Utjecaj zadovoljstva studenata fakultetom i studentskim životom na studentske performanse - primjer Sveučilišta u Splitu

Batinić, Ana Barbara

Master's thesis / Diplomski rad

2015

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:009315

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

UTJECAJ ZADOVOLJSTVA STUDENATA FAKULTETOM I STUDENTSKIM ŽIVOTOM NA STUDENTSKE PERFORMANSE - PRIMJER SVEUČILIŠTA U SPLITU

Mentor:
Doc.dr.sc. Zoran Mihanović
univ.bacc.oec

Student:
Ana Barbara Batinić,
Matični broj studenta: 2130700

Split, studeni, 2015.

SADRŽAJ

1. UVOD 1

1.1. Problem istraživanja 1

1.1.1. Istraživanje kvalitete i zadovoljstva studentskim životom 1

1.1.2. Studentske performanse i njihovo mjerenje 5

1.2. Predmet istraživanja 5

1.2.1. Ciljevi istraživanja 6

1.3. Metode istraživanja 7

1.4. Doprinos istraživanja 8

1.5. Sadržaj diplomskog rada 9

2. MARKETINŠKI ASPEKTI ZADOVOLJSTVA POTROŠAČA 10

2.1. Zadovoljstvo potrošača u profitnom sektoru 10

2.2. Zadovoljstvo potrošača u neprofitnom sektoru 15

2.3. Zadovoljstvo studenata u sektoru visokog obrazovanja 18

3. PERFORMANSE I MJERENJE PERFORMANSI 21

3.1. Mjerenje performansi u obrazovnom sektoru 21

4. OBRAZOVANJE I VISOKO ŠKOLSTVO U HRVATSKOJ 25

4.1. Značenje obrazovanja kao generičke djelatnosti 25

4.2. Teorijski pristup pojmu visokog školstva 26

4.3. Stanje i perspektive visokog školstva u Europskoj Uniji 29

4.4. Specifičnosti visokog školstva u Republici Hrvatskoj 32

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE 37

5.1. Model istraživanja 37

5.2. Istraživačke hipoteze 40

5.3. Postupak istraživanja 40

5.3.1. Uzorak 41

5.3.2. Rezultati istraživanja 42

5.3.3. Demografski profil ispitanika 42

6. ZAKLJUČAK 70

6.1. Ograničenja i preporuke za daljnja istraživanja 72

SAŽETAK 74

SUMMARY **74**
7. LITERATURA **76**
POPIS SLIKA: **80**
POPIS TABLICA: **80**
POPIS GRAFIKONA: **81**
ANKETNI UPITNIK **82**

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Zadovoljstvo studenata kvalitetom studentskog života predstavlja širok pojam koji uključuje niz varijabli na temelju kojih se donose zaključci o tome jesu li studenti zadovoljni kvalitetom života na određenom fakultetu. Brojni su autori (Rode, Sirgy, Machado, Mark, Gibson i dr.) istraživali temu zadovoljstva studenta, a na tu temu direktno se vežu pojmovi kvalitete izvođenja nastave pa tako i samih profesora, kvaliteta smještajnih jedinica, javnog gradskog prijevoza, noćnog života, sportskih i rekreacijskih sadržaja u blizini fakulteta, mogućnosti zapošljavanja za vrijeme studiranja, kvaliteta hrane u menzama kao i kvaliteta rada ostalih fakultetskih tijela (knjižnica, referada i ostali). Provođena su brojna istraživanja (Mark, „Zadovoljstvo studenata i fokus na korisnika u sektoru visokog obrazovanja“, Rode, „Zadovoljstvo životom i studentske performanse“, Sirgy, „Kvaliteta studentskog života“ i dr.) kako bi se utvrdilo koja od ovih varijabli ima najsnažniji učinak na zadovoljstvo studenta, a isto tako koja ima najslabiji učinak na isto. Ti rezultati mogu biti od iznimne važnosti za promatrane fakultete jer će im ukazati na prednosti koje moraju zadržati, a isto tako i na nedostatke koje moraju ukloniti kako bi zadržali dobar imidž u odnosu na ostale fakultete, a njime direktno utjecali na privlačenje novih studenta.

1.1.1. Istraživanje kvalitete i zadovoljstva studentskim životom

Kompleksnost zadovoljavanja kriterija prethodno navedenih čimbenika navelo je brojne autore da pobliže istraže zadovoljstvo studenta kvalitetom studentskog života. Sevda, Orslem (2013) u svojoj studiji su pokušali ispitati zadovoljstvo studentskim životom uključivši varijable kvalitete studentskog života (socijalne, znanstvene i uslužne čimbenike), zadovoljstvo životom te identifikaciju. Studijom su također pokušali procijeniti utjecaj akademskog programa studija, društvenog života, objekata i usluga koje se pružaju na fakultetu na kvalitetu studentskog života u odnosu na druge slične fakultete u Turskoj i drugim zemljama.

Zadovoljstvo životom je na vrhu prioriteta čovjeka u odnosu na zadovoljstvo društvom, obitelji, prijateljima, školom, fakultetom i zdravljem. Prema „bottom-up spillover“

(Sirgy, 2010) teoriji sve navedene varijable utječu na zadovoljstvo životom. Zadovoljstvo studentskim životom utječe na zadovoljstvo životom. Na temelju ovih informacija ispitivano je na koji način zadovoljstvo studentskim životom utječe na zadovoljstvo životom općenito (Sevda, Ozlem, 2013).

Slično istraživanje su Brkljačić i Kaliterna Lipovčan (2010) provele u Hrvatskoj gdje su istraživale zadovoljstvo životom kod studenata. Zadovoljstvo životom je izvješće o tome kako pojedinac ocjenjuje i vrednuje svoj cjelokupni život. Ono se može promatrati kao globalna procjena, ali i kao zadovoljstvo različitim područjima kao što su zdravlje, posao, okolina, socijalni iobiteljski odnosi. Pojedinci procjenjuju koliko su zadovoljni pojedinim područjem, a katkad i koliko im je svako to područje važno ili koliko im se sviđa život s obzirom na pojedino područje. Povezanost između stupnja obrazovanja i sreće nije jednoznačno utvrđena, iako neke studije pokazuju da obrazovanje može utjecati na povećanje sreće, ali putem drugih čimbenika kao što su bolji posao ili bolja primanja. Istraživanja su pokazala da se sreća mladih povećala u periodu od 70-ih do 90-ih godina prošlog stoljeća, a jedno od mogućih objašnjenja je produljeno obrazovanje mladih u odnosu na njihove roditelje koji su u istoj dobi bili prisiljeni raditi.

Znanstvenici poput Watjatrakula, Faganela i Oldfielda tvrde kako su studenti kupci koji trebaju biti tretirani poput kupaca proizvodnih tvrtki. Smatraju se kupcima jer kupuju znanje kako bi zadovoljili vlastite potrebe za znanjem. Zadovoljstvo studenata ukupnim fakultetskim okruženjem neophodno je za njihovo zadržavanje na fakultetu kao i za preporuke budućim studentima (Danjuma, Rasli, 2012). Mnogi nastavnici nerado prihvaćaju model student-kupac i sumnjičavi su prema bilo kakvom pokušaju prilagodbe studentskog okruženja poslovnom konceptu (Mark, 2013).

Machado, Brites, Magalhaes i Sa (2011) istraživali su zadovoljstvo visokim obrazovanjem kao ključnom točkom studentskog razvoja. Brojne institucije prepoznaju više obrazovanje kao „uslužnu djelatnost“ zbog čega trebaju staviti naglasak na ispunjavanje očekivanja i potreba svojih kupaca, u ovom slučaju studenata. U svom istraživanju osvrnuli su se na brojne pojedince i njihova istraživanja o problematici visokih učilišta i zadovoljstvu studenata.

Demografske promjene u studentskoj populaciji kao i na tržištu prisiljavaju visoka učilišta da razmišljaju o činjenici da je zadovoljstvo studenata bitna varijabla uspješnosti samog učilišta, jer o zadovoljstvu studenata ovisi i broj novih upisanih studenata. Kako bi bolje konkurirali drugim učilištima, mnogi fakulteti usvajaju marketinški orijentiranu strategiju kako bi se diferencirali od konkurencije (Kotler, Fox, 2004, preuzeto iz Machado, Brites, Magalhaes, Sa, 2011).Važno je dobro razumijeti ciljna tržišta (studente), ocijeniti njihove potrebe, prilagoditi svoju ponudu kako bi zadovoljili potrebe potražnje i na taj način povećati zadovoljstvo „kupaca" –studenata (Keegan, Davidson, 2004, preuzeto iz Machado, Brites, Magalhaes, Sa, 2011).

Istraživanja su provođena i na odnosu studenata prema instituciji. Taj odnos je definiran kroz dva čimbenika. Jedan od njih je upornost s ciljem završetka fakulteta i dobivanja diplome, dok je drugi mogućnost korištenja te diplome u drugim institucijama. Moguće je i zadržavanje studenta na fakultetu nakon diplome u slučaju dobrih ocjena i ako fakultet ima tu potrebu (Tinto, 1982, preuzeto iz Machado, Brites, Magalhaes, Sa, 2011). Problematika zadovoljstva studenata još uvijek nije dovoljno istražena (Harvey, Lee, 2000, Benjamin, Hollings, 1995, preuzeto iz Machado, Brites, Magalhaes, Sa, 2011).

Zadovoljstvo studenata je kratkoročnog vijeka, a proizlazi iz iskustava studenata s uslugama koje im se pružaju na fakultetu. Fakultetska ustanova mora konstantno raditi na poboljšanju usluga koje pružaju studentima. Na taj način studenti će biti zadovoljni uslugom, a samim time i fakultetom (Elliot, Healy, 2001, preuzeto iz Machado, Brites, Magalhaes, Sa, 2011).

Pojedinici su predstavili dimenzije zadovoljstva studenata uslugama fakulteta na temelju brojnih istraživanja. Predložili su grupiranje tih usluga na način da su ih podijelili na objekte u blizini fakulteta, nastavno osoblje, nastavne metode, okoliš, upis te usluge ostalih fakultetskih tijela. Sve ove usluge koje su pod direktnom kontrolom fakulteta mogu se smatrati odrednicama zadovoljstva studenata (Navarro i suradnici, 2005, preuzeto iz Machado, Brites, Magalhaes, Sa, 2011).

Postoje četiri grupe faktora koji utječu na zadovoljstvo studenata: Institucionalni faktori, Izvannastavni čimbenici, Studentska očekivanja i Studentska demografija. Institucionalni faktori se prema tome sastoje od akademskih (kvaliteta obrazovanja,

komunikacija s nastavnicima u i izvan nastave, udžbenici i ostali nastavni materijali) i administrativnih (fakultetska praksa i filozofija u administraciji) faktora. U izvannastavne čimbenike spadaju socijalne, zdravstvene, kulturne i sportske aktivnosti kao i prijevoz. Studentska očekivanja predstavljaju odabir fakulteta i mogućnost zapošljavanja nakon diplome. Demografski faktori uključuju godine, spol, prisustvo nastavi itd. (Aldemir, Gulcan, 2004, preuzeto iz Machado, Brites, Magalhaes, Sa, 2011).

Rode i suradnici (2005) svoj model baziraju prema perspektivi koju nazivaju „integrirani život“. Ta perspektiva kaže kako individualne performanse čovjeka utječu na njegovo zadovoljstvo u svim životnim područjima. Slažu se kako cjelokupno životno zadovoljstvo studenata, a ne samo zadovoljstvo fakultetom kao institucijom, utječu na performanse studenata, lakoću svladavanja zadataka i uključenost u nastavu.Veliki broj studija pokazale su kako je zadovoljstvo cjelokupnim životom u snažnoj korelaciji sa zadovoljstvom pojedinim životnim područjima, a zajedno objašnjavaju oko 50% varijance u životnom zadovoljstvu. „Bottom-up“ teorija zadovoljstva životom govori da zadovoljstvo životom predstavlja ukupni stav, a isti se sastoji od komponenti zadovoljstva u raznim područjima života, ali utjecaj bilo koje specifične varijable života na ukupno zadovoljstvo životom varira ovisno o populaciji.

Sirgy i suradnici (2010) također su se bavili pitanjem zadovoljstva studenata i koja područja života utječu na zadovoljstvo. Autori su istraživali brojna područja kao što su zadovoljstvo fakultetom, zadovoljstvo metodama podučavanja, zadovoljstvo razrednim okruženjem, zadovoljstvo opterećenjem studenata, zadovoljstvo akademskim ugledom i zadovoljstvo akademskim različitostima.

U prvom modelu istraživao se utjecaj slobodnog vremena i usluga na akademske i socijalne aspekte života, a nije se istraživao utjecaj svakog aspekta na ukupno zadovoljstvo životom studenata. Dok se u drugom modelu provelo istraživanje utjecaja svakog pojedinog aspekta života na ukupno zadovoljstvo životom studenata.

1.1.2. Studentske performanse i njihovo mjerenje

Mjerenje performansi u teoriji, a i praksi, je kompleksno. Ne postoji opće prihvaćeno pravilo mjerenja studentskih performansi, već pojedinci to objašnjavaju i rade na svoj način. Rode i suradnici (2005) istraživali su studentske performanse te su zaključili kako ne utječe samo zadovoljstvo fakultetom na performanse studenta, već i zadovoljstvo ukupnim životom. Mjerenje uspješnosti studenata važno je za svaku visoko obrazovnu ustanovu. Rode i suradnici mjerili su performanse studenata kroz dvije mjere: kumulativni studentski GPA (prosjek ocjena) i kroz menadžerske simulacije. U ovom radu odlučeno je mjeriti performanse kroz prosjek ocjena studenata jer je do tih podataka bilo najlakše doći.

1.2. Predmet istraživanja

U prethodnom poglavlju može se zaključiti kako su provedena brojna istraživanja o zadovoljstvu studentske populacije. Pokušalo se definirati na koji način određeni čimbenici života kao što su obitelj, smještaj, prijevoz i slično utječu na ukupno zadovoljstvo studenata, ali isto tako autori su ulazili u dublje sfere zadovoljstva. Tako su istraživani i čimbenici s kojima se studenti susreću prilikom studiranja kao što su kvaliteta nastavnika, nastavnih metoda, usluga koje fakultet i ostala fakultetska tijela pružaju itd. Brojni su razlozi zbog čega je zadovoljstvo studenata važan faktor za svaki fakultet. Jedan od tih razloga je prvenstveno dobar glas koji će privući nove studente u budućnosti. Promatrajući razloge s aspekta studenata može se reći kako će zadovoljan student postići bolji uspjeh na fakultetu, steći znanja za daljnje napredovanje i karijeru u budućnosti. Međutim ova teza bi se isto trebala dokazati, ako bi se istraživala populacija uspješnih poslovnih ljudi.

U ovom radu istraživati će se zadovoljstvo studenata splitskih fakulteta. Pokušati će se dobiti odgovori na pitanja o razini zadovoljstva odnosno nezadovoljstva splitskih studenata povezujući s tim zadovoljstvom brojne faktore s kojima se studenti susreću prilikom studiranja. Uzimajući u obzir podatke dobivene sekundarnim istraživanjem, za potrebe ovog rada kreirati će se model koji je kombinacija u tekstu prethodno dva navedena modela. U prvom modelu kojeg su definirali Rode et al. istražuje se koliki utjecaj imaju određeni čimbenici na ukupno životno zadovoljstvo, te je li ukupno životno zadovoljstvo povezano sa studentskim performansama. Čimbenici koji utječu na generalno zadovoljstvo životom su konkretniji određeni u drugom modelu kojeg su kreirali Sirgy i suradnici.

1.2.1. Ciljevi istraživanja

Zadovoljstvo studenata tema je koju su brojni strani autori nastojali istražiti povezujući taj pojam s brojnim aspektima života studenata koji su prethodno navedeni. U Hrvatskoj takvih istraživanja nije bilo mnogo, a neke informacije o tome pokušale su dati Brkljačić i Kaliterna Lipovčan (2010) u svom radu „Zadovoljstvo životom i osjećaj sreće kod studenata".

Upravo ova činjenica da je ovakvih istraživanja u Hrvatskoj bilo jako malo nagnalo je autora da istraži ovu temu bolje i donese nove zaključke o utjecaju kvalitete studentskog života na ukupno zadovoljstvo životom, kao i utjecaj određenih aspekata života na zadovoljstvo studentskim životom.

Istraživanje će se provoditi na splitskim fakultetima, a nakon što se definirao problem i predmet istraživanja ovog rada, te su postavljene hipoteze koje će se dokazivati ili odbacivati, važno je odrediti i ciljeve ovog istraživanja koji su se tokom ovog rada već nametnuli.

Ciljevi ovog istraživanja su:

- Definirati zadovoljstvo i mjerenje zadovoljstva u obrazovnom sektoru
- Definirati performanse i mjerenje performansi u obrazovnom sektoru
- Definirati pojam obrazovanja kao djelatnosti i pojam visokog školstva u Republici Hrvatskoj kao i u Europskoj Uniji te napraviti komparaciju visokog obrazovanja u Hrvatskoj i inozemstvu
- Definirati čimbenike života studenata
- Utvrditi utječe li zadovoljstvo svakog od tih čimbenika na zadovoljstvo studentskim životom
- Utvrditi utječe li zadovoljstvo studentskim životom na performanse studenata na fakultetu
- Doprinijeti splitskom sveučilištu spoznanjima o zadovoljstvu studenata uslugama koje fakulteti pružaju i na koji način ih mogu poboljšati

1.3. Metode istraživanja

Nakon navedenih problema, predmeta, ciljeva i hipoteza ovog istraživanja potrebno je navesti i metode kojima će se provoditi ovo istraživanje u svrhu izrade diplomskog rada. Rad će se sastojati od teorijskog i praktičnog (empirijskog) dijela. Teorijski dio rada najviše će se bazirati na znanstvenim člancima objavljenim u inozemstvu, jer u Hrvatskoj ovakvih istraživanja nedostaje. Isto tako koristiti će se Internet, online baze podataka kojima autor može pristupiti te stručna literatura. Prilikom istraživanja koristiti će se nekoliko znanstvenih metoda koje Zelenika (2000.) u svom radu definira a to su: metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda klasifikacije, komparativna metoda, metoda kompilacije, metoda deskripcije, metoda anketiranja, metoda dokazivanja.

U uvodnom i teorijskom dijelu koristiti će se **metoda kompilacije** i **metoda deskripcije**. **Metodom deskripcije** će se na jednostavan način opisati dosadašnje spoznaje o promatranom području istraživanja, a **metodom kompilacije** će se preuzeti tuđi rezultati znanstveno-istraživačkih radova, odnosno tuđa opažanja, stavovi, zaključci i spoznaje kako bi se rad obogatio relevantnim informacijama koje mogu pomoći u razumjevanju iznesene problematike.

Metoda indukcije i dedukcije koristiti će se prilikom dokazivanja hipoteza. Induktivno-deduktivna metoda služi za objašnjavanje utvrđenih i otkrivanje novih spoznaja, za dokazivanje postavljenih teza, provjeravanje hipoteza, predviđanje budućih događaja i za znanstvena izučavanja. Kod kreiranja hipoteze koristiti će se induktivna metoda. Na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica iz prošlih istraživanja, donijet će se opći zaključak na osnovu čega će se formirati pojedine hipoteze. Kod deduktivne metode iz općih stavova se izvode pojedinačni ili posebni zaključci.

Metode anketiranja i intervjuiranja će se koristiti u svrhu prikupljanja podataka, informacija, stavova i mišljenja o predmetu istraživanja. Ova metoda koristiti će se u empirijskom dijelu na način da će se anketa provesti na studentima sveučilišta u Splitu. Osnovu za provođenje ove metode činiti će baza podataka koja će se sastojati od pravilno popunjenih anketnih upitnika koji će se studentima dostaviti online ili fizičkim putem.Nadalje, prikupljeni podaci će se statističkim metodama obraditi u MS Excelu i u

Statističkom paketu za društvena istraživanja (Statistical Package for the Social Sciences – SPSS) prikazati tablicama i grafikonima, te interpretirati.

Na kraju će se primijeniti **metode dokazivanja i opovrgavanja**. Dokazivanje je izvođenje istinitosti pojedinih stavova na temelju znanstvenih činjenica ili na temelju ranije utvrđenih istinitih stavova. To je misaoni sadržajni postupak kojim se utvrđuje istinitost nekih spoznaja. Prilikom dokazivanja točnosti hipoteza, tj. na temelju ovih metoda pojedine hipoteze će se prihvatiti, odnosno odbaciti.

1.4. Doprinos istraživanja

Ovaj rad predstavljati će doprinos literaturi o zadovoljstvu studenata, posebno hrvatskoj literaturi jer ih ne postoji mnogo. Doprinijeti će na način da će se istraživati zadovoljstvo studenata kvalitetom studentskog života, te će se pokušati zaključiti kojim čimbenicima su studenti najzadovoljniji, a kojima manje zadovoljni. Na taj način nastojati će se proširiti spoznaje o zadovoljstvu studenata studentskim životom. Ispitanici će procijeniti koliko su zadovoljni pojedinim područjima svog života, a isto tako utvrditi će se koliko im je svako to područje važno ili koliko im se sviđa život s obzirom na pojedino istraživano područje.

Rezultati istraživanja moći će se usporediti s dobivenim rezultatima nekih drugih fakulteta u Hrvatskoj, a također će biti moguće uspoređivati dobivene rezultate s nekim fakultetima u inozemstvu. Na taj način će se moći doći i do podataka jesu li zadovoljniji studenti u Hrvatskoj ili oni u inozemstvu.

Ovakva istraživanja predstavljaju veliku pomoć institucijama na kojima se istraživanje provodi, jer iz prve ruke doznaju čime su njihovi studenti zadovoljni odnosno nezadovoljni. Na taj način su u mogućnosti mijenjati svoju uslugu, odnosno poboljšati je u onim područjima u kojima su se prema istraživanju pokazali lošima. Također će saznati u kojem području pružanja usluge su dobri kako bi mogli zadržati takve prednosti i u budućnosti. Pitanje je hoće li fakulteti iskoristiti ovakve vrste istraživanja kako bi poboljšali svoju uslugu i na neki način oblikovati strategiju prema kojoj će pokušati zadržati studente i privući nove generacije te stvarati na neki način sve kvalitetnije buduće studente.

1.5. Sadržaj diplomskog rada

U uvodnom dijelu, odnosno prvom poglavlju rada definirati će se problem istraživanja koristeći teorijsku podlogu znanstvenih članaka vezanih uz temu zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života kao i hipoteze i ciljeve istraživanja. Također će biti opisane metode istraživanja, statističke metode koje se koriste pri obradi anketnog upitnika te doprinos istraživanja.

U drugom poglavlju definirati će se zadovoljstvo s marketinškog aspekta koristeći se teorijska podloga s područja marketinga. Definirati će se zadovoljstvo potrošača u profitnom i neprofitnom sektoru te povezati tu teoriju s pojmom visokog školstva.

U trećem poglavlju definirati će se performanse i mjerenje performansi u obrazovnom sektoru, te će se također pokušati povezati promatrani pojmovi sa pojmom visokog školstva.

U četvrtom poglavlju obrađivati će se pojam obrazovanja i visokog školstva u Republici Hrvatskoj, te će se usporediti stanje visokog školstva u inozemstvu, točnije zemljama Europske unije, te visokog školstva u Republici Hrvatskoj.

Peto poglavlje sadržavati će kratak opis korištenog modela istraživanja te statističku analizu dobivenih rezultata nakon provođenja anketnog upitnika kako bi postavljene hipoteze prihvatili ili odbacili.

Posljednje, šesto poglavlje dati će uvid u zaključna razmatranja uključujući teorijske i praktične implikacije rezultata dobivenih nakon statističke obrade, a na kraju i moguća ograničenja ili preporuke za nova istraživanja. Na kraju slijedi sažetak rada, popis slika, tablica, grafikona, literatura te prilozi.

