



**ΑΝΟΙΚΤΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ  
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ  
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**

## **ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ**

**Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ  
ΚΑΙ Η ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ  
ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΤΑ ΜΟΥΣΙΚΑ ΣΧΟΛΕΙΑ  
ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ**

**Μαρία Μιχαηλίδου Αριστείδου**

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ  
Δρ. Ντάινα Νικολάου**

**ΛΕΥΚΩΣΙΑ  
ΙΟΥΝΙΟΣ 2018**

# **Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**

**Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών  
*Διοίκηση Επιχειρήσεων***

**Μεταπτυχιακή Διατριβή**



**Η Ποιότητα των Υπηρεσιών και η Ικανοποίηση των  
Εσωτερικών Πελατών στα Μουσικά Σχολεία της Κύπρου**

**Μαρία Μιχαηλίδου Αριστείδου**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια  
Δρ. Ντάινα Νικολάου**

**Ιούνιος 2018**

# **Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**

**Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών**

***Διοίκηση Επιχειρήσεων***

## **Μεταπτυχιακή Διατριβή**

**Η Ποιότητα των Υπηρεσιών και η Ικανοποίηση των  
Εσωτερικών Πελατών στα Μουσικά Σχολεία της Κύπρου**

**Μαρία Μιχαηλίδου Αριστείδου**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια  
Δρ. Ντάινα Νικολάου**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

**Ιούνιος 2018**



## Περίληψη

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή επιχειρεί να προσεγγίσει το θέμα της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και της ικανοποίησης των εσωτερικών πελατών των Μουσικών Σχολείων της Κύπρου, μέσα από δύο βασικούς άξονες: την ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας και την εμπειρική εφαρμογή.

Αφενός, η ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας ρίχνει φως σε έννοιες όπως: «το σύγχρονο μάρκετινγκ» στο επίκεντρο του οποίου βρίσκεται ο πελάτης και οι ανάγκες του, «το μάρκετινγκ στην εκπαίδευση» το οποίο βοηθά να εντοπίζονται προβλήματα και δίνει λύσεις στους εκπαιδευτικούς οργανισμούς και «η ποιότητα» γενικά και ειδικά στην εκπαίδευση, η οποία επιτυγχάνεται με την αφοσίωση και τη συνεργασία όλων των μελών ενός εκπαιδευτικού οργανισμού.

Αφετέρου, η διεξαγωγή έρευνας παρουσιάζει τα δυνατά σημεία και τις αδυναμίες του θεσμού των Μουσικών Σχολείων της Κύπρου, ως προς τις διαστάσεις ποιότητας του μοντέλου SERVQUAL. Συγκεκριμένα, σκοπός της έρευνας είναι η αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται στους εκπαιδευτικούς και η εκτίμηση της ικανοποίησής τους, ως εσωτερικοί πελάτες των Μουσικών Σχολείων. Τα αποτελέσματα της έρευνας δίνουν προτάσεις για ποιοτική αναβάθμιση του θεσμού των Μουσικών Σχολείων, ώστε αυτά να μπορούν να συνεχίσουν τη λειτουργία τους, να προσελκύσουν πόρους από το Κράτος ή άλλους φορείς και να είναι ανταγωνίσιμα στη διεθνή αγορά.

## **Summary**

This dissertation attempts to inquire into the quality of the services provided by the Cyprus Music Schools as well as the level of satisfaction of the internal customers of the Cyprus Music Schools, through two main axes: the review of international literature and empirical application.

On the one hand, the review of international literature highlights concepts such as "modern marketing" at the heart of which is the customer and his needs, "marketing in education", which identifies problems and gives solutions to educational organizations and "quality" in general and specifically in education, which can be achieved with the dedication and cooperation of all the members of an educational organization.

On the other hand, the research presents the strengths and weaknesses of the institution of Cyprus Musical Schools in terms of quality of the SERVQUAL model. Specifically, the purpose of the research is to evaluate the quality of the services provided to the teachers and to assess their level of satisfaction as internal customers of the Music Schools. The results of the research generate recommendations for a qualitative upgrade of the institution of Music Schools so that they can continue operating, attract resources from the State or other bodies and become a powerful institution able to compete in the global marketplace.

## **Ευχαριστίες**

Θερμές ευχαριστίες στην επιβλέπουσα καθηγήτριά μου Ντάινα Νικολάου για την πολύτιμη βοήθειά της, σε όσους εκπαιδευτικούς αποδέχτηκαν πρόθυμα την πρόσκληση για συμμετοχή στην έρευνα και ασφαλώς στην οικογένειά μου για την υπομονή της.

# Περιεχόμενα

<b>1</b>	<b>Εισαγωγή</b> .....	<b>1</b>
1.1	Προσδιορισμός του προβλήματος .....	1
1.2	Σκοπός της διατριβής .....	1
1.3	Διεθνής εμπειρία .....	1
1.4	Μεθοδολογία .....	2
1.5	Θέση της διατριβής .....	2
1.6	Περιορισμοί της διατριβής .....	2
1.7	Συνοπτική παρουσίαση ενοτήτων .....	3
<b>2</b>	<b>Βιβλιογραφική Ανασκόπηση</b> .....	<b>4</b>
2.1	Το Σύγχρονο Μάρκετινγκ .....	4
2.1.1	Μάρκετινγκ Υπηρεσιών .....	5
2.1.1.1	Μάρκετινγκ και Εκπαίδευση .....	7
2.1.1.2	Εσωτερικοί και Εξωτερικοί πελάτες .....	10
2.1.1.3	Σχέση πελάτη – προμηθευτή .....	12
2.1.2	Ποιότητα .....	13
2.1.2.1	Διοίκηση Ολικής Ποιότητας .....	14
2.1.2.1.1	Διοίκηση Ολικής Ποιότητας και Εκπαίδευση .....	14
2.1.3	Ικανοποίηση .....	18
2.1.4	Έρευνα Μάρκετινγκ .....	19
2.2	Μέτρηση της ποιότητας .....	21
2.2.1	Μέθοδοι μέτρησης της ποιότητας .....	21
2.2.2	Θεωρία Χασμάτων (Gap Model) .....	23
2.2.3	Διαστάσεις ποιότητας .....	34
2.2.4	Μοντέλο SERVQUAL .....	25
2.2.5	Μοντέλο SERVPERF .....	27
2.3	Μέτρηση ικανοποίησης εσωτερικών πελατών .....	28
2.3.1	Διαστάσεις ικανοποίησης εσωτερικών πελατών .....	28
2.3.2	Εργαλεία μέτρησης της ικανοποίησης εσωτερικών πελατών .....	29
2.4	Ο θεσμός του Μουσικού Σχολείου στην Κύπρο .....	30
2.4.1	Ολοήμερο Σχολείο .....	30
2.4.2	Μουσικό Σχολείο .....	31
<b>3</b>	<b>Μεθοδολογία</b> .....	<b>33</b>
3.1	Πρωτογενής και Δευτερογενής έρευνα .....	33
3.2	Μεθοδολογία Έρευνας .....	34
3.3	Επιλογή πληθυσμού έρευνας .....	35
3.4	Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου .....	35
3.4.1	Εισαγωγική Επιστολή .....	35
3.4.2	Μορφή και Δομή ερωτηματολογίου .....	36
3.4.3	Κλίμακες Μέτρησης .....	37
3.5	Δοκιμαστική Έρευνα .....	37
3.6	Αίτηση για άδεια διεξαγωγής της έρευνας από το ΥΠΠ .....	38
<b>4</b>	<b>Εμπειρική εφαρμογή</b> .....	<b>40</b>
4.1	Συλλογή στοιχείων .....	40
4.2	Ανάλυση στοιχείων – Αποτελέσματα .....	41
4.2.1	Περιγραφική Ανάλυση δημογραφικών στοιχείων .....	41



4.2.1.1	Φύλο .....	41
4.2.1.2	Χρόνια Υπηρεσίας .....	41
4.2.1.3	Πλήθος Επαρχιών Απασχόλησης ανά Εκπαιδευτικό .....	42
4.2.1.4	Αριθμός Εκπαιδευτικών ανά Επαρχία .....	43
4.2.1.5	Απασχόληση σε δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης .....	43
4.2.1.6	Το φύλο σε σχέση με το πλήθος των Επαρχιών απασχόλησης .....	44
4.2.2	Επίπεδο Ποιότητας Υπηρεσιών .....	44
4.2.3	Βαθμός Ικανοποίησης Εκπαιδευτικών .....	46
4.2.4	Ανάλυση Αξιοπιστίας .....	47
4.2.4.1	Ανάλυση αξιοπιστίας των 5 διαστάσεων ποιότητας .....	47
4.2.4.2	Ανάλυση αξιοπιστίας των ερωτήσεων ικανοποίησης .....	48
4.2.5	Έλεγχος Κανονικότητας .....	49
4.2.6	Ανάλυση Παλινδρόμησης για την Ποιότητα .....	49
4.2.7	Ανάλυση Παλινδρόμησης για την Ικανοποίηση .....	50
4.2.8	Ανάλυση Συσχέτισης Ικανοποίησης με Διαστάσεις Ποιότητας .....	51
4.2.9	Ανάλυση Παλινδρόμησης: Ικανοποίηση και Διαστάσεις Ποιότητας ..	52
4.2.10	Σύγκριση Ποιότητας υπηρεσιών και Ικανοποίησης σε διαφορετικές ομάδες του δείγματος .....	54
4.2.10.1	Σύγκριση Ποιότητας υπηρεσιών και Ικανοποίησης σε σχέση με το φύλο .....	54
4.2.10.2	Σύγκριση Ποιότητας υπηρεσιών και Ικανοποίησης σε σχέση με την απασχόληση ή μη στα δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης .....	55
4.2.10.3	Σύγκριση Ποιότητας υπηρεσιών και Ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία στην οποία εργάζονται οι εκπαιδευτικοί .....	56
4.2.10.4	Σύγκριση Ποιότητας υπηρεσιών και Ικανοποίησης σε σχέση με τα χρόνια απασχόλησης των εκπαιδευτικών .....	57
4.3	Σχόλια στα ερωτηματολόγια .....	58
5	<b>Συμπεράσματα - Εισηγήσεις</b> .....	59

## **Παραρτήματα**

<b>A</b>	<b>Επιστολή προς Διευθύνοντες Μουσικών Σχολείων</b> .....	61
<b>B</b>	<b>Ερωτηματολόγιο</b> .....	64
<b>Γ</b>	<b>Πίνακες Συχνοτήτων Απαντήσεων</b> .....	69
Γ.1	Ποιότητα Υπηρεσιών .....	69
Γ.1.1	Υλικά Στοιχεία .....	69
Γ.1.2	Αξιοπιστία .....	71
Γ.1.3	Ανταπόκριση .....	73
Γ.1.4	Ασφάλεια .....	74
Γ.1.5	Ενσυναίσθηση .....	76
Γ.2	Ικανοποίηση .....	78
<b>Δ</b>	<b>Πίνακες Ελέγχων</b> .....	81
Δ.1	Έλεγχος Κανονικότητας .....	82
Δ.2	Έλεγχος t-test: Σύγκριση ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με το φύλο .....	82
Δ.3	Έλεγχος t-test: Σύγκριση ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την απασχόληση ή μη στα σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης .....	85
Δ.4	Έλεγχος t-test: Σύγκριση ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λευκωσία) .....	86

Δ.5	Έλεγχος t-test: Σύγκριση ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λεμεσός) .....	88
Δ.6	Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λάρνακα) .....	90
Δ.7	Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Πάφος) .....	91
Δ.8	Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Αμμόχωστος) .....	92
Δ.9	Έλεγχος ANOVA: Σύγκριση ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με τα χρόνια απασχόλησης των εκπαιδευτικών .....	93
	<b>Βιβλιογραφία</b> .....	95

# Κεφάλαιο 1

## Εισαγωγή

### 1.1 Προσδιορισμός του προβλήματος

Το δημόσιο Μουσικό Σχολείο στην Κύπρο ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2006, αρχικά στην Επαρχία Λευκωσίας, μόνο για το Λύκειο και μέχρι το 2015 λειτουργούσε σε όλες τις Επαρχίες, καθώς και στο Γυμνάσιο. Ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός αιτήσεων από τους μαθητές, αποτελεί μια αισιόδοξη ένδειξη της ανάγκης των παιδιών για ενασχόληση με την τέχνη και τον πολιτισμό, καθώς επίσης και μια ένδειξη επιτυχίας του θεσμού. Είναι σημαντικό, λοιπόν, να διερευνηθεί κατά πόσο οι υπηρεσίες που παρέχονται στα Μουσικά Σχολεία χαρακτηρίζονται από την «ποιότητα» και κατά πόσο ικανοποιούν τις ανάγκες του πολίτη στον οποίο απευθύνονται.

### 1.2 Σκοπός της διατριβής

Σκοπός της παρούσας διατριβής είναι η αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών στα δημόσια Μουσικά Σχολεία της Κύπρου και η εκτίμηση του βαθμού ικανοποίησης των πελατών τους, με τις κατευθυντήριες γραμμές που δίνει η σχετική διεθνής εμπειρία.

### 1.3 Διεθνής εμπειρία

Με βάση τις σχετικές με το πιο πάνω θέμα έρευνες, η ποιότητα, η οποία πρέπει να αποτελεί στόχο κάθε εκπαιδευτικού οργανισμού (Deming, 1986), επιτυγχάνεται με τον προσδιορισμό και την ικανοποίηση πρωτίστως των αναγκών των εσωτερικών πελατών (Hallowell, Schlesinger and Zornitsky, 1996), όπως είναι οι εκπαιδευτικοί και οι μαθητές (Ζαβλανός, 2003). Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να ικανοποιούνται και οι ανάγκες των εξωτερικών πελατών, όπως είναι τα ανώτερα/ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα, η αγορά εργασίας και οι ίδιοι οι μαθητές, με την παραγωγή ενός ποιοτικού «προϊόντος», που στην προκειμένη περίπτωση είναι η μουσική παιδεία.

## 1.4 Μεθοδολογία

Με βάση τη σχετική διεθνή εμπειρία, επιχειρήθηκε στα πλαίσια της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής η διεξαγωγή έρευνας για την αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών στα Μουσικά Σχολεία, όπως αυτή γίνεται αντιληπτή από τους εκπαιδευτικούς σύμφωνα με το μοντέλο SERVPERF (Cronin and Taylor, 1992), καθώς επίσης και η εκτίμηση του βαθμού ικανοποίησής τους από τις υπηρεσίες που τους παρέχονται. Οι απόψεις των εκπαιδευτικών λήφθηκαν μέσω ερωτηματολογίων, τα οποία μοιράστηκαν σε όλους τους εκπαιδευτικούς των Μουσικών Σχολείων της Κύπρου. Στόχος του ερωτηματολογίου ήταν η αξιολόγηση των Μουσικών Σχολείων ως προς τις 5 διαστάσεις ποιότητας του μοντέλου SERVQUAL (υλικά στοιχεία, αξιοπιστία, ανταπόκριση, ασφάλεια και ενσυναίσθηση) (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988).

## 1.5 Θέση της διατριβής

Στην κυπριακή βιβλιογραφία και σε ότι αφορά το δημόσιο εκπαιδευτικό σύστημα, η αξιολόγηση του συστήματος γίνεται από το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού με γνώμονα τα πρότυπα και τις προδιαγραφές λειτουργίας του ή, με άλλα λόγια, από τη σκοπιά του «παραγωγού» (Ζαβλανός, 2003). Η παρούσα έρευνα επιχειρεί να αξιολογήσει το εκπαιδευτικό σύστημα από μια καινούρια σκοπιά, αυτή του «πελάτη», του πολίτη στον οποίο απευθύνεται το εκπαιδευτικό σύστημα. Ο προσανατολισμός αυτός συναντάται σε πλήθος ερευνών στη διεθνή βιβλιογραφία για την αξιολόγηση της ποιότητας των εκπαιδευτικών οργανισμών, ειδικά στην ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση. Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας προσφέρουν προτάσεις βελτίωσης της ποιότητας της μουσικής εκπαίδευσης, ενώ ταυτόχρονα αναδεικνύουν τις δυνατότητες της Έρευνας Μάρκετινγκ ως εργαλείο αξιολόγησης του εκπαιδευτικού μας συστήματος, με σκοπό τη μελλοντική αξιοποίησή του.

## 1.6 Περιορισμοί της διατριβής

Μια πληρέστερη παρουσίαση του θέματος της ποιότητας των υπηρεσιών και της ικανοποίησης των εσωτερικών πελατών θα ήταν η παρουσίαση των αντιλήψεων τόσο των εκπαιδευτικών όσο και των μαθητών των Μουσικών Σχολείων, που θα πρόσφερε παράλληλα τη δυνατότητα σύγκρισης των απόψεων των δύο ομάδων, κάτι που θα

μπορούσε να αποτελέσει αντικείμενο περαιτέρω έρευνας. Επίσης, η δυνατότητα εξασφάλισης μεγαλύτερου δείγματος του πληθυσμού της έρευνας θα εξασφάλιζε μια ισχυρότερη στατιστική αντικειμενικότητα του δείγματος. Για το σκοπό αυτό θα μπορούσε να προηγηθεί της έρευνας μια παρουσίαση του θέματος στους εκπαιδευτικούς και διευθύνοντες, στα πλαίσια ενδεχομένως μιας διάλεξης, ώστε να γίνει από αυτούς αντιληπτή η αξία της συμμετοχής του στην έρευνα, παραμερίζοντας οποιεσδήποτε προκαταλήψεις.

## **1.7 Συνοπτική παρουσίαση ενοτήτων**

Η πρώτη ενότητα της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του προβλήματος που θα απασχολήσει την παρούσα έρευνα και συνοπτικά τη σχετική με την προσέγγιση και επίλυσή του διεθνή εμπειρία. Επίσης, παρουσιάζεται ο σκοπός της διατριβής, η γενική μεθοδολογία που ακολουθήθηκε, η θέση της και οι περιορισμοί της.

Στη δεύτερη ενότητα παρουσιάζεται η διεθνής βιβλιογραφία που σχετίζεται με έννοιες όπως το σύγχρονο μάρκετινγκ και ειδικά στην περίπτωση των υπηρεσιών και στη σχέση του με την ποιότητα και την ικανοποίηση του πελάτη. Επίσης, γίνεται αναφορά στις έρευνες που σχετίζονται με την μέτρηση της ποιότητας και της ικανοποίησης των εσωτερικών πελατών και γίνεται μια παρουσίαση για την ίδρυση και λειτουργία των Μουσικών Σχολείων στην Κύπρο.

Στην τρίτη ενότητα παρουσιάζεται η μεθοδολογία η οποία επιλέγηκε με βάση τα ευρήματα της σχετικής έρευνας ως καταλληλότερη για την επίλυση του συγκεκριμένου προβλήματος, ενώ η εμπειρική εφαρμογή της έρευνας παρουσιάζεται στην τέταρτη ενότητα, με τη συλλογή και ανάλυση των δεδομένων. Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας, παρουσιάζονται στην πέμπτη ενότητα τα συμπεράσματα και οι εισηγήσεις.

# Κεφάλαιο 2

## Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

### 2.1. Το Σύγχρονο Μάρκετινγκ

«Το μάρκετινγκ δεν είναι σαν την Ευκλείδειο γεωμετρία, ένα σταθερό σύστημα εννοιών και αξιωμάτων, αλλά ένας απ' τους πλέον δυναμικούς τομείς μέσα στην αρένα του μάνατζμεντ» (Kotler, 2000:30).

Οι νέες προκλήσεις της αγοράς απαιτούν και νέες ιδέες μάρκετινγκ. Ο Ph. Kotler, (2000), αναφέρει ότι το σύγχρονο μάρκετινγκ παρουσιάζει νέες προσεγγίσεις και δίνει έμφαση, μεταξύ άλλων, σε δύο νέα στοιχεία, το μάρκετινγκ υπηρεσιών και την ποιότητα και ικανοποίηση του πελάτη.

Στο παρελθόν, οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών ήταν πολύ λίγες, μικρές και εξειδικευμένες και αντιμετώπιζαν ελάχιστο ανταγωνισμό. Έτσι, υστερούσαν σε σχέση με τις βιομηχανικές επιχειρήσεις στη χρήση του μάρκετινγκ. (Kotler and Keller, 2010) Στο μεταξύ όμως, η έκρηξη της ζήτησης για παροχή υπηρεσιών μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, η οποία αποκαλείται διεθνώς Δεύτερη Βιομηχανική Επανάσταση (Γούναρης, 2003) και η οποία εξελίσσεται μέχρι τις μέρες μας, δημιουργεί πρόσθετες προκλήσεις που δεν βρίσκονται στο μάρκετινγκ υλικών προϊόντων, λόγω των ιδιαιτεροτήτων των υπηρεσιών, όπως είναι η αϋλότητα και η φθαρτότητα. (Kotler, 2000)

Επίσης, οι επιχειρήσεις στρέφονται σήμερα προς τη δημιουργία σχέσεων με τον πελάτη, παρά προς τη δημιουργία συναλλαγών, όπως ίσχυε παλαιότερα. Στόχος είναι η δημιουργία ικανοποιημένων ή ενθουσιασμένων πελατών, οι οποίοι θα παραμείνουν πιστοί στην επιχείρηση.

Την ίδια άποψη εκφράζει και ο Μάλλιαρης (2012: 26), αναφέροντας ότι «η ιδεολογία του μάρκετινγκ:

(α) Στηρίζεται στον έντονο, διαρκή και χωρίς περιορισμούς προσανατολισμό των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων προς τον αγοραστή.

(β) Αναγνωρίζει ότι ο αγοραστής είναι ο μόνος που έχοντας ανάγκες ξέρει με τι θα τις ικανοποιήσει.

(γ) Υπενθυμίζει ότι μοναδικός σκοπός κάθε επιχείρησης είναι η ικανοποίηση των αναγκών του αγοραστή από την οποία θα προκύψει συναρτησιακά το κέρδος. Η ικανοποίηση αυτή θα επιτευχθεί με την ακριβή μετουσίωση των αναγκών σε προδιαγραφές προϊόντων.»

Οι Τζωρτζάκης και Τζωρτζάκη (2002) αναφέρουν επίσης, ότι η έννοια της διοίκησης των επιχειρήσεων και του Μάρκετινγκ έχει εμπλουτιστεί σήμερα με νέες ιδέες, προκειμένου να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να επιβιώσουν στο οξύτατα ανταγωνιστικό και ταχύτατα μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Οι νέες αυτές ιδέες, ενώ φαίνεται να έχουν μεγάλες διαφορές μεταξύ τους, έχουν τον ίδιο προορισμό και τον ίδιο στόχο: την ικανοποίηση του καταναλωτή.

### **2.1.1 Μάρκετινγκ Υπηρεσιών**

Για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε τις ιδιαιτερότητες που χαρακτηρίζουν το μάρκετινγκ υπηρεσιών σε σχέση με το μάρκετινγκ προϊόντων και πιο συγκεκριμένα το μάρκετινγκ στο χώρο της εκπαίδευσης θα πρέπει να ξεκαθαρίσουμε την έννοια της υπηρεσίας. Ένας περιεκτικός ορισμός, μέσα από τον οποίο προκύπτουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών, τα οποία θα παρουσιαστούν στη συνέχεια, είναι αυτός των Kotler και Keller (2010: 456): «Υπηρεσία είναι κάθε πράξη ή ενέργεια που μια πλευρά μπορεί να προσφέρει σε μια άλλη, είναι άυλη και δεν καταλήγει στην κατοχή οποιουδήποτε πράγματος. Η παραγωγή της μπορεί να έχει ή να μην έχει σχέση με κάποιο υλικό προϊόν».

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών, που τις διαφοροποιούν από την παραγωγή προϊόντων και τα οποία επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την κατάρτιση των σχεδίων μάρκετινγκ, είναι τα ακόλουθα:

### Αϋλότητα

Η αϋλότητα των υπηρεσιών οφείλεται στο ότι οι υπηρεσίες στερούνται υλικής υπόστασης. Ο καταναλωτής δεν μπορεί να τις επεξεργαστεί με τις αισθήσεις του πριν τις αγοράσει και επομένως είναι αβέβαιος για το τελικό αποτέλεσμα. Οι επιχειρήσεις λοιπόν καλούνται να παρουσιάσουν ενδείξεις για την ποιότητα της υπηρεσίας τους μέσω του χώρου, των ανθρώπων, του εξοπλισμού, του ενημερωτικού υλικού και της τιμής, των χειροπιαστών δηλαδή χαρακτηριστικών που πλαισιώνουν την υπηρεσία (Kotler and Keller, 2010). Στην περίπτωση της εκπαίδευσης, όπου το τελικό προϊόν είναι η γνώση, είναι προφανές ότι η ποιότητά της δεν μπορεί να γίνει αντιληπτή παρά μόνο με ενδείξεις, όπως είναι οι επιδόσεις των μαθητών, η προβολή του έργου των καθηγητών και μαθητών μέσα από εκδηλώσεις, οι κτηριακές εγκαταστάσεις και τα διαθέσιμα μέσα διδασκαλίας.

### Αδαιρετότητα

Αδαιρετότητα είναι η αδυναμία διαχωρισμού της παραγωγής μιας υπηρεσίας από τον τόπο κατανάλωσής της, από τη συμμετοχή του καταναλωτή και τη συμμετοχή των υπόλοιπων καταναλωτών που παρευρίσκονται στη διαδικασία της παραγωγής της (Γούναρης, 2003). Αυτό δημιουργεί σχέσεις αλληλεπίδρασης μεταξύ παροχέα και πελάτη, που επηρεάζουν τελικά το αποτέλεσμα της διαδικασίας και το βαθμό ικανοποίησης του πελάτη. Οφείλει λοιπόν η επιχείρηση να εκπαιδεύει κατάλληλα το προσωπικό εξυπηρέτησης, ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες και επιθυμίες των πελατών. Στην εκπαίδευση, η καλή σχέση μεταξύ εκπαιδευτικού και μαθητή κάνει τους μαθητές να αισθάνονται άνετα και να θέλουν να έρχονται στο σχολείο. Για το σκοπό αυτό, ο Ζαβλανός (2003) προτείνει οι εκπαιδευτικοί να διδάσκουν μια δυο ώρες και σε άλλες τάξεις, ώστε οι μαθητές να γνωρίζουν όσο το δυνατό περισσότερους εκπαιδευτικούς του σχολείου, για διατήρηση καλύτερου κλίματος στη σχολική μονάδα.

### Μεταβλητότητα

Η μεταβλητότητα (Kotler and Keller, 2010) ή αλλιώς ετερογένεια (Γούναρης, 2003) είναι η αδυναμία τυποποίησης της παροχής μιας υπηρεσίας, ώστε να έχει πάντα το ίδιο επιτυχημένο αποτέλεσμα, μιας και αυτή επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, όπως είναι ο παροχέας, ο χρόνος και ο τόπος της παραγωγής της. Η ιδιαιτερότητα αυτή των υπηρεσιών απαιτεί καλές διαδικασίες πρόσληψης και εκπαίδευσης του προσωπικού,



την τυποποίηση των διαδικασιών και τη συνεχή παρακολούθηση του βαθμού ικανοποίησης των πελατών, με συστήματα διαχείρισης παραπόνων και προτάσεων. Στην εκπαίδευση, οι κατάλληλες διαδικασίες πρόσληψης των εκπαιδευτικών, η συνεχής επιμόρφωσή τους και η άμεση ανταπόκριση της ηγεσίας σε προβλήματα και ελλείψεις προσωπικού και μέσων αποτελούν τρόπους για διατήρηση μιας σταθερής ποιότητας της υπηρεσίας.

