

Marta Kusterka-Jefmańska, Bartłomiej Jefmański

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ZASTOSOWANIE METODY IPA W BADANIU JAKOŚCI USŁUG EDUKACYJNYCH SZKOŁY WYŻSZEJ

Streszczenie: Metoda IPA jest jedną z bardziej znanych i prostych w zastosowaniu metod wykorzystywanych w badaniach jakości usług. Efektem zastosowania tej metody jest tzw. dwuwymiarowa siatka, na której położenie poszczególnych atrybutów usługi wyznacza kierunki działania organizacji w kontekście doskonalenia jakości. Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie możliwości wykorzystania metody IPA w ocenie jakości usług edukacyjnych na przykładzie jednego z Wydziałów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Słowa kluczowe: metoda *IPA*, badanie jakości, usługi edukacyjne.

1. Wstęp

Rosnąca liczba szkół wyższych, w tym zwłaszcza podmiotów prywatnych, oraz mniejsza niż w latach 90. XX wieku liczba potencjalnych studentów nasiliły konkurencję na rynku usług edukacyjnych. Niż demograficzny, a także zmiana warunków wyboru kierunku studiów i szkoły wyższej przez absolwentów szkół ponadgimnazjalnych wymusiły na podmiotach oferujących usługi edukacyjne na poziomie wyższym analizę potrzeb klienta i dbałość o utrzymanie wysokiej jakości świadczonych usług. Przyszły student, podejmując decyzję o wyborze szkoły wyższej, coraz częściej ocenia bowiem nie tylko ofertę edukacyjną do niego skierowaną i ewentualne korzyści z niej płynące, ale poszukuje również wiarygodnych informacji o jakości przebiegu całego procesu kształcenia. W obszarze działań każdej szkoły wyższej, zarówno państwowej, jak i prywatnej, powinna pojawić się zatem orientacja na klienta, w tym dbałość o jego zadowolenie z nabytej usługi edukacyjnej. Swoje zadowolenie lub jego brak student wyrazić może w ramach prowadzonych przez szkołę wyższą badań satysfakcji. Dla władz uczelni ich wyniki mogą być źródłem zarówno informacji o potrzebach i oczekiwaniach studentów, jak i percepcji jakości nabywanej przez studentów usługi edukacyjnej. Informacje te mogą być następnie wykorzystane w działalności marketingowej szkoły wyższej oraz procesie kreowania i wdrażania działań doskonalących. Wysoka jakość świadczonych przez szkoły wyższe usług edukacyjnych może być z kolei źródłem przewagi konkurencyjnej.

2. Usługa edukacyjna i jej jakość

Usługa edukacyjna definiowana jest jako „kierowanie procesem zdobywania wiedzy oraz kształtowania osobowości” [Kulig 2004, s. 97]. Nabywcami usługi edukacyjnej realizowanej przez szkołę wyższą są nie tylko studenci, na rzecz których uczelnia świadczy usługę, ale pośrednio również pracodawcy, którzy będą w przyszłości przyjmować absolwentów do pracy [Szczepańska-Woszczyzna 2004, s. 180]. Cechy charakterystyczne usługi edukacyjnej to jej niematerialny charakter oraz nakierowanie na umysły osób uczących się [Lovelock 1991, cyt. za Szejnberg 2008, s. 13-14]. Specyfika usług edukacyjnych polega również na istotnym powiązaniu wyniku usługi z predyspozycjami i cechami osobowościowymi klientów – studentów [Jonas 2006, s. 144].

Jakość kształcenia na poziomie wyższym wiąże się z jakością pracy uczelni, czyli stopniem wykorzystania w działaniach organizacyjnych, dydaktycznych i wychowawczych możliwości studentów, wykładowców oraz warunków materialnych i organizacyjnych dla wspierania wszechstronnego rozwoju osób uczących się [Szejnberg 2008, s. 20]. Ocena tej jakości może być dokonywana z różnych perspektyw. Jednym z proponowanych podejść w tym zakresie jest ocena jakości kształcenia przez pryzmat celów, jakie powinny być osiągnięte w wyniku świadczenia usług edukacyjnych. Cele te najczęściej określa się za pomocą takich kryteriów, jak: efektywność finansowa, spełnianie standardów akademickich oraz społeczna użyteczność. Oceną realizacji pierwszego z wymienionych powyżej kryteriów zainteresowany jest przede wszystkim rząd, który chce wiedzieć, w jaki sposób uczelnie dysponują publicznymi pieniędzmi. Dbałością o spełnianie standardów akademickich zainteresowane jest samo środowisko akademickie, które czuwa nad wysoką jakością kształcenia w poszczególnych uczelniach i na poszczególnych kierunkach studiów. Społeczną użytecznością zainteresowani są przede wszystkim pracodawcy, rodzice, kandydaci na studia i sami studenci, przy czym jakość nabytej usługi edukacyjnej każdy z nich oceniać może odmiennie. Dla pracodawcy istotny jest przede wszystkim wynik kształcenia, podczas gdy studentów interesuje również przebieg samego procesu [Jonas 2006, s. 144].

