

Pričakovanja študentov glede na razlike v kakovosti storitev visokošolskih zavodov

MARIJANA SIKOŠEK in BORUT KODRIČ
Univerza na Primorskem, Slovenija

Novi izzivi, ki smo jim priča tudi v slovenskem visokošolskem izobraževanju, od visokošolskih ustanov terjajo drugačen pristop k razumevanju študentov in njihovih pričakovanj, saj ima vse bolj marketinški predznak. Raziskave, ki se ukvarjajo z vrednotenjem študentskih pričakovanj, so redke, zato smo se odločili, da preverimo, kakšna so pričakovanja študentov v zvezi s študijem na Univerzi na Primorskem. S pomočjo factorske analize smo ugotovili, da so povezana s šestimi dejavniki: odnos med pedagoškim osebjem in študenti, ugled fakultete, okolje fakultete, možnosti za zaposlitev, akademska odličnost in strokovno delo osebja. Analiza skupin je pokazala razliko med pričakovanji pri študentih visokošolskega strokovnega in univerzitetnega študijskega programa.

Ključne besede: izobraževalne storitve, kakovost, pričakovanja, študentje, marketizacija

Uvod

Visoko šolstvo se danes srečuje z novimi izzivi, ki so posledica različnih dejavnikov. Negativni demografski trendi in s tem upadanje števila potencialnih študentov, osip že vpisanih študentov, spreminjanje njihovih želja in potreb, spreminjanje pričakovanj družbe in povečevanje tekmovalnosti med visokošolskimi zavodi ter hkrati zmanjšan priliv finančnih sredstev šolnike vodijo k spogledovanju z marketinško miselnostjo (Kotler in Fox 1995; Hemsley-Brown in Oplatka 2006) in s tem k usmerjenosti v kakovost in skrb za uporabnika njihovih storitev.

V literaturi je zaslediti kar nekaj razprav in opredelitev ciljnih javnosti (Kotler in Fox 1995; Gray 1991; Evans 1995; Gibbs in Knapp 2002), vsem pa je skupna ugotovitev, da so študentje ključna javnost vsake fakultete.

Z uveljavitvijo bolonjskega procesa in posledično z odpiranjem v evropski visokošolski prostor se pred slovenskega postavljajo novi izzivi, ki jih predstavljata večja mobilnost študentov in skrb za kakovost študijskih programov, kar povečuje tekmovalnost slovenskega visokega šolstva na trgu izobraževalnih storitev. Statistična poročila

za Slovenijo kažejo, da se na visokošolske zavode vpisujejo posamezniki takoj po koncu srednješolskega izobraževanja (Komljenovič in Marjetič 2010; vŠPIS 2011) in tako predstavljajo potencialno povpraševanje po izobraževalnih storitvah.

Po podatkih Visokošolske prijavno-informacijske službe za zadnjih pet let se populacija srednješolcev v Sloveniji zmanjšuje, kar pomeni tudi zniževanje števila oddanih prijav, ki je bilo v študijskem letu 2008/2009 prvič manjše od števila prostih vpisnih mest (vŠPIS 2011). Zaradi negativnih demografskih trendov dolgoročne projekcije kažejo, da bo populacija prebivalstva v starosti 19 let do leta 2050 glede na današnje stanje upadla za 25 % (Komljenovič in Marjetič 2010), zato ne gre zanemariti večanja števila novoustanovljenih visokošolskih zavodov in povečevanja prostih vpisnih mest, kar pomeni razpršitev potencialnega povpraševanja po izobraževalnih storitvah, posledica tega pa je nezadostna zapolnitev prostih mest. Tako je Visokošolska prijavno-informacijska služba poročala, da je v študijskem letu 2010/2011 ostalo nezasedenih 4797 vpisnih mest (vŠPIS 2011).

To so podatki, ki jim bodo morali tako načrtovalci nacionalnih politik kot posamezne fakultete nameniti pozornost; taka je na primer tudi praksa visokošolskih sistemov v ZDA in Veliki Britaniji (Gruber in dr. 2010; Kotler in Fox 1995; Hemsley-Brown in Oplatka 2006). Njihova pozornost je usmerjena v preučevanje kakovosti storitev visokošolskih institucij in v s tem povezana pričakovanja uporabnikov storitev. Tudi v Sloveniji se razprave in raziskave že usmerjajo v preučevanje kakovosti visokega šolstva, kar je navsezadnje tudi eden izmed ciljev bolonjske prenove visokošolskega sistema. Novi izzivi od visokošolskih ustanov terjajo drugačen pristop k obravnavanju potencialnih in obstoječih študentov; ta pristop ima vse bolj marketinški predznak in na študente gleda kot na uporabnike storitev z lastnimi pričakovanji in mnenjem. Nekateri avtorji (Joseph, Yakhou in Stone 2005; Helgensen in Nettet 2007; Gruber in dr. 2010) menijo, da je razumevanje študenta kot uporabnika storitev pomembno z dveh vidikov: zaradi prizadevanj za pridobitev novih študentov in za zmanjšanje osipa že vpisanih.

Zato smo se odločili, da v raziskavi preverimo, kakšna so pričakovanja študentov v zvezi s študijem, pri čemer smo se usmerili na dve področji: na storitve visokošolskega zavoda in pogoje, ki jih za študij ponuja okolje fakultete. Podlaga za odločitve o raziskavi so ugotovitve nekaterih dosedanjih raziskav o dejavnikih, ki vplivajo na izbiro visokošolskega zavoda, in raziskav o zadovoljstvu študentov s študijem na fakulteti ter pričakovanjih v zvezi s tem.

Posebnosti izobraževalnih storitev

V literaturi je mogoče zaslediti več opredelitev, kaj je storitev v izobraževanju. Avtorji menijo, da je storitev dejanje ali učinek, ki ni povezan s fizičnim izdelkom, v svojem bistvu je neotipljiva in ne vodi k nikakršnemu lastništvu (Kotler 1991; Dibb in dr. 1991). Evans (1995, 7) trdi, da so izobraževalne storitve drugačne od drugih storitev, saj:

- so svetovalnega značaja in osredotočene na reševanje problemov;
- jih zagotavljajo usposobljeni strokovnjaki, katerih specializiranost prepoznamo po njihovih posebnih nazivih;
- jih nadzirajo poklicna združenja, ki skušajo definirati naravo kompetentnosti, da bi bdela nad prakso stroke ter uveljavljala pravila delovanja v njej.

Avtorji navajajo različne lastnosti, ki storitev ločujejo od izdelka. Tako Snoj (2003, 32) govori o generičnih in izvedenih lastnostih storitvenih sestavin. Generične lastnosti so procesnost, neotipljivost in neobstojnost, izvedene pa nezmožnost transporta, sočasnost izvajanja in uporabe, neposrednost odnosa med izvajalci in uporabniki, prepletanje izvajanja in marketinga, sodelovanje uporabnikov pri izvajanju, variabilnost ter druge. Evans (1995, 7–8) pa trdi, da so izobraževalne institucije najpomembnejše naslednje lastnosti storitev: neotipljivost, neločljivost, heterogenost, minljivost in lastništvo, ki je povezano z neotipljivostjo storitev. Evans (1995) navaja, da lastništva nad izobraževalno storitvijo ali izkušnjo ni preprosto opredeliti, in se sprašuje, ali je znanje, ki si ga je študent pridobil, samo njegovo ali si ga deli z drugimi. Evans (1995, 8) trdi, da morajo šole zmanjšati negotovost v zvezi s storitvami in si pridobiti zaupanje uporabnikov, ki storitve ocenjujejo glede na šolski prostor, opremo, ljudi, komuniciranje, gradiva in simbole, ki jih lahko vidijo, slišijo, zaznavajo. Neločljivost storitve je pojem, ki pomeni hkratnost izvedbe in porabe storitve, ki poteka na enem mestu, uporabnik je zato dejavno vključen v storitveni proces (Jančič 1999). To je posebna lastnost storitve, ki je značilna za šolstvo (Evans 1995). Učitelj in učenec postaneta del storitve, tako sta tudi storitev sama in njena kakovost odvisni od kakovosti obeh akterjev. Heterogenost storitve se v izobraževanju kaže v tem, da rezultat dela temelji na sposobnostih, osebnosti, znanju in drugih osebnostnih značilnostih vsakega posameznika, ki je vpleten v nastanek storitve. Minljivost je lastnost vseh storitev: nemogoče jih je proizvajati na zalogo. Izobraževalni program sicer vsaka institucija pripravi vnaprej, vendar pa je izvajanje vezano na določeno časovno obdobje in je edinstveno, saj ga kasneje ne moremo pono-

viti v enaki obliki (Evans 1995). Specifične lastnosti izobraževalnih storitev nam olajšajo razumevanje, zakaj se izobraževalne institucije, vsaj potihoma, pravzaprav borijo za dobre študente in zakaj si prizadevajo izboljšati svoje storitve.

