

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

MANCA KOVAČIČ

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

**DIPLOMSKO DELO
ANALIZA KAKOVOSTI STORITEV SMUČARSKE ŠOLE**

Ljubljana, junij 2010

MANCA KOVAČIČ

IZJAVA

Študentka MANCA KOVAČIČ izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom prof. dr. Iče Rojšek, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 23. 6. 2010

Podpis:

KAZALO

UVOD	1
1 SMUČARSKA ŠOLA KOT ZVRST IZOBRAŽEVALNE STORITVE	2
1.1 ZNAČILNOSTI STORITEV Z ZORNEGA KOTA SMUČARSKE ŠOLE.....	5
1.2 PORABNIKOVO ZAZNAVANJE TVEGANJA V ZVEZI S STORITVIJO	7
2 KAKOVOST ŠPORTNIH STORITEV	9
2.1 OPREDELITEV KAKOVOSTI STORITEV	9
2.2 DIMENZIJE KAKOVOSTI IZOBRAŽEVALNIH STORITEV V ŠPORTNI DEJAVNOSTI.....	13
2.3 MERJENJE KAKOVOSTI.....	19
3 RAZISKAVA KAKOVOSTI STORITEV NA PRIMERU SMUČARSKE ŠOLE INTERSPORT BERNIK	22
3.1 NAMEN IN CILJI RAZISKAVE	22
3.2 NAČRT RAZISKAVE	23
3.2.1 <i>Kvalitativna raziskava</i>	23
3.2.2 <i>Raziskovalne hipoteze</i>	25
3.2.3 <i>Anketni vprašalnik</i>	28
3.2.4 <i>Izbira vzorca</i>	31
3.3 REZULTATI RAZISKAVE.....	31
3.3.1 <i>Sestava vzorca</i>	31
3.3.2 <i>Univariatna analiza</i>	31
3.3.3 <i>Bivariatna analiza – preverjanje hipotez</i>	36
3.3.4 <i>Priporočila vodstvu podjetja Intersport Bernik glede kakovosti storitev</i>	40
SKLEP	43
LITERATURA IN VIRI	45

KAZALO TABEL

<i>TABELA 1: TRDITVE IZ VPRAŠALNIKA POVEZANE Z DIMENZIAMI KAKOVOSTI</i>	29
<i>TABELA 2: STATISTIKA PO POSAMEZNIH TRDITVAH – PRIKAZ ARITMETIČNIH SREDIN IN STANDARDNIH ODKLONOV</i>	32
<i>TABELA 3: PREVERJANJE ZANESLJIVOSTI MERSKEGA INSTRUMENTA</i>	34
<i>TABELA 4: STATISTIKA ZA POSAMEZNE DIMENZIJE KAKOVOSTI</i>	35

UVOD

Kakovost je pojem, ki ga vsak posameznik lahko definira na svoj način. Ugotavljanje kakovosti za porabnika in za izvajalca tako predstavlja problem, predvsem pri storitvah, katerih kakovost je težje določati in preverjati. Najtežje in najbolj subjektivno pa je ocenjevanje in ugotavljanje kakovosti storitev, ki se izvajajo na ljudeh. V zadnjem času raste povpraševanje po storitvah povezanih s športom, saj se je močno uveljavila zavest o ohranjanju mladosti in vitalnosti s promocijo zdravega življenja in športa. Izobraževalne storitve v športni dejavnosti so popularne tako za otroke kot za odrasle, saj so se ljudje začeli zavedati pomena pravilnega in varnega ukvarjanja s športom. Posamezniki se udeležijo izobraževanja oz. usposabljanja v športu iz užitka, radovednosti in zabave, z različnimi stopnjami predznanja ter pričakovanji. Tako se zaznavanje kakovosti storitve med posameznimi porabniki razlikuje.

V diplomskem delu se bom osredotočila na analizo kakovosti smučarske šole Intersport Bernik v Kranjski Gori. Učenje smučanja je v zadnjem času v porastu, učijo pa se ga odrasli in otroci. Otroke v smučarsko šolo vpišejo starši, odrasli pa se za izobraževanje v tej smeri odločijo sami in so tako hkrati v vlogi kupca in porabnika. V šoli smučanja se srečuje veliko ljudi različnih narodnosti in vrednot, vsak pa ima svoja pričakovanja in zahteve glede učenja smučanja. V diplomskem delu bom analizirala kakovost smučarske šole s poudarkom na storitvi učenja smučanja odraslih udeležencev, ki poteka v skupinah. Glavni namen diplomskega dela je opredelitev glavnih dimenzij kakovosti, ki vplivajo na zadovoljstvo porabnikov in bodo podlaga za odločanje v podjetju in za izboljšanje kakovosti storitve. Te dimenzije kakovosti predstavljajo pomemben dejavnik v delovanju smučarske šole, saj vsaka organizacija stremi k čim bolj kakovostni izvedbi storitve.

Diplomsko delo je razdeljeno na tri poglavja: V prvem in drugem poglavju je zajet teoretični del, ki služi kot podlaga za tretje poglavje diplomskega dela. V tem delu so načrtana teoretična izhodišča, ki so predstavljena s pomočjo opredelitev in raziskav različnih avtorjev na področju trženja, storitev, kakovosti, izobraževanja in športa. V tretjem poglavju bom raziskala kakovost storitve šole smučanja v smučarski šoli Intersport Bernik. Z izvedbo fokusnih skupin s tečajniki angleške narodnosti bom pridobila podatke, ki jih bom uporabila pri postavitvi hipotez in izdelavi anketnega vprašalnika. Izvedba ankete in analiza podatkov bosta služili kot osnova za ugotovitev in postavitev temeljnih sestavin kakovosti, ki veljajo za smučarsko šolo ter za predstavitev predlogov za izboljšanje kakovosti storitve smučarske šole in posledično za večje zadovoljstvo porabnikov.

1 SMUČARSKA ŠOLA KOT ZVRST IZOBRAŽEVALNE STORITVE

Storitev je vsako dejanje ali delovanje, ki ga nekdo lahko ponudi drugemu, je neopredmeteno in ne pomeni lastništva nečesa. Pri storitvah gre za kratkotrajen ali dolgotrajen proces, ki pripelje do bolj ali manj vidnega učinka (Kotler, 2004, str. 444).

Lovelock in Writz (2007, str. 15) podajata podobno definicijo storitve in dodatno poudarjata, da porabniki storitev za svoj vložek, kot je denar, čas in trud, pričakujejo, da bodo ohranili vrednost, ki so jo pridobili med potekom storitvenega procesa, v katerem so koristili določene dobrine, delo, posebne sposobnosti izvajalcev, prostore in sisteme. V procesu izvajanja storitve porabniki v večini ne pridobijo lastništva nad vključenimi fizičnimi elementi storitve.

Storitve so v današnjem času izjemno razširjene, saj so prisotne v skoraj vsakem podjetju. V nekaterih podjetjih so storitve glavna dejavnost, drugi pa jih uporabljajo kot dodatek k ponudbi fizičnih izdelkov. Kotler (2004, str. 446) opisuje nekatere posplošene razlike med storitvami in loči storitve, ki temeljijo na ljudeh ali na opremi, ki zahtevajo prisotnost porabnikov, ki zadovoljujejo osebne ali poslovne potrebe, in tiste, ki se razlikujejo glede na cilje in lastništvo. Poudarja tudi, da se storitve, ki se izvajajo na ljudeh, razlikujejo tudi glede na to, kdo jih izvaja; neusposobljeni, usposobljeni delavci ali poklicni strokovnjaki.

Porabniki storitev so pogosto močno vključeni v proces izvajanja storitve, torej predstavljajo tudi soustvarjalce storitev (Lovelock & Writz, 2007, str. 19). Uspešnost podjetja je odvisna tudi od izbire, usposobljenosti in motivacije ljudi, ki bodo odgovorni za izvajanje procesa storitve in bodo v neposrednem stiku s porabnikom. Od zaposlenih se poleg tehnične usposobljenost za delo zahteva spretnost v medosebnih odnosih in pozitiven odnos do dela in ljudi (Lovelock & Writz, 2007, str. 20).

Učenje smučanja je storitev, ki naj bi jo izvajale za to usposobljene organizacije. Gre za razvijanje telesnih sposobnosti in za usposabljanje v športni dejavnosti, zato učenje smučanja predstavlja vrsto izobraževanja.

Jelenc (1996, str. 10) opredeljuje izobraževanje takole: »Izobraževanje je sestavljeno iz pripravljenih in bolj ali manj organiziranih položajev, v katerih se odrasli uči in sprejema informacije. Od tega, ali je formalno ali neformalno, sta seveda odvisna tudi stopnja vnaprejšnje strukturiranosti izobraževalnega procesa in to, koliko na izobraževanje lahko vpliva udeleženec.« Odrasli ljudje imajo različne motive za nadaljnje izobraževanje in učenje; odrasle k učenju spodbuja veliko dejavnikov in več motivov, ki se med seboj prepletajo in spodbujajo. Dejavniki in spodbude, ki jih avtor omenja, so lahko želja po interakciji z drugimi ljudmi, užitek, zadovoljstvo, želja. Ves čas narašča hotenje po izobraževanju za osebni razvoj in prosti čas in to je posledica boljših življenjskih razmer in splošnega ozaveščanja in prosvetljevanja. Tiste, ki se učijo, vedno bolj spodbuja želja po osebni rasti, uspešnem

delovanju, osebni sreči in zadovoljstvu kot pa zunanje zahteve ali spodbude (Jelenc, 1996, str. 39–40).

Izobraževalne storitve so storitve, ki temeljijo na ljudeh. Porabnik je pri izobraževalnih storitvah prisoten in predstavlja soustvarjalca storitve, zato mora biti ponudnik storitev toliko bolj pozoren na njegove potrebe. Izobraževalne storitve glede na Kotlerjevo ločevanje uvrščamo med osebne storitve, ponudniki storitev pa zasledujejo tako profitne kot neprofitne cilje. Izobraževanja ponujajo javne in zasebne ustanove.

Vsake spretnosti v življenju se je potrebno naučiti, tudi športa. Izraz športna dejavnost opredeljuje vse oblike športnega udejstvovanja, tako športa za razvedrilo (rekreativnega športa) kot za dosežek (vrhunski šport) pa tudi šport mladih in vse procese, ki delujejo vzporedno (Šugman et al., 2006, str. 20).

Z ukvarjanjem s športom izboljšujemo svoje telesne spretnosti in motorične sposobnosti. Vendar pa ima vsak šport svoje značilnosti oz. specifične učne zahteve, ki se jih moramo najprej priučiti za pravilno in varno ukvarjanje z določenim športom. Razvijanje telesnih spretnosti v okviru posameznega športa uvrščamo med vrsto neformalnega izobraževanja, saj je, kot omenja Jelenc Z. (1994, v Jelenc S., 1996, str. 11), »neformalno tisto izobraževanje, pri katerem ne gre za pridobitev javno veljavne stopnje izobrazbe ali kvalifikacije«. Spodbude za učenje različnih športnih dejavnosti glede na zgoraj našete dejavnike so predvsem užitek ob obvladovanju določenega športa, s tem povezano druženje z ljudmi in posledično tudi zadovoljstvo. Učenje in pridobivanje sposobnosti za ukvarjanje s športom pri organizaciji, ki le-to ponuja v okviru svoje dejavnosti, pa lahko opredelimo kot izobraževalno storitev v športni dejavnosti.

Storitve povezane s športnimi aktivnostmi zahtevajo popolno prisotnost porabnika in njegovo aktivno udeležbo pri izvajanju storitve, izvajalec pa mora biti pozoren na porabnikovo fizično pripravljenost, sposobnosti in potrebe. Izvajalci storitev v športu so praviloma usposobljeni delavci, ki imajo za svojo usposobljenost ustrezna dokazila.

Chelladurai (2002, v Šugman et al., 2006, str. 214) opredeljuje pet skupin storitev v športnih dejavnostih:

1. Storitve za udeležence športa so določene športne dejavnosti, ki jih uporabnikom nudijo športne organizacije za njihovo športno udejstvovanje. Glede na razsežnosti storitev in motive odjemalcev opredeljuje šest vrst storitev:

- **Storitve povezane s športno rekreacijo**

To so storitve povezane z zakupom športnega objekta in/ali opreme za uporabnike, ki se s športom ukvarjajo prvenstveno zaradi užitka (npr. najem teniškega igrišča). Ta vrsta storitev zajema tudi organizacijo in vodenje različnih vrst športnih tekmovanj.

- **Športne storitve za ohranjanje zdravja in kondicije**

Gre za storitve, ki vključujejo zakup športnega objekta in/ali opreme za zadovoljevanje želje uporabnikov po vzdrževanju njihove kondicijske pripravljenosti in zdravja (npr. obisk fitnesa).

- **Storitve športnih znanj**

So storitve, ki se nanašajo na poučevanje različnih športov in športnih dejavnosti (npr. tečaj smučanja).

- **Storitve odličnosti v športu**

Zagotavljajo strokovno vodenje in trening uporabnikov storitev s ciljem doseganja odličnosti v izbranem športu (npr. trening nogometa).

- **Storitve vzdrževanja kondicijske pripravljenosti**

So organizirani, strokovno vodeni programi športne vadbe z namenom vzdrževanja kondicijske pripravljenosti na primerni vadbi (npr. program aerobne vadbe).

- **Storitve rehabilitacije**

Vključujejo oblikovanje programov športne vadbe z namenom rehabilitacije telesnih, zdravstvenih ali psihičnih pomanjkljivosti (npr. srčna rehabilitacija, zmanjševanje stresa).

2. Storitve za gledalce športnih dogodkov

V to skupino uvrščamo t. i. pasivne udeležence športa. Storitve te vrste se povezujejo z razvedrilom, in sicer imajo športi različno stopnjo razvedrilne vrednosti, ki je odvisna od same vsebine, prizora oz. spektakla in samega doživetja, kot sta na primer druženje in srečevanje z ljudmi.

3. Storitve sponzorstva

Storitve sponzorstva predstavljajo možnost komunikacije sponzorja z določenim trgovom prek športne prireditve oz. športnega rezultata ali pa povezovanje podobe sponzorja s temi športnimi storitvami.

4. Donatorske storitve

Te storitve so vir psihičnih ugodnosti, ki jih lahko predlagamo v menjavo donatorju. Takšne psihične ugodnosti so lahko altruistične narave (dober občutek) ali pa egoistične narave (javna zahvala).

5. Storitve za zadovoljevanje družbenih ciljev

Predstavljajo pospeševanje družbenih ciljev, kot so kondicijska pripravljenost, zdrav način življenja, koristna izraba prostega časa in podobno, prek vključevanja v storitve za udeležence športa.

Bednarik (1998, v Šugman et al., 2006, str. 216) opredeljuje tudi **storitve, ki se znotraj športa izmenjujejo**. Meni, da storitve za gledalce športnih dogodkov lahko pasivne udeležence aktivirajo v aktivne udeležence športa in obratno. Šola smučanja avtor uvršča med storitve športnih znanj, saj se slednje nanašajo na strokovno poučevanje različnih športov in športnih dejavnosti, kar lahko uvrstimo med izobraževalne storitve. Šola smučanja je lahko tudi posledica omenjenega aktiviranja pasivnih udeležencev smučarskih dogodkov (npr. ogled smučarskih tekmovanj na različnih ravneh v živo ali preko televizije) v aktivne udeležence. Z

aktivno udeležbo uporabnik izboljša svoje sposobnosti, se nauči tehnike smučanja in pridobi tudi določeno teoretično znanje o smučanju, ki mu omogoča lažje spremljanje dogodkov povezanih s smučanjem v vlogi pasivnega udeleženca.

Šolo smučanja za odrasle, ki je predmet diplomskega dela, ponujajo zasebne organizacije, ki zasledujejo profitne cilje. Otroke v šolo smučanja vpisujejo starši, odrasli pa se za učenje smučanja odločijo prostovoljno in predstavljajo hkrati kupca in porabnika. Storitve učenja smučanja je storitev, ki jo porabnik lahko presoja šele po nakupu, zato so porabniki velikokrat v dvomih glede same storitve. Ker je učenje smučanja storitev, ki se izvaja izključno na ljudeh, so z zornega kota trženja najpomembnejša orodja človeški dejavnik, fizični dokazi ter sam proces učenja.

Izvajanje izobraževalne storitve (angl. *process*) je bistvo storitve. Pri tem mora biti poskrbljeno za varnost, kakovost in ustrezno hitrost pri opravljanju določene storitve (Devetak & Vukovič, 2002, str. 97). Storitve, ki so povezane z rekreativnim športom zahtevajo tesno sodelovanje udeležencev in izvajalcev in visoko stopnjo vključenosti v proces izvajanja storitve (Ko & Pastore, 2004, str. 161). Učitelj smučanja mora proces učenja smučanja prilagoditi posameznemu učencu in njegovim sposobnostim z vzpostavitvijo medsebojnega odnosa in komunikacije. Le tako bo doseženo zadovoljstvo porabnika kot tudi optimalna kakovost storitve in najboljši možen rezultat učenja.

Učitelj je predstavnik organizacije, je v neposrednem stiku s porabnikom in mora biti za tako delo primerno usposobljen in urejen. Storitve šole smučanja se izvaja v naravi, zato opremljenost učitelja s kakovostno smučarsko opremo predstavlja enega od prvih in najpomembnejših fizičnih dokazov storitve. Zelo pomembno je tako tehnično znanje učitelja kot tudi prijaznost, ustrežljivost in veselje do dela z ljudmi. Učenje smučanja zahteva veliko volje in dela s strani izvajalca in porabnika, prinaša obilo zabave in zadovoljstva, vendar pa v primeru neupoštevanja navodil in nesodelovanja porabnika lahko postane nevarno.

1.1 Značilnosti storitev z zornega kota smučarske šole

V splošnem imajo storitve drugačne značilnosti kot izdelki. Kotler (2004, str. 446) navaja štiri ključne značilnosti storitev, ki jih bom predstavila na primeru smučarske šole:

1. Neopredmetenost

Fizične izdelke lahko pred nakupom potipamo in vidimo, medtem ko storitev ne moremo. Zato kupci iščejo fizične dokaze o storitvi, ki bi jih prepričali v nakup in v kakovost storitve. Bodoči porabniki izobraževalnih storitev lahko presojujejo kakovost storitev glede na videz zgradbe, kjer se izobraževanje odvija, opremo, učne pripomočke in podobno, kot fizični dokaz pa lahko služijo tudi diplome, spričevala in potrdila (Devetak&Vukovič, 2002, str. 98-99). Izobraževalne storitve v športnih dejavnostih so lahko zelo različne, formalne in strogo

strukturirane kot npr. učenje za pridobitev licence smučarskega učitelja ali neformalne kot npr. rekreativni tečaj za izboljšanje tehnike smučanja. Porabnik, ki se prvič sreča s smučanjem, lahko o kakovosti določene smučarske šole presoja glede na urejenost sprejemnih prostorov in glede na urejenost smučarskih učiteljev ter njihovo primerno opremljenost. V šoli smučanja tečajniki pridobijo tudi neformalno diplomo, ki potrjuje uspešen zaključek določenega tečaja. Ta diploma nima vrednosti, vendar pa za porabnika predstavlja potrditev o uspešno opravljenem šolanju, kjer je pridobil določene spretnosti. Vse to vpliva na porabnikovo zadovoljstvo in zaznana kakovost storitve.

2. Neločljivost

Storitve so proizvedene in porabljene sočasno. Izvajalec, ki storitev ponuja, je del te storitve in zaradi prisotnosti porabnika je interakcija med glavnima akterjema posebnost posamezne storitve. Izobraževalne storitve so storitve, ki se izvajajo na ljudeh in zahtevajo prisotnost porabnika. Izobraževanja so lahko individualna ali pa v skupinah. V zadnjem času so za razliko od klasičnega izobraževanja v šoli popularne tudi specializirane oblike izobraževanj, kot so seminarji, posvetovanja, okrogle mize in podobno. Z razvojem tehnologije so se uveljavile tudi avdiovizualne konference in izobraževanja na daljavo (Devetak & Vukovič, 2002, str. 108). Tudi pri izobraževanju v športni dejavnosti predstavlja porabnik soustvarjalca storitve, saj s sodelovanjem z izvajalcem vpliva na proces in na končni rezultat športnega izobraževanja. Pomembna je vzpostavitev dobrih medosebnih odnosov, ki vplivajo na kakovost izvajalnega procesa in so eden izmed glavnih faktorjev zadovoljstva porabnika s storitvijo.

3. Minljivost

Storitev ne moremo uskladiščiti, shranjevati in porabiti kasneje, kot to velja za fizične izdelke. Problem minljivosti storitve se najbolj izkaže pri nihanju povpraševanja. Izobraževalne storitve, ki se odvijajo v različnih šolah, imajo največ povpraševanja v času od septembra pa do konca junija. V poletnem času na tem področju vlada zatišje, ki ga skušajo izvajalci izobraževalnih storitev premagati z različnimi poletnimi šolami. Povpraševanje po izobraževanju v športnih dejavnostih pa je odvisno od vrste športa. Dvoranski športi se lahko izvajajo celo leto in imajo dokaj stalno povpraševanje, medtem ko se zunanji športi srečujejo z velikim nihanjem. Pravi primer za to je prav šola smučanja, ki je izrazito sezonsko usposabljanje, tako da se v zimskem času podjetja srečujejo s (pre)velikim obsegom povpraševanja. V času zimskih šolskih počitnic so potrebne dodatne zaposlitve, v času pred in po počitnicah pa vlada zatišje in je zaposlenih veliko manj delavcev.

4. Spremenljivost

Storitve so spremenljive, saj so odvisne od tega kdo, kdaj in kje jih izvaja. K uravnavanju spremenljivosti in zagotavljanju enake ravni ter kakovosti storitve vsem porabnikom podjetja pristopajo s tremi koraki. Prvi korak je vlaganje v dobre postopke zaposlovanja in usposabljanja, drugi korak je standardiziranje procesa storitve znotraj celotnega podjetja, tretji

korak pa je spremljanje zadovoljstva porabnikov s pomočjo sistema predlogov in pritožb, primerjalnega nakupovanja in anketiranja porabnikov (Kotler, 2004, str. 447–448).

Izobraževalne storitve izvajajo za določeno področje usposobljeni posamezniki oz. učitelji, ki imajo formalno potrditev svoje izobrazbe. Vsak učitelj mora pridobiti licenco za opravljanje izobraževanja in večinoma ni dovolj le strokovno znanje na določenem področju, potrebne so tudi pedagoške sposobnosti. Pri neformalnem izobraževanju, kot je športna dejavnost, ko gre za učenje iz zabave, radovednosti in užitka, sposobnosti za delo z ljudmi zelo izstopajo. Izvajalci v večini dejavnosti vsako leto opravljajo interna usposabljanja s svojega področja, saj tako športna kot pedagoška tehnika doživljata spremembe. Porabniki se za tako izobraževanje odločijo prostovoljno in za lasten razvoj, zato želijo poleg tehničnega znanja tudi prijetno izkušnjo. Vsako učenje športne dejavnosti je potrebno narediti čim bolj prijazno porabniku. Spremljanje porabnikovega zadovoljstva z anketiranjem in zbiranjem pritožb in pohval je pri izobraževalnih storitvah zelo pogosto. Večinoma izvajalci izvajajo ankete s standardiziranimi vprašalniki po koncu opravljene storitve.

Potočnik (2000, str. 22–23) posebej poudari še štiri dodatne značilnosti storitev, ki pa so v bistvu tesno povezane z doslej omenjenimi temeljnimi štirimi. To so:

- visoka stopnja tveganja nakupa zaradi občutljivosti storitev na kraj in čas izvedbe ter zaradi težavnosti ugotavljanja in nadziranja kakovosti,
- prilagajanje ponudbe posebnim zahtevam porabnikov, saj storitev ne moremo v celoti poenotiti,
- ustvarjanje osebnih stikov med porabnikom in izvajalcem storitve,
- težavnost ugotavljanja in nadziranja kakovosti, saj so storitve neopredmetene in neotipljive, poleg tega pa vsak porabnik subjektivno ocenjuje kakovost, ki jo je dobil. Prav tako izvajalec storitev kakovost težko nadzira in ugotavlja.

1.2 Porabnikovo zaznavanje tveganja v zvezi s storitvijo

Vse naštetе značilnosti potrjujejo dejstvo, da je nakup storitve tvegan. Tako imajo tudi izobraževalne storitve v športni dejavnosti dokaj visoko zaznano tveganje pri nakupu in porabi storitev. Lovelock in Writz (2007, str. 44) podrobneje predstavita različne vrste zaznanega tveganja, ki jih bom ponazorila na primeru smučarske šole.

1. Tveganje v zvezi z izidom

Porabnik se sprašuje, ali se bo v tej smučarski šoli smučanja na koncu res naučil. Izid je lahko popolnoma drugačen od pričakovanega, kar lahko povzroči nezadovoljstvo pri porabnikih.

2. Finančno tveganje

Finančno tveganje je za porabnike zelo pomembno, saj lahko tvegajo izgubo denarja ali pojav nepredvidenih stroškov. Pojavljajo se vprašanja, kot so: ali bom dobil povrnjen denar, če mi smučanje ne bo všeč oz. če bo presegalo moje zmožnosti, ali bodo potrebna doplačila za rekvizite in opremo ter smučarsko vozovnico.

3. Tveganje časovne narave

To tveganje je povezano z zamudami v storitvenem procesu in s čakanjem na storitev. Obstaja tveganje, da učitelj ne prihaja točno na uro in ali bo porabnik moral dolgo čakati na razpoložljivega učitelja ter tveganje dolge čakalne vrste za vlečnice, kar bi podaljševalo proces učenja.