2. MARKETINŠKI ASPEKTI ZADOVOLJSTVA POTROŠAČA

Zadovoljstvo se može definirati kao prosudba o performansama proizvoda ili usluge temeljem kognitivnih (funkcionalnih) i psiholoških (emocionalnih) vrijednosti proizvoda. Budući da potrošači vrijednuju proizvod temeljem velikog broja obilježja, svako od njih može postati u kombinaciji s drugima osnova diferencijacije vlastitog od konkurentnih proizvoda. Drugi dio koji je vezan za definiciju zadovoljstva je usmjerenost na zadovoljstvo. Zadovoljstvo može biti i posljedica različitih funkcionalnih obilježja ili psiholoških razloga. Treća karakteristika zadovoljstva je da je zadovoljstvo „interno“ po svojoj prirodi. To znači da zadovoljstvo mora funkcionirati na razini potrošačevog stanja svijesti. Ne može se očekivati da će funkcionalne performanse rezultirati u visokom stupnju zadovoljstva. Psihološko iskustvo s proizvodom je krucijalno za zadovoljstvo potrošača. Iako je zadovoljstvo dominantno psihološko stanje, ono je i pod utjecajem društvenih normi i ponašanja. Uvjetovano je i širim kulturološkim sustavom (kao što su značenja, vjerovanja, emocije, odnosi s grupom) i konfliktima. Zadovoljstvo referentnih grupa također utječe na zadovoljstvo pojedinca sa specifičnim proizvodom i uslugama. Nezadovoljstvo predstavlja neprihvatljivu razliku između dobivenog u odnosu na očekivana funkcionalna obilježja i psihološka očekivanja potrošača. Obilježja koja utječu na zadovoljstvo često nisu istovjetna onima koja utječu na nezadovoljstvo (Kesić, 2006).

2.1. Zadovoljstvo potrošača u profitnom sektoru

U marketingu, zadovoljstvo klijenata je već dugo vremena prepoznato kao središnji koncept i važan cilj svih poslovnih aktivnosti. Posljednjih godina se širi spoznaja da pružanje „totalnog“ proizvoda i usluge visoke vrijednosti, a što podrazumijeva i prateće usluge, utječe na profitabilnost tvrtke preko zadovoljstva klijenata. Zadovoljstvo klijenata može poslužiti kao pokazatelj uspješnosti tvrtke u prošlosti, sadašnjosti i kao indikator uspješnosti u budućnosti. Predvidjeti buduću uspješnost proizvoda ili usluge najlakše je praćenjem zadovoljstva klijenata tim istim proizvodom ili uslugom. Zadovoljstvo klijenata je prediktor ponovljene kupnje te se iskazuje lojalnošću klijenata. Veća je vjerojatnost da će zadovoljniji klijenti biti lojalniji proizvodu, usluzi i tvrtki od nezadovoljnih (Vranešević, 2000).

Zadovoljstvo klijenata utječe na profitabilnost na sljedeći način: visoka razina zadovoljstva indikator je povećane lojalnosti sadašnjih klijenata, djeluje na smanjenje elastičnosti cijena i povećanu otpornost klijenata tvrtke na privlačenje od strane konkurencije. Visoka razina zadovoljstva ima za posljedicu manje troškove budućih transakcija, manje troškove sklopljenoga posla prvi put i povećane reputacije tvrtke. Povećana lojalnost sadašnjih klijenata znači da će više istih klijenata u budućnosti opet poslovati s tvrtkom. Ako tvrtka ima lojalne klijente, to će se odraziti na njezinu uspješnost u smislu povrata ulaganja jer takvi klijenti osiguravaju stabilnost budućeg pritoka gotovine tzv. cash flow (Reicheld, Sasser, 1990, preuzeto iz: Vranešević, 2000). Zadovoljstvo klijenata smanjit će elastičnost cijene kod sadašnjih klijenata. Zadovoljni će klijenti biti spremniji i više platiti za koristi za koje su sigurni da će dobiti i vrlo će vjerojatno biti tolerantniji prema povećanju cijene (Garvin, 1988, preuzeto iz : Vranešević, 2000).

Visoka razina zadovoljstva smanjuje troškove transakcija u budućnosti zbog manje potrebe i neophodnosti stalnog privlačenja brojnih novih klijenata. Stalno pružanje proizvoda i usluga koje zadovoljavaju klijente povećati će profitabilnost i zbog troškova otklanjanja nedostataka u poslijekupovnom procesu. Troškovi privlačenja novih klijenata bit će manji za tvrtke čiji su klijenti izrazito zadovoljni i zbog utjecaja pozitivne usmene predaje lojalnih klijenata, što može biti značajan činitelj procjene očekivane vrijednosti za klijente koji prvi put procjenjuju alternative. Tvrdnje o zadovoljstvu klijenata mogu učiniti oglašavanje učinkovitijim i općenito sva ulaganja u promidžbu opravdanijim. Jednako tako, nezadovoljni klijenti će usmenom predajom prenositi svoje nezadovoljstvo, što se temelji na stvarnoj vrijednosti, te će napori za predstavljanje odgovarajuće očekivane vrijednosti morati biti povećani da bi klijenti procijenili odgovarajuću očekivanu vrijednost u usporedbi s raznim alternativama. To je rješenje samo na kratki rok. Umjetno stvorena velika očekivana vrijednost nije jamstvo uspjeha proizvoda ili usluga i kad rad će tvrtku stajati povjerenja njezinih klijenata (Vranešević, 2000).

Zadovoljstvo kao rezultat kupnje i potrošnje određenog proizvoda ili usluga, ima veliko značenje za proizvođača (prodavača, dobavljača) jer omogućuje povezivanje ponuđenog proizvoda s pojavom postkupovnog ponašanja, a uključuje promjene u ponašanju, ponovljenu kupnju i na kraju lojalnost samog kupca. Istraživanja neprestano potvrđuju značajnu korelaciju između zadovoljstva i ponovljene kupnje, veće lojalnosti marki i širenja

pozitivnog mišljenja o proizvodu. Zadovoljstvo je generator ponovljene kupnje i svih prednosti koje tvrtka treba za svoje postojanje i razvoj (Dubrovski, 2001).

Dubrovski (2001) također navodi kako zadovoljstvo potrošača leži u srži marketinškog koncepta, a zauzima vodeće mjesto u marketinškim teorijama. Temelji se na pretpostavci da će se profit ostvariti zadovoljenjem potrošačkih zahtjeva, odnosno ostvarenjem potrošačkih zahtjeva.

Kupnjom proizvoda očekivanja mogu biti:

- Potvrđena, ako je proizvod ispunio očekivanja
- Negativno potvrđena, kada je proizvod gori od očekivanog
- Pozitivno potvrđena, kada je proizvod bolji od očekivanog

Dubrovski (2001) se dotaknuo i teme nezadovoljstva koje se javlja kada se očekivanja kupaca ne ispune. Kod potvrde očekivanja postoje dvije razine. Na prvoj razini očekivanja su niska i proizvod je adekvatan. Na drugoj višoj razini očekivanja su veća i zahtjevnija i proizvod koji je mnogo složeniji će biti adekvatan. U oba slučaja da bi kupac bio zadovoljan, zahtjevi za proizvodima su drukčiji. Iz toga se može zaključiti da tamo gdje su očekivanja niža, zahtjevi će se ostvariti i s jednostavnim proizvodom. Sličan rezultat će se ostvariti tamo gdje proizvod iznimno visoke kvalitete će ispuniti visoka i zahtjevna očekivanja kupaca.

Zadovoljstvo kupaca je najučinkovitiji, a u isto vrijeme i najjeftiniji izvor tržišne komunikacije jer će zadovoljan potrošač pričati drugima o svom zadovoljstvu i preporučiti proizvod drugim kupcima. S druge strane mora se uzeti u obzir i stalna prisutnost opasnosti od širenja nepovoljnih informacija o proizvodu koji se javljaju od strane nezadovoljnih kupaca. Ovu opasnost istraživali su brojni pojedinci (Collier, 1994, Desatnick, 1989, Hopson & Scally, 1989,Vavra, 1992, preuzeto iz: Dubrovski, 2001):

- Zadovoljan kupaca prenijeti će svoje zadovoljstvo desetorici drugih potencijalnih kupaca koji na taj način mogu postati kupci proizvoda,
- 96% nezadovoljnih kupaca se nikad ne žale na neadekvatan proizvod ili uslugu,
- 90% nezadovoljnih kupaca više neće kupiti proizvod iste marke ili se vratiti istom prodavaču koji nikada neće saznati zašto,

- Svaki nezadovoljan kupac će iznijeti svoje nezadovoljstvo o kupnji proizvoda najmanje devet drugih ljudi,
- 13% nezadovoljnih kupaca će iznijeti svoje nezadovoljstvo više od 20 ljudi.

Proizvođač mora najveću pozornost posvetiti zadržavanju kupaca, jer je puno jeftinije zadržati kupce nego pokušati steći nove kupce. Često je marketing usmjeren na traženje novih kupaca, a manje pažnje se posvećuje postojećim potrošačima (Dubrovski, 2001).

Young i Ennew (2001) također su se bavili pitanjem zadovoljstva potrošača. Smatraju kako je poveznica između zadovoljstva potrošača i performansi tvrtke jednostavna. Zadovoljni kupci češće kupuju (lojalnost), a smatraju kako je lojalne kupce jeftinije usluživati i da su manje cjenovno osjetljivi zbog čega su troškovi niži, a profit veći. Važnost lojalnosti u ovom odnosu ne smije biti podcijenjena, a mnoga istraživanja pokazuju da u većini slučajeva zadovoljstvo je ključni faktor, a lojalnost prateći faktor kod ostvarenja financijskih performansi. Iako kompleksnost odnosa između marketinških varijabli i financijskih performansi mora biti važan za svaku tvrtku, zadovoljstvo i dalje prednjači u svakoj tvrtci i važan je faktor za marketinške menadžere. Očekuje se da zadovoljstvo ima utjecaj na profitabilnost kroz svoje učinke zadržavanja kupaca. Također su se složili kako većina definicija marketinškog stresa (bilo implicitno ili eksplicitno) kaže da je to proces koji se bavi poboljšanjem poslovnih performansi kroz isporuku dugoročnog zadovoljstva kupaca. Zadovoljni kupci će vrlo vjerojatno biti i lojalni, a lojalni kupci su profitabilniji. Tvrtke bi trebale generalizirati ove tvrdnje, istaknuti važnost zadovoljstva zaposlenika kako bi se generiralo zadovoljstvo kupaca.

Postoji uvjerljiva poveznica između radnog iskustva zaposlenika i financijskog rezultata poslovanja koji drži da je u uslužnom sektoru zadovoljstvo potrošača kritična varijabla. Teoretičari su ovakvo stajalište nazvali uslužni lanac dobiti. Jednostavno gledano, uslužni lanac dobiti tvrdi kako zadovoljan i motiviran zaposlenik rezultira zadovoljnim kupcima, a zadovoljni kupci kupuju više povećavajući na taj način dobit i profit organizacije. Uslužni lanac dobiti se definira na način da uključuje direktne i snažne veze između profita, rasta, lojalnosti potrošača, zadovoljstva potrošača, vrijednost dobara i usluga dostavljenih potrošaču i zasplenikov kapacitet, zadovoljstvo, lojalnost i produktivnost. Istraživanjem korelacije između zadovoljstva zaposlenika i kupaca zaključili su kako pozitivna iskustva

zaposlenika, njegovi stavovi, zadovoljstvo, predanost te pozitivna ocjena organizacijske klime, su povezana s povišenim razinama zadovoljstva potrošača (Heskett i suradnici, 1997).

Neka istraživanja su također pokazala visoku korelaciju između zadovoljstva zaposlenika i zadovoljstva potrošača. Općenito, čini se kako povoljna iskustva na radnom mjestu su često povezana s povoljnim iskustvima kupaca. Drugi bitan element uslužnog lanca dobiti je poveznica između zadovoljstva potrošača i financijskih performansi. Mnogi teoretičari su konstantno raspravljali o utjecaju poslovnih performansi na zadovoljstvo potrošača (Harter i suradnici, 2002).

Znanstvenici su utvrdili da kupci koji su zadovoljni dobavljačima pokazuju veće namjere kupnje od tog dobavljača nego oni koji nisu zadovoljni tim istim. Mišljenja su podijeljena iz razloga što je svaki autor istraživao drugo područje. Korelacija između zadovoljstva potrošača i financijskih performansi je primjećena u sektoru restorana i u maloprodajnom sektoru. U bankarskom sektoru zaključeno je da veće zadovoljstvo kupaca dovodi do povećanog „cross-selling-a“, a smatra se kako je zadovoljstvo potrošača bilo vodeći pokazatelj prihoda i rasta promatrajući korisničku bazu podataka nekih banki (Anderson, Sullivan, 1993).

Kao što potrošači trebaju promjene tako i tvrtke trebaju konstantno prilagođavati svoje proizvode i usluge. Odnosi između potrošača i tvrtki se mijenjaju. Neki autori promatraju taj odnos kroz životni ciklus te smatraju kako odnos između potrošača i tvrtke prolazi kroz različite faze tog životnog ciklusa. Tvrtka mora biti spremna identificirati trenutnu fazu tog životnog ciklusa kako bi mogla reagirati na očekivanja kupaca (Dwyer, Schurr, & Oh 1987, Bruhn, 2003, preuzeto iz Gelade, Young, 2005).

Jedno harvardsko istraživanje pokazalo je da ako tvrtka teži povećanju zadovoljstva potrošača, jedno od najperspektivnijih mjesta za to je služba za korisnike. Nažalost to je mjesto gdje se dugoročni ciljevi teže impliciraju zbog kratkoročnih financijskih pritisaka. Mnoge tvrtke teže zadovoljiti neposredne zahtjeve Wall Street-a rezanjem troškova kroz automatizaciju i outsorcing unatoč sve većem broju istraživanja koja pokazuju da je kupcima dosta loših usluga te da povećano zadovoljstvo ima pozitivan učinak na osobnu potrošnju, novčani tok i uspješnost poslovanja (Rogers, Saenz, 2009).

2.2. Zadovoljstvo potrošača u neprofitnom sektoru

Neprofitni sektor predstavlja pojedince i organizacije koje pomažu da društvo postane zajednica odgovornih pojedinaca orijentiranih prema osobnom/obiteljskom napretku, ali i napretku zajednice kojoj pripadaju. Nastanak i razvoj neprofitnog sektora može se povezati s koncepcijom društvene odgovornosti (brigom za funkcioniranje i prosperitet zajednice), ali i s pripadnošću zajednici kao grupi ljudi koji su povezani društvenim i drugim vezama i ovise jedni o drugima. Društvena odgovornost uvjetuje postojanje društvene kontrole kao skupa aktivnosti kojima se ljudi poučavaju, uvjeravaju ili prisiljavaju da poštuju norme, a može se razmatrati na razini svijeta, države, kompanije i pojedinca. U svojoj osnovi država je zajednica koja pojedincima i skupinama koje žive na određenom području omogućuje ili pomaže zajednički suživot usmjeravajući ga djelovanjem ovlaštenih institucija. Pritom su neprofitne aktivnosti koja ona (ne)poduzima potencijalni uzročnik nastajanja i razvoja nevladinih neprofitnih organizacija na koje ponekad nastoji prebaciti dio svojih društvenih odgovornosti. Izuzetno veliki utjecaj neprofitnog sektora očituje se i na generator društvenih promjena odnosno tržište. Bez izravnog ili neizravnog sudjelovanja državnih institucija i nevladinih neprofitnih organizacija u procesima tržišne razmjene, spomenuta razmjena bi bila manja, otežana, a ponekad i nemoguća. Kada se sublimiraju sve privatne i javne organizacije koje se mogu smatrati neprofitnima javlja se pojam neprofitne organizacije. To su sve one organizacije koje služe ostvarenju nekog određenog javnog interesa, ali im osnovna svrha postojanja nije ostvarivanje profita (Pavičić, 2003).

Mnoge neprofitne organizacije postaju svjesne činjenice da je prepoznavanje potreba svojih klijenata ključan činitelj uspjeha njihovog poslovanja. Organizacije su svjesne ove činjenice godinama i razvijaju složene sustave praćenja ponašanja svojih klijenata. Kako neprofitni menadžeri postaju sve više sofisticirani, a neprofitne organizacije se bore za opstanak u promjenjivom okruženju, od važnosti je činjenica da organizacija mora djelovati na način da zadovolji svoje klijente (Siri, 1987).

Potrošači u današnje vrijeme mogu birati između široke palete proizvoda različite kvalitete i cijene, ali cijena više nije presudan element koji ih potiče na kupnju. Sve je više onih potrošača koji teže većoj vrijednosti ne samo individualnoj, već i za cijelu društvenu zajednicu. Pred potrošače se danas stvara velik izbor između proizvoda i usluga različite kvalitete i cijene, ali cijena više nije presudan element koji potiče na kupnju. Sve je više onih

potrošača koji žele dobiti i veću vrijednost ne samo za sebe već i za cijelu zajednicu. Stoga dolazi do odabira onih poduzeća i/ili organizacija koje nude koristi za sve uključene strane. Potrošači postaju privrženiji onim poduzećima i organizacijama koji pokazuju zabrinutost za zajednicu i doprinose razvoju i dobru društvene zajednice. Povećana društvena osjetljivost zajednice pred poduzeća i organizacije postavlja brojne izazove prema kojima poduzeća moraju poslovati uspješno, a da se pritom obrati pozornost na dobrobit zajednice te da se sve štetne i negativne aktivnosti svedu na minimum (Glavočević, Radman Peša, 2013).

Povećana zabrinutost društva za ekološke i društvene probleme navela je organizacije da pokrenu suradnju s drugim organizacijama i povežu promocijske aktivnosti svojih proizvoda i usluga te zajedno ispune neki cilj od opće dobrobiti na uzajamnu korist. Najčešće se misli na suradnju između profitnog i neprofitnog sektora. Cilj marketinga opće dobrobiti je prvenstveno ostvarenje društveno korisnog cilja, dok je marketinška promocija u drugom planu. U današnje vrijeme ostvarenje profita je primarni cilj većini organizacija diljem svijeta, međutim razvoj društva i sve veća zagađenost okoliša stavljaju pred organizacije velike izazove kako pridobiti povjerenje potrošača. Marketing opće dobrobiti jedan je od oblika društveno odgovornog poslovanja kojim organizacije nastoje zadovoljiti izazove koje interesno utjecajne skupine stavljaju pred njih (Glavočević, Radman Peša, 2013).

Poduzeća i neprofitne organizacije ostvaruju najveće nagrade primjenjujući koncept marketinga opće dobrobiti, međutim i potrošači su nagrađeni osjećajem dodatne percipiranje vrijednosti koja proizlazi iz njihove kupnje. Osim toga, potrošači stječu sposobnost razlikovanja između konkurentnih proizvođača te mogu zadovoljiti svoje altruističke potrebe pomažući društvenoj zajednici (Barone i suradnici, 2000, preuzeto iz Grupta, Pirsch, 2006).

Proizvod koji je usko povezan s nekom dobrotvornom svrhom, dodatno utječe na kupovnu odluku potrošača i time pomaže u stvaranju dodatne vrijednosti za potrošača i osjećaja zadovoljstva. Pomoć koju potrošači pružaju društvu za njih predstavlja osjećaj zadovoljstva zbog učinjenog dobrog djela (Farache i suradnici, 2008, preuzeto iz Grupta, Pirsch, 2006).

Polonsky i Speed (2001) su ustanovili da marketing opće dobrobiti i njegov utjecaj na potrošače mogu izazvati određene rizike i zabrinutost za njih. Potrošači mogu biti u zabludi zbog prevelike velikodušnosti koje pružaju poduzeća primjenjujući koncept marketinga opće

dobrobiti. To može dovesti do shvaćanja da dobrotvorne organizacije zapravo više i ne trebaju pomoć zbog čega prestanu davati priloge te se ukupna prikupljena sredstva smanjuju. U konačnici to ima štetne posljedice za njih jer su neprofitne organizacije, zbog manjka sredstava, primorane smanjiti svoje aktivnosti i usluge. Poduzeća koja primjenjuju ovaj koncept mogu kod potrošača izazvati osjećaj da se kroz pomoć u financiranju dobrotvorne svrhe zapravo pomaže financiranju razvoja proizvoda i/ili usluga poduzeća.

Srbljinović (2012) smatra kako postoji pozitivan odnos između lojalnosti potrošača i društvene odgovornosti poduzeća. Kako kupovno ponašanje ne uključuje samo osobne, već i društvene motive, potrošači danas u sve većoj mjeri očekuju od poduzeća da pokažu usklađenost s nekim društvenim vrijednostima kao doprinos društvu. Ako potrošači prepoznaju te napore poduzeća i uspiju se s istima identificirati (stajalištima, vrijednostima, uvjerenjima, aktivnostima), oni su spremniji kupiti proizvode tih poduzeća, što rezultira boljim profitnim rezultatima poduzeća, za razliku od onih koji ne ulažu napore kako bi svojim djelovanjem pridonijeli općoj dobrobiti društva.

Suvremene poslovne prakse stavljaju zadovoljstvo potrošača na prvo mjesto i sve više ulažu u društveno odgovorno poslovanje. Na taj način poduzeća mogu snažno utjecati na kupovne odluke potrošača, koji su spremni nagraditi takvo poslovanje svojom lojalnošću. Velika većina potrošača je spremna sudjelovati u kupnji etičkih proizvoda s ciljem da pomogne društvu te su uočene brojne pozitivne veze koje su proizlaze iz društveno odgovornog poslovanja i ponašanja potrošača. Emocije su jedan od glavnih elemenata koji pokreće potrošače da sudjeluju u marketingu opće dobrobiti, no osim toga tu su još brojni aspekti koji na to utječu. Uz emocije, vrsta svrhe koja se podupire, bilo na lokalnoj ili nacionalnoj razini, duljina trajanja kampanje i visina donacija također utječu na spremnost kupca da sudjeluje u provođenju kampanje marketinga općeg dobra. Kod nekih potrošača se, kao posljedica moralnih emocija, javlja osjećaj krivnje i tjera ih da sudjeluju u donacijama i pomognu društvu, no veći je broj onih koji to čine iz osjećaja ponosa koji proizlazi nakon učinjenog dobrog djela. Najveći uspjeh za ovakvu vrstu poslovne prakse jamči identifikacija potrošačkih stavova i stavova samog poduzeća (Glavočević, Radman Peša, 2013).

2.3. Zadovoljstvo studenata u sektoru visokog obrazovanja

Kvalitetna usluga preduvjet je preživljavanja i održavanja konkurentnosti na tržištu visokog obrazovanja budući da je posljednje desetljeće obilježeno povećanom konkurencijom među visokoobrazovnim institucijama. Uspješno svladavanje prethodno navedenog izazova zahtijeva identifikaciju potreba studenata i razumijevanje formacije studentske percepcije kvalitete usluge. Odnos između očekivanja studenata i njihovog zadovoljstva kvalitetom usluge koju pruža obrazovna ustanova ima važnu ulogu u oblikovanju reputacije akademskih institucija. Razumijevanje i poznavanje očekivanja studenata može predstavljati izvor informacija institucijama visokog obrazovanja kako bi ih mogle uključiti u kreiranje strategije razvoja kvalitete svoje usluge te biti u prednosti na tržištu visokog obrazovanja (Sander i suradnici, 2000, Hill, 1995, preuzeto iz: Zbornik radova znanstvene konferencije, 2013).

Svaka interesna skupina u visokom obrazovanju (studenti, nastavno osoblje, vlada, itd.) ima poseban pogled na kvalitetu ovisno o specifičnim potrebama koje pojedinačna skupina ima. Ekonomska literatura vezana za kvalitetu usluge najčešće se temelji na usporedbi očekivanja potrošača s njihovim zadovoljstvom stvarno ostvarene usluge (Zeithmal i suradnici, 1990, preuzeto iz: Zbornik radova znanstvene konferencije, 2013).

O'Neill i Palmer (2004) definiraju kvalitetu usluge u visokom obrazovanju kao razliku između očekivanja studenata o tome što će od visoko obrazovne institucije dobiti i njihovog zadovoljstva ostvarenim očekivanjima. Prilikom upisa na institucije visokog obrazovanja, očekivanja studenata se u najvećoj mjeri temelje na dotadašnjim srednjoškolskim iskustvima i na usmenoj predaji studenata koji pohađaju ili su pohađali više godine studija.