W zależności od przyjętej perspektywy – zewnętrznej lub wewnętrznej – jakość usług edukacyjnych może być definiowana dwojako. W pierwszym przypadku o jakości usług edukacyjnych świadczyć będzie zgodność procesu kształcenia z odpowiednimi standardami, np. programami poszczególnych kierunków studiów zatwierdzonymi przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego. W tym ujęciu jakość świadczonych usług jest weryfikowana przez Państwową Komisję Akredytacyjną oraz w procesie samooceny przez uczelnie wyższą [Jonas 2006, s. 144-145]. Na jakość usług edukacyjnych można również spojrzeć z perspektywy zewnętrznej – nabywców tych usług. W tym ujęciu jakość to przede wszystkim zaspokojenie potrzeb i wymagań klienta [Stoma 2009, s. 34]. Ocena tej jakości może dotyczyć jej wymiaru technicznego, funkcjonalnego lub wyniku. Jakość techniczna usługi edukacyjnej

może być oceniona jeszcze przed rozpoczęciem procesu świadczenia usługi (np. przez kandydata na studia) i obejmuje m.in. takie czynniki, jak: programy studiów, kadra naukowo-dydaktyczna czy materialne elementy świadczenia usługi (np. wyposażenie sal, zbiory biblioteczne). Czynniki te wpływają na decyzję o wyborze szkoły wyższej oraz kształtują oczekiwania co do procesu świadczenia usługi. Jakość funkcjonalna odnosi się do sposobu realizacji usługi przy wykorzystaniu czynników wymienionych w ramach jakości technicznej. Jest to zatem przebieg kontaktów między usługodawcą a klientem. Jakość funkcjonalna w usługach edukacyjnych odnosi się m.in. do wiedzy i umiejętności jej przekazywania przez kadre dydaktyczną czy sposobu traktowania studenta przez pracowników zarówno naukowych, jak i administracyjnych uczelni. Jakość wyniku odnosi się do oceny korzyści stanowiących konsekwencję świadczenia usługi oraz tego, w jakim stopniu odzwierciedlają one oczekiwania klienta. Jakość wyniku usługi edukacyjnej to m.in. wartość dyplomu ukończenia uczelni przejawiająca się np. możliwością zdobycia zatrudnienia czy wysokością osiągniętych zarobków [Zeller 2004, s. 218-219].

3. Ocena jakości usług edukacyjnych z zastosowaniem metody IPA

Metoda IPA (*Importance-Performance Analysis*) została zaproponowana na gruncie badań marketingowych przez Martilla i Jamesa [1977] i doczekała się licznych zastosowań oraz modyfikacji zawartych m.in. w pracy Lowesteina [1995], Bacona [2003], Fuchsa i Weiermaira [2003]. Jej zastosowanie w badaniach satysfakcji polega na jednoczesnej analizie oczekiwań klientów co do jakości wybranych atrybutów usługi oraz spostrzeżeń co do osiągniętego przez organizację stanu faktycznego w zakresie jakości tych samych atrybutów. Uzyskane wyniki poddaje się wizualizacji na dwuwymiarowym wykresie, określanym mianem siatki IPA, podzielonym na cztery ćwiartki, gdzie granice poszczególnych ćwiartek wyznaczają np. statystyki opisowe typu mediana lub wartość średnia ze wszystkich ocen ważności oraz percepcji poszczególnych atrybutów usługi (zob. rys. 1).