#### Φθαρτότητα

Η φθαρτότητα οφείλεται στο ότι οι υπηρεσίες δεν μπορούν να αποθηκευθούν και οι διακυμάνσεις της ζήτησης επιδρούν στην ποιότητα των υπηρεσιών. Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν το θέμα αυτό με διαφορετική τιμολόγηση των υπηρεσιών τους σε περιόδους με χαμηλή ζήτηση, ή με άλλους τρόπους παροχής κινήτρων για ρύθμιση της συχνότητας παροχής των υπηρεσιών τους. Στην εκπαίδευση και ειδικά στα Μουσικά Σχολεία, οι διακυμάνσεις της ζήτησης και του αυξημένου φόρτου εργασίας μαθητών και εκπαιδευτικών μπορούν να γίνουν αντιληπτές κατά τις περιόδους εξετάσεων ή προετοιμασίας εκδηλώσεων/συναυλιών, τις οποίες χαρακτηρίζει αυξημένη κόπωση, η οποία μπορεί να αντιμετωπισθεί με τη σωστή διαχείριση του διδακτικού χρόνου καθ' όλη τη σχολική χρονιά.

#### **2.1.1.1 Μάρκετινγκ και Εκπαίδευση**

Στο σημείο αυτό εύλογα θα μπορούσε να αναρωτηθεί κανείς για τα ακόλουθα:

- Με ποιο τρόπο η Εκπαίδευση αποτελεί τομέα της επιστήμης του Μάρκετινγκ Υπηρεσιών;
- Με ποιο τρόπο η αποτελεσματικότητα του εκπαιδευτικού συστήματος μπορεί να μελετηθεί με όρους όπως είναι η ποιότητα του εκπαιδευτικού «προϊόντος» και η ικανοποίηση των «πελατών» του δημόσιου εκπαιδευτικού συστήματος;

Ο προσανατολισμός ορισμένων υπηρεσιών στο μάρκετινγκ, όπως είναι η εκπαίδευση ή οι υπηρεσίες υγείας, έχει δημιουργήσει έντονες αντιδράσεις από διάφορους φορείς τους, όπως π.χ. εκπαιδευτικούς και γιατρούς, οι οποίοι νομίζουν ότι είναι υποτιμητικό να κάνουν μάρκετινγκ των υπηρεσιών τους (Kotler, 2000). Ειδικά οι εκπαιδευτικοί πιστεύουν ότι το μάρκετινγκ χρειάζεται μόνο για τις επιχειρήσεις που στόχο έχουν το κέρδος, σε αντίθεση με την εκπαίδευση που στόχος της είναι να παράγει γνώση και να

αναπτύσσει τις δυνατότητες και την αναλυτική κριτική σκέψη του ατόμου (Παγανός, 1998).

Το 2001-2002 ξεκίνησε μια πανελλαδική έρευνα από το Πανεπιστήμιο Πατρών και το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων με σκοπό τη συλλογή απόψεων των εκπαιδευτικών και στελεχών της Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης σε σχέση με την εφαρμογή Στρατηγικών Μάρκετινγκ στην Εκπαίδευση. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ποσοστό 3,9% των εκπαιδευτικών είναι σίγουρα αρνητικό και το 19,8% είναι μάλλον αρνητικό σε μια τέτοια εφαρμογή. Τα ποσοστά αυτά θεωρήθηκαν αρκετά για να αναδείξουν την αρνητική «εικόνα» των εκπαιδευτικών για το μάρκετινγκ (Τόκας, 2007).

Ωστόσο, οι απόψεις των ερευνητών διαφέρουν από τις πιο πάνω απόψεις των εκπαιδευτικών. Ο Μάλλιαρης (2012: 21-22) αναφέρει ότι «αν υπάρχει ένας μεγάλος άγνωστος, ή καλύτερα ένας παρεξηγημένος γνωστός στην Ελλάδα, αυτός είναι το Μάρκετινγκ, όχι μόνο ως επιστήμη, αλλά και ως οικονομική λειτουργία, σε επιχειρησιακό και σε μακροοικονομικό επίπεδο». Το μάρκετινγκ μπορεί να εφαρμοσθεί όπου υπάρχει συναλλαγή, όχι μόνο σε σχέση με το κέρδος, γιατί υπάρχουν οικονομικές μονάδες «απαλλαγμένες» από αυτό το κίνητρο, όπως είναι οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί και η Κυβέρνηση, στους οποίους θα πρέπει επιτέλους να «ανακαλυφθεί» το μάρκετινγκ. Είναι απαράδεκτο υπηρεσίες δισεκατομμυρίων να παράγονται ερήμην του πολίτη, υπηρεσίες ζωτικές, όπως η εκπαίδευση, η υγεία, το περιβάλλον.

Ο κοινωνιολόγος Guy Neave (2006) αναφέρει ότι η εκπαίδευση είναι περισσότερο τομέας της οικονομικής πολιτικής και λιγότερο της κοινωνικής πολιτικής του κάθε κράτους. Η εκπαιδευτική πρόοδος καθορίζεται πλέον από οικονομικά κριτήρια και συγκεκριμένα από τις απαιτήσεις της αγοράς και όχι τις κοινωνικές ανάγκες της ισότητας και της δικαιοσύνης, όπως ίσχυε παλαιότερα. Αναβαθμίζοντας το μορφωτικό επίπεδο των νέων, αυξάνονται οι δεξιότητές τους, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η αποτελεσματικότητα σε θέσεις στην αγορά εργασίας.

Παρόμοια, ο John Akers της IBM έλεγε ότι «η εκπαίδευση δεν είναι μόνο κοινωνική ανάγκη, είναι και κύρια οικονομική ανάγκη. Αν οι μαθητές μας δεν μπορούν να ανταγωνιστούν σήμερα, πώς οι επιχειρήσεις μας θα ανταγωνιστούν αύριο;» Η διάσταση

μεταξύ αυτού που προσφέρουν τα σχολεία σήμερα και αυτού που περιμένουν να δεχθούν οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί αύριο, καθορίζει την ανάγκη επανασχεδιασμού του εκπαιδευτικού μας συστήματος. (από Ζαβλανό, 2003: 60)

Ο Αμερικανός καθηγητής Lovelock (1983) έχει επίσης εντάξει την εκπαίδευση στο φάσμα των υπηρεσιών που με βάση τα χαρακτηριστικά τους μπορούν να σχεδιαστούν και να εφαρμοστούν οι κατάλληλες στρατηγικές μάρκετινγκ για την αποτελεσματική λειτουργία τους. Ειδικά, αναφέρονται δύο συστήματα κατάταξης των υπηρεσιών, τα οποία προβάλλουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες της εκπαίδευσης. Το πρώτο είναι το σύστημα κατάταξης των υπηρεσιών που βασίζεται στο ποιος λαμβάνει την υπηρεσία και στη φύση της υπηρεσίας. Με βάση το σύστημα αυτό η εκπαίδευση κατηγοριοποιείται στις υπηρεσίες που προορίζονται για το μυαλό των ανθρώπων, τονίζοντας την αναγκαιότητα της φυσικής παρουσίας του πελάτη και την ανάγκη βελτίωσης του επιπέδου ικανοποίησής του. Σύμφωνα με το δεύτερο σύστημα κατάταξης, το οποίο βασίζεται στο βαθμό τυποποίησης και τη δυνατότητα προσαρμογής της υπηρεσίας από τον παροχέα, η εκπαίδευση κατατάσσεται στις τυποποιημένες διαδικασίες με μεγάλη δυνατότητα του παροχέα να λειτουργήσει κατά την κρίση του, αναδεικνύοντας τον καθοριστικό ρόλο του εκπαιδευτικού στο αποτέλεσμα.

Η εξέλιξη της επιστήμης του Μάρκετινγκ έφτασε στο σημείο να μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αποτελεσματικό εργαλείο στο χώρο της εκπαίδευσης (Τόκας, 2007), δημιουργώντας ένα νέο κεφάλαιο, αυτό του Μάρκετινγκ στην Εκπαίδευση ή Εκπαιδευτικού Μάρκετινγκ ή Μάρκετινγκ Εκπαίδευσης (Educational Marketing).

Οι Kotler και Fox (1995) ορίζουν το Εκπαιδευτικό Μάρκετινγκ ως «μια διαδικασία κατά την οποία ένα εκπαιδευτικό σύστημα, ή μια ή περισσότερες εκπαιδευτικές μονάδες, με συντονισμένες μεθόδους διακρίνουν, προβλέπουν και ικανοποιούν τις επιθυμίες, τα ενδιαφέροντα και προπαντός τις παροντικές και μελλοντικές ανάγκες των εκπαιδευομένων, προσαρμόζοντας τις υπηρεσίες τους με τρόπο επωφελή και αποδοτικό γι' αυτούς και για το κοινωνικό σύνολο». (από Τόκα, 2007)

Τονίζεται μάλιστα ότι, ικανοποιώντας τις ανάγκες των πελατών τους οι εκπαιδευτικοί οργανισμοί, δεν σημαίνει ότι αγνοούν το σκοπό ύπαρξης τους. Δεν σημαίνει ότι προσφέρουν οτιδήποτε έχει ζήτηση της στιγμής. Αντίθετα, επιζητούν πελάτες που ενδιαφέρονται ή θα μπορούσαν να ενδιαφερθούν για τις προσφορές τους και μετά υιοθετούν αυτές τις προσφορές για να τις κάνουν όσο πιο ελκυστικές γίνεται για αυτούς. (Kotler and Fox, 1995)

Η εφαρμογή του εκπαιδευτικού μάρκετινγκ προσφέρει, σύμφωνα με τους Kotler και Fox (1995) τέσσερα βασικά πλεονεκτήματα:

1. Βοηθά τους εκπαιδευτικούς οργανισμούς να εντοπίσουν προβλήματα που ενδεχομένως υπάρχουν και προτείνει τρόπους αντιμετώπισής τους, ώστε να μπορούν να επιτύχουν τους στόχους τους.
2. Τονίζοντας τη σημασία της αναγνώρισης και ικανοποίησης των αναγκών των πελατών, βοηθά στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και στην ικανοποίηση των πελατών.
3. Βοηθά στην προσέλκυση πόρων για τους εκπαιδευτικούς οργανισμούς, όπως είναι η προσέλκυση μαθητών για τα εκπαιδευτικά ιδρύματα στα οποία καταβάλλονται δίδακτρα, οι δωρεές, οι χορηγίες, οι εθελοντές κλπ.
4. Τονίζοντας την αλληλεπίδραση που υπάρχει μεταξύ των διάφορων λειτουργιών του εκπαιδευτικού οργανισμού, βοηθά στο σωστό συντονισμό τους, ώστε να λειτουργούν αποτελεσματικά για τους στόχους του οργανισμού.

### **2.1.1.2 Εσωτερικοί και Εξωτερικοί πελάτες**

Ποιος είναι όμως ο «πελάτης» στην περίπτωση της εκπαίδευσης; Η απάντηση στο ερώτημα θεωρείται καίριας σημασίας. Αφού οριστεί ο πελάτης, ο εκπαιδευτικός οργανισμός επιδιώκει να δει τα πράγματα από τη δική του οπτική πλευρά και να ικανοποιήσει τις ανάγκες, τις ανησυχίες και τα ενδιαφέροντά του, μέσα στα πλαίσια των περιορισμών που καθορίζουν οι στόχοι και τα μέσα του οργανισμού. (Kotler and Fox, 1995)

Οι πελάτες της εκπαίδευσης, σύμφωνα με το Ζαβλανό (2003) διακρίνονται σε εσωτερικούς και εξωτερικούς. Εσωτερικοί πελάτες είναι τα άτομα μέσα στον οργανισμό που βοηθούν στην παραγωγή του προϊόντος, της εκπαίδευσης δηλαδή του μαθητή,

όπως είναι οι μαθητές, οι εκπαιδευτικοί, οι διευθυντές και οι γονείς. Εξωτερικοί πελάτες είναι τα άτομα έξω από τον οργανισμό που δέχονται τους αποφοίτους του, δηλαδή τα πανεπιστήμια, οι επιχειρήσεις και η κοινωνία γενικότερα.

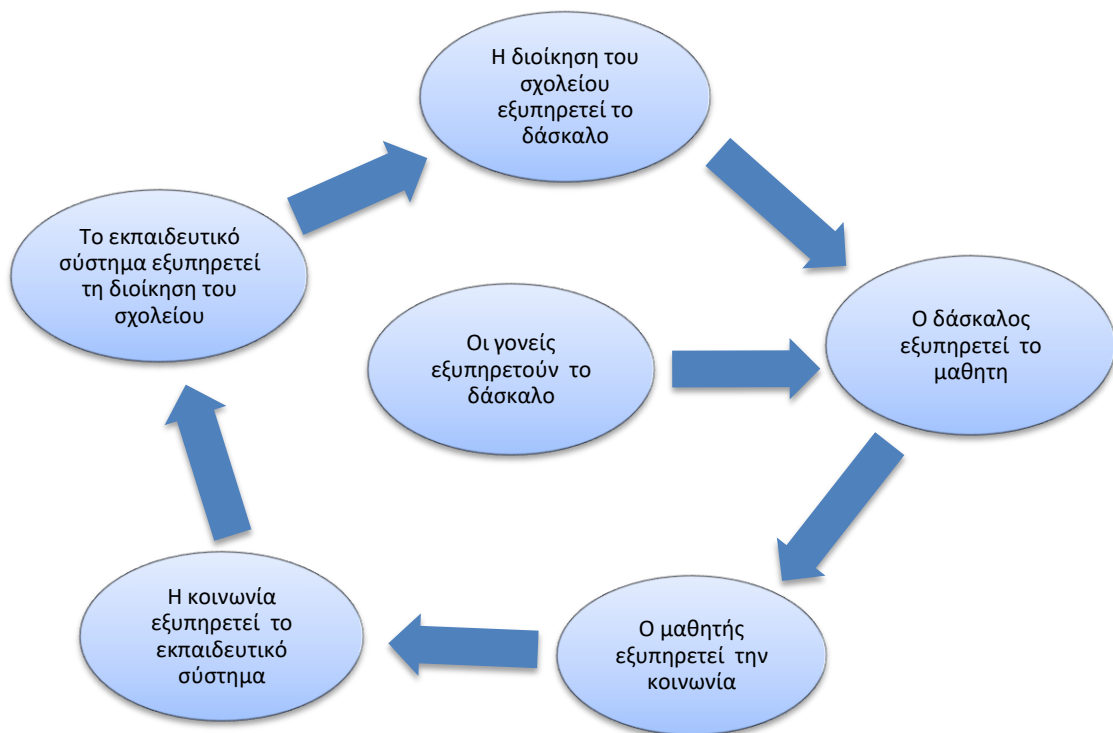
Το έργο που παράγει κάθε εσωτερικός πελάτης, εξαρτάται από το έργο κάποιου άλλου και το έργο που παράγει κάθε εσωτερικός πελάτης το παίρνει για να συνεχίσει το έργο ο επόμενος. Η επιτυχία του κάθε ατόμου εξαρτάται από το είδος των υπηρεσιών που του παρέχονται για να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις του δικού του εσωτερικού πελάτη. Ο κάθε εσωτερικός πελάτης εξυπηρετεί κάποιον άλλο εσωτερικό πελάτη, με στόχο όλοι μαζί στο τέλος να εξυπηρετήσουν τον εξωτερικό πελάτη.

Η ικανοποίηση των προσδοκιών των εξωτερικών πελατών καθορίζει την ποιότητα ενός οργανισμού, όπου είναι και ο τελικός του στόχος. Ωστόσο, για να ικανοποιήσουμε τους εξωτερικούς πελάτες θα πρέπει να ικανοποιήσουμε πρώτα τους εσωτερικούς (Hallowell, Schlesinger and Zornitsky, 1996). Οι Τζωρτζάκης και Τζωρτζάκη (2002) αναφέρουν: «Για να δώσει η επιχείρηση τα φτερά του ενθουσιασμού στους πελάτες της, πρέπει να έχει δώσει πρώτα τα φτερά του ενθουσιασμού στο προσωπικό της», τους εσωτερικούς της πελάτες. Πρέπει να καθοδηγεί σωστά το προσωπικό και να το υποκινεί, ικανοποιώντας ταυτόχρονα όλες του τις ανάγκες, όχι μόνο τις υλικές αλλά και τις ψυχολογικές.

Διάφορες έρευνες έχουν δείξει ότι όταν ικανοποιούνται οι ανάγκες των εσωτερικών πελατών από ένα οργανισμό, τότε είναι κι αυτοί πρόθυμοι και παρακινούνται να προσφέρουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας στους εξωτερικούς τους πελάτες (Jun and Cai, 2010). Οι Heskett κ. συν. (1994) προτείνουν το μοντέλο της «αλυσίδας κέρδους», στην οποία συνδέονται η ποιότητα των εσωτερικών υπηρεσιών με την ικανοποίηση των εξωτερικών πελατών. Σύμφωνα με το πιο πάνω μοντέλο, η ποιότητα των εσωτερικών υπηρεσιών επηρεάζει την ικανοποίηση των εργαζομένων (εσωτερικοί πελάτες), η οποία με τη σειρά της βοηθά στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών που ικανοποιούν τον εξωτερικό πελάτη και έτσι ο οργανισμός επωφελείται κέρδους και ανάπτυξης.

### 2.1.1.3 Σχέση πελάτη - προμηθευτή

Οι εσωτερικοί πελάτες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους με τη μορφή «προμηθευτή-πελάτη». (Ζαβλανός, 2003). Σε ένα σχολείο, ο διευθυντής είναι υπεύθυνος να παρέχει τα κατάλληλα μέσα για τον εκπαιδευτικό. Ο εκπαιδευτικός όταν διδάσκει έχει το ρόλο του προμηθευτή της γνώσης προς το μαθητή-πελάτη και αντίθετα, όταν ο μαθητής απευθύνεται στον καθηγητή, τότε αυτός έχει το ρόλο του προμηθευτή και ο δάσκαλος του πελάτη. Οι γονείς προμηθεύουν στους εκπαιδευτικούς τους μαθητές και η τάξη ως σύνολο αποτελούμενο από μαθητές και εκπαιδευτικούς μπορεί να θεωρηθεί προμηθευτής του προϊόντος της γνώσης στην κοινωνία. Η κοινωνία με τη σειρά της εξυπηρετεί το εκπαιδευτικό σύστημα, ενώ το εκπαιδευτικό σύστημα εξυπηρετεί τη διοίκηση του σχολείου. Η αντιμετώπιση του οργανισμού ως ένα σύνολο εμπλεκόμενων μερών, όπου η επιτυχία του κάθε ατόμου εξαρτάται από την προσφορά του άλλου, δίνει έμφαση στη συνεργασία. Όσο πιο δυνατοί είναι οι δεσμοί μεταξύ τους, τόσο καλύτερη ποιότητα επιτυγχάνεται στην εκπαίδευση των μαθητών. Ο κύκλος αυτός των εσωτερικών πελατών έχει την παρακάτω μορφή (Σχήμα 1).



Σχήμα 1: Ο κύκλος των εσωτερικών πελατών  
(Πηγή: Ζαβλανός, 2003: 89)

### 2.1.2 Ποιότητα

Η λέξη ποιότητα μπορεί να έχει ενταχθεί στο καθημερινό μας λεξιλόγιο και η εμπειρία της να έχει γίνει κτήμα μας, ο ορισμός της ωστόσο είναι μια σύνθετη διαδικασία, όπως μπορεί να γίνει αντιληπτό από τις προσπάθειες των ερευνητών να την ορίσουν.

Ο Juran ορίζει την ποιότητα με βάση το χρήστη, ως την καταλληλότητα προς χρήση. Ο Crosby βασίζεται στις απαιτήσεις των πελατών και την ορίζει ως τη συμμόρφωση του προϊόντος στις απαιτήσεις του πελάτη, ενώ συγκεκριμένα για την εκπαίδευση ορίζει την ποιότητα ως την αποφυγή απωλειών στην εκπαιδευτική διαδικασία (από Parasuraman, Zeithaml και Berry, 1985, Ζαβλανό, 2003). Για τον Deming (1986) ποιότητα είναι η ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη και η οποία εκφράζεται από τη διαφορά της τωρινής απόδοσης από την αναμενόμενη. Όσο μεγαλύτερη είναι η τωρινή απόδοση από την αναμενόμενη, τόσο μεγαλύτερη είναι η ικανοποίηση του πελάτη. Σύμφωνα με το Feigenbaum «ποιότητα είναι το σύνολο των χαρακτηριστικών του προϊόντος και των υπηρεσιών τα οποία έχουν σχέση με το μάρκετινγκ, την τεχνολογία, την κατασκευή και τη συντήρηση, μέσω των οποίων το προϊόν ή η υπηρεσία ικανοποιεί τις προσδοκίες του πελάτη». Από μια άλλη σκοπιά, ο Taguchi ορίζει την ποιότητα ως την «απώλεια που ένα προϊόν προξενεί στην κοινωνία μετά την αποστολή του» (από Ζαβλανό, 2003). Οι Buzzell και Gale υποστηρίζουν ότι «ποιότητα υπηρεσιών είναι ότι ορίζει ο πελάτης της υπηρεσίας και η ποιότητα μιας υπηρεσίας κρίνεται βάση του πώς ο πελάτης την αντιλαμβάνεται» (από Γούναρη, 2003). Οι Parasuraman, Zeithaml και Berry (1985) καθορίζουν την ποιότητα των υπηρεσιών ως τη διαφορά που υπάρχει μεταξύ των προσδοκιών των πελατών πριν από την παροχή της υπηρεσίας και της ποιότητας που τελικά λαμβάνουν.

Αναμφίβολα, παρατηρώντας τους πιο πάνω ορισμούς, διαπιστώνεται ότι η ποιότητα αποτελεί μια υποκειμενική έννοια με πολλές ερμηνείες. Οι περισσότερες όμως από αυτές έχουν ως επίκεντρο τον πελάτη σε σχέση με τις ανάγκες, προτιμήσεις ή αντιλήψεις του. Η πιο αποδεκτή προσέγγιση για την ποιότητα υπηρεσιών είναι ο βαθμός που μια υπηρεσία ανταποκρίνεται στις ανάγκες ή προσδοκίες των πελατών της. Αν οι προσδοκίες είναι μεγαλύτερες από αυτό που λαμβάνουν, τότε οι πελάτες δεν μένουν ικανοποιημένοι. (Sahney, Banwet and Karunes, 2006)

### 2.1.2.1 Διοίκηση Ολικής Ποιότητας

Η ανάγκη για διασφάλιση της ποιότητας σε προϊόντα και υπηρεσίες οδήγησε στη δημιουργία μιας νέας φιλοσοφίας διοίκησης των οργανισμών, της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (ΔΟΠ). Ολική ποιότητα είναι η συνεχής προσπάθεια όλων των ατόμων που εργάζονται σε ένα οργανισμό, για τη βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών, έτσι ώστε να ικανοποιούν ή και να υπερβαίνουν τις προσδοκίες των πελατών (Ζαβλανός, 2003). Πατέρας της ΔΟΠ θεωρείται ο W. E. Deming. Τις απόψεις του, όπως και του Juran, αποδέχθηκαν πρώτοι με ενθουσιασμό, μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, οι Ιάπωνες, επιτυγχάνοντας το βιομηχανικό ιαπωνικό θαύμα, ενώ με καθυστέρηση τεσσάρων δεκαετιών, η φιλοσοφία της ΔΟΠ υιοθετήθηκε και από τους Αμερικανούς επιχειρηματίες (Juran, 1993) και έκτοτε εφαρμόζεται από διάφορους οργανισμούς, συμπεριλαμβανομένου και της εκπαίδευσης, με θεαματικά αποτελέσματα.

Τα τέσσερα κύρια χαρακτηριστικά της ΔΟΠ είναι τα ακόλουθα:

1. Η ποιότητα ορίζεται με βάση τις ανάγκες και τις επιθυμίες του πελάτη, οι οποίες θα πρέπει να προσδιοριστούν και να μετατραπούν σε ένα χρήσιμο προϊόν υψηλών προδιαγραφών.
2. Η ποιότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας προδικάζεται και κατευθύνεται από ολόκληρο το σύστημα που το παράγει, το οποίο αποτελείται από αφοσιωμένους ανθρώπους, κατάλληλα καταρτισμένους και ταυτόχρονα κατάλληλα αμειβόμενους.
3. Η ποιότητα αλλάζει συνεχώς, διότι συνεχώς διαφοροποιούνται και οι ανάγκες και επιθυμίες των πελατών. Ο Deming έχει προτείνει το μηχανισμό PDCA [Planning (σχεδιασμός), Doing (έργο), Checking (έλεγχος), Acting (δράση)] για το συνεχή εντοπισμό των αναγκών των πελατών.
4. Η ποιότητα για να επιτευχθεί απαιτεί την ολοκληρωτική αφοσίωση και συνεργασία όλων των μελών του οργανισμού. (Πασιαρδής, 2004)

#### 2.1.2.1.1 Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (ΔΟΠ) και Εκπαίδευση

Ο Deming (1986) υποστηρίζει ότι η θεωρία του για τη ΔΟΠ μπορεί να εφαρμοστεί και στην εκπαίδευση, όπως και σε κάθε οργανισμό και παρόλο που η εφαρμογή της δεν είναι εύκολη διαδικασία, εντούτοις αξίζει τον κόπο για τα οφέλη που επιφέρει. Η ποιότητα ειδικά στη διδασκαλία ορίζεται ως η ικανότητα του εκπαιδευτικού να εμπνέει τους μαθητές του και να καθοδηγεί τη σκέψη τους για περαιτέρω μελέτη.



Ο Ζαβλανός (2003: 32) ορίζει την «ολική ποιότητα» για την εκπαίδευση ως τη «διηλεκτική προσπάθεια προσέγγισης προς το άριστο, την τελειότητα. Με άλλα λόγια είναι αυτό που κάνει τη μάθηση μια ευχάριστη διαδικασία».

Η θεωρία του Deming, ειδικά για την εκπαίδευση, συνοψίζεται στα ακόλουθα 14 σημεία, τα οποία θα πρέπει να ακολουθούνται από την ηγεσία, ώστε τα σχολεία να μετατραπούν σε «σχολεία ποιότητας»:

1. Συνέχεια και συνέπεια στην προσπάθεια βελτίωσης των μαθητών και της διδασκαλίας για τη δημιουργία αποφοίτων ικανών να ανταγωνιστούν στη διεθνή αγορά.
2. Υιοθέτηση της νέας φιλοσοφίας από τη διοίκηση.
3. Ανεξαρτητοποίηση από την απλή χρησιμοποίηση του διαγωνίσματος για την επίτευξη της ποιότητας. Η ποιότητα πρέπει να είναι ενσωματωμένη στους μαθητές από την αρχή.
4. Ελαχιστοποίηση του κόστους. Οι καθηγητές των ανώτερων τάξεων πρέπει να συνεργάζονται με τους καθηγητές των κατώτερων τάξεων για να κατανοήσουν τις ανάγκες των μαθητών τους, με στόχο, όχι μόνο να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους που απαιτούνται για να επιζήσουν στο μέλλον, αλλά και για να ελαττώσουν τις αποτυχίες τους.
5. Συνεχής ανάπτυξη όλων των δραστηριοτήτων της τάξης με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας και του έργου του εκπαιδευτικού και κάθε μαθητή, με παράλληλη μείωση των αιτιών που δημιουργούν μεταβολές.
6. Καθιέρωση της πρακτικής της εκπαίδευσης των καθηγητών και των μαθητών.
7. Αποτελεσματική ηγεσία.
8. Η τάξη δεν διοικείται με απειλές και φόβο, αλλά με την καλή συνεργασία εκπαιδευτικών και μαθητών.
9. Κατάργηση των εμποδίων επικοινωνίας μεταξύ διαφορετικών τμημάτων. Καθηγητές, διευθυντές, γονείς και μαθητές πρέπει να εργάζονται ομαδικά, ώστε να μπορούν να προβλέπουν τα προβλήματα και να δημιουργούν ένα αποτελεσματικό περιβάλλον μάθησης.
10. Κατάργηση των συνθημάτων και των στόχων οι οποίοι ζητούν αύξηση της απόδοσης χωρίς να παρέχουν καλύτερες μεθόδους. Οι στόχοι πρέπει να διατυπώνονται από τις ομάδες που βρίσκονται κοντά στο πρόβλημα, για να μπορούν να επιτευχθούν.