Zaradi posebnosti, ki so značilne za izobraževalne storitve, je v literaturi zaslediti različne pristope k razumevanju in merjenju kakovosti, zadovoljstva in pričakovanj uporabnikov storitve, Patterson in Johnson (1993) pa menita, da je tovrstno merjenje le težko objektivno.

Pristopi k razumevanju in merjenju kakovosti storitev

Koncept kakovosti storitev v visokem šolstvu je področje, ki je v spremenjenih pogojih delovanja visokošolskih sistemov začelo zaposlovati tako raziskovalce kot praktike, izhaja pa iz poslovnega okolja. Tesno je povezano s tremi pojmi: zaznavami, pričakovanji in zadovoljstvom uporabnikov storitve. Kakovost storitev v visokem šolstvu je kompleksen in večplasten koncept, zato sta tako njegovo definiranje kot razumevanje nekoliko pomanjkljivi oziroma težavni (Harvey in Green 1993), kar v svoji razpravi ugotavlja tudi Faganel (2010). Razprave (glej Faganel 2010) opozarjajo, da večplastnost izhaja iz procesnosti same storitve in vpetosti različnih déležnikov v njeno izvedbo oziroma potrošnjo. V visokem šolstvu avtorji (Faganel 2010; Voss, Gruber in Szmigin 2007; Gruber in dr. 2010) omenjajo naslednje: študente, profesorje, administrativno osebje, vladna telesa, strokovne organizacije, ki imajo na kakovost storitve vsaka svoj pogled in izkušnjo.

Eno izmed temeljnih del za merjenje kakovosti storitev je model Servqual, ki so ga v osemdesetih letih prejšnjega stoletja razvili Parasuraman, Zeithaml in Berry in kakovost meri kot razliko med zaznavo storitve in pričakovanji v zvezi z njo v petih dimenzijah (Pottočnik 2000). V literaturi je zaslediti kritike obstoječih modelov zaznavanja kakovosti storitev, pri čemer je opaziti odsotnost raziskav, ki bi opazovale kakovost storitve in z njo povezana pričakovanja z vidika študenta (Legčević 2009; Voss, Gruber in Szmigin 2007; Douglas, Douglas in Barnes 2006; Gruber in dr. 2010), ki velja za prvega in najpomembnejšega uporabnika storitve (Kotler in Fox 1995; Evans 1995; Gray 1991; Douglas, Douglas in Barnes 2006; Legčević 2009; Voss, Gruber in Szmigin 2007; Gruber in dr. 2010).

Vloga pričakovanj glede na razlike v kakovosti storitev

V povezavi s kakovostjo izobraževalnih storitev se zastavljata dve vprašanji: kdo je tisti, ki storitev izbere in uporabi ter kakšna pri-

čakovanja ima v zvezi s to storitvijo. Razprave potekajo o tem, kdo je tisti, ki izbere in uporabi šolanje ter s tem povezane storitve, ki jih izobraževalna institucija ponuja (Gray 1991; Evans 1995; Kotler in Fox 1995; Gibbs in Knapp 2002). V visokošolskem izobraževanju so to zagotovo študentje, ki so po poročanju raziskav pri odločanju in izbiri fakultete samostojni (Evans 1995; Vehovar in dr. 2007; Sikošek 2010; Oplatka in Hemsley-Brown 2003; Maringe 2006). To je skupina, ki ji fakultete pozornost namenjajo tudi z marketinškega zornega kota, pri čemer stopi v ospredje vprašanje o pričakovanjih, ki jih imajo študentje o storitvah fakultete.

Pričakovanja vsebujejo čustveno komponento in pomenijo zahtevo kupca v zvezi s tem, kaj bi ponudnik moral ponuditi (Brookes 1995). Če izhajamo iz mnenj avtorjev o pomembnosti študentov kot primarnih uporabnikov storitve in iz povezanosti pričakovanj s kakovostjo storitve, lahko trdimo, da je tudi v visokem šolstvu treba upravljati s pričakovanji, če želimo ponuditi kakovostno in diferencirano storitev. Namen takšnega upravljanja je vsekakor doseči zadovoljstvo uporabnikov storitev, rezultat tega pa je po eni strani zmanjševanje osipa obstoječih študentov, po drugi pa gre za prizadevanja, s katerimi bi povečali zanimanje in vplivali na odločitev o izbiri fakultet, torej za pridobivanje potencialnih študentov. Zadovoljstvo uporabnikov storitev – predvsem študentov – ima namreč še eno, bolj daljnosežno posledico: pozitivna mnenja o fakulteti, kar tako v teoriji kot praksi velja za eno najmočnejših komunikacijskih (promocijskih) orodij šole (Varey 2002; Gruber in dr. 2010, Gray 1991, Voss, Gruber in Szmigin 2007; Foskett in Hemsley-Brown 1999 v Lumby in Foskett 1999; Kotler in Fox 1995; Kong in Muthusamy 2011).

Med prizadevanja za merjenje in izboljšanje kakovosti storitev sodijo razmišljanja o tem, kaj obsega storitev kot taka in kaj vključiti v merski model. Potem ko smo preučili literaturo (Gruber in dr. 2010; Raposo in Alves 2003; Douglas, Douglas in Barnes 2006; Kong in Muthusamy 2011) in na osnovi izkušenj ugotovljamo, da v visokošolskem izobraževanju storitev obsega niz elementov oziroma dimenzij, ki vključujejo različne vidike visokošolskega življenja in se dotikajo tako notranjega kot zunanjega okolja fakultete. Na podlagi preučevanja pričakovanj študentov med elemente notranjega okolja fakultete uvrščamo: poslopje fakultete, tehnično opremljenost, knjižnične storitve, storitve administrativnega osebja (na primer referata), vzdušje med študenti in zaposlenimi, opremljenost in videz predavalnic, izvedbo predavanj, učitelje in njihov ugled ter način komunikacije z njimi, uporabnost znanj v praksi ter zaposljivost in podobno; med elemente zunanjega okolja pa prištevamo značilnosti kraja, kakr-

šne so na primer dostopnost, lokacija, zdravstvena oskrba, možnosti za namestitve in prehrano, privlačnost (Gruber in dr. 2010; Raposo in Alves 2003; Douglas, Douglas in Barnes 2006; Kong in Muthusamy 2011). Navedeni elementi izobraževalne storitve imajo kar nekaj stičnih točk z dejavniki odločitve za izbiro študijskega programa, ki jih prepoznavamo pri potencialnih študentih, kot na primer: plospje fakultete, vzdušje na fakulteti, opremljenost predavalnic, interakcija med zaposlenimi in študenti oziroma dijaki, zaposljivost, fizično okolje oziroma kraj, kjer je locirana fakulteta, ugled fakultete in podobno (Vehovar in dr. 2007; Trebec 2008; Moogan, Baron in Bainbridge 2001; Maringe 2006; Sikošek 2010).