WAŻNOŚĆ	ĆWIARTKA A (wysoka ważność i niskie osiągnięcia) „SKONCENTRUJ SIĘ TUTAJ”	ĆWIARTKA B (wysoka ważność i wysokie osiągnięcia) „KONTYNUUJ DOBRĄ PRACĘ”
	ĆWIARTKA C (niska ważność i niskie osiągnięcia) „NISKI PRIORYTET”	ĆWIARTKA D (niska ważność i wysokie osiągnięcia) „MOŻLIWE PRZEDOBRENIE”
	OSIĄGNIĘCIA	

Rys. 1. Siatka IPA

Źródło: opracowanie na podstawie: [Hendricks, Schneider, Budruk 2003, s. 55; Zhang, Chow 2004, s. 83].

Interpretacja wyników i rekomendacje zależą od tego, w której ćwiartce znajduje się atrybut usługi. W ćwiartce **A** znajdują się te atrybuty usługi, które są ważne dla klienta, ale ocena ich stanu faktycznego jest niska. Zatem na tych atrybutach usługi organizacja winna skoncentrować uwagę i wprowadzić działania doskonalące. W przypadku ćwiartki **B** mamy do czynienia z atrybutami usługi, które są ważne dla klientów i dla których postrzegane przez nich osiągnięcia są również wysokie. Ćwiartka **C** grupuje te atrybuty usługi, dla których zarówno ważność, jak i osiągnięcia są niższe od np. wartości średnich. Atrybuty znajdujące się w ćwiartce **D** są dla klientów względnie mało ważne, ale osiągnięcia mierzone tymi atrybutami są wysokie.

W doskonaleniu jakości atrybutów usługi należy się skupić przede wszystkim na tych, które znajdują się w ćwiartce **A**. Klienci wskazują, że te atrybuty są dla nich bardzo ważne, ale jednocześnie ich poziom zadowolenia z osiągnięć organizacji mierzonych tymi atrybutami jest niski [Martilla 1997, s. 77-79].

4. Wykorzystanie metody IPA w praktyce

Metodę IPA zastosowano w analizie wyników badania satysfakcji studentów przeprowadzonego w 2010 r. na jednym z wydziałów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Analizę ograniczono do studiów stacjonarnych pierwszego stopnia na dwóch oferowanych kierunkach kształcenia. Studenci zostali poproszeni o wypełnienie kwestionariusza ankiety zawierającego m.in. 54 atrybuty usługi zgrupowane w ramach sześciu następujących wymiarów:

- baza materialna (9 atrybutów usługi),
- wykładowcy i zajęcia (12 atrybutów usługi),
- organizacja zajęć (9 atrybutów usługi),
- efekty kształcenia, praktyki i staże (8 atrybutów usługi),
- biblioteka i czytelnia (7 atrybutów usługi),
- dziekanat oraz Dział Informacji i Rozwoju (9 atrybutów usługi).

Dla każdego atrybutu usługi została określona przez respondentów ważność oraz ocena stanu faktycznego. Pomiaru ważności poszczególnych atrybutów usługi dokonano na pięciostopniowej, porządkowej skali pomiaru o następujących kategoriach: „zdecydowanie nieważne”, „nieważne”, „ani ważne, ani nieważne”, „ważne”, „bardzo ważne”. W podobny sposób, bo również na pięciostopniowej, porządkowej skali pomiaru, respondenci oceniali poszczególne atrybuty usługi. Możliwy był wybór jednego z następujących wariantów odpowiedzi: „bardzo źle”, „źle”, „ani źle, ani dobrze”, „dobrze”, „bardzo dobrze”.

Zastosowanie metody IPA wymaga obliczenia dla każdego atrybutu usługi zarówno średniej ważności, jak i oceny. Wyniki dla kierunku „ekonomia” w podziale na poszczególne lata studiów zamieszczono odpowiednio w tab. 1-6.

Tabela 1. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „baza materialna” (wyniki dla kierunku „ekonomia”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
1	Wygląd budynków wydziałowych i ich otoczenia	3,839	3,625	4,199	3,697	4,087	3,816
2	Dostęp do miejsc parkingowych	3,536	3,036	4,171	2,808	4,171	2,825
3	Wyposażenie sal dydaktycznych w ławki i siedziska	4,536	3,536	4,705	3,927	4,740	3,797
4	Wyposażenie sal laboratoryjnych w komputery	4,304	3,607	4,895	4,167	4,727	4,143
5	Wyposażenie sal dydaktycznych i laboratoryjnych w projektory multimedialne	4,143	3,679	4,635	4,154	4,553	3,811
6	Wyposażenie sal laboratoryjnych w oprogramowanie komputerowe	3,964	3,482	4,686	4,020	4,466	3,837
7	Możliwość korzystania z komputerów z dostępem do Internetu	4,375	3,679	4,652	3,295	4,556	3,594
8	Wyposażenie w sprzęt sportowy i rekreacyjny	3,875	3,161	4,010	3,111	3,808	3,071
9	Położenie tablic informacyjnych i ich przejrzystość	4,036	3,446	4,534	3,509	4,567	3,417