Douglas i suradnici (2006, preuzeto iz: Zbornik radova znanstvene konferencije, 2013) navode četiri glavna razloga zašto istraživati mišljenje, očekivanja ili zadovoljstvo studenata:

- kako bi postojao dokaz da studenti imaju priliku komentirati te da bi takve informacije pomogle u poboljšanju usluge visokoobrazovne institucije
- kako bi se potaklo studente na razmišljanje o vlastitom stjecanju znanja
- kako bi se institucijama omogućilo postavljanje kriterija kvalitete te kako bi se mogli kreirati indikatori koji bi doprinijeli reputaciji institucije na tržištu
- kako bi se studentima pružila prilika izraziti zadovoljstvo svojim akademskim iskustvom.

Akademske institucije sve više postaju svjesne važnosti zadovoljstva studenata budući da zadovoljstvo studenata pozitivno utječe na njihovu odluku o nastavku školovanja na toj instituciji te na pozitivnu usmenu predaju kojom će se privući budući studenti. Zadovoljstvo studenata utječe i na studentsku motivaciju, na njihovo pohađanje nastave te na povećanje prihoda obrazovne institucije. Zbog svega navedenog, institucije su pod pritiskom društva i države da ostvare što je moguće bolji odnos između usluge koju pružaju i novčane naknade koju primaju te ulažu velike napore kako bi osigurale veću kvalitetu obrazovanja koja će zadovoljiti društvene i individualne potrebe studenata (Marzo-Navarro i suradnici, 2005, Mavondo i suradnici, 2004, Schertzer, 2004, Vranešević, 2006, preuzeto iz: Zbornik radova znanstvene konferencije, 2013).

Uspostavljanje kvalitetnih odnosa sa studentima visokom učilištu pruža konkurentne prednosti obzirom da će studenti koji polaze neki fakultet širiti pozitivan WOM budućim studentima, a i kroz dugoročne suradnje studenata s institucijom. Polaznici fakulteta mogu se osjećati ugodno obzirom na ponašanje drugih studenata, ali i ne moraju. Ako korisnici usluga determiniraju sebe kao socijalno inkompatibilne u odnosu na druge korisnike usluga, veća je vjerojatnost da će biti nezadovoljni uslugom (Harrison Walker, 2014).

Neka istraživanja pokazala su kako institucije mjere zadovoljstvo studenata koristeći razne ankete kao povratne informacije od studenata. Na taj način pokušavaju uspostaviti ravnotežu između očekivanog i pruženog samim studentima. Mnogi se slažu kako kvaliteta vodi zadovoljstvu, no neki razdvajaju ta dva pojma smatrajući kako je kvaliteta opća percepcija, a zadovoljstvo niz specifičnih aspekata (Bitner, 1990).

Athiyaman (1997) smatra kako studentska percepcija kvalitete ima jak utjecaj na studentsku post-ulogu kao komunikacijskog „sredstva“. Sa studentskog stajališta, kvalitetna nastava stvara bolje prilike u pogledu učenja i znanja, te smatraju kako zadovoljstvo odnosno nezadovoljstvo snažno utječe na studentski uspjeh odnosno neuspjeh u učenju (Aldridge, Rowley, 1998, preuzeto iz Li-Wei, 2005).

Nastavni aspekti i aspekti isporuke nastave postaju jedne od najvažnijih determinanti percepcije nastavne kvalitete i zadovoljstva studenata (Elliot, Shin, 2002, Brown, 1998, Fraser, 1994, preuzeto iz Li-Wei, 2005).

Dok je donedavno menadžment bio važan faktor u nastavnom sektoru, danas menadžment dobiva drukčiju ulogu, a to je namjera i volja da zadovolji studente i na taj način utječe na studentsku percepciju kvalitete usluge. Sva pozornost usmjerena je na negativne strane modela koji ističe da bavljenje nezadovoljstvom, i aspektima koji dovode do istog, može povećati zadovoljstvo. Zbog toga važnost administrativnog osoblja dobiva sve veću ulogu u procesu zadovoljenja studenata (Nyer, 2000).

Clewes (2003) navodi tri pristupa mjerenja kvalitete obrazovanja sa stajališta studenata. Prvi pristup temelji se na SERVQUAL metodi. U istraživanjima koja se temelje na SERVQUAL instrumentu nije postojao konsenzus koja od dimenzija kvalitete je od ključne važnosti u visokom obrazovanju (opipljivost, pouzdanost, poistovjećivanje, povjerenje i susretljivost) te je kreiran HEdPERF instrument za istraživanje kvalitete upravo u visokom obrazovanju. Drugi pristup u procjeni kvalitete visokoobrazovne institucije su analize zadovoljstva studenata samo kvalitetom nastave i učenja na određenoj visokoobrazovnoj instituciji. Istraživanja su pokazala kako studenti preferiraju nastavnike za koje smatraju da posjeduju mnogo znanja, koji su entuzijastični, pristupačni i prijateljski raspoloženi prema studentima. Istraživanja su također pokazala kako studenti žele steći znanja kako bi bili u mogućnosti položiti ispite, ali kako bi koristilo i u budućoj profesionalnoj karijeri te su više zainteresirani za praktičnu stranu znanja nego za znanstvenu. Ovakvi radovi često su na meti kritika jer ne uključuju ostale aspekte studentskog iskustva koji utječu na njihovo ukupno zadovoljstvo visokoobrazovnom institucijom. Stoga se javlja treći pristup koji koristi metode za procjenu zadovoljstva studenata cjelokupnim studentskim iskustvom kao pokazateljem kvalitete. U takvim istraživanjima obuhvaćeni su brojni elementi koji čine zadovoljstvo studenata ukupnom uslugom visokoobrazovne institucije: kvaliteta nastave, program kolegija i organizacija nastave, usluga knjižnice, referade, informatička podrška, rad studentskog zbora, popratne usluge kao što su usluge menze, smještaja sportski sadržaji, društveni život, zabava i slično.

3. PERFORMANSE I MJERENJE PERFORMANSI

Kada se govori o performansama najčešće se taj pojam veže uz pojam procjene performansi zaposlenika. To je postupak u kojem se sustavno procjenjuju karakteristike zaposlenika, kako se one manifestiraju, koliko je to u skladu s performansama posla, te što učiniti na ovom usklađivanju (Buble, 2006). U ovom radu naglasak će se ipak dati mjerenju performansi u obrazovnom sektoru.

Mjerenje performansi još uvijek predstavlja veliki problem za tvrtke i druge organizacije. Važno je naglasiti da performanse koje tvrtke žele mjeriti (dugoročni protok novca, zadovoljstvo potrošača i sl.) i performanse koje je moguće mjeriti (trenutni protok novca, zadovoljstvo potrošača i sl.) nisu isti pojmovi (Meyer, 2002).

3.1. Mjerenje performansi u obrazovnom sektoru

Rode i suradnici (2005) istraživali su studentske performanse te su zaključili kako ne utječe samo zadovoljstvo fakultetom na performanse studenta, već i zadovoljstvo ukupnim životom. Tu tezu su potvrdili prvo kroz vlastito iskustvo, a kasnije i kroz istraživanje među studentima. Ispostavilo se kako studenti koji su zadovoljniji ukupnim životom ostvaruju i bolje rezultate na fakultetu i lakše se nose s izazovima studiranja. Zaključili su kako studenti koji su manje zadovoljni ukupnim životom pokazuju lošije rezultate na fakultetu.

Nastavnici pretpostavljaju da kognitivne sposobnosti i sama interakcija između studenta i nastavnika su primarni, ako ne i isključivi izvori studentskih performansi. Ali ako je uspješan student ujedno i „sretan“ student koji je zadovoljan svojim životom, javljaju se implikacije za nastavnike te se postavlja pitanje utječe li zadovoljstvo ukupnim životom na performanse studenata (Rode, 2005).

Pitanje koje se također postavlja je kolika je sličnost između pojma „sreća“ i zadovoljstvo životom te na koji način je to dvoje povezano. Nekoliko je mogućih teorijskih „linkova“ između sreće i performansi. Prema njima sreća ima tri definirajuće karakteristike: a) predstavlja subjektivno iskustvo, b) uključuje relativnu prisutnost pozitivnih emocija i relativnu odsutnost negativnih emocija i c) to je „globalni sud“ (Cropanzano, Wright, 2001,

preuzeto iz Rode i suradnici, 2005). Od tri navedene karakteristike koje navode , zadovoljstvo životom se od sreće razlikuje u tome što kod zadovoljstva životom može nedostajati emocionalna ili afektivna kompnonenta (Organ,Near, 1985, preuzeto iz Rode i suradnici, 2005). Postoje preliminarni empirijski dokazi koji navode kako zadovoljstvo životom uključuje afektivnu komponentu, zbog čega je zaključeno kako zadovoljstvo ukupnim životom se može povezati s performansama putem istih mehanizama preko kojih su povezani sreća i performanse (Crooker, Near, 1998, preuzeto iz Rode i suradnici, 2005). Mjerenje uspješnosti studenata važno je za svaku visoko obrazovnu ustanovu. Pouzdane mjere uspješnosti studenata potrebne su kako bi se ocijenila kvaliteta i učinkovitost programa prema kojem fakulteti rade, kako bi se identificirali rizični faktori i čimbenici uspješnosti. Istraživači pretežno svoja istraživanja usmjeravaju na studentsku „karijeru“ odnosno na uspjeh na fakultetu mjeren kroz ocijene koje studenti ostvaruju na fakultetu na različitim predmetima. Za takve podatke se pretpostavlja da su informativni sami po sebi kao tzv. „činjenična istina“ (Mossi, Venuleo, Tondo, Salvatore, 2012).

Rode i suradnici (2005) mjerili su performanse putem dviju mjera: kumulativni prosjek ocjena studenata (GPA) i kroz menadžerske simulacije. GPA (kumulativni prosjek ocjena se analizirao u odnosu na stavke u upitniku vezane za zadovoljstvo studenata. Rezultati dobiveni putem upitnika za GPA uspoređivali su se sa sveučilišnim podatcima 100 nasumično odabranih studenata. Postojala je visoka korelacija između GPA-a i sveučilišnih podataka (0,93).

Obrazovni sektor je dio javnog sektora koji za razliku od profitnog sektora ima zadatak zadovoljiti javne potrebe. U većini zemalja vrednovanje javnog sektora se vrši pomoću određenih pokazatelja uspješnosti. Rowe (2004) ih opisuje kao indekse kojima se mjere i vrednuju podaci o funkcionalnosti i kvaliteti davatelja usluga i samog javnog sektora.
Hrvatska, kao i većina njenih susjednih zemalja, tek radi na tome da izgradi sustav osiguranja kvalitete, kako na nacionalnoj razini, tako i na razinama pojedinih istraživačkih i visokoobrazovnih sveučilišnih institucija. Već Zakon o visokim učilištima iz 1993. godine sadrži odredbu po kojoj je Nacionalno vijeće za visoko obrazovanje dužno u roku jedne godine od dana imenovanja, provesti postupak vrednovanja postojećih visokih učilišta i predložiti Saboru Republike Hrvatske donošenje Odluke o programu preobrazbe javnih visokih učilišta (Zakon o visokim učilištima, 1993). Zakonom o visokim učilištima iz 1995. i njegovim kasnijim izmjenama bilo je propisano kako svako visoko učilište podliježe

periodičkom vanjskom vrednovanju NVVO-a u intervalima od pet godina. Zbog nedostatka financijskih i ljudskih resursa nije se mogla poštivati norma o periodičkom petogodišnjem vrednovanju.

NVVO koje radi od kraja 2004. godine, je već na početku svog mandata moralo sve svoje kapacitete, usmjeriti na novu organizaciju vrednovanja i samovrednovanja novih preddiplomskih i diplomskih, kasnije i poslijediplomskih, studijskih programa kojima je s akademskom godinom 2005./2006. započela implementacija bolonjske studijske sheme u Hrvatskoj. Time je došlo do punog zastoja u daljnjem vrednovanju visokoobrazovnih institucija. Tek se od akademske godine 2006/2007, nakon što se pritisak velikog broja studijskih programa poslanih na nacionalno vrednovanje ponešto smanjio, NVVO moglo posvetiti pitanjima institucijskog vrednovanja Zakon iz 2003. godine naložio je obvezu osnivanja Agencije za znanost i visoko obrazovanje čiji je obim poslova velik. Zadaća Agencije veže se uz postupke vrednovanja nacionalne znanstvene mreže i znanstvenih organizacija, odnosno visokih učilišta te znanstvenih projekata i programa te studijskih programa. Agencija ima i zadaću, na nacionalnoj razini, prikupljati i obrađivati podatke vezane uz sustav znanstvene djelatnosti i visokog obrazovanja, tj. biti referalna točka u odgovarajućem europskom sustavu (European Network of Infomation Centers – ENIC) na kojem se osnivaju mnoge integrativne značajke Europskog visokoobrazovnog prostora, posebno mobilnost studenata i istraživača-nastavnika, sustav priznavanja istovrijednosti kvalifikacija i stupnjeva visokoobrazovnog obrazovanja. Imajući na umu legislativnu i prostornu organizaciju hrvatskih sveučilišta, postojanje samo središnjega ureda nije optimalno rješenje, već je potrebno razviti i urede, to jest jedinice na razini pojedinačnih sastavnica. Cilj je takvih ureda, zajedno s povjerenstvima za osiguranje kvalitete, pomoći u razvitku institucionalnih mehanizama relevantnih za promicanje kvalitete. Ovisno o potrebama ili specifičnostima sastavnice, moguće je modificirati cikluse vrednovanja, vrednovati pojedine module ili programe, razviti sustav postupaka samovrednovanja, koji pak može značajno pomoći u provedbi vanjskih vrednovanja, raditi provjeru postignuća učenja i slično. Upravo ovakve jedinice pojedinih sastavnica mogu znatno pridonijeti u stvaranju pozitivne klime vrednovanja i promicanja kvalitete, što je u Hrvatskoj još uvijek podcijenjeno. Jednako je tako važno prepoznati značaj dodatne izobrazbe nastavnog kadra, naročito mlađega, te sustavno unaprijeđivati njihove kompetencije za izvedbu nastave i primjenu suvremenih tehnologija, kao npr. e-learninga. Sveučilišni, središnji uredi zajedno sa svojim povjerenstvima ili odborima trebaju koordinirati rad ureda pojedinačnih sastavnica, davati potporu te zapravo

upravljati kvalitetom pojedinog visokog učilišta. Nužno moraju objedinjavati pojedinačne urede te ih umrežavati, pružati administrativnu i sadržajnu podršku sastavnicama u osnivanju i funkcioniranju ureda, organizirati izobrazbu timova koji sudjeluju u evaluacijama, organizirati izobrazbu za nastavno i istraživačko osoblje, administrativno osoblje i studente, poticati otvorenu akademsku raspravu o institucionalnoj kvaliteti, organizirati studentska vrednovanja, razvijati samovrednovanja, organizirati vanjska vrednovanja te analizirati eventualne neuspjehe programa, njihovu neučinkovitost i predugo trajanje studiranja (NVVO, Kvaliteta u visokom obrazovanju, 2007).

U razdoblju koje slijedi, svaki bi nastavnik trebao imati svoj portofolio koji bi sadržavao rezultate studentskih vrednovanja, uspješnost polaganja ispita, unapređenja u izvedbi nastave, samoocjene, primjena e-učenja i sl. Pretpostavka je da bi postojanje ovakvih portofolia motiviralo same nastavnike, a s druge strane stvorili bi se uvjeti za objektivnije ocjenjivanje kompetencija nastavnika i daljnje promaknuće. Na mnogim europskim i američkim sveučilištima, portfolio ne predstavlja novost, već je smatran važnim parametrom pri institucionalnim vrednovanjima.U Hrvatskoj još uvijek ne postoje navike „borbe“ za studente (što nikako nije slučaj na europskim sveučilištima), za vjerovati je da će se i situacija u Hrvatskoj mijenjati, naročito žele li se privući strani studenti kojima se treba ponuditi velik i bogat odabir studijskih sadržaja. Prije svega moraju se razviti indikatori kvalitete koji se moraju sustavno prikupljati, interpretirati i koristiti ih za planiranje novih aktivnosti. To je općenito jedan od najozbiljnijih nedostataka cjelokupnog visokog obrazovanja u Hrvatskoj. Nisu se definirali indikatori, to jest prikupljali različiti brojčani pokazatelji uspješnosti pa za posljedicu postoji nedostatak bilo kakve valjane kontinuirane statistike. Takvo je stanje karakteristično i za razinu pojedinih sveučilišta i za cjelokupnu nacionalnu razinu. Većina brojki kojima se raspolaže temelje se na procjenama pa nije rijetkost da različiti izvori o istoj pojavi imaju vrlo različite podatke. Takva se situacija i na europskoj razini procjenjuje negativnom i uočava se kao ozbiljan nedostatak hrvatskog sustava visokog obrazovanja. Uz opći loš dojam, izostanak pouzdane statistike otežava, a često i onemogućava kvalitetno planiranje, procjenu uspješnosti pojedine institucije ili programa, praćenje uspješnosti studenta nakon završenog studija i sl. Nadalje, postojanje legislative i nacionalnih tijela za osiguranje kvalitete nisu dovoljna. Svi članovi akademske zajednice, uključujući administrativno osoblje, moraju se upoznati s postupkom samovrednovanja, sustavom unutarnjeg osiguranja kvalitete i aktivno sudjelovati u procesu (NVVO, Kvaliteta u visokom obrazovanju, 2007).

4. OBRAZOVANJE I VISOKO ŠKOLSTVO U HRVATSKOJ

U prethodnom poglavlju govorilo se o temi vrednovanja nastave visokog obrazovanja u Hrvatskoj, kao i svi problemi koji su se javili na tom području posljednjih deset godina. U ovom poglavlju dotaknuti će se tema obrazovanja kao djelatnosti, pojma visokog školstva, te stvarni podaci o stanju visokog školstva u Republici Hrvatskoj te Europskoj Uniji.

4.1. Značenje obrazovanja kao generičke djelatnosti

Obrazovanje se smatra povijesnom i društvenom kategorijom, procesom obrazovnog djelovanja i institucijom. U direktnoj je vezi s potrebama proizvodnje materijalnih dobara, sa stupnjem razvoja znanosti i tehnike, s ideologijom koja u njega ugrađuje ciljeve i s političkim uređenjem nekog društva. Prema rječniku hrvatskog jezika obrazovanje je rezultat procesa stjecanja znanja. Ne postoji jasna definicija obrazovanja kao djelatnosti zbog čega u nastavku se navode definicije nekih autora.

"Obrazovanje se može definirati kao intencionalno, pedagoški (didaktički) osmišljeno i sustavno organizirano učenje odnosno iskustvo pojedinaca koje se očituje u porastu (količinom i kakvoćom) znanja i vještina te razvoju sposobnosti" (Jelavić, 1994, preuzeto iz: Vidulin-Orbanić, 2007).

Prema Glasseru obrazovanje je primjena i unaprjeđenje znanja, a Reboul smatra da je obrazovanje skup procesa i postupaka koji omogućuju svakom djetetu pristup kulturi (Mialaret, 1989, preuzeto iz: Vidulin-Orbanić, 2007).

Obrazovanje najčešće znači proces. 1919. godine E. Durkheim odredio je pojam obrazovanja kao vođenje mladih od strane starije generacije s ciljem razvoja fizičkih, intelektualnih i moralnih svojstava koje od njega zahtijeva društvo i sredina za koju je spremano (Mialaret, 1989, preuzeto iz: Vidulin-Orbanić, 2007).

U 16. stoljeću rezultat obrazovanja bio je poslušan i elokventan čovjek enciklopedijskog znanja, dok je danas naglasak na aktivnom građaninu–demokratu s naglaskom na sveobuhvatnom obrazovanju pojedinaca, posebice na razvoju sposobnosti samoodlučivanja i suodlučivanja. Budući da je obrazovanje osjetljivo na društvene promjene, ono je jedan od sektora koji može najbolje odgovoriti na potrebe i interese društva. Zato je Vijeće za kulturnu suradnju smatralo važnim da svoje obrazovne djelatnosti i projekte drži

ukorak s aktualnim problemima, a katkada čak i ispred njih, ostajući u skladu s potrebama i pokušavajući putem iscrpne rasprave i razmišljanja pronaći prava rješenja. Različiti obrazovni sektori, od predškolskog obrazovanja do istraživanja, usavršavanja nastavnika i učenja na daljinu, razvijali su se usporedo (Grosjean, 1994). Kako se tema ovog rada veže za visoko obrazovanje, dalje u radu će se detaljnije obrađivati pojam visokog obrazovanja.

4.2. Teorijski pristup pojmu visokog školstva

Obzirom da ovaj rad istražuje zadovoljstvo studenata Sveučilišta u Splitu, važno je nešto više reći o samom pojmu visokog školstva. Polazeći od temeljnih promjena u tradicionalnim obrascima stvaranja, širenja i primjene znanja, ustanove za visoko obrazovanje trebale bi imati najvažniju ulogu u društvima obrazovanja. Posljednjih 50 godina u tim se instituacijama naglo povećao broj studenata, što neki opisuju kao „omasovljenje“ visokog obrazovanja. S napretkom znanja može se reći kako obrazovna ponuda postaje sve raznolikija. Ograničena državna izdvajanja potiču ustanove na drugačije modele financiranja, posebno iz privatnih izvora. Iz tog razloga se visoko obrazovanje u velikom broju zemalja sastoji od mreže javnih ili privatnih ustanova. Zbog smanjenja javnih izdataka ustanove za visoko obrazovanje najčešće su prisiljene tražiti sredstva od privatnih izvora. Opasnost od komercijalizacije u području visokog obrazovanja su sve veće bez obzira što sve zemlje nisu u istoj poziciji s obzirom na takve izazove. Zemlje sa dugogodišnjom sveučilišnom tradicijom obično nisu u opasnosti od takvog proširenja ponude u visokom obrazovanju, no zemlje bez sveučilišne tradicije su u težoj situaciji. Stvaranje društava znanja obično se povezuje s pojavom razvijenih tržišta u visokom obrazovanju. Neki analitičari govore o tzv. „mcdonaldizaciji“ znanja. Pojava takvih trendova ne bi smijela pridonositi iskrivljenju izvornog zadatka visokog obrazovanja (UNESCO-vo svjetsko izvješće, Prema društvima znanja, 2005).

U razdoblju između početka 70-ih godina 20. stoljeća i 1990. upisi u visoko obrazovanje gotovo su se udvostručili, dok se broj studenata povećao s 28 na 69 milijuna, a 2002. iznosio je 122 milijuna (UIS Education database, 2005, preuzeto iz: UNSECO-vo svjetsko izvješće, Prema društvima znanja, 2005). Prema nekim proračunima, 2025. godine studentska populacija bi mogla iznositi 150 milijuna (Lynch i suradnici, 2000, preuzeto iz: UNESCO-vo svjetsko izvješće, Prema društvima znanja, 2005).

Privatizaciju visokog obrazovanja omogućila je pojava novih čimbenika. Sveučilišta koemrcijalnog tipa uglavnom teže profitu, po čemu se razlikuju od tradicionalnih sveučilišta, koja su najprije motivirana akademskim ugledom. Takvim sveučilištima je primijenjeno znanje važnije od stvaranja novog znanja. Virtualna sveučilišta kojih je 2001. bilo 1800, do 2020. godine mogla bi imati više studenata nego tradicionalna sveučilišta koja zahtijevaju fizičku prisutnost studenata u predavaonici (Međunarodni institut za planiranje obrazovanja, 2001, preuzeto iz: UNESCO-vo svjetsko izvješće, Prema društvima znanja, 2005). Određen broj institucija strahuje da bi sve veća diferencijacija unutar određenih sustava visokog obrazovanja mogla navesti neke ustanove da odustanu od bilo kakvih pravih istraživačkih projekata, čime bi izgubile na konkurentnosti. Ne može se izbjeći ni rizik od jačanja društvene i teritorijalne stratifikacije stvaranjem sustava visokog obrazovanja koja su društveno i geografski neravnopravna (UNESCO-vo svjetsko izvješće, Prema društvima znanja, 2005).