Razlogi za prepoznavanje mnenj študentov

Prepoznavanje mnenj študentov je ključnega pomena za zagotavljanje kakovostne storitve, še posebej zato, ker so študentje tisti, ki jim je izobraževalna storitev primarno namenjena. Visokošolski sistemi pogosto veljajo za toge in neprilagodljive, saj so vse preveč zazrti vase, in tako gledajo tudi na kakovost svojih storitev, ki jih ocenjujejo z lastnega zornega kota ter vse premalo upoštevajo prav mnenje študentov (Gruber in dr. 2010; Douglas, Douglas in Barnes 2006).

Eden izmed glavnih razlogov za prepoznavanje mnenj študentov je pridobivanje povratnih informacij o študiju na fakulteti. Rowley (2003 v Douglas, Douglas in Barnes 2006) meni, da so razlogi za to naslednji: možnost pridobivanja preverljivih informacij, zato da bi izboljšali študijski proces, vzpodbujanje študentov k izražanju mnenj, s čimer lahko zagotovimo primerljive informacije o stanju in ugledu institucije ter ponudimo možnosti za izražanje (ne)zadovoljstva s študijskimi izkušnjami. S prepoznavanjem mnenja študentov pridobimo podatke ne samo o njihovem zadovoljstvu, temveč tudi o dejanski uporabi različnih storitev fakultete, o njihovi pripravljenosti za nadaljevanje študija na višji stopnji ter za širjenje pozitivnega mnenja o fakulteti in študijskih programih (Douglas, Douglas in Barnes 2006).

Našteti razlogi za prepoznavanje študentskega mnenja ter razprave o večji marketinški usmerjenosti visokošolskih institucij so nas pripeljali do odločitve, da raziščemo, kakšna so pričakovanja študentov Univerze na Primorskem v zvezi z njihovim študijem na posamezni fakulteti – članici Univerze.

Empirična raziskava

Odločitev, da bomo raziskali pričakovanja študentov Univerze na Primorskem, je nastala zaradi odsotnosti empiričnih raziskav na tem

področju in z njimi povezanega koncepta kakovosti storitev v Sloveniji, čeprav smo po pregledu literature ugotovili, da so tovrstne raziskave v tujini vse pogostejše. Razlog za odločitev je bil tudi v tem, da se raziskave o kakovosti storitev osredotočajo predvsem na merjenje razlik med pričakovano in zaznано kakovostjo storitev, redkejšje pa so tiste, ki se ukvarjajo s prepoznavanjem in vrednotenjem pričakovanj študentov (Douglas, Douglas in Barnes 2006; Gruber in dr. 2010).

Namen raziskave je bil ugotoviti, kakšna so pričakovanja študentov Univerze na Primorskem oziroma njenih članic. Cilji, ki smo si jih zastavili, pa so bili naslednji:

- spoznati pričakovanja študentov v zvezi s študijem;
- raziskati, katerim elementom storitve študentje posvečajo največ pozornosti oziroma jim pripisujejo večji pomen;
- ugotoviti, ali obstaja razlika med pričakovanji glede na binarnost študijskih programov 1. stopnje (visokošolski strokovni in univerzitetni programi);
- preveriti, kakšne so možnosti za izboljšanje posameznih elementov storitve;
- ponuditi izhodišča za nadaljnje raziskovanje.

METODOLOGIJA

Za namene raziskave smo oblikovali anketni vprašalnik, pri čemer smo kot izhodišče vzeli mnenja avtorjev, ki v novejših raziskavah trdijo, da je treba prepoznati dimenzije, ki so pomembne za študenta in ne za raziskovalca (Douglas, Douglas in Barnes 2006, Raposo in Alves 2003, Gruber in dr. 2010); tako se raziskovalno zanimanje poskuša osredotočiti na njihove dejanske izkušnje. Izhodišče za oblikovanje vprašalnika je bil vprašalnik, ki sta ga pri raziskavi pričakovanj študentov uporabila Raposo in Alves (2003), vendar smo trditve preoblikovali in prilagodili posebnostim slovenskega visokošolskega prostora.

Vprašalnik smo razdelili v tri pomenske sklope. Prvi sklop osmih vprašanj se je nanašal na splošne demografske podatke o anketiranih ter na podatke o načinu in vrsti študija ter načinu vpisa na visokošolski zavod. Drugi in tretji sklop trditev sta vsebovala skupaj 34 trditev, ki so vsebinsko opredeljevale pričakovanja študentov glede storitev. V drugem sklopu so trditve, vezane na zunanje okolje fakultete, v tretjem pa tiste, ki se nanašajo na notranje okolje fakultete in dejansko opisujejo posebnosti izobraževalne storitve, kot so videz fakultete, opremljenost, študijski programi, predavanja, od-

nosi s strokovnim osebjem in z učitelji, storitve knjižnice in referata, raziskovalna in pedagoška odličnost. Za oceno posameznih trditev drugega in tretjega sklopa smo uporabili 7-stopenjsko Likertovo lestvico, pri čemer je vrednost 1 pomenila »pričakovanje je najmanj pomembno«, vrednost 7 pa »pričakovanje je najbolj pomembno«. V odvisnosti od dimenzije, na katero se je nanašala trditev, je višja vrednost pomenila višjo oceno pričakovanja ob posamezni trditvi, pri drugih pa nižjo.

Raziskavo smo izvajali v spomladanskem semestru, med redno vpisanimi študenti Univerze na Primorskem, na vseh njenih šestih članicah. Za izvedbo ankete smo pridobili vnaprejšnje soglasje vodstva fakultete in anketo izvedli na predavanjih in vajah pri tistih visokošolskih učiteljih in sodelavcih, ki so nam za to dali dovoljenje. Pred začetkom anketiranja smo jih seznanili z dolžino anketiranja. Anketiranim študentom smo pred začetkom izpolnjevanja predstavili anketni vprašalnik ter razložili potek in namen raziskave. Takšen osebni pristop se je pokazal kot pozitiven, saj študentje niso odklonili sodelovanja v raziskavi. V vzorec smo vključili študente 1. in 2. letnika, ki so bili po naključju prisotni na predavanjih ali vajah. Tako je v raziskavi sodelovalo skupno 475 rednih študentov 1. in 2. letnika.

Vsak prejeti vprašalnik smo preverili, kodirali in pripravili za računalniško obdelavo. Podatke smo analizirali s programom SPSS. Analizo smo začeli s predstavitvijo vzorca, sledila je analiza odgovorov pri posameznih trditvah na osnovi opisnih statistik. Da bi določili skupne dejavnike, ki opredeljujejo pričakovanja študentov, smo v naslednjem koraku izvedli faktorsko analizo, končali pa smo z metodo razvrščanja v skupine (Cluster Analysis).

Faktorsko analizo ponavadi uporabljamo pri analizi pojavov, ki jih ne moremo neposredno meriti. Na podlagi analize povezav v množici opazovanih spremenljivk (indikatorjev) poskušamo opredeliti skupne dejavnike, ki vplivajo na določene skupine opazovanih spremenljivk in predstavljajo osrednji predmet preučevanja oziroma njegove dimenzije, ki jih zaradi same narave pojava ni mogoče neposredno meriti in analizirati.

Analizo skupin ponavadi uporabljamo za odkrivanje homogenih skupin znotraj raziskovane populacije. Skupine se oblikujejo okoli posameznih značilnosti, atributov ali spremenljivk, ki jih ima skupina. Na ta način smo poskušali ugotoviti, kakšna je možna segmentacija opazovane populacije in katere so njene značilnosti.