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „wykładowcy i zajęcia” (wyniki dla kierunku „ekonomia”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
10	Informowanie o programie nauczania przedmiotu	4,304	3,179	4,249	3,582	4,398	3,487
11	Przedstawienie wymagań zaliczeniowych (egzaminacyjnych) na początku semestru	4,554	3,536	4,930	3,506	4,761	3,666
12	Zaangażowanie prowadzących zajęcia	4,536	3,500	4,836	3,599	4,823	3,484
13	Wiedza prowadzących o wykładanym przedmiocie	4,661	4,054	4,882	3,997	4,844	4,105
14	Powiązanie teorii z praktycznym wykorzystaniem wiedzy	4,500	3,054	4,770	2,927	4,778	2,513
15	Umiejętność przekazywania wiedzy przez prowadzących (komunikatywność)	4,589	3,304	4,670	3,279	4,858	3,321
16	Przedstawienie najnowszych osiągnięć z danej dziedziny	3,875	2,946	4,199	2,962	4,245	2,844
17	Zrozumiałe i jednoznaczne kryteria oceniania	4,518	3,107	4,680	3,433	4,785	3,407
18	Wykorzystywanie metod aktywizacji studentów, motywowanie do samodzielnego myślenia	4,036	3,321	4,234	3,501	4,283	3,191
19	Kultura osobista prowadzących	4,286	4,000	4,488	4,178	4,563	4,250
20	Terminowość i punktualność odbywania zajęć	4,054	3,839	4,161	3,962	4,230	3,730
21	Wykorzystywanie nowoczesnych technik prezentacji (środki audiowizualne)	3,964	3,643	4,370	4,060	4,096	3,578

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „organizacja zajęć” (wyniki dla kierunku „ekonomia”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
22	Wsparcie informacyjne w momencie rozpoczynania studiów na wydziale	4,411	3,143	4,746	2,811	4,602	3,460
23	Jasność regulacji i procedur dotyczących studiowania	4,196	3,125	4,627	3,490	4,504	3,540
24	Wielkość grup na ćwiczeniach	4,107	3,714	4,300	3,877	4,127	3,922
25	Równomierne obciążenia nauką w ciągu roku akademickiego	4,375	3,268	4,801	2,130	4,772	1,971
26	Długość przerw między zajęciami	3,857	3,893	4,118	3,965	4,177	3,989
27	Dostępność prowadzących dla studentów poza zajęciami (konsultacje, dyżury, opieka naukowa, e-mail)	4,268	3,589	4,478	3,768	4,387	3,604
28	Możliwość rozwijania własnych zainteresowań (np. w ramach kół naukowych, organizacji studenckich)	3,679	3,643	3,659	3,512	4,009	3,874
29	Dostępność informacji organizacyjnych (np. zmiany godzin zajęć, sal dydaktycznych)	4,429	3,089	4,683	2,673	4,660	2,528
30	Zawartość informacyjna stron internetowych wydziału i poszczególnych katedr	4,161	3,411	4,547	3,469	4,459	3,637

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „efekty kształcenia, praktyki i staże” (wyniki dla kierunku „ekonomia”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
31	Zadowolenie z kształcenia w zakresie ogólnej wiedzy ekonomicznej	4,393	3,500	4,686	3,635	4,637	3,765
32	Zadowolenie z kształcenia w zakresie wiedzy z przedmiotów specjalnościowych	4,214	3,089	4,776	3,797	4,767	4,005
33	Możliwość przygotowania się do kariery zawodowej	4,500	3,036	4,895	3,358	4,830	3,223
34	Znajomość języków obcych	4,411	3,321	4,801	3,529	4,687	2,937
35	Obsługa oprogramowania komputerowego przydatnego do przyszłej pracy	4,393	3,125	4,751	3,278	4,657	3,376
36	Organizacja spotkań z pracodawcami	4,054	2,446	4,564	2,637	4,387	2,657
37	Pośrednictwo w pozyskiwaniu oferty pracy, organizacji praktyk studenckich oraz staży pracy	4,196	2,929	4,637	3,292	4,619	3,251
38	Pomoc w planowaniu indywidualnych ścieżek kariery zawodowej	3,982	2,839	4,310	3,094	4,468	2,858

