



«Σχολή: Κοινωνικών Επιστημών»

«Πρόγραμμα Σπουδών: Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων»

Διπλωματική Εργασία

«Ανάλυση της Τουριστικής Εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης: Ο ρόλος της
συναισθηματικής εμπλοκής, της βιωματικής μάθησης και της ψηφιακής
τεχνολογίας στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών και η συμβολή
του καταστήματος ενθυμημάτων ως προέκταση της εμπειρίας του
επισκέπτη»

«Μαρία Αγγελάκη»

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: «Ευαγγελία Κασσιμάτη»

Ηράκλειο, Μάιος 2026

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της φοιτήτριας Μαρίας Αγγελάκη που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



«Ανάλυση της Τουριστικής Εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης: Ο ρόλος της
συναισθηματικής εμπλοκής, της βιωματικής μάθησης και της ψηφιακής
τεχνολογίας στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών και η συμβολή
του καταστήματος ενθυμημάτων ως προέκταση της εμπειρίας του
επισκέπτη»

«Μαρία Αγγελάκη»

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

«Ευαγγελία Κασιμάτη»

«Καθηγήτρια ΣΕΠ-ΕΑΠ»

Συν-Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

«Παναγιώτα Διονυσοπούλου»

«Καθηγήτρια ΣΕΠ-ΕΑΠ»

Ηράκλειο, Μάιος 2026

«Ευχαριστίες ή Αφιέρωση»

Με την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας, θα ήθελα να εκφράσω την ειλικρινή μου εκτίμηση σε όλους όσους συνέβαλαν, με διαφορετικό τρόπο ο καθένας, στην πραγματοποίηση αυτής της προσπάθειας.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου για την καθοδήγηση, την υποστήριξη και τις πολύτιμες παρατηρήσεις της καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της παρούσας εργασίας. Ευχαριστίες οφείλω επίσης στη β' επιβλέπουσα καθηγήτρια για τη συμβολή της, τις χρήσιμες παρατηρήσεις και την υποστήριξή της κατά την ολοκλήρωση της εργασίας και την τελική παρουσίασή της.

Ιδιαίτερη εκτίμηση οφείλω στη διοίκηση, στους υπευθύνους και στο προσωπικό του Ενυδρείου Κρήτης για τη συνεργασία, τη στήριξη και τη διευκόλυνση της ερευνητικής διαδικασίας, καθώς και για την προθυμία τους να συμβάλουν ουσιαστικά στην υλοποίηση της έρευνας. Θερμές ευχαριστίες απευθύνω επίσης στους εργαζομένους που συμμετείχαν στο ποιοτικό σκέλος της έρευνας, καθώς και στους επισκέπτες που αφιέρωσαν χρόνο για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, συμβάλλοντας καθοριστικά στη συλλογή των απαραίτητων δεδομένων.

Τέλος, από καρδιάς, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου προς την οικογένειά μου για την αμέριστη υποστήριξη, την υπομονή και την κατανόηση που μου πρόσφεραν καθ' όλη τη διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών, ιδιαίτερα για το χρόνο που αφιερώθηκε στην επίτευξη αυτού του στόχου και την αναπόφευκτη απομάκρυνσή μου από πτυχές της καθημερινότητάς μας. Ξεχωριστή αναφορά αξίζει στον σύζυγό μου, για τη διαρκή στήριξη, την κατανόηση και την ενθάρρυνσή του, καθώς και στο παιδί μου, που αποτέλεσε καθημερινή πηγή δύναμης, έμπνευσης και υπενθύμιση του λόγου για τον οποίο άξιζε αυτή η προσπάθεια.

Η παρούσα εργασία δεν θα μπορούσε να ολοκληρωθεί χωρίς τη συμβολή όλων των παραπάνω.

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά την τουριστική εμπειρία των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης, εστιάζοντας στους παράγοντες που συμβάλλουν στη διαμόρφωση μιας αξιομνημόνευτης εμπειρίας, όπως η συναισθηματική εμπλοκή, η βιωματική μάθηση, η αξιοποίηση της ψηφιακής τεχνολογίας, ο ρόλος του καταστήματος ενθουσιάζων και η μετα-επισκεπτική διάσταση της εμπειρίας. Η έρευνα εντάσσεται στο ευρύτερο πεδίο του εμπειρικού τουρισμού και της εμπειρικής οικονομίας, εξετάζοντας τον τρόπο με τον οποίο χώροι άτυπης μάθησης και περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης μπορούν να λειτουργήσουν ως σύγχρονοι τουριστικοί προορισμοί εμπειρίας.

Για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας υιοθετήθηκε μικτή μεθοδολογική προσέγγιση (mixed methods approach), συνδυάζοντας ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα. Το ποσοτικό σκέλος βασίστηκε σε δομημένο ερωτηματολόγιο που διανεμήθηκε σε επισκέπτες του Ενυδρείου Κρήτης μέσω της πλατφόρμας Google Forms, με τελικό δείγμα 225 συμμετεχόντων. Το ποιοτικό σκέλος περιλάμβανε ημιδομημένο ποιοτικό ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου, το οποίο συμπληρώθηκε από επτά εργαζομένους του οργανισμού από διαφορετικά λειτουργικά τμήματα. Η ανάλυση των ποσοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS μέσω περιγραφικής στατιστικής και ελέγχου αξιοπιστίας, ενώ τα ποιοτικά δεδομένα αναλύθηκαν με τη μέθοδο της θεματικής ανάλυσης.

Τα ευρήματα της έρευνας ανέδειξαν ότι η συνολική εμπειρία των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης αξιολογείται ιδιαίτερα θετικά. Η συναισθηματική εμπλοκή και η αξιομνημόνευτη εμπειρία εμφανίστηκαν σε υψηλά επίπεδα, υποδηλώνοντας ότι οι επισκέπτες βιώνουν την επίσκεψη ως εμπειρία με προσωπική σημασία, θετικά συναισθήματα και έντονες αναμνήσεις. Παράλληλα, ιδιαίτερα σημαντική αναδείχθηκε η μαθησιακή και βιωματική διάσταση της εμπειρίας, καθώς οι επισκέπτες αναγνώρισαν τη συμβολή του οργανισμού στην απόκτηση γνώσεων και στην ενίσχυση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Η ψηφιακή τεχνολογία αξιολογήθηκε θετικά ως εργαλείο εμπλουτισμού της εμπειρίας, χωρίς ωστόσο να αποτελεί τον κυρίαρχο παράγοντα διαμόρφωσής της. Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι το κατάστημα ενθουσιάζων λειτουργεί ως στοιχείο διατήρησης της εμπειρίας και ενίσχυσης της μετα-επισκεπτικής μνήμης, ενώ οι υψηλές προθέσεις επανεπίσκεψης και σύστασης καταδεικνύουν ισχυρή μετα-επισκεπτική συμπεριφορική συνέχεια.

Η παρούσα μελέτη συμβάλλει στην κατανόηση της τουριστικής εμπειρίας σε περιβάλλοντα άτυπης μάθησης και περιβαλλοντικού τουρισμού, προσφέροντας τόσο

θεωρητική όσο και πρακτική αξία για τον σχεδιασμό εμπειριών επισκεπτών σε αντίστοιχους οργανισμούς.

Λέξεις – Κλειδιά

Τουριστική Εμπειρία - Αξιομνημόνευτη Τουριστική Εμπειρία (ΜΤΕ) – Βιωματική Μάθηση – Άτυπη Μάθηση – Συναισθηματική Εμπλοκή – Ψηφιακός Μετασχηματισμός στον Τουρισμό – Καταναλωτική Συμπεριφορά Επισκεπτών – Ενυδρείο Κρήτης (Cretaquarium)

«Analysis of the Tourist Experience at Cretaquarium:

The Role of Emotional Engagement, Experiential Learning, and Digital
Technology in Shaping Memorable Experiences, and the Contribution of
the Souvenir Shop as an Extension of the Visitor Experience»

«Maria Angelaki»

Abstract

This dissertation explores the tourism experience of visitors at Cretaquarium, focusing on the factors that contribute to the formation of a memorable visitor experience, including emotional engagement, experiential learning, the role of digital technology, the contribution of the souvenir shop, and the post-visit dimension of the experience. The study is situated within the broader fields of experiential tourism and the experience economy, examining how informal learning and environmental awareness spaces can function as contemporary tourism experience destinations.

To achieve the objectives of the study, a mixed methods approach was adopted, combining quantitative and qualitative data. The quantitative component was based on a structured questionnaire distributed to visitors of Cretaquarium through Google Forms, resulting in a final sample of 225 participants. The qualitative component involved a semi-structured open-ended qualitative questionnaire completed by seven employees from different operational departments of the organization. Quantitative data were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) through descriptive statistical analysis and reliability testing, while qualitative data were examined using thematic analysis.

The findings revealed that the overall visitor experience at Cretaquarium is evaluated highly positively. Emotional engagement and memorable tourism experience indicators were found at high levels, suggesting that visitors perceive their visit as personally meaningful, emotionally positive, and associated with strong memories. At the same time, the educational and experiential dimensions of the visit emerged as particularly significant, as visitors recognized the organization's contribution to knowledge acquisition and environmental awareness. Digital technology was evaluated positively as a supportive tool for enriching the visitor experience, although it did not emerge as the dominant factor shaping the overall experience. In addition, the souvenir shop was found to function as an extension of the experience, supporting memory retention and post-visit emotional continuity, while strong intentions for revisit and recommendation indicated a clear post-visit behavioral continuation.

This study contributes to the understanding of tourism experiences within informal learning and environmental tourism contexts, offering both theoretical and practical insights for the design and management of visitor experiences in similar organizations.

Keywords

Tourist Experience – Memorable Tourism Experiences (MTEs) – Experiential Learning – Informal Learning Emotional– Engagement – Digital Transformation in Tourism – Visitor Consumer Behavior – Cretaquarium (Crete Aquarium)

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	5
Λέξεις – Κλειδιά.....	6
Abstract	8
Keywords.....	9
Κατάλογος Εικόνων / Διαγραμμάτων.....	14
Κατάλογος Πινάκων.....	15
Συνοπτομογραφίες & Ακρωνύμια	16
Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή	17
1.1 Εισαγωγικές πληροφορίες – Υπόβαθρο της έρευνας	17
1.2 Προβληματική της έρευνας (Research problem) – Ερευνητικό κενό	18
1.3 Σημαντικότητα και καινοτομία της έρευνας	19
Α) Ακαδημαϊκή συμβολή	20
Β) Πρακτική αξία.....	20
Γ) Καινοτομία της έρευνας.....	21
1.4 Ερευνητικός σκοπός και στόχοι της έρευνας	21
1.5 Ερευνητικά ερωτήματα	22
1.6 Δομή της διπλωματικής εργασίας	23
Κεφάλαιο 2:Θεωρητικό Υπόβαθρο.....	24
2.1 Η έννοια της Τουριστικής Εμπειρίας	24
2.1.1 Ορισμός και έννοια.....	25
2.1.2 Διαστάσεις της τουριστικής εμπειρίας	26
2.1.3 Σχέση της τουριστικής εμπειρίας με τη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών και μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις.....	27
2.1.4 Εμπειρικές μελέτες σε μουσεία, ενυδρεία και πολιτιστικούς χώρους.....	28
Συμπερασματική παρατήρηση	29
2.2 Μοντέλα Ανάλυσης της Τουριστικής Εμπειρίας.....	29
2.2.1 Το μοντέλο Experience Economy και το 4E Framework.....	30
2.2.2 Μοντέλα Αξιομνημόνευτων Τουριστικών Εμπειριών.....	31
2.2.3 Συμμετοχή και Co-Creation της Εμπειρίας	32
2.2.4 Εμπειρικές εφαρμογές και αναφορές	32
2.3 Συναισθηματική Εμπλοκή στον Τουρισμό.....	35
2.3.1 Ορισμός και θεωρητικό πλαίσιο.....	35

2.3.2 Συναισθηματική συμμετοχή και αλληλεπίδραση με το περιβάλλον	36
2.3.3 Σύνδεση της συναισθηματικής εμπλοκής με τη μνήμη της εμπειρίας και τις μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις	36
2.3.4 Εμπειρικές εφαρμογές σε ενυδρεία και μουσεία	36
2.3.5 Σύνδεση με σχεδιασμό εμπειρίας	37
2.4 Βιωματική Μάθηση και Περιβαλλοντική Εκπαίδευση	37
2.4.1 Θεωρία Kolb και εφαρμογή σε τουριστικά πλαίσια	38
2.4.2 Βιωματική μάθηση σε μουσεία, ενυδρεία και περιβαλλοντικά κέντρα	39
2.4.3 Σύνδεση της βιωματικής μάθησης με τη συναισθηματική εμπλοκή και τη μνήμη της εμπειρίας	40
2.4.4 Επιπτώσεις στη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών	40
2.4.5 Σύνδεση με το σχεδιασμό εμπειρίας	40
2.5 Ρόλος Ψηφιακής Τεχνολογίας στην Εμπειρία Επισκεπτών	41
2.5.1 Ψηφιακά εργαλεία και εφαρμογές	41
2.5.2 Επίδραση στη μάθηση, συμμετοχή και αισθητηριακή εμπειρία	42
2.5.3 Ψηφιακή μετα-εμπειρία και κοινοποίηση περιεχομένου	42
2.5.4 Στρατηγικές ενσωμάτωσης ψηφιακής τεχνολογίας στην εμπειρία	43
2.5.5 Συμπεράσματα για τον ρόλο της ψηφιακής τεχνολογίας	43
2.6 Καταναλωτική Συμπεριφορά και ο ρόλος των Σουβενίρ	44
2.7 Ψηφιακή Κοινοποίηση Εμπειριών και Συμμετοχή Χρηστών	45
2.8 Μνημονικές και Αξιομνημόνευτες Εμπειρίες	46
Κεφάλαιο 3: Μεθοδολογία Έρευνας	48
3.1 Ερευνητική Προσέγγιση και Στρατηγική	48
3.2 Επιλογή Περίπτωσης: Ενυδρείο Κρήτης	49
3.3 Μέθοδοι Συλλογής Δεδομένων (Ποσοτικές- Ποιοτικές)	51
3.3.1 Ποσοτική Προσέγγιση	51
3.3.2 Ποιοτική Προσέγγιση	52
3.4 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου και Ποιοτικού Εργαλείου	53
3.4.1 Ερωτηματολόγιο	54
3.4.2 Ημιδομημένου Ποιοτικού Ερωτηματολογίου Ανοικτού Τύπου (Ποιοτική Προσέγγιση)	56
3.5 Δείγμα και Διαδικασία Δειγματοληψίας	57
Ποσοτικό δείγμα	57

Ποιοτικό δείγμα	58
3.6 Μέθοδοι Ανάλυσης Ποσοτικών και Ποιοτικών Δεδομένων	59
Ποσοτική ανάλυση δεδομένων	59
Ποιοτική ανάλυση δεδομένων	59
Τριγωνοποίηση δεδομένων	60
3.7 Ηθικά Ζητήματα της έρευνας.....	60
3.8 Περιορισμοί της έρευνας.....	61
Κεφάλαιο 4: Παρουσίαση και Ανάλυση Αποτελεσμάτων.....	63
4.1 Προφίλ Επισκεπτών	63
4.1.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά επισκεπτών.....	63
4.1.2 Ταξιδιωτικό και επισκεπτικό προφίλ.....	66
4.2 Συναισθηματική Εμπλοκή και Αξιομνημόνευτη Εμπειρία	71
4.2.1 Περιγραφική ανάλυση συναισθηματικής εμπλοκής.....	71
4.2.2 Περιγραφική ανάλυση αξιομνημόνευτης εμπειρίας.....	72
4.3 Βιωματική Μάθηση και Ψηφιακή Εμπειρία.....	73
4.3.1 Βιωματική μάθηση	74
4.3.2 Ψηφιακή εμπειρία και χρήση τεχνολογίας	75
4.4 Αξιολόγηση Υπηρεσιών, Υποδομών και Συνολικής Εμπειρίας.....	76
4.4.1 Αξιολόγηση επιμέρους υπηρεσιών και υποδομών	76
4.4.2 Συνολική ερμηνεία	78
4.5 Ο Ρόλος του Καταστήματος Ενθυμημάτων	79
4.5.1 Επισκεψιμότητα καταστήματος.....	79
4.5.2 Αντίληψη του ρόλου του καταστήματος στην εμπειρία.....	80
4.6 Μετα-Εμπειρία, Πρόθεση Επανεπίσκεψης και Ψηφιακή Κοινοποίηση.....	81
4.6.1 Πρόθεση επανεπίσκεψης και σύστασης.....	81
4.6.2 Ψηφιακή διάχυση και μετα-εμπειρία.....	82
4.7 Ποιοτική Ανάλυση Ευρημάτων από το Προσωπικό	83
4.7.1 Αντίληψη του προσωπικού για τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών.....	84
4.7.2 Βιωματική μάθηση και ρόλος ψηφιακών τεχνολογιών	85
4.7.3 Ο ρόλος του καταστήματος και η μετα-εμπειρική προέκταση της εμπειρίας	87
4.7.4 Αντιλήψεις του προσωπικού για λειτουργικές προκλήσεις και δυνατότητα ενίσχυσης της εμπειρίας	88

4.7.5 Συνολική σύνθεση ποιοτικών ευρημάτων	90
Κεφάλαιο 5: Συμπεράσματα και προτάσεις	92
5.1 Κύρια Συμπεράσματα της Έρευνας.....	92
5.2 Συσχέτιση Ευρημάτων με το Θεωρητικό Πλαίσιο	94
5.3 Κριτική Επισκόπηση των Αποτελεσμάτων	96
5.4 Προτάσεις για το Ενυδρείο Κρήτης: Στρατηγικές Βελτίωσης Εμπειρίας και Ψηφιακής Εμπλοκής.....	97
5.5 Προτάσεις Μελλοντικής Έρευνας και Αδυναμίες Μελέτης	100
Βιβλιογραφικές Αναφορές	102
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία	102
Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία	104
Παραρτήματα	105
Παράρτημα Α: « Ποσοτικό Ερευνητικό Εργαλείο – Ελληνική Έκδοση».....	105
Παράρτημα Β: « Ποσοτικό Ερευνητικό Εργαλείο – Αγγλική Έκδοση».....	112
Παράρτημα Γ: « Ποιοτικό Ερευνητικό Εργαλείο – Ημιδομημένο ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου προσωπικού».....	119
Παράρτημα Δ: « Υποστηρικτικό Υλικό Συλλογής Δεδομένων »	124
Δ1. Αφίσα συμμετοχής στο ερωτηματολόγιο.....	124
Δ2. QR invitation card.....	124

Κατάλογος Εικόνων / Διαγραμμάτων

<u>Εικόνα 1 Το λογότυπο του ΕΑΠ, σε έγχρωμη έκδοση.....</u>	<u>1</u>
<u>Διάγραμμα 4.1 Κατανομή επισκεπτών ως προς το φύλο.....</u>	<u>61</u>
<u>Διάγραμμα 4.2 Κατανομή επισκεπτών ως προς την ηλικιακή ομάδα.....</u>	<u>62</u>
<u>Διάγραμμα 4.3 Τρόπος προσέλευσης επισκεπτών.....</u>	<u>64</u>
<u>Διάγραμμα 4.4 Σύνθεση ομάδας επίσκεψης.....</u>	<u>66</u>
<u>Διάγραμμα 4.5 Πηγές ενημέρωσης για το Ενυδρείο Κρήτης.....</u>	<u>68</u>
<u>Διάγραμμα 4.6 Κατάταξη υπηρεσιών και υποδομών βάσει μέσου όρου αξιολόγησης.....</u>	<u>76</u>
<u>Διάγραμμα 4.7 Επισκεψιμότητα καταστήματος ενθυμημάτων.....</u>	<u>77</u>
<u>Διάγραμμα 4.8 Σύγκριση συμπεριφορικών προθέσεων μετά την επίσκεψη.....</u>	<u>81</u>

Κατάλογος Πινάκων

<u>Πίνακας 2.1 Επίπεδα εμπλοκής τουριστικής εμπειρίας.....</u>	<u>25</u>
<u>Πίνακας 2.2 Παράμετροι επίδρασης τουριστικής εμπειρίας.....</u>	<u>27</u>
<u>Πίνακας 2.3 Εμπειρικές μελέτες σε διάφορους χώρους που υπογραμμίζουν την πολυδιάστατη φύση της τουριστικής εμπειρίας.....</u>	<u>29</u>
<u>Πίνακας 2.4 Σύνοψη μοντέλων ανάλυσης της τουριστικής εμπειρίας και εμπειρικών εφαρμογών.....</u>	<u>35</u>
<u>Πίνακας 2.5 Στάδια διαδικασίας μάθησης του Kolb.....</u>	<u>42</u>
<u>Πίνακας 4.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά δείγματος.....</u>	<u>61</u>
<u>Πίνακας 4.2 Χαρακτηριστικά επίσκεψης και ταξιδιωτικής συμπεριφοράς.....</u>	<u>63</u>
<u>Πίνακας 4.3 Σύνθεση ομάδας επίσκεψης.....</u>	<u>65</u>
<u>Πίνακας 4.4 Πηγές ενημέρωσης για το Ενυδρείο Κρήτης.....</u>	<u>67</u>
<u>Πίνακας 4.5 Περιγραφικά στατιστικά συναισθηματικής εμπλοκής.....</u>	<u>68</u>
<u>Πίνακας 4.6 Περιγραφικά στατιστικά αξιομνημόνευτης εμπειρίας.....</u>	<u>69</u>
<u>Πίνακας 4.7 Περιγραφικά στατιστικά βιωματικής μάθησης.....</u>	<u>71</u>
<u>Πίνακας 4.8 Περιγραφικά στατιστικά ψηφιακής εμπειρίας.....</u>	<u>72</u>
<u>Πίνακας 4.9 Αξιολόγηση υπηρεσιών και υποδομών.....</u>	<u>74</u>
<u>Πίνακας 4.10 Επισκεψιμότητα καταστήματος ενθυμημάτων.....</u>	<u>76</u>
<u>Πίνακας 4.11 Ο ρόλος του καταστήματος ενθυμημάτων στην εμπειρία.....</u>	<u>77</u>
<u>Πίνακας 4.12 Πρόθεση επανεπίσκεψης και σύστασης.....</u>	<u>79</u>
<u>Πίνακας 4.13 Ψηφιακή διάχυση και μετα-εμπειρία.....</u>	<u>80</u>

Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

MTE –Memorable Tourism Experiences

VR - Virtual Reality

SPSS - Statistical Package for the Social Sciences

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

1.1 Εισαγωγικές πληροφορίες – Υπόβαθρο της έρευνας

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους πλέον δυναμικούς και πολυδιάστατους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας, επηρεάζοντας καθοριστικά την κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική ανάπτυξη των προορισμών (UNWTO, 2023; Τσάρτας et al., 2020; Λάγος, 2018). Στο σύγχρονο περιβάλλον, ο τουρισμός δεν είναι πλέον μια απλή κατανάλωση υπηρεσιών, αλλά μια αναζήτηση ολοκληρωμένων, ολιστικών και βιωματικών εμπειριών που προσφέρουν συναισθηματική εμπλοκή και προσωπική σύνδεση με τον προορισμό (Pine & Gilmore, 2011; Oh et al., 2007). Η τουριστική εμπειρία ως έννοια, αφορά το σύνολο των εντυπώσεων, συναισθημάτων και γνώσεων που αποκτά ο επισκέπτης κατά την αλληλεπίδρασή του με έναν χώρο ή μία δραστηριότητα, και καλύπτει αισθητηριακές, γνωστικές, συναισθηματικές και κοινωνικές διαστάσεις (Tung & Ritchie, 2011).

Ιδιαίτερα οι πολιτιστικοί και εκπαιδευτικοί οργανισμοί, όπως τα ενυδρεία, τα μουσεία και τα κέντρα θαλάσσιας εκπαίδευσης, προσφέρουν μοναδικές ευκαιρίες για τη συνδυαστική ανάπτυξη αναψυχής και μάθησης. Συγκεκριμένα η επίσκεψη σε ενυδρεία συνιστά μια ολοκληρωμένη εμπειρία βιωματικής μάθησης, που δεν περιορίζεται στην απλή παρατήρηση θαλάσσιων οργανισμών. Πρόκειται για εμπειρία που μπορεί να ενισχύσει τις γνώσεις των επισκεπτών για το θαλάσσιο περιβάλλον, να ενεργοποιήσει τη συναισθηματική τους συμμετοχή και να συμβάλει στη διαμόρφωση περιβαλλοντικά υπεύθυνων στάσεων (Falk & Dierking, 2016; Ballantyne et al., 2011). Η συναισθηματική αυτή εμπλοκή αποτελεί κρίσιμο παράγοντα στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών και συνδέεται με θετικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών, όπως η πρόθεση επανεπίσκεψης και σύστασης (Hosany & Gilbert, 2009; Kim et al., 2012).

Παράλληλα, η ψηφιακή τεχνολογία έχει επηρεάσει σημαντικά την εμπειρία του επισκέπτη σε χώρους πολιτισμού και αναψυχής. Διαδραστικές εφαρμογές, πολυμεσικά εργαλεία, επαυξημένη πραγματικότητα και ψηφιακές προβολές ενισχύουν τη μάθηση, προάγουν την ενεργή συμμετοχή και συμβάλλουν στη δημιουργία πιο ελκυστικών και πολυαισθητηριακών εμπειριών (Buhalis & Amaranggana, 2015; Neuhofer et al., 2012). Επιπλέον, τα ψηφιακά μέσα επιτρέπουν τη συνέχιση της εμπειρίας και μετά την επίσκεψη, καθώς οι επισκέπτες μοιράζονται ψηφιακό περιεχόμενο που δημιουργείται από τους ίδιους και ενισχύουν την προβολή του προορισμού μέσα από αυτό (Xiang & Gretzel, 2010).

Μια συχνά υποτιμημένη αλλά σημαντική παράμετρος της συνολικής τουριστικής εμπειρίας είναι η σχέση του επισκέπτη με το κατάστημα ενθυμημάτων. Τα σουβενίρ λειτουργούν ως «φορείς μνήμης» που συμβάλλουν στη διατήρηση και ενίσχυση της συνολικής εμπειρίας, ενώ συνδέονται με μεταγενέστερες συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών (Wilkins, 2010; Littrell et al., 1993). Ταυτόχρονα, η αγορά και η κοινοποίηση των σουβενίρ στα ψηφιακά μέσα ενισχύουν την προβολή του προορισμού, καθιστώντας το κατάστημα ενθυμημάτων σημαντικό κρίκο στη συνολική εμπειρία και στην ψηφιακή τουριστική ταυτότητα.

Στο ελληνικό πλαίσιο και συγκεκριμένα στο περιβάλλον της Κρήτης, το Ενυδρείο Κρήτης αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους οργανισμούς θαλάσσιας εκπαίδευσης, προσελκύοντας πληθώρα επισκεπτών από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Το συγκεκριμένο περιβάλλον συνδυάζει στοιχεία μάθησης, ψυχαγωγίας, τεχνολογικής καινοτομίας και καταναλωτικής αλληλεπίδρασης, καθιστώντας το κατάλληλο πεδίο για τη μελέτη της τουριστικής εμπειρίας. Ωστόσο, παρά την αυξανόμενη σημασία της εμπειριακής προσέγγισης στον τουρισμό, η ακαδημαϊκή βιβλιογραφία δεν έχει εξετάσει επαρκώς τον τρόπο με τον οποίο η συναισθηματική εμπλοκή, η βιωματική μάθηση, η τεχνολογία και το κατάστημα ενθυμημάτων συνδιαμορφώνουν τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών σε ενυδρεία, ιδιαίτερα στο ελληνικό περιβάλλον. Η παρούσα μελέτη έρχεται να καλύψει αυτό το κενό, αναλύοντας τις διαστάσεις της τουριστικής εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης και τον ρόλο που διαδραματίζουν οι παραπάνω παράγοντες στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών (Τσάρτας et al., 2020; Fletcher et al., 2019; Kotler et al., 2019).

1.2 Προβληματική της έρευνας (Research problem) – Ερευνητικό κενό

Παρότι η διεθνής βιβλιογραφία αναγνωρίζει τη σημασία της εμπειρικής κατανάλωσης και των αξιομνημόνευτων εμπειριών στον τουρισμό, παραμένουν σημαντικά κενά αναφορικά με το πώς συνδυάζονται οι συναισθηματικές, γνωστικές, τεχνολογικές και καταναλωτικές πτυχές της εμπειρίας σε εκπαιδευτικούς και πολιτιστικούς χώρους, όπως τα ενυδρεία. Ειδικότερα, η διερεύνηση της αλληλεπίδρασης ανάμεσα στη συναισθηματική εμπλοκή, τη βιωματική μάθηση, τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών και τον ρόλο του καταστήματος ενθυμημάτων παραμένει περιορισμένη, τόσο στη διεθνή όσο και στην ελληνική βιβλιογραφία (Μυλωνόπουλος, 2021).

Η βιβλιογραφία υποδεικνύει ότι η συναισθηματική εμπλοκή συνδέεται με τη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών και την πρόθεση επανεπίσκεψης (Hosany & Gilbert, 2009; Bigné et al., 2005). Ωστόσο, λίγες μελέτες έχουν εξετάσει αυτή τη διάσταση σε ενυδρεία, ιδιαίτερα σε συνδυασμό με εκπαιδευτικές και τεχνολογικές

εμπειρίες. Η βιωματική μάθηση, η οποία βασίζεται στη θεωρία του Kolb (1984), αποτελεί καθοριστικό στοιχείο της εκπαιδευτικής εμπειρίας, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της γνώσης, της περιβαλλοντικής ενσυναίσθησης και της θετικής συμπεριφοράς των επισκεπτών (Kolb, 1984; Ballantyne et al., 2011). Παρ' όλα αυτά, η εφαρμογή της σε τουριστικά πλαίσια και η σύνδεσή της με τη συναισθηματική και τεχνολογική διάσταση της εμπειρίας παραμένει υποδιερευνημένη, ιδίως στην Ελλάδα.

Παράλληλα, ενώ η ψηφιακή τεχνολογία έχει ενισχύσει την αλληλεπίδραση και τη συμμετοχικότητα των επισκεπτών, η βιβλιογραφία εξακολουθεί να διερευνά τον βαθμό στον οποίο οι ψηφιακές εφαρμογές συμβάλλουν στη δημιουργία μνημονικών εμπειριών και στην ενίσχυση της μετα-εμπειρίας μέσω της κοινοποίησης περιεχομένου (Jungetal., 2015). Οι τρόποι με τους οποίους οι τεχνολογικές καινοτομίες επηρεάζουν τόσο τη συναισθηματική όσο και τη γνωστική διάσταση της εμπειρίας συνιστούν ακόμη ανοιχτό ερευνητικό πεδίο.

Επιπλέον, παρότι τα σουβενίρ θεωρούνται φορείς μνήμης και ενίσχυσης της εμπειρίας και συμβάλλουν στη διατήρηση της εμπειρίας στην μνήμη των επισκεπτών (Swanson & Timothy, 2012; Littrell et al., 1993), οι μελέτες που διερευνούν τον ρόλο τους στη διαμόρφωση της ψηφιακής τουριστικής προβολής και στη μεταγενέστερη συμπεριφορά των επισκεπτών, παραμένουν περιορισμένες. Η σύνδεση της αγοράς σουβενίρ με τη συναισθηματική εμπλοκή, την ενίσχυση της μνήμης και την παραγωγή ψηφιακού περιεχομένου παραμένει σχετικά περιορισμένα διερευνημένη (Wilkins, 2010).

Συνολικά, αναδύεται ένα σημαντικό ερευνητικό κενό: η ανάγκη για μία ολοκληρωμένη προσέγγιση που να εξετάζει πώς οι συναισθηματικές, βιωματικές, τεχνολογικές και καταναλωτικές διαστάσεις συνδυάζονται και αλληλοεπιδρούν στη διαμόρφωση της εμπειρίας των επισκεπτών ενός ενυδρείου. Η περίπτωση του Ενυδρείου Κρήτης προσφέρει ένα κατάλληλο πεδίο για την κάλυψη αυτού του κενού, επιτρέποντας την ανάλυση των παραπάνω παραγόντων σε πραγματικό περιβάλλον εκπαιδευτικού και πολιτιστικού τουρισμού.

1.3 Σημαντικότητα και καινοτομία της έρευνας

Η παρούσα μελέτη παρουσιάζει ακαδημαϊκή, πρακτική και καινοτομική σημασία, καθώς προσεγγίζει την τουριστική εμπειρία ως ένα σύνθετο και πολυδιάστατο φαινόμενο που διαμορφώνεται από συναισθηματικούς, γνωστικούς, τεχνολογικούς και καταναλωτικούς παράγοντες (Fletcher et al., 2019; Kotler et al., 2019; Τσάρτας et al., 2020).

A) Ακαδημαϊκή συμβολή

Σε ακαδημαϊκό επίπεδο, η έρευνα συνδυάζει τέσσερις βασικές διαστάσεις που συχνά εξετάζονται μεμονωμένα στη βιβλιογραφία:

- τη συναισθηματική εμπλοκή,
- τη βιωματική μάθηση,
- τη χρήση ψηφιακής τεχνολογίας,
- και την καταναλωτική συμπεριφορά του επισκέπτη στο πλαίσιο του καταστήματος ενθυμημάτων.

Η ολοκληρωμένη αυτή θεώρηση ανταποκρίνεται στις σύγχρονες θεωρητικές προσεγγίσεις της βιβλιογραφίας, που αντιλαμβάνονται την τουριστική εμπειρία ως ένα ενιαίο και πολυδιάστατο φαινόμενο (Tussyadiah, 2014; Pine & Gilmore, 2011). Με αυτόν τον τρόπο, η παρούσα έρευνα συμβάλλει στην εμπλουτισμένη κατανόηση των εμπειριών σε εκπαιδευτικούς και πολιτιστικούς χώρους, όπου μάθηση, συναίσθημα και τεχνολογία λειτουργούν ταυτόχρονα και αλληλοεπιδρούν (Ballantyne et al., 2011; Bigné et al., 2005).

Έτσι η εργασία συμβάλλει στη θεωρητική κατανόηση της επίδρασης των συναισθηματικών και γνωστικών διεργασιών, στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών (Hosany & Gilbert, 2009), του ρόλου της βιωματικής μάθησης στη δημιουργία θετικών στάσεων και μνήμης, της συμμετοχικής λειτουργίας της ψηφιακής τεχνολογίας, καθώς και της συμβολής των σουβενίρ στη μνήμη και στην ταυτότητα του προορισμού (Swanson & Timothy, 2012).

B) Πρακτική αξία

Η μελέτη έχει ουσιαστική αξία για το Ενυδρείο Κρήτης και άλλους οργανισμούς θαλάσσιας εκπαίδευσης και πολιτισμού, καθώς τα ευρήματα μπορούν να αξιοποιηθούν:

- για τον ανασχεδιασμό και τη βελτιστοποίηση της συνολικής εμπειρίας των επισκεπτών,
- για την ενίσχυση των τεχνολογικών και ψηφιακών εφαρμογών που υποστηρίζουν την εκπαίδευση και τη διαδραστικότητα,
- για τη βελτίωση της λειτουργίας του καταστήματος ενθυμημάτων,
- για την ανάπτυξη στρατηγικών μάρκετινγκ και ψηφιακής τουριστικής προβολής,
- για την καλύτερη κατανόηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, κατά τη διάρκεια της επίσκεψης και των μεταγενέστερων συμπεριφορικών προθέσεων των επισκεπτών.

Η πρακτική αξία της έρευνας καθιστά τη μελέτη ένα χρήσιμο εργαλείο λήψης αποφάσεων για οργανισμούς που επιδιώκουν να ενισχύσουν την εμπειρία, τη συμμετοχικότητα και την ψηφιακή τους παρουσία (Buhalis & Amaranggana, 2015; Kotler et al., 2019; Τσάρτας et al., 2020).

Γ) Καινοτομία της έρευνας

Η καινοτομία της παρούσας μελέτης έγκειται στην ενιαία προσέγγιση τριών διαδοχικών φάσεων της τουριστικής εμπειρίας. Οι φάσεις αυτές έχουν να κάνουν, με την:

1. Επί τόπου εμπειρία: η αλληλεπίδραση του επισκέπτη με τον εκθεσιακό χώρο, τα ερεθίσματα και την εκπαιδευτική διαδικασία.
2. Καταναλωτική εμπειρία: στο κατάστημα ενθουσιάζων: ενίσχυση της εμπειρίας μέσω της επιλογής αντικειμένων-φορέων μνήμης.
3. Μετα-εμπειρία: η συνέχεια της εμπειρίας μέσω ψηφιακής κοινοποίησης, μοιράσματος περιεχομένου και ενίσχυσης της προβολής του προορισμού.

Ο συνδυασμός αυτών των τριών φάσεων αποτελεί μια σχετικά περιορισμένα εξετασμένη διάσταση στην ελληνική βιβλιογραφία, καθώς προσφέρει μια ολοκληρωμένη εικόνα της πορείας του επισκέπτη από την άφιξη έως την ψηφιακή αναπαράσταση της εμπειρίας. Η ολιστική αυτή προσέγγιση είναι κρίσιμη για την κατανόηση της σύγχρονης τουριστικής συμπεριφοράς, η οποία πλέον εκτείνεται πέρα από τον φυσικό χώρο και ενσωματώνει ψηφιακές πρακτικές συμμετοχής και κοινοποίησης (Fletcher et al., 2019; Τσάρτας et al., 2020).

1.4 Ερευνητικός σκοπός και στόχοι της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η διερεύνηση της συνολικής τουριστικής εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης. Στο πλαίσιο αυτό, η μελέτη δίνει ιδιαίτερη έμφαση στις παρακάτω διαστάσεις:

- Τη συναισθηματική εμπλοκή των επισκεπτών και τον ρόλο της στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών και της πρόθεσης επανεπίσκεψης,
- Τη συμβολή της βιωματικής μάθησης στην κατανόηση του θαλάσσιου περιβάλλοντος και στη διαμόρφωση θετικών στάσεων,
- Την επίδραση των ψηφιακών τεχνολογιών στην αλληλεπίδραση, τη συμμετοχή και τον εμπλουτισμό της εμπειρίας,
- Το ρόλο του καταστήματος ενθουσιάζων στην ενίσχυση της μνήμης και στην καταναλωτική συμπεριφορά,

- Τη σύνδεση της επί τόπου εμπειρίας με τη μετα-εμπειρία, ιδιαίτερα μέσα από την ψηφιακή κοινοποίηση περιεχομένου και την ενίσχυση της τουριστικής προβολής.

Για την επίτευξη του σκοπού που διατυπώθηκε παραπάνω, η παρούσα έρευνα διαρθρώνεται γύρω από συγκεκριμένους ερευνητικούς στόχους. Οι στόχοι αυτοί αποσκοπούν στην ανάλυση και κατανόηση των βασικών διαστάσεων της τουριστικής εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης, λαμβάνοντας υπόψη τόσο την επί τόπου εμπειρία όσο και την επίδρασή της στη μετα-εμπειρία των επισκεπτών, συμπεριλαμβανομένης της ψηφιακής προβολής και της καταναλωτικής συμπεριφοράς.

Συγκεκριμένα οι βασικοί ερευνητικοί στόχοι διαμορφώνονται ως εξής:

1. Να διερευνηθεί ο βαθμός και ο ρόλος της **συναισθηματικής εμπλοκής** των επισκεπτών στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων τουριστικών εμπειριών και στην πρόθεση επανεπίσκεψης.
2. Να εξεταστεί η συμβολή της **βιωματικής μάθησης** στη γνώση και κατανόηση του θαλάσσιου περιβάλλοντος, καθώς και στη δημιουργία μνημονικών εμπειριών.
3. Να αξιολογηθεί ο ρόλος των **ψηφιακών τεχνολογιών** στον εμπλουτισμό της εμπειρίας και στην ενεργό συμμετοχή των επισκεπτών.
4. Να αναλυθεί η συμβολή του **καταστήματος ενθουσιάζων** στη διαμόρφωση της εμπειρίας, της μνήμης της επίσκεψης και στην καταναλωτική συμπεριφορά.
5. Να διερευνηθεί η σύνδεση μεταξύ της **επί τόπου εμπειρίας** και της **ψηφιακής τουριστικής προβολής**, μέσω περιεχομένου που δημιουργείται και κοινοποιείται από τους επισκέπτες, καθώς και η σύνδεσή της με μεταγενέστερες συμπεριφορές τους.