11. Κατάργηση ποσοτικών στόχων και προτύπων εργασίας που δεν επιτρέπουν την επίτευξη ποιοτικών στόχων στην εργασία του εκπαιδευτικού και στην επίδοση των μαθητών.
12. Επιβράβευση των μαθητών, ώστε να παρακινούνται εσωτερικά, να βελτιώνονται συνεχώς και να αισθάνονται περήφανοι για την εργασία τους.
13. Ενθάρρυνση της συνεχούς εκπαίδευσης και αυτοβελτίωσης για κάθε εργαζόμενο.
14. Συμμετοχή όλων των ατόμων, π.χ. γονέων, μαθητών, καθηγητών, διευθυντών, για την υλοποίηση των παραπάνω σημείων της νέας φιλοσοφίας. (από Crawford, Bodine and Hoglund 1993, Ζαβλανό 2003)

Αξίζει να σημειωθεί ότι το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού, κατά το σχεδιασμό του Αναλυτικού Προγράμματος του μαθήματος της Μουσικής στην υποχρεωτική εκπαίδευση (πρωινός κύκλος) (ΥΠΠ, 2017), φαίνεται να υιοθετεί πολλά από τα σημεία του Deming.

Συγκεκριμένα, βασική επιδίωξη του μαθήματος της Μουσικής είναι η γνωριμία του ατόμου με τον τοπικό και παγκόσμιο μουσικό πολιτισμό, με σκοπό τη δημιουργία πολιτών που δεν θα είναι μουσικά απομονωμένοι, με δυνατότητα ανταγωνισμού στην αγορά εργασίας.

Όσον αφορά την αξιολόγηση των μαθητών, ο εκπαιδευτικός χρησιμοποιεί ποικίλα μέσα και όχι μόνο το διαγώνισμα, παρέχει ανατροφοδότηση προς τους μαθητές και αξιοποιεί τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για επαναδιδασκαλία και παροχή θεραπευτικής εργασίας.

Επίσης, η διοίκηση της τάξης από τον εκπαιδευτικό σαφώς και πρέπει να γίνεται με σωστή διαχείριση προβλημάτων πειθαρχίας, τηρώντας με σταθερότητα προσυμφωνημένους κώδικες συμπεριφοράς.

Η επικοινωνία μεταξύ των τμημάτων του σχολείου, προωθείται από το αναλυτικό πρόγραμμα του ΥΠΠ. Ο εκπαιδευτικός πρέπει να δημιουργεί κλίμα, αλληλοσεβασμού

και δημοκρατικού διαλόγου στην τάξη, να συνεργάζεται με τη διεύθυνση και να επιδιώκει τη συνεργασία του σχολείου με τους γονείς.

Το ΥΠΠ έχει εντάξει τις άτυπες μαθησιακές πρακτικές, όπως είναι το δικαίωμα των μαθητών να επιλέγουν οι ίδιοι τα έργα που θα αναπαράγουν, διευκολύνοντας την απόδοσή τους.

Επίσης, η έμφαση των αναλυτικών προγραμμάτων στα επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα με την ονομασία Δείκτες Επιτυχίας, και στα ενδεικτικά αντίστοιχα διδακτέα, τους Δείκτες Επάρκειας, παρέχει στους εκπαιδευτικούς την αυτονομία να συμπληρώσουν το περιεχόμενό τους και να τα εμπλουτίσουν, ώστε οι μαθητές να αγγίζουν το 100% της απόδοσής τους.

Σε σχέση με τα Αναλυτικά Προγράμματα, συμβαίνει συχνά αυτά να ετοιμάζονται στο Υπουργείο από άτομα που δεν έχουν επαφή με το σχολικό περιβάλλον και στέλνονται στα σχολεία για να εφαρμοστούν. Οι εκπαιδευτικοί πολλές φορές δεν έχουν βοήθεια από τη διοίκηση και καλούνται να αντιμετωπίσουν πολύπλοκα προβλήματα μόνοι τους, κάτι που καθιστά το έργο τους εξαιρετικά δύσκολο. Πρέπει λοιπόν, το προσωπικό του σχολείου να συμμετέχει στις ομάδες λήψης αποφάσεων σχετικά με τη λειτουργία του σχολείου και τη βελτίωση της ποιότητας της διδασκαλίας – μάθησης (Crawford, Bodine and Hoglund 1993, Ζαβλανός 2003).

Ο Deming αναφέρει ότι η κύρια υπευθυνότητα για τη βελτίωση της ποιότητας ενός οργανισμού ανήκει κατά 85% στο σύστημα και μόνο κατά 15% στους εργαζόμενους σε αυτό (Deming, 1986). Επομένως, ο σχεδιασμός κατάλληλων αναλυτικών προγραμμάτων τα οποία καλούνται οι εκπαιδευτικοί να εφαρμόσουν δεν είναι αρκετός εάν η ηγεσία δεν αναλάβει την υπευθυνότητα να στηρίξει το έργο των διδασκόντων, να συνεργαστεί μαζί τους και να λάβει σοβαρά υπόψη τις απόψεις τους. Σε περίπτωση που παρατηρούνται προβλήματα στην εκπαίδευση, αυτά θα πρέπει να αντιμετωπίζονται από την ηγεσία, όχι πιέζοντας τους εκπαιδευτικούς να εργάζονται πιο σκληρά, αλλά θα πρέπει η ηγεσία να εξετάσει με λεπτομέρεια το εκπαιδευτικό σύστημα και να είναι έτοιμη για ριζικές αλλαγές και μεταρρυθμίσεις, στη βάση της συνεχούς συνεργασίας με τους εκπαιδευτικούς (Crawford, Bodine and Hoglund 1993, Ζαβλανός 2006,).

### 2.1.3 Ικανοποίηση

Απόλυτα συνυφασμένη έννοια με την ποιότητα είναι η έννοια της ικανοποίησης. Ο Γούναρης (2003) αναφέρει ότι η έννοια της ικανοποίησης μπορεί να γίνει αντιληπτή από δυο διαφορετικές πλευρές. Από την πλευρά του καταναλωτή, σχετίζεται με την επιδίωξη του καταναλωτή να πετύχει το επιθυμητό επίπεδο πλήρωσης κάποιας ανάγκης μέσα από την αγορά και χρήση μιας υπηρεσίας. Από την πλευρά δε των επιχειρήσεων, η ικανοποίηση διασφαλίζει επαναλαμβανόμενες πωλήσεις και πιστούς πελάτες, τα οποία επιφέρουν κέρδος στις επιχειρήσεις, καθώς επίσης και τη διάδοση θετικών μηνυμάτων σε άλλους καταναλωτές (word-of-mouth). Ακόμα και στην περίπτωση μη κερδοσκοπικών οργανισμών ή δημόσιων υπηρεσιών που βασίζονται στη στήριξη ή υπόκεινται στον έλεγχο της κοινωνίας και του κράτους, η διάδοση θετικών μηνυμάτων και η διατήρηση καλής φήμης είναι στοιχεία που επηρεάζουν τη μελλοντική τους πορεία.

Η ικανοποίηση δεν σχετίζεται με τα χαρακτηριστικά ενός προϊόντος ή υπηρεσίας αλλά είναι μια ψυχολογική διαδικασία συγκρούσεων μεταξύ προσδοκιών και αποτελεσμάτων, τόσο από περιπτωσιακές αξιολογήσεις, όσο και από μια συνολική αξιολόγηση των επιμέρους μεμονωμένων περιπτώσεων της καταναλωτικής εμπειρίας (Oliver, 1981). Σύμφωνα με τους Kotler και Keller (2010) οι πελάτες συγκρίνουν την εκλαμβανόμενη υπηρεσία με την προσδοκώμενη υπηρεσία, η οποία έχει διαμορφωθεί από τις προηγούμενες εμπειρίες τους, τα προφορικά σχόλια και τη διαφήμιση. Ο στόχος για τις επιτυχημένες επιχειρήσεις είναι όχι μόνο να ικανοποιούν, αλλά να ενθουσιάζουν τους πελάτες, υπερβαίνοντας τις προσδοκίες τους. Την ίδια άποψη εκφράζει και ο Ζαβλανός (2003) αναφέροντας ότι δεν είναι αρκετή η προσπάθεια ενός οργανισμού να ικανοποιεί τις ανάγκες και προσδοκίες των πελατών του, αλλά στόχος του θα πρέπει να είναι να έχει, όχι μόνο ικανοποιημένους πελάτες, αλλά πάρα πολύ ικανοποιημένους ή ακόμη περισσότερο, αφοσιωμένους πελάτες. Σύμφωνα με το μοντέλο του Kano, οι ανάγκες του πελάτη διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες: (α) τις βασικές ανάγκες, (β) τις αναμενόμενες ανάγκες, τις οποίες επιθυμεί ο πελάτης χωρίς να τις θεωρεί απολύτως αναγκαίες, και (γ) τη συναρπαστική εμπειρία, που δεν περιμένει ο πελάτης και τον κάνει πάρα πολύ ευχαριστημένο.

Όσον αφορά τη σχέση μεταξύ της αντιλαμβανόμενης ποιότητας μιας υπηρεσίας και της ικανοποίησης που δημιουργεί στον πελάτη, οι απόψεις των ερευνητών δίστανται. Ορισμένοι, όπως ο Gronroos (από Jun and Cai, 2010), θεωρούν ότι οι δύο έννοιες σχεδόν ταυτίζονται, ενώ άλλοι, όπως οι Parasuraman, Zeithaml και Berry (1985) αναφέρουν ότι η ποιότητα δεν σχετίζεται απαραίτητα με την ικανοποίηση, μιας και υπάρχουν περιπτώσεις όπου οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι από μια υπηρεσία, δεν θεωρούν όμως ότι αυτή είναι ποιοτική. Η σχετική με τις πιο πάνω έννοιες έρευνα των Jun και Cai (2010) έχει δείξει ότι υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ των δύο παραμέτρων. Οι Cronin και Taylor (1992) εισηγούνται ότι η ποιότητα των υπηρεσιών έχει αποτέλεσμα την ικανοποίηση των πελατών, η οποία με τη σειρά της επηρεάζει τις μελλοντικές αγοραστικές προθέσεις των καταναλωτών, περισσότερο από ότι η ποιότητα της υπηρεσίας. Επομένως, οι οργανισμοί θα πρέπει να εστιάζουν περισσότερο σε προγράμματα ικανοποίησης των πελατών παρά σε στρατηγικές βελτίωσης αποκλειστικά της ποιότητας των υπηρεσιών.

Ο Γούναρης (2003) τονίζει ότι, οι δύο έννοιες, ποιότητα και ικανοποίηση διαφέρουν σαφέστατα μεταξύ τους και η χρήση τους ως συνώνυμες μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα για μια επιχείρηση που ενδιαφέρεται να μετρήσει την ποιότητα των υπηρεσιών της, καθώς ενδέχεται η μέτρηση που κάνει να αφορά το βαθμό ικανοποίησης των πελατών της, δημιουργώντας έτσι παραπλανητικά αποτελέσματα στην έρευνα.

#### **2.1.4 Έρευνα Μάρκετινγκ**

Πώς όμως μπορεί ένας οργανισμός να γνωρίζει με ακρίβεια τις ανάγκες των καταναλωτών του, ώστε να αναζητήσει στη συνέχεια τους τρόπους να τις ικανοποιήσει; Κάθε οργανισμός θα πρέπει να έχει την ικανότητα να «ακούει» συστηματικά τρία είδη πελατών: τους εξωτερικούς πελάτες που τους έχει παρασχεθεί η υπηρεσία, τους πελάτες των ανταγωνιστών τους οποίους επιδιώκει να κερδίσει και τους εσωτερικούς πελάτες, τους εργαζόμενους στον οργανισμό (Berry and Parasuraman, 1997).

Η έρευνα Μάρκετινγκ είναι ένα κατάλληλο εργαλείο για τη λήψη των απαραίτητων πληροφοριών, που στόχο έχουν:

(α) Την υιοθέτηση της ιδεολογίας του Μάρκετινγκ, η οποία προϋποθέτει την πλήρη γνώση των αναγκών των πελατών σε σχέση με το τι θέλει ο πελάτης και πώς θα ικανοποιηθεί.

(β) Την υλοποίηση της ιδεολογίας του Μάρκετινγκ διαμέσου του μίγματος Μάρκετινγκ (προϊόν, τιμή, δίκτυα διανομής και σύστημα επικοινωνίας καθώς και ο ανθρώπινος παράγοντας, οι διαδικασίες και η φυσική οντότητα για τις υπηρεσίες), το οποίο θα πρέπει να προσαρμόζεται με τις γενικές και ειδικές επιταγές της αγοράς στόχου.

(γ) Την παρακολούθηση των περιβαλλοντικών μεταβολών που επηρεάζουν την επιχείρηση και απαιτούν τη συνεχή προσαρμογή των διαδικασιών σε αυτές. (Μάλλιαρης, 2012)

Τα πολύ ευαισθητοποιημένα εκπαιδευτικά ιδρύματα έχουν θεσμοθετήσει τόσο την εσωτερικά έρευνα για βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών, όσο και την έρευνα μάρκετινγκ για την ανακάλυψη αναγκών και προτιμήσεων της αγοράς (Παγανός, 1998).

Από πού όμως μπορεί να αντλήσει τις πληροφορίες αυτές ένας εκπαιδευτικός οργανισμός που θέλει να γνωρίζει με ακρίβεια τις ανάγκες των εσωτερικών και εξωτερικών πελατών του; Ο Ζαβλανός (2003: 32) υποστηρίζει ότι για το σκοπό αυτό είναι απαραίτητη η βοήθεια των εκπαιδευτικών και των μαθητών, οι οποίοι γνωρίζουν καλύτερα τη λειτουργία της σχολικής μονάδας. Άλλωστε, τα σχολεία διαφέρουν ως προς τη σύσταση του πληθυσμού τους ή στις αξίες της κοινότητας στην οποία είναι ενσωματωμένα, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται διαφορετικές ανάγκες των εσωτερικών πελατών σε κάθε σχολική μονάδα (Πασιαρδής, 2004).

## 2.2. Μέτρηση της ποιότητας

Η μέτρηση και η αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι απαραίτητο καθήκον κάθε οργανισμού. Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά σε διάφορες μεθόδους μέτρησης, στις σημαντικότερες θεωρίες και μοντέλα / εργαλεία μέτρησης της ποιότητας και στη βασική έρευνα που έχει διενεργηθεί σε σχέση με τις διαστάσεις ποιότητας.

### 2.2.1 Μέθοδοι μέτρησης της ποιότητας

Η μέτρηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών ενός οργανισμού μπορεί να γίνει, σύμφωνα με το Ζαβλανό (2006), με διάφορες μεθόδους:

1. Η πρώτη μέθοδος αφορά τη σύγκριση της ποιότητας του οργανισμού με κάποια συγκεκριμένα πρότυπα που έχουν προσδιοριστεί από ειδικούς. Η μέθοδος αυτή είναι απλή και αποτελεσματική, έχει όμως το εξής μειονέκτημα: μόλις ικανοποιηθούν τα πρότυπα δεν υπάρχει προοπτική για περαιτέρω βελτίωση.
2. Η δεύτερη μέθοδος μετρά την τάση βελτίωσης της απόδοσης του οργανισμού και βασίζεται στις συνεχείς συγκρίσεις και μετρήσεις σε διάφορα χρονικά διαστήματα, ώστε να διαπιστωθεί η πρόοδος βελτίωσης σε ένα δεδομένο δείκτη.
3. Η τρίτη μέθοδος βασίζεται στην συγκριτική αξιολόγηση (benchmarking) της απόδοσης του οργανισμού με την απόδοση άλλου οργανισμού που θεωρείται ο καλύτερος στην κατηγορία του.
4. Η τέταρτη μέθοδος αξιολόγησης της ποιότητας του οργανισμού αφορά συγκεκριμένα βραβεία / μοντέλα ποιότητας:

Τα βραβεία ποιότητας Malcolm Baldrige και EFQM (European Foundation for Quality Management) αποτελούν μοντέλα αυτοαξιολόγησης της απόδοσης των οργανισμών σε σχέση με συγκεκριμένα κριτήρια και δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην ικανοποίηση των πελατών.

Το αμερικανικό βραβείο Malcolm Baldrige αποτελείται από επτά κριτήρια αξιολόγησης: την ηγεσία, τις πληροφορίες και την ανάλυση, το στρατηγικό και λειτουργικό προγραμματισμό ποιότητας, την ανάπτυξη ανθρωπίνων πόρων, τη διοίκηση διαδικασιών, τα αποτελέσματα του οργανισμού και την εστίαση στον πελάτη και την ικανοποίησή του.

Το ευρωπαϊκό βραβείο ποιότητας EFQM, το οποίο ιδρύθηκε από το Ευρωπαϊκό Ίδρυμα για τη Διοίκηση της Ποιότητας, αποτελείται από εννέα κριτήρια αξιολόγησης, τα οποία χωρίζονται σε δύο ομάδες: (α) τις προϋποθέσεις, στις οποίες ανήκουν η ηγεσία, η διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού, η πολιτική και στρατηγική, οι πόροι και η διοίκηση διαδικασιών και (β) τα αποτελέσματα, στα οποία ανήκουν η ικανοποίηση πελατών-πολιτών, η ικανοποίηση των εργαζομένων, τα αποτελέσματα κοινωνικής επίδρασης και τα κύρια αποτελέσματα του οργανισμού που σχετίζονται με τους στόχους του.

Προς τιμήν του πατέρα της ΔΟΠ οι Ιάπωνες υιοθέτησαν το βραβείο Deming, το οποίο απονέμουν κάθε χρόνο στην εταιρεία η οποία παρουσιάζει τη μεγαλύτερη δραστηριότητα στον τομέα της βελτίωσης της ποιότητας των προϊόντων της. (Ζαβλανός, 2006)

5. Ένας άλλος τρόπος αξιολόγησης είναι αυτός που πραγματοποιείται από έναν εξωτερικό ανεξάρτητο παρατηρητή, του οποίου όμως η κρίση είναι υποκειμενική, επειδή βασίζεται στην επιφανειακή γνώση του προϊόντος ή της υπηρεσίας ή ακόμη και στην προπαγάνδα.

Ως προς τις πιο πάνω μεθόδους αξιολόγησης, ο Ζαβλανός (2006) τονίζει ότι η αξιολόγηση που γίνεται μέσα στον οργανισμό και βασίζεται στους πελάτες είναι η πλέον χρησιμοποιούμενη γιατί είναι ορατή, έχει νόημα και παρακινεί το εργατικό δυναμικό. Επομένως, θα πρέπει ο κάθε οργανισμός να λαμβάνει σοβαρά υπόψη τις απόψεις των πελατών, συγκεντρώνοντας πληροφορίες με συνεχή ανατροφοδότηση μέσω επισκοπήσεων, συνεντεύξεων και ερωτηματολογίων.



### 2.2.2 Θεωρία Χασμάτων (Gap Model)

Το 1985 οι Parasuraman, Zeithaml και Berry (1985) πρότειναν ένα νέο μοντέλο αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών, το οποίο δεν βασίζεται σε συγκεκριμένες προδιαγραφές ποιότητας, αλλά καθορίζει την ποιότητα όπως αυτή γίνεται αντιληπτή από τον πελάτη και η οποία είναι αποτέλεσμα της σύγκρισης μεταξύ της υπηρεσίας που ανέμενε ότι θα του παρεχόταν, με την υπηρεσία που τελικά του παρασχέθηκε. Στηρίζεται, επομένως, στη θεωρία της διάψευσης των προσδοκιών. Η έρευνά τους, μέσω συνεντεύξεων σε εργαζόμενους σε τέσσερα διαφορετικά είδη επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών και σε δώδεκα ομάδες εστίασης με πελάτες τους, ανέδειξε πέντε «χάσματα» τα οποία περιγράφουν την αδυναμία των επιχειρήσεων να προσφέρουν υπηρεσίες τις οποίες οι πελάτες αντιλαμβάνονται ως ποιοτικές.

Χάσμα 1: Μεταξύ των προσδοκιών της αγοράς και της αντίληψης της επιχείρησης γι' αυτές.

Οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών δεν γνωρίζουν ποιες είναι οι προσδοκίες και οι ανάγκες της αγοράς, ποια χαρακτηριστικά της παρεχόμενης υπηρεσίας ικανοποιούν τις ανάγκες της και ποια επίπεδα παροχής της υπηρεσίας προσδίδουν σε αυτήν ποιότητα.

Χάσμα 2: Μεταξύ προσδοκιών της αγοράς και προδιαγραφών της υπηρεσίας.

Οι επιχειρήσεις παρόλο που γνωρίζουν τις προσδοκίες των καταναλωτών, αδυνατούν να τις μεταφράσουν σε συγκεκριμένες προδιαγραφές για τις υπηρεσίες τους. Αυτό οφείλεται σε διάφορους περιορισμούς της επιχείρησης σε πόρους ή μέσα, μιας και ο προσανατολισμός μιας επιχείρησης στη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών της απαιτεί σημαντικές επενδύσεις σε χρόνο, προσπάθεια και χρήμα. Κυρίως όμως οφείλεται στην απουσία ολοκληρωτικής αφοσίωσης της ηγεσίας στην ποιότητα των υπηρεσιών.

Χάσμα 3: Μεταξύ προδιαγραφών υπηρεσίας και παροχής της υπηρεσίας.

Ακόμα κι αν η επιχείρηση έχει καθορίσει τις κατάλληλες προδιαγραφές για τις υπηρεσίες της, ώστε να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των καταναλωτών, η παροχή των υπηρεσιών από τους εργαζόμενους δεν ανταποκρίνεται σε αυτές τις προδιαγραφές, εξαιτίας της επίδρασης των εργαζομένων στην αντιλαμβανόμενη από τους πελάτες

ποιότητα των υπηρεσιών και λόγω του ότι η απόδοση των εργαζομένων δεν είναι πάντα σταθερή.

**Χάσμα 4:** Μεταξύ των υποσχέσεων της επιχείρησης και της παροχής της υπηρεσίας

Οι επιχειρήσεις μέσω των διάφορων μορφών επικοινωνίας με τους πελάτες τους (διαφημίσεις, προσωπική επικοινωνία κλπ), είτε υπόσχονται πολύ περισσότερα από αυτά που τελικά προσφέρουν με αποτέλεσμα οι αυξημένες προσδοκίες των πελατών τους να μην ικανοποιούνται τελικά, είτε παραλείπουν να παρουσιάσουν ενέργειες που προσδίδουν αξία στην επιχείρηση και θα μπορούσαν να επηρεάσουν θετικά την αντίληψη των πελατών για την ποιότητα των υπηρεσιών τους. Οι υποσχέσεις λοιπόν της επιχείρησης δεν αντικατοπτρίζουν την πραγματική παρεχόμενη υπηρεσία.

**Χάσμα 5:** Μεταξύ προσδοκιών της αγοράς και αντιλήψεων για τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Το πέμπτο χάσμα αποτελεί τη συνολική αντίληψη των πελατών για την υπηρεσία, η οποία απορρέει από τα τέσσερα προηγούμενα χάσματα, σε σχέση με τις προσδοκίες τους. Αποτελεί δηλαδή το βαθμό ανταπόκρισης της υπηρεσίας στις προσδοκίες των πελατών της, οι οποίες είτε διαψεύδονται, είτε ικανοποιούνται, είτε στην καλύτερη περίπτωση ξεπερνιούνται.

### **2.2.3 Διαστάσεις ποιότητας**

Η πιο πάνω έρευνα ανέδειξε 10 κριτήρια αξιολόγησης της ποιότητας των υπό μελέτη υπηρεσιών, τα οποία ήταν κατά βάση κοινά για όλους τους ερωτώμενους πελάτες και προτάθηκαν από τους μελετητές ως οι 10 βασικές διαστάσεις για τη μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών:

- Αξιοπιστία: είναι η ακρίβεια, η συνέπεια και η ορθότητα της παροχής της υπηρεσίας.
- Ανταπόκριση: αφορά την προθυμία για την εξυπηρέτηση του πελάτη.
- Ικανότητα των εργαζομένων: είναι η κατοχή των απαιτούμενων προσόντων, δεξιοτήτων και γνώσεων για την παροχή της υπηρεσίας.
- Προσβασιμότητα: αφορά την ευκολία επαφής των πελατών με τους υπαλλήλους ή τα στελέχη του οργανισμού.

- Ευγένεια: η ευγενική συμπεριφορά των υπαλλήλων που συναλλάσσονται με το κοινό και ο σεβασμός προς τους πελάτες.
- Επικοινωνία: η ικανότητα των εργαζομένων για επικοινωνία με τους πελάτες τους, σε οποίο επίπεδο μόρφωσης κι αν βρίσκονται αυτοί, ώστε να μπορούν να γίνονται κατανοητοί από τους πελάτες αλλά και να κατανοούν τις απαιτήσεις τους.
- Φερεγγυότητα: αφορά την ειλικρίνεια και την τιμιότητα στις συναλλαγές με τους πελάτες.
- Ασφάλεια: η απουσία του αισθήματος κινδύνου ή αμφιβολίας σε σχέση με την παρεχόμενη υπηρεσία.
- Αντιληπτότητα / Ενσυναίσθηση: είναι το ειλικρινές ενδιαφέρον εκ μέρους των εργαζομένων και η προσπάθειά τους για κατανόηση των αναγκών των πελατών.
- Χειροπιαστά στοιχεία: αφορούν το φυσικό περιβάλλον στο οποίο παρέχεται η υπηρεσία, π.χ. το κτήριο, ο εξοπλισμός, το προσωπικό και η εμφάνισή του.

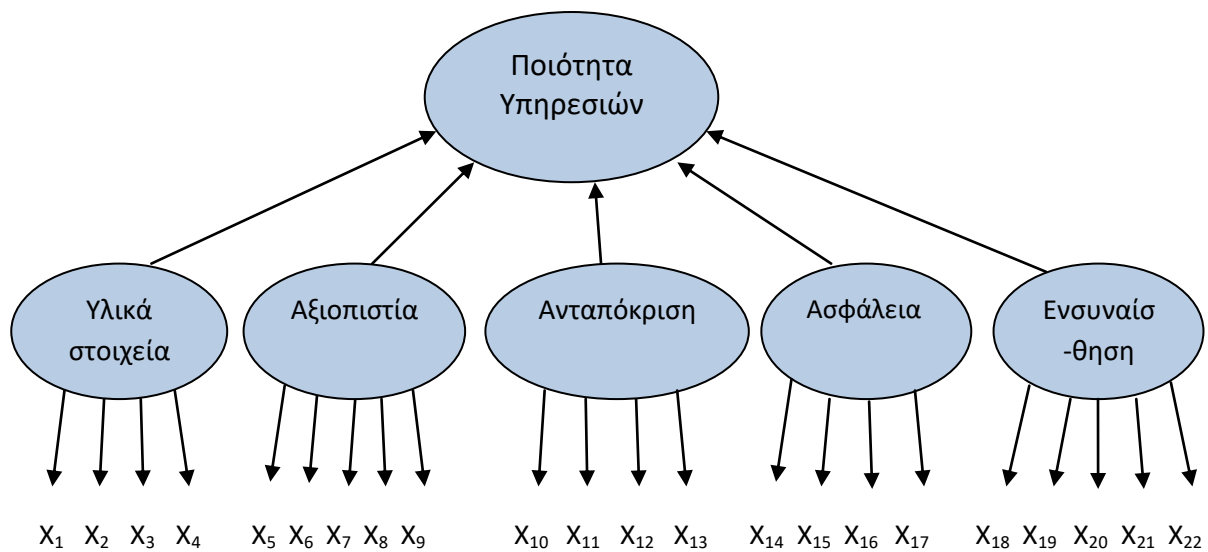
Οι διαστάσεις αυτές αποτελούν τη βασική δομή της κλίμακας SERVQUAL που καθορίζει την ποιότητα των υπηρεσιών (συνδυασμός των λέξεων service – quality).