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 5. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „biblioteka i czytelnia” (wyniki dla kierunku „ekonomia”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
39	Obsługa i organizacja biblioteki	3,927	3,364	4,418	3,209	4,392	3,580
40	Obsługa i organizacja czytelnia	3,800	3,364	4,363	3,431	4,377	3,860
41	Sprawność udostępniania zbiorów biblioteki	4,000	3,273	4,645	3,216	4,526	3,222
42	Sprawność udostępniania zbiorów czytelnia	3,927	3,327	4,443	3,338	4,466	3,546
43	Dostępność literatury zalecanej w sylabusach przedmiotów	4,273	2,836	4,770	2,532	4,619	2,721
44	Aktualność księgozbioru biblioteki i czasopism czytelnia	3,727	3,182	4,637	3,240	4,459	3,533
45	Dostępność baz internetowych	3,836	3,236	4,276	3,753	4,499	3,690

Źródło: opracowanie własne.

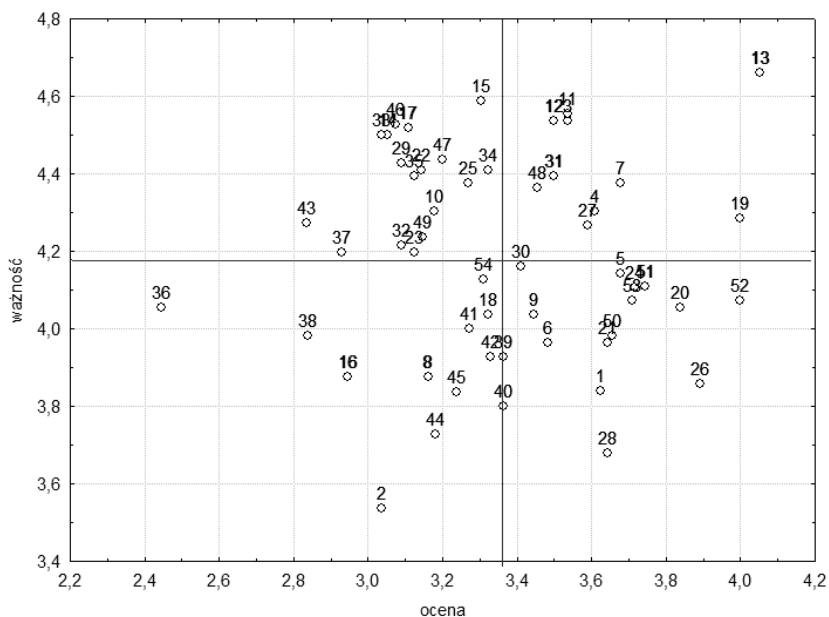
Tabela 6. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „dziekanat oraz Dział Informacji i Rozwoju” (wyniki dla kierunku „ekonomia”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
46	Organizacja pracy dziekanatu (godziny przyjęć studentów, kontakt telefoniczny i e-mailowy)	4,527	3,073	4,822	2,863	4,731	3,830
47	Fachowość i sprawność obsługi studentów przez pracowników dziekanatu	4,436	3,200	4,784	2,789	4,702	4,031
48	Uprzejmość obsługi studentów przez pracowników dziekanatu	4,364	3,455	4,728	2,785	4,444	4,359
49	Zindywidualizowane podejście pracowników dziekanatu do studenta	4,236	3,145	4,693	2,651	4,395	4,074
50	Organizacja pracy Działu Informacji i Rozwoju (godziny przyjęć studentów, kontakt telefoniczny i e-mailowy)	3,982	3,655	4,436	3,690	4,276	3,797
51	Fachowość i sprawność obsługi studentów przez pracowników Działu Informacji i Rozwoju	4,109	3,745	4,428	3,673	4,258	3,940
52	Uprzejmość obsługi studentów przez pracowników Działu Informacji i Rozwoju	4,073	4,000	4,338	3,993	4,211	4,130
53	Zindywidualizowane podejście pracowników Działu Informacji i Rozwoju do studenta	4,073	3,709	4,282	3,732	4,157	3,849
54	Dostępność prodziekanów dla studentów (godziny przyjęć studentów, kontakt telefoniczny i e-mailowy)	4,127	3,309	4,330	3,459	4,264	3,676

Źródło: opracowanie własne.