Η διερεύνηση πραγματοποιείται μέσω συνδυασμού ποσοτικών και ποιοτικών μεθόδων, περιλαμβάνοντας ερωτηματολόγια επισκεπτών και ημιδομημένο ποιοτικό ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου για εργαζομένους διαφόρων λειτουργικών τμημάτων του Ενυδρείου. Μέσω αυτής της πολυεπίπεδης προσέγγισης, η μελέτη επιδιώκει να παραχθούν ολοκληρωμένα συμπεράσματα για την κατανόηση και πιθανή βελτίωση της εμπειρίας και των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης (Fletcher et al., 2019; Kotler et al., 2019).

1.5 Ερευνητικά ερωτήματα

Με βάση τον σκοπό και τους ερευνητικούς στόχους της έρευνας, όπως αυτοί διατυπώθηκαν στις προηγούμενες ενότητες, η παρούσα έρευνα διαμορφώνει συγκεκριμένα ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία καθοδηγούν τη συστηματική διερεύνηση των βασικών διαστάσεων της τουριστικής εμπειρίας στο Ενυδρείο

Κρήτης. Συγκεκριμένα, εστιάζουν στη συναισθηματική εμπλοκή, τη βιωματική μάθηση, τη χρήση ψηφιακής τεχνολογίας και τον ρόλο του καταστήματος ενθουσιάζων, καθώς και τη σύνδεση της επί τόπου εμπειρίας με τη μετα-εμπειρία και την ψηφιακή κοινοποίηση εμπειριών.

Αναλυτικά, τα ερευνητικά ερωτήματα διαμορφώνονται ως εξής:

1. Ποιος είναι ο βαθμός και ο ρόλος της συναισθηματικής εμπλοκής των επισκεπτών στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων τουριστικών εμπειριών και στην πρόθεση επανεπίσκεψης στο Ενυδρείο Κρήτης;
2. Πώς συμβάλλει η βιωματική μάθηση στη γνώση και κατανόηση του θαλάσσιου περιβάλλοντος και στη δημιουργία μνημονικών εμπειριών για τους επισκέπτες;
3. Με ποιους τρόπους οι ψηφιακές τεχνολογίες συνδέονται με τον εμπλουτισμό της εμπειρίας των επισκεπτών και προάγουν την ενεργό συμμετοχή τους;
4. Ποιος είναι ο ρόλος του καταστήματος ενθουσιάζων στη διαμόρφωση της εμπειρίας, της μνήμης της επίσκεψης και της καταναλωτικής συμπεριφοράς;
5. Πώς συνδέεται η επί τόπου εμπειρία με τη μετα-εμπειρία των επισκεπτών, ιδίως μέσω περιεχομένου που δημιουργείται και κοινοποιείται ψηφιακά, και πώς αυτό συνδέεται με μεταγενέστερες συμπεριφορικές προθέσεις τους;

1.6 Δομή της διπλωματικής εργασίας

Η εργασία αποτελείται από πέντε κεφάλαια, τα οποία διαρθρώνονται ως εξής:

- **Κεφάλαιο 1 – Εισαγωγή:** Παρουσιάζει το υπόβαθρο της έρευνας, τη σημαντικότητά της, τον ερευνητικό σκοπό, τους στόχους, τα ερευνητικά ερωτήματα και τη συνολική δομή της εργασίας.
- **Κεφάλαιο 2 – Θεωρητικό υπόβαθρο:** Αναλύει τη σχετική βιβλιογραφία για την τουριστική εμπειρία, τη συναισθηματική εμπλοκή, τη βιωματική μάθηση, τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών, την καταναλωτική συμπεριφορά και τη συμβολή των σουβενίρ, καθώς και τη θεωρία των αξιομνημόνευτων εμπειριών.
- **Κεφάλαιο 3 – Μεθοδολογία:** Περιγράφει την ερευνητική προσέγγιση, τη στρατηγική, το δείγμα, τα εργαλεία συλλογής δεδομένων και τις μεθόδους ανάλυσης που χρησιμοποιήθηκαν για την επίτευξη των στόχων της έρευνας.
- **Κεφάλαιο 4 – Αποτελέσματα και ανάλυση:** Παρουσιάζει και αναλύει τα αποτελέσματα της έρευνας σε σχέση με τα ερευνητικά ερωτήματα, το θεωρητικό πλαίσιο και τους σκοπούς της μελέτης.
- **Κεφάλαιο 5 – Συμπεράσματα και προτάσεις:** Συνοψίζει τα βασικά ευρήματα, συζητά τη θεωρητική και πρακτική τους συνεισφορά, διατυπώνει

προτάσεις προς το Ενυδρείο Κρήτης και προτείνει κατευθύνσεις για μελλοντική έρευνα.

Η δομή αυτή επιτρέπει στον αναγνώστη να ακολουθήσει μια λογική και συνεκτική ροή, μεταβαίνοντας από τη θεωρητική βάση και την επιστημονική τεκμηρίωση στη μεθοδολογία, στα ευρήματα και στα συμπεράσματα της έρευνας. Με τον τρόπο αυτό προσφέρεται μια ολοκληρωμένη εικόνα της μελέτης και των αποτελεσμάτων της.

Η παρούσα διπλωματική εργασία επιχειρεί να συμβάλει στην επιστημονική μελέτη της τουριστικής εμπειρίας σε χώρους περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, εξετάζοντας το Ενυδρείο Κρήτης ως μελέτη περίπτωσης. Η πρωτοτυπία της έρευνας έγκειται στην ολιστική προσέγγιση της εμπειρίας των επισκεπτών, καθώς συνδυάζει τη διερεύνηση της συναισθηματικής εμπλοκής, της βιωματικής μάθησης, της ψηφιακής τεχνολογίας, του ρόλου του καταστήματος ενθυμημάτων και της μετα-επισκεπτικής συμπεριφοράς μέσα από μικτή ερευνητική μεθοδολογία. Παράλληλα, η εργασία φιλοδοξεί να συμβάλει τόσο στον εμπλουτισμό της σχετικής βιβλιογραφίας όσο και στην παροχή χρήσιμων προτάσεων για τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών σε αντίστοιχους οργανισμούς.

Τα παραπάνω αποτυπώνονται στα ερευνητικά ερωτήματα, που διαμορφώνουν το πλαίσιο της παρούσας μελέτης και καθοδηγούν τη διερεύνηση των βασικών παραγόντων που επηρεάζουν την τουριστική εμπειρία στο Ενυδρείο Κρήτης, δίνοντας έμφαση στη συναισθηματική εμπλοκή, τη βιωματική μάθηση και τη χρήση ψηφιακής τεχνολογίας, τον ρόλο του καταστήματος ενθυμημάτων και τις μεταγενέστερες συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών.

Κεφάλαιο 2:Θεωρητικό Υπόβαθρο

2.1 Η έννοια της Τουριστικής Εμπειρίας

Η έννοια της τουριστικής εμπειρίας αποτελεί κεντρικό άξονα στη σύγχρονη θεωρία του τουρισμού, αντικατοπτρίζοντας τη μετατόπιση από την παραδοσιακή κατανάλωση υπηρεσιών προς την αναζήτηση ολοκληρωμένων, βιωματικών εμπειριών (Pine & Gilmore, 2011). Η τουριστική εμπειρία εστιάζει στην ποιότητα της αλληλεπίδρασης του επισκέπτη με έναν προορισμό ή μια δραστηριότητα και στη δυνατότητα της εμπειρίας να προκαλεί συναισθηματική εμπλοκή, να δημιουργεί αναμνήσεις και να ενισχύει την προσωπική σύνδεση με τον χώρο (Tung & Ritchie, 2011; Wang et al., 2016). Οι εμπειρίες αυτές ενσωματώνουν αισθητηριακές, γνωστικές, συναισθηματικές και κοινωνικές διαστάσεις, διαμορφώνοντας ένα

πολυδιάστατο φαινόμενο που επηρεάζει τη συνολική αντίληψη του επισκέπτη (Arnould & Price, 1993; Bigné et al., 2005).

2.1.1 Ορισμός και έννοια

Στο πλαίσιο αυτό, η τουριστική εμπειρία μπορεί να οριστεί ως το σύνολο των εντυπώσεων, γνώσεων, συναισθημάτων και κοινωνικών αλληλεπιδράσεων που αποκτά ο επισκέπτης κατά την αλληλεπίδρασή του με έναν προορισμό ή μια δραστηριότητα, ενσωματώνοντας αισθητηριακές, γνωστικές, συναισθηματικές και κοινωνικές διαστάσεις (Arnould & Price, 1993; Tung & Ritchie, 2011; Bigné et al., 2005).

Σύμφωνα με τους Tung και Ritchie (2011), η τουριστική εμπειρία είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο που συνδυάζει τόσο υποκειμενικά όσο και αντικειμενικά στοιχεία, καθώς περιλαμβάνει τις αντιλήψεις, τα συναισθήματα, τις προσδοκίες και τη συμπεριφορά των επισκεπτών (Tung & Ritchie, 2011). Οι Pine & Gilmore (2011) υπογραμμίζουν ότι η αξία της εμπειρίας δεν καθορίζεται μόνο από την ποιότητα των υπηρεσιών, αλλά από την ικανότητά της να προκαλεί συναισθηματική εμπλοκή, να δημιουργεί μνήμες και να αφήνει μια προσωπική σφραγίδα στον επισκέπτη. Με άλλα λόγια, η τουριστική εμπειρία αποτελεί μια διαδικασία όπου η συμμετοχή του επισκέπτη και η αλληλεπίδραση με το περιβάλλον διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην τελική αντίληψη της εμπειρίας (Pine & Gilmore, 2011; Hosany & Gilbert, 2009).

Η έννοια αυτή περιλαμβάνει διαφορετικά επίπεδα εμπλοκής, τα οποία φαίνονται στον Πίνακα 2.1. Το πρώτο αφορά την **αρχική αντίληψη του προορισμού** μέσω αισθητηριακών ερεθισμάτων, όπως η όραση, η ακοή και η αφή. Το δεύτερο επίπεδο αναφέρεται στη **γνωστική επεξεργασία** της εμπειρίας, κατά την οποία ο επισκέπτης αποκτά γνώσεις ή ερμηνεύει την εμπειρία μέσα από προσωπικά ή κοινωνικά πλαίσια. Το τρίτο επίπεδο αφορά τη **συναισθηματική εμπλοκή**, η οποία σχετίζεται με θετικά ή αρνητικά συναισθήματα, καθώς και με την αίσθηση της συμμετοχής και της σύνδεσης με τον χώρο ή τη δραστηριότητα. Τέλος, η **κοινωνική διάσταση** περιλαμβάνει τις αλληλεπιδράσεις με άλλους επισκέπτες, προσωπικό ή κοινότητες, που μπορούν να ενισχύσουν ή να περιορίσουν την εμπειρία.

Πίνακας 2.1 – Επίπεδα εμπλοκής τουριστικής εμπειρίας

Επίπεδο	Περιγραφή
Αισθητηριακό επίπεδο	Η αρχική αντίληψη του προορισμού μέσω αισθητηριακών ερεθισμάτων όπως όραση, ακοή, γεύση, οσμή και αφή.
Γνωστικό επίπεδο	Η επεξεργασία της εμπειρίας, η απόκτηση γνώσεων ή η ερμηνεία της

	μέσα από προσωπικά ή κοινωνικά πλαίσια (Kolb, 1984; Ballantyne et al., 2011).
Συναισθηματικό επίπεδο	Η δημιουργία θετικών ή αρνητικών συναισθημάτων, καθώς και η αίσθηση συμμετοχής και σύνδεσης με τον χώρο ή τη δραστηριότητα (Hosany & Gilbert, 2009).
Κοινωνικό επίπεδο	Περιλαμβάνει αλληλεπιδράσεις με άλλους επισκέπτες, προσωπικό ή κοινότητες, οι οποίες μπορούν να ενισχύσουν ή να περιορίσουν την αντίληψη της εμπειρίας (Kim et al., 2012; Neuhofer et al., 2012).

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, βάσει της βιβλιογραφίας.

Επιπλέον, ορισμένες θεωρητικές προσεγγίσεις αναφέρονται και στη μετασχηματιστική εμπειρία (transformative experience), κατά την οποία η εμπειρία οδηγεί σε αλλαγές στις αξίες, τις στάσεις ή τη γνώση του επισκέπτη (Bowie & Buttle, 2013; Packer & Ballantyne, 2016). Η προσέγγιση αυτή υποδηλώνει ότι η τουριστική εμπειρία μπορεί, σε ορισμένα πλαίσια, να υπερβαίνει την παθητική κατανάλωση και να λειτουργεί ως διαδικασία προσωπικής εμπλοκής και μάθησης.

2.1.2 Διαστάσεις της τουριστικής εμπειρίας

Η πολυδιάστατη φύση της τουριστικής εμπειρίας αποτελεί κεντρικό στοιχείο στη βιβλιογραφία του τουρισμού, αναδεικνύοντας τη σημασία της ολοκληρωμένης εμπλοκής του επισκέπτη σε διάφορα επίπεδα (Pine & Gilmore, 2011; Neuhofer et al., 2012). Οι βασικές διαστάσεις περιλαμβάνουν:

1. **Αισθητηριακή διάσταση:** Σχετίζεται με την αντίληψη μέσω των αισθήσεων και την επίδρασή της στην απόλαυση και στη μνήμη. Για παράδειγμα, η αλληλεπίδραση με εκθέματα σε μουσεία και πολιτιστικούς χώρους ή η βιωματική παρατήρηση ζώων σε ενυδρεία δημιουργεί έντονες και διαρκείς εντυπώσεις (Pine & Gilmore, 2011; Neuhofer et al., 2012).
2. **Γνωστική διάσταση:** Αναφέρεται στην επεξεργασία πληροφοριών και στη μάθηση που αποκτά ο επισκέπτης, ειδικά σε εκπαιδευτικούς και πολιτιστικούς χώρους. Η απόκτηση γνώσης ενισχύει την αίσθηση ολοκλήρωσης της εμπειρίας και προσωπικής ανάπτυξης (Kolb, 1984; Ballantyne et al., 2011).
3. **Συναισθηματική διάσταση:** Η δημιουργία θετικών συναισθημάτων σχετίζεται με τη συνολική εμπειρία, τη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών και τις μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών.

Σύμφωνα με Hosany & Gilbert (2009) και Bigné et al. (2005), η συναισθηματική εμπλοκή αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τη συνολική εμπειρία και τις μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών (Hosany & Gilbert, 2009; Bigné et al., 2005).

4. **Κοινωνική διάσταση:** Η αλληλεπίδραση με άλλους επισκέπτες ή με το προσωπικό επηρεάζει την εμπειρία σε σημαντικό βαθμό, ενισχύοντας την αίσθηση κοινότητας και την κοινωνική αναγνώριση (Kim et al., 2012).
5. **Διαδραστική και ψηφιακή διάσταση:** Η χρήση τεχνολογιών AR, VR ή ψηφιακών εφαρμογών επιτρέπει εξατομικευμένες εμπειρίες, ενισχύει τη συμμετοχή και συμβάλλει στη δημιουργία μνημονικών εμπειριών (Tussyadiah, 2014).

Η συνδυαστική παρουσία αυτών των διαστάσεων συμβάλλει στη διαμόρφωση μιας ολοκληρωμένης τουριστικής εμπειρίας, η οποία μπορεί να συνδέεται με θετικές αξιολογήσεις και μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών.

2.1.3 Σχέση της τουριστικής εμπειρίας με τη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών και μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις

Η εμπειρική βιβλιογραφία δείχνει ότι η συνολική τουριστική εμπειρία συνδέεται με τη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών και με θετικές μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις, όπως η πρόθεση επανεπίσκεψης, η σύσταση σε τρίτους και η κοινοποίηση της εμπειρίας. Η συναισθηματική εμπλοκή και η προσωπική συμμετοχή φαίνονται να ενισχύουν τη μνήμη της εμπειρίας και τη διαμόρφωση θετικών συμπεριφορικών προθέσεων (Hosany & Gilbert, 2009; Kim et al., 2012). Οι βασικές σχέσεις που αναδεικνύονται στη σχετική βιβλιογραφία παρουσιάζονται συνοπτικά στον Πίνακα 2.2.

Πίνακας 2.2 – Σχέσεις της τουριστικής εμπειρίας με βασικές εκβάσεις στη βιβλιογραφία

Παράμετρος	Περιγραφή
Αξιομνημόνευτη εμπειρία	Οι θετικές τουριστικές εμπειρίες ενισχύουν τη μνήμη της εμπειρίας και αυξάνουν την πιθανότητα διατήρησης έντονων και θετικών αναμνήσεων (Hosany & Gilbert, 2009).
Συμπεριφορικές προθέσεις	Οι θετικές εμπειρίες συνδέονται με την πρόθεση επανεπίσκεψης, τη σύσταση σε τρίτους και τη θετική κοινοποίηση της εμπειρίας (Kim et al., 2012).
Συναισθηματική εμπλοκή	Η υψηλή συναισθηματική εμπλοκή και η προσωπική συμμετοχή ενισχύουν τη διατήρηση της εμπειρίας στη μνήμη και τη διαμόρφωση θετικών προθέσεων για μελλοντική συμπεριφορά.

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, βάσει της βιβλιογραφίας.

2.1.4 Εμπειρικές μελέτες σε μουσεία, ενυδρεία και πολιτιστικούς χώρους

Η εφαρμογή της έννοιας της τουριστικής εμπειρίας σε εκπαιδευτικούς και πολιτιστικούς χώρους έχει διερευνηθεί σε διάφορες εμπειρικές μελέτες, επιβεβαιώνοντας την πολυδιάστατη και δυναμική φύση της.

Για παράδειγμα, η Falk & Dierking (2016) εξέτασαν μουσεία επιστημονικής εκπαίδευσης και διαπίστωσαν ότι η συνδυαστική επίδραση της συναισθηματικής συμμετοχής, της μάθησης και της αισθητηριακής διέγερσης δημιουργεί αξιομνημόνευτες εμπειρίες. Παρομοίως, σε ενυδρεία, οι Ballantyne, Packer & Falk (2011) ανέδειξαν τη σημασία της βιωματικής μάθησης και της αλληλεπίδρασης με τα εκθέματα στη δημιουργία θετικών στάσεων και περιβαλλοντικής ενσυναίσθησης (Ballantyne et al., 2011; Falk & Dierking, 2016).

Επιπλέον, σε πολιτιστικούς χώρους, όπως ιστορικά μουσεία και πολιτιστικά κέντρα, η ενσωμάτωση τεχνολογικών μέσων, κοινωνικής αλληλεπίδρασης και συναισθηματικής εμπλοκής αυξάνει τόσο την πρόθεση επανεπίσκεψης όσο και τη διάδοση της εμπειρίας σε ψηφιακά μέσα (Neuhof et al., 2012; Schmitt, 1999).

Τα αποτελέσματα αυτών των μελετών επιβεβαιώνουν ότι η τουριστική εμπειρία δεν είναι μονοδιάστατη, αλλά αποτελεί ένα σύνθετο και δυναμικό φαινόμενο, όπου οι διαφορετικές διαστάσεις αλληλεπιδρούν και ενισχύουν η μία την άλλη. Η κατανόηση αυτής της πολυδιάστατης φύσης είναι σημαντική για τον σχεδιασμό εμπειριών που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των επισκεπτών και ενισχύουν θετικές μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις. Τα βασικά ευρήματα των παραπάνω εμπειρικών μελετών συνοψίζονται στον Πίνακα 2.3.

Πίνακας 2.3 - Εμπειρικές μελέτες σε διάφορους χώρους που υπογραμμίζουν την πολυδιάστατη φύση της τουριστικής εμπειρίας

Χώρος	Ευρήματα
Μουσεία επιστημονικής εκπαίδευσης	Η συνδυαστική επίδραση συναισθηματικής συμμετοχής, μάθησης και αισθητηριακής διέγερσης δημιουργεί αξιομνημόνευτες εμπειρίες (Falk & Dierking, 2016).
Ενυδρεία	Η βιωματική μάθηση και η αλληλεπίδραση με τα εκθέματα ενισχύουν την ανάπτυξη θετικών στάσεων και περιβαλλοντική ενσυναίσθηση (Ballantyne et al., 2011).
Πολιτιστικοί χώροι	Η ενσωμάτωση τεχνολογικών μέσων, κοινωνικής αλληλεπίδρασης και

	συναισθηματικής εμπλοκής αυξάνει την πρόθεση επανεπίσκεψης και την προώθηση της εμπειρίας σε ψηφιακά μέσα (Schmitt, 1999; Neuhofer et al., 2012).
--	---

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, βάσει της βιβλιογραφίας.

Συμπερασματική παρατήρηση

Συνοψίζοντας, η τουριστική εμπειρία αποτελεί μια πολύπλευρη και δυναμική έννοια που ενσωματώνει αισθητηριακές, γνωστικές, συναισθηματικές και κοινωνικές διαστάσεις, οι οποίες αλληλεπιδρούν και ενισχύουν η μία την άλλη. Η ικανότητά της να δημιουργεί αξιομνημόνευτες εμπειρίες και να συνδέεται με θετικές μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις καθιστά την κατανόηση και τον σχεδιασμό ολοκληρωμένων εμπειριών ιδιαίτερα σημαντικά στοιχεία για μουσεία, ενυδρεία και άλλους πολιτιστικούς χώρους. Η πολυδιάστατη φύση της εμπειρίας απαιτεί συνδυαστική θεώρηση της συμμετοχής του επισκέπτη, της αλληλεπίδρασης με το φυσικό και ψηφιακό περιβάλλον καθώς και της χρήσης τεχνολογικών εργαλείων (Kieanwatana & Vongvit, 2024; Katsoni & Costa, 2025).

Οι παραπάνω διαστάσεις αποκτούν ιδιαίτερη σημασία σε περιβάλλοντα όπως τα ενυδρεία, όπου η συναισθηματική εμπλοκή, η βιωματική μάθηση και η χρήση τεχνολογίας συνυπάρχουν, διαμορφώνοντας μια σύνθετη εμπειρία που συνδέεται τόσο με τη μνήμη της εμπειρίας όσο και με τις μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών.

2.2 Μοντέλα Ανάλυσης της Τουριστικής Εμπειρίας

Η σύγχρονη επιστημονική βιβλιογραφία για την τουριστική εμπειρία, επικεντρώνεται όχι μόνο στην περιγραφή της εμπειρίας ως φαινόμενου, αλλά και στον συστηματικό σχεδιασμό, την αξιολόγηση και την ανάλυσή της σε οργανωμένα πλαίσια. Τα μοντέλα ανάλυσης της τουριστικής εμπειρίας παρέχουν ένα θεωρητικό και μεθοδολογικό πλαίσιο για την κατανόηση των παραμέτρων που διαμορφώνουν τη συνολική εμπειρία του επισκέπτη, συνδέοντας τις συναισθηματικές, γνωστικές, αισθητηριακές και κοινωνικές διαστάσεις με την πρακτική εφαρμογή σε μουσεία, ενυδρεία και άλλους πολιτιστικούς χώρους (Tung & Ritchie, 2011; Neuhofer et al., 2012; Pine & Gilmore, 2011). Επιπλέον, πρόσφατες έρευνες τονίζουν ότι οι τουριστικές εμπειρίες μπορούν να επηρεάσουν τη συνολική αξιολόγηση της εμπειρίας και τις μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών, επηρεάζοντας την αντίληψη της αξίας και τις μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών (Bigné et al., 2005).

2.2.1 Το μοντέλο Experience Economy και το 4E Framework

Η θεωρία της **Experience Economy** (Pine & Gilmore, 2011) υποστηρίζει ότι οι σύγχρονες οικονομίες βασίζονται στην εμπειρία ως κύρια μορφή αξίας για τους καταναλωτές, ξεπερνώντας την απλή κατανάλωση αγαθών ή υπηρεσιών. Σύμφωνα με τους Pine & Gilmore, η δημιουργία εμπειριών μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε τέσσερις τύπους, που συνθέτουν το λεγόμενο 4E Framework:

1. **Entertainment (Ψυχαγωγία):** Η εμπειρία παρέχεται κυρίως για την ψυχαγωγία του επισκέπτη, όπως θεατρικές παραστάσεις ή διαδραστικές εκθέσεις.
2. **Educational (Εκπαιδευτική):** Η εμπειρία προάγει τη γνώση και την κατανόηση, ενισχύοντας τη μάθηση και τη γνωστική εμπλοκή των επισκεπτών.
3. **Esthetic (Αισθητική):** Ο επισκέπτης βιώνει την αισθητική εμπειρία, την ομορφιά και την αλληλεπίδραση με το περιβάλλον χωρίς απαραίτητα να συμμετέχει ενεργά.
4. **Escapist (Αποδραστική):** Η εμπειρία παρέχει βαθύτερη συμμετοχή και ενεργή εμπλοκή μέσω βιωματικών δραστηριοτήτων, μέσω συμμετοχικών εργαστηρίων ή προσομοιώσεων ή παιχνιδιών ρόλων σε πολιτιστικούς χώρους (Pine & Gilmore, 2011).

Η εφαρμογή του 4E Framework σε μουσεία, ενυδρεία, πολιτιστικούς και εκπαιδευτικούς χώρους επιτρέπει τη συστηματική ανάλυση των τρόπων, με τους οποίους οι επισκέπτες βιώνουν διαφορετικά ερεθίσματα και αλληλοεπιδρούν με το περιβάλλον (Neuhof et al., 2012). Με άλλα λόγια, η έννοια της εμπειρίας μετατρέπεται σε εργαλείο σχεδιασμού και αξιολόγησης, ώστε να εξασφαλίζεται η ισορροπία μεταξύ μάθησης, ψυχαγωγίας και αισθητικής απόλαυσης. Για παράδειγμα, σε ένα ενυδρείο, η παρατήρηση θαλάσσιων ειδών μπορεί να ανήκει κυρίως στην κατηγορία Entertainment, ενώ η συμμετοχή σε εκπαιδευτικά προγράμματα περιβαλλοντικής συνείδησης ανήκει στην κατηγορία Educational, συνδυάζοντας ενεργό εμπλοκή και γνώση.

Σε συνδυασμό με το Experience Design, η θεωρία επεκτείνεται ώστε να λαμβάνει υπόψη τη συμμετοχή του επισκέπτη, την ενσυναίσθηση και τη δημιουργία βαθύτερων εμπειριών (Pine & Gilmore, 2011).

Η ενσωμάτωση σύγχρονης τεχνολογίας, όπως AR/VR, ενισχύει τη βιωματική ένταση και τη συναισθηματική εμπλοκή του επισκέπτη (Kieanwatana & Vongvit, 2024).

2.2.2 Μοντέλα Αξιομνημόνευτων Τουριστικών Εμπειριών

Το μοντέλο Memorable Tourism Experiences (MTE) που ανέπτυξαν οι Tung και Ritchie (2011) εστιάζει στην έννοια της αξιομνημόνευτης εμπειρίας ως σημαντικό παράγοντα για τη διατήρηση της εμπειρίας στη μνήμη και τη διαμόρφωση θετικών συμπεριφορικών προθέσεων των επισκεπτών. Σύμφωνα με αυτό το πλαίσιο, μια εμπειρία θεωρείται αξιομνημόνευτη όταν προκαλεί θετικά συναισθήματα, συνδέεται με προσωπικές αξίες ή ενδιαφέροντα και αφήνει μόνιμη εντύπωση στη μνήμη του επισκέπτη (Tung&Ritchie, 2011).

Το MTE μοντέλο εντοπίζει τέσσερις βασικές διαστάσεις:

1. **Hedonic & Aesthetic Aspects:** Αισθητική απόλαυση και συναισθηματική ευχαρίστηση.
2. **Educational Aspects:** Απόκτηση γνώσης και κατανόηση του αντικειμένου της εμπειρίας.
3. **Escapist & Engaging Aspects:** Εμπλοκή, ενεργή συμμετοχή και εμβάθυνση στην εμπειρία.
4. **Social Aspects:** Κοινωνική διάσταση, αλληλεπίδραση με άλλους επισκέπτες ή προσωπικό.

Πρόσφατες μελέτες εμπλουτίζουν το μοντέλο με επιπλέον διαστάσεις, όπως:

- **Novelty (καινοτομία):** Η εμπειρία προσφέρει κάτι νέο και απρόβλεπτο.
- **Involvement (ενεργός συμμετοχή):** Ο επισκέπτης συμμετέχει ενεργά, ενισχύοντας τη μνήμη και τη συναισθηματική εμπλοκή.
- **Meaningfulness (προσωπική σημασία):** Η εμπειρία συνδέεται με προσωπικές αξίες ή κοινωνικά σημαντικά πλαίσια, ενισχύοντας τη βιωματική ποιότητα και τη συναισθηματική ένταση της εμπειρίας (Kim et al., 2012; Hosany & Gilbert, 2009; Hosany & Witham, 2009; Katsoni & Costa, 2025).

Επιπλέον, προσεγγίσεις όπως η θεωρία της ενσώματης γνωστικής εμπλοκής (embodied cognition) υποστηρίζουν ότι η μνήμη της εμπειρίας δεν βασίζεται αποκλειστικά στη γνωστική αξιολόγηση, αλλά συνδέεται και με τη σωματική συμμετοχή του επισκέπτη (Tung & Ritchie, 2011). Η προσέγγιση αυτή ενισχύει την κατανόηση της τουριστικής εμπειρίας ως πολυδιάστατου φαινομένου, όπου η συμμετοχή του επισκέπτη διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της μνήμης της εμπειρίας.

2.2.3 Συμμετοχή και Co-Creation της Εμπειρίας

Η έννοια της co-creation (Prahalad & Ramaswamy, 2004) αναφέρεται στην ενεργό συμμετοχή του επισκέπτη στη διαμόρφωση της εμπειρίας του. Η συμμετοχή αυτή, μέσω της αλληλεπίδρασης με το περιβάλλον, τις δραστηριότητες ή τα διαθέσιμα ψηφιακά μέσα, μπορεί να συμβάλει στην ενίσχυση της εμπλοκής και της βιωματικής ποιότητας της εμπειρίας.

Παραδείγματα εφαρμογής της ενεργούς συμμετοχής περιλαμβάνουν:

- Διαδραστικά εκθέματα και βιωματικά προγράμματα σε μουσεία και ενυδρεία, όπου οι επισκέπτες αλληλεπιδρούν άμεσα με τα εκθέματα.
- Βιωματικά εργαστήρια και συμμετοχικές δραστηριότητες περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, που ενισχύουν την ενεργό μάθηση και τη συναισθηματική εμπλοκή.
- Ψηφιακές πλατφόρμες και εφαρμογές που επιτρέπουν εξατομίκευση της εμπειρίας, δημιουργία περιεχομένου και συμμετοχή σε διαδικτυακές κοινότητες (Neuhof et al., 2012).

Μελέτες υποδεικνύουν ότι η co-creation συνδέεται με ενισχυμένη εμπλοκή και βελτίωση της βιωματικής ποιότητας της εμπειρίας, καθώς η αξία διαμορφώνεται μέσα από την ενεργή συμμετοχή του επισκέπτη (Vargo & Lusch, 2017; Ballantyne et al., 2011).

Συνολικά, η co-creation λειτουργεί συμπληρωματικά προς τα μοντέλα Experience Economy και Memorable Tourism Experiences, υπογραμμίζοντας τον ρόλο της ενεργής συμμετοχής στη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας.

2.2.4 Εμπειρικές εφαρμογές και αναφορές

Διεθνείς και ελληνικές μελέτες υποδεικνύουν ότι η εφαρμογή των μοντέλων Experience Economy και Memorable Tourism Experiences (MTE) συμβάλλει στην κατανόηση της πολυδιάστατης τουριστικής εμπειρίας και συνδέεται με αξιομνημόνευτες εμπειρίες και θετικές μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών. Συγκεκριμένα, οι επισκέπτες που εμπλέκονται ενεργά σε βιωματικές εμπειρίες τείνουν να αναφέρουν υψηλότερα επίπεδα συναισθηματικής εμπλοκής και θετικής αξιολόγησης της εμπειρίας (Falk & Dierking, 2016). Η co-creation συνδέεται με ενισχυμένη συμμετοχή και προσωπική εμπλοκή του επισκέπτη (Prahalad & Ramaswamy, 2004), ενώ παράλληλα προάγει τη διάδοση της εμπειρίας σε ψηφιακά μέσα και κοινωνικά δίκτυα (eWOM) (Neuhof et al., 2012).

Συγκεκριμένα παραδείγματα εφαρμογών περιλαμβάνουν:

- **Ενυδρείο στις ΗΠΑ:** Η ενσωμάτωση εκπαιδευτικών και αισθητικών δραστηριοτήτων συνδέθηκε με υψηλότερη αξιομνημόνευτη εμπειρία των επισκεπτών (Falk & Dierking, 2016).
- **Μουσεία επιστημονικών εκθεμάτων στην Ισπανία:** Η χρήση διαδραστικών και αποδραστικών στοιχείων αύξησε την ενεργό συμμετοχή και τη διάδοση θετικών κριτικών online (Ballantyne et al., 2011).
- **Ενυδρείο Κρήτης, Ελλάδα:** Ως παράδειγμα εφαρμογής, το περιβάλλον ενός σύγχρονου ενυδρείου μπορεί να συνδυάζει στοιχεία ψυχαγωγίας, εκπαίδευσης και αισθητικής εμπειρίας, προσφέροντας ένα κατάλληλο πλαίσιο για τη μελέτη της τουριστικής εμπειρίας.

Η ανάλυση αυτή δημιουργεί τη βάση για την εστίαση στη συναισθηματική εμπλοκή, που θα εξεταστεί στην επόμενη ενότητα

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 2.4, τα μοντέλα Experience Economy, MTE και Co-Creation παρέχουν ένα συνεκτικό πλαίσιο για το σχεδιασμό εμπειριών που ενισχύουν τη συμμετοχή, τη μνήμη και την πρόθεση επανεπίσκεψης.

Πίνακας 2.4 – Σύνοψη μοντέλων ανάλυσης της τουριστικής εμπειρίας και εμπειρικών εφαρμογών

Μοντέλο	Κύριες διαστάσεις	Παραδείγματα εφαρμογής	Κύρια αποτελέσματα / Επιδράσεις
Experience Economy 4E Framework (Pine & Gilmore, 2011)	• Entertainment (Ψυχαγωγία) • Educational (Εκπαίδευση) • Esthetic (Αισθητική) • Escapist (Αποδραστική) (4E)	Παρατήρηση θαλάσσιων ειδών (Entertainment), εκπαιδευτικά προγράμματα περιβαλλοντικής συνείδησης (Educational)	Συμβάλλει στη διαμόρφωση πολυδιάστατων εμπειριών μέσω ψυχαγωγίας, μάθησης, αισθητικής και ενεργού συμμετοχής.
Memorable Tourism Experiences (MTE)	Hedonic/Aesthetic, Educational, Escapist/Engaging, Social (+ novelty,	-Διαδραστικά Μουσεία επιστημονικής εκπαίδευσης	Συνδέεται με τη διατήρηση της εμπειρίας στη μνήμη και με

(Tung & Ritchie, 2011)	involvement, meaningfulness)	- Ενυδρεία - Πολιτιστικά κέντρα	θετικές συμπεριφορικές προθέσεις.
Co-Creation (Prahalad & Ramaswamy, 2004)	• Ενεργός συμμετοχή • Προσωπική σύνδεση • Διαδραστικότητα, συνεργατικός σχεδιασμός, εξατομίκευση εμπειρίας	- Διαδραστικά εκθέματα - Βιωματικά εργαστήρια - Ψηφιακές πλατφόρμες εξατομίκευσης εμπειρίας	Συνδέεται με αυξημένη συμμετοχή, προσωπική εμπλοκή και θετική κοινοποίηση της εμπειρίας.
Συνδυασμένες εφαρμογές / Empirical Cases	• Συναισθηματική εμπλοκή • Γνωστική μάθηση • Αισθητηριακή εμπειρία • Κοινωνική αλληλεπίδραση	- Σύγχρονα ενυδρεία (π.χ. Ενυδρείο Κρήτης) - Μουσεία Ισπανίας - Ενυδρεία ΗΠΑ	Αναδεικνύει την πολυδιάστατη φύση της τουριστικής εμπειρίας και τη σύνδεσή της με θετικές αξιολογήσεις και μελλοντικές προθέσεις.

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, βάσει της βιβλιογραφίας.

Η ανάλυση των μοντέλων και των εμπειρικών εφαρμογών καταδεικνύει ότι η τουριστική εμπειρία είναι πολυδιάστατο και δυναμικό φαινόμενο, το οποίο προκύπτει από το συνδυασμό αισθητηριακών, γνωστικών, συναισθηματικών και κοινωνικών διαστάσεων ενισχυμένων από ενεργή συμμετοχή και χρήση τεχνολογικών εργαλείων. Στην επόμενη ενότητα (2.3) η έμφαση μετατοπίζεται στον ρόλο της συναισθηματικής εμπλοκής ως βασικού μηχανισμού διαμόρφωσης της τουριστικής εμπειρίας, εξετάζοντας πως τα συναισθήματα επηρεάζουν τη βίωση και την ερμηνεία της εμπειρίας από τους επισκέπτες.

Η συνδυαστική εφαρμογή των μοντέλων υποδεικνύει ότι η τουριστική εμπειρία δεν μπορεί να αναλυθεί μονοδιάστατα, αλλά απαιτεί ολιστική προσέγγιση που ενσωματώνει τόσο τον σχεδιασμό όσο και τη βιωματική συμμετοχή του επισκέπτη.

2.3 Συναισθηματική Εμπλοκή στον Τουρισμό

Η συναισθηματική εμπλοκή μπορεί να θεωρηθεί κεντρικός παράγοντας στη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας, καθώς επηρεάζει τόσο τη γνωστική όσο και τη συμπεριφορική αντίδραση των επισκεπτών. Σύμφωνα με τους Bigné, Andreu και Gnoth (2005), η συναισθηματική εμπλοκή αναφέρεται στο βαθμό συμμετοχής και αλληλεπίδρασης του επισκέπτη με το περιβάλλον, τα εκθέματα ή τις δραστηριότητες, καθώς και στην ένταση των συναισθημάτων που βιώνει κατά τη διάρκεια της εμπειρίας. Η εμπλοκή αυτή δεν περιορίζεται μόνο στην ευχαρίστηση ή τη διασκέδαση, αλλά επεκτείνεται στην προσωπική σύνδεση, τη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών και θετικών συμπεριφορικών προθέσεων, όπως πρόθεση επανεπίσκεψης, σύστασης ή ενίσχυσης περιβαλλοντικά θετικών στάσεων (Kim et al., 2012; Hosany & Gilbert, 2009; Bigné et al., 2005).

2.3.1 Ορισμός και θεωρητικό πλαίσιο

Η συναισθηματική εμπλοκή αποτελεί πολυδιάστατη έννοια, η οποία περιλαμβάνει τρεις κύριες διαστάσεις:

- **Συναισθηματική διάσταση:** η ένταση και η ποιότητα των θετικών ή αρνητικών συναισθημάτων που βιώνει ο επισκέπτης κατά τη διάρκεια της εμπειρίας.
- **Γνωστική διάσταση:** η επεξεργασία και η ερμηνεία των πληροφοριών και των εμπειριών που λαμβάνει ο επισκέπτης, η οποία συνδέεται με τη μάθηση και την κατανόηση του αντικειμένου.
- **Συμπεριφορική διάσταση:** η ενεργός συμμετοχή και αλληλεπίδραση με το περιβάλλον, τα εκθέματα ή τις δραστηριότητες.

Οι Bigné et al. (2005) επισημαίνουν ότι οι συναισθηματικά φορτισμένες εμπειρίες δημιουργούν ισχυρότερη μνήμη και ενισχύουν τη συνολική αξιολόγηση της εμπειρίας από τους επισκέπτες. Μια βασική θεωρητική προσέγγιση αποτελεί το Cognitive – Affective Theory (Bigné et al., 2005; Holbrook, & Hirschman, 1982) που αναδεικνύει τη στενή αλληλεξάρτηση ανάμεσα στις συναισθηματικές αντιδράσεις και τη γνωστική επεξεργασία εμπειριών σε καταναλωτικά και τουριστικά πλαίσια. Επιπλέον, η θεωρία των Pine & Gilmore (2011) για την *Experience Economy* ενισχύει την κατανόηση της σημασίας της συναισθηματικής εμπλοκής ως βασικού παράγοντα για την ενίσχυση της εμπειρίας μέσω βιωματικών στοιχείων (Pine & Gilmore, 2011).

Η πολυδιάστατη φύση της συναισθηματικής εμπλοκής αναδεικνύει τον ρόλο της ως μηχανισμού που συνδέει τη βιωματική διάσταση της εμπειρίας με την αξιολόγηση, τη μνήμη και τη μελλοντική συμπεριφορά των επισκεπτών.