4. Fizično tveganje

Fizično tveganje predstavlja tveganje poškodbe samega sebe ali svoje lastnine in je prav v športnih storitvah zelo pomembno. Pri učenju smučanja so porabniki v skrbeh zaradi poškodb in zdravstvenih težav, ki so jih že imeli in ki jih lahko še pridobijo.

5. Tveganje psihološke narave

V primeru tveganja psihološke narave porabnik zaznava možnost psihičnega napora, nelagodja, strahu ali zadrege. Pri šoli smučanja so porabniki zaskrbljeni zaradi same hitrosti smučanja in jih je strah naklona smučišča. Pri skupinskem poučevanju jih skrbi, da bi bili slabši od drugih v skupini in da bi se tako osramotili.

6. Družbeno tveganje

Družbeno tveganje je povezano z vprašanjem, kaj bodo drugi ljudje mislili o meni in kako bodo reagirali, ko bodo izvedeli, da uporabljam določeno storitev. V preteklosti je bilo učenje smučanja z najetim smučarskim učiteljem nekaj nenavadnega in se ga niso posluževali tako kot danes. V današnjem času pa je v družbi zasidrana zavest, da se je potrebno športa naučiti in se z njim pravilno ukvarjati. Družbeno tveganje je prisotno v zvezi z izbiro smučarske šole, ko se porabnik sprašuje, kaj bodo rekli prijatelji glede na izbrano smučarsko šolo in ali moji najbližji odobravajo učenje smučanja na ta način.

7. Tveganje neželenega učinka na kateregakoli od petih čutov

V tem primeru gre za tveganje neželenega zaznavanja s svojimi čuti, kot so npr. slab vonj, hrup, slab okus in podobno. Na smučišču je lahko zelo hrupno, prav tako obstaja tveganje motečega obnašanja drugih udeležencev v skupini, ki s svojim hrupom onemogočajo spremljanje navodil učitelja.

Tveganja predstavljajo pomemben dejavnik pri odločanju za učenje športne dejavnosti. Večja ko je možnost slabega izida v povezavi z določeno storitvijo, večje je zaznano tveganje. Porabnik skuša na več načinov zmanjšati zaznano tveganje, in sicer:

- išče informacije iz zanesljivih osebnih virov (pri ljudeh, ki so se že učili smučanja),
- daje prednost ugledni storitveni organizaciji,
- išče ponudnika, ki daje jamstvo,
- obišče storitveno organizacijo,
- vpraša strokovno usposobljene zaposlene (vpraša učitelje o poteku določenega tečaja ali učne ure),
- preuči opredmetene dokaze (kakovost opreme učiteljev, urejenost sprejemnega prostora),
- uporabi internet za primerjavo različnih ponudb (primerja različne smučarske šole na določenem smučišču).

Zaznana kakovost storitve in končni rezultat izobraževanja sta v veliki meri odvisna od sposobnosti in sodelovanja posameznika, saj gre za razvijanje motoričnih sposobnosti, ki zahtevajo določeno število ponovitev in vadbe. Posamezniki imajo različno razvite motorične zmožnosti in nekateri potrebujejo več pozornosti učitelja, drugi manj, nekateri cenijo osebne stike z izvajalcem, drugi zahtevajo bolj strokovno podajanje tehničnega znanja. Vse naštetu v procesu izvajanja storitve in po zaključku vpliva na zaznano kakovost storitve s strani porabnika, ki jo porabnik primerja s pričakovanji, ki si jih je ustvaril pred nakupom storitve.

2 KAKOVOST ŠPORTNIH STORITEV

2.1 *Opredelitev kakovosti storitev*

Zeithaml et al. (1990, v Ko & Pastore, 2007, str. 485) opredeljujejo kakovost kot obseg razlikovanja med porabnikovimi pričakovanji in željami ter med zaznavanjem dobljene kakovosti. Ta definicija je po mnenju Edvardssona (1998, str. 144) pristranska do izvajalca in preveč osredotočena le na porabnika, saj ne pomeni, da bi se morali izvajalci vedno in povsod prilagajati zahtevam porabnikov. Tudi porabniki sami včasih ne morejo ubesediti svojih potreb in želja. Avtorjeva poenostavljena definicija kakovosti je, da »zadovoljuje potrebe in dosega pričakovanja«, kar velja za porabnike, izvajalce in lastnike podjetja.

Kakovost storitve je povezana s pojmovanjem nečesa pozitivnega, dobrega, odličnega (Potočnik, 2000, str. 158) in je preizkušena ob vsakem soočenju s storitvijo (Kotler, 2004, str. 455).

Ker so porabniki močno vpleteni v izvajanje storitev, je potrebno razlikovati med procesom izvajanja storitve (funkcionalna kakovost po Grönroosu) in med dejanskim izidom le-tega (po Grönroosu tehnična kakovost). Tehnična kakovost pomeni, kaj porabnik s storitvijo pridobi, funkcionalna kakovost pa, kako določeno storitev dobi (Lovelock & Writz, 2007, str. 420).

Kotler (2004, str. 452) navaja, da pri nekaterih storitvah porabniki niso sposobni oceniti tehnične kakovosti niti potem, ko so dobili storitev. Nakup storitve je tvegan, zato se porabniki trudijo ugotoviti, ali je določena storitev kakovostna in zadovoljiva. Pri izdelkih in storitvah poznamo tri vrste značilnosti, glede na to, kdaj jih porabnik lahko presoja in jih bom predstavila s primeri smučarske šole:

- **Iskane značilnosti**, ki jih porabnik lahko ovrednoti še pred nakupom.
To so fizične značilnosti, ki pomagajo porabniku razumeti in oceniti storitev, ki jo bo pridobil za svoj denar. To so strokovna usposobljenost, ki jo lahko porabnik presodi na podlagi dokazil (potrdila smučarske šole, modre kartice, ki jih izdaja Smučarska zveza Slovenije) in opremljenost učiteljev, urejenost sprejemnih prostorov. Pred nakupom storitev si lahko porabniki ogledajo tudi predel smučišča, kjer bo učenje potekalo.

- **Izkustvene značilnosti**, ki jih kupec lahko oceni šele med storitvenim procesom. Izkustvene značilnosti so značilnosti, o katerih se prej ne more prepričati, kot npr. občutek ob prvem stiku posameznika na smučeh s snegom, doživetje in težavnost prvih samostojnih zavojev. Vsak od porabnikov učenje smučanja doživlja drugače.
- **Značilnosti, v katere kupec zgolj verjame**, da jih je pridobil in jih celo po porabi težko oceni. V primeru smučarske šole lahko porabnik zgolj verjame, da so bili koraki pri učenju pravilni ter da se je naučil smučati pravilno.

Pri storitvah prevladujejo izkustvene značilnosti in značilnosti, v katere porabnik zgolj zaupa, kar pa ima določene posledice pri odločanju za nakup storitve. Tako se porabniki bolj opirajo na ustna priporočila kot na oglase, pri presojanju kakovosti se opirajo na ceno, osebe in fizične dokaze in so zelo zvesti ponudniku storitve, ki jih je zadovoljila (Kotler, 2004, str. 452).

Zeithaml, Parasuraman in Berry (1990, v Lovelock & Writz, 2007, str. 420–421) razlikujejo deset kriterijev, ki jih porabniki uporabljajo pri ocenjevanju kakovosti storitve. Kriteriji so združeni v pet širših dimenzij, ki jih pojasnujem na primerih izobraževalnih storitev v športu:

- **Otipljivost**. Fizični dokazi, kot so videz sprejemnih in izobraževalnih prostorov, videz opreme in urejenost zaposlenih.
- **Zanesljivost**, pomeni opraviti storitev tako, kot je bilo obljubljeno, te obljube upoštevati in se izogibati napakam. Porabnika je potrebno naučiti ukvarjanja z določenim športom, pri tem se je potrebno držati določenega časovnega okvira pri izvajanju storitve, saj je porabnikov veliko, čas učenja pa omejen, npr. na dve šolski uri, ki jih ne moremo podaljševati, saj bi to jezilo naslednjega porabnika.
- **Odzivnost**, ki pomeni pripravljenost priskočiti porabniku na pomoč in hitrost odziva, na primer pomoč ob poškodbah.
- **Vzbujanje zaupanja**. Izobraževanje v športu je ob neupoštevanju navodil lahko zelo nevarno, zato je porabnikovo zaupanje zelo pomembno. Porabnik ne sme imeti dvomov glede izvajalčeve strokovne usposobljenosti, izvajalec pa mora poskrbeti za najvišjo mogočo varnost. V nekaterih primerih je to dokaj težka naloga, na primer pri učenju smučanja, ko je na smučišču še ogromno drugih udeležencev.
- **Vživljanje v položaj porabnika** v smislu upoštevanja specifičnih želja in potreb posameznika in vzpostavljanja kakovostne medsebojne komunikacije. V to dimenzijo spada tudi prilagoditev izobraževalnega programa in intenzivnost športnih aktivnosti glede na sposobnosti porabnika ter hitro obravnavanje in reševanje pritožb.

Ocenjevanje in merjenje kakovosti storitev je pritegnilo pozornost še številnih drugih raziskovalcev.

Potočnik (2000, str. 23) meni, da so številne storitve proces, v katerem je znanje in vedenje izvajalcev odločujoče za rezultat. Celó za najbolj osnovne storitve pogosto velja, da so znanje, vedenje in komunikacijske sposobnosti izvajalcev pomembnejše kot sama storitev.

Izvajalci izobraževalnih storitev morajo biti komunikativni, odražati morajo optimizem, navdušenje in ustvarjalnost pri delu. Pomembno je tudi vlivanje upanja porabnikom in sprotno reševanje problemov in težav (Devetak & Vukovič, 2002, str. 97).

V nadaljevanju se bom pri razlagi osredotočila na tisto vrsto športnih storitev, kjer porabnik aktivno sodeluje, saj nikakor ne smemo zanemariti porabnika, ki je pri večini storitev prisoten, v nekaterih primerih pa predstavlja celo **soustvarjalca** storitve. V splošnem je za storitve, ki potekajo na ljudeh, so usmerjene na človeško telo in zahtevajo prisotnost porabnika, vzpostavljanje odnosov ena izmed pomembnih sestavin kakovosti, in sicer odnos med izvajalcem storitve in porabnikom in odnos z drugimi udeleženci, predvsem pri storitvah, ki potekajo v skupinah.

Sodelovanje v športu predstavlja socialni proces, kjer poteka interakcija med porabniki, ki na njih vpliva. Med procesom izvajanja storitev v športni dejavnosti obstaja visoka stopnja povezanosti med porabniki (Ko & Pastore, 2004 str. 164). Učenje ukvarjanja s športno dejavnostjo lahko poteka individualno ali v skupini. V skupinah lahko v procesu izvajanja storitve prihaja do komunikacije med porabniki, do medsebojne pomoči in končno do sklepanja prijateljstev. Tako porabniki občutijo pripadnost svoji skupini, ljudem v njej in učitelju, kar lahko vpliva na zadovoljstvo s storitvijo, kar potrjuje tudi Athanasopoulou (2008, str. 483), ki pravi: »Najpomembnejše dimenzije kakovosti medsebojnih odnosov v storitvenih dejavnostih so zaupanje, predanost in zadovoljstvo.«

Uspešno izvajanje storitve je odvisno od učinkovitega podajanja znanja in sodelovanja porabnika, ki pa ne more potekati brez kakovostnih odnosov. Toda, kaj pomeni kakovost odnosov?

Athanasopoulou P. (2008) je v svoji raziskavi o kakovosti odnosov pri športnih storitvah najprej opredelila dimenzije kakovosti odnosov, kot jo zaznajo izvajalci storitev, in sicer:

- Vedenje zaposlenih in vodilnih v podjetju
V to dimenzijo avtorica uvršča zanesljivost, učinkovitost, vljudnost in iskrenost izvajalcev. Pripravljenost priskočiti na pomoč, prilagajanje posameznikovim potrebam in hitro ter učinkovito reševanje nastalih problemov so glavni dejavniki kakovostnih odnosov.
- Vedenje porabnikov
V kakovostnih odnosih porabniki spoštujejo vse zaposlene, upoštevajo pravila obnašanja, upoštevajo nasvete inštruktorjev in zaupajo izvajalcu.

- Kakovost interakcije med porabnikom in izvajalcem
Odnos in komunikacija morata biti obojestranska, iskrena, vljudna in prijazna, temelječa na medsebojnem spoštovanju. Interakcija mora temeljiti na čustveni ali socialni povezanosti med izvajalcem in porabnikom.

V nadaljevanju avtorica izpostavlja devet pomembnih faktorjev, ki vplivajo na kakovost odnosov med podjetjem, ki izvaja storitev, in med porabnikom:

- kakovost ponudbe, ki ponuja možnost izbire in je prilagodljiva,
- storitvena pokrajina, ki jo predstavljajo fizični dokazi storitve,
- osebnost in usposobljenost zaposlenih,
- stalnost zaposlenih (ohranjanje zaposlenih, ki jih porabniki spoznajo, vzpostavijo z njimi prijateljske odnose in se zato vračajo),
- osebnost porabnika in sposobnosti porabnikov, da ne povzročajo težav in ne motijo drugih udeležencev ter upoštevajo pravila vedenja,
- usmerjenost izvajalca k vzpostavljanju odnosov s porabniki z namenom spoznati porabnika in njegove potrebe,
- ugled izvajalca,
- pomembnost zabave in razvedrila, saj se porabniki s športom ukvarjajo zaradi veselja in razvedrila,
- trajanje odnosov z namenom ustvarjanja in ohranjanja stalnih strank.

Z vlaganjem v kakovost odnosov se kmalu pokažejo pozitivni in tudi negativni učinki le-tega tako za izvajalce kot za porabnike. Avtorica navaja naslednje:

- stalni porabniki (tisti porabniki, ki se v športne centre vračajo oz. jih obiskujejo dalj časa),
- psihološke koristi za porabnika (odražajo se v zadovoljstvu porabnika, ko doseže načrtane cilje določene športne vadbe in čuti povezanost z izvajalcem),
- zadovoljstvo zaposlenih (v okolju, kjer se vzdržujejo dobri odnosi, kjer je okolje prijazno do zaposlenih),
- ohranjanje zaposlenih in večja profitabilnost organizacije (stalni zaposleni s porabnikom vzpostavijo pozitiven odnos, kar porabnika pritegne k vračanju v organizacijo, k ponovnemu nakupu ali k nakupu novih storitev),
- zlorabljanje dobrih odnosov (negativni učinek v smislu pretiranih zahtev s strani porabnika),
- uspeh in ugled določenega inštruktorja (s socialnim čutom, s skrbjo za porabnike in s prijaznim ravnanjem s porabniki), kar posledično prinaša ugled celotni organizaciji,
- nove ideje za izboljšanje storitve (predlogi porabnikov).

Odnosi so kompleksen pojav in posledično tudi kakovost odnosov. Pri tem gre za dvostranski proces, ki zahteva visoko stopnjo interakcije in medsebojnega spoštovanja. Pri izobraževalnih storitvah v športni dejavnosti prihaja tudi do fizičnega stika, zato je velika mera zaupanja

izjemno pomembna. Dimenzije kakovosti odnosov imajo pomemben vpliv na zaznavanje kakovosti celotne storitve in njenih posameznih delov in predstavljajo eno od glavnih sestavin kakovosti izobraževalnih in tudi športnih storitev.

2.2 Dimenzije kakovosti izobraževalnih storitev v športni dejavnosti

Mnogi avtorji so se lotili raziskovanja kakovosti storitev, vendar jih je le malo izbralo področje storitev v športni dejavnosti. V nadaljevanju so navedene ugotovitve nekaterih avtorjev.

Chelladurai P. in Chang K. (2000) sta v raziskavi o ciljih in standardih kakovosti storitev v športni panogi predstavila glavne cilje, standarde in ocenjevalce kakovosti. Cilji se nanašajo na osnovno storitev, fizične dejavnike v povezavi s prostori in opremo v procesu izvajanja storitve, na medosebne odnose, tako med porabniki in zaposlenimi in med samimi porabniki v procesu izvajanja storitve. Interakcija med porabniki je pomemben dejavnik pri športnih storitvah, ki potekajo v skupinah. Zadnji cilj zadeva sodelovanje porabnika z izvajalcem.

Za ocenjevanje kakovosti veljajo nekateri standardi, ki jih zaznavajo ocenjevalci kakovosti, in so povezani z določenimi cilji ter določajo stopnjo kakovosti storitve. To so:

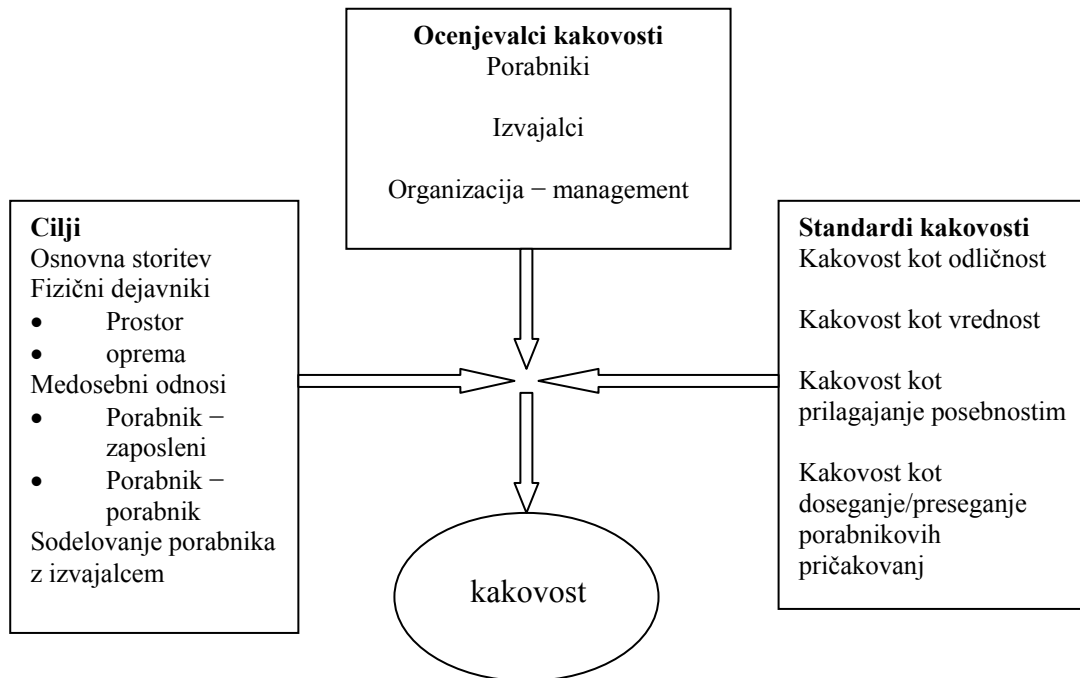
- kakovost kot odličnost, ki kakovost opredeljuje z investiranjem v visoko izobražene strokovnjake in v visoko raven same storitve (primer: selektor državne športne reprezentance);
- kakovost kot vrednost, ki se zaznava po količini plačanega zneska za določeno storitev in predstavlja optimalno kombinacijo storitve in njene cene;
- kakovost kot sposobnost prilagajanja posebnostim, in sicer je ta vrsta kakovosti opredeljena s tem, koliko se sama storitev lahko prilagodi glede na specifične zahteve in potrebe porabnikov, z izvajanjem storitve je potrebno zadovoljiti tudi zahteve vodilnih v podjetju kot tudi poklicne standarde, storitve, ki se izvajajo na ljudeh, naj bi sledile tako zahtevam managementa kot zahtevam stroke;
- kakovost kot doseganje/preseganje porabnikovih pričakovanj.

Ocenjevalci kakovosti niso samo porabniki, temveč tudi izvajalci storitev in vodilni v podjetju oz. v organizaciji. Vsak od njih ocenjuje kakovost storitve s svojega zornega kota, zato so opredeljene 3 različne vrste kakovosti:

- kakovost, ki jo zazna porabnik, se nanaša na želje in zahteve porabnika;
- profesionalno kakovost določijo izvajalci, in sicer na podlagi standardov in z natančnim določanjem tehnične izvedbe storitve, ta kakovost je določena na podlagi natančnega poznavanja panoge, izvajalci pa predvidevajo, da bo taka raven kakovosti zadovoljila potrebe porabnikov;
- kakovost, ki jo zazna management, se nanaša na optimalni izkoristek resursov v smislu učinkovitosti in produktivnosti (Chelladurai & Chang, 2000, str. 14).

V Sliki 1 je prikazana grafična povezava navedenih standardov, ocenjevalcev in ciljev pri ugotavljanju kakovosti storitev v športni dejavnosti.

Slika 1: Prikaz ciljev, standardov in ocenjevalcev kakovosti



Vir: P. Chelladurai & K. Chang.,

Targets and standards of quality in sport services, 2000, str. 5.

Pri športnih storitvah porabniki pred izvedbo storitev in med izvajanjem praviloma niso seznanjeni s tehniko določenega športa (npr. nastavek robnikov, karving tehnika pri smučanju) in učenja ter ne poznajo celotnega procesa in njegovega ozadja. Porabniki omenjenih storitev se zato veliko bolj osredotočajo na medosebne odnose in fizične dejavnike. Kot ocenjevalec tehnične kakovosti in izvedbe teh storitev je najbolj primeren sam izvajalec, ki pa ocenjuje kakovost kot odličnost in kakovost kot prilagajanje posebnostim.

Ko Y. in Pastore D. (2004) v svoji raziskavi opredelita tri osnovne dimenzije kakovosti storitev v športni dejavnosti, in sicer :

- **Kakovost športnega programa**
Dimenzija zajema raznolikost programa, delovni čas, ki se nanaša na točen začetek in konec storitve in zagotovitev potrebnih in aktualnih informacij o storitvi in drugih aktivnostih.
- **Kakovost medsebojnih odnosov**
Glavni poudarek pri tej dimenziji je na podajanju tehničnega znanja v procesu storitve, kjer najpomembnejšo vlogo igrajo izkušnje izvajalca in sposobnost komuniciranja ter vedenje drugih porabnikov, ki so vključeni v storitev.

- **Kakovost izida – fizična sprememba, socialni vidik**
Izvedba športne storitve na ljudeh je osnovna storitev, izkušnja in doživetje posameznika pa je dodaten in pomemben element izida (npr. razvoj spretnosti, krepitev mišic, boljša koordinacija, gibanje, zadovoljstvo ob napredku). Izid predstavlja vse, kar je porabnik pridobil v procesu izvajanja storitve, kamor lahko uvrstimo tudi socialni vidik storitve (druženje, spoznavanje novih ljudi, pomoč drugim).
- **Kakovost fizičnega okolja**
V to dimenzijo avtorici uvrščata izgled prostorov in opremljenost.

Tudi Lagrosen S. in Lagrosen Y. (2007) sta izvedla raziskavo o kakovosti storitev v športni dejavnosti. Namen raziskave je bilo ugotoviti dimenzije kakovosti in raziskati značilne poglede na management kakovosti v tej dejavnosti. Avtorja sta mnenja, da je to področje deležno veliko premalo raziskovanja, čeprav je športna panoga v porastu. Z raziskovanjem v več fitness centrih sta ugotovila različne dimenzije kakovosti in dejavnike, ki vplivajo na zaznavanje kakovosti.

Dejavnost v fitness centrih ima nekaj primerjalnih vzporednic s šolo smučanja, saj je učenje pravilne vadbe na orodjih in pod nadzorom usposobljenega inštruktorja podobno učenju smučanja. Obe vrsti fizične vadbe vplivata na razvoj fizičnih sposobnosti. Tako lahko z rezultati raziskave izvedene v fitness centrih vlečemo vzporednice s smučarsko šolo, le da je v fitness centrih bolj pomembno fizično okolje storitve, kamor spadajo sprejemnica, garderoba, kopalnice, fitness naprave in druga oprema, kar je ključno za izvajanje dejavnosti.

Kot glavne **dimenzije kakovosti v športni dejavnosti** so v raziskavi navedene naslednje sestavine, povezava med njimi in medsebojni vplivi pa so predstavljeni na Sliki 2 (str. 17).

- **Fizična sprememba**
Kot kakovostno porabniki zaznavajo storitev, ki jim pomaga do izboljšana fizičnih in motoričnih sposobnosti. S fizično spremembo avtorja povezujeta dve poddimenziji, na kateri izboljšane fizične sposobnosti vplivajo: lepota in delovanje telesa. S pojmom lepote je opredeljen bolj zdrav videz in lepše vidne telesne značilnosti, kot delovanje/funkcionalnost telesa pa je opredeljeno gibanje in telesna kondicija ter povečevanje mišične mase.
- **Mentalna sprememba**
Pozitivni učinki fizične vadbe vplivajo na psihološko stanje porabnika, saj se kaže vpliv na samopodobo, ki postaja vedno bolj pozitivna. Ob fizični vadbi se sproščata sreča in veselje, poleg tega pa je dokaz sposobnosti samorealizacije.
- **Užitek**
Užitek pri fizični vadbi je opredeljen s socialnim povezovanjem z drugimi porabniki, predvsem ob vadbi v skupinah, poleg tega pa porabnik uživa že ob sami telesni aktivnosti.

Neposredni dejavniki kakovosti, ki so pod vplivom posrednih dejavnikov in sami vplivajo na prej navedene tri glavne dimenzije, so:

- **tehnična izvedba** predstavlja sposobnost izvajalca, da zagotovi in izvede zahtevano storitev, tehnična izvedba ima velik vpliv na fizično in mentalno dimenzijo kakovosti;
- **vzpostavljanje odnosov z zaposlenimi in drugimi porabniki**, tu je zajeto primerno vedenje zaposlenih, prijazno porabniku, vljudnost in pripravljenost za pomoč, odnosi pri izvajanju fizičnih aktivnosti najbolj vplivajo na užitek ob vadbi.

