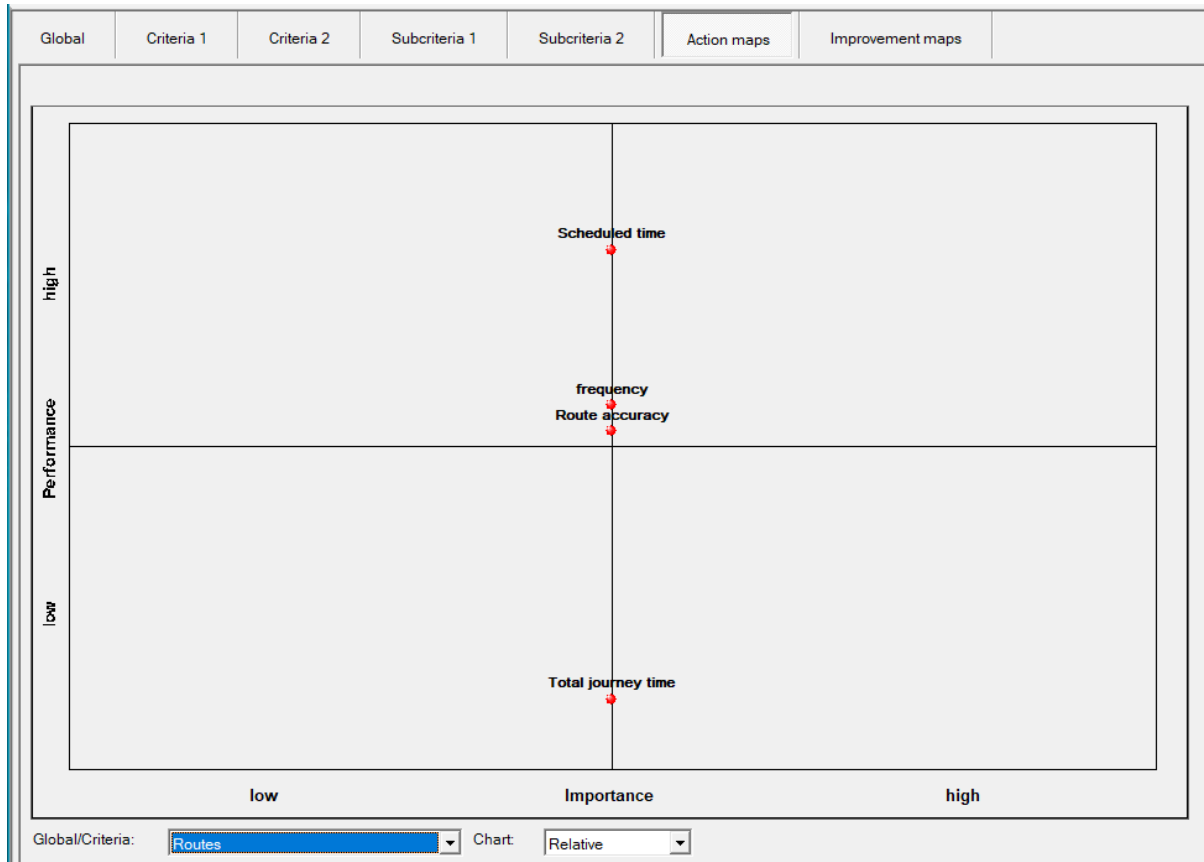
Εικόνα 5.4.1: Διάγραμμα δράσης κριτηρίων για την εταιρεία

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας έχουμε:

- στην περιοχή δράσης (4^ο τεταρτημόριο) και αποτελεί την πρώτη προτεραιότητα της εταιρείας όπου έχουμε χαμηλή απόδοση και υψηλή σημαντικότητα.
- Αμέσως μετά σε σπουδαιότητα δεύτερη στην σειρά είναι η περιοχή ισχύος (2^ο τεταρτημόριο) έχουμε το κριτήριο του πλοίου. Αποτελεί πλεονέκτημα της εταιρείας το πλοίο που εξυπηρετεί.
- Στην περιοχή ισχύουσας κατάστασης (3^ο τεταρτημόριο) όπου αποτελεί την τρίτη προτεραιότητα της εταιρείας βρίσκουμε την τιμολογιακή πολιτική το οποίο δεν πρέπει να αμεληθεί γιατί μπορεί να γίνει κρίσιμο στο μέλλον.
- Στην περιοχή μεταφοράς πόρων (1^ο τεταρτημόριο) όπου αποτελεί την τελευταία προτεραιότητα για την εταιρεία δεν υπάρχει κάποιο κριτήριο. Βλέπουμε ότι τα κριτήρια δρομολόγια και υπηρεσίες - εξυπηρέτηση βρίσκονται στον κάθετο άξονα με αυτό να συνεπάγεται ότι υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης αλλά η κατηγοριοποίηση τους είναι δύσκολη.