#### **2.2.4 Μοντέλο SERVQUAL**

Αργότερα, οι ίδιοι ερευνητές, συνέχισαν την έρευνά τους εξελίσσοντας και βελτιώνοντας το Μοντέλο (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988). Ξεκινώντας από τις 10 πιο πάνω διαστάσεις, αναλυμένες σε 97 στοιχεία, περίπου 10 για κάθε διάσταση, διέγραφαν από αυτά όσα - μέσα από τη διερεύνηση του βαθμού αξιοπιστίας (συντελεστής  $\alpha$  του Cronbach) (Field, 2016) - διαπίστωναν ότι είχαν χαμηλή συσχέτιση με τη συνολική βαθμολογία, μέχρις ότου εξασφάλισαν το πιο ικανοποιητικό επίπεδο αξιοπιστίας. Επίσης, κάποιες διαστάσεις συνδυάστηκαν δημιουργώντας μια νέα διάσταση. Η διαδικασία αυτή οδήγησε στη βελτιωμένη κλίμακα SERVQUAL, με 22 στοιχεία που πηγάζουν από τις ακόλουθες 5 διαστάσεις ποιότητας:

- Υλικά στοιχεία: τα φυσικά χαρακτηριστικά, ο εξοπλισμός, η εμφάνιση του προσωπικού.

- Αξιοπιστία: η ικανότητα του οργανισμού να αποδίδει την υποσχόμενη ποιότητα, αξιόπιστα και με ακρίβεια.
- Ανταπόκριση: η προθυμία για βοήθεια προς τους πελάτες και παροχή άμεσων υπηρεσιών.
- Ασφάλεια: η γνώση και η ευγένεια των υπαλλήλων και η ικανότητά τους να εμπνέουν εμπιστοσύνη.
- Ενσυναίσθηση: η προσοχή και η εξατομικευμένη φροντίδα του οργανισμού για κάθε πελάτη.



Σχήμα 2: Ποιότητα Υπηρεσιών σύμφωνα με το Μοντέλο των Parasuraman, Zeithaml και Berry (1988) (Πηγή: Cronin and Taylor, 1992: 58)

Για την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών, σύμφωνα με το πιο πάνω Μοντέλο, το ερωτηματολόγιο που συντάσσεται αποτελείται από δύο μέρη, με 22 ερωτήσεις το καθένα. Το πρώτο μέρος αφορά τις προσδοκίες των πελατών σε σχέση με τα 22 στοιχεία της υπηρεσίας που αντιστοιχούν στις 5 διαστάσεις ποιότητας (4 για τα υλικά στοιχεία, 5 για την αξιοπιστία, 4 για την ανταπόκριση, 4 για την ασφάλεια και 5 για την ενσυναίσθηση). Το δεύτερο μέρος αφορά το επίπεδο της ποιότητας που ο πελάτης εκτιμά ότι τελικά του παρασχέθηκε, για τα αντίστοιχα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας. Οι απαντήσεις δίνονται πάνω στην 7-βάθμια κλίμακα Likert, με επιλογές «συμφωνώ απόλυτα» μέχρι «διαφωνώ απόλυτα». Η διαφορά μεταξύ των 2 εκτιμήσεων των

πελατών (προσδοκίες και αντιλήψεις) αποτελεί τη μέτρηση της ποιότητας για κάθε διάσταση της υπηρεσίας, αλλά και συνολικά για την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται.

### **2.2.5 Μοντέλο SERVPERF**

Οι Cronin και Taylor (1992) εξέφρασαν τις αμφιβολίες τους για τη θεωρία των Parasuraman, Zeithaml και Berry, ότι δηλαδή η ποιότητα μιας υπηρεσίας βασίζεται στη διάψευση των προσδοκιών των πελατών. Έτσι πρότειναν μια εναλλακτική προσέγγιση, η οποία βασίζεται στην απόδοση του οργανισμού που παρέχει τις υπηρεσίες, με την ονομασία SERVPERF (συνδυασμός των λέξεων service – performance).

Σύμφωνα με τους πιο πάνω ερευνητές, η ποιότητα αντιμετωπίζεται ως ένα είδος στάσης του καταναλωτή απέναντι στην υπηρεσία, αφού αυτή του παρασχεθεί. Το Μοντέλο τους υιοθετεί τα 22 στοιχεία των υπηρεσιών του Μοντέλου SERVQUAL, εξετάζοντάς τα μόνο ως προς την απόδοση της υπηρεσίας και όχι ως προς τη διάψευση των προσδοκιών των πελατών. Με αυτό τον τρόπο μειώνονται στο 50% τα στοιχεία που πρέπει να ερευνηθούν μέσω των πελατών (από 44 σε 22), ενώ ταυτόχρονα η αξιολόγηση της σημαντικότητας του κάθε στοιχείου γίνεται άμεσα από τους ερωτώμενους και όχι με στατιστική μελέτη των ομαδοποιημένων ερωτήσεων στις 5 διαστάσεις ποιότητας, όπως συμβαίνει στην περίπτωση του Μοντέλου SERVQUAL (Cronin and Taylor, 1994).

Παρά τις οποιεσδήποτε διαφωνίες μεταξύ των διάφορων ερευνητών σε σχέση με τα πιο πάνω Μοντέλα, ο Γούναρης (2003) τονίζει ότι το Μοντέλο SERVQUAL, το οποίο έκανε πρώτο την εμφάνισή του στο χώρο της έρευνας, αποτελεί ένα καινοτόμο για την εποχή του και χρήσιμο εργαλείο που συντέλεσε στο να στραφεί το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών προς την αγορά τους και να επαναπροσδιορίσουν τις αντιλήψεις τους για την έννοια της ποιότητας των υπηρεσιών. Ταυτόχρονα, αποτέλεσε τη βάση πάνω στην οποία στηρίχθηκαν οι επόμενοι ερευνητές, που στόχο είχαν τον επικοινωνιακό διάλογο για τη βελτίωση του εργαλείου μέτρησης της ποιότητας των υπηρεσιών.

Ωστόσο, είναι σημαντικό, οποιοδήποτε εργαλείο επιλέγεται για τη διεξαγωγή μιας έρευνας να χρησιμοποιείται με προσοχή και με κατάλληλη προσαρμογή του στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε υπηρεσίας, του κλάδου και της γεωγραφικής περιοχής στην οποία εμπίπτει, της εθνικής κουλτούρας των πελατών της και άλλων παραμέτρων που επηρεάζουν τον τρόπο αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών από τους πελάτες, ώστε να ενισχύεται η εγκυρότητα των πληροφοριών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το Μοντέλο SERVQUAL έχει χρησιμοποιηθεί σε πολλές έρευνες της διεθνούς βιβλιογραφίας που σχετίζονται με την αξιολόγηση της ποιότητας ανώτερων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, όπως είναι οι έρευνες των Arambewela and Hall (2006), Comm and Mathaisel (2000) και Hampton (1993).

## **2.3. Μέτρηση Ικανοποίησης εσωτερικών πελατών**

Μια αντιπροσωπευτική παρουσίαση των διαστάσεων της ικανοποίησης των εσωτερικών πελατών και ειδικά των εργαζομένων ενός οργανισμού, που απορρέουν από τις σημαντικότερες ερευνητικές προσπάθειες, καθώς και παρουσίαση των σημαντικότερων εργαλείων μέτρησης της ικανοποίησης, επιχειρείται στη συνέχεια.

### **2.3.1 Διαστάσεις ικανοποίησης εσωτερικών πελατών**

1. Αποτελεσματικότητα της επιχείρησης: ανάπτυξη στρατηγικών στόχων, συνεχής βελτίωση και εστίαση στον πελάτη.
2. Επικοινωνία: μέσα και εργαλεία, ποιότητα επικοινωνίας, πρόσβαση σε πληροφορίες.
3. Σχέση με τους προϊσταμένους και τους συναδέλφους.
4. Εκχώρηση εξουσιών: υπευθυνότητα, γνώση των στόχων και στρατηγικών της επιχείρησης, συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων.
5. Χαρακτηριστικά της εργασίας: καθήκοντα, ασφάλεια, εργασιακό περιβάλλον.
6. Καριέρα: δίκαιο σύστημα αξιολόγησης, δυνατότητες ανέλιξης.
7. Ανταμοιβές: απολαβές και άλλα οφέλη, αναγνώριση της προσπάθειας.

(Grigoroudis and Siskos, 2010)

### **2.3.2 Εργαλεία Μέτρησης της Ικανοποίησης εσωτερικών πελατών**

Job Satisfaction Survey: Αξιολογεί την ικανοποίηση σε σχέση με 36 χαρακτηριστικά της εργασίας, τα οποία ανά 4 αντιστοιχούν σε 9 διαστάσεις της εργασιακής ικανοποίησης (απολαβές, ευκαιρίες ανέλιξης, προϊστάμενοι, πρόσθετα οφέλη, ανταμοιβές, συνθήκες εργασίας – κανόνες – διαδικασίες, συνάδελφοι, φύση της εργασίας, επικοινωνία εντός του οργανισμού). Συνδυάζοντας και τις 9 διαστάσεις, δίνεται η συνολική ικανοποίηση.

Job Descriptive Index: Αποτελεί το πιο δημοφιλές και αξιόπιστο εργαλείο μέτρησης της εργασιακής ικανοποίησης. Περιλαμβάνει 72 χαρακτηριστικά της εργασίας που ομαδοποιούνται σε 5 διαστάσεις ικανοποίησης, την εργασία, τις απολαβές, τις ευκαιρίες ανέλιξης, τους προϊστάμενους και τους συναδέλφους.

Minnesota Satisfaction Questionnaire: Αποτελεί ένα επίσης δημοφιλές εργαλείο. Χρησιμοποιείται σε δύο μορφές, την εκτεταμένη, με 100 χαρακτηριστικά της εργασίας που ομαδοποιούνται σε 20 διαστάσεις της ικανοποίησης, και στη σύντομη μορφή, με 20 χαρακτηριστικά, ένα για κάθε διάσταση. Οι διαστάσεις που ερευνώνται με βάση το εργαλείο αυτό είναι πιο συγκεκριμένες από τα δύο προηγούμενα εργαλεία και περιλαμβάνουν τα ακόλουθα: απασχόληση, ανεξαρτησία, ποικιλία, κοινωνική θέση, προϊστάμενοι ως προς τις ανθρώπινες σχέσεις, προϊστάμενοι ως προς την εργασία, ηθικές αξίες, ασφάλεια, κοινωνικές παροχές, εξουσία, αξιοποίηση ικανοτήτων, πολιτικές και πρακτικές της επιχείρησης, αποζημίωση, προαγωγές, υπευθυνότητα, δημιουργικότητα, συνθήκες εργασίας, συνάδελφοι, αναγνώριση και επιτεύγματα.

Job Diagnostic Survey: Είναι ένα εργαλείο μελέτης της επίδρασης των χαρακτηριστικών της εργασίας στους ανθρώπους. Αξιολογεί τη φύση της εργασίας, τα καθήκοντα, τα κίνητρα, την προσωπικότητα, τις ψυχολογικές επιδράσεις και τις αντιδράσεις στην εργασία. Μια από τις αντιδράσεις είναι και η ικανοποίηση, η οποία αξιολογείται ως προς τις ακόλουθες διαστάσεις: ανάπτυξη, απολαβές, ασφάλεια, κοινωνικές σχέσεις και προϊστάμενοι, με 2-5 χαρακτηριστικά της εργασίας για κάθε διάσταση, ενώ αξιολογεί επίσης και τη συνολική ικανοποίηση.

Job in General Scale: Σχεδιάστηκε για την αξιολόγηση της συνολικής ικανοποίησης, με 18 σημεία που αποτελούν γενικούς χαρακτηρισμούς για την εργασία και όχι διαστάσεις της ικανοποίησης, όπως συμβαίνει με τα υπόλοιπα εργαλεία.

Michigan Organizational Assessment Questionnaire: Αποτελεί το πιο απλό και σύντομο ερωτηματολόγιο από τα υπόλοιπα και αξιολογεί τη συνολική ικανοποίηση ως προς τρία χαρακτηριστικά της εργασίας, καθιστώντας το ιδανικό για εκτεταμένα ερωτηματολόγια. (Grigoroudis and Siskos, 2010)

## **2.4. Ο θεσμός του Μουσικού Σχολείου στην Κύπρο**

Οι συζητήσεις για την καθιέρωση του θεσμού του Μουσικού Σχολείου στην Κύπρο ξεκίνησαν μέσα από τις προτάσεις της Επιτροπής Εκπαιδευτικής Μεταρρύθμισης, που συστάθηκε το 2003 από τον τότε Υπουργό Παιδείας και Πολιτισμού κ. Πεύκιο Γεωργιάδη. Μια από αυτές της προτάσεις της ΕΕΜ υπήρξε και η επέκταση του θεσμού του ολοήμερου σχολείου, μέσα από το οποίο δημιουργήθηκαν αργότερα τα Μουσικά και Αθλητικά Σχολεία.

### **2.4.1 Ολοήμερο Σχολείο**

Μεταξύ των προτάσεων της Επιτροπής Εκπαιδευτικής Μεταρρύθμισης (2004), υπήρξε η επέκταση του ολοήμερου σχολείου σε κάθε γυμνάσιο και λύκειο, με στόχο οι μαθητές να μπορούν να κάνουν μέσα στο ίδιο το σχολείο τους όλα τα μαθήματα που χρειάζονται ή επιθυμούν: ξένες γλώσσες, μουσικές σπουδές, αθλητισμό και τα μαθήματα στα οποία θεωρούν ότι χρειάζονται περαιτέρω ενίσχυση.

Τα οφέλη από την εφαρμογή της πιο πάνω προτεινόμενης λύσης όπως παρουσιάζονται από την Επιτροπή Εκπαιδευτικής Μεταρρύθμισης αφορούν:

1. Αναβάθμιση του ρόλου του σχολείου.
2. Ελεγχόμενη από την πολιτεία συμπληρωματική παιδεία.
3. Αξιοποίηση της μεγάλης αξίας υποδομής των σχολείων.
4. Δημιουργία των προϋποθέσεων για ίσες ευκαιρίες στη μόρφωση.
5. Περιορισμός της νεανικής παραβατικότητας. (ΕΕΜ, 2004)



### **2.4.2 Μουσικό Σχολείο**

Στη μορφή του ολοήμερου σχολείου, μέσα στα πλαίσια του υφιστάμενου εκπαιδευτικού συστήματος, το ΥΠΠ εισήγαγε το 2006 το θεσμό του Μουσικού Σχολείου. Στόχος του είναι αφενός, η παροχή δυνατότητας σε χαρισματικούς και ταλαντούχους μαθητές, που επιθυμούν να σπουδάσουν σε Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, να προετοιμαστούν κατάλληλα για την εισαγωγή τους, χωρίς να υστερούν στη γενική παιδεία και αφετέρου, να προσφέρει γνώσεις και εμπειρίες στους νέους για την καλλιέργεια της μουσικής τους παιδείας.

Πρώτα λειτούργησαν τα Μουσικά Λύκεια, με πρώτο αυτό της Λευκωσίας στο Παγκύπριο Γυμνάσιο, το Φεβρουάριο του 2006 και ακολούθως στη Λεμεσό, το Σεπτέμβριο του ίδιου χρόνου στο Λανίτειο Λύκειο. Ακολούθησαν, το Σεπτέμβριο του 2012, το Μουσικό Λύκειο της Πάφου στο Λύκειο Α' Εθνάρχη Μακαρίου του Γ, της Λάρνακας στο Λύκειο Αραδίππου και της Αμμοχώστου στο Λύκειο Κοκκινοχωριών Φώτη Πίττα. Τα πιο πάνω σχολεία επιλέγησαν με βάση την τοποθεσία, την ιστορική τους παράδοση και την απαραίτητη υποδομή, όπως είναι οι αίθουσες συναυλιών, βιβλιοθήκες, χώροι διδασκαλίας μουσικών συνόλων, ατομικών και ομαδικών μαθημάτων και χώροι αποθήκευσης των μουσικών οργάνων.

Το 2015 το ΥΠΠ προχώρησε στην επέκταση του θεσμού στο Γυμνασιακό κύκλο στη Λεμεσό, Λάρνακα και Αμμόχωστο και το 2016 στη Λευκωσία και Πάφο, με σκοπό τη δημιουργία ευνοϊκότερων συνθηκών μάθησης και προετοιμασίας και την αποφόρτιση του μέχρι τότε τριετούς προγράμματος σπουδών.

Οι μαθητές παρακολουθούν το πρόγραμμα των πρωινών μαθημάτων με ενισχυμένο το μάθημα της Μουσικής, ενώ το υπόλοιπο ειδικό πρόγραμμα διδάσκεται τα απογεύματα, στα οποία προστίθεται προαιρετικά ενισχυτική διδασκαλία σε μαθήματα του πρωινού κύκλου, όπως Νέα Ελληνικά, Μαθηματικά κ.α. Η συνολική διάρκεια των μουσικών μαθημάτων κατά τον πρωινό και απογευματινό κύκλο είναι 11-13 περίοδοι εβδομαδιαίως.

Τα προσφερόμενα μαθήματα των Μουσικών Σχολείων είναι τα ακόλουθα:

- Ατομική διδασκαλία πρώτου και δεύτερου οργάνου (όλα τα όργανα συμφωνικής ορχήστρας, φωνή, πιάνο, ακορντεόν, κλασική κιθάρα, σαξόφωνο, ηλεκτρική κιθάρα, ηλεκτρικό μπάσο, ντραμς, μπουζούκι)
- Χορωδία
- Μουσικά σύνολα
- Βυζαντινή μουσική
- Παραδοσιακή μουσική και παραδοσιακά όργανα (βιολί, λαούτο, ταμπουράς, σαντούρι, λύρα, ούτι)
- Μουσική τεχνολογία

Τα θεωρητικά μαθήματα του πρωινού κύκλου διδάσκονται από το μόνιμο προσωπικό που διορίζει το ΥΠΠ για τις ανάγκες του υποχρεωτικού μαθήματος, ενώ για τα ειδικά μαθήματα του απογευματινού κύκλου, το ΥΠΠ διενεργεί Διαγωνισμό με ανοικτή διαδικασία για Αγορά Υπηρεσιών από εκπαιδευτές, για διδασκαλία στα Μουσικά Σχολεία, σύμφωνα με το Παράρτημα XIV του περί Συντονισμού των Διαδικασιών Σύναψης Δημοσίων Συμβάσεων Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών και για συναφή θέματα Νόμου του 2016 (Ν.73(1)/2016)(ΥΠΠ, 2016α).

Δικαίωμα φοίτησης στα Μουσικά Γυμνάσια έχουν όλοι οι μαθητές που φοιτούν στη Στ' Δημοτικού κάθε σχολικής χρονιάς, μετά από εισαγωγικές εξετάσεις – ακροάσεις, που στόχο έχουν τη διάγνωση των μουσικών τους ικανοτήτων και προοπτικών, ανεξάρτητα από τυχόν προϋπάρχουσες μουσικές γνώσεις και δεξιότητες. Για την εισαγωγή των μαθητών στα Μουσικά Λύκεια οι αντίστοιχες εξετάσεις – ακροάσεις αφορούν τη διάγνωση του μουσικού επιπέδου των μαθητών, στο βαθμό που να μπορούν να παρακολουθήσουν το σύνολο των μαθημάτων. (ΥΠΠ, 2016β)

# Κεφάλαιο 3

## Μεθοδολογία

### 3.1 Πρωτογενής και Δευτερογενής έρευνα

Ο Ζαβλανός (2003: 26) αναφέρει ότι, ο σχετικός ορισμός της ποιότητας έχει δύο όψεις:

Η πρώτη συνδέεται με τη μέτρηση, της οποίας το αποτέλεσμα πρέπει να εκπληρώνει τα πρότυπα και τις προδιαγραφές που διατυπώθηκαν κατά την ίδρυση του οργανισμού και αφορά την ποιότητα από την πλευρά του «παραγωγού».

Η δεύτερη, συνδέεται με την ποιότητα όπως γίνεται αντιληπτή από τον «πελάτη» με βάση την ικανοποίηση των απαιτήσεών του.

Με βάση τον πρώτο ορισμό της ποιότητας, το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού μέσω του Κέντρου Εκπαιδευτικής Έρευνας και Αξιολόγησης (Παιδαγωγικό Ινστιτούτο Κύπρου, n.d.), έχει διενεργήσει διάφορες έρευνες στα πλαίσια Αξιολόγησης του Εκπαιδευτικού Προγράμματος του Μουσικού Σχολείου. Η τελευταία έρευνα (Κατσιάνη και Γεωργιάδης, 2015) στόχο είχε τη διερεύνηση (α) της δομής και λειτουργίας του Μουσικού Σχολείου και (β) του βαθμού αποτελεσματικότητας του Μουσικού Σχολείου, ως προς την υλοποίηση του σκοπού ίδρυσης και λειτουργίας του.

Το δείγμα της έρευνας αποτελούσαν: (α) η Υπεύθυνη του Μουσικού Σχολείου, τέως Επιθεωρήτρια Μέσης Εκπαίδευσης Μουσικής, (β) ο Συντονιστής του Μουσικού Σχολείου, (γ) δύο Επόπτες (Διευθύνοντες), (δ) 61 καθηγητές, (ε) 97 μαθητές και (στ) 42 απόφοιτοι Μουσικών Σχολείων της Κύπρου.

Η έρευνα κατέδειξε πολύ θετικά αποτελέσματα ως προς τη μουσική παιδεία που προσφέρει το Μουσικό Σχολείο, ενώ λιγότερο θετικά αποτελέσματα καταγράφηκαν όσον αφορά τον τρόπο αξιολόγησης των μαθητών και το πρόγραμμα σπουδών, το οποίο χαρακτηρίστηκε κουραστικό και βαρυφορτωμένο. Σημειώνεται ότι, λίγο

αργότερα ο θεσμός επεκτάθηκε και στο Γυμνάσιο για αποφόρτωση του εκπαιδευτικού προγράμματος προς επίλυση του πιο πάνω προβλήματος.

Η έρευνα που διενεργήθηκε για την παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή διαφέρει, ωστόσο, από τις πιο πάνω έρευνες του ΚΕΕΑ, ως προς το βασικό στόχο της, που είναι η αξιολόγηση της ποιότητας από την πλευρά του «πελάτη», σύμφωνα και με τη φιλοσοφία της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας, με βάση το δεύτερο σχετικό ορισμό του Ζαβλανού, όπως παρουσιάζεται πιο πάνω. Η έρευνα διερεύνησε τις απόψεις των εκπαιδευτικών ως «πελατών» του οργανισμού και ειδικότερα ως «εσωτερικών πελατών» και όχι ως «παραγωγών» του εκπαιδευτικού «προϊόντος». Επομένως, οι πληροφορίες από τις πιο πάνω έρευνες δεν μπορούν να αξιοποιηθούν για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας ως «δευτερογενείς» πληροφορίες, μιας και ο σκοπός για τον οποίο έχουν συλλεχθεί δεν ταυτίζεται με τις παρούσες ερευνητικές ανάγκες. Οι απαραίτητες πληροφορίες έχουν συλλεχθεί με τη διεξαγωγή «πρωτογενούς έρευνας», η οποία παρουσιάζεται στη συνέχεια.

## 3.2 Μεθοδολογία Έρευνας

Πριν από τη διεξαγωγή της κυρίως έρευνας, πραγματοποιήθηκε μια επίσκεψη στο Μουσικό Σχολείο Λεμεσού, στα πλαίσια της «εξερευνητικής έρευνας» (Σταθακόπουλος, 2005), για μια πρώτη επαφή με το χώρο του σχολείου και μια πρώτη συνομιλία με τους Διευθύνοντες, ώστε να υπάρξει μια καλή εικόνα που θα βοηθήσει στη διεξαγωγή της κατάλληλης ερευνητικής διαδικασίας.

Το είδος έρευνας που επιλέγηκε να χρησιμοποιηθεί είναι η περιγραφική έρευνα, μέσω δημοσκόπησης και συγκεκριμένα ερωτηματολογίου, που στόχο έχει (α) τη δημιουργία του δημογραφικού προφίλ των ερωτώμενων, (β) τον υπολογισμό ποσοστών του πληθυσμού που συμπεριφέρονται με συγκεκριμένο τρόπο ή έχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και (γ) τη διαπίστωση της άποψής τους (Σταθακόπουλος, 2005), συγκεκριμένα για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και την ικανοποίησή τους από αυτές.

### 3.3 Επιλογή πληθυσμού έρευνας

Με βάση τη βιβλιογραφία που σχετίζεται με την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών ενός οργανισμού και της ικανοποίησης των πελατών του, οι εσωτερικοί πελάτες είναι αυτοί που θα καθορίσουν την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται προς τους εξωτερικούς πελάτες, ανάλογα με το βαθμό που ικανοποιούνται οι δικές τους ανάγκες (Hallowell et al. 1996, Heskett et al. 1994, Jun and Cai 2010, Τζωρτζάκης και Τζωρτζάκη 2002, Ζαβλανός 2003). Επίσης, η ικανοποίηση των αναγκών ή προσδοκιών τους καθορίζει και την αντίληψή τους για την ποιότητα των υπηρεσιών που τους παρέχονται (Sahney et al., 2006).

Με βάση τα πιο πάνω, κρίθηκε σκόπιμο να ζητηθούν οι απόψεις των εκπαιδευτικών και των μαθητών των Μουσικών Σχολείων για την ποιότητα των υπηρεσιών που τους παρέχονται από τους δικούς τους «προμηθευτές», με βάση τον κύκλο των εσωτερικών πελατών που έχει προτείνει ο Ζαβλανός (2003) (σχήμα 1). Οι εκπαιδευτικοί και οι μαθητές γνωρίζουν καλύτερα από κάθε άλλο εσωτερικό ή εξωτερικό πελάτη κάθε πλευρά της εκπαιδευτικής διαδικασίας και του τελικού «προϊόντος», της μουσικής παιδείας και επομένως οι απόψεις τους θα δώσουν σημαντικές πληροφορίες για την ποιότητα των υπηρεσιών των Μουσικών Σχολείων.

### 3.4 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί την πιο συνηθισμένη μέθοδο συλλογής πρωτογενών στοιχείων και η σύνταξή του είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα των στοιχείων που θα συλλεγούν (Σταθακόπουλος, 2005: 151). Στη συνέχεια παρουσιάζεται αναλυτικά ο τρόπος σχεδιασμού του βασικού αυτού ερευνητικού εργαλείου για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας.