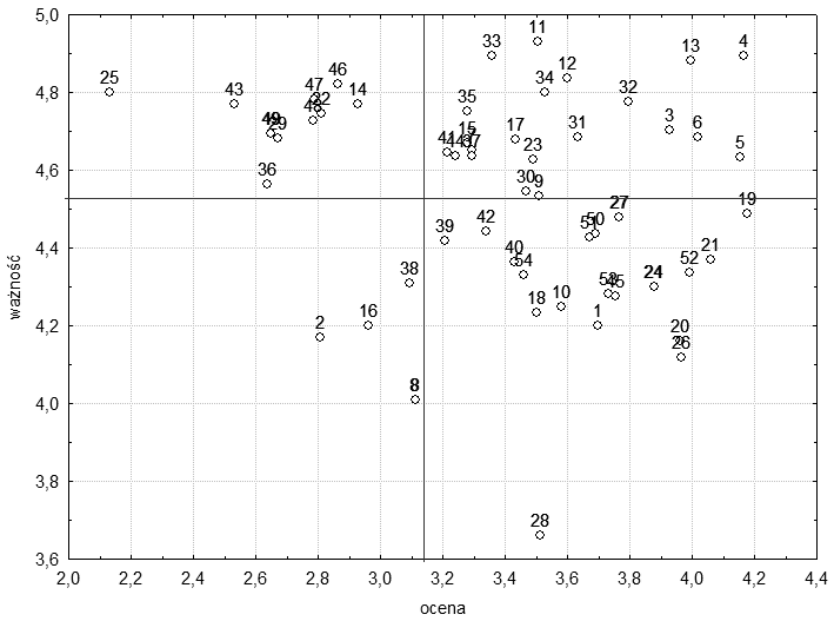
Studenci pierwszego, drugiego i trzeciego roku studiujący na kierunku „ekonomia” jako najważniejsze atrybuty usługi wskazali te zgrupowane w ramach wymiaru „wykładowcy i zajęcia”. Największe wagi uzyskały bowiem takie atrybuty, jak: wiedza prowadzących o wykładanym przedmiocie, przedstawienie wymagań zaliczeniowych (egzaminacyjnych) na początku semestru oraz umiejętność przekazywania wiedzy przez prowadzących (komunikatywność). Warto podkreślić, że najwyższe oceny studentów pierwszego i drugiego roku uzyskały również atrybuty wymiaru „wykładowcy i zajęcia”. Studenci pierwszego roku najwyżej ocenili wiedzę prowadzących o wykładanych przedmiocie, natomiast studenci roku drugiego najwyższe oceny wystawili kulturze osobistej prowadzących zajęcia. Uprzejmość obsługi studentów przez pracowników dziekanatu wyszczególniona w ramach wymiaru „dziekanat oraz Dział Informacji i Rozwoju” została doceniona przez studentów trzeciego roku i najwyżej oceniona spośród wszystkich atrybutów usługi.

Najmniejsze znaczenie dla studentów pierwszego roku ma dostęp do miejsc parkingowych. Studenci drugiego roku najmniejszą wagę przywiązują do możliwości rozwijania własnych zainteresowań (np. w ramach kół naukowych, organizacji studenckich). Natomiast studenci trzeciego roku spośród wszystkich ocen ważności najmniejszą wagę nadali kwestii wyposażenia w sprzęt sportowy i rekreacyjny. Słabą ocenę studenci pierwszego roku wystawili aktywności wydziału dotyczącej orga-



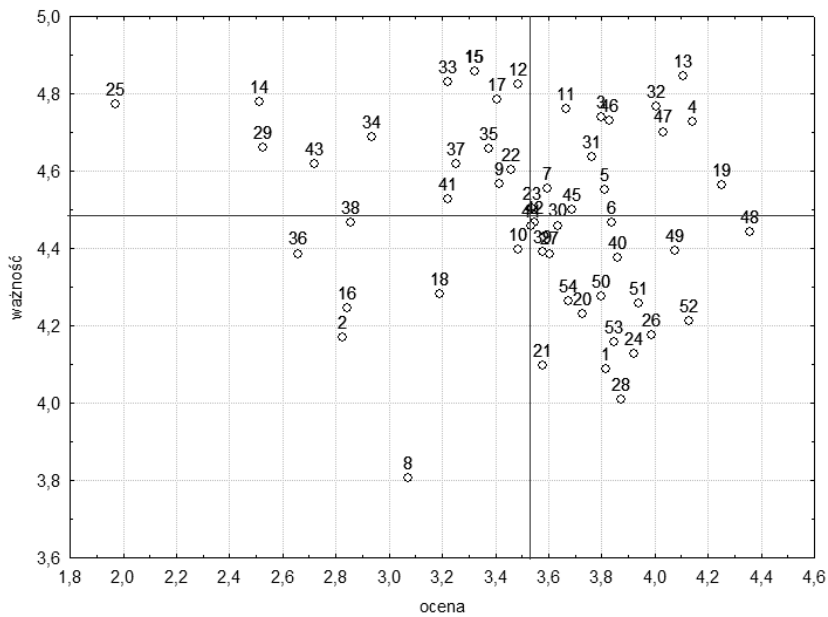
Rys. 2. Wykres IPA dla pierwszego roku studiów stacjonarnych na kierunku „ekonomia”