5.4.1 Διαγράμματα δράσης υποκριτηρίων

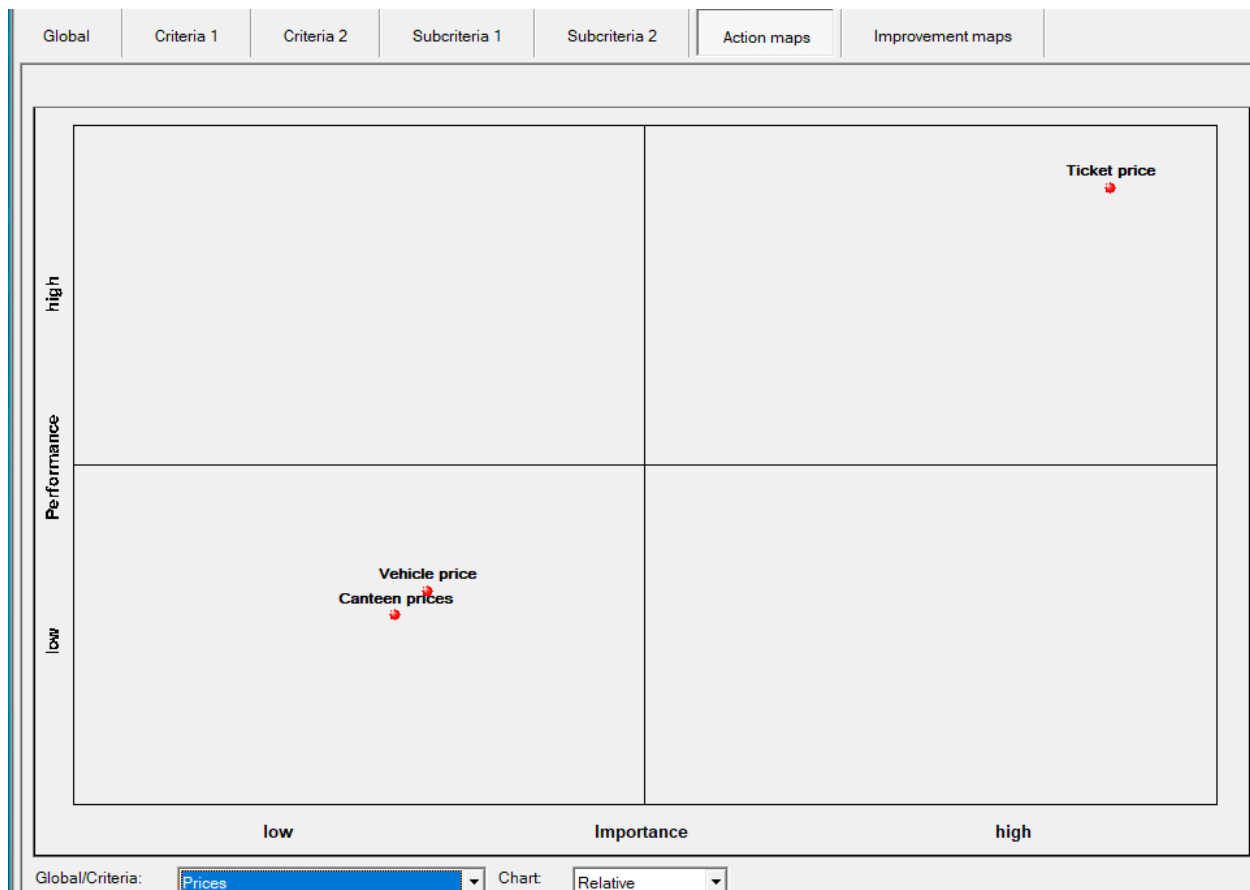
- Δρομολόγια



Εικόνα 5.4.1.1: Διάγραμμα δράσης υποκριτηρίων για το κριτήριο δρομολόγια για την εταιρεία

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας έχουμε όλα τα υποκριτήρια είναι πάνω στον κάθετο άξονα, συγκεκριμένα τα υποκριτήρια προγραμματισμένη ώρα αναχώρησης – άφιξης, συχνότητα δρομολογίων και ακρίβεια δρομολογίων βρίσκονται στην γραμμή μεταξύ της περιοχής μεταφοράς πόρων και της περιοχής ισχύος ενώ η συνολική διάρκεια ταξιδιού στην γραμμή μεταξύ της περιοχής ισχύουσας κατάστασης και της περιοχής δράσης.