PREDSTAVITEV VZORCA

V raziskavi je sodelovalo 475 naključno izbranih študentov 1. in 2. letnika rednega študija Univerze na Primorskem, ki študirajo na

PREGLEDNICA 1	(1)	(2)	(3)
Struktura anketiranih študentov po članicah UP	FM	130	27,4
	FTŠ	169	35,6
OPOMBE Naslovi stolpcev: (1) članica univerze, (2) število študentov, (3) delež v odstotkih	FAMNIT	35	7,4
	PEF	64	13,5
	FHŠ	11	2,3
	všZI	66	13,9
	Skupaj	475	100,0

šestih njenih članicah. Njihovo zastopanost po posameznih članicah prikazujemo v preglednici 1. Od vseh anketiranih je sodelovalo 26,1 % moških in 73,9 % žensk. Starostna struktura anketiranih študentov kaže, da na rednem študiju študira največ študentov v starosti med 19. in 21. letom, kar je slabih 82 %. To nam potrjuje rezultate Analize prijave in vpisa Vpisne službe Univerze v Ljubljani, in sicer, da se na fakultete študentje vpisujejo večinoma takoj po končani srednji šoli.

V raziskavi je sodelovalo nekaj več študentov visokošolskih strokovnih programov kot študentov univerzitetnih študijskih programov 1. bolonjske stopnje. Študentov visokošolskega strokovnega programa je bilo 59,2 % in študentov univerzitetnega programa 40,8 %, kar izraža dejansko strukturo vpisanih študentov glede na vrsto študijskega programa na univerzi. Pri tem naj poudarimo, da na dveh članicah univerze (FAMNIT in FHŠ) izvajajo samo univerzitetne študijske programe, na eni (všZI) pa samo visokošolske strokovne. Glede na letnik študija je bilo v raziskavi udeleženih 65,3 % študentov 1. letnika in 34,7 % študentov 2. letnika.

Slovenski visokošolski prostor zaznamuje prijavno-sprejemni postopek, ki je enak za vse javne in samostojne visokošolske zavode. Začne se vsako koledarsko leto konec januarja z objavo Razpisa za vpis, ki ga izda Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo. Po tem postopku se imajo kandidati možnost vpisati v treh različnih prijavnih rokih, pri čemer praksa kaže, da v prvem roku oddajo prijavo najboljši in najbolj motivirani kandidati. V preostalih dveh rokih prijavo ponavadi oddajo tisti, ki na fakulteto niso bili sprejeti ob prvi prijavi oziroma niso v roku dokončali srednješolskega izobraževanja. V prijavi lahko kandidati izrazijo tri »želje« za vpis, in glede na to razvrstijo fakultete in njihove študijske programe po mestu vpisa od prvega do tretjega. Tako velja za enega od pokazateljev zanimanja za določeno fakulteto in njene programe tudi poznavanje termina, v katerem se je potencialni študent prijavil na fakulteto, in vrstnega reda, na katerega jo je v prijavi uvrstil.

PREGLEDNICA 2

Struktura anketiranih študentov po vrstnem redu prijave za vpis v prijavno-sprejemnem postopku

OPOMBE Naslovi stolpcev: (1) rang, (2) število študentov, (3) delež v odstotkih

	(1)	(2)	(3)
1. mesto		375	78,9
2. mesto		86	18,1
3. mesto		14	2,9
Skupaj		475	100,0

PREGLEDNICA 3

Struktura anketiranih študentov glede na »željo«, navedeno v prijavi za vpis

OPOMBE Naslovi stolpcev: (1) rang, (2) število študentov, (3) delež v odstotkih

	(1)	(2)	(3)
1. mesto		405	85,3
2. mesto		53	11,2
3. mesto		17	3,6
Skupaj		475	100,0

Ugotavljamo, da se je 78,9% anketiranih študentov na fakulteto prijavilo in vpisalo v prvem prijavnem roku. Pri tem je 85,3% anketiranih fakulteto oziroma študijski program, v katerem študirajo, postavilo na prvo mesto glede na v prijavi izraženo »željo«. Razvrščanje prijavnih rokov in mest za prijavo prikazujeta preglednici 2 in 3. Iz rezultatov lahko sklepamo, da se na fakultete in njihove študijske programe vpisujejo visoko motivirani in uspešni kandidati takoj po končani srednji šoli.

V raziskavi nas je zanimalo tudi, kakšna je struktura anketiranih študentov po regiji stalnega prebivališča. Ugotavljamo, da je skoraj četrtina (24,8%) anketiranih iz Obalno-kraške regije, torej domačinov, če upoštevamo, da je sedež univerze in njenih članic na Obali. Ostale tri četrtine študentov prihajajo iz drugih slovenskih regij, kar pomeni, da jim kraj študija ni domač, iz česar lahko sklepamo, da so morda značilnosti kraja pri odločitvi za študij prav tako pomembne. Podrobnejšo strukturo prikazuje preglednica 4.

Na visokošolske zavode v Sloveniji se lahko tako v visokošolske strokovne kot univerzitetne programe vpišejo kandidati s končano srednjo poklicno ali strokovno in/ali srednjo splošno izobrazbo. Zanimalo nas je, kakšna je struktura študentov, predvsem zato, da bi lažje osvetlili vprašanje, ali obstaja povezava pri ocenjevanju pričakovanj v zvezi s študijem glede na predhodno vrsto izobrazbe. Ugotavljamo, da je 61,3% študentov končalo srednjo poklicno ali strokovno izobraževanje, 38,3% pa srednje splošno izobraževanje, kamor spadajo splošne in strokovne gimnazije. Glede na to, da smo v raziskavo zajeli tudi študente drugega letnika, smo predvideli tudi možnost vpisa po merilih za prehode, ki diplomantom višjih šol omogočajo neposreden vpis v 2. letnik visokošolskega izobraževanja, pri

Pričakovanja študentov glede na razlike v kakovosti storitev

PREGLEDNICA 4	(1)	(2)	(3)
Struktura anketiranih študentov po regiji stalnega prebivališča	Gorenjska	63	13,3
	Goriška	67	14,1
OPOMBE Naslovi stolpcev: (1) regija, (2) število študentov, (3) delež v odstotkih	Dolenjska	38	8,0
	Koroška	13	2,7
	Notranjsko-kraška	30	6,3
	Obalno-kraška	118	24,8
	Osrednjeslovenska	52	10,9
	Podravska	11	2,3
	Pomurska	13	2,7
	Štajerska	67	14,1
	Tujina	3	0,6
	Skupaj	475	100,0

PREGLEDNICA 5 Struktura anketiranih študentov po vrsti predhodne izobrazbe

(1)	(2)	(3)	(4)
Srednje poklicno in strokovno izobraževanje	291	61,4	61,4
Srednje splošno izobraževanje	182	38,4	99,8
Višje šole (vpis po merilih za prehode)	1	0,2	100,0
Skupaj	474*	100,0	

OPOMBE Naslovi stolpcev: (1) vrsta predhodne izobrazbe, (2) število študentov, (3) delež v odstotkih, (4) kumulativni delež v odstotkih. * Pri tem vprašanju se eden izmed sodelujočih ni opredelil glede vrste srednje šole, ki jo je zaključil.

čemer ugotavljamo, da je v raziskavi sodeloval en tak študent. Pri tem vprašanju se eden izmed sodelujočih ni opredelil glede vrste srednje šole, ki jo je zaključil.

Rezultati raziskave

V anketnem vprašalniku smo v drugem in tretjem sklopu skupaj oblikovali niz 34 različnih trditvev, ki označujejo posamezne elemente storitve, pri čemer so anketiranci v odnosu do posamezne trditve izrazili svoje pričakovanje na 7-stopenjski Likertovi lestvici. Povprečne vrednosti ocenjenih pričakovanj v zvezi s posameznimi elementi storitve podrobneje prikazujemo v preglednici 6, ugotavljamo pa, da je najnižja povprečna ocena 4,21, najvišja pa 6,00, iz česar lahko sklepamo, da so pričakovanja študentov v zvezi s postavljenimi elementi storitev na splošno dokaj visoka. V preglednici so trditve razvrščene padajoče glede na ugotovljeno povprečno oceno pričakovanja strinjanja s posamezno trditvijo, pri čemer je poleg povprečnih ocen dodana vrednost koeficienta variacije, ki izraža raznolikost mnenj anketiranih.