Iako zvuči utopijski, osobito u razvijenim zemljama, moguće je zamisliti sustav financiranja kojim bi se postigla jednakost obrazovnih mogućnosti i osjećaj odgovornosti obrazovnih dobrotvora. Jedan od prijedloga je onaj Međunarodnog povjerenstva za razvoj obrazovanja za 21. stoljeće pod nazivom „pravo na vrijeme za učenje“. Provedbom tog prava zajednica bi omogućila određeni broj godina besplatnog obrazovanja (jednak broj godina za svako dijete) čiji je cilj promicanje jednakih mogućnosti. To bi pravo omogućilo učenicima da se prijave na željenu obrazovnu ustanovu. Nakon upisa zajednica bi financirala stvarne troškove izobrazbe, koji bi ovisili o grani odabranog obrazovanja. Taj oblik „tržišta“ visokog obrazovanja, na kojem su studenti potrošači, a nastavnici roba, funkcionirao bi na ovim postavkama:

- Zajednica više ne bi imala potrebu preko birokratskih, centraliziranih i sveobuhvatnih pravila nametati ili ograničavati distribuciju učenika i studenata među različitim ustanovama
- Izbjegla bi se selekcija i isključivanje te utjecalo na ublažavanje bolne rasprave među zagovornicima obrazovanja što ga izravno financiraju pojedinci i zagovornici centraliziranoga državnog financiranja
- Obrazovni kapital bi se (određeni broj godina besplatnog obrazovanja) mogao iskoristiti u cjelini ili čuvati za kasniji nastavak studija, usavršavanje ili prekvalifikaciju

- Nakon što se određeni broj godina besplatnog obrazovanja iskoristi, troškove daljnjeg obrazovanja snosio bi student, a takvo ograničenje bi u studenata s vremenom stvorilo osjećaj odgovornosti jer svaki pad na ispitu donosi dodatne financijske troškove (UNESCO-vo svjetsko izvješće, Prema društvima znanja, 2005).

Visoko obrazovanje se razlikuje od osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja ne samo po dobi i stupnju učenika već i prema stvaranju i razvoju novog znanja u kulturnoj, društvenoj i ekonomskoj sferi. Lišene funkcija istraživanja, otkrića i inovacija, institucije visokog obrazovanja pretvaraju se u ustanove tercijarnog obrazovanja, tj. postaju produžetak osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja. Semantičke dvojbe oko pojmova „visoko obrazovanje“ i „tercijarno obrazovanje“ mogu imati ozbiljne posljedice u mnogim zemljama u razvoju. Zbog svojevrsne međunarodne podjele rada te bi se zemlje mogle ograničiti na promicanje tercijarnog obrazovanja, vjerujući da zapravo promiču visoko obrazovanje. Takve zamke treba izbjeći, što kao prioritet uključuje razvijanje istraživačkih aktivnosti, počevši od disciplina koje ne zahtijevaju snažnu i skupu opremu. Sveučilišta na određeni način odražavaju svoja društva. Bez obzira na njihovo kulturno okružje i stupanj gospodarskog razvoja, svaka zemlja mora imati koristi od rezultata istraživanja, a ne samo tercijarnog obrazovanja. Zabrinjava pojava da se ustanove u nekim zemljama specijaliziraju za tercijarno obrazovanje zanemarujući istraživanja. Novi modeli „sveučilišne mreže“ trebaju istodobno osigurati istraživačku funkciju i razvoj znanja na područjima kojima se bave (UNESCO-vo svjetsko izvješće, Prema društvima znanja, 2005).

Za poticanje zdrave društvene i političke klime u zemlji, osim ekonomskog i kulturnog razvoja, potrebno je osigurati i razvoj visokog obrazovanja. Politički lideri trebali bi ustanovama visokog obrazovanja dati manji broj ključnih zadaća: stvaranje, širenje i unapređivanje znanja, izobrazbu nastavnika te prenošenje znanja društvu kao cjelini. Jedna od ključnih funkcija visokog obrazovanja trebalo bi biti ažuriranje znanja u područjima koja se brzo mijenjaju, i to na cjeloživotnoj osnovi. Globalno i pravedno ostvarenje tih ciljeva moguće je samo ako se međunarodna zajednica zaista mobilizira u suzbijanju svih oblika neravnopravnosti između muškarca i žena, te između društvenih, ekonomskih, kulturnih i nacionalnih skupina. Također treba voditi brigu da se ostvare i poštuju jednake mogućnosti, odnosno da se u suprotnom omogući kompenzacija. Ustanove visokog obrazovanja su mjesto dijaloga i iznošenja suprotstavljenih mišljenja. Zbog toga novi sustavi visokog obrazovanja ne

pridonose samo stvaranju, prijenosu i unapređenju znanja, već i obrazovanju za građanska prava (UNESCO-vo svjetsko izvješće, Prema društvima znanja, 2005).

Na Svjetskoj konferenciji o visokom obrazovanju istaknuto je da važnost visokog obrazovanja znači (preuzeto iz: UNESCO-vo svjetsko izvješće, Prema društvima znanja, 2005):

- Politički odgovorno - visoko obrazovanje zanemaruje svoju ulogu ako nije oprezno i budno, odnosno ako ne analizira društvena pitanja
- Poštovanje svijeta rada – nužno je da se visoko obrazovanje prilagođava promjenama u svijetu rada
- Poštovanje drugih razina obrazovanja – prioriteti sveučilišnih istraživanja također bi trebali obuhvaćati analizu i vrednovanje različitih razina obrazovnog sustava, uz poštivanje svijeta rada i stvarnih društvenih projekata
- Poštovanje kulture i kultura – visoko obrazovanje trebalo bi sudjelovati u izgradnji univerzalne dimenzije kulture i poštovati kulturnu raznolikost
- Poštovanje svih – uvoditi strategije koje će poticati veće sudjelovanje marginaliziranih skupina, osobito žena
- Poštovanje u svakom vremenu i mjestu – promicanje cjeloživotnog obrazovanja zahtijeva veću fleksibilnost i raznolikost u ponudi izobrazbe u visokom obrazovanju
- Poštovanje studenata i nastavnika – ustanove za visoko obrazovanje ne bi trebale biti usmjerene samo na izobrazbu. One bi trebale biti i odgojno-obrazovne institucije, a to podrazumijeva veću brigu oko napredovanja nastavnika i aktivno sudjelovanje studenata u nastavnim aktivnostima te u upravljanju i životu ustanova visokog obrazovanja.

4.3. Stanje i perspektive visokog školstva u Europskoj Uniji

Kada se govori o visokom školstvu u novije vrijeme jedini pojam koji se javlja je Bolonjski proces. Bolonjski proces uveden je u europske sustave visokog obrazovanja, a cilj mu je povećati broj i raznolikost studentske populacije. Također je važno naglasiti socijalnu dimenziju visokog obrazovanja. Definira se kao jednak pristup svima, a isto tako i mogućnost uspješnog završetka visokog obrazovanja različitoj populaciji. U procesu jačanja jedinstvenog

tržišta, postavilo se pitanje u kojoj će mjeri sveučilišta služiti općem dobru ili će pak njihova uloga biti vezana i uz poticanje ekonomskog napretka i osiguravanja europske kompetitivnosti na globalnom tržištu. Bolonjsku deklaraciju potpisalo je 1999. godine 29 europskih ministara obrazovanja kako bi svoje sisteme visokog obrazovanja učinili međusobno usklađenima i usporedivima. Ne radi se o pokušaju harmoniziranja visokoobrazovnih sistema, već o pokušaju da ih se učini usklađenijima kroz različite oblike suradnje (Eurostat, 2012).

Podaci Eurostata iz 2012. godine govore kako u pogledu pristupa u visokom obrazovanju, upisi u visoko obrazovanje su porasli između 1999. i 2009. godine, iako taj razvoj nije bio ujednačen. Brojke pokazuju da je u prvom desetljeću Bolonjskog procesa više žena nego muškaraca ušlo u visoko obrazovanje. Ta brojka svakako zahtijeva određenu prilagodbu obzirom na pojedina područja studija, pa tako žene dominiraju u području obrazovanja, veterinarstva, medicine i studija vezanih za dobrobit, dok muškarci dominiraju na području računalstva, inženjeringa, inženjeringa u trgovini i uslugama prijevoza. Ovaj opći porast stope participacije je neutraliziran relativno niskom stopom sudjelovanja prve generacije migranata u visokom obrazovanju u nekim zemljama. Ovaj fenomen ne veže se samo uz ulazne i pristupne probleme, jer problemi se nalaze i u prijašnjim razinama obrazovanja budući da je veća vjerojatnost da migranti ranije napuštaju školovanje. Nekoliko sustava visokog obrazovanja i formalno identificiraju podzastupljene skupine te ih identificiraju kroz niz akcija (npr. programi financijske potpore, posebni režimi upisa i usluga vodstva i savjetovanja). Te skupine definirane su i na temelju različitih kriterija, uključujući etničku pripadnost i/ili status migranata, spolu, geografiji (ruralno nasuprot urbanog i/ili siromašna u odnosu na bogata područja) ili dob (zreli u odnosu na tipične mlade studente). Međutim bez obzira na razne pristupe tim problemima, samo neke zemlje rade na tome da postignu određene kvantitativne ciljeve.

Cilj povećanja veličine i raznolikosti studentske populacije je također povezano s ciljem produljenja razredbenih kriterija, tako da svi oni koji imaju sposobnost pohađanja visokog obrazovanja dobiju priliku za to bez obzira na njihovo prethodna obrazovna dostignuća. To podrazumijeva uspostavljanje alternativnih pristupnih puteva do visokog obrazovanja na temelju prepoznavanja određenih znanja i vještina stečenih izvan formalnih obrazovnih institucija. Brojke pokazuju da se sustavi visokog obrazovanja u zemljama Zapadne Europe odlikuju visokom fleksibilnošću u smislu zahtjeva za ulaz u odnosu na druge

zemlje Europe. Međutim, čak i u tim zemljama, rijetkost je da na deset studenata, više od jednog pristupi visokom obrazovanju kroz navedene alternativne puteve. Dostupni podaci pokazuju da te alternativne puteve najčešće koriste studenti koje karakterizira nisko obrazovanje i socijalno podrijetlo (Eurostat, 2012).

Bolonjski proces izazvao je brojne promjene u sustavu visokog obrazovanja korištenjem raznih instrumenata za povećanje transparentnosti sustava obrazovanja. Ti instrumenti uključuju: trociklusni sustav i razvoj sveobuhvatnog kvalifikacijskog okvira, europski sustav prijenosa bodova (ECTS) kao dodatak diplomi i osiguranju kvalitete. Usvajanje lako prepoznatljivih i usporedivih stupnjeva, te uspostavljanje trociklusnog sustava sada se provodi u 47 zemalja. U 26 zemalja udio studenata koji studiraju prema programu koji odgovora dvociklusnom sustavu Bolonjskog procesa je 90%, a u 13 drugih zemalja 70-89% studenata studira prema programima koji odgovaraju Bolonjskom sustavu. U nekim zemljama udio upisanih u te programe je još uvijek mali zbog kasnog uvođenja zakonskih promjena u obrazovni sustav. Međutim, gotovo sve zemlje imaju još uvijek integrirane programe obrazovnog sustava koji traje 5-6 godina na području medicine, stomatologije, farmacije, arhitekture i veterine, te u manjoj mjeri u području inženjeringa, prava, teologije i obrazovanja. Udio sudionika prvog ciklusa obrazovanja koji uistinu nastavljaju studij u drugom ciklusu pokazuje velike razlike u cijelom europskom visokoobrazovnom sustavu. Dok u većini zemalja 10-24% studenata nastavlja sa studijem u drugom ciklusu, u 13 već navedenih drugih zemalja taj udio je između 75-100%. U tim zemljama visoka progresivnost između prvog i drugog ciklusa može biti pokazatelj da prvi ciklus još uvijek nije razvijen na način da omogućava kvalifikacije za pristup tržištu rada (Eurostat, 2012).

Studentsko sudjelovanje i performanse u visokom obrazovanju ovise o raznim čimbenicima. Najvažnije pitanje koje se postavlja je u kojoj su mjeri sustavi u mogućnosti zadovoljiti potrebe studenata, osiguravajući to da njihova financijska situacija ne predstavlja nikakvu prepreku bilo pristupu visokom obrazovanju, kao ni samom studiranju. Neka istraživanja su već pokazala da su studenti koje financiraju roditelji zadovoljniji svojom financijskom situacijom. ECTS kao sustav prijenosa i prikupljanja bodova pokazuje da je gotovo završen. Ipak, povezivanje bodova s ishodima učenja nije završen, a u nekim slučajevima postoje drugi kompatibilni sustavi bodovanja umjesto ECTS-a. Štoviše, ECTS bodovi mogu se dodijeljivati za razne namjene što čini razumijevanje diplome težim. Što se tiče osiguranja kvalitete neki indikatori sve više naglašavaju važnost vanjskog osiguranja

kvalitete u pogledu sudjelovanja studenata u vanjskom osiguranju kvalitete i međunarodnim sudjelovanjem. Generalno govoreći, rezultati su pokazali impresivne promjene uvođenjem Bolonjskog procesa. Razvoj osiguranja kvalitete visokog obrazovanja znatno se ubrzao, a nekoliko velikih prekretnica se dogodilo u pogledu suradnji između europskih zemalja. Važno je spomenuti da se osiguranje kvalitete uglavnom fokusira na podučavanje/učenje, dok su usluge istraživanja i podrške studentima uglavnom minimalne. Sva gornja razmatranja potvrđuju određeni uspjeh implementacije Bolonjskog procesa. Određeni nalazi potvrđuju kako uspješnost sustava ECTS bodovanja, kvalifikacijskih okvira i unutarnjeg osiguranja kvalitete ovise o uspješnoj implementaciji samog procesa i povezivanju različitih akcija. Ono na čemu se treba poraditi je trociklusni sustav obrazovanja (Eurostat, 2012).

Izvješća pokazuju veliku raznolikost u pogledu plaćanja naknada u obrazovanju. Podaci variraju od situacije do situacije u kojima postoje studenti koji ne plaćaju naknade do onih situacija gdje svi studenti plaćaju naknade. Štoviše i relativne (u zemlji) i apsolutne (među zemljama) razine naknada i potpora se razlikuju od zemlje do zemlje. Studenti diljem europskog visokoobrazovnog sustava studiraju u različitim ekonomskim uvjetima što treba imati na umu u svim europskim raspravama o pitanju studentske mobilnosti i završetka studija. Visokoobrazovne politike Europske unije potiču strukturnu suradnju i inovativnost stvarajući nove resurse ili dopunjavajući već postojeće resurse, a da pritom poštuju autonomiju sveučilišta i nacionalni suverenitet. Ne nastoje harmonizirati institucije visokoga obrazovanja jer koriste neobvezujuće i dinamične oblike suradnje prilagođene potrebama pojedinih zajednica. Time povećavaju pristup visokom obrazovanju, uz zadržavanje kvalitete, surađuju s gospodarstvom kroz znanstvene i tehnološke projekte, a pritom slijede etičke principe i uspijevaju uskladiti efikasni menadžment s principima demokratskog upravljanja i vladavinom prava (Šćukanec, 2010).

4.4. Specifičnosti visokog školstva u Republici Hrvatskoj

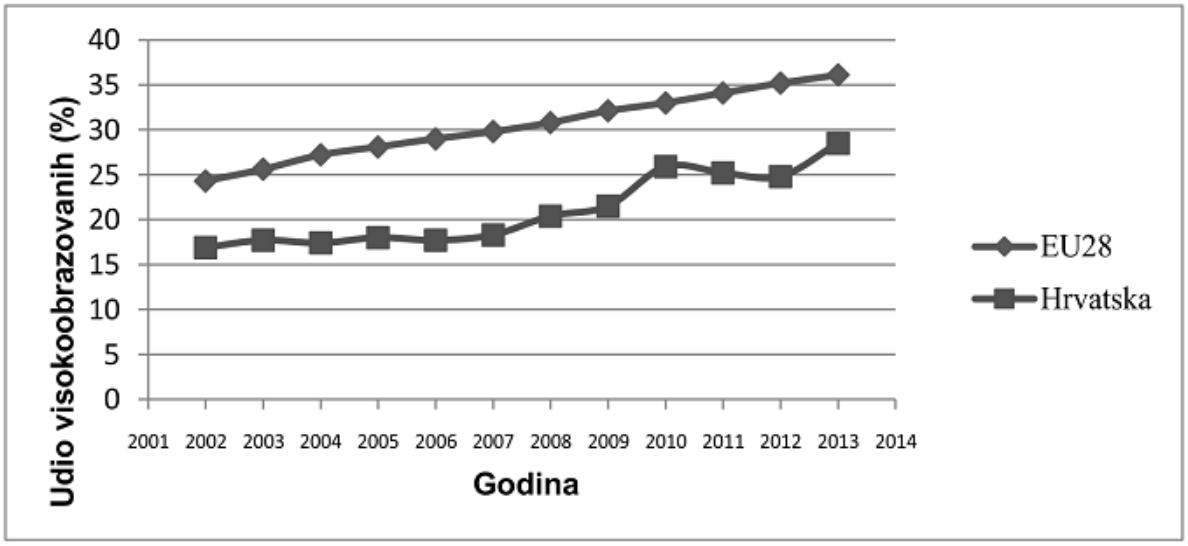
Reforma sustava visokog obrazovanja potaknuta je potrebom stvaranja jedinstvenog europskog prostora visokog obrazovanja s ciljem razvoja nove dimenzije europskoga društva i Europe znanja. Kao dio reforme, poduzete su mjere i uvedeni mehanizmi za osiguravanje i unapređenje kvalitete visokog obrazovanja. Temelj za uspostavu i provođenje osiguravanja kvalitete u Republici Hrvatskoj je Bolonjska deklaracija, a temeljni dokument u tom

kontekstu je „Standardi i smjernice za osiguravanje kvalitete u Europskom prostoru visokog obrazovanja“ (Predojević, Kolanović, 2015).

Primarna odgovornost za kvalitetu visokog obrazovanja i znanosti leži na visokim učilištima i znanstvenim organizacijama. Odgovornost za procese osiguravanja kvalitete u RH vezana je uz Nacionalno vijeće za visoko obrazovanje, Nacionalno vijeće za znanost, Rektorski zbor, Studentski zbor i Vijeće veleučilišta i visokih škola te Agenciju za znanost i visoko obrazovanje. Briga o kvaliteti i odgovornost za postojeću razinu kvalitete i njezino stalno unaprijeđenje trajna je obveza svih dionika u sustavu visokog obrazovanja i znanosti. Primarna odgovornost je na visokim učilištima i znanstvenim organizacijama. Republika Hrvatska prihvatila je niz dokumenata te donijela zakone i pravilnike u svrhu uspostave jedinstvenog Europskog prostora visokog obrazovanja koji će osigurati strukturne promjene te jamčiti sustav obrazovanja kakav je Europi potreban. Republika Hrvatska je potpisom Bolonjske deklaracije preuzela obvezu provoditi Standarde i smjernice za osiguravanje kvalitete u visokom obrazovanju (ESG). Standardima i smjernicama razrađene su tri osnovne komponente sustava osiguravanja kvalitete: unutarnje osiguravanje kvalitete, vanjsko osiguravanje kvalitete i agencije za osiguravanje kvalitete. Predviđeno je da visoka učilišta provode postupke za unutarnje osiguravanje kvalitete, a periodično će se provoditi i vanjsko vrednovanje institucija. U tom smislu su izrađeni dokumenti i poduzete potrebne aktivnosti za poticanje i razvoj kvalitete u visokom obrazovanju. Temeljna misija Agencije za osiguravanje kvalitete je, prije svega, obavljanje aktivnosti u funkciji uspostave vanjskog sustava za osiguravanje kvalitete te usmjeravanje razvoja institucijskih mehanizama. Pet ključnih elemenata koje trebaju sadržavati svi nacionalni sustavi za osiguravanje kvalitete postavljeni su u Berlinskom priopćenju, a odnose se na: unutarnje vrednovanje, vanjsku procjenu, uključenost studenata, objavljivanje rezultata i međunarodnu participaciju (Lučin, 2007).

Kada se uspoređuje kvaliteta visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj s kvalitetom obrazovanja u Europskoj uniji, može se reći da je Hrvatska ispod prosjeka zemalja Europske unije. S obzirom na to da je Republika Hrvatska tek nedavno ušla u Europsku uniju, zasigurno je potrebno određeno vremensko razdoblje u kojem se može očekivati povećanje rasta kvalitete obrazovanja. Kao bitan pokazatelj poboljšanja kvalitete obrazovanja u Europi zajedno s Republikom Hrvatskom bio bi priznavanje diploma bez obzira gdje su stečene, isti uvjeti obrazovanja za sve studente u Europi, moderniziranje i opremljenost potrebnim uređajima svih fakulteta u Europi i drugo (Predojević, Kolanović, 2015).

.



Slika 1: Usporedba udjela visokoobrazovanih u dobnoj skupini od 25 do 35 godina u Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj

Izvor: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/theme

U razdoblju od 2001. godine do 2014. godine istražen je udio visokoobrazovanih u dobnoj skupini od 25 do 35 godina. Uspoređeno je 28 zemalja Europske unije s visokoobrazovanima u Republici Hrvatskoj. U zemljama Europske unije bilježi se konstantan rast broja visokoobrazovanih dok se u Republici Hrvatskoj bilježi rast do 2010. godine, nakon čega slijedi stagnacija do 2012. godine te ponovno rast u razdoblju od 2012. do 2014. godine. Hrvatska je Bolonjskom procesu pristupila 2001. godine te je sve do danas njegov aktivan sudionik. Svi studijski programi usklađeni su 2005. godine sa zahtjevima Bolonjskoga procesa, a svi studenti koji u Republici Hrvatskoj završavaju bolonjske studije dobivaju ECTS bodove te imaju pravo na dopunsku ispravu o studijima. Hrvatska aktivno provodi implementaciju i ostalih aktivnosti vezanih uz Bolonjski proces, a sustav osiguravanja kvalitete, koji je u Hrvatsku uveden 2009. godine, pružio je sveučilištima visoku razinu autonomije. Prihvaćanjem Bolonjskog procesa, Republika Hrvatska preuzela je obvezu usklađivanja s Europskim prostorom visokog obrazovanja kroz: prihvaćanje sustava lako prepoznatljivih i usporedivih akademskih i stručnih stupnjeva, uvođenje dodatka diplomi radi bržeg i lakšeg zapošljavanja i međunarodne konkurentnosti, prihvaćanje jedinstvenog sustava trociklusnog studiranja, uvođenje bodovnog sustava ECTS, promicanje mobilnosti studenata i nastavnika, uspostavu nacionalnog sustava praćenja i jamstva kvalitete te promicanje europske suradnje u tom segmentu (Predojević, Kolanović, 2015).