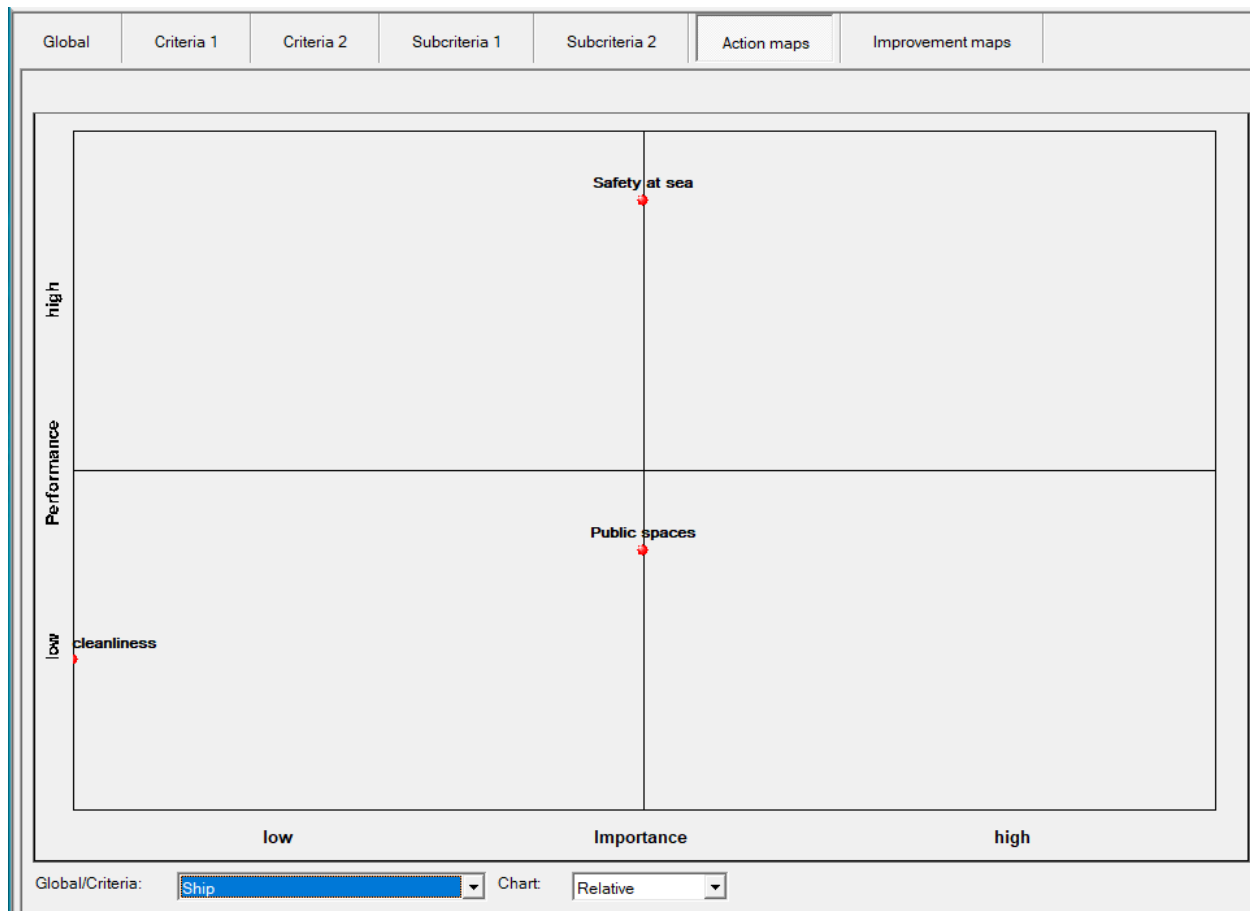
- Τιμολογιακή πολιτική



Εικόνα 5.4.1.2: Διάγραμμα δράσης υποκριτηρίων για το κριτήριο τιμολογιακή πολιτική για την εταιρεία

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας η περιοχή ισχύουσας κατάστασης αποτελεί δεύτερη προτεραιότητα της επιχείρησης βρίσκονται οι τιμές στο κυλικείο του πλοίου καθώς και η τιμή του εισιτηρίου οχήματος, για τα οποία υπάρχει περιθώριο βελτίωσης. Παρατηρούμε ότι στην περιοχή ισχύος έχουμε την τιμή εισιτηρίου επιβάτη το οποίο φέρεται να αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα της εταιρείας.

- Πλοίο



Εικόνα 5.4.1.3: Διάγραμμα δράσης υποκριτηρίων για το κριτήριο πλοίο για την εταιρεία

Βλέπουμε τα κριτήρια αίσθημα ασφάλειας εν-πλω να είναι στην γραμμή μεταξύ της περιοχής μεταφοράς πόρων και της περιοχής ισχύος, αντίθετα οι κοινόχρηστοι χώροι στην γραμμή μεταξύ της περιοχής ισχύουσας κατάστασης και της περιοχής δράσης, εκτός από την καθαριότητα που βρίσκεται στην περιοχή ισχύουσας κατάστασης που αποτελεί δεύτερη προτεραιότητα της εταιρείας.

- Υπηρεσίες- Εξυπηρέτηση



Εικόνα 5.4.1.4: Διάγραμμα δράσης υποκριτηρίων για το κριτήριο υπηρεσίες-εξυπηρέτηση για την εταιρεία

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας οι υπηρεσίες – εξυπηρέτηση έχουμε και τα τέσσερα υποκριτήρια δεν έχουν ξεκάθαρη θέση πάνω στο διάγραμμα.

Ο χρόνος εξυπηρέτησης στο πρακτορείο έκδοσης εισιτηρίων και η διαδικασία αποβίβασης/επιβίβασης επιβατών βρίσκονται στην γραμμή μεταξύ της περιοχής μεταφοράς πόρων και της περιοχής ισχύος, ενώ το πλήρωμα και η διαδικασία αποβίβασης/επιβίβασης οχημάτων στην γραμμή μεταξύ της περιοχής ισχύουσας κατάστασης και της περιοχής δράσης.

5.5 Διαγράμματα Βελτίωσης

- Διάγραμμα βελτίωσης κριτηρίων



Εικόνα 5.5.1: Διάγραμμα βελτίωσης κριτηρίων για την εταιρεία

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας οι προτεραιότητες βελτίωσης της εταιρείας θα πρέπει να ξεκινήσουν ως 1^η προτεραιότητα από τα χαρακτηριστικά με μεγάλη αποτελεσματικότητα και χαμηλή απαιτητικότητα από τους επιβάτες.

