

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

ZAZNAVANJE KAKOVOSTI GOSTINSKIH
STORITEV (PRIMER SUBVENCIONIRANE
ŠTUDENTSKE PREHRANE)

Ljubljana, oktober 2006

BOŠTJAN ČRETNIK

IZJAVA

Študent BOŠTJAN ČRETNIK izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom prof. dr. Iče Rojšek in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 10. 10. 2006

Podpis:

KAZALO

1	UVOD	1
1.1	POTEK DELA IN OPREDELITEV METOD DELA.....	2
2	RAZUMEVANJE KAKOVOSTI STORITEV V GOSTINSTVU	2
2.1	OPREDELITEV KAKOVOSTI STORITEV	2
2.2	IZZIVI PRI MERJENJU KAKOVOSTI STORITEV	3
2.3	MODELI MERJENJA KAKOVOSTI STORITEV	4
2.3.1	MODEL PRIČAKOVANE IN ZAZNANE KAKOVOSTI STORITEV (GRÖNROOSOV MODEL)	5
2.3.2	MODEL SERVQUAL	8
2.3.3	SERVIMPERF MODEL VRZELI	11
2.3.4	MODEL SERVPERF	13
2.4	MERJENJE KAKOVOSTI GOSTINSKIH STORITEV	13
2.5	ODNOS MED KAKOVOSTJO STORITEV TER ZADOVOLJSTVOM PORABNIKOV	15
3	RAZISKAVA ZADOVOLJSTVA ŠTUDENTOV S PONUDNIKOM SUBVENCIONIRANE ŠTUDENTSKE PREHRANE	18
3.1	PONUDBA SUBVENCIONIRANE ŠTUDENTSKE PREHRANE	18
3.2	NAMEN IN CILJI RAZISKAVE.....	19
3.3	POTEK PREISKOVALNE RAZISKAVE IN UGOTOVITVE	20
3.4	NAČRT VZORČENJA	21
3.5	RAZISKOVALNE HIPOTEZE.....	21
3.6	OBLIKOVANJE VPRAŠALNIKA	24
3.7	SESTAVA VZORCA.....	25
3.8	REZULTATI UNIVARIATNE ANALIZE	27
3.8.1	SPLOŠEN ODNOS ŠTUDENTOV DO ŠTUDENTSKE PREHRANE	27
3.8.2	ZAZNAVANJE ELEMENTOV KAKOVOSTI PRI ŠTUDENTIH V ZVEZI Z RESTAVRACIJO 10-KA	28
3.9	PREVERJANJE ZANESLJIVOSTI INSTRUMENTA ZA MERJENJE KAKOVOSTI.....	34
3.10	PREVERJANJE HIPOTEZ.....	35
3.11	PRIPOROČILA VODSTVU ZA SPREMEMBE IN IZBOLJŠAVE V RESTAVRACIJI.....	41
4	SKLEP	41
	LITERATURA	44
	VIRI	46

SLOVAR SLOVENSКИH PREVODOV TUJIH IZRAZOV

Tuj izraz:

disconfirmation models
perception models
evaluated performance
perception
expectation
process quality
intangibility
simultaneous production and consumption
perishability
reliability
responsiveness
assurance
empathy
tangibility
accessibility
professionalism
skill
recovery
service excellence
pattern matrix

Slovenski prevod:

modeli nepotrditve
modeli zaznavanja
ocenjevanje izvedbe
zaznavanje
pričakovanje
funkcionalna kakovost
neopredmetenost
hkratna proizvodnja in poraba
minljivost
zanesljivost
odzivnost
vzbujanje zaupanja
vživljanje v položaj porabnika
opredmetenost
dostopnost
strokovnost
spretnost, veščina
povračilo
popolnost storitve
korelacijska matrika

1 UVOD

Storitve so postale povsem nepogrešljiv del našega življenja, saj se z njimi srečujemo praktično na vsakem koraku. Tako bi lahko vsakdo izmed nas v hipu naštel nekaj storitev, s katerimi imamo opravka večkrat dnevno. Prav zato je storitveni sektor v preteklih štirih desetletjih postal dominanten gospodarski sektor razvitih držav, saj ustvarja že več kot 70 % BDP in zaposluje več kot dve tretjini vseh zaposlenih (Potočnik, 2004, str. 20). Upravičeno ga zato nekateri avtorji opredeljujejo kot primarno gibalno gospodarskega razvoja.

Ob razmahu storitvenega sektorja ter s tem posledično pojavom številnih storitvenih organizacij postaja poglavitno vprašanje, kako približati storitev porabniku ter zadovoljiti njegova pričakovanja. Predvsem je pomembno poznati tiste ključne dejavnike, ki vplivajo na kakovost opravljene storitve ter ustvarjajo zadovoljnega porabnika. »Vedenje o tem, kaj porabnik potrebuje, je prvi in najverjetneje tudi najbolj kritičen korak h kakovostni storitvi« (Semolič, 2004, str. 2). Dober ponudnik storitev bo sposoben prisluhniti potrebam in željam porabnika ter jim znal tudi ugoditi.

V diplomskem delu se bom osredotočil na zaznavanje kakovosti gostinskih storitev študentske restavracije 10-ka na Ekonomski fakulteti. S študentsko prehrano se v času študija sreča večina študentov, ki pa o ponudnikih študentske prehrane gojijo različna mnenja. Kar nekaj je študentov, ki pravijo, da so obravnavani kot drugorazredni porabniki, saj so po njihovem mnenju deležni slabše kakovosti storitve kot običajni porabniki. Skušal bom ugotoviti, kakšno je zadovoljstvo študentov z omenjenim ponudnikom študentske prehrane ter kateri so tisti dejavniki kakovosti, ki pomembno vplivajo na nakupno odločitev ter povzročajo vračanje študentov v omenjeno restavracijo.

Cilje diplomskega dela bi lahko strnil v naslednje točke:

- ugotoviti, na podlagi česa porabniki zaznavajo kakovost gostinskih storitev na splošno, ter analizirati do sedaj uporabljene modele in pristope merjenja kakovosti na omenjenem področju,
- ugotoviti, kateri dejavniki so najpomembnejši pri presojanju kakovosti in kako vplivajo na zadovoljstvo študentov z omenjeno restavracijo,
- ugotoviti, katere dimenzije kakovosti ter kako le-te vplivajo na zadovoljstvo ali nezadovoljstvo študentov z restavracijo 10-ka ter
- zbrati priporočila študentov za izboljšanje kakovosti ponudbe študentskih kosil v omenjeni restavraciji.

1.1 Potek dela in opredelitev metod dela

Diplomsko nalogo bom pričel z opredelitvijo kakovosti storitev ter izzivi, ki se pojavljajo pri merjenju kakovosti storitev. Nato bom predstavil nekatere osnovne modele merjenja kakovosti storitev. Prikazal bom model pričakovane in zaznane kakovosti storitev (Grönroosov model), model SERVQUAL, model vrzeli, model SERVPERF ter SERVIMPERF model vrzeli. Posebno pozornost bom namenil merjenju kakovosti gostinskih storitev. Prikazal bom metodologijo in izsledke nekaterih tujih raziskav z omenjenega področja. Nakar se bom posvetil razumevanju zadovoljstva porabnikov ter opredelil razlike med zadovoljstvom porabnikov in kakovostjo storitev. Nekaj besed bom spregovoril tudi o subvencionirani študentski prehrani ter o podjetju Sodexo, d. o. o., ki ima pod okriljem restavracijo 10-ka. Sledila bo raziskava zadovoljstva študentov z restavracijo 10-ka.

V empiričnem delu naloge bom najprej predstavil namen ter cilje raziskave, sledile pa bodo ugotovitve preiskovalnega raziskovanja, in sicer analiza pregledanih sekundarnih virov ter izvedenega skupinskega pogovora. Nato bom prikazal načrt vzorčenja in utemeljene raziskovalne hipoteze, na podlagi katerih sem sestavil vprašalnik, uporabljen pri raziskavi. Sledila bo predstavitev vzorca, ki sem ga vključil v raziskavo. Rezultate raziskave bom predstavil s pomočjo univariatne in bivariatne analize. Pred preverjanjem hipotez sem opravil še merjenje zanesljivosti merskega instrumenta ter ugotovil njegovo nizko zanesljivost. Prav zato sem s pomočjo faktorске analize oblikoval nove dimenzije kakovosti in na podlagi le-teh preveril zastavljene hipoteze. Ob koncu bom podal glavne ugotovitve, pridobljene iz raziskave, ter navedel literaturo in vire, ki sem jih uporabil pri izdelavi diplomske naloge. Pomemben del diplomske naloge so tudi priloge, ki predstavljajo dopolnitev k empiričnemu delu.

2 RAZUMEVANJE KAKOVOSTI STORITEV V GOSTINSTVU

2.1 Opredelitev kakovosti storitev

Če so v preteklosti storitvene organizacije same narekovale merila kakovosti storitev, pa je potrebno danes o tem, kaj je dobra storitev, povprašati porabnika. Le-ta je postal vse bolj izobražen in zahteven, njegova pričakovanja in želje pa so se bistveno povečale. Največkrat porabnik kakovost storitve presoja na osnovi primerjave svojih pričakovanj ter dejanske izvedbe storitve. V kolikor je mnenja, da dobljena raven storitve ni takšna, kot je pričakoval, največkrat poišče drugega ponudnika storitve. Pri ocenjevanju se porabniki pogosto naslanjajo na storitveno pokrajino v storitveni organizaciji, ki je tudi najbolj opazna.

Če storitvena organizacija porabniku ponudi kakovostno izvedeno storitev z visoko dodano vrednostjo, si lahko tako pridobi konkurenčno prednost pred ostalimi ponudniki na trgu. Vendar pa se pogosto dogaja, da si storitvene organizacije težko ustvarijo predstavo o tem, kakšna raven ponudbe je potrebna za dostavo visoko kakovostne storitve.

Kakovost storitev je težko opredeliti, kar kažejo številne različne opredelitve tujih avtorjev s tega področja. Kakovost tako opredeljujejo kot odličnost (Tuchman, 1980), vrednost (Abbot, 1995), skladnost s specifikacijo (Levitt, 1972), skladnost z zahtevami (Crosby, 1990) in doseganje ali preseganje pričakovanj odjemalcev (Grönroos, 1983; Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985) (Rupnik, 2004, str. 8).

Potočnik (2004, str. 92) kakovost storitev opredeli kot razliko med pričakovano in dejansko prejeto storitvijo, kot jo zazna porabnik. Zato mora storitvena organizacija ugotoviti, kateri dejavniki vplivajo na porabnikovo zaznavanje kakovosti storitev. Razlikuje tudi med standardno kakovostjo (objektivna), ki je določena s postopki s strani storitvene organizacije, ter kakovostjo, ki je skladna s pričakovanji (subjektivna) in jo porabnik opredeli potem, ko je storitev že izvedena.

Po Grönroosu (2000, str. 63–65) je kakovost storitev sestavljena iz dveh sestavin kakovosti: tehnične in funkcionalne kakovosti. Omenjena opredelitev kakovosti storitev predstavlja osnovo za oblikovanje modela pričakovane in zaznane kakovosti storitve, ki ga bom podrobneje predstavil v sklopu modelov merjenja kakovosti storitev.

Omeniti je potrebno še en vidik pomena kakovosti, in sicer učinek negativne informacije. Po raziskavi TARP-a (Technical Assistance Research Program) povprečen odjemalec, razočaran nad ponudbo, pove o svoji negativni izkušnji devetim do desetim ljudem, vsak od teh razočaranih odjemalcev pa razširja negativne informacije na več kot dvajset ljudi (Snoj, 1998, str. 157).

2.2 Izzivi pri merjenju kakovosti storitev

Merjenje kakovosti storitev je ključnega pomena za vsako storitveno organizacijo, saj le-ta s strani porabnikov pridobi pomembno povratno informacijo ter lahko v prihodnje izboljša kakovost ponujenih storitev.

Ker je storitveni proces sestavljen iz vrste bolj ali manj neopredmetenih aktivnosti, ki potekajo v interakciji med porabnikom in zaposlenimi in/ali fizičnimi sredstvi ali izdelki in/ali sistemi ponudnika storitev (Grönroos, 2000, str. 46), je merjenje kakovosti storitev izredno kompleksno.

Merjenje kakovosti storitev otežujejo tudi njihove specifične lastnosti, ki povzročajo porabnikovo subjektivno ocenjevanje kakovosti storitev, medtem ko lahko kakovost izdelkov izmerimo na podlagi podanih objektivnih ocen. Lastnosti storitev, ki zahtevajo poseben pristop na področju merjenja kakovosti storitev, so: neopredmetenost, hkratna proizvodnja in prodaja ter spremenljivost. Neopredmetenost storitev povzroča, da porabnik ne more oceniti kakovosti storitve pred njenim nakupom, saj mu je izid storitve neznan. Porabniki pa ne ocenjujejo zgolj končnega rezultata storitev, temveč celoten proces izvedbe storitve. Ker je porabnik največkrat s svojo prisotnostjo aktivno vpleten v proces nastajanja storitve, s sodelovanjem ali soustvarjanjem vpliva na kakovost storitve. »Ocenjevanje vrednosti in kakovosti storitve je torej odvisna predvsem od mnenj, vrednot in pričakovanj obstoječih ter potencialnih porabnikov« (Potočnik, 2004, str. 33). Zaradi njihove interakcije z zaposlenimi v storitveni organizaciji se zgodi, da vsaka enota storitve predstavlja svojevrsten unikat in tako ni mogoče govoriti o standardizirani storitvi. Seveda pa je bistvenega pomena, da se kakovost storitve giblje znotraj postavljenih standardov storitvene organizacije oziroma porabnikovega tolerančnega območja med pričakovano in zaznano storitvijo.

Presoja kakovosti storitev se torej tako z vidika porabnika kakor ponudnika storitev razlikuje med seboj. Ponudnik storitev kakovost storitev ovrednoti na podlagi postavljenih standardov kakovosti v organizaciji. »Kakovost storitev je ovrednotenje izvedbe storitve glede na dogovorjene standarde« (Mudie, Cottam, 1993, str. 88). Za porabnike pa je kakovost storitev skupna vrednost zaznanih koristi storitve, ki jo ti primerjajo s pričakovanimi koristmi. V diplomskem delu se bom osredotočil na merjenje kakovosti storitev z zornega kota porabnika (študenta).

2.3 Modeli merjenja kakovosti storitev

Idealnega modela za merjenje kakovosti storitev ni, zato v literaturi s tega področja zasledimo uporabo vrsto različnih modelov. Lakhe, Mohanty (1995), Bebko (2000) ter Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004) kot glavna dejavnika, ki otežujeta merjenje kakovosti storitev, navajajo neopredmeteno naravo storitvenega procesa ter vpletenost človeškega faktorja pri dostavi storitve (Aigbedo, Parameswaran, 2004, str. 877). Prav zato so avtorji pod vplivom razvoja storitvenih dejavnosti in njihove vedno bolj kompleksne narave modele merjenja kakovosti vse bolj izpopolnjevali, kar je povzročilo pojav večih različic posameznega modela, ki so omogočile prilagoditev merskega instrumenta določeni vrsti storitve.

Soriano (2002, str. 1056, 1057) glede na to, ali model vključuje porabnikova pričakovanja pri presojanju kakovosti storitev, modele deli v dve skupini:

- **Modeli nepotrditve pričakovanj** temeljijo na primerjavi med pričakovano kakovostjo storitve in dejansko zaznano kakovostjo storitve. Kakovost storitev je definirana kot

razkorak med pričakovanji ter dejansko izvedbo storitve. Porabnik bo kakovost storitev zaznal kot pozitivno le, če ponudnik upošteva njegove želje in pričakovanja. Med takšne modele prištevamo Grönroosov model, model SERVQUAL ter model vzeli.

- **Modeli zaznavanja izvedbe storitve** poudarjajo, da porabnikova pričakovanja ne vplivajo na njegovo razumevanje kakovosti storitev. Pomembno je torej zgolj porabnikovo zaznavanje storitve ob soočenju z njo. Sem uvrščamo model SERVPERF (Cronin, Taylor, 1994) ter model EP¹ (Teas, 1993).

V nadaljevanju bom nekoliko podrobneje opisal splošne modele, ki jih je moč zaslediti v raziskavah s področja merjenja kakovosti storitev, kasneje pa tudi pristope, ki so bili uporabljeni pri merjenju kakovosti gostinskih storitev. Opis splošnih modelov bom pričel z osnovnim modelom pričakovane in zaznane kakovosti storitve (Grönroosov model).

2.3.1 Model pričakovane in zaznane kakovosti storitev (Grönroosov model)

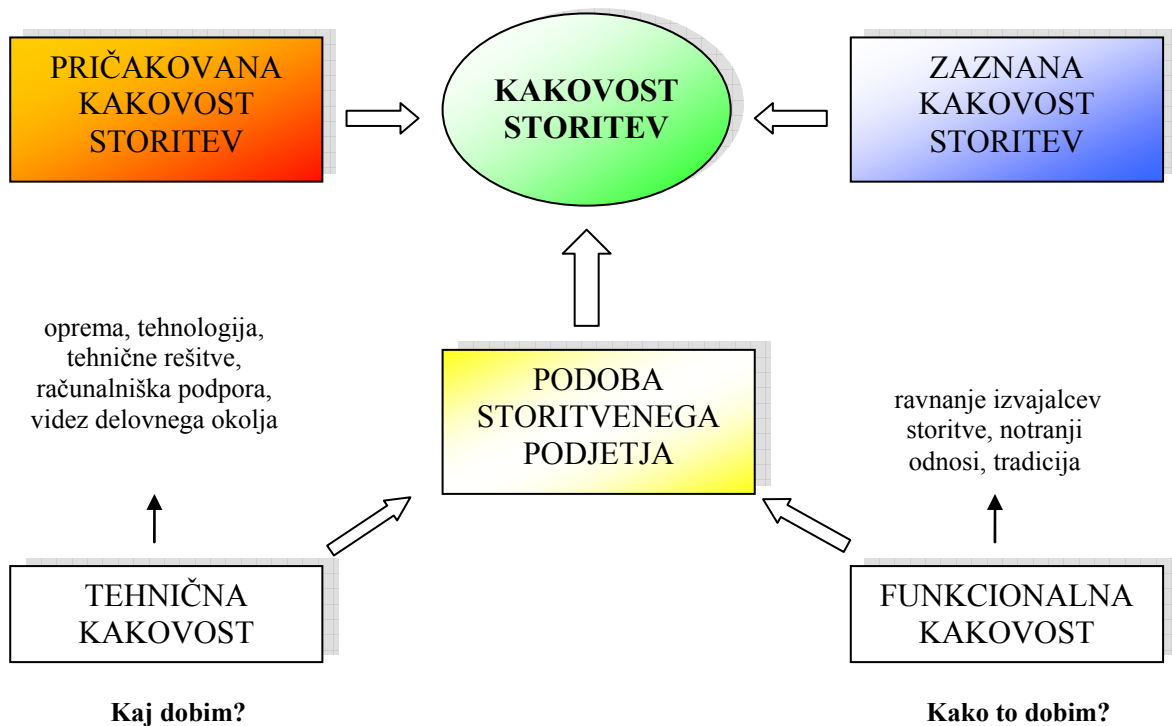
Ko porabnik ocenjuje kakovost storitvene organizacije, največkrat primerja razliko med pričakovano ter zaznano kakovostjo storitve. Na pričakovanja porabnika v veliki meri vplivajo: aktivnosti na področju tržnega komuniciranja (npr. oglaševanje storitvene organizacije), lastne izkušnje in izkušnje drugih s storitveno organizacijo, cenovna politika organizacije ipd. (Potočnik, 2004, str. 100). Predstavo o zaznani kakovosti pa si porabnik ustvari pri soočenju s storitvijo.

Pri ocenjevanju kakovosti storitve je za porabnika pomembno, kaj pridobi z izvedbo storitve, poleg tega pa pri merjenju kakovosti ne smemo zanemariti interakcije med ponudnikom ter porabnikom storitve, ki nastopi prav v procesu soočenja s storitvijo. Zato na tem mestu Grönroos (2000, str. 63–68) govori o dveh dimenzijah kakovosti storitev, tj. o tehnični in funkcionalni kakovosti.

Tehnična kakovost (ang. *Outcome Quality*) je posledica neposredne interakcije med ponudnikom in porabnikom pri soočenju s storitvijo. Kaže na to, kaj je porabnik pridobil po končanju storitvenega procesa oziroma kakšen je njegov izid. **Funkcionalna kakovost** (ang. *Process Quality*) pa zajema psihološko interakcijo med ponudnikom in porabnikom storitev. Kakovost storitve je povezana z načinom, kako porabnik doživlja soočenje s storitvijo. Gre torej za oceno načina ponudbe in izvedbe storitvenega procesa. Obe skupaj vplivata na porabnikovo zaznavanje storitvene organizacije kot celote ter na podobo storitvene organizacije (ang. *Corporate Image*).

¹ Model EP (ang. *evaluated performance*) temelji na ocenjevanju kakovosti izvedene storitve.

Slika 1: Model pričakovane in zaznane kakovosti storitev



Vir: Grönroos, 2000, str. 67.

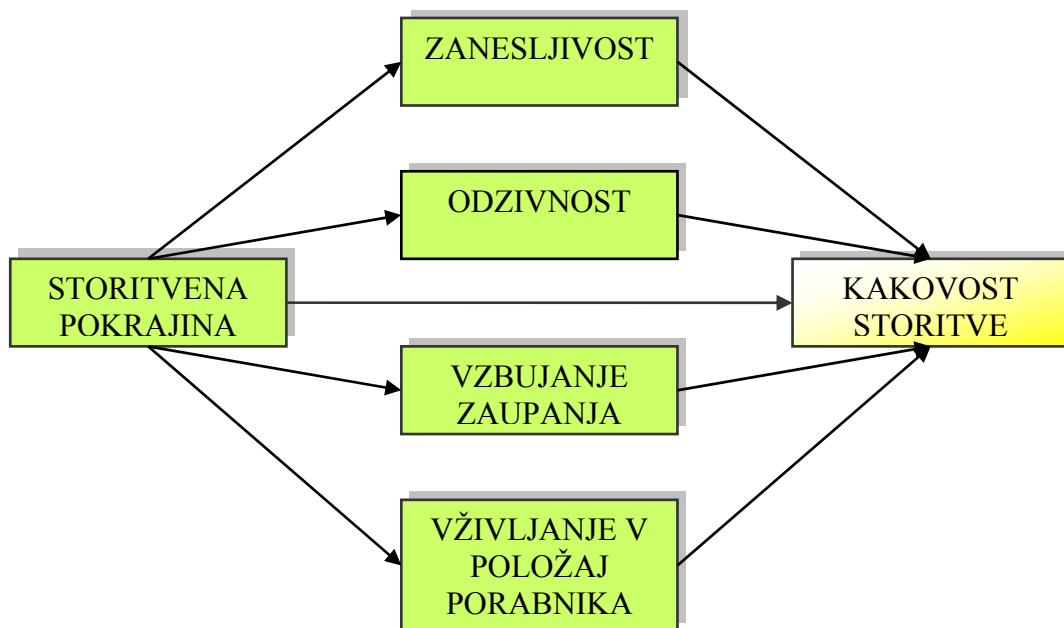
So pa nekatere raziskave pokazale (npr. Reimer, Kühn, 2004; Andaleeb, Conway, 2006; Knutson, Stevens, Patton, 1995), da je mogoče tehnični in funkcionalni dimenziji dodati še druge. Z vidika preučevanja kakovosti gostinskih storitev je vredno v tem primeru omeniti **kakovost storitvene pokrajine** (ang. *Serviscape Quality* ali okrajšano *serviscape*), saj na porabnikovo doživljanje storitve vplivajo številne vidne oporne točke in komunikacije v sistemu trženja omenjene storitve.

Storitvena pokrajina predstavlja množico fizičnih dokazov (npr. zunanja in notranja arhitektura, pohištvo, dodatki, barve, oblačila zaposlenih, razsvetljava, glasba, vonjave, komunikacijska gradiva ipd.), ki spremljajo storitev ter lahko pri porabniku sprožijo spoznavne, čustvene in fiziološke odzive.