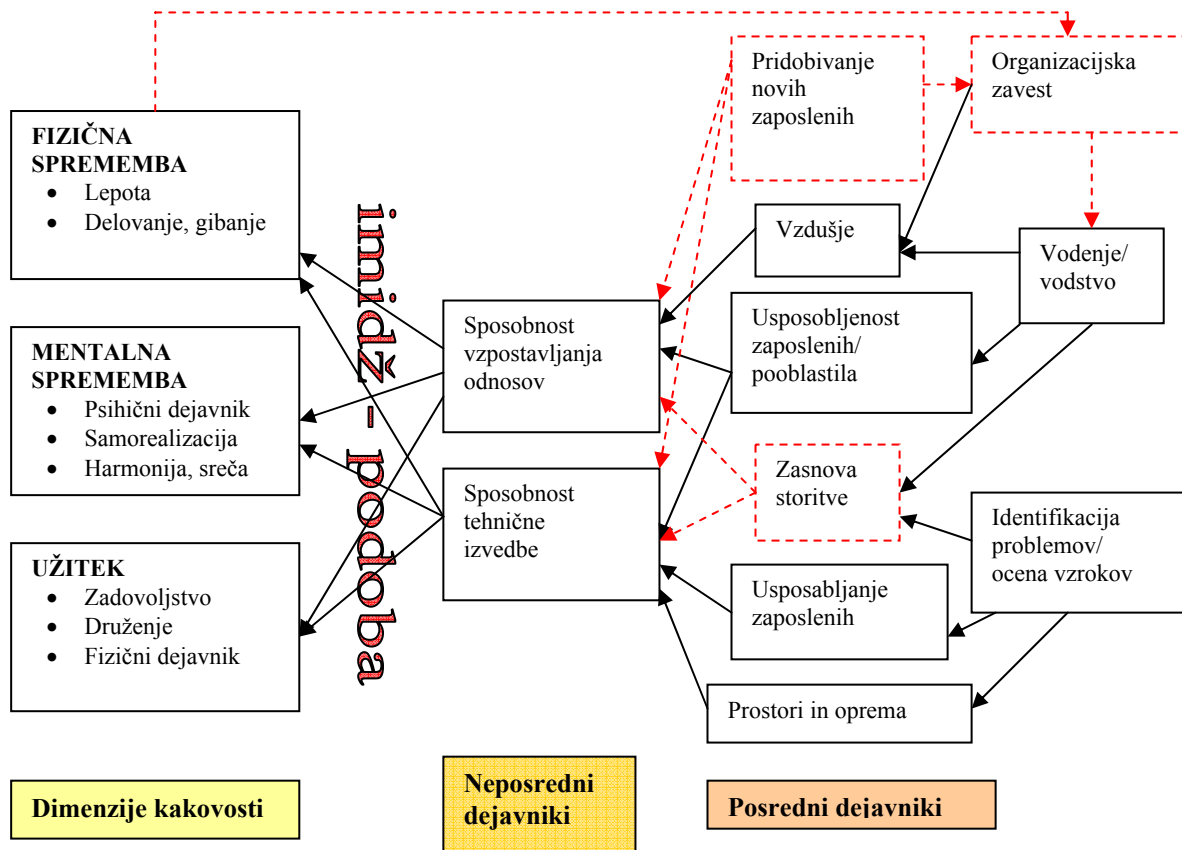
Avtorja sta izpostavila tudi **6 posrednih dejavnikov**, ki so med seboj povezani in na koncu vsak od njih vpliva na dimenzije kakovosti. Posredni dejavniki so naslednji:

- prostori in oprema, ki so definirani z moderno, učinkovito in zanesljivo opremo,
- usposabljanje zaposlenih, ki skrbijo za izvajanje storitve in poučevanje,
- ocenjevanje, ki pomeni identifikacijo delov storitve, ki potrebujejo izboljšavo,
- usposobljenost zaposlenih/pooblastitev za prilagoditev storitve posameznikovim potrebam in željam, pomembni sta tudi usposobljenost in predanost,
- vzdušje in klima med zaposlenimi in med porabniki, z drugimi partnerji in konkurenti,
- vodenje kot motiviranje in vzpodbujanje zaposlenih.

Glede na izvedeno raziskavo sta avtorja prišla do sklepa, da je potrebno vključiti še nekaj dodatnih elementov, ki so prav tako odločilnega pomena za kakovost storitve v športni dejavnosti (in so v grafu označeni z rdečo črtkano črto). To so:

- organizacija poslovanja, ki predstavlja vodenje podjetja s strani managementa,
- zaposlovanje novih delavcev, ki morajo biti profesionalni, kakovostni delavci in tudi predhodno strokovno usposobljeni,
- zasnova storitve, ki predstavlja način izvajanja storitve (npr. porabniku preko pogovora izvajalec predstavi določen šport, sledi ogrevanje in začetna vadba, kasneje sledi prehod na zahtevnejše oblike vadbe in podrobnosti), kar vpliva na tehnično sposobnost izvedbe storitve,
- imidž podjetja, ki v grafu predstavlja nekakšen filter, ki ga oblikujejo ustno izročilo, podoba podjetja in njegove komunikacijske dejavnosti.

Slika 2: Prikaz ravnanja s kakovostjo v športni dejavnosti



Vir: S. Lagrosen & Y. Lagrosen., *Exploring service quality in the health and fitness industry*, 2007, str. 49.

V navedenih raziskavah se avtorji osredotočajo ali na kakovost izobraževalnih storitev ali na kakovost športnih storitev. Vsak od avtorjev na svoj način interpretira tako športno kot izobraževalno storitev, se odloči za drugačno vrsto raziskovanja ter tako vsak od njih pride do drugačnih sklepov in drugačnih poimenovanj, ki se vsakemu od njih zdijo najbolj smiselna. Tako je težko najti enotno opredelitev dimenzij kakovosti, saj je že sama kakovost kompleksen pojem, ali kot pravita Chelladurai in Chang (2000, str. 14): »Pomen pojma kakovost se razlikuje glede na to, kdo kakovost ocenjuje.«

Za opredelitev dimenzij kakovosti izobraževalnih storitev v športnih dejavnostih tako skušam povezati rezultate predhodno navedenih raziskav. Kot prvo in zelo pomembno sestavino bi izpostavila **medsebojne odnose in komunikacijo** med porabniki in med porabniki in zaposlenimi. Izobraževalna storitev v športni dejavnosti je storitev, za katero se je porabnik odločil iz radovednosti, užitka in zabave, za kar je vzpostavitev dobrih in prijateljskih odnosov na profesionalni ravni ključnega pomena (Ko & Pastore, 2004, str. 164). Tako porabnik z veseljem sodeluje z izvajalcem, se ob učenju dobro počuti, mu zaupa in se poleg tega tudi največ nauči (Athanasopoulou, 2008, str. 483). Za izvajalca je ob dobrih odnosih podajanje znanja lažje, prav tako se lažje posveti in prilagodi posamezniku, če je preko dobre

komunikacije seznanjen z njegovimi željami in potrebami. Pomemben je tudi socialni vidik, saj se ob učenju v skupinah spletajo odnosi med porabniki, ki tako skrbijo za vzdušje v skupini in se medsebojno motivirajo (Ko & Pastore, 2004 str. 164). Ob tem je izvajanje storitve bolj kakovostno in ob tem je večja tudi zaznana kakovost storitve s strani porabnika.

Za drugo sestavino kakovosti v povezavi z izobraževanjem v športu bi izpostavila **fizično spremembo** in z njo povezano izboljšanje motoričnih sposobnosti (Lagrosen & Lagrosen, 2007, str. 49). Te vrste usposabljanje zahteva veliko vaje in ponovitev, veliko sodelovanja med porabnikom in zaposlenim in veliko individualnega dela samega porabnika, da po izvedbi storitve pride do želenih rezultatov. Fizična sprememba je povezana s fizičnim videzom in z zadovoljstvom ob gibanju in vzdrževanju kondicije (Lagrosen & Lagrosen, 2007, str. 49). Pod vodstvom usposobljenega učitelja se porabnik nauči pravilnega in varnega ukvarjanja z določeno športno dejavnostjo, kar bo porabnik uporabljal tudi ob individualnem ukvarjanju s športom v prihodnosti.

Moderna, učinkovita in zanesljiva oprema ter moderno opremljeni prostori predstavljajo tretjo sestavino kakovosti – **fizično okolje**. Z dobro opremo je izvajanje storitve lažje in bolj učinkovito. Dobro opremljeni prostori in dostop do njih so v primeru dvoranskih športov velikega pomena, saj nihče ne želi opravljati športne dejavnosti v neklimatiziranih in neprimerno urejenih in premajhnih prostorih. Prvo fizično okolje, s katerim se porabnik sreča in preko katerega si ustvari prvi vtis, predstavljajo sprejemni prostori. V primeru športov, ki se izvajajo v naravi, fizično okolje predstavljajo naravne značilnosti določenega terena. V primeru učenja plezanja si porabnik ogleda steno, pri učenju smučanja si lahko porabnik ogleda smučišče in teren, kjer bo potekalo učenje. Pomemben dejavnik predstavlja tudi kakovostna oprema, na primer pri učenju plezanja ali smučanja, ki vzbuja zaupanje pri porabniku in olajšuje delo izvajalcu (Ko & Pastore, 2004, str. 164). Lahko je v lasti porabnika ali pa si jo porabnik pred začetkom izvajanja storitve izposodi. V primeru, da organizacija, ki porabnike uči športne veščine, opremo tudi izposoja (npr. smučarski čevlji, smuči), so vzdrževanost opreme, izgled in njena ustreznost pomembni dejavniki fizičnega okolja.

Program izobraževanja v povezavi z izvajanjem osnovne storitve v športni dejavnosti bi izpostavila kot zadnjo od najpomembnejših dimenzij kakovosti. Program mora biti določen s strani vodstva ali neposrednih izvajalcev, vendar pa morajo biti dovoljena odstopanja v določenih mejah, saj se potreba in sposobnosti posameznikov, ki se odločijo za športno izobraževanje, med seboj razlikujejo. Poleg tega je potrebno pred začetkom izvajanja programa kot tudi med izvajanjem porabnikom zagotoviti dostop do informacij, ki jih v procesu izvajanja storitve potrebujejo. Za izobraževalni program v športu je dobro, da je čim bolj raznolik in dinamičen (Ko & Pastore, 2004, str. 163).

Domnevam, da so ostale dimenzije in poddimenzije v povezavi med športom in izobraževanjem manj pomembne oz. ne predstavljajo pomembnega dejavnika pri zaznavanju

kakovosti storitve. Za določitev dimenzij kakovosti storitve šole smučanja pa je potrebno najprej izbrati model za presojo kakovosti, ki bo temelj za nadaljnje raziskovanje.

2.3 Merjenje kakovosti

Možnost ocenjevanja in ravnanja je pogojena z možnostjo merjenja nekega pojava. Različni avtorji so si enotni, da zaradi same narave storitev in njenih značilnosti ugotavljanje in merjenje kakovosti storitev zahteva poseben pristop (Lovelock & Writz, 2007, str. 425). Mnogo avtorjev se je v preteklosti ukvarjalo z različnimi pristopi k merjenju kakovosti in z oblikovanjem različnih in predvsem zanesljivih modelov za merjenje kakovosti (Ladhari, 2009, str. 172).

V splošnem delimo mere kakovosti storitev v dve skupini: trde in mehke mere. Trde mere se nanašajo na značilnosti in aktivnosti, ki jih lahko preštejemo, izmerimo ali jih ugotovimo z revizijami in kontrolo, kot je npr. čas, ko porabnik čaka na storitev. Mehkih mer ne moremo objektivno izmeriti, saj se merijo z vidika uporabnika. Do njih pridemo z razgovori s porabniki, zaposlenimi in drugimi. Mehke mere so v zadnjem času največkrat uporabljene, npr. ocena kakovosti storitve preko izvajanja fokusnih skupin, anketiranja porabnikov in raziskav med zaposlenimi glede njihovih zaznav kakovosti. Med mehke mere sodi tudi orodje SERVQUAL (Lovelock & Writz, 2007, str. 426).

SERVQUAL je inštrument za uporabo pri raziskovanju, in sicer pri anketiranju. Inštrument temelji na tem, da lahko porabniki ocenijo kakovost storitve tako, da primerjajo svoja pričakovanja, ki se nanašajo na storitvena podjetja v neki dejavnosti nasploh, z zaznavanjem dobljene storitve, ki so jo dobili s strani določene organizacije. Kadar je zaznana kakovost storitve večja od pričakovanj porabnikov pred izvajanjem, pomeni, da je bila storitev kakovostna in obratno. SERVQUAL predstavlja splošno orodje, ki ga je možno uporabiti za merjenje kakovosti v različnih panogah in za različne vrste storitev. Gre za nabor 22 trditev, ki pokrivajo vseh 5 dimenzij kakovosti storitev, kot so jih opredelili avtorji inštrumenta in ki sem jih navedla na strani 10. Parasuraman et al. (1985, v Ladhari, 2009, str. 173) so ugotovili, da na porabnikovo zaznavanje kakovosti storitev vpliva 5 vrzeli:

1. vrzel, ki predstavlja razliko med pričakovanji porabnika in zaznavanjem porabnikovih pričakovanj s strani menedžmenta,
2. vrzel je razlika med zaznavanjem porabnikovih pričakovanj s strani managementa in pretvorba teh v standarde,
3. vrzel je razlika med standardi, ki jih je postavilo poslovodstvo in med vsakodnevnim podajanjem storitve s strani zaposlenih, ki so v stiku s porabnikom,
4. vrzel, ki predstavlja razliko med izvajanjem storitve in med obljubami porabnikom danimi preko zunanjega komuniciranja,
5. vrzel, ki je razlika med porabnikovimi pričakovanji in zaznavanjem določene storitve.

Vrzeli od 1–4 so vrzeli, ki jih je potrebno zmanjševati in zapirati znotraj organizacije, da bi lahko odstranili 5. vrzel, ki nastane pri porabniku.

SERVQUAL je splošno orodje, ki je zanesljivo in veljavno ter primerno za uporabo v različnih panogah. Namen orodja SERVQUAL je metodološko identificirati področja v podjetju, kjer je kakovost storitve največja in kjer kakovost še ni dosegla optimalne ravni. Dimenzije in postavke orodja predstavljajo bistvene kriterije ocenjevanja kakovosti storitve, ki naj bi bili splošno uporabni (Parasurman et al., 1991, v Ladhari, 2009, str. 175). A vseeno se inštrument SERVQUAL od svoje uveljavitve sooča s kritikami in dvomi glede splošne uporabnosti; navedla bom nekatere najpogostejše (omenjene v Lovelock & Writz, 2007, str. 420 in Ladhari, 2009, str. 185–191).

Kritika glede uporabnosti orodja v različnih panogah

Največ dvomov se pojavlja v povezavi s splošno uporabnostjo orodja SERVQUAL za merjenje kakovosti storitev. Merjenje kakovosti v različnih panogah je zelo problematično, četudi avtorji govorijo o splošnem inštrumentu, ki meri 5 dimenzij kakovosti storitve. Trditve so, po mnenju kritikov, neprimerne za merjenje kakovosti storitev v različnih panogah, saj morajo mnogi raziskovalci zaradi specifičnosti določene panoge izpustiti, dodati ali spremeniti seznam trditve v vprašalniku. Mnogi raziskovalci navajajo, da na koncu prepoznajo samo 2 dimenziji ali več kot 5 dimenzij ali pa se izkaže, da so dimenzije drugačne, kot jih navajajo avtorji orodja SERVQUAL. Mnogi avtorji namesto splošnega merskega orodja predlagajo merska orodja, ki bi bila izdelana za posamezne panoge.

Kritika glede uporabnosti orodja v internetnem okolju

Prav tako je vprašljiva uporabnost orodja za merjenje kakovosti storitev za podjetja, ki delujejo v internetnem okolju, saj je SERVQUAL izdelan za merjenje kakovosti storitev s tradicionalnega vidika. Tako sta avtorja Parasuraman in Grewal (2000, v Ladhari, 2009, str. 189) ugotovila, da so dimenzije kakovosti storitve drugačne, ko ne gre za neposreden stik z zaposlenimi temveč s spletno stranjo. Parasurman, Zetihaml in Malhotra (2005, v Ladhari, 2009, str. 189) so razvili mersko lestvico z 22 trditvami imenovano E-S-QUAL, ki zajema 4 dimenzije, ki so pomembne za določanje kakovosti storitev v virtualnem okolju:

- učinkovitost (nezahtevna navigacija, hitre transakcije, hiter prenos podatkov),
- sistemska razpoložljivost oz. podpora (spletna stran je vedno na voljo, odpre se v hipu, sistem se ne poruši in je stabilen),
- izpolnitev obljub (naročila so dostavljena v obljubljenem času, ponudba je predstavljena »pošteno«, brez neresničnih opisov in podatkov),
- zasebnost (varnost osebnih podatkov).

Pomen kulturnih razlik pri merjenju kakovosti storitev

Nezanemarljive so tudi **kulturne razlike** in različna kulturna okolja v primeru uporabe orodja SERVQUAL v različnih državah, saj se pojavljajo vprašanja v povezavi z veljavnostjo merjenja, prihaja do razlik v številu dimenzij kakovosti kot tudi do drugačnih dimenzij,

vprašljiva pa je tudi metodologija takega merjenja. Herk et al. (2005) v Ladhari (2009, str. 190) navaja 3 vrste pristranosti, ki se pojavljajo na podlagi kulturnih razlik:

- pristranost zgradbe vprašalnika (različne kulture, različne države in drugačno razumevanje),
- metodološka pristranost (drugačni odnosi pri intervjujih, razlike v metodah raziskovanja in v značilnostih določenega primera),
- postavkovna pristranost (mešanje različnih postavk med seboj).

Mnogo raziskovalcev se preveč osredotoča na opredelitev in merjenje kakovosti storitev v enokulturnem okolju in prenašajo merska orodja in modele iz enega kulturnega okolja v drugega. Storitve pogosto zahtevajo stike med izvajalcem in porabnikom, zato imajo kulturni dejavniki večji vpliv na storitve kot na izdelke (Mattila, 1999, v Smith & Reynolds, 2001, str. 451). Tako se morajo izvajalci storitev, ki delujejo v mednarodnem okolju, odločiti, kateri elementi storitve so splošno uporabni in pri katerih je potrebna prilagoditev glede na porabnike, njihove potrebe in lokalno okolje (Lovelock, 1999, v Smith & Reynolds, 2001, str. 451). Merjenje kakovosti storitev je bolj ali manj osnovano na porabnikovih pričakovanjih in pomemben dejavnik teh pričakovanj je kultura, zato je potrebno oceniti in določiti nivo prilagoditve storitve glede na kulturno okolje. Za ocenjevanje kakovosti storitev v različnih kulturah je SERVQUAL primeren, vendar pa ga je potrebno prilagoditi glede na značilnosti lokalnega okolja (oblika trditvev, 5-stopenjska ali 7-stopenjska Likertova lestvica) (Smith & Reynolds, 2001, str. 471).

Kritiki orodja SERVQUAL so na podlagi različnih ugotovitev o njegovi neprimernosti razvili dva alternativna pristopa, in sicer:

- SERVPERF

Razvila sta ga raziskovalca kakovosti storitev Cronin in Taylor in je najpogosteje uporabljeno orodje za merjenje kakovosti storitev takoj za orodjem SERVQUAL. Oba orodja merita kakovost storitev, ki je dolgoročna spremenljivka merjena v določenem trenutku v času. Če merimo kakovost storitev z orodjem SERVQUAL (kakovost storitve meri kot zaznano kakovost storitve zmanjšano za pričakovanja pred soočenjem s storitvijo), ocena porabnikovih pričakovanj lahko vpliva na oceno zaznane kakovosti izvedbe storitve (Cronin & Taylor, 1994, str. 125, 126). SERVPERF (mersko orodje, zasnovano na izvedbi) meri kakovost storitve z merjenjem zaznane kakovosti po izvedbi storitve in izključuje merjenje pričakovanj, medtem ko SERVQUAL meri oboje (Cronin & Taylor, 1992, v Abdullah, 2006, str. 33). Z orodjem SERPERF se meri enkratno (z 22 trditvami, ki se nanašajo na izvedbo storitve), vendar pa pojasni večji del variance kot merjenje kakovosti z orodjem SERVQUAL. Avtorja sta v svoji raziskavi ugotovila, da merjenje zaznane kakovosti po izvedbi storitve omogoča natančnejše merjenje kakovosti določene storitve kot SERVQUAL.

- SERVIMPERF model vrzeli

Izhaja iz koncepta, ki sta ga leta 1977 razvila Martilla in James. Ugotovila sta, da je analiza pomembnosti in izvedbe učinkovita pri ocenjevanju določenih elementov trženjskega programa podjetja. Vprašani ocenijo pomembnost določenih elementov (npr. nizka cena) in

nato ocenijo izvedbe le-teh (npr. slaba ocena pomeni, da so nezadovoljni s cenami v podjetju oz. da cenam podjetje pri izvedbi ne pripisuje velikega pomena) (Martilla & James, 1977, str. 77–78). Tako zaznavanje pomembnosti elementov pomeni grob indikator pričakovanj.

SERVQUAL je kljub vsem dvomom in kritikam še vedno priznan kot najbolj splošno uporaben inštrument za merjenje kakovosti storitev. Raziskovalci, ki ta model uporabljajo, morajo upoštevati specifičnost svoje panoge in storitve, zato je potrebno (Taylor et al., 1993, v Ladhari, 2009, str. 192):

- metodologijo orodja SERVQUAL prilagoditi tako, da ustreza specifični panogi ali raziskavi,
- po končanem zbiranju podatkov preveriti veljavnost inštrumenta z analizo zanesljivosti in veljavnosti
- in pred izvedbo analize zagotoviti ustrezno strukturo glede na storitev, katere kakovost raziskujejo (1, 2, 3 dimenzije, prilagoditev trditev).

3 RAZISKAVA KAKOVOSTI STORITEV NA PRIMERU SMUČARSKÉ ŠOLE INTERSPORT BERNIK

3.1 Namen in cilji raziskave

Glavni namen raziskave je opredelitev glavnih dimenzij kakovosti, ki najbolj vplivajo na zadovoljstvo porabnikov in bodo podlaga za odločanje v podjetju in za izboljšanje kakovosti storitve. Z analizo in z opredelitvijo dimenzij kakovosti bo smučarska šola dobila pomembne povratne informacije o tem, katere elemente smučarske šole porabniki ocenjujejo kot kakovostne, kateri dejavniki vplivajo na porabnikovo zadovoljstvo in na zaznavanje kakovosti ter kateri elementi so slabše ocenjeni in potrebujejo dodatno pozornost managementa smučarske šole Intersport Bernik.

Iz glavnega namena raziskave izhajajo naslednji cilji:

- glavni in osnovni cilj raziskave je ugotoviti, kako porabniki ocenjujejo kakovost storitev smučarske šole Intersport Bernik,
- opredeliti, kateri elementi storitve smučarske šole oblikujejo dimenzije kakovosti in na njih najbolj vplivajo ter posledično na zadovoljstvo porabnikov,
- ugotoviti, ali so porabniki v splošnem zadovoljni s smučarsko šolo in z njenimi posameznimi deli (učitelji, sistem učenja, organiziranost, odnosi),
- razporediti opredeljene dimenzije kakovosti glede na to, kako močno vplivajo na zaznavanje kakovosti in na zadovoljstvo porabnika.

Cilji, ki izhajajo iz glavnega namena, so postavljeni glede na teoretična izhodišča in glede na že opravljene raziskave, ki so predstavljene v teoretičnem delu (Ko & Pastore, 2004, Lagorsen & Lagorsen, 2007, Chelladurai & Chang, 2000 in druge).

3.2 Načrt raziskave

Raziskava bo potekala v dveh delih. Najprej bom opravila preiskovalno (kvalitativno) raziskovanje, ki je podlaga za oblikovanje hipotez in anketnega vprašalnika za kvantitativno raziskavo, kar predstavlja drugi del raziskave. V preiskovalni raziskavi bom upoštevala pridobljene sekundarne podatke, ki so osnova za izdelavo opomnika za izvedbo skupinskega pogovora s porabniki storitev smučarske šole. Nekaj vprašanj bom posredovala tudi vodjem agencije in smučarske šole. Na podlagi ugotovitev iz preiskovalne raziskave bom v nadaljevanju postavila hipoteze, ki jih bom s statistično analizo kvantitativnih podatkov z orodjem SPSS potrdila ali ovrgla. Kvantitativna raziskava bo potekala na izbranem vzorcu in z anketnim vprašalnikom.

3.2.1 Kvalitativna raziskava

Kvalitativna raziskava v mojem diplomskem delu zajema izvedbo skupinskega pogovora s porabniki storitev smučarske šole (glej *PRILOGA 1, str. 1, PRILOGA 2, str. 2*) in krajše poglobljene pogovore s predstavnico angleške agencije Crystal in z vodjo smučarske šole (glej *PRILOGA 3, str. 4*).

Izvedba skupinskih pogovorov je ena izmed najboljših metod za pridobivanje večje količine podatkov neposredno od porabnika, saj potekajo dalj časa in omogočajo pogovore o različnih temah, ki se nanašajo na smučanje in učenje v smučarski šoli.