2.3.2 Συναισθηματική συμμετοχή και αλληλεπίδραση με το περιβάλλον

Η ένταση της συναισθηματικής εμπλοκής ενισχύεται μέσω της αλληλεπίδρασης του επισκέπτη με το περιβάλλον και τα εκθέματα. Στους πολιτιστικούς και εκπαιδευτικούς χώρους, όπως μουσεία και ενυδρεία, αυτή η αλληλεπίδραση μπορεί να είναι:

- **Παθητική:** ο επισκέπτης παρατηρεί και βιώνει την εμπειρία χωρίς ενεργή συμμετοχή, π.χ. παρακολούθηση των εκθεμάτων ενό ενυδρείου ή περιήγηση σε έκθεση.
- **Ενεργητική:** ο επισκέπτης συμμετέχει σε δραστηριότητες, όπως διαδραστικά εκθέματα, εργαστήρια ή προσομοιώσεις, ενισχύοντας τη συναισθηματική ένταση και την προσωπική σύνδεση με την εμπειρία.

Η ενεργή συμμετοχή του επισκέπτη στην εμπειρία συνδέεται με υψηλότερα επίπεδα flow (Csikszentmihalyi, 1990), δηλαδή κατάσταση πλήρους εμπύθισης και αφοσίωσης, και φαίνεται να σχετίζεται με εντονότερη εμπλοκή, θετικότερη αξιολόγηση της εμπειρίας και ισχυρότερες μνημονικές εντυπώσεις (Neuhof et al., 2012). Επιπλέον, μπορεί να ενισχύσει την προσωπική σύνδεση με τον χώρο και τη βιωματική ένταση της εμπειρίας (Prahalad & Ramaswamy, 2004).

2.3.3 Σύνδεση της συναισθηματικής εμπλοκής με τη μνήμη της εμπειρίας και τις μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις

Η συναισθηματική εμπλοκή συνδέεται με τη μνήμη των επισκεπτών, καθώς οι έντονες συναισθηματικές εμπειρίες τείνουν να αποτυπώνονται πιο ισχυρά και μακροπρόθεσμα (Hosany & Gilbert, 2009). Όπως επισημαίνουν οι Hosany και Gilbert (2009), οι επισκέπτες που βιώνουν θετικά συναισθήματα τείνουν να ανακαλούν την εμπειρία πιο συχνά, να τη μοιράζονται με άλλους και να διαμορφώνουν πρόθεση επανεπίσκεψης.

Η πρόθεση επανεπίσκεψης συνδέεται με την ένταση της συναισθηματικής εμπλοκής και τη διατήρηση της μνήμης της εμπειρίας. Μελέτες σε μουσεία και ενυδρεία υποδεικνύουν ότι η ενεργός και θετικά φορτισμένη εμπλοκή συνδέεται με αυξημένη πιθανότητα επανεπίσκεψης και με τη διάδοση θετικών εμπειριών μέσω κοινωνικών δικτύων και word-of-mouth (Kim et al., 2012; Hosany & Gilbert, 2009).

2.3.4 Εμπειρικές εφαρμογές σε ενυδρεία και μουσεία

Διάφορες μελέτες έχουν αναδείξει την επίδραση της συναισθηματικής εμπλοκής στην εμπειρία των επισκεπτών:

- **Ενυδρεία / χώροι άγριας ζωής:** Σε μελέτη για επισκέπτες ενυδρείων και άλλων χώρων άγριας ζωής, η βιωματική αλληλεπίδραση με τα εκθέματα και η συναισθηματική σύνδεση με τα ζώα φάνηκε να ενισχύουν την εμπλοκή των επισκεπτών, τη μάθηση και τη διατήρηση θετικών μεταγενέστερων συμπεριφορών (Ballantyne et al., 2018).
- **Μουσεία:** Σε ευρωπαϊκά μουσεία, η χρήση διαδραστικών εκθεμάτων και αισθητηριακών εμπειριών ενίσχυσε την προσωπική σύνδεση με το περιεχόμενο και την εμπειρία των επισκεπτών (Falk & Dierking, 2016).

Η εμπειρική βιβλιογραφία υποδεικνύει ότι η συναισθηματική εμπλοκή λειτουργεί ως σημαντικός μηχανισμός που συνδέει τις επιμέρους διαστάσεις της εμπειρίας με τη δημιουργία αξιομνημόνευτων τουριστικών εμπειριών.

2.3.5 Σύνδεση με σχεδιασμό εμπειρίας

Η κατανόηση της συναισθηματικής εμπλοκής είναι σημαντική για την ερμηνεία του τρόπου με τον οποίο διαμορφώνεται η εμπειρία των επισκεπτών σε μουσεία, ενυδρεία και άλλους πολιτιστικούς χώρους. Παράγοντες όπως η ένταση των συναισθημάτων που προκαλεί μια δραστηριότητα, η δυνατότητα ενεργού συμμετοχής, η αλληλεπίδραση με το περιβάλλον και η ενσωμάτωση εκπαιδευτικών στοιχείων φαίνεται να επηρεάζουν τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών. Επιπλέον, η σύνδεση της εμπειρίας με κοινωνικές και ψηφιακές πλατφόρμες ,πορεί να επεκτείνει τη μνήμη της εμπειρίας και τη μεταγενέστερη κοινοποίησή τους.

Συμπερασματικά, η συναισθηματική εμπλοκή αποτελεί βασικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας, καθώς συνδέεται με τη μνήμη της εμπειρίας και με θετικές μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών. Η κατανόηση του ρόλου της αποκτά ιδιαίτερα σημασία σε περιβάλλοντα άτυπης μάθησης, όπως τα ενυδρεία και τα μουσεία, όπου η βιωματική συμμετοχή και η αλληλεπίδραση με το περιβάλλον διαμορφώνουν την εμπειρία του επισκέπτη. Η σύνδεση της συναισθηματικής εμπλοκής με τη βιωματική διάσταση της εμπειρίας δημιουργεί τη βάση για την εξέταση του ρόλου της μάθησης στην επόμενη ενότητα.

2.4 Βιωματική Μάθηση και Περιβαλλοντική Εκπαίδευση

Η βιωματική μάθηση αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της εκπαιδευτικής εμπειρίας σε πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς χώρους, όπως μουσεία, ενυδρεία και κέντρα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης. Η έννοια αυτή βασίζεται στην υπόθεση ότι η μάθηση ενισχύεται όταν οι επισκέπτες συμμετέχουν ενεργά σε διαδικασίες εμπειρικής γνώσης, συνδέοντας τη θεωρία με την πρακτική (Kolb, 1984; Behrendt & Franklin, 2014). Ο Kolb (1984) υποστηρίζει ότι η μάθηση είναι μια κυκλική

διαδικασία τεσσάρων σταδίων: συγκεκριμένη εμπειρία, αναστοχαστική παρατήρηση, αφηρημένη εννοιολογική επεξεργασία και ενεργή εφαρμογή (Kolb, 1984).

Στο πλαίσιο της τουριστικής εμπειρίας, η θεωρία του Kolb προσφέρει ένα εργαλείο κατανόησης της αλληλεπίδρασης μεταξύ εμπειρίας, μάθησης και συμπεριφοράς των επισκεπτών. Η ενεργητική συμμετοχή των επισκεπτών σε βιωματικές δραστηριότητες, όπως η παρατήρηση και αλληλεπίδραση με θαλάσσια είδη σε ενυδρεία ή η συμμετοχή σε εργαστήρια περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, μπορεί να ενισχύσει την κατανόηση, τη μνήμη και τις θετικές στάσεις προς την προστασία του περιβάλλοντος (Kolb, 1984; Ballantyne et al., 2011).

Η έννοια της βιωματικής μάθησης εντάσσεται στο πλαίσιο της τουριστικής εμπειρίας, καθώς επιτρέπει την ενσωμάτωση γνωστικών, συναισθηματικών και κοινωνικών διαστάσεων, δημιουργώντας μνημονικές εμπειρίες και ενισχύοντας τη θετική στάση των επισκεπτών προς τον προορισμό και το περιβάλλον (Ballantyne et al., 2011).

2.4.1 Θεωρία Kolb και εφαρμογή σε τουριστικά πλαίσια

Η κυκλική διαδικασία μάθησης του Kolb επιτρέπει στους επισκέπτες να επεξεργάζονται τις εμπειρίες τους σε βάθος, ενώ ταυτόχρονα ενισχύει τη συναισθηματική τους εμπλοκή. Στο πρώτο στάδιο, οι επισκέπτες βιώνουν συγκεκριμένες εμπειρίες, όπως η επαφή με ζωντανά θαλάσσια είδη ή η συμμετοχή σε διαδραστικά εκθέματα. Στο δεύτερο στάδιο, την αναστοχαστική παρατήρηση, οι επισκέπτες αξιολογούν και επεξεργάζονται αυτά που είδαν και έζησαν. Το τρίτο στάδιο, η εννοιολογική κατηγοριοποίηση, αφορά τη σύνδεση των εμπειριών με θεωρητικές έννοιες, όπως η βιοποικιλότητα ή η οικολογική συνείδηση. Τέλος, στο στάδιο της δραστηριότητας εφαρμογής, οι επισκέπτες μεταφέρουν τις γνώσεις και τις εμπειρίες σε νέες καταστάσεις, όπως η συμμετοχή σε περιβαλλοντικές δράσεις ή η ενδεχόμενη εφαρμογή γνώσεων σε νέες καταστάσεις (Kolb, 1984; Behrendt & Franklin, 2014).

Στους τουριστικούς χώρους, η εφαρμογή της θεωρίας του Kolb συνδέεται άμεσα με τη δημιουργία ενεργών και βιωματικών εμπειριών, όπου οι επισκέπτες δεν περιορίζονται σε παθητική παρατήρηση αλλά συμμετέχουν ενεργά σε δραστηριότητες που ενισχύουν την κατανόηση και τη μνήμη τους. Η διαδικασία αυτή ενισχύει τη μνήμη, τη συναισθηματική εμπλοκή και την προσωπική σύνδεση με τον χώρο, αναδεικνύοντας τη σημασία της στη διαμόρφωση βιωματικών εμπειριών. Τα βασικά στάδια της μαθησιακής διαδικασίας σύμφωνα με τον Kolb παρουσιάζονται συνοπτικά στον Πίνακα 2.5.

Πίνακας 2.5 – Στάδια διαδικασίας μάθησης του Kolb

Συγκεκριμένη εμπειρία	οι επισκέπτες βιώνουν άμεσα την
-----------------------	---------------------------------

	εμπειρία, π.χ. παρατήρηση ζωντανών ειδών ή συμμετοχή σε διαδραστικά εκθέματα.
Αναστοχαστική παρατήρηση	αξιολογούν και επεξεργάζονται αυτά που είδαν, συνδέοντας τις εμπειρίες με προσωπικά και κοινωνικά πλαίσια.
Εννοιολογική επεξεργασία	οι εμπειρίες εντάσσονται σε θεωρητικά σχήματα, όπως η βιοποικιλότητα, η αειφορία και η οικολογική συνείδηση.
Δραστηριότητα εφαρμογής	η γνώση μπορεί να μεταφερθεί σε νέες καταστάσεις ή να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο οι επισκέπτες ερμηνεύουν σχετικές εμπειρίες (Behrendt & Franklin, 2014).

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, βάσει της βιβλιογραφίας.

2.4.2 Βιωματική μάθηση σε μουσεία, ενυδρεία και περιβαλλοντικά κέντρα

Η βιωματική μάθηση εφαρμόζεται σε διάφορους τύπους εκπαιδευτικών και πολιτιστικών χώρων:

- **Μουσεία:** διαδραστικά εκθέματα, εργαστήρια και προσομοιώσεις παρέχουν ευκαιρίες για ενεργή μάθηση και αλληλεπίδραση με την πολιτιστική κληρονομιά (Falk & Dierking, 2016).
- **Ενυδρεία:** οι επισκέπτες συμμετέχουν σε καθοδηγούμενες δραστηριότητες, εργαστήρια περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και διαδραστικά εκθέματα θαλάσσιας βιοποικιλότητας, που μπορούν να ενισχύσουν τη συναισθηματική σύνδεση και την κατανόηση οικοσυστημάτων (Ballantyne et al., 2011).
- **Περιβαλλοντικά κέντρα:** βιωματικά προγράμματα πεδίου, παρατήρηση ειδών, συμμετοχή σε περιβαλλοντικές δράσεις ενισχύουν την οικολογική συνείδηση και τις θετικές στάσεις απέναντι στο περιβάλλον (Orams, 1997; Heimlich & Ardoin, 2008).

Η βιωματική μάθηση προσφέρει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να συνδέσουν τη γνώση με την προσωπική τους εμπειρία, ενισχύοντας τόσο την αισθητηριακή διάσταση της εμπειρίας όσο και τη συναισθηματική εμπλοκή.

2.4.3 Σύνδεση της βιωματικής μάθησης με τη συναισθηματική εμπλοκή και τη μνήμη της εμπειρίας

Η βιβλιογραφία υποδεικνύει ότι η βιωματική μάθηση μπορεί να συμβάλει στην ενίσχυση της περιβαλλοντικής ενσυναίσθησης, δηλαδή στην ανάπτυξη μεγαλύτερης κατανόησης και ευαισθησίας απέναντι σε ζητήματα προστασίας του περιβάλλοντος. Μέσα από δραστηριότητες που συνδυάζουν παρατήρηση, αναστοχασμό και πρακτική εφαρμογή, οι επισκέπτες μπορούν να αναπτύξουν θετικές στάσεις και συμπεριφορές, όπως η επαναχρησιμοποίηση, η ανακύκλωση ή η προστασία θαλάσσιων ειδών (Ballantyne & Packer, 2006).

Η ανάπτυξη αυτών των στάσεων φαίνεται να συνδέεται στενά με την συναισθηματική εμπλοκή, καθώς οι επισκέπτες βιώνουν προσωπική σύνδεση με το περιβάλλον και τα εκθέματα. Η βιωματική μάθηση μπορεί επίσης να συμβάλει στη δημιουργία πιο αξιομνημόνευτων εμπειριών, ενώ η βιβλιογραφία για τις αξιομνημόνευτες εμπειρίες συνδέει τη μνήμη της εμπειρίας με θετικές μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις (Tung & Ritchie, 2011).

2.4.4 Επιπτώσεις στη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών

Η βιωματική μάθηση μπορεί να συμβάλλει στη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών σε μουσεία και ενυδρεία. Εμπειρίες που συνδυάζουν αισθητηριακά, συναισθηματικά και γνωστικά στοιχεία μπορούν να ενισχύσουν τη διατήρηση της εμπειρίας στη μνήμη και να συνδεθούν με μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις.

Μελέτες σε εκπαιδευτικούς και πολιτιστικούς χώρους υποδεικνύουν ότι οι επισκέπτες που συμμετέχουν σε βιωματικές δραστηριότητες τείνουν να θυμούνται καλύτερα τις πληροφορίες, να βιώνουν πιο αξιομνημόνευτες εμπειρίες και να εμφανίζουν αυξημένη πιθανότητα σύστασης του χώρου σε άλλους (Falk & Dierking, 2016; Kim et al., 2012; Tung & Ritchie, 2011).

Η σύνδεση της βιωματικής μάθησης με τη συναισθηματική εμπλοκή και τη συμμετοχή των επισκεπτών αναδεικνύει τη συμπληρωματική σχέση γνώσης, εμπειρίας, και συναισθηματικής ανταπόκρισης. Η προσέγγιση αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία σε εκπαιδευτικούς και περιβαλλοντικούς χώρους, όπου η εμπειρία συνδέεται με τη μάθηση και την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.

2.4.5 Σύνδεση με το σχεδιασμό εμπειρίας

Η ενσωμάτωση της βιωματικής μάθησης στον σχεδιασμό εμπειριών συνδέεται με δραστηριότητες που συνδυάζουν θεωρητική γνώση με πρακτική εφαρμογή, ενισχύουν την αισθητηριακή και συναισθηματική συμμετοχή, προάγουν την

κοινωνική αλληλεπίδραση και προσφέρουν δυνατότητες αναστοχασμού και εφαρμογής της γνώσης σε νέα πλαίσια.

Η σύνδεση της βιωματικής μάθησης με τη συναισθηματική εμπλοκή και την περιβαλλοντική ενσυναίσθηση αναδεικνύει τη συμπληρωματική σχέση μάθησης, εμπειρίας και προσωπικής εμπλοκής του επισκέπτη. Η προσέγγιση αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία σε εκπαιδευτικούς και περιβαλλοντικούς χώρους, όπου η εμπειρία συνδέεται όχι μόνο με την απόκτηση γνώσης αλλά και με την ανάπτυξη περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης.

2.5 Ρόλος Ψηφιακής Τεχνολογίας στην Εμπειρία Επισκεπτών

Η ψηφιακή τεχνολογία έχει εξελιχθεί σε σημαντικό παράγοντα διαμόρφωσης της τουριστικής εμπειρίας, ιδιαίτερα σε εκπαιδευτικούς και πολιτιστικούς χώρους όπως μουσεία, ενυδρεία και περιβαλλοντικά κέντρα. Η ενσωμάτωση AR (Augmented Reality), VR (Virtual Reality), διαδραστικών εφαρμογών και πολυμεσικών μέσων μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία πιο διαδραστικών και συμμετοχικών εμπειριών, ενισχύοντας την εκπαιδευτική διάσταση, την αισθητηριακή αντίληψη και τη συναισθηματική εμπλοκή των επισκεπτών (Neuhofer et al., 2012; Buhalis & Amaranggana, 2015).

Η ψηφιακή τεχνολογία, όταν συνδυάζεται με φυσικά εκθέματα και βιωματικές δραστηριότητες, μπορεί να υποστηρίξει διαφορετικές διαστάσεις της εμπειρίας, όπως τις Entertainment, Educational, Esthetic και Escapist, όπως περιγράφει το 4E Framework, και μπορεί να συνδεθεί με τη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών σύμφωνα με το MTE μοντέλο (Tung & Ritchie, 2011).

2.5.1 Ψηφιακά εργαλεία και εφαρμογές

Τα ψηφιακά εργαλεία παρέχουν νέους τρόπους αλληλεπίδρασης και συμμετοχής των επισκεπτών με τα εκθέματα και το περιβάλλον:

- **Augmented Reality (AR):** Προσθέτει εικονικά στοιχεία στο πραγματικό περιβάλλον, επιτρέποντας στους επισκέπτες να αλληλεπιδρούν με ψηφιακά αντικείμενα και πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο. Σε ενυδρεία, το AR μπορεί να εμφανίζει βιολογικά δεδομένα για είδη ψαριών, οικοσυστήματα ή περιβαλλοντικές επιπτώσεις (Yung & Lattimore, 2017).
- **Virtual Reality (VR):** Δημιουργεί πλήρως εικονικά περιβάλλοντα, δίνοντας τη δυνατότητα σε επισκέπτες να εξερευνήσουν δυσπρόσιτες περιοχές ή να βιώσουν καταστάσεις που δεν είναι δυνατόν στον πραγματικό χώρο. Η VR έχει εφαρμογή στην περιβαλλοντική εκπαίδευση, όπου οι επισκέπτες μπορούν

να παρατηρήσουν υποθαλάσσια οικοσυστήματα ή να συμμετάσχουν σε προσομοιώσεις οικολογικών διαδικασιών (Tussyadiah et al., 2018).

- **Διαδραστικές εφαρμογές και πολυμεσικά μέσα:** Tablets, οθόνες αφής, διαδραστικά τραπέζια και εφαρμογές κινητών επιτρέπουν στους επισκέπτες να πειραματιστούν, να ανακαλύψουν και να εξερευνήσουν πληροφορίες σύμφωνα με τα ενδιαφέροντά τους και να εξατομικεύσουν την εμπειρία. Αυτά τα εργαλεία υποστηρίζουν τη μάθηση και μπορούν να ενισχύσουν την αίσθηση ελέγχου και αυτοκαθοδήγησης στην εμπειρία (Buhalis & Amaranggana, 2015).

2.5.2 Επίδραση στη μάθηση, συμμετοχή και αισθητηριακή εμπειρία

Η βιβλιογραφία υποδεικνύει ότι η χρήση ψηφιακής τεχνολογίας ενισχύει την αλληλεπίδραση, την συμμετοχή, τη μαθησιακή εμπειρία και τη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών:

- Οι επισκέπτες που χρησιμοποιούν ψηφιακά εργαλεία τείνουν να εμφανίζουν υψηλότερη **γνωστική εμπλοκή**, καθώς οι πληροφορίες παρέχονται με δυναμικό και πολυαισθητηριακό τρόπο.
- Η **αισθητηριακή εμπειρία** ενισχύεται μέσω οπτικών, ακουστικών και αφής ερεθισμάτων, συνδυάζοντας φυσικά και ψηφιακά στοιχεία, ενώ οι επισκέπτες συμμετέχουν ενεργά στη διερεύνηση και την ανακάλυψη περιεχομένου (Neuhofer et al., 2012).
- Η **συναισθηματική εμπλοκή** μπορεί να ενισχυθεί, καθώς οι ψηφιακές εμπειρίες προκαλούν ενθουσιασμό, έκπληξη και θαυμασμό, παράγοντες που συνδέονται με τη θετική αξιολόγηση της εμπειρίας (Kim & Fesenmaier, 2017; Neuhofer et al., 2012).

Μελέτες σε πολιτιστικούς και τουριστικούς χώρους έχουν δείξει ότι η ενσωμάτωση AR/VR και διαδραστικών εφαρμογών αυξάνει την προσοχή, τη γνωστική εμπλοκή και τη συμμετοχή των επισκεπτών σε σχέση με παραδοσιακές εκθέσεις (Tussyadiah et al., 2018; Yung & Lattimore, 2017). Η τεχνολογία, όταν συνδυάζεται με βιωματικές δραστηριότητες, μπορεί επίσης να συμβάλει στη δημιουργία πιο αξιομνημόνευτων εμπειριών, σε συμφωνία με τις προσεγγίσεις των μοντέλων MTE και Experience Economy.

2.5.3 Ψηφιακή μετα-εμπειρία και κοινοποίηση περιεχομένου

Η ψηφιακή τεχνολογία δεν περιορίζεται μόνο στη διάρκεια της επίσκεψης αλλά επεκτείνεται στη μετα-εμπειρία. Οι επισκέπτες μπορούν να μοιράζονται φωτογραφίες, βίντεο και ψηφιακό περιεχόμενο μέσω social media, blogs ή

πλατφορμών UGC (User-Generated Content), συμβάλλοντας στην ψηφιακή προβολή και στη δημόσια εικόνα του χώρου (Xiang & Gretzel, 2010).

Η δυνατότητα δημιουργίας και κοινοποίησης περιεχομένου ενισχύει την αίσθηση συμμετοχής και την προσωπική σύνδεση με την εμπειρία, ενώ παράλληλα μπορεί να λειτουργήσει και ως μορφή ψηφιακής προβολής για τον οργανισμό ή τον προορισμό. Οι ψηφιακές εφαρμογές επιτρέπουν επίσης στους επισκέπτες να επαναλαμβάνουν ή να εμβαθύνουν την εμπειρία μετά την επίσκεψη, ενισχύοντας τη διατήρηση της εμπειρίας στη μνήμη (Buhalis & Amaranggana, 2015).

2.5.4 Στρατηγικές ενσωμάτωσης ψηφιακής τεχνολογίας στην εμπειρία

Η ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας στην εμπειρία των επισκεπτών συνδέεται με τη λειτουργική της σχέση με το φυσικό περιβάλλον, τις βιωματικές δραστηριότητες και τις ανάγκες διαφορετικών ομάδων επισκεπτών. Τα ψηφιακά εργαλεία μπορούν να υποστηρίξουν τη μάθηση μέσω πολυαισθητηριακής και διαδραστικής συμμετοχής, να διευκολύνουν τη δημιουργία και κοινοποίηση ψηφιακού περιεχομένου ως μέρος της μετα-εμπειρίας και να λειτουργήσουν συμπληρωματικά προς τα φυσικά εκθέματα (Neuhofer et al., 2012).

Η βιβλιογραφία υποδεικνύει ότι όταν η ψηφιακή τεχνολογία ενσωματώνεται με ισορροπημένο τρόπο στην εμπειρία, μπορεί να ενισχύσει τη συμμετοχή, τη μαθησιακή διάσταση και τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών (Buhalis & Amaranggana, 2015).

2.5.5 Συμπεράσματα για τον ρόλο της ψηφιακής τεχνολογίας

Η ψηφιακή τεχνολογία έχει αναδειχθεί σε σημαντική διάσταση της τουριστικής εμπειρίας σε εκπαιδευτικούς και πολιτιστικούς χώρους. Η χρήση εργαλείων όπως AR, VR, διαδραστικά μέσα και πολυμεσικές εφαρμογές μπορεί να ενισχύει τη μάθηση και την κατανόηση περιεχομένου, να υποστηρίζει την αισθητηριακή και συναισθηματική εμπλοκή των επισκεπτών και να συμβάλλει στη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών τόσο κατά τη διάρκεια όσο και μετά την επίσκεψη. Παράλληλα, η δυνατότητα κοινοποίησης ψηφιακού περιεχομένου συνδέει την επί τόπου εμπειρία με τη μετα-εμπειρία των επισκεπτών, προσθέτοντας μια επιπλέον διάσταση στη σύγχρονη τουριστική εμπειρία.

Συνεπώς, η ψηφιακή τεχνολογία συνδέεται με τη βιωματική μάθηση τη συναισθηματική εμπλοκή και τη μεταγενέστερη αλληλεπίδραση των επισκεπτών με την εμπειρία.

2.6 Καταναλωτική Συμπεριφορά και ο ρόλος των Σουβενίρ

Τα σουβενίρ αποτελούν σημαντικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας, λειτουργώντας ως φορείς μνήμης και ενισχύοντας την προσωπική σύνδεση του επισκέπτη με τον χώρο, τον προορισμό ή το πολιτιστικό περιεχόμενο (Wilkins, 2010; Littrell et al., 1993). Μέσω της αγοράς ενός αντικειμένου που σχετίζεται με την εμπειρία, οι επισκέπτες εξωτερικεύουν συναισθήματα, ανακαλούν μνήμες και επιβεβαιώνουν τη μοναδικότητα της επίσκεψής τους.

Η σημασία των σουβενίρ υπερβαίνει την απλή εμπορική διάσταση: λειτουργούν ως συναισθηματικοί σύνδεσμοι που ενισχύουν τη μνήμη της εμπειρίας, την αξιομνημόνευτη εμπειρία και τη συναισθηματική σύνδεση του επισκέπτη με τον χώρο (Swanson & Timothy, 2012). Μελέτες δείχνουν ότι η αγορά σουβενίρ συνδέεται με θετικές αξιολογήσεις της εμπειρίας και μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις, καθώς οι επισκέπτες βιώνουν ολοκληρωμένη και προσωπικά σημαντική εμπειρία (Swanson & Timothy, 2012). Επιπλέον, η επιλογή σουβενίρ συχνά καθοδηγείται από τα ενδιαφέροντα, τις αξίες και τις προτιμήσεις των επισκεπτών, δημιουργώντας ένα προφίλ επιλογών που αναδεικνύει διαφορετικές προτιμήσεις και κίνητρα των επισκεπτών.

Σε πολιτιστικούς και εκπαιδευτικούς χώρους, όπως μουσεία και ενυδρεία, τα σουβενίρ ενσωματώνουν εκπαιδευτικά και περιβαλλοντικά μηνύματα, μετατρέποντας την αγορά τους σε συνέχεια της βιωματικής μάθησης και της συναισθηματικής εμπλοκής. Για παράδειγμα, αναμνηστικά που απεικονίζουν είδη ψαριών ή οικοσυστήματα μπορούν να συνδέουν την εμπειρία της επίσκεψης με την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και να λειτουργήσουν ως φορείς εκπαιδευτικού ή περιβαλλοντικού συμβολισμού (Littrell et al., 1993).

Η ψηφιακή εποχή προσθέτει μια νέα διάσταση στη λειτουργία των σουβενίρ: η κοινοποίηση ψηφιακού περιεχομένου, όπως φωτογραφίες και βίντεο με τα αντικείμενα ή τον χώρο, συμβάλλει στην ψηφιακή διάχυση της εμπειρίας του προορισμού και επεκτείνει την εμπειρία πέρα από τη φυσική επίσκεψη (Swanson & Timothy, 2012). Η σύνδεση της αγοράς σουβενίρ με τα social media και τις πλατφόρμες user-generated content, επεκτείνει την εμπειρία πέρα από τη φυσική επίσκεψη, δημιουργώντας ένα είδος ψηφιακής μνήμης, το οποίο μπορεί να επηρεάσει τη συμπεριφορά άλλων επισκεπτών μέσω ψηφιακής κοινοποίησης και word-of-mouth.

Συνολικά, η καταναλωτική συμπεριφορά σε σχέση με τα σουβενίρ συνδέεται στενά με την εμπειρία των επισκεπτών. Η παρουσία και η σύνδεση των προϊόντων με την εμπειρία του επισκέπτη μπορεί να συνδεθεί με:

- Την ενίσχυση της μνήμης και της δημιουργίας αξιομνημόνευτων εμπειριών.
- Την ενίσχυση της συνολικής εμπειρίας και της πρόθεσης επανεπίσκεψης.
- Την υποστήριξη της ψηφιακής προβολής και της διάδοσης του προορισμού.

Συνεπώς η ενσωμάτωση των σουβενίρ στο σχεδιασμό της εμπειρίας, δεν είναι απλώς εμπορική πρακτική, αλλά σημαντικό στοιχείο που συνδέει τη συναισθηματική, βιωματική και ψηφιακή διάσταση της εμπειρίας των επισκεπτών, ενισχύοντας συνολικά την εμπειρία του επισκέπτη και συμβάλλοντας στη διατήρηση της εμπειρίας στη μνήμη και στις μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών.

Σε αυτό το πλαίσιο, το σουβενίρ λειτουργεί ως υλικό και συμβολικό αποτύπωμα της εμπειρίας, επεκτείνοντάς την χρονικά μετά το πέρας της επίσκεψης. Μέσω της αφήγησης και της κοινωνικής διάχυσής του, ενεργοποιεί μνημονικές διεργασίες και ενισχύει το word-of-mouth, καθιστώντας το κατάστημα ενθυμημάτων κρίσιμο στοιχείο της μετα-εμπειρίας και της συνολικής αξιομνημόνευτης εμπειρίας του επισκέπτη.

2.7 Ψηφιακή Κοινοποίηση Εμπειριών και Συμμετοχή Χρηστών

Η ψηφιακή εποχή έχει μετασχηματίσει τη φύση της τουριστικής εμπειρίας, επεκτείνοντας τη συμμετοχή των επισκεπτών πέρα από τον φυσικό χώρο μέσω των social media και της παραγωγής περιεχομένου από τους ίδιους τους χρήστες (User-Generated Content – UGC). Το UGC περιλαμβάνει φωτογραφίες, βίντεο, κριτικές και αναρτήσεις που δημιουργούνται και κοινοποιούνται από τους επισκέπτες, και η βιβλιογραφία υποδεικνύει ότι μπορεί να συμβάλει στη μετα-εμπειρία, επιτρέποντας στους επισκέπτες να επεξεργαστούν, να μοιραστούν και να αναπολήσουν την εμπειρία τους, συμβάλλοντας στη διατήρησή της στη μνήμη και τη συναισθηματική σύνδεση με τον προορισμό (Xiang & Gretzel, 2010).

Η συμμετοχή των χρηστών συνδέεται με την ψηφιακή προβολή του προορισμού, καθώς οι προσωπικές μαρτυρίες συχνά εκλαμβάνονται ως αυθεντικές σε σχέση με την επίσημη επικοινωνία των οργανισμών. Μέσω των social media, οι επισκέπτες μπορούν να συμβάλουν στη δημόσια ψηφιακή παρουσία χώρων όπως μουσεία, ενυδρεία και πολιτιστικά κέντρα (Buhalis & Foerste, 2015).

Επιπλέον, η ψηφιακή προβολή ενισχύει την αλληλεπίδραση μεταξύ επισκεπτών, καθώς οι κοινοποιήσεις, τα σχόλια και οι αξιολογήσεις δημιουργούν κοινότητες ενδιαφέροντος και προάγουν τη συλλογική εμπειρία. Η δυνατότητα να σχολιάσουν, να αξιολογήσουν και να μοιραστούν περιεχόμενο, μπορεί να ενισχύσει τη συναισθηματική σύνδεση των επισκεπτών, υποστηρίζοντας τη βιωματική και μνημονική διάσταση της εμπειρίας (Neuhof et al., 2012).

Η βιβλιογραφία υποδεικνύει ότι η ψηφιακή κοινοποίηση εμπειριών μπορεί να συνδέεται με αυξημένη εμπλοκή των επισκεπτών και με τη συνέχιση της εμπειρίας μετά την επίσκεψη. Παράλληλα, η ψηφιακή παρουσία των οργανισμών στα social media, μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά προς την εμπειρία των επισκεπτών, ενισχύοντας την αλληλεπίδραση και τη δημόσια ψηφιακή παρουσία του χώρου (Xiang & Gretzel, 2010; Buhalis & Foerste, 2015).

Συνολικά, η ψηφιακή κοινοποίηση εμπειριών και η συμμετοχή των χρηστών αποτελούν σημαντική διάσταση της σύγχρονης τουριστικής εμπειρίας, καθώς συνδέουν τις φυσικές, συναισθηματικές και βιωματικές διαστάσεις με την ψηφιακή παρουσία. Μέσω της κοινοποίησης περιεχομένου, της αλληλεπίδρασης και της μετα-εμπειρίας, διαμορφώνεται ένα διευρυμένο πλαίσιο εμπειρίας που επεκτείνεται πέρα από τη φυσική επίσκεψη και συμβάλλει στη μνημονική αποτύπωση και την ψηφιακή διάχυση της εμπειρίας.

2.8 Μνημονικές και Αξιομνημόνευτες Εμπειρίες

Η έννοια των αξιομνημόνευτων τουριστικών εμπειριών (Memorable Tourism Experiences – MTEs) αναδεικνύεται ως κεντρικό στοιχείο στη μελέτη του τουρισμού, καθώς συνδέεται με τη μνήμη της εμπειρίας, τη συναισθηματική εμπλοκή και τις μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών (Tung & Ritchie, 2011).

Η συναισθηματική εμπλοκή λειτουργεί ως σημαντικός μηχανισμός της μνημονικής αποτύπωσης της εμπειρίας, ενώ η βιωματική μάθηση δημιουργεί προσωπική και νοηματική σύνδεση με το περιεχόμενο, ενισχύοντας τη διάρκειά της στη μνήμη των επισκεπτών. Παράλληλα, η ψηφιακή τεχνολογία διευκολύνει την αλληλεπίδραση, ενισχύει την αισθητηριακή εμπειρία και επιτρέπει τη δημιουργία και κοινοποίηση περιεχομένου, ενισχύοντας τη μετα-εμπειρία. Τα σουβενίρ και η καταναλωτική αλληλεπίδραση συνεισφέρουν στην ενίσχυση της μνήμης και στην επαφή με την ταυτότητα του προορισμού, δημιουργώντας πολλαπλά επίπεδα μνημονικών αναφορών.

Στο πλαίσιο του Ενυδρείου Κρήτης, η σύνθεση αυτών των παραμέτρων προσφέρει ένα κατάλληλο πεδίο για την εμπειρική διερεύνηση της τουριστικής εμπειρίας. Η αλληλεπίδραση με τα εκθέματα, η συμμετοχή σε βιωματικές δραστηριότητες, η χρήση διαδραστικών τεχνολογιών και η δυνατότητα αγοράς και κοινοποίησης σουβενίρ δημιουργούν ένα ενιαίο, πολυδιάστατο σύστημα εμπειρίας. Η συγκεκριμένη περίπτωση προσφέρει τη δυνατότητα να μελετηθεί εμπειρικά πώς οι διαφορετικές διαστάσεις συνεργάζονται για τη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών, σε συνάρτηση με τα ζητήματα που αναδείχθηκαν στη βιβλιογραφία.

Συνολικά, οι αξιομνημόνευτες τουριστικές εμπειρίες λειτουργούν ως το τελικό αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης συναισθηματικών, γνωστικών, τεχνολογικών και καταναλωτικών παραμέτρων, μετατρέποντας τη βίωση της εμπειρίας σε διαρκή μνημονική αναφορά. Το θεωρητικό αυτό πλαίσιο επιτρέπει την κατανόηση της τουριστικής εμπειρίας όχι ως μεμονωμένο στιγμιαίο γεγονός, αλλά ως διαδικασία με διάρκεια στον χρόνο, η οποία αποκτά νόημα μέσω της μνήμης και της ανακατασκευής της από τον επισκέπτη.

Η παρούσα βιβλιογραφική επισκόπηση ανέδειξε ότι η τουριστική εμπειρία συνιστά ένα πολυδιάστατο και δυναμικό φαινόμενο, το οποίο διαμορφώνεται μέσα από τη συνδυαστική αλληλεπίδραση συναισθηματικών, γνωστικών, βιωματικών και τεχνολογικών παραμέτρων. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στον ρόλο της συναισθηματικής εμπλοκής ως κεντρικού παράγοντα που συνδέεται με τη συνολική αξιολόγηση της εμπειρίας, τη μνήμη και τις μελλοντικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών. Παράλληλα, αναδείχθηκε η συμβολή της ενεργού συμμετοχής, της βιωματικής μάθησης, της ψηφιακής τεχνολογίας και της μετα-εμπειρίας στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων τουριστικών εμπειριών.

Με βάση το θεωρητικό αυτό υπόβαθρο, καθίσταται αναγκαία η εμπειρική διερεύνηση των παραγόντων αυτών στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης. Το επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζει τη μεθοδολογική προσέγγιση της έρευνας, το ερευνητικό εργαλείο, καθώς και τη διαδικασία συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων.

Κεφάλαιο 3: Μεθοδολογία Έρευνας

3.1 Ερευνητική Προσέγγιση και Στρατηγική

Η παρούσα έρευνα εξετάζει την τουριστική εμπειρία των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης, εστιάζοντας στη συναισθηματική εμπλοκή, τη βιωματική μάθηση, τη χρήση ψηφιακής τεχνολογίας και τη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων τουριστικών εμπειριών. Με βάση τη φύση του ερευνητικού αντικειμένου και τους στόχους της μελέτης, επιλέχθηκε μικτή μεθοδολογική προσέγγιση με κυρίαρχο ποσοτικό σκέλος και συμπληρωματική ποιοτική διερεύνηση, με στόχο την ερμηνευτική ενίσχυση των ποσοτικών ευρημάτων.

Η επιλογή της μικτής μεθοδολογίας κρίθηκε κατάλληλη, καθώς επιτρέπει την πιο ολοκληρωμένη διερεύνηση σύνθετων κοινωνικών και εμπειρικών φαινομένων, αξιοποιώντας τα πλεονεκτήματα τόσο της ποσοτικής όσο και της ποιοτικής έρευνας. Η ποσοτική προσέγγιση επιτρέπει τη μέτρηση στάσεων, αντιλήψεων και συμπεριφορικών προθέσεων, ενώ η ποιοτική προσέγγιση συμβάλλει στη βαθύτερη κατανόηση των εμπειριών, αντιλήψεων και οργανωσιακών πρακτικών που σχετίζονται με τη διαμόρφωση της εμπειρίας των επισκεπτών (Creswell&Clark , 2017).

Το ποσοτικό σκέλος της έρευνας βασίστηκε στη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, το οποίο διανεμήθηκε ηλεκτρονικά μέσω της πλατφόρμας Google Forms σε επισκέπτες του Ενυδρείου Κρήτης. Μέσω του ερωτηματολογίου διερευνήθηκαν μεταβλητές όπως η συναισθηματική εμπλοκή, η βιωματική μάθηση, η ψηφιακή εμπειρία, η αξιομνημόνευτη τουριστική εμπειρία, η εμπειρία από το κατάστημα ενθουσιάζων και οι συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών, όπως η πρόθεση επανεπίσκεψης και σύστασης. Η χρήση ποσοτικής μεθόδου επιτρέπει τη συλλογή δεδομένων από μεγαλύτερο αριθμό συμμετεχόντων και τη στατιστική διερεύνηση των σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών της έρευνας (Saunders et al., 2019).

Παράλληλα, το ποιοτικό σκέλος της έρευνας περιλάμβανε τη χρήση ημιδομημένου ποιοτικού ερωτηματολογίου ανοικτού τύπου, το οποίο απευθύνθηκε σε μέλη του προσωπικού του Ενυδρείου Κρήτης από διαφορετικούς λειτουργικούς τομείς. Η επιλογή της συγκεκριμένης προσέγγισης αποσκοπούσε στην καταγραφή της οπτικής των εργαζομένων σχετικά με τον τρόπο σχεδιασμού και υλοποίησης της εμπειρίας των επισκεπτών, καθώς και στην ανάδειξη πρακτικών που σχετίζονται με τη βιωματική μάθηση, την περιβαλλοντική εκπαίδευση και την αξιοποίηση ψηφιακών τεχνολογιών. Η ποιοτική προσέγγιση λειτουργεί συμπληρωματικά προς την ποσοτική διερεύνηση, ενισχύοντας την ερμηνεία και τον εμπλουτισμό των ευρημάτων.