Z zornega kota spoznavnih odzivov storitvena pokrajina vpliva na predstavo o izvedbi storitve. S storitveno pokrajino je mogoče sprožiti čustvene odzive, saj lahko spodbuja občutke sreče, sproščenosti. Vplivi na fizično ugodje oziroma neugodje pa v storitveni pokrajini pri porabnikih povzročajo fiziološki odziv (Bitner, 2000, str. 49). S storitveno pokrajino je tako mogoče vplivati na naravo odnosa med porabnikom in zaposlenimi v storitveni organizaciji ter s tem doseči željen način porabnikovega vedenja.

Reimer in Kühn (2004) v okviru preučevanja vpliva storitvene pokrajine na zaznane kakovost storitve poudarjata, da storitvena pokrajina nanjo ne vpliva le neposredno, marveč tudi posredno, in sicer preko ostalih štirih dimenzij kakovosti. To pojasnjujeta z dejstvom, da opredmeteni elementi storitve delujejo kot sugestija na storitveni proces, kar pomeni, da lahko na podlagi njih porabnik sklepa o ostalih dimenzijah kakovosti, ki bi jih drugače lahko vrednotil zgolj po opravljenem storitvenem procesu.

Slika 2: Vpliv storitvene pokrajine na kakovost storitve



Vir: Reimer, Kühn, 2004, str. 789.

Grönroos (2000) poleg opredelitve modela pričakovane in zaznane kakovosti storitve navaja tudi sedem elementov, ki vplivajo na porabnikovo zaznavanje kakovosti storitev. Elemente lahko uporabimo tudi na primeru gostinskih storitev:

- **Strokovnost in spretnost** osebja pri delu, kar vključuje ustrezna znanja ter sposobnosti, ki omogočajo nemoteno opravljanje njihovega dela.
- **Vedenje** osebja v restavraciji je ključnega pomena, predvsem pri tistih zaposlenih, ki prihajajo v neposreden stik z gosti.
- **Dostopnost** raznolike ponudbe hrane in pijače ter **fleksibilnost** – hitrost postrežbe gostov.
- **Zanesljivost in zaupanje** osebju, da postreže naročeno hrano in pijačo z jedilnika ter natančno zaračunava storitve.
- **Povračilo**, ki ga gost prejme v primeru pomanjkljivosti v storitvenem procesu.

- **Ugled in kredibilnost** restavracije pri porabnikih vzbujata določeno garancijo o kakovosti opravljanja gostinske storitve.
- **Storitvena pokrajina** (notranja podoba restavracije, urejenost osebja, ponudba hrane in pijače) ima močno vlogo pri zaznavanju kakovosti gostinskih storitev.

Ni pa na tem mestu natančno opredeljena vloga cene. Cena je lahko vključena v porabnikova pričakovanja glede izvedbe storitve, lahko pa je ocenjena na podlagi njegovih preteklih izkušenj s storitvijo. Pogosto pa predstavlja kriterij za presojanje kakovosti storitve. Višja cena storitve v očeh porabnika vzbujata predstavo o visoki kakovosti storitve, še posebej ko je narava storitve izrazito neopredmetena (Grönroos, 2000, str. 80).

2.3.2 Model SERVQUAL

Verjetno najbolj poznan ter tudi najpogosteje uporabljen model merjenja kakovosti storitev je model SERVQUAL (okrajšano *service quality*) ali tudi »model petih vrzeli«, ki so ga razvili Parasuraman, Zeithaml in Berry. Model meri vrzel med pričakovano ter doživeto kakovostjo storitev.

Storitvena organizacija izoblikuje vprašalnik, ki je sestavljen iz 22-ih trditvev. Trditve so razdeljene v dva dela. V prvem anketiranec odgovarja, kakšno storitev naj bi ponudila odlična storitvena organizacija, v drugem delu pa, kakšno storitev je storitvena organizacija dejansko ponudila porabniku. Trditve so oblikovane v Likertovi lestvici in jih anketiranec vrednoti z ocenami od 1 (sploh se ne strinjam) do 7 (močno se strinjam). Tako oblikovane trditve tvorijo različno število dimenzij kakovosti.

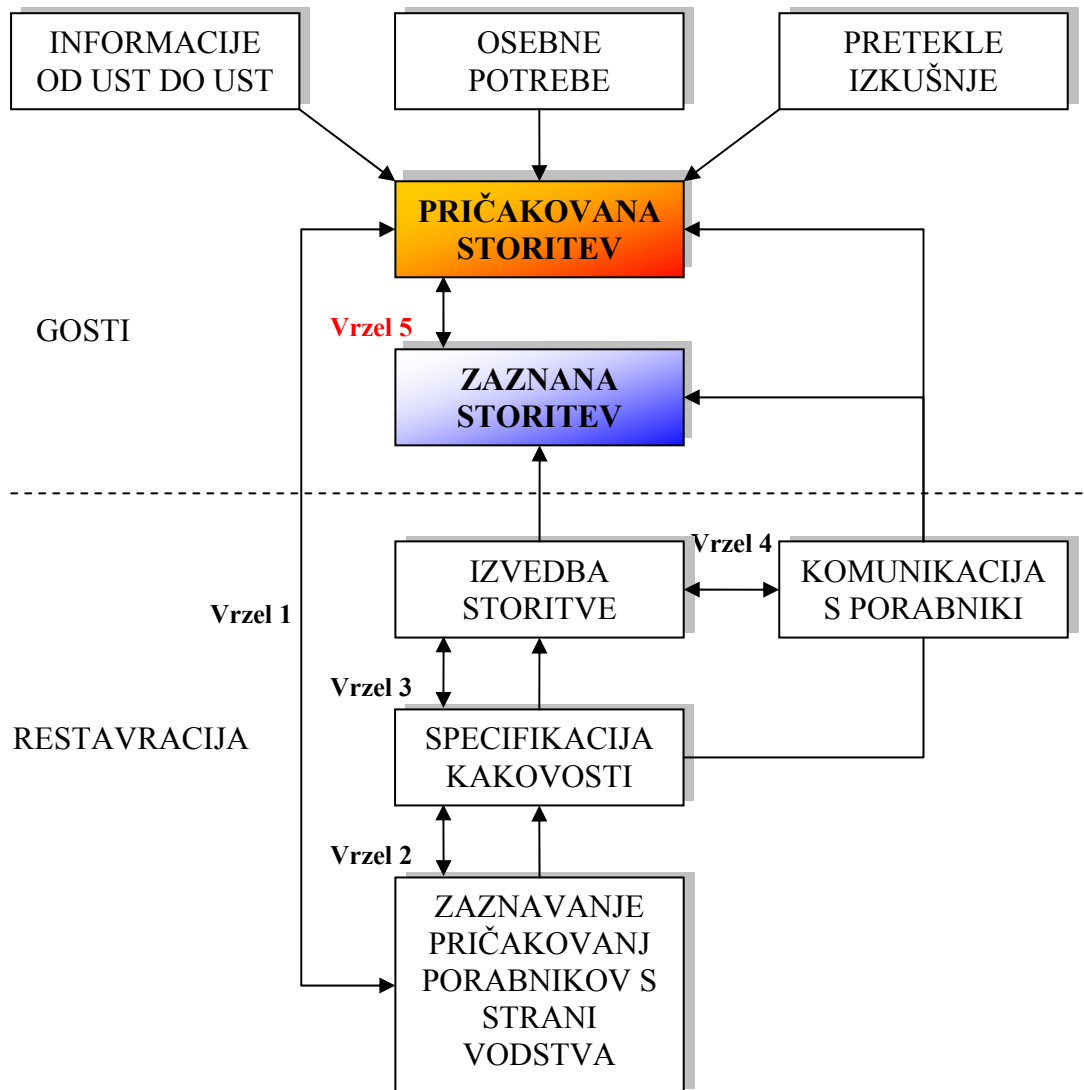
Sprva je model SERVQUAL vseboval 10 dimenzij (zanesljivost, odzivnost, vljudnost, zaupanje, varnost, razumevanje, dostopnost, komunikativnost, urejenost, fizični dokazi storitev), kasneje pa so jih avtorji združili v 5 osnovnih dimenzij kakovosti:

- **Zanesljivost** pomeni sposobnost opraviti obljubljeni storitev zanesljivo in natančno.
- **Odzivnost** je pripravljenost pomagati porabnikom in hitro posredovati storitev.
- **Vzbujanje zaupanja** predstavlja znanje in sposobnost zaposlenih, da pri porabniku vzbudijo občutek varnosti.
- **Vživljanje v položaj porabnika** pomeni postaviti se v kožo porabnika ter storitev prilagoditi njegovim individualnim potrebam in željam.
- **Vidni dokazi storitve** vključujejo videz fizičnega okolja, opreme, zaposlenih in komunikacijskega gradiva.

Poglobitev modela SERVQUAL predstavlja model vrzeli, ki definira 5 ključnih področij, ki bi jih morala storitvena organizacija izboljšati. Model vrzeli bom skušal predstaviti na primeru gostinskih storitev.

1. **VRZEL** meri razliko med pričakovanji gosta restavracije ter zaznavanjem teh pričakovanj s strani managementa restavracije. Vzrok zanjo je lahko pomanjkljiva raziskava trga, slaba analiza povpraševanja ali pa prešibka neposredna komunikacija med osebjem v restavraciji ter gosti, kar pomeni, da osebje nima dovolj informacij o njihovih potrebah in željah. Vrzeli lahko restavracija odpravi z boljšim predvidevanjem povpraševanja ter vzpostavitvijo sistema pridobivanja povratnih informacij s strani gostov ter njihovo čim večjo realizacijo v praksi.
2. **VRZEL** predstavlja razliko med zaznavanjem vodstva glede pričakovanj gosta o kakovosti gostinske storitve ter opredelitvijo standardov kakovosti storitve, ki jih izoblikuje vodstvo restavracije. Največkrat je vzrok zanjo v neustreznem planiranju najvišjega managementa ter postavljanju neustreznih prioritet. Ghobadian, Speller in Jones (1994) poudarjajo, da storitvena organizacija za večino aktivnosti lahko določi standarde njihovega izvajanja, vendar pa je le-te nujno potrebno oblikovati na podlagi zaznavanja pričakovanj porabnikov, in ne tako, kakor bi želela sama. Restavracija naj torej pri pripravi standardov upošteva želje ter pričakovanja gostov.
3. **VRZEL** je posledica neizvajanja s standardi določene kakovosti storitve. Standardi so lahko zapleteni, togi ter tako nerazumljivi zaposlenim, zato jih ti izvajajo delno ali pa jih sploh ne izvajajo. Povzročitelji te vrzeli so lahko tudi neustrezna, zastarela oprema in tehnologija v restavraciji ali pa nemotivirano osebje, ki standardov ne izvaja dosledno. »Največkrat osebje ne najde motivacije za izvajanje določenih nalog, zaradi česar prihaja do napak v postopkih, ki pa se hitro odražajo na nezadovoljnih porabnikih« (Ghobadian, Speller, Jones, 1994, str. 46).
4. **VRZEL** nastane med izvedbo storitve ter zunanjim komuniciranjem storitvene organizacije. Plani in zunanje komuniciranje so neusklajeni s procesoma proizvodnje in dostave storitve. Zato je potrebno obljube, ki jih restavracija sporoča v komunikacijskem gradivu, tudi izpolniti. Restavracija mora npr. upoštevati objavljen čas obratovanja, zagotavljati kakovost storitev, ki jo oglašuje, predvsem pa gostu nuditi hrano in pijačo, predstavljeno na jedilnem listu.
5. **VRZEL** meri razhajanja med pričakovano in zaznано gostinsko storitvijo. Seveda pa je zmanjšanje omenjene vrzeli mogoče le ob zmanjšanju predhodnih vrzeli storitvenega procesa.

Slika 3: Prikaz modela vrzeli



Vir: Zeithaml, Bitner, 2000, str. 481–489.

Model SERVQUAL ima tudi nekatere pomanjkljivosti, saj npr. vseh trditev v okviru Likertove lestvice ne moremo uporabiti pri vseh vrstah storitev. Vemo, da se storitve med seboj razlikujejo, zato je potrebno vsako storitev preučiti posebej. Prav tako se je v raziskavah večkrat izkazalo, da po dodatno opravljeni faktorski analizi osnovnih 5 dimenzij vedno najboljše ne pojasnjuje kakovosti določene storitve. Določene dimenzije kakovosti so pri nekaterih storitvah bolj pomembne, spet nekatere pridejo manj do izraza.

Johns (1996) opozarja, da se prav pri presojanju kakovosti gostinskih storitev s pomočjo modela SERVQUAL vidnim, otipljivim dejavnikom v restavraciji ter kakovosti hrane daje

premajhen poudarek. Vse to pa v restavracijah močno vpliva na zadovoljstvo porabnika z izvedeno storitvijo, a v modelu merjenja kakovosti ni zajeto v celoti (Kivela, 1999, str. 208).

Večina kritik modela SERVQUAL pa se nanaša na problem merjenja porabnikovih pričakovanj glede kakovosti storitve. V prvotnem SERVQUAL modelu so se pričakovanja navezovala na storitev, s katero je porabnik že imel izkušnje, v kasnejših različicah pa je porabnik ocenjeval pričakovanja glede idealne izvedbe storitve. V prvem primeru se pričakovana in zaznana kakovost nanašata na isto storitev, v drugem pa ne. V kolikor bi izhajali iz osnovnega modela pričakovane kakovosti storitev, so pričakovanja povezana z v preteklosti že opravljeno storitvijo.

Vprašanje, ki se poraja, je tudi, kdaj meriti pričakovanja porabnikov (Grönroos, 2000, str. 78). Le-ta so največkrat izmerjena po opravljeni storitvi ali pa sočasno z njo, kar pomeni, da je ocena pričakovanj največkrat pogojena s porabnikovo izkušnjo s storitvijo. Po drugi strani pa je mogoče merjenje porabnikovih pričakovanj opraviti pred njegovo izkušnjo s storitvijo, vendar se lahko zgodi, da omenjena pričakovanja niso enaka tistim, s katerimi primerja zaznano kakovost storitve. Pričakovanja pa velikokrat vključujejo obe komponenti, torej pričakovanja pred izvedbo storitve kakor tudi pričakovanja, ki so pogojena z izkušnjo.

Kritike SERVQUAL modela so povzročile izpeljave različnih modelov, ki odpravljajo določene pomanjkljivosti ter posledično prilagajajo način merjenja specifičnim storitvam. Še vedno pa dimenzije modela SERVQUAL predstavljajo dobro izhodišče za razvijanje in razumevanje dejavnikov tudi drugih specifičnih storitev.

2.3.3 SERVIMPERF model vzeli

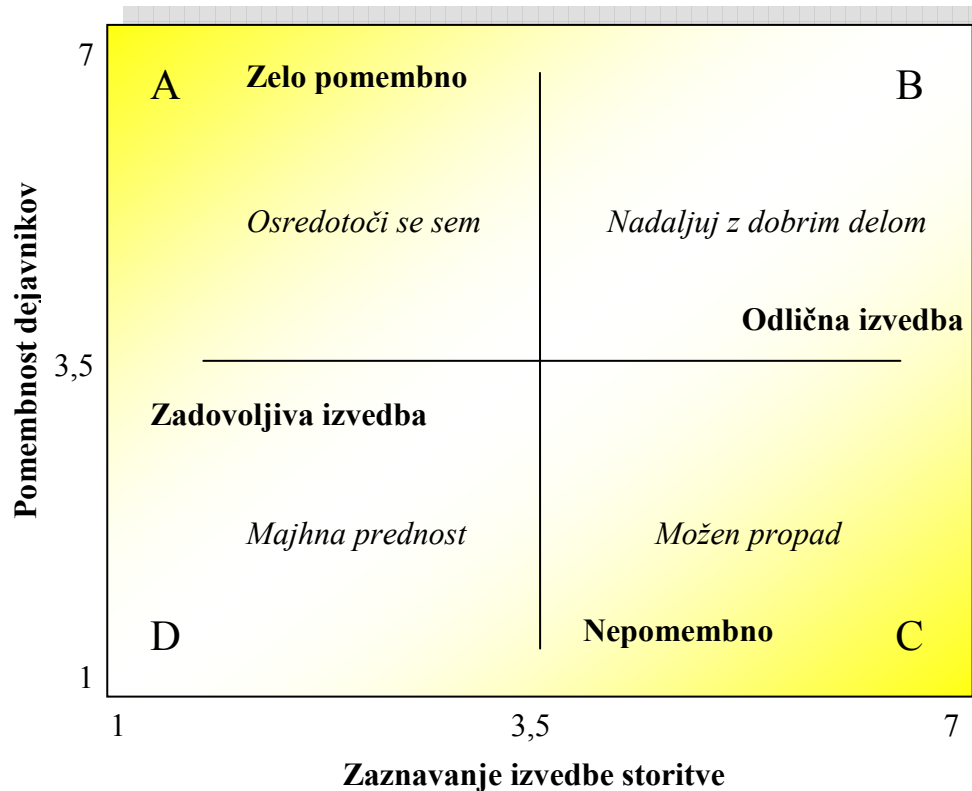
SERVIMPERF model vzeli sta razvila Martilla in James (1977), v njem pa kakovost storitve opredeljujeta kot funkcijo pričakovanj, ki so v povezavi z reagiranjem pomembnosti dejavnikov (*importance*) ter zaznavanjem izvedbe storitve (*performance*) (Nale et al., 2000, str. 139).

Model lahko grafično prikažemo v dvodimenzionalnem prostoru s pomočjo matrike, kar nam omogoča zelo dober pregled nad vsemi preučevanimi dejavniki. Na vodoravni osi so dejavniki razvrščeni glede na ocene zaznavanja izvedbe storitve (od zadovoljive izvedbe do odlične izvedbe), na navpični osi pa ocene pomembnosti posameznih dejavnikov (od nepomembnih do zelo pomembnih dejavnikov).

Dejavnike kakovosti storitve lahko tako razdelimo v štiri različne kvadrante. Z vidika storitvene organizacije je najugodnejše, da se čim večje število dejavnikov nahaja v kvadrantu B, kar pomeni, da so bili le-ti ocenjeni kot pomembni, prav tako pa je bila njihova izvedba

ocenjena kot dobra. V kvadrantu A pa se nahajajo dejavniki, ki so bili zaznani kot pomembni, vendar je njihovo izvajanje v storitveni organizaciji zgolj povprečno, zato naj le-ta vse napore in resurse nameni k izboljšanju dejavnikov v omenjenem kvadrantu.

Slika 4: Matrika pomembnost dejavnikov – zaznavanje izvedbe storitve²



² Merske enote matrike so oblikovane zgolj simbolično. Pri oblikovanju matrike v primeru konkretne raziskave merske enote zastavimo glede na uporabljeno mersko lestvico ter porazdelitev ocen pomembnosti dejavnikov in ocen zaznavanja izvedbe storitve.

Vir: Nale et al., 2000, str. 139; Aigbedo, Parameswaran, 2002, str. 885, 886.

Pri uporabi SERVIMPERF modela vzeli pa je po mnenju avtorjev potrebno upoštevati dva nasveta (Ford, Joseph, Joseph, 1999, str. 173):

- dejavniki naj bodo skrbno zbrani s pomočjo ustreznih kvalitativnih metod;
- merjenje pomembnosti dejavnikov ter zaznavanja izvedbe morata potekati ločeno, tako da čim bolj zmanjšamo njun medsebojni vpliv. Temu se lahko izognemo tako, da najprej zastavimo vsa vprašanja, ki se nanašajo na rangiranje pomembnosti posameznih dejavnikov, nato pa tista, ki merijo zaznano izvedbo storitve. V nasprotnem primeru bi bile ocene med sabo preveč podobne.

2.3.4 Model SERVPERF

Različni pristopi k merjenju pričakovane kakovosti storitve so pri uporabi SERVQUAL modela sprožili vprašanja, kateri pristop k merjenju je najbolj natančen in kdaj meriti pričakovanja porabnikov. Ali torej v model vključiti porabnikovo ocenjevanje idealne kakovosti storitve ali zgolj njegova pričakovanja, oblikovana na podlagi izkušenj s konkretno storitvijo, ter ali merjenje opraviti pred, med ali po izvedeni storitvi.

Avtorja Cronin in Taylor (1992) sta kot rešitev podala izpeljavo modela SERVPERF (okrajšano *service performance*), ki pri merjenju kakovosti storitev upošteva zgolj porabnikovo zaznavanje storitev, ne pa tudi njegovih pričakovanj. Ugotovila sta namreč, da porabnikovo zaznavanje v večji meri vpliva na njegovo ocenjevanje kakovosti storitve. V kasnejših raziskavah se je izkazalo, da model SERVPERF meri kakovost storitev bolj natančno, poleg tega pa njegova uporaba poveča učinkovitost spraševanja, saj se število trditev zmanjša za polovico (iz prvotnih 44 na 22).

Avtorja sta izvedla tudi raziskavo o povezanosti med zadovoljstvom porabnikov, kakovostjo storitev ter pripravljenostjo k ponovnemu nakupu storitve. Izkazalo se je, da kakovost storitve pozitivno vpliva na zadovoljstvo porabnikov, le-to pa bolj vpliva na ponoven nakup storitve kakor kakovost storitve. Storitvena organizacija naj bo tako v prvi vrsti usmerjena k povečevanju zadovoljstva porabnikov.

2.4 Merjenje kakovosti gostinskih storitev

Pri pregledu tujih raziskav s področja merjenja kakovosti gostinskih storitev sem zasledil različne načine merjenja kakovosti. Določene se osredotočajo zgolj na merjenje kakovosti storitev (Aigbedo, Parameswaran, 2004; Lee, Hing, 1995; Stevens, Knutson, Patton, 1995) in pri tem kot osnovo uporabljajo SERVQUAL model, ki je gledano splošno tudi najpogosteje uporabljen model merjenja kakovosti storitev. Druge raziskave pa se bolj kot na merjenje kakovosti gostinskih storitev nanašajo na merjenje zadovoljstva porabnikov z gostinskimi storitvami (Kivela, Inbakaran, Reece, 1999; Soriano, 2002; Pun, Ho, 2001).

Zgoraj navedenim raziskavam je skupno to, da avtorji uporabljajo različne pristope k merjenju kakovosti gostinskih storitev. Nekateri v svojih raziskavah merijo zgolj pričakovano (Soriano, 2002; Stevens, Knutson, Patton, 1995) ali pa zgolj zaznано kakovost storitev (Pun, Ho, 2001), medtem ko drugi merijo vrzel med njima (Lee, Hing, 1995). Nekatere raziskave dodatno vključujejo tudi ocenjevanje pomembnosti posameznih dejavnikov kakovosti storitev (Aigbedo, Parameswaran, 2004; Lee, Hing, 1995; Kivela, Inbakaran, Reece, 1999).

V nadaljevanju bom sprva podrobneje predstavil tiste raziskave, ki se osredotočajo zgolj na merjenje kakovosti storitve. V podpoglavju o odnosu med kakovostjo storitev ter zadovoljstvom porabnikov pa še ostale, ki temeljijo na merjenju zadovoljstva porabnikov.

Lee, Hing (1995) sta pri merjenju kakovosti gostinskih storitev dveh restavracij uporabila osnovni SERVQUAL model s petimi dimenzijami kakovosti. Na podlagi ocenjevanja 22-ih trditev so anketiranci najprej izrazili svoja pričakovanja (vprašalnik A), po obisku restavracije pa so ovrednotili zaznano kakovost storitve (vprašalnik B). Pričakovanja so se pri tem nanašala na idealno izvedbo gostinske storitve. Dodatno pa so anketiranci s pomočjo lestvice na osnovi stalne vsote razdelili 100 točk med 5 dimenzij kakovosti glede na njihovo pomembnost. Tehtane vrednosti so pokazale, da je v primeru obeh restavracij vrzel največja pri dimenziji uživanje v položaj porabnika, najmanjša pa pri vidnih dokazih storitve. Gostje od restavracije pričakujejo predvsem namenjanje večje pozornosti njihovim individualnim potrebam ter željam.