U novije vrijeme sve veća pažnja predaje se mobilnosti studenata, pa tako i u Hrvatskoj. Pojam studentske mobilnosti podrazumijeva ostvarivanje dijela studijskog programa (semestra, akademske godine) na stranom sveučilištu. Učenje, studiranje, pisanje seminarskog ili diplomskog rada ili provođenje istraživanja u inozemstvu studentu omogućava stjecanja znanja, upoznavanje novih tehnologija, komunikaciju i izmjenu iskustava s ljudima iz različitih kulturoloških sredina. Osim što pridonosi akademskom i osobnom razvoju pojedinog studenta, studentska mobilnost smatra se jednim od čimbenika koji pridonosi kvaliteti obrazovnog sustava i izgradnji Europe temeljene na znanju. Mobilnost studenata može se realizirati u svrhu studijskog boravaka te kombinacije studijskog boravaka i stručne prakse. U akademskoj godini 2012./13. od ukupnog broja Erasmus studenata njih 79% mobilnost je ostvarilo u svrhu studija, a 21% u svrhu obavljanja stručne prakse. Kao neki od ciljeva studijskih boravaka ističu se: stjecanje novih iskustava u području obrazovanja, jezika i kulture, promocija suradnje među visokim učilištima i njihova internacionalizacija, izgradnja visokokvalificiranog, stručnog kadra s međunarodnim iskustvom u obrazovanju, jednostavnije priznavanje razdoblja mobilnosti te prijenos bodova primjenjujući ECTS bodovni sustav. Obavljanje stručne prakse omogućuje studentu prilagodbu specifičnim zahtjevima tržišta rada pojedinih zemalja unutar Europske unije, stjecanje specifičnih vještina te bolje razumijevanje ekonomije i društva određene države kroz radno iskustvo. Europska komisija objavila je statističke podatke koji pokazuju da je u akademskoj godini 2012./13. oko 270.000 studenata profitiralo od financijske potpore Europske unije namijenjene studiranju ili obavljanju prakse u inozemstvu. Studiranje na visokom učilištu i dalje je najpopularniji izbor, dok se petina studenata (njih 55.000) odlučila za praksu u tvrtkama. Hrvatska u programu Erasmus sudjeluje od 2009. godine s mogućnošću odlazne mobilnosti, a od 2011. može i primati strane studente na svoja visoka učilišta te je na 3. mjestu po rastu mobilnosti: u akademskoj godini 2011./12. realizirane su 882 studentske razmjene, a u akademskoj godini 2012./13. 1124, što je porast od 27% u godinu dana. Istodobno je po broju primljenih stranih studenata Hrvatska na 30. mjestu (njih 701 je u akademskoj godini 2012./13. došlo u Hrvatsku na studij ili praksu), što je dobar brojčani rezultat uzevši u obzir relativno nedavan ulazak u program Erasmus (riječ je o stranim studentima koji su u Hrvatsku došli u prvoj i drugoj godini kada je ta mogućnost otvorena za Hrvatsku). Najviše stranih studenata došlo je iz Poljske, Slovenije, Španjolske, Francuske i Njemačke. S druge strane, studenti hrvatskih visokih učilišta (kojih je akademske godine 2012./13. bilo više od 1.120) na razdoblje studija najradije odlaze u Austriju, Italiju i Njemačku, dok stručnu praksu najviše obavljaju u Njemačkoj,

Sloveniji i Španjolskoj. Od ukupnog broja Erasmus studenata u akademskoj godini 2012./13. godini njih 67% realiziralo je mobilnost na preddiplomskoj razini, a tek 27% na diplomskoj razini pri čemu je prosječno vrijeme koje su proveli u inozemstvu bilo šest mjeseci. Strategija Europske komisije o modernizaciji visokog obrazovanja naglašava potrebu većih prilika za studente za stjecanjem vještina kroz studiranje ili praksu u inozemstvu. Europski cilj za sveopću studentsku mobilnost jest najmanje 20% do kraja desetljeća. Trenutačno se taj broj kreće oko 10%, uz potporu Erasmusa te drugih javnih i privatnih sredstava. Oko 5% studenata prima Erasmus financijsku potporu (Predojević, Kolanović, 2015).

Važno je spomenuti financiranje visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj, koje je kao i u većini zemalja Europske Unije tradicionalno oslonjeno na državno financiranje koje pokriva velik dio troškova akademskih i neakademskih usluga. Privatno sufinanciranje, međutim, postaje sve značajnije, a modeli financiranja visokog obrazovanja u europskim zemljama razlikuju se po omjeru udjela privatnih izdataka i udjela neizravnih državnih potpora. Poticanje studentskog standarda neizravnim državnim potporama kroz subvencioniranje smještaja, prehrane i ostalih usluga, kao i subvencioniranje školarina i studentskih kredita dio su socijalne politike zemlje. Stipendiranje je jedan od raširenijih oblika financijskih potpora studentima u Hrvatskoj. Stipendije dodjeljuju tijela državne ili lokalne vlasti (općine, gradovi i županije), međunarodne organizacije, zaklade, nevladine organizacije i privatna poduzeća. Ciljne su skupine studenata različite ovisno o pojedinom programu stipendiranja. Osim redovitih studenata, prioritet u dodjeljivanju stipendije obično imaju studenti lošijeg imovinskog statusa, studenti s boljim uspjehom, te djeca hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata. Dok su u EU-u studentski krediti uobičajen kanal dodjeljivanja financijskih potpora studentima, u Hrvatskoj su banke tek posljednjih godina počele prepoznavati studente kao ciljnu skupinu klijenata i uvoditi financijske proizvode namijenjene studentima. Visoko obrazovanje i obrazovanje općenito, prepoznato je u političkom, društvenom i gospodarskom okruženju kao ključni čimbenik u razvitku Republike Hrvatske, čime Hrvatska slijedi europske trendove u naglašavanju važnosti obrazovanja. Izgrađeni sustav za osiguravanje kvalitete je temeljni uvjet za stvaranje integriranog europskog prostora visokog obrazovanja, priznavanje diploma i mobilnost ljudi u europskom prostoru rada (Budak, Slijepčevič, Švaljek, 2009).

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

5.1. Model istraživanja

Za potrebe ovog istraživanja kreirao se model koji je kombinacija dvaju modela koji su koristili Rode i suradnici (2005) te Sirgy i suradnici (2010) u svojim istraživanjima. U prvom modelu istraživao se utjecaj slobodnog vremena i usluga na akademske i socijalne aspekte života, a nije se istraživao utjecaj svakog aspekta na ukupno zadovoljstvo životom studenata. Dok se u drugom modelu provelo istraživanje utjecaja svakog pojedinog aspekta života na ukupno zadovoljstvo životom studenata.

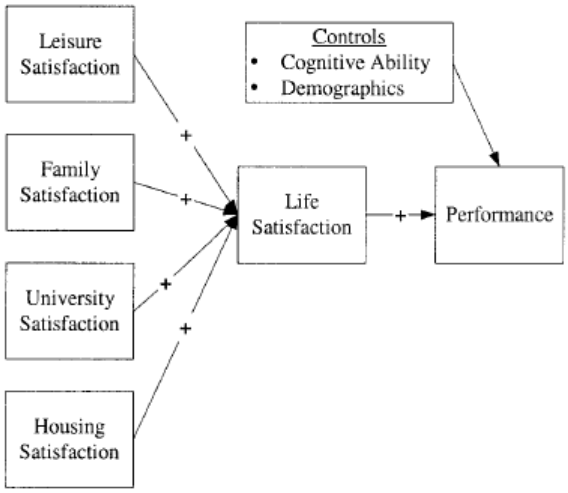


FIGURE 1
Predicted Path Analytic Model: Domain Satisfactions, Life Satisfaction and Student Performance, Controlling for Cognitive Ability and Demographic Variables

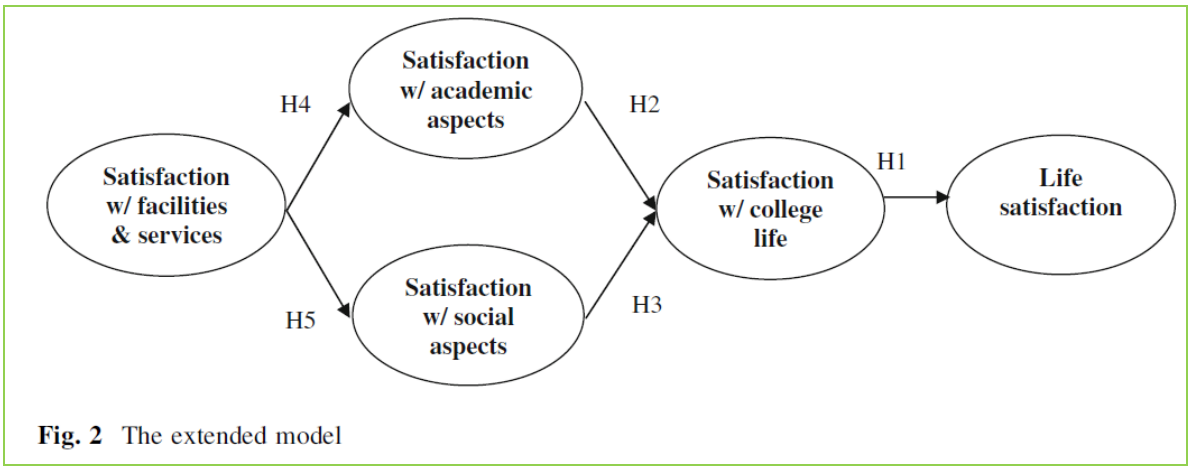
Slika 2: Rode model

Izvor: Rode,C.,J.,et al., Life satisfaction and student performance, Academy of Management Learning & Education,Vol. 4, No. 4, 421–433,2005

Istraživanje je obuhvatilo široku paletu različitih područja zadovoljstva, no pojedine studije najviše su bile usmjerene na područja koja su se usko vezala uz ispitanu populaciju. Ispitivala se studentska populacija, stoga su se uključila područja usko vezana uz studentsku populaciju kao što su zadovoljstvo fakultetom, kućanstvom, slobodnim vremenom i obiteljskim odnosima. Nije se mjerilo zadovoljstvo poslom, jer se ovo područje ne veže za studentsku populaciju. Prilikom istraživanja pažnja se nije usmjerila na specifična područja istraživanja zasebno već na to kako zadovoljstvo pojedinim područjima života utječe na cjelokupno zadovoljstvo životom studentske populacije (Rode, 2005).

Sirgy i suradnici (2010) također su se bavili pitanjem zadovoljstva studenata i koja područja života utječu na zadovoljstvo. Autori su istraživali brojna područja kao što su zadovoljstvo fakultetom, zadovoljstvo metodama podučavanja, zadovoljstvo razrednim okruženjem, zadovoljstvo opterećenjem studenata, zadovoljstvo akademskim ugledom i zadovoljstvo akademskim različitostima. U svoje istraživanje uključili su i socijalne aspekte studentskog života kao što su zadovoljstvo stanovanja na kampusu, zadovoljstvo s međunarodnim programima i uslugama, zadovoljstvo duhovnim programima i uslugama, zadovoljstvo klubovima i društvenim organizacijama izadovoljstvo rekreacijskim aktivnostima.

Autori su ovo istraživanje provodili putem dva modela. U prvom modelu istraživali su kako slobodno vrijeme, usluge te akademski i socijalni aspekti života utječu na zadovoljstvo studenata studentskim životom. U drugom „produženom“ modelu istraživali su kako zadovoljstvo studentskim životom utječe na sveukupno zadovoljstvo životom.



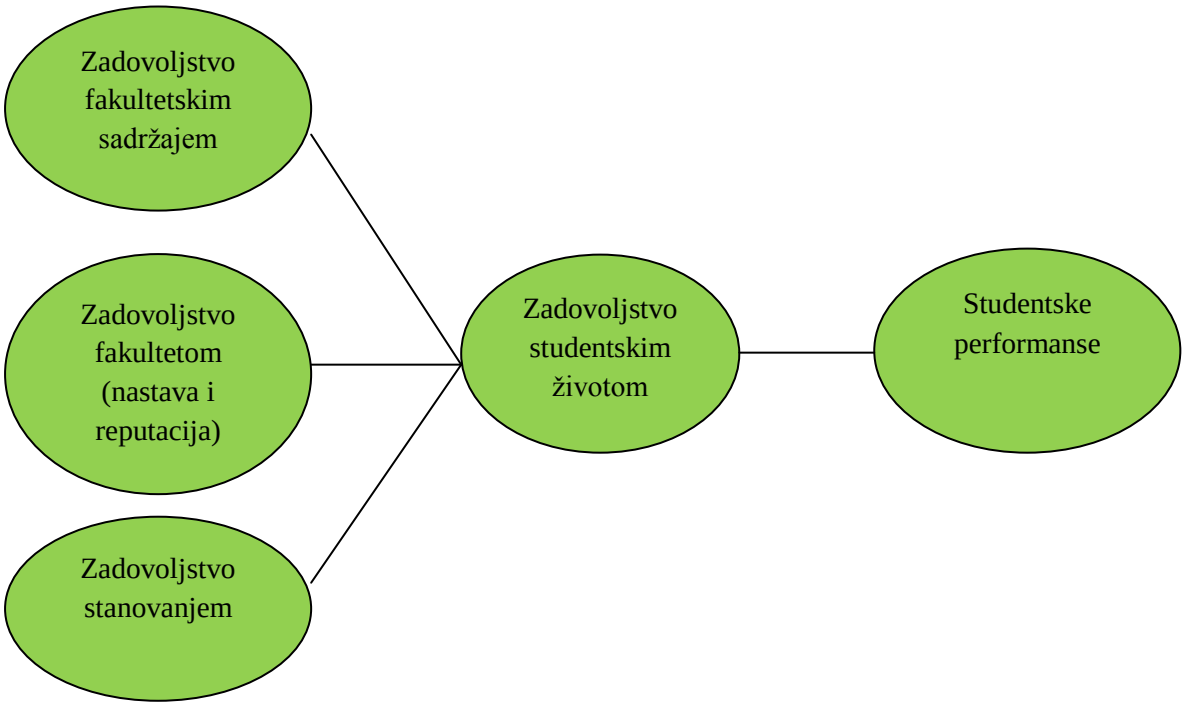
Slika 3: Produženi model Sirgy

Izvor: Sirgy,M.,J.,et al., Quality of College Life (QCL) of Students: Further Validation of a Measure of Well-Being, Springer Science+Business Media B.V., 2010, str.384

U prvom modelu istraživao se utjecaj slobodnog vremena i usluga na akademske i socijalne aspekte života, a nije se istraživao utjecaj svakog aspekta na ukupno zadovoljstvo životom studenata. Dok se u drugom modelu provelo istraživanje utjecaja svakog pojedinog aspekta života na ukupno zadovoljstvo životom studenata.

Za potrebe ovog istraživanja kreirao se model koji je kombinacija modela kojeg su koristili Rode i suradnici (2005) i Sirgy i suradnici (2010) u svojim istraživanjima

zadovoljstva i performansi studenata. Kombinacijom tih dvaju modela nastao je sljedeći model:



Slika 4: Istraživački model

Izvor: Prikaz autora

Zadovoljstvo studentskim životom obuhvaća sljedeće aspekte:

- zadovoljstvo fakultetom (nastavnicima, nastavnim metodama, akademskom reputacijom) - preuzeto iz Rode et al., u izvornom modelu istražuje se utjecaj ove stavke na ukupno životno zadovoljstvo i performanse
- fakultetskim sadržajem, tijelima i uslugama (referada, knjižnica, infolab, parking) - preuzeto iz Sirgy et al., u izvornom modelu istraživao se utjecaj ove varijable na zadovoljstvo akademskim i socijalnim aspektima
- stanovanje (žive li studenti u studentskim domovima, privatnom smještaju ili s roditeljima) - preuzeto iz Rode et al., promatrao se utjecaj ovog čimbenika na ukupno životno zadovoljstvo i performanse studenata

U novonastalom modelu istražuje se imaju li čimbenici zadovoljstva fakultetskim sadržajem (knjižnica, infolab, referada, parking), fakultetom (nastavom i reputacijom) i stanovanjem utjecaja na zadovoljstvo studentskim životom, kao i postoji li direktna veza između zadovoljstva studentskim životom i performansi studenata. Performanse su se mjerile kroz prosjek ocjena studenata prema uzoru na Rode-ov model.

5.2. Istraživačke hipoteze

Postavljanjem hipoteza, po uzoru na utvrđeni model, pokušati će se utvrditi u kojoj mjeri određeni čimbenici iz života, kako općenito tako i studentskog života, utječu na cjelokupno zadovoljstvo studiranja, a također će se nastojati utvrditi kako ukupno zadovoljstvo studiranjem utječe na ukupno zadovoljstvo životom studenata.

H1: Što je veće zadovoljstvo studenata fakultetom to je veće ukupno zadovoljstvo studentskim životom

H1a: Što je veće zadovoljstvo studenata nastavnim metodama i akademskom reputacijom to je veće ukupno zadovoljstvo studentskim životom

H1b: Što je veće zadovoljstvo studenata fakultetskim sadržajem, fakultetskim tijelima i uslugama to je veće ukupno zadovoljstvo studentskim životom

H2: Što je veće zadovoljstvo studenata stanovanjem to je veće njihovo ukupno zadovoljstvo studentskim životom

H3: Što je veće zadovoljstvo studenata studentskim životom to su bolje studentske performanse

5.3. Postupak istraživanja

Istraživanje se provodilo uz pomoć anketnog upitnika koji je sadržavao 28 pitanja. Anketa je provedena na studentima sveučilišta u Splitu, njih ukupno 191. Anketa je provedena na deset splitskih fakulteta, a to su: ekonomija, elektrotehnika, strojarstvo i brodogradnja, građevinarstvo, filozofski fakultet, pomorski fakultet, kemijsko tehnološki fakultet, pravni fakultet, kineziološki fakultet, medicina i prirodoslovno matematički fakultet.

5.3.1. Uzorak

Uzorak je manji dio osnovnog skupa. Osnovnim skupom smatramo skupinu jedinica (osoba, poduzeća, proizvoda, prodavaonica itd.) koje imaju zajedničke osobine i između kojih se odabire uzorak. Osnovni skup ovog istraživanja čine svi studenti Sveučilišta u Splitu na deset fakulteta. Uzorak se definira kao manji dio osnovnog skupa. Prva se zadaća metode uzorka nalazi u procijeni parametara osnovnog skupa. Pomoću uzorka dolazi se do rezultata o osobinama elementa ili jedinice uzorka kao što su prosječna dob, zanimanje, prosječna veličina kućanstva, itd. Druga se zadaća uzorka odnosi na testiranje hipoteza koje se odnose na neku osobinu osnovnog skupa. Prigodni uzorak bira se isključivo na pogodnosti, odnosno dostupnosti jedinica (Marušić, M. i Vranešić T., 2001). To za primjer može biti nekolicina prijatelja, studenti, radnici ili službenici, skupina ljudi do kojih se lako i brzo može doći, a čije mišljenje želimo istražiti. Za potrebe ovog istraživanja to su bili studenti deset fakulteta Sveučilišta u Splitu.

Osnovu za provođenje metode anketiranja činila je baza podataka koja se sastojala od pravilno popunjenih anketnih upitnika koji su studenti ispunjavali online putem. Prvi dio ankete odnosio se na osnovna pitanja o dobi, spolu, godini studija, vrsti fakulteta koji pohađaju i statusu studenata (redovni ili izvanredni). Drugi dio ankete odnosio se na zadovoljstvo studenata akademskim aspektima studentskog života odnosno nastave gdje je postavljeno i pitanje o dosadašnjem prosjeku ocjena. Na taj način se htjela provjeriti transparentnost studentskih odgovora obzirom da se u zadnjem dijelu upitnika studente pita kojom bi ocjenom ocijenili svoj uspjeh na fakultetu. U tom dijelu studente se pitalo i o metodama podučavanja, a zatim se osvrnulo na opremljenost dvorana, opterećenošću studenata, akademskom reputacijom i akademskom raznolikošću. Treći dio ankete odnosio se na zadovoljstvo studenata fakultetskim sadržajem gdje su uključena pitanja o uslugama knjižnice, tehnologije te ostale usluge (sportski sadržaji, parking i kupovina knjiga i nastavnih materijala). Četvrti dio ankete odnosio se na zadovoljstvo studenata stanovanjem, a peti dio na ukupno zadovoljstvo studentskim životom na odabranim fakultetima. Šesti dio ankete odnosio se na performanse studenata gdje je postavljeno pitanje o ocjeni vlastitog uspjeha na fakultetu i kao što je rečeno na taj način se htjelo provjeriti razmišljanje studenata o vlastitom uspjehu u odnosu na prosjek koji ostvaruju na fakultetu. U sedmom i posljednjem dijelu ankete ispitivalo se studente u ukupnom životnom zadovoljstvu u pogledu mjesečnih primanja bilo da se financiraju samostalno ili od strane roditelja.

Prikupljeni podaci statistički su se obradili u MS Excelu i u Statističkom paketu za društvena istraživanja (Statistical Package for the Social Sciences – SPSS), a u nastavku će se prikazati rezultati istraživanja putem tablica, grafikona te interpretacije podataka od strane studenta.

5.3.2. Rezultati istraživanja

Rezultati istraživanja pokazuju demografski profil ispitanika provedene online ankete, zatim rezultati istraživanja na temelju kojih se donose odluke o prihvaćanju odnosno odbacivanju postavljenih hipoteza, kao i neki dodatni rezultati istraživanja koji su se smatrali zanimljivima, ali i za potrebe komparacije sa sličnim istraživanjima provedenim u inozemstvu.

5.3.3. Demografski profil ispitanika

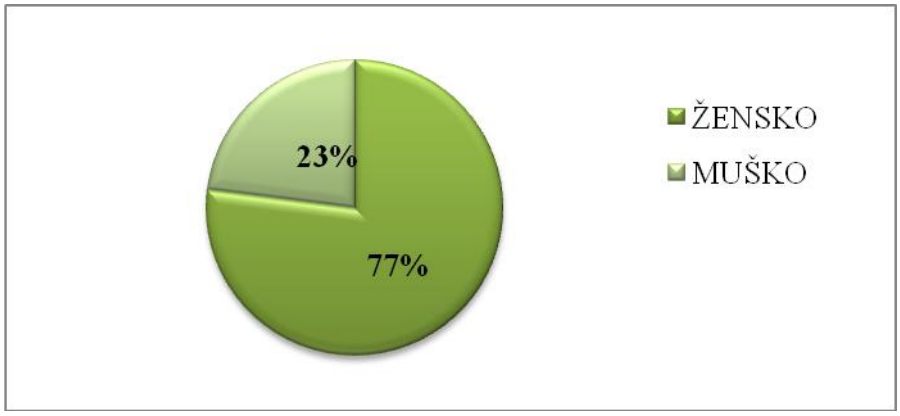
Iz sljedećih tablica odnosno grafikona može se vidjeti demografski profil ispitanika, odnosno spolna i dobna struktura ispitanika, godina studija, status studenata, fakulteti koje studenti pohađaju, te prihodi (mjesečni prihodi kućanstva te osobni prihodi studenata ako se samostalno financiraju).

Tablica 1: Struktura ispitanika prema spolu

Spol	Broj ispitanika	Udio(%)
žensko	147	77
muško	44	23
Ukupno	191	100,0

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 1: Struktura ispitanika prema spolu



Izvor: Istraživanje autora

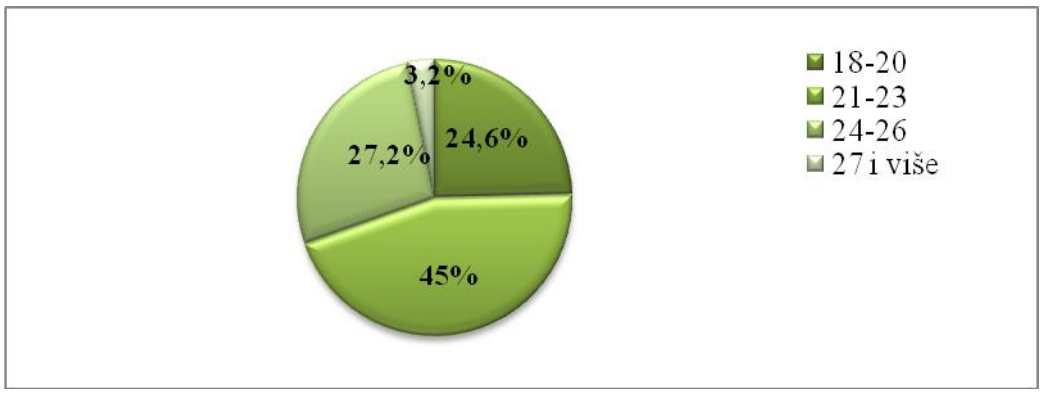
Kao što je vidljivo iz Tablice 1 i Grafikona 1, u provedenom istraživanju je sudjelovalo 77% žena i 23% muškaraca.