PREGLEDNICA 6 Povprečne vrednosti ocene pričakovanj glede na posamezne elemente storitve

(1)	(2)	(3)
Na fakulteti je odnos med učitelji in študenti dober.	6,00	20,0
Študent lahko brez težav komunicira z učiteljem.	5,89	20,0
Učitelji so dostopni.	5,87	20,5
Strokovno osebje fakultete je prijazno.	5,82	21,7
Na fakulteti so dostopni računalniki za študij.	5,76	24,3
Učitelji pomagajo študentom reševati težave.	5,75	20,9
V kraju, kjer poteka moj študij, je vzdušje prijetno.	5,74	20,7
Strokovno osebje fakultete je dostopno.	5,74	23,0
Vsebina študijskih programov je posodobljena in v koraku s časom.	5,72	21,7
Predavanja so jasna in razumljiva.	5,64	23,4
Dostop do kraja (mesta) je lahek, enostaven.	5,61	27,0
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za nastanitev.	5,56	28,1
Kraj, kjer poteka moj študij, je privlačen.	5,52	24,8
Strokovno osebje fakultete učinkovito zagotavlja pomoč.	5,49	24,2
Knjižnični viri ustrezajo potrebam študentov in učiteljev.	5,46	25,3
Strokovno osebje fakultete je dobro seznanjeno s pravili in predpisi.	5,43	24,5
Knjižnica ponuja hitre in sodobne načine iskanja virov.	5,42	25,2
Profesorji so na svojem področju odlični raziskovalci.	5,40	24,3
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za prehrano.	5,35	31,0
Fizični objekti (zgradba, predavalnice) so zlahka dostopni.	5,31	24,5
V kraju, kjer poteka moj študij, skrbijo za čisto okolje.	5,27	26,5
Kraj, kjer poteka moj študij, deluje spodbudno na študij.	5,23	26,9
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za zdravstveno varstvo študentov.	5,22	28,8
Diplomanti fakultete dobijo več ponudb za zaposlitev.	5,20	30,2
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za razvedrilo in sprostitvev.	5,16	29,2
Fakulteta ima velik ugled.	5,14	27,8
Študentom so na voljo obštudijske dejavnosti.	5,12	27,8
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za občasno delo študentov (študentski servis).	5,03	31,5
Fakulteta pomaga diplomantom poiskati prvo zaposlitev.	4,95	33,7
Profesorji so znani po svojih raziskavah in objavah (publikacijah).	4,87	29,0
Fakulteta daje velik poudarek akademski odličnosti.	4,80	28,4
Fizični objekti (zgradba, predavalnice) so moderni.	4,73	33,8
Študirati v tem kraju (mestu) ni drago.	4,49	40,5
V kraju, kjer poteka moj študij, so na voljo kulturne dejavnosti.	4,21	35,9

OPOMBE Naslovi stolpcev: (1) trditev, (2) povprečna ocena pričakovanja, (3) koeficient variacije (v odstotkih).

Anketiranci so najvišje ocenili svoja pričakovanja v zvezi z dobrim odnosom med učitelji in študenti na fakulteti. Tudi sicer so anketiranci visoka pričakovanja izrazili prav na področju komuniciranja, tako z učitelji kot tudi strokovnimi delavci, saj so visoke povprečne vrednosti prejeli naslednji elementi: dostopnost učiteljev in komunikacija z njimi ter prijaznost strokovnega osebja, kar so značilnosti uspešne medosebne komunikacije. Zanimivo pri tem je, da so študentje visoko oceno pri zanje najpomembnejših elementih navedli dokaj enotno, kar dokazuje manjša variabilnost pri podanih odgovorih. Bistveno večja variabilnost je razvidna pri tistih elementih storitve, kjer je so pričakovanja ocenjena najnižje; to sta na primer kulturna ponudba in raven cen v kraju študija, saj je neenotnost odgovorov med največjimi.

Faktorska analiza pričakovanj

Da bi opredelili skupne dejavnike oziroma dimenzije pričakovanj študentov glede elementov izobraževalne storitve, smo odgovore, zbrane na podlagi anketnih vprašalnikov, analizirali s pomočjo faktorске analize. Glede na to, da pri nobeni trditvi ni mogoče potrditi predpostavke o normalni porazdelitvi odgovorov, smo izbrali metodo glavnih osi (angl. Principal Axis Factoring).

Ob prvem poskusu smo v model vključili vse trditve drugega in tretjega sklopa vprašalnika, ki se nanašajo na pričakovanja študentov, in preverili njihovo primernost za vključitev v faktorsko analizo z določitvijo vrednosti kazalnika κ_{MO} in Bartlettovega preskusa. Zelo visoka vrednost kazalnika κ_{MO} (0,923) kaže, da je vpliv skupnih dejavnikov na vključene spremenljivke razmeroma močan. Uporaba faktorске analize je smiselna pri veliki vrednosti te statistike, to je pri vrednosti, ki je večja od 0,5.

Na podlagi ocen komunalitet smo ugotovili, da je pri večini spremenljivk razviden razmeroma visok delež variabilnosti, ki jo je mogoče pojasniti z vplivom skupnih dejavnikov. Na podlagi ocen komunalitet se tudi odločamo o morebitni izključitvi katere izmed spremenljivk, in sicer v primeru, da je ocena komunalitete manjša od 0,5. Pri prvem preverjanju smo izločili pet trditev, pri katerih je bila ocena komunalitete nižja od 0,4, in sicer trditve, ki se nanašajo na lastnosti okolja oziroma kraja, v katerem je fakulteta (kot so dostopnost, možnosti za nastanitev, kulturne dejavnosti, dodaten zaslužek in skrb za čisto okolje). Po ponovni preučitvi komunalitet smo izločili še trditve, ki se je nanašala na raven cen v kraju študija. V preglednici 7 so tako prikazane ocene komunalitet za končni nabor spremenljivk.

PREGLEDNICA 7 Komunalitete

(1)	(2)
Kraj, kjer poteka moj študij, je privlačen.	0,416
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za razvedrilo in sprostitvev.	0,498
Kraj, kjer poteka moj študij, deluje spodbudno na študij.	0,443
V kraju, kjer poteka moj študij, je vzdušje prijetno.	0,628
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za prehrano.	0,478
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za zdravstveno varstvo študentov.	0,495
Fizični objekti (zgradba, predavalnice) so moderni.	0,588
Fizični objekti (zgradba, predavalnice) so zlahka dostopni.	0,526
Fakulteta ima velik ugled.	0,531
Vsebina študijskih programov je posodobljena in v koraku s časom.	0,525
Diplomanti fakultete dobijo več ponudb za zaposlitev.	0,689
Fakulteta pomaga diplomantom poiskati prvo zaposlitev.	0,728
Študentom so na voljo obštudijske dejavnosti.	0,470
Fakulteta daje velik poudarek akademski odličnosti.	0,633
Profesorji so na svojem področju odlični raziskovalci.	0,604
Profesorji so znani po svojih raziskavah in objavah (publikacijah).	0,669
Predavanja so jasna in razumljiva.	0,584
Na fakulteti je odnos med učitelji in študenti dober.	0,748
Učitelji so dostopni.	0,750
Učitelji pomagajo študentom reševati težave.	0,719
Študent lahko brez težav komunicira z učiteljem.	0,776
Knjižnični viri ustrezajo potrebam študentov in učiteljev.	0,628
Knjižnica ponuja hitre in sodobne načine iskanja virov.	0,668
Na fakulteti so dostopni računalniki za študij.	0,547
Strokovno osebje fakultete učinkovito zagotavlja pomoč.	0,644
Strokovno osebje fakultete je dobro seznanjeno s pravili in predpisi.	0,522
Strokovno osebje fakultete je prijazno.	0,668
Strokovno osebje fakultete je dostopno.	0,683

ОPOMBE Naslovi stolpcev: (1) trditev, (2) komunaliteta.