Η συνδυαστική χρήση των δύο προσεγγίσεων ενισχύει την αξιοπιστία και την ερευνητική πληρότητα της έρευνας, επιτρέποντας τη διασταύρωση ευρημάτων από διαφορετικές πηγές δεδομένων (Fetters et al., 2013; Creswell & Clark, 2017).

Ως ερευνητική στρατηγική επιλέχθηκε η μελέτη περίπτωσης (*case study*), με αντικείμενο το Ενυδρείο Κρήτης. Η στρατηγική αυτή θεωρείται κατάλληλη για τη διερεύνηση σύνθετων κοινωνικών και εμπειρικών φαινομένων σε πραγματικό περιβάλλον, επιτρέποντας τη σε βάθος ανάλυση ενός συγκεκριμένου οργανωσιακού και εμπειρικού πλαισίου (Yin, 2017). Το Ενυδρείο Κρήτης αποτελεί κατάλληλη περίπτωση μελέτης που συνδυάζει ψυχαγωγία, εκπαίδευση, περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και χρήση διαδραστικών τεχνολογιών, γεγονός που το καθιστά κατάλληλο πεδίο έρευνας για τη μελέτη της τουριστικής εμπειρίας και των παραγόντων που συμβάλλουν στη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών.

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα από 1 Απριλίου 2026 έως 15 Μαΐου 2026. Η ανάλυση των ποσοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), ενώ τα ποιοτικά δεδομένα αναλύθηκαν μέσω θεματικής ανάλυσης (*thematic analysis*), με στόχο την ανάδειξη βασικών θεματικών αξόνων και επαναλαμβανόμενων μοτίβων στις απαντήσεις των συμμετεχόντων (Braun&Clarke, 2008).

Η συγκεκριμένη ερευνητική προσέγγιση επιτρέπει τη σύνδεση του θεωρητικού πλαισίου με την εμπειρική διερεύνηση, παρέχοντας μια πολυδιάστατη κατανόηση της τουριστικής εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης.

3.2 Επιλογή Περίπτωσης: Ενυδρείο Κρήτης

Η παρούσα έρευνα επικεντρώνεται στο Ενυδρείο Κρήτης ως μελέτη περίπτωσης (*case study*), καθώς αποτελεί έναν αναγνωρίσιμο χώρο θαλάσσιας εκπαίδευσης, περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και τουριστικής δραστηριότητας στην Κρήτη. Ο οργανισμός προσελκύει σημαντικό αριθμό επισκεπτών τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό, λειτουργώντας ως χώρος που συνδυάζει ψυχαγωγία, μάθηση και βιωματική εμπειρία.

Η επιλογή του συγκεκριμένου οργανισμού βασίστηκε στη συνάφειά του με το ερευνητικό αντικείμενο και στη δυνατότητα εις βάθος διερεύνησης της εμπειρίας των επισκεπτών σε πραγματικό περιβάλλον, χαρακτηριστικό που ευθυγραμμίζεται με τη λογική της μελέτης περίπτωσης (Yin, 2017). Το Ενυδρείο Κρήτης αποτελεί ενδεικτική περίπτωση οργανισμού που ενσωματώνει εκπαιδευτικές, πολιτιστικές και

τουριστικές λειτουργίες, δημιουργώντας εμπειρίες που υπερβαίνουν την απλή ψυχαγωγική επίσκεψη.

Η επιλογή του πεδίου έρευνας βασίστηκε σε τρεις βασικούς άξονες.

Πρώτον, το Ενυδρείο λειτουργεί ως χώρος άτυπης και βιωματικής μάθησης, όπου οι επισκέπτες αποκτούν γνώσεις κι έρχονται σε επαφή με το θαλάσσιο περιβάλλον, τη βιοποικιλότητα και ζητήματα περιβαλλοντικής προστασίας των οικοσυστημάτων μέσα από εκπαιδευτικά εκθέματα και διαδραστικές εμπειρίες. Η εκπαιδευτική αυτή διάσταση συνδέεται άμεσα με τους θεωρητικούς άξονες της βιωματικής μάθησης και της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης που εξετάζονται στην παρούσα μελέτη.

Δεύτερον, το Ενυδρείο αξιοποιεί σύγχρονες ψηφιακές τεχνολογίες και διαδραστικά μέσα, όπως εφαρμογές εικονικής πραγματικότητας (VR), ακουστικές ξεναγήσεις (audio guides) και ψηφιακές εφαρμογές πληροφόρησης. Η χρήση των τεχνολογικών αυτών εφαρμογών ενισχύει τη συμμετοχή των επισκεπτών, τη γνωστική κατανόηση των εκθεμάτων και τη συνολική εμπειρία της επίσκεψης. Η σύνδεση φυσικού και ψηφιακού περιβάλλοντος καθιστά το Ενυδρείο κατάλληλο πεδίο διερεύνησης για τη μελέτη της σχέσης ανάμεσα στη συναισθηματική εμπλοκή, τη βιωματική μάθηση και τη δημιουργία αξιομνημόνευτων εμπειριών.

Τρίτον, το Ενυδρείο Κρήτης συνδυάζει εκπαιδευτικά, ψυχαγωγικά, αισθητηριακά και διαδραστικά στοιχεία, δημιουργώντας ένα πολυαισθητηριακό περιβάλλον που συνδέεται με τη συναισθηματική και βιωματική εμπλοκή των επισκεπτών και τη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών.

Επιπλέον, η επιλογή του Ενυδρείου Κρήτης συνδέεται και με την επαγγελματική σχέση της ερευνήτριας με τον οργανισμό, γεγονός που διευκόλυνε την πρόσβαση στο πεδίο έρευνας και τη διαδικασία συλλογής δεδομένων. Παράλληλα, αναγνωρίζεται ότι η συγκεκριμένη σχέση ενδέχεται να δημιουργεί πιθανότητα ερευνητικής μεροληψίας, για τον λόγο αυτό δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στην τήρηση δεοντολογικών αρχών, στην ανωνυμία των συμμετεχόντων και στην όσο το δυνατόν αντικειμενικότερη ερμηνεία των δεδομένων.

Η περίπτωση του Ενυδρείου Κρήτης θεωρείται ιδιαίτερα κατάλληλη για τη διερεύνηση των παραγόντων που διαμορφώνουν αξιομνημόνευτες τουριστικές εμπειρίες, καθώς συνδυάζει:

- βιωματική και εκπαιδευτική διάσταση,
- περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση,
- χρήση ψηφιακής τεχνολογίας,
- συναισθηματική και αισθητηριακή εμπλοκή,

- δυνατότητες κοινωνικής και διαδραστικής συμμετοχής.

Η πολυδιάστατη φύση του οργανισμού επιτρέπει τη σύνδεση των θεωρητικών προσεγγίσεων που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο με την εμπειρική διερεύνηση της εμπειρίας των επισκεπτών, καθιστώντας το Ενυδρείο Κρήτης κατάλληλο πεδίο μελέτης για την παρούσα έρευνα.

3.3 Μέθοδοι Συλλογής Δεδομένων (Ποσοτικές- Ποιοτικές)

Για την κάλυψη των ερευνητικών στόχων της παρούσας μελέτης χρησιμοποιήθηκαν δύο βασικές μέθοδοι συλλογής δεδομένων, στο πλαίσιο της επιλεγμένης μικτής μεθοδολογικής προσέγγισης (*mixed methods approach*): ένα δομημένο ποσοτικό ερωτηματολόγιο που απευθυνόταν στους επισκέπτες του Ενυδρείου Κρήτης και ημιδομημένα ερωτηματολόγια ανοικτών ερωτήσεων που απευθυνόταν σε μέλη του προσωπικού του οργανισμού.

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα από **1 Απριλίου 2026 έως 15 Μαΐου 2026**.

Το ποσοτικό εργαλείο χρησιμοποιήθηκε για τη συστηματική καταγραφή των αντιλήψεων, στάσεων και συμπεριφορικών προθέσεων των επισκεπτών αναφορικά με τη συνολική εμπειρία της επίσκεψης, ενώ το ποιοτικό εργαλείο αξιοποιήθηκε για τη συλλογή συμπληρωματικών ερμηνευτικών δεδομένων από την οπτική των εργαζομένων, σχετικά με τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της εμπειρίας των επισκεπτών.

Ο συνδυασμός των δύο εργαλείων επέτρεψε τη συλλογή τόσο δομημένων ποσοτικών δεδομένων όσο και ποιοτικών πληροφοριών, συμβάλλοντας στην πολυδιάστατη διερεύνηση του ερευνητικού αντικειμένου.

3.3.1 Ποσοτική Προσέγγιση

Η ποσοτική διάσταση της έρευνας βασίστηκε στη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, το οποίο δημιουργήθηκε μέσω της πλατφόρμας Google Forms και διανεμήθηκε σε επισκέπτες του Ενυδρείου Κρήτης. Η διανομή πραγματοποιήθηκε τόσο επιτόπου μέσω QR code στους χώρους του οργανισμού όσο και διαδικτυακά, με στόχο τη διευκόλυνση της συμμετοχής και την αύξηση της προσβασιμότητας των συμμετοχόντων.

Η επιλογή των συμμετεχόντων στο ποσοτικό σκέλος βασίστηκε σε μη πιθανό κρατική δειγματοληψία ευκολίας (*convenience sampling*), καθώς το ερωτηματολόγιο

διανεμήθηκε σε διαθέσιμους επισκέπτες που επιθυμούσαν να συμμετάσχουν εθελοντικά.

Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε κυρίως κλειστού τύπου ερωτήσεις, βασισμένες σε κλίμακες τύπου Likert, προσαρμοσμένες στις ανάγκες των επιμέρους θεματικών ενοτήτων.

Οι θεματικές ενότητες του ερωτηματολογίου σχεδιάστηκαν με βάση το θεωρητικό πλαίσιο της έρευνας και αφορούσαν:

- τη συνολική τουριστική και αξιομνημόνευτη εμπειρία,
- τη συναισθηματική εμπλοκή,
- τη βιωματική μάθηση,
- την ψηφιακή εμπειρία και τη χρήση τεχνολογιών,
- την εμπειρία από το κατάστημα ενθυμημάτων,
- καθώς και τις συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών, όπως η πρόθεση επανεπίσκεψης, σύστασης και ψηφιακής κοινοποίησης της εμπειρίας.

Επιπλέον, συλλέχθηκαν δημογραφικά στοιχεία και πληροφορίες σχετικά με το ταξιδιωτικό προφίλ των επισκεπτών, όπως η χώρα κατοικίας, η συχνότητα επίσκεψης στην Κρήτη και στο Ενυδρείο Κρήτης, καθώς και ο τρόπος ενημέρωσης για τον οργανισμό.

Η χρήση της ποσοτικής μεθόδου κρίθηκε κατάλληλη, καθώς επιτρέπει τη στατιστική ανάλυση των δεδομένων και τη διερεύνηση πιθανών σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών της έρευνας, συμβάλλοντας στην εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών (Saunders et al., 2019).

3.3.2 Ποιοτική Προσέγγιση

Η ποιοτική διάσταση της έρευνας πραγματοποιήθηκε μέσω ημιδομημένου ποιοτικού ερωτηματολογίου ανοικτού τύπου, το οποίο δόθηκε σε επτά (7) εργαζομένους του Ενυδρείου Κρήτης. Η επιλογή τους πραγματοποιήθηκε μέσω σκόπιμης δειγματοληψίας (purposive sampling), ώστε να εκπροσωπηθούν διαφορετικές λειτουργικές οπτικές του οργανισμού. Η επιλογή της συγκεκριμένης μεθόδου κρίθηκε κατάλληλη, καθώς παρέχει τη δυνατότητα εις βάθος διερεύνησης των εμπειριών, αντιλήψεων και πρακτικών που σχετίζονται με τη διαμόρφωση της εμπειρίας των επισκεπτών.

Στο ποιοτικό σκέλος συμμετείχαν εργαζόμενοι από διαφορετικά τμήματα του οργανισμού, όπως:

- διοικητικό / εποπτικό στέλεχος,
- τμήμα εκπαίδευσης,
- υποδοχή (reception),
- τμήμα ψηφιακών εμπειριών / VR,
- τμήμα προώθησης / επικοινωνίας,
- κατάσταση ενθουσιάζων,
- ταμειακή λειτουργία και εμπορική διαχείριση

Η επιλογή διαφορετικών επαγγελματικών ρόλων κρίθηκε σημαντική, καθώς επέτρεψε την καταγραφή πολλαπλών οπτικών σχετικά με την εμπειρία των επισκεπτών και την καθημερινή αλληλεπίδραση με το κοινό.

Το ποιοτικό εργαλείο περιλάμβανε ανοικτού τύπου ερωτήσεις οργανωμένες σε θεματικούς άξονες, επιτρέποντας στους συμμετέχοντες να διατυπώσουν αναλυτικά τις απόψεις και τις εμπειρίες τους σε γραπτή μορφή. Η εκτιμώμενη διάρκεια συμπλήρωσης ήταν περίπου 10–15 λεπτών.

Οι βασικές θεματικές του ποιοτικού εργαλείου αφορούσαν:

- την τουριστική εμπειρία των επισκεπτών,
- τη συναισθηματική εμπλοκή και τις αντιδράσεις των επισκεπτών,
- τη βιωματική μάθηση και την περιβαλλοντική εκπαίδευση,
- τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών και διαδραστικών εφαρμογών,
- τον ρόλο του καταστήματος ενθουσιάζων,
- καθώς και τη συμπεριφορά των επισκεπτών μετά την επίσκεψη, όπως η κοινοποίηση εμπειριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η ποιοτική προσέγγιση λειτουργεί συμπληρωματικά προς τα ποσοτικά δεδομένα, επιτρέποντας βαθύτερη κατανόηση των πρακτικών και εμπειριών που δεν μπορούν να αποτυπωθούν αποκλειστικά μέσω αριθμητικών μετρήσεων.

3.4 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου και Ποιοτικού Εργαλείου

Για τη διερεύνηση της εμπειρίας των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης σχεδιάστηκαν δύο βασικά ερευνητικά εργαλεία, σύμφωνα με τη μικτή μεθοδολογική προσέγγιση της παρούσας έρευνας: ένα δομημένο ερωτηματολόγιο για τους επισκέπτες και ένα ημιδομημένου ποιοτικού ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου για τα μέλη του προσωπικού του οργανισμού.

Ο σχεδιασμός των εργαλείων βασίστηκε στο θεωρητικό πλαίσιο της έρευνας, ώστε να διασφαλιστεί η αντιστοίχιση μεταξύ των ερευνητικών ερωτημάτων, των θεωρητικών εννοιών και των εμπειρικών δεδομένων που συλλέχθηκαν.

3.4.1 Ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε μέσω της πλατφόρμας Google Forms και σχεδιάστηκε ειδικά για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας, με προσαρμογή στοιχείων από τη σχετική βιβλιογραφία γύρω από την τουριστική εμπειρία, τη συναισθηματική εμπλοκή, τη βιωματική μάθηση, τις αξιομνημόνευτες τουριστικές εμπειρίες (*Memorable Tourism Experiences*) και τον ρόλο της ψηφιακής τεχνολογίας στη διαμόρφωση της εμπειρίας των επισκεπτών.

Η διαμόρφωση των θεματικών αξόνων του εργαλείου επηρεάστηκε από βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις, όπως το μοντέλο *Experience Economy* και το πλαίσιο των 4E των Pine and Gilmore (2011), η θεωρία των αξιομνημόνευτων τουριστικών εμπειριών των Tung & Ritchie (2011), οι αρχές της βιωματικής μάθησης (Kolb, 1984), καθώς και σχετικές προσεγγίσεις που αφορούν τη συναισθηματική εμπλοκή και την ψηφιακή εμπειρία στον τουρισμό.

Το ερωτηματολόγιο οργανώθηκε σε επιμέρους θεματικές ενότητες, ώστε να αποτυπωθούν οι διαφορετικές διαστάσεις της εμπειρίας των επισκεπτών.

1. Δημογραφικά και ταξιδιωτικά χαρακτηριστικά

Η πρώτη ενότητα περιλάμβανε δημογραφικά στοιχεία και πληροφορίες σχετικές με το ταξιδιωτικό προφίλ των συμμετεχόντων, όπως φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, χώρα κατοικίας, συχνότητα επίσκεψης στην Κρήτη και στο Ενυδρείο Κρήτης, καθώς και στοιχεία για τον τρόπο ενημέρωσης σχετικά με τον οργανισμό και τα χαρακτηριστικά της επίσκεψης.

2. Συναισθηματική εμπλοκή, αξιομνημόνευτη εμπειρία, βιωματική μάθηση και ψηφιακή εμπειρία

Η δεύτερη ενότητα επικεντρωνόταν στη μέτρηση των βασικών διαστάσεων της τουριστικής εμπειρίας, συμπεριλαμβανομένων της αξιομνημόνευτης εμπειρίας, της συναισθηματικής εμπλοκής, της βιωματικής μάθησης, της ψηφιακής εμπειρίας και της εμπειρίας από το κατάστημα ενθυμημάτων.

Για τις συγκεκριμένες ερωτήσεις χρησιμοποιήθηκε πενταβάθμια κλίμακα Likert:

1= Διαφωνώ απόλυτα

2 = Διαφωνώ

3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

4 = Συμφωνώ

5 = Συμφωνώ απόλυτα

Οι μεταβλητές που εξετάστηκαν περιλάμβαναν:

- την ένταση θετικών συναισθημάτων,
- τη συναισθηματική σύνδεση με το περιβάλλον και τα εκθέματα,
- την απορρόφηση και ενεργή εμπλοκή στην εμπειρία,
- τη μάθηση και κατανόηση θεμάτων θαλάσσιου περιβάλλοντος,
- τη συμβολή της εμπειρίας στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση,
- την αξιολόγηση ψηφιακών εφαρμογών όπως VR και ακουστικές ξεναγήσεις,
- τη συμβολή του καταστήματος ενθυμημάτων στη διατήρηση της εμπειρίας,
- καθώς και τις μεταγενέστερες συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών.

3. Αξιολόγηση υπηρεσιών και υποδομών

Στην τρίτη ενότητα οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν την ποιότητα των υπηρεσιών και των υποδομών του Ενυδρείου Κρήτης, όπως:

- πρόσβαση και η ευκολία μετακίνησης,
- εκθεσιακοί χώροι και τα ενυδρεία,
- ψηφιακές υπηρεσίες,
- εξυπηρέτηση από το προσωπικό,
- κατάσταση ενθυμημάτων,
- υπηρεσίες καφέ/εστιατορίου.

Για τη συγκεκριμένη ενότητα χρησιμοποιήθηκε κλίμακα αξιολόγησης πέντε βαθμίδων, με πρόσθετη επιλογή «Δεν χρησιμοποίησα / Δεν μπορώ να αξιολογήσω».

4. Μετα-εμπειρία και συμπεριφορά μετά την επίσκεψη

Η επόμενη ενότητα διερευνούσε στοιχεία που σχετίζονται με τη μετα-εμπειρία των επισκεπτών, όπως:

- η πρόθεση επανεπίσκεψης,
- η πρόθεση σύστασης του Ενυδρείου σε άλλους,
- η κοινοποίηση φωτογραφιών και εμπειριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
- καθώς και η αναζήτηση επιπλέον πληροφοριών για το θαλάσσιο περιβάλλον μετά την επίσκεψη.

5. Ανοιχτές ερωτήσεις και προτάσεις βελτίωσης

Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε επίσης περιορισμένο αριθμό ανοιχτού τύπου ερωτήσεων, δίνοντας στους συμμετέχοντες τη δυνατότητα να διατυπώσουν προαιρετικά σχόλια ή προτάσεις σχετικά με την εμπειρία της επίσκεψης.

Πριν από την τελική διανομή του ερωτηματολογίου, πραγματοποιήθηκε πιλοτικός έλεγχος (pilot test) σε περιορισμένο αριθμό ατόμων, με στόχο την αξιολόγηση της σαφήνειας, της κατανόησης και της λειτουργικότητας των ερωτήσεων, καθώς και της συνολικής εμπειρίας συμπλήρωσης του εργαλείου. Ο πιλοτικός έλεγχος συνέβαλε στον εντοπισμό σημείων που απαιτούσαν γλωσσικές ή δομικές βελτιώσεις, προκειμένου να ενισχυθεί η εγκυρότητα περιεχομένου (content validity) και η χρηστικότητα του εργαλείου πριν από την κύρια φάση συλλογής δεδομένων.

3.4.2 Ημιδομημένου Ποιοτικού Ερωτηματολογίου Ανοιχτού Τύπου (Ποιοτική Προσέγγιση)

Παράλληλα με το ποσοτικό ερωτηματολόγιο των επισκεπτών, η παρούσα έρευνα αξιοποίησε ποιοτικό εργαλείο συλλογής δεδομένων με τη μορφή ημιδομημένου ποιοτικού ερωτηματολογίου ανοιχτού τύπου, το οποίο απευθυνόταν σε εργαζομένους του Ενυδρείου Κρήτης.

Η επιλογή της συγκεκριμένης μεθόδου πραγματοποιήθηκε λόγω περιορισμών που σχετίζονται με τη διαθεσιμότητα του προσωπικού και τη δυσκολία συντονισμού κοινών χρονικών περιόδων για τη διεξαγωγή ατομικών ποιοτικών συνεντεύξεων. Ως εκ τούτου, επιλέχθηκε γραπτή μορφή συλλογής ποιοτικών δεδομένων, η οποία επέτρεψε τη συμμετοχή εργαζομένων από διαφορετικούς λειτουργικούς τομείς με μεγαλύτερη χρονική ευελιξία.

Το εργαλείο σχεδιάστηκε με βάση τους βασικούς θεωρητικούς άξονες της έρευνας και είχε στόχο τη διερεύνηση της εμπειρίας των επισκεπτών από την οπτική των εργαζομένων, καθώς και την καταγραφή επαγγελματικών παρατηρήσεων σχετικά με τη λειτουργία του οργανισμού και τους παράγοντες που συμβάλλουν στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών.

Το ποιοτικό εργαλείο περιλάμβανε ανοιχτού τύπου ερωτήσεις οργανωμένες σε θεματικές ενότητες, επιτρέποντας στους συμμετέχοντες να διατυπώσουν ελεύθερα τις απόψεις, τις εμπειρίες και τις παρατηρήσεις τους σε γραπτή μορφή.

Οι βασικές θεματικές του εργαλείου αφορούσαν:

- τη συνολική τουριστική εμπειρία των επισκεπτών,
- τη συναισθηματική εμπλοκή και τις αντιδράσεις των επισκεπτών,
- τη βιωματική μάθηση και την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση,
- τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών και διαδραστικών εφαρμογών,
- τον ρόλο του καταστήματος ενθυμημάτων,
- τη συμπεριφορά των επισκεπτών μετά την επίσκεψη και την ψηφιακή κοινοποίηση της εμπειρίας,
- καθώς και προτάσεις βελτίωσης της συνολικής εμπειρίας.

Επιπλέον, το εργαλείο περιλάμβανε επιμέρους ερωτήσεις προσαρμοσμένες ανά κατηγορία εργαζομένου (διοίκηση, εκπαίδευση, ψηφιακές εφαρμογές /VR, προώθηση, κατάστημα ενθυμημάτων και υποδοχή), ώστε να καταγραφούν εξειδικευμένες παρατηρήσεις ανά λειτουργικό τομέα.

Η χρήση ημιδομημένου ποιοτικού ερωτηματολογίου ανοικτού τύπου κρίθηκε κατάλληλη, καθώς επέτρεψε τη διατήρηση ενός κοινού θεματικού πλαισίου μεταξύ όλων των συμμετεχόντων, ενώ παράλληλα παρείχε τη δυνατότητα ανάπτυξης πιο αναλυτικών και στοχαστικών απαντήσεων, διευκολύνοντας τη συγκριτική και ερμηνευτική ανάλυση των δεδομένων.

Οι απαντήσεις που συλλέχθηκαν αναλύθηκαν μέσω θεματικής ανάλυσης (thematic analysis), με στόχο την αναγνώριση επαναλαμβανόμενων μοτίβων, αντιλήψεων και εμπειριών που σχετίζονται με τη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης (Braun&Clarke, 2008).

3.5 Δείγμα και Διαδικασία Δειγματοληψίας

Το δείγμα της παρούσας έρευνας περιλάμβανε τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά δεδομένα, σύμφωνα με τη μικτή μεθοδολογική προσέγγιση που υιοθετήθηκε.

Ποσοτικό δείγμα

Το ποσοτικό σκέλος της έρευνας βασίστηκε σε δομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο διανεμήθηκε μέσω της πλατφόρμας Google Forms. Η διανομή πραγματοποιήθηκε τόσο επιτόπου, μέσω κωδικού QR (*QR code*) στους χώρους του Ενυδρείου Κρήτης, όσο και μέσω διαδικτυακής πρόσβασης, με στόχο τη διευκόλυνση της συμμετοχής των επισκεπτών.

Το τελικό δείγμα της ποσοτικής έρευνας ανήλθε σε **225 επισκέπτες** του Ενυδρείου Κρήτης. Στη συμμετοχή περιλήφθηκαν επισκέπτες ηλικίας 18 ετών και άνω, οι οποίοι είχαν ολοκληρώσει ή βρίσκονταν στο τέλος της εμπειρίας επίσκεψης, ώστε να μπορούν να αξιολογήσουν συνολικά την εμπειρία τους.

Η δειγματοληψία ήταν μη πιθανότητας και συγκεκριμένα ευκαιριακή (*convenience sampling*), καθώς οι συμμετέχοντες επιλέχθηκαν με βάση τη διαθεσιμότητά και την εθελοντική προθυμία συμμετοχής τους κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους, προσέγγιση που χρησιμοποιείται συχνά σε έρευνες πεδίου με επισκέπτες τουριστικών οργανισμών (Saunders et al., 2019).

Η συλλογή των ποσοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα από **1 Απριλίου 2026 έως 15 Μαΐου 2026**.

Ποιοτικό δείγμα

Το ποιοτικό σκέλος της έρευνας περιλάμβανε τη συλλογή ποιοτικών δεδομένων σε γραπτή μορφή από **επτά (7) εργαζομένους** του Ενυδρείου Κρήτης, οι οποίοι επιλέχθηκαν μέσω σκόπιμης δειγματοληψίας (*purposive sampling*), βάσει της επαγγελματικής τους θέσης και της άμεσης εμπλοκής τους με την εμπειρία των επισκεπτών.

Συγκεκριμένα, το ποιοτικό δείγμα περιλάμβανε εργαζομένους από διαφορετικούς λειτουργικούς τομείς του οργανισμού:

- διοίκηση / προϊστάμενος,
- εκπαιδευτικά προγράμματα,
- ψηφιακές εμπειρίες / VR,
- τμήμα προώθησης / επικοινωνίας,
- υποδοχή (*reception*),
- κατάστημα ενθυμημάτων,
- ταμειακή λειτουργία και εμπορική διαχείριση.

Η επιλογή διαφορετικών επαγγελματικών ρόλων κρίθηκε σημαντική, καθώς επέτρεψε την καταγραφή πολλαπλών οργανωσιακών οπτικών σχετικά με την εμπειρία των επισκεπτών.

Το ποιοτικό σκέλος δεν αποσκοπεί σε στατιστική γενίκευση, αλλά στη συμπληρωματική και ερμηνευτική κατανόηση της εμπειρίας των επισκεπτών μέσα από την οπτική εργαζομένων-κλειδιά.

Οι συμμετέχοντες απάντησαν σε ανοικτού τύπου ερωτήσεις σε γραπτή μορφή, παρέχοντας αναλυτικές απόψεις, παρατηρήσεις και εμπειρικές καταγραφές σχετικά με την εμπειρία των επισκεπτών και τη λειτουργία του οργανισμού.

Η συγκεκριμένη διαδικασία επέτρεψε τη συλλογή εις βάθος ποιοτικών δεδομένων με ευελιξία ως προς τον χρόνο συμμετοχής των εργαζομένων.

3.6 Μέθοδοι Ανάλυσης Ποσοτικών και Ποιοτικών Δεδομένων

Η ανάλυση των δεδομένων της παρούσας έρευνας πραγματοποιήθηκε με συνδυασμό ποσοτικών και ποιοτικών τεχνικών ανάλυσης, σύμφωνα με τη μικτή μεθοδολογική προσέγγιση που υιοθετήθηκε, με στόχο την ολοκληρωμένη κατανόηση της τουριστικής εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης.

Ποσοτική ανάλυση δεδομένων

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν μέσω του δομημένου ερωτηματολογίου αναλύθηκαν με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

Αρχικά πραγματοποιήθηκε περιγραφική στατιστική ανάλυση (descriptive statistics), με σκοπό την αποτύπωση των βασικών χαρακτηριστικών του δείγματος και των μεταβλητών της έρευνας, μέσω δεικτών όπως συχνότητες, ποσοστά, μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις.

Στη συνέχεια εξετάστηκε η αξιοπιστία των επιμέρους κλιμάκων μέτρησης μέσω του δείκτη Cronbach's Alpha, με στόχο τον έλεγχο της εσωτερικής συνοχής επιμέρους θεωρητικών διαστάσεων του ερωτηματολογίου, όπως η συναισθηματική εμπλοκή, η βιωματική μάθηση, η ψηφιακή εμπειρία και η αξιομνημόνευτη τουριστική εμπειρία (Pallant, 2020).

Ανάλογα με τη φύση των μεταβλητών, εξετάστηκαν επίσης πιθανές σχέσεις μεταξύ επιμέρους παραγόντων της έρευνας, με στόχο την καλύτερη κατανόηση των συνδέσεων μεταξύ εμπειρίας, συναισθηματικής εμπλοκής και συμπεριφορικών προθέσεων.

Η επιλογή των συγκεκριμένων τεχνικών κρίθηκε κατάλληλη για την επεξεργασία των δεδομένων και την απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα της μελέτης.

Ποιοτική ανάλυση δεδομένων

Τα δεδομένα που προέκυψαν από το ποιοτικό εργαλείο, το οποίο εφαρμόστηκε σε εργαζομένους του Ενυδρείου Κρήτης, αναλύθηκαν με τη μέθοδο της θεματικής ανάλυσης (thematic analysis), σύμφωνα με τη μεθοδολογική προσέγγιση των Braun & Clarke (2006).

Η διαδικασία περιλάμβανε:

- επαναλαμβανόμενη ανάγνωση των απαντήσεων,

- αρχική κωδικοποίηση των δεδομένων,
- ομαδοποίηση συναφών κωδίκων,
- αναγνώριση επαναλαμβανόμενων μοτίβων,
- και διαμόρφωση βασικών θεματικών κατηγοριών.

Μέσω της ανάλυσης επιδιώχθηκε η ανάδειξη βασικών θεματικών κατηγοριών, που σχετίζονται με:

- τη συναισθηματική εμπλοκή των επισκεπτών,
- τη βιωματική μάθηση και την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση,
- τον ρόλο των ψηφιακών τεχνολογιών στην εμπειρία,
- τη λειτουργία και συμβολή του καταστήματος ενθυμημάτων,
- καθώς και τη μετα-εμπειρία και τη συμπεριφορά των επισκεπτών μετά την επίσκεψη.

Η θεματική ανάλυση κρίθηκε κατάλληλη, καθώς επιτρέπει τη συστηματική ερμηνεία ποιοτικών δεδομένων και την εις βάθος κατανόηση αντιλήψεων, εμπειριών και οργανωσιακών πρακτικών που σχετίζονται με τη διαμόρφωση της εμπειρίας των επισκεπτών.

Τριγωνοποίηση δεδομένων

Η συνδυαστική αξιοποίηση ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων υποστηρίζει τη διαδικασία τριγωνοποίησης (triangulation), συμβάλλοντας στην ενίσχυση της εγκυρότητας και αξιοπιστίας των αποτελεσμάτων. Μέσα από τη σύγκριση των ευρημάτων που προκύπτουν από τα ερωτηματολόγια των επισκεπτών και τα ποιοτικά δεδομένα του προσωπικού, επιτυγχάνεται μια πιο ολοκληρωμένη και πολυδιάστατη κατανόηση της τουριστικής εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης.

3.7 Ηθικά Ζητήματα της έρευνας

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε με σεβασμό στις βασικές αρχές της ερευνητικής δεοντολογίας, διασφαλίζοντας την προστασία των συμμετεχόντων, την εμπιστευτικότητα των δεδομένων και την ακεραιότητα της ερευνητικής διαδικασίας.

Όλοι οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν εκ των προτέρων για τον σκοπό της έρευνας, τον ακαδημαϊκό και ερευνητικό χαρακτήρα της, καθώς και για τον τρόπο αξιοποίησης των δεδομένων που συλλέχθηκαν. Η συμμετοχή ήταν απολύτως εθελοντική, χωρίς οποιαδήποτε μορφή πίεσης ή υποχρέωσης συμμετοχής, ενώ οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να αποχωρήσουν από την έρευνα οποιαδήποτε στιγμή χωρίς καμία συνέπεια.

Η ενημέρωση των συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε μέσω εισαγωγικού ενημερωτικού κειμένου στα ερευνητικά εργαλεία, όπου διευκρινίζονταν ο σκοπός της έρευνας και οι όροι συμμετοχής.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ανωνυμία, την εμπιστευτικότητα των απαντήσεων και την προστασία των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων. Στο εισαγωγικό ενημερωτικό κείμενο των ερευνητικών εργαλείων παρέχονταν πληροφορίες σχετικά με τον σκοπό της έρευνας, την εθελοντική φύση της συμμετοχής και τον τρόπο διαχείρισης των δεδομένων. Τα δεδομένα του ποσοτικού ερωτηματολογίου συλλέχθηκαν χωρίς καταγραφή προσωπικών στοιχείων ταυτοποίησης, ενώ οι απαντήσεις του ποιοτικού σκέλους παρουσιάζονται με τρόπο που δεν επιτρέπει την εύλογη ταυτοποίηση των συμμετεχόντων, παρά το περιορισμένο μέγεθος του δείγματος. Η συλλογή και διαχείριση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με τις βασικές αρχές προστασίας προσωπικών δεδομένων και τις σχετικές απαιτήσεις του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (GDPR).

Επιπλέον, τηρήθηκαν οι αρχές της αντικειμενικής και υπεύθυνης επεξεργασίας των δεδομένων, χωρίς αλλοίωση, επιλεκτική παρουσίαση ή παραποίηση των ευρημάτων.

Δεδομένης της επαγγελματικής σχέσης της ερευνήτριας με τον οργανισμό που αποτέλεσε το πεδίο της μελέτης, δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στη διατήρηση της ερευνητικής ουδετερότητας, στην αντικειμενική ερμηνεία των δεδομένων και στην αποφυγή πιθανών προκαταλήψεων κατά τη συλλογή και ανάλυση των στοιχείων. Παράλληλα, ιδιαίτερη μέριμνα λήφθηκε ώστε η συμμετοχή των εργαζομένων να είναι πλήρως εθελοντική και να μην συνδέεται με οποιαδήποτε υπηρεσιακή υποχρέωση ή αξιολόγηση.

Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με σεβασμό στις απόψεις και στις εμπειρίες των συμμετεχόντων, ιδιαίτερα στο ποιοτικό σκέλος της έρευνας, όπου στόχος ήταν η αυθεντική αποτύπωση των αντιλήψεών τους.

3.8 Περιορισμοί της έρευνας

Παρά τον προσεκτικό σχεδιασμό της παρούσας έρευνας, υπάρχουν ορισμένοι περιορισμοί που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την ερμηνεία των αποτελεσμάτων.

Αρχικά, το ποσοτικό δείγμα βασίστηκε σε μη πιθανολογική ευκαιριακή δειγματοληψία (*non-probability convenience sampling*), γεγονός που περιορίζει τη δυνατότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων στο σύνολο του πληθυσμού των επισκεπτών του Ενυδρείου Κρήτης.

Επιπλέον, η συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, γεγονός που ενδέχεται να επηρεάζει τα αποτελέσματα λόγω εποχικότητας, καθώς η σύνθεση και τα χαρακτηριστικά του επισκεπτικού κοινού διαφοροποιούνται κατά τη διάρκεια διαφορετικών περιόδων του έτους.

Στο ποιοτικό σκέλος της μελέτης, το περιορισμένο μέγεθος του δείγματος δεν επιτρέπει στατιστική γενίκευση των ευρημάτων. Ωστόσο, ο στόχος της ποιοτικής προσέγγισης δεν ήταν η γενίκευση, αλλά η συμπληρωματική και ερμηνευτική κατανόηση της εμπειρίας των επισκεπτών μέσα από την οπτική εργαζομένων με άμεση γνώση του οργανισμού.

Επιπλέον, οι απαντήσεις των εργαζομένων ενδέχεται να επηρεάζονται από την οργανωσιακή τους θέση και τη σχέση τους με τον οργανισμό, γεγονός που ενδέχεται να επηρεάζει τον τρόπο αποτύπωσης των εμπειριών και των πρακτικών που περιγράφονται.

Επιπρόσθετα, η χρήση αυτοαναφερόμενων δεδομένων (*self-reported data*) ενδέχεται να επηρεάζεται από υποκειμενικές αντιλήψεις, ανακλητική μνήμη (*recall bias*) ή κοινωνικά επιθυμητές απαντήσεις των συμμετεχόντων.

Τέλος, η επαγγελματική σχέση της ερευνήτριας με τον οργανισμό ενδέχεται να συνιστά πιθανή πηγή ερευνητικής μεροληψίας. Ωστόσο, καταβλήθηκε συστηματική προσπάθεια διατήρησης της αντικειμενικότητας και της δεοντολογικής συνέπειας καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας.

Παρά τους παραπάνω περιορισμούς, η μικτή μεθοδολογική προσέγγιση ενισχύει την αναλυτική και ερμηνευτική πληρότητα της μελέτης, επιτρέποντας τη συμπληρωματική αξιοποίηση διαφορετικών τύπων δεδομένων.

Κεφάλαιο 4: Παρουσίαση και Ανάλυση Αποτελεσμάτων

Το παρόν κεφάλαιο παρουσιάζει τα ευρήματα της εμπειρικής έρευνας σχετικά με τις επιμέρους διαστάσεις της τουριστικής εμπειρίας των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης. Η ανάλυση βασίζεται στα δεδομένα που συλλέχθηκαν μέσω του ποσοτικού ερωτηματολογίου από 225 επισκέπτες, καθώς και στα ποιοτικά δεδομένα που προέκυψαν από το ημιδομημένο ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου που συμπληρώθηκε από εργαζομένους του οργανισμού.

Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων οργανώνεται σύμφωνα με τους βασικούς θεματικούς άξονες της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν στο πρώτο κεφάλαιο. Αρχικά παρουσιάζονται τα δημογραφικά και επισκεπτικά χαρακτηριστικά του δείγματος, ενώ στη συνέχεια αναλύονται οι βασικές διαστάσεις της εμπειρίας των επισκεπτών, όπως η συναισθηματική εμπλοκή, η αξιομνημόνευτη εμπειρία, η βιωματική μάθηση, η χρήση ψηφιακής τεχνολογίας, ο ρόλος του καταστήματος ενθυμημάτων και η μετα-επισκεπτική εμπειρία, συμπεριλαμβανομένων των συμπεριφορικών προθέσεων των επισκεπτών.

Τέλος, παρουσιάζονται τα ποιοτικά ευρήματα τα οποία λειτουργούν συμπληρωματικά στην ερμηνεία των ποσοτικών αποτελεσμάτων.

4.1 Προφίλ Επισκεπτών

4.1.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά επισκεπτών

Το δείγμα της παρούσας έρευνας αποτελείται από **225 επισκέπτες του Ενυδρείου Κρήτης**, οι οποίοι συμμετείχαν εθελοντικά στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Τα βασικά δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.1.