Pri pregledu tujih raziskav sem zasledil tudi t. i. model DINESERV (okrajšano *diner service*) (glej *PRILOGE 1: DINESERV – vprašalnik za merjenje kakovosti gostinskih storitev, str. 1*), avtorjev Stevens, Knutson ter Patton (1995), ki za razliko od modela SERVQUAL meri zgolj pričakovano kakovost gostinske storitve, medtem ko je zaznana kakovost storitve funkcija treh neodvisnih spremenljivk: pričakovanih standardov storitve, pričakovane izvedbe storitve ter trenutne kakovosti storitve.

Osnovni vprašalnik modela DINESERV sicer vsebuje 40 trditev, ki so razvrščene v 5 dimenzij kakovosti (podobno kot pri modelu SERVQUAL), vendar so zaradi slabše zanesljivosti instrumenta avtorji s pomočjo faktorjske analize izločili 29 trditev, ki najbolj natančno merijo kakovost gostinskih storitev. Anketiranec omenjene trditve vrednoti z ocenami od 1 (sploh se ne strinjam) do 7 (močno se strinjam).

Anketiranci so v raziskavi podali ocene glede pričakovane kakovosti storitve ene od treh različnih tipov restavracij (običajno restavracijo, restavracijo s hitro prehrano ali prestižno restavracijo), ki so jo nazadnje obiskali. Povprečne ocene strinjanja s trditvami so se gibale med 5,77 ter 6,47 pri visoki zanesljivosti merskega instrumenta (Cronbach alfa za posamezne dimenzije se je gibal med 0,89 ter 0,92). Rezultati kažejo, da so pričakovanja porabnikov zelo visoka. Najvišja so prav glede zanesljivosti storitve ter vidnih dokazov v restavraciji, sledijo vzbujanje zaupanja, odzivnost ter uživanje v položaj porabnika (Stevens, Knutson, Patton, 1995, str. 59). Žal v članku ni prikazanih povprečnih ocen dimenzij za posamezne tipe restavracij posebej, saj bi se pričakovanja gosta prestižne restavracije verjetno bistveno razlikovala od pričakovanih obiskovalca restavracije s hitro prehrano.

Raziskava avtorjev Aigbedo in Parameswaran (2004) se najbolj navezuje na obravnavano problematiko v tem diplomskem delu, saj podobno obravnava merjenje kakovosti storitve

restavracije, namenjene študentski populaciji. Osnovo za merjenje kakovosti v omenjeni raziskavi predstavlja model DINESERV, ki pa sta ga avtorja prilagodila študentski restavraciji ter tako zmanjšala število dejavnikov na 20. Za razliko od merjenja pričakovane kakovosti storitve sta Aigbedo in Parameswaran merila zgolj zaznano kakovost storitve točno določene restavracije. Spogledovala sta se tudi s SERVIMPERF modelom vrzeli, saj so anketiranci vrednotili tudi pomembnost posameznih dejavnikov storitve. Kot anketirance pa sta v raziskavo vključila tako porabnike kakor tudi managerje restavracije.

Rezultate raziskave sta prikazala v matriki pomembnost dejavnikov – zaznavanje izvedbe storitve (*kot je v splošni obliki prikazana na Sliki 4, str. 12*). Študenti menijo, naj osebje restavracije deluje bolj vzajemno, saj bo tako hitreje in kvalitetnejše opravilo storitev, ter naj v večji meri upošteva njihove potrebe in želje (kvadrant A). Po drugi strani pa obstajajo manj pomembni dejavniki, ki bi jim po mnenju študentov restavracija lahko posvečala manjšo pozornost (kvadrant D), kot je npr. skladnost podobe restavracije s ceno storitve.

Medtem ko so študenti polovico dejavnikov ocenili kot manj pomembne ali nepomembne, pa je bilo na strani managementa ravno obratno. Njim se večina dejavnikov, uporabljenih v modelu merjenja kakovosti gostinske storitve, zdi pomembna. Glede zaznavanja izvedbe storitve pa je management mnenja, da ima restavracija možnost izboljšav na večih področjih (čistoča jedilnega prostora, usposobljenost osebja, vzajemno delovanje osebja ipd.) (Aigbedo, Parameswaran, 2004, str. 885–886). Avtorja sta izvedla tudi faktorsko analizo, ki je pokazala možnost drugačnega oblikovanja dimenzij kakovosti kakor na osnovi modela SERVQUAL.

2.5 Odnos med kakovostjo storitev ter zadovoljstvom porabnikov

V literaturi je mogoče zaslediti številne razprave, ki govorijo o odnosu med kakovostjo storitev ter zadovoljstvom porabnika. Kakovosti ne smemo enačiti z zadovoljstvom, saj je le-ta zgolj eden od vzrokov za njegov nastanek. Za začetek si pogledjmo opredelitvi obeh pojmov.

Kakovost storitev največkrat opredeljujemo kot razkorak med pričakovano in zaznano kakovostjo storitve. Če zaznana kakovost storitve izenači ali preseže porabnikova pričakovanja, govorimo o kakovostno izvedeni storitvi, v nasprotnem primeru ne.

Zadovoljstvo porabnika pomeni vrednotenje izdelkov ali storitev glede na to, ali le-ti zadovoljujejo njegove potrebe ter želje ali ne. Preprosto povedano, ali so izkušnje porabnika z izdelkom, storitvijo takšne oziroma boljše, kakor je pričakoval. V kolikor temu ni tako, govorimo o nezadovoljnem porabniku. Večina raziskav zadovoljstva izhaja iz kognitivne psihologije.

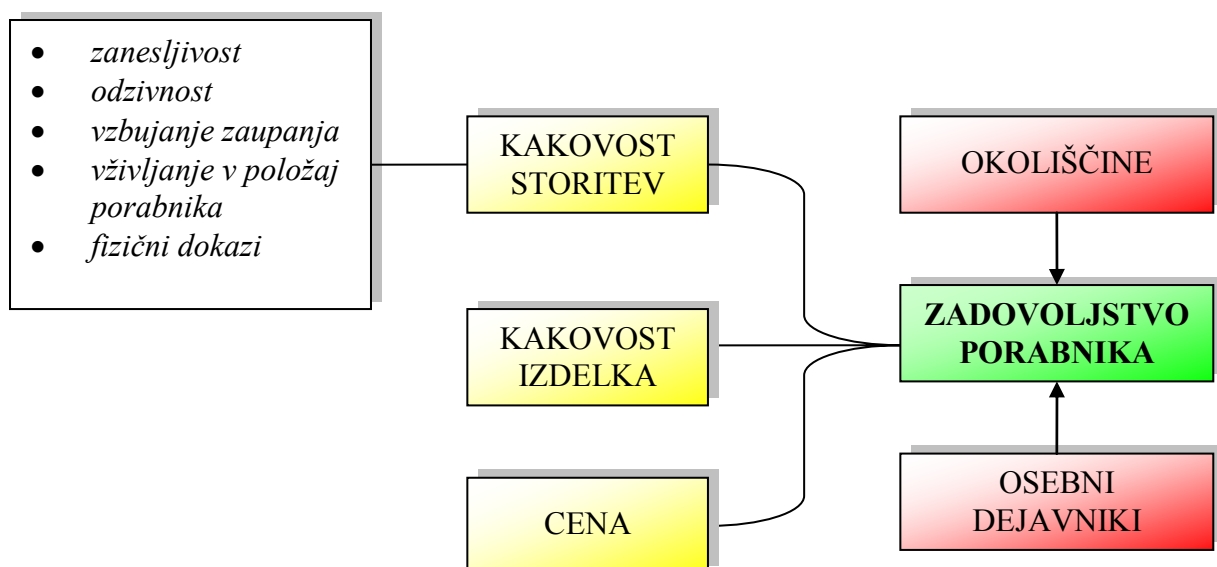
Zadovoljstvo lahko označimo kot enkratni porabnikov odziv na izveden storitveni proces, kar torej predpostavlja predhodno porabnikovo izkušnjo s storitvijo; kakovost pa obstaja pred izvedbo storitve in po njej kot znak izvrstnosti, odličnosti in ne temelji na izkušnji. Za zaznavanje kakovosti torej ni nujno potrebna izkušnja s storitvijo, saj lahko porabniki storitveno organizacijo dojemajo kot kakovostno, čeprav nimajo izkušenj z njo (npr. priznana restavracija). Zadovoljstvo pa je popolnoma izkustveno pogojeno (Oliver, 1997, str. 178).

Pedraja-Iglesias in Gullien (2004, str. 374) pojasnjujeta razliko med kakovostjo storitve ter zadovoljstvom porabnika tako, da ocenjevanje kakovosti pojmujeta kot porabnikovo splošno vrednotenje storitve glede na koristi, ki so mu bile s storitvijo ponujene oziroma dane. Zadovoljstvo ali nezadovoljstvo pa predstavlja porabnikovo spoznavno stanje, ki je posledica njegovih izkušenj z določenim storitvenim procesom. Spoznavno stanje nastopa kot vrzel med porabnikovo želeno in zaznano situacijo.

Tudi Liljander in Strandvik (1993, str. 7) navajata podobne razlike med obema pojmom. Vzroke zadovoljstva ali nezadovoljstva po njunem mnenju ne gre iskati zgolj v kakovosti izvedene storitve, pač pa tudi v drugih dejavnikih, zato je največkrat opredelitev zadovoljstva bistveno kompleksnejša. Porabnik lahko zazna storitev kot kakovostno, vendar kljub temu ne izraža zadovoljstva, saj lahko kakšen drug dejavnik povzroča njegovo nezadovoljstvo. Zato kakovostna storitev še ne pomeni tudi zadovoljnega porabnika.

Avtorici Zeithaml in Bitner (2000, str. 74–76) sta v povezavi z zgornjim razmišljanjem razvili model, v katerem poleg kakovosti izvedene storitve opredeljujeta še druge dejavnike, ki vplivajo na zadovoljstvo ali nezadovoljstvo porabnikov z izvedeno storitvijo.

Slika 5: Razmerje med kakovostjo in zadovoljstvom



Vir: Zeithaml, Bitner, 2000, str. 75.

Med dejavnike uvrščata še kakovost izdelkov, ceno, posebne okoliščine ter osebne dejavnike. Vpliv omenjenih dejavnikov pa je v največji meri odvisen od značilnosti posamezne storitve. Večje kot je število ostalih dejavnikov poleg kakovosti storitve, bolj kompleksno je pojmovanje zadovoljstva porabnika.

Model, ki sta ga razvili Zeithaml in Bitner (2000), lahko uporabim tudi v primeru zaznavanja kakovosti gostinskih storitev restavracije 10-ka, o čemer bo govora v nadaljevanju. Na zadovoljstvo študentov z omenjeno restavracijo najbrž ne vpliva le kakovost gostinske storitve, pač pa tudi že prej navedeni dejavniki.

Če povzamem, kakovost storitev pomeni vrednotenje posameznih dimenzij kakovosti in ni nujno povezana z izkušnjo porabnika, zadovoljstvo je izkustveno pogojeno ter predstavlja širši koncept, kjer je kakovost storitev zgolj ena od komponent, ki vplivajo na zadovoljstvo porabnikov.

Če se osredotočim na gostinske storitve, je zadovoljstvo gostov z restavracijo v veliki meri pogojeno s kakovostjo storitve, ki se odraža preko uresničevanja že poprej omenjenih dimenzij kakovosti storitev. Ker pa je narava gostinskih storitev relativno opredmetena ter izrazito usmerjena na porabnika samega, domnevam, da na zadovoljstvo pomembno vplivajo tudi kakovost ponujene hrane in pijače, cena ter drugi dejavniki, kot npr. je lokacija restavracije. Podobne ugotovitve so pokazale tudi nekatere tuje raziskave s področja merjenja zadovoljstva porabnikov gostinskih storitev. Domnevam, da najpomembnejši element še vedno predstavlja kakovost hrane, kajti restavracija v prvi vrsti še vedno ponuja »izdelke« (hrana in pijača).

Študija vpliva kakovosti hrane ter cene na zadovoljstvo gostov (Pedraja-Iglesias, Guillen, 2004, str. 375) v španskih restavracijah je pokazala, da je zadovoljstvo pozitivno povezano s kakovostjo hrane v restavraciji ter negativno s ceno, ki jo porabnik plača za opravljeno storitev. Cena pa je lahko izražena denarno (cena, ki jo plača za storitev, strošek prevoza do restavracije) ali pa gre za izgubo časa ter fizični ali mentalni napor.

Soriano (2002, str. 1057) pravi, da je zvestoba gostov pomemben pokazatelj njihovega zadovoljstva. Podrobnejša analiza pomembnosti dejavnikov, ki vplivajo na zadovoljstvo, tako predstavlja osnovno vodilo managementu restavracije za doseg tega cilja. Pri tem se avtor v raziskavi osredotoča na ocenjevanje pomembnosti dejavnikov, združenih v naslednje 4 dimenzije: kakovost hrane, storitev, stroški/cena ter vidni dokazi in vzdušje v restavraciji. Rezultati so pokazali, da je kakovost hrane še vedno najpomembnejša dimenzija, ki vpliva na zadovoljstvo gosta v restavraciji ter posledično povzroča njegovo zvestobo restavraciji.

Zadovoljstvo porabnika je za storitveno organizacijo ključnega pomena, saj spodbuja ponovni nakup, zvestobo porabnika, širjenje pozitivnih informacij od ust do ust ter tako ščiti porabnike

pred vabami konkurentov. Z vidika ponudnika študentske prehrane je zvestoba študenta seveda omejena na krajše obdobje, to je čas njegovega študija.

Zadovoljstvo gostov s konkretno restavracijo sta merila tudi Pun in Ho (2001). V raziskavi so gosti, ki že imajo izkušnje z restavracijo, ocenjevali posamezne dejavnike v okviru 3 dimenzij, in sicer kakovost hrane in pijače, kakovost storitve ter udobje in vzdušje v restavraciji. Najbolje ocenjena dejavnika sta bila okus ter raznolikost ponujene hrane in pijače.

Kivela, Inbakaran ter Reece (1999) so pri merjenju zadovoljstva gostov uporabili naslednje 4 dimenzije: kakovost hrane, kakovost storitev, prvi vtis o restavraciji in ocenjevanje udobja, ki ga le-ta ponuja. Sprva so anketiranci ocenjevali, kakšna so njihova pričakovanja glede 24-ih dejavnikov v okviru omenjenih dimenzij, nato pa, kako pomembno vlogo igrajo omenjeni dejavniki pri njihovi odločitvi za obisk restavracije, ter v zadnjem delu še, ali so bila njihova pričakovanja po obisku restavracije tudi uresničena. Zadovoljstvo v raziskavi torej ni bilo merjeno neposredno, vendar ga avtorji opredeljujejo kot skupek treh t. i. subdimenzij: pričakovanj gosta glede posameznih dejavnikov, uresničitve njihovih pričakovanj ter pomembnosti dejavnikov.

3 RAZISKAVA ZADOVOLJSTVA ŠTUDENTOV S PONUDNIKOM SUBVENCIONIRANE ŠTUDENTSKE PREHRANE

3.1 Ponudba subvencionirane študentske prehrane

Subvencionirana študentska prehrana oziroma nakup študentskih bonov predstavlja način podpore, ki ga daje država študentom. Z boni država subvencionira del obroka v restavracijah, ki imajo pogodbo za subvencionirano prehrano, in tako študentom omogoča vsaj en topel obrok brez doplačila za vsak delovni dan v mesecu. Število bonov, ki jih lahko študent kupi, je torej omejeno na število delovnih dni v mesecu. Do nakupa bonov so upravičeni vsi študentje, ki se izobražujejo na kateremkoli visokošolskem zavodu v Republiki Sloveniji. Študentske bone lahko kupijo redni in izredni študentje, absolventi dodiplomskega ter absolventi podiplomskega študija (če niso zaposleni ali iskalci zaposlitve).

Status ponudnika subvencionirane študentske prehrane podjetje z registrirano gostinsko dejavnostjo pridobi na podlagi razpisa Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve. Le-to objavi javni razpis, katerega namen je zagotavljanje študentskih kosil in toplih obrokov upravičencem do subvencionirane študentske prehrane. »Okvirna višina sredstev za izvajanje subvencioniranja študentske prehrane, ki se dodeljujejo na podlagi javnega razpisa, je za leto

2005 znašala 2.987.042.326,00 SIT ter v skladu z 21. členom Zakona o izvrševanju proračuna Republike Slovenije za leto 2006 1.792.225.395,00 SIT« (Javni razpis za izvedbo študentske prehrane za leto 2005 in 2006).

Trenutno lahko študenti ljubljanske univerze izbirajo med 153-imi ponudniki študentske prehrane, kar študentom omogoča veliko pestrost izbire. Med njimi najdemo tudi gostinsko podjetje Sodexho, d. o. o., ki skrbi za ponudbo študentske prehrane v restavraciji 10-ka na Ekonomski fakulteti. V diplomskem delu se bom osredotočil prav na merjenje kakovosti storitev in zadovoljstva študentov z omenjeno restavracijo.

Podjetje Sodexho, d. o. o., je podružnica mednarodne skupine Sodexho Alliance, ki se ukvarja z izvajanjem prehrabnih in drugih storitev v podjetjih, šolah, zdravstvenih in drugih ustanovah. Skupina je bila ustanovljena leta 1966 in je danes prisotna v 74-ih državah širom sveta. Poleg osnovne dejavnosti – izvajanje prehranskih storitev v podjetjih in ustanovah – skupina širi svojo dejavnost tudi na področja, kot so varovanje objektov, opravljanje vrtnarskih del in urejanje okolice, opravljanje administrativnih del (npr. kopiranje), čiščenje poslovnih in drugih prostorov, opravljanje receptorskih storitev ipd. (spletna stran slovenske podružnice Sodexho, d. o. o.).

Sodelovanje med Ekonomsko fakulteto in podjetjem Sodexho, d. o. o., se je pričelo v letu 2000 z odprtjem restavracije na fakulteti. Velik korak naprej pa so naredili v letu 2003, ko so restavracijo temeljito prenovili in ji nadeli novo ime – 10-ka.

3.2 Namen in cilji raziskave

Za Ekonomsko fakulteto, ki jo je v študijskem letu 2005/2006 obiskovalo 8161 dodiplomskih študentov, je gostinska ponudba v sklopu fakultete ključnega pomena tako za zaposlene, predvsem pa za študente. Ustreči okusu tako velikemu številu potencialnih porabnikov za restavracijo 10-ka predstavlja vsekakor velik izziv, saj ni lahko uresničiti toliko različnih želja ter hkrati izboljševati raven kakovosti storitve.

Osnovni namen diplomskega dela je ugotoviti zaznavanje kakovosti storitev in zadovoljstvo študentov Ekonomske fakultete z restavracijo 10-ka ter vodstvu restavracije podati predloge za izboljšavo kakovosti ponudbe.

Cilji raziskave so naslednji:

- ugotoviti pogostost obiska restavracije 10-ka,
- oceniti zadovoljstvo študentov z restavracijo gledano v celoti,
- ugotoviti povezavo med pogostostjo obiska restavracije ter zadovoljstvom študentov,

- primerjati splošno zadovoljstvo s ponudniki študentske prehrane ter zadovoljstvo s ponudbo restavracije 10-ka,
- ugotoviti, kako študenti ocenjujejo posamezne sestavine kakovosti v restavraciji,
- oblikovati dimenzije kakovosti restavracije,
- ugotoviti, katero dimenzijo kakovosti študenti najbolj ocenjujejo ter
- zbrati priporočila študentov za izboljšanje kakovosti storitve ter ponudbe študentskih kosil v restavraciji.

3.3 Potek preiskovalne raziskave in ugotovitve

Da bi pridobil globlji vpogled v področje merjenja kakovosti storitev, sem preučil sekundarne podatke v tej zvezi. Pri tem sem uporabil internetne baze podatkov (ProQuest, Emerald Intelligence, EBSCOhost, COBISS), ki so dostopne na Ekonomski fakulteti. Skušal sem poiskati podobne raziskave na tematiko merjenja zadovoljstva s študentsko prehrano, vendar sem pri tem naletel zgolj na eno podobno raziskavo, in sicer avtorjev Aigbedo in Parameswaran (2002). Poleg omenjene raziskave sem spoznanja črpal tudi iz nekaterih do sedaj že opravljenih raziskav s področja merjenja kakovosti gostinskih storitev in raziskav s področja merjenja zadovoljstva porabnikov z gostinskimi storitvami.

Raziskave, ki so bile izvedene na področju gostinskih storitev, skušajo odgovoriti na štiri ključna vprašanja:

- Kateri dejavniki vplivajo na pričakovano in/ali zaznano izvedbo storitev v restavracijah?
- Kateri model merjenja kakovosti uporabiti v primeru gostinskih storitev?
- Katere dimenzije kakovosti uporabiti pri merjenju kakovosti storitev?
- Kaj vpliva na zadovoljstvo oziroma nezadovoljstvo porabnikov z gostinsko storitvijo?

Kar lahko povzamem iz večine obravnavanih tujih raziskav, je to, da je merjenje kakovosti storitev izredno zahtevno, saj je predvsem zaradi specifičnih značilnosti storitev v model težko vključiti vse dejavnike, ki vplivajo na kakovost.

Ker se študentska prehrana nanaša na specifično ciljno populacijo, sem najprej izvedel skupinski pogovor (*glej PRILOGE 3: Povzetek skupinskega pogovora, str. 3*) s študenti Ekonomske fakultete. Le-ta mi je služil kot opora pri pripravi vprašalnika. Pogovor je potekal 20. 04. 2006 ob 15.00 v prostorih restavracije 10-ka na Ekonomski fakulteti. Izmed 12-ih povabljenih se ga je udeležilo 10 študentov in študentk različnih letnikov ter smeri dodiplomskega študija omenjene fakultete. Pogovor je potekal po načrtanih opornih točkah, ki sem jih pripravil predhodno (*glej PRILOGE 2: Opomnik za vodenje skupinskega pogovora, str. 2*).

Izkazalo se je, da se večina udeležencev prehranjuje s študentskimi boni v različnih restavracijah in menzah večkrat tedensko, zadovoljstvo s ponudniki študentske prehrane pa so označili kot srednje. Ključen del pogovora pa je vsekakor bilo ocenjevanje njihovega zadovoljstva z restavracijo 10-ka. Največje nezadovoljstvo so udeleženci izrazili glede kakovosti hrane, zadovoljni pa so z zanesljivostjo, urejenostjo restavracije ter s ceno študentskega bona za omenjeno restavracijo. Restavracija po mnenju udeležencev ponuja premajhno izbiro menijev, izboljšala pa bi lahko tudi kakovost hrane. V pozitivnem smislu so izpostavili prijeten, moderen videz restavracije.

Na podlagi skupinskega pogovora in tujih raziskav s področja merjenja kakovosti gostinskih storitev sem oblikoval hipoteze ter izdelal vprašalnik za raziskavo.

3.4 Načrt vzorčenja

V vzorčni okvir so bili zajeti dodiplomski študenti Ekonomske fakultete rednega univerzitetnega študijskega programa, ki so se v času anketiranja nahajali v predavalnicah in učilnicah na fakulteti. Anketiranje sem izvajal v času med 15.–19. 05. 2006. Gre za neverjetnostno in priložnostno vzorčenje; enote so bile v vzorec izbrane na slučajen način. Vzorčni okvir je relativno heterogen, saj zajema tako tiste, ki so že imeli izkušnje z restavracijo 10-ka, kot tiste, ki se v restavraciji še niso prehranjevali. Sicer pa vzorčni okvir zelo dobro odraža dejansko strukturo rednih študentov univerzitetnega dodiplomskega študijskega programa. V vzorec sem zajel 334 enot.

Ciljno populacijo za izvedeno trženjsko raziskavo predstavljajo dodiplomski študenti rednega univerzitetnega študijskega programa, ki so vsaj enkrat v tekočem študijskem letu 2005/2006 obiskali restavracijo 10-ka na Ekonomski fakulteti in pri tem koristili subvencionirane študentske bone, torej jedli študentsko kosilo.