Na podlagi ocen komunalitet je razvidno, da je pri večini spremenljivk razmeroma visok delež variabilnosti mogoče pojasniti z vplivom skupnih dejavnikov, kar kaže na relativno močan vpliv skupnih dejavnikov. Vrednost statistike κ_{MO} se je v primerjavi s prvim poskusom, v katerega smo vključili vse spremenljivke, sicer nekoliko zmanjšala in znaša 0,920, vendar je še vedno zelo visoka. To znova potrjuje primernost podatkov za faktorsko analizo.

Na podlagi ocene celotne pojasnjene variance ter vsebinske smiselnosti faktorskih rešitev ob različnem številu skupnih dejavnikov

(faktorjev) smo kot končnega izbrali faktorski model s šestimi skupnimi dejavniki (faktorji), kar je bilo obenem tudi največje možno število. S pomočjo šestih skupnih dejavnikov smo uspeli pojasniti dobrih 60% celotne variabilnosti vzorca, kar je zadovoljivo.

Osnovna faktorska rešitev (nerotirana) ni omogočala jasne vsebinske interpretacije posameznih dejavnikov, zaradi česar smo nadaljevali rotacijo faktorskih osi, da bi tako pridobili enostavnejše in jasnejše faktorske strukture. V ta namen smo uporabili poševnokotno rotacijo (oblimin), katere rešitev je prikazana v preglednici 8.

Na osnovi faktorske rešitve, prikazane v preglednici 8, lahko vidimo, da študentje svoja pričakovanja v zvezi s študijem oziroma storitvami fakultete oblikujejo na podlagi šestih dejavnikov oziroma dimenzij:

1. dejavnik: odnos med pedagoškim osebjem in študenti;
2. dejavnik: ugled visokošolskega zavoda;
3. dejavnik: značilnosti oziroma storitve kraja, ki študentom olajšujejo njihovo bivanje v njem med študijem;
4. dejavnik: karierne priložnosti, ki jih imajo študentje možnost (pri)dobiti med študijem in po njem; to so možnosti, ki jih za zaposlitev daje diploma fakultete, in priložnosti, ki jih v času študija vzpostavi fakulteta;
5. dejavnik: akademska odličnost pedagoškega osebja in fakultete kot take;
6. dejavnik: podporne storitve visokošolskega zavoda, ki študentom olajšujejo opravljanje študijskih obveznosti in jih opredeljujejo otipljivi (računalniki, knjižnični viri) in neotipljivi atributi (odnos strokovnih delavcev do študentov).

Rezultati analize kažejo, da je z navedenimi šestimi dejavniki mogoče pojasniti 60% variabilnosti v vzorcu, pri čemer dimenzija odnosa med profesorji in študenti sama po sebi pojasnjuje dobrih 37% celotne variabilnosti. To nam pomaga razumeti, da so pričakovanja študentov največja prav glede interakcije med študenti in profesorji; poleg medsebojnih odnosov ta dejavnik sestavljajo še drugi elementi medsebojnih komunikacij. Rezultat pravzaprav kaže na posebnosti izobraževalne storitve, zlasti na neposrednost odnosa med izvajalcem in uporabnikom ter na sodelovanje uporabnika pri izvajanju storitve.

Na drugem mestu je po deležu variabilnosti ugled fakultete; ta dimenzija je sama po sebi neotipljiv pojem, vendar pa v zvezi z njim študentje oblikujejo pomembna pričakovanja, ki se dotikajo na eni

PREGLEDNICA 8 Ocena faktorjskih uteži (rotirana rešitev)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Na fakulteti je odnos med učitelji in študenti dober.	0,823					
Učitelji so dostopni.	0,799					
Študent lahko brez težav komunicira z učiteljem.	0,762					
Učitelji pomagajo študentom reševati težave.	0,682					
Predavanja so jasna in razumljiva.	0,602					
Fizični objekti (zgradba, predavalnice) so moderni.	0,753					
Fizični objekti (zgradba, predavalnice) so zlahka dostopni.	0,682					
Fakulteta ima velik ugled.	0,582					
Vsebina študijskih programov je posodobljena in v koraku s časom.	0,458					
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za razvedrilo in sprostitve.	0,679					
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za prehrano.	0,659					
V kraju, kjer poteka moj študij, je vzdušje prijetno.	0,609					
Kraj, kjer poteka moj študij, ponuja možnosti za zdravstveno varstvo študentov.	0,607					
Kraj, kjer poteka moj študij, je privlačen.	0,550					
Kraj, kjer poteka moj študij, deluje spodbudno na študij.	0,523					
Fakulteta pomaga diplomantom poiskati prvo zaposlitev.	0,649					
Diplomanti fakultete dobijo več ponudb za zaposlitev.	0,609					
Profesorji so znani po svojih raziskavah in objavah (publikacijah).	-0,857					
Profesorji so na svojem področju odlični raziskovalci.	-0,684					
Fakulteta daje velik poudarek akademski odličnosti.	-0,568					
Študentom so na voljo obštudijske dejavnosti.	-0,431					
Knjžnica ponuja hitre in sodobne načine iskanja virov.	-0,757					
Na fakulteti so dostopni računalniki za študij.	-0,728					
Knjižnični viri ustrezajo potrebam študentov in učiteljev.	-0,634					
Strokovno osebje fakultete učinkovito zagotavlja pomoč.	-0,541					
Strokovno osebje fakultete je prijazno.	-0,530					
Strokovno osebje fakultete je dostopno.	-0,520					
Strokovno osebje fakultete je dobro seznanjeno s pravili in predpisi.	-0,418					
Celotna pojasnjena varianca (v %)	37,645	7,281	5,164	3,798	3,507	2,807

ОПОВМЕ Naslovi stolpcev: (1) trditve; skupni dejavniki; (2) odnos profesor-študent; (3) ugled fakultete; (4) kraj; (5) zaposlitev; (6) akademska odličnost; (7) podpornе storitve. Prikazane so samo uteži, ki kažejo pomemben vpliv posameznega dejavnika na posamezno spremenljivko.

strani otipljivih značilnosti (videz), na drugi pa neotipljivih sestavin, kakršna je na primer sodobnost študijskih programov.

Glede na delež variabilnosti so se kot najšibkejša dimenzija pri oblikovanju pričakovanj izkazale podporne storitve fakultete, ki se kažejo v otipljivi in neotipljivi obliki. K slednjemu sodi odnos med študenti in strokovnim osebjem fakultete. To si lahko razlagamo s tem, da so študentje pogosteje v stiku s pedagoškim kot pa s strokovnim osebjem, in zato v zvezi s tem njihova pričakovanja niso tako velika.

Analiza skupin

Analizo skupin (Cluster Analysis) ponavadi uporabljamo za odkrivanje homogenih skupin znotraj raziskovane populacije. Skupine se oblikujejo okoli posameznih značilnosti, atributov ali spremenljivk, ki jih ima skupina, tako da so si znotraj skupin enote med seboj čim bolj podobne, med skupinami pa čim bolj različne. Da bi prepoznali segmente študentov, smo na podlagi ocenjenih vrednosti faktorjev ter izbranih demografskih spremenljivk izvedli analizo skupin. Glede na raznolikosti spremenljivk, vključenih v analizo (kategorialne in ordinalne), smo v programu SPSS izbrali dvostopenjsko analizo razvrščanja enot v skupine (TwoStep Cluster Analysis), ki omogoča razvrščanje enot v skupine tako na podlagi zveznih kot kategorialnih spremenljivk.

Na podlagi rezultatov analize smo oblikovali dve skupini študentov, katerih značilnosti so prikazane v preglednici 9.