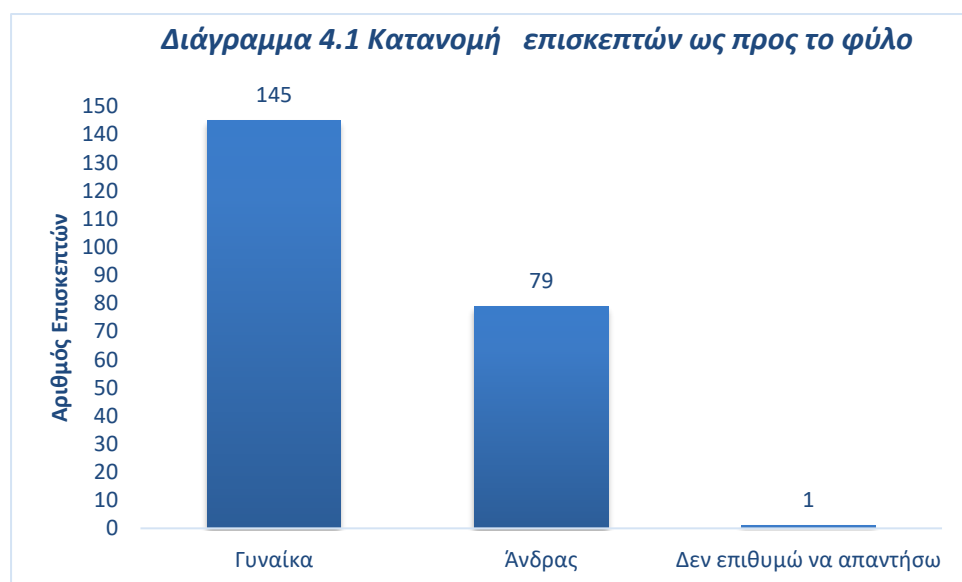
Πίνακας 4.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά δείγματος

Μεταβλητή	Κατηγορία	N	%
Φύλο	Γυναίκα	145	64,4%
	Άνδρας	79	35,1%
	Δεν επιθυμώ να απαντήσω	1	0,4%
Ηλικία	18–25	25	11,1%
	26–35	29	12,9%
	36–50	116	51,6%
	51–65	53	23,6%
	65+	2	0,9%
Εκπαίδευση	Διδακτορικό	1	0,4%

	Μεταπτυχιακό	66	29,3%
	ΑΕΙ/ΤΕΙ	86	38,2%
	Λύκειο	62	27,6%
	Δημοτικό	10	4,4%
Εθνικότητα	Ελληνική	207	92,0%
	Άλλη Ευρωπαϊκή	17	7,6%
	Μη Ευρωπαϊκή	1	0,4%
Χώρα μόνιμης κατοικίας	Ελλάδα	212	94,2%
	Άλλη Ευρωπαϊκή χώρα	12	5,3%
	Μη Ευρωπαϊκή χώρα	1	0,4%

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Ως προς το φύλο, παρατηρείται υπεροχή των γυναικών, οι οποίες αποτελούν το **64,4% του δείγματος (n=145)**, ενώ οι άνδρες αντιστοιχούν στο **35,1% (n=79)**. Ένας συμμετέχων (**0,4%**) επέλεξε να μην απαντήσει στη συγκεκριμένη ερώτηση. Παρατηρείται υψηλότερη συμμετοχή γυναικών στο δείγμα, γεγονός που ενδέχεται να σχετίζεται είτε με τη σύνθεση των επισκεπτών κατά τη διάρκεια της περιόδου συλλογής δεδομένων είτε με μεγαλύτερη προθυμία συμμετοχής στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Η κατανομή των συμμετεχόντων ως προς το φύλο παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 4.1.



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Ως προς την ηλικιακή κατανομή, η μεγαλύτερη ομάδα επισκεπτών εντοπίζεται στην κατηγορία **36–50 ετών**, η οποία αντιπροσωπεύει το **51,6% του δείγματος (n=116)**. Ακολουθούν οι ηλικίες **51–65 ετών** με **23,6% (n=53)**, ενώ οι νεότερες ηλικιακές ομάδες **26–35 ετών** και **18–25 ετών** αντιστοιχούν στο **12,9% (n=29)** και **11,1% (n=25)** αντίστοιχα. Η ηλικιακή ομάδα **65 ετών και άνω** εμφανίζει πολύ περιορισμένη

εκπροσώπηση (0,9%, n=2). Η συγκεκριμένη κατανομή δείχνει ότι στο παρόν δείγμα υπερσχύουν επισκέπτες μέσης ηλικίας, στοιχείο που πιθανόν αντανάκλα το προφίλ του συγκεκριμένου δείγματος και τη φύση του οργανισμού ως οικογενειακού και εκπαιδευτικού προορισμού. Η ηλικιακή κατανομή των συμμετεχόντων παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 4.2.



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Αναφορικά με το μορφωτικό επίπεδο, η μεγαλύτερη κατηγορία του δείγματος αφορά αποφοίτους **ΑΕΙ/ΤΕΙ (38,2%, n=86)**, ενώ σημαντικό ποσοστό διαθέτει **μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών (29,3%, n=66)**. Επιπλέον, το **27,6% (n=62)** είναι απόφοιτοι λυκείου, ενώ μικρότερα ποσοστά αντιστοιχούν σε αποφοίτους δημοτικού (**4,4%, n=10**) και κατόχους διδακτορικού (**0,4%, n=1**). Τα δεδομένα αυτά δείχνουν ότι το δείγμα χαρακτηρίζεται από σχετικά υψηλό μορφωτικό επίπεδο, στοιχείο που ενδέχεται να σχετίζεται με μεγαλύτερη προθυμία συμμετοχής στην έρευνα ή με τα χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου δείγματος.

Ως προς την εθνικότητα, η συντριπτική πλειονότητα των συμμετεχόντων είναι **ελληνικής εθνικότητας (92,0%, n=207)**, ενώ το **7,6% (n=17)** προέρχεται από άλλες ευρωπαϊκές χώρες και μόλις ένας συμμετέχων (**0,4%**) από μη ευρωπαϊκή χώρα. Αντίστοιχα, ως προς τη χώρα μόνιμης κατοικίας, το **94,2% (n=212)** διαμένει στην Ελλάδα, γεγονός που δείχνει ότι το συγκεκριμένο δείγμα αποτελείται κυρίως από εγχώριους επισκέπτες.

Συνολικά, το δημογραφικό προφίλ του δείγματος σκιαγραφεί έναν επισκέπτη κυρίως ελληνικής προέλευσης, μέσης ηλικίας, με σχετικά υψηλό μορφωτικό επίπεδο, χαρακτηριστικά που ενδέχεται να σχετίζονται τόσο με την αντίληψη της εμπειρίας

όσο και με τη στάση απέναντι στη βιωματική μάθηση, την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών.

4.1.2 Ταξιδιωτικό και επισκεπτικό προφίλ

4.1.2.1 Χαρακτηριστικά επίσκεψης και ταξιδιωτικής συμπεριφοράς

Η ανάλυση των χαρακτηριστικών επίσκεψης και της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς των συμμετεχόντων συμβάλλει στην καλύτερη κατανόηση του προφίλ των επισκεπτών του Ενυδρείου Κρήτης και του τρόπου με τον οποίο προσεγγίζουν την εμπειρία της επίσκεψης. Στον Πίνακα 4.2 παρουσιάζονται τα βασικά σχετικά χαρακτηριστικά του δείγματος.

Πίνακας 4.2 Χαρακτηριστικά επίσκεψης και ταξιδιωτικής συμπεριφοράς

Μεταβλητή	Κατηγορία	N	%
Συχνότητα επίσκεψης στο Ενυδρείο*	1η φορά	13	7,3%
	2η φορά	21	11,8%
	Πάνω από 2 φορές	143	80,8%
Συχνότητα επίσκεψης στην Κρήτη **	1η φορά	20	41,7%
	2η φορά	3	6,3%
	Πάνω από 2 φορές	25	52,1%
Τύπος επίσκεψης	Ανεξάρτητη επίσκεψη	212	94,2%
	Οργανωμένη επίσκεψη	13	5,8%
Τρόπος προσέλευσης	Ι.Χ.	186	82,7%
	Ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο	18	8,0%
	ΚΤΕΛ	10	4,4%
	Τουριστικό λεωφορείο	6	2,7%
	Άλλες επιλογές	5	2,2%
Διάρκεια επίσκεψης	15–30 λεπτά	15	6,7%
	31–60 λεπτά	121	53,8%
	61–90 λεπτά	74	32,9%
	Πάνω από 90 λεπτά	15	6,7%

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

* Υπολογισμός επί των έγκυρων απαντήσεων.

** Αφορά μόνο τους συμμετέχοντες που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι Κρήτης και απάντησαν στη σχετική ερώτηση.

Αναφορικά με τη συχνότητα επίσκεψης στο Ενυδρείο Κρήτης, παρατηρείται ότι η πλειονότητα των συμμετεχόντων που απάντησαν στη σχετική ερώτηση έχει επισκεφθεί το Ενυδρείο περισσότερες από δύο φορές (80,8%, n=143), ενώ μικρότερα ποσοστά αντιστοιχούν σε επισκέπτες που βρίσκονται στη δεύτερη επίσκεψή τους (11,8%, n=21) ή στην πρώτη τους επίσκεψη (7,3%, n=13). Το εύρημα αυτό υποδηλώνει ισχυρή παρουσία επαναλαμβανόμενων επισκεπτών στο συγκεκριμένο

υποσύνολο του δείγματος, γεγονός που ενδέχεται να σχετίζεται με την υψηλή συμμετοχή εγχώριων επισκεπτών.

Ως προς τη συχνότητα επίσκεψης στην Κρήτη, μεταξύ των συμμετεχόντων που απάντησαν στη σχετική ερώτηση, το 52,1% (n=25) δήλωσε ότι επισκέπτεται την Κρήτη περισσότερες από δύο φορές, ενώ το 41,7% (n=20) ανέφερε ότι βρίσκεται στο νησί για πρώτη φορά. Το εύρημα αυτό υποδηλώνει ότι το δείγμα περιλαμβάνει τόσο επαναλαμβανόμενους επισκέπτες όσο και επισκέπτες πρώτης γνωριμίας με τον προορισμό. Η συγκεκριμένη ερώτηση αφορούσε υποσύνολο του δείγματος (μη μόνιμοι κάτοικοι Κρήτης), συνεπώς τα ευρήματα ερμηνεύονται με επιφύλαξη.

Ως προς τον τύπο επίσκεψης, η συντριπτική πλειονότητα των συμμετεχόντων πραγματοποίησε ανεξάρτητη επίσκεψη (94,2%, n=212), ενώ μόλις το 5,8% (n=13) συμμετείχε σε οργανωμένη επίσκεψη. Το στοιχείο αυτό δείχνει ότι το Ενυδρείο Κρήτης προσελκύει κυρίως επισκέπτες που οργανώνουν αυτόνομα τη δραστηριότητά τους, γεγονός που ενδέχεται να σχετίζεται με τον χαρακτήρα του ως επισκέψιμου χώρου που μπορεί να ενταχθεί αυτόματα στο πρόγραμμα των επισκεπτών ευέλικτου τουριστικού και ψυχαγωγικού προορισμού.

Ως προς τον τρόπο προσέλευσης, το ιδιωτικό αυτοκίνητο αποτελεί μακράν τη συχνότερη επιλογή μετακίνησης (82,7%, n=186), ενώ ακολουθούν το ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο (8,0%, n=18) και το ΚΤΕΛ (4,4%, n=10). Οι οργανωμένες μετακινήσεις μέσω τουριστικού λεωφορείου εμφανίζονται σε χαμηλά επίπεδα (2,7%, n=6), ενώ περιορισμένος αριθμός συμμετεχόντων ανέφερε άλλους τρόπους προσέλευσης (2,2%, n=5). Η εικόνα αυτή αναδεικνύει την έντονη εξάρτηση από ιδιωτικά μέσα μεταφοράς για την πρόσβαση στο Ενυδρείο. Ο τρόπος προσέλευσης των επισκεπτών παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 4.3.



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Ως προς τη διάρκεια της επίσκεψης, η πλειονότητα των συμμετεχόντων παρέμεινε στον χώρο από 31 έως 60 λεπτά (53,8%, n=121), ενώ σημαντικό ποσοστό παρέμεινε από 61 έως 90 λεπτά (32,9%, n=74). Μικρότερα ποσοστά αντιστοιχούν σε σύντομες επισκέψεις διάρκειας έως 30 λεπτών ή σε επισκέψεις άνω των 90 λεπτών (6,7% αντίστοιχα). Η κατανομή αυτή δείχνει ότι η εμπειρία του Ενυδρείου βιώνεται κυρίως ως δραστηριότητα που απαιτεί συνήθως χρονική παραμονή μέσης διάρκειας, με επαρκή χρόνο για περιήγηση και αλληλεπίδραση με τα εκθέματα.

4.1.2.2 Σύνθεση ομάδας επίσκεψης

Η σύνθεση της ομάδας επίσκεψης αποτελεί σημαντική διάσταση για την κατανόηση της τουριστικής εμπειρίας, καθώς η κοινωνική διάσταση της επίσκεψης ενδέχεται να επηρεάζει τόσο τη διάρκεια και τον τρόπο αλληλεπίδρασης με τον χώρο όσο και τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών. Στον Πίνακα 4.3 παρουσιάζονται τα βασικά χαρακτηριστικά της σύνθεσης των ομάδων επίσκεψης.

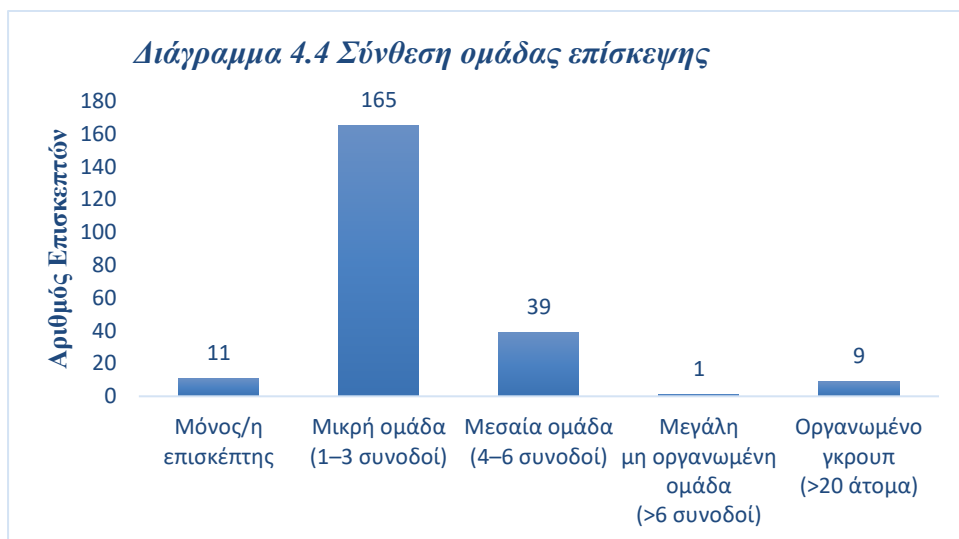
Πίνακας 4.3 Σύνθεση ομάδας επίσκεψης

Μεταβλητή	Κατηγορία	N	%
Μέγεθος ομάδας επίσκεψης	Μόνος/η επισκέπτης	11	4,9%
	Μικρή ομάδα (1–3 συνοδοί)	165	73,3%
	Μεσαία ομάδα (4–6 συνοδοί)	39	17,3%
	Μεγάλη μη οργανωμένη ομάδα (>6 συνοδοί)	1	0,4%
	Οργανωμένο γκρουπ (>20 άτομα)	9	4,0%
Παρουσία παιδιών κάτω των 12 ετών	Ναι	124	55,1%
	Όχι	101	44,9%

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Όσον αφορά τη σύνθεση της ομάδας επίσκεψης, η μεγάλη πλειονότητα των συμμετεχόντων επισκέφθηκε το Ενυδρείο Κρήτης ως μέρος μικρής ομάδας 1–3 συνοδών (73,3%, n=165), γεγονός που υποδηλώνει ότι η εμπειρία του χώρου βιώνεται κυρίως σε οικογενειακό ή μικρό κοινωνικό πλαίσιο. Σημαντικό ποσοστό επισκεπτών συμμετείχε σε μεσαίες ομάδες 4–6 συνοδών (17,3%, n=39), ενώ μικρότερα ποσοστά αντιστοιχούν σε μεγάλες μη οργανωμένες ομάδες (0,4%, n=1) και οργανωμένα γκρουπ (4,0%, n=9). Οι επισκέπτες που πραγματοποίησαν ατομική επίσκεψη αντιστοιχούν στο 4,9% του δείγματος (n=11). Η σύνθεση της ομάδας επίσκεψης παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 4.4.

Η συγκεκριμένη κατανομή δείχνει ότι το Ενυδρείο Κρήτης λειτουργεί κυρίως ως προορισμός κοινωνικής ή οικογενειακής επίσκεψης, στοιχείο που ενδέχεται να επηρεάζει τόσο τη δυναμική της εμπειρίας όσο και τη συνολική αλληλεπίδραση με τα εκθέματα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες.



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Αναφορικά με την παρουσία παιδιών κάτω των 12 ετών, περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες δήλωσαν ότι στην ομάδα τους περιλαμβάνονταν παιδιά της συγκεκριμένης ηλικιακής κατηγορίας (55,1%, n=124), ενώ το 44,9% (n=101) ανέφερε ότι δεν υπήρχαν παιδιά στην ομάδα επίσκεψης.

Το εύρημα αυτό ενισχύει την εικόνα του Ενυδρείου Κρήτης ως προορισμού με έντονο οικογενειακό χαρακτήρα, γεγονός που συνδέεται με τη βιωματική και εκπαιδευτική φύση της εμπειρίας, καθώς και με τη σημασία που ενδέχεται να έχει η περιβαλλοντική εκπαίδευση και η διαδραστική μάθηση για οικογένειες με παιδιά.

4.1.2.3 Πηγές ενημέρωσης για το Ενυδρείο

Η διερεύνηση των πηγών ενημέρωσης των επισκεπτών σχετικά με το Ενυδρείο Κρήτης συμβάλλει στην κατανόηση των καναλιών επικοινωνίας που επηρεάζουν την απόφαση επίσκεψης, καθώς και του ρόλου της ψηφιακής προβολής και της διαπροσωπικής σύστασης στη διαμόρφωση της τουριστικής συμπεριφοράς. Στη συγκεκριμένη ερώτηση οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να επιλέξουν περισσότερες από μία απαντήσεις συνεπώς, τα ποσοστά δεν αθροίζουν στο 100%, όπως φανερώνει και ο Πίνακας 4.4.

Πίνακας 4.4 Πηγές ενημέρωσης για το Ενυδρείο Κρήτης

Πηγή ενημέρωσης	N	% επί του δείγματος
Φίλοι / συγγενείς	137	60,9%
Social Media	61	27,1%
Επίσημη ιστοσελίδα	46	20,4%
Πινακίδες / επιτόπια σήμανση	45	20,0%
Μέσα ενημέρωσης	35	15,6%
Έντυπο υλικό	35	15,6%

Διαδικτυακές ταξιδιωτικές πλατφόρμες	18	8,0%
Άλλο	23	10,2%
Ξενοδοχείο	5	2,2%
Τουριστικό γραφείο	2	0,9%

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Όσον αφορά τις πηγές ενημέρωσης, η σημαντικότερη πηγή πληροφόρησης για το Ενυδρείο Κρήτης φαίνεται να είναι οι φίλοι και οι συγγενείς, καθώς το 60,9% των συμμετεχόντων (n=137) ανέφερε τη διαπροσωπική σύσταση ως πηγή ενημέρωσης. Το εύρημα αυτό αναδεικνύει τη σημασία του *word-of-mouth* στη διαμόρφωση της επισκεψιμότητας, υποδηλώνοντας ότι η εμπειρία των προηγούμενων επισκεπτών λειτουργεί ως ισχυρός παράγοντας επιρροής για νέες επισκέψεις.

Σε ότι αφορά τα ψηφιακά κανάλια επικοινωνίας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εμφανίζονται ως η δεύτερη σημαντικότερη πηγή ενημέρωσης (27,1%, n=61), ενώ ακολουθεί η επίσημη ιστοσελίδα του οργανισμού (20,4%, n=46). Επιπλέον, το 8,0% των συμμετεχόντων (n=18) δήλωσε ότι ενημερώθηκε μέσω διαδικτυακών ταξιδιωτικών πλατφορμών. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι η ψηφιακή παρουσία του οργανισμού διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο στην προσέγγιση των επισκεπτών, αν και η προσωπική σύσταση εξακολουθεί να υπερέχει.

Παράλληλα, σημαντική είναι και η συμβολή της επιτόπιας φυσικής προβολής, καθώς το 20,0% των συμμετεχόντων (n=45) ανέφερε τις πινακίδες ή την επιτόπια σήμανση ως πηγή ενημέρωσης, ενώ το 15,6% (n=35) δήλωσε ότι ενημερώθηκε μέσω έντυπου υλικού και αντίστοιχο ποσοστό μέσω μέσων ενημέρωσης.

Αντίθετα, οι παραδοσιακοί διαμεσολαβητές της τουριστικής αγοράς εμφανίζονται να έχουν περιορισμένη επίδραση, καθώς μόλις το 2,2% (n=5) ενημερώθηκε μέσω ξενοδοχείου και το 0,9% (n=2) μέσω τουριστικού γραφείου.

Η συνολική εικόνα υποδηλώνει ότι η προσέλκυση επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης βασίζεται κυρίως στη συνδυαστική επίδραση της προσωπικής σύστασης και της ψηφιακής παρουσίας, με μικρότερη εξάρτηση από παραδοσιακά οργανωμένα τουριστικά κανάλια. Οι πηγές ενημέρωσης για το Ενυδρείο Κρήτης παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.5.

Διάγραμμα 4.5 Πηγές ενημέρωσης για το Ενυδρείο Κρήτης



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

4.2 Συναισθηματική Εμπλοκή και Αξιωματική Εμπειρία

4.2.1 Περιγραφική ανάλυση συναισθηματικής εμπλοκής

Η συναισθηματική εμπλοκή των επισκεπτών αποτελεί σημαντική διάσταση της τουριστικής εμπειρίας, καθώς σχετίζεται με την ένταση των συναισθημάτων, τη συναισθηματική σύνδεση με τον χώρο και τον βαθμό ενεργής συμμετοχής κατά τη διάρκεια της επίσκεψης. Η συναισθηματική εμπλοκή αξιολογήθηκε μέσω τεσσάρων δηλώσεων σε πενταβάθμια κλίμακα Likert (1 = Διαφωνώ απόλυτα έως 5 = Συμφωνώ απόλυτα). Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.5.

Πίνακας 4.5 Περιγραφικά στατιστικά συναισθηματικής εμπλοκής

Δήλωση	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Κατά τη διάρκεια της επίσκεψής μου ένιωσα έντονα θετικά συναισθήματα	4,08	0,96
Ένιωσα συναισθηματική σύνδεση με το περιβάλλον και το περιεχόμενο	3,97	1,03
Ένιωσα ενεργά εμπλεκόμενος/η κατά τη διάρκεια της επίσκεψης	3,79	1,00
Ένιωσα τόσο απορροφημένος/η από τα εκθέματα που έχασα την αίσθηση του χρόνου	3,94	1,04

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Η αξιοπιστία της κλίμακας συναισθηματικής εμπλοκής αξιολογήθηκε μέσω του δείκτη Cronbach's Alpha και κρίθηκε ιδιαίτερα υψηλή ($\alpha = 0,93$), γεγονός που υποδηλώνει εξαιρετική εσωτερική συνοχή των επιμέρους μεταβλητών.

Η ανάλυση δείχνει συνολικά υψηλά επίπεδα συναισθηματικής εμπλοκής των επισκεπτών. Η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφεται στη δήλωση που αφορά την εμπειρία έντονων θετικών συναισθημάτων κατά τη διάρκεια της επίσκεψης ($M=4,08$, $TA=0,96$), γεγονός που υποδηλώνει ότι η επίσκεψη στο Ενυδρείο Κρήτης αξιολογήθηκε κυρίως ως θετική και συναισθηματικά ευχάριστη εμπειρία.

Παράλληλα, υψηλές τιμές καταγράφονται στη συναισθηματική σύνδεση με το περιβάλλον και το περιεχόμενο του χώρου ($M=3,97$, $TA=1,03$), καθώς και στην αίσθηση απορρόφησης από τα εκθέματα ($M=3,94$, $TA=1,04$). Το τελευταίο εύρημα συνδέεται με στοιχεία απορρόφησης (*immersion*) ή κατάστασης ροής (*flow*), τα οποία στη σχετική βιβλιογραφία συνδέονται με αυξημένη εμπλοκή και εντονότερη βιωματική εμπειρία επισκεπτών.

Η σχετικά χαμηλότερη μέση τιμή καταγράφεται στη δήλωση που αφορά την ενεργή εμπλοκή κατά τη διάρκεια της επίσκεψης ($M=3,79$, $TA=1,00$), παραμένοντας ωστόσο σε θετικό επίπεδο. Το εύρημα αυτό ενδέχεται να υποδηλώνει ότι, αν και οι επισκέπτες αξιολογούν θετικά τη συναισθηματική τους εμπειρία, ο βαθμός ενεργητικής συμμετοχής διαφοροποιείται ανάλογα με τον τρόπο αλληλεπίδρασης με τα διαθέσιμα στοιχεία της εμπειρίας.

4.2.2 Περιγραφική ανάλυση αξιομνημόνευτης εμπειρίας

Η αξιομνημόνευτη τουριστική εμπειρία αποτελεί βασικό στοιχείο της παρούσας έρευνας, καθώς συνδέεται με τη δημιουργία έντονων αναμνήσεων, την αντίληψη μοναδικότητας της εμπειρίας και τη διατήρηση της συναισθηματικής της σημασίας στη μνήμη του επισκέπτη. Για την αξιολόγησή της χρησιμοποιήθηκαν πέντε δηλώσεις σε πενταβάθμια κλίμακα Likert. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.6.

Πίνακας 4.6 Περιγραφικά στατιστικά αξιομνημόνευτης εμπειρίας

Δήλωση	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Η επίσκεψη στο Ενυδρείο Κρήτης ήταν μια ευχάριστη εμπειρία	4,59	0,70
Η εμπειρία αυτή ήταν διαφορετική από άλλες τουριστικές επισκέψεις	4,25	0,87
Η επίσκεψη μου άφησε έντονες αναμνήσεις	4,28	0,89
Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης ένιωσα ενθουσιασμό	4,13	0,93

ή συγκίνηση		
Η εμπειρία αυτή είχε ξεχωριστή σημασία για μένα, που θα θυμάμαι για καιρό	4,07	1,02

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Η αξιοπιστία της συγκεκριμένης κλίμακας ήταν επίσης εξαιρετικά υψηλή (Cronbach's Alpha = 0,91), γεγονός που επιβεβαιώνει την εσωτερική συνοχή των μεταβλητών που συνθέτουν τη διάσταση της αξιομνημόνευτης εμπειρίας.

Η αξιολόγηση της αξιομνημόνευτης εμπειρίας εμφανίζεται ιδιαίτερα υψηλή στο σύνολο των δηλώσεων. Η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφεται στη γενική αξιολόγηση της επίσκεψης ως ευχάριστης εμπειρίας (M=4,59, TA=0,70), γεγονός που δείχνει εξαιρετικά θετική συνολική αποτίμηση της εμπειρίας.

Ιδιαίτερα υψηλές τιμές παρουσιάζονται επίσης στη δημιουργία έντονων αναμνήσεων (M=4,28, TA=0,89) και στην αντίληψη ότι η εμπειρία διαφοροποιείται από άλλες τουριστικές επισκέψεις (M=4,25, TA=0,87), γεγονός που ενισχύει την άποψη ότι το Ενυδρείο Κρήτης προσφέρει εμπειρίες με έντονα χαρακτηριστικά αξιομνημόνευτης τουριστικής εμπειρίας.

Παράλληλα, οι επισκέπτες φαίνεται να αποδίδουν προσωπική συναισθηματική σημασία στην εμπειρία, καθώς τόσο το στοιχείο του ενθουσιασμού ή της συγκίνησης (M=4,13, TA=0,93) όσο και η αίσθηση μακροχρόνιας σημασίας της εμπειρίας (M=4,07, TA=1,02) κινούνται σε υψηλά επίπεδα συμφωνίας, υποδηλώνοντας ότι η εμπειρία ενεργοποιεί θετικές συναισθηματικές αποκρίσεις που σχετίζονται με τη διατήρησή της στη μνήμη.

Συνολικά τα ευρήματα δείχνουν ότι η εμπειρία των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης χαρακτηρίζεται από υψηλά επίπεδα συναισθηματικής εμπλοκής και αξιομνημόνευτης εμπειρίας υποδηλώνοντας ότι η επίσκεψη λειτουργεί ως δραστηριότητα ψυχαγωγίας και ενημέρωσης, αλλά και ως εμπειρία ιδιαίτερα ευχάριστη, με έντονα συναισθήματα, ισχυρές αναμνήσεις και αίσθηση προσωπικής σύνδεσης με το περιβάλλον του χώρου.

4.3 Βιωματική Μάθηση και Ψηφιακή Εμπειρία

Η βιωματική μάθηση και η αξιοποίηση ψηφιακών τεχνολογιών αποτελούν δυο σημαντικές διαστάσεις της εμπειρίας των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης, καθώς συνδέονται, με τη γνωστική αλλά και τη διαδραστική διάσταση της τουριστικής εμπειρίας. Στην παρούσα ενότητα εξετάζονται οι αντιλήψεις των επισκεπτών σχετικά με τη μαθησιακή αξία της επίσκεψης και τον ρόλο των ψηφιακών εφαρμογών στη διαμόρφωση της συνολικής εμπειρίας.

4.3.1 Βιωματική μάθηση

Η βιωματική μάθηση εξετάστηκε μέσω τεσσάρων δηλώσεων που αφορούν την απόκτηση γνώσεων, την κατανόηση των εκθεμάτων, τον συνδυασμό ψυχαγωγίας και εκπαίδευσης, καθώς και την ενίσχυση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν τις δηλώσεις αυτές σε πενταβάθμια κλίμακα Likert. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.7.

Πίνακας 4.7 Περιγραφικά στατιστικά βιωματικής μάθησης

Δήλωση	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Η επίσκεψη με βοήθησε να μάθω νέα πράγματα για το θαλάσσιο περιβάλλον	4,41	0,79
Οι πληροφορίες και τα εκθέματα παρουσιάστηκαν κατανοητά και ενδιαφέροντα	4,36	0,81
Η εμπειρία συνδύαζε ψυχαγωγία και εκπαίδευση	4,52	0,73
Η εμπειρία με έκανε να ενδιαφερθώ περισσότερο για την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος	4,18	0,95

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Η αξιοπιστία της κλίμακας βιωματικής μάθησης αξιολογήθηκε μέσω του δείκτη Cronbach's Alpha και κρίθηκε εξαιρετική ($\alpha = 0,90$), επιβεβαιώνοντας υψηλή εσωτερική συνοχή των μεταβλητών.

Η ανάλυση δείχνει ιδιαίτερα υψηλή αξιολόγηση της μαθησιακής διάστασης της εμπειρίας. Η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφεται στη δήλωση ότι η εμπειρία συνδύαζε ψυχαγωγία και εκπαίδευση ($M=4,52$, $TA=0,73$), γεγονός που υποδηλώνει ότι οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται το Ενυδρείο Κρήτης ως χώρο που προσφέρει ουσιαστικό συνδυασμό ψυχαγωγικής και εκπαιδευτικής εμπειρίας.

Εξίσου υψηλά είναι τα επίπεδα συμφωνίας στη δήλωση ότι η επίσκεψη συνέβαλε στην απόκτηση νέων γνώσεων για το θαλάσσιο περιβάλλον ($M=4,41$, $TA=0,79$), καθώς και ότι οι πληροφορίες και τα εκθέματα παρουσιάστηκαν με κατανοητό και ενδιαφέροντα τρόπο ($M=4,36$, $TA=0,81$). Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι η μαθησιακή διάσταση ενσωματώνεται ουσιαστικά στη συνολική εμπειρία του επισκέπτη, στοιχείο που συνάδει με τη θεωρητική προσέγγιση της βιωματικής μάθησης που παρουσιάστηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο και δεν περιορίζεται στην απλή παροχή πληροφοριών.

Η σχετικά χαμηλότερη, αλλά παραμένονσα υψηλή, μέση τιμή αφορά την ενίσχυση του ενδιαφέροντος για την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος ($M=4,18$,

TA=0,95), γεγονός που υποδηλώνει ότι η εμπειρία ενδέχεται να συμβάλλει και στην ανάπτυξη περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης.

4.3.2 Ψηφιακή εμπειρία και χρήση τεχνολογίας

Η ψηφιακή διάσταση της εμπειρίας αξιολογήθηκε μέσω τριών δηλώσεων που αφορούν τη συμβολή των ψηφιακών εφαρμογών στη συνολική εμπειρία, στην ενίσχυση του ενδιαφέροντος και στη γνωστική κατανόηση των εκθεμάτων. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.8.

Πίνακας 4.8 Περιγραφικά στατιστικά ψηφιακής εμπειρίας

Δήλωση	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Οι ψηφιακές εφαρμογές βελτίωσαν τη συνολική εμπειρία	3,88	1,09
Η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών έκανε την επίσκεψη πιο ενδιαφέρουσα	3,95	1,03
Οι ψηφιακές εφαρμογές με βοήθησαν να κατανοήσω καλύτερα τα εκθέματα	3,81	1,12

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Η αξιοπιστία της κλίμακας ψηφιακής εμπειρίας αξιολογήθηκε μέσω του δείκτη Cronbach's Alpha και κρίθηκε υψηλή ($\alpha = 0,88$), γεγονός που επιβεβαιώνει την ικανοποιητική εσωτερική συνοχή των επιμέρους μεταβλητών.

Η αξιολόγηση της ψηφιακής εμπειρίας εμφανίζεται θετική, αν και σε χαμηλότερα επίπεδα σε σύγκριση με τη βιωματική μάθηση. Η υψηλότερη μέση τιμή αφορά τη δήλωση ότι η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών έκανε την επίσκεψη πιο ενδιαφέρουσα ($M=3,95$, $TA=1,03$), γεγονός που υποδηλώνει ότι οι επισκέπτες που αλληλεπιδράσαν με ψηφιακά στοιχεία της εμπειρίας τα αξιολόγησαν θετικά ως προς την ενίσχυση του ενδιαφέροντος και της ελκυστικότητας της επίσκεψης.

Θετικά αξιολογείται επίσης η συμβολή των ψηφιακών εφαρμογών στη συνολική εμπειρία ($M=3,88$, $TA=1,09$), ενώ ελαφρώς χαμηλότερη είναι η αξιολόγηση της συμβολής τους στην καλύτερη κατανόηση των εκθεμάτων ($M=3,81$, $TA=1,12$). Το εύρημα αυτό ενδέχεται να υποδηλώνει ότι οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται τις ψηφιακές εφαρμογές περισσότερο ως μέσο ενίσχυσης της ελκυστικότητας και της διαδραστικότητας της εμπειρίας, παρά αποκλειστικά ως εργαλείο γνωστικής υποστήριξης.

Συνολικά τα ευρήματα δείχνουν ότι το Ενυδρείο Κρήτης συνδυάζει αποτελεσματικά τη βιωματική μάθηση με τη ψηφιακή τεχνολογία. Η εκπαιδευτική και βιωματική

διάσταση αναδεικνύεται εντονότερα στο αποτέλεσμα, ενώ η ψηφιακή τεχνολογία λειτουργεί κυρίως συμπληρωματικά ως εργαλείο εμπλουτισμού της εμπειρίας επίσκεψης.

4.4 Αξιολόγηση Υπηρεσιών, Υποδομών και Συνολικής Εμπειρίας

Η αξιολόγηση των υπηρεσιών και των υποδομών του Ενυδρείου Κρήτης επιτρέπει την αποτύπωση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας της εμπειρίας από την πλευρά των επισκεπτών. Οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν επιμέρους στοιχεία της επίσκεψης σε κλίμακα αξιολόγησης πέντε βαθμίδων, όπου οι τιμές 1 έως 5, αντιστοιχούσαν σε επίπεδα αξιολόγησης από «Πολύ κακό» έως «Πολύ καλό», με μια επιπλέον επιλογή, «Δεν έκανα χρήση / Δεν μπορώ να αξιολογήσω». Για τον υπολογισμό των περιγραφικών δεικτών, οι απαντήσεις της κατηγορίας «Δεν έκανα χρήση / Δεν μπορώ να αξιολογήσω» εξαιρέθηκαν από την ανάλυση και οι μέσοι όροι υπολογίστηκαν μόνο επί των έγκυρων απαντήσεων.

4.4.1 Αξιολόγηση επιμέρους υπηρεσιών και υποδομών

Πίνακας 4.9 Αξιολόγηση υπηρεσιών και υποδομών

Υπηρεσία / Υποδομή	Έγκυρες απαντήσεις	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Ενημερωτικό υλικό	225	4,59	0,77
Ιστοσελίδα	225	4,53	0,82
Αρχιτεκτονική / Διακόσμηση	225	4,40	0,85
Δρομολόγια συγκοινωνίας	225	4,39	0,88
Τιμή εισιτηρίου & πρόσθετων υπηρεσιών	225	4,38	0,82
Κατάστημα ενθυμημάτων	115	4,37	1,06
Ενυδρεία / Ποικιλία και παρουσίαση ειδών	225	4,37	0,84
Φωτισμός	225	4,36	0,83
Ευκολία προσέγγισης	225	4,33	0,90
VR εμπειρία	136	4,29	0,96
Προσωπικό – Ευγένεια & Εξυπηρέτηση	113	4,26	1,08
Μουσική / Ατμόσφαιρα	225	4,25	0,91
Ποικιλία προϊόντων καταστήματος	166	4,23	1,04
Ωρες λειτουργίας	225	4,22	0,89
Τιμές προϊόντων καταστήματος	169	4,17	1,07
Μουσειολογική προσέγγιση	225	4,14	0,92
Καφέ / Εστιατόριο	150	4,06	1,02

Packing / Περιβάλλον χώρος	225	4,01	0,89
Καθαριότητα / Υγιεινή	171	3,78	1,12
Τιμές καφέ / εστιατορίου	148	3,78	1,07
Ακουστική ξενάγηση	68	3,54	1,26

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Η ανάλυση των στοιχείων του Πίνακα 4.9 δείχνει ότι οι επισκέπτες αξιολόγησαν συνολικά θετικά τις υπηρεσίες και τις υποδομές του Ενυδρείου Κρήτης, καθώς οι περισσότερες επιμέρους υπηρεσίες και υποδομές συγκεντρώνουν μέσους όρους άνω του 4,00. Οι υψηλότερες αξιολογήσεις καταγράφονται στο ενημερωτικό υλικό ($M=4,59$, $TA=0,77$) και στην ιστοσελίδα ($M=4,53$, $TA=0,82$), γεγονός που υποδηλώνει θετική αντίληψη των επισκεπτών για την ποιότητα της παρεχόμενης πληροφόρησης και της ψηφιακής παρουσίασης του οργανισμού.

Ιδιαίτερα θετικά αξιολογούνται επίσης η αρχιτεκτονική και διακόσμηση του χώρου ($M=4,40$, $TA=0,85$), τα δρομολόγια συγκοινωνίας ($M=4,39$, $TA=0,88$), η τιμή εισιτηρίου και πρόσθετων υπηρεσιών ($M=4,38$, $TA=0,82$), καθώς και η ποικιλία και παρουσίαση των ειδών στα ενυδρεία ($M=4,37$, $TA=0,84$). Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι οι βασικές υποδομές και ο πυρήνας της εκθεσιακής εμπειρίας αξιολογούνται ιδιαίτερα θετικά από τους επισκέπτες.

Η αξιολόγηση του καταστήματος ενθυμημάτων είναι επίσης θετική ($M=4,37$, $TA=1,06$), όπως και η αξιολόγηση της εμπειρίας VR ($M=4,29$, $TA=0,96$). Ωστόσο, τα συγκεκριμένα ευρήματα αφορούν μικρότερο αριθμό έγκυρων απαντήσεων, καθώς αρκετοί συμμετέχοντες δήλωσαν ότι δεν έκαναν χρήση ή δεν μπορούσαν να αξιολογήσουν τις αντίστοιχες υπηρεσίες.

Αντίθετα, χαμηλότερες, αλλά ακόμη θετικές, αξιολογήσεις καταγράφονται στην καθαριότητα / υγιεινή ($M=3,78$, $TA=1,12$), στις τιμές του καφέ / εστιατορίου ($M=3,78$, $TA=1,07$) και στην ακουστική ξενάγηση ($M=3,54$, $TA=1,26$). Τα στοιχεία αυτά αναδεικνύονται ως σχετικά ασθενέστερα σημεία αξιολόγησης, σε σύγκριση με τις υπόλοιπες υπηρεσίες. Η συγκριτική κατάταξη των υπηρεσιών και υποδομών του Ενυδρείου Κρήτης βάσει του μέσου όρου αξιολόγησης παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 4.6.