3.5 Raziskovalne hipoteze

Zadovoljstvo porabnika je tesno povezano z njegovo zvestobo, saj je le-ta najmočnejša prav pri porabnikih, ki so s storitvijo ali izdelkom zelo zadovoljni. Garbarino in Johnson (1999) kot osnovne elemente vračanja porabnikov navajata porabnikovo zadovoljstvo, zaznano kakovost storitve, zaznano vrednost ter predvsem zaupanje in dolgoročno zvestobo. Največkrat pa se zvestoba porabnika kaže kot ponoven nakup izdelka ali pa v primeru storitev kot npr. ponoven obisk storitvene organizacije.

Caruana (2002) poudarja, da večkratni ponovni obisk storitvene organizacije izkazuje zadovoljstvo porabnika z opravljeno storitvijo, medtem ko nezadovoljni porabnik

najpogosteje ne stori ničesar, vendar pa tudi storitvene organizacije ne obišče nikoli več. Zadovoljstvu torej pripisuje vlogo mediatorja med kakovostjo in zvestobo storitvene organizacije.

Domnevam, da je podobno tudi z zvestobo študenta ponudniku študentske prehrane, pa čeprav je le-ta vezana zgolj na čas njegovega študija. Zadovoljen študent se bo vrnil, nezadovoljen pa najverjetneje ne, čeprav je skupinski pogovor pokazal, da študenti velikokrat dajo ponudniku priložnost za izboljšanje pomanjkljivosti v izvedbi storitve. V kolikor pa le-ta ne izkoristi ponujene priložnosti, ponudnika enostavno zamenjajo. Prva postavljena hipoteza se torej glasi:

H1: Študenti, ki so v povprečju bolj zadovoljni z restavracijo 10-ka, omenjeno restavracijo obišejo pogosteje kot študenti, ki so z njo manj zadovoljni.

Skupinski pogovor je pokazal, da so imeli študenti kar nekaj pritožb glede kakovosti hrane ter njene raznolikosti, kar bi lahko odločilno vplivalo na ocenjevanje zadovoljstva/nezadovoljstva z restavracijo 10-ka. Kot pravi Soriano (2002), pa prav kakovost hrane še vedno predstavlja najpomembnejšo dimenzijo, ki vpliva na zadovoljstvo ali nezadovoljstvo gosta v restavraciji.

Medtem ko je skupinski pogovor pokazal, da študenti izkazujejo relativno visoko zadovoljstvo glede ponudnikov prehrane na splošno. Postavljena hipoteza se torej glasi:

H2: Študenti so bolj nezadovoljni z restavracijo 10-ka kakor s ponudniki študentske prehrane nasploh.

Pretekle raziskave (Soriano, 2002; Kivela, Inbakaran, Reece, 2000; Pun, Ho, 2001; Pedraja-Iglesias, Guillen, 2004 itd.) s področja merjenja kakovosti gostinskih storitev ter ugotavljanja zadovoljstva z restavracijami so pokazale, da kakovost hrane predstavlja eno od najpomembnejših dimenzij kakovosti gostinskih storitev, ki pogojuje ponovni obisk restavracije.

Soriano (2002) je pri preučevanju dimenzij kakovosti (kakovost hrane, kakovost storitev, cena/stroški ter vidni dokazi) v restavracijah srednjega in višjega cenovnega razreda prišel do ugotovitev, da kakovost hrane predstavlja najpomembnejšo dimenzijo kakovosti, sledi pa ji kakovost izvedene storitve.

Kivela, Inbakaran ter Reece (2000) so v raziskavi zadovoljstva gostov ter iskanju dejavnikov, ki vplivajo na ponoven obisk restavracije, prišli do spoznanja, da kakovost hrane poleg prvega

vtisa o restavraciji, udobja v restavraciji ter kakovosti storitve pomembno vpliva na zadovoljstvo z restavracijo.

Avtorja Andaleeb in Conway (2006) sta v raziskavi potrdila, da višja raven kakovosti hrane pomeni tudi večja raven zadovoljstva gostov z restavracijo. Čeprav je bila kakovost hrane v raziskavi po pomembnosti uvrščena šele na tretje mesto², je nenazadnje osnovni namen obiska restavracije še vedno zaužitje obroka.

Podobno naj bi bilo zaznavanje kakovosti v restavraciji 10-ka tesno vezano na zaznavanje kakovosti ponujene hrane, kar je pokazal tudi skupinski pogovor. Študenti so pozorni na kakovost hrane, ki jo zaužijejo. Najprej ocenijo njen videz, šele nato pa jo tudi poskusijo. Tretja hipoteza se glasi:

H3: Kakovost hrane je za študente najpomembnejša dimenzija, ki vpliva na zadovoljstvo z restavracijo 10-ka.

Raziskave, ki so pri presojanju kakovosti gostinskih storitev uporabljale različne dimenzije kakovosti, niso dale enakih rezultatov glede najpomembnejše dimenzije kakovosti gostinskih storitev. To je tudi razumljivo, saj so raziskave zajemale različne vrste restavracij, ki se razlikujejo po ciljni populaciji, kjer vsaka favorizira druge dimenzije kakovosti.

Pomembnost storitvene pokrajine pri določenih vrstah storitev je izpostavil Grönroos (2000), za pomembno dimenzijo kakovosti pa jo je imela tudi večina obravnavanih raziskav s področja merjenja kakovosti gostinskih storitev (Andaleeb in Conway, 2006; Stevens, Knutson, Patton, 1995; Reimer, Kühn, 2004). Reimer in Kühn (2004) storitveni pokrajini pripisujeta tudi močno vplivanje na zaznavanje ostalih neopredmetenih dimenzije kakovosti.

Hipoteza 4 je oblikovana tudi na osnovi skupinskega pogovora s študenti, saj je bila storitvena pokrajina v pogovoru z njimi najpogosteje izpostavljena kot pozitivno ocenjena dimenzija kakovosti.

H4: Storitvena pokrajina restavracije 10-ka je v primerjavi z ostalimi dimenzijami razmeroma najvišje ocenjena dimenzija kakovosti.

² Razvrstitev dimenzij kakovosti po pomembnosti, kakor je pokazala raziskava: odzivnost, storitvena pokrajina, kakovost hrane in cena.

3.6 Oblikovanje vprašalnika

Osnovo za oblikovanje trditev, ki ponazarjajo razsežnosti storitev v restavraciji, predstavljata modela SERVQUAL ter DINESERV. Slednji se uporablja pri merjenju pričakovane kakovosti gostinskih storitev in podobno vsebuje pet dimenzij kakovosti. Daje pa večji poudarek storitveni pokrajini. Določene trditve modela DINESERV, ki sta jih zastavila Stevens, Knutson, Patton (1995, str. 59) za preučevanje kakovosti storitve, v moji raziskavi ni bilo mogoče uporabiti (*glej PRILOGE 1: DINESERV – vprašalnik za merjenje kakovosti gostinskih storitev, str. 1*). Je pa vprašalnik modela DINESERV dobra osnova za oblikovanje trditev v moji raziskavi. Predvsem pa podlago za oblikovanje vprašalnika predstavljajo tuje raziskave, ki so omenjene v prvem delu diplomskega dela, saj vključujejo tudi ostale dejavnike (npr. kakovost hrane, cena), ki v omenjenih modelih niso zajeti.

Pri merjenju zadovoljstva s storitvenimi organizacijami dajeta Zeithaml in Bitner (2000) predvsem pri storitvah, ki so močno vezane na izdelek, pomembno vlogo tudi ceni in kakovosti izdelka. Domnevam, da tudi zadovoljstvo študenta z restavracijo 10-ka ni odvisno zgolj od kakovosti storitve, pač pa tudi od kakovosti ponujene hrane in cene. Zanimariti ne smemo niti cenovne občutljivosti študenta. Zato sem v vprašalnik dodal še nekatere specifične trditve, ki se nanašajo dimenzijo *kakovost hrane* ter trditvi, vezani na ceno ter cenovno občutljivost študenta. Pri tem sem se oprl na raziskave s področja gostinskih storitev, v katerih so storili podobno (Dube *et al.*, 1994; Walters, 1998; Kivela, Reece, Inbakaran, 1999; Susskind, Chan, 2000; Pun, Ho, 2001; Robledo, 2001; Soriano, 2002), čeprav raziskave niso bile specifično vezane na restavracije s študentsko prehrano. Ena od postavljenih trditev se nanaša tudi na čas, ki ga ima študent ali študentka na voljo za kosilo, saj po njihovem mnenju ta predstavlja pomemben odločitveni dejavnik za izbiro restavracije.

Model sem dodatno prilagodil tako, da anketiranec pri trditvah vrednoti zgolj kakovost, ki jo storitvena organizacija dejansko ponudi študentu (zaznana kakovost restavracije 10-ka), in ne ocenjuje svoje idealne restavracije (pričakovana kakovost restavracije).

Vprašalnik, uporabljen v raziskavi, je zgrajen iz treh vsebinskih sklopov (*glej PRILOGE 4: Vprašalnik, str. 6*). **Prvi** (vprašanja 1 in 2) se navezuje na splošen odnos študentov do študentske prehrane in njihovih ponudnikov, tj. na pogostost prehranjevanja s študentskimi boni ter na dosedanje izkušnje s ponudniki študentske prehrane.

Drugi sklop vprašanj (3.–6. vprašanje) se nanaša na merjenje zadovoljstva študentov z restavracijo 10-ka ter pogostost prehranjevanja v omenjeni restavraciji. V sklopu se nahaja tudi glavni del vprašalnika, tj. Likertova lestvica s serijo trditev, katere anketiranci vrednotijo s petstopenjsko lestvico z ocenami od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (močno se strinjam) (*glej Tabela 1, str. 30*). Trditve sem razvrstil v šest dimenzij kakovosti (5 dimenzij kakovosti

storitve iz osnovnega modela SERVQUAL in modela DINESERV ter dimenzija *kakovost hrane*):

a) Dimenzije kakovosti storitve:

- *Zanesljivost storitve* pomeni, da študent vedno dobi naročeno hrano, da so pritožbe študentov upoštevane in uspešno rešene ter da je zaračunavanje storitve natančno. Dimenzija vključuje trditve 1–4.
- *Odzivnost* meri hitrost postrežbe hrane v restavraciji ter število osebja, ki je na voljo v restavraciji v času gneče. Dimenzija zajema trditvi 5 in 6.
- *Vzbujanje zaupanja pri študentu* zajema znanja in sposobnosti ter prijaznost osebja restavracije, ki pri študentih povzročajo pozitiven občutek. Dimenzijo predstavljajo trditve 7–9.
- *Vživljanje v položaj študenta* pomeni postaviti se v kožo študenta in mu čim bolj prilagoditi gostinsko storitev. Vključuje trditvi 10 in 11.
- *Storitveno pokrajino* predstavljajo jedilni prostor restavracije, oprema, osebje in komunikacijsko gradivo v restavraciji. Vključuje trditve 12–18.

b) Dimenzija kakovost hrane:

- *Kakovost hrane* zajema ocenjevanje videza, okusa, obilnosti obroka in raznolikosti ponudbe kosil v restavraciji. Dimenzija vključuje trditve 19–23.

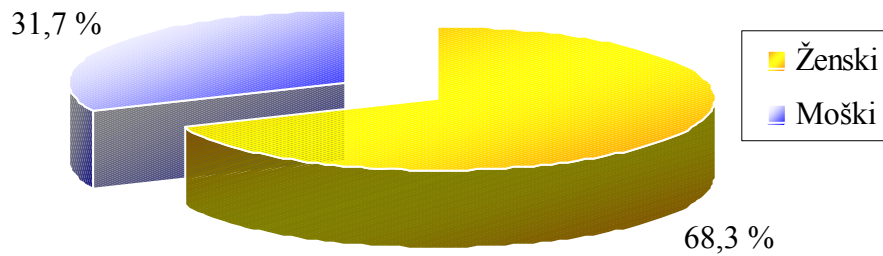
Ocenjevanju posameznih dejavnikov sledi ocenjevanje zadovoljstva študentov z restavracijo 10-ka gledano v celoti (vprašanje 5), ki v raziskavi predstavlja odvisno spremenljivko. Ob koncu vprašalnika imajo študenti v vprašanju odprtega tipa (vprašanje 6) možnost vodstvu restavracije nameniti svoja priporočila za izboljšanje kakovosti storitve ter ponudbe študentskih kosil.

Tretji, zadnji sklop predstavljata vprašanji demografskega tipa (vprašanji 7 in 8), ki služita za prikaz strukture vzorca.

3.7 Sestava vzorca

Pri anketiranju je sodelovalo 334 študentov in študentk Ekonomske fakultete, od tega je bilo 31,7 % moških ter 68,3 % žensk. Anketiranje je bilo izvedeno na način, da je bilo v raziskavo zajeto večje število študentk kakor študentov z namenom doseganja reprezentativnosti vzorca.

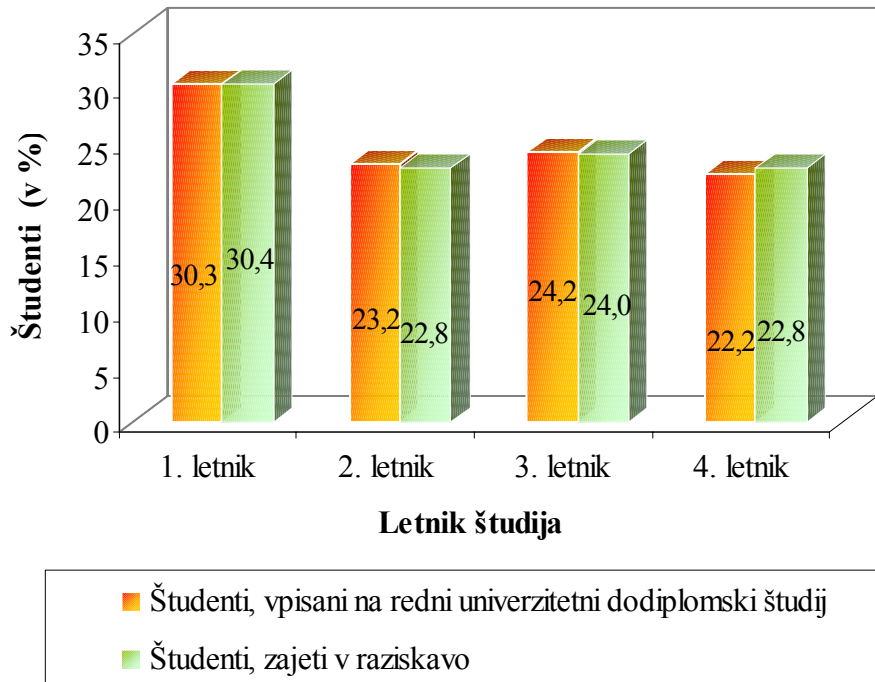
Slika 6: Spol anketirancev



Vir: Podatki iz Tabele 6 v PRILOGI 5, str. 9.

Odstotek anketirancev po letnikih se giblje med 22,2 % ter 30,4 % študentov na posamezen letnik študija (glej *PRILOGE 5; Tabela 7, str. 9*). Razvidno je tudi, da struktura anketiranih študentov po letnikih dobro predstavlja dejansko strukturo rednih dodiplomskih študentov univerzitetnega študija po letnikih v študijskem letu 2005/2006. To pomeni, da je vzorec dovolj reprezentativen, da lahko na podlagi njega sklepamo na celotno populacijo.

Slika 7: Primerjava sestave vzorca ter strukture dodiplomskih študentov v letu 2005/2006³



Vir: Podatki iz Tabele 7 v PRILOGI 5, str. 9, Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti.

³ 1. letnik predstavljajo študenti rednega študija Univerzitetne poslovne in ekonomske šole.

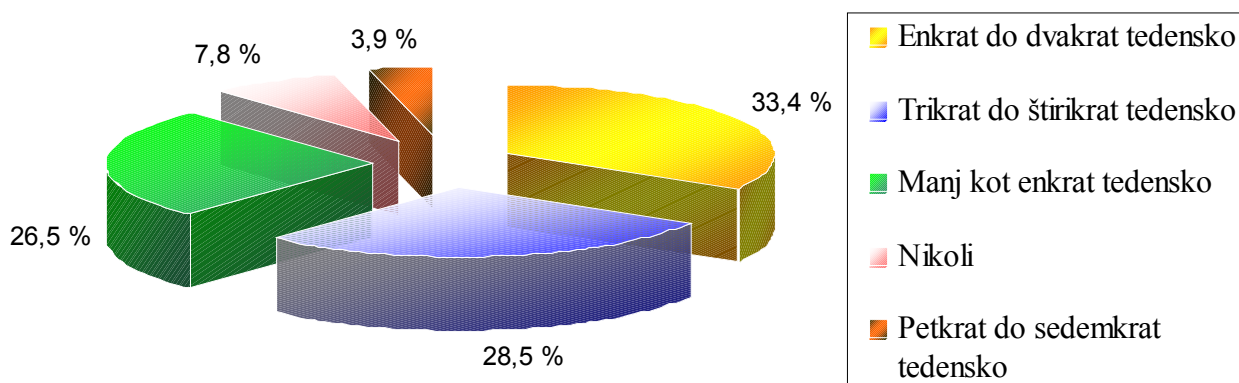
3.8 Rezultati univariatne analize

V univariatni analizi bom sprva prikazal splošen odnos študentov do ponudnikov študentske prehrane, sledila pa bo analiza zadovoljstva študentov z restavracijo 10-ka. Analiza zadovoljstva bo temeljila na opravljeni faktorski analizi, saj prvotne dimenzije kakovosti niso pokazale dovolj visoke zanesljivosti. Za vodstvo restavracije 10-ka so pomembna tudi priporočila za spremembe in izboljšave, ki so jih izrazili študenti in bodo prikazana v zadnjem delu univariatne analize.

3.8.1 Splošen odnos študentov do študentske prehrane

Pokazatelja splošnega odnosa študentov do študentske prehrane sta pogostost prehranjevanja pri ponudnikih študentske prehrane in dosedanje izkušnje študentov z njimi. Anketa je pokazala, da se študenti glede pogostosti prehranjevanja pri ponudnikih študentske prehrane med seboj močno razlikujejo. Domnevam, da si nekateri študenti hrano občasno pripravijo sami, tisti, ki v času študija prebivajo doma, pa se ponudnikov študentske prehrane sploh ne poslužujejo ali zgolj redkeje. Spet drugi študentske bone koristijo večkrat tedensko. Glede pogostosti prehranjevanja so tako trije razredi (manj kot enkrat tedensko, enkrat do dvakrat tedensko ter trikrat do štirikrat tedensko) med sabo relativno izenačeni (glej PRILOGE 5; Tabela 8, str. 9). Največ študentov se pri ponudnikih študentske prehrane prehranjuje enkrat do dvakrat tedensko (33,4 %), 28,5 % se jih prehranjuje trikrat do štirikrat tedensko, 26,5 % pa manj kot enkrat tedensko.

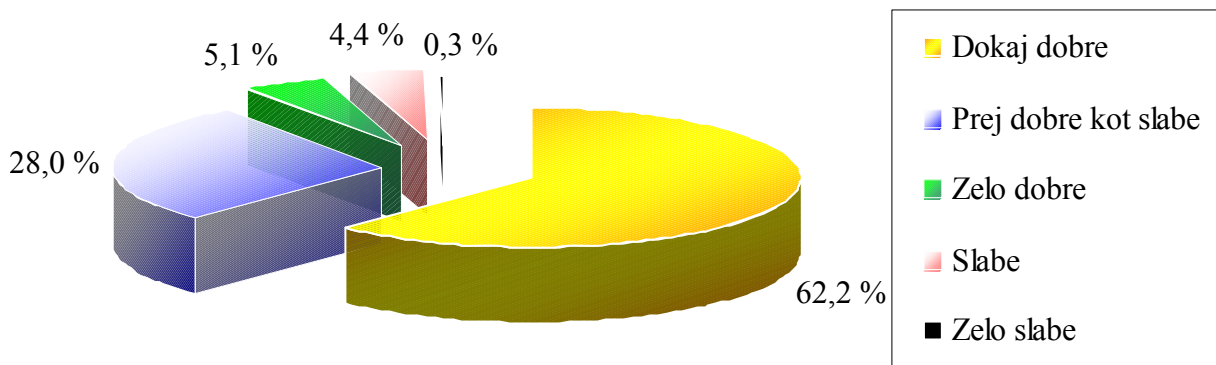
Slika 8: Pogostost prehranjevanja pri ponudnikih študentske prehrane



Vir: Podatki iz Tabele 8 v PRILOGI 9, str. 9.

Več kot polovica anketirancev (62,2 %) je dosedanje izkušnje s ponudniki študentske prehrane ocenila kot dokaj dobre, 28 % anketirancev pa za prej dobre kot slabe (glej PRILOGE 5; Tabela 10, str. 10). Čeprav veliko študentov meni, da še vedno obstajajo ponudniki, ki študente obravnavajo kot drugorazredne porabnike, so v gledano celoti z njimi zadovoljni. Skoraj ni bilo zaslediti anketirancev, ki bi imeli zelo slabe (0,3 %) ali slabe izkušnje, a ne tudi tistih z zelo dobrimi izkušnjami (5,1 %) s ponudniki študentske prehrane.

Slika 9: Izkušnje študentov s ponudniki študentske prehrane



Vir: Podatki iz Tabele 9 v PRILOGI 6, str. 10.

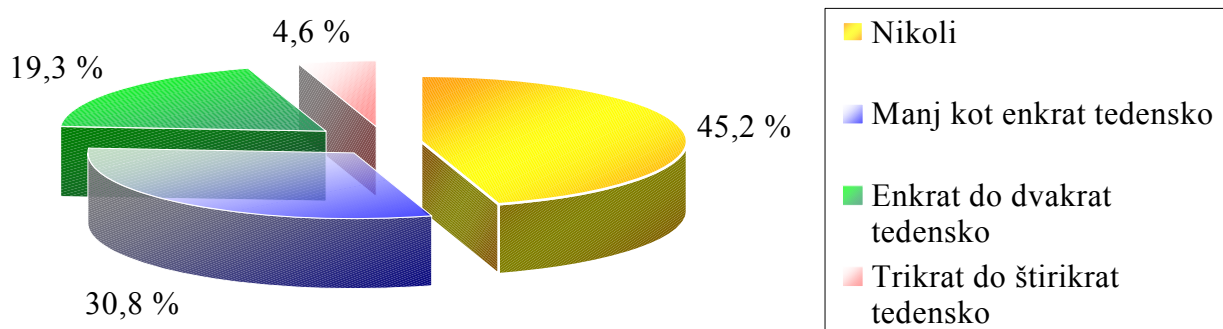
Rezultati so pokazali, da je povprečna ocena zadovoljstva s ponudniki študentske prehrane relativno visoka (glej PRILOGE 5; Tabela 10, str. 10). Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljam, da dajejo anketiranci na lestvici od 1 (zelo slabe) do 5 (zelo dobre) različne ocene glede dosedanjih izkušenj s ponudniki študentske prehrane, v povprečju pa so zadovoljstvo z njimi ovrednotili z oceno 3,67.

3.8.2 Zaznavanje elementov kakovosti pri študentih v zvezi z restavracijo 10-ka

Raziskava je pokazala, da se največ anketirancev (45,2 %) v restavraciji 10-ka nikoli ne prehranjuje (glej PRILOGE 5; Tabela 11, str. 10). Tisti, ki pa se prehranjujejo v tej restavraciji, to storijo ponavadi manj kot enkrat tedensko (30,8 %) oziroma enkrat do dvakrat tedensko (19,3 %). Takšnih, ki bi se vsakodnevno (petkrat tedensko) prehranjevali v restavraciji, ni. Študenti torej najraje kombinirajo med ponudniki študentske prehrane, kar jim velika konkurenca na tem področju tudi omogoča. Iz rezultatov pa je najbolj očitno to, da obstaja relativno veliko študentov, ki kljub možnosti prehranjevanja na fakulteti le-te

možnosti ne izkoristijo. Nenazadnje je čas študentov pogostokrat omejen (*glej Tabela 1, str. 30; trditev 26*). Za restavracijo to pomeni, da obstaja sicer veliko potencialnih porabnikov restavracije 10-ka, vendar pa je potrebno preučiti, kje tičijo razlogi za nizek obisk restavracije. Najbolj natančne podatke o tem lahko posredujejo študenti, ki se poslužujejo storitev restavracije 10-ka.

Slika 10: Pogostost prehranjevanja študentov v restavraciji 10-ka



Vir: Podatki iz Tabele 11 v PRILOGI 5, str. 10.