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 3. Wykres IPA dla drugiego roku studiów stacjonarnych na kierunku „ekonomia”

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 4. Wykres IPA dla trzeciego roku studiów stacjonarnych na kierunku „ekonomia”

Źródło: opracowanie własne.

nizacji spotkań z pracodawcami. Natomiast studenci drugiego i trzeciego roku zgodnie i bardzo nisko ocenili kwestię równomiernego obciążenia nauką w ciągu roku akademickiego.

Określenie położenia poszczególnych atrybutów usługi na dwuwymiarowym wykresie IPA wymagało obliczenia średniej ważności i oceny dla wszystkich atrybutów. To z kolei umożliwiło wyznaczenie granic między poszczególnymi ćwiartkami. Graficzną prezentację uzyskanych wyników dla kierunku „ekonomia” w podziale na poszczególne lata studiów zaprezentowano na rys. 2-4.

Szczegółowe położenie wszystkich atrybutów na poszczególnych wykresach IPA wyszczególniono w tab. 7.

Tabela 7. Położenie atrybutów usługi w ćwiartkach wykresu IPA (wyniki dla kierunku „ekonomia”)

Numer atrybutu	Ćwiartka wykresu IPA			Numer atrybutu	Ćwiartka wykresu IPA			Numer atrybutu	Ćwiartka wykresu IPA		
	rok studiów				rok studiów				rok studiów		
	I	II	III		I	II	III		I	II	III
1	B	B	B	19	B	B	B	37	A	A	A
2	C	C	C	20	B	B	B	38	C	C	C
3	B	B	B	21	B	B	B	39	C	C	B
4	B	B	B	22	A	A	A	40	C	B	B
5	B	B	B	23	A	B	B	41	C	A	A
6	B	B	B	24	B	B	B	42	C	C	B
7	B	A	B	25	A	A	A	43	A	A	A
8	C	C	C	26	B	B	B	44	C	A	B
9	B	B	A	27	B	B	B	45	C	B	B
10	A	B	C	28	B	B	B	46	A	A	B
11	B	B	B	29	A	A	A	47	A	A	B
12	B	B	A	30	B	B	B	48	B	A	B
13	B	B	B	31	B	B	B	49	A	A	B
14	A	A	A	32	A	B	B	50	B	B	B
15	A	A	A	33	A	A	A	51	B	B	B
16	C	C	C	34	A	B	A	52	B	B	B
17	A	B	A	35	A	A	A	53	B	B	B
18	C	B	C	36	C	A	C	54	C	B	B

* Kolorem szarym zaznaczono atrybuty usługi dla każdego roku studiów, na których należy skoncentrować działania doskonalące.

Źródło: opracowanie własne.

Niezależnie od analizowanego roku studiów istnieje pięć atrybutów usługi, na których należy skoncentrować działania doskonalące. Należą do nich:

- powiązanie teorii z praktycznym wykorzystaniem wiedzy,
- umiejętność przekazywania wiedzy przez prowadzących (komunikatywność),
- wsparcie informacyjne w momencie rozpoczęcia studiów na wydziale,

- równomierne obciążenie nauką w trakcie roku akademickiego,
- dostępność informacji organizacyjnych (np. zmiany godzin zajęć, sal dydaktycznych),
- możliwość przygotowania się do kariery zawodowej,
- obsługa oprogramowania komputerowego przydatnego do przyszłej pracy,
- pośrednictwo w pozyskiwaniu ofert pracy, organizacji praktyk studenckich oraz staży pracy,
- dostępność literatury zalecanej w sylabusach przedmiotów.