Iz skupinskega pogovora z angleškimi tečajniki v smučarski šoli Intersport Bernik je izstopala pogosta omemba fizičnih dokazov storitve kot pomembnega dejavnika za presojanje kakovosti storitev smučarske šole. Pred prihodom v Kranjsko Goro in v smučarsko šolo so si vsi ogledali spletno stran turistične organizacije, kjer je predstavljena Kranjska Gora in kjer so natančneje predstavljena smučišča in stopnje zahtevnosti. Pred prihodom v smučarsko šolo so si začetniki ogledali smučišča in naprave, nadaljevalci pa so se pred tem nekajkrat že spustili po smučišču. Sama izbira in izgled terena (strmina, dolžina in širina proge) se je obema skupinama tečajnikov zdela pomembna. Poleg terena porabniki najprej opazijo smučarske učitelje, in sicer njihov videz in opremo. Tečajniki glede na opremljenost učiteljev sklepajo, da učitelji vedo, kaj delajo, oprema in videz pa po mnenju tečajnikov kažeta profesionalnost in določeno samozavest učiteljev. To vpliva tudi na vzbujanje zaupanja v smučarsko šolo in v učitelje. Začetniki so najbolj prestrašeni in zbegani, zato je na začetku samozavesten nastop in podrobnejša predstavitev poteka učenja smučanja po njihovem mnenju zelo pomembna, saj se tako znebijo začetne treme. V samem procesu učenja porabniki močno poudarjajo medosebne odnose in komunikacijo, tako odnose učitelj – učenec, kot tudi učenec – učenec. Ugotovila sem, da zelo cenijo posvečanje učitelja vsakemu porabniku in njegovo razlaganje tehnike smučanja, individualno svetovanje in pomoč. Kot izjemno pomembno so to opredelili začetniki, saj se jim zdi, da je vsega preveč in da ne bodo zmogli. Po njihovem mnenju je pogovor zelo pomemben, prav tako spodbude in dobri odnosi v skupini. Skleпам lahko, da medsebojni odnosi in vživljanje v položaj porabnika močno vplivajo na zadovoljstvo porabnika s storitvijo. V skupini so tudi drugi tečajniki, kar vprašane zelo veseli, saj se lahko

z drugimi pogovarjajo, jih bolje spoznajo in se od njih tudi kaj naučijo. Poudarili so, da se v skupinah dobro počutijo in da jih drugi tečajniki ne motijo, nasprotno, dajejo jim občutek varnosti oz. zadovoljstva, da niso sami. Za skupine je po njihovem mnenju dobro, če so čim bolj homogene. V procesu smučanja so začetniki še dodatno poudarili pomen izbire pravega terena za smučanje glede na njihove sposobnosti. Nadaljevalci temu pripisujejo manjši pomen, vendar se strinjajo, da je izbira pravega terena pomembna, da se ne prena glijo in ne izgubijo samozaupanja. Iz povedanega lahko sklepam, da je vzbujanje zaupanja v učitelja in v sistem učenja tekom celotnega procesa učenja za vprašane dokaj pomembno. Program učenja smučanja je po mnenju nadaljevalcev odličen, saj so se smučanja naučili v drugih smučarskih šolah v tujini, vendar jim je ta sistem veliko bolj všeč in so mnenja, da se veliko več naučijo. Začetniki o tem niso govorili, saj so bili v smučarski šoli prvič. Vsi pa so poudarili, da so ob koncu tedna natančno vedeli, kam vodijo določene vaje, zakaj je bila potrebna uporaba rekvizitov in kaj natančno jim je uspelo izboljšati oz. kaj se jim je uspelo naučiti. Tekom učenja so ugotovili, katere vaje so za njihove sposobnosti najboljše in kaj jih učitelj skuša naučiti, zato so imeli vsak dan večje zaupanje v smučarsko šolo in so se v njej počutili varno. Nekateri porabniki so opazili, da so učitelji vsak dan točni in tudi primerno pripravljeni za učenje, prav tako so izpolnili vse na začetku zastavljene cilje (npr. sposobnost samostojnega smučanja v plugu za začetnike, za nadaljevalce pa osnovno vijuganje z nastavki robnikov, samostojno spuščanje po težjih, zahtevnejših progah), kar lahko uvrstimo pod zanesljivost smučarske šole. Dva tečajnika sta poudarila tudi zadovoljstvo v osebnem napredku, v gibalnih sposobnostih, torej v fizični spremembi. Polovica jih je poudarila, da se želijo med učenjem smučanja zabavati in uživati, da ne želijo preveč zahtevnih nalog.

Na podlagi skupinskega pogovora nisem dobila dovolj informacij o morebitnih slabostih smučarske šole, zato sem predstavniku smučarske šole Intersport Bernik, Matiju Šlibarju, ki se največ ukvarja s tečaji in predstavnici angleške agencije Crystal, Amy Mason, preko elektronske pošte posredovala tri podobna vprašanja. Vprašanja so se nanašala na pogoste težave in pritožbe tečajnikov glede smučarske šole (*Glej PRILOGA 3, str. 4*). G. Šlibar je poudaril, da je največ pritožb v zvezi z nedohajanjem tempa učenja pri začetnikih ter s premalo smučanja in preveč vaj s strani nadaljevalcev. Gdč. Mason pa je s svojimi odgovori le-to potrdila in omenila, da bi nadaljevalci želeli več prosto smučati z manjšimi popravki tehnike in bi pod vodstvom učitelja radi raziskovali smučišča v Kranjski Gori. Glede na njene izkušnje so tečajniki s smučarsko šolo zelo zadovoljni in se v veliki večini ne pritožujejo, vendar pa je izpostavila, da so začetniki s smučarsko šolo, njenimi storitvami in s smučarskimi učitelji bolj zadovoljni kot nadaljevalci. Pritožbe se, po informacijah gdč. Mason, nanašajo na preveliko strogost učiteljev, pri katerih se tečajniki ne počutijo dobro, redko se pritožijo tudi zaradi slabega govorjenja angleškega jezika. Bolj pogosta pritožba od prej navedenih je, da se v smučarskem tečaju niso veliko naučili (predvsem nadaljevalci). V splošnem pa v agenciji dobijo veliko pohval in pozitivnega odziva. G. Šlibar je omenil, da se pritožbe rešujejo v okviru smučarske šole in kar se da hitro, tako da je obdobje nezadovoljstva tečajnika čim krajše.

3.2.2 Raziskovalne hipoteze

S preučitvijo literature, z izvedbo skupinskega pogovora in krajših pogovorov z vodjema agencije in smučarske šole sem prišla do ugotovitev, ki so mi služile kot podlaga za postavljanje naslednjih hipotez.

1. **Hipoteza:** *Gledano v celoti so porabniki zadovoljni s smučarsko šolo Intersport Bernik.*

Glede na lastne izkušnje sklepam, da so porabniki storitev smučarske šole zelo zadovoljni s storitvami smučarske šole Intersport Bernik, saj sem kot smučarska učiteljica večkrat priča neposrednemu odzivu porabnikov, ki je skoraj vedno zelo pozitiven. Po opravljenih tečajih so tečajniki večinoma zelo navdušeni nad smučanjem, nad smučarsko šolo in nad zaposlenimi, kar odražajo tudi pohvale in pisma zahvale, ki jih prejema upravljavka smučarske šole Nina Bernik. To potrjujejo tudi odgovori predstavnice agencije Crystal, ki je omenila, da večinoma, glede na njihove ankete, smučarska šola prejme veliko pohval.

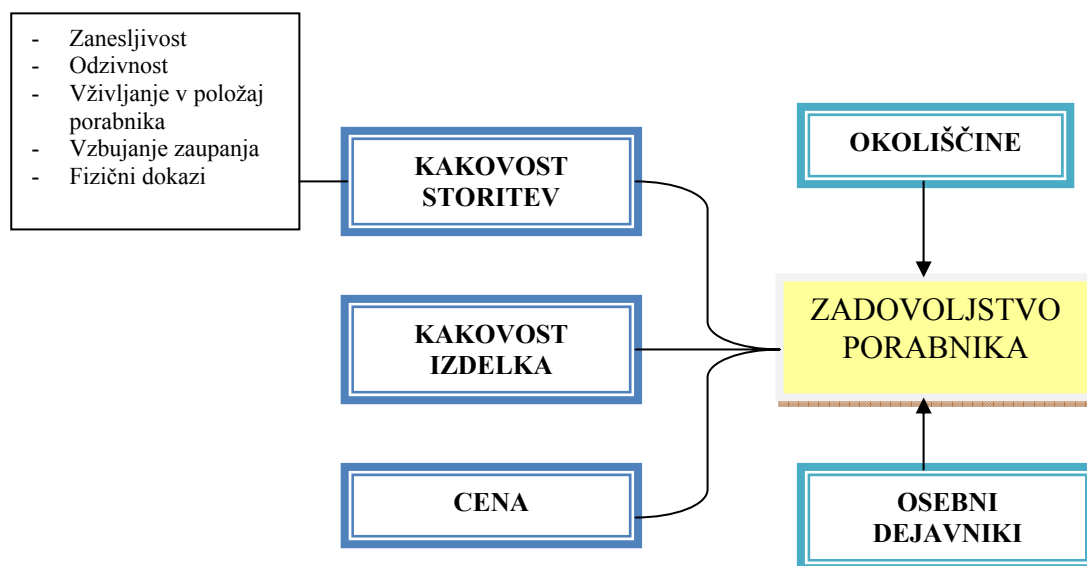
2. **Hipoteza:** *Začetniki so s storitvijo smučarske šole bolj zadovoljni kot nadaljevalci.*

Tečajniki, ki se prvič srečajo s smučmi in s smučanjem imajo glede svojih sposobnosti in zmožnosti dokaj slabo mnenje oz. so preveč kritični. Tako ne pomislijo, da bodo v enem tednu pridobili znanje, ki jim bo omogočalo samostojno smučanje. V skupinskem pogovoru sta 2 tečajnika začetnika omenila, da je dokaz kakovosti smučarske šole tudi njihov osebni napredek. Po lastnih izkušnjah in glede na skupinski pogovor sklepam, da so začetniki veliko bolj navdušeni, veseli in zadovoljni, saj so v kratkem času dosegli nekaj, kar se jim je prej zdelo nemogoče. To je potrdila tudi predstavnica agencije Crystal. Nadaljevalci pa so že seznanjeni z vlečnicami, z različnimi nakloni smučišča, zmožni so se spustiti po vsakem hribu, pa tudi izboljšanje tehnike in napredovanje zahtevata veliko več vaje in truda. Zato imajo večinoma občutek, da so dosegli bolj malo in zato občutijo tudi manjše zadovoljstvo.

3. **Hipoteza:** *Kakovost storitev smučarske šole Intersport Bernik je pozitivno povezana z zadovoljstvom porabnikov njenih storitev.*

Tretja hipoteza je osnovana na teoretičnem modelu avtoric Zeithaml in Bitner (2000, str. 74–76), ki sta kot pogoje za zadovoljstvo porabnika postavili 3 dejavnike. Ti dejavniki so: kakovost storitve, kakovost izdelka in cena. Kakovost storitve je v tem modelu opredeljena s petimi osnovnimi dimenzijami kakovosti storitev (glej Sliko 3). Kakovosti izdelka in cene v primeru moje raziskave ne bi izpostavljala, saj sem se glede na namen diplomskega dela osredotočila na analizo kakovosti storitev. Na zadovoljstvo porabnikov pa izven podjetja vplivajo še osebni dejavniki in okoliščine.

Slika 3: Model povezave med kakovostjo storitev in zadovoljstvom porabnikov



Vir: V. Zeithaml, M. J. Bitner, *Services marketing. Integrating customer focus across the firm*, 2000, str. 75

V vsakem podjetju pa je vpliv dejavnikov drugačen in tudi dejavniki so različni in jih je ponekod tudi več kot jih je prikazanih v modelu. Tudi glede na skupinski pogovor in na lastne izkušnje predvidevam, da je povezava med kakovostjo storitev in zadovoljstvom zelo močna in pozitivna, saj so ljudje s storitvijo bolj zadovoljni, če je le-ta izvedena kakovostno.

Po lastnih izkušnjah je tečajnikom po končanem učenju smučanja najbolj pomembno naslednje:

- da so se naučili smučati do te mere, da so samostojni,
- da so se zabavali,
- da so se počutili varno in
- da so se zaposleni v smučarski šoli prilagodili njihovim specifičnim zahtevam in jim bili vedno v pomoč.

Profesionalni pristop k učenju, urejenost in prijaznost učiteljev, določen sistem učenja, uporaba rekvizitov, komunikacija med učiteljem in učencem, pomoč vsakemu posamezniku in kot rezultat samostojno in varno smučanje določajo kakovost smučarske šole, vse to pa je pogoj za zadovoljstvo porabnika. Od vsakega posameznika pa je odvisna stopnja zadovoljstva (vpliv *osebni dejavnikov*, kot so motoričnost, fizična kondicija, splošna pripravljenost za učenje in vpliv *okoliščin* učenja smučanja, kot so slabo vreme, slabi odnosi v skupini).

4. **Hipoteza:** *Med dimenzijami tečajniki najboljše ocenjujejo fizične dokaze kot dimenzijo kakovosti smučarske šole Intersport Bernik, sledi pa ji dimenzija vživljanja v položaj porabnika.*

V skupinskem pogovoru so tečajniki najprej omenili urejenost učiteljev, uniforme in njihovo opremo, kar so tudi stvari, ki jih tečajniki na začetku najprej opazijo. Tudi na podlagi literature, po kateri sem povzela glavne dimenzije, ki se v raziskavah večinoma omenjajo, so med prvimi tremi vedno fizični dokazi storitve (Lagrosen & Lagrosen, 2007, Ko & Pastore, 2004, in drugi). Začetniki so kot fizični dokaz poudarili tudi izgled terena oz. smučišča, kjer bodo s smučanjem začeli, nadaljevalci pa večinoma teren že pred tečajem preizkusijo. Pomembno se jim zdi, da za začetek ni strmo, da imajo dovolj prostora in da ni gneče. Iz skupinskega pogovora sem razbrala, da na podlagi uniform in pristopa učiteljev tečajniki dobijo občutek, da so učitelji profesionalni in da jim lahko zaupajo. Vse to vpliva na njihovo zaznavanje kakovosti storitev smučarske šole, kot tudi na končno zadovoljstvo. Kot drugo so v skupinskem pogovoru največkrat poudarili medsebojno komunikacijo, pomoč in svetovanje učitelja ter poslušanje za potrebe posameznega tečajnika, kar bi uvrstila v dimenzijo vživljanja v položaj porabnika. Vsak raziskovalec nekoliko drugače poimenuje omenjeno dimenzijo (medosebni odnosi, druženje, komunikacija in podobno), ugotovitve pa so si podobne. Ko in Pastore (2004) kot glavno dimenzijo kakovosti v izobraževalnih storitvah v športu postavljata medsebojne odnose, saj je po njenem mnenju izobraževanje v športni dejavnosti storitev, za katero se je porabnik odločil iz radovednosti, užitka in zabave, za kar je vzpostavitev dobrih in prijateljskih odnosov na profesionalni ravni ključnega pomena. Tudi Athanasopoulou (2008) je prišla do podobnih ugotovitev v svoji raziskavi o kakovosti odnosov pri športnih storitvah. Porabnik, po ugotovitvah avtorice, z veseljem sodeluje z izvajalcem, se ob učenju dobro počuti, mu zaupa in se poleg tega tudi največ nauči. Skleпам, da na zadovoljstvo močno vpliva tudi razumevanje med tečajniki in učiteljem, kot je npr. razlaga tehnike smučanja v razumljivem jeziku, brez strokovnih izrazov, tako da tečajniki natančno razumejo nasvete in razlage učitelja.

5. **Hipoteza:** *Zadovoljstvo začetnikov je močno pozitivno povezano z dimenzijo vživljanja v položaj porabnika, sledi pa ji odzivnost kot dimenzija kakovosti.*

Začetniki so specifična skupina tečajnikov. So prestrašeni, ne spoznajo se na smučarsko opremo in na smučanje, prvič so obuti v smučarske čevlje in prvič so pod vznožjem proge, po kateri se bodo kmalu spustili. Potrebna je natančnejša razlaga poteka dela, kako si bodo naloge vrstile po dnevih in kaj bodo na koncu dosegli. Zato je pravilen, prijazen pristop in razumljiva razlaga prvo in najpomembnejše dejanje, ki jim že na začetku vzbudi nekaj zaupanja in jim izbije nekaj strahu. To so potrdili tudi udeleženci skupinskega pogovora. Zelo so zadovoljni s svetovanjem in posvečanjem učitelja vsakemu posamezniku, s pogovorom o njegovih težavah in o načinu, kako jih odpraviti, s pomočjo v primeru padcev, bolečin in drugih težav. Pomembna se jim zdi tudi stalna spodbuda, saj tako pridobijo samozavest in izgubijo strah. Vse naštetu je možno doseči z vzpostavitvijo dobrih medsebojnih odnosov, s

sočutjem, s posluhom za potrebe porabnika in z individualnim svetovanjem ter pomočjo vsakemu posamezniku. Odzivnost kot dimenzijo kakovosti pa sem zaznala v skupinskem pogovoru, ko so omenili, da se jim zdi dobro, da se težave v skupini hitro rešijo, da je takojšen odziv na pritožbe in da učitelji takoj reagirajo glede na probleme in potrebe tečajnika ter jim nudijo potrebno pomoč. Na podlagi tega sklepam, da so začetniki glede odzivnosti bolj občutljivi kot nadaljevalci, saj so na smučišču prvič, prvič se srečajo z vlečnicami in smučarsko opremo in se ob vsem tem težje znajdejo kot nadaljevalci, ki so že prej obiskali smučarsko šolo in ki so smučali že prej in so s potekom učenja smučanja in drugimi, spremljajočimi zadevami že seznanjeni (npr. nakup vozovnice za žičnico, možnost zamenjave opreme, možnost zamenjave skupine, zahtevnost posameznih terenov in drugo).

6. **Hipoteza:** *Povezanost med zadovoljstvom pri nadaljevalcih in sistemom učenja je nizka.*

Sistem učenja smučanja poteka po določenem vzorcu oz. vrstnem redu (prehod iz klinastega zavoja v osnovno vijuganje, sledijo različne vaje za nastavitve robnikov, nato v nadaljevanju vbod palice itd.). Za doseg zastavljenih ciljev, tako pri nadaljevalcih kot začetnikih, so potrebne določene koordinacijske vaje, ki zahtevajo več ponovitev. Nadaljevalci so tečajniki, ki so, po lastnih izkušnjah, najbolj zahtevni učenci, saj so navajeni določenega načina smučanja, katerega je težje spremeniti. Po njihovem mnenju smučajo že dovolj dobro, da potrebujejo le malo popravkov, zato ne želijo pretiranih razlag in čakanja v skupinah ter ocenjevanja vsakega posameznika. V skupinskem pogovoru so vsi nadaljevalci ocenili izvajanje koordinacijskih vaj kot nepotrebno, saj bi želeli več smučanja, hitrejše smučanje in tudi hitro napredovanje, čeprav na so na koncu priznali, da so vaje koristne. Glede na odgovore s strani predstavnice agencije Crystal si nadaljevalci želijo več zabave, več sproščenega smučanja in več različnih animacijskih dejavnosti na smučeh (npr. smučanje s poskoki, smučanje vzvratno, po eni smučki in podobno) ter raziskovanja smučišča pod vodstvom smučarskega učitelja. Za napredovanje iz dobrega nadaljevalca v boljšega nadaljevalca je potrebno veliko več vaje, več ponovitev in s tem tudi več razmišljanja. Glede na skupinski pogovor, kjer so omenili, da želijo več zabave in manj zahtevnih nalog, lahko sklepam, da za nadaljevalce program učenja smučanja ni bistvenega pomena oz. ni močno povezan z njihovim končnim zadovoljstvom.

3.2.3 Anketni vprašalnik

Vprašalnik je sestavljen po vzorcu modelov SERVQUAL in SERVPERF, vendar sta omenjena modela v tem primeru prilagojena glede na specifično tematiko. Sestava vprašalnika je povzeta po modelu SERVQUAL, le da vsebuje več trditev in tudi nekaj drugih vprašanj. Glede na to, da bi po modelu SERVQUAL morala merjenje ponoviti dvakrat in vprašalnika razdeliti na dvakrat po 22 trditev (na trditve v zvezi s pričakovanji in na trditve, ki se nanašajo na smučarsko šolo Intersport Bernik), sem se odločila za sistem merjenja po orodju SERVPERF. Odločila sem se za merjenje kakovosti na podlagi zaznavanja izvedbe,

saj po mnenju mnogih raziskovalcev bolj natančno pojasni kakovost storitev in pojasni večji del variance kot orodje SERVQUAL (Cronin & Taylor, 1992, v Abdullah, 2006, str. 33).

Vprašalnik vsebuje 5 vprašanj, od katerih se dve nanašata na sociodemografske značilnosti anketirancev (glej *PRILOGA 5, str. 9*). Osnova za oblikovanje vprašanj so bile predhodno postavljene hipoteze, v poglavju 2.1. opisane dimenzije kakovosti in postavljeni cilji raziskave. Prav tako sem se pri izdelavi vprašalnika oprla na preiskovalno raziskavo, in sicer na skupinski pogovor in na odgovore na vprašanja s strani vodij. Vprašalnik najprej vsebuje mojo, kratko predstavitev, predstavitev tematike, na katero se vprašanja nanašajo in oceno časa, ki ga bodo porabili za odgovarjanje. Vprašanja so zastavljena tako, da bom z dobljenimi rezultati lahko potrdila ali ovrgla zastavljene hipoteze. Trditve so oblikovane enostavno, brez zapletenih strokovnih izrazov in so razumljive. V nadaljevanju so trditve napisane v slovenščini, za potrebe anketiranja bo celoten vprašalnik preveden v angleški jezik (glej *PRILOGA 4, str. 6*).

Prvo vprašanje se nanaša na prvo hipotezo, ki predvideva, da so v splošnem porabniki zelo zadovoljni s storitvami smučarske šole Intersport Bernik.

Drugo vprašanje zajema 27 trditev, ki bodo služile za potrditev ostalih štirih hipotez. Pri oblikovanju trditev sem se zgledovala po vzorcu osnovnih trditev za merjenje kakovosti pri orodju SERVQUAL. Gre za trditve, katerih osnova so osnovne dimenzije kakovosti in jih anketiranci ocenjujejo na 6-stopenjski Likertovi lestvici. Tako sem se izognila nevtralni točki lestvice, saj bodo imeli, po mojem mnenju anketiranci v času merjenja, to je takoj po koncu tečaja, izoblikovana svoja stališča in bodo vsi dobro poznali tematiko. V vprašalnik sem dodala dimenzijo **socialni vidik** učenja smučanja, kamor spadajo odnosi med člani v skupinah in odnosi med učiteljem in učencem, ki so jih udeleženci skupinskega pogovora nekajkrat omenili. V nadaljevanju (glej *tabela 1, str. 29*) so navedene trditve, ki so razvrščene glede na dimenzije kakovosti, na katere se nanašajo.

Tabela 1: Trditve iz vprašalnika povezane z dimenzijami kakovosti

TRDITEV	DIMENZIJA, NA KATERO SE TRDITEV NANAŠA
a) Ko smučam z inštruktorjem smučarske šole Intersport Bernik, se počutim varno.	Vzbujanje zaupanja
b) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik so prijazni in vljudni.	Vzbujanje zaupanja
c) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik imajo dovolj tehničnega, smučarskega znanja za odgovore na moja vprašanja.	Vzbujanje zaupanja
d) Nasveti inštruktorjev smučarske šole Intersport Bernik glede mojega smučanja so jasni in razumljivi.	Vzbujanje zaupanja
e) Zaupam smučarski šoli Intersport Bernik.	Vzbujanje zaupanja

se nadaljuje

nadaljevanje

TRDITEV	DIMENZIJA, NA KATERO SE TRDITEV NANAŠA
f) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik in drugi zaposleni so mi vedno pripravljeni pomagati pri reševanju mojih težav v zvezi s smučanjem.	Zanesljivost
g) Zaposleni v smučarski šoli Intersport Bernik se trudijo že prvič opraviti storitev brez napak.	Zanesljivost
h) Storitev učenja smučanja je bila izvedena, kot je bilo obljubljeno.	Zanesljivost
i) Po programu, ki ga izvaja inštruktor smučanja, je ravno dovolj vaj.	Sistem učenja smučanja
j) Vaje so dober način, kako izboljšati moje smučanje.	Sistem učenja smučanja
k) Vem, kam vodi vsaka od vaj, ki jih pokaže inštruktor.	Sistem učenja smučanja
l) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik uporabljajo različne rekvizite, ki mi pomagajo pri učenju smučanja in naredijo smučanje bolj zabavno (npr. stožci, obroči, palice itd.)	Sistem učenja smučanja
m) Inštruktorji in drugi zaposleni smučarske šole Intersport Bernik se hitro odzovejo na moje želje in potrebe.	Odzivnost
n) Inštruktorji in drugi zaposleni smučarske šole Intersport Bernik so mi vedno na voljo, kadar imam težave.	Odzivnost
o) Inštruktorji in drugi zaposleni smučarske šole Intersport Bernik hitro rešijo moje probleme.	Odzivnost
p) Inštruktorji dobro govorijo angleško in nisem imel težav pri razumevanju.	Vživljanje v položaj porabnika
q) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik svetujejo udeležencem glede na njihove individualne potrebe in sposobnosti.	Vživljanje v položaj porabnika
r) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik poslušajo in razumejo specifične potrebe vsakega posameznika.	Vživljanje v položaj porabnika
s) Rad se učim smučanja v skupini.	Socialni vidik
t) Dobro se razumem z drugimi člani skupine.	Socialni vidik
u) Počutim se varneje, ko smučam v skupini.	Socialni vidik
v) Smučarska šola Intersport Bernik oblikuje homogene skupine glede na sposobnosti in znanje posameznikov.	Socialni vidik
w) Inštruktor smučarske šole Intersport Bernik je kot moj prijatelj.	Socialni vidik
x) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik so primerno in prepoznavno oblečeni in opremljeni.	Fizični dokazi
y) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik imajo moderno in profesionalno opremo.	Fizični dokazi
z) Smučišča, po katerih smo smučali, so bila preveč strma.	Fizični dokazi
aa) Inštruktor je izbral prava smučišča za moje sposobnosti in znanje.	Fizični dokazi

Tretje vprašanje, pri katerem se anketiranci opredelijo za začetnike in nadaljevalce, mi bo omogočilo analizo za oba omenjena podvzorca.