Študenti, ki so se v preteklem študijskem letu vsaj enkrat prehranjevali v restavraciji 10-ka, so ocenjevali sestavine kakovosti ter druge spremenljivke tako, da so podali stopnje strinjanja s trditvami, ki so opisovale posamezne dejavnike. Analiza je pokazala, da so njihove ocene na srednji ravni.

Analiza posameznih trditev je pokazala, da se anketiranci razmeroma najmanj strinjajo s trditvama *Hrana, ki jo restavracija ponuja, je prijetnega videza (trditev 20)* ter *Hrana v restavraciji je dobrega okusa (trditev 22)*, kar kaže na relativno majhno zadovoljstvo s kakovostjo hrane, ki jo ponuja restavracija 10-ka. Eden od glavnih razlogov za tako nizko oceno je verjetno tudi ta, da restavracija nima lastne kuhinje in hrano dovaža v restavracijo. Jedi tako izgubijo pristen okus ter dajejo okus postanosti. Prav kakovost hrane pa verjetno predstavlja zelo občutljiv element, ki v veliki meri odloča o zadovoljstvu ali nezadovoljstvu porabnika.

Najbolj pa se študenti strinjajo s trditvijo *Osebjem restavracije natančno zaračunava storitev (trditev 3)* ter tako izkazujejo zaupanje osebju restavracije. Visoko je strinjanje tudi s trditvama *Restavracija streže študentska kosila v primernem času (trditev 4)* ter *Jedilni prostor restavracije 10-ka in oprema v njej sta prijetnega, modernega videza (trditev 12)*.

Prav ocena slednje trditve ni presenečenje, saj je restavracija v letu 2003 popolnoma spremenila svoj videz.

Zanimivo pa je, da je relativno visoko tudi strinjanje s trditvijo *Cena bona za restavracijo 10-ka je primerna za študentski žep (trditev 25)*, kar pa pomeni, da so študenti s trenutno ceno študentskega bona omenjene restavracije zadovoljni, ne glede na relativno visoko cenovno občutljivost študentske populacije.

Tabela 1: Prikaz aritmetične sredine ter standardnih odklonov sestavin kakovosti

	TRDITVE	Aritmetična sredina	Standardni odklon
1.	Vedno dobim tisto, kar naročim.	4,07	0,979
2.	Osebjem upošteva pritožbe študentov ter jih hitro reši.	3,33	0,846
3.	Osebjem restavracije natančno zaračunava storitev.	4,30	0,818
4.	Restavracija streže študentska kosila v primernem času.	4,17	0,894
5.	Postrežba v restavraciji je hitra.	4,04	0,823
6.	V času gneče je v restavraciji 10-ka za strežbo na voljo dovolj osebja.	3,13	1,039
7.	Osebjem v restavraciji je prijazno in ustrežljivo.	4,04	0,864
8.	Osebjem v restavraciji zna svetovati študentu pri izbiri menija.	3,42	1,037
9.	Osebjem v restavraciji dobro pozna sestavine ponujenih jedi.	3,56	0,832
10.	Osebjem se pri postrežbi posveti vsakemu študentu posebej.	3,35	0,976
11.	Za restavracijo 10-ka je značilno mirno in sproščeno vzdušje.	3,52	0,976
12.	Jedilni prostor restavracije 10-ka in oprema v njej sta prijetnega, modernega videza.	4,21	0,851
13.	Restavracija 10-ka je dovolj prostorna za vse študente, ki jo obiščejo.	3,15	1,080
14.	Restavracija daje velik poudarek čistoči jedilnega prostora.	3,43	0,978
15.	Osebjem restavracije dobro skrbi za svojo higieno ter urejen videz.	3,46	0,869
16.	Meni v restavraciji je predstavljen pregledno.	3,63	0,950
17.	Jedi na meniju so v času naročila tudi na voljo.	3,08	1,017
18.	Čistoča jedilnega pribora, krožnikov, pladnjev ter drugega pribora me pritegne k ponovnemu obisku restavracije. ⁴	3,45	1,390
19.	Izbiram lahko med številnimi raznolikimi meniji, ki jih ponuja restavracija 10-ka.	3,13	0,977
20.	Hrana, ki jo restavracija ponuja, je prijetnega videza.	3,04	0,996
21.	Sadje in solata v restavraciji sta sveža.	3,26	1,002
22.	Hrana v restavraciji je dobrega okusa.	3,07	0,983
23.	Obrok kosila v restavraciji 10-ka je dovolj obilen, da me nasiti.	3,73	1,133
24.	Pred nakupom študentskih bonov vedno najprej preverim, kakšna je cena bonov, ki jih nameravam kupiti.	3,59	1,275

⁴ Gre za obrnjeno trditev *Nečistoča jedilnega pribora, krožnikov, pladnjev ter drugega pribora me odvrne od ponovnega obiska restavracije 10-ka* iz vprašalnika (glej PRILOGE 4: Vprašalnik, str. 6).

25.	Cena bona za restavracijo 10-ka je primerna za študentski žep.	3,66	0,858
26.	Ko sem na fakulteti, mi ponavadi primanjkuje časa za kosilo.	3,42	1,252

Vir: Rezultati raziskave, 2006.

Za podrobnejše ocene strinjanja oziroma nestrinjanja s posameznimi trditvami glej frekvenčne porazdelitve v *PRILOGI 5; Tabela 12, str. 11*.

Posamezne dejavnike sem nameraval razporediti v šest dimenzij (*glej Oblikovanje vprašalnika, str. 24*), vendar sem pri preverjanju zanesljivosti merskega instrumenta ugotovil, da mi izračunani koeficienti Cronbach alfa za posamezne dimenzije tega ne dopuščajo (*glej Tabela 3, str. 34*).

Zato sem s faktorjsko analizo poskušal s pomočjo prvotnih dejavnikov (ocene strinjanja oziroma nestrinjanja s trditvami) najti eno ali več prikritih lastnosti, ki pojasnjujejo zadovoljstvo z restavracijo 10-ka. Kot metodo ekstrapolacije sem uporabil metodo glavne osi, ki faktorje kreira na podlagi modificirane korelacijske matrike ter ponavljanja ocen komunalitet⁵, vse dokler ne zadostimo postavljenemu kriteriju. Omenjena metoda je tudi najpogosteje uporabljena pri faktorjski analizi. Pri analizi sem uporabil OBLIMIN rotacijo (poševna rotacija), pri kateri so strukturne⁶ in patern uteži⁷ različne in jih lahko tako različno interpretiramo. Bistvo rotiranja je, da dobimo teoretično pomembne faktorje in čim enostavnejšo faktorjsko strukturo.

V analizo sem vključil 23 dejavnikov, ki so tvorili prvotnih šest dimenzij kakovosti (*glej Oblikovanje vprašalnika, str. 24*). Sprva sem na podlagi izračunanih korelacijskih koeficientov in komunalitet iz modela izključil *trditvi 13 in 18*, saj je bil delež variance, pojasnjene s skupnimi faktorji, nizek (*glej PRILOGE 6; Tabela 13, str. 12*). Po vnovični OBLIMIN rotaciji sem pri pregledu patern uteži zaradi izenačenosti regresijskih koeficientov iz modela dodatno izključil še *trditve 3, 16, 17* (*glej PRILOGE 6; Tabela 14, str. 12*). Po izključitvi omenjenih trditev iz modela je ponovna analiza pokazala smiselnost oblikovanja petih faktorjev, vendar je zadnji faktor vključeval zgolj eno spremenljivko, zato sem iz modela le-to (*trditev 1*) izključil.

Končno rešitev faktorjske analize predstavlja 17 dejavnikov, razporejenih v štiri faktorje, kar je potrdil tudi Kaiser-Meyer-Olkin koeficient ($KMO = 0,853$). Po Kaiserjevem kriteriju in diagramu lastnih vrednosti je najugodnejša izbira štirih faktorjev ($\lambda > 1$) (*glej PRILOGE 6; Tabela 15, str. 13 ter Slika 16, str. 13*). Dobljene faktorje lahko interpretiram sledeče:

⁵ Komunaliteta pomeni delež variance spremenljivke, ki ga pojasnimo z vsemi predpostavljenimi skupnimi faktorji.

⁶ Strukturne uteži predstavljajo korelacijske koeficiente med spremenljivko in faktorjem.

⁷ Patern uteži predstavljajo regresijske koeficiente. V kolikor le-te pomnožimo med sabo, dobimo povezanost med dvema spremenljivkama.

- 1. faktor – **Interakcija z osebjem** (*trditve 2, 7, 8, 9, 10*) vključuje angažiranje osebja pri reševanju pritožb, njihove sposobnosti svetovanja, znanje osebja, prijaznost in ustrežljivost osebja ter njihov način obravnave gostov.
- 2. faktor – **Kakovost hrane**⁸ (*trditve 19, 20, 21, 22, 23*) zajema videz, okus, obilnost obroka ter raznolikost ponudbe kosil v restavraciji 10-ka.
- 3. faktor – **Tekoča postrežba** (*trditve 4, 5, 6*) zajema odzivnost osebja v restavraciji ter primernost termina strežbe študentskih kosil.
- 4. faktor – **Vidni dokazi in vzdušje v restavraciji** (*trditve 11, 12, 14, 15*) združujejo videz in čistočo jedilnega prostora, urejenost osebja ter oceno vzdušja, ki vlada v restavraciji.

Tabela 2: Oblikovanje faktorjev z rotacijo OBLIMIN

Prvotne dimenzije	Trditve	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
ZANESLJIVOST	1	0,641			
	2				
	3				
	4				0,538
ODZIVNOST	5			0,822	
	6			0,765	
VZBUJANJE ZAUPANJA	7	0,598			
	8	0,778			
	9	0,707			
VŽIVLJANJE V POLOŽAJ ŠTUDENTA	10	0,769			
	11				0,580
STORITVENA POKRAJINA	12				0,771
	13				
	14				0,842
	15				0,528
	16				
	17				
KAKOVOST HRANE	18				
	19		0,581		

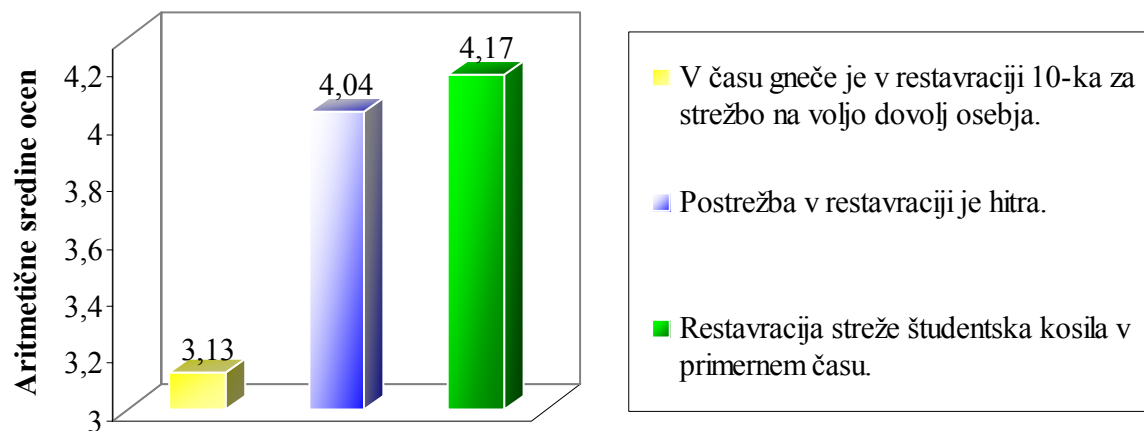
⁸ Omenjena dimenzija kakovosti je tudi po faktorski analizi ostala nespremenjena ter tako vključuje iste trditve kakor sprva načrtovano.

	20	0,737
	21	0,630
	22	0,849
	23	0,653

Vir: Podatki iz Tabele 16 v PRILOGI 6, str. 14.

Pri analizi omenjenih dimenzij kakovosti sem ugotovil, da študenti najbolje ocenjujejo dimenzijo *tekoča postrežba*, katere povprečna ocena znaša 3,78, razmeroma najslabše pa dimenzijo *kakovost hran* s povprečno oceno 3,24 (glej PRILOGE 7; Tabela 21, str. 17).

Slika 11: Ocene elementov v okviru dimenzije tekoča postrežba

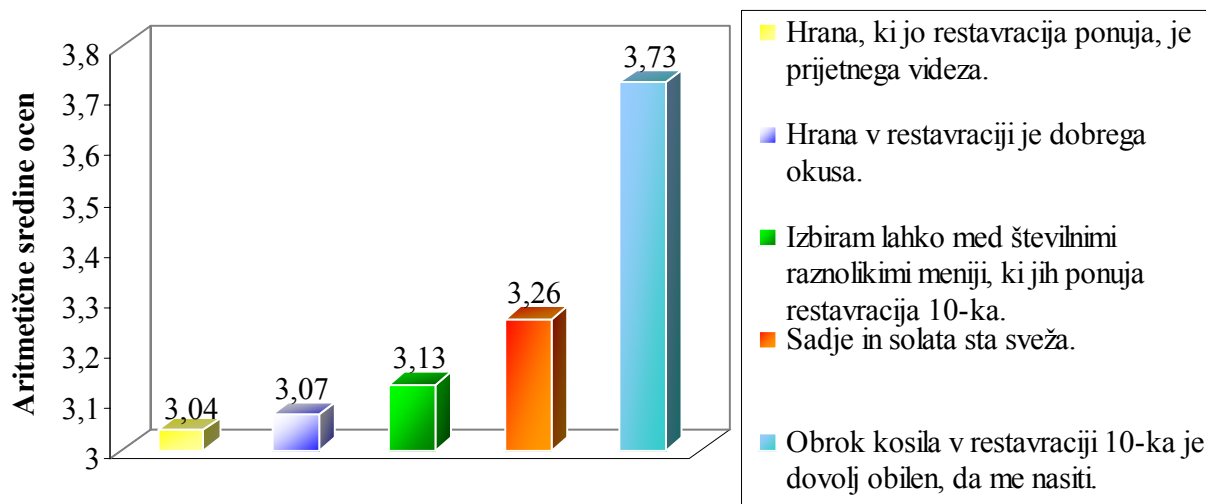


Vir: Podatki iz Tabele 1, str. 30.

Če podrobneje pogledamo najbolje ocenjeno dimenzijo kakovosti *tekoča postrežba*, vidimo največje strinjanje s trditvijo *Restavracija 10-ka streže študentska kosila v primernem času* (trditev 4). Visoko pa je tudi strinjanje s trditvijo *Postrežba v restavraciji je hitra* (trditev 5), medtem ko je razmeroma nižje strinjanje s trditvijo *V času gneče je v restavraciji 10-ka za strežbo na voljo dovolj osebja* (trditev 6), kar pomeni, da bi moralo biti v času večjega obiska študentov, v restavraciji na voljo dovolj osebja za postrežbo.

Če pa pogledamo najslabše ocenjeno dimenzijo kakovosti, tj. *kakovost hrane*, vidimo, da je strinjanje s trditvijo *Obrok kosila v restavraciji 10-ka je dovolj obilen, da me nasiti* (trditev 23) relativno visoko v primerjavi s stopnjami strinjanja z ostalimi trditvami v okviru omenjene dimenzije. Največje nezadovoljstvo so anketiranci izrazili glede videza hrane, ki jo ponuja restavracija (trditev 20), ter glede njenega okusa (trditev 22). Omenjena dejavnika sta bila tudi najslabše ocenjena med vsemi dejavniki, ki so jih anketiranci ocenjevali. To kaže na nujnost izboljšanja kakovosti ponujene hrane v restavraciji.

Slika 12: Zadovoljstvo študentov z dimenzijo kakovost hrane



Vir: Podatki iz Tabele 1, str. 30.

Glede ocene zadovoljstva restavracije 10-ka gledano v celoti na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljam, da študenti dajejo na lestvici od 1 (zelo nezadovoljen) do 5 (zelo zadovoljen) različne ocene glede zadovoljstva ali nezadovoljstva z restavracijo 10-ka, v povprečju pa so zadovoljstvo ovrednotili z oceno 3,19. Zanimivo pa je, da so isti študenti zadovoljstvo s ponudniki študentske prehrane ovrednotili z višjo oceno (glej *PRILOGE 7; Tabela 19, str. 16*), na podlagi česa lahko domnevamo, da so omenjeni študenti bolj zadovoljni s ponudniki študentske prehrane v splošnem, kot so zadovoljni s kakovostjo storitve restavracije 10-ka.

3.9 Preverjanje zanesljivosti instrumenta za merjenje kakovosti

Zanesljivost Likertove lestvice (4. vprašanje v vprašalniku) sem preveril z izračunom koeficienta Cronbach alfa, ki lahko zavzame vrednosti med 0 in 1. O zanesljivosti merjenja govorimo v primeru, kadar je vrednost koeficienta višja kot 0,60.

Tabela 3: Preverjanje zanesljivosti prvotnega merskega instrumenta

Dimenzija:	Cronbach alfa:
Zanesljivost	0,62
Odzivnost	0,57

Vzbujanje zaupanja pri študentu	0,75
Vživljanje v položaj študenta	0,53
Storitvena pokrajina	0,50
Kakovost hrane	0,78

Vir: Rezultati raziskave, 2006.

Izračunani Cronbach alfa za prvotnih 23 elementov kakovosti znaša 0,85. Posamični koeficienti, ki kažejo zanesljivost posameznih preučevanih dimenzij, pa se gibljejo med 0,50 in 0,78 ter kažejo na nizko zanesljivost prvotnega merskega instrumenta.

Največjo zanesljivost merskega instrumenta kaže dimenzija *kakovost hrane*, sledita ji dimenziji *vzbujanje zaupanja pri študentu* ter *zanesljivost*, medtem ko ostale dimenzije (*odzivnost*, *vživljanje v položaj študenta* ter *storitvena pokrajina*) izkazujejo prenizke Cronbach alfa koeficiente, da bi jih lahko uporabil v nadaljnji analizi.

Po opravljeni faktorski analizi sem izračunal koeficiente Cronbach alfa za novo oblikovane dimenzije kakovosti. Izračunani koeficient za vseh 17 elementov kakovosti skupaj znaša 0,86, medtem ko se vrednost posamičnih koeficientov giblje med 0,62 ter 0,81. Rezultati kažejo na relativno visoko zanesljivost novega merskega instrumenta.

Tabela 4: Preverjanje merskega instrumenta po faktorski analizi

Dimenzija:	Cronbach alfa:
Interakcija z osebjem	0,81
Kakovost hrane	0,78
Tekoča postrežba	0,62
Vidni dokazi in vzdušje v restavraciji	0,70

Vir: Rezultati raziskave, 2006.

3.10 Preverjanje hipotez

H1: Študenti, ki so v povprečju bolj zadovoljni z restavracijo 10-ka, omenjeno restavracijo obiščejo pogosteje kot študenti, ki so z njo manj zadovoljni.

Študente, ki so v preteklem študijskem letu vsaj enkrat obiskali restavracijo 10-ka, sem razdelil v dve skupini; v prvi so tisti, ki so restavracijo v minulem študijskem letu obiskali manj kot enkrat tedensko, v drugi pa študenti, ki so v 10-ko zašli enkrat ali večkrat tedensko. Za obe skupini sem izračunal oceni zadovoljstva z restavracijo 10-ka ter skušal ugotoviti, ali so razlike med ocenama zadovoljstva statistično značilne pri $\alpha = 0,05$ (glej PRILOGE 7; Tabela 17, str. 14). Pri preverjanju hipoteze sem uporabil t-preizkus skupin.

Na podlagi vzročnih podatkov ugotavljam, da so študenti, ki manj kot enkrat tedensko obiščejo restavracijo 10-ka, zadovoljstvo z omenjeno restavracijo v povprečju ocenili z oceno 3,01, medtem ko so študenti, ki enkrat ali večkrat tedensko obiščejo restavracijo 10-ka, zadovoljstvo z omenjeno restavracijo v povprečju ocenili z oceno 3,48.

Preizkus domneve o aritmetični sredini (glej *PRILOGE 7; Tabela 18, str. 15*) je pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ pokazal, da lahko na podlagi vzorčnih podatkov zavrnem ničelno domnevo ($H_0 : \mu = 3,01$) in sprejemem alternativno domnevo ($H_1 : \mu_1 > 3,01$), da so študenti, ki pogosteje obiščejo restavracijo 10-ka, z omenjeno restavracijo bolj zadovoljni kot tisti, ki restavracijo obiščejo manj pogosto.

Zadovoljstvo z restavracijo 10-ka torej pri študentih sproži ponovni, pogostejši obisk restavracije, medtem ko jih nezadovoljstvo odvrne od ponovnega obiska restavracije. Prav zato je naloga managementa, da vse napore usmeri v tiste dimenzije kakovosti, ki najpomembneje vplivajo na njihovo zadovoljstvo (glej *Hipotezo 3, str. 23*) ter povzročajo zvestobo študenta.

H2: Študenti so bolj nezadovoljni z restavracijo 10-ka kakor s ponudniki študentske prehrane nasploh.

Izračunal sem povprečno vrednost ocene zadovoljstva z restavracijo 10-ka (3,19) ter povprečno vrednost zadovoljstva s ponudniki študentske prehrane v splošnem (3,67) (glej *PRILOGE 7; Tabela 19, str. 16*). Pri izračunu slednje sem upošteval zgolj ocene, ki so jih podali tisti študenti, ki se hkrati prehranjujejo tudi v restavraciji 10-ka.

Hipotezo sem preveril z uporabo t-preizkusa dvojic, saj sem primerjal oceno zadovoljstva z restavracijo 10-ka ter oceno zadovoljstva s ponudniki študentske prehrane v splošnem za iste študente. Gre torej za primer uporabe odvisnih vzorcev.

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko zavrnem ničelno domnevo ($H_0 : \mu_d = 0$) pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ in sprejemem sklep, da so študenti bolj zadovoljni s ponudniki študentske prehrane gledano splošno kakor z restavracijo 10-ka (glej *PRILOGE 7; Tabela 20, str. 17*).

Primerjava zadovoljstva študentov je pokazala, da je zadovoljstvo z restavracijo 10-ka na relativno nizki ravni, tudi če ga primerjamo z zadovoljstvom s ponudniki študentske prehrane gledano splošno. Spoznanje iz potrjene hipoteze naj predstavlja managementu restavracije podlago za ukrepanje na tistih področjih, ki so jih študenti ocenili kot kritične (dejavniki, ki so bili najslabše ovrednoteni). Za restavracijo 10-ka pa zagotovo ni dovolj zgolj stopiti iz

povprečja, temveč narediti vtis pri študentih, ki bo sprožil razlikovanje od ostalih ponudnikov študentske prehrane.

H3: Kakovost hrane je za študente najpomembnejša dimenzija, ki vpliva na zadovoljstvo z restavracijo 10-ka.

Z uporabo multiple regresijske analize sem želel ugotoviti, ali *kakovost hrane* res predstavlja najpomembnejšo dimenzijo kakovosti v restavraciji 10-ka. Pri tem sem v regresijski model vključil tri neodvisne spremenljivke: kakovost storitve⁹ (*kak_storitve*), kakovost hrane (*kak_hrane*) in ceno (*trditev 25*) ter odvisno spremenljivko, ki predstavlja oceno celotnega zadovoljstva z restavracijo 10-ka (*zad_desetka*).

Pred analizo sem opravil preizkus zanesljivosti merskega instrumenta ter ugotovil, da Cronbach alfa za vseh 18 trditev, vključenih v model, znaša 0,84. Tudi koeficienta za spremenljivki kakovost hrane (0,78) ter kakovost storitve (0,82) kažeta na relativno visoko zanesljivost merskega instrumenta, kar mi omogoča izvedbo regresijske analize.

