

Elégedettségvizsgálat az egyetemi hallgatók körében

2000. január 1-én a Janus Pannonius Tudományegyetem, a Pécsi Orvostudományi Egyetem és az Illyés Gyula Főiskola egyesülésével létrejött a Pécsi Tudományegyetem, amely közel 25 000 hallgatót magában foglaló 10 karú (9 formális kar és egy karként funkcionáló Intézet) nagy egyetemmé vált. A Pécsi Tudományegyetem új vezetése 2000 márciusában azzal a feladattal bízta meg a Marketing tanszéket, hogy az Intézményfejlesztési Program elkészítését alátámasztandó és segítő, végezzen átfogó vizsgálatot a nappali és levelező programokon az egyetemen tanulók és – kisebb volumenben – a már végzett hallgatók körében. A vizsgálat célja az volt, hogy az egyetem vezetése képet kapjon arról: a hallgatók miképpen viszonyulnak az egyetemhez, illetve annak intézményeihez, és az egyetem szervezeti átalakulásához; miképpen ítélik meg az egyetem által nyújtott szolgáltatásokat, mit várnak el a jövőben (a felmérés ez utóbbi részét nyugodtan nevezhetjük hallgatói elégedettségvizsgálatnak is).

Az ilyen vizsgálat Magyarországon viszonylag újszerű, hiszen a felsőoktatás filozófiája hosszú évtizedeken (sőt akár évszázadokról is beszélhetünk) keresztül az volt, hogy az egyetem/főiskola olyan autokrata intézmény, ahová a hallgatóként való bekerülés „kegynek” számított. Ha egyszer a hallgató már olyan „kiváltságos” helyzetbe került, hogy felvételt nyert az

”
A felsőoktatás filozófiája hosszú évtizedeken keresztül az volt, hogy az egyetem/főiskola olyan autokrata intézmény, ahová a hallgatóként való bekerülés „kegynek” számított.
”

intézménybe, akkor – ebből következően – követelmény volt, hogy vesse alá magát az intézmény szabályainak, ne kérdőjelezze meg annak belső rendjét, legyen „alázatos” elfogadója az ottani szokásoknak.

A helyzet a XX. század végén azonban gyökeresen változott: a változások háttérben a fejlett országok azon tudáspolitikai koncepciója áll, amely szerint a társadalom érdeke az, hogy minél többen rendelkez-

zenek felsőfokú képzettséggel. A század végére a legfejlettebb országokban az érintett korosztályoknak közel 50%-a már felsőfokú képzettséggel rendelkezik. A felsőfokú képzés tömegessé válása a kínálat bővítését, új oktatási intézmények létrehozását követelte meg. Az egyetem és a főiskolák fokozatosan versenyhelyzetbe kerültek. A versenyhelyzet pedig megkövetelte azt, hogy ezek az intézmények is alkalmazzák a marketingszemléletet: vegyék figyelembe a szolgáltatást igénybevevők elvárásait, legyenek „hallgató-centrikusak”. A hallgató-centrikusság egyik fontos feltétele az, hogy megismerjék a hallgatók véleményét, képet kapjanak a hallgatók elégedettségéről. Az Egyesült Államok egyetemén például rendszeresen végeznek hallgatói elégedettség vizsgálatokat.¹

A felsőoktatás helyzete Magyarországon is jelentős átalakuláson ment keresztül a rendszerváltást követően. A fiatalok egyre nagyobb száma jelentkezik egyetemre, főiskolákra. A megnövekedett igényeket kielégítő, az „ingyenes”, államilag finanszírozott képzés mellett tömegével jöttek létre az önköltséges (zömében részidős képzés formájában létrehozott) programok. A hallgatók egy része már választhat az intézmények között, és igényeket is támaszthatnak az adott intézmény által nyújtott szolgáltatásokkal szemben.

Jelen anyagban a Pécsi Tudományegyetemen végzett felmérés néhány tapasztalatáról számolunk be.