Εδώ έχουμε το κριτήριο της τιμολογιακής πολιτικής.

Στην συνέχεια δεύτερη προτεραιότητα των επιχειρήσεων είναι τα κριτήρια με μεγάλη αποτελεσματικότητα και μεγάλη απαιτητικότητα ή τα κριτήρια με μικρή αποτελεσματικότητα και μικρό βαθμό απαιτητικότητας. Παρατηρούμε ότι στην πρώτη περίπτωση δεν συναντάμε κάποιο κριτήριο και στη δεύτερη περίπτωση έχουμε τα κριτήρια του πλοίου, των υπηρεσιών και των δρομολογίων.

Ως τελευταία προτεραιότητα βελτίωσης έχουμε τα χαρακτηριστικά με μικρή αποτελεσματικότητα και μεγάλη απαιτητικότητα όπου στο συγκεκριμένο διάγραμμα δε συναντάμε κάποιο κριτήριο στην περιοχή αυτή.

5.5.1 Διαγράμματα βελτίωσης υποκριτηρίων

- Δρομολόγια

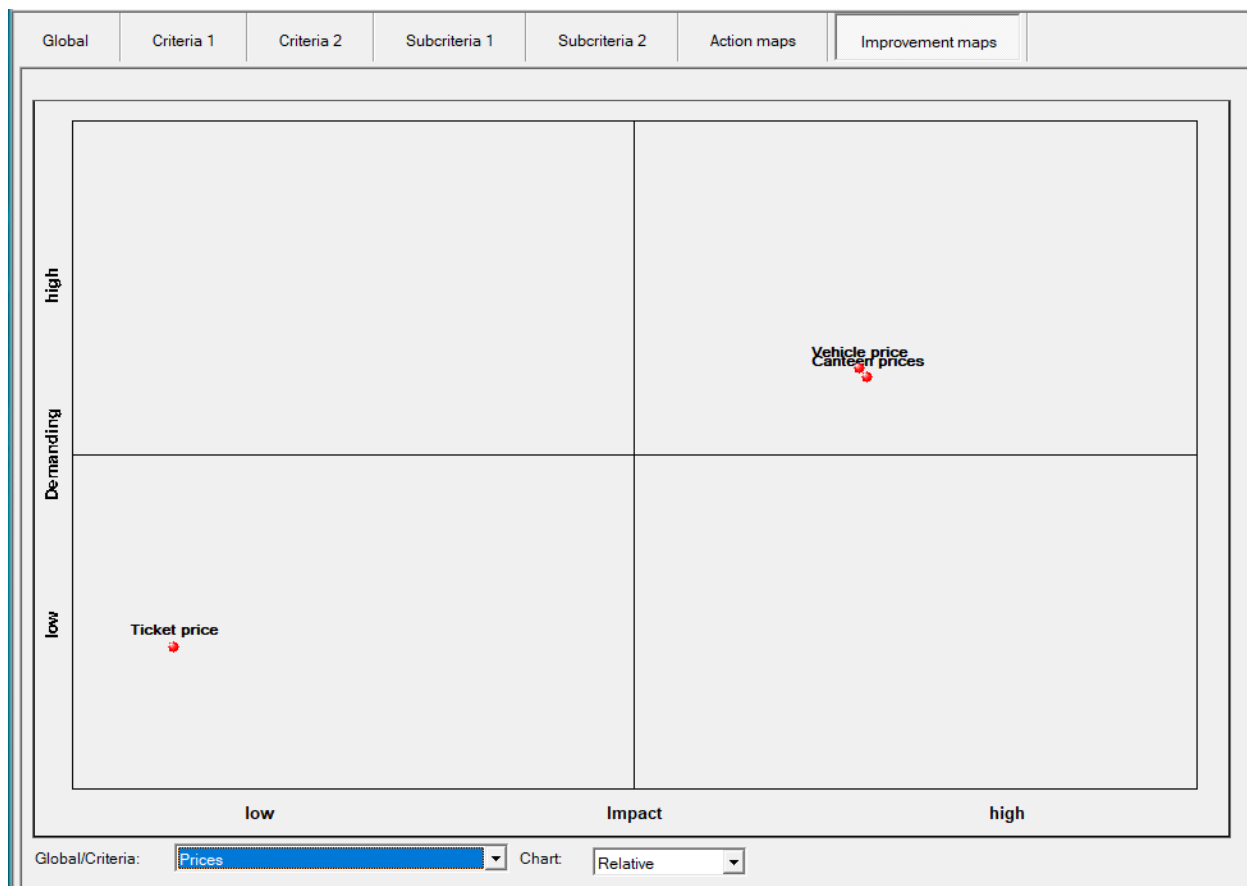


Εικόνα 5.5.1.1: Διάγραμμα βελτίωσης υποκριτηρίων για το κριτήριο δρομολόγια-πρόγραμμα για την εταιρεία

Πρώτη προτεραιότητα βελτίωσης είναι η συνολική διάρκεια ταξιδιού και το χαρακτηριστικό αυτό βρίσκεται στην περιοχή χαμηλής απαιτητικότητας και μεγάλης αποτελεσματικότητας.

Δεύτερη προτεραιότητα βελτίωσης με χαμηλή αποτελεσματικότητα και χαμηλή απαιτητικότητα, έχουμε την προγραμματισμένη ώρα άφιξης – αναχώρησης, τα δρομολόγια και την συχνότητα των δρομολογίων.

- Τιμολογιακή πολιτική



Εικόνα 5.5.1.2: Διάγραμμα βελτίωσης υποκριτηρίων για το κριτήριο τιμολογιακή πολιτική.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας η τιμή του εισιτηρίου οχήματος και οι τιμές στο κυλικείο που βρίσκονται στην περιοχή μεγάλης αποτελεσματικότητας και μεγάλης απαιτητικότητας θέτονται ως πρώτη προτεραιότητα βελτίωσης εφόσον στην περιοχή χαμηλής απαιτητικότητας και μεγάλης αποτελεσματικότητας δεν έχουμε κάποιο υποκριτήριο.