Sledita dve vprašanji, ki sta namenjeni zbiranju demografskih podatkov, in sicer vprašanje o spolu in starosti. Druga mogoča demografska vprašanja se mi, glede na posebnost same

storitve in raznolikost porabnikov ter glede na preiskovalno raziskavo, niso zdela potrebna za mojo raziskavo.

Anketni vprašalnik sem pred začetkom anketiranja testirala na petih naključno izbranih tečajnikih. V vprašalniku so popravili nekaj pravopisnih napak, napačnih črkovanj angleških besed in zamenjali nekatere besede, pripomb glede razumljivosti niso imeli. V splošnem so ugotovili, da je vprašalnik razumljiv in enostaven ter da resnično ne vzame veliko časa in ne zahteva veliko dela pri reševanju. Tako sem dobila potrditev, da je vprašalnik dobro sestavljen in nadaljevala z anketiranjem.

3.2.4 Izbira vzorca

Populacijo so predstavljali vsi tečajniki angleške narodnosti, ki so se udeležili enotedenskega tečaja učenja smučanja in so starejši od 18 let, brez zgornje starostne omejitve. V vzorec sem zajela tečajnike, starejše od 18 let, ki so bili prisotni na tečajih od 20. 2. 2010 do 14. 3. 2010. Za reševanje vprašalnika sem izbrala petek, ko so se tečajniki po zaključku tečaja udeležili smučarske zabave v organizaciji smučarske šole Intersport Bernik. Želela sem pridobiti še sveža mnenja porabnikov, saj se je tečaj isti dan tudi zaključil; anketiranje med procesom učenja smučanja ne bi bilo smiselno, saj si porabniki še ne bi mogli ustvariti celotne slike o storitvah smučarske šole. Po končani podelitvi diplom sem tečajnikom ponudila v izpolnjevanje vprašalnik, ki so ga nato tudi osebno vrnili. Anketirance sem izbrala naključno, šlo je za neverjetnostni priložnostni vzorec. Razdelila sem 125 vprašalnikov, na njih sta mi odgovorila 102 tečajnika. Stopnja odziva je 0,816.

3.3 Rezultati raziskave

3.3.1 Sestava vzorca

Od 102 tečajnikov je bilo v vzorec zajetih 47 % žensk in 53 % moških (*glej PRILOGA 6, tabela 1, str. 12*). Največ tečajnikov se je uvrstilo v starostni razred od 31 do 50 let, in sicer 59 % vprašanih. 31 % vprašanih se nahaja v starostnem razredu od 18 do 30 let, 10 % pa v starostnem razredu nad 50 let (*glej PRILOGA 6, tabela 2, str. 12*). Starostna struktura nakazuje, da se smučanja večinoma organizirano učijo ljudje v letih od 18 do 50 (90 % vprašanih). Tečajnikov nad 50 let je malo.

Predstavim naj še razvrstitev 102 tečajnikov glede na to, v katero skupino so bili razporejeni na začetku tečaja oz. na njihovo smučarsko predznanje. Možni sta bili dve skupini, in sicer odrasli začetniki in odrasli nadaljevalci. *Začetnikov* je bilo med vprašanimi 44 %, *nadaljevalcev* pa 56 % (*glej PRILOGA 6, tabela 3, str. 12*).

3.3.2 Univariatna analiza

Najprej bom prikazala splošno zadovoljstvo tečajnikov s smučarsko šolo, sledila pa bo analiza trditev, kjer bom analizirala tudi zanesljivost merske lestvice in jih združila v dimenzije kakovosti.

Splošno zadovoljstvo s storitvami smučarske šole Intersport Bernik

Rezultati analize so pokazali, da je 65 % anketirancev zelo zadovoljnih s storitvami smučarske šole Intersport Bernik, 30 % pa jih je s storitvami zadovoljnih; 3 % so bili bolj zadovoljni kot nezadovoljni, 2 % pa je bolj nezadovoljnih kot zadovoljnih. Anketiranci niso obkrožili odgovorov *zelo nezadovoljen* in *nezadovoljen*. Manjkajoči podatki se niso pojavili (glej PRILOGA 6, tabela 5, str. 12).

Anketiranci so splošno zadovoljstvo ocenili dokaj visoko in ocene so se med seboj zelo malo razlikovale. Povprečna ocena zadovoljstva s storitvami smučarske šole Intersport Bernik je zato visoka, in sicer znaša 5,58 (glej PRILOGA 6, tabela 4, str. 12).

Opredelitev in analiza glavnih dimenzij kakovosti storitev smučarske šole Intersport Bernik

V vprašalniku je 27 trditev in vsako od njih sem najprej analizirala ločeno. Analiza je pokazala zelo visoke ravni strinjanja z navedenimi trditvami, kar je razvidno iz tabele 2 na strani 33 in 34.

Univariatna analiza trditev je pokazala zelo majhne razlike med aritmetičnimi sredinami. Najnižje glede na ostale trditve so angleški tečajniki v povprečju ocenjevali trditev *Smučišča, po katerih smo smučali, so bila preveč strma (trditev z)* in trditev *Smučarska šola Intersport Bernik oblikuje homogene skupine glede na sposobnosti in znanje posameznikov (trditev v)*. Za obe trditvi je bilo tako povprečno oceno pričakovati, saj je največ pritožb prav v zvezi z nezadovoljstvom glede sestave skupin in glede zahtevnosti smučišč. Nekatere skupine naj ne bi bile homogene glede na predznanje tečajnikov, izbrana smučišča za učenje pa se tečajnikom v povprečju zdijo primerna glede na njihovo znanje smučanja. Tečajniki se v povprečju strinjajo z obema trditvama.

Najbolje so tečajniki ocenili trditev *Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik so prijazni in vljudni (trditev b)* (glej tabela 2, str. 33), kar je bilo tudi pričakovano, saj največ pohval smučarska šola prejme prav glede prijaznosti inštruktorjev. Zelo visoko so tečajniki ocenili tudi trditvi *Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik imajo dovolj tehničnega, smučarskega znanja za odgovore na moja vprašanja (trditev c)* in *Ko smučam z inštruktorjem smučarske šole Intersport Bernik, se počutim varno (trditev a)*, kar oboje kaže na visoko zaupanje tečajnikov v inštruktorje smučarske šole in v storitev smučarske šole Intersport Bernik na splošno.

Tabela 2: Statistika po posameznih trditvah – prikaz aritmetičnih sredin in standardnih odklonov

TRDITEV	Aritmetična sredina	Standardni odklon
a) Ko smučam z inštruktorjem smučarske šole Intersport Bernik, se počutim varno.	5,69	0,507

se nadaljuje

nadaljevanje

TRDITEV	Aritmetična sredina	Standardni odklon
b) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik so prijazni in vljudni.	5,83	0,400
c) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik imajo dovolj tehničnega, smučarskega znanja za odgovore na moja vprašanja.	5,71	0,519
d) Nasveti inštruktorjev smučarske šole Intersport Bernik glede mojega smučanja so jasni in razumljivi.	5,53	0,656
e) Zaupam smučarski šoli Intersport Bernik.	5,62	0,581
f) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik in drugi zaposleni so mi vedno pripravljeni pomagati pri reševanju mojih težav v zvezi s smučanjem.	5,56	0,739
g) Zaposleni v smučarski šoli Intersport Bernik se trudijo že prvič opraviti storitev brez napak.	5,45	0,704
h) Storitev učenja smučanja je bila izvedena, kot je bilo obljubljeno.	5,50	0,793
i) Po programu, ki ga izvaja inštruktor smučanja, je ravno dovolj vaj.	5,09	1,109
j) Vaje so dober način, kako izboljšati moje smučanje.	5,42	0,737
k) Vem, kam vodi vsaka od vaj, ki jih pokaže inštruktor.	5,07	0,947
l) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik uporabljajo različne rekvizite, ki mi pomagajo pri učenju smučanja in naredijo smučanje bolj zabavno (npr. stožci, obroči, palice itd.)	5,22	0,886
m) Inštruktorji in drugi zaposleni smučarske šole Intersport Bernik se hitro odzovejo na moje želje in potrebe.	5,49	0,741
n) Inštruktorji in drugi zaposleni smučarske šole Intersport Bernik so mi vedno na voljo, kadar imam težave.	5,55	0,728
o) Inštruktorji in drugi zaposleni smučarske šole Intersport Bernik hitro rešijo moje probleme.	5,46	0,819
p) Inštruktorji dobro govorijo angleško in nisem imel težav pri razumevanju.	5,58	0,667
q) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik svetujejo udeležencem glede na njihove individualne potrebe in sposobnosti.	5,48	0,876
r) Instruktorji smučarske šole Intersport Bernik poslušajo in razumejo specifične potrebe vsakega posameznika.	5,43	0,939
s) Rad se učim smučanja v skupini.	5,47	0,841
t) Dobro se razumem z drugimi člani skupine.	5,62	0,718
u) Počutim se varneje, ko smučam v skupini.	5,20	0,975
v) Smučarska šola Intersport Bernik oblikuje homogene skupine glede na sposobnosti in znanje posameznikov.	4,78	1,191
w) Instruktor smučarske šole Intersport Bernik je kot moj prijatelj.	5,30	0,842
x) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik so primerno in prepoznavno oblečeni in opremljeni.	5,63	0,579

se nadaljuje

nadaljevanje

TRDITEV	Aritmetična sredina	Standardni odklon
y) Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik imajo moderno in profesionalno opremo.	5,65	0,574
z) Smučišča, po katerih smo smučali, so bila preveč strma.	2,30	1,420
aa) Inštruktor je izbral prava smučišča za moje sposobnosti in znanje.	5,36	0,993

Vir: Lastna raziskava, 2010.

Navedene trditve iz vprašalnika so podlaga za ocenjevanje posameznih dimenzij kakovosti (glej tabela 2, str. 33–34). Potrebno pa je preveriti zanesljivost merskega instrumenta, ki nam pove, ali navedene trditve merijo isto stvar in so zanesljive.

Zanesljivost merskega inštrumenta

Zanesljivosti merjenja dimenzij opredeljenih s sklopom trditev v 2. vprašanju in merjenih z Likertovo lestvico, sem merila z Cronbach alfa koeficientom. Omenjeni koeficient lahko zavzame vrednosti od 0 do 1. Izračunani Cronbach alfa koeficienti za posamezne dimenzije morajo biti višji od 0,6, da lahko merski inštrument označimo kot zanesljiv. Pri izračunavanju Cronbach alfa koeficientov za vsako posamezno dimenzijo sem naletela na težavo. Sklop trditev v okviru dimenzije *fizični dokazi* ni prikazal zadostne zanesljivosti, saj je koeficient zavzel vrednost 0,315. Poslužila sem se prvega koraka pri reševanju take vrste težav, in sicer sem izločila trditve, ki je imela najnižjo povprečno vrednost. To je trditev *Smučišča, po katerih smo smučali, so bila preveč strma* (trditev z). Po izločitvi trditve z sem ponovno izmerila Cronbach alfa koeficient za tri ostale trditve v okviru dimenzije *fizični dokazi* in dobila zadovoljiv rezultat. Po ponovljenem merjenju sem ugotovila, da je merski inštrument visoko zanesljiv. To prikazujejo izračunani Cronbach alfa koeficienti (glej tabela 3, str. 35) za vsako od dimenzij kakovosti. Vsi izračunani koeficienti znašajo nad 0,6, kolikor je spodnja meja zanesljivosti merjenja.

Tabela 3: Preverjanje zanesljivosti merskega inštrumenta

Dimenzija	Cronbach alfa
Vzbujanje zaupanja	0,846
Zanesljivost	0,895
Sistem učenja smučanja	0,813
Odzivnost	0,917
Vživljanje v položaj porabnika	0,833
Socialni vidiki	0,788
Fizični dokazi	0,682

Vir: Rezultati lastne raziskave, 2010.

Največjo zanesljivost kaže dimenzija *odzivnost*, sledi pa ji dimenzija *zanesljivost*. Najmanj je merski inštrument zanesljiv pri merjenju dimenzij *socialni vidiki* in *fizični dokazi*.

Cronbach alfa koeficient za celotni merski inštrument z vsemi trditvami znaša 0,940, po izločitvi trditve z pa znaša 0,952 in kaže na visoko zanesljivost (glej PRILOGA 6, tabela 9 in 10, str. 14).

Najvišje so tečajniki v povprečju ocenili dimenzijo *vzbujanje zaupanja*, katere aritmetična sredina znaša 5,67, razmeroma najnižje pa so ocenili dimenzijo *sistem učenja smučanja*, in sicer 5,20 (glej tabela 4, str. 36).

Tabela 4: Statistika za posamezne dimenzije kakovosti

Opisna statistika					
	N	Minimum	Maksimum	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Vzbujanje zaupanja	102	4	6	5,67	,424
Zanesljivost	99	2	6	5,50	,682
Sistem učenja smučanja	102	3	6	5,20	,744
Odzivnost	100	2	6	5,50	,710
Vživljanje v položaj porabnika	102	2	6	5,50	,723
Socialni vidik	102	3	6	5,29	,682
Fizični dokazi	102	4	6	5,55	,580
Veljavnih N	97				

Vir: Lastna raziskava, 2010.

Če najbolj ocenjeno dimenzijo, *vzbujanje zaupanja*, pogledamo podrobneje, ugotovimo, da so se tečajniki najbolj strinjali s trditvijo *Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik so prijazni in vljudni (trditev b)*, ki je tudi sicer najbolj ocenjena trditev v celotnem sklopu (glej PRILOGA 6, tabela 7, str. 14). Visoko je tudi strinjanje z ostalimi tremi trditvami (a, c, e). Najmanj so se tečajniki v povprečju strinjali s trditvijo *Nasveti inštruktorjev smučarske šole Intersport Bernik glede mojega smučanja so jasni in razumljivi (trditev d)*, kar je pokazatelj, da bi se morali učitelji glede jasnega in razumljivega izražanja in svetovanja bolj potruditi ali pa bi bilo potrebno obstoječe znanje obnoviti in ga poglobiti.

Podroben vpogled v najnižje ocenjeno dimenzijo *sistem učenja smučanja* pokaže, da so se tečajniki v tem sklopu trditev v povprečju najbolj strinjali s trditvijo *Vaje so dober način, kako izboljšati moje smučanje (trditev j)*, dokaj visoko strinjanje pa so tečajniki izrazili pri trditvi *Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik uporabljajo različne rekvizite, ki mi pomagajo pri učenju smučanja in naredijo smučanje bolj zabavno (npr. stožci, obroči, palice itd.) (trditev l)* (glej PRILOGA 6, tabela 8, str. 14). Najnižje med trditvami so tečajniki v povprečju ocenili dve trditvi. Prva izmed slabo ocenjenih trditev v okviru te dimenzije je trditev *Vem, kam vodi vsaka od vaj, ki jih pokaže inštruktor (trditev k)*, kar pomeni, da tečajnikom v večini namen samih vaj na smučeh ni dobro razložen in predstavljen. Nižje od povprečnih ocen strinjanja z drugimi trditvami so tečajniki ocenili tudi strinjanje s trditvijo *Po programu, ki ga izvaja inštruktor smučanja, je ravno dovolj vaj (trditev i)*, saj se ljudje večkrat pritožijo zaradi prevelikega števila vaj na smučeh, ki se jim zdijo izguba časa in bi želeli več prostega smučanja pod nadzorstvom inštruktorja. Nujno bi tako veljalo bolje poučiti inštruktorje glede podajanja razlag in pojasnjevanja posameznih vaj, kot tudi glede primerne števila vaj na dve uri tečaja in primerne števila ponovitev.

3.3.3 Bivariatna analiza – preverjanje hipotez

H1: Gledano v celoti, so porabniki zadovoljni s smučarsko šolo Intersport Bernik.

Pri analizi sem preverjala splošno zadovoljstvo vseh vprašanih s smučarsko šolo Intersport Bernik. Hipoteza je postavljena enosmerno, in sicer predvideva, da je večina porabnikov zadovoljstvo s smučarsko šolo ocenila z oceno višjo od 3,5. Na podlagi lastnih izkušenj sem hipotezo postavila višje, in sicer, da so porabniki v povprečju zadovoljni ali zelo zadovoljni s storitvami smučarske šole. Hipotezo sem preverila z preizkusom domneve o aritmetični sredini (glej *PRILOGA 7, tabela 11, str. 15*).

Na podlagi vzročnih podatkov sem ugotovila, da angleški tečajniki v povprečju splošno zadovoljstvo s smučarsko šolo v povprečju ocenjujejo z oceno 5,58 (glej *PRILOGA 6, tabela 4, str. 12*).

Preizkus domneve o aritmetični sredini je pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$ pokazal, da lahko na podlagi vzorčnih podatkov zavrnem ničelno domnevo ($H_0 = \mu < 5$) in sprejem alternativno domnevo ($H_1 = \mu \geq 5$), ki pravi, da so porabniki v splošnem zadovoljni s smučarsko šolo Intersport Bernik (glej *PRILOGA 7, tabela 12, str. 15*).

H2: Začetniki so s storitvijo smučarske šole bolj zadovoljni kot nadaljevalci.

Vse vprašane sem s 3. vprašanjem v vprašalniku (glej *PRILOGA 4, str. 6*) glede na smučarsko predznanje razdelila na dve skupini. Prva skupina vprašanih so začetniki, druga pa nadaljevalci. V vzorec je bilo zajetih 45 (44 %) začetnikov in 57 (56 %) nadaljevalcev (glej *PRILOGA 7, tabela 13, str. 16*).

Najprej sem z opisno statistiko na podlagi vzorčnih podatkov ugotovila, da so začetniki svoje splošno zadovoljstvo s smučarsko šolo v povprečju ocenjevali z oceno 5,64, odrasli nadaljevalci pa z oceno 5,53 (glej *PRILOGA 7, tabela 13, str. 16*).

Najprej sem z F-testom preverila ali lahko sprejem ničelno domnevo o enakosti varianc ali alternativno domnevo o neenakosti varianc opazovanih vzorcev (glej *PRILOGA 7, tabela 14, str. 16*). Stopnja značilnosti, ki jo je izračunal F-test je 0,407 in je večja od $\alpha = 0,05$, kar pomeni, da ničelne domneve ni mogoče zavrniti. Varianci opazovanih vzorcev sta enaki. Ničelno hipotezo sem nato preverila s t-testom o enakosti aritmetičnih sredin. S t-testom izračunana enosmerna stopnja značilnosti pri domnevi o enakih variancah je 0,183, kar je še vedno večje od $\alpha = 0,05$. Tudi ta razlika ni značilna.

Na podlagi vzorčnih podatkov tako ne moremo zavrniti ničelne domneve in ne moremo trditi, da so začetniki s smučarsko šolo Intersport Bernik v povprečju bolj zadovoljni kot nadaljevalci.

H3: Kakovost storitev smučarske šole Intersport Bernik je pozitivno povezana z zadovoljstvom porabnikov njenih storitev.

Jakost povezave in njeno statistično značilnost med zadovoljstvom in kakovostjo storitev smučarske šole bom preverila z izračunom Pearsonovega koeficienta korelacije. Omenjen koeficient meri linearno povezanost med dvema spremenljivkama in lahko zavzame vrednost na intervalu od -1 do 1 . Če Pearsonov koeficient korelacije zavzame vrednost 0 pomeni, da korelacije ni, od 0 pa do 1 pomeni da gre za pozitivno korelacijo, od 0 do -1 pa pomeni negativno korelacijo. Za pozitivno korelacijo pa obstajajo naslednji razredi, ki določajo za kako močno korelacijo gre:

- $< 0,3$ – ni korelacije;
- med $0,31$ in $0,5$ – nizka korelacija;
- med $0,51$ in $0,7$ – srednja korelacija;
- med $0,71$ in $0,9$ – visoka korelacija;
- $0,9 <$ – zelo visoka korelacija.

Postavila sem naslednji domnevi:

H_0 : kakovost in zadovoljstvo med seboj nista povezana

H_1 : kakovost in zadovoljstvo sta med seboj povezana

Na podlagi vzorčnih podatkov sem izračunala Pearsonov koeficient korelacije, ki znaša $0,677$ pri zanemarljivi stopnji značilnosti ($P = 0,00 < \alpha = 0,05$) (glej *PRILOGA 7, tabela 16, str. 17*). Na podlagi vzorčnih podatkov lahko zavrnem ničelno domnevo pri zanemarljivi stopnji značilnosti in sprejemem sklep, da je kakovost smučarske šole Intersport Bernik srednje močno in pozitivno povezana z zadovoljstvom njenih porabnikov.

Potrditev te hipoteze pomeni, da je poslovodstvu smučarske šole Intersport Bernik potrebno veliko vlagati v kakovost storitev smučarske šole, če želijo še naprej ohranjati visoko stopnjo zadovoljstva svojih porabnikov ali jo celo zvišati.

H4: Med dimenzijami tečajniki najboljše ocenjujejo *fizične dokaze* kot dimenzijo kakovosti smučarske šole Intersport Bernik, sledi pa ji dimenzija *vživljanja v položaj porabnika*.

Glede na hipotezo bi morala biti najboljše ocenjena dimenzija *fizični dokazi*, druga najboljše ocenjena pa dimenzija *vživljanje v položaj porabnika*. Analiza aritmetičnih sredin je pokazala, da so tečajniki v povprečju najboljše ocenili dimenzijo *vzbujanje zaupanja*, sledi pa ji dimenzija *fizični dokazi* (glej *tabela 4, str. 36*). S pregledom aritmetičnih sredin za posamezne dimenzije lahko trdim, da je hipoteza napačno postavljena, potrdila je ni niti statistična analiza. S preizkusom dvojic za spremenljivki *fizični dokazi* in *vživljanje v položaj porabnika* nisem mogla zavrniti ničelne domneve. Preizkus je potrdil, da razlika med omenjenima

dvema spremenljivkama ni statistično značilna, kar prav tako pomeni, da hipoteze ne morem potrditi (glej PRILOGA 7, tabela 19, str. 18).

Preverila pa bom statistično značilnost razlike med ocenjevanjem dimenzije *vzbujanje zaupanja* in dimenzijo *fizični dokazi*. Za preverjanje bom uporabila preizkus za dve spremenljivki na isti enoti. Spremenljivki sta tokrat obe dimenziji (*fizični dokazi* in *vzbujanje zaupanja*), populacijo pa predstavljajo vsi vprašani tečajniki. Primerjala bom njuni aritmetični sredini, ki znaša za dimenzijo *fizični dokazi* 5,55, za dimenzijo *vzbujanje zaupanja* pa 5,67 (glej PRILOGA 7, tabela 20, str. 18).

Domneve se pri preizkusu dvojic postavljajo glede na razliko med aritmetičnima sredinama obeh spremenljivk, μ_D . V ničelni domnevi predpostavim, da razlika v aritmetičnih sredinah pri obeh spremenljivkah ne obstaja, v alternativni domnevi pa predpostavim, da obstaja razlika v ocenah obeh spremenljivk, in sicer da tečajniki dimenzijo *vzbujanje zaupanja* ocenjujejo bolje kot dimenzijo *fizični dokazi*.

Izračunana enostranska stopnja značilnosti znaša $P = 0,00$, kar je manjše od $\alpha = 0,05$. To pomeni, da na podlagi vzorčnih podatkov lahko zavrnemo ničelno domnevo in sprejmemo sklep, da je razlika statistično značilna (glej PRILOGA 7, tabela 22, str. 19), torej, da tečajniki med dimenzijami kakovosti bolje kot *fizične dokaze* ocenjujejo dimenzijo *vzbujanje zaupanja*.

H5: Zadovoljstvo začetnikov je močno pozitivno povezano z dimenzijo vživljanja v položaj porabnika, sledi pa ji odzivnost kot dimenzija kakovosti.

Pri analizi povezanosti zadovoljstva začetnikov z dimenzijama odzivnost in vživljanje v položaj porabnika sem se odločila za multiplo regresijsko analizo, s katero sem želela ugotoviti, kako so posamezne dimenzije povezane z zadovoljstvom začetnikov in ali so te povezave statistično značilne. Pred izvedbo multiple regresije sem preverila tako zanesljivost celotnega konstrukta (Cronbach alfa = 0,952) (glej PRILOGA 6, tabela 10, str. 14) kot tudi posameznih dimenzij kakovosti (vsi Cronbach alfa koeficienti so nad 0,6) (glej tabela 3, str. 35). Vsi koeficienti so pokazali visoko zanesljivost merskega inštrumenta, kar mi omogoča nadaljnjo regresijsko analizo.