1 Egy gyors Internet-keresés például a hallgatói elégedettség címszó-keresésre a következő eredményt adta:

MIT: Student Satisfaction Survey – www.engregore.com/13email.html

Indiana University: Student Satisfaction and Priorities Survey – www.ius.indiana.edu/ius/iusstat.html

Columbia University: Survey Shows Student Satisfaction Is Up Again – www.columbia.edu/record/23/07/17.html

DePaul University: Student Satisfaction Survey – www.depaul.edu/alumni/newsatpr.html

A vizsgált minta és a felmérés módszere

A mintanagyság meghatározásakor – az egyetem vezetésével konzultálva – abból indultunk ki, hogy a felmérés elsőrendű célcsoportját a nappali programokon tanuló hallgatók képezik. Ezért a vizsgálat ebben a körben a tényleges beiratkozott hallgatók több mint

10%-ára terjedt ki. A második nagy halmazt a levelező programokon tanulók alkotják: ezek a programok jellemzően költségtérítések és magukban foglalják az alapképzésben, a szakirányú továbbképzésben és a posztgraduális képzésben résztvevőket. Itt a mintarányt már jóval kisebbre terveztük. A felmérést a már végzett hallgatók viszonylag szűk körének megkérdezése egészítette ki. A mintát az ún. rétegzett véletlenszerű kiválasztás alapján határoztuk meg: a rétegzett mintára azért volt szükség, hogy az egyetem karainak és a karokon belül a különböző évfolyamoknak megfelelő reprezentativitást biztosítsunk. Az előre meghatározott rétegek nagyságát az egyetemre beiratkozott hallgatók tényleges száma alapján kalkuláltuk. Az így meghatározott rétegeken belüli kiválasztás véletlenszerű volt. Összesen 1684 kérdőívet dolgoztunk fel.

A hallgatói elégedettség vizsgálatok a szolgáltatásokkal való elégedettség mérésére nemzetközileg elfogadott módszert, az ún. „gap-analízist” használtuk.¹ Ez a módszer a szolgáltatások egyes összetevőivel kapcsolatban az összetevők fontosságának megítélését veti egybe az azokkal szemben megnyilvánuló elégedettséggel. Az elmélet szerint ahol a fontosság és az elégedettség közel hasonló, ott egyensúly van az elvárások és a teljesítés között, ahol a fontosság meghaladja az elégedettséget, ott feszültségről, „aluteljesítésről” beszélhetünk (ezek a területek mutatnak rá a jövőbeni fejlesztés fontos irányaira), ahol pedig az elégedettség haladja meg a fontosságot, ott „túteljesítés” van.

A vizsgálat néhány megállapítása

Jelen anyagban a vizsgálatnak csak néhány – általános érdeklődésre számot tartható – megállapításait ismertetjük. Ezek:

1 A módszer részletes leírását lásd: Alan Dutka: AMA Handbook for Customer Satisfaction, NTC Business Books, Lincolnwood, Illinois USA, 1993

”

Az egyetemi képzés olyan bizalmon alapuló szolgáltatás, amelynek kommunikálása (reklámozása) nyilvánvalóan eltér más termékektől, illetve szolgáltatásoktól.

”

- az egyetemre kerülés körülményei,
- az egyetem, illetve a karok hírnevének hallgatói megítélése,
- a hallgatói elégedettség felmérésének eredményei.

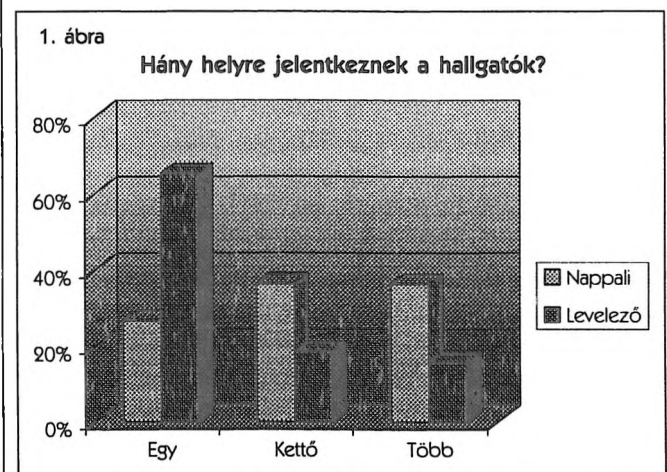
- Az egyetemre kerülés körülményei a PTE hallgatóinak körében

Ebben a témakörben azt vizsgáltuk meg, hogy (1) az egyete-

münkön tanuló hallgatók milyen arányban kívántak valóban erre az egyetemre jönni, (2) honnan hallottak az egyetemünkről, (3) milyen szerepet játszott az egyetem hírneve választásuk során, továbbá azt, hogy (4) hány helyre jelentkeztek, és (5) hogy egyáltalán szükségesnek tartják-e azt, hogy az egyetem felvételi vizsgaszűrést tart.