Έχουμε μετά το υποκριτήριο τιμής επιβατικού εισιτηρίου που βρίσκεται στην περιοχή χαμηλής απαιτητικότητας και μικρής αποτελεσματικότητας.

- Πλοίο



Εικόνα 5.5.1.3: Διάγραμμα βελτίωσης υποκριτηρίων για το κριτήριο πλοίο για την εταιρεία

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εικόνας πρώτη προτεραιότητα βελτίωσης χρήζουν οι κοινόχρηστοι χώροι και η καθαριότητα γιατί τα χαρακτηριστικά αυτά βρίσκονται στην περιοχή χαμηλής απαιτητικότητας και μεγάλης αποτελεσματικότητας. Δεύτερη προτεραιότητα πρέπει να αποτελέσει το χαρακτηριστικό αίσθημα ασφάλειας, το οποίο είναι στην περιοχή χαμηλής απαιτητικότητας και χαμηλής αποτελεσματικότητας.

- Υπηρεσίες - Εξυπηρέτηση



Εικόνα 5.5.1.4: Διάγραμμα βελτίωσης υποκριτηρίων για το κριτήριο υπηρεσίες-εξυπηρέτηση για την εταιρεία

Πρώτη προτεραιότητα βελτίωσης πρέπει να δοθεί στην διαδικασία επιβίβασης/αποβίβασης οχημάτων και στο πλήρωμα (προθυμία, εξυπηρέτηση) καθώς τα χαρακτηριστικά αυτά βρίσκονται στην περιοχή χαμηλής απαιτητικότητας και μεγάλης αποτελεσματικότητας. Δεύτερη προτεραιότητα πρέπει να αποτελέσουν τα χαρακτηριστικά χρόνος εξυπηρέτησης στο πρακτορείο έκδοσης εισιτηρίων και διαδικασία επιβίβασης – αποβίβασης επιβατών, το οποία βρίσκονται στην περιοχή χαμηλής απαιτητικότητας και χαμηλής αποτελεσματικότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Συμπεράσματα