**Διάγραμμα 4.6 Κατάταξη υπηρεσιών και υποδομών βάσει
μέσου όρου αξιολόγησης**



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

4.4.2 Συνολική ερμηνεία

Η συνολική εικόνα που προκύπτει από την αξιολόγηση των υπηρεσιών και υποδομών του Ενυδρείου Κρήτης είναι ιδιαίτερα θετική. Οι επισκέπτες φαίνεται να αποτιμούν ευνοϊκά τόσο τον βασικό εκθεσιακό και εκπαιδευτικό πυρήνα της εμπειρίας όσο και επιμέρους στοιχεία που σχετίζονται με την πληροφόρηση, την αισθητική του χώρου και τη λειτουργικότητα της επίσκεψης.

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι ότι οι υψηλές αξιολογήσεις δεν περιορίζονται μόνο στα εκθέματα, αλλά επεκτείνονται σε στοιχεία όπως το ενημερωτικό υλικό, η ιστοσελίδα, η αρχιτεκτονική, ο φωτισμός και η συνολική παρουσίαση του χώρου. Το εύρημα αυτό υποδηλώνει ότι η εμπειρία των επισκεπτών διαμορφώνεται από ένα ευρύτερο σύνολο παραγόντων, οι οποίοι συνδέουν την εκπαιδευτική, αισθητική και λειτουργική διάσταση της επίσκεψης.

Παράλληλα, οι χαμηλότερες αξιολογήσεις σε υπηρεσίες όπως η ακουστική ξενάγηση, η καθαριότητα / υγιεινή και οι τιμές του καφέ / εστιατορίου αναδεικνύονται ως συγκριτικά ασθενέστερα σημεία αξιολόγησης σε σχέση με τις υπόλοιπες υπηρεσίες. Επομένως, παρότι η συνολική εικόνα παραμένει θετική, η ανάλυση δείχνει ότι η ποιότητα της εμπειρίας δεν αξιολογείται ομοιόμορφα σε όλες τις επιμέρους διαστάσεις της επίσκεψης.

4.5 Ο Ρόλος του Καταστήματος Ενθυμημάτων

Το κατάστημα ενθυμημάτων αποτελεί διακριτική διάσταση της συνολικής τουριστικής εμπειρίας, καθώς μπορεί να λειτουργήσει όχι μόνο ως εμπορικό σημείο εξυπηρέτησης, αλλά και ως μηχανισμός ενίσχυσης της εμπειρίας, διατήρησης αναμνήσεων και κοινωνικής κοινοποίησης της εμπειρίας. Στην παρούσα ενότητα εξετάζεται τόσο η επισκεψιμότητα του καταστήματος όσο και η αντίληψη των επισκεπτών για τον ρόλο του στη συνολική εμπειρία.

4.5.1 Επισκεψιμότητα καταστήματος

Αρχικά εξετάστηκε κατά πόσο οι συμμετέχοντες επισκέφθηκαν το κατάστημα ενθυμημάτων κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στο Ενυδρείο Κρήτης.

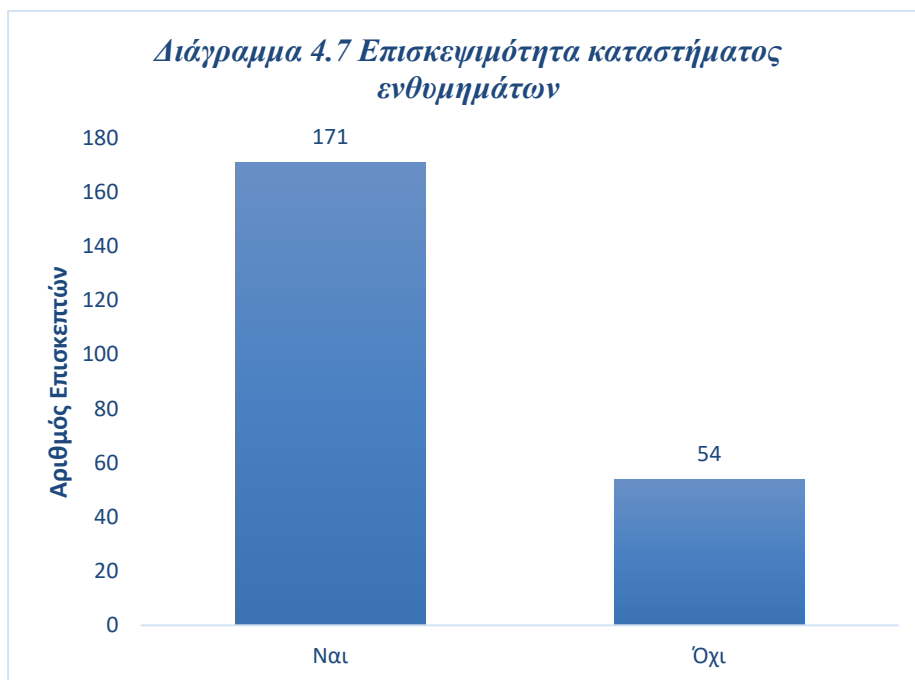
Πίνακας 4.10 Επισκεψιμότητα καταστήματος ενθυμημάτων

Επίσκεψη στο κατάστημα	N	%
Ναι	171	76,0%
Όχι	54	24,0%

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Όπως προκύπτει από τα δεδομένα του Πίνακα 4.10, η μεγάλη πλειονότητα των συμμετεχόντων επισκέφθηκε το κατάστημα ενθυμημάτων κατά τη διάρκεια της επίσκεψής της στο Ενυδρείο Κρήτης (76,0%, n=171), ενώ περίπου ένας στους τέσσερις συμμετέχοντες (24,0%, n=54) δήλωσε ότι δεν επισκέφθηκε το κατάστημα.

Το εύρημα αυτό, όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 4.7, υποδηλώνει ότι το κατάστημα ενθυμημάτων αποτελεί συχνό σημείο επαφής των επισκεπτών με τον οργανισμό κατά τη διάρκεια της επίσκεψης και όχι απλώς μια περιφερειακή εμπορική λειτουργία.



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

4.5.2 Αντίληψη του ρόλου του καταστήματος στην εμπειρία

Οι επόμενες δηλώσεις αξιολογήθηκαν μόνο από τους συμμετέχοντες που επισκέφθηκαν το κατάστημα ενθουσιάζων (n=171), με στόχο να αποτυπωθεί ο αντιλαμβανόμενος ρόλος του καταστήματος στη συνολική εμπειρία.

Πίνακας 4.11 Ο ρόλος του καταστήματος ενθουσιάζων στην εμπειρία

Δήλωση	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Το κατάστημα ενίσχυσε τη συνολική εμπειρία	4,08	0,92
Η αγορά / πρόθεση αγοράς ενισχύει τη διατήρηση της ανάμνησης	4,19	0,88
Τα ενθυμιάτα με βοηθούν να μοιραστώ την εμπειρία μου με άλλους	3,94	0,99
Τα προϊόντα του καταστήματος αντικατοπτρίζουν την εμπειρία του ενυδρείου	4,11	0,91

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Η αξιοπιστία της συγκεκριμένης κλίμακας αξιολογήθηκε μέσω του δείκτη Cronbach's Alpha και κρίθηκε υψηλή ($\alpha = 0,89$), γεγονός που επιβεβαιώνει ισχυρή εσωτερική συνοχή των επιμέρους μεταβλητών.

Τα αποτελέσματα όπως παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.11, δείχνουν συνολικά θετική αξιολόγηση του ρόλου του καταστήματος ενθουσιάζων στη συνολική εμπειρία των

επισκεπτών. Η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφεται στη δήλωση ότι η αγορά ή η πρόθεση αγοράς ενισχύει τη διατήρηση της ανάμνησης της εμπειρίας ($M=4,19$, $TA=0,88$), γεγονός που αναδεικνύει τον ρόλο των ενθουσιάζων ως μηχανισμών διατήρησης της εμπειρίας στη μνήμη του επισκέπτη.

Θετική είναι επίσης η αξιολόγηση της αντιστοίχισης των προϊόντων με τη συνολική εμπειρία του ενυδρείου ($M=4,11$, $TA=0,91$), καθώς και της συμβολής του καταστήματος στην ενίσχυση της συνολικής εμπειρίας ($M=4,08$, $TA=0,92$). Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι το κατάστημα φαίνεται να αντιλαμβάνεται από τους επισκέπτες όχι μόνο ως εμπορική υπηρεσία, αλλά και ως στοιχείο που επεκτείνει και συμπληρώνει τη συνολική εμπειρία της επίσκεψης.

Η σχετικά χαμηλότερη, αλλά παραμένουσα θετική, αξιολόγηση αφορά τον ρόλο των ενθουσιάζων στη κοινοποίηση της εμπειρίας προς άλλους μέσω αφήγησης ή διαμοιρασμού ($M=3,94$, $TA=0,99$), γεγονός που υποδηλώνει ότι, αν και η κοινωνική διάσταση υπάρχει, φαίνεται λιγότερο έντονη σε σχέση με τη λειτουργία διατήρησης της προσωπικής ανάμνησης.

Συνολικά, τα ευρήματα δείχνουν ότι το κατάστημα ενθουσιάζων αποτελεί λειτουργικό μέρος της συνολικής εμπειρίας των επισκεπτών. Τα ενθουσιάζματα φαίνεται να συμβάλλουν στη διατήρηση των αναμνήσεων, στην παράταση της εμπειρίας και στην ενίσχυση της προσωπικής της σημασίας πέρα από τη στιγμή της επίσκεψης και, σε μικρότερο βαθμό, στη διάχυσή της στο κοινωνικό περιβάλλον του επισκέπτη..

4.6 Μετα-Εμπειρία, Πρόθεση Επανεπίσκεψης και Ψηφιακή

Κοινοποίηση

Η τουριστική εμπειρία δεν ολοκληρώνεται απαραίτητα με την αποχώρηση του επισκέπτη από τον χώρο, αλλά συχνά επεκτείνεται χρονικά μέσω της διατήρησης αναμνήσεων, της πρόθεσης επανεπίσκεψης, της σύστασης προς άλλους και της ψηφιακής κοινοποίησης της εμπειρίας. Στην παρούσα ενότητα εξετάζονται οι μετα-εμπειρικές συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών του Ενυδρείου Κρήτης, με έμφαση στην πρόθεση επανασύνδεσης με τον οργανισμό και στη διαδικτυακή διάχυση της εμπειρίας.

4.6.1 Πρόθεση επανεπίσκεψης και σύστασης

Η πρόθεση επανεπίσκεψης και η πρόθεση σύστασης αποτελούν βασικούς δείκτες θετικής εμπειρίας και αντιλαμβανόμενης αξίας του προορισμού. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.12.

Πίνακας 4.12 Πρόθεση επανεπίσκεψης και σύστασης

Δήλωση	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Θα επισκεπτόμουν ξανά το Ενυδρείο Κρήτης στο μέλλον	4,41	0,87
Θα πρότεινα το Ενυδρείο σε φίλους	4,63	0,68

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Τα αποτελέσματα δείχνουν ιδιαίτερα υψηλές θετικές προθέσεις επανασύνδεσης με τον οργανισμό. Η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφεται στην πρόθεση σύστασης του Ενυδρείου σε φίλους ($M=4,63$, $TA=0,68$), γεγονός που υποδηλώνει ιδιαίτερα θετική συνολική αξιολόγηση της εμπειρίας και ισχυρή τάση θετικής διαπροσωπικής διάχυσης της εμπειρίας.

Αντίστοιχα, ιδιαίτερα υψηλή είναι και η πρόθεση επανεπίσκεψης ($M=4,41$, $TA=0,87$), γεγονός που υποδηλώνει θετική πρόθεση επανασύνδεσης με την εμπειρία που προσφέρει ο οργανισμός.

Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι η συνολική εμπειρία στο Ενυδρείο Κρήτης συνδέεται με ισχυρές προθέσεις επανεπίσκεψης και θετικής σύστασης, στοιχεία που αποτελούν κρίσιμους δείκτες επιτυχούς τουριστικής εμπειρίας.

4.6.2 Ψηφιακή διάχυση και μετα-εμπειρία

Η μετα-εμπειρική διάσταση εξετάστηκε επίσης μέσα από τη διάθεση των επισκεπτών να κοινοποιήσουν την εμπειρία τους στα κοινωνικά δίκτυα ή να αναζητήσουν πρόσθετες πληροφορίες μετά την επίσκεψη. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.13.

Πίνακας 4.13 Ψηφιακή διάχυση και μετα-εμπειρία

Δήλωση	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Είναι πιθανό να μοιραστώ φωτογραφίες / εμπειρίες από το Ενυδρείο στα κοινωνικά δίκτυα	3,71	1,19
Μετά την επίσκεψη αναζήτησα ή σκοπεύω να αναζητήσω περισσότερες πληροφορίες	3,89	1,08

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Τα αποτελέσματα δείχνουν θετική, αλλά συγκριτικά ηπιότερη, τάση μετα-εμπειρικής ψηφιακής εμπλοκής σε σχέση με τις προθέσεις σύστασης και επανεπίσκεψης.

Η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφεται στην τάση αναζήτησης περισσότερων πληροφοριών για το Ενυδρείο ή το θαλάσσιο περιβάλλον μετά την επίσκεψη

($M=3,89$, $TA=1,08$), γεγονός που υποδηλώνει ότι η εμπειρία λειτουργεί ως αφετηρία συνέχισης της γνωστικής εμπλοκής και του ενδιαφέροντος για το αντικείμενο της εμπειρίας.

Αντίστοιχα, η πρόθεση κοινοποίησης φωτογραφιών ή εμπειριών στα κοινωνικά δίκτυα εμφανίζεται θετική αλλά πιο συγκρατημένη ($M=3,71$, $TA=1,19$), γεγονός που υποδηλώνει ότι η κοινωνική ψηφιακή διάχυση της εμπειρίας δεν αναδεικνύεται ως εξίσου ισχυρή συμπεριφορική πρόθεση για όλους τους επισκέπτες.

Συνολικά, τα ευρήματα δείχνουν ότι η εμπειρία στο Ενυδρείο Κρήτης επεκτείνεται πέρα από το χρονικό πλαίσιο της επίσκεψης, δημιουργώντας ισχυρές προθέσεις επανεπίσκεψης, σύστασης και περαιτέρω εμπλοκής με το περιεχόμενο του οργανισμού. Όπως παρουσιάζεται και στο Διάγραμμα 4.8, η πρόθεση σύστασης και η επανεπίσκεψης εμφανίζονται ιδιαίτερα υψηλές. Αντίθετα, η ψηφιακή κοινοποίηση της εμπειρίας μέσω κοινωνικών δικτύων εμφανίζεται πιο συγκρατημένη, γεγονός που υποδηλώνει ότι η κοινωνική ψηφιακή διάχυση δεν αποτελεί απαραίτητα βασικό μηχανισμό έκφρασης της εμπειρίας για όλους τους επισκέπτες.



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

4.7 Ποιοτική Ανάλυση Ευρημάτων από το Προσωπικό

Στο πλαίσιο της μικτής μεθοδολογικής προσέγγισης της παρούσας έρευνας, η ποσοτική ανάλυση των δεδομένων συμπληρώθηκε από ποιοτική διερεύνηση μέσω ημιδομημένων ποιοτικών ερωτηματολογίων ανοικτού τύπου που συμπληρώθηκαν από εργαζομένους του Ενυδρείου Κρήτης, οι οποίοι προέρχονται από διαφορετικά λειτουργικά τμήματα του οργανισμού, όπως η διοίκηση, η εκπαίδευση, η προώθηση και επικοινωνία, η εξυπηρέτηση κοινού, το κατάστημα ενθυμημάτων και οι ψηφιακές

εμπειρίες (VR). Η επιλογή εργαζομένων από διαφορετικά σημεία επαφής με τους επισκέπτες κρίθηκε κατάλληλη, καθώς επέτρεψε τη συλλογή εμπειρικών παρατηρήσεων από άτομα με άμεση και καθημερινή επαφή με το κοινό.

Η ανάλυση των ποιοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε με θεματική προσέγγιση (thematic analysis), με στόχο τον εντοπισμό επαναλαμβανόμενων μοτίβων, αντιλήψεων και ερμηνευτικών θεμάτων που σχετίζονται με τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών, τη συναισθηματική εμπλοκή, τη βιωματική μάθηση, τη χρήση ψηφιακών εργαλείων, τον ρόλο του καταστήματος ενθουσιάζων και τη μετα-εμπειρική διάσταση της επίσκεψης. Η ποιοτική αυτή ανάλυση λειτουργεί συμπληρωματικά προς τα ποσοτικά ευρήματα, προσφέροντας βαθύτερη ερμηνεία και συμβάλλοντας στη διαδικασία τριγωνοποίησης των δεδομένων.

4.7.1 Αντίληψη του προσωπικού για τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών

Η ανάλυση των απαντήσεων του προσωπικού αναδεικνύει μια γενικά θετική αντίληψη για τη συνολική εμπειρία που προσφέρει το Ενυδρείο Κρήτης στους επισκέπτες. Οι συμμετέχοντες περιγράφουν την εμπειρία ως ευχάριστη, μοναδική, ενδιαφέρουσα και πολυδιάστατη, δίνοντας έμφαση στον συνδυασμό ψυχαγωγίας, εκπαίδευσης και βιωματικής εμπλοκής. Χαρακτηριστικά, συμμετέχων από τη διοικητική ομάδα περιέγραψε την εμπειρία ως «μοναδική εμπειρία και με πολλές διαστάσεις. Εκπαιδευτική – ψυχαγωγική», ενώ εργαζόμενος από το τμήμα προώθησης ανέφερε ότι πρόκειται για «μια εξαιρετική εμπειρία που συνδυάζει την ψυχαγωγία με την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση». Η συνολική αυτή εικόνα ευθυγραμμίζεται με τα ποσοτικά ευρήματα της έρευνας, όπου οι επισκέπτες αξιολόγησαν ιδιαίτερα θετικά τη συνολική εμπειρία και τη συναισθηματική εμπλοκή τους.

Ένα από τα πλέον επαναλαμβανόμενα θέματα αφορά τα εκθέματα που προκαλούν την ισχυρότερη συναισθηματική ανταπόκριση. Οι καρχαρίες αναφέρονται επανειλημμένα ως το πλέον εντυπωσιακό έκθεμα, ενώ συχνές αναφορές γίνονται επίσης στις μέδουσες, τους ιππόκαμπους, τη χελώνα και ορισμένα τροπικά είδη. Όπως ανέφερε χαρακτηριστικά εργαζόμενος από τη διοίκηση, «κατά την πρώτη επαφή με τους καρχαρίες» οι επισκέπτες εκφράζουν τα πιο έντονα συναισθήματα, ενώ συμμετέχων από το τμήμα εκπαίδευσης αναφέρθηκε επίσης στις «δεξαμενές με τους καρχαρίες, μέδουσες, ιππόκαμπους» ως σημεία έντονου ενθουσιασμού. Η συγκεκριμένη επαναληπτικότητα φαίνεται να υποδηλώνει ότι ορισμένα εκθέματα λειτουργούν ως βασικοί συναισθηματικοί πυρήνες της εμπειρίας.

Παράλληλα, το προσωπικό αναγνωρίζει ότι η εμπειρία δεν βιώνεται με τον ίδιο τρόπο από όλους τους επισκέπτες. Οι οικογένειες με παιδιά περιγράφονται ως ιδιαίτερα ενθουσιώδεις αλλά με ταχύτερο ρυθμό περιήγησης, ενώ οι επισκέπτες χωρίς παιδιά ή

εκείνοι με αυξημένο ενδιαφέρον για το περιεχόμενο φαίνεται να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στην παρατήρηση και στην εμβάθυνση της εμπειρίας. Ενδεικτικά, συμμετέχων από το τμήμα εκπαίδευσης ανέφερε ότι «οι οικογένειες με παιδιά το απολαμβάνουν καλύτερα σε πιο γρήγορους ρυθμούς, ενώ χωρίς παιδιά κάθονται πολύ παραπάνω στον επισκέψιμο χώρο». Επιπλέον, επισημαίνονται διαφοροποιήσεις μεταξύ εγχώριων και διεθνών επισκεπτών, αλλά και ως προς την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.

Ένα ακόμη ενδιαφέρον εύρημα αφορά τη σύνδεση της συνολικής εμπειρίας με τον βαθμό ενεργούς συμμετοχής του επισκέπτη. Σε αρκετές απαντήσεις υπογραμμίζεται ότι οι επισκέπτες που αλληλεπιδρούν περισσότερο με το περιεχόμενο, αξιοποιούν τα διαθέσιμα εργαλεία πληροφόρησης ή συμμετέχουν σε ξεναγήσεις και δράσεις, φαίνεται να αποκομίζουν βαθύτερη ή πιο ουσιαστική εμπειρία. Αντίθετα, αναφέρεται ότι ορισμένοι επισκέπτες που διατρέχουν τον χώρο βιαστικά αποκομίζουν λιγότερο ουσιαστική εμπειρία. Χαρακτηριστική είναι η αναφορά εργαζομένου από το κατάστημα ενθυμημάτων, σύμφωνα με την οποία «υπάρχουν κι άλλοι που το πέρασαν τόσο γρήγορα, χωρίς να το βιώσουν και απογοητευμένοι βγαίνοντας απορούν “αυτό ήταν μόνο;”». Το εύρημα αυτό προσφέρει μια σημαντική ερμηνευτική διάσταση στα ποσοτικά δεδομένα, υποδηλώνοντας ότι η ποιότητα της εμπειρίας φαίνεται να εξαρτάται όχι μόνο από την προσφορά του οργανισμού, αλλά και από τον τρόπο εμπλοκής του ίδιου του επισκέπτη.

Συνολικά, τα ποιοτικά ευρήματα επιβεβαιώνουν ότι το Ενυδρείο Κρήτης προσφέρει μια σύνθετη εμπειρία που συνδυάζει συναισθηματική ενεργοποίηση, ψυχαγωγία, προσωπική εμπλοκή και επαφή με το θαλάσσιο περιβάλλον, ενισχύοντας την ερμηνεία των ποσοτικών αποτελεσμάτων σχετικά με τη δημιουργία αξιομνημόνευτης τουριστικής εμπειρίας.

4.7.2 Βιωματική μάθηση και ρόλος ψηφιακών τεχνολογιών

Ένα από τα ισχυρότερα θέματα που αναδείχθηκαν από την ποιοτική ανάλυση αφορά τον εκπαιδευτικό και βιωματικό χαρακτήρα της εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης. Οι συμμετέχοντες σε σημαντικό βαθμό αναφέρουν ότι η επίσκεψη δεν περιορίζεται στην ψυχαγωγική διάσταση, αλλά προσφέρει ουσιαστικές δυνατότητες μάθησης, ενημέρωσης και περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Το προσωπικό αποδίδει ιδιαίτερη σημασία τόσο στις πληροφορίες που παρέχονται μέσω των εκθεμάτων και των σημάνσεων όσο και στην προσωπική αλληλεπίδραση με το ανθρώπινο δυναμικό του οργανισμού.

Χαρακτηριστικά, εργαζόμενος από το τμήμα εκπαίδευσης ανέφερε ότι «υπάρχουν αρκετές πληροφορίες και σημάνσεις μέσα στο χώρο που λειτουργούν εκπαιδευτικά», ενώ συμμετέχων από την υποδοχή σημείωσε ότι οι επισκέπτες «μαθαίνουν

πληροφορίες από τις οθόνες αφής, το προσωπικό της διαδρομής και την ακουστική ξενάγηση». Η επαναλαμβανόμενη αυτή αναφορά ενισχύει την ερμηνεία ότι η γνώση δεν μεταδίδεται αποκλειστικά μέσω στατικών εκθεμάτων, αλλά μέσα από ένα συνδυαστικό σύστημα πληροφόρησης που ενισχύει την εκπαιδευτική διάσταση της εμπειρίας.

Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις δραστηριότητες που ενισχύουν τη βιωματική μάθηση και την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση. Οι ξεναγήσεις, τα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι διαδραστικές οθόνες και συγκεκριμένα εκθέματα με οικολογικό ή περιβαλλοντικό περιεχόμενο εμφανίζονται ως κομβικά στοιχεία της εμπειρίας. Συμμετέχων από το τμήμα προώθησης ανέφερε ως ιδιαίτερα σημαντική «τη δεξαμενή που παρουσιάζει τα σκουπίδια και το χρόνο αποσύνθεσης του κάθε υλικού», ενώ εργαζόμενος από τη διοίκηση αναφέρθηκε στην «παρουσίαση της εκκόλαψης των χελωνών» και στα θέματα που σχετίζονται με περιβαλλοντικές προκλήσεις. Τα ευρήματα αυτά φαίνεται να υποδηλώνουν ότι το προσωπικό αντιλαμβάνεται τη βιωματική μάθηση όχι μόνο ως παροχή πληροφοριών, αλλά ως διαδικασία ενεργοποίησης περιβαλλοντικής συνείδησης και συναισθηματικής σύνδεσης με το θαλάσσιο οικοσύστημα.

Παράλληλα, ιδιαίτερα επαναλαμβανόμενο θεματικό μοτίβο της ποιοτικής ανάλυσης αποτελεί ο ρόλος των ψηφιακών τεχνολογιών στην εμπειρία των επισκεπτών. Οι συμμετέχοντες αναφέρουν επανειλημμένα την εικονική πραγματικότητα (VR), τις οθόνες αφής, τις ακουστικές ξεναγήσεις και τα διαδραστικά πληροφοριακά σημεία ως εργαλεία που ενισχύουν την εμπειρία και διευρύνουν τις δυνατότητες αλληλεπίδρασης του επισκέπτη με το περιεχόμενο. Χαρακτηριστικά, εργαζόμενος στον τομέα VR σημείωσε ότι οι τεχνολογίες αυτές «προσφέρουν παραπάνω πληροφορίες», ενώ συμμετέχων από τη διοίκηση υπογράμμισε ότι «είναι κομμάτι της καθημερινότητας» των επισκεπτών και συνεπώς διευκολύνουν την εμπλοκή τους.

Η εμπειρία εικονικής πραγματικότητας φαίνεται να αναδεικνύεται ως ιδιαίτερα σημαντική στην αντίληψη του προσωπικού, καθώς παρουσιάζεται όχι μόνο ως στοιχείο ψυχαγωγίας αλλά και ως μηχανισμός βιωματικής επέκτασης της εμπειρίας. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρθηκε, το VR προσφέρει στους επισκέπτες «τη δυνατότητα να δουν οργανισμούς που δεν μπορούν να υπάρχουν στο ενυδρείο», ενώ εργαζόμενος από την υποδοχή σημείωσε ότι προσφέρει τη δυνατότητα «να κάνουν κατάδυση εικονικά» ακόμη και άτομα που δεν μπορούν να βιώσουν μια πραγματική κατάδυση. Το στοιχείο αυτό ενισχύει την ερμηνεία των ποσοτικών αποτελεσμάτων, σε συμφωνία με τα ποσοτικά ευρήματα, όπου οι ψηφιακές τεχνολογίες αξιολογήθηκαν θετικά ως εργαλεία εμπλουτισμού της εμπειρίας.

Ωστόσο, η ποιοτική ανάλυση αναδεικνύει και ορισμένες διαφοροποιήσεις ως προς την προσβασιμότητα ή τη λειτουργική καταλληλότητα των ψηφιακών εργαλείων για

διαφορετικές κατηγορίες επισκεπτών. Συγκεκριμένα, επισημάνθηκε ότι ορισμένες τεχνολογικές εφαρμογές ενδέχεται να μην εξυπηρετούν στον ίδιο βαθμό οικογένειες με πολύ μικρά παιδιά ή επισκέπτες με διαφορετικά χαρακτηριστικά ή ανάγκες χρήσης. Το εύρημα αυτό προσθέτει μια πιο σύνθετη διάσταση στα ποσοτικά αποτελέσματα, υποδηλώνοντας ότι η θετική αποτίμηση της ψηφιακής εμπειρίας δεν συνεπάγεται ομοιόμορφη χρηστικότητα για όλους τους επισκέπτες.

Συνολικά, τα ποιοτικά ευρήματα επιβεβαιώνουν ότι η βιωματική μάθηση και οι ψηφιακές τεχνολογίες αποτελούν κεντρικές διαστάσεις της εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης, λειτουργώντας συμπληρωματικά τόσο στην εκπαιδευτική όσο και στην ψυχαγωγική διάσταση της επίσκεψης.

4.7.3 Ο ρόλος του καταστήματος και η μετα-εμπειρική προέκταση της εμπειρίας

Η ποιοτική ανάλυση αναδεικνύει τον ρόλο του καταστήματος ενθουσιάζων ως στοιχείου που δεν λειτουργεί απλώς ως εμπορική υποστηρικτική υπηρεσία, αλλά ως οργανικό μέρος της συνολικής εμπειρίας του επισκέπτη. Οι συμμετέχοντες αναδεικνύουν την αντίληψη ότι το κατάστημα αποτελεί φυσική συνέχεια της επίσκεψης, συμβάλλοντας στην ολοκλήρωση της εμπειρίας και στη διατήρηση της ανάμνησης μετά την αποχώρηση από τον χώρο.

Χαρακτηριστικά, εργαζόμενος από το κατάστημα ενθουσιάζων ανέφερε ότι «το κατάστημα ολοκληρώνει θετικά την εμπειρία της επίσκεψης, δίνοντας τη δυνατότητα να κρατήσουν μια ανάμνηση από το ενυδρείο», ενώ άλλο μέλος του προσωπικού σημείωσε ότι το κατάστημα «είναι μια φυσική συνέχεια της διαδρομής του ενυδρείου και κλείνει ομαλά την εμπειρία του επισκέπτη». Οι αναφορές αυτές υποδηλώνουν ότι το κατάστημα φαίνεται να αντιμετωπίζεται από το προσωπικό όχι ως ανεξάρτητο εμπορικό σημείο, αλλά ως τμήμα της συνολικής εμπειρικής διαδρομής.

Ένα ιδιαίτερα επαναλαμβανόμενο θεματικό μοτίβο είναι το θέμα της σύνδεσης των αναμνηστικών προϊόντων με τη διατήρηση της μνήμης και της συναισθηματικής ανάκλησης της εμπειρίας. Οι συμμετέχοντες επαναλαμβάνουν ότι τα ενθύμια λειτουργούν ως φορείς ανάμνησης, ενισχύοντας τη διάρκεια της εμπειρίας πέρα από τη φυσική επίσκεψη. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε συμμετέχων από τη διοικητική ομάδα, «είναι μέρος της μνήμης του επισκέπτη... κάτι που θα το έχει και θα τον γυρίζει πίσω στην επίσκεψή του εκεί», ενώ άλλος εργαζόμενος σημείωσε ότι τα προϊόντα «βοηθούν τους επισκέπτες να θυμούνται την επίσκεψή τους όταν επιστρέφουν στο σπίτι τους». Η συγκεκριμένη θεματική ευθυγραμμίζεται άμεσα με τα ποσοτικά ευρήματα που έδειξαν θετική αντίληψη του ρόλου των αναμνηστικών στη διατήρηση της εμπειρίας.

Επιπλέον, ενδιαφέρον παρουσιάζει η σύνδεση μεταξύ συγκεκριμένων εκθεμάτων και αγοραστικής συμπεριφοράς. Οι συμμετέχοντες ανέφεραν ότι ορισμένα είδη που εντυπωσιάζουν έντονα τους επισκέπτες φαίνεται να συνδέονται με αυξημένο ενδιαφέρον για σχετικά προϊόντα. Χαρακτηριστικά αναφέρθηκε η χελώνα ως έκθεμα με ισχυρή συναισθηματική απήχηση, η οποία συνδέεται με αυξημένο ενδιαφέρον για προϊόντα που την απεικονίζουν, όπως λούτρινα, μαγνητάκια ή άλλα θεματικά αντικείμενα. Το εύρημα αυτό ενισχύει την ερμηνεία ότι η καταναλωτική συμπεριφορά στο κατάστημα συνδέεται με την εμπειρική και συναισθηματική εμπλοκή του επισκέπτη.

Παράλληλα, η ποιοτική ανάλυση αναδεικνύει ότι η μετα-εμπειρική διάσταση της επίσκεψης δεν περιορίζεται στην αγορά αναμνηστικών, αλλά επεκτείνεται και στην ψηφιακή κοινοποίηση της εμπειρίας. Οι συμμετέχοντες αναφέρουν ότι αρκετοί επισκέπτες μοιράζονται φωτογραφίες, βίντεο ή εμπειρίες μέσω κοινωνικών δικτύων, συμβάλλοντας στη δημόσια προβολή του οργανισμού. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρθηκε, η κοινοποίηση αυτή λειτουργεί ως «η καλύτερη διαφήμιση» ή ακόμη ως «μια πολύ δυνατή μορφή διαφήμισης, άνευ κόστους». Οι πιο συχνά αναφερόμενες πλατφόρμες ήταν το Facebook, το Instagram και το TikTok, γεγονός που συμπληρώνει την ερμηνεία των ποσοτικών ευρημάτων σχετικά με την πρόθεση των επισκεπτών να μοιραστούν την εμπειρία τους ψηφιακά.

Συνολικά, τα ποιοτικά δεδομένα επιβεβαιώνουν ότι η εμπειρία στο Ενυδρείο Κρήτης δεν ολοκληρώνεται με την έξοδο του επισκέπτη από τον φυσικό χώρο, αλλά επεκτείνεται χρονικά και συμβολικά μέσα από τις αναμνήσεις, τα αναμνηστικά προϊόντα και την ψηφιακή αναπαραγωγή της εμπειρίας. Το εύρημα αυτό ενισχύει την ερμηνεία των ποσοτικών αποτελεσμάτων που σχετίζονται με τον ρόλο του καταστήματος ενθυμημάτων και τις μετα-επισκεπτικές συμπεριφορές.

4.7.4 Αντίληψεις του προσωπικού για λειτουργικές προκλήσεις και δυνατότητα ενίσχυσης της εμπειρίας

Πέρα από την επιβεβαίωση των θετικών στοιχείων της εμπειρίας, η ποιοτική ανάλυση ανέδειξε και συγκεκριμένες προτάσεις βελτίωσης, οι οποίες προσφέρουν χρήσιμες ενδείξεις για τη μελλοντική ενίσχυση της εμπειρίας των επισκεπτών. Οι προτάσεις αυτές αφορούν τόσο λειτουργικά ζητήματα εξυπηρέτησης όσο και εμπλουτισμό του περιεχομένου και των ψηφιακών υποδομών, υποδηλώνοντας ότι, παρά τη συνολικά θετική αξιολόγηση, υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω αναβάθμισης της εμπειρίας.

Ένα από τα πιο συχνά επαναλαμβανόμενα θέματα αφορά την ανάγκη για βελτίωση της ψηφιακής λειτουργικότητας και της ευκολίας πρόσβασης στις υπηρεσίες του οργανισμού. Συγκεκριμένα, αρκετοί συμμετέχοντες αναφέρθηκαν στην ανάγκη

υιοθέτησης ηλεκτρονικής έκδοσης εισιτηρίων (e-ticketing), επισημαίνοντας ότι η δυνατότητα διαδικτυακής αγοράς εισιτηρίου αποτελεί πλέον βασική προσδοκία των σύγχρονων επισκεπτών. Χαρακτηριστικά, συμμετέχων από τη διοικητική ομάδα σημείωσε ότι «η δυνατότητα αγοράς εισιτηρίου μέσα από τη σελίδα του Ενυδρείου είναι κάτι που πλέον ο επισκέπτης θεωρεί δεδομένο». Η συγκεκριμένη παρατήρηση συνδέεται με τη συνολικότερη τάση ψηφιοποίησης της εμπειρίας του επισκέπτη και ενισχύει την ανάγκη για λειτουργική αναβάθμιση πέρα από το καθαρά εκθεσιακό περιεχόμενο.

Παράλληλα, ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ανάγκη αναβάθμισης ή εμπλουτισμού των ψηφιακών εργαλείων που ήδη χρησιμοποιούνται. Αναφέρθηκαν προτάσεις για εκσυγχρονισμό της ακουστικής ξενάγησης, ενίσχυση της εμπειρίας εικονικής πραγματικότητας (VR) και αξιοποίηση πιο σύγχρονων ψηφιακών λύσεων, όπως εφαρμογές κινητών τηλεφώνων ή πρόσβαση σε πληροφοριακό περιεχόμενο μέσω QR codes. Οι αναφορές αυτές δείχνουν ότι, παρότι οι υφιστάμενες τεχνολογικές εφαρμογές αξιολογούνται θετικά, το προσωπικό αναγνωρίζει τη σημασία της συνεχούς τεχνολογικής ανανέωσης για τη διατήρηση της ελκυστικότητας της εμπειρίας.

Ένα ακόμη σημαντικό θέμα αφορά τον εμπλουτισμό της διαδραστικότητας και των βιωματικών δραστηριοτήτων, ιδιαίτερα για οικογένειες και παιδιά. Συμμετέχοντες ανέφεραν την ανάγκη για περισσότερα διαδραστικά σημεία, νέες δραστηριότητες, εμπλουτισμένα εκπαιδευτικά προγράμματα και εμπειρίες που να ενθαρρύνουν μεγαλύτερη συμμετοχή του επισκέπτη. Η παρατήρηση αυτή συνδέεται με προηγούμενα ποιοτικά ευρήματα που έδειξαν ότι η ποιότητα της εμπειρίας επηρεάζεται σημαντικά από τον βαθμό ενεργού εμπλοκής του επισκέπτη.

Επιπλέον, αναδείχθηκαν λειτουργικά ζητήματα προσβασιμότητας και εξυπηρέτησης, τα οποία επηρεάζουν τη συνολική εμπειρία, παρότι δεν σχετίζονται άμεσα με το εκθεσιακό περιεχόμενο. Ενδεικτικά, επισημάνθηκαν η δυσκολία μετακίνησης από τη στάση του λεωφορείου έως το Ενυδρείο, η ανάγκη διατήρησης άνετων συνθηκών περιήγησης χωρίς συνωστισμό, καθώς και η σημασία της πολυγλωσσικής παροχής πληροφοριών για τους διεθνείς επισκέπτες. Τα ευρήματα αυτά προσφέρουν σημαντική πρακτική διάσταση στην ερμηνεία των ποσοτικών αποτελεσμάτων που σχετίζονται με την αξιολόγηση υπηρεσιών και υποδομών.

Τέλος, ορισμένοι συμμετέχοντες πρότειναν τον εμπλουτισμό του ίδιου του εκθεσιακού περιεχομένου μέσω νέων ειδών, περισσότερων διαδραστικών δεξαμενών ή νέων θεματικών εμπειριών. Οι αναφορές αυτές δείχνουν ότι η εμπειρία θεωρείται δυναμική και εξελισσόμενη, με δυνατότητες περαιτέρω ανανέωσης ώστε να ενισχυθεί η ελκυστικότητα τόσο για νέους όσο και για επαναλαμβανόμενους επισκέπτες.

Συνολικά, τα ποιοτικά ευρήματα αναδεικνύουν ότι, παρά την ισχυρά θετική συνολική αξιολόγηση, το προσωπικό αναγνωρίζει συγκεκριμένες λειτουργικές και εμπειρικές περιοχές που μπορούν να ενισχυθούν στρατηγικά, προσφέροντας χρήσιμες κατευθύνσεις για μελλοντική βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών.

4.7.5 Συνολική σύνθεση ποιοτικών ευρημάτων

Η ποιοτική ανάλυση των απόψεων του προσωπικού του Ενυδρείου Κρήτης λειτουργεί συμπληρωματικά προς τα ποσοτικά ευρήματα της έρευνας, προσφέροντας μια βαθύτερη ερμηνευτική κατανόηση της εμπειρίας των επισκεπτών και ενισχύοντας τη διαδικασία τριγωνοποίησης των δεδομένων. Συνολικά, τα ποιοτικά δεδομένα εμφανίζονται σε γενικές γραμμές συνεπή με τα τουριστικά σε σημαντικό βαθμό με την εικόνα που προέκυψε από την ποσοτική ανάλυση, αναδεικνύοντας μια εμπειρία που συνδυάζει συναισθηματική εμπλοκή, βιωματική μάθηση, ψυχαγωγία και μετα-επισκεπτική συνέχεια.

Η συναισθηματική διάσταση της εμπειρίας αναδείχθηκε ως ιδιαίτερα ισχυρή, καθώς το προσωπικό περιέγραψε επανειλημμένα στιγμές έντονου ενθουσιασμού, θαυμασμού και συναισθηματικής σύνδεσης των επισκεπτών με συγκεκριμένα εκθέματα, κυρίως με τους καρχαρίες, τις μέδουσες, τη χελώνα και άλλα εμβληματικά είδη. Η εικόνα αυτή είναι συνεπής με τα ποσοτικά ευρήματα που ανέδειξαν υψηλά επίπεδα συναισθηματικής εμπλοκής και δημιουργίας αξιομνημόνευτης εμπειρίας, υποδηλώνοντας ότι ο συναισθηματικός αντίκτυπος αποτελεί βασικό στοιχείο της συνολικής εμπειρίας των επισκεπτών.