A hallgatók mintegy 80%-a (nappali hallgatók: 81,2%; levelező hallgatók: 79,2%) eredetileg is erre az egyetemre akart felvételt nyerni. Ezen az arányon belül azonban a nappali hallgatók 8,8%-a, a levelező hallgatók 6,3%-a nem arra a szakra nyert felvételt, amelyikre szeretett volna.

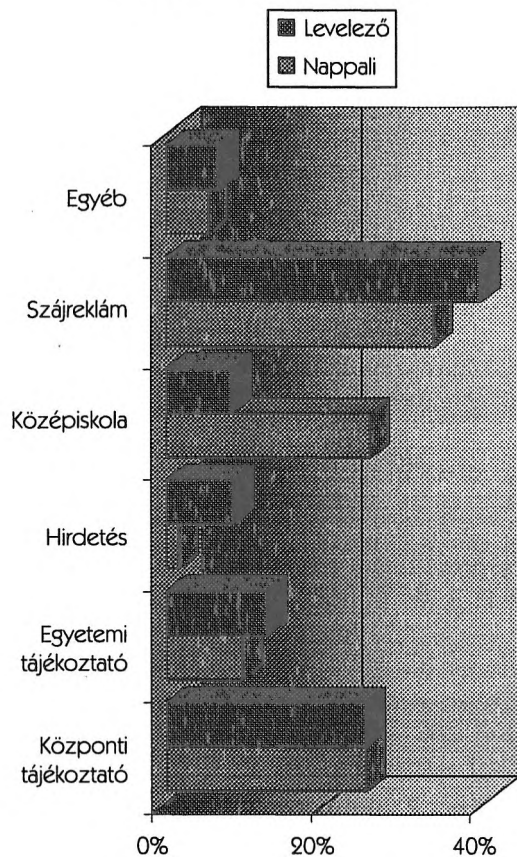
Ami a felvételin megjelölt intézmények számát illeti, a 4. ábrából látható, hogy a nappali hallgatók jellemzően kettő, vagy több helyet jelölnek meg, míg a levelező hallgatók inkább célzottan egy helyre jelentkeznek. Ez természetesen érthető, hiszen a jelenlegi országos felvételi rendszer ezt a megoldást teszi lehetővé



Az egyetemi marketingstratégiáját közvetlenül érintő kérdés az, hogy a potenciális hallgatók az egyetemre való jelentkezés előtt honnan szereznek információt az egyetemről. Az egyetemi képzés olyan bizalmon alapuló szolgáltatás, amelynek kommunikálása (reklámozása) nyilvánvalóan eltér más termékek-

2. ábra

Felvételi információs források



től, illetve szolgáltatásoktól. Tekintsük át, hogy a megkérdezettek miképpen emlékeznek vissza azokra az információs forrásokra, ahonnan az egyetemről tudomást szereztek. A lehetséges változatokat a következők képviselik:

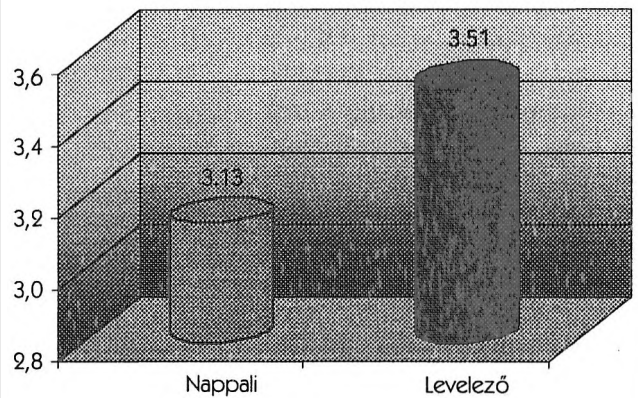
- központi felvételi tájékoztató,
- az egyetemi felvételi tájékoztató,
- a középiskola,
- hirdetés és
- szájreklám (a már ide járóktól, ismerősöktől, az itt végzettektől szerzett személyes információ).