S stopnjo značilnosti $\alpha = 0,05$ lahko zavrnem ničelno domnevo (*glej zapis v PRILOGI 7, str. 17 ter Tabela 23, str. 18*), da so vsi multipli regresijski koeficienti enaki nič, ter izračunam oba koeficienta multiple regresijske funkcije (*glej PRILOGE 7; Tabela 22, str. 17*).

$$r_{y.x_1, x_2, x_3} = 0,607$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljam, da znaša korelacijski koeficient ocenjene multiple regresijske funkcije 0,607, kar pomeni, da je povezava med oceno celotnega zadovoljstva z restavracijo 10-ka (*zad_desetka*) ter zaznane kakovostjo storitve (*kak_storitve*), kakovostjo hrane (*kak_hrane*) ter ceno (*trditev 25*) srednje močna, pozitivna in linearna.

$$r^2_{y.x_1, x_2, x_3} = 0,369$$

Na podlagi ocenjene vrednosti determinacijskega koeficienta ugotavljam, da je 36,9 % variance zadovoljstva študentov z restavracijo 10-ka (*zad_desetka*) pojasnjene z linearnim vplivom zaznane kakovosti storitve (*kak_storitve*), kakovostjo hrane (*kak_hrane*) ter cene (*trditev 25*).

Osnovna enačba ocenjene multiple regresijske funkcije se glasi:

⁹ Kakovost storitve sem vrednotil na podlagi dimenzij, oblikovanih s pomočjo faktorске analize. Vključene so bile tako naslednje dimenzije: *osebje restavracije, postrežba gosta* ter *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji*.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Model multiple regresijske funkcije sem dopolnil s konkretnimi spremenljivkami, torej s kakovostjo hrane (*kak_hrane*), kakovostjo storitve (*kak_storitve*) ter ceno (*trditev 25*), odvisno spremenljivko celotnega zadovoljstva študentov s ponudbo restavracije 10-ka (*zad_desetka*), ter ustreznimi regresijskimi koeficienti (glej *PRILOGE 7; Tabela 24, str. 19*). Tako dobim naslednji model multiple regresijske funkcije:

$$zad_desetka = -0,168 + 0,456 * kak_hrane + 0,457 * kak_storitve + 0,057 * cena + e$$

$$\beta_1 = 0,456$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ocenjujem, da znaša prvi multipli regresijski koeficient 0,456, kar pomeni, da se zadovoljstvo z restavracijo 10-ka v povprečju poveča za 0,456 na lestvici od 1 do 5 (zadovoljstvo z restavracijo), če se zaznana kakovost hrane pri študentih izboljša za eno enoto na lestvici od 1 do 5 (moč strinjanja), medtem ko ostale v regresijsko enačbo vključene spremenljivke ostanejo nespremenjene.

$$\beta_2 = 0,457$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ocenjujem, da znaša drugi multipli regresijski koeficient 0,457, kar pomeni, da se zadovoljstvo z restavracijo 10-ka v povprečju poveča za 0,457 na lestvici od 1 do 5 (zadovoljstvo z restavracijo), če se zaznana kakovost storitev izboljša za eno enoto na lestvici od 1 do 5 (moč strinjanja), medtem ko ostale v regresijsko enačbo vključene spremenljivke ostanejo nespremenjene.

$$\beta_3 = 0,057$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ocenjujem, da znaša tretji multipli regresijski koeficient 0,057, kar pomeni, da se zadovoljstvo z restavracijo 10-ka v povprečju poveča za 0,057 na lestvici od 1 do 5 (zadovoljstvo z restavracijo), če se zaznana cena poveča za eno enoto na lestvici od 1 do 5 (moč strinjanja), medtem ko ostale v regresijsko enačbo vključene spremenljivke ostanejo nespremenjene.

Rezultati multiple regresijske analize so pokazali, da na celotno zadovoljstvo z restavracijo 10-ka (*zad_desetka*) statistično značilno vplivata kakovost hrane (*kak_hrane*) in kakovost storitve (*kak_storitve*). V obeh primerih sem zavrnil ničelni domnevi, torej $H_0 : \beta_1 = 0$ ter $H_0 : \beta_2 = 0$, pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$. Tega pa nisem mogel storiti za tretjo neodvisno spremenljivko – ceno (glej *PRILOGE 7; Tabela 24, str. 19*).

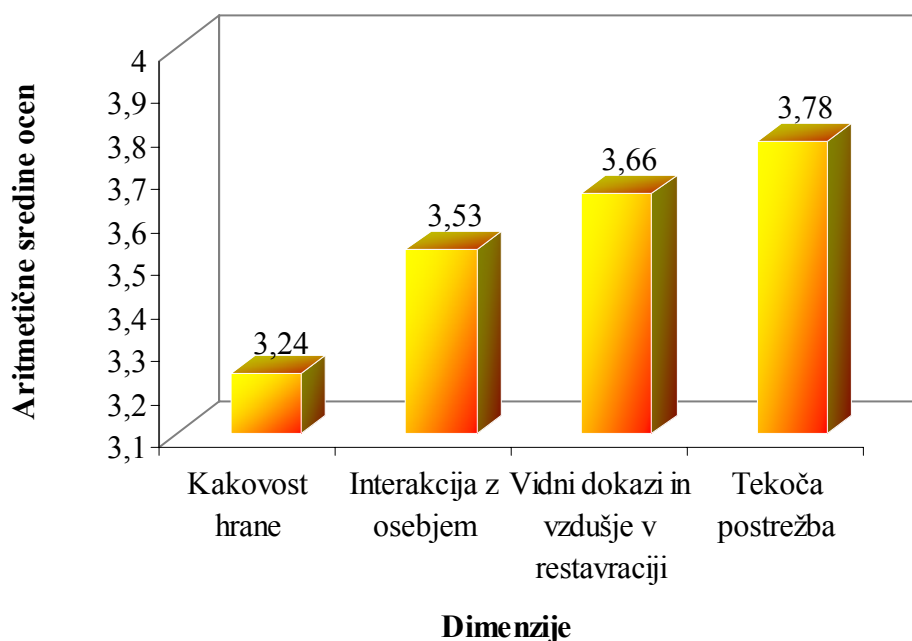
Z multiplo regresijsko analizo sem ugotovil, da zaznana kakovost hrane pomembno vpliva na zadovoljstvo z restavracijo 10-ka ($\beta_2 = 0,456$). Pokazalo pa se je tudi, da so anketiranci tudi kakovost storitve ocenili kot zelo pomembno dimenzijo kakovosti. Izkazala je še nekoliko višji multipli regresijski koeficient, in sicer $\beta_1 = 0,457$. Razlika v pomembnosti obeh je torej minimalna, zato ne morem potrditi postavljene hipoteze.

H4: Storitvena pokrajina restavracije 10-ka je v primerjavi z ostalimi dimenzijami najvišje ocenjena dimenzija kakovosti.

Ker je prvotna dimenzija *storitvena pokrajina* pri izračunu koeficienta Cronbach alfa pokazala prenizko zanesljivost merskega instrumenta (glej Tabela 3, str. 34) sem pri preverjanju hipoteze uporabil s pomočjo faktorске analize oblikovano dimenzijo *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji*. Omenjeno dimenzijo sem primerjal z dimenzijami *interakcija z osebjem*, *kakovost hrane* ter *tekoča postrežba*.

Analiza omenjenih štirih dimenzij kakovosti je pokazala, da so študenti na prvo mesto postavili dimenzijo *tekoča postrežba*, sledita pa dimenziji *vidni dokazi ter vzdušje v restavraciji* ter *interakcija z osebjem*. *Vidni dokazi ter vzdušje v restavraciji* se torej nahajajo na drugem mestu, medtem ko je zanesljivo najslabše ocenjena dimenzija *kakovost hrane* (glej PRILOGE 7; Tabela 25, str. 20).

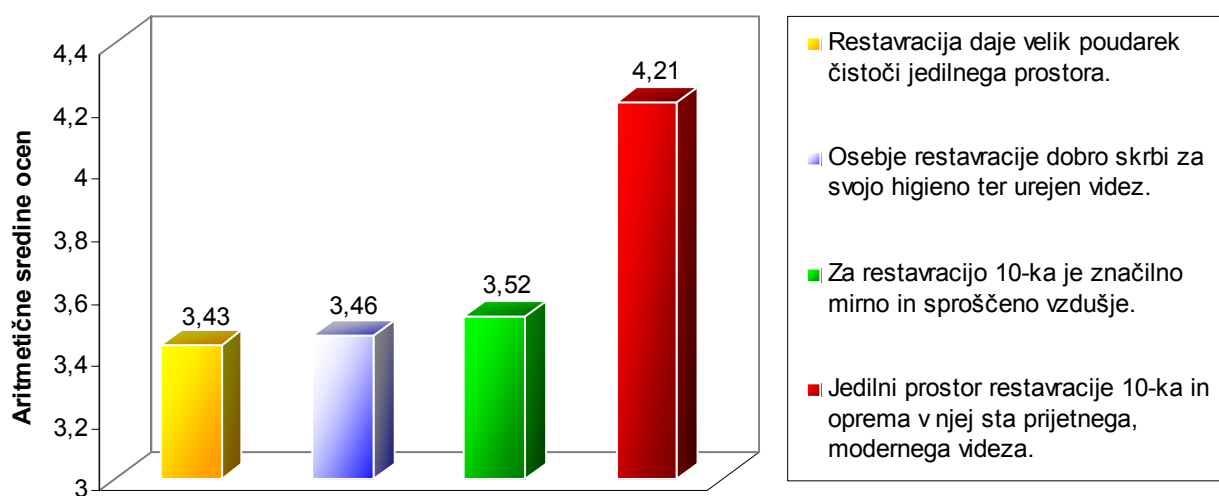
Slika 13: Ocene dimenzij kakovosti restavracije 10-ka



Vir: Podatki iz Tabele 25 v PRILOGI 7, str. 20.

Če nekoliko podrobneje pogledamo dimenzijo *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji*, zasledimo, da po ocenah študentov bistveno izstopa en dejavnik. Študenti so izkazali visoko stopnjo strinjanja s trditvijo *Jedilni prostor restavracije 10-ka in oprema v njej sta prijetnega, modernega videza (trditev 12)*, pri čemer so omenjen dejavnik v pozitivnem smislu izpostavili že udeleženci skupinskega pogovora. Na drugi strani pa je bilo strinjanje z ostalimi trditvami v omenjeni dimenziji relativno podobno ter bistveno nižje od prej omenjene.

Slika 14: Ocenjevanje elementov v okviru dimenzije vidni dokazi in vzdušje v restavraciji



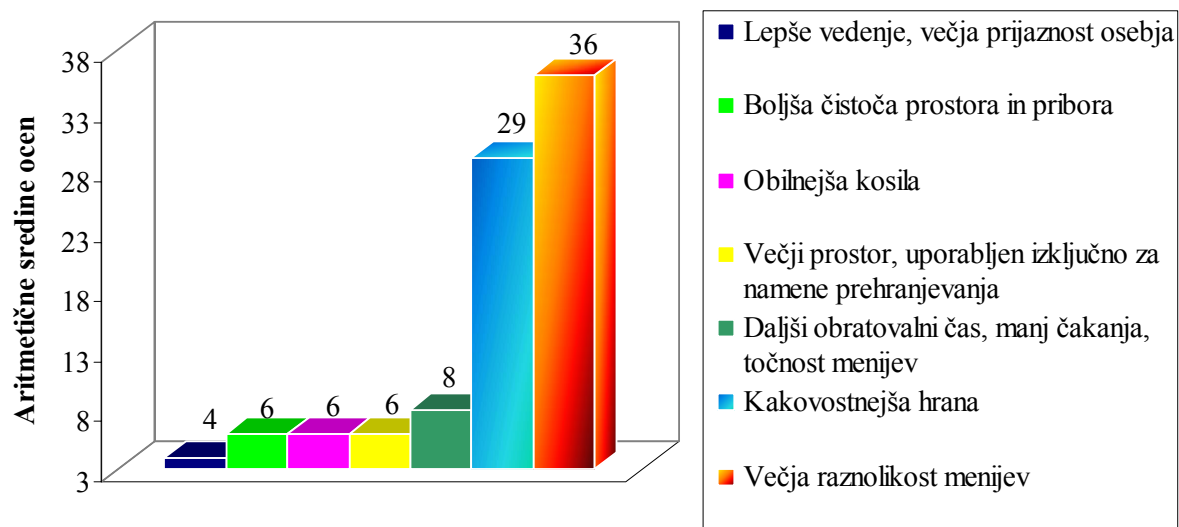
Vir: Podatki iz Tabele 1, str. 30.

Sledil je izračun aritmetične sredine za dimenzijo *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji*, katere vrednost znaša $\mu = 3,66$. S pomočjo t-preizkusa sem ugotavljal, ali se povprečja ostalih preučevanih dimenzij statistično razlikujejo od omenjene testne vrednosti (glej PRILOGE 7; Tabela 26, str. 21). Rezultati preizkušanja domnev so pokazali, da prihaja do statistično značilnih razlik med aritmetično sredino dimenzije *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji* ter vsemi tremi preučevanimi dimenzijami, to so *interakcija z osebjem, kakovost hrane ter tekoča postrežba*. Prav za slednjo dimenzijo lahko torej trdimo, da je najbolj ocenjena dimenzija kakovosti, medtem ko je *kakovost hrane* s strani študentov najslabše ocenjena dimenzija kakovosti. Dimenzija *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji* se nahaja nekje vmes, zato postavljene hipoteze ne moremo potrditi.

3.11 Priporočila vodstvu za spremembe in izboljšave v restavraciji

Za nadaljnje delovanje restavracije je pomembno, da je le-ta odprta za priporočila študentov ter jih skuša v čim večji meri tudi uresničiti. Njihova mnenja in ideje pripomorejo k izboljšanju kakovosti ponudbe ter tako posledično vplivajo na povečanje zadovoljstva v prihodnosti. Iz analize rezultatov je razvidno, da se največ priporočil nanaša prav na najslabše ocenjeno dimenzijo, tj. *kakovost hrane*.

Slika 15: Priporočila vodstvu za spremembe in izboljšave v restavraciji 10-ka.



Vir: Rezultati raziskave, 2006

Anketiranci si želijo v prihodnosti predvsem pestrejšo, bolj raznoliko ponudbo študentskih menijev in kakovostnejšo hrano – tako po videzu kot po okusu. Še enkrat se je izkazalo, da je mogoče prav omenjena dimenzija kakovosti glavni zaviralec zadovoljstva ter tudi vzrok, da se nekateri študenti ne prehranjujejo v restavraciji. Sledijo priporočila glede daljšega obratovalnega časa postrežbe kosil, točnosti menijev, obilnejših kosil ter jedilnega prostora. Vodstvo restavracije mora priporočila študentov vzeti resno in preučiti možnosti za njihovo dejansko uresničitev.

4 SKLEP

Merjenja zaznane kakovosti gostinskih storitev se lahko lotimo na več različnih načinov. V končni fazi pa nas vedno zanima, ali je porabnik storitve zadovoljen z njeno izvedbo, torej se bo vrnil oziroma bo priporočil restavracijo ostalim potencialnim porabnikom, ali pa bo v

nasprotnem primeru širil nezadovoljstvo še na ostale potencialne porabnike. Cilj je torej obdržati porabnika v storitveni organizaciji in ga tako odvrniti od vab konkurentov.

Na področju subvencionirane študentske prehrane je opazen trend povečevanja števila ponudnikov, kar je vsekakor pozitivno. Večja konkurenca ponudnike subvencionirane prehrane sili v boj za vsakega študenta, medtem ko za študenta to pomeni večjo pestrost izbire, v kateri se lahko odloči za po njegovem mnenju najboljšega ponudnika.

Študentska populacija velikokrat izraža nezadovoljstvo glede ponudnikov študentske prehrane, češ da jih obravnavajo kot drugorazredne porabnike, vendar se študenti ne razlikujejo od drugih gostov restavracije, kajti prav tako pričakujejo, da bodo za ustrezno plačilo deležni kakovostno izvedene storitve. Nenazadnje je vseeno, ali porabnik v celoti poravna ceno storitve sam ali pa določen del omenjene cene poravna država v okviru programa subvencionirane prehrane. Rezultati zadovoljstva študentov s ponudniki subvencionirane prehrane so pokazali, da splošne izkušnje študentov s ponudniki študentske prehrane kljub kritikam le niso tako slabe. Obstajajo tudi ponudniki, ki študente obravnavajo kot enakopravne porabnike in skušajo v najboljši meri zadovoljiti njihove potrebe in želje.

10-ka predstavlja tipično restavracijo, ki je namenjena študentski populaciji, zato je merjenje zadovoljstva študentov in zaznane kakovosti ponudbe zanjo bistvenega pomena. Od študentov je potrebno pridobiti informacije o tem, zakaj se odločajo za obisk restavracije, s katerimi dejavniki so zadovoljni in na katerih področjih so potrebne izboljšave. Seveda pa jih je potrebno povprašati tudi o njihovih predlogih za spremembe v prihodnosti.

Rezultati moje raziskave so podobno kot nekatere tuje raziskave pokazali, da uporaba klasičnih dimenzij kakovosti SERVQUAL modela ni vedno najbolj primerna za merjenje kakovosti gostinskih storitev; zadovoljstvo porabnika pa je močno povezano tudi s kakovostjo hrane. Za oblikovanje specifičnih dimenzij je torej smiselno uporabiti faktorsko analizo.

Omenjena analiza je kot rešitev podala štiri dimenzije kakovosti: *interakcija z osebjem*, *tekoča postrežba*, *kakovost hrane* ter *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji*. Študenti so najbolj zadovoljni s postrežbo v restavraciji 10-ka, kar pomeni, da je čas postrežbe tudi v konicah relativno kratek. Osebje restavracije naj še naprej vzajemno deluje na omenjenem področju, saj je čas kosila za študente največkrat omejen zaradi njihovih študijskih obveznosti.

Presenečanje pa je, da je bila s strani študentov relativno nizko ocenjena dimenzija *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji*. V skupinskem pogovoru so namreč študenti največkrat kot prvo pozitivno lastnost izpostavili prav urejenost restavracije. Seveda pa je omenjena dimenzija bistveno bolj kompleksna, poleg tega pa sem nekatere dejavnike zaradi nizke zanesljivosti iz dimenzije izključil. Bolj pa se je potrebno posvetiti *kakovosti hrane* v restavraciji 10-ka, ki je bila v izvedeni anketi najslabše ocenjena. Je že res, da ima restavracija

na omenjenem področju omejitve, saj nima lastne kuhinje, vendar pa bo za ohranitev študentov, predvsem pa za pridobivanje novih, primorana storiti več na tem področju. Apel se nanaša na podjetje Sodexho, d. o. o., ki bo moralo poostri standarde na področju kvalitete prehrane ter ponuditi bolj raznoliko ponudbo kosil v restavraciji. Študenti so v anketi izrazili veliko pripomb prav v povezavi s premajhno raznolikostjo ponudbe ter slabšo kakovostjo hrane, zato je potrebno njihova opozorila upoštevati ter storiti, kar je le v moči podjetja. Nekoliko slabša ocena kakovosti hrane v restavraciji je verjetno povzročila tudi nižjo oceno zadovoljstva študentov z restavracijo 10-ka v primerjavi z njihovo oceno ponudnikov študentske prehrane gledano splošno.

Analiza je pokazala, da se kljub njeni izredno ugodni lokaciji veliko študentov v restavraciji 10-ka ne prehranjuje, kar vsekakor predstavlja neizkoriščeno priložnost za restavracijo 10-ka. Seveda pa mora v prihodnosti v prvi vrsti dvigniti raven kakovosti študentskih kosil ter povečati raznolikost menijev, seveda ob ustrezni prilagoditvi cene študentskega bona. Posluži pa naj se tudi raznih promocijskih aktivnosti (nagradne igre, letaki), ki bi povečale prepoznavnost restavracije med študenti Ekonomske fakultete ter jih privabile v restavracijo.

Omejitve raziskave so v prvi vrsti povezane z uporabljenimi metodo merjenja zadovoljstva porabnikov, saj je izjemno težko zajeti vse dejavnike, ki vplivajo na tako kompleksen pojav, kot je zadovoljstvo.

Menim, da je prispevek izvedene raziskave ravno v opozarjanju k izboljšanju kakovosti ponudbe v restavraciji 10-ka, kar je pozitivno tako za ponudnika kakor tudi za porabnike – študente. Za podjetje Sodexho, d. o. o., je priporočljivo, da ponovi merjenje zadovoljstva študentov čez nekaj časa oziroma po izvedenih priporočenih ukrepih, kar bi omogočilo primerjavo rezultatov in dalo povratno informacijo o tem, ali so bili predlagani ukrepi za izboljšanje zadovoljstva študentov primerni in učinkoviti.

LITERATURA

1. Aigbedo Henry, Parameswaran Ravi.: Importance-performance analysis for improving quality of campus food service. *International Journal of Quality & Reliability Management*. Rochester : Oakland University, 21(2004), 8, str. 876–896.
2. Bitner Mary J.: *The Servicescapes: Handbook of service marketing an management*. B.k. : Sage Publications Inc, 2000, str. 49.
3. Caruana Albert: Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*. Msida : University of Malta, 36(2002), 7/8, str. 811–828.
4. Cronin Joseph J., Taylor Steven A.: *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*. New York : *Journal of Marketing*, 1992, str. 55–69.
5. Ford John B., Joseph Mathew, Joseph Beatriz: Importance-performance analysis as strategic tool for service marketers: The case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA. B.k. : *The Journal of Services Marketing*, 13(1999), 2, str. 171–186.
6. Ghobadian Abby, Speller Simon, Jones Matthew: Service Quality; Concepts and Models. B.k. : *Internatonal Journal of Quality & Reliability Management*, 9(1994). str. 43–66.
7. Grönroos Christian: *Service Management an Marketing*. Chichester : John Wiley, 2000. 394 str.
8. Kivela Jakša, Inbakaran Robert, Reece John: Consumer research in the restaurant environment, Part 1: A conceptual model of dining satisfaction and return patronage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Hong Kong, Melbourne : MCB Unversity Press, 11(1999), 5, str. 205–222.
9. Kotler Philip, Armstrong G., Saunders J., Wong V.: *Principles of Marketing (European Edition)*. 2nd European Edition. London : Prentice Hall Europe, 1999. 1031 str.
10. Lee Yun Lok, Hing Nerilee: Measuring quality in restaurant operations: an application of the SERVQUAL instrument. *Int. J. Hospitality Management*. Lismore : Southern Cross University, 14(1995), 34, str. 293–310.

11. Liljander Veronica, Strandvik Tore: Estimating Zones of Tolerance in Perceived Service Quality and Perceived Service Value. *International Journal of Service Industry Management*. Helsinki : Swedish School of Economics and Business Administration, 4(1993), 4, str. 6–28.
12. Mudie Peter, Cottam Angela: *The Management and Marketing of Services*. Oxford : Butterworth-Heinemann, 1993. 269 str.
13. Nale R. D. et al.: An exploratory look at the use of importance-performance analysis as a curricular assessment tool in a school of business. Bradford : *Journal of Workplace Learning*, 12(2000), 4, str. 139–145.
14. Oliver Richard L.: *Satisfaction*. International Edition. B.k. : McGraw-Hill. 1996. 432 str.
15. Palmer Adrian: *Principles of Services Marketing*. 2nd Edition. London : McGraw-Hill, 1998. 371 str.
16. Parasuraman A., Zeithaml Valerie. A., Berry Leonard L.: A conceptual model of service quality and its implications for future research. B.k. : *Journal of Marketing*, 49(1988), str. 41–50.
17. Pedraja Iglesias Marta, Gullien Jesus H.: Perceived quality and price: their impact on the satisfaction of restaurant customers. *International Journal of Contemporary, Hospitality Managment*. Madrid : School of Economics and Business Studies, 16(2004), 6, str. 373–379.
18. Potočnik Vekoslav: *Trženje storitev*. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2004. 345 str.
19. Pun Kit-Fai, Ho Ka-Yun: Identification of service quality attributes for restaurant operations: a Hong Kong case. *Managing Service Quality*. Hong Kong : MCB University Press, 11(2001), 4, str. 233–240.
20. Rupnik Liljana: *Razumevanje in merjenje kakovosti storitev na področju izobraževanja odraslih*. Magistrsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2004. 83 str.
21. Semolič Andreja: *Kakovost storitev v izobraževalni organizaciji in vpliv le-te na zvestobo porabnikov*. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2004. 42 str.
22. Snoj Boris: *Management storitev*. Koper : Visoka šola za management v Kopru, 1998. 185 str.