#### 3.4.1 Εισαγωγική Επιστολή

Για τη χορήγηση των ερωτηματολογίων ετοιμάστηκε μια καλυπτική-εισαγωγική επιστολή, που στόχο είχε την ενημέρωση των ερωτώμενων σε σχέση με την έρευνα. Συγκεκριμένα, στην καλυπτική επιστολή αναφέρεται το θέμα της έρευνας, από ποιον

διεξάγεται και στα πλαίσια ποιου προγράμματος, καθώς επίσης και οι στόχοι της. Γίνεται σαφής αναφορά στην εθελοντική συμμετοχή των ερωτώμενων στην έρευνα και στο δικαίωμα αποχώρησής τους χωρίς συνέπειες. Τονίζεται η ανωνυμία των ερωτηματολογίων, η εμπιστευτικότητα των δεδομένων και η ασφαλής φύλαξή τους. Επίσης, οι ερωτώμενοι ενημερώνονται για τη διάρκεια που απαιτείται για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου και τονίζεται η σημασία της συμμετοχής τους στην έρευνα.

### **3.4.2 Μορφή και Δομή Ερωτηματολογίου**

Αρχικά δημιουργήθηκαν δύο ερωτηματολόγια, ένα για τους εκπαιδευτικούς και ένα για τους μαθητές των Μουσικών Σχολείων. Και τα δύο ερωτηματολόγια σχεδιάστηκαν με κλειστές ερωτήσεις για καλύτερη επεξεργασία και κωδικοποίηση των απαντήσεων. Περιλαμβάνουν τρεις ενότητες ερωτήσεων:

Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει 22 ερωτήσεις για τις αντιλήψεις των ερωτώμενων για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών με βάση το Μοντέλο SERVPERF (Cronin and Taylor, 1992), το οποίο αξιολογεί την απόδοση των υπηρεσιών ως προς τις πέντε διαστάσεις του Μοντέλου SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) που αποτελούνται από τα υλικά στοιχεία, την αξιοπιστία, την ανταπόκριση, την ασφάλεια και την ενσυναίσθηση (σχήμα 2).

Ο λόγος που επιλέγηκε το Μοντέλο SERVPERF έναντι του Μοντέλου SERVQUAL με τις διπλές ερωτήσεις για τις προσδοκίες και τις αντιλήψεις για κάθε διάσταση, είναι η προσπάθεια για αποφυγή δημιουργίας μεγάλου και κουραστικού ερωτηματολογίου, ειδικά σε μια σχολική μονάδα, όπου δεν θα πρέπει, κατά το δυνατό, να επηρεάζεται ο διδακτικός χρόνος. Άλλωστε, και τα δύο Μοντέλα, με βάση τη διεθνή βιβλιογραφία, έχουν χρησιμοποιηθεί από πάρα πολλούς οργανισμούς με αξιόπιστα αποτελέσματα.

Κατά τη σύνταξη του ερωτηματολογίου, διατηρήθηκε η σειρά των ερωτήσεων όπως έχει χρησιμοποιηθεί από τους Parasuraman et al. (1988), εξαιτίας της ομαδοποίησής τους, της αλληλεξάρτησης και της λογικής τους σειράς, για διευκόλυνση των ερωτώμενων, με ανάλογες προσαρμογές στα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες της υπηρεσίας.

Η δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει ερωτήσεις σε σχέση με την ικανοποίηση των ερωτώμενων από τις υπηρεσίες των Μουσικών Σχολείων, με βάση τις διαστάσεις ικανοποίησης που έχουν αναδειχθεί από τη Βιβλιογραφική Ανασκόπηση, όσες από αυτές βρίσκουν εφαρμογή στην περίπτωση των Μουσικών Σχολείων.

Η τρίτη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων, ώστε να διαφανεί το δημογραφικό τους προφίλ.

### **3.4.3 Κλίμακες Μέτρησης**

Για τις δύο πρώτες ενότητες του ερωτηματολογίου, για ευκολότερη και πιο ομοιόμορφη χρήση, έχει χρησιμοποιηθεί η ίδια κλίμακα Likert , με 7 αριθμημένες κατηγορίες απαντήσεων, σε ισορροπημένη μορφή, ξεκινώντας από την απάντηση «Διαφωνώ απόλυτα» στον αριθμό 1, μέχρι τον αριθμό 7 «Συμφωνώ απόλυτα», χωρίς λεκτικές ενδείξεις για τις ενδιάμεσες απαντήσεις, σύμφωνα με τα πρότυπα του Μοντέλου SERVQUAL. Για την τρίτη ενότητα χρησιμοποιήθηκαν ανάλογα η ονομαστική κλίμακα (π.χ. άνδρας – γυναίκα) και η διαζευκτική (ναι – όχι).

## **3.5 Δοκιμαστική Έρευνα**

Η δοκιμαστική έρευνα του ερωτηματολογίου γίνεται με τη συμπλήρωσή του από ένα μικρό αριθμό ατόμων που πρόκειται να ερωτηθούν, ώστε να εντοπισθούν ορισμένα προβλήματα ή ατέλειες του ερωτηματολογίου (Τζωρτζάκης και Τζωρτζάκη, 2002: 133).

Κατά τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας η δοκιμαστική έρευνα δεν μπορούσε να πραγματοποιηθεί από «όμοια» προς το τελικό δείγμα άτομα (Σταθακόπουλος, 2005:175), μιας και το ερωτηματολόγιο θα έπρεπε να είναι έτοιμο και να σταλεί για έλεγχο στις Υπηρεσίες του Υπουργείου Παιδείας και Πολιτισμού, πριν από την εξασφάλιση άδειας πρόσβασης στις σχολικές μονάδες. Επομένως, το ερωτηματολόγιο δόθηκε δοκιμαστικά σε πέντε εκπαιδευτικούς εκτός σχολικού χώρου, για τις γενικές τους απόψεις, έστω κι αν το διδακτικό τους αντικείμενο δεν είχε σχέση με το μάθημα της Μουσικής. Το αντίστοιχο ερωτηματολόγιο για μαθητές δόθηκε σε τρεις μαθητές Λυκείου και πάλι εκτός σχολικού χώρου, για τις γενικές τους απόψεις.

### **3.6 Αίτηση για άδεια διεξαγωγής της έρευνας από το ΥΠΠ**

Για τη διεξαγωγή της έρευνας στα Δημόσια Σχολεία είναι απαραίτητη η εξασφάλιση άδειας από το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού (ΥΠΠ). Η άδεια μπορεί να παραχωρηθεί μετά τη γνωμοδότηση του Κέντρου Εκπαιδευτικής Έρευνας και Αξιολόγησης (ΚΕΕΑ), το οποίο υπάγεται στο Παιδαγωγικό Ινστιτούτο και είναι υπεύθυνο για τη διασφάλιση της διεξαγωγής της έρευνας σε πλαίσιο διεθνώς αναγνωρισμένων αρχών ηθικής και ερευνητικής δεοντολογίας και τη διασφάλιση του σεβασμού των δικαιωμάτων και την προστασία των συμφερόντων των συμμετεχόντων στην έρευνα από τον/την ερευνητή/τρια (Παιδαγωγικό Ινστιτούτο Κύπρου n.d). Για το σκοπό αυτό, συμπληρώθηκε ηλεκτρονική αίτηση προς το ΚΕΕΑ, στην οποία έγινε αναλυτική παρουσίαση του σχεδίου έρευνας, η οποία περιλάμβανε το περιεχόμενο, τη μεθοδολογία, τα χρονοδιαγράμματα, θέματα ηθικής και ερευνητικής δεοντολογίας και την επισύναψη των ερευνητικών εργαλείων - ερωτηματολογίων.

Κατά την εξέταση της αίτησης από το ΚΕΕΑ, απαίτηση των Λειτουργών του Κέντρου ήταν, πριν από τη χορήγηση των ερωτηματολογίων στους μαθητές, να εξασφαλισθεί προηγουμένως η γραπτή συγκατάθεση των γονέων/κηδεμόνων των μαθητών για τη συμμετοχή τους στην έρευνα. Παρόλο που, με βάση τη διεθνή βιβλιογραφία, υπάρχουν ερευνητές που υποστηρίζουν ότι τα παιδιά ηλικίας 16 μέχρι 18 χρονών θεωρούνται ικανά να δώσουν έγκυρη συγκατάθεση για τη συμμετοχή τους σε έρευνα (Fargas et al. 2010, Neill 2005), απόφαση του ΚΕΕΑ είναι σε κάθε περίπτωση να εξασφαλίζεται η σχετική συγκατάθεση.

Ωστόσο, η εξασφάλιση συγκατάθεσης για τη συμμετοχή των μαθητών στην έρευνα θεωρήθηκε, από πλευράς διεξαγωγής της παρούσας έρευνας, ανασταλτικός παράγοντας. Θεωρήθηκε αδύνατο να επιστραφεί από τους μαθητές ο απαιτούμενος αριθμός συγκαταθέσεων από τους γονείς/κηδεμόνες τους, ώστε να εξασφαλισθεί η στατιστική αντικειμενικότητα του δείγματος. Με βάση την εμπειρία εκπαιδευτικών που ρωτήθηκαν, οποιοδήποτε έντυπο αποστέλλεται στους γονείς/κηδεμόνες μέσω των μαθητών για συμπλήρωση απαιτεί πολλαπλές υπενθυμίσεις, τόσο των μαθητών, όσο και των γονέων/κηδεμόνων μέσω μηνύματος στο κινητό τους τηλέφωνο, κάτι το οποίο



δεν θα μπορούσε να εφαρμοστεί στην παρούσα έρευνα. Επομένως, δεν υπήρχε άλλη επιλογή από την εγκατάλειψη της διεξαγωγής της έρευνας στους μαθητές και τη διατήρηση μόνο του ερωτηματολογίου για τους εκπαιδευτικούς.

# Κεφάλαιο 4

## Εμπειρική εφαρμογή

### 4.1 Συλλογή στοιχείων

Μετά την εξασφάλιση της σχετικής άδειας διεξαγωγής της έρευνας από το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού, στάληκαν επιστολές προς στους Διευθύνοντες των Μουσικών Σχολείων των πέντε Επαρχιών της Κύπρου (Παράρτημα Α), με τις οποίες ζητήθηκε η συγκατάθεσή τους για τη διεξαγωγή της έρευνας στη σχολική τους μονάδα. Με εξαίρεση την Επαρχία Λάρνακας, στην οποία ο Διευθύνον απάντησε αρνητικά για τη διεξαγωγή της έρευνας στο σχολείο του, στις υπόλοιπες Επαρχίες έγιναν επισκέψεις σύμφωνα με τις υποδείξεις των Διευθυνόντων, κατά τους μήνες Φεβρουάριο και Μάρτιο του 2018, όπου κατά τα διαλείμματα των μαθημάτων μοιράστηκαν τα ερωτηματολόγια (Παράρτημα Β) σε απλό τυχαίο δείγμα.

Δυστυχώς, η ανταπόκριση δεν ήταν η αναμενόμενη, αφού πολλοί αρνήθηκαν να συμπληρώσουν, απαντώντας ότι δεν είχαν χρόνο ή ότι δεν συμφωνούσαν με το θέμα της έρευνας. Η συνομιλία μαζί τους άλλες φορές τους έπειθε για τους σκοπούς και την αξία της έρευνας και άλλες όχι. Τελικά, εξασφαλίσθηκαν 77 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια από σύνολο 147 εκπαιδευτικών που διδάσκουν σε όλα τα Μουσικά Σχολεία της Κύπρου. Έξι από αυτά είχαν κάποια κενά στις απαντήσεις τους, περιλήφθηκαν όμως στην έρευνα λόγω του μικρού μεγέθους του δείγματος. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, για τη στατιστική σημαντικότητα του δείγματος με διάστημα εμπιστοσύνης 95% θα έπρεπε να εξασφαλισθούν τουλάχιστον 107 ερωτηματολόγια<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://www.raosoft.com/samplesize.html>

## 4.2 Ανάλυση στοιχείων – Αποτελέσματα

Για την ανάλυση των δεδομένων που συλλέχτηκαν με τα ερωτηματολόγια χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS 19 της IBM. Οι Πίνακες συχνοτήτων των απαντήσεων παρουσιάζονται στο Παράρτημα Γ.

### 4.2.1. Περιγραφική Ανάλυση δημογραφικών στοιχείων

Με βάση τα δεδομένα που έχουν ληφθεί από το Γ' Μέρος του ερωτηματολογίου, έχουν δημιουργηθεί οι ακόλουθοι Πίνακες που αφορούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των εκπαιδευτικών.

#### 4.2.1.1 Φύλο

Στην παρούσα έρευνα συμμετείχαν 77 εκπαιδευτικοί εκ των οποίων 50 ήταν άνδρες (64,9%) και 27 γυναίκες (35,1%) (Πίνακας 1).

	Φύλο	Frequency	Percent
Valid	Άνδρας	50	64.9
	Γυναίκα	27	35.1
	Total	77	100.0

Πίνακας 1. Φύλο

#### 4.2.1.2 Χρόνια Υπηρεσίας

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του Πίνακα 2, η πλειοψηφία των εκπαιδευτικών εργάζεται στα Μουσικά Σχολεία για ένα μέχρι 4 χρόνια σε ποσοστό 52,6% των 76 ερωτηθέντων του δείγματος, μιας και ένας από τους εκπαιδευτικούς δεν έδωσε απάντηση στην συγκεκριμένη ερώτηση. Για 5 μέχρι 8 χρόνια εργάζονται 32,9% των εκπαιδευτικών και για 9-12, που είναι η μέγιστη διάρκεια λειτουργίας των Μουσικών Σχολείων σε Λευκωσία και Λεμεσό, εργάζονται 14,5% των εκπαιδευτικών.

Αυτό ερμηνεύεται από το γεγονός ότι τα Μουσικά Σχολεία ξεκίνησαν τη λειτουργία τους πριν από 12 χρόνια με πολύ λιγότερες ανάγκες σε εκπαιδευτικό προσωπικό, πρώτα σε δύο πόλεις και μόνο για το λυκειακό κύκλο. Οι ανάγκες αυξήθηκαν με τα χρόνια και ειδικά τα τρία τελευταία χρόνια με την επέκταση του θεσμού στο Γυμνάσιο.

Είναι όμως αξιοσημείωτο το γεγονός ότι 47,4% των ερωτηθέντων εργάζονται στα Μουσικά Σχολεία για περισσότερα από 4 χρόνια.

Χρόνια υπηρεσίας	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-4	40	51.9	52.6	52.6
5-8	25	32.5	32.9	85.5
9-12	11	14.3	14.5	100.0
Total	76	98.7	100.0	
Missing 99.00	1	1.3		
Total	77	100.0		

Πίνακας 2. Χρόνια Υπηρεσίας

#### 4.2.1.3 Πλήθος Επαρχιών απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό

Οι εκπαιδευτικοί έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν την Επαρχία στην οποία θέλουν να εργασθούν ή ακόμα, εφόσον οι ανάγκες το επιτρέπουν, να εργασθούν σε περισσότερες από μία Επαρχίες. Από τον Πίνακα 3 βλέπουμε ότι 50,6% των ερωτηθέντων εργάζονται στο Μουσικό Σχολείο μίας μόνο Επαρχίας, 31,2% εργάζονται ή έχουν εργασθεί σε 2 Επαρχίες και 13% σε 3 Επαρχίες. Σε πολύ μικρότερο ποσοστό, 2,6% εκπαιδευτικοί έχουν εργασθεί σε 4 και 5 Επαρχίες.

Πλήθος Επαρχιών	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid 1	39	50.6	50.6
2	24	31.2	81.8
3	10	13.0	94.8
4	2	2.6	97.4
5	2	2.6	100.0
Σύνολο	77	100.0	

Πίνακας 3. Πλήθος Επαρχιών Απασχόλησης

Επισημαίνεται ότι η συγκεκριμένη ερώτηση δεν αφορά την Επαρχία ή Επαρχίες στην οποία ή στις οποίες εργάζονται φέτος οι εκπαιδευτικοί, αλλά όλες τις Επαρχίες στις οποίες έχουν εργασθεί όλα τα χρόνια απασχόλησης τους, μιας και οι αντιλήψεις τους για την ποιότητα των υπηρεσιών που τους παρέχονται και η ικανοποίησή τους, είναι

αποτέλεσμα της συνολικής τους εμπειρίας από όλα τα χρόνια υπηρεσίας τους και από κάθε εργασιακό περιβάλλον στο οποίο έχουν διδάξει.

#### 4.2.1.4 Αριθμός εκπαιδευτικών ανά Επαρχία

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4, από τους ερωτηθέντες 25 άτομα διδάσκουν ή έχουν διδάξει στη Λευκωσία, 31 στη Λεμεσό, 18 στη Λάρνακα, 37 στην Πάφο και 24 στην Αμμόχωστο. Η μεγάλη απόκλιση που παρουσιάζεται για τη Λάρνακα οφείλεται στο γεγονός ότι δεν κατέστη δυνατή η διεξαγωγή της έρευνας σε αυτή την Επαρχία. Οι απόψεις των 18 εκπαιδευτικών που διδάσκουν ή έχουν διδάξει στη Λάρνακα έχουν ληφθεί από τη διεξαγωγή της έρευνας στις άλλες Επαρχίες στις οποίες διδάσκουν επίσης.

Επαρχία	Frequency
Λευκωσία	25
Λεμεσός	31
Λάρνακα	18
Πάφος	37
Αμμόχωστος	24

Πίνακας 4. Αριθμός Εκπαιδευτικών ανά Επαρχία

#### 4.2.1.5 Απασχόληση σε δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης

Με βάση τον Πίνακα 5, μικρό ποσοστό των εκπαιδευτικών των Μουσικών Σχολείων (16,9%) εργάζονται ή έχουν εργασθεί ως αντικαταστάτες εκπαιδευτικοί Μουσικής στα σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης. Φαίνεται ότι τα Μουσικά Σχολεία έχουν δώσει ευκαιρίες εργοδότησης σε πολλούς αδιόριστους εκπαιδευτικούς ή άλλους μουσικούς.

Απασχόληση	Frequency	Percent
Valid Όχι	64	83.1
Ναι	13	16.9
Total	77	100.0

Πίνακας 5. Απασχόληση σε δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης

#### 4.2.1.6 Το φύλο σε σχέση με το πλήθος των Επαρχιών απασχόλησης

Ο πίνακας 6 παρουσιάζει τη σχέση μεταξύ δύο μεταβλητών, του φύλου με το πλήθος των Επαρχιών στις οποίες διδάσκουν ή έχουν διδάξει οι εκπαιδευτικοί, με τη βοήθεια της εντολής Crosstabs. Το μεγαλύτερο ποσοστό, τόσο για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες, παρατηρείται στην απασχόλησή τους στο Μουσικό Σχολείο μιας μόνο Επαρχίας, με ποσοστά 46% και 59,3% αντίστοιχα, ενώ ακολουθεί η απασχόληση σε 2 Επαρχίες, με σημαντική μείωση, με ποσοστά 34% και 25,9% αντίστοιχα. Αξιοσημείωτη, ωστόσο, είναι η μείωση του ποσοστού των γυναικών που απασχολούνται σε περισσότερες από μία Επαρχίες. Από το ποσοστό 59,3% των γυναικών που απασχολούνται σε μια Επαρχία, το ποσοστό μειώνεται σε 25,9% για την απασχόληση σε 2 Επαρχίες και 7,4% για την απασχόληση σε 3 Επαρχίες. Αντίθετα, για τους άνδρες το ποσοστό δεν μειώνεται τόσο πολύ για τις 2 και 3 Επαρχίες (από 46% σε 34% και 16%). Φαίνεται, λοιπόν, οι γυναίκες του δείγματος να μην επιλέγουν την απασχόληση σε διαφορετικές Επαρχίες, περισσότερο από τους άνδρες.

			Πλήθος Επαρχιών					Total
			1	2	3	4	5	
Φύλο	Άνδρας	Count	23	17	8	1	1	50
		% within Φύλο	46.0%	34.0%	16.0%	2.0%	2.0%	100.0%
	Γυναίκα	Count	16	7	2	1	1	27
		% within Φύλο	59.3%	25.9%	7.4%	3.7%	3.7%	100.0%
Total		Count	39	24	10	2	2	77
		% within Φύλο	50.6%	31.2%	13.0%	2.6%	2.6%	100.0%

**Πίνακας 6.** Crosstabulation - Φύλο και Πλήθος Επαρχιών απασχόλησης

#### 4.2.2. Επίπεδο Ποιότητας Υπηρεσιών

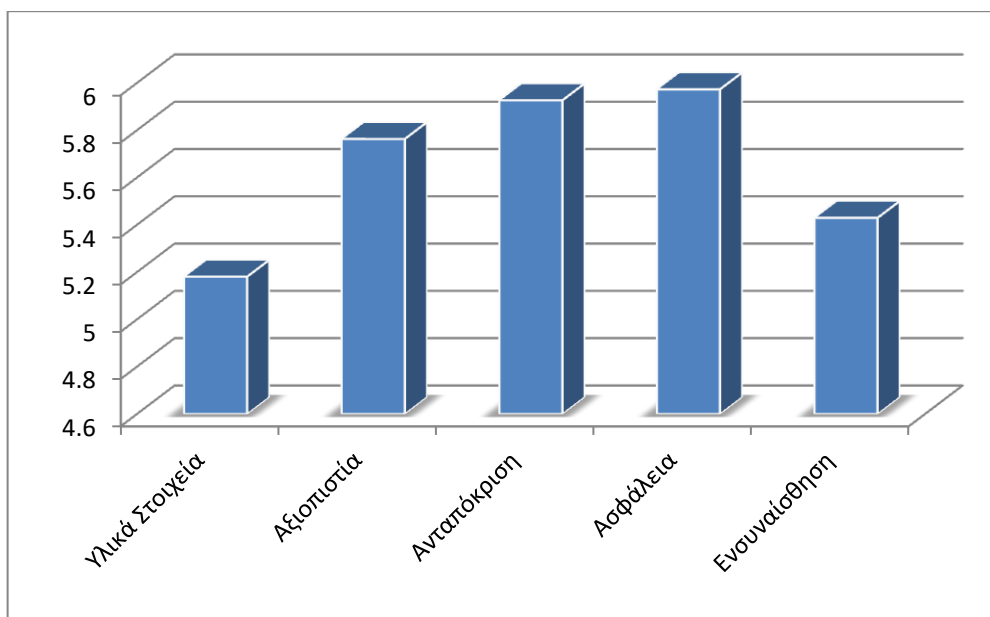
Τα 22 στοιχεία/ερωτήματα του Α' Μέρους του ερωτηματολογίου ομαδοποιούνται ανά 4 ή 5, σύμφωνα με το Μοντέλο SERVQUAL, και δημιουργούν τις 5 διαστάσεις ποιότητας: Υλικά στοιχεία, Αξιοπιστία, Ανταπόκριση, Ασφάλεια και Ενσυναίσθηση. Στον Πίνακα 7 παρουσιάζονται η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση των 5 αυτών διαστάσεων ποιότητας, καθώς και η συνολική ποιότητα με βάση τη μέση τιμή των 5 διαστάσεων. Η

συνολική ποιότητα είναι 5,63 σε κλίμακα 1 μέχρι 7, η οποία μπορεί να χαρακτηριστεί ως αρκετά υψηλή.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Items
Υλικά Στοιχεία	76	1.50	7.00	5.1809	1.21422	1-4
Αξιοπιστία	76	2.00	7.00	5.7632	1.27110	5-9
Ανταπόκριση	75	2.75	7.00	5.9267	1.11408	10-13
Ασφάλεια	75	2.50	7.00	5.9733	1.25511	14-17
Ενσυναίσθηση	74	1.00	7.00	5.4297	1.60775	18-22
Συνολική Ποιότητα	71	2.10	7.00	5.6266	1.17312	

Πίνακας 7. Επίπεδο Ποιότητας Υπηρεσιών

Οι εκπαιδευτικοί αξιολογούν την ασφάλεια κατά μέσο όρο με τη μεγαλύτερη βαθμολογία, με 5,97 σε κλίμακα 1 μέχρι 7 και τυπική απόκλιση 1,26. Ακολουθεί πολύ κοντά η ανταπόκριση με μέση τιμή 5,93 και μικρότερη τυπική απόκλιση 1,11. Επόμενη σε βαθμολογία είναι η αξιοπιστία με μέση τιμή 5,76 και ακολούθως η ενσυναίσθηση με μέση τιμή 5,43 και τη μεγαλύτερη τυπική απόκλιση 1,61. Τη μικρότερη βαθμολογία κατά μέσο όρο έχουν τα υλικά στοιχεία με 5,18 (Διάγραμμα 1).



Διάγραμμα 1: Μέσες τιμές των 5 διαστάσεων ποιότητας

### 4.2.3. Βαθμός Ικανοποίησης Εκπαιδευτικών

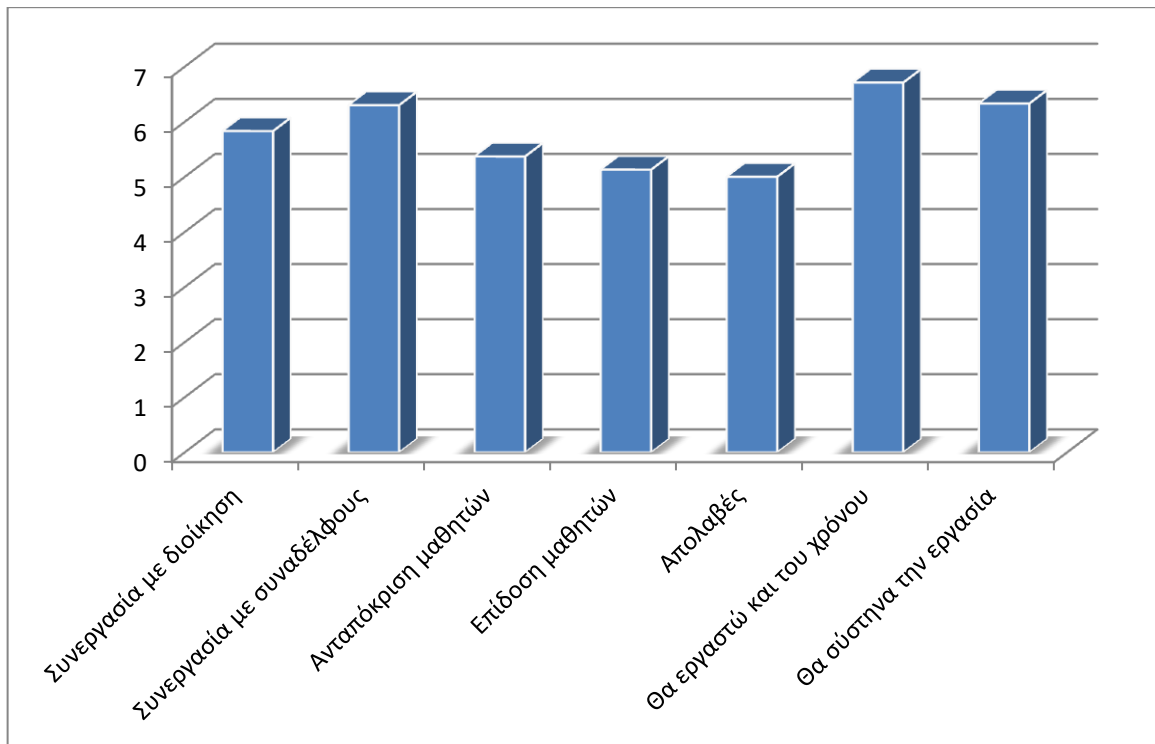
Με βάση τα ερωτήματα του Β' Μέρους του ερωτηματολογίου, παρουσιάζεται στον Πίνακα 8 ο βαθμός ικανοποίησης των εκπαιδευτικών για κάθε σημείο (μέση τιμή και τυπική απόκλιση), καθώς και η συνολική ποιότητα ως η μέση τιμή των 7 ερωτήσεων. Φαίνεται ότι οι εκπαιδευτικοί είναι γενικά αρκετά ικανοποιημένοι από τα Μουσικά Σχολεία, με μέση τιμή της συνολικής ικανοποίησης 5,81 σε κλίμακα ένα μέχρι 7. Η μεταβλητή αυτή της συνολικής ικανοποίησης θα αναφέρεται στη συνέχεια ως «ικανοποίηση».