Az adatok azt igazolják, hogy az egyetemi oktatás legfontosabb reklámhordozója a szájreklám (különösen akkor igaz ez a megállapítás, ha figyelembe vesszük azt, hogy a középiskolai informálódás egy része szintén szájreklám). A szájreklám ugyanakkor nagymértékben összefügg az egyetemről, illetve a karról kialakult imázssal, hírnévvel. Ezt a hipotézist lehet ellenőrizni az arra a kérdésre adott válaszok elemzésével, amely az intézményválasztás és a hírnév közötti összefüggésre kérdezett rá.

A hírnév szerepét az intézményválasztásban a nappalis hallgatók 45,1%-a és a levelező hallgatók 60,2%-a jelölte meg fontosnak, illetve rendkívül fontosnak. Az 1–5-ös skálán (1 = egyáltalán nem fontos;

3. ábra

A hírnév szerepe az 1–5-ös skálán



5 = rendkívül fontos) adott válaszok átlagértékeit mutatja be a 3. ábra. Mindez azt mutatja, hogy az egyetem, illetve a kar hírneve nagyobb szerepet játszik a levelező (fizető és posztgraduális) képzésre jelentkező intézményválasztásakor, nevezetesen a PTE-re való jelentkezésben.

Az egyetemre kerülés körélményeivel foglalkozó kérdéskörben arra is rákérdeztünk, hogy a hallgatók véleménye szerint egyáltalán szükség van-e a felvételi szűrőre. Nos, a nappali hallgatók 82,8%-a, a levelező hallgatók 63,1%-a szerint szükség van a felvételikre. Mivel az adott válaszok indoklását értelemszerűen nem tudtuk megkérdezni, csak feltételezésekkel élhettünk; ez pedig az, hogy az egyetem magasabb minőségi szintjének biztosítása már a felvett hallgatók kiválasztásával megkezdődik.

● Az egyetem hírnevének hallgatói megítélése

Az egyetemre járó hallgatót (és az oda felvételizőt) elsősorban az motiválja, hogy az adott kar milyen hírnévvel rendelkezik. Arra kérdeztünk tehát rá, hogy a választott kar milyen hírnévvel rendelkezik az ország más hasonló intézményeihez képest. A válaszokat kari bontásban az 1. tábla mutatja be.

Az egyetem hírneve a karok hírnevének összességként értelmezhető. Így tekintve az egyetem megítélése – amint azt az 1. tábla mutatja – közel fele részben átlagos, illetve közel fele részben az átlagot meghaladó, vezető jellegű. Az összességében pozitív összkép mögött azonban egészen nagy szórások figyelhetők meg: az összképből három kar emelkedik ki: Sorrendben az ÁJK (Állam- és Jogtudományi Kar), a KTK (Közgazdaságtudományi Kar) és az ÁOK (Általános Orvostudományi Kar), illetve a nappali tagozat esetében az EFK (Egészségügyi Főiskolai Kar); ezeknél a hallgatók többségének megítélése szerint az adott kar az ország legnevesebb intézményei közé tartozik.

1. tábla

A karok megítélése az ország más, hasonló intézményéhez képest

Kar	Nappali (1099 fő válaszában %-ában)			Levelező (398 fő válaszában %-ában)		
	Az átlagosnál alacsonyabb	Átlagos	Az országban az elsők között van	Az átlagosnál alacsonyabb	Átlagos	Az országban az elsők között van
ÁJK	1,0	7,1	91,9	1,3	16,7	82,1
BTK	4,0	52,8	43,2	6,9	69,0	24,1
FEEFI	0,0	46,3	53,7	3,0	56,3	40,7
KTK	1,0	10,0	89,0	5,3	15,8	78,9
MK	0,0	65,0	35,0	10,0	60,0	30,0
PMMPK	23,0	61,2	15,8	0,0	85,0	15,0
TTK	15,0	62,0	23,0	5,0	80,0	15,0
ÁOK	5,7	32,5	61,8			
EFK	0,8	38,3	60,8	0,0	58,3	41,7
IGYFK	3,3	50,0	46,7	0,0	65,0	35,0
Összesen	7,2	43,0	49,8	2,6	50,9	46,5

● *A hallgatói elégedettség felméréseinek tapasztalatai*
Amint arra a vizsgálat módszereinek tárgyalása során már utaltunk, az elégedettséget a szolgáltatásoknál általában a szolgáltatáscsomag egyes összetevőinek fontossági megítélésével vetik egybe. Az egyetemi oktatásnál – vizsgálatunkban – a következő tényezőcsoportok fontosságát, illetve az azzal való elégedettség hallgatói megítélésének megismerését tartottuk lényegesnek:

- az oktatás magas színvonala
- az oktatás elméleti megalapozottsága, illetve a gyakorlati munkára való felkészítő jellege
- az infrastrukturális és technikai ellátottság színvonala
- a hallgatókat érintő egyetemi adminisztráció és tájékoztatás színvonala
- az egyetem által a hallgatóknak nyújtott társadalmi és kulturális lehetőségek színvonala
- a hallgatók egyetemi közéletben való részvételének színvonala

A kérdőívben rákérdeztünk e tényezőcsoportok fontosságára; az elégedettség vizsgálatokor azonban a tényezőket tovább bontottuk, annak érdekében, hogy a kritikus területeket egyértelműen azonosítani tudjuk. A következő bontásokat alkalmaztuk:

- Az oktatás színvonala
 - az oktatók megítélése
 - mennyire felel meg az oktatás tartalma a kor követelményeinek
 - rendszeresen látogatja-e a hallgató az órákat
 - az oktatás a tantervnek megfelelően folyik
 - a tantárgyak többsége megfelelő tananyagbázissal rendelkezik.

- Az oktatás elméleti megalapozottsága, illetve a gyakorlatra való felkészítő jellege
 - az oktatás elméleti jellegéről, illetve arról, hogy
 - mennyire készít fel a gyakorlatra.
- Az infrastrukturális és technikai ellátottság színvonala
 - a tantermi ellátottság színvonala,
 - a könyvtári ellátottság színvonala
 - a tanulmányokhoz szükséges technikai háttér (számítógép, laborfelszerelés stb.) színvonala, és
 - az oktatók technikai segédeszköz-használatának színvonala.
- A hallgatókat érintő egyetemi adminisztráció és tájékoztatás színvonala
 - a tanulmányi osztályok adminisztrációs tevékenységének színvonala,
 - az őket érintő kérdésekben a hallgatók tájékoztatásának színvonala
 - a hallgatók tájékoztatásának színvonala az egyetemi döntésekről
- Az egyetem által a hallgatóknak nyújtott társadalmi és kulturális lehetőségek színvonala
 - a vidéki hallgatók elhelyezésének színvonala,
 - az egyetem által kínált művelődési lehetőségek színvonala
 - az étkezési lehetőségek színvonala,
 - a sportolási lehetőségek színvonala.
- A hallgatók egyetemi közéletben való részvételének színvonala
 - mennyire tartják megfelelőnek a döntésekben való hallgatói részvételt és
 - mennyire tartják megfelelőnek a HÖT-ök (hallgatói önkormányzati tanácsok) működését.

2. tábla

A fontosság és az elégedettség összevont mutatói

	Nappali összesen			Levelező összesen			Egyetem összesen		
	Fontosság	Elégedettség	Gap	Fontosság	Elégedettség	Gap	Fontosság	Elégedettség	Gap
Az oktatás magas színvonalá	4,72	3,47	-1,25	4,92	3,91	-1,01	4,73	3,5	-1,23
Az oktatás elméleti megalapozottsága	3,97	3,57	-0,40	4,53	3,68	-0,85	4,11	3,6	-0,51
A gyakorlatra való felkészítés	4,42	2,72	-1,70	4,33	3,13	-1,20	4,39	2,83	-1,56
Infrastruktúra, technika	4,44	2,93	-1,51	4,41	3,46	-0,95	4,44	3,06	-1,38
Adminisztráció, tájékoztatás	4,44	2,78	-1,66	4,46	3,21	-1,25	4,45	2,89	-1,56
Társadalmi-kulturális lehetőségek	4,11	3,05	-1,06	3,93	2,98	-0,95	4,06	3,03	-1,03
Közéleti szereplés	4,15	3,25	-0,90	3,94	3,33	-0,61	4,1	3,27	-0,83
Átlags	4,32	3,11	-1,21	4,36	3,39	-0,97	4,33	3,17	-1,16

Megjegyzés: A megkérdezések során 1-5-ös Likert skálát alkalmaztunk.

A fő kategóriák szerinti fontosságot és elégedettséget, illetve az e kettő által meghatározható „gap-feszültség” mértékét a nappali és levelező hallgatók bontásában a 2. tábla, illetve összesítve a 4. ábra foglalja össze.