Po izdelani analizi lahko na podlagi vzorčnih podatkov pri zanemarljivi stopnji značilnosti zavrnem ničelno domnevo, da so multipli regresijski koeficienti enaki nič in sprejem sklep, da je vsaj eden od regresijskih koeficientov različen od nič (glej PRILOGA 7, tabela 25, str. 19). Kateri so različni od nič, ugotovimo s t-testom (glej PRILOGA 7, tabela 26, str. 20).

Sledi izračun dveh pomembnih koeficientov, korelacijskega in determinacijskega (glej PRILOGA 7, tabela 24, str. 19):

Korelacijski koeficient multiple regresijske funkcije

$r = 0,788$, kar pomeni, da je povezava med oceno splošnega zadovoljstva s smučarsko šolo Intersport Bernik ter sedmimi dimenzijami kakovosti linearna, pozitivna in močna.

Determinacijski koeficient

$r^2 = 0,621$, kar pomeni da je 62,1 % variabilnosti splošnega zadovoljstva s smučarsko šolo Intersport Bernik (odvisna spremenljivka) pojasnjene z linearnim vplivom sedmih dimenzij kakovosti (neodvisne spremenljivke).

Enačba multiple regresijske funkcije:

Kakovost = $-0,068 + 0,904 * \text{vzbu. zaupanja} + 0,243 * \text{zanes.} - 0,122 * \text{sist. učenja} + 0,161 * \text{odziv.} - 0,378 * \text{vživljanje} - 0,078 * \text{soc. vidik} + 0,267 * \text{fiz. dokazi}$

Izračun regresijskih koeficientov mi je pokazal posebno sliko in nekateri regresijski koeficienti so tudi negativni. Večkrat se v statistični analizi pojavi problem, če je v model vključenih več kot 6 neodvisnih spremenljivk, pri čemer je velika verjetnost nastanka pojava **multikolinearnosti**. Multikolinearnost pomeni visoke korelacijske koeficiente med vključenimi neodvisnimi spremenljivkami in se v statistiki rešuje na druge načine.

Glede na postavljeno hipotezo se moram osredotočiti na multipla regresijska koeficienta dimenzije *vživljanje v položaj porabnika* in dimenzije *odzivnost*.

Na podlagi vzorčnih podatkov in statistične značilnosti ($P_4 = 0,483$ oz. $P_5 = 0,317$) ne morem zavrniti ničelne domneve, da sta tako multipli regresijski koeficient dimenzije *vživljanje v položaj porabnika* (β_5) in dimenzije *odzivnost* (β_4) enaka nič (glej *PRILOGA 7, tabela 26, str. 20*).

Statistično značilnost je izračun pokazal le pri dimenziji *vzbujanje zaupanja*, pri kateri lahko na podlagi vzorčnih podatkov pri zanemarljivi stopnji značilnosti zavrnemo ničelno domnevo in sprejmemo sklep, da je *vzbujanje zaupanja* kot dimenzija kakovosti statistično značilno povezana s splošnim zadovoljstvom začetnikov. Ta sklep postavljam pri stopnji značilnosti 1 %.

Multipli regresijski koeficient za dimenzijo *vzbujanje zaupanja* znaša 0,904, kar pomeni, da kadar se kakovost smučarske šole v povprečju poveča za 0,904 na lestvici od 1 do 6 (strinjanje s trditvami), če se dimenzija *vzbujanje zaupanja* v povprečju poveča za 1 enoto na lestvici od 1 do 6 ob nespremenjenih ostalih neodvisnih spremenljivkah (glej *PRILOGA 7, tabela 26, str. 20*).

Glede na korelacijske koeficiente pa lahko ugotovim, da je s splošnim zadovoljstvom začetnikov najmočneje povezana dimenzija *vzbujanje zaupanja* (Pearson koeficient = 0,733), sledi ji *odzivnost* (0,650), *zanesljivost*, *fizični dokazi*, *vživljanje v položaj porabnika*. Najšibkejša je povezanost zadovoljstva začetnikov s *sistemom učenja smučanja* in s *socialnim vidikom* (0,311) (glej *PRILOGA 7, tabela 27, str. 21*). V tabeli 27 so prikazane tudi stopnje

značilnosti posameznih korelacijskih koeficientov. Vse povezave s splošnim zadovoljstvom so statistično značilne.

H6: Povezanost med zadovoljstvom pri nadaljevalcih in sistemom učenja ni zelo močna.

Povezanost med zadovoljstvom pri nadaljevalcih in sistemom učenja kot dimenzijo kakovosti bom preverila s Pearsonovim korelacijskim koeficientom, ki zavzema vrednosti od -1 do 1 in pove, kakšna je povezanost med spremenljivkama (predznak $-$ pomeni negativno povezavo, predznak $+$ pa pozitivno). Za pozitivno korelacijo pa obstajajo naslednji razredi, ki določajo, za kako močno korelacijo gre:

- $< 0,3$ – ni korelacije;
- med $0,31$ in $0,5$ – nizka korelacija;
- med $0,51$ in $0,7$ – srednja korelacija;
- med $0,71$ in $0,9$ – visoka korelacija;
- $0,9 <$ – zelo visoka korelacija.

Pri tej hipotezi predpostavljam, da povezava med zadovoljstvom pri nadaljevalcih in sistemom učenja kot dimenzijo kakovosti ni močna, torej da je Pearsonov koeficient manjši od $0,7$.

Postavljene domneve:

H_0 : povezava med zadovoljstvom pri nadaljevalcih in sistemom učenja je zelo močna (Pearsonov koeficient je enak ali večji od $0,7$)

H_1 : povezanost med zadovoljstvom pri nadaljevalcih in sistemom učenja ni zelo močna (Pearsonov koeficient je manjši od $0,7$)

Izračunan Pearsonov koeficient korelacije med obema spremenljivkama znaša $0,682$ in predstavlja srednje močno povezavo in je statistično značilen, saj je izračunana stopnja značilnosti zanemarljiva ($P = 0,00$ je manjša od $\alpha = 0,05$) (glej *PRILOGA 7, tabela 29, str. 22*). Tako lahko na podlagi vzorčnih podatkov zavrnem ničelno domnevo in sprejemem sklep, da povezanost med zadovoljstvom pri nadaljevalcih in sistemom učenja ni zelo močna.

Potrjena hipoteza pomeni, da bo potrebno več pozornosti posvetiti sistemu učenja nadaljevalcev, saj je srednje močno povezan z zaznavanjem splošnega zadovoljstva. Potrebno bi bilo bolje dodelati sam program učenja nadaljevalnih tehnik smučanja in vanj vključiti tudi nekaj prostega smučanja.

3.3.4 Priporočila vodstvu podjetja Intersport Bernik glede kakovosti storitev

Kakovost storitev je po mnenju Bitner in Zeithaml (glej sliko 3, str. 26) močno povezana z zadovoljstvom porabnika in je sestavljena iz določenega števila dimenzij. V raziskavi kakovosti storitev smučarske šole sem glede na literaturo in predhodno kvalitativno raziskavo predpostavila, da obstaja sedem dimenzij kakovosti, ki so povezane z zadovoljstvom porabnika s smučarsko šolo. Raziskava je pokazala, da je kakovost smučarske šole Intersport

Bernik srednje močno in pozitivno povezana s splošnim zadovoljstvom in da so porabniki v splošnem zadovoljni s smučarsko šolo. Najmočneje je s splošnim zadovoljstvom povezana dimenzija *vzbujanje zaupanja* (glej *PRILOGA 7, tabela 30, str. 22*) in porabniki so se v povprečju tudi najbolj strinjali s sklopom trditvev, ki določajo to dimenzijo (glej *tabela 1, str. 29*). To pomeni, da se porabniki v povprečju počutijo varne v smučarski šoli Intersport Bernik. Vendar pa to ne pomeni, da v to področje ni potrebno več vlagati. Porabnikom bo potrebno še naprej zagotavljati najvišjo mogočo mero varnosti v procesu učenja na smučišču. Priporočam natančnejše definiranje procesa učenja smučanja, predvsem za začetnike (natančna opredelitev načina učenja ob vznožju smučišča, vizualne ograde in označbe prostora, natančen pregled opreme in razlaga pravilne uporabe le-te, kot je pravilno zapenjanje smučarskih čevljev, razlaga pravilnega nameščanja smuči in uporabe palic, hoja na smučeh v ograjenem prostoru). Tako bodo porabniki zaupali v opremo in začeli zaupati v strokovno znanje učitelja ter se bodo na smučišču počutili varno. Naslednji koraki v procesu učenja si morajo slediti počasi in postopoma ter morajo biti prilagojeni vsem tečajnikom v skupini. Tako bodo tečajniki postopoma pridobivali samozavest in zaupanje vase, v učitelja in posredno v smučarsko šolo. Enako velja tudi za nadaljevalce, pri katerih ni zelo močne povezave med splošnim zadovoljstvom in *sistemom učenja*, kamor spada postopek nadgrajevanja znanja z različnimi vajami na smučeh (glej *PRILOGA 7, tabela 29, str. 22*). Rešitev je prav tako v formiranju enotnega sistema učenja nadaljevalnega smučanja, z večjim poudarkom na nadaljevalnih tehnikah (nastavek robnika, vbod palic, zahtevnejše proge, snežni park). Porabniki so se s trditvami, ki določajo dimenzijo *sistem učenja smučanja*, v povprečju tudi najmanj strinjali (glej *tabela 4, str. 36*). To potrjuje predpostavko, da tečajniki ne vedo, kam vodijo vaje na smučeh in da jih je v nekaterih primerih preveč. V procesu učenja bodo učitelji morali posamezne vaje bolj natančno razložiti in pokazati ter jasno povedati, kaj bodo tečajniki z obvladovanjem določene vaje na koncu dosegli. Najbolje bi se bilo držati načela »manj je več«, torej manj različnih vaj, daljše ponavljanje in večja kakovost izvedbe. S strani vodstva bi bilo dobro opozoriti in poučiti učitelje o pravilni uporabi vaj, o časovni izvedbi vaj, o njihovi raznolikosti, o primernem terenu in o potrebnem predznanju tečajnika za uporabo določene vaje. Potrebna bi bila tudi osvežitev znanja glede splošnih razlag vaj in postopka učenja ter angleških smučarskih izrazov s krajšim tečajem na začetku sezone (daljši uvodni seminar vključujoč teorijo, predvsem za novince v učiteljskih vrstah). Nizko glede na ostale dimenzije so porabniki v povprečju ocenili tudi *socialni vidik* kot dimenzijo kakovosti (glej *tabela 4, str. 36*). V to dimenzijo sem vključila medosebne odnose med porabniki v skupini in odnos do učenja smučanja v skupini, ki so v literaturi najbolj pogosto omenjeni in izpostavljeni. Najnižje so porabniki ocenili strinjanje s trditvijo, da smučarska šola oblikuje homogene skupine tečajnikov, glede katerih je tudi v splošnem največ pritožb (glej *tabela 2, str. 33*). V prihodnje bo potrebno bolj paziti na to, da v skupini začetnikov niso ljudje, ki so že kdaj smučali in da se za boljše začetnike tekom tedna oblikuje posebna skupina. Še večji problem je pri nadaljevalcih, ki imajo zelo različne stopnje predznanja. Priporočam, da bi v prihodnje poskušali organizirati več skupin z manjšim številom članov (namesto 10 bi imela skupina 7 članov) in jih na začetku bolj natančno razdeliti. Sicer je, glede na lastne izkušnje, to kar težka naloga, ampak mislim, da bi se lahko

učitelji prvemu razvrščanju v skupine bolj posvetili. Za tečaje bi bilo potrebno zagotoviti tudi več učiteljev. Na koncu naj omenim še *fizične dokaze* kot dimenzijo kakovosti storitev, ki je glede na vzorčne podatke srednje močno povezana s splošnim zadovoljstvom s storitvami smučarske šole (glej *PRILOGA 7, tabela 30, str. 22*). Srednje močna povezanost *fizičnih dokazov* s splošnim zadovoljstvom potrjuje teoretične predpostavke, da so fizični dokazi ena izmed pomembnejših dimenzij kakovosti storitev. Zato je priporočljivo še naprej vlagati v opremo, ki ločuje učitelje smučarske šole Intersport Bernik od drugih in jih naredi tudi bolj prepoznavne. To so poudarili tudi udeleženci skupinskega pogovora. Glede na lastne izkušnje lahko trdim, da je oprema, njen izgled in urejenost učiteljev smučanja pokazatelj, da gre za kakovostno smučarsko šolo in za visoko usposobljene učitelje. Z učitelji smučanja se porabniki tudi najprej srečajo in učitelji so tisti, ki napravijo prvi vtis na porabnika, ne samo glede lastne usposobljenosti, ampak tudi glede strokovnosti in urejenosti celotne smučarske šole. Ostale dimenzije, kot so *odzivnost, vživljanje v položaj porabnika in zanesljivost*, so prav tako srednje močno povezane z zadovoljstvom in jih ne gre zanemariti (glej *PRILOGA 7, tabela 30, str. 22*). Porabniki so se v povprečju strinjali s trditvami, vendar pa so aritmetične sredine glede na ostale dimenzije nižje (glej tabelo 4, str. 36). Priporočljivo bi bilo vzpostaviti po eni strani dokaj enoten proces učenja smučanja, po drugi strani pa ga poskušati prilagoditi značilnostim neke skupine tečajnikov. Potrebno bo najti kompromis med tema dvema skrajnostma. V formiranje takega načrta učenja tako za začetnike in nadaljevalce bi moralo vodstvo vključiti višje izobražene učitelje in z njimi sodelovati pri izdelavi načrta. Tako bi poleg tehničnih stvari določili tudi človeški vidik samega procesa (dostopnost učitelja in drugih zaposlenih v primeru težav, odgovornost za reševanje težav na smučišču in izven njega, hitrost reševanja, posluš za posameznikove potrebe). Celoten proces učenja bi bil bolj zanesljiv (brez večjih napak).

Ob pogledu na rezultate raziskave lahko trdim, da so storitve smučarske šole Intersport Bernik, ki se tičejo angleških tečajnikov v tedenskih skupinskih tečajih kakovostne in da so porabniki z njimi v splošnem zadovoljni. Za ohranjanje in izboljševanje kakovosti storitev ter za doseganje visoke ravni zadovoljstva bo tudi v prihodnosti potrebno vlagati v osnovne elemente, ki določajo posamezne dimenzije kakovosti (oprema učiteljev, proces učenja smučanja, hiter odziv pri težavah in prilagajanje potrebam posameznika), predvsem v tiste, ki so se v raziskavi izkazale kot nižje ocenjene, četudi gre za majhne razlike med ocenami.

SKLEP

Storitev učenja smučanja je izobraževalna storitev v športu, ki se izvaja na ljudeh. Porabniki predstavljajo soustvarjalca storitve in glede na to, da so si porabniki, njihove sposobnosti in potrebe med seboj zelo različni, je merjenje kakovosti takih storitev zahtevna naloga. Ugotavljanje kakovosti storitev neke organizacije nas vedno privede do vprašanja o zadovoljstvu porabnikov s to storitvijo. Kakovost storitev smučarske šole je močno pozitivno povezana z zadovoljstvom in rezultat kakovostne storitve bo porabnik, ki samostojno smuča ali pa izboljša svojo tehniko smučanja in je s tem rezultatom zelo zadovoljen. Zadovoljen porabnik bo doma svojim bližnjim priporočil učenje smučanja v Kranjski Gori pri smučarski šoli Intersport Bernik. V smučarski šoli Intersport Bernik se smučanja uči veliko različnih ljudi, različnih narodnosti in starosti, v diplomskem delu pa sem se osredotočila na porabnike angleške narodnosti, ki se udeležujejo enotedenskih tečajev smučanja v Kranjski Gori.

Na temo športnih storitev je malo raziskav, na temo izobraževalnih storitev v športu pa jih v času zbiranja literature iz različnih virov nisem našla. V primeru mojega diplomskega dela o raziskovanju kakovosti storitev smučarske šole Intersport Bernik gre za prvi metodološki pristop k ugotavljanju kakovosti storitev v smučarski šoli.

Glavni namen raziskave kakovosti storitev smučarske šole Intersport Bernik se je nanašal na identifikacijo glavnih dimenzij kakovosti storitev smučarske šole. Predvidela sem sedem dimenzij kakovosti smučarske šole, ki sem jih oblikovala glede na literaturo, lastne izkušnje in kvalitativno preiskavo. Dimenzije *odzivnost*, *zanesljivost*, *vživljanje v položaj porabnika*, *socialni vidik*, *fizični dokazi* in *sistem učenja* so srednje močno in pozitivno povezane z zadovoljstvom, vendar pa statistično značilno na zadovoljstvo s storitvami smučarske šole vpliva le dimenzija *vzbujanje zaupanja*. Trditve v vprašalniku so bile visoko ocenjene, kar kaže na visoko raven zadovoljstva s posameznimi elementi (učitelji, učenje v skupinah, oprema učiteljev, izbran teren za učenje, pomoč pri težavah, prilagodljivost ipd.), ki sestavljajo dimenzije kakovosti. Tudi splošna ocena zadovoljstva s smučarsko šolo je visoka. Presenetil me je vpliv dimenzije *vzbujanje zaupanja* na splošno zadovoljstvo, saj sem pred pričetkom kvantitativne raziskave pričakovala, da bodo porabniki kot najbolj pomembne dimenzije kakovosti ocenili *fizične dokaze* in *vživljanje v položaj porabnika* ter *socialni vidik učenja smučanja*. Značilnih razlik med zadovoljstvom začetnikov in nadaljevalcev nisem opazila. Najslabše je glede na ostale dimenzije ocenjena dimenzija *socialni vidik učenja smučanja*, kjer se nahaja tudi najslabše ocenjena trditev, in sicer trditev glede oblikovanja homogenih skupin tečajev. Relativno slabo je bila ocenjena tudi dimenzija *sistem učenja smučanja*, ki vključuje trditve glede uporabe rekvizitov in različnih vaj pri učenju. Raziskava je pokazala, da je dimenzija *sistem učenja* srednje močno povezana z zadovoljstvom vseh tečajnikov, še višja pa je povezanost *sistema učenja* z zadovoljstvom nadaljevalcev. Kakovost storitev smučarske šole merjena s posameznimi dimenzijami, ko so sestavljene iz sklopa določenih trditev, je bila v povprečju ocenjena visoko.

Pri iskanju virov, raziskovanju in pri analizi rezultatov sem naletela na nekatere omejitve. Malo je namreč različnih sekundarnih virov, na katere bi svojo raziskavo lahko oprla. Viri se nanašajo predvsem na analizo kakovosti športnih storitev v fitnes centrih, na določen vidik športnih storitev (medosebni odnosi) ali pa se osredotočajo samo na izobraževanje, kar pa je preširok pojem za tako specifično raziskavo. Sekundarnih virov o izobraževalnih storitvah v športu v času iskanja nisem zasledila. Drugo omejitev predstavlja sam model, ki sem ga uporabila za raziskavo. Raziskava je pokazala zelo visoko stopnjo strinjanja tečajnikov s trditvami in visoko stopnjo splošnega zadovoljstva. Anketiranje sem opravila samo enkrat, in sicer po končani izvedbi storitve. Vzrok za tako visoke ocene so lahko nizka pričakovanja pred začetkom tečaja. Pričakovanj nisem merila, ker dvakratno anketiranje v mojem časovnem okviru ni bilo mogoče. Nizka pričakovanja so lahko odraz tudi kulture Angležev, ki so sami do sebe zelo kritični in ne verjamejo, da se bodo v tako kratkem času naučili samostojno smučati ali da bodo v tako kratkem času izboljšali tehniko smučanja. Angleži so tudi po naravi za kakršnekoli storitve, izdelke in prijaznost drugih ljudi zelo hvaležni in radi pohvalijo že najmanjši trud in prijaznost. Visoke ocene so lahko odraz tudi splošnega zadovoljstva s celotnim tedenskim dopustom v Kranjski Gori. V diplomskem delu sem merila zaznano kakovost po izvedbi storitve (*»service performance«*) in nisem raziskovala, kaj porabniki opredeljujejo kot pomemben element za doseganje njihovega zadovoljstva (*»importance«*).

Z raziskavo sem prispevala k nadaljnemu razvoju raziskovanja kakovosti storitev smučarske šole in k identificiranju glavnih dimenzij kakovosti, ki bi bile splošno veljavne za različne smučarske šole. Za nadaljnji razvoj modela za raziskovanje kakovosti v smučarski šoli je priporočljiva ponovitev raziskave. V prihodnosti bi lahko raziskavo izvedla po modelu SERVIMERF, kjer bi porabniki najprej ocenili pomembnost določenega elementa in nato izvedbo v povezavi s tem elementom. S tem bi lažje ocenila pričakovanja porabnikov. V raziskavo bi bilo potrebno vključiti večje število porabnikov, saj bi s tem lahko natančneje definirala osnovne dimenzije kakovosti storitev smučarske šole in s tem poskrbela za korak bližje k doseganju splošne veljavnosti modela. V nove raziskave bi bilo dobro vključiti tudi porabnike drugih narodnosti, npr. Slovence in Hrvate in preveriti vpliv medkulturnih razlik na zaznavanje kakovosti in posledično na zaznavanje zadovoljstva s storitvami smučarske šole. Merjenje kakovosti v smučarski šoli Intersport Bernik bi bilo dobro ponavljati več sezon, kar bi mi omogočilo primerjavo zaznavanja kakovosti po letih in s tem ugotavljanje napredka glede kakovosti storitev v smučarski šoli.

LITERATURA IN VIRI

1. Abdullah, F. (2006). Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF. *Marketing intelligence & planning*, 24 (1), 31–47.
2. Athanasopoulou, P. (2008). Antecedents and consequences of relationship quality in athletic services. *Managing service quality*, 18 (5), 479–495.
3. Chelladurai, P. & Chang, K. (2000). Targets and standards of quality in sport services. *Sport management review*, (3), 1–22.
4. Cronin, J. J. Jr. & Taylor, S.A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and preceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of marketing*, 58, 125–131.
5. Devetak, G. & Vukovič, G. (2002). *Marketing izobraževalnih storitev*. Kranj: Moderna organizacija.
6. Edvardsson, B. (1998). Service quality improvement. *Managing service quality*, 8 (2), 142–149.
7. Jelenc, S. (1996). *ABC Izobraževanja odraslih*. Ljubljana: Andragoški center Republike Slovenije.
8. Ko, Y. & Pastore, D. (2004). Current issues and conceptualizations of service quality in the recreation sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 13 (2), 158–161.
9. Kotler, P. (2004). *Management trženja*, (11ed), Ljubljana: GV Založba.
10. Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International journal of quality and service sciences*, 2 (1), 172–198.
11. Lagrosen, S. & Lagrosen Y. (2007). Exploring service quality in the health and fitness industry. *Managing service quality*, 17 (1), 41–53.
12. Lovelock, C. & Writz, J. (2007). *Services marketing, People, Technology, Strategy*, (6ed), London etc.: Prentice Hall.
13. Martilla, J. & James, J. (1977). Importance-performance analysis, *Journal of Marketing*, 41 (1), 77–79.
14. Rojšek, I. *Zapiski predavanj pri predmetih Trženje storitev in Metode trženjskega raziskovanja*, študijsko leto 2007/2008.
15. Smith, A. & Reynolds, N. (2001). Measuring cross-cultural service quality, *International marketing review*, 19 (5), 450–481.
16. Šugman et.al (2006). *Športni menedžment*. Ljubljana: Fakulteta za šport, Inštitut za šport.
17. Zeithaml, V. & Bitner M. J. (2000). *Services marketing. Integrating customer focus across the firm*. Boston etc: Irwin McGraw-Hill.