Παράλληλα, η βιωματική μάθηση αναδείχθηκε ως θεμελιώδης διάσταση της εμπειρίας, όχι μόνο μέσω της παροχής πληροφοριών αλλά και μέσω της ενεργού εμπλοκής, των εκπαιδευτικών δράσεων και της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Το προσωπικό αντιλαμβάνεται το Ενυδρείο ως χώρο που μπορεί να ενισχύσει την κατανόηση και τη σύνδεση των επισκεπτών με το θαλάσσιο περιβάλλον, στοιχείο που ευθυγραμμίζεται με τα ισχυρά ποσοτικά ευρήματα της κλίμακας βιωματικής μάθησης.

Ο ρόλος των ψηφιακών τεχνολογιών εμφανίζεται επίσης ενισχυτικός και συμπληρωματικός, καθώς οι εργαζόμενοι αναγνωρίζουν τη συμβολή του VR, των ακουστικών ξεναγήσεων και των διαδραστικών εφαρμογών στον εμπλουτισμό της εμπειρίας. Ωστόσο, η ποιοτική ανάλυση προσθέτει μια πιο σύνθετη διάσταση, αναδεικνύοντας ότι η αποτελεσματικότητα των ψηφιακών εργαλείων ενδέχεται να διαφοροποιείται ανάλογα με το προφίλ και τις ανάγκες των επισκεπτών, στοιχείο που προσφέρει πιο διαφοροποιημένη ερμηνεία των αντίστοιχων ποσοτικών αποτελεσμάτων.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι και η ανάδειξη της μετα-επισκεπτικής συνέχειας της εμπειρίας. Τα ευρήματα υποδεικνύουν ότι η εμπειρία δεν ολοκληρώνεται με την αποχώρηση από τον φυσικό χώρο, αλλά παρατείνεται μέσα από τα αναμνηστικά προϊόντα, την ψηφιακή κοινοποίηση και τη διατήρηση της μνήμης της επίσκεψης. Το κατάστημα ενθυμημάτων παρουσιάζεται όχι απλώς ως εμπορική λειτουργία αλλά ως στοιχείο εμπειρικής ολοκλήρωσης, ενώ η κοινοποίηση της εμπειρίας μέσω κοινωνικών δικτύων ενισχύει τη δημόσια προβολή του οργανισμού.

Τέλος, η ποιοτική ανάλυση ανέδειξε συγκεκριμένες περιοχές βελτίωσης που δεν προκύπτουν με την ίδια σαφήνεια από τα ποσοτικά δεδομένα, όπως η ανάγκη για περαιτέρω ψηφιακό εκσυγχρονισμό, λειτουργικές διευκολύνσεις, ενίσχυση της διαδραστικότητας και εμπλουτισμό της εμπειρίας για διαφορετικές κατηγορίες επισκεπτών. Η συγκεκριμένη διάσταση προσθέτει πρακτική και στρατηγική αξία στην έρευνα, καθώς μετατρέπει τα ερευνητικά ευρήματα σε δυνητικές κατευθύνσεις βελτίωσης.

Συνολικά, η ποιοτική διερεύνηση επιβεβαιώνει ότι η εμπειρία στο Ενυδρείο Κρήτης αποτελεί μια σύνθετη, πολυδιάστατη και δυναμική τουριστική εμπειρία, της οποίας η αξία διαμορφώνεται μέσα από την αλληλεπίδραση συναισθηματικών, εκπαιδευτικών, ψηφιακών και μετα-επισκεπτικών παραγόντων. Η σύνθεση αυτή δημιουργεί τη βάση για τη συζήτηση των ευρημάτων, την εξαγωγή συμπερασμάτων και τη διατύπωση προτάσεων που ακολουθούν στο επόμενο κεφάλαιο.

Κεφάλαιο 5: Συμπεράσματα και προτάσεις

Το παρόν κεφάλαιο παρουσιάζει τη συνολική σύνθεση και ερμηνεία των ευρημάτων της παρούσας έρευνας σχετικά με την τουριστική εμπειρία των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης. Με βάση τα ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα που συλλέχθηκαν, επιχειρείται η αποτύπωση των βασικών συμπερασμάτων που προκύπτουν αναφορικά με τη συναισθηματική εμπλοκή των επισκεπτών, τη βιωματική μάθηση, τον ρόλο της ψηφιακής τεχνολογίας, τη συμβολή του καταστήματος ενθυμημάτων και τη μετα-επισκεπτική διάσταση της εμπειρίας.

Παράλληλα, τα ευρήματα συσχετίζονται με το θεωρητικό πλαίσιο της μελέτης, προκειμένου να εξεταστεί ο βαθμός στον οποίο επιβεβαιώνονται ή εμπλουτίζονται οι θεωρητικές προσεγγίσεις που παρουσιάστηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια, όπως η εμπειρική οικονομία (Experience Economy), η θεωρία της αξιομνημόνευτης τουριστικής εμπειρίας (Memorable Tourism Experience), η βιωματική μάθηση και η επίδραση των ψηφιακών τεχνολογιών στην εμπειρία των επισκεπτών (Pine & Gilmore, 1999; Kim et al., 2012; Kolb, 1984; Neuhofer et al., 2012).

Επιπλέον, παρουσιάζονται οι πρακτικές προεκτάσεις των αποτελεσμάτων για το Ενυδρείο Κρήτης, καθώς και οι περιορισμοί της παρούσας μελέτης και προτάσεις για μελλοντική έρευνα. Στόχος του κεφαλαίου είναι η συνολική αποτίμηση της έρευνας και η ανάδειξη της συμβολής της στην κατανόηση της εμπειρίας των επισκεπτών σε χώρους άτυπης μάθησης, τουριστικής εμπειρίας και περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης.

5.1 Κύρια Συμπεράσματα της Έρευνας

Η παρούσα έρευνα επιδίωξε να διερευνήσει την τουριστική εμπειρία των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης, εστιάζοντας στη συναισθηματική εμπλοκή, τη βιωματική μάθηση, τον ρόλο της ψηφιακής τεχνολογίας, τη συμβολή του καταστήματος ενθυμημάτων και τη μετα-επισκεπτική διάσταση της εμπειρίας. Η συνδυαστική αξιοποίηση ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων επέτρεψε μια πολυδιάστατη κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι επισκέπτες βιώνουν, ερμηνεύουν και επεκτείνουν την εμπειρία τους πέρα από τη φυσική επίσκεψη.

Ένα από τα βασικότερα συμπεράσματα της έρευνας είναι ότι η εμπειρία των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης αξιολογείται συνολικά ιδιαίτερα θετικά και χαρακτηρίζεται από υψηλά επίπεδα συναισθηματικής εμπλοκής και δημιουργίας αξιομνημόνευτων εμπειριών. Τα ευρήματα έδειξαν ότι οι επισκέπτες δεν

αντιλαμβάνονται την επίσκεψη αποκλειστικά ως δραστηριότητα ψυχαγωγίας ή πληροφόρησης, αλλά ως εμπειρία με προσωπική σημασία, η οποία συνδέεται με θετικά συναισθήματα, έντονες αναμνήσεις και συναισθηματική σύνδεση με το περιβάλλον και το περιεχόμενο του οργανισμού. Το εύρημα αυτό αναδεικνύει τη σημασία της συναισθηματικής διάστασης στη διαμόρφωση της συνολικής εμπειρίας του επισκέπτη.

Παράλληλα, ιδιαίτερα σημαντικό συμπέρασμα αφορά τη μαθησιακή και βιωματική διάσταση της εμπειρίας. Η έρευνα έδειξε ότι οι επισκέπτες αποδίδουν υψηλή αξία στην εκπαιδευτική λειτουργία του Ενυδρείου, αναγνωρίζοντας ότι η επίσκεψη συμβάλλει στην απόκτηση γνώσεων, στην καλύτερη κατανόηση του θαλάσσιου περιβάλλοντος και στην ενίσχυση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Το στοιχείο αυτό υποδηλώνει ότι η εμπειρία στο Ενυδρείο Κρήτης υπερβαίνει την παραδοσιακή ψυχαγωγική τουριστική δραστηριότητα και ενσωματώνει χαρακτηριστικά βιωματικής μάθησης και άτυπης περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.

Η ψηφιακή τεχνολογία αναδείχθηκε επίσης ως θετικός αλλά συμπληρωματικός παράγοντας της συνολικής εμπειρίας. Οι επισκέπτες αξιολόγησαν θετικά τις ψηφιακές εφαρμογές και τις διαδραστικές τεχνολογίες, ιδιαίτερα ως προς την ενίσχυση του ενδιαφέροντος και της ελκυστικότητας της εμπειρίας. Ωστόσο, τα ευρήματα υποδηλώνουν ότι η ψηφιακή τεχνολογία δεν αποτελεί τον κυρίαρχο παράγοντα διαμόρφωσης της εμπειρίας, αλλά λειτουργεί περισσότερο ως εργαλείο εμπλουτισμού της συνολικής εμπειρίας, υποστηρίζοντας τη διαδραστικότητα και τη γνωστική εμπλοκή των επισκεπτών.

Ένα ακόμη σημαντικό συμπέρασμα αφορά τον ρόλο του καταστήματος ενθουσιάζων, το οποίο φαίνεται να λειτουργεί πέρα από τη στενά εμπορική του διάσταση. Τα ευρήματα δείχνουν ότι τα αναμνηστικά προϊόντα συνδέονται με τη διατήρηση της εμπειρίας στη μνήμη του επισκέπτη, τη συναισθηματική συνέχεια της επίσκεψης και, σε ορισμένες περιπτώσεις, με τη διάχυση της εμπειρίας στο κοινωνικό περιβάλλον του επισκέπτη. Το κατάστημα ενθουσιάζων φαίνεται επομένως να αποτελεί λειτουργικό μέρος της ευρύτερης εμπειρίας και όχι απλώς συμπληρωματική υπηρεσία.

Τέλος, η έρευνα ανέδειξε ότι η εμπειρία των επισκεπτών δεν ολοκληρώνεται απαραίτητα με την αποχώρηση από τον φυσικό χώρο του οργανισμού. Η ισχυρή πρόθεση επανεπίσκεψης και σύστασης προς άλλους, καθώς και η πρόθεση αναζήτησης πρόσθετων πληροφοριών ή ψηφιακής κοινοποίησης της εμπειρίας, υποδηλώνουν την ύπαρξη σαφούς μετα-επισκεπτικής διάστασης.

Το εύρημα αυτό δείχνει ότι η εμπειρία στο Ενυδρείο Κρήτης διαθέτει χρονική συνέχεια, επηρεάζοντας όχι μόνο τη στιγμή της επίσκεψης αλλά και μεταγενέστερες στάσεις και συμπεριφορικές προθέσεις των επισκεπτών.

Τα παραπάνω συμπεράσματα συμπληρώνονται από την ποιοτική διερεύνηση των απόψεων του προσωπικού, η οποία προσέφερε συμπληρωματική ερμηνευτική κατανόηση της εμπειρίας των επισκεπτών. Οι ποιοτικές αναφορές ανέδειξαν αντίστοιχα τη σημασία της συναισθηματικής ανταπόκρισης των επισκεπτών, της βιωματικής και εκπαιδευτικής διάστασης της εμπειρίας, καθώς και της μετα-επισκεπτικής της συνέχειας μέσω αναμνηστικών προϊόντων και ψηφιακής κοινοποίησης, ενισχύοντας την ερμηνευτική συνοχή των ευρημάτων της έρευνας.

Συνολικά, η παρούσα έρευνα καταδεικνύει ότι το Ενυδρείο Κρήτης προσφέρει μια σύνθετη και πολυδιάστατη τουριστική εμπειρία, στην οποία η συναισθηματική εμπλοκή, η βιωματική μάθηση, η αισθητηριακή εμπειρία, η ψηφιακή υποστήριξη και η μετα-επισκεπτική συνέχεια αλληλεπιδρούν στη διαμόρφωση της συνολικής εμπειρίας των επισκεπτών.

5.2 Συσχέτιση Ευρημάτων με το Θεωρητικό Πλαίσιο

Τα ευρήματα της παρούσας έρευνας παρουσιάζουν σημαντική συνάφεια με το θεωρητικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια, επιβεβαιώνοντας σε σημαντικό βαθμό βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις σχετικά με τη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας, της βιωματικής μάθησης και της αξιοποίησης της ψηφιακής τεχνολογίας σε εμπειρικά περιβάλλοντα επισκεψιμότητας.

Αρχικά, τα αποτελέσματα συνδέονται άμεσα με τη θεωρία της εμπειρικής οικονομίας (Experience Economy) των Pine & Gilmore (1999), σύμφωνα με την οποία οι σύγχρονοι οργανισμοί δεν προσφέρουν απλώς υπηρεσίες ή προϊόντα, αλλά σχεδιάζουν ολοκληρωμένες εμπειρίες που δημιουργούν συναισθηματική αξία και προσωπική εμπλοκή για τον καταναλωτή. Τα υψηλά επίπεδα συναισθηματικής εμπλοκής, θετικών συναισθημάτων και προσωπικής σύνδεσης που καταγράφηκαν στην παρούσα έρευνα υποδηλώνουν ότι η εμπειρία στο Ενυδρείο Κρήτης υπερβαίνει τη λειτουργία μιας συμβατικής τουριστικής επίσκεψης και προσεγγίζει περισσότερο ένα οργανωμένο εμπειρικό περιβάλλον, στο οποίο η ψυχαγωγία, η αισθητική εμπειρία, η μάθηση και η ενεργή συμμετοχή συνυπάρχουν.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι και η σύνδεση των ευρημάτων με τη θεωρία της αξιομνημόνευτης τουριστικής εμπειρίας (Memorable Tourism Experience – MTE), όπως αναπτύχθηκε από τους Kim et al. (2012). Η υψηλή αξιολόγηση της εμπειρίας ως ευχάριστης, διαφορετικής από άλλες τουριστικές επισκέψεις, συναισθηματικά

σημαντικής και συνδεδεμένης με έντονες αναμνήσεις επιβεβαιώνει ότι το Ενυδρείο Κρήτης δημιουργεί εμπειρίες που διαθέτουν χαρακτηριστικά αξιομνημόνευτης τουριστικής εμπειρίας. Παράλληλα, ο ρόλος των αναμνηστικών προϊόντων ως φορέων διατήρησης της εμπειρίας στη μνήμη του επισκέπτη ενισχύει περαιτέρω τη θεωρητική προσέγγιση ότι η τουριστική εμπειρία μπορεί να επεκτείνεται χρονικά πέρα από τη στιγμή της φυσικής επίσκεψης.

Τα ευρήματα παρουσιάζουν επίσης ισχυρή θεωρητική σύνδεση με την προσέγγιση της βιωματικής μάθησης του Kolb (1984), σύμφωνα με την οποία η γνώση παράγεται μέσα από την άμεση εμπειρία, την αλληλεπίδραση και την προσωπική επεξεργασία του βιώματος. Η ιδιαίτερα υψηλή αξιολόγηση της μαθησιακής διάστασης της εμπειρίας, της απόκτησης νέων γνώσεων και της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης δείχνει ότι η επίσκεψη στο Ενυδρείο δεν λειτουργεί απλώς ως διαδικασία παθητικής πληροφόρησης, αλλά ως ενεργή εμπειρική μαθησιακή εμπειρία. Η ποιοτική ανάλυση ενίσχυσε περαιτέρω το συγκεκριμένο εύρημα, αναδεικνύοντας τον ρόλο των εκπαιδευτικών δράσεων, της προσωπικής αλληλεπίδρασης και των βιωματικών ερεθισμάτων στη διαμόρφωση της εμπειρίας.

Αναφορικά με τη χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας, τα αποτελέσματα συνδέονται με τις θεωρητικές προσεγγίσεις που εξετάζουν τον ρόλο των τεχνολογικά υποστηριζόμενων εμπειριών στον τουρισμό (Neuhof et al., 2012; Buhalis & Foerste, 2015). Τα ευρήματα έδειξαν ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες συμβάλλουν θετικά στην ενίσχυση του ενδιαφέροντος, της διαδραστικότητας και της ελκυστικότητας της εμπειρίας. Ωστόσο, η τεχνολογία δεν αναδείχθηκε ως ο κυρίαρχος παράγοντας διαμόρφωσης της συνολικής εμπειρίας, αλλά περισσότερο ως συμπληρωματικός μηχανισμός εμπλουτισμού. Το εύρημα αυτό υποδηλώνει ότι, στην περίπτωση του Ενυδρείου Κρήτης, η τεχνολογία λειτουργεί ως υποστηρικτικό μέσο ενίσχυσης της εμπειρίας και όχι ως αυτοτελής πυρήνας αξίας, στοιχείο που προσφέρει μια πιο ισορροπημένη ανάγνωση της σχετικής θεωρίας.

Τέλος, τα ευρήματα σχετικά με την πρόθεση επανεπίσκεψης, τη σύσταση προς άλλους και τη μετα-επισκεπτική ψηφιακή διάχυση συνδέονται με θεωρητικές προσεγγίσεις που αναγνωρίζουν τη σχέση μεταξύ θετικής τουριστικής εμπειρίας, ικανοποίησης, πιστότητας και διαπροσωπικής θετικής σύστασης (word-of-mouth). Η ιδιαίτερα υψηλή πρόθεση σύστασης και επανεπίσκεψης επιβεβαιώνει ότι οι θετικά βιωμένες εμπειρίες μπορούν να μεταφράζονται σε ισχυρές συμπεριφορικές προθέσεις, ενισχύοντας την αξία της εμπειρίας όχι μόνο σε ατομικό αλλά και σε στρατηγικό επίπεδο για τον οργανισμό.

Συνολικά, τα ευρήματα της παρούσας έρευνας επιβεβαιώνουν ότι η τουριστική εμπειρία στο Ενυδρείο Κρήτης αποτελεί μια πολυδιάστατη εμπειρία, η οποία διαμορφώνεται μέσα από την αλληλεπίδραση συναισθηματικών, γνωστικών,

βιωματικών και τεχνολογικών παραγόντων. Παράλληλα, η παρούσα μελέτη εμπλουτίζει το θεωρητικό πλαίσιο, αναδεικνύοντας τη σημασία χώρων άτυπης μάθησης και περιβαλλοντικής εμπειρίας ως ιδιαίτερων πεδίων εφαρμογής των σύγχρονων θεωριών εμπειρικού τουρισμού.

5.3 Κριτική Επισκόπηση των Αποτελεσμάτων

Παρά τη συνολικά ιδιαίτερα θετική εικόνα που προέκυψε από τα ευρήματα της παρούσας έρευνας, μια κριτική προσέγγιση των αποτελεσμάτων αναδεικνύει ορισμένα ενδιαφέροντα σημεία που αξίζουν περαιτέρω ερμηνείας.

Αρχικά, αν και η ψηφιακή τεχνολογία αξιολογήθηκε θετικά από τους επισκέπτες, δεν αναδείχθηκε ως ο κυρίαρχος παράγοντας διαμόρφωσης της συνολικής εμπειρίας. Το εύρημα αυτό παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, δεδομένου ότι στη σύγχρονη βιβλιογραφία για τον ψηφιακό τουρισμό και τις έξυπνες τουριστικές εμπειρίες, η τεχνολογία συχνά παρουσιάζεται ως βασικός μηχανισμός ενίσχυσης της εμπειρίας του επισκέπτη (Neuhof et al., 2012; Buhalis & Foerste, 2015). Στην περίπτωση του Ενυδρείου Κρήτης, ωστόσο, φαίνεται ότι ο πυρήνας της εμπειρίας εξακολουθεί να διαμορφώνεται κυρίως από τη φυσική παρουσία, την αισθητηριακή επαφή με τα εκθέματα, τη συναισθηματική ανταπόκριση και τη μαθησιακή εμπλοκή, ενώ η τεχνολογία λειτουργεί περισσότερο συμπληρωματικά. Το στοιχείο αυτό υποδηλώνει ότι η αποτελεσματικότητα της τεχνολογίας εξαρτάται από το πλαίσιο εφαρμογής της και δεν αποτελεί αυτοτελώς εγγύηση δημιουργίας ισχυρής εμπειρίας.

Ένα δεύτερο ενδιαφέρον εύρημα αφορά τη διαφοροποίηση μεταξύ διαφορετικών μορφών μετα-επισκεπτικής συμπεριφοράς. Ενώ η πρόθεση επανεπίσκεψης και η πρόθεση σύστασης προς άλλους εμφανίστηκαν ιδιαίτερα υψηλές, η πρόθεση ψηφιακής κοινοποίησης της εμπειρίας μέσω κοινωνικών δικτύων ήταν συγκριτικά πιο συγκρατημένη. Η διαφοροποίηση αυτή υποδηλώνει ότι η θετική τουριστική εμπειρία δεν μεταφράζεται απαραίτητα με τον ίδιο τρόπο σε όλες τις μορφές μετα-επισκεπτικής συμπεριφοράς. Ενώ η προσωπική σύσταση και η πρόθεση επιστροφής φαίνεται να συνδέονται άμεσα με τη θετική εμπειρία και την αντιλαμβανόμενη αξία της επίσκεψης (Oh et al., 2007), η δημόσια ψηφιακή κοινοποίηση ενδέχεται να επηρεάζεται από πρόσθετους παράγοντες, όπως η ηλικία, οι ψηφιακές συνήθειες, το προφίλ του επισκέπτη ή η αντιλαμβανόμενη κοινωνική αξία της κοινοποίησης.

Επιπλέον, η ποιοτική ανάλυση ανέδειξε ότι η εμπειρία δεν βιώνεται ομοιόμορφα από όλους τους επισκέπτες. Παρότι τα ποσοτικά αποτελέσματα παρουσιάζουν συνολικά υψηλές αξιολογήσεις, οι ποιοτικές αναφορές υποδηλώνουν ότι η ποιότητα της εμπειρίας επηρεάζεται σημαντικά από τον τρόπο με τον οποίο ο ίδιος ο επισκέπτης αλληλεπιδρά με το περιβάλλον. Επισκέπτες που αφιερώνουν περισσότερο χρόνο,

συμμετέχουν ενεργά, αξιοποιούν διαθέσιμες πληροφορίες ή εμπλέκονται περισσότερο με το περιεχόμενο φαίνεται να αποκομίζουν βαθύτερη εμπειρία σε σχέση με επισκέπτες που διατρέχουν τον χώρο πιο επιφανειακά ή βιαστικά. Το εύρημα αυτό υποδηλώνει ότι η εμπειρία δεν αποτελεί αποκλειστικά αποτέλεσμα του σχεδιασμού του οργανισμού, αλλά συνδιαμορφώνεται δυναμικά μέσα από τη συμμετοχή του ίδιου του επισκέπτη (Pine & Gilmore, 2011).

Παράλληλα, η έρευνα ανέδειξε ότι, παρά τη συνολικά θετική αξιολόγηση, ορισμένα λειτουργικά ή υποστηρικτικά στοιχεία της εμπειρίας συγκέντρωσαν συγκριτικά χαμηλότερες αξιολογήσεις. Η ακουστική ξενάγηση, οι τιμές του καφέ / εστιατορίου και ορισμένες πτυχές της λειτουργικής εξυπηρέτησης αναδείχθηκαν ως σημεία με περιθώρια βελτίωσης. Το στοιχείο αυτό δείχνει ότι η εμπειρία των επισκεπτών δεν διαμορφώνεται αποκλειστικά από το βασικό εκθεσιακό περιεχόμενο, αλλά από ένα ευρύτερο οικοσύστημα υπηρεσιών που επηρεάζει τη συνολική αντίληψη ποιότητας.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η ιδιαίτερα θετική συνολική αξιολόγηση των ευρημάτων θα πρέπει να ερμηνευθεί και υπό το πρίσμα των χαρακτηριστικών του δείγματος και του πλαισίου της έρευνας. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε πραγματικό περιβάλλον επίσκεψης, σε χρονική περίοδο κατά την οποία οι συμμετέχοντες βίωναν ή είχαν μόλις ολοκληρώσει την εμπειρία τους, γεγονός που ενδέχεται να ενισχύει τη συναισθηματική θετικότητα των απαντήσεων. Παράλληλα, η χρήση αυτοαναφερόμενων δεδομένων και η ευκαιριακή δειγματοληψία απαιτούν προσεκτική ερμηνεία των αποτελεσμάτων, χωρίς να αναιρούν τη συνολική ερευνητική τους αξία.

Συνολικά, η κριτική επισκόπηση των αποτελεσμάτων δείχνει ότι, παρότι το Ενυδρείο Κρήτης προσφέρει μια ιδιαίτερα θετικά αξιολογούμενη εμπειρία, η διαμόρφωση της εμπειρίας παραμένει ένα σύνθετο και πολυπαραγοντικό φαινόμενο, το οποίο επηρεάζεται από τον σχεδιασμό της εμπειρίας, τα υποστηρικτικά λειτουργικά στοιχεία, τη χρήση τεχνολογίας και τον βαθμό ενεργού συμμετοχής του ίδιου του επισκέπτη.

5.4 Προτάσεις για το Ενυδρείο Κρήτης: Στρατηγικές Βελτίωσης Εμπειρίας και Ψηφιακής Εμπλοκής

Με βάση τα ευρήματα της παρούσας έρευνας, προκύπτουν συγκεκριμένες προτάσεις που θα μπορούσαν να συμβάλουν στη στρατηγική ενίσχυση της εμπειρίας των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης. Παρότι η συνολική αξιολόγηση της εμπειρίας εμφανίζεται ιδιαίτερα θετική, η ανάλυση ανέδειξε επιμέρους σημεία που μπορούν να ενισχυθούν περαιτέρω, τόσο σε επίπεδο λειτουργικής εξυπηρέτησης όσο και σε επίπεδο εμπειριακού σχεδιασμού και ψηφιακής εμπλοκής.

Μία πρώτη σημαντική κατεύθυνση αφορά την περαιτέρω αναβάθμιση της ψηφιακής εμπειρίας του επισκέπτη. Αν και οι ψηφιακές εφαρμογές αξιολογήθηκαν θετικά, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η συμβολή τους είναι περισσότερο υποστηρικτική παρά καθοριστική στη συνολική εμπειρία. Το εύρημα αυτό δεν υποδηλώνει μειωμένη σημασία της τεχνολογίας, αλλά μάλλον την ύπαρξη περιθωρίου για πιο ουσιαστική και λειτουργικά ενσωματωμένη αξιοποίησή της. Στο πλαίσιο αυτό, θα μπορούσε να εξεταστεί η αναβάθμιση της ακουστικής ξενάγησης, η οποία συγκέντρωσε από τις χαμηλότερες αξιολογήσεις μεταξύ των επιμέρους υπηρεσιών. Η βελτίωση της εμπειρίας χρήσης, του περιεχομένου, της πολυγλωσσικής προσβασιμότητας και της συνολικής λειτουργικότητας της συγκεκριμένης υπηρεσίας θα μπορούσε να ενισχύσει σημαντικά την εμπειρία επισκεπτών που επιθυμούν βαθύτερη πληροφόρηση.

Παράλληλα, θα μπορούσε να εξεταστεί η ενίσχυση ψηφιακών εργαλείων αυτοκαθοδηγούμενης εμπειρίας, όπως διαδραστικές εφαρμογές κινητών συσκευών, πρόσβαση σε πληροφοριακό περιεχόμενο μέσω QR codes ή εξατομικευμένες ψηφιακές διαδρομές ανάλογα με τα ενδιαφέροντα του επισκέπτη. Η αξιοποίηση τέτοιων λύσεων θα μπορούσε να προσφέρει μεγαλύτερη ευελιξία, προσβασιμότητα και προσαρμοστικότητα της εμπειρίας, ιδιαίτερα για επισκέπτες με διαφορετικά μαθησιακά ή συμπεριφορικά προφίλ. Επιπλέον, η περαιτέρω ανάπτυξη της εμπειρίας εικονικής πραγματικότητας (VR), μέσω θεματικού εμπλουτισμού ή διεύρυνσης των διαθέσιμων εμπειριών, θα μπορούσε να λειτουργήσει ως ισχυρό εργαλείο διαφοροποίησης και εμπλουτισμού της εμπειρίας (Neuhof et al., 2012).

Μια δεύτερη σημαντική στρατηγική κατεύθυνση αφορά την ενίσχυση της ενεργού συμμετοχής των επισκεπτών. Η ποιοτική ανάλυση ανέδειξε ότι η εμπειρία δεν διαμορφώνεται αποκλειστικά από τα χαρακτηριστικά του χώρου, αλλά επηρεάζεται σημαντικά από τον βαθμό ενεργητικής εμπλοκής του ίδιου του επισκέπτη. Το στοιχείο αυτό υποδηλώνει ότι η ενίσχυση διαδραστικών και συμμετοχικών στοιχείων μπορεί να αυξήσει την ποιότητα και το βάθος της εμπειρίας (Pine & Gilmore, 2011). Στο πλαίσιο αυτό, θα μπορούσε να εξεταστεί η ανάπτυξη περισσότερων βιωματικών σταθμών αλληλεπίδρασης, δραστηριοτήτων συμμετοχικού χαρακτήρα και μικρών εκπαιδευτικών εμπειριών που ενθαρρύνουν τη διερεύνηση, την παρατήρηση και την ενεργό συμμετοχή.

Ιδιαίτερα σημαντική φαίνεται να είναι η προσαρμογή της εμπειρίας σε διαφορετικές κατηγορίες επισκεπτών. Η ύπαρξη οικογενειών με παιδιά, ενηλίκων με αυξημένο γνωστικό ενδιαφέρον, επαναλαμβανόμενων επισκεπτών ή διεθνών τουριστών υποδηλώνει ότι μια περισσότερο τμηματοποιημένη προσέγγιση στον σχεδιασμό της εμπειρίας θα μπορούσε να προσφέρει μεγαλύτερη εξατομικευση και αντιλαμβανόμενη αξία. Για παράδειγμα, ειδικά σχεδιασμένες διαδραστικές διαδρομές για παιδιά, εμπλουτισμένα πληροφοριακά σημεία για επισκέπτες με εκπαιδευτικό

ενδιαφέρον ή θεματικές ξεναγήσεις διαφορετικού επιπέδου θα μπορούσαν να ενισχύσουν τη διαφοροποίηση της εμπειρίας.

Επιπλέον, τα ευρήματα υποδεικνύουν την ανάγκη διαρκούς βελτίωσης των υποστηρικτικών υπηρεσιών που επηρεάζουν τη συνολική αντίληψη ποιότητας. Παρότι οι περισσότερες υπηρεσίες αξιολογήθηκαν θετικά, ορισμένες λειτουργικές διαστάσεις, όπως η τιμολογιακή αντίληψη στο καφέ / εστιατόριο, η καθαριότητα σε συγκεκριμένα σημεία ή η λειτουργικότητα επιμέρους υπηρεσιών, εμφανίζουν περιθώρια βελτίωσης. Το στοιχείο αυτό αναδεικνύει ότι η εμπειρία των επισκεπτών δεν διαμορφώνεται μόνο από τον βασικό εκπαιδευτικό ή εκθεσιακό πυρήνα, αλλά από ένα συνολικό οικοσύστημα επαφών και υπηρεσιών. Συνεπώς, η συστηματική παρακολούθηση της ποιότητας εξυπηρέτησης και η στοχευμένη παρέμβαση σε επιμέρους λειτουργικά ζητήματα μπορούν να ενισχύσουν τη συνολική εμπειρία.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει και ο ρόλος του καταστήματος ενθουσιάζων, το οποίο, σύμφωνα με τα ευρήματα, λειτουργεί όχι μόνο ως εμπορικό σημείο αλλά και ως μηχανισμός διατήρησης και επέκτασης της εμπειρίας. Το εύρημα αυτό προσφέρει σημαντικές στρατηγικές δυνατότητες. Η περαιτέρω σύνδεση των προϊόντων με συγκεκριμένα εκθέματα, θεματικές εμπειρίες ή εκπαιδευτικά μηνύματα θα μπορούσε να ενισχύσει ακόμη περισσότερο τον εμπειρικό χαρακτήρα του καταστήματος. Η ανάπτυξη προϊόντων που λειτουργούν ως φορείς ανάμνησης, περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης ή οικογενειακής εκπαιδευτικής συνέχειας θα μπορούσε να ενισχύσει τη συναισθηματική και συμβολική αξία της μετα-επισκεπτικής εμπειρίας.

Τέλος, ιδιαίτερη στρατηγική σημασία παρουσιάζει η ενίσχυση της μετα-επισκεπτικής εμπλοκής των επισκεπτών. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η εμπειρία δεν ολοκληρώνεται με την αποχώρηση από τον χώρο, αλλά συνεχίζεται μέσα από τη μνήμη, την πρόθεση επανεπίσκεψης, τη σύσταση προς άλλους και τη μεταγενέστερη αναζήτηση πληροφοριών. Το στοιχείο αυτό δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης σχέσης με τον επισκέπτη και μετά την επίσκεψη. Η παροχή πρόσθετου εκπαιδευτικού ή ενημερωτικού περιεχομένου, η δημιουργία ψηφιακών καναλιών συνέχισης της εμπειρίας, η ενίσχυση της κοινωνικής κοινοποίησης ή η ανάπτυξη μηχανισμών επανασύνδεσης με τον επισκέπτη θα μπορούσαν να ενισχύσουν τη διάρκεια και την αξία της εμπειρίας.

Συνολικά, οι προτάσεις αυτές δεν αποσκοπούν στην αναμόρφωση του βασικού χαρακτήρα του Ενυδρείου Κρήτης, αλλά στην περαιτέρω ενίσχυση μιας ήδη θετικά αξιολογούμενης εμπειρίας μέσα από στοχευμένες στρατηγικές βελτίωσης. Η ενίσχυση της ψηφιακής λειτουργικότητας, της συμμετοχικότητας, της εξατομίκευσης, της υποστηρικτικής εξυπηρέτησης και της μετα-επισκεπτικής εμπλοκής μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στη διατήρηση και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του

οργανισμού ως σύγχρονου εμπειρικού και εκπαιδευτικού τουριστικού προορισμού (Neuhof et al., 2012; Buhalis & Foerste, 2015).

5.5 Προτάσεις Μελλοντικής Έρευνας και Αδυναμίες Μελέτης

Παρά τη συμβολή της παρούσας έρευνας στην κατανόηση της τουριστικής εμπειρίας των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης, είναι σημαντικό να αναγνωριστούν ορισμένοι περιορισμοί που επηρεάζουν την ερμηνεία και τη δυνατότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων, καθώς και να διατυπωθούν προτάσεις για μελλοντική ερευνητική διερεύνηση.

Αρχικά, η έρευνα βασίστηκε σε μη πιθανότητας ευκαιριακή δειγματοληψία (convenience sampling), γεγονός που περιορίζει τη δυνατότητα γενίκευσης των ευρημάτων στο σύνολο του πληθυσμού των επισκεπτών του Ενυδρείου Κρήτης ή άλλων αντίστοιχων τουριστικών οργανισμών. Αν και η συγκεκριμένη προσέγγιση κρίθηκε κατάλληλη για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης και για την πρόσβαση σε πραγματικούς επισκέπτες κατά τη διάρκεια της εμπειρίας τους, η χρήση διαφορετικών δειγματοληπτικών προσεγγίσεων σε μελλοντικές έρευνες θα μπορούσε να ενισχύσει περαιτέρω την εξωτερική εγκυρότητα των αποτελεσμάτων.

Επιπλέον, η παρούσα μελέτη επικεντρώθηκε σε μία συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης, το Ενυδρείο Κρήτης. Αν και η επιλογή αυτή επέτρεψε εις βάθος διερεύνηση ενός σύνθετου εμπειρικού περιβάλλοντος, περιορίζει τη δυνατότητα ευρύτερης συγκριτικής ερμηνείας. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να εξετάσουν αντίστοιχες εμπειρίες σε άλλα ενυδρεία, μουσεία, εκπαιδευτικά κέντρα ή θεματικούς τουριστικούς οργανισμούς, ώστε να διερευνηθεί κατά πόσο τα συγκεκριμένα ευρήματα εμφανίζονται και σε διαφορετικά περιβάλλοντα εμπειρίας.

Ένας ακόμη περιορισμός αφορά τη χρήση αυτοαναφερόμενων δεδομένων (self-reported data), τα οποία βασίζονται στις προσωπικές αντιλήψεις, εμπειρίες και υποκειμενικές αξιολογήσεις των συμμετεχόντων. Παρότι η συγκεκριμένη προσέγγιση είναι ιδιαίτερα συχνή στην έρευνα εμπειρίας επισκεπτών, είναι πιθανό οι απαντήσεις να επηρεάζονται από τη συναισθηματική κατάσταση της στιγμής, από κοινωνικά επιθυμητές απαντήσεις ή από τη συνολική θετική διάθεση που μπορεί να συνοδεύει μια πρόσφατη εμπειρία επίσκεψης. Αντίστοιχα, στο ποιοτικό σκέλος, οι απόψεις των εργαζομένων επηρεάζονται αναπόφευκτα από την οργανωσιακή τους θέση και τη σχέση τους με τον οργανισμό, γεγονός που ενδέχεται να επηρεάζει την ερμηνεία της εμπειρίας των επισκεπτών.

Επιπρόσθετα, η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, γεγονός που σημαίνει ότι τα αποτελέσματα ενδέχεται να επηρεάζονται από

συγκυριακούς ή εποχικούς παράγοντες, όπως η σύνθεση του επισκεπτικού κοινού, οι συνθήκες λειτουργίας του οργανισμού ή η χρονική περίοδος της τουριστικής δραστηριότητας. Μελλοντικές μελέτες που θα πραγματοποιηθούν σε διαφορετικές περιόδους του έτους ή σε επαναλαμβανόμενα χρονικά διαστήματα θα μπορούσαν να προσφέρουν πιο διαχρονική εικόνα της εμπειρίας των επισκεπτών.

Σε επίπεδο μελλοντικής έρευνας, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η περαιτέρω διερεύνηση διαφοροποιήσεων μεταξύ διαφορετικών κατηγοριών επισκεπτών. Η παρούσα έρευνα ανέδειξε ενδείξεις ότι η εμπειρία ενδέχεται να διαφοροποιείται ανάλογα με το προφίλ του επισκέπτη, τον βαθμό ενεργού εμπλοκής, την οικογενειακή σύνθεση ή τα προσωπικά ενδιαφέροντα. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να εξετάσουν συστηματικότερα συγκριτικές διαφοροποιήσεις μεταξύ οικογενειών, μεμονωμένων επισκεπτών, επαναλαμβανόμενων επισκεπτών ή επισκεπτών διαφορετικών εθνικοτήτων και ηλικιακών ομάδων.

Εξίσου σημαντική θεωρείται η περαιτέρω ερευνητική εστίαση στον ρόλο των ψηφιακών τεχνολογιών στη διαμόρφωση της εμπειρίας. Παρότι η παρούσα έρευνα έδειξε ότι οι ψηφιακές εφαρμογές λειτουργούν θετικά, αλλά περισσότερο συμπληρωματικά, θα είχε ιδιαίτερο ενδιαφέρον να διερευνηθεί πιο αναλυτικά η επίδραση συγκεκριμένων τεχνολογιών, όπως η εικονική πραγματικότητα (VR), η επαυξημένη πραγματικότητα (AR), οι διαδραστικές εφαρμογές κινητών συσκευών ή οι προσωποποιημένες ψηφιακές εμπειρίες, στη γνωστική, συναισθηματική και συμπεριφορική διάσταση της εμπειρίας.

Τέλος, ένα ιδιαίτερα ενδιαφέρον πεδίο μελλοντικής έρευνας αφορά τη μετα-επισκεπτική διάσταση της εμπειρίας. Τα ευρήματα της παρούσας μελέτης υποδηλώνουν ότι η εμπειρία δεν περιορίζεται στη χρονική διάρκεια της φυσικής επίσκεψης, αλλά συνεχίζεται μέσω αναμνήσεων, πρόθεσης επανεπίσκεψης, κοινωνικής κοινοποίησης και αναζήτησης πρόσθετων πληροφοριών. Μελλοντικές longitudinal έρευνες, οι οποίες θα εξετάζουν την εμπειρία των επισκεπτών σε μεταγενέστερο χρονικό σημείο μετά την επίσκεψη, θα μπορούσαν να προσφέρουν βαθύτερη κατανόηση του τρόπου με τον οποίο διατηρείται, μετασχηματίζεται ή επηρεάζει τη μελλοντική συμπεριφορά η αξιομνημόνευτη τουριστική εμπειρία.