A 2. táblából sok következtetés vonható le:

- mindkét oktatási formában a fontossági sorrendet az oktatás magas színvonalá vezeti
- az oktatás elméleti megalapozottsága a nappali tagozatos hallgatóknál alacsonyabb, míg a levelező formáknál magasabb. (Ennek feltehető oka az, hogy míg a nappali hallgatók az egyetemen elsősorban elméleti képzésben vesznek részt, ezért a gyakorlati felkészítést hiányolják, addig a levelező képzésben résztvevők – akik már gyakorlattal rendelkeznek – sokkal inkább abban érdekeltek, hogy az oktatás elméleti alapozottsága legyen magasabb
- a többi kiválasztott összetevő egyaránt fontos, azzal az érthető eltéréssel, hogy a társadalmi-kulturális lehetőségek megléte és az

egyetemi közéletben való részvétel a levelező hallgatók számára – érthető módon: hiszen kevesebbet tartózkodnak az egyetemen – kevésbé fontos

Ami a kritikus területekre leginkább rávilágít, az az elégedettség, pontosabban az elégedettség és a fontosság különbsége (a „gap”). A nappali hallgatók vonatkozásában ez utóbbit a 4. ábrán mutatjuk be.

Az ábra tanúsága szerint három területen van szignifikáns különbség:

1. az oktatásnak a gyakorlatra való felkészítő jellege,
2. a hallgatókat érintő egyetemi adminisztráció és tájékoztatás színvonalá, valamint
3. az oktatás infrastrukturális ellátottságának színvonalá területén.

Oktatói tapasztalataink – és a nemzetközi összehasonlítás is – visszaigazolja a hallgatói véleményeket. Az egyetemet elhagyva a hallgatók nem érzik felkészültnek magukat a gyakorlati munkára. A nappali tagozatnál általában hiányzik a szakmai gyakorlat, illetve hiányoznak azok a tárgyak, amelyek közvetlenül készítik fel a hallgatókat a gyakorlati életre.

”

Jelentős feszültség figyelhető meg a hallgatók adminisztratív kiszolgálása, valamint tájékoztatása területén.

Ma még a tanulmányi osztályok, a régi hagyományokat követve, „hatóság”-nak érzik magukat, a hallgatók kiszolgálása egyáltalán nem ügyfél-centrikus.