KAZALO PRILOG

PRILOGA 1: OPOMNIK ZA VODENJE SKUPINSKEGA POGOVORA, STR. 1

PRILOGA 2: ZAPIS SKUPINSKEGA POGOVORA, STR. 2

PRILOGA 3: ZAPIS VPRAŠANJ IN ODGOVOROV PREDSTAVNIKA SMUČARSKE ŠOLE IN AGNECIJE CRYSTAL, STR. 4

PRILOGA 4: VPRAŠALNIK V ANGLEŠKEM JEZIKU, STR. 6

PRILOGA 5: VPRAŠALNIK V SLOVENSKEM JEZIKU, STR. 9

PRILOGA 6: UNIVARIATNA ANALIZA, STR. 12

PRILOGA 7: PREVERJANJE HIPOTEZ, STR. 15

KAZALO TABEL V PRILOGAH

TABELA 1: SPOL UDELEŽENCEV RAZISKAVE	12
TABELA 2: STAROSTNA STRUKTURA UDELEŽENCEV	12
TABELA 3: STRUKTURA TEČAJNIKOV GLEDE NA PREDZNANJE SMUČANJA	12
TABELA 4: STATISTIKA ZA VPRAŠANJE O SPLOŠNEM ZADOVOLJSTVU S SMUČARSKO ŠOLO INTERSPORT BERNIK	12
TABELA 5: PRIKAZ FREKVENČNE PORAZDELITVE ZA VPRAŠANJE O SPLOŠNEM ZADOVOLJSTVU S SMUČARSKO ŠOLO INTERSPORT BERNIK	12
TABELA 6: FREKVENČNE PORAZDELITVE STRINJANJA S POSAMEZNIMI TRDITVAMI	13
TABELA 7: PODROBNEJŠA ANALIZA DIMENZIJE VZBUJANJE ZAUPANJA	14
TABELA 8: PODROBNEJŠA ANALIZA DIMENZIJE SISTEM UČENJA SMUČANJA	14
TABELA 9: ZANESLJIVOST ZA CELOTEN MERSKI INSTRUMENT	14
TABELA 10: ZANESLJIVOST ZA CELOTEN MERSKI INSTRUMENT BREZ TRDITVE Z	14
TABELA 11: STATISTIKA ZA VKLJUČENO SPREMENLJIVKO	15
TABELA 12: PREVERJANJE DOMNEVE O ARITMETIČNI SREDINI	15
TABELA 13: STATISTIKA ZA VKLJUČENE SPREMENLJIVKE	16
TABELA 14: PREIZKUS DOMNEVE O ENAKOSTI VARIANC	16
TABELA 15: OPISNA STATISTIKA ZA VKLJUČENE SPREMENLJIVKE	17
TABELA 16: PRIKAZ KORELACIJSKEGA KOEFICIENTA MED ZADOVOLJSTVOM IN KAKOVOSTJO	17
TABELA 17: STATISTIKA VKLJUČENIH SPREMENLJIVK	18
TABELA 18: POVEZANOST MED SPREMENLJIVKAMA	18
TABELA 19: PREIZKUS DVOJIC	18
TABELA 20: PREIZKUS DVOJIC – STATISTIKA ZA VKLJUČENI SPREMENLJIVKI	18
TABELA 21: KORELACIJA MED VKLJUČENIMA SPREMENLJIVKAMA	19
TABELA 22: PREIZKUS DOMNEVE O ARITMETIČNI SREDINI ZA ODVISNA VZORCA	19
TABELA 23: OPISNA STATISTIKA ZA VKLJUČENE SPREMENLJIVKE	19
TABELA 24: PRIKAZ KORELACIJSKEGA IN DETERMINACIJSKEGA KOEFICIENTA	19
TABELA 25: PREVERJANJE DOMNEVE O RAZLIKAH MED REGRESIJSKIMI KOEFICIENTI	20
TABELA 26: PRIKAZ MULTIPLIH KORELACIJSKIH KOEFICIENTOV ZA HIPOTEZO 5	20
TABELA 27: KORELACIJA VSEH DIMENZIJ KAKOVOSTI S SPLOŠNIM ZADOVOLJSTVOM ZAČETNIKOV	21
TABELA 28: OPISNA STATISTIKA ZA SPREMENLJIVKI	22
TABELA 29: KORELACIJA SISTEMA UČENJA S SPLOŠNIM ZADOVOLJSTVOM NADALJEVALCEV	22
TABELA 30: KORELACIJA VSEH DIMENZIJ S SPLOŠNIM ZADOVOLJSTVOM VSEH TEČAJNIKOV	22

PRILOGA 1: Opomnik za vodenje skupinskega pogovora

Opomnik za izvedbo skupinskega pogovora:

1. Začetek – najprej bi se pogovorili o času pred pričetkom učenja
 - Ali ste imeli pred/z rezervacijo počitnic v Kranjski Gori dvome glede smučarske šole X?
 - Ste spraševali zaposlene v agenciji, ste uporabili internet ali katero drugo sredstvo, da bi prišli do informacij o smučarski šoli X? Katera sredstva? So vam bile informacije v pomoč?
 - Ste od prijateljev, sorodnikov že slišali kakšne podatke o smučarskih šolah v Sloveniji? Kaj pa glede smučarske šole X? Kakšne vrste, so bili podatki koristni?

2. Prihod v Kranjsko Goro, izposoja opreme in prihod na smučišče, razvrščanje v skupine. Kaj je bila prva stvar, ki ste jo opazili?
 - a) UČITELJI
 - So bili učitelji urejeni? Se vam zdijo primerno opremljeni za učenje smučanja?
 - Kakšen prvi vtis je učitelj napravil na vas (vljudnost)? Po čem ste sklepali, da je strokovno usposobljen in da mu lahko zaupate?
 - Kakšna je bila komunikacija med vami in učiteljem? Ste v času učenja razumeli navodila učitelja? Vam je učitelj svetoval glede izboljšanja vaše tehnike smučanja? Ste imeli občutek, da se je enakomerno posvetil vsakemu posamezniku? Ste dobili dovolj podatkov in nasvetov, so vam bili razumljivi?
 - Kaj pa glede pomoči, so vam učitelji priskočili na pomoč, če je bilo potrebno (npr. glede okvar opreme, poškodb, na žičnici)? Je učitelj razumel vaše potrebe in probleme in je s tem v zvezi ukrepal? Kako hitro se je odzval?
 - Ste se v času učenja počutili varno? Zakaj da/ne?
 - Ste opazili kakšne napake pri učenju, vas je kaj motilo?

 - b) SMUČARSKA ŠOLA
 - Ste v procesu učenja (v tednu) opazili kakšne napake (pri organizaciji ur, pri razdelitvi v skupine, pri časovnem vidiku učenja)?
 - Kakšen vtis je na vas naredila celotna smučarska šola? Kaj ste pričakovali in ali so bila pričakovanja izpolnjena? So bili zaposleni v smučarski šoli pripravljene prisluhniti, so vam pomagali (zaposleni v pisarni, drugi učitelji)?
 - Se vam zdi smučarska šola X vredna zaupanja? Po čem to presojate?

3. GLAVNE SLABOSTI/PREDNOSTI UČENJA SMUČANJA V SMUČARSKI ŠOLI INTERSPORT BERNIK
 - Kaj so stvari, ki so vam povzročale največ težav in so povezane z učitelji, načinom učenja in s smučarsko šolo?

- Kaj so glavne slabosti učenja smučanja v smučarski šoli X? (Vsak naj našteje 3).
- Kaj so glavne prednosti učenja smučanja v smučarski šoli X? (Vsak našteje 3)
- Katere stvari so najbolj vplivale na vaše zadovoljstvo s smučarsko šolo, z učenjem smučanja?

PRILOGA 2: Zapis skupinskega pogovora

Načrtovanje skupinskega pogovora:

Za izvedbo skupinskega pogovora sem se pripravila s ponovnim pregledom sekundarnih virov, ki vsebujejo predhodne raziskave in njihove ugotovitve. Ti viri so služili kot osnova za sestavo okvirnega opomnika, ki mi je služil kot usmeritev pri izvajanju skupinskega pogovora, saj se pogosto zgodi, da se pogovor razvije v drugo smer in raziskovalec ne dobi potrebnih odgovorov. Pri razmišljanju in načrtovanju skupinskega pogovora sem se osredotočila na glavni namen mojega raziskovanja in na cilje raziskave. Želela sem dobiti podatke o tem, katere so tiste stvari, ki jih tečajniki naprej opazijo in kaj je tisto, kar ocenjujejo kot zelo pomembno, tako v povezavi z učitelji, organizacijo in smučarsko šolo v celoti. Ob koncu sem želela od njih zvedeti še, kaj je po njihovem mnenju dobro in kaj bi bilo še potrebno izboljšati oz. kaj jih moti v smučarski šoli Intersport Bernik. V opomniku so vprašanja opisana na široko, z mnogo podvprašanji. Zastavljala sem prva, po mojem mnenju glavna, bolj splošna vprašanja, podvprašanja pa so mi služila kot lastne oporne točke v primeru, ko je pogovor zastal.

Izvedba skupinskega pogovora:

Opravila sem en skupinski pogovor, ki je vključeval odrasle začetnike in odrasle nadaljevalce. Pogovor sem opravila 20. januarja 2010 ob sedmi uri zvečer v manjšem, odmaknjenem prostoru bara v hotelu Prisank v Kranjski Gori. Vsi sodelujoči so starejši od 18 let in so angleške narodnosti. V pogovoru je sodeloval mlajši par z otroki, par brez otrok, par, ki je v pokoju in imajo že odrasle otroke in ena starejša ženska ter moški, ki ima otroke in ženo, vendar v pogovoru niso sodelovali. Sodelujoči so (po lastni presoji) stari od 35 do 60 let, sodelovali pa so 4 moški in 4 ženske. Tekom pogovora so mi nekateri (4 ljudje) zaupali, da imajo zahtevne poklice in da nimajo časa za različne športne aktivnosti, saj je dnevni urnik preveč natrpan. Dva od sodelujočih sta že v pokoju, vendar zelo aktivna in se rada učita novih stvari, dva od sodelujočih pa sta športna navdušenca in vsak dan nekaj časa namenita različnim aktivnostim. Vsi od sodelujočih so v Kranjsko Goro in v smučarsko šolo prispeli z angleško agencijo Crystal.

Podrobnejši opis pogovora je predstavljen v nadaljevanju.

Pred prihodom v Kranjsko Goro so rezervacijo počitnic in smučanja izvedli v Angliji in niso imeli nobenih dvomov glede smučarske šole. Prav tako jim agencija ni nudila posebnih, podrobnejših informacij. Preko agencije so sodelujoči rezervirali celoten paket, in sicer

smučarsko šolo in smučarsko opremo. V brošuri dobijo le osnovne podatke, kot so število ur učenja smučanja in druge osnovne informacije. Prav tako niso prejeli nobenih priporočil in informacij od znancev, sorodnikov in drugih, saj nihče od njih ne smuča. Prav tako ne poznajo nikogar, ki bi v Sloveniji že bil ali smučal. Povedali so, da so z isto agencijo že bili v Avstriji, Bolgariji in Italiji in so bili zelo zadovoljni, zato so jim zaupali, da bo tako tudi v Kranjski Gori. Preko interneta niso iskali informacij, prav tako na strani agencije ni posebne povezave, ki bi vodila na stran smučarske šole. So si pa ogledali predstavitveno stran Kranjske Gore, kjer so dobili informacije o kraju in o smučiščih.

Ko ljudje prispejo na smučišče, že imajo vso potrebno opremo, vendar pa v skupine še niso razdeljeni. Najprej opazijo table smučarske šole, na katerih piše, kam se morajo razvrstiti (začetniki, nadaljevalci, otroci, odrasli). V tem času je bila velika zmešnjava, saj je bilo ogromno ljudi, ki so begali sem in tja in niso vedeli, kam naj se razvrstijo. Tečajniki, ki spadajo med začetnike in so prvič v smučarski šoli ter v stiku s smučarsko opremo, so bili najbolj zbegani, saj niso vedeli, kako vse skupaj poteka. Vsem so bili v pomoč predstavniki agencije Crystal in predstavniki smučarske šole, ki so jim pomagali pri razvrščanju. Tako so tudi prvič prišli v stik z zaposlenimi v smučarski šoli.

Pri učiteljih, ki stojijo pri tablah, tečajniki naprej opazijo njihov izgled in uniformo. Učitelji glede na uniforme tudi izstopajo. Učitelji so mladi, prijazni, vljudni, sproščeni in dajejo občutek samozavesti in profesionalnosti. Vse to tečajniki opazijo na prvi pogled na podlagi uniforme in opremljenosti. Med procesom učenja jim včasih pri padcih na pomoč priskoči tudi kdo od drugih učiteljev in ko vidijo, da so v uniformi smučarske šole, se počutijo varne. Glede na opremo tečajniki sklepajo, da učitelji vedo kaj delajo. Komunikacija med učitelji in tečajniki je po mnenju vprašanih odlična, saj po njihovem mnenju vsi dobro govorijo angleško. Le imen ne razumejo dobro in bi želeli, da bi se učitelj večkrat predstavil in ponovil svoje ime. V splošnem se učitelji zelo trudijo natančno razložiti stvari in se po njihovem mnenju zavedajo, da ima vsak posameznik svoje probleme in potrebe, tako da se jim zdi zelo dobro, da se učitelj posveti vsakemu posamezniku. Vsakemu tečajniku učitelj svetuje, komentira njegovo smučanje in mu pomaga. Učitelj nudi veliko nasvetov za izboljšavo tehnike, ki jih ponavlja, tako da si jih tečajniki lažje zapomnijo. Še posebno so to dejstvo poudarili začetniki, saj se jim zdi v začetku smučanje izjemno zapleteno in ne morejo vsega osvojiti naenkrat. Nad učitelji so tečajniki navdušeni, prav tako nad sistemom učenja. Sistem učenja je po njihovem mnenju zelo dober, saj na koncu tečaja vsi vedo, kam vodijo določene, lahke in težke vaje na smučeh in za kaj so koristne. Pri začetnikih sem opazila, da veliko pomembnost pripisujejo izbiri terena in vlečnice za smučanje. Poudarili so, da je učitelj zelo dobro izbiral proge glede na njihove sposobnosti in glede na njihov vsakodnevni napredek. Vsi so bili mnenja, da je učitelj dobro izbiral različne terene glede na njihovo zahtevnost in na zmožnosti celotne skupine, ne samo določenih posameznikov.

Vprašani niso opazili večjih problemov in napak, ki bi zadevale učitelje in sistem učenja. Nekatere je zelo motilo slabo razvrščanje ljudi v skupine, saj niso bile homogene in so nekateri posamezniki izstopali, drugi pa so se počutili nesposobne. Vendar pa so, v primerih dveh tečajnikov, v smučarski šoli ukrepali in jih prestavili v boljšo skupino. Pomembno se jim zdi tudi, da učitelji na ure prihajajo točno in da so vsak dan pripravljeni na učenje smučanja.

O smučarski šoli na splošno imajo tečajniki zelo dobro mnenje. Termin tečaja, ki je od 11h do 13h dopoldan, se tečajnikom zdi zelo dober, saj jim še vedno omogoča dovolj časa za druge stvari, ki jih počnejo na počitnicah. Šola smučanja na splošno je po mnenju vseh boljša od pričakovanj, po mnenju nekaterih (4) tečajnikov nadaljevalcev celo najboljša smučarska šola v kateri so kdaj bili (smučanja so se učili že prej na drugih smučiščih v tujini). Vprašani imajo radi način učenja v skupinah, saj tako spoznajo veliko drugih ljudi, spremljajo njihovo smučanje in se s tem tudi veliko naučijo, veliko se pogovarjajo in tako izvejo še več. Drugi ljudje v skupini jih ne motijo, vedno se najde kdo, ki govori več, kdo, ki govori zelo malo in drugi, ki so nekje vmes, tako da je v skupini vse v ravnovesju. Poudarili so, da je dobro, če so skupine čim bolj homogene in da so si posamezniki čim bolj blizu glede na sposobnosti. To so poudarili predvsem začetniki, saj so se v skupinah pojavile ogromne razlike med tistimi, ki so sploh prvič na smučeh in med tistimi, ki so kdaj v življenju že stali na smučeh, pa četudi pred tridesetimi leti. Tudi osebje v pisarni je bilo ustrežljivo, eden od glavnih je tečajnikom tudi pomagal pri iskanju skupin. Smučarska šola se jim zdi varna in vredna zaupanja. Po mnenju vprašanih se kakovost smučarske šole kaže v njihovem osebnem napredku in v njihovem osebnem zadovoljstvu ter tudi v sistemu učenja (različne vaje, uporaba rekvizitov, natančno svetovanje in posvečanje posamezniku).

Glede prednosti in slabosti so mi vprašani zagotavljali, da je smučarska šola odlična in se tudi po daljšem prepričevanju niso mogli spomniti nobene slabosti ali napake. Poudarili so le probleme s homogenostjo skupin ter da bi moralo biti končno tekmovanje (poteka ob koncu tečaja in med združenimi skupinami) ločeno na posamezne skupine, saj se med seboj najbolje poznajo in so bolj motivirani, kot če tekmujejo z že tako ali tako boljšo skupino.

Vsi so poudarili, da so se prišli na počitnice sprostiti, uživati in zabavati. Doma ima večina vprašanih zahtevne službe, zato na dopustu ne želijo preveč zahtevnih nalog, kjer je potrebno veliko razmišljati. Radi se zabavajo v smučanju in ob tem tudi nekaj dosežejo oz. napredujejo. Kot sem že omenila, vprašani niso opredelili nobene slabosti in napake smučarske šole, zato sem trem ljudem, predstavniku agencije in odgovornim v smučarski šoli, zastavila 3 vprašanja, ki jih opisujem v naslednji prilogi.

PRILOGA 3: Zapis vprašanj in odgovorov predstavnika smučarske šole in agencije Crystal

VPRAŠANJA ZA PREDSTAVNICO AGENCIJE CRYSTAL

Po elektronski pošti mi je na tri vprašanja odgovorila predstavnica agencije Crystal, Amy Mason, ki v Kranjski Gori zastopa agencijo že 5. sezono. Je dobro seznanjena z vsemi težavami in zapleti, ki se pojavljajo pri učenju smučanja in pozna odgovore na anketna vprašanja, ki jih morajo angleški gostje reševati ob odhodu iz Kranjske Gore. V nadaljevanju so navedena vprašanja in odgovori.

Which are the most common complaints regarding ski school in general, ski instructors and organisation? (in general)

We have had a few complaints during the season, the most common one about the ski instructors is that they have been harsh when teaching, what I mean is that the students have felt that the instructors have been too firm and not made the student feel comfortable.

The only comments that we have had on the organisation is about when parents leave the children in ski school and they don't know where they will come back. Otherwise we only get good feedback.

In the opinion of our english ski "students", what are the weaknesses of our ski school, ski instructors and organisation? What are the good things? (in general)

We don't really get many complaints about the ski school apart from what I have said above, so it is hard to say that there is any weakness. One comment would be about the lack of understanding, some of the students (and very few) say that the instructors English isn't very good and they couldn't understand them, but as I said it isn't a comment we hear very often. We hear lots of good comments about ski school, such as, the instructors work very hard and that they are very calm and friendly.

Which sort of skiers complains more, beginners or advanced? Who is more satisfied?

The advanced skiers complain more, because they say that they would like to do more, like explore the mountain more when in classes or that they didn't learn much more. Beginners are more satisfied and they usually feel that the ski school was really great at getting them to ski and they had fun when learning.

VPRAŠANJA ZA PREDSTAVNIKA SMUČARSKE ŠOLE INTERSPORT BERNIK

Podobna vprašanja sem zastavila tudi glavnemu upravljalcu s tečaji in angleškimi gosti v smučarski šoli Intersport Bernik, Matiju Šlibarju, ki mi je podal naslednje odgovore, prav tako preko elektronske pošte.

Glede česa (smučarska šola na splošno, samo učenje smučanja in učitelji, oprema, osebje v pisarni ...) se angleški tečajniki največkrat pritožujejo?

Največkrat jih zmoti, da sami ne dohajajo tempa učenja in da imajo občutek, da se niso veliko naučili (nadaljevaljni smučarji).

Ali so kakšne stvari, ki jih izrecno pohvalijo? Katere? (angleški tečajniki)

So. Največkrat samo znanje angleškega jezika naših inštruktorjev in profesionalni pristop k učenju.

Kako se pritožbe rešujejo?

Pritožbe rešujemo takoj in najraje na licu mesta. Tudi predstavnike prosimo, naj s problemom pridejo takoj do nas in ne odlašajo do konca tedna. Tudi inštruktorjem je naročeno, da

morebitne težave sporočijo naprej. Če je težava sporočena pravočasno, se lahko vse skupaj hitro reši in je tako nezadovoljstvo tečajnika manjše.

PRILOGA 4: Vprašalnik v angleškem jeziku

Dear Sir/Madam,

My name is Manca Kovačič and I am studying economics, specialising in marketing, on the Faculty of Economics, University of Ljubljana. I am analyzing the quality of Intersport Bernik ski school for my graduation degree and self-administered interviews are an important part of my research. The questionnaire which has been designed for this purpose has 5 questions and it will take about 10 minutes of your time to answer. I am asking you very kindly for your cooperation. All your answers are anonymous and will be used only for the purposes of my research. Thank you very much for your help!

1. In general, how are you satisfied or not satisfied with Intersport Bernik ski school's service?

(Please, circle a number under the chosen answer)

Very unsatisfied	Unsatisfied	More unsatisfied than satisfied	More satisfied than unsatisfied	Satisfied	Very satisfied
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

2. Indicate, how strongly do you agree or disagree with the following statements regarding Intersport Bernik ski school's quality.

(Please, circle a number under the chosen answer, 1 meaning: I strongly disagree to 6 meaning: I strongly agree with this statement.)

	I strongly disagree	I disagree	I partially disagree	I partially agree	I agree	I strongly agree
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
I feel safe when skiing with a ski instructor from Intersport Bernik ski school.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors of Intersport Bernik ski school are nice and polite.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors of Intersport Bernik Ski School have knowledge to answer my questions about skiing technique.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
My ski instructor is able to give me a clear and understandable advice regarding my skiing.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
I trust Intersport Bernik Ski	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

school.						
If participants have problems regarding equipment and ski school's service, I can rely on ski instructors and other employees to help them.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Employees of Intersport Bernik Ski School try to perform services right the first time.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Intersport Bernik Ski School provides their services at the time as promised.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
There is just the right amount of exercises in the learning programme.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Doing exercises on skis is a good way to improve my skiing technique.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
I know, what each exercise is good for.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors of Intersport Bernik ski school use various requisits to improve my skiing and to make learning process more fun. (cons, rings, poles etc.)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors and other employees of Intersport Bernik Ski School are never too busy to respond to my requests.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors and other employees of Intersport Bernik Ski School are always willing to help me.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors and other employees of Intersport Bernik Ski School resolve my problems promptly.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors speak English fluently and I don't have any problems to understand them.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors give participants specific advice regarding their individual needs and abilities.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors listen to participants and understand their individual needs and abilities.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
I like to learn to ski in a group of people.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
I get on well with other members of my group.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
I feel safer when learning to	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

ski in a group.						
Intersport Bernik Ski School forms homogeneous groups of participants, based on abilities and previous skiing skills.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors of Intersport Bernik Ski School seem like friends to me.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors of Intersport Bernik Ski School are dressed attractively and recognizably.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Instructors of Intersport Bernik Ski School have modern and professional equipment.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Slopes, where we were skiing, were too steep.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Ski instructor chose right slope and right lifts with regard to my skiing abilities.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

3. In which group were you put in at the beginning of ski course?

(Please, circle a letter in front of chosen answer)

a) Adult beginners

b) Adult advanced

4. Your age group:

(Please, circle a letter in front of chosen answer)

a) from 18 to 30 years,

b) from 31 to 50 years,

c) above 50 years.

5. Gender:

(Please, circle a letter in front of chosen answer)

a) Male

b) Female

PRILOGA 5: Vprašalnik v slovenskem jeziku

Pozdravljeni!

Moje ime je Manca Kovačič in sem absolventka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani. V sklopu svojega diplomskega dela z naslovom *Analiza kakovosti smučarske šole opravljam raziskavo, katere del je anketni vprašalnik, ki je sedaj pred Vami. Vprašalnik obsega 5 vprašanj in Vam bo vzel približno 10 minut vašega dragocenega časa. Vaši odgovori so anonimni in jih bom uporabila izključno za raziskovalne namene svojega diplomskega dela. Za sodelovanje se Vam iskreno zahvaljujem!*

1. **V kolikšni meri ste, gledano v celoti, bodisi zadovoljni bodisi nezadovoljni s storitvijo smučarske šole Intersport Bernik?** (Obkroži števiko pred izbranim odgovorom.)

Zelo nezadovoljen	Nezadovoljen	Bolj nezadovoljen kot zadovoljen	Bolj zadovoljen kot nezadovoljen	Zadovoljen	Zelo zadovoljen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

2. **Označite, v kolikšni meri se bodisi strinjate bodisi ne strinjate z naslednjimi trditvami, ki se nanašajo na kakovost smučarske šole Intersport Bernik.** (Pod izbranim odgovorom obkrožite številke v razponu od 1 = popolnoma se ne strinjam do 6 = popolnoma se strinjam.)