Tablica 2: Dobna struktura ispitanika

Dob	Broj ispitanika	Udio (%)
18-20	47	24,6
21-23	86	45,0
24-26	52	27,2
27 i više	6	3,2
Ukupno	191	100,0

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 2: Dobna struktura ispitanika



Izvor: Istraživanje autora

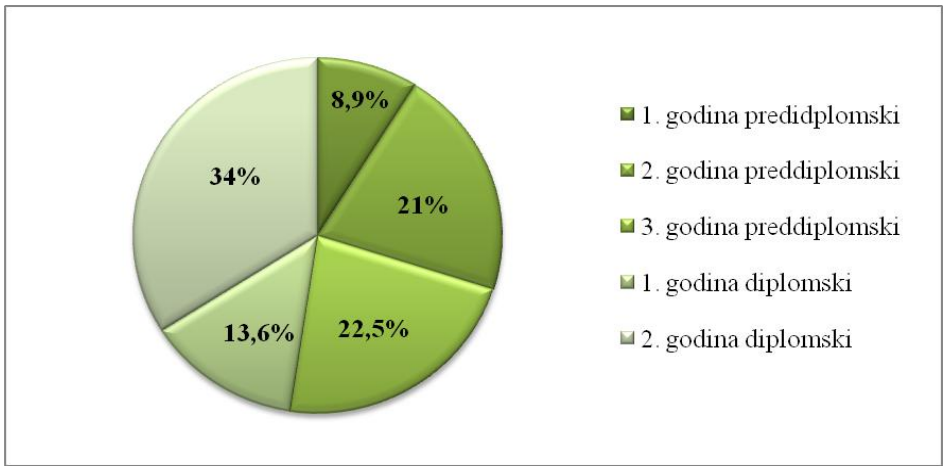
Iz Tablice 2 i Grafikona 2 je vidljiva dobna struktura ispitanika. Najveći broj ispitanika, njih 45% ima između 21 i 23 godine. Od 24 do 26 godina ima 27,2% ispitanika, od 18 do 20 godina ima 24,6% ispitanika, dok najmanji broj ispitanika, njih 3,2%, ima 27 godina i više.

Tablica 3: Godina studija

Godina studija	Broj ispitanika	Udio (%)
1. godina predidplomski	17	8,9
2. godina preddiplomski	40	21,0
3. godina preddiplomski	43	22,5
1. godina diplomski	26	13,6
2. godina diplomski	65	34,0
Ukupno	191	100,0

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 3: Godina studija



Izvor: Istraživanje autora

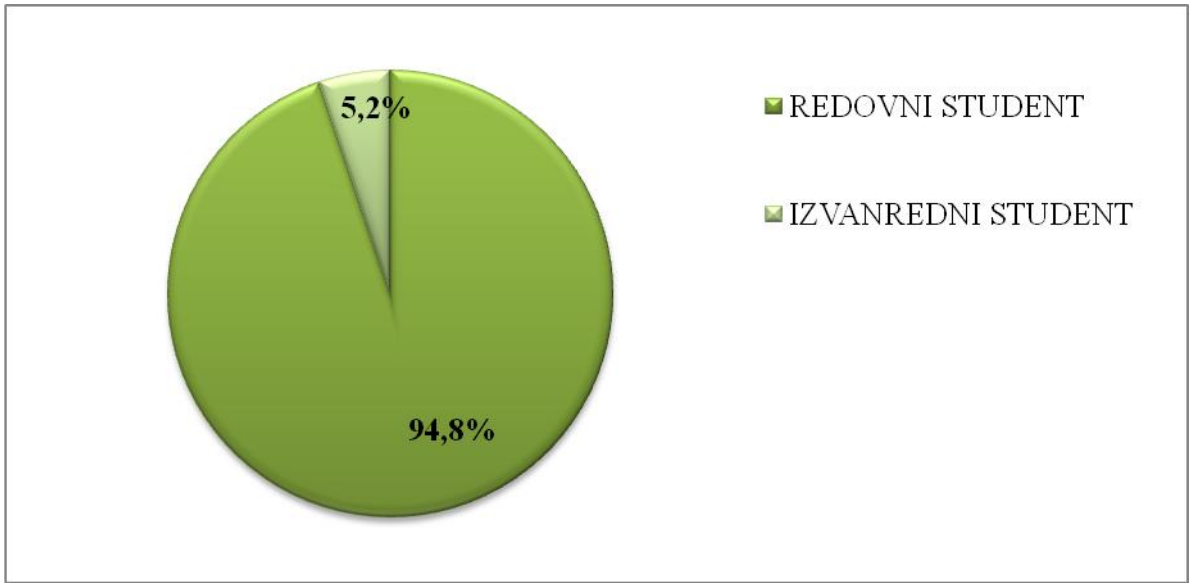
U Tablici 3 i Grafikonu 3 je prikazana struktura ispitanika s obzirom na godinu studija. Najveći broj ispitanika, njih 34% je na 2 godini diplomskog studija, njih 22,5% je na 3. godini preddiplomskog studija, a 21% je na 2 godini preddiplomskog studija. Na 1. godini diplomskog studija je 13,6% ispitanika, dok je najmanji broj ispitanika na 1. godini preddiplomskog studija, njih 8,9%.

Tablica 4: Status studenata

Status studenata	Broj ispitanika	Udio (%)
redovni student	181	94,8
izvanredni student	10	5,2
Ukupno	191	100,0

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 4: Status studenata



Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 4 i Grafikona 4 je vidljivo da većina ispitanika ima status redovnog studenta, njih 94,8%, dok je samo 5,2,% izvanrednih studenata.

Tablica 5: Struktura ispitanika s obzirom na fakultet koji studenti pohađaju

Fakultet	Broj ispitanika	Udio (%)
Ekonomija	26	13,6
Elektrotehnika, strojarstvo i brodogradnja	10	5,2
Filozofski	47	24,6
Građevinarstvo, arhitektura i geodezija	10	5,2
Medicina	31	16,2
Kineziološki fakultet	20	10,5
Kemijsko-tehnološki fakultet	10	5,2
Pomorski fakultet	7	3,7
Pravni fakultet	16	8,4
Prirodoslovno-matematički fakultet	14	7,3
Ukupno	191	100,0

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 5: Struktura ispitanika s obzirom na fakultet koji studenti pohađaju



Izvor: Istraživanje autora

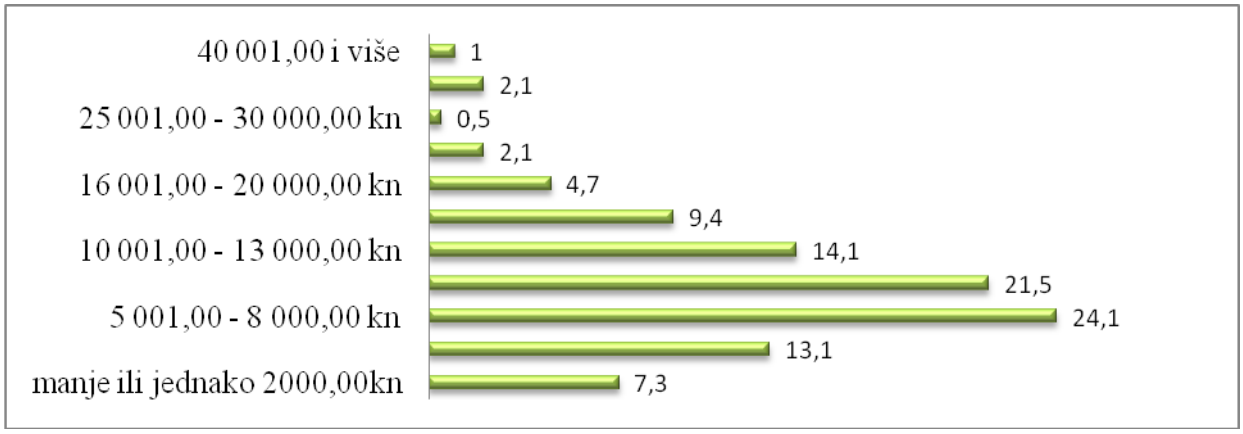
Iz Tablice 5 i Grafikona 5 je vidljivo da najveći broj ispitanika pohađa Filozofski fakultet, njih 24,6%. Nakon toga slijedi 16,2% ispitanika koji pohađaju Medicinski fakultet, 13,6% ispitanika koji pohađaju ekonomski fakultet. Kineziološki fakultet pohađa 10,5% ispitanika, Pravni 8,4%, a Prirodoslovno-matematički fakultet 7,3% ispitanika. Fakultet Građevine, arhitekture i geodezije pogađa 5,3% ispitanika, po 5,2% ispitanika pohađa Kemijsko-tehnološki fakultet i Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje. Najmanji broj ispitanika pohađa Pomorski fakultet, njih 3,7%.

Tablica 6: Struktura ispitanika s obzirom na mjesečni prihod kućanstva

Mjesečni prihod kućanstva	Broj ispitanika	Udio (%)
manje ili jednako 2000,00kn	14	7,3
2001,00 - 5 000,00 kn	25	13,1
5 001,00 - 8 000,00 kn	46	24,1
8 001,00 - 10 000,00 kn	41	21,5
10 001,00 - 13 000,00 kn	27	14,1
13 001,00 - 16 000,00 kn	18	9,4
16 001,00 - 20 000,00 kn	9	4,7
20 001,00 - 25 000,00 kn	4	2,1
25 001,00 - 30 000,00 kn	1	,5
30 001,00 - 35 000,00 kn	4	2,1
40 001,00 i više	2	1,0
Ukupno	191	100,0

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 6: Struktura ispitanika s obzirom na mjesečni prihod kućanstva



Izvor: Istraživanje autora

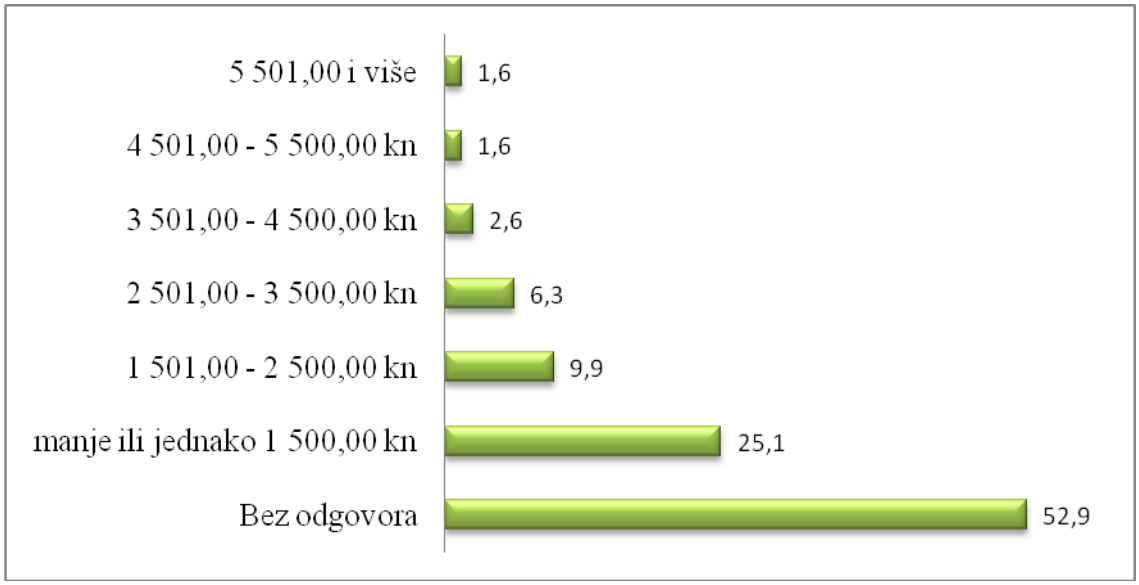
Iz Tablice 6 i Grafikona 6 je vidljivo kako najveći broj ispitanika ima mjesečni prihod kućnstva u rasponu do 5 001,00 i 8 000,00 kuna, njih 24,1%. Mjesečni prihod kućanstva od 8 001,00 do 10 000,00 kuna ima 21,5% ispitanika, od 10 001,00 do 13 000,00 kuna njih 14,1%, od 2 000,00 do 5 000,00 kuna ima 13,1% ispitanika. Mjesečni prihod kućanstva između 13 001,00 i 16 000,00 ima 9,4% ispitanika, manje ili jednako 2 000,00 kuna 7,3% ispitanika, između 16 001,00 i 20 000,00 kuna 4,7% ispitanika. Po 2,1% ispitanika ima mjesečni prihod kućanstva između 30 001,00 i 35 000,00 kuna i između 20 001,00 i 25 000,00 kuna. Mjesečni prihod kućanstva veći ili jednak 40 001,00 kuna ima 1% ispitanik, dok najmanji broj ispitanika (0,5%) ima mjesečni prihod kućanstva između 25 001,00 i 30 000,00 kuna.

Tablica 7: Struktura ispitanika s obzirom na vlastite mjesečne prihode

Vlastiti mjesečni prihodi	Broj ispitanika	Udio (%)
Bez odgovora	101	52,9
manje ili jednako 1 500,00 kn	48	25,1
1 501,00 - 2 500,00 kn	19	9,9
2 501,00 - 3 500,00 kn	12	6,3
3 501,00 - 4 500,00 kn	5	2,6
4 501,00 - 5 500,00 kn	3	1,6
5 501,00 i više	3	1,6
Ukupno	191	100,0

Izvor: Istraživanje autora

Grafikon 7: Struktura ispitanika s obzirom na vlastite mjesečne prihode



Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 7 i Grafikona 7 je vidljivo kako najveći broj ispitanika, njih 52,9% nije odgovorilo na ovo pitanje, tj. može se zaključiti kako isti nemaju vlastite prihode. Vlastiti mjesečni prihod manji ili jednako 1 500,00 kuna ima 25,1% ispitanika, zatim slijedi njih 9,9% koji imaju prihod između 1 501,00 i 2 500,00 kuna. Vlastiti mjesečni prihod između 2 501,00 i 3 500,00 kuna ima 6,3% ispitanika, a njih 2,6% ima prihod između 3 501,00 i 4 500,00. Najmanji broj ispitanika, njih po 1,6% ima vlastiti mjesečni prihod između 4 501,00 i 5 500,00 kuna, te 5 501,00 i više.

Nakon provedenog istraživanja podaci su obrađeni. U ovom dijelu rada se prikazuju rezultati istraživanja na temelju kojih će se donijeti odluke o prihvaćanju ili odbacivanju istraživačkih hipoteza. Hipoteze su postavljene po uzoru na utvrđeni model (pogledati

stranicu 42). Hipotezama će se pokušati utvrditi u kojoj mjeri određeni čimbenici iz života, kako općenito tako i studentskog života, utječu na cjelokupno zadovoljstvo studiranja, a također će se nastojati utvrditi kako ukupno zadovoljstvo studiranjem utječe na ukupno zadovoljstvo životom studenata.

H1a: Što je veće zadovoljstvo studenata nastavnim metodama i akademskom reputacijom to je veće ukupno zadovoljstvo studentskim životom

Ovom istraživačkom hipotezom će se pokušati utvrditi utjecaj nastavnih metoda i akademske reputacije na ukupno zadovoljstvo studenata studentskim životom. Utjecaj nastavnih metoda je promatran kroz dvije varijable: adekvatna opremljenost dvorana tehnologijom za izvođenje nastave i interakcija između profesora i studenata za vrijeme nastave. Utjecaj akademske reputacije je također promatran kroz dvije varijable: reputacija fakulteta i reputacija nastavnika. Za testiranje hipoteze koristiti će se koeficijent linearne korelacije (Pearsonov koeficijent linearne korelacija) kako bi se utvrdila međuovisnost ili povezanost promatranih varijabli. U svrhu donošenja odluke o prihvaćanju ili odbacivanju hipoteze provest će se 4 testiranja, na način da će se pokušati utvrditi utjecaj 4 tvrdnje na ukupno zadovoljstvo studenata studentskim životom.

- Metode podučavanja
  a) Smatrate li da su dvorane opremljene adekvatnom tehnologijom za izvođenje nastave?

Tablica 8: Utjecaj opremljenosti dvorana adekvatnom tehnologijom na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		opremljenost dvorana adekvatnom tehnologijom	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
opremljenost dvorana adekvatnom tehnologijom	**Pearson Correlation**	1	0,385
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,385	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 8 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,385, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva opremljenošću dvorana adekvatnom tehnologijom i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

b) Kojom biste ocjenom ocijenili interakciju između profesora i studenata za vrijeme nastave?

Tablica 9: Utjecaj interakcije između profesora i studenata na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		interakcija između profesora i studenata	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
interakcija između profesora i studenata	**Pearson Correlation**	1	0,395
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,395	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 9 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,395, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva interakcijom između profesora i studenata za vrijeme nastave i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

- Akademska reputacija
  a) Na skali od 1 do 5 ocijenite kakvu reputaciju prema Vašem mišljenju ima fakultet koji pohađate.

Tablica 10: Utjecaj reputacije fakulteta na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		reputacija fakulteta	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
reputacija fakulteta	**Pearson Correlation**	1	0,399
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,399	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 10 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,399, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva reputacijom fakulteta i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

b) Na skali od 1 do 5 ocijenite kakvu reputaciju prema Vašem mišljenju imaju Vaši nastavnici.

Tablica 11: Utjecaj reputacije profesora na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		reputacija profesora	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
reputacija profesora	**Pearson Correlation**	1	0,505
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,505	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 11 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,505 , što znači da postoji srednje jaka pozitivna korelacija između zadovoljstva reputacijom profesora i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 12: Vrijednost, smjer i intenzitet Pearsonovog koeficijenta linearne korelacije

VARIJABLE	VRIJEDNOST KOEFICIJENTA	SMJER I INTEZITET
Opremljenost dvorane adekvatnom tehnologijom	0,385	slaba pozitivna korelacija
Interakcija između profesora i studenata	0,395	slaba pozitivna korelacija
Reputacija fakulteta	0,399	slaba pozitivna korelacija
Reputacija profesora	0,505	srednje jaka pozitivna korelacija

Izvor: Istraživanje autora

Metode podučavanja i akademska reputacija u svim slučajevima imaju pozitivan utjecaj na zadovoljstvo studenata studentskim životom, odnosno rast jedne varijable pratit će i rast druge varijable. U tri slučaja se radi o slaboj pozitivnoj korelaciji (0,385; 0,395; 0,399), a u jednom slučaju o srednje jakoj pozitivnoj korelaciji (0,505).

Na temelju provedene analize može se zaključiti da studenti zadovoljniji metodama podučavanja i akademskom reputacijom su zadovoljniji ukupnim studentskim životom.

Sve ovo dovodi do prihvaćanja **Hipoteze H1a: Što je veće zadovoljstvo studenata nastavnim metodama i akademskom reputacijom to je veće ukupno zadovoljstvo studentskim životom.**

H1b: Što je veće zadovoljstvo studenata fakultetskim sadržajem, fakultetskim tijelima i uslugama to je veće ukupno zadovoljstvo studentskim životom

Ovom istraživačkom hipotezom će se pokušati utvrditi utjecaj fakultetskog sadržaja, fakultetskih tijela i usluga na ukupno zadovoljstvo studenata studentskim životom. Utjecaj je promatran kroz 12 tvrdnji. Za testiranje hipoteze koristiti će se koeficijent linearne korelacije (Pearsonov koeficijent linearne korelacija) kako bi se utvrdila međuovisnost ili povezanost promatranih varijabli. U svrhu donošenja odluke o prihvaćanju ili odbacivanju hipoteze provest će se 12 testiranja, na način da će se pokušati utvrditi utjecaj 12 tvrdnji na ukupno zadovoljstvo studenata studentskim životom.

Tablica 13: Utjecaj osoblja knjižnice na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		osoblje knjižnice	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
osoblje knjižnice	**Pearson Correlation**	1	0,264
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,264	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 13 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,264, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva osobljem knjižnice i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 14: Utjecaj rezervacije mjesta za učenje na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		rezervacija mjesta za učenje	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
rezervacija mjesta za učenje	**Pearson Correlation**	1	0,262
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,262	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 14 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,262, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva rezervacijom mjesta za učenje i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 15: Utjecaj organizacije knjižne građe na policama na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		organizacija knjižne građe na policama	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
organizacija knjižne građe na policama	**Pearson Correlation**	1	0,287
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,287	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 15 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,287, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva organizacijom knjižne građe na policama i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 16: Utjecaj dostupnosti materijala za učenje na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		dostupnost materijala za učenje	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
dostupnost materijala za učenje	**Pearson Correlation**	1	0,269
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,269	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 16 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,269, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva dostupnošću materijala za učenje i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 17: Utjecaj dostupnosti kompjutera na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		dostupnost kompjutera	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
dostupnost kompjutera	**Pearson Correlation**	1	0,334
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,334	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 17 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,334, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva dostupnošću kompjutera i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 18: Utjecaj osoblja u infolabovima na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		osoblje u infolabovima	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
osoblje u infolabovima	**Pearson Correlation**	1	0,305
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,305	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 18 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,305, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva osobljem u infolabovima i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 19: Utjecaj brze internet veze na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		brzina internet veze	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
brzina internet veze	**Pearson Correlation**	1	0,192
	Sig. (2-tailed)		0,008
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,192	1
	Sig. (2-tailed)	0,008	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 19 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,192, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva brzom internet vezom i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 20: Utjecaj kvalitete opreme na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		kvaliteta opreme	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
kvaliteta opreme	**Pearson Correlation**	1	0,265
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,265	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 20 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,265, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva kvalitetom opreme i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 21: Utjecaj starosti kompjutera na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		starost kompjutera	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
starost kompjutera	**Pearson Correlation**	1	0,206
	Sig. (2-tailed)		0,004
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,206	1
	Sig. (2-tailed)	0,004	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 21 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,206, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva starošću kompjutera i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 22: Utjecaj dostupnosti parkinga na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		dostupnost parkinga	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
dostupnost parkinga	**Pearson Correlation**	1	0,259
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,259	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 22 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,259, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva dostupnošću parkinga i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 23: Utjecaj sportskih i rekreacijskih sadržaja na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		sportski i rekreacijski sadržaji	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
sportski i rekreacijski sadržaji	**Pearson Correlation**	**1**	**0,349**
	Sig. (2-tailed)		**0,000**
	N	**191**	**191**
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	**0,349**	**1**
	Sig. (2-tailed)	**0,000**	
	N	**191**	**191**

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 23 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,349, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva sportskim i rekreacijskim sadržajima i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 24: Utjecaj kupovine knjiga i ostalih materijala na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		kupovina knjiga i ostalog materijala	zadovoljstvo kvalitetom studentskog života
kupovina knjiga i ostalog materijala	**Pearson Correlation**	1	0,427
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	0,427	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 24 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,427, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva kupovinom knjiga i ostalih materijala i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života.

Tablica 25: Vrijednost, smjer i intenzitet Pearsonovog koeficijenta linearne korelacije

VARIJABLE	VRIJEDNOST KOEFICIJENTA	SMJER I INTEZITET
Osoblje knjižnice	0,264	slaba pozitivna korelacija
Rezervacija mjesta za učenje	0,262	slaba pozitivna korelacija
Organizacija knjižne građe na policama	0,287	slaba pozitivna korelacija
Dostupnost materijala za učenje	0,269	slaba pozitivna korelacija
Dostupnost kompjutera	0,334	slaba pozitivna korelacija
Osoblje u infolabovima	0,305	slaba pozitivna korelacija
Brzina internet veze	0,192	slaba pozitivna korelacija
Kvaliteta opreme	0,265	slaba pozitivna korelacija
Starost kompjutera	0,206	slaba pozitivna korelacija
Dostupnost parkinga	0,259	slaba pozitivna korelacija
Sportski i rekreacijski sadržaji	0,349	slaba pozitivna korelacija
Kupovina knjiga i ostalog materijala	0,427	slaba pozitivna korelacija

Izvor: Istraživanje autora

Fakultetski sadržaj, fakultetska tijela i usluge imaju u svim slučajevima imaju pozitivan utjecaj na zadovoljstvo studenata studentskim životom, odnosno rast jedne varijable pratit će i rast druge varijable. U svih 12 slučajeva se radi o slaboj pozitivnoj korelaciji, odnosno Pearsonov koeficijent korelacije u svim slučajevima se kreće između 0 i 0,5. Na temelju provedene analize može se zaključiti da studenti zadovoljniji fakultetskim sadržajem, fakultetskim tijelima i uslugama su zadovoljniji ukupnim studentskim životom. Sve ovo dovodi do prihvaćanja **Hipoteze H1b: Što je veće zadovoljstvo studenata fakultetskim sadržajem, fakultetskim tijelima i uslugama to je veće ukupno zadovoljstvo studentskim životom.**

Nakon provedene analize i donošenja zaključaka dviju podhipoteza možemo donijeti odluku o **prihvaćanju Hipoteze H1: Što je veće zadovoljstvo studenata fakultetom to je veće njihovo ukupno zadovoljstvo studentskim životom.**

H2: Što je veće zadovoljstvo studenata stanovanjem to je veće njihovo ukupno zadovoljstvo studentskim životom

Ovom istraživačkom hipotezom će se pokušati utvrditi utjecaj zadovoljstva studenata stanovanjem na ukupno zadovoljstvo studenata studentskim životom. Utjecaj zadovoljstva studenata stanovanjem je promatran kroz zadovoljstvo smještajem. Prije samog testiranja, pokazat će se struktura ispitanika s obzirom na različite oblike smještaja: studentski dom, privatni smještaj, s roditeljima te njihovo zadovoljstvo. Za testiranje hipoteze koristiti će se koeficijent linearne korelacije (Pearsonov koeficijent linearne korelacija) kako bi se utvrdila međuovisnost ili povezanost promatranih varijabli.