Stopnja značilnosti preskusa razlik med skupinama smo izračunali na dva načina, odvisno od metode primerjave. Pri primerjavi obeh skupin glede na vrednost nominalnih spremenljivk (spol, vrsta izobrazbe, fakulteta ...) se stopnja značilnosti nanaša na analizo kontingence oziroma na preskus hi-kvadrat. Pri primerjavi ocenjenih povprečnih vrednosti dejavnikov med obema skupinama pa se stopnja značilnosti nanaša na *t*-preskus za primerjavo dveh aritmetičnih sredin za dva neodvisna vzorca. Ko primerjamo povprečne vrednosti ocenjenih faktorjev, uporabimo *t*-preskus za primerjavo dveh aritmetičnih sredin za dva neodvisna vzorca. Primerjave, kjer znaša stopnja značilnosti 0,05 ali manj, pomenijo, da se v tisti značilnosti skupini razlikujeta, sicer pa ne.

Ključna ugotovitev analize skupin je, da prvo skupino sestavljajo pretežno študentje visokošolskih strokovnih študijskih programov, ki so predhodno zaključili srednje strokovno in poklicno izobraževanje ter prihajajo s treh članic univerze (FM, FTŠ, VŠZI). To so članice, ki pretežno oziroma v celoti (VŠZI) izvajajo visokošolski strokovni pro-

PREGLEDNICA 9 Rezultati analize skupin

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Število študentov		267	181	
Spol	Moški	67	50	0,550
	Ženske	200	131	
Fakulteta	FM	108	15	0,000
	FTŠ	97	68	
	FAMNIT	0	32	
	PEF	0	57	
	FHŠ	0	9	
	všZI	62	0	
Program	VS	267	4	0,000
	UN	0	177	
Letnik študija	1	147	140	0,000
	2	120	41	
Vrstni red fakultete na prijavi	1. mesto	222	159	0,260
	2. mesto	32	18	
	3. mesto	13	4	
Vrstni red prijave vpisa	1. mesto	219	133	0,081
	2. mesto	40	42	
	3. mesto	8	6	
Predhodna izobrazba	Srednja in poklicna strokovna izobrazba	227	44	0,000
	Srednja splošna izobrazba	39	137	
	Višja izobrazba (vpis po merilih za prehode)	1	0	
Odnos študentje-ped. osebje	Povp. vrednost dejavnika	-0,15	0,21	0,000
Ugled fakultete		0,13	-0,19	0,000
Okolje fakultete		-0,07	0,10	0,041
Možnost zaposlitve		-0,08	0,12	0,019
Akademsko odličnost		-0,02	0,03	0,563
Strokovno delo osebja		-0,04	0,07	0,239

OPOMBE (1) značilnost, (2) vrednosti, (3) skupina 1, (4) skupina 2, (5) stopnja značilnosti preskusa razlik med skupinama.

gram. Drugo skupino predstavljajo večinoma študentje univerzitetnih študijskih programov in so končali splošno srednješolsko izobraževanje (gimnazija) ter prihajajo s treh članic univerze (FAMNIT, FHŠ, PEF), ki večinoma izvajajo univerzitetne študijske programe.

Z vidika ocene pomembnosti posameznih dejavnikov, ki smo jih prepoznali s pomočjo faktorske analize, pa je zanimiva primerjava med obema skupinama, ki njihovo pomembnost ocenjata različno.

Tako je študentom prve skupine relativno pomembnejši ugled fakultete, druga skupina pa kot pomembnejšega ocenjuje dober odnos med pedagoškim osebjem in študenti, okolje fakultete ter možnosti za zaposlitev. Pri dimenziji akademska odličnost oziroma podporne storitve se identificirani skupini ne razlikujeta bistveno, torej je njuna ocena pričakovanj dokaj enotna.

Populacija študentov, vključenih v našo raziskavo, torej ni homogena, ampak razdeljena na dve skupini, kar je glede na strukturo ponujenih študijskih programov ter vpisnih pogojev, ki so zanje predvideni, pričakovano.

Zanimivo pri tem pa je opažanje razlik v ocenah pričakovanj obeh skupin, ki nam olajšajo razumevanje posebnosti v zvezi s pričakovanji posameznega segmenta in nam pravzaprav ponujajo osnovo za pripravo ustreznega pristopa pri pridobivanju študentov za posamezne študijske programe.

Zaključek

Poznavanje pričakovanj v zvezi s storitvami je potrebno z vidika njihovega upravljanja, če želimo ponuditi diferencirane in kakovostne storitve. Čeprav je upravljanje s pričakovanji ter z njimi povezana skrb za kakovost koncept, ki v šolstvu do nedavnega ni bil v ospredju, pa so spremembe v visokem šolstvu sprožile zanimanje predvsem za poznavanje pričakovanj študentov kot najpomembnejše ciljne skupine.

Pregled literature kaže, da je raziskovanje pričakovanj v zvezi s storitvami usmerjeno bolj v merjenje razlik med pričakovano in zaznано kakovostjo storitev, novejša raziskava pa se ukvarjajo tudi s prepoznavanjem in opredeljevanjem pričakovanj študentov. Namen naše raziskave je bil zato ugotoviti posebnosti v pričakovanjih študentov glede izobraževalnih storitev na izbrani univerzi, zato da bi spoznali, katere dimenzije prevladujejo pri oblikovanju pričakovanj v zvezi s študijem na izbranem visokošolskem zavodu.

Dejavnike oziroma dimenzije pričakovanj študentov smo opredelili s pomočjo faktorske analize. V izbranem faktorskem modelu se je izkazalo, da študentje svoja pričakovanja v zvezi s študijem oziroma storitvami fakultete oblikujejo na podlagi šestih dejavnikov, ki smo jih prepoznali kot:

- odnos med pedagoškim osebjem in študenti;
- ugled visokošolskega zavoda;
- storitve kraja, ki olajšujejo bivanje v času študija;
- možnosti za zaposlitev;

- akademska odličnost pedagoškega osebja in fakultete kot take;
- podporne storitve visokošolskega zavoda.

Med njimi se je kot najpomembnejša dimenzija, okoli katere študentje oblikujejo svoja pričakovanja, izkazal odnos med pedagoškim osebjem in študenti, kar priča o tem, da je z vidika upravljanja pričakovanj pomembna interakcija med obema skupinama, ki je zgrajena na podlagi pozitivnih odnosov in komunikacije. Dejavnik kaže tudi na eno pomembnejših posebnosti storitve, to je vzajemnost odnosa med izvajalcem in uporabnikom storitve, ki je zaradi dolgotrajnega izvajanja specifična prav v izobraževanju.

Na drugo mesto po pomembnosti se uvršča ugled fakultete, ki ga po ocenah študentov sestavljajo tako fizični elementi dostopnosti in zunanjega videza poslopja fakultete kot neotipljiv, pa vendarle pomemben element, tj. sodobnost študijskih programov. Kot najmanj pomemben pri oblikovanju pričakovanj študentov v zvezi s študijem so je pokazal dejavnik podpornih storitev, ki študentom olajšujejo izpolnjevanje njihovih študijskih obveznosti. Zanimivo pri tem je, da se je izkazalo, da študentje nimajo tako velikih pričakovanj v zvezi z odnosom do strokovnega osebja fakultete kot v zvezi z odnosom s profesorji, kar si razlagamo s tem, da so študentje z njimi v pogostejšem in dolgotrajnejšem stiku.

Prepoznani dejavniki, ki oblikujejo pričakovanja študentov, ponujajo izhodišče za upravljanje s pričakovanji in tako priložnost za diferencirano izvedbo storitev. Vsaka izmed dimenzij ali vse skupaj lahko predstavljajo priložnost za oblikovanje drugačne izobraževalne izkušnje in s tem priložnost za razlikovanje od drugega visokošolskega zavoda. Dimenzija odnosa med študenti in pedagoškim osebjem na primer kaže na to, da bi morala fakulteta pozornost usmeriti v zagotavljanje pogojev za uspešno komunikacijo med učitelji in študenti. Dimenzija možnosti za zaposlitev nas vodi k sklepu, da bi morala fakulteta svoja prizadevanja osredotočiti v zagotavljanje priložnosti za zaposlitev svojih diplomantov že med študijem ter v vzpostavljanje krepkejših vezi z okoljem, kar že pozna praksa nekaterih visokošolskih zavodov v obliki kariernih centrov.