Συνολικά, παρά τους περιορισμούς της, η παρούσα μελέτη συμβάλλει ουσιαστικά στην κατανόηση της εμπειρίας των επισκεπτών σε ένα περιβάλλον άτυπης μάθησης και εμπειρικού τουρισμού, προσφέροντας παράλληλα χρήσιμες βάσεις για περαιτέρω θεωρητική και εφαρμοσμένη ερευνητική διερεύνηση.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Ξενόγλωση Βιβλιογραφία

- Ballantyne, R., Hughes, K., Lee, J., Packer, J., & Sneddon, J. (2018, 02). Visitors' values and environmental learning outcomes at wildlife attractions: Implications for interpretive practice. *Tourism Management*, 64, 190-201.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.07.015>
- Ballantyne, R., Packer, J., & Falk, J. (2011, 12). Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short- and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modelling. *Tourism Management*, 32(6), σσ. 1243-1252.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.11.003>
- Behrendt, M., & Franklin, T. (2014, 01). A Review of Research on School Field Trips and Their Value in Education. *The International Journal of Environmental and Science Education*, 9(3), σσ. 235-245. doi:DOI:10.12973/ijese.2014.213a
- Bigné, E., Andreu, L., & Gnoth, J. (2005, 12 833-844). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6), σσ. 833-844.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.006>
- Braun, V., & Clarke, V. (2008, 07 21). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), σσ. 77-101.
doi:<https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. *ENTER2015*, (σσ. 377-389).
doi:https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28
- Buhalis, D., & Foerste, M. (2015, 10). SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), σσ. 151-161. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.001>
- Creswell, J., & Clark, V. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3d Edition εκδ.). SAGE.
- Falk, J., & Dierking, L. (2016). *The Museum Experience Revisited*. New York: Routledge.
doi:<https://doi.org/10.4324/9781315417851>
- Fetters, M., Curry, L., & Creswell, J. (2013, 10 23). Achieving Integration in Mixed Methods Designs—Principles and Practices. *Health Services Research*, 48(6), σσ. 2134-2156.
doi:<https://doi.org/10.1111/1475-6773.12117>

- Hosany, S., & Gilbert, D. (2009, 12). Measuring Tourists' Emotional Experiences toward Hedonic Holiday Destinations. *Journal of Travel Research*, 49(4), σσ. 513-526.
doi:https://doi.org/10.1177/0047287509349267?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate.net%26utm_medium%3Darticle
- Jung, T., Chung, N., & Leue, M. (2015, 8). The determinants of recommendations to use augmented reality technologies: The case of a Korean theme park. *Tourism Management*, 49, σσ. 75-86. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.013>
- Kim, J.-H., Ritchie, J., & McCormick, B. (2012, 1). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), σσ. 12-25.
doi:https://doi.org/10.1177/0047287510385467?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate.net%26medium%3Darticle
- Kolb, D. (1984). *Experiential Learning: Experience As The Source Of Learning And Development*. Prentice-Hall.
- Littrell, M., Anderson, L., & Brown, P. (1993). What makes a craft souvenir authentic? *Annals of Tourism Research*, 20(1), σσ. 197-215. doi:[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90118-M](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90118-M)
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2012, 11). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1-2), σσ. 36-46. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.08.001>
- Oh, H., Fiore, A., & Jeoung, M. (2007, 11). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), σσ. 119-132.
doi:https://doi.org/10.1177/0047287507304039?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate.net%26utm_medium%3Darticle
- Pallant, J. (2020). *SPSS Survival Manual - A step by step guide to data analysis using IBM SPSS* (7th Edition εκδ.). Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9781003117452>
- Pine, B., & Gilmore, J. (2011). *The Experience Economy* (https://www.researchgate.net/publication/260917972_The_experience_economy_past_present_and_future#fullTextFileContent εκδ.). Harvard Business Press.
Ανάκτηση 11 2025, από
https://www.researchgate.net/publication/260917972_The_experience_economy_past_present_and_future#fullTextFileContent
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research Methods for Business Students* (9th Edition εκδ.). Pearson. Ανάκτηση 04 16, 2026, από
https://www.researchgate.net/publication/240218229_Research_Methods_for_Business_Students

- Swanson, K., & Timothy, D. (2012, 06). Souvenirs: Icons of meaning, commercialization and commoditization. *Tourism Management*, 33(3), σσ. 489-499.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.007>
- Tung, V., & Ritchie, J. (2011, 10). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), σσ. 1367-1386.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- Tussyadiah, I. (2014, 07). Toward a Theoretical Foundation for Experience Design in Tourism. *Journal of Travel Research*, 53(5), σσ. 543-564.
doi:https://doi.org/10.1177/0047287513513172?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate.net%26utm_medium%3Darticle
- UNWTO. (2023). *World Tourism Barometer and Statistical Annex*. (UNWTO) World Tourism Organization. Madrid: (UNWTO) World Tourism Organization. Ανάκτηση 11 2025, από https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-11/UNWTO_Barom23_04_November_EXCERPT_v2.pdf?VersionId=Q3i27HkRVsyU9gSP6yV4NCgxZiPdHlrE
- Wilkins, H. (2010, 3). Souvenirs: What and Why We Buy. *Journal of Travel Research*, 50(3), σσ. 239-247. doi:<https://doi.org/10.1177/0047287510362782>
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010, 4). Role of Social Media in Online Travel Information Search. *Tourism Management*, 31(2), σσ. 179-188.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>
- Yin, R. (2017). *Case study research and applications: Design and methods* (6th Edition εκδ.). Sage.

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2019). *Εισαγωγή στον τουρισμό - Αρχές και Πρακτικές*. Nicosia, Cyprus: Broken Hill Publishers LTD.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., & Baloglu, S. (2019). *Μάρκετινγκ Τουρισμού & Φιλοξενίας*. Λευκωσία - Κύπρος: Broken Hill Publishers Ltd. .
- Λάγος, Δ. (2018). *Τουριστική Οικονομική* (2η εκδ.). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Μυλωνόπουλος, Δ. (2021). *Τουριστικό Δίκαιο*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Τσάρτας, Π., Ζαγκότση, Σ., & Κυριακάκη, Ά. (2020). *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό* (1η εκδ.). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Παραρτήματα

Παράρτημα Α: « Ποσοτικό Ερευνητικό Εργαλείο – Ελληνική Έκδοση»

Δομημένο ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή ποσοτικών δεδομένων από επισκέπτες του Ενυδρείου Κρήτης, στα ελληνικά.

Ερωτηματολόγιο Επισκεπτών Ενυδρείου Κρήτης – Cret@quarium(GR)

(Ανάλυση της Τουριστικής Εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης)

Η συμμετοχή στο παρόν ερωτηματολόγιο είναι εθελοντική και ανώνυμη. Τα δεδομένα θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ακαδημαϊκούς σκοπούς στο πλαίσιο εκπόνησης μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η υπογεγραμμένη Αγγελάκη Μαρία, με στοιχεία επικοινωνίας: ηλεκτρονική διεύθυνση agelma.10@gmail.com, ενημερώνω ότι συμμετέχω σε μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών με τίτλο «Στρατηγική Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και Προορισμών» και εκπονώ διπλωματική εργασία με τίτλο: «Ανάλυση της Τουριστικής Εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης: Ο ρόλος της συναισθηματικής εμπλοκής, της βιωματικής μάθησης και της ψηφιακής τεχνολογίας στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών. Η συμβολή του καταστήματος σουβενίρ στην καταναλωτική συμπεριφορά και την ψηφιακή τουριστική προβολή».

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η διερεύνηση της συνολικής τουριστικής εμπειρίας στο Ενυδρείο Κρήτης, με έμφαση στους παράγοντες που συμβάλουν στη διαμόρφωση αξιομνημόνευτων εμπειριών και στη συμπεριφορά των επισκεπτών.

Σύμφωνα με τις διατάξεις του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679-ΓΚΠΔ, καθώς και το Ν. 4624/2019, ακολουθεί πληροφόρηση για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σας:

Υπεύθυνος Επεξεργασίας	Μεταπτυχιακή φοιτήτρια: Αγγελάκη Μαρία (email: agelma.10@gmail.com)
Δραστηριότητα επεξεργασίας ΔΠΧ	1. Συλλογή 2. Αποθήκευση 3. Χρήση
Υποκείμενα των δεδομένων (ΥτΔ)	Ενήλικοι Επισκέπτες Ενυδρείου Κρήτης –Cret@quarium
Δεδομένα που υποβάλλονται σε επεξεργασία	-Στοιχεία επικοινωνίας: χώρα μόνιμης διαμονής, περιοχή διαμονής στην Κρήτη κατά την διάρκεια διακοπών -Προσωπικά στοιχεία: εθνικότητα, φύλο, ηλικιακό εύρος, επίπεδο εκπαίδευσης -Λοιπά στοιχεία και πληροφορίες που καταγράφονται στο ερωτηματολόγιο που συμπληρώνουν οι συμμετέχοντες.
Σκοπός επεξεργασίας ΔΠΧ	Εκπόνηση διπλωματικής εργασίας με τίτλο: όπως αναφέρετε παραπάνω.
Νομική βάση επεξεργασίας ΔΠΧ	Απλά δεδομένα: Επεξεργασία απαραίτητη για την εκπλήρωση καθήκοντος που εκτελείται προς το δημόσιο συμφέρον (άρθρο 6 § 1ε' ΓΚΠΔ).
Χρόνος διατήρησης	Τα ερωτηματολόγια θα διατηρηθούν μέχρι την ολοκλήρωση της έρευνας.

ΔΠΧ	(30/9/2026). Μετά την ολοκλήρωση της έρευνας και πριν από τη δημοσίευση των αποτελεσμάτων της, θα πραγματοποιηθεί ασφαλής καταστροφή του αρχείου που έχει δημιουργηθεί.
Δικαιώματα ΥτΔ*	-Πρόσβαση (ΓΚΠ άρθρο 15) -Διόρθωση (ΓΚΠ άρθρο 16) -Περιορισμός της επεξεργασίας (ΓΚΠ άρθρο 18)
Τρόπος άσκησης δικαιωμάτων ΥτΔ	-με ηλεκτρονικό μήνυμα στη διεύθυνση agelma.10@gmail.com
Περαιτέρω Διαβίβαση - Εχεμύθεια	Δεν πραγματοποιείται από τον Υπεύθυνο Επεξεργασίας διαβίβαση εκτός Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ). Διαβίβαση ενδέχεται να πραγματοποιηθεί στις αρμόδιες Ελληνικές Αρχές, στην περίπτωση διερεύνησης συμβάντος.
Αποδέκτες	Δεν Υφίστανται
Σε περίπτωση που μετά από την επικοινωνία σας με τον Οργανισμό δεν ικανοποιήθηκε το αίτημά σας μπορείτε να προβείτε σε καταγγελία στην ΑΠΔΠΧ ηλεκτρονικά https://www.dpa.gr/el/polites/katagelia_stin_arxi) ή με την αποστολή email: complaints@dpa.gr ή ταχυδρομικά, Λ. Κηφισίας 1-3, 115 23 Αθήνα ή και με αυτοπροσώπως στα γραφεία της Αρχής (1ος όροφος). Ώρες 09:00 – 13:00	

Η επεξεργασία δεδομένων στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας πραγματοποιείται αποκλειστικά από την μεταπτυχιακή φοιτήτρια: Αγγελάκη Μαρία, η οποία, συνεπώς, τελεί ως υπεύθυνος επεξεργασίας. Ως εκ τούτου, τα σχετικά ερωτήματά σας ή/και εφόσον επιθυμείτε να ασκήσετε οποιοδήποτε δικαίωμα σας, όπως περιλαμβάνονται στον ΓΚΠΔ, μπορείτε να απευθυνθείτε στην ίδια, στα στοιχεία επικοινωνίας: agelma.10@gmail.com.

Συμπληρώστε με Χ

Έχω ενημερωθεί σχετικά με την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων μου και συναινώ να συμμετάσχω στην έρευνα πραγματοποιείται από την μεταπτυχιακή φοιτήτρια στα πλαίσια της παρούσας εργασίας. ☐

Οδηγίες: Σημειώστε την απάντησή σας σε κάθε ερώτηση τσεκάροντας το αντίστοιχο κουτάκι. Για τις ερωτήσεις 20 έως και 23 χρησιμοποιήστε την πενταβάθμια κλίμακα:
1 = Διαφωνώ απόλυτα | 2 = Διαφωνώ | 3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ | 4 = Συμφωνώ | 5 = Συμφωνώ απόλυτα

Εισαγωγική Ερώτηση

1. Έχετε επισκεφθεί το Ενυδρείο Κρήτης;

☐ Ναι ☐ Όχι

Αν Ναι συνεχίζω στην ερώτηση 2

Αν Όχι, μετάβαση σε Υποβολή

A. Δημογραφικά Στοιχεία

2. Εθνικότητα:

3. Φύλο:

☐ Γυναίκα ☐ Άνδρας ☐ Άλλο ☐ Δεν επιθυμώ να απαντήσω

4. Ηλικία:

☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-50 ☐ 51-65 ☐ 65+

5. Επίπεδο Εκπαίδευσης:

☐ Κάτοχος Διδακτορικού ☐ Κάτοχος Μεταπτυχιακού ☐ Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ

☐ Απόφοιτος Λυκείου ☐ Απόφοιτος Δημοτικού

6. Χώρα μόνιμης κατοικίας:

☐ Ελλάδα

☐ Άλλη Ευρωπαϊκή (παρακαλώ προσδιορίστε):

.....

☐ Άλλη μη Ευρωπαϊκή (παρακαλώ προσδιορίστε):

.....

Αν Ελλάδα, συνεχίζω με τη διευκρινιστική ερώτηση 7

Αν μια από τις άλλες δυο, μετάβαση στην ερώτηση 10

Διευκρινιστική Ερώτηση, στην απάντηση ☐ Ελλάδα

7. Είστε μόνιμος κάτοικος Κρήτης;

☐ Ναι ☐ Όχι

Αν Ναι συνεχίζω στην ερώτηση 8

Αν Όχι, μετάβαση στην ερώτηση 10

8. Σε ποια Περιφερειακή ενότητα κατοικείται;

☐ Λασιότι ☐ Ηράκλειο ☐ Ρέθυμνο ☐ Χανιά

9. Επισκέπτεστε το Ενυδρείο Κρήτης:

☐ 1^η φορά ☐ 2^η φορά ☐ Πάνω από 2^η φορά

Μετάβαση στην ερώτηση 11

10. Περιοχή διαμονής κατά την περίοδο των διακοπών στην Κρήτη:

☐ Άγιος Νικόλαος ☐ Ηράκλειο ☐ Ρέθυμνο ☐ Χανιά

☐ Άλλο:.....

11. Επισκέπτεστε την Κρήτη:

☐ 1^η φορά ☐ 2^η φορά ☐ Πάνω από 2^η φορά

12. Πως μάθατε για το Ενυδρείο:(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία)

- ☐ Ιστοσελίδα
- ☐ Social Media (π.χ. Instagram, Facebook)
- ☐ Ψηφιακές Πλατφόρμες (π.χ. Trip Advisor, Get Your Guide)
- ☐ Τηλεόραση/Ραδιόφωνο
- ☐ Σύσταση από φίλους
- ☐ Ξενοδοχείο
- ☐ Τουριστικό γραφείο
- ☐ Έντυπο Υλικό (φυλλάδια – καρτποσταλ)
- ☐ Πινάκίδα οδικής σήμανσης
- ☐ Άλλο: (παρακαλώ διευκρινίστε)

13. Σημερινή Επίσκεψη :

- ☐ Ανεξάρτητος επισκέπτης ☐ Οργανωμένη Επίσκεψη

14. Συνοδευόμενα άτομα (αριθμός, χωρίς να υπολογίζεται τον εαυτό σας):.....

14i. Στα συνοδευόμενα άτομα, υπάρχουν παιδιά κάτω των 12 ετών;

- ☐ Ναι ☐ Όχι

15. Τρόπος προσέλευσης:

- ☐ Ι.Χ ☐ Ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο ☐ Ενοικιαζόμενο δίκτροχο ☐ ΚΤΕΛ
- ☐ Τουριστικό λεωφορείο ☐ Ταξί ☐ Άλλο:

16. Ενημερωθήκατε από το προσωπικό για τις υπηρεσίες του ενυδρείου;

- ☐ Ναι ☐ Όχι

Αν Ναι, συνεχίζω στη διευκρινιστική ερώτηση 17

Αν Όχι, μετάβαση στην ερώτηση 18

Διευκρινιστική Ερώτηση, στην απάντηση Ναι

17. Αν ναι, για ποιες υπηρεσίες ενημερωθήκατε:

- ☐ VR ☐ Ακουστική Ξενάγηση ☐ Κάρτα Μέλους ☐ Άλλη:

18. Κάνατε χρήση κάποιας από τις υπηρεσίες του ενυδρείου; Αν ναι, ποια:

- ☐ VR ☐ Ακουστική Ξενάγηση ☐ Κάρτα Μέλους
- ☐ Άλλη:..... ☐ Δεν έκανα χρήση

19. Πόσο διήρκεσε η επίσκεψή σας;

- ☐ 15-30 λεπτά ☐ 31-60 λεπτά ☐ 61-90 λεπτά ☐ πάνω από 90 λεπτά

B. Συναισθηματική εμπλοκή, βιωματική μάθηση, ψηφιακή εμπειρία και κατάσταση ενθυμημάτων.

20. Συνολική Τουριστική & Αξιομνημόνευτη Εμπειρία

- i. Η επίσκεψη στο Ενυδρείο Κρήτης ήταν μια ευχάριστη εμπειρία.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- ii. Η εμπειρία αυτή ήταν διαφορετική από άλλες τουριστικές επισκέψεις.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- iii. Η επίσκεψη μου άφησε έντονες αναμνήσεις.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- iv. Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης ένιωσα ενθουσιασμό ή συγκίνηση.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- v. Η εμπειρία αυτή είχε ξεχωριστή σημασία για μένα, που θα θυμάμαι για καιρό.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

21. Συναισθηματική Εμπλοκή

- i. Κατά τη διάρκεια της επίσκεψής μου ένιωσα έντονα θετικά συναισθήματα.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- ii. Ένιωσα συναισθηματική σύνδεση με το περιβάλλον και το περιεχόμενο.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- iii. Ένιωσα ενεργά εμπλεκόμενος/η κατά τη διάρκεια της επίσκεψης.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- iv. Ένιωσα τόσο απορροφημένος/η από τα εκθέματα που έχασα την αίσθηση του χρόνου.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

22. Βιωματική Μάθηση

- i. Η επίσκεψη με βοήθησε να μάθω νέα πράγματα για το θαλάσσιο περιβάλλον.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- ii. Οι πληροφορίες και τα εκθέματα παρουσιάστηκαν κατανοητά και ενδιαφέροντα.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- iii. Η εμπειρία συνδύαζε ψυχαγωγία και εκπαίδευση.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- iv. Η εμπειρία με έκανε να ενδιαφερθώ περισσότερο για την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

23. Ψηφιακή Εμπειρία : Η ψηφιακή εμπειρία αναφέρεται στη χρήση εξοπλισμού VR, ακουστικών ξεναγήσεων (audio guides), διαδραστικών οθονών αφής και εφαρμογών επανξιμένης πραγματικότητας κατά τη διάρκεια της επίσκεψής σας.

- i. Οι ψηφιακές εφαρμογές βελτίωσαν τη συνολική εμπειρία.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- ii. Η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών έκανε την επίσκεψη πιο ενδιαφέρουσα.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- iii. Οι ψηφιακές εφαρμογές με βοήθησαν να κατανοήσω καλύτερα τα εκθέματα.

☐1☐2☐3☐4☐5

**24. Επισκεφθήκατε το κατάστημα ενθουσιάζων κατά τη διάρκεια παραμονής
σας στο ενυδρείο;**

☐ Ναι ☐ Όχι

Αν ΝΑΙ, συνεχίζω στην ερώτηση 24

Αν ΟΧΙ, μετάβαση στην ερώτηση 25

25. Κατάστημα Ενθουσιάζων

i. Το κατάστημα ενίσχυσε τη συνολική εμπειρία.

☐1☐2☐3☐4☐5

ii. Η αγορά / πρόθεση αγοράς ενισχύει τη διατήρηση της ανάμνησης.

☐1☐2☐3☐4☐5

iii. Τα ενθουσιάζματα με βοηθούν να μοιραστώ την εμπειρία μου με άλλους (π.χ.
μέσω αφήγησης ή φωτογραφιών).

☐1 ☐2☐3☐4☐5

iv. Τα προϊόντα του καταστήματος αντικατοπτρίζουν την εμπειρία του
ενυδρείου.

☐1 ☐2☐3☐4☐5

Γ. Πρόθεση Επανεπίσκεψης & Σύστασης

26. Θα επισκεπτόμουν ξανά το Ενυδρείο Κρήτης στο μέλλον.

☐1 ☐2☐3☐4☐5

27. Θα πρότεινα το Ενυδρείο σε φίλους.

☐1 ☐2 ☐3☐4☐5

28. Είναι πιθανό να μοιραστώ φωτογραφίες /εμπειρίες από το Ενυδρείο στα
κοινωνικά δίκτυα.

☐1 ☐2☐3☐4 ☐5

29. Μετά την επίσκεψη αναζήτησα ή σκοπεύω να αναζητήσω περισσότερες
πληροφορίες για το Ενυδρείο ή το θαλάσσιο περιβάλλον στο διαδίκτυο.

☐1☐2☐3☐4☐5

**Δ. Αξιολόγηση Υπηρεσιών και Υποδομών – Ποιότητα και
Ικανοποίηση**

Σημείωση: 1=Πολύ κακό | 2=Κακό | 3=Ούτε κακό ούτε καλό | 4=Καλό | 5=Πολύ καλό | 6=

Δεν έκανα χρήση / Δεν μπορώ να αξιολογήσω

Ευκολία Προσέγγισης	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Δρομολόγια Συγκοινωνίας	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Parking / Περιβάλλον χώρος	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Τιμή Εισιτηρίου Εισόδου & Πρόσθετων Υπηρεσιών (VR, Ακουστική Ξενάγηση)	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Ώρες λειτουργίας	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Αρχιτεκτονική / Διακόσμηση	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Ενυδρεία/ Ποικιλία, παρουσίαση ειδών	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Φωτισμός	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Μουσική / Ατμόσφαιρα	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Μουσειολογική Προσέγγιση (Τρόπος παρουσίασης των εκθεμάτων)	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Ενημερωτικό Υλικό	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Ιστοσελίδα	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Ακουστική Ξενάγηση	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
VR(Εμπειρία εικονικής πραγματικότητας)	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Προσωπικό – Ευγένεια & Εξυπηρέτηση (υποδοχή, κατάστημα ενθυμημάτων, VR, καθαριότητα, καφέ)	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Κατάστημα Ενθυμημάτων(Γενική Εντύπωση)	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Ποικιλία προϊόντων καταστήματος	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Τιμές προϊόντων καταστήματος	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Καθαριότητα/ Υγιεινή	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Καφέ / Εστιατόριο	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Τιμές προϊόντων στο Καφέ / Εστιατόριο	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6

Ε. Ανοιχτή Ερώτηση (Προαιρετική)

Τι σας άρεσε περισσότερο στην εμπειρία σας ή τι θα προτείνατε να βελτιωθεί;
(μπορείτε να αναφέρετε συγκεκριμένα εκθέματα, δραστηριότητες ή υπηρεσίες)

.....

.....

.....

ΣΤ. Γενικά σχόλια

Παρακαλώ διατυπώστε οποιοδήποτε άλλο σχόλιο ή παρατήρηση:

.....

.....

.....

.....

Παράρτημα Β: « Ποσοτικό Ερευνητικό Εργαλείο – Αγγλική Έκδοση»

Δομημένο ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή ποσοτικών δεδομένων από επισκέπτες του Ενυδρείου Κρήτης, στα αγγλικά.

Visitor Questionnaire – Cret@quarium (EN) (Analysis of the Tourist Experience at Cret@quarium)

Participation in this questionnaire is voluntary and anonymous. The data collected will be used exclusively for academic purposes within the framework of a Master's Thesis at the Hellenic Open University.

INFORMATION REGARDING THE PROCESSING OF PERSONAL DATA

I, the undersigned Angelaki Maria, with contact details: email address agelma.10@gmail.com, hereby inform you that I am a postgraduate student in the Master's Program "Strategic Management of Tourism Businesses and Destinations". I am currently conducting a Master's thesis titled: "*Analysis of the Tourist Experience at the Cret@quarium: The role of emotional engagement, experiential learning and digital technology in shaping memorable experiences – The contribution of the souvenir shop to consumer behavior and digital tourism promotion*".

The purpose of this study is to investigate the overall tourist experience at Cret@quarium, focusing on the factors that contribute to the formation of memorable experiences and visitor behavior.

In accordance with the provisions of Regulation (EU) 2016/679 (GENERAL Data Protection Regulation - GDPR) and Law 4624/2019, please find below the information regarding the processing of your personal data:

Data Controller	Postgraduate student: Angelaki Maria(email: agelma.10@gmail.com)
Processing Activities	4. Collection 5. Storage 6. Use
Data Subjects	Adult Visitors of Cret@quarium - Thalassokosmos
Data Under Processed	-Contact/ Location data: country of permanent residence, area of stay in Crete during holidays -Personal data: nationality, gender, age group, education level -Other data and information recorded in the questionnaire completed by participants.
Purpose of Processing	Completion of the Master's Thesis as mentioned above.
Legal Basis for Processing	Non-sensitive data: Processing necessary for the performance of a task carried out in public interest (article 6 § 1e' GDPR).
Retention Period	The questionnaires will be retained until the completion of the research (30/9/2026). After completion of the study and prior to publication of the results, the created file will be securely destroyed.
Data Subjects Rights	-Right of access (Article 15 GDPR)

	-Right to rectification (Article 16 GDPR) -Right to restriction of processing (Article 18 GDPR)
Exercise of Rights	-Via email at: agelma.10@gmail.com
Further Transfers – Confidentiality	No transfer outside the European Economic Area (EEA) is carried out by the Data Controller. Data may be transferred to competent Greek Authorities only in the event of an investigation.
Recipients	None
If the event that you request have not been satisfied after contact with the Controller, you have the right to lodge a complaint with the Hellenic Data Protection Authority (HDP): online at (https://www.dpa.gr/el/polites/katagelia_stin_arxi), via email at complaints@dpa.gr , by post at 1-3 Kifisias Ave., 115 23 Athens, Greece, or in person at the Authority's offices (1st floor), during visiting hours 09:00 – 13:00.	

Data processing within the framework of the Master's thesis is carried out exclusively by the postgraduate student: Angelaki Maria who, therefore, acts as the Data Controller. Consequently, for any questions and/or to exercise any of your rights under the GDPR, you may contact the postgraduate student directly using the contact details: agelma.10@gmail.com

Please mark with an X

I have been informed about the processing of my personal data and I consent to participate in the research conducted by the postgraduate student as part of this study. ☐

Instructions: Please indicate your answer on each question by checking the corresponding box.

For question 20 – 23, use the five-point scale:

1 = Strongly Disagree | 2 = Disagree | 3 = Neither Agree nor Disagree | 4 = Agree | 5 = Strongly Agree

Introductory Question

1. Have you visited the Cret@quarium?

☐ Yes ☐ No

(If Yes, continue to Q2 / If No, skip to Submission)

A. Demographic Data

2. Nationality:

3. Gender:

☐ Female ☐ Male ☐ Other ☐ Prefer not to say

4. Age:

☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-50 ☐ 51-65 ☐ 65+

5. Education Level:

☐ PhD Degree ☐ Master's Holder ☐ University/ College Graduate
☐ High School Graduate ☐ Primary School Graduate

6. Country of permanent residence:

☐ Greece

☐ Other European (please specify):

☐ Non-European (please specify):

(If Greece, continue to Q7 / If other, skip to Q10)

Clarification Question (for residents of Greece)

7. Are you a permanent resident of Crete?

☐ Yes ☐ No

(If Yes, continue to Q8 / If No, skip to Q10)

8. In which Regional Unit do you reside?

☐ Lasithi ☐ Heraklion ☐ Rethymno ☐ Chania

9. Do you visit Cret@quarium?

☐ For the first time ☐ For the second time ☐ More than twice

(After Q8, skip to Q11)

10. Area of stay during your holidays in Crete:

☐ Agios Nikolaos ☐ Heraklion ☐ Rethymno ☐ Chania

☐ Other.....

11. Do you visit Crete:

☐ For the first time ☐ For the second time ☐ More than twice

12. How did you find out about the Cret@quarium (you may select more than one):

☐ Website

☐ Social Media (e.g., Instagram, Facebook)

☐ Digital Platforms (e.g., TripAdvisor, GetYourGuide)

- ☐ Television/Radio
☐ Recommendation from friends
☐ Hotel
☐ Travel agency
☐ Printed material (brochure / postcard)
☐ Road Signs
☐ Other (please specify):

13. Current visit:

- ☐ Independent visitor ☐ Organized group

14. Number of accompanying people (not including yourself):

14i. Are there children under 12 years old?

- ☐ Yes ☐ No

15. Mode of transportation:

- ☐ Private Car ☐ Rental car ☐ Rental scooter / Motorbike ☐ Tourist bus
☐ Public Bus(KTEL) ☐ Taxi ☐ Other.....

16. Were you informed by the staff about the Cret@quarium's services?

- ☐ Yes ☐ No

(If Yes, continue to Q17 / If No, skip to Q18)

17. If yes, about which services are you informed?

- ☐ VR ☐ Audio Guide ☐ Membership card ☐ Other:

18. Did you use any of the following services? If yes, which one:

- ☐ VR ☐ Audio Guide ☐ Membership card ☐ Other:
☐ I did not use any services

19. How long did your visit last?

- ☐ 15-30 minutes ☐ 31-60minutes ☐ 61-90minutes ☐ More than 90
minutes

**B. Emotional Engagement, Experiential Learning, Digital Experience
& Souvenir Shop.**

20. Overall Tourist& Memorable Experience

- i. The visit to Cret@quarium was an enjoyable experience.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- ii. This experience was different from other tourist visits.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- iii. The visit left me with strong memories.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- iv. During the visit, I felt excitement or emotional.
☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- v. This experience had a special meaning for me that I will remember for a long time.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

21. Emotional Engagement

- i. During my visit, I felt strong positive emotions.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- ii. I felt an emotional connection with the environment and the exhibits.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- iii. I felt actively engaged throughout the duration of my visit.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- iv. I felt so absorbed by the exhibits that I lost track of time.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

22. Experiential Learning.

- i. The visit helped me learn new things about the marine environment.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- ii. The information and exhibits were presented in a clear and engaging way.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- iii. The experience combined entertainment and education.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- iv. The experience increased my interest in marine environmental protection.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

23. Digital Experience: Digital experience refers to the use of VR equipment, audio guides, interactive touch screens and augmented reality (AR) applications during your visit.

- i. Digital applications improved my overall experience.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- ii. The use of digital technologies made the visit more interesting.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- iii. Digital applications helped me better understand the exhibits.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

24. Did you visit the Souvenir Shop during your visit to the Cret@quarium?

☐Yes ☐No

(If Yes, continue to Q25 / If No, skip to Q26)

25. Souvenir Shop

- i. The shop enhanced the overall experience.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- ii. The purchase / intention to purchase helps preserve the memory of the visit.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- iii. Souvenirs help me share my experience with others (e.g., through storytelling or photos).

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

- iv. The shop's products reflect the Cret@quarium experience.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

C. Revisit & Recommendation Intention

26. I would visit the Cret@quarium again in the future.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

27. I would recommend the Cret@quarium to friends.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

28. I am likely to share photos/ experiences from the Cret@quarium on social media.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

29. After the visit,

I searched or intend to search for more information about the Cret@quarium or the marine environment online.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

D. Evaluation of Services & Facilities – Quality and Satisfaction

Scale: 1=Very poor | 2=Poor | 3=Neither poor nor good | 4=Good | 5=Very Good | 6=Did not use / Cannot evaluate

Accessibility	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Public transport connections	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Parking / Surrounding area	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Entry Fee & Additional services price (VR, Audio Guide)	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Opening Hours	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Architecture / Decoration	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Aquariums / Variety and presentation of species	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Lighting	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Music / Atmosphere	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Museological Approach (Way of presenting exhibits)	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Informational Material	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Website	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Audio Guide	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
VR(Virtual Reality Experience)	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6

Staff - Courtesy & Service (Reception, Gift Shop, VR, Cleaning, Cafe)	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Gift shop (Overall Impression)	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Variety of Shop Products	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Prices of Shop Products	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Cleanliness / Hygiene	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Café / Restaurant	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6
Prices of Café / Restaurant Products	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6

E. Open – ended Question (Optional)

What did you like most about your experience or what would you suggest improving?
(You may mention specific exhibits, activities or services).

.....

.....

.....

.....

.....

F. General Comments

Please provide any additional comments or observations:

.....

.....

.....

.....

.....

Παράρτημα Γ: « Ποιοτικό Ερευνητικό Εργαλείο – Ημιδομημένο ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου προσωπικού»

Ημιδομημένο ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή
ποιοτικών δεδομένων από εργαζομένους του Ενυδρείου Κρήτης.

Ημιδομημένο ποιοτικό Ερωτηματολόγιο Ανοικτού Τύπου – Ενυδρείο Κρήτης

Αγαπητέ/ή συμμετέχοντα/ουσα,

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιείται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας και εξετάζει την
τουριστική εμπειρία των επισκεπτών στο Ενυδρείο Κρήτης, με έμφαση:

- στη συνολική εμπειρία επίσκεψης,
- στη βιωματική μάθηση,
- στη χρήση ψηφιακών εργαλείων,
- και στον ρόλο των αναμνηστικών προϊόντων.

Η συμμετοχή είναι εθελοντική και οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για
ακαδημαϊκούς σκοπούς.

Οι απαντήσεις παραμένουν ανώνυμες και εμπιστευτικές.

Χρόνος συμπλήρωσης: περίπου 10–15 λεπτά.

Όπου είναι δυνατόν, μπορείτε να αναφέρετε παραδείγματα ή προσωπικές παρατηρήσεις από
την εμπειρία σας.

1. Γενικές Πληροφορίες / Ρόλος

- Ποιος είναι ο ρόλος σας στο Ενυδρείο:

.....

- Σε ποιο τμήμα εργάζεστε;

☐ Διοίκηση / Προϊστάμενος

☐ Εκπαίδευση

☐ Ατάστημα Σουβενίρ

☐ Άλλο:

- Πόσα χρόνια εργάζεστε στο Ενυδρείο;

.....

- Ποιες είναι οι βασικές αρμοδιότητές σας;

.....

.....

- Πόσο συχνά αλληλεπιδράτε με επισκέπτες;

.....

.....

2. Τουριστική Εμπειρία Επισκεπτών

- Πώς θα περιγράφατε συνολικά την εμπειρία που προσφέρει το Ενυδρείο στους επισκέπτες;
.....
.....
- Ποια εκθέματα, δραστηριότητες ή σημεία της επίσκεψης φαίνεται να εντυπωσιάζουν περισσότερο τους επισκέπτες; (Παράδειγμα)
.....
.....
- Παρατηρείτε διαφορές στην εμπειρία ή στην ικανοποίηση μεταξύ διαφορετικών τύπων επισκεπτών (π.χ. οικογένειες, παιδιά, ξένοι τουρίστες);
.....
.....

3. Συναισθηματική Εμπλοκή

- Σε ποιες στιγμές της επίσκεψης φαίνεται οι επισκέπτες να εκφράζουν πιο έντονα συναισθήματα; (Παράδειγμα που σας έχει μείνει στη μνήμη)
.....
.....
- Θεωρείτε ότι οι επισκέπτες αναπτύσσουν προσωπική σύνδεση με το θαλάσσιο περιβάλλον ή τα εκθέματα; Περιγράψτε.
.....
.....
- Πώς αντιδρούν συνήθως οι επισκέπτες μετά την ολοκλήρωση της επίσκεψης;
.....
.....

4. Βιωματική Μάθηση – Περιβαλλοντική Ευαισθητοποίηση & Εκπαιδευτικά Στοιχεία

- Πιστεύετε ότι οι επισκέπτες αποκομίζουν γνώσεις ή εκπαιδευτικά οφέλη από την επίσκεψη; Εξηγήστε;
.....
.....
- Ποιες δραστηριότητες ή εκθέματα θεωρείτε ότι συμβάλλουν περισσότερο στη βιωματική μάθηση ή στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση;
.....
.....
- Με ποιους τρόπους συμμετέχουν ενεργά οι επισκέπτες στην εμπειρία;
.....
.....

5. Ψηφιακά Εργαλεία & Εμπειρία Επισκεπτών

- Ποιες ψηφιακές εφαρμογές ή τεχνολογίες χρησιμοποιούνται στο Ενυδρείο;
.....
.....
- Πώς αλληλεπιδρούν οι επισκέπτες με τη χρήση αυτών των τεχνολογιών;
.....
.....

- Θεωρείτε ότι τα ψηφιακά εργαλεία βελτιώνουν την εμπειρία των επισκεπτών; Με ποιους τρόπους;

6. Κατάστημα Σουβενίρ

- Πώς θεωρείται ότι συμβάλλει το κατάστημα στη συνολική εμπειρία των επισκεπτών;
- Πιστεύετε ότι τα αναμνηστικά προϊόντα βοηθούν στη διατήρηση της εμπειρίας ή της ανάμνησης της επίσκεψης; Εξηγήστε.

7. Μετά την Επίσκεψη & Ψηφιακή Προβολή

- Οι επισκέπτες μοιράζονται την εμπειρία τους στα socialmedia ή στο διαδίκτυο; Πώς θεωρείτε ότι αυτό επηρεάζει την εικόνα του Ενυδρείου;
- Ποιες πλατφόρμες χρησιμοποιούνται περισσότερο;

8. Προτάσεις Βελτίωσης

- Σε ποιες αλλαγές ή βελτιώσεις θεωρείται ότι θα μπορούσαν να βελτιώσουν την εμπειρία των επισκεπτών;
- Υπάρχουν νέες δραστηριότητες, εκθέματα ή τεχνολογίες που θα βελτιώναν την εμπειρία;
- Ποιο θεωρείτε το σημαντικότερο πλεονέκτημα ή δυναμικό σημείο του Ενυδρείου;

Ελεύθερα Σχόλια:

Παρακαλώ καταγράψτε οποιαδήποτε σχόλια ή παρατηρήσεις θεωρείτε σημαντικές σχετικά με την εμπειρία των επισκεπτών ή τη λειτουργία του Ενυδρείου

Β. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ

Γ. Διοίκηση / Προϊστάμενο

Επιπλέον Ερωτήσεις

- Ποιες θεωρείτε τις μεγαλύτερες προκλήσεις στη διαχείριση της εμπειρίας επισκεπτών;

- Υπάρχουν στρατηγικοί στόχοι για την ανάπτυξη νέων βιωματικών ή ψηφιακών εμπειριών;
.....
- Πώς συνδέεται το Ενυδρείο με τον τουριστικό προορισμό της Κρήτης;
.....
- Υπάρχουν σχέδια για ανάπτυξη νέων ψηφιακών ή βιωματικών δράσεων;
.....

B. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ

Γ. Τμήμα Εκπαίδευσης

Επιπλέον Ερωτήσεις

- Ποιες εκπαιδευτικές δράσεις θεωρείτε πιο αποτελεσματικές;
.....
- Παρατηρείτε αλλαγές στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των επισκεπτών;
.....

B. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ

Δ. VR

Επιπλέον Ερωτήσεις

- Ποια είναι η ανταπόκριση των επισκεπτών στις εμπειρίες εικονικής πραγματικότητας (VR);
.....
- Θεωρείτε ότι ενισχύει τη βιωματική εμπειρία και τη συμμετοχή των επισκεπτών; Με ποιους τρόπους;
.....

B. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ

Γ. Κατάστημα Σουβενίρ

Επιπλέον Ερωτήσεις

- Πώς συμβάλλει το κατάστημα στη συνολική εμπειρία της επίσκεψης;
.....
- Ποια προϊόντα επιλέγουν συχνότερα οι επισκέπτες;
.....
- Παρατηρείτε σύνδεση ανάμεσα στα εκθέματα που εντυπωσιάζουν και στις αγορές προϊόντων;
.....

- Υπάρχουν προϊόντα που ενισχύουν την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση ή τη μάθηση;

.....
.....

B. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ

Δ. Υποδοχή / Front Desk

Επιπλέον Ερωτήσεις

- Ποιες είναι οι συχνότερες ερωτήσεις ή δυσκολίες των επισκεπτών;

.....
.....

- Πόσο σημαντική θεωρείτε την πρώτη εντύπωση στην εμπειρία των επισκεπτών;

.....
.....

Παράρτημα Δ: « Υποστηρικτικό Υλικό Συλλογής Δεδομένων »

Δ1. Αφίσα συμμετοχής στο ερωτηματολόγιο



Δ2. QR invitation card



Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.