6.1 Ειδικά Συμπεράσματα

Η εταιρεία καλύπτει σε πολλά σημεία τις προσδοκίες των επιβατών. Η συνολική ικανοποίηση των επιβατών ανέρχεται στο σε ποσοστό 79% , ενώ οι επιβάτες είναι μη-απαιτητικοί με δείκτη απαιτητικότητας : -34,1%.

Το βασικότερο κριτήριο είναι το πλοίου με ποσοστό βάρους: 25,6%, όπου οι επιβάτες εμφανίζονται αρκετά ικανοποιημένοι με μέσο δείκτη ικανοποίησης: 79,1% και μη-απαιτητικοί με δείκτη απαιτητικότητας : -22%.

Η πολυκριτηρία ανάλυση και τα διαγράμματα δράσης μας δίνουν ότι η εταιρεία στο κριτήριο του πλοίου καλύπτει τις προσδοκίες των επιβατών και κυρίως στο υποκριτήριο του πλοίου, στην τιμή επιβατικού εισιτηρίου. Οι κρίσιμες διαστάσεις ικανοποίησης στις οποίες η εταιρεία χρήζει άμεσης βελτίωσης, είναι η τιμή εισιτηρίου οχήματος και οι τιμές στο κυλικείο.

ΚΡΙΣΙΜΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ	ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ
Τιμή μεταφοράς οχήματος	Πλοίο
Τιμές στο κυλικείο	Τιμή επιβατικού εισιτηρίου

6.2 Γενικά Συμπεράσματα

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η εικόνα της εταιρείας είναι πολύ ικανοποιητική. Σε όλες τις διαστάσεις ικανοποίησης οι επιβάτες δείχνουν ικανοποιημένοι εκτός από την τιμολογιακή πολιτική. Εμφανίζονται λιγότερο ικανοποιημένοι οι επιβάτες από τις τιμές στο κυλικείο και την τιμή μεταφοράς οχήματος. Η βελτίωση των συγκεκριμένων υποκριτηρίων πρέπει να τεθεί ως πρώτη προτεραιότητα βελτίωσης για την εταιρεία.

Ανταγωνιστική εικόνα παρουσιάζει η εταιρεία στο πλοίο, στην τιμή του επιβατικού εισιτηρίου και στην εξυπηρέτηση των πρακτορείων έκδοσης εισιτηρίων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΔΙΕΘΝΗΣ

- Oliver R. (1997), “Effect of expectation and disconfirmation on post-expense product evaluations: n alternative interpretation”, *Journal of Applied Psychology*, 62: 480-486
- Westbrook and Oliver (1991), “The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction”, *Journal of Consumer Research*, 18 (June), 84-97.
- Gerson R. F. (1993). *Measuring customer satisfaction: A guide to managing quality service*, Crisp Publications, Menlo Park.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Κούδα Α.(2016) “ Η μεθοδολογία έξι σίγμα στη μέτρηση ικανοποίησης πελατών” Διπλωματική εργασία, Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης , Πολυτεχνείο Κρήτης, Χανιά.
- Ο.- Π. Σωτηριάδης (2016) « Μέτρηση ικανοποίησης των επιβατών της ακτοπλοϊκής γραμμής Πειραιάς- Χανιά» , Διπλωματική εργασία, Πολυτεχνείο Κρήτης, Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης, Χανιά.
- Γλύκου Ε. (2015) “Η Ελληνική Ακτοπλοΐα και η Σημασία της για τον Τουρισμό”, Πτυχιακή εργασία, ΑΤΕΙ Κρήτης, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.
- Γρηγορούδης, Ε. (1999), Μεθοδολογία μέτρησης & ανάλυσης ικανοποίησης: μια πολυκριτήρια αναλυτική - συνθετική προσέγγιση
- Γρηγορούδης, Ε. και Σίσκος Ι. (2000) Ποιότητα υπηρεσιών και μέτρηση ικανοποίηση του πελάτη πελατών, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, Αθήνα.
- Κρασαδάκη, Ε. (2013). Μεθοδολογία εκτίμησης μη τυπικών και μη πιστοποιημένων γνώσεων που αποκτώνται από προγράμματα μαθημάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Διδακτορική διατριβή. Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης, Πολυτεχνείο Κρήτης, Χανιά