	Popolnoma se ne strinjam (1)	Se ne strinjam (2)	Delno se ne strinjam (3)	Delno se strinjam (4)	Se strinjam (5)	Popolnoma se strinjam (6)
Ko smučam z inštruktorjem smučarske šole Intersport Bernik, se počutim varno.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik so prijazni in vljudni.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik imajo dovolj znanja za odgovore na vsa moja vprašanja v zvezi s smučanjem.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Nasveti inštruktorjev smučarske šole Intersport Bernik glede mojega smučanja so jasni in razumljivi.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Zaupam smučarski šoli Intersport Bernik.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik in drugi zaposleni so mi vedno pripravljene pomagati pri reševanju mojih težav v	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

zvezi s smučanjem.						
Zaposleni v smučarski šoli Intersport Bernik se trudijo storitev že prvič opraviti pravilno.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Storitev učenja smučanja je bila izvedena, kot je bilo obljubljeno.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Po programu, ki ga izvaja inštruktor smučanja, je preveč vaj.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Vaje so dober način, kako izboljšati moje smučanje.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Vem, kam vodi vsaka od vaj, ki jih pokaže inštruktor.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik uporabljajo različne rekvizite, ki tečajnikom pomagajo pri napredovanju (npr. stožci, obroči, palice itd.)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik se hitro odzovejo na želje in potrebe tečajnikov.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik so vedno na voljo, kadar imajo tečajniki težave.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik hitro rešijo probleme tečajnikov.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Razumem, kar me inštruktor sprašuje in mi pripoveduje.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik porabnikom svetujejo glede smučanja glede na posameznikove potrebe in zmožnosti.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik tečajnike poslušajo in razumejo njihove specifične potrebe.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Rad se učim smučanja v skupini.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Dobro se razumem z drugimi člani skupine.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Počutim se varneje, ko smučam v skupini.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Smučarska šola Intersport Bernik oblikuje homogene skupine glede na sposobnosti in znanje posameznikov.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktor smučarske šole Intersport Bernik je kot moj	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

prijatelj.						
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik so primerno in prepoznavno oblečeni in opremljeni.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik imajo moderno in profesionalno opremo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Smučišča, po katerih smo smučali, so bila prestrma.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Inštruktor je izbral prava smučišča in vlečnice za moje sposobnosti in znanje.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

3. **V katero skupino ste bili razvrščeni na začetku tečaja?** (Obkroži črko pred izbranim odgovorom.)

c) Začetnik

d) Nadaljevalec

4. **Starost:**

d) Od 18 do 30 let

e) Od 31 do 50 let

f) Nad 50 let

5. **Spol:**

c) M

d) Ž

PRILOGA 6: Univariatna analiza

Tabela 1: Spol udeležencev raziskave

Spol				
		Frekvenca	Odstotek	Kumulativni odstotek
	Moški	48	47,1	47,1
	Ženski	54	52,9	100,0
	Skupaj	102	100,0	

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 2: Starostna struktura udeležencev

Starostna skupina				
		Frekvenca	Odstotek	Kumulativni odstotek
	od 18 do 30 let	32	31,4	31,4
	od 31 do 50 let	60	58,8	90,2
	nad 50 let	10	9,8	100,0
	Skupaj	102	100,0	

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 3: Struktura tečajnikov glede na predznanje smučanja

Struktura tečajnikov glede na skupino, v katero so bili razdeljeni na začetku tečaja				
		Frekvenca	Odstotek	Kumulativni odstotek
	Odrasli začetniki	45	44,1	44,1
	Odrasli nadaljevalci	57	55,9	100,0
	Skupaj	102	100,0	

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 4: Statistika za vprašanje o splošnem zadovoljstvu s smučarsko šolo Intersport Bernik

Statistika		
Splošno zadovoljstvo		
N	Veljavni	102
	Manjkajoči	0
Aritmetična sredina		5,58
Mediana		6,00
Modus		6
Standardni odklon		,652
Minimum		3
Maksimum		6

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 5: Prikaz frekvenčne porazdelitve za vprašanje o splošnem zadovoljstvu s smučarsko šolo Intersport Bernik

Splošno zadovoljstvo s smučarsko šolo Intersport Bernik				
		Frekvenca	Odstotek	Kumulativni odstotek
	Bolj nezadovoljen kot zadovoljen	2	2,0	2,0
	Bolj zadovoljen kot nezadovoljen	3	2,9	4,9
	Zadovoljen	31	30,4	35,3
	Zelo zadovoljen	66	64,7	100,0
	Skupaj	102	100,0	

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Večina vprašanih je s storitvami Intersport Bernik v splošnem zelo zadovoljna (64,7 %). S storitvami v splošnem je bilo zadovoljnih 30,4 % vprašanih. Tako je več kot 85 % vprašanih

zadovoljnih s storitvami, 3 % jih je delno zadovoljnih, 2 % pa delno nezadovoljnih. Nihče od vprašanih s storitvami smučarske šole ni bil nezadovoljen in zelo nezadovoljen.

Tabela 6: Frekvenčne porazdelitve strinjanja s posameznimi trditvami

TRDITEV	zelo se ne strinjam	se ne strinjam	delno se ne strinjam	delno se strinjam	se strinjam	zelo se strinjam
a	0,0 %	0,0 %	0,0 %	2,0 %	27,5 %	70,6 %
b	0,0 %	0,0 %	0,0 %	1,0 %	14,7 %	84,3 %
c	0,0 %	0,0 %	0,0 %	2,9 %	23,5 %	73,5 %
d	0,0 %	0,0 %	1,0 %	5,9 %	32,4 %	60,8 %
e	0,0 %	0,0 %	1,0 %	2,0 %	31,4 %	65,7 %
f	0,0 %	1,0 %	1,0 %	5,9 %	25,5 %	66,7 %
g	0,0 %	1,0 %	1,0 %	3,0 %	41,4 %	53,3 %
h	0,0 %	1,0 %	2,9 %	3,9 %	29,4 %	62,7 %
i	1,0 %	2,0 %	5,9 %	17,6 %	25,5 %	48,0 %
j	0,0 %	0,0 %	1,0 %	11,8 %	31,4 %	55,9 %
k	0,0 %	0,0 %	7,8 %	17,6 %	34,3 %	40,2 %
l	0,0 %	1,0 %	2,9 %	15,7 %	34,3 %	46,1 %
m	0,0 %	1,0 %	0,0 %	8,8 %	29,4 %	60,8 %
n	0,0 %	1,0 %	1,0 %	5,0 %	27,7 %	65,3 %
o	1,0 %	2,0 %	0,0 %	5,0 %	33,7 %	58,4 %
p	0,0 %	0,0 %	1,0 %	6,9 %	25,5 %	66,7 %
r	1,0 %	1,0 %	1,0 %	6,9 %	26,5 %	63,7 %
q	1,0 %	2,0 %	0,0 %	9,8 %	24,5 %	62,7 %
s	1,0 %	0,0 %	2,0 %	6,9 %	28,4 %	61,8 %
t	1,0 %	0,0 %	0,0 %	3,9 %	25,5 %	69,6 %
u	1,0 %	1,0 %	2,0 %	17,6 %	30,4 %	48,0 %
v	2,0 %	2,9 %	9,8 %	10,8 %	40,2 %	34,3 %
w	0,0 %	1,0 %	2,9 %	9,8 %	37,3 %	49,0 %
x	0,0 %	0,0 %	0,0 %	4,9 %	27,5 %	67,6 %
y	0,0 %	0,0 %	1,0 %	2,0 %	28,4 %	68,6 %
z	29,4 %	44,1 %	11,8 %	3,9 %	2,9 %	7,8 %
aa	1,0 %	2,0 %	2,0 %	9,8 %	25,5 %	59,8 %

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Izmed 99 vprašanih, ki so podali odgovor na trditev *Zaposleni v smučarski šoli Intersport Bernik se trudijo že prvič opraviti storitev brez napak (trditev g)*, se jih z njo zelo strinja 53,3 %, 41,4 % vprašanih se s trditvijo strinja, 3% pa se s trditvijo delno strinja. 1 % od 99 vprašanih se s trditvijo ne strinja kot tudi zelo ne strinja.

Vsi vprašani so podali oceno strinjanja glede trditve *Rad se učim smučanja v skupini (trditev s)* in 61,8 % vprašanih se s trditvijo zelo strinja, 28,4 % se jih s trditvijo strinja, 6,9 % vprašanih pa se s trditvijo delno strinja. 2 % oz. 1 % vprašanih se s trditvijo delno ne strinja oz. se s trditvijo zelo ne strinja.

Tabela 7: Podrobnejša analiza dimenzije vzbujanje zaupanja

Statistika			
	Aritemična sredina	Standardni odklon	N
Ko smučam z inštruktorjem smučarske šole Intersport Bernik, se počutim varno.	5,69	,507	102
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik so prijazni in vljudni.	5,83	,400	102
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik imajo dovolj znanja za odgovore na vsa moja vprašanja v zvezi s smučanjem.	5,71	,519	102
Nasveti inštruktorjev smučarske šole Intersport Bernik glede mojega smučanja so jasni in razumljivi.	5,53	,656	102
Zaupam smučarski šoli Intersport Bernik.	5,62	,581	102

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 8: Podrobnejša analiza dimenzije sistem učenja smučanja

Statistika			
	Aritemična sredina	Standardni odklon	N
Po programu, ki ga izvaja inštruktor smučanja, je preveč vaj.	5,09	1,109	102
Vaje so dober način, kako izboljšati moje smučanje.	5,42	,737	102
Vem, kam vodi vsaka od vaj, ki jih pokaže inštruktor.	5,07	,947	102
Inštruktorji smučarske šole Intersport Bernik uporabljajo različne rekvizite, ki tečajnikom pomagajo pri napredovanju (npr. stožci, obroči, palice itd.)	5,22	,886	102

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Analiza zanesljivosti

Tabela 9: Zanesljivost za celoten merski instrument

Vključeni elementi			
		N	%
Število vprašalnikov	Veljavni	97	95,1
	Izključeni	5	4,9
	Skupaj	102	100,0

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Statistika zanesljivosti celotnega merskega inštrumenta	
Cronbach's Alpha	N (število vključenih trditvev)
,940	27

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 10: Zanesljivost za celoten merski instrument brez trditve z

Vključeni elementi			
		N	%
Število vprašalnikov	Veljavni	97	95,1
	Izključeni	5	4,9
	Skupaj	102	100,0

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Statistika zanesljivosti celotnega merskega inštrumenta (brez trditve z)	
Cronbach's Alpha	N (število vključenih trditvev)
,952	26

Vir: Rezultati raziskave, 2010

PRILOGA 7: PREVERJANJE HIPOTEZ

H1: Gledano v celoti, so porabniki zadovoljni s smučarsko šolo Intersport Bernik.

Tabela 11: Statistika za vključeno spremenljivko

Statistika				
	N	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Splošno zadovoljstvo s smučarsko šolo	102	5,58	,652	,065

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 12: Preverjanje domneve o aritmetični sredini

One-Sample Test						
	Testna vrednost = 5					
	t	df	Stopnja značilnosti (2-tailed)	Razlika med aritmetičnima sredinama	95 % interval zaupanja za razliko aritmetičnih sredin	
					Nižji	Višji
Splošno zadovoljstvo s smučarsko šolo	8,967	101	,000	,578	,45	,71

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Preverjanje enakosti aritmetičnih sredin – postavitve ničelne in alternativne domneve

$$H_0: \mu < 5$$

$$H_1: \mu \geq 5$$

Preverjanje statistične značilnosti: $\alpha = 0,05$

$$\text{Sig. (2-tailed)} = ,000$$

$$\text{Stopnja značilnosti za vzorec : } 0,000/2 = 0,000$$

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

Na podlagi vzorčnih podatkov ugotavljamo, da je razlika značilna pri stopnji značilnosti $\alpha = 0,05$, kar pomeni, da lahko zavrnamo ničelno domnevo in sprejmemo sklep, da so porabniki v splošnem zadovoljni s smučarsko šolo Intersport Bernik.

H2: Začetniki so s storitvijo smučarske šole bolj zadovoljni kot nadaljevalci.

T-test za dva neodvisna vzorca – preverjanje domneve o primerjavi dveh aritmetičnih sredin za neodvisni merjenji

Postavitev ničelne in alternativne domneve

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

Tabela 13: Statistika za vključene spremenljivke

Statistika glede na skupine					
Splošno zadovoljstvo s smučarsko šolo Intersport Bernik	Razredi glede na smučarsko predznanje	N	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
	Odrasli začetniki	45	5,64	,645	,096
	Odrasli nadaljevalci	57	5,53	,658	,087

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Preverjanje enakosti varianc

$$H_0: \sigma^2 = \sigma^2$$

$$H_1: \sigma^2 \neq \sigma^2$$

Tabela 14: Preizkus domneve o enakosti varianc

Splošno zadovoljstvo s smučarsko šolo Intersport Bernik	Levenov test za ugotavljanje enakosti varianc		t-test za preverjanje domneve enakosti varianc						
	F	Stopnja znač.	t	df	Stopnja značil. (2-tailed)	Razlika med aritmetični ma sredin ama	Standardna napaka razike	95 % interval zaupanja za razliko aritmetičnih sredin	
								Nižji	Višji
Domneva o enakih variancah	,693	,407	,908	100	,366	,118	,130	-,140	,376
Domneva o neenakih variancah			,910	95,367	,365	,118	,130	-,139	,376

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve, saj je izračunana stopnja značilnosti $P = 0,407$ večja od $\alpha = 0,05$. Varianci opazovanih vzorcev sta enaki.

Stopnja značilnosti, gledano pri H_0 : $P = 0,366$

Enostranska stopnja značilnosti: $P = 0,366/2 = 0,183 > 0,05$

H3: Kakovost storitev smučarske šole Intersport Bernik je pozitivno povezana z zadovoljstvom porabnikov njenih storitev.

Preverjanje povezave s Pearsonovim koeficientom

Povezava med kakovostjo in zadovoljstvom merjenim z vprašanjem: *V kolikšni meri ste, gledano v celoti bodisi zadovoljni bodisi nezadovoljni s storitvami smučarske šole Intersport Bernik?*

Tabela 15: Opisna statistika za vključene spremenljivke

Opisna statistika			
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	N
Splošno zadovoljstvo	5,58	,652	102
Kakovost	5,47	,532	97

Vir: Rezultati raziskave, 2010

H_0 : kakovost in zadovoljstvo med seboj nista povezana ali sta negativno povezana
 H_1 : kakovost in zadovoljstvo sta med seboj pozitivno povezana

Tabela 16: Prikaz korelacijskega koeficienta med zadovoljstvom in kakovostjo

Korelacija med spremenljivkama			
		Splošno zadovoljstvo	Kakovost
Splošno zadovoljstvo	Pearsonov korelacijski koeficient	1	,677**
	Stopnja značilnosti (2-tailed)		,000
	N	102	97
Kakovost	Pearsonov korelacijski koeficient	,677**	1
	Stopnja značilnosti (2-tailed)	,000	
	N	97	97

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Pearsonov koeficient je 0,677, kar pomeni srednjo pozitivno korelacijo med obema spremenljivkama.

Stopnja značilnosti je zanemarljiva, zato na podlagi vzorčnih podatkov lahko zavrnilo ničelno domnevo in prejmemo sklep, da sta kakovost smučarske šole Intersport Bernik in zadovoljstvo s smučarsko šolo med seboj pozitivno povezana.

H4: Med dimenzijami tečajniki najbolje ocenjujejo fizične dokaze kot dimenzijo kakovosti smučarske šole Intersport Bernik, sledi pa ji dimenzija vživljanja v položaj porabnika.

Glede na Tabelo 24 na strani 16 v sklopu prilog sem o preverjanju aritmetičnih sredin vključenih spremenljivk ugotovila, da *fizični dokazi* v povprečju niso najbolj ocenjena dimenzija. Najbolje so porabniki storitev smučarske šole v povprečju ocenili dimenzijo *vzbujanje zaupanja*.

Najprej sem preverila statistično značilnost razlike med dimenzijo *fizični dokazi* in *vživljanje v položaj porabnika*.

$$H_0: \mu_D \leq 0$$

$$H_1: \mu_D > 0$$

Tabela 17: Statistika vključenih spremenljivk

Statistika za odvisni spremenljivki					
		Aritmetična sredina	N	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Par 1	Fizični dokazi	5,55	102	,580	,057
	Vživljanje v položaj porabnika	5,50	102	,723	,072

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 18: Povezanost med spremenljivkama

Povezanost odvisnih spremenljivk				
		N	Korelacija	Sig.
Par 1	Fizični dokazi & Vživljanje v položaj porabnika	102	,706	,000

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 19: Preizkus dvojic

Paired Samples Test									
		Razlike dvojic					t	df	Stopnja znač. (2-tailed)
		Aritmetična sredina	Standardni odklon	Stan. napaka aritmetične sredine	95 % interval zaupanja za razliko aritmetičnih sredin				
					Nižji	Višji			
	Fizični dokazi – Vživljanje v položaj porabnika	,049	,517	,051	-,052	,151	,958	101	,340

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Preizkus dvojic je pokazal: dvostranska $P = 0,340 > \alpha = 0,05$

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrni ničelne domneve in tako ne moremo trditi, da je razlika statistično značilna.

Glede na to, da so porabniki storitev smučarske šole v povprečju najbolje ocenili dimenzijo *vzbujanje zaupanja*, sem se odločila preveriti, ali je razlika med dimenzijama *fizični dokazi* in *vzbujanje zaupanja* statistično značilna.

Za postavljanje domnev uporabimo razliko v aritmetičnih sredinah med obema spremenljivkama:

$$H_0 : \mu_D \leq 0$$

$$H_1 : \mu_D > 0$$

Tabela 20: Preizkus dvojic – statistika za vključeni spremenljivki

Statistika za vključeni odvisni spremenljivki					
		Aritmetična sredina	N	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Par 1	Vzbujanje zaupanja	5,67	102	,424	,042
	Fizični dokazi	5,55	102	,580	,057

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 21: Korelacija med vključenima spremenljivkama

Povezanost odvisnih spremenljivk				
		N	Korelacija	Stopnja značilnosti
Par 1	Vzbujanje zaupanja & Fizični dokazi	102	,743	,000

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 22: Preizkus domneve o aritmetični sredini za odvisna vzorca

Paired Samples Test									
		Razlike dvojec				t	df	Stopnja znač. (2-tailed)	
		Aritmetična sredina	Standardni odklon	Stan. napaka aritmetične sredine	95% interval zaupanja za razliko aritmetičnih sredin				
					Nižji				Višji
Vzbujanje zaupanja - Fizični dokazi	,129	,388	,038	,053	,205	3,352	101	,001	

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Stopnja značilnosti – enostranska: $P = 0,001/2 = 0,000$

$P = 0,000 < \alpha = 0,05$

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko zavrnamo ničelno domnevo in postavimo sklep, da med spremenljivkama obstajajo statistične razlike.

H5: Zadovoljstvo začetnikov je močno pozitivno povezano z dimenzijo vživljanja v položaj porabnika, sledi pa ji odzivnost kot dimenzija kakovosti.

Tabela 23: Opisna statistika za vključene spremenljivke

Opisna statistika			
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	N
Splošno zadovoljstvo	5,65	,650	43
Vzbujanje zaupanja	5,68	,433	43
Zanesljivost	5,57	,795	43
Sistem učenja smučanja	5,37	,644	43
Odzivnost	5,57	,853	43
Vživljanje v položaj porabnika	5,58	,717	43
Socialni vidik	5,40	,698	43
Fizični dokazi	5,64	,588	43

a. Izbrani primeri = odrasli začetniki

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 24: Prikaz korelacijskega in determinacijskega koeficienta

Model	Korelacijski koeficient	Determinacijski koeficient	Popravljen determinacijski koeficient	Standardna napaka ocene
	Splošno zadovoljstvo			
1	,788 ^a	,621	,546	,438

a. Predictors: (Constant), Fizični dokazi, Socialni vidik, Sistem učenja smučanja, Vzbujanje zaupanja, Zanesljivost, Vživljanje v položaj porabnika, Odzivnost

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 25: Preverjanje domneve o razlikah med regresijskimi koeficienti

ANOVA ^{b,c}						
Model		Vsota kvadratov	df	Ocena variance napake	F	Sig.
1	Vsota kvadratov odklonov	11,038	7	1,577	8,202	,000 ^a
	Vsota kvadratov ostankov	6,729	35	,192		
	Skupaj	17,767	42			

a. Predictors: (Constant), Fizični dokazi, Socialni vidik, Sistem učenja smučanja, Vzbujanje zaupanja, Zanesljivost, Vživljanje v položaj porabnika, Odzivnost

b. Odvisna spremenljivka: Splošno zadovoljstvo

c. Izbrani primeri = odrasli začetniki

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Domneve o regresijskih koeficientih

$$H_0: \beta_1 \text{ do } \beta_7 = 0$$

$$H_1: \beta_j \neq 0$$

$$F = 8,202$$

Stopnja značilnosti: $P = 0,00 < \alpha = 0,05 \rightarrow$ razlika je značilna

Na podlagi vzprčnih podatkov in zanemarljive stopnje značilnosti lahko zavrnem ničelno domnevo in sprejemem sklep, da je vsaj en regresijski koeficient različen od nič.

Tabela 26: Prikaz multiplih korelacijskih koeficientov za hipotezo 5

Regresijski koeficienti ^{a,b}						
Model		Nestandardizirani koeficienti		Standardizirani koeficienti	t	Stopnja značil.
		B	Standardna napaka ocene regresije	Beta		
1	(Konstanta)	-,068	1,019		-,067	,947
	Vzbujanje zaupanja	,904	,274	,602	3,297	,002
	Zanesljivost	,243	,227	,297	1,073	,290
	Sistem učenja smučanja	-,122	,180	-,121	-,678	,503
	Odzivnost	,161	,228	,212	,710	,483
	Vživljanje v položaj porabnika	-,378	,248	-,416	-1,521	,137
	Socialni vidik	-,078	,131	-,083	-,590	,559
	Fizični dokazi	,267	,288	,242	,927	,360

a. Odvisna spremenljivka: Splošno zadovoljstvo s smučarsko šolo Intersport Bernik

b. Izbrani primeri: odrasli začetniki

Vir: Rezultati raziskave, 2010

$$H_0: \beta_4 = 0$$

$$H_1: \beta_4 \neq 0$$

$$P = 0,483 > \alpha = 0,05 \rightarrow$$
 razlika ni značilna

Na podlagi vzorčnih podatkov pri stopnji značilnosti $P = 0,483$ ne morem zavrniti ničelne domneve, da je regresijski koeficient enak nič. Razlika ni značila, torej odzivnost kot dimenzija kakovost nima velikega vpliva na splošno zadovoljstvo začetnikov.

$$H_0: \beta_5 = 0$$

$$H_1: \beta_5 \neq 0$$

$$P = 0,137 > \alpha = 0,05 \rightarrow \text{razlika ni značilna}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov pri stopnji značilnosti $P = 0,137$ ne morem zavrniti ničelne domneve, da je regresijski koeficient enak nič. Razlika ni značilna, torej *vživljanje v položaj porabnika* kot dimenzija kakovosti nima velikega vpliva na splošno zadovoljstvo začetnikov.

Ob pogledu na tabelo s korelacijskimi koeficienti ugotovim, da je najmočnejša povezava med splošnim zadovoljstvom in vzbujanjem zaupanja kot dimenzijo kakovosti.

Preverjanje domneve o regresijskem koeficientu:

$$H_0: \beta_1 = 0$$

$$H_1: \beta_1 \neq 0$$

$$P = 0,002 < \alpha = 0,05 \rightarrow \text{razlika je značilna}$$

Na podlagi vzorčnih podatkov pri stopnji značilnosti $P = 0,002$ lahko zavrnem ničelno domnevo, da je regresijski koeficient enak nič. Razlika je značilna, torej vzbujanje zaupanja kot dimenzija kakovost statistično značilno vpliva na splošno zadovoljstvo začetnikov.

Drugih koeficientov ne bom tolmačila, saj so tako negativni kot zelo nizki, njihove izračunane stopnje značilnosti pa so vse večje od $\alpha = 0,05$. To pomeni, da ne moremo zavrniti ničelne domneve, ki pravi, da so regresijski koeficienti enaki nič in tako ne moremo trditi, da ostale dimenzije statistično značilno vplivajo na zadovoljstvo začetnikov. V tem primeru je verjetno prišlo do pojava **multikolienarnosti**, ko so neodvisne spremenljivke med seboj povezane.

Tabela 27: Korelacija vseh dimenzij kakovosti s splošnim zadovoljstvom začetnikov

Korelacija ^a		Splošno zadovoljstvo
Pearsonov korelacijski koeficient	Splošno zadovoljstvo	1,000
	Vzbujanje zaupanja	,733
	Zanesljivost	,606
	Sistem učenja smučanja	,412
	Odzivnost	,650
	Vživljanje v položaj porabnika	,496
	Socialni vidik	,311
	Fizični dokazi	,601
Stopnja značilnosti (1-tailed)	Splošno zadovoljstvo	.
	Vzbujanje zaupanja	,000
	Zanesljivost	,000
	Sistem učenja smučanja	,003
	Odzivnost	,000
	Vživljanje v položaj porabnika	,000
	Socialni vidik	,021
	Fizični dokazi	,000
	N	43

a. Izbrani primeri = odrasli začetniki

Glede na korelacijske koeficiente pa lahko ugotovim, da je s splošnim zadovoljstvom začetnikov najmočneje povezana dimenzija *vzbujanje zaupanja*, sledi ji *odzivnost*, *zanesljivost*, *fizični dokazi*, *vživljanje v položaj porabnika*. Najšibkejša je povezanost zadovoljstva začetnikov s sistemom učenja smučanja in s socialnim vidikom.

H6: Povezanost med zadovoljstvom pri nadaljevalcih in sistemom učenja ni močna.

Tabela 28: Opisna statistika za spremenljivki

Opisna statistika za vključeni spremenljivki ^a			
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	N
Splošno zadovoljstvo	5,53	,658	57
Sistem učenja smučanja	5,11	,790	57

a. Izbrani primeri = odrasli nadaljevalci

Vir: Rezultati raziskave, 2010

H₀: povezava med zadovoljstvom pri nadaljevalcih in sistemom učenja je močna (Pearsonov koeficient je enak ali večji od 0,7)

H₁: povezanost med zadovoljstvom pri nadaljevalcih in sistemom učenja ni močna (Pearsonov koeficient je manjši od 0,7)

Tabela 29: Korelacija sistema učenja s splošnim zadovoljstvom nadaljevalcev

Korelacija ^a			
		Splošno zadovoljstvo	Sistem učenja smučanja
Pearsonov koeficient korelacije	Splošno zadovoljstvo	1,000	,682
	Sistem učenja smučanja	,682	1,000
Stopnja značilnosti (1-tailed)	Splošno zadovoljstvo	.	,000
	Sistem učenja smučanja	,000	.
N	Splošno zadovoljstvo	57	57
	Sistem učenja smučanja	57	57

a. Izbrani primeri = odrasli nadaljevalci

Vir: Rezultati raziskave, 2010

Tabela 30: Korelacija vseh dimenzij s splošnim zadovoljstvom vseh tečajnikov

Korelacija		
		Splošno zadovoljstvo
Pearsonov koeficient korelacije	Splošno zadovoljstvo	1,000
	Vzbujanje zaupanja	,675
	Zanesljivost	,559
	Sistem učenja smučanja	,559
	Odzivnost	,595
	Vživljanje v položaj porabnika	,556
	Socialni vidik	,458
	Fizični dokazi	,614
Stopnja značilnosti (1-tailed)	Splošno zadovoljstvo	.
	Vzbujanje zaupanja	,000
	Zanesljivost	,000
	Sistem učenja smučanja	,000
	Odzivnost	,000
	Vživljanje v položaj porabnika	,000
	Socialni vidik	,000
	Fizični dokazi	,000

Vir: Rezultati raziskave, 2010