Tablica 26: Stanovanje ispitanika i njihovo zadovoljstvo smještajem

		zadovoljstvo smještajem					
		u potpunosti nezadovoljan/-na	donekle nezdovoljan/-na	ni nezadovoljan/-na ni zadovoljan/-a	donekle zadovoljan/-na	u potpunosti zadovoljan/-na	Ukupno
stanovanje	bez odgovora	0	1	0	0	0	**1**
	studentski dom	0	1	2	2	8	**13**
	priv. smještaj	2	8	13	13	9	**45**
	s roditeljima/obitelji	1	1	20	29	81	**132**
Ukupno		**3**	**11**	**35**	**44**	**98**	**191**

Izvor: Istraživanje autora

U Tablici 26 vidimo kako najveći broj ispitanika živi s roditeljima, a najmanji broj ispitanika je smješten u studentskom domu. Isto tako možemo vidjeti da je najveći broj ispitanika, nevezano za oblik stanovanja, u potpunosti zadovoljan smještajem, dok je najmanji broj ispitanika nezadovoljan smještajem.

Tablica 27: Utjecaj zadovoljstva studenata stanovanjem na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života

		stanovanje	**zadovoljstvo kvalitetom studentskog života**
stanovanje	**Pearson Correlation**	1	-0,092
	Sig. (2-tailed)		0,207
	N	191	191
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	-0,092	1
	Sig. (2-tailed)	0,207	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 27 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = -0,092, što znači da postoji srednje jaka negativna korelacija između zadovoljstva studenata stanovanjem i ukupnog zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života. Koeficijent korelacije iznosi r = -0,092, što znači da postoji srednje jaka negativna veza među promatranim varijablama te da zadovoljstvo studenata stanovanjem ne utječe na veće zadovoljstvo studentskim životom. Na temelju provedene analize možemo donijeti odluku o odbacivanju **Hipoteze H2: Što je veće zadovoljstvo studenata stanovanjem to je veće njihovo ukupno zadovoljstvo studentskim životom.**

H3: Što je veće zadovoljstvo studenata studentskim životom to su bolje studentske performanse

Ovom istraživačkom hipotezom će se pokušati utvrditi utjecaj zadovoljstva studenata studentskim životom na studentske performanse. Performanse studenata su promatrane kroz tri varijable: redovitost polaganja godina studija, savladavanje znanja i usvojenost fakultetskog gradiva te uspješnost na fakultetu. Na početku će se prikazati odnos zadovoljstva studenata studentskim životom s obzirom na redovitost polaganja godina studija. Nakon toga će se koristiti Pearsonov koeficijent linearne korelacije kako bi se utvrdila međuovisnost ili povezanost promatranih varijabli (savladavanje znanja i usvojenost fakultetskog gradiva te uspješnost na fakultetu). U svrhu donošenja odluke o prihvaćanju ili odbacivanju hipoteze provest će se 2 testiranja, na način da će se pokušati utvrditi utjecaj zadovoljstva studenata studentskim životom na studentske performanse.

Tablica 28: Zadovoljstvo ispitanika i redovitost studiranja

		redovitost studiranja			
		ne, ponavljao/-la sam više godina	ponavljao/-la sam samo jednu godinu	da, sve sam redovito položio/-la	Ukupno
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	nedovoljan	1	4	5	**10**
	dovoljan	1	9	10	**20**
	dobar	4	14	43	**61**
	vrlo dobar	5	12	63	**80**
	izvrstan	0	6	14	**20**
Ukupno		**11**	**45**	**135**	**191**

Izvor: Istraživanje autora

U Tablici 28 vidimo kako je najveći broj ispitanika redovito polagao godine na studiju, a najmanji broj ispitanika je ponavljao više od jedne godine. Isto tako možemo vidjeti da je najveći broj ispitanika, nevezano za redovitost studiranja, zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo vrlo dobrim, dok je najmanji broj ispitanika zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo nedovoljnim.

Tablica 29: Utjecaj usvojenosti studentskog gradiva na zadovoljstvo studentskim životom

		zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	usvojenost fakultetskog gradiva
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	1	0,261
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	191	191
usvojenost fakultetskog gradiva	**Pearson Correlation**	0,261	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 29 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,261, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života i usvojenosti fakultetskog gradiva.

Tablica 30: Utjecaj uspješnosti na fakultetu na zadovoljstvo studentskim životom

		zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	uspješnost na fakultetu
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	**Pearson Correlation**	1	0,230
	Sig. (2-tailed)		0,001
	N	191	191
uspješnost na fakultetu	**Pearson Correlation**	0,230	1
	Sig. (2-tailed)	0,001	
	N	191	191

Izvor: Istraživanje autora

Iz Tablice 30 je vidljivo kako Pearsonov koeficijent korelacije iznosi r = 0,230, što znači da postoji slaba pozitivna korelacija između zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života i uspješnosti na fakultetu.

Tablica 31: Vrijednost, smjer i intenzitet Pearsonovog koeficijenta linearne korelacije

VARIJABLE	VRIJEDNOST KOEFICIJENTA	SMJER I INTEZITET
Usvojenost fakultetskog gradiva	0,261	slaba pozitivna korelacija
Uspješnost na fakultetu	0,230	slaba pozitivna korelacija

Izvor: Istraživanje autora

Usvojenost fakultetskog gradiva i uspješnost na fakultetu su varijable studentskih performansi koje su promatrane za donošenje odluke o prihvaćanju ili odbacivanju ove hipoteze. Zadovoljstvo studenata studentskim životom ima slab pozitivan utjecaj na obe varijable. U oba slučaja se radi o slaboj pozitivnoj korelaciji (0,261; 0,230).

Na temelju provedene analize može se zaključiti da studenti zadovoljniji ukupnim studentskim životom imaju bolje studentske performanse.

Sve ovo dovodi do prihvaćanja **Hipoteze H3: Što je veće zadovoljstvo studenata studentskim životom to su bolje studentske performanse.**

Osim provedenih istraživanja u svrhu potvrđivanja odnosno odbacivanja postavljenih hipoteza proveli su se i neki testovi koji su se smatrali zanimljivima, a i kako bi se mogla napraviti komparacija s rezultatima istraživanja provedenog na Ekonomskom fakultetu u Aveiru u Portugalu. Pa se tako analiziralo zadovoljstvo kvalitetom studentskog života u odnosu na spol ispitanika, fakultet ispitanika, te analiza mjesečnog prihoda kućanstva u odnosu na prosjek ocjena studenata.

Dodatne analize

Tablica 32: Zadovoljstvo kvalitetom studentskog života u odnosu na spol ispitanika

		spol		
		muško	žensko	**Ukupno**
zadovoljstvo kvalitetom studentskog života	nedovoljan	1	9	**10**
	dovoljan	3	17	**20**
	dobar	15	46	**61**
	vrlo dobar	20	60	**80**
	izvrstan	5	15	**20**
Ukupno		**44**	**147**	**191**

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 32 pokazuje strukturu ispitanika s obzirom na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života u odnosu na spol. U istraživanju je sudjelovalo 147 ispitanika ženskog i 44 ispitanika muškog spola.

Među ispitanicima ženskog spola, najveći broj njih (40,80%) je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo vrlo dobrim, dok je najmanji broj njih (6,12%) zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo nedovoljnim.

Među ispitanicima muškog spola, najveći broj njih (45,45%) je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo vrlo dobrim, dok je najmanji broj njih (2,23%) zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo nedovoljnim.

Tablica 33: Zadovoljstvo kvalitetom studentskog života u odnosu na fakultet ispitanika

		zadovoljstvo kvalitetom studentskog života					
		nedovoljan	dovoljan	dobar	vrlo dobar	izvrstan	**Ukupno**
Fakultet	Ekonomija	0	0	8	14	4	**26**
	Elektrotehnika, strojarstvo i brodogradnja	0	0	2	5	3	**10**
	Filozofski	5	3	17	19	3	**47**
	Građevinarstvo, arhitektura i geodezija	0	1	1	5	3	**10**
	Medicina	0	3	11	13	4	**31**
	Kineziološki fakultet	0	1	6	11	2	**20**
	Kemijsko-tehnološki fakultet	2	3	3	2	0	**10**
	Pomorski fakultet	0	2	3	1	1	**7**
	Pravni fakultet	3	3	4	6	0	**16**
	Prirodoslovno-matematički fakultet	0	4	6	4	0	**14**
Ukupno		**10**	**20**	**61**	**80**	**20**	**191**

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 33 pokazuje strukturu ispitanika s obzirom na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života u fakultet koji ispitanici pohađaju.

Među ispitanicima koji pohađaju Ekonomski fakultet 53,85% ispitanika je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo vrlo dobrim. Niti jedan ispitanik s ekonomskog fakulteta zadovoljstvo kvalitetom studentskog života nije ocijenio nedovoljnim ili dovoljnim.

Među ispitanicima koji pohađaju Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje 50% ispitanika je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo vrlo dobrim, dok niti jedan ispitanik zadovoljstvo kvalitetom studentskog života nije ocijenio nedovoljnim ili dovoljnim.

Među ispitanicima koji pohađaju Filozofski fakultet 40,43% ispitanika je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo vrlo dobrim, a najmanji broj ispitanika, njih po 6,38% je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo dovoljnim i izvrsnim.

Među ispitanicima koji pohađaju Fakultet građevine, arhitekture i geodezije 50% ispitanika je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo vrlo dobrim, dok niti jedan ispitanik zadovoljstvo kvalitetom studentskog života nije ocijenio nedovoljnim.

Među ispitanicima koji pohađaju Medicinski fakultet 41,94% ispitanika je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo vrlo dobrim, dok niti jedan ispitanik zadovoljstvo kvalitetom studentskog života nije ocijenio nedovoljnim.

Među ispitanicima koji pohađaju Kineziološki fakultet 55% ispitanika je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo vrlo dobrim, dok niti jedan ispitanik zadovoljstvo kvalitetom studentskog života nije ocijenio nedovoljnim.

Među ispitanicima koji pohađaju Kemijsko-tehnološki fakultet po 33,33% ispitanika je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo dovoljnim i dobrim, dok niti jedan ispitanik zadovoljstvo kvalitetom studentskog života nije ocijenio izvrsnim.

Među ispitanicima koji pohađaju Pomorski fakultet 42,86% ispitanika je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo dobrim, dok niti jedan ispitanik zadovoljstvo kvalitetom studentskog života nije ocijenio nedovoljnim.

Među ispitanicima koji pohađaju Pravni fakultet 37,5% ispitanika je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo vrlo dobrim, dok niti jedan ispitanik zadovoljstvo kvalitetom studentskog života nije ocijenio izvrsnim.

Među ispitanicima koji pohađaju Prirodoslovno-matematički fakultet 42,86% ispitanika je zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenilo dobrim, dok niti jedan ispitanik zadovoljstvo kvalitetom studentskog života nije ocijenio nedovoljnim i izvrsnim.

Tablica 34: Mjesečni prihod kućanstva u odnosu na prosjek ocjena ispitanika

		prosjek ocjena							
		do 2	2,1-2,4	2,5-2,9	3,0-3,4	3,5-3,9	4,0-4,4	4,5-5,0	Ukupno
mjesečni prihodi kućanstva	manje ili jednako 2000,00kn	2	0	2	4	3	2	1	14
	2001,00 - 5 000,00 kn	0	1	1	5	10	5	3	25
	5 001,00 - 8 000,00 kn	0	1	5	8	15	12	5	46
	8 001,00 - 10 000,00 kn	0	0	5	7	13	14	2	41
	10 001,00 - 13 000,00 kn	0	1	0	9	13	1	3	27
	13 001,00 - 16 000,00 kn	0	0	0	7	5	2	4	18
	16 001,00 - 20 000,00 kn	0	0	0	3	5	0	1	9
	20 001,00 - 25 000,00 kn	0	0	0	0	1	1	2	4
	25 001,00 - 30 000,00 kn	0	0	0	0	1	0	0	1
	30 001,00 - 35 000,00 kn	0	0	0	2	2	0	0	4
	40 001,00 i više	0	0	1	1	0	0	0	2
Ukupno		2	3	14	46	68	37	21	191

Izvor: Istraživanje autora

U Tablici 34 se može vidjeti struktura ispitanika s obzirom na mjesečni prihod kućanstva u odnosu na prosjek ocjena. Prihodi 73% ispitanika se kreću od 2001 kunu do 13 000 kn dok je prosjek ocjena 79% ispitanika između 3,0 i 4,4.

Dva studenta imaju prihode manje od 2000 kn i prosjek ocjena manji ili jednak 2, dok dva studenta imaju prihode veće od 40 000 kn a prosjek ocijena im je između 2,5 i 3,4. Obzirom da je uzorak takvih studenata mali ne možemo sa sigurnošću donijeti zaključke utječu li niski odnosno visoki prihodi na lošiji odnosno bolji prosjek studenata, no jedina dva studenta koja imaju prosjek manji od 2 imaju i prihode manje ili jednake 2000 kn.

Najveći broj studenata njih 15 imaju prihode između 5001 i 8000 kn te im je prosjek ocjena između 3,4 i 3,9, zatim studenti s prihodima između 8001 i 10 000 kn s prosjekom ocjena između 4,0 i 4,4, slijede ih 13 studenata s prihodima između 8001 i 10 000 kn čiji je prosjek ocjena između 3,5 i 3,9,13 studenata s prihodima između 10 001 i 13 000 kn čiji je prosjek ocjena između 3,5 i 3,9 12 studenata s prihodima između 5001 i 8000 kn čiji je prosjek ocjena između 4,0 i 4,4, te 10 studenata s prihodima između 2001 i 5000 kn čiji je prosjek ocjena između 3,5 i 3,9.

6. ZAKLJUČAK

Zadovoljstvo mladih u konstantnom je porastu jer je obrazovanje znatno produljeno u odnosu na doba kada su roditelji te iste mladeži morali početi raditi i zarađivati za život. Ta činjenica dovoljno govori kako fakulteti moraju biti spremni na uvođenje promjena kako bi postali konkurentniji. Zadovoljstvo studenata postaje sve bitnija varijabla uspješnosti učilišta, jer o tome ovisi i reputacija fakulteta kao i broj novih upisanih studenata. Važno je da fakulteti ulažu u znanje pod time misleći na ulaganje u obrazovanje nastavnika, nastavničkih metoda, sadržaja na fakultetu i sl. U ovom radu istraživalo se zadovoljstvo studenata splitskih fakulteta. Pokušalo se dobiti odgovore na pitanja o razini zadovoljstva odnosno nezadovoljstva splitskih studenata povezujući s tim zadovoljstvom brojne faktore s kojima se studenti susreću prilikom studiranja. Cilj ovog istraživanja bio je istražiti studentsku populaciju i njihovo zadovoljstvo fakultetom, nastavom, nastavnim metodama, fakultetskim sadržajem, stanovanjem, te kako te varijable utječu na njihovo zadovoljstvo studentskim životom, ukupnim životom i na kraju na njihove performanse na fakultetu. Istraživanje se provelo na studentskoj populaciji Sveučilišta u Splitu na uzorku od 191 ispitanika te su testirane tri hipoteze od kojih je prva imala tri podhipoteze.

Prva podhipoteza H1a koja glasi: *Što je veće zadovoljstvo nastavnim metodama i akademskom reputacijom to je veće ukupno zadovoljstvo studentskim životom je prihvaćena.* Studenti su zadovoljniji studentskim životom ukoliko je fakultet adekvatno opremljen tehnologijom za izvođenje nastave te ako postoji dobra interakcija između nastavnika i studenata za vrijeme nastave. Studenti su također zadovoljniji kvalitetom studentskog života ukoliko smatraju da je reputacija njihovog fakulteta pozitivna te ako je reputacija njihovih nastavnika također pozitivna. Ovo ukazuje na činjenicu da fakulteti moraju sustavno ulagati u tehnologiju potrebnu za održavanje kvalitetne nastave, kao i na vlastiti kadar kroz mogućnosti usavršavanja nastavnika te upoznavanja istih s novim mogućnostima rada i komunikacije sa studentima. Činjenica je da tehnologija napreduje i da su ploče već odavno zamijenjene projektorima i power point prezentacijama koje su nastavnici morali savladati kako bi mogli prezentirati nastavu. Sigurno je da će kroz godine doći do novih promjena i da će i nastavnici i fakulteti morati biti spremni prilagoditi se promjenama u sustavu obrazovanja kako bi studenti bili zadovoljniji.

Druga podhipoteza H1b koja glasi: *Što je veće zadovoljstvo studenata fakultetskim sadržajem, fakultetskim tijelima i uslugama to je veće ukupno zadovoljstvo studentskim životom je prihvaćena.* Ova hipoteza promatrana je kroz 12 tvrdnji gdje se promatrao utjecaj 12 različitih čimbenika na zadovoljstvo studentskim životom. Promatralo se: Osoblje knjižnice, Rezervacija mjesta za učenje, Organizacija knjižne građe na policama, Dostupnost materijala za učenje, Dostupnost kompjutera, Osoblje u infolabovima, Brzina internet veze, Kvaliteta opreme, Starost kompjutera, Dostupnost parkinga, Sportski i rekreacijski sadržaji i Kupovina knjiga i ostalog materijala. Varijabla koja najviše utječu na zadovoljstvo studentskim životom je kupovina knjiga i ostalih materijala. A varijabla koja najmanje utječe na zadovoljstvo studentskim životom je brzina internet veze. Ovo ukazuje na činjenicu da dodatni sadržaji na fakultetu predstavljaju bitnu stavku utjecaja na zadovoljstvo studenata. Studenti sve više vremena provode u knjižnicama i infolabovima te se uvelike koriste trgovinama gdje mogu doći do knjiga i materijala za nastavu. Pravovremenim ulaganjem u te segmente osigurati će se dobra slika o fakultetu, a studenti će biti spremniji zamijeniti svoje domove samim fakultetom kao mjestom za učenje, izradu seminarskih i drugih radova.

Hipoteza H1 koja glasi *Što je veće zadovoljstvo studenata fakultetom to je veće ukupno zadovoljstvo studentskim životom je prihvaćena*.

Druga hipoteza H2 koja glasi: *Što je veće zadovoljstvo studenata stanovanjem to je veće njihovo ukupno zadovoljstvo studentskim životom je odbačena.* Iako je očekivano da zadovoljstvo smještajem utječe na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života, analiza to nije pokazala. Pokazana je srednje jaka negativna korelacija između ove dvije varijable.

Treća hipoteza H3 koja glasi: *Što je veće zadovoljstvo studenata studentskim životom to su bolje studentske performanse je prihvaćena.* Kod analize utjecaja zadovoljstva studenata kvalitetom studentskog života na njihove performanse promatrale su se varijable redovitosti polaganja godina studija, savladavanje znanja i usvojenost fakultetskog gradiva i uspješnost na fakultetu. Usvojenost fakultetskog gradiva imala je nešto veći utjecaj nego uspješnost na fakultetu.

Dodatno se analiziralo zadovoljstvo studenata kvalitetom studentskog života prema spolovima, zatim prema fakultetu kojeg pohađaju te prosjek ocjena studenata u odnosu na prihode kućanstva ili vlastite. Najveći broj ispitanika gledajući muški i ženski spol zasebno ocijenili su zadovoljstvo kvalitetom studentskog života vrlo dobrim. Samo jedan ispitanik te devet ispitanica dali su ocijenu nedovoljan. Promatrajući analizu zadovoljstva kvalitetom studentskog života prema fakultetima postoji nekoliko zaključaka. Pojedini studenti sa filozofskog, pravnog i kemijsko tehnološkog fakulteta su jedini ocijenili zadovoljstvo

kvalitetom studentskog života ocijenom nedovoljan pa se može reći da bi ti fakulteti morali poraditi najviše na reputaciji i kvaliteti kako bi postigli veće zadovoljstvo svojih studenata. Fakulteti koji uzimaju nekakvu „zlatnu sredinu“ te im je većina studenata ocijenila zadovoljstvo kvalitetom studentskog života ocijenom dobar su pomorski, medicinski i prirodoslovno-matematički fakultet. Zasigurno i ti fakulteti moraju poraditi na kvaliteti i reputaciji kako bi njihovi studenti bili zadovoljniji. Fakulteti koji su imali najbolje ocijene od strane studenata (vrlo dobar i izvrstan) su kineziološki, ekonomski, građevinsko-arhitektonski i elektrotehnički fakultet jer je više ili jednako 50% studenata ocijenilo te fakultete ocijenom vrlo dobar i izvrstan. Promatrao se također prosjek ocjena studenata u odnosu na prihode kućanstva ili vlastite prihode. Najbolji prosjek ocijena imaju oni studneti čiji su prihodi između 5001 kn i 10 000 kn. Tu vidimo kako prihodi ne utječu na prosjek ocijena, jer je bilo i studenata i s manjim, ali i s puno većim prihodima čiji prosjek ocijena je nizak. Promatrajući sve rezultate može se reći da sve promatrane varijable imaju utjecaj na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života osim varijable stanovanja. Također promatrane varijable su imale utjecaj i na zadovoljstvo ukupnim životom i na studentske performanse. Rezultati potvrđuju pretpostavke kako fakulteti moraju raditi na tome da idu u korak s novim tehnologijama, ali i da ulažu u svoje nastavnike i drugo osoblje, zatim fakultetski sadržaj koji uključuje knjižnicu, informatičke labove, sportske i rekreacijske sadržaje, a bez obzira što je hipoteza o zadovoljstvu stanovanjem odbačena trebalo bi i dalje ulagati u modernizaciju studentskih domova. Tek odnedavno na splitskom sveučilištu postoji kvalitetan studentski dom u sklopu kampusa i sigurno je da će studenti uskoro prepoznati potrebu za novim studentskim domovima koji ne samo što su moderni već su i jeftini. Sve navedene varijable imati će utjecaj na daljnje studentske performanse na fakultetu kako bi iz toga izašli kvalitetni i obrazovani stručnjaci spremni za tržište rada u svakom smislu.

6.1. Ograničenja i preporuke za daljnja istraživanja

Ovo istraživanje ima nekoliko ograničenja, a prvenstveno se odnose na ispitanike. Obzirom da se anketa provodila na deset splitskih fakulteta broj ispitanika razlikovao se od fakulteta do fakulteta. Od ukupno 191 najveći broj ispitanika bio je s ekonomskog, filozofskog i medicinskog fakulteta, dok je najmanji broj ispitanika bio s pomorskog, kemijsko tehnološkog i građevinskog fakulteta. Poželjno bi bilo povećati broj ispitnika na fakultetima koji su u ovom radu bili najmanje zastupljeni zbog reprezentativnosti. Također, istraživanje je provođeno samo na Sveučilištu u Splitu pa se postavlja pitanje je li moguće

istražiti mišljenje studentske populacije na više Sveučilišta u Hrvatskoj i na taj način dobiti podatke o zadovoljstvu studenata kvalitetom studentskog života u cijeloj Hrvatskoj. Anketa je provođena isključivo online putem zbog činjenice da se provodila u ispitnim rokovima kada studenti nisu imali predavanja, a zbog vremenskog ograničenja provođenja nije se mogla organizirati i pismenim putem. Također se pokazalo da zadovoljstvo stanovanjem ne utječe na zadovoljstvo studentskim životom, pa se javlja mogućnost podrobnije analize ovih čimbenika kako bi se moglo vidjeti postoje li neka druga saznanja. Naprimjer, da se istraže samo studenti koji žive u studentskim domovima i kako njihovo zadovoljstvo stanovanjem utječe na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života jer je u ovom radu najveći broj ispitnika živjelo s roditeljima.