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- <http://www.thassos-ferries.gr>
- <https://www.marinetraffic.com>
- <http://kavalaportpnews.blogspot.gr>
- <https://www.wikipedia.org>

Παράρτημα Ερωτηματολόγιο

Α.ΓΕΝΙΚΕΣ

1. Φύλο:

Άντρας ☐ Γυναίκα ☐

2. Ηλικία:

18-24 ☐ 25-35 ☐ 36-45 ☐ 46-55 ☐ 56-65 ☐ 66+ ☐

3. Επάγγελμα:

Μισθωτός ☐ Ελεύθερος Επαγγελματίας ☐ Εισοδηματίας ☐ Στρατιωτικός ☐
Αυτοκινητιστής ☐ Φοιτητής – Σπουδαστής ☐ Δημόσιος Υπάλληλος ☐ Άνεργος ☐ Άλλο ☐

4. Λόγος ταξιδιού:

Επαγγελματικός ☐ Αναψυχή ☐ Προσωπικός ☐ Άλλο ☐

5. Πόσο συχνά ταξιδεύετε:

Καθημερινά ☐ 2-3 φορές την εβδομάδα ☐ κάθε εβδομάδα ☐ 2 φορές τον μήνα ☐
1 φορά τον μήνα ☐ κάθε 2 μήνες ☐ σπανιότερα ☐

6. Ταξιδεύετε με Όχημα:

Ναι ☐ Όχι ☐

1. Δρομολόγια

Πόσο ικανοποιημένος είστε από:	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΑΠΟΛΥΤΑ
Προγραμματισμένη Ώρα Αναχώρησης - Άφιξης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συχνότητα Δρομολογίων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ακρίβεια Δρομολογίων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συνολική Διάρκεια Ταξιδιού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Γενικά πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τα δρομολόγια της εταιρείας;

☐ Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Απόλυτα

2. Τιμολογιακή Πολιτική

Πόσο ικανοποιημένος είστε από:	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΑΠΟΛΥΤΑ
Τιμή Εισιτηρίου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τιμή Μεταφοράς Οχήματος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τιμές στο Κυλικείο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Γενικά πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την Τιμολογιακή πολιτική της Εταιρείας;

☐ Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Απόλυτα

3. Πλοίο

Πόσο ικανοποιημένος είστε από:	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΑΠΟΛΥΤΑ
Κοινόχρηστοι Χώροι	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Καθαριότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αίσθημα Ασφάλειας Εν Πλω	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Γενικά πόσο ικανοποιημένος/η είστε από το Πλοίο;

☐ Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Απόλυτα

4. Υπηρεσίες – Εξυπηρέτηση

Πόσο ικανοποιημένος είστε από:	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΑΠΟΛΥΤΑ
Πλήρωμα (Προθυμία, Εξυπηρέτηση)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρόνος Εξυπηρέτησης στο πρακτορείο έκδοσης εισιτηρίων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διαδικασία Επιβίβασης/Αποβίβασης επιβατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διαδικασία Επιβίβασης/Αποβίβασης Οχημάτων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Γενικά πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις Υπηρεσίες - Εξυπηρέτηση;

☐ Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Μέτρια ☐ Πολύ ☐ Απόλυτα

Συνολικά, πόσο ικανοποιημένος είστε από την Εταιρεία;	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΑΠΟΛΥΤΑ
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>