Zanimiva ugotovitev raziskave so tudi različne ocene glede pomembnosti pričakovanj med dvema skupinama študentov, ki smo ju prepoznali s pomočjo analize skupin. Ugotovili smo, da se populacija, vključena v raziskavo, deli na dve homogeni skupini: prvo sestavljajo študentje visokošolskih strokovnih študijskih programov, drugo pa študentje univerzitetnih programov. Za prvo skupino je značilno, da jo tvorijo študentje, ki so predhodno zaključili srednje strokovno

in poklicno izobraževanje in študirajo na treh članicah univerze (FM, FTŠ, vŠZI). Drugo skupino sestavljajo študentje univerzitetnih študijskih programov, ki so končali splošno srednješolsko izobraževanje in prihajajo s treh članic univerze (FAMNIT, FHŠ, PEF). Stuktuiranost raziskovane populacije je glede na strukturo ponujenih študijskih programov in njihovih vpisnih pogojev pričakovana, bolj zanimivo pa je to, da sta skupini pomembnost identificiranih dejavnikov ocenili različno. Študentom prve skupine je relativno pomembnejša dimenzija ugled fakultete, drugi skupini pa naslednje dimenzije: dober odnos med pedagoškim osebjem in študenti, okolje fakultete ter možnosti za zaposlitev. Dimenziji akademske odličnosti oziroma podpornih storitev pa sta prepoznani skupini ocenili dokaj enotno.

Ugotovljene razlike med skupinama ponujajo priložnost za oblikovanje izhodišč predvsem pri ustvarjanju nadaljnjih komunikacijskih dejavnosti fakultete tako z obstoječimi kot prihodnjimi študenti, ki naj bi pri vsaki skupini študentov poudarjale drugačne dimenzije pričakovanj. Tako lahko na primer fakulteta pri komuniciranju z bodočimi študenti, ki jih želi pritegniti k vpisu v univerzitetne programe, bolj poudarja dimenzije, kot so odnos med učitelji in študenti, karijerne priložnosti, ki jih ponuja študijski program, ter prednosti prihodnjega študijskega okolja.

Ugotovitve raziskave ponujajo priložnost za nadaljnje raziskovanje v smeri prepoznavanja pričakovanj in ugotavljanja posameznih dimenzij kakovosti izobraževalnih storitev z razširitvijo raziskave na vse letnike prvostopenjskih programov izbrane univerze ter morda tudi na drugostopenjske študijske programe. To bi omogočilo pripravo predlogov za oblikovanje bolj kakovostnih in diferenciranih storitev ter priložnost za privabljanje bodočih študentov.

Literatura

- Brookes, R. 1995. *Customer Satisfaction Research*. Amsterdam: ESOMAR.
- Dibb, S., L. Simpkin, W. M. Pride in O. C. Ferrell. 1991. *Marketing: Concepts and Strategies*. Boston: Houghton-Mifflin.
- Douglas, J., A. Douglas in B. Barnes. 2006. »Measuring Student Satisfaction at a UK University.« *Quality Assurance in Education* 14 (3): 251-267.
- Evans, I. 1995. *Marketing for Schools*. London: Cassell.
- Faganel, A. 2010. *Zaznavanje kakovosti visokošolskih storitev*. Koper: Fakulteta za management.
- Gibbs, P., in M. Knapp. 2002. *Marketing the Higher and Further Education*. London: Kogan Page.

- Gray, L. 1991. *Marketing Education*. Philadelphia, PA: Open University Press.
- Gruber, T., S. Fuß, R. Voss in M. Gläser-Zikuda. 2010. »Examining Student Satisfaction with Higher Education Services.« *International Journal of Public Sector Management* 23 (2): 105–123.
- Harvey, L., in D. Green. 1993. »Defining Quality.« *Assessment and Evaluation in Higher Education* 18 (1): 9–34.
- Helgensen, O., in E. Nettet. 2007. »What Accounts for Students' Loyalty: Some Field Study Evidence.« *International Journal of Educational Management* 21 (2): 126–143.
- Hemsley-Brown, J., in I. Oplatka. 2006. »Universities in a Competitive Global Marketplace: A Systematic Review of the Literature on Higher Education Marketing.« *International Journal of Public Sector Management* 19 (4): 316–338.
- Jančič, Z. 1999. *Celostni marketing*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Joseph, M., M. Yakhou in G. Stone. 2005. »Students' Perceptions of Quality in Higher Education.« *Quality Assurance in Education* 13 (1): 66–82.
- Komljenovič, J., E. Marjetič. 2010. »Drzna Slovenija: na poti v družbo znanja; statistični podatki o visokem šolstvu.« http://www.mvzt.gov.si/fileadmin/mvzt.gov.si/pageuploads/pdf/visoko_solstvo/statistika_visokega_solstva_07072010.pdf
- Kong, S. M., in K. Muthusamy. 2011. »Using Gaps to Classify Quality Attributes.« *The TQM Journal* 23 (2): 145–163.
- Kotler, P. 1991. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. 7th ed. London: Prentice-Hall International.
- Kotler, P., in K. F. A. Fox. 1995. *Strategic Marketing for Educational Institutions*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Legčević, J. 2009. »Quality Gap of Educational Services in Viewpoints of Students.« *Ekonomska misao i praksa DBK* 18 (2): 279–298.
- Lumby, J., in N. Foskett. 1999. *Managing External Relations in Schools and Colleges*. London: Chapman.
- Maringe, F. 2006. »University and Course Choice: Implications for Positioning, Recruitment and Marketing.« *International Journal of Educational Management* 20 (6): 446–479.
- Moogan, J. Y., S. Baron in S. Bainbridge. 2001. »Timings and Trade-Offs in the Marketing of Higher Education Courses: a Conjoint Approach.« *Marketing Intelligence and Planning* 19 (3): 179–187.
- Oplatka, I., in J. Hemsley-Brown. 2003. »The Research on School Marketing: Current Issues and Future Directions.« *Journal of Educational Administration* 42 (3): 375–400.
- Patterson, P. G., in L. W. Johnson. 1993. »Disconfirmation of Expectations and the Gap Model of Service Quality: An Integrated Para-

Pričakovanja študentov glede na razlike v kakovosti storitev

- digm.« *Journal of Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior* 6:90–99.
- Potočnik, V. 2000. *Trženje storitev*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- Raposo, M., in H. Alves. 2003. *Marketing Higher Education: Students' Service Expectations*. <http://129.3.20.41/eps/hew/papers/0511/0511005.pdf>
- Sikošek, M. 2010. »Informativni dan visokošolskega zavoda kot promocijski dogodek: študija primera.« Magistrska naloga, Fakulteta za management Univerze na Primorskem.
- Snoj, B. 2003. *Marketing storitev*. Koper: Visoka šola za management.
- Trebec, T. 2008. »Analiza vedenja odjemalca – študenta pri izbiri visokošolskega študija ekonomije.« Magistrska naloga, Fakulteta za management Univerze na Primorskem.
- všPIS. 2011. *Analiza prijave in vpisa: študijsko leto 2010/2011*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Visokošolska prijavno-informacijska služba.
- Varey, R. J. 2002. *Marketing Communication: Principles and Practice*. London: Routledge.
- Vehovar, V., V. Dolničar, A. Slavec, T. Činkole in M. Makovec. 2007. *Proces vpisa v višje in visoke šole*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Voss, R., T. Gruber in I. Szmigin. 2007. »Service Quality in Higher Education: The Role of Student Expectations.« *Journal of Business Research* 60 (9): 949–959.