Ovim istraživanjem dobili su se zanimljivi rezultati o utjecaju određenih čimbenika zadovoljstva studenata (fakultetom, fakultetskim tijelima i uslugama, nastavom, nastavnim metodama, stanovanjem, akademskom reputacijom) na zadovoljstvo studentskim životom, te utjecaj tog zadovoljstva na studentske performanse. Pruža se mogućnost istraživanja ostalih čimbenika na zadovoljstvo posebno onih osobnije prirode (religija, izvannastavne aktivnosti, odnos s drugim studentima, zdravlje i sl.). Ovo istraživanje može uvelike pomoći određenim fakultetima koji su se analizirali u ovom istraživanju, posebno onima koji su imali veći broj ispitanika, na način da mogu imati jasnu sliku razmišljanja svojih studenata o fakultetu koji pohađaju. Fakulteti mogu uvidjeti svoje prednosti koje trebaju zadržati i nadograđivati, ali i pogreške te ih pokušati eliminirati ili barem umanjiti.

SAŽETAK

Zadovoljstvo klijenata dugo je vremena prepoznato kao središnji koncept svih poslovnih aktivnosti. Zadovoljstvo može poslužiti kao pokazatelj uspjeha tvrtke, kako u prošlosti, tako i sadašnjosti, a isto tako kao i indikator uspješnosti u budućnosti. Kvalitetna usluga studentima preduvjet je održavanja konkurentnosti na tržištu visokog obrazovanja. Odnos koji se stvara na relaciji očekivanja studenata i njihovog zadovoljstva kvalitetom usluge koju obrazovna ustanova pruža ima važnu ulogu u oblikovanju reputacije akademskih institucija. Akademske institucije postaju svjesne važnosti zadovoljstva studenata jer zadovoljstvo pozitivno utječe na njihovu odluku o nastavku školovanja na toj instituciji te na pozitivnu usmenu predaju kojom će se privući budući studenti. Zadovoljstvo će utjecati na studentsku motivaciju, a samim time i na njihove performanse. Ovaj rad pruža uvid u marketinške aspekte zadovoljstva potrošača, a prvenstveno uvid u zadovoljstvo studenata u obrazovnom sektoru. Također nudi pregled stanja viskog školstva u Europskoj Uniji te u Republici Hrvatskoj. Cilj rada je utvrditi utječe li zadovoljstvo različitim čimbenicima vezanim uz fakultet i visoko obrazovanja na zadovoljstvo studentskim životom, te utječe li to zadovoljstvo studentskim životom na studentske performanse. Istraživanje je provedeno na studentskoj populaciji Sveučilišta u Splitu na uzorku od 191 ispitanika. Istraživanje se provelo uz pomoć anketnog online upitnika. Rezultati su potvrdili da zadovoljstvo studenata fakultetskim sadržajem, fakultetskim tijelima i uslugama, nastavom, nastavnim metodama i akademskom reputacijom utječe na zadovoljstvo studentskim životom, a zadovoljstvo studentskim životom na studentske performanse. Odbačena je tvrdnja da zadovoljstvo studenata stanovanjem utječe na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života.

Ključne riječi: *zadovoljstvo,studenti, studentske performanse, Sveučilište u Splitu*

SUMMARY

Customer satisfaction has long been recognized as a central concept of all business activities. Satisfaction can serve as an indicator of success of the company, both in the past and present, as well as an indicator of future performance. High quality service to students is a prerequisite of maintaining competitiveness in the market of higher education. A relationship that is created between the expectations of students and their satisfaction with the quality of service

that provides educational institution plays an important role in shaping the reputation of academic institutions. Academic institutions are becoming aware of the importance of student satisfaction, because satisfaction positively influences their decision to continue their education at this institution, and the positive word of mouth that will attract prospective students. Satisfaction will affect student motivation, and therefore their performance. This paper provides insight into the marketing aspects of customer satisfaction, primarily insight into the satisfaction of students in the educational sector. It also offers an overview of the state of higher education system in the European Union and the Republic of Croatia. The aim is to establish the influence of satisfaction various factors related to the university and higher education to the satisfaction of student life, and does student life satisfaction affectson overall happiness and student performance. The research was conducted on the student population of the University of Split, on a sample of 191 respondents. The research was conducted with the help of online survey questionnaire. The results confirmed that the students satisfaction with university contents, university bodies and services, teaching, teaching methods and academic reputation affects the satisfaction of student life and student life satisfaction on student performance. The claim that students satisfaction with housing affects on satisfaction with the quality of student life is rejected.
Key words: *satisfaciton, students, student performance, University of Split*

7. LITERATURA

Knjige:

1. Buble, M: Menadžment, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, 2006.
2. Grosjean, E.: Europska konvencija o kulturi 1954.-1994., Priručnik koji sadrži pregled 40 godina kulturne suradnje, Strasbourg, 1994.
3. Kesić, T.: Ponašanje potrošača, Opnio, Zagreb, 2006.
4. Lučin, P.,:*Osiguranje kvalitete u Europskom visokoobrazovnom prostoru*, Nakladna zaklada za znanost, visoko školstvo i tehnologijski razvoj Republike Hrvatske, Rijeka, p. 5., 8., 13., 17.,2007.
5. Marušić, M. i Vranešević, T., Istraživanje tržišta, ADELO, Zagreb, 2001.
6. Meyer, M.: Rethinking performance measurement, Beyond the balanced scorecard, The Wharton school, University of Pennsylvania, 2002.
7. Ozretić.,Došen, Đ.: Osnove marketing usluga, Mikrorad, Zagreb, 2002.
8. Pavičić, J.: Strategija marketinga neprofitnih organizacija, Masmedia, Zagreb, 2003.
9. Pivac, S.: Skripta za kolegij Statističke metode, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2008.
10. Rozga, A.: Statistika za ekonomiste, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, 2009.
11. Vranešević, T.: Upravljanje zadovoljstvom klijenata, Golden marketing, Zagreb, 2000.
12. UNESCO-ovo svjetsko izvješće, Prema društvima znanja, Paris, UNESCO Publishing, 2005.
13. Zbornik radova znanstvene konferencije: Ekonomsko obrazovanje u Republici Hrvatskoj – jučer, danas, sutra, Zagreb, 2013.
14. Zelenika, R.: Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, IV. izdanje, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2000.

Znanstveni članci:

1. Anderson, E. W., & Sullivan, M. W., The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. Marketing Science, 12, 125–143., 1993.
2. Athiyaman, A., "Linking Student Satisfaction and Service Quality Perception: The case of university education", *European Joumal ofMarketing*, Vol. 31 , (7), pp.528-540, 1997.

3. Bijakšić S. i Jelčić S., Uloga društvene odgovornosti i zelenog marketinga u suvremenom
   gospodarstvu, [internet], 7. Naučno-stručni skup sa međunarodnim učešćem ”KVALITET 2011”,
4. Bitner, M.J., "Evaluating Service Encounters: The effect of physical surrounding and employee responses", *Joumal of Marketing,* Vol. 54, (1), pp.69-82, 1990.
5. Budak, J., Slijepčević, S., Švaljek, S.: „Financijske potpore studentima u sustavu visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj“, Ekonomski institut, Zagreb, 2009.
6. Brkljačić, T., Kaliterna.,Lipovčan, Lj., Zadovoljstvo životom i osjećaj sreće kod studenata, Suvremena psihologija 13, 2010.
7. Clewes, D., A student-centred conceptual model of service quality in higher education, Quality in higher education, Vol.9, NO. 1, 2003.
8. Danjuma, I., Rasli, A., Service quality, satisfaction and attachment in higher education institutions: A theory of planned behaviour perspective, International journal of academic research, Vol.4. No.2., str.96,2012.
9. Dubrovski, D., The role of customer satisfaction in achieving business excellence, TQM, Vol. 12, NO. 7&8, 920-925, 2001.
10. Gelade, G.A., Young, S., Test of a service profit chain model in the retail banking sector, Journal of occupational and organizational psychology, 78, 1-22, 2005. Glavočević, A., Radman-Peša, A., Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društveneodgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jadertina 2/2013
11. Glavočević, A., Radman-Peša, A., Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društveneodgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jadertina 2/2013.
12. Gupta S. i Pirsch J., A Taxonomy of Cause-Related Marketing Research: Current Findings and Future Research Directions., [internet], Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing; 2006, Vol. 15Issue 1/2, p25-43, 19p, 2006.
13. Gupta S. i Pirsch J., The company-cause-customer fit decision in cause-related marketing, [internet], Journal of Consumer Marketing, Vol. 23 Iss: 6, pp.314 – 326, 2006.
14. Harrison Walker, L.J., When opposites detract: Student (dis)satisfaction in higher education and the importance of compatibility management, *Academy of Educational Leadership Journal, Volume 18, Number1,* 2014.

15. Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L., Business–unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis.
Journal of Applied Psychology, 87, 268–279., 2002.
16. Heskett, J. L., Sasser, W. E., Jr, & Schlesinger, L. A., The service profit chain. New York: Free Press., 1997.
17. Izmjene i dopune Zakona o visokim učilištima, Narodne novine 48/95, 14. srpnja 1995.
18. Izmjene i dopune Zakona o visokim učilištima, Narodne novine 29/96, 17. travnja 1996.
19. Izvješća o radu Nacionalnog vijeća za visoku naobrazbu 1994. - 1998, 1999
20. Li-Wei, Mai., A comparative study betweem UK and US: The student satisfaction in higher education and its influential factors, Journal of marketing management, 21, 859-878, 2005.
21. Machado, M.,L., Brites, R., Magalhaes, A., Sa, M.,J., Satisfaction with Higher Education: critical data forstudent development, *European Journal of Education*,Vol. 46, No. 3, 2011.
22. Mark, E., (2013), Student satisfaction and the customer focus in higher education, Journal of Higher Education Policy and Management,Vol.35. No.1 2-10, 2013.
23. Mossi, P.,Venuleo, C.,Tondo, P.,Salvatore, S., The measurement of students performance. The use of an extended Rasch model for the analysis of predictors of high educational performance,Electronic Journal of Applied Statistical Analysis, Vol. 5, Issue 3, 393 – 399, 2012.
24. Nyer, P.U., "An Investigation into Whether Complaining Can Cause Increased Consumer Satisfaction", *Joumal of Consumer Marketing,* Vol. 17, (l),pp.9-19, 2000.
25. O'Neill, M.A.,Palmer, A., "Importance-performance analysis: a useful tool for directing continuous quality improvement in higher education", Quality Assurance in Education, Vol. 12 Iss: 1, pp.39 – 52, 2004.
26. Piercy F. N. i Lane N., Corporate social responsibility: impacts on strategic marketing and customer value, [Internet], Marketing Review. Winter2009, Vol. 9 Issue 4, p335-360, 2009.
27. Polonsky M. i Speed R., Linking sponsorship and cause related marketing: Complementarities, and conflicts, [internet], European Journal of Marketing, Vol. 35 Iss: 11/12, pp.1361 – 1389, 2001.

28. Predojević, Z., Kolanović, I.: Osiguravanje kvalitete visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj, Pomorski zbornik, 2015.
29. Rode, C.,J.,et al., Life satisfaction and student performance, Academy of Management Learning & Education, str.421-425, 2005.
30. Rogers, P., Saenz, H., Make your back office an accelerator, Harvard Business Review Notice of Use Restrictions, 2009.
31. Rowe, Ken J., "Analysing and Reporting Performance Indicator Data: „Caress" the data and user beware!",2004.
32. Samo evaluacijska izvješća i izvješća o evaluacijskim posjetima Sveučilištu u Zagrebu mogu se naći na internetskoj stranici http://www.unizg.hr/kvaliteta/strateski_dokumenti.html
33. Sevda, A., Ozlem, A., A., Quality of College Life (QCL) of Students in Turkey: Students' Life Satisfaction and Identification, 2013.
34. Sirgy, M.,J.,et al., Quality of College Life (QCL) of Students: Further Validation of a Measure of Well-Being, Springer Science+Business Media B.V., str.377-384, 2010.
35. Siri, N. Espy, Keep the customer satisfied, Nonprofit world, Vol. 5, No. 4, 1987.
36. Srbljinović M., Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, [internet], Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol.10 No.2 Prosinac 2012., str. 161 -180,2012.
37. Šćukanec, N.: Nastanak zajedničke visokoobrazovne politike na razini Europske unije, Institut za razvoj obrazovanja, Zagreb, 2010.
38. Vidulin-Orbanić, S., „Društvo koje uči: Povijesno društveni aspekti obrazovanja", Filozofski fakultet Pula, 2006.
39. Yeung, M.C.H., Ennew, C.T., Measuring the impact of customer satisfaction on profitability: A sectoral analysis, Journal of targeting, measurement and analysis for marketing, Vol. 10, 2, 106-116, 2001.

Linkovi:

- http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/5735241/EC-30-12-534-EN.PDF/ffb0b7c9-bf5e-4696-984f-a05b135fe5a3 (Eurostat, 2012)
- http://www.hrzz.hr/UserDocsImages/pdf/Publikacije/nzz-kvaliteta_za_web.pdf (NVVO, 2007)
- http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1993_10_96_1876.html (Zakon o visokim učilištima, 1993)

POPIS SLIKA:

Slika 1: Usporedba udjela visokoobrazovanih u dobnoj skupini od 25 do 35 godina u Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj 34
Slika 2: Rode model 37
Slika 3: Produženi model Sirgy 38
Slika 4: Istraživački model 39

POPIS TABLICA:

Tablica 1: Struktura ispitanika prema spolu 42
Tablica 2: Dobna struktura ispitanika 43
Tablica 3: Godina studija 44
Tablica 4: Status studenata 45
Tablica 5: Struktura ispitanika s obzirom na fakultet koji studenti pohađaju 46
Tablica 6: Struktura ispitanika s obzirom na mjesečni prihod kućanstva 47
Tablica 7: Struktura ispitanika s obzirom na vlastite mjesečne prihode 48
Tablica 8: Utjecaj opremljenosti dvorana adekvatnom tehnologijom na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 49
Tablica 9: Utjecaj interakcije između profesora i studenata na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 50
Tablica 10: Utjecaj reputacije fakulteta na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 51
Tablica 11: Utjecaj reputacije profesora na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 51
Tablica 12: Vrijednost, smjer i intenzitet Pearsonovog koeficijenta linearne korelacije 52
Tablica 13: Utjecaj osoblja knjižnice na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 53
Tablica 14: Utjecaj rezervacije mjesta za učenje na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 54
Tablica 15: Utjecaj organizacije knjižne građe na policama na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 54
Tablica 16: Utjecaj dostupnosti materijala za učenje na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 55
Tablica 17: Utjecaj dostupnosti kompjutera na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života . 55
Tablica 18: Utjecaj osoblja u infolabovima na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života .. 56
Tablica 19: Utjecaj brze internet veze na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života..... 56
Tablica 20: Utjecaj kvalitete opreme na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 57
Tablica 21: Utjecaj starosti kompjutera na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 57

Tablica 22: Utjecaj dostupnosti parkinga na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života..... 58
Tablica 23: Utjecaj sportskih i rekreacijskih sadržaja na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 58
Tablica 24: Utjecaj kupovine knjiga i ostalih materijala na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 59
Tablica 25: Vrijednost, smjer i intenzitet Pearsonovog koeficijenta linearne korelacije..... 59
Tablica 26: Stanovanje ispitanika i njihovo zadovoljstvo smještajem..... 61
Tablica 27: Utjecaj zadovoljstva studenata stanovanjem na zadovoljstvo kvalitetom studentskog života 61
Tablica 28: Zadovoljstvo ispitanika i redovitost studiranja 62
Tablica 29: Utjecaj usvojenosti studentskog gradiva na zadovoljstvo studentskim životom .. 63
Tablica 30: Utjecaj uspješnosti na fakultetu na zadovoljstvo studentskim životom..... 63
Tablica 31: Vrijednost, smjer i intenzitet Pearsonovog koeficijenta linearne korelacije..... 64
Tablica 32: Zadovoljstvo kvalitetom studentskog života u odnosu na spol ispitanika 65
Tablica 33: Zadovoljstvo kvalitetom studentskog života u odnosu na fakultet ispitanika..... 66
Tablica 34: Mjesečni prihod kućanstva u odnosu na prosjek ocjena ispitanika..... 68

POPIS GRAFIKONA:

Grafikon 1: Struktura ispitanika prema spolu 43
Grafikon 2: Dobna struktura ispitanika..... 43
Grafikon 3: Godina studija..... 44
Grafikon 4: Status studenata 45
Grafikon 5: Struktura ispitanika s obzirom na fakultet koji studenti pohađaju 46
Grafikon 6: Struktura ispitanika s obzirom na mjesečni prihod kućanstva..... 47
Grafikon 7: Struktura ispitanika s obzirom na vlastite mjesečne prihode..... 48

ANKETNI UPITNIK

1. **Spol:** M Ž
2. **Dob:** 18-20 21-23 24-26 27- i više
3. **Godina studija:** I. II. III. IV. V.
4. **Jeste li:** a) redoviti student b) izvanredni student
5. **Koji splitski fakultet pohađate?***/Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*
   a) Ekonomski b) Elektrotehnika, strojarstvo i brodogradnjac) Filozofski
   d) Građevinarstvo, arhitektura i geodezija e) Medicinski f) Kineziološki
   g) Kemijsko tehnološki h) Pomorski i) Pravni j) Prirodoslovno-matematički

I. Zadovoljstvo akademskim aspektima studentskog života

Fakultet

6. **Kojom biste ocjenom ocjenili kvalitetu predavanja svojih nastavnika?***/Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

Nedovoljan	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Odličan**

7. **Jeste li zadovoljni znanjem kojeg nastavnici posjeduju o predmetima koje predaju?***/Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

Nedovoljan	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Odličan**

8. **Održavaju li nastavnici nastavu redovito?***/Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

Nikad je ne održavaju redovito	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Uvijek je održavaju redovito**

9. **Koliki prosjek ocjena ste ostvarili tokom dosadašnjeg studija?**/*Označite jedan od ponuđenih odgovora/*
   ○ ≤ 2 ○ 2,1 – 2,4 ○ 2,5 – 2,9 ○ 3,0 – 3,4 ○ 3,5 – 3,9 ○ 4,0 – 4,4
   ○ 4,5 –5,0

Metode podučavanja

10. **Smatrate li da su dvorane opremljene adekvatnom tehnologijom za izvođenje nastave?***/Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

U potpunosti ne	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**U potpunosti da**

11. **Kojom biste ocjenom ocjenili interakciju između profesora i studenata za vrijeme nastave?**

U potpunosti sam nezadovoljan/na	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**U potpunosti sam zadovoljan/na**

Opremljenost dvorana

12. **Ocijenite svoje zadovoljstvo izgledom dvorana u kojima se izvodi nastava.**Dodijelite ocjenu u rasponu od 1-5, pri čemu **1** označava da ste **potpuno nezadovoljni**, a **5** da ste **potpuno zadovoljni**. */Zaokružite odgovor za svaku uslugu/*

USLUGA	Koliko ste zadovoljni sljedećom uslugom				
Lokacija dvorana	1	2	3	4	5
Prosječna veličina dvorana	1	2	3	4	5
Osvjetljenje i akustičnost	1	2	3	4	5
Kontrola klime u dvoranama	1	2	3	4	5

Opterećenost studenata

13. **Ocijenite opterećenost studenata količinom materijala kojeg trebaju savladati/***Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

Studenti su u potpunosti opterećeni nastavnim materijalom	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Studenti uopće nisu opterećeni nastavnim materijalom**

Akademska reputacija

14. **Na skali od 1 do 5 ocjenite kakvu reputaciju prema Vašem mišljenju ima fakultet kojeg pohađate. /***Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

Nedovoljan	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Odličan**

15. **Na skali od 1 do 5 ocjenite kakvu reputaciju prema Vašem mišljenju imaju Vaši nastavnici. /***Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

Nedovoljan	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Odličan**

II. Zadovoljstvo fakultetskim sadržajem

Usluge knjižnice

16. **Ocijenite svoje zadovoljstvo knjižničnim uslugama.**Dodijelite ocjenu u rasponu od 1-5, pri čemu **1** označava da ste **potpuno nezadovoljni**, a **5** da ste **potpuno zadovoljni**./*Zaokružite odgovor za svaku uslugu/*

USLUGA	Koliko ste zadovoljni sljedećom uslugom				
Osoblje	1	2	3	4	5
Rezervacija mjesta za učenje	1	2	3	4	5
Organizacija knjižne građe na policama	1	2	3	4	5
Dostupnost materijala za učenje	1	2	3	4	5

Usluge tehnologije

17. Ocijenite svoje zadovoljstvo tehnološkim uslugama. Dodijelite ocjenu u rasponu od 1-5, pri čemu **1** označava da ste **potpuno nezadovoljni**, a **5** da ste **potpuno zadovoljni**.*/Zaokružite odgovor za svaku uslugu/*

USLUGA	Koliko ste zadovoljni sljedećom uslugom				
Dostupnost kompjutera	1	2	3	4	5
Osoblje u infolabovima	1	2	3	4	5
Brzina internet veze	1	2	3	4	5
Kvaliteta opreme	1	2	3	4	5
Starost kompjutera	1	2	3	4	5

Ostale usluge

18. Ocijenite svoje zadovoljstvo ostalim uslugama. Dodijelite ocjenu u rasponu od 1-5, pri čemu **1** označava da ste **potpuno nezadovoljni**, a **5** da ste **potpuno zadovoljni**.*/Zaokružite odgovor za svaku uslugu/*

USLUGA	Koliko ste zadovoljni sljedećom uslugom				
Dostupnost parkinga	1	2	3	4	5
Sportski i rekreacijski sadržaj	1	2	3	4	5
Kupovina knjiga i ostalih materijala	1	2	3	4	5

III. Zadovoljstvo stanovanjem

19. Živite li u:

a) studentskom domu b) privatnom smještaju c) s roditeljima/obitelji
d) ostalo_____

20. U kolikoj mjeri ste zadovoljni smještajem? /*Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

U potpunosti nezadovoljan/na	1	2	3	4	5	U potpunosti zadovoljan/na

IV. Ukupno zadovoljstvo studentskim životom

21. Sveukupno gledajući, prema Vašem mišljenju na skali od 1 do 5 ocijenite kvalitetu studentskim životom na vašem fakultetu. /*Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

Nedovoljan	1	2	3	4	5	Odličan

22. Prema Vašem mišljenju, u kolikoj su mjeri Vaši prijatelji i ostale kolege iz grupe zadovoljni kvalitetom studentskog života na vašem fakultetu? */Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

U potpunosti su nezadovoljni	1	2	3	4	5	U potpunosti su zadovoljni

V. Perfomanse

23. Jeste li sve godine studija položili redovito?/*Označite jedan od ponuđenih odgovora/*

- Ne, ponavljao/la sam više godina
- Ponavljao/la sam samo jednu godinu
- Da, sve sam godine položio/la redovito

24. Prema Vašoj procjeni, na skali od 1-5 ocijenite vlastito savladavanje znanje i usvojenost fakultetskog gradiva. */Zaokružite jedan od ponuđenih odgovora/*

Nedovoljan	1	2	3	4	5	Odličan

25. Kojom ocijenom biste ocijenili Vašu uspješnost na fakultet?/*Označite jedan od ponuđenih odgovora/*

Nedovoljan	1	2	3	4	5	Odličan