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Συνεργασία με διοίκηση	76	2	7	5.83	1.491
Συνεργασία με συναδέλφους	76	4	7	6.30	.864
Ανταπόκριση μαθητών	76	1	7	5.37	1.413
Επίδοση μαθητών	76	1	7	5.13	1.500
Απολαβές	76	1	7	5.00	1.751
Θα εργαστώ και του χρόνου	76	2	7	6.71	.813
Θα σύστηνα την εργασία	76	1	7	6.33	1.408
Συνολική Ικανοποίηση	76	3.14	7.00	5.8102	.91321

**Πίνακας 8.** Βαθμός ικανοποίησης εκπαιδευτικών

Οι εκπαιδευτικοί εκφράζουν την ικανοποίησή τους περισσότερο με την πρόθεσή τους να εργαστούν και την επόμενη σχολική χρονιά στα Μουσικά Σχολεία, με μέση τιμή των απαντήσεων 6,71 σε κλίμακα 1 μέχρι 7 και τη μικρότερη τυπική απόκλιση σε σχέση με τις άλλες απαντήσεις, 0,81. Ακολουθούν οι ερωτήσεις που αφορούν τη σύσταση και σε άλλους μουσικούς για απασχόληση στα Μουσικά Σχολεία, με μέση τιμή 6,33 και τυπική απόκλιση 1,41, μαζί με το βαθμό ικανοποίησης από τη συνεργασία με τους συναδέλφους, με μέση τιμή 6,30 και πολύ μικρότερη τυπική απόκλιση, 0,86. Για την ερώτηση αυτή η ελάχιστη βαθμολογία που δόθηκε από τους εκπαιδευτικούς ήταν 4, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες ερωτήσεις, όπου η ελάχιστη βαθμολογία ήταν 1 και 2. Η ικανοποίηση των εκπαιδευτικών από τη συνεργασία τους με τη διοίκηση βαθμολογήθηκε με μέση τιμή 5,83, ακολουθεί η ικανοποίηση τους από την ανταπόκριση των μαθητών με μέση τιμή 5,37 και η ικανοποίηση από την επίδοση των μαθητών, με μέση τιμή 5,13. Μικρότερος βαθμός ικανοποίησης παρουσιάζεται στο θέμα των απολαβών, με μέση τιμή 5,00 και αρκετά μεγάλη τυπική απόκλιση 1,75 (Διάγραμμα 2).





**Διάγραμμα 2:** Μέσες τιμές των ερωτήσεων ικανοποίησης

#### 4.2.4. Ανάλυση Αξιοπιστίας

Η ανάλυση αξιοπιστίας ελέγχει κατά πόσο όλα τα στοιχεία της κλίμακας που έχουμε χρησιμοποιήσει σχετίζονται με τη συνολική βαθμολογία ή, σε αντίθετη περίπτωση, κάποιες ερωτήσεις θα πρέπει να διαγραφούν, ώστε να εξασφαλισθεί η αξιοπιστία της κλίμακας. Για τη διερεύνηση του βαθμού αξιοπιστίας υπολογίζουμε τον συντελεστή Cronbach Alpha ( $\alpha$ ).

##### 4.2.4.1 Ανάλυση αξιοπιστίας των 5 διαστάσεων ποιότητας

Με βάση τον Πίνακα 9, ο συντελεστής Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) για κάθε μια από τις 5 διαστάσεις ποιότητας έχει τιμή ψηλότερη από την ελάχιστη τιμή του 0,7-0,8, πάνω από την οποία θεωρείται μια κλίμακα αξιόπιστη (Field, 2016). Όλες οι διαστάσεις ποιότητας παρουσιάζουν τιμές από 0,828 μέχρι 0,962 και επομένως η κλίμακα για κάθε διάσταση ποιότητας θεωρείται αξιόπιστη.

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of Items
Υλικά Στοιχεία	.828	4
Αξιοπιστία	.919	5
Ανταπόκριση	.832	4
Ασφάλεια	.900	4
Ενσυναίσθηση	.962	5

**Πίνακας 9.** Συντελεστής Cronbach Alpha (α) των 5 διαστάσεων ποιότητας

#### 4.2.4.2 Ανάλυση αξιοπιστίας των ερωτήσεων ικανοποίησης

Ο συντελεστής Cronbach Alpha (α) για τις ερωτήσεις ικανοποίησης με βάση τον Πίνακα 10 είναι σχετικά ψηλός, 0,798. Συνεχίζοντας τον έλεγχο, από τον Πίνακα 11, στη στήλη Corrected Item – Total Correlation διαπιστώνουμε ότι όλες οι ερωτήσεις έχουν συσχετίσεις ερωτήσεων συνόλου πάνω από 0,3 και επομένως θεωρούνται ψηλές, ενώ από τη στήλη Cronbach's Alpha if item Deleted βλέπουμε ότι όλες οι τιμές είναι χαμηλότερες του 0,798, πράγμα που σημαίνει ότι η διαγραφή τους δεν θα βελτιώσει τη συνολική αξιοπιστία της κλίμακας.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.798	7

**Πίνακας 10.** Συντελεστής Cronbach Alpha (α) για την Ικανοποίηση

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Συνεργασία με διοίκηση	34.84	29.601	.557	.766
Συνεργασία με συναδέλφους	34.37	35.302	.469	.786
Ανταπόκριση μαθητών	35.30	29.787	.589	.760
Επίδοση μαθητών	35.54	29.478	.561	.765
Απολαβές	35.67	28.224	.515	.781
Θα εργαστώ και του χρόνου	33.96	35.638	.470	.787
Θα σύστηνα την εργασία	34.34	29.215	.635	.750

**Πίνακας 11.** Ανάλυση αξιοπιστίας για την Ικανοποίηση

#### **4.2.5. Έλεγχος Κανονικότητας**

Η κανονική κατανομή του πληθυσμού του δείγματος αποτελεί προϋπόθεση για τις κλασικές στατιστικές αναλύσεις. Ο έλεγχός της μπορεί να γίνει με δύο ελέγχους συνάφειας: τον Kolmogorov – Smirnov και τον Shapiro – Wilks, ο οποίος χρησιμοποιείται για μικρά δείγματα, μικρότερα του 50 (Νόβα-Καλτσούνι, 2006).

Στον Πίνακα του Παραρτήματος Δ.1, η τιμή της Significance είναι η πιθανότητα να κάνουμε λάθος απορρίπτοντας την υπόθεση ότι η κατανομή του δείγματος μας είναι κανονική. Παρατηρούμε λοιπόν ότι η πιθανότητα για όλες τις μεταβλητές μας (διαστάσεις ποιότητας και ικανοποίηση) στον έλεγχο Kolmogorov – Smirnov είναι γύρω στο 0,00, που σημαίνει ότι θα πρέπει να απορρίψουμε την υπόθεση ότι η κατανομή είναι κανονική.

Ωστόσο, είναι γεγονός ότι «είναι αδύνατο να βρούμε δεδομένα μεγάλου μεγέθους που να είναι ακριβώς κανονικά κατανομημένα» (Δαφέρμος, 2005: 240) και έτσι τα στατιστικά κριτήρια για τον έλεγχο της κανονικότητας καταλήγουν σε αυτές τις περιπτώσεις στην απόρριψη της υπόθεσης για κανονική κατανομή, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι οι μεταβλητές αυτές δεν μπορούν να πάρουν μέρος σε στατιστικές αναλύσεις που προϋποθέτουν μια κανονική κατανομή. Γίνεται λοιπόν αποδεκτή η υπόθεση για κανονική κατανομή του δείγματος, για σκοπούς της παρούσας έρευνας.

#### **4.2.6. Ανάλυση Παλινδρόμησης για την Ποιότητα**

Για να διαπιστωθεί ο βαθμός στον οποίο επηρεάζει κάθε διάσταση ποιότητας τη συνολική ποιότητα υπηρεσιών θα εφαρμόσουμε την Ανάλυση Παλινδρόμησης. Η Ανάλυση Παλινδρόμησης θα διερευνήσει ποια ή ποιες από τις ανεξάρτητες μεταβλητές, τις 5 διαστάσεις ποιότητας, έχουν τη μεγαλύτερη επίδραση στην εξαρτημένη μεταβλητή, τη συνολική ποιότητα, με τη μέθοδο Enter.

Είναι προφανές ότι, εφόσον η συνολική ποιότητα προκύπτει από τη μέση τιμή των 5 διαστάσεων ποιότητας, ο συντελεστής  $R^2$ , ο οποίος δείχνει το ποσοστό της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής που εξηγείται από τις ανεξάρτητες

μεταβλητές, θα είναι ίσο με τη μονάδα. (Πίνακας 12). Επίσης, η εξίσωση παλινδρόμησης θα είναι:

$$\text{Συνολική ποιότητα} = 0,2 \cdot \text{Υλικά στοιχεία} + 0,2 \cdot \text{Αξιοπιστία} + 0,2 \cdot \text{Ανταπόκριση} + 0,2 \cdot \text{Ασφάλεια} + 0,2 \cdot \text{Ενσυναίσθηση}$$

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1.000 <sup>a</sup>	1.000	1.000	.00000

a. Predictors: (Constant), Ενσυναίσθηση, Υλικά Στοιχεία, Ασφάλεια, Ανταπόκριση, Αξιοπιστία

**Πίνακας 12.** Συντελεστής R παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την ποιότητα

Ωστόσο, από τον Πίνακα 13 και τις τιμές του τυποποιημένου συντελεστή παλινδρόμησης Beta (β) προκύπτει ότι η ενσυναίσθηση έχει τη μεγαλύτερη επίδραση στη συνολική ποιότητα (β=0,274), ακολουθεί η αξιοπιστία (β=0,221), η ασφάλεια (β=0,217), τα υλικά στοιχεία (β=0,204) και τέλος η ανταπόκριση (β=0,194)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.407E-15	.000		.	.
	Υλικά Στοιχεία	.200	.000	.204	.	.
	Αξιοπιστία	.200	.000	.221	.	.
	Ανταπόκριση	.200	.000	.194	.	.
	Ασφάλεια	.200	.000	.217	.	.
	Ενσυναίσθηση	.200	.000	.274	.	.

a. Dependent Variable: Συνολική Ποιότητα

**Πίνακας 13.** Τυποποιημένος συντελεστής παλινδρόμησης Beta (β)

#### 4.2.7. Ανάλυση Παλινδρόμησης για την Ικανοποίηση

Με την ίδια πιο πάνω διαδικασία, θα διερευνηθεί ποια ή ποιες από τις ανεξάρτητες μεταβλητές, τις διαστάσεις ικανοποίησης, έχουν τη μεγαλύτερη επίδραση στην

εξαρτημένη μεταβλητή, τη συνολική ικανοποίηση. Διενεργώντας τον ίδιο έλεγχο, προκύπτει, με βάση τον Πίνακα 14 η εξίσωση παλινδρόμησης:

Συνολική ικανοποίηση = 0,143\*Συνεργασία με διοίκηση + 0,143\*Συνεργασία με συναδέλφους + 0,143\*Ανταπόκριση μαθητών + 0,143\*Επίδοση μαθητών + 0,143\*Απολαβές + 0,143\*Συνέχιση απασχόλησης + 0,143\*Σύσταση απασχόλησης.

Τέλος, από τον τυποποιημένο συντελεστή παλινδρόμησης Beta (β) διαπιστώνουμε ότι μεγαλύτερη επίδραση στη συνολική ικανοποίηση έχουν οι απολαβές (β=0,274), ακολουθεί η επίδοση των μαθητών (β=0,235), η συνεργασία με τη διοίκηση (β=0,233), η ανταπόκριση των μαθητών (β=0,221), η σύσταση της απασχόλησης (β=0,220), η συνεργασία με τους συναδέλφους (β=0,135) και τελευταία η συνέχιση της απασχόλησης (β=0,127).

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.633E-15	.000		.000	1.000
	Συνεργασία με διοίκηση	.143	.000	.233	56725166.506	.000
	Συνεργασία με συναδέλφους	.143	.000	.135	39780654.061	.000
	Ανταπόκριση μαθητών	.143	.000	.221	48708805.213	.000
	Επίδοση μαθητών	.143	.000	.235	52646222.404	.000
	Απολαβές	.143	.000	.274	76545177.005	.000
	Θα εργαστώ και του χρόνου	.143	.000	.127	31786653.164	.000
	Θα σύστηνα την εργασία	.143	.000	.220	47937426.001	.000

**Πίνακας 14.** Παλινδρόμηση με εξαρτημένη μεταβλητή την ικανοποίηση

#### 4.2.8. Ανάλυση Συσχέτισης Ικανοποίησης με Διαστάσεις Ποιότητας

Η ανάλυση συσχέτισης έχει στόχο να ελέγξει κατά πόσο ο βαθμός ικανοποίησης των εκπαιδευτικών σχετίζεται με την αξιολόγησή τους για τις 5 διαστάσεις ποιότητας των υπηρεσιών και υπολογίζεται με τη βοήθεια του συντελεστή συσχέτισης Pearson r.

Σύμφωνα με τον Πίνακα 15, ο βαθμός ικανοποίησης των εκπαιδευτικών σχετίζεται με τις 5 διαστάσεις ποιότητας με στατιστικά σημαντικό τρόπο (p<0,01). Από αυτές τις 5

διαστάσεις ισχυρότερη θετική συσχέτιση με την ικανοποίηση έχει η Ασφάλεια ( $r=0,685$ ,  $p<0,01$ ) και ασθενέστερη έχουν τα Υλικά Στοιχεία ( $r=0,570$ ,  $p<0,01$ ).

		Correlations					
		Ικανοποίηση	Υλικά Στοιχεία	Αξιοπιστία	Ανταπόκριση	Ασφάλεια	Ενσυναίσθηση
Ικανοποίηση	Pearson Correlation	1	.570**	.677**	.616**	.685**	.581**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	75	75	75	75	74

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

**Πίνακας 15.** Ανάλυση συσχέτισης ικανοποίησης με διαστάσεις ποιότητας

#### 4.2.9. Ανάλυση Παλινδρόμησης: Ικανοποίηση και Διαστάσεις Ποιότητας

Η ανάλυση συσχέτισης μας έχει δείξει ότι ο βαθμός ικανοποίησης των εκπαιδευτικών σχετίζεται με τις 5 διαστάσεις ποιότητας. Κατά πόσο όμως οι 5 διαστάσεις ποιότητας όντος επηρεάζουν την ικανοποίηση και σε ποιο βαθμό, θα μας το δείξει η ανάλυση παλινδρόμησης.

Η ανάλυση παλινδρόμησης θα διερευνήσει τη σχέση μεταξύ της εξαρτημένης μεταβλητής, της ικανοποίησης, και των ανεξάρτητων μεταβλητών, των 5 διαστάσεων ποιότητας, με τη μέθοδο Forward.

Με βάση τα αποτελέσματα στους Πίνακες 16 και 17, προκύπτει ότι η μόνη διάσταση ποιότητας που επιδρά στατιστικά σημαντικά στην ικανοποίηση είναι η ασφάλεια, ενώ οι υπόλοιπες μεταβλητές απορρίπτονται από την εξίσωση παλινδρόμησης, επειδή η συνεισφορά τους στην ερμηνεία της εξαρτημένης μεταβλητής είναι ασήμαντη (excluded variables). Από την τιμή του τυποποιημένου συντελεστή παλινδρόμησης Beta ( $\beta$ ), προκύπτει ότι η ασφάλεια επηρεάζει στατιστικά σημαντικά, με θετικό τρόπο την ικανοποίηση ( $\beta=0,709$ ,  $p<0,001$ ). Έτσι, η εξίσωση παλινδρόμησης που προκύπτει είναι:  $\text{Ικανοποίηση} = 2,760 + 0,511 * \text{Ασφάλεια}$ . Δηλαδή, αν αυξηθεί κατά μια μονάδα η ασφάλεια, τότε η ικανοποίηση θα αυξηθεί κατά 0,511.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.760	.373		7.402	.000
	Ασφάλεια	.511	.061	.709	8.351	.000

a. Dependent Variable: Ικανοποίηση

**Πίνακας 16.** Οι διαστάσεις ποιότητας που λαμβάνουν μέρος στην εξίσωση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την ικανοποίηση

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	Υλικά Στοιχεία	.204 <sup>a</sup>	1.975	.052	.233	.646
	Αξιοπιστία	.275 <sup>a</sup>	1.401	.166	.168	.185
	Ανταπόκριση	.121 <sup>a</sup>	.811	.420	.098	.328
	Ενσυναίσθηση	.106 <sup>a</sup>	.695	.489	.084	.314

a. Predictors in the Model: (Constant), Ασφάλεια

b. Dependent Variable: Ικανοποίηση

**Πίνακας 17.** Οι διαστάσεις ποιότητας που δεν λαμβάνουν μέρος στην εξίσωση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την ικανοποίηση.

Από τον Πίνακα 18 παρατηρούμε την τιμή του προσαρμοσμένου συντελεστή  $R^2$ , ο οποίος δείχνει το ποσοστό της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής που εξηγείται από την ανεξάρτητη μεταβλητή. Στην προκειμένη περίπτωση, το 49,5% της διακύμανσης της ικανοποίησης εξηγείται από την ασφάλεια.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 <sup>a</sup>	.503	.495	.65364

a. Predictors: (Constant), Ασφάλεια

**Πίνακας 18.** Συντελεστής  $R^2$  στην ανάλυση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την ικανοποίηση

Επίσης, από τον Πίνακα 19, ο οποίος δείχνει την ανάλυση διακύμανσης, μέσω της οποίας βλέπουμε τη συνολική σημαντικότητα του μοντέλου της παλινδρόμησης, παρατηρούμε ότι το  $F=69,737$  είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας  $p<0,001$ . Επομένως, το μοντέλο είναι στατιστικά σημαντικό.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.795	1	29.795	69.737	.000 <sup>a</sup>
	Residual	29.480	69	.427		
	Total	59.275	70			

a. Predictors: (Constant), Ασφάλεια

b. Dependent Variable: Ικανοποίηση

**Πίνακας 19.** Συνολική σημαντικότητα του μοντέλου της παλινδρόμησης

#### 4.2.10. Σύγκριση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε διαφορετικές ομάδες του δείγματος

Για τη διερεύνηση της διαφοράς ανάμεσα στις αντιλήψεις για την ποιότητα και την ικανοποίηση σε διαφορετικές ομάδες του δείγματος έχει χρησιμοποιηθεί ο έλεγχος t-test για δύο ανεξάρτητα δείγματα και η ανάλυση διακύμανσης (ANOVA) για περισσότερες από δύο ομάδες του δείγματος.

##### 4.2.10.1 Σύγκριση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με το φύλο

Για να ελεγχθεί κατά πόσο υπάρχει διαφορά στους μέσους όρους των 5 διαστάσεων ποιότητας και της ικανοποίησης μεταξύ ανδρών και γυναικών χρησιμοποιήθηκε ο έλεγχος t-test.

Από τον Πίνακα που παρουσιάζει τα περιγραφικά στατιστικά των δύο ομάδων (Παράρτημα Δ.2), παρατηρείται ότι υπάρχει διαφορά στις μέσες τιμές των 5 διαστάσεων ποιότητας και της συνολικής ικανοποίησης μεταξύ ανδρών και γυναικών. Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι οι γυναίκες αξιολογούν πιο αυστηρά την ποιότητα σε σχέση με τους άνδρες, ενώ γενικά είναι πιο ικανοποιημένες από τους άνδρες. Κατά πόσο όμως αυτή η διαφορά είναι στατιστικά σημαντική θα το δείξει ο παρόν έλεγχος. Από τον



αντίστοιχο Πίνακα Ελέγχου (Παράρτημα Δ.2) και τον έλεγχο Levene's για ισότητα των διακυμάνσεων, η οποία αποτελεί προϋπόθεση για τον έλεγχο t-test, παρατηρείται ότι οι διακυμάνσεις για τους άνδρες και τις γυναίκες δεν διαφέρουν στατιστικά σημαντικά μεταξύ τους ( $p>0,05$ ). Επομένως, προχωρούμε στον έλεγχο του t-test, όπου βλέπουμε ότι η διαφορά στις μέσες τιμές μεταξύ ανδρών και γυναικών [Sig.(2-tailed)] δεν είναι στατιστικά σημαντική ( $p>0,05$ ).

#### 4.2.10.2 Σύγκριση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με την απασχόληση ή μη στα δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης.

Διενεργώντας και πάλι τον έλεγχο t-test για τις δύο πιο πάνω ομάδες του δείγματος, παρατηρείται από τον Πίνακα Ελέγχου (Παράρτημα Δ.3) ότι για ορισμένες διαστάσεις ποιότητας, με βάση τον έλεγχο Levene's, οι διακυμάνσεις για τις δύο ομάδες διαφέρουν ( $p<0,05$ ). Για αυτές τις διαστάσεις ποιότητας παρατηρούμε τα στατιστικά στοιχεία ελέγχου από τη σειρά Equal Variances not Assumed. Προχωρώντας με τον έλεγχο t-test παρατηρούμε ότι οι μέσες τιμές μεταξύ των δύο ομάδων, όσον αφορά τις αντιλήψεις τους για την Αξιοπιστία, την Ανταπόκριση και την Ασφάλεια, διαφέρουν με στατιστικά σημαντικό τρόπο ( $p<0,05$ ). Επιστέφοντας στον πίνακα με τα περιγραφικά στατιστικά, (Πίνακας 20), παρατηρούμε ότι οι εκπαιδευτικοί που έχουν εργασθεί σε δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης αξιολογούν θετικότερα τις υπηρεσίες των Μουσικών Σχολείων όσον αφορά την Αξιοπιστία, την Ανταπόκριση και την Ασφάλεια.

Group Statistics					
	Απασχόληση σε σχολεία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Αξιοπιστία	Ναι	13	<b>6.5231</b>	.61935	.17178
	Όχι	63	<b>5.6063</b>	1.31687	.16591
Ανταπόκριση	Ναι	12	<b>6.6250</b>	.31079	.08972
	Όχι	63	<b>5.7937</b>	1.16271	.14649
Ασφάλεια	Ναι	12	<b>6.8333</b>	.34267	.09892
	Όχι	63	<b>5.8095</b>	1.29959	.16373

**Πίνακας 20.** Περιγραφικά στατιστικά διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την απασχόληση ή μη στα δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης

#### 4.2.10.3 Σύγκριση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία στην οποία εργάζονται οι εκπαιδευτικοί.

Ενόψει του ότι υπάρχουν πολλοί εκπαιδευτικοί που απασχολούνται σε περισσότερες από μία Επαρχίες, για να καταστεί δυνατός ο πιο πάνω έλεγχος το δείγμα χωρίστηκε σε δύο ομάδες: τους εκπαιδευτικούς που απασχολούνται (ή έχουν απασχοληθεί) σε μία συγκεκριμένη Επαρχία (ενδεχομένως και σε άλλες) και τους υπόλοιπους που απασχολούνται μόνο στις άλλες Επαρχίες. Διενεργώντας τον έλεγχο t-test για κάθε μια Επαρχία σύμφωνα με την πιο πάνω διαδικασία διαπιστώνονται τα ακόλουθα:

##### Επαρχία Λευκωσίας

Για την Επαρχία Λευκωσίας σε σύγκριση με τις υπόλοιπες Επαρχίες, σύμφωνα με τον Πίνακα Ελέγχου (Παράρτημα Δ.4), παρατηρείται στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στους μέσους όρους των δύο ομάδων του δείγματος μόνο στις αντιλήψεις τους για την Αξιοπιστία και την Ασφάλεια. Συγκεκριμένα, με βάση τον Πίνακα 21, οι εκπαιδευτικοί της Επαρχίας Λευκωσίας αξιολογούν των Αξιοπιστία με 5,28 κατά μέσο όρο, ενώ οι υπόλοιποι εκπαιδευτικοί 6,00. Επίσης, αξιολογούν την ασφάλεια με 5,52, ενώ οι υπόλοιποι εκπαιδευτικοί με 6,19.

Group Statistics					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Αξιοπιστία	Λευκωσία	25	5.2800	1.36626	.27325
	Άλλες Επαρχίες	51	6.0000	1.16344	.16291
Ασφάλεια	Λευκωσία	24	5.5208	1.35718	.27703
	Άλλες Επαρχίες	51	6.1863	1.15741	.16207

**Πίνακας 21.** Περιγραφικά στατιστικά διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λευκωσία)

##### Επαρχία Λεμεσού

Για την Επαρχία Λεμεσού υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μόνο στις μέσες τιμές της βαθμολογίας των δύο ομάδων σχετικά με τα Υλικά Στοιχεία (Παράρτημα Δ.5). Από τον Πίνακα των περιγραφικών στατιστικών για τις δύο ομάδες (Πίνακας 22) βλέπουμε ότι οι εκπαιδευτικοί της Επαρχίας Λεμεσού αξιολογούν τα Υλικά Στοιχεία με μέσο όρο 4,75, ενώ οι υπόλοιποι εκπαιδευτικοί με 5,46.

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Υλικά στοιχεία	Λεμεσός	30	4.7500	1.21236	.22135
	Άλλες Επαρχίες	46	5.4620	1.14257	.16846

**Πίνακας 22.** Περιγραφικά στατιστικά διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λεμεσός)

### Επαρχίες Λάρνακας, Πάφου και Αμμοχώστου

Για τις Επαρχίες Λάρνακας, Πάφου και Αμμοχώστου, δεν παρατηρείται στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των μέσων τιμών, τόσο για τις 5 διαστάσεις ποιότητας, όσο και για την ικανοποίηση των εκπαιδευτικών, για κάθε μια από τις τρεις Επαρχίες σε σχέση με τους υπόλοιπους εκπαιδευτικούς ( $p>0,05$ ). Οι σχετικοί πίνακες των αποτελεσμάτων του ελέγχου t-test δείχνονται στα Παραρτήματα Δ.6-Δ.8.

#### 4.2.10.4 Σύγκριση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με τα χρόνια απασχόλησης των εκπαιδευτικών

Τα χρόνια απασχόλησης των εκπαιδευτικών έχουν ομαδοποιηθεί σε τρεις ομάδες: 1-4 χρόνια, 5-8 χρόνια και 9-12 χρόνια. Ο έλεγχος θα γίνει μέσω της ανάλυσης διακύμανσης (One – Way ANOVA) και θα εκτιμήσει την πιθανότητα οι διαφορές στους μέσους των αντιλήψεων για τις 5 διαστάσεις ποιότητας και της συνολικής ικανοποίησης των εκπαιδευτικών των τριών πιο πάνω ομάδων, να είναι στατιστικά σημαντικές.

Ο Πίνακας του Παραρτήματος Δ.9 (Levene’s test) δείχνει ότι η προϋπόθεση των ίσων διακυμάνσεων για τον έλεγχο ANOVA ικανοποιείται για όλες τις μεταβλητές ( $p>0,05$ ). Προχωρώντας, λοιπόν, στον επόμενο Πίνακα του Παραρτήματος Δ.9 (ANOVA), παρατηρούμε ότι για καμία από τις μεταβλητές μας δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά στις μέσες τιμές για τις τρεις ομάδες εκπαιδευτικών ( $p>0,05$ ).