23. Soriano Ribeiro Domingo: Customer's expectations factors in restaurants. The situation in Spain. *International Journal of Quality & Reliability Management*. Valencia : Department of Business Administration, Valencia University, 19(2002), 8/9, str. 1055–1067.
24. Stevens Pete, Knutson Bonnie, Patton Marc: DINESERV: A Tool for Measuring Service Quality in Restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. B.k. : Cornell University, 36(1995), 2, str. 56–60.
25. Sureshchandar G. S. et al.: Determinants of customer-perceived service quality: a confirmatory factor analysis approach. *Journal of Services Marketing*. Chennai : Indian Institute of Technology Madras, 16(2002), 1, str. 9–34.
26. Zeithaml Valerie A., Bitner Mary Jo: *Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston etc. : Irwin McGraw-Hill, 2000. 700 str.

VIRI

1. Committee on Definitions (American Marketing Association): [URL: <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary-view2851.php>], 02. 04. 2006.
2. Javni razpis za izvedbo študentske prehrane za leto 2005 in 2006. [URL: http://www.sou-lj.si/razpisi/prehrana2005_2006.php], 17. 04. 2006.
3. Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti. [URL: <https://student.ef.uni-lj.si/student/dokumenti.asp>], 15. 08. 2006.
4. Spletna stran podjetja Sodexho v Sloveniji. [URL: <http://www.sodexho.si/content.asp?MenuID=17&Menu=Sodexho%20ALLIANCE>], 15. 04. 2006.

KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Prikaz aritmetične sredine ter standardnih odklonov sestavin kakovosti.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabela 2: Oblikovanje faktorjev z rotacijo OBLIMIN</i>	<i>32</i>
<i>Tabela 3: Preverjanje zanesljivosti prvotnega merskega instrumenta</i>	<i>34</i>
<i>Tabela 4: Preverjanje merskega instrumenta po faktorski analizi</i>	<i>35</i>
<i>Tabela 5: Sestava skupine skupinskega pogovora</i>	<i>3</i>
<i>Tabela 6: Spol anketirancev.....</i>	<i>9</i>
<i>Tabela 7: Letnik študija anketirancev.....</i>	<i>9</i>
<i>Tabela 8: Pogostost prehranjevanja študentov pri ponudnikih študentske prehrane.....</i>	<i>9</i>
<i>Tabela 9: Izkušnje študentov s ponudniki študentske prehrane</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 10: Zadovoljstvo študentov s ponudniki študentske prehrane.....</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 11: Pogostost prehranjevanja študentov v restavraciji 10-ka</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 12: Frekvenčne porazdelitve zadovoljstva s posameznimi dejavniki.....</i>	<i>11</i>
<i>Tabela 13: Komunalitete spremenljivk po prvi OBLIMIN rotaciji</i>	<i>12</i>
<i>Tabela 14: Korelacijska matrika po drugi OBLIMIN rotaciji.....</i>	<i>12</i>
<i>Tabela 15: Lastne vrednosti in njihovi deleži v celotni varianci prostora.....</i>	<i>13</i>
<i>Tabela 16: Končna korelacijska matrika po OBLIMIN rotaciji</i>	<i>14</i>
<i>Tabela 17: Izračunane opisne statistike za hipotezo 1.....</i>	<i>14</i>
<i>Tabela 18: Preizkus domneve o aritmetični sredini za hipotezo 1.....</i>	<i>15</i>
<i>Tabela 19: Izračunane opisne statistike za hipotezo 2.....</i>	<i>16</i>
<i>Tabela 20: Preverjanje razlik med aritmetičnima sredinama odvisnih vzorcev.....</i>	<i>17</i>
<i>Tabela 21: Opisne statistike za hipotezo 3.....</i>	<i>17</i>
<i>Tabela 22: Prikaz korelacijskega ter determinacijskega koeficienta za hipotezo 3</i>	<i>17</i>
<i>Tabela 23: Preverjanje domneve o razlikah med regresijskimi koeficienti</i>	<i>18</i>
<i>Tabela 24: Prikaz multiplih regresijskih koeficientov za hipotezo 3</i>	<i>19</i>
<i>Tabela 25: Opisne statistike dimenzij kakovosti za hipotezo 4</i>	<i>20</i>
<i>Tabela 26: Preizkus domneve o aritmetični sredini za hipotezo 4.....</i>	<i>21</i>

KAZALO SLIK

<i>Slika 1: Model pričakovane in zaznane kakovosti storitev</i>	<i>5</i>
<i>Slika 2: Vpliv storitvene pokrajine na kakovost storitve</i>	<i>7</i>
<i>Slika 3: Prikaz modela vrzeli</i>	<i>10</i>
<i>Slika 4: Matrika pomembnost dejavnikov – zaznavanje izvedbe storitve</i>	<i>12</i>
<i>Slika 5: Razmerje med kakovostjo in zadovoljstvom.....</i>	<i>16</i>
<i>Slika 6: Spol anketirancev.....</i>	<i>26</i>
<i>Slika 7: Primerjava sestave vzorca ter strukture dodiplomskih študentov v letu 2005/2006 .</i>	<i>26</i>
<i>Slika 8: Pogostost prehranjevanja pri ponudnikih študentske prehrane</i>	<i>27</i>
<i>Slika 9: Izkušnje študentov s ponudniki študentske prehrane</i>	<i>28</i>
<i>Slika 10: Pogostost prehranjevanja študentov v restavraciji 10-ka</i>	<i>29</i>
<i>Slika 11: Ocene elementov v okviru dimenzije tekoča postrežba.....</i>	<i>33</i>
<i>Slika 12: Zadovoljstvo študentov z dimenzijo kakovost hrane</i>	<i>34</i>
<i>Slika 14: Ocene dimenzij kakovosti restavracije 10-ka</i>	<i>39</i>
<i>Slika 15: Ocenjevanje elementov v okviru dimenzije vidni dokazi in vzdušje v restavraciji ..</i>	<i>40</i>
<i>Slika 13: Priporočila vodstvu za spremembe in izboljšave v restavraciji 10-ka.</i>	<i>41</i>
<i>Slika 16: Diagram lastnih vrednosti</i>	<i>13</i>

PRILOGE

PRILOGE 1: DINESERV – vprašalnik za merjenje kakovosti gostinskih storitev

Trditve, ki opredeljujejo posamezne dimenzije kakovosti, so naslednje (povzeto po Stevens, Knutson, Patton, 1995, str. 59):

- (1) *Restavracija mora imeti na voljo urejene parkirne prostore ter privlačno zunanjo podobo.*
- (2) *Restavracija mora imeti vizualno privlačne notranje prostore.*
- (3) *Osebjje restavracije naj bo prijazno ter prijetnega videza.*
- (4) *Vizualna podoba jedilnega prostora restavracije naj bo pogojena cenovnemu razredu ter podobi, ki jo restavracija uživa.*
- (5) *Restavracija mora imeti pregleden ter enostavno berljiv jedilnik.*
- (6) *Ponudba na jedilniku naj odraža podobo ter ugled restavracije.*
- (7) *Restavracija mora imeti udoben in prostoren jedilni prostor.*
- (8) *Restavracija mora imeti na voljo udobne ter čiste sobe za počitek gostov.*
- (9) *Restavracija mora imeti čiste jedilne prostore.*
- (10) *Restavracija mora imeti udobne stole.*
- (11) *Osebjje naj hitro postreže goste v restavraciji.*
- (12) *Osebjje mora hitro ter neopazno odpraviti morebitne napake.*
- (13) *Osebjje naj bo zanesljivo ter dosledno pri opravljanju svojega dela.*
- (14) *Restavracija mora ponujati možnost rezervacije.*
- (15) *Osebjje mora postreči hrano, ki je bila naročena.*
- (16) *V primeru konic naj osebjje deluje vzajemno, da ohrani hitrost postrežbe ter kakovost storitve.*
- (17) *Restavracija mora nuditi hitro izvedbo celotne storitve.*
- (18) *Restavracija naj dodatno neguje in nadgrajuje odnos s posebnimi gosti.*
- (19) *Osebjje v restavraciji mora hitro in natančno odgovoriti na vsako vprašanje gosta.*
- (20) *Osebjje mora vzbujati občutek zaupanja in zadovoljstva.*
- (21) *Osebjje naj bo sposobno svetovati pri izbiri jedi in pijače ter naj pozna sestavine posameznih jedi ter njihov način priprave.*
- (22) *Restavracija naj daje občutek varnosti.*
- (23) *Osebjje mora biti usposobljeno ter izkušeno.*
- (24) *Osebjje naj bo motivirano ter predano svojemu delu.*
- (25) *Osebjje naj ustreže individualnim potrebam gostov ter naj se vedno ravna po predpisanih pravilih in postopkih.*
- (26) *Osebjje naj daje gostom občutek posebnosti in edinstvenosti.*
- (27) *Osebjje mora razbrati individualne potrebe ter želje gostov.*

(28) Osebje naj bo simpatično ter naj v primeru napak ne reagira panično.

(29) Gost naj se počuti kot kralj.

Prvih 10 trditvev se nanaša na ocenjevanje vidnih dokazov restavracije, trditve 11–15 na ocenjevanje zanesljivosti restavracije in osebja, trditve 16–18 na odzivnost osebja, trditve 19–24 na vzbujanje zaupanja restavracije in osebja ter trditve 25–29 na zmožnost vživljanja v položaj gosta restavracije.

PRILOGE 2: Opomnik za vodenje skupinskega pogovora

- Udeležencem skupinskega pogovora predstaviti namen srečanja, opredeliti, o čem bo potekala razprava ter v grobem orisati potek razprave.

Dotakniti se splošnih vprašanj s področja študentske prehrane:

- Ali se udeleženci vsak dan prehranjujejo na študentske bone?
- Katerih ponudnikov študentske prehrane se poslužujejo? Ponavadi obiskujejo iste ali radi eksperimentirajo?
- Kakšno splošno mnenje gojijo o ponudnikih študentske prehrane? Kakšen je odnos ponudnikov do študentov?

Preiti na razpravo o restavraciji 10-ka, ki se nahaja na Ekonomski fakulteti:

- Kako pogosto obišejo restavracijo 10-ka?
- Kakšni so razlogi obiska (jutranja kava, zajtrk, kosilo)? Ali jo obišejo tudi iz kakšnega drugega razloga (druženje s kolegi, učenje)? Kdaj?
- Kako pogosto kosijo v restavraciji (okvirno kolikokrat na teden)? Ob katerem času ponavadi kosijo?
- Kakšna se jim zdi storitev (ocenjevanje kakovosti storitev na osnovi razširjenega seznama meril kakovosti storitev):
 - **ZANESLJIVOST:** doslednost osebja pri delu (študent dobi, kar je naročil, doslednost pri plačevanju),
 - **ODZIVNOST:** čas čakanja v vrsti (osebje dovolj hitro, a še vedno kakovostno opravlja svoje delo),
 - **SPOSOBNOST:** odnos osebja do študentov, odnos med zaposlenimi, osebje pozna postopek priprave hrane, svetovanje pri izbiri menija, osebje hitro odpravi težave (ob postrežbi napačne jedi, pijače),
 - **DOSTOP:** delovni čas restavracije, čas čakanja v vrsti,
 - **VLJUDNOST, SPOŠTLJIVOST:** prijaznost osebja v restavraciji,
 - **KOMUNIKACIJE:** komunikacija pri sprejemanju naročil in plačilu (pogovor v jeziku, ki ga razumeta tako zaposleni kot študent),
 - **VERODOSTOJNOST:** poštenost pri zaračunavanju storitev,

- **VARNOST:** neoporečnost hrane in pijače,
 - **RAZUMEVANJE, POZNAVANJE PORABNIKOV:** upoštevanje individualnih želja (vegetarijanska hrana, kombiniranje menijev),
 - **OTIPLJIVI, VIDNI DOKAZI STORITVE IN POSTREŽBE:** urejenost restavracije (kakšen je jedilni prostor, stoli, mize, skrb za čistočo), osebja (čistoča, urejenost, vljudnost, ustrežljivost, sposobnost pomoči pri izbiri, upoštevanje individualnih želja), komunikacijsko gradivo (pregleden in čitljiv jedilnik).
- Kakšna se jim zdi ponudba hrane in pijače:
 - je hrana prijetna na pogled (npr. so sadje in zelenjava – solate svežega izgleda),
 - je hrana okusna,
 - se jim zdi, da dobijo dovolj veliko količino (so siti po obroku).
 - Kakšna se jim zdi cena študentskih bonov v splošnem (ter tudi konkretno za restavracijo 10-ka)?
 - Jih mogoče motijo kateri dejavniki v restavraciji 10-ka? Jih lahko izpostavijo? Kaj bi izboljšali?

Zahvaliti se vsem udeležencem za njihovo sodelovanje pri skupinskem pogovoru.

PRILOGE 3: Povzetek skupinskega pogovora

Skupinski pogovor sem izvedel 20. 04. 2006 ob 15.00 v restavraciji 10-ka na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Povabilo za pogovor je dobilo 12 študentov različnih letnikov in smeri na omenjeni fakulteti, pogovora pa se je udeležilo 10 študentov oziroma študentk. Udeležba je bila tako 83,3-odstotna. Sestava skupine je prikazana v spodnji tabeli.

Tabela 5: Sestava skupine skupinskega pogovora

	1. letnik	2. letnik	3. letnik	4. letnik	SKUPAJ
moški	1	2	1	1	5
ženske	1	1	2	1	5

Vir: Rezultati skupinskega pogovora, 2006

Pogovor je potekal po začrtanih smernicah (glej *PRILOGE 2: Opomnik za vodenje skupinskega pogovora, str. 2*). Sprva smo pričeli s splošno problematiko s področja

študentske prehrane, kar se je izkazalo za dobro potezo, saj so se študenti kaj hitro vključili v razpravo. Mnenja, ki so se najpogosteje pojavljala, bi lahko strnil v naslednje sklepe:

- Večina udeležencev pogovora se ponudnikov študentske prehrane poslužujejo trikrat in večkrat tedensko.
- Večina (5 študentov in 3 študentke) ponavadi obiskuje iste ponudnike študentske prehrane, od tega polovica udeležencev (3 študenti in 1 študentka) predvsem tiste v bližini Ekonomske fakultete.
- Po en študent in študentka pa rada preizkušata tudi nove, bolj »eksotične« ponudnike študentke prehrane (mehiška, kitajska, ruska restavracija ipd).
- Splošno mnenje udeležencev o ponudnikih študentske prehrane je deljeno. Nekaj jih je do sedaj imelo zgolj pozitivne izkušnje. Polovica udeležencev (predvsem tisti iz višjih letnikov) je imela že kar nekaj slabih izkušenj. Večinoma je šlo za neprijazno osebje, dolg čas čakanja na postrežbo, mrzel obrok ipd. Večina udeležencev prav tako meni, da so cene študentskih bonov nekaterih ponudnikov previsoke in ne odražajo njihove ponudbe.

V **drugem delu** pogovora pa smo se osredotočili na restavracijo 10-ka na Ekonomski fakulteti. Glavne ugotovitve, ki so predstavljale podlago za pripravo vprašalnika, so naslednje:

- Polovica udeležencev restavracijo obišče enkrat do dvakrat tedensko, predvsem takrat, kadar imajo na voljo manj časa za kosilo (natrpan urnik s predavanji in vajami). Ostali manj pogosto. 4 udeleženci nekajkrat na teden spijejo tudi kakšno kavo ali drugo pijačo v restavraciji. V obeh primerih ponavadi restavracijo 10-ka obiščejo s študijskimi kolegi. Kot dopolnilo naj povem, da sem v fokusno skupino izbral zgolj študente oziroma študentke, ki so se že prehranjevali v restavraciji 10-ka.
- Čas za kosilo se pri udeležencih večinoma giblje med 12.00 in 14.30. So pa predlagali, da bi restavracija študentska kosila stregla dlje časa kot do sedaj.
- Ponudba hrane in pijače se udeležencem zdi dobra, mogoče je premalo raznolika (premajhna izbira menijev). Če se na kosilo odpravijo okrog 14.00, je izbira že dokaj slaba.

Za potrebe diplomske naloge pa so me zanimali predvsem dejavniki dimenzij kakovosti. Po mnenju udeležencev so trije najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na njihovo zadovoljstvo:

hitrost postrežbe, urejenost restavracije in kakovost hrane. Študenti pa so izrazili tudi naslednja mnenja:

- Osebje zanesljivo opravlja svoje delo. Nekaj študentov je izpostavilo, da se jim je že zgodilo, da niso mogli dobiti naročenega menija, predvsem zato, ker osebje ni bilo ažurno pri spreminjanju menija na tabli.
- Nekateri udeleženci so se pritoževali, da osebje restavracije včasih prepočasi opravlja svoje delo, predvsem v času največjih konic (čas kosil), oziroma da je na voljo premalo osebja za strežbo. Udeleženci so mnenja, da je vsak (ne glede na to, ali gre za zaposlenega na fakulteti ali pa študenta) obravnavan enako. Večina se strinja, da osebje pozna sestavine in potek priprave hrane, ki jo ponujajo v restavraciji.
- Pohvalili so urejenost restavracije, restavracija se jim zdi relativno čista (mogoče včasih pladnji niso pospravljeni), imeli pa so tudi nekatere pripombe glede komunikacijskega gradiva (ažurnost menija). Mogoče je restavracija v času kosil tudi nekoliko premajhna za vse študente, ki bi želeli v njej kositi. Nekateri moti tudi to, da nekateri študenti počnejo druge aktivnosti v restavraciji (učenje, pisanje seminarskih nalog ipd.).
- Večina udeležencev meni, da bi hrana lahko bila boljšega okusa, saj je, kot pravijo preveč »umetna«. Predvsem pa so mnenja, da je ponudba premalo raznolika. Nekateri študenti pa so mnenja, da jih obrok ne nasiti dovolj. To so glavni dejavniki, ki restavracijo razlikujejo od ostalih ponudnikov študentske prehrane.
- Cena študentskega bona za restavracijo 10-ka se jim je zdela primerna glede na ponudbo restavracije.

Največje nezadovoljstvo so udeleženci izkazali glede kakovosti hrane, zadovoljni pa so z urejenostjo restavracije ter s ceno študentskega bona za restavracijo 10-ka. Ob koncu skupinskega pogovora sem se vsem udeležencem zahvalil za njihovo prisotnost.

PRILOGE 4: Vprašalnik

Sem absolvent smeri za trženje na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Izključno za potrebe diplomske naloge z naslovom »Zaznavanje kakovosti gostinskih storitev (primer subvencionirane študentske prehrane)« te prosim, da odgovoriš na spodaj zastavljena vprašanja. Vprašalnik je anonimen in prostovoljen.

Prvi sklop vprašanj se nanaša na splošen odnos študentov do študentske prehrane in njenih ponudnikov.

1. *Kako pogosto si se v povprečju v tem študijskem letu prehranjeval/a v restavracijah, ki ponujajo hrano na študentske bone?*

- a) Manj kot enkrat tedensko
- b) Enkrat do dvakrat tedensko
- c) Trikrat do štirikrat tedensko
- d) Petkrat do sedemkrat tedensko
- e) Nikoli

Če se **nikoli** ne prehranjuješ v restavracijah, ki ponujajo hrano na študentske bone, te prosim, da odgovoriš še na vprašanji 7 in 8 ter zaključiš z anketo.

2. *Moje dosedanje izkušnje s ponudniki študentske prehrane so:* (obkroži ustrezno številko)

1	2	3	4	5
<i>zelo slabe</i>	<i>slabe</i>	<i>prej dobre kot slabe</i>	<i>dokaj dobre</i>	<i>zelo dobre</i>

Drugi sklop vprašanj se nanaša na odnos študentov do storitve restavracije 10-ka (prej Sodexho) na Ekonomski fakulteti v Ljubljani.

3. *Kako pogosto si se v povprečju v tem študijskem letu prehranjeval/a v restavraciji 10-ka na Ekonomski fakulteti?*

- a) Manj kot enkrat tedensko
- b) Enkrat do dvakrat tedensko
- c) Trikrat do štirikrat tedensko
- d) Petkrat tedensko, oziroma vse dni ko restavracija obratuje
- e) Nikoli

Če se **nikoli** ne prehranjuješ v restavraciji 10-ka na Ekonomski fakulteti, te prosim, da odgovoriš še na vprašanji 7 in 8 ter zaključiš z anketo.

4. Spodaj navedene trditve, **ki se nanašajo na restavracijo 10-ka**, ovrednoti z ocenami od 1 do 5 glede na to, kako se z njimi strinjaš! Ocene od 1 do 5 pomenijo:

	1 <i>sploh se ne strinjam</i>	2 <i>ne strinjam se</i>	3 <i>delno se strinjam</i>	4 <i>se precej strinjam</i>	5 <i>popolnoma se strinjam</i>
Trditve:	OCENE:				
1. Vedno dobim tisto, kar naročim.	1	2	3	4	5
2. Osebje upošteva pritožbe študentov ter jih hitro reši.	1	2	3	4	5
3. Osebje restavracije natančno zaračunava storitev.	1	2	3	4	5
4. Restavracija streže študentska kosila v primernem času.	1	2	3	4	5
5. Postrežba v restavraciji je hitra.	1	2	3	4	5
6. V času gneče je v restavraciji 10-ka za strežbo na voljo dovolj osebja.	1	2	3	4	5
7. Osebje v restavraciji je prijazno in ustrezljivo.	1	2	3	4	5
8. Osebje v restavraciji zna svetovati študentu pri izbiri menija.	1	2	3	4	5
9. Osebje v restavraciji dobro pozna sestavine ponujenih jedi.	1	2	3	4	5
10. Osebje se pri postrežbi posveti vsakemu študentu posebej.	1	2	3	4	5
11. Za restavracijo 10-ka je značilno mirno in sproščeno vzdušje.	1	2	3	4	5
12. Jedilni prostor restavracije 10-ka in oprema v njej sta prijetnega, modernega videza.	1	2	3	4	5
13. Restavracija 10-ka je dovolj prostorna za vse študente, ki jo obiščejo.	1	2	3	4	5
14. Restavracija daje velik poudarek čistoči jedilnega prostora.	1	2	3	4	5
15. Osebje restavracije dobro skrbi za svojo higieno ter urejen videz.	1	2	3	4	5
16. Meni v restavraciji je predstavljen pregledno.	1	2	3	4	5
17. Jedi na meniju so v času naročila tudi na voljo.	1	2	3	4	5
18. Nečistoča jedilnega pribora, krožnikov, pladnjev ter drugega pribora me odvrne od ponovnega obiska restavracije.	1	2	3	4	5
19. Izbiram lahko med številnimi raznolikimi meniji, ki jih ponuja restavracija 10-ka.	1	2	3	4	5
20. Hrana, ki jo restavracija ponuja, je prijetnega videza.	1	2	3	4	5
21. Sadje in solata v restavraciji sta sveža.	1	2	3	4	5
22. Hrana v restavraciji je dobrega okusa.	1	2	3	4	5
23. Obrok kosila v restavraciji 10-ka je dovolj obilen, da me nasiti.	1	2	3	4	5
24. Pred nakupom študentskih bonov vedno najprej preverim, kakšna je cena bonov, ki jih nameravam kupiti.	1	2	3	4	5
25. Cena bona za restavracijo 10-ka je primerna za študentski žep.	1	2	3	4	5
26. Ko sem na fakulteti, mi ponavadi primanjkuje časa za kosilo.	1	2	3	4	5

5. Gledano v celoti, v kolikšni meri si zadovoljen ali nezadovoljen z **restavracijo 10-ka?**
(obkroži ustrezno številko)

1	2	3	4	5
<i>zelo nezadovoljen</i>	<i>dokaj nezadovoljen</i>	<i>bolj zadovoljen kot</i> <i>ne</i>	<i>precej zadovoljen</i>	<i>zelo zadovoljen</i>

6. Katera priporočila za spremembe in izboljšave bi namenil/a vodstvu restavracije 10-ka?

_____ (napiši na črto)

Tretji sklop predstavljata demografski vprašanja.

7. *Spol* (obkroži)

moški

ženski

8. *Letnik študija* (obkroži)

1. letnik

2. letnik

3. letnik

4. letnik

Zahvaljujem se ti za odgovore na vprašanja!