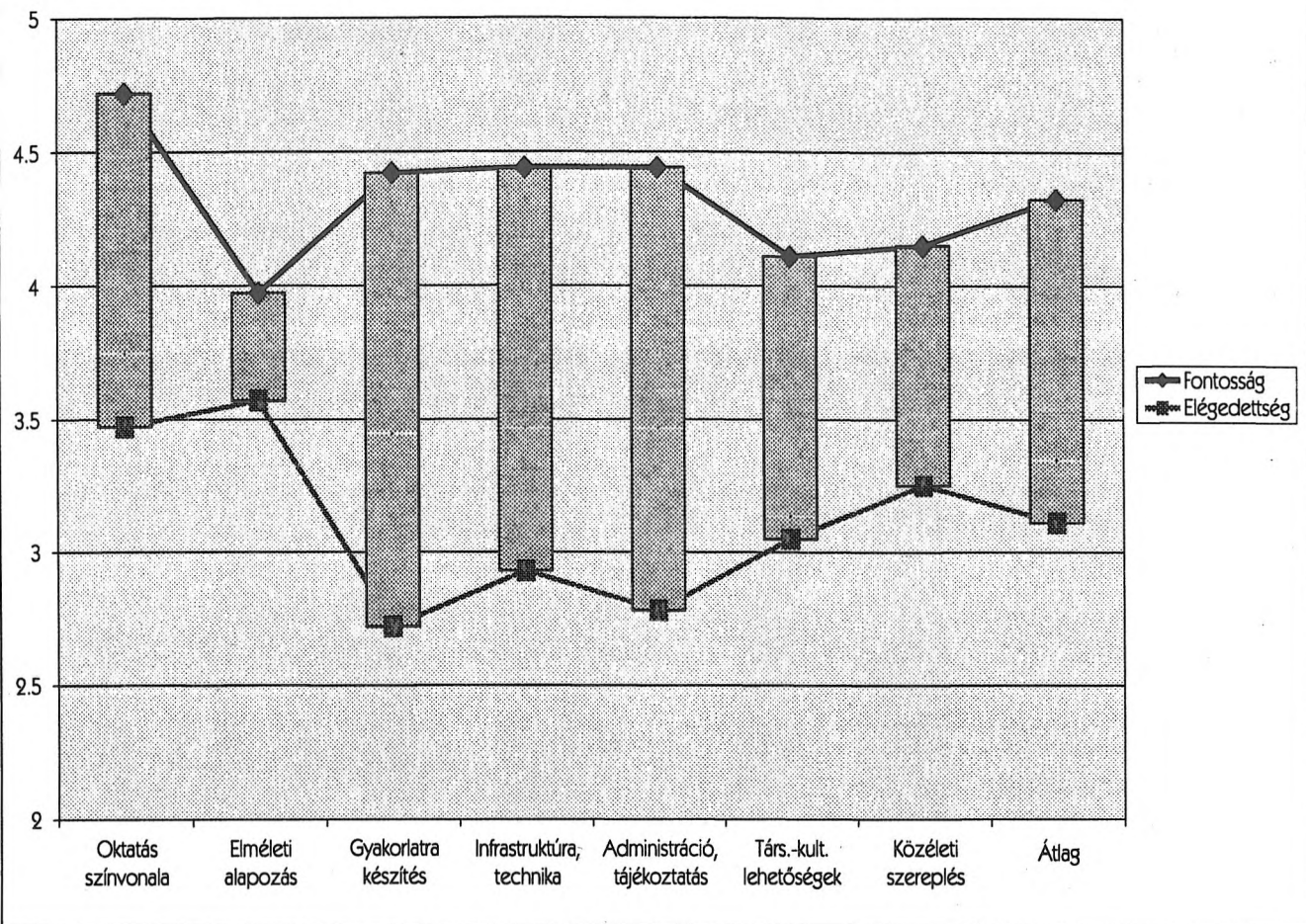
◆

Ez az első vizsgálat több olyan fontos szempontra és területre hívta fel a figyelmet, amelyet az egyetem vezetésének feltétlenül célszerű figyelembe vennie.

”

4. ábra

Az elégedettség és a fontosság megítélése közötti különbség a nappali hallgatók körében



A nyugati egyetemeken egyértelműen megfigyelhető, hogy a tantervek összeállításakor nagy súlyt helyeznek erre a területre. Közel hasonló mértékű, jelentős feszültség figyelhető meg a hallgatók adminisztratív kiszolgálása, valamint tájékoztatása területén. Ma még a tanulmányi osztályok, a régi hagyományokat követve, „hatóság”-nak érzik magukat, a hallgatók kiszolgálása egyáltalán nem ügyfél-centrikus. Bizonyos mértékű fejlődés természetesen ezen a területen is végbement: az információs technika lehetővé tette, hogy a hallgatói tájékoztatás ma már az Interneten keresztül, elektronikus úton történjék. Meg kell azonban jegyezni, hogy – és erre éppen az infrastrukturális ellátottságnál jelentkező alulteljesítés hívja fel a figyelmet – a hallgató hozzáférése a számítógépes hálózathoz, a vitathatatlan fejlődés ellenére, meglehetősen korlátozott.

Összefoglalás

A hallgatói elégedettség vizsgálat sok érdekes, az egyetem menedzsmentje számára hasznos és meg-

szívlelendő tapasztalatokat tárt fel. Bebizonyította azt, hogy az ügyfelek elégedettségének a non-profit szférában is kiemelt, stratégiai szerepe van. Az egyetemi hallgatók elégedettségét természetesen csak az oktatás – mint speciális szolgáltatás – sajátosságainak figyelembevételével szabad értékelni. Mindenesetre ez az első vizsgálat több olyan fontos szempontra és területre hívta fel a figyelmet, amelyet az egyetem vezetésének egyrészt az oktatás mindenkori szervezésekor, másrészt pedig hosszabb távú stratégiájának kialakításakor feltétlenül célszerű figyelembe vennie. Az elégedettség-vizsgálat pedig igazán akkor tölti be szerepét, ha azt az egyetem rendszeres időszakonként megismétli, és a hallgatói igényeket, illetve az oktatás és a kapcsolódó szolgáltatások mindenkori megítélését rendszeresen figyelemmel kíséri.

A szerző
tanszékvezető egyetemi tanár
a Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar
Marketing Tanszékén