### 4.3 Σχόλια στα ερωτηματολόγια

Παρόλο που δεν έχει ζητηθεί από τους εκπαιδευτικούς να καταγράψουν οποιαδήποτε σχόλια στο ερωτηματολόγιο, εντούτοις σε δύο από αυτά οι εκπαιδευτικοί κατέγραψαν τα ακόλουθα στο τέλος των ερωτηματολογίων:

Στο πρώτο ερωτηματολόγιο εκπαιδευτικός που εργάζεται ή έχει εργαστεί σε δύο Επαρχίες διευκρίνισε ότι «το επίπεδο των μαθητών και το περιβάλλον του Μουσικού Σχολείου διαφέρουν από Επαρχία σε Επαρχία». Αυτό παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, παρόλο που σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η συνολική εκτίμηση της ποιότητας του Μουσικού Σχολείου ως θεσμού στην κυπριακή εκπαίδευση.

Στο δεύτερο ερωτηματολόγιο ο/η εκπαιδευτικός κατέγραψε στο τέλος δύο συμπληρωματικές ερωτήσεις στις οποίες απάντησε με την επιλογή «1», δηλαδή «διαφωνώ απόλυτα»: «Οργάνωση για τις πληρωμές» και «Πληρώνομαι στην ώρα που πρέπει», τονίζοντας με αυτό τον τρόπο τη δυσαρέσκεια του/της για το θέμα του συστήματος καταβολής των απολαβών.

# Κεφάλαιο 5

## Συμπεράσματα – Εισηγήσεις

Με βάση τα αποτελέσματα της πιο πάνω έρευνας, διαπιστώνονται συμπερασματικά τα ακόλουθα:

Όσον αφορά την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους εκπαιδευτικούς, αυτή αξιολογείται αρκετά καλά από τους ίδιους. Παρουσιάζει, ωστόσο, περιθώρια βελτίωσης σε σχέση με τα υλικά στοιχεία, τα οποία έχουν τη χαμηλότερη βαθμολογία, αλλά και την ενσυναίσθηση και την αξιοπιστία, οι οποίες διαστάσεις έχουν τη μεγαλύτερη επίδραση στη συνολική ποιότητα. Υπάρχει λοιπόν ανάγκη η διοίκηση των Μουσικών Σχολείων να νοιαστεί περισσότερο για τους εκπαιδευτικούς ως ξεχωριστά άτομα με τις δικές τους ανάγκες. Θα ήταν επίσης καλό να υπάρξει μεγαλύτερη συνέπεια και ακρίβεια στην υποσχόμενη ποιότητα των υπηρεσιών, όσον αφορά την οργάνωση του σχολείου, την επίλυση προβλημάτων, αλλά και την καταβολή των απολαβών.

Παρατηρείται επίσης ότι, ειδικά στην Επαρχία Λεμεσού, οι εκπαιδευτικοί αξιολογούν τα υλικά στοιχεία με χαμηλότερη βαθμολογία από τους υπόλοιπους εκπαιδευτικούς, γεγονός που δείχνει την ανάγκη αναβάθμισης της ποιότητας των κτιρίων, των εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού, ειδικότερα στο Μουσικό Σχολείο της συγκεκριμένης Επαρχίας. Έχει διαφανεί επίσης ότι στην Επαρχία Λευκωσίας οι εκπαιδευτικοί αξιολογούν τις δύο διαστάσεις ποιότητας, την αξιοπιστία και την ασφάλεια με χαμηλότερη βαθμολογία σε σχέση με τους υπόλοιπους εκπαιδευτικούς, γεγονός που θα πρέπει να διερευνηθεί περισσότερο από τη διοίκηση των Μουσικών Σχολείων. Η διάσταση της ασφάλειας θα πρέπει γενικότερα να βελτιωθεί για το λόγο ότι έχει αποδειχθεί ότι επηρεάζει την ικανοποίηση των εκπαιδευτικών.

Έχει επίσης διαφανεί ότι οι εκπαιδευτικοί οι οποίοι έχουν εργαστεί στα δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης, αξιολογούν θετικότερα την αξιοπιστία, την ανταπόκριση και την ασφάλεια σε σχέση με τους εκπαιδευτικούς που δεν είχαν την εμπειρία του πρωινού σχολείου. Ο λόγος θα μπορούσε να είναι η σύγκριση που γίνεται από την πρώτη ομάδα εκπαιδευτικών για τα δύο συστήματα εκπαίδευσης, η οποία τους επιτρέπει να αξιολογούν τις διαστάσεις αυτές με θετικότερο τρόπο. Αξίζει όμως κάτι τέτοιο να διερευνηθεί περισσότερο στα πλαίσια μιας μελλοντικής έρευνας.

Όσον αφορά την ικανοποίησή τους από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, η έρευνα έχει δείξει ότι οι εκπαιδευτικοί είναι αρκετά ικανοποιημένοι. Οι διαστάσεις της ικανοποίησης οι οποίες αξιολογούνται με τη χαμηλότερη βαθμολογία και οι οποίες επηρεάζουν περισσότερο τη συνολική ικανοποίηση είναι οι απολαβές και οι επιδόσεις των μαθητών. Υπάρχει σημαντική ανάγκη για βελτίωση των δύο αυτών διαστάσεων, οι οποίες αφορούν τα ανώτερα στρώματα της διοίκησης. Η ανάγκη βελτίωσης αφορά το σύστημα απολαβών, καθώς επίσης και τις παιδαγωγικές ή άλλες μεθόδους που θα ενισχύσουν τις επιδόσεις των μαθητών. Ωστόσο, με βάση τη σχετική βιβλιογραφία, έχει διαφανεί ότι η ενίσχυση της ικανοποίησης των εκπαιδευτικών θα τους προσφέρει «φτερά ενθουσιασμού» (Τζωρτζάκης και Τζωρτζάκη, 2002), ώστε κι αυτοί με τη σειρά τους να δώσουν φτερά ενθουσιασμού στους δικούς τους εσωτερικούς πελάτες, τους μαθητές, με αποτέλεσμα και τη βελτίωση της επίδοσής τους. Η σχέση αυτή μεταξύ της ικανοποίησης των δύο αυτών ομάδων εσωτερικών πελατών, των εκπαιδευτικών και των μαθητών, θα μπορούσε να αποτελέσει αντικείμενο μελλοντικής έρευνας, τα αποτελέσματα της οποίας αναμένεται να παρουσιάσουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

# **Παράρτημα Α**

## **Επιστολή προς Διευθύνοντες Μουσικών Σχολείων**

Μαρία Μιχαηλίδου Αριστείδου  
Διεύθυνση  
Αρ. Τηλεφώνου  
[maria.aristeidou@st.ouc.ac.cy](mailto:maria.aristeidou@st.ouc.ac.cy)

24 Ιανουαρίου 2018

Διευθύνοντες/ουσες

Μουσικών Γυμνασίων και Λυκείων Λευκωσίας, Λεμεσού, Λάρνακας, Αμμοχώστου και Πάφου

**Διεξαγωγή Έρευνας με θέμα:  
Η ποιότητα των υπηρεσιών και η ικανοποίηση των εκπαιδευτικών  
στα Μουσικά Σχολεία της Κύπρου.**

Αναφορικά με το πιο πάνω θέμα και μετά την εξασφάλιση άδειας διεξαγωγής της έρευνας από το Κέντρο Εκπαιδευτικής Έρευνας και Αξιολόγησης, παρακαλώ όπως μου δοθεί η συγκατάθεσή σας για τη διεξαγωγή της έρευνας στη σχολική σας μονάδα.

Η παρούσα έρευνα θα διεξαχθεί στα πλαίσια εκπόνησης της Μεταπτυχιακής Διατριβής μου, στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου. Η συλλογή των δεδομένων θα γίνει μέσω ερωτηματολογίων τα οποία θα απευθύνονται στους εκπαιδευτικούς των Μουσικών Σχολείων. Στόχος της έρευνας είναι η αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών στα Μουσικά Σχολεία όπως γίνεται αντιληπτή από τους εκπαιδευτικούς, καθώς και η εκτίμηση του βαθμού ικανοποίησής τους.

Για τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας στη σχολική σας μονάδα, παρακαλείσθε όπως ενημερώσετε τους εκπαιδευτικούς ότι η συμμετοχή τους στη έρευνα είναι εθελοντική και ότι έχουν το δικαίωμα να αποχωρήσουν οποιαδήποτε στιγμή από την έρευνα χωρίς συνέπειες. Ωστόσο, παρακαλώ όπως αφιερώσουν 7-10 λεπτά από το χρόνο τους για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, καθώς η συλλογή των δεδομένων θα συμβάλει στην εξαγωγή σημαντικών συμπερασμάτων για ενδεχόμενους τρόπους βελτίωσης των υπηρεσιών των Μουσικών Σχολείων, αν αυτό απαιτείται.

Τα ερωτηματολόγια θα χορηγηθούν από την ερευνήτρια για να απαντηθούν από τους εκπαιδευτικούς είτε στο σχολικό χώρο εφόσον δεν θα επηρεάζεται ο διδακτικός χρόνος, είτε θα δοθούν στους εκπαιδευτικούς για να απαντηθούν στον προσωπικό τους χρόνο και να επιστραφούν αργότερα στην ερευνήτρια. Τα ερωτηματολόγια είναι ανώνυμα και τα δεδομένα που θα συλλεγούν είναι εμπιστευτικά, θα χρησιμοποιηθούν μόνο για σκοπούς της παρούσας έρευνας και θα ληφθούν όλα τα απαραίτητα μέτρα για την ασφαλή φύλαξή τους.

Σε περίπτωση παραπόνου ή καταγγελίας σε σχέση με τη διεξαγωγή της έρευνας μπορείτε να επικοινωνήσετε με την προϊστάμενη της Γραμματείας του



Μεταπτυχιακού Προγράμματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΑΠΚΥ, κα Μαρία Πίτσιλλου (τηλ. 22411880, [maria.pitsillou@ouc.ac.cy](mailto:maria.pitsillou@ouc.ac.cy)).

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να ενημερωθούν για τα αποτελέσματα της έρευνας, εφόσον το επιθυμούν, μέσω του ηλεκτρονικού τους ταχυδρομείου, στη διεύθυνση που θα δώσουν στην ερευνήτρια σε σελίδα ανεξάρτητη από το ερωτηματολόγιο, κατά τη διαδικασία της διεξαγωγής της έρευνας.

Παρακαλώ όπως με ενημερώσετε κατά πόσο έχω τη συγκατάθεσή σας για τη διεξαγωγή της πιο πάνω έρευνας, καθώς επίσης και για τις ημερομηνίες κατά τις οποίες μπορώ να επισκεφθώ το Σχολείο σας για τη χορήγηση των ερωτηματολογίων στους εκπαιδευτικούς.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων.

Με εκτίμηση,

Μαρία Μιχαηλίδου Αριστείδου  
Φοιτήτρια Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου  
Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Δρ. Ντάινα Νικολάου

# Παράρτημα Β

## Ερωτηματολόγιο

## **Έρευνα με θέμα: Η ποιότητα των υπηρεσιών και η ικανοποίηση των εκπαιδευτικών στα Μουσικά Σχολεία της Κύπρου.**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στα πλαίσια εκπόνησης της Μεταπτυχιακής Διατριβής μου, στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου. Το παρόν ερωτηματολόγιο απευθύνεται στους **εκπαιδευτικούς** των Μουσικών Σχολείων και έχει στόχο την αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών όπως γίνεται αντιληπτή από αυτούς, καθώς και την εκτίμηση του βαθμού ικανοποίησής τους.

Η συμμετοχή σας στην έρευνα είναι εθελοντική και έχετε το δικαίωμα, αν επιθυμείτε, να αποχωρήσετε οποιαδήποτε στιγμή χωρίς συνέπειες. Ωστόσο, παρακαλείσθε όπως αφιερώσετε 7-10 λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωσή του, καθώς η συλλογή των δεδομένων θα συμβάλει στην εξαγωγή σημαντικών συμπερασμάτων για ενδεχόμενους τρόπους βελτίωσης των υπηρεσιών των Μουσικών Σχολείων, αν αυτό απαιτείται.

Τα ερωτηματολόγια είναι ανώνυμα και τα δεδομένα που θα συλλεγούν είναι εμπιστευτικά, θα χρησιμοποιηθούν μόνο για σκοπούς της παρούσας έρευνας και θα ληφθούν όλα τα απαραίτητα μέτρα για την ασφαλή φύλαξή τους.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία και το χρόνο σας.

Με εκτίμηση,

Μαρία Μιχαηλίδου Αριστείδου  
Φοιτήτρια Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου  
Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Δρ. Ντάινα Νικολάου

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Παρακαλώ απαντήστε σε όλες τις ερωτήσεις, βάζοντας σε κύκλο την επιλογή που εκφράζει καλύτερα την άποψή σας: Αν συμφωνείτε απόλυτα με τις πιο κάτω δηλώσεις επιλέξτε τον αρ. 7. Αν διαφωνείτε απόλυτα επιλέξτε τον αρ. 1. Αν η άποψή σας δεν είναι απόλυτη επιλέξτε ανάλογα έναν από τους ενδιάμεσους αριθμούς.

### Διευκρίνιση:

Όπου αναφέρεται στις πιο κάτω δηλώσεις ο όρος «Διοίκηση των Μουσικών Σχολείων» αυτός αφορά οποιοδήποτε καθ' ύλην αρμόδιο Τμήμα ή Λειτουργό στον οποίο οι Εκπαιδευτικοί μπορούν να απευθύνονται για θέματα των Μουσικών Σχολείων (π.χ. Επιθεωρήτρια Μουσικής, Σύμβουλοι Μουσικής, Διεύθυνση Σχολικής Μονάδας, Σχολική Εφορεία, Γραμματεία κλπ).

### Μέρος Α

		Διαφωνώ απόλυτα							Συμφωνώ απόλυτα
1	Ο εξοπλισμός του Μουσικού Σχολείου (ΜΣ) είναι σύγχρονος (αίθουσες, τεχνολογικός εξοπλισμός, μουσικός εξοπλισμός, χώροι υγιεινής κλπ).	1	2	3	4	5	6	7	7
2	Το περιβάλλον του ΜΣ είναι όμορφο.	1	2	3	4	5	6	7	7
3	Το προσωπικό του ΜΣ είναι καλοντυμένο και ευπαρουσίαστο.	1	2	3	4	5	6	7	7
4	Το περιβάλλον του ΜΣ ταιριάζει με το μάθημα της Μουσικής.	1	2	3	4	5	6	7	7
5	Η Διοίκηση των ΜΣ τηρεί τις υποσχέσεις της απέναντί μου.	1	2	3	4	5	6	7	7
6	Όταν αντιμετωπίζω κάποιο πρόβλημα η Διοίκηση των ΜΣ νοιάζεται για να το επιλύσει.	1	2	3	4	5	6	7	7
7	Το ΜΣ είναι αξιόπιστο ως προς τον τρόπο λειτουργίας του.	1	2	3	4	5	6	7	7
8	Η στελέχωση και οργάνωση του ΜΣ γίνεται έγκαιρα.	1	2	3	4	5	6	7	7
9	Η λειτουργία του ΜΣ διέπεται από συγκεκριμένες αρχές και πρότυπα, τα οποία οι εκπαιδευτικοί πρέπει να εφαρμόζουν.	1	2	3	4	5	6	7	7
10	Ενημερώνομαι έγκαιρα για τις δραστηριότητες του ΜΣ.	1	2	3	4	5	6	7	7
11	Η Διοίκηση των ΜΣ ανταποκρίνεται άμεσα στις ανάγκες μου.	1	2	3	4	5	6	7	7
12	Η Διοίκηση των ΜΣ είναι πάντα πρόθυμη να με βοηθήσει.	1	2	3	4	5	6	7	7

13	Η Διοίκηση των ΜΣ δεν είναι ποτέ τόσο απασχολημένη ώστε να μην μπορεί να ανταποκριθεί στα αιτήματά μου.	1	2	3	4	5	6	7
14	Η Διοίκηση των ΜΣ μου εμπνέει εμπιστοσύνη.	1	2	3	4	5	6	7
15	Αισθάνομαι ασφάλεια στη συνεργασία μου με τη Διοίκηση των ΜΣ.	1	2	3	4	5	6	7
16	Οι Λειτουργοί της Διοίκησης των ΜΣ είναι ευγενικοί απέναντί μου.	1	2	3	4	5	6	7
17	Λαμβάνω επαρκή υποστήριξη από τη Διοίκηση των ΜΣ ώστε να επιτελέσω σωστά τα καθήκοντά μου.	1	2	3	4	5	6	7
18	Η Διοίκηση των ΜΣ νοιάζεται για μένα ως ξεχωριστό άτομο.	1	2	3	4	5	6	7
19	Η Διοίκηση των ΜΣ μου δίνει ιδιαίτερη προσοχή.	1	2	3	4	5	6	7
20	Η Διοίκηση των ΜΣ γνωρίζει τις ανάγκες μου ως άτομο.	1	2	3	4	5	6	7
21	Η Διοίκηση των ΜΣ δείχνει ειλικρινές ενδιαφέρον για μένα.	1	2	3	4	5	6	7
22	Η Διοίκηση των ΜΣ προσαρμόζει την οργάνωση του ΜΣ στις ανάγκες μου.	1	2	3	4	5	6	7

## Μέρος Β

		Διαφωνώ απόλυτα						Συμφωνώ απόλυτα
1	Είμαι ικανοποιημένος/η από τη συνεργασία μου με τη διοίκηση των ΜΣ.	1	2	3	4	5	6	7
2	Είμαι ικανοποιημένος/η από τη συνεργασία μου με τους συναδέλφους στο ΜΣ.	1	2	3	4	5	6	7
3	Είμαι ικανοποιημένος/η από την ανταπόκριση των μαθητών στην εκπαιδευτική διαδικασία.	1	2	3	4	5	6	7
4	Είμαι ικανοποιημένος/η από τις επιδόσεις των μαθητών στο ΜΣ.	1	2	3	4	5	6	7
5	Είμαι ικανοποιημένος/η από τις απολαβές μου στο ΜΣ.	1	2	3	4	5	6	7
6	Θα επιθυμούσα να εργαστώ και του χρόνου στο ΜΣ.	1	2	3	4	5	6	7
7	Θα σύστηνα και σε άλλους μουσικούς να εργαστούν στο ΜΣ.	1	2	3	4	5	6	7



# Παράρτημα Γ

## Πίνακες Συχνοτήτων

### Απαντήσεων

#### Γ.1 Ποιότητα Υπηρεσιών

##### Γ.1.1 Υλικά Στοιχεία

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.3	1.3	1.3
2	4	5.2	5.2	6.5
3	12	15.6	15.6	22.1
4	16	20.8	20.8	42.9
5	23	29.9	29.9	72.7
6	13	16.9	16.9	89.6
7	8	10.4	10.4	100.0
Total	77	100.0	100.0	

Πίνακας Γ.1. Εξοπλισμός

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	9.1	9.1	9.1
3	6	7.8	7.8	16.9
4	11	14.3	14.3	31.2
5	17	22.1	22.1	53.2
6	13	16.9	16.9	70.1
7	23	29.9	29.9	100.0
Total	77	100.0	100.0	

Πίνακας Γ.2. Όμορφο περιβάλλον

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.6	2.6	2.6
3	2	2.6	2.6	5.2
4	5	6.5	6.5	11.7
5	13	16.9	16.9	28.6
6	30	39.0	39.0	67.5
7	25	32.5	32.5	100.0
Total	77	100.0	100.0	

**Πίνακας Γ.3.** Εμφάνιση προσωπικού

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	5.2	5.3	5.3
2	5	6.5	6.6	11.8
3	6	7.8	7.9	19.7
4	5	6.5	6.6	26.3
5	19	24.7	25.0	51.3
6	22	28.6	28.9	80.3
7	15	19.5	19.7	100.0
Total	76	98.7	100.0	
Missing 99	1	1.3		
Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.4.** Περιβάλλον Μουσικού Σχολείου



**Γ.1.2 Αξιοπιστία**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.6	2.6	2.6
	2	2	2.6	2.6	5.3
	3	4	5.2	5.3	10.5
	4	7	9.1	9.2	19.7
	5	2	2.6	2.6	22.4
	6	24	31.2	31.6	53.9
	7	35	45.5	46.1	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
	Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.5.** Τήρηση υποσχέσεων

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	1	1.3	1.3	2.6
	3	5	6.5	6.6	9.2
	4	5	6.5	6.6	15.8
	5	5	6.5	6.6	22.4
	6	14	18.2	18.4	40.8
	7	45	58.4	59.2	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
	Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.6.** Επίλυση προβλημάτων

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	5	6.5	6.6	7.9
	3	5	6.5	6.6	14.5
	4	7	9.1	9.2	23.7
	5	9	11.7	11.8	35.5
	6	20	26.0	26.3	61.8
	7	29	37.7	38.2	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
	Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.7.** Αξιόπιστος τρόπος λειτουργίας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.6	2.6	2.6
	2	4	5.2	5.2	7.8
	3	2	2.6	2.6	10.4
	4	12	15.6	15.6	26.0
	5	15	19.5	19.5	45.5
	6	18	23.4	23.4	68.8
	7	24	31.2	31.2	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**Πίνακας Γ.8.** Έγκαιρη στελέχωση και οργάνωση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	9	11.7	11.7	11.7
	5	13	16.9	16.9	28.6
	6	27	35.1	35.1	63.6
	7	28	36.4	36.4	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

**Πίνακας Γ.9.** Αρχές και πρότυπα λειτουργίας

**Γ.1.3 Ανταπόκριση**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	5.2	5.2	5.2
3	2	2.6	2.6	7.8
4	3	3.9	3.9	11.7
5	7	9.1	9.1	20.8
6	24	31.2	31.2	51.9
7	37	48.1	48.1	100.0
Total	77	100.0	100.0	

**Πίνακας Γ.10.** Έγκαιρη ενημέρωση

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.9	3.9	3.9
3	3	3.9	3.9	7.9
4	8	10.4	10.5	18.4
5	6	7.8	7.9	26.3
6	23	29.9	30.3	56.6
7	33	42.9	43.4	100.0
Total	76	98.7	100.0	
Missing 99	1	1.3		
Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.11.** Ανταπόκριση στις ανάγκες

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.3	1.3	1.3
3	3	3.9	3.9	5.3
4	8	10.4	10.5	15.8
5	2	2.6	2.6	18.4
6	19	24.7	25.0	43.4
7	43	55.8	56.6	100.0
Total	76	98.7	100.0	
Missing 99	1	1.3		
Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.12** Προθυμία για βοήθεια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.6	2.7	2.7
	3	3	3.9	4.0	6.7
	4	9	11.7	12.0	18.7
	5	12	15.6	16.0	34.7
	6	22	28.6	29.3	64.0
	7	27	35.1	36.0	100.0
	Total	75	97.4	100.0	
Missing	99	2	2.6		
Total		77	100.0		

**Πίνακας Γ.13.** Άμεση ανταπόκριση στα αιτήματα

#### Γ.1.4 Ασφάλεια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	6	7.8	7.9	9.2
	4	4	5.2	5.3	14.5
	5	9	11.7	11.8	26.3
	6	15	19.5	19.7	46.1
	7	41	53.2	53.9	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
Total		77	100.0		

**Πίνακας Γ.14.** Εμπιστοσύνη

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	7.8	7.9	7.9
	2	3	3.9	3.9	11.8
	3	2	2.6	2.6	14.5
	4	9	11.7	11.8	26.3
	5	11	14.3	14.5	40.8
	6	17	22.1	22.4	63.2
	7	28	36.4	36.8	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
Total		77	100.0		

**Πίνακας Γ.15.** Ασφάλεια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	3	3.9	4.0	4.0
	5	4	5.2	5.3	9.3
	6	19	24.7	25.3	34.7
	7	49	63.6	65.3	100.0
	Total	75	97.4	100.0	
Missing	99	2	2.6		
Total		77	100.0		

**Πίνακας Γ.16.** Ευγένεια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	1	1.3	1.3	2.7
	3	1	1.3	1.3	4.0
	4	6	7.8	8.0	12.0
	5	7	9.1	9.3	21.3
	6	23	29.9	30.7	52.0
	7	36	46.8	48.0	100.0
	Total	75	97.4	100.0	
Missing	99	2	2.6		
Total		77	100.0		

**Πίνακας Γ.17.** Υποστήριξη

**Γ.1.5 Ενσυναίσθηση**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.9	4.0	4.0
	2	2	2.6	2.7	6.7
	3	1	1.3	1.3	8.0
	4	6	7.8	8.0	16.0
	5	12	15.6	16.0	32.0
	6	23	29.9	30.7	62.7
	7	28	36.4	37.3	100.0
	Total	75	97.4	100.0	
Missing	99	2	2.6		
	Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.18.** Αντιμετώπιση ως ξεχωριστό άτομο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.9	3.9	3.9
	2	2	2.6	2.6	6.6
	3	4	5.2	5.3	11.8
	4	10	13.0	13.2	25.0
	5	12	15.6	15.8	40.8
	6	18	23.4	23.7	64.5
	7	27	35.1	35.5	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
	Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.19.** Ιδιαίτερη προσοχή

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	7.8	8.0	8.0
	2	1	1.3	1.3	9.3
	3	4	5.2	5.3	14.7
	4	10	13.0	13.3	28.0
	5	14	18.2	18.7	46.7
	6	16	20.8	21.3	68.0
	7	24	31.2	32.0	100.0
	Total	75	97.4	100.0	
Missing	99	2	2.6		
	Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.20.** Γνώση των αναγκών

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	9.1	9.2	9.2
	2	1	1.3	1.3	10.5
	4	11	14.3	14.5	25.0
	5	11	14.3	14.5	39.5
	6	20	26.0	26.3	65.8
	7	26	33.8	34.2	100.0
		Total	76	98.7	100.0
Missing	99	1	1.3		
	Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.21.** Ειλικρινές ενδιαφέρον

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	6.5	6.7	6.7
	2	4	5.2	5.3	12.0
	3	1	1.3	1.3	13.3
	4	9	11.7	12.0	25.3
	5	12	15.6	16.0	41.3
	6	19	24.7	25.3	66.7
	7	25	32.5	33.3	100.0
	Total	75	97.4	100.0	
Missing	99	2	2.6		
	Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.22.** Προσαρμογή οργάνωσης στις ανάγκες

## Γ.2 Ικανοποίηση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	6.5	6.6	6.6
	3	2	2.6	2.6	9.2
	4	7	9.1	9.2	18.4
	5	8	10.4	10.5	28.9
	6	19	24.7	25.0	53.9
	7	35	45.5	46.1	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
	Total	77	100.0		

**Πίνακας Γ.23.** Συνεργασία με τη διοίκηση



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	5	6.5	6.6	6.6
	5	5	6.5	6.6	13.2
	6	28	36.4	36.8	50.0
	7	38	49.4	50.0	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
Total		77	100.0		

Πίνακας Γ.24. Συνεργασία με συναδέλφους

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	4	5.2	5.3	6.6
	3	3	3.9	3.9	10.5
	4	7	9.1	9.2	19.7
	5	20	26.0	26.3	46.1
	6	25	32.5	32.9	78.9
	7	16	20.8	21.1	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
Total		77	100.0		

Πίνακας Γ.25. Ανταπόκριση μαθητών

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.6	2.6	2.6
	2	4	5.2	5.3	7.9
	3	3	3.9	3.9	11.8
	4	12	15.6	15.8	27.6
	5	22	28.6	28.9	56.6
	6	18	23.4	23.7	80.3
	7	15	19.5	19.7	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
Total		77	100.0		

Πίνακας Γ.26. Επίδοση μαθητών

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	6.5	6.6	6.6
	2	3	3.9	3.9	10.5
	3	5	6.5	6.6	17.1
	4	14	18.2	18.4	35.5
	5	14	18.2	18.4	53.9
	6	17	22.1	22.4	76.3
	7	18	23.4	23.7	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
Total		77	100.0		