PRILOGE 5: Univariatna analiza

Tabela 6: Spol anketirancev

	Frekvenca	Odstotek	Kumulativni odstotek
Moški	106	31,7	31,7
Ženski	228	68,3	68,3
Skupaj	334	100,0	100,0

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Tabela 7: Letnik študija anketirancev

	Frekvenca	Odstotek	Kumulativni odstotek
1. letnik	85	25,4	25,4
2. letnik	76	22,8	48,2
3. letnik	97	29,0	77,2
4. letnik	76	22,8	100,0
Total	334	100,0	

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Iz zgornje tabele je razvidno, da je vzorec približno enakomerno sestavljen iz študentov/šudentk vseh letnikov Ekonomske fakultete.

Tabela 8: Pogostost prehranjevanja študentov pri ponudnikih študentske prehrane

	Frekvenca	Odstotek	Kumulativni odstotek
Nikoli	26	7,8	7,8
Manj kot enkrat tedensko	88	26,4	34,2
Enkrat do dvakrat tedensko	111	33,3	67,6
Trikrat do štirikrat tedensko	95	28,5	96,1
Petkrat do sedemkrat tedensko	13	3,9	100,0
Skupaj	333	100,0	
Manjkajoči	99	1	
Skupaj	334		

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Anketiranci se pri ponudnikih študentske prehrane najpogosteje ($M_0=2$) prehranjujejo enkrat do dvakrat tedensko, sledi prehranjevanje trikrat do štirikrat tedensko (28,5 %) ter

prehranjevanje manj kot enkrat tedensko (26,4 %). Velika večina (**Mo=4**), tj. več kot polovica anketirancev (62,2 %), je dosedanje izkušnje s ponudniki študentske prehrane ocenila kot dokaj dobre, 28 % anketirancev pa za prej dobre kot slabe. Skoraj ni anketirancev, ki bi imeli zelo slabe, slabe ali zelo dobre izkušnje s ponudniki študentske prehrane.

Tabela 9: Izkušnje študentov s ponudniki študentske prehrane

	Frekvenca	Odstotek	Kumulativni odstotek
Zelo slabe	1	,3	,3
Slabe	13	4,4	4,7
Prej dobre kot slabe	83	28,0	32,8
Dokaj dobre	184	62,2	94,9
Zelo dobre	15	5,1	100,0
Skupaj	296	100,0	
Manjkajoči	38		
Skupaj	334		

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Tabela 10: Zadovoljstvo študentov s ponudniki študentske prehrane

N	296
Manjkajoči	38
Aritmetična sredina	3,67

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Tabela 11: Pogostost prehranjevanja študentov v restavraciji 10-ka

	Frekvenca	Odstotek	Kumulativni odstotek
Nikoli	138	45,2	45,2
Manj kot enkrat tedensko	94	30,8	76,1
Enkrat do dvakrat tedensko	59	19,3	95,4
Trikrat do štirikrat tedensko	14	4,6	100,0
Skupaj	305	100,0	
Manjkajoči	29		
Skupaj	334		

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Tabela 12: Frekvenčne porazdelitve zadovoljstva s posameznimi dejavniki

TRDITVE:	Sploh se ne strinjam	Ne strinjam se	Delno se strinjam	Se precej strinjam	Popolnoma se strinjam
1.	0,6%	7,1%	19,5%	30,2%	42,6%
2.	0,6%	11,3%	54,1%	22,7%	11,3%
3.	0,6%	3,0%	10,2%	38,3%	47,9%
4.	1,2%	4,1%	13,1%	39,9%	41,7%
5.	0,6%	5,3%	12,4%	53,3%	28,4%
6.	6,0%	22,6%	32,2%	31,5%	7,7%
7.	1,2%	3,0%	19,0%	44,1%	32,7%
8.	3,0%	16,2%	32,9%	31,7%	16,2%
9.	0,6%	4,9%	47,3%	31,9%	15,3%
10.	3,0%	16,2%	34,1%	35,9%	10,8%
11.	3,0%	11,8%	29,6%	41,4%	14,2%
12.	1,2%	2,4%	13,6%	40,2%	42,6%
13.	6,5%	21,9%	31,4%	30,2%	10,0%
14.	4,2%	10,2%	37,1%	35,9%	12,6%
15.	3,0%	7,2%	39,5%	41,3%	9,0%
16.	1,8%	9,5%	31,4%	39,1%	18,2%
17.	5,4%	24,4%	33,9%	29,2%	7,1%
18.	11,4%	16,9%	19,9%	19,3%	32,5%
19.	5,3%	16,2%	48,5%	20,4%	9,6%
20.	6,5%	22,0%	38,7%	26,8%	6,0%
21.	8,3%	7,1%	43,2%	33,1%	8,3%
22.	6,5%	19,5%	40,9%	27,2%	5,9%
23.	4,7%	10,1%	22,5%	33,1%	29,6%
24.	7,7%	12,4%	26,7%	20,1%	33,1%
25.	0,0%	8,9%	32,5%	42,0%	16,6%
26.	8,3%	16,0%	26,0%	24,9%	24,8%

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Izmed 167 anketirancev, ki so ocenili trditev *Osebjje restavracije natančno zaračunava storitev (trditev 3)*, se 47,9 % anketirancev popolnoma strinja s trditvijo, 38,3 % se jih precej strinja, 10,2 % anketirancev pa se le delno strinja z zgoraj navedeno trditvijo.

Izmed 168 anketirancev, ki so ocenili trditev *Hrana, ki jo restavracija ponuja, je prijetnega videza (trditev 20)*, se 38,1 % anketirancev delno strinja, 26,8 % anketirancev se precej strinja, 22 % anketirancev pa se ne strinja z omenjeno trditvijo.

PRILOGE: Faktorska analiza

Tabela 13: Komunalitete spremenljivk po prvi OBLIMIN rotaciji

Trditev	Začetne vrednosti	Končne vrednosti	Trditev	Začetne vrednosti	Končne vrednosti
trditev 1	,389	,698	trditev 13	,168	,091
trditev 2	,411	,390	trditev 14	,486	,770
trditev 3	,376	,361	trditev 15	,442	,451
trditev 4	,318	,341	trditev 16	,309	,307
trditev 5	,402	,452	trditev 17	,273	,400
trditev 6	,347	,453	trditev 18	,185	,177
trditev 7	,468	,476	trditev 19	,436	,572
trditev 8	,513	,624	trditev 20	,501	,593
trditev 9	,542	,591	trditev 21	,403	,511
trditev 10	,529	,591	trditev 22	,504	,637
trditev 11	,359	,392	trditev 23	,412	,475
trditev 12	,340	,436			

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Tabela 14: Korelacijska matrika po drugi OBLIMIN rotaciji

	Factor				
	1	2	3	4	5
trditev 1	,037	,088	-,018	,830	,045
trditev 2	,423	,011	-,008	,222	,123
trditev 3	,088	-,074	,321	,355	,070
trditev 4	,103	-,049	,424	,114	,089
trditev 5	-,051	,051	,668	,094	-,037
trditev 6	,033	,005	,606	-,170	,095
trditev 7	,425	,129	,112	,176	,104
trditev 8	,772	,000	,015	-,108	,024
trditev 9	,635	,046	,172	,078	1,99E-005
trditev 10	,695	,123	-,063	,046	,059
trditev 11	,217	,007	,043	-,073	,452
trditev 12	-,127	,079	,059	,133	,522
trditev 14	,028	-,016	-,071	,026	,828
trditev 15	,253	,034	,038	-,111	,506
trditev 16	,157	,172	,288	,069	-,021
trditev 17	,054	,236	,247	-,001	-,068
trditev 19	,217	,501	,015	,005	-,043
trditev 20	,057	,685	-,136	,137	,112
trditev 21	-,098	,514	,180	-,118	,177
trditev 22	,035	,825	-,089	,050	-,052
trditev 23	-,007	,452	,214	-,051	,077

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 11 iterations.

Vir: Rezultati raziskave, 2006

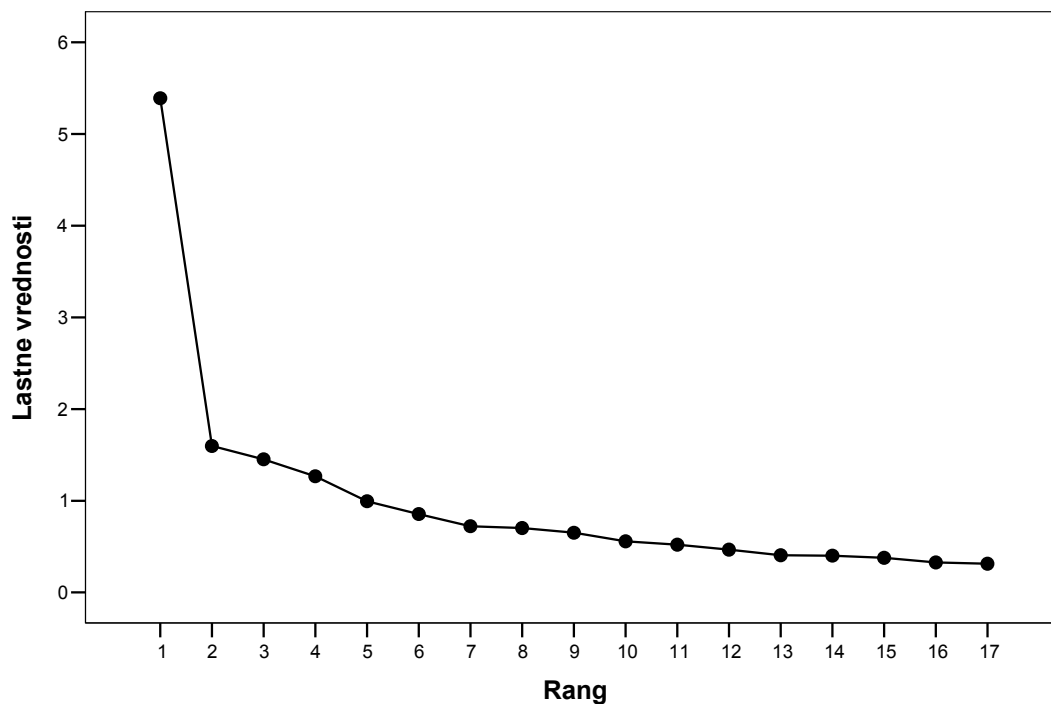
Tabela 15: Lastne vrednosti in njihovi deleži v celotni varianci prostora

Faktor	Lambda	Delež pojasnjene variance	Kumulativni delež pojasnjene variance
1	5,391	31,712	31,712
2	1,597	9,394	41,106
3	1,452	8,542	49,648
4	1,267	7,453	57,101
5	,995	5,850	62,951
6	,854	5,025	67,976
7	,722	4,247	72,223
8	,702	4,132	76,356
9	,651	3,828	80,184
10	,557	3,278	83,462
11	,520	3,062	86,524
12	,467	2,745	89,269
13	,406	2,387	91,656
14	,400	2,355	94,011
15	,378	2,224	96,235
16	,327	1,923	98,158
17	,313	1,842	100,000

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Slika 16: Diagram lastnih vrednosti



Vir: Rezultati raziskave, 2006

Tabela 16: Končna korelacijska matrika po OBLIMIN rotaciji

	Komponente			
	1	2	3	4
trditev 2	,641	-,039	,014	,089
trditev 4	,180	-,087	,538	,102
trditev 5	,024	,063	,822	-,102
trditev 6	-,026	,034	,765	,052
trditev 7	,598	,150	,173	,021
trditev 8	,778	-,001	-,002	,024
trditev 9	,707	,096	,158	-,027
trditev 10	,769	,108	-,049	,046
trditev 11	,198	-,016	,070	,580
trditev 12	-,199	,104	,026	,771
trditev 14	,076	-,055	-,041	,842
trditev 15	,305	,034	-,003	,528
trditev 19	,260	,581	-,051	-,055
trditev 20	,129	,737	-,179	,121
trditev 21	-,170	,630	,199	,165
trditev 22	,080	,849	-,076	-,080
trditev 23	-,050	,653	,224	,003

Vir: Rezultati raziskave, 2006

PRILOGE 7: Preverjanje hipotez

H1: Študenti, ki so v povprečju bolj zadovoljni s kakovostjo restavracije 10-ka gledano v celoti, tudi pogosteje obiščejo restavracijo kot ostali študenti, ki so z njo manj zadovoljni.

Tabela 17: Izračunane opisne statistike za hipotezo 1

	Razvrstitveni spremenljivki	N	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Zadovoljstvo z restavracijo 10-ka	Manj kot enkrat tedenski obisk restavracije	87	3,01	,800	,086
	Enkrat ali večkrat tedenski obisk restavracije	71	3,48	,753	,089

Vir: Rezultati raziskave, 2006

$$s_y = 0,800$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da znaša ocenjeni standardni odklon, ki predstavlja absolutno mero variabilnosti, 0,800.

$$s_{y_1} = 0,753$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da znaša ocenjeni standardni odklon, ki predstavlja absolutno mero variabilnosti, 0,753.

$$se(\bar{y}) = 0,086$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da je ocena standardne napake aritmetične sredine ocen zadovoljstva študentov (ki redkeje obiščejo restavracijo 10-ka), ki meri variiranje vzorčnih ocen povprečja okoli prave-populacijske vrednosti, enaka 0,086.

$$se(\bar{y}_1) = 0,089$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da je ocena standardne napake aritmetične sredine ocen zadovoljstva študentov (ki pogosteje obiščejo restavracijo 10-ka), ki meri variiranje vzorčnih ocen povprečja okoli prave-populacijske vrednosti, enaka 0,089.

$$H_0 : \mu = 3,01$$

$$H_1 : \mu_1 > 3,01$$

$$t = 5,229$$

$$(P = 0,000) < (\alpha = 0,05) \text{ razlika je značilna}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da je razlika značilna pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, kar pomeni, da lahko zavrnemo ničelno domnevo in sprejmemo sklep, da je vrednost aritmetične ocen zadovoljstva študentov, ki enkrat ali večkrat tedensko obiščejo restavracijo 10-ka, statistično večja od vrednosti ocen zadovoljstva tistih študentov, ki redkeje obiščejo omenjeno restavracijo.

Tabela 18: Preizkus domneve o aritmetični sredini za hipotezo 1

One-Sample Test

	Testna vrednost = 3.01					
	t	df	Stopnja značilnosti (2-tailed)	Razlika med aritmetičnima sredinama	95% interval zaupanja za razliko aritmetičnih sredin	
					Nižji	Višji
Zadovoljstvo študentov z restavracijo 10-ka.	5,229	71	,000	,46222	,2860	,6385

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Na podlagi vzorčnih podatkov zavrnemo ničelno domnevo in sprejmemo sklep, da so študenti, ki pogosteje obiščejo restavracijo 10-ka, z restavracijo 10-ka bolj zadovoljni kot tisti, ki restavracijo obiščejo manj pogosteje.

H2: Študenti so bolj nezadovoljni s ponudbo restavracije 10-ka kakor s kakovostjo storitve študentske prehrane v splošnem.

Tabela 19: Izračunane opisne statistike za hipotezo 2

		Aritmetična sredina	N	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Pair 1	Ocena zadovoljstva z restavracijo 10-ka	3,19	159	,807	,064
	Ocena zadovoljstva s ponudniki študentske prehrane	3,67	159	,670	,053

Vir: Rezultati raziskave, 2006

$$\bar{y}_1 = 3,19$$

Na podlagi vzročnih podatkov ugotavljamo, da znaša ocena aritmetične sredine zadovoljstva študentov s ponudbo restavracije 10-ka 3,19, kar pomeni, da so študenti, ki so v preteklem študijskem letu vsaj enkrat obiskali restavracijo 10-ka, omenjeno restavracijo v povprečju ocenili z oceno 3,19.

$$\bar{y}_2 = 3,67$$

Na podlagi vzročnih podatkov ugotavljamo, da znaša ocena aritmetične sredine zadovoljstva študentov, ki se prehranjujejo v restavraciji 10-ka, s kakovostjo ponudbe študentske prehrane 3,67, kar pomeni, da so omenjeni študenti kakovost ponudnikov študentske prehrane gledano splošno v povprečju ocenili z oceno 3,67.

$$s_{y_1} = 0,807$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da znaša ocenjeni standardni odklon, ki predstavlja absolutno mero variabilnosti, 0,807.

$$s_{y_2} = 0,670$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da znaša ocenjeni standardni odklon, ki predstavlja absolutno mero variabilnosti, 0,670.

$$se(\bar{y}_1) = 0,064$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da je ocena standardne napake aritmetične sredine ocen zadovoljstva študentov z restavracijo 10-ka, ki meri variiranje vzorčnih ocen povprečja okoli prave-populacijske vrednosti, enaka 0,064.

$$se(\bar{y}_2) = 0,053$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da je ocena standardne napake aritmetične sredine ocen zadovoljstva študentov s kakovostjo ponudnikov študentske prehrane, ki meri variiranje vzorčnih ocen povprečja okoli prave-populacijske vrednosti, enaka 0,053.

Tabela 20: Preverjanje razlik med aritmetičnima sredinama odvisnih vzorcev

		Razlike dvojic					t	df	Sig. (2-tailed)
		Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	95% interval zaupanja za aritmetično sredino				
					Nižji	Višji			
Pair 1	Zadovoljstvo z restavracijo 10-ka - Zadovoljstvo s ponudniki študentske prehrane	-,478	,947	,075	-,626	-,330	-6,365	158	,000

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Preizkus dvojic:

$$H_0 : \mu_d = 0$$

$$H_1 : \mu_d > 0$$

$$t = -6,365$$

($P = 0,000$) < ($\alpha = 0,05$) razlika je značilna

H3: Kakovost hrane predstavlja najpomembnejšo dimenzijo ocenjevanja kakovosti ponudbe restavracije 10-ka.

Tabela 21: Opisne statistike za hipotezo 3

	N	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Ocena celotnega zadovoljstva	168	3,19	,826
Ocena kakovosti hrane	169	3,242	,7371
Ocena kakovosti storitve	169	3,6553	,52878
Vpliv cene	169	3,66	,858

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Tabela 22: Prikaz korelacijskega ter determinacijskega koeficienta za hipotezo 3

Model	Korelacijski koeficient	Determinacijski koeficient	Popravljeni determinacijski koeficient	Standardna napaka ocene
1	,607 ^a	,369	,357	,662

a. Predictors: (Constant), cena, kak_hrane, kak_storitve

Vir: Rezultati raziskave, 2006

$$s_e = 0,662$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da znaša ocena standardnega odklona napake, ki meri variiranje opazovanih ocen zadovoljstva z restavracijo 10-ka okrog ocenjene regresijske funkcije, 0,662.

Tabela 23: Preverjanje domneve o razlikah med regresijskimi koeficienti

ANOVA ^b						
Model		Vsota kvadratov	df	Ocena variance napake	F	Sig.
1	Vsota kvadratov odklonov	42,027	3	14,009	31,963	,000 ^a
	Vsota kvadratov ostankov	71,878	164	,438		
	Skupaj	113,905	167			

a. Predictors: (Constant), cena, kak_hrane, kak_storitve

b. Dependent Variable: zad_desetka

Vir: Rezultati raziskave, 2006

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_1 : vse \beta_j \neq 0$$

$$F = 31,963$$

$$P = 0,000 < (\alpha = 0,05) \text{ razlika je značilna}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko zavrnemo ničelno domnevo in sprejmemo sklep, da so vsi regresijski koeficienti različni od nič.

$$s_r^2 = 14,009$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da znaša ocena pojasnjene variance (variance, ki izhaja iz regresije), s katero merimo velikost odklonov z regresijsko funkcijo ocenjenih ocen zadovoljstva študentov z restavracijo 10-ka, 14,009.

$$s_e^2 = 0,438$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da znaša ocena nepojasnjene variance, s katero merimo velikost odklonov opazovanih vrednosti od z regresijsko funkcijo ocenjenih ocen zadovoljstva študentov z restavracijo 10-ka, 0,438.

Tabela 24: Prikaz multiplih regresijskih koeficientov za hipotezo 3

Model	Nestandardizirani koeficienti		Standardizirani koeficienti	t	Sig.
	B	Standardna napaka ocene regresije	Beta		
1 (Konstanta)	-,168	,467		-,359	,720
Ocena kakovosti hrane	,456	,082	,408	5,569	,000
Ocena kakovosti storitve	,457	,116	,292	3,940	,000
Vpliv cene	,057	,061	,060	,940	,349

Vir: Rezultati raziskave, 2006

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_1 : \beta_1 \neq 0$$

$$t = 5,569$$

$$P = 0,000 < (\alpha = 0,05) \text{ razlika je značilna}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko zavrnamo ničelno domnevo, da je prvi multipli regresijski koeficient enak 0. Trdimo lahko torej, da kakovost hrane pri študentih vpliva na njihovo zadovoljstvo z restavracijo 10-ka.

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_1 : \beta_2 \neq 0$$

$$t = 3,940$$

$$P = 0,000 < (\alpha = 0,05) \text{ razlika je značilna}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko zavrnamo ničelno domnevo, da je drugi multipli regresijski koeficient enak 0. Trdimo lahko torej, da kakovost storitve vpliva na zadovoljstvo študentov z restavracijo 10-ka.

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_1 : \beta_3 \neq 0$$

$$t = 0,940$$

$$P = 0,349 > (\alpha = 0,05) \text{ razlika ni značilna}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve, da je tretji multipli regresijski koeficient enak 0. Ne moremo torej trditi, da cena vpliva na zadovoljstvo študentov z restavracijo 10-ka.

H4: Vidni dokazi restavracije 10-ka v primerjavi z ostalimi dimenzijami predstavljajo s strani študentov najboljše ocenjeno dimenzijo kakovosti.

Tabela 25: Opisne statistike dimenzij kakovosti za hipotezo 4

	N	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Varianca
Osebj v restavraciji	169	3,5328	,69981	,490
Kakovost hrane	169	3,2420	,73708	,543
Postrežba gosta	169	3,7751	,69536	,484
Vidni dokazi in vzdušje v restavraciji	169	3,6578	,66425	,441

Vir: Rezultati raziskave, 2006

Preizkušanje domneve o aritmetični sredini:

$$H_0 : \mu = 3,6578$$

$$H_1 : \mu_1 < 3,6578$$

$$t = -2,321$$

$$(P = 0,0105) < (\alpha = 0,05) \text{ razlika je značilna}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da je razlika značilna pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, kar pomeni, da lahko zavrnilo ničelno domnevo in sprejmemo sklep, da je vrednost aritmetične sredine dimenzije *osebje v restavraciji* statistično manjša od dimenzije *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji*.

$$H_0 : \mu = 3,6578$$

$$H_1 : \mu_2 < 3,6578$$

$$t = -7,333$$

$$(P = 0,000) < (\alpha = 0,05) \text{ razlika je značilna}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko zavrnilo ničelno domnevo pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ in sprejmemo sklep, da je vrednost aritmetične sredine dimenzije *kakovost hrane* statistično manjša od dimenzije *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji*.

$$H_0 : \mu = 3,6578$$

$$H_1 : \mu_3 > 3,6578$$

$$t = 2,194$$

$$(P = 0,0015) < (\alpha = 0,05) \text{ razlika je značilna}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da je razlika značilna pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, kar pomeni, da lahko zavrnilo ničelno domnevo in sprejmemo sklep, da je vrednost aritmetične sredine dimenzije *postrežba gosta* statistično večja od dimenzije *vidni dokazi in vzdušje v restavraciji*.

Tabela 26: Preizkus domneve o aritmetični sredini za hipotezo 4

One-Sample Test

	Testna vrednost = 3.6578					
	t	df	Stopnja značilnosti Sig. (2-tailed)	Razlika med aritmetičnima sredinama	95% interval zaupanja za razliko aritmetičnih sredin	
					Nižji	Višji
Osebje v restavraciji	-2,321	168	,021	-,12496	-,2312	-,0187
Kakovost hrane	-7,333	168	,000	-,41579	-,5277	-,3039
Postrežba gosta	2,194	168	,030	,11735	,0117	,2229

Vir: Rezultati raziskave, 2006