**Πίνακας Γ.27.** Απολαβές

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	4	1	1.3	1.3	2.6
	5	4	5.2	5.3	7.9
	6	6	7.8	7.9	15.8
	7	64	83.1	84.2	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
Total		77	100.0		

**Πίνακας Γ.28.** Επιθυμία για συνέχιση απασχόλησης

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.9	3.9	3.9
	3	1	1.3	1.3	5.3
	4	4	5.2	5.3	10.5
	5	3	3.9	3.9	14.5
	6	11	14.3	14.5	28.9
	7	54	70.1	71.1	100.0
	Total	76	98.7	100.0	
Missing	99	1	1.3		
Total		77	100.0		

**Πίνακας Γ.29.** Σύσταση απασχόλησης

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ

## Πίνακες Ελέγχων

## Δ.1 Έλεγχος Κανονικότητας

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Υλικά Στοιχεία	.096	71	.099	.956	71	.015
Αξιοπιστία	.204	71	.000	.838	71	.000
Ανταπόκριση	.182	71	.000	.845	71	.000
Ασφάλεια	.206	71	.000	.786	71	.000
Ενσυναίσθηση	.164	71	.000	.863	71	.000
Ικανοποίηση	.132	71	.004	.912	71	.000

a. Lilliefors Significance Correction

**Πίνακας Δ.1** Έλεγχος Κανονικότητας

## Δ.2 Έλεγχος t-test: Σύγκριση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με το φύλο

Group Statistics					
	Φύλο	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Υλικά στοιχεία	Άνδρας	49	5.2959	1.11998	.16000
	Γυναίκα	27	4.9722	1.36638	.26296
Αξιοπιστία	Άνδρας	50	5.8560	1.19389	.16884
	Γυναίκα	26	5.5846	1.41526	.27755
Ανταπόκριση	Άνδρας	50	6.0000	1.06306	.15034
	Γυναίκα	25	5.7800	1.21903	.24381
Ασφάλεια	Άνδρας	50	5.9850	1.27916	.18090
	Γυναίκα	25	5.9500	1.23111	.24622
Ενσυναίσθηση	Άνδρας	49	5.5020	1.50340	.21477
	Γυναίκα	25	5.2880	1.81941	.36388
Ικανοποίηση	Άνδρας	50	5.7314	.93595	.13236
	Γυναίκα	26	5.9615	.86525	.16969

**Πίνακας Δ.2.1** Περιγραφικά στατιστικά διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με το φύλο

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Υλικά στοιχεία	Equal variances assumed	.582	.448	1.114	74	.269	.32370	.29055	-.25525	.90264
	Equal variances not assumed			1.052	45.441	.299	.32370	.30781	-.29610	.94349
Αξιοπιστία	Equal variances assumed	1.698	.197	.882	74	.381	.27138	.30779	-.34191	.88468
	Equal variances not assumed			.835	43.862	.408	.27138	.32488	-.38342	.92619
Ανταπόκριση	Equal variances assumed	1.038	.312	.804	73	.424	.22000	.27355	-.32518	.76518
	Equal variances not assumed			.768	42.698	.447	.22000	.28643	-.35776	.79776
Ασφάλεια	Equal variances assumed	.057	.811	.113	73	.910	.03500	.30951	-.58185	.65185
	Equal variances not assumed			.115	49.796	.909	.03500	.30553	-.57874	.64874
Ενσυναίσθηση	Equal variances assumed	.921	.340	.539	72	.592	.21404	.39709	-.57754	1.00562
	Equal variances not assumed			.507	41.138	.615	.21404	.42254	-.63920	1.06728
Ικανοποίηση	Equal variances assumed	.617	.435	-1.043	74	.300	-.23011	.22067	-.66981	.20959
	Equal variances not assumed			-1.069	54.402	.290	-.23011	.21521	-.66150	.20128

**Πίνακας Δ.2.2** Έλεγχος t-test ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με το φύλο

**Δ.3 Έλεγχος t-test: Σύγκριση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με την απασχόληση ή μη στα δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης.**

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Υλικά στοιχεία	Equal variances assumed	.087	.769	.914	74	.364	.33852	.37029	-.39929	1.07634
	Equal variances not assumed			.834	15.974	.417	.33852	.40596	-.52220	1.19924
Αξιοπιστία	Equal variances assumed	5.666	.020	2.445	74	.017	.91673	.37497	.16959	1.66386
	Equal variances not assumed			3.839	38.369	<b>.000</b>	.91673	.23882	.43342	1.40003
Ανταπόκριση	Equal variances assumed	10.357	.002	2.448	73	.017	.83135	.33963	.15446	1.50824
	Equal variances not assumed			4.840	65.384	<b>.000</b>	.83135	.17178	.48832	1.17438
Ασφάλεια	Equal variances assumed	10.007	.002	2.697	73	.009	1.02381	.37955	.26736	1.78026
	Equal variances not assumed			5.352	65.977	<b>.000</b>	1.02381	.19130	.64187	1.40575
Ενσυναίσθηση	Equal variances assumed	1.663	.201	1.718	72	.090	.85968	.50040	-.13786	1.85721
	Equal variances not assumed			2.294	22.728	.031	.85968	.37472	.08399	1.63536
Ικανοποίηση	Equal variances assumed	1.836	.180	1.602	74	.113	.44113	.27532	-.10747	.98973
	Equal variances not assumed			2.048	23.995	.052	.44113	.21543	-.00351	.88577

**Πίνακας Δ.3.1.** Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με την απασχόληση ή μη στα δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης

Group Statistics					
Απασχόληση σε σχολεία		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Υλικά στοιχεία	Ναι	13	5.4615	1.36109	.37750
	Όχι	63	5.1230	1.18532	.14934
Αξιοπιστία	Ναι	13	<b>6.5231</b>	.61935	.17178
	Όχι	63	<b>5.6063</b>	1.31687	.16591
Ανταπόκριση	Ναι	12	<b>6.6250</b>	.31079	.08972
	Όχι	63	<b>5.7937</b>	1.16271	.14649
Ασφάλεια	Ναι	12	<b>6.8333</b>	.34267	.09892
	Όχι	63	<b>5.8095</b>	1.29959	.16373
Ενσυναίσθηση	Ναι	12	6.1500	1.07238	.30957
	Όχι	62	5.2903	1.66258	.21115
Ικανοποίηση	Ναι	13	6.1758	.64722	.17951
	Όχι	63	5.7347	.94547	.11912

**Πίνακας Δ.3.2** Περιγραφικά στατιστικά διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την απασχόληση ή μη στα δημόσια σχολεία Μέσης Εκπαίδευσης

**Δ.4 Έλεγχος t-test: Σύγκριση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λευκωσία)**

Independent Samples Test										
Λευκωσία		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Υλικά στοιχεία	Equal variances assumed	.660	.419	-1.215	74	.228	-.35902	.29551	-.94784	.22980
	Equal variances not assumed			-1.218	48.128	.229	-.35902	.29470	-.95151	.23348
Αξιοπιστία	Equal variances assumed	.941	.335	-2.392	74	<b>.019</b>	-.72000	.30100	-1.31977	-.12023
	Equal variances not assumed			-2.263	41.573	.029	-.72000	.31813	-1.36221	-.07779
Αναπόκριση	Equal variances assumed	.271	.605	-1.338	73	.185	-.36703	.27431	-.91374	.17967
	Equal variances not assumed			-1.316	43.306	.195	-.36703	.27897	-.92952	.19545
Ασφάλεια	Equal variances assumed	1.648	.203	-2.197	73	<b>.031</b>	-.66544	.30295	-1.26923	-.06165
	Equal variances not assumed			-2.073	39.319	.045	-.66544	.32096	-1.31447	-.01641
Ενσυναίσθηση	Equal variances assumed	.548	.461	-1.397	72	.167	-.56044	.40121	-1.36024	.23936
	Equal variances not assumed			-1.303	36.361	.201	-.56044	.43007	-1.43236	.31147
Ικανοποίηση	Equal variances assumed	.151	.699	-.907	74	.367	-.20246	.22322	-.64724	.24231
	Equal variances not assumed			-.883	44.597	.382	-.20246	.22931	-.66444	.25951

**Πίνακας Δ.4.1** Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λευκωσία)



Group Statistics					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Υλικά στοιχεία	Λευκωσία	25	4.9400	1.20390	.24078
	Άλλες Επαρχίες	51	5.2990	1.21349	.16992
Αξιοπιστία	Λευκωσία	25	<b>5.2800</b>	1.36626	.27325
	Άλλες Επαρχίες	51	<b>6.0000</b>	1.16344	.16291
Ανταπόκριση	Λευκωσία	24	5.6771	1.14322	.23336
	Άλλες Επαρχίες	51	6.0441	1.09168	.15287
Ασφάλεια	Λευκωσία	24	<b>5.5208</b>	1.35718	.27703
	Άλλες Επαρχίες	51	<b>6.1863</b>	1.15741	.16207
Ενσυναίσθηση	Λευκωσία	23	5.0435	1.79996	.37532
	Άλλες Επαρχίες	51	5.6039	1.49959	.20999
Ικανοποίηση	Λευκωσία	25	5.6743	.96232	.19246
	Άλλες Επαρχίες	51	5.8768	.89032	.12467

**Πίνακας Δ.4.2.** Περιγραφικά στατιστικά διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λευκωσία)

**Δ.5 Έλεγχος t-test: Σύγκριση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λεμεσός)**

Λεμεσός		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper	
Υλικά στοιχεία	Equal variances assumed	.402	.528	-2.592	74	<b>.011</b>	-.71196	.27467	-1.25924	-.16467
	Equal variances not assumed			-2.560	59.468	.013	-.71196	.27816	-1.26847	-.15545
Αξιοπιστία	Equal variances assumed	.027	.870	-.084	74	.934	-.02495	.29867	-.62006	.57017
	Equal variances not assumed			-.084	66.702	.933	-.02495	.29591	-.61562	.56573
Ανταπόκριση	Equal variances assumed	4.694	.034	-1.123	73	.265	-.29444	.26213	-.81686	.22798
	Equal variances not assumed			-1.053	48.706	.297	-.29444	.27954	-.85628	.26739
Ασφάλεια	Equal variances assumed	.308	.581	-.032	73	.974	-.00953	.29632	-.60009	.58103
	Equal variances not assumed			-.033	69.533	.974	-.00953	.28949	-.58697	.56791
Ενσυναίσθηση	Equal variances assumed	.000	.984	.157	72	.876	.05986	.38136	-.70037	.82010
	Equal variances not assumed			.159	68.045	.874	.05986	.37563	-.68968	.80941
Ικανοποίηση	Equal variances assumed	.838	.363	-.611	74	.543	-.13077	.21405	-.55727	.29573
	Equal variances not assumed			-.622	68.425	.536	-.13077	.21030	-.55037	.28882

**Πίνακας Δ.5.1** Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λεμεσός)

**Group Statistics**

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Υλικά στοιχεία	Λεμεσός	30	<b>4.7500</b>	1.21236	.22135
	Άλλες Επαρχίες	46	<b>5.4620</b>	1.14257	.16846
Αξιοπιστία	Λεμεσός	31	5.7484	1.24147	.22297
	Άλλες Επαρχίες	45	5.7733	1.30496	.19453
Ανταπόκριση	Λεμεσός	30	5.7500	1.31961	.24093
	Άλλες Επαρχίες	45	6.0444	.95091	.14175
Ασφάλεια	Λεμεσός	31	5.9677	1.16322	.20892
	Άλλες Επαρχίες	44	5.9773	1.32925	.20039
Ενσυναίσθηση	Λεμεσός	31	5.4645	1.53048	.27488
	Άλλες Επαρχίες	43	5.4047	1.67871	.25600
Ικανοποίηση	Λεμεσός	31	5.7327	.86484	.15533
	Άλλες Επαρχίες	45	5.8635	.95101	.14177

**Πίνακας Δ.5.2** Περιγραφικά στατιστικά διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λεμεσός)

**Δ.6 Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λάρνακα)**

Λάρνακα		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper	
Υλικά στοιχεία	Equal variances assumed	.045	.833	-.222	74	.825	-.07328	.32970	-.73023	.58367
	Equal variances not assumed			-.221	28.065	.827	-.07328	.33204	-.75335	.60680
Αξιοπιστία	Equal variances assumed	2.265	.137	-1.661	74	.101	-.56322	.33900	-1.23869	.11225
	Equal variances not assumed			-1.499	24.585	.147	-.56322	.37569	-1.33763	.21120
Ανταπόκριση	Equal variances assumed	2.131	.149	-1.499	73	.138	-.45664	.30471	-1.06392	.15064
	Equal variances not assumed			-1.339	22.596	.194	-.45664	.34098	-1.16270	.24942
Ασφάλεια	Equal variances assumed	3.960	.050	-1.526	73	.131	-.51316	.33634	-1.18348	.15716
	Equal variances not assumed			-1.342	23.922	.192	-.51316	.38235	-1.30243	.27611
Ενσυναίσθηση	Equal variances assumed	.031	.861	-.056	72	.955	-.02460	.43862	-.89898	.84977
	Equal variances not assumed			-.058	30.428	.954	-.02460	.42432	-.89067	.84146
Ικανοποίηση	Equal variances assumed	2.009	.161	-1.713	74	.091	-.41680	.24327	-.90154	.06793
	Equal variances not assumed			-1.533	24.337	.138	-.41680	.27185	-.97747	.14386

**Πίνακας Δ.6 Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Λάρνακα)**

**Δ.7 Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Πάφος)**

Independent Samples Test										
Πάφος	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
Υλικά στοιχεία	Equal variances assumed	2.578	.113	-.743	74	.460	-.20773	.27949	-.76463	.34918
	Equal variances not assumed			-.741	71.578	.461	-.20773	.28047	-.76689	.35144
Αξιοπιστία	Equal variances assumed	.034	.854	-.373	74	.710	-.10944	.29371	-.69467	.47578
	Equal variances not assumed			-.373	73.404	.710	-.10944	.29344	-.69422	.47533
Αναπόκριση	Equal variances assumed	1.512	.223	-	73	.285	-.27768	.25758	-.79103	.23567
	Equal variances not assumed			1.078	65.536	.292	-.27768	.26117	-.79920	.24384
Ασφάλεια	Equal variances assumed	.339	.562	-.287	73	.775	-.08393	.29232	-.66652	.49866
	Equal variances not assumed			-.288	72.528	.774	-.08393	.29124	-.66443	.49657
Ενσυναίσθηση	Equal variances assumed	.043	.836	.023	72	.982	.00864	.37693	-.74275	.76004
	Equal variances not assumed			.023	71.817	.982	.00864	.37571	-.74035	.75764
Ικανοποίηση	Equal variances assumed	1.942	.168	-.363	74	.718	-.07659	.21102	-.49706	.34388
	Equal variances not assumed			-.359	67.502	.721	-.07659	.21335	-.50238	.34921

**Πίνακας Δ.7** Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Πάφος)

**Δ.8 Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Αμμόχωστος)**

Αμμόχωστος		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Υλικά στοιχεία	Equal variances assumed	.347	.558	.792	74	.431	.23798	.30038	-.36055	.83651
	Equal variances not assumed			.816	48.236	.419	.23798	.29166	-.34836	.82432
Αξιοπιστία	Equal variances assumed	.026	.872	.209	74	.835	.06603	.31569	-.56301	.69506
	Equal variances not assumed			.219	50.444	.827	.06603	.30118	-.53877	.67082
Ανταπόκριση	Equal variances assumed	.900	.346	.422	73	.674	.11985	.28413	-.44642	.68613
	Equal variances not assumed			.416	38.102	.680	.11985	.28831	-.46375	.70346
Ασφάλεια	Equal variances assumed	.042	.838	1.224	73	.225	.38336	.31325	-.24094	1.0076
	Equal variances not assumed			1.255	44.788	.216	.38336	.30552	-.23207	.99879
Ενσυναίσθηση	Equal variances assumed	.003	.955	.297	72	.767	.12089	.40636	-.68918	.93096
	Equal variances not assumed			.305	45.102	.762	.12089	.39658	-.67781	.91958
Ικανοποίηση	Equal variances assumed	.401	.528	-.250	74	.803	-.05731	.22946	-.51452	.39990
	Equal variances not assumed			-.250	42.168	.803	-.05731	.22882	-.51903	.40442

**Πίνακας Δ.8 Έλεγχος t-test διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με την Επαρχία (Αμμόχωστος)**

**Δ.9 Έλεγχος ANOVA: Σύγκριση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης σε σχέση με τα χρόνια απασχόλησης των εκπαιδευτικών**

		Descriptives					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
						Lower Bound	Upper Bound
Υλικά στοιχεία	1-4 χρόνια	39	5.1603	1.10246	.17653	4.8029	5.5176
	5-8 χρόνια	25	5.2200	1.47429	.29486	4.6114	5.8286
	9-12 χρόνια	11	5.3182	.95584	.28820	4.6760	5.9603
	Total	75	5.2033	1.20647	.13931	4.9258	5.4809
Αξιοπιστία	1-4 χρόνια	39	5.8000	1.12764	.18057	5.4345	6.1655
	5-8 χρόνια	25	5.7360	1.41506	.28301	5.1519	6.3201
	9-12 χρόνια	11	5.8909	1.40958	.42500	4.9439	6.8379
	Total	75	5.7920	1.25437	.14484	5.5034	6.0806
Ανταπόκριση	1-4 χρόνια	38	5.9671	1.03514	.16792	5.6269	6.3073
	5-8 χρόνια	25	5.7800	1.33526	.26705	5.2288	6.3312
	9-12 χρόνια	11	6.2727	.68424	.20631	5.8130	6.7324
	Total	74	5.9493	1.10415	.12835	5.6935	6.2051
Ασφάλεια	1-4 χρόνια	39	6.0705	1.16409	.18640	5.6932	6.4479
	5-8 χρόνια	25	5.9500	1.26244	.25249	5.4289	6.4711
	9-12 χρόνια	10	5.9750	1.33568	.42238	5.0195	6.9305
	Total	74	6.0169	1.20525	.14011	5.7377	6.2961
Ενσυναίσθηση	1-4 χρόνια	38	5.4947	1.45768	.23647	5.0156	5.9739
	5-8 χρόνια	25	5.5040	1.71670	.34334	4.7954	6.2126
	9-12 χρόνια	10	5.3200	1.77939	.56269	4.0471	6.5929
	Total	73	5.4740	1.57286	.18409	5.1070	5.8409
Ικανοποίηση	1-4 χρόνια	39	5.8352	.84867	.13590	5.5601	6.1103
	5-8 χρόνια	25	5.9143	.91473	.18295	5.5367	6.2919
	9-12 χρόνια	11	5.6623	1.03662	.31255	4.9659	6.3587
	Total	75	5.8362	.89050	.10283	5.6313	6.0411

**Πίνακας Δ.9.1** Περιγραφικά στατιστικά διαστάσεων ποιότητας και ικανοποίησης σε σχέση με τα χρόνια απασχόλησης των εκπαιδευτικών

**Test of Homogeneity of Variances**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Υλικά στοιχεία	1.666	2	72	.196
Αξιοπιστία	.678	2	72	.511
Ανταπόκριση	3.063	2	71	.053
Ασφάλεια	.467	2	71	.629
Ενσυναίσθηση	.492	2	70	.614
Ικανοποίηση	.207	2	72	.813

**Πίνακας Δ.9.2** Έλεγχος ίσων διακυμάνσεων (Levene's test) για την ανάλυση διακύμανσης (ANOVA)

**ANOVA**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Υλικά στοιχεία	Between Groups	.224	2	.112	.075	.928
	Within Groups	107.487	72	1.493		
	Total	107.712	74			
Αξιοπιστία	Between Groups	.189	2	.094	.058	.943
	Within Groups	116.247	72	1.615		
	Total	116.435	74			
Ανταπόκριση	Between Groups	1.879	2	.940	.766	.469
	Within Groups	87.118	71	1.227		
	Total	88.997	73			
Ασφάλεια	Between Groups	.242	2	.121	.081	.922
	Within Groups	105.800	71	1.490		
	Total	106.041	73			
Ενσυναίσθηση	Between Groups	.276	2	.138	.054	.947
	Within Groups	177.845	70	2.541		
	Total	178.121	72			
Ικανοποίηση	Between Groups	.485	2	.242	.300	.742
	Within Groups	58.196	72	.808		
	Total	58.681	74			

**Πίνακας Δ.9.3** Ανάλυσης διακύμανσης (One - Way ANOVA)



# Βιβλιογραφία

Arambewela, R. & Hall, J. (2006) "A Comparative Analysis of International Education Satisfaction Using Servqual", *Journal of Services Research*, Vol. 6, 141-163.

Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1997) "Listening to the Customer – The Concept of a Service-Quality Information System", *Sloan Management Review*, Spring, 65-76.

Comm, C. L. & Mathaisel, D. F. X. (2000) "Assessing Employee Satisfaction in Service firms: An Example in Higher Education", *The Journal of Business and Economic Studies*, Vol. 6:1, 43-53.

Crawford, D. K., Bodine, R. J. & Hoglund, R. G. (1993) *The School for Quality Learning. Managing the School and Classroom the Deming Way*, Champaign: Research Press.

Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1994) "SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 58, 125-131.

Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992) "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56 (July), 55-68.

Γούναρης, Σ. (2003) *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών*, Αθήνα: Rosili.

Deming, W. E. (1986) *Out of the Crisis*. Cambridge, MA: MIT Center for Advanced Engineering study.

Δαφέρμος, Β. (2005) *Κοινωνική Στατιστική με το SPSS*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ζήτη.

Επιτροπή Εκπαιδευτικής Μεταρρύθμισης (2004) *Δημοκρατική και Ανθρώπινη Παιδεία στην Ευρωπαϊκή Πολιτεία – Προοπτικές ανασυγκρότησης και εκσυγχρονισμού*, Μελέτη/Έκθεση, Λευκωσία: ΥΠΠ, σελ. 255-256.

Fargas Malet, M., McSherry, D., Larkin, E. & Robinson, C. (2010) "Research with children: methodological issues and innovative techniques", *Journal of Early Childhood Research*, 8(2), 175-192.

Field, A. (2016) *Η Διερεύνηση της Στατιστικής με τη χρήση του SPSS της IBM*, Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

Grigoroudis, E. & Siskos, Y. (2010) *Customer Satisfaction Evaluation. Methods for Measuring and Implementing Service Quality*, New York: Springer.

Hallowell, R., Schlesinger, L. A. & Zornitsky, J. (1996) "Internal Service Quality, Customer and Job Satisfaction: Linkages and Implications for Management", *Human Resource Planning*, Vol. 19, Issue 2, 20-31.

Hampton, G. M. (1993) "Gap Analysis of College Students' Satisfaction as a Measure of Professional Service Quality", *Journal of Professional Services Marketing*, 9:1, 37-45.

Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E. Jr & Schlesinger, L. A. (1994) "Putting the service-profit chain to work", *Harvard Business Review*, March-April, 165-174.

Jun, M. & Cai, S. (2010) "Examining the relationships between internal service quality and its dimensions, and internal customer satisfaction", *Total Quality Management*, Vol. 21, No. 2, 205-223.

Juran, J. M. (1993) "Made in U.S.A.: A Renaissance in Quality", *Harvard Business Review*, (July-August) 42-50.

Kotler, Ph. & Keller, k. (2010) *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ* (12<sup>η</sup> Αμερικανική έκδοση), Αθήνα: Κλειδάριθμος.

Kotler, Ph. (2000) *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ. Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος* (9<sup>η</sup> Έκδοση), Αθήνα: Interbooks.

Kotler, Ph. & Fox, K. (1995) *Strategic Marketing for Educational Institutions*, New Jersey: Prentice Hall.

Κατσιάνη, Α. και Γεωργιάδης, Π. (2015) *Αξιολόγηση του Μουσικού Σχολείου*, Αξιολόγηση Τοπικών Ερευνητικών Προγραμμάτων, Κέντρο Εκπαιδευτικής Έρευνας και Αξιολόγησης ΥΠΠ.

[http://www.pi.ac.cy/pi/files/keea/pdf/perilipsi\\_mousiko\\_sxoleio2015.pdf](http://www.pi.ac.cy/pi/files/keea/pdf/perilipsi_mousiko_sxoleio2015.pdf), [πρόσβαση 15.01.2018].

Lovelock, C. H. (1983) "Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights", *Journal of Marketing*, Vol. 47, N. 3, (Summer) 9-22.

Μάλλιαρης, Π. (2012) *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Neave, G. (2006) "Education and Social Policy: demise of an ethic or change of values?", *Oxford Review of Education*, 14:3, 273-283.

Νόβα – Καλτσούνι, Χ. (2006) *Μεθοδολογία Εμπειρικής Έρευνας στις Κοινωνικές Επιστήμες*, Αθήνα: Gutenberg.

Neill, S. J. (2005) "Research with children: a critical review of the guidelines", *Journal of Child Health Care*, Vol. 9(1), 46-58.

Oliver, R. (1981) "Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings", *Journal of Retailing*, Vol. 57, N. 3, (Fall) 25-48.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988) "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, N. 1, (Spring) 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985) "Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 49, (Fall) 41-50.

Παγανός, Η. (1998) *Εκπαιδευτικά Ιδρύματα & Μάρκετινγκ*, Αθήνα: Leader Books A.E.

Παιδαγωγικό Ινστιτούτο Κύπρου n.d., *Κέντρο Εκπαιδευτικής Έρευνας και Αξιολόγησης*, <http://www.pi.ac.cy/keea>, [πρόσβαση 13.12.2017]

Πασιαρδής, Π. (2004) *Εκπαιδευτική Ηγεσία. Από την περίοδο της ευμενούς αδιαφορίας στη σύγχρονη εποχή*, Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.

Sahney, S., Banwet, D. K. & Karunes, S. (2006) "An Integrated Framework for Quality in Education: Application of Quality Function Deployment, Interpretive Structural Modelling and Path Analysis", *Total Quality Management*, Vol. 17, No. 2, 265-285.

Σταθακόπουλος, Β. (2005) *Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Τζωρτζάκης, Κ. Μ. και Τζωρτζάκη, Α. Κ. (2002) *Αρχές Μάρκετινγκ. Η Ελληνική Προσέγγιση*, Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.

Τόκας, Δ. (2007) «Η πρόκληση αναβάθμισης της ποιότητας της παρεχόμενης εκπαίδευσης στο δημόσιο Δημοτικό Σχολείο, χρησιμοποιώντας στρατηγικές του Μάρκετινγκ στην εκπαίδευση», *Η Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση και οι Προκλήσεις της Εποχής μας - Πρακτικά Συνεδρίου*, 17-20 Μαΐου 2007, <http://conf2007.edu.uoi.gr/Praktika/49-97.pdf>, [πρόσβαση 28.10.2017].

Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού (2017) *Μάθημα Μουσικής Μέσης Εκπαίδευσης – Αναλυτικό Πρόγραμμα*,

<http://mousm.schools.ac.cy/index.php/el/mousiki/analytiko-programma> [πρόσβαση 4.11.2017].

Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού (2016α) *Αγορά Υπηρεσιών από Εκπαιδευτές για διδασκαλία στα Μουσικά Σχολεία του ΥΠΠ*,

<http://enimerosi.moec.gov.cy/archeia/1/ypp4224b>, [πρόσβαση 4.11.2017].

Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού (2016β) *Μάθημα Μουσικής Μέσης Εκπαίδευσης – Μουσικά Σχολεία*, <http://mousm.schools.ac.cy/index.php/el/mousika-scholeia> [πρόσβαση 4.11.2017].

Ζαβλανός, Μ. Μ. (2006) *Η Ποιότητα στις Παρεχόμενες Υπηρεσίες και τα Προϊόντα*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Ζαβλανός, Μ. Μ. (2003) *Η Ολική Ποιότητα στην Εκπαίδευση*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.