Warto również podkreślić, że blisko połowa atrybutów usługi znalazła się w ćwiartce B wykresu IPA. Są to więc atrybuty, co do których są wysokie wymagania studentów i które jednocześnie zostały wysoko ocenione. Chodzi tu m.in. o:

- wyposażenie sal dydaktycznych w ławki i siedziska,
- wyposażenie sal laboratoryjnych w komputery,
- wyposażenie sal dydaktycznych i laboratoryjnych w projektory multimedialne,
- przedstawienie wymagań zaliczeniowych (egzaminacyjnych) na początku semestru,
- wiedzę prowadzących o wykładanym przedmiocie.

Obliczenia dla kierunku „zarządzanie” przeprowadzono w analogiczny sposób jak dla kierunku „ekonomia”. W pierwszej kolejności wyznaczono średnie wartości ważności oraz ocen poszczególnych atrybutów usługi, a wyniki zestawiono w tab. 8-13.

Tabela 8. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „baza materialna” (wyniki dla kierunku „zarządzanie”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
1	Wygląd budynków wydziałowych i ich otoczenia	3,817	3,283	3,934	3,555	3,902	3,591
2	Dostęp do miejsc parkingowych	4,017	2,383	4,284	2,639	4,194	2,576
3	Wyposażenie sal dydaktycznych w ławki i siedziska	4,650	3,433	4,493	3,444	4,483	3,577
4	Wyposażenie sal laboratoryjnych w komputery	4,550	3,467	4,651	3,587	4,568	3,697
5	Wyposażenie sal dydaktycznych i laboratoryjnych w projektory multimedialne	4,367	3,683	4,488	3,928	4,470	3,619
6	Wyposażenie sal laboratoryjnych w oprogramowanie komputerowe	4,167	3,350	4,232	3,688	4,371	3,460
7	Możliwość korzystania z komputerów z dostępem do Internetu	4,567	3,100	4,438	2,892	4,477	2,930
8	Wyposażenie w sprzęt sportowy i rekreacyjny	4,083	2,917	3,553	2,753	3,774	2,606
9	Położenie tablic informacyjnych i ich przejrzystość	4,550	2,900	4,341	3,070	4,248	3,502

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 9. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „wykładowcy i zajęcia”
(wyniki dla kierunku „zarządzanie”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
10	Informowanie o programie nauczania przedmiotu	4,467	3,300	4,296	3,365	4,042	3,367
11	Przedstawienie wymagań zaliczeniowych (egzaminacyjnych) na początku semestru	4,750	3,500	4,703	3,435	4,518	3,677
12	Zaangażowanie prowadzących zajęcia	4,667	3,250	4,682	3,357	4,449	3,378
13	Wiedza prowadzących o wykładanym przedmiocie	4,833	4,117	4,874	3,893	4,699	4,064
14	Powiązanie teorii z praktycznym wykorzystaniem wiedzy	4,783	2,717	4,671	2,977	4,741	2,669
15	Umiejętność przekazywania wiedzy przez prowadzących (komunikatywność)	4,850	2,867	4,823	3,337	4,715	3,385
16	Przedstawienie najnowszych osiągnięć z danej dziedziny	3,933	2,917	4,150	2,884	4,227	3,045
17	Zrozumiałe i jednoznaczne kryteria oceniania	4,783	2,817	4,527	3,196	4,508	3,156
18	Wykorzystywanie metod aktywizacji studentów, motywowanie do samodzielnego myślenia	4,333	2,917	4,360	3,054	4,260	3,020
19	Kultura osobista prowadzących	4,533	3,750	4,251	4,194	4,300	3,909
20	Terminowość i punktualność odbywania zajęć	4,517	3,133	4,260	3,432	4,221	3,547
21	Wykorzystywanie nowoczesnych technik prezentacji (środki audiowizualne)	4,300	3,600	4,149	3,771	4,202	3,719

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 10. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „organizacja zajęć”
(wyniki dla kierunku „zarządzanie”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
22	Wsparcie informacyjne w momencie rozpoczynania studiów na wydziale	4,583	2,850	4,454	2,643	4,592	3,268
23	Jasność regulacji i procedur dotyczących studiowania	4,450	2,933	4,313	2,778	4,312	3,180
24	Wielkość grup na ćwiczeniach	4,417	2,883	4,386	2,872	4,132	3,621
25	Równomierne obciążenia nauką w ciągu roku akademickiego	4,467	2,483	4,531	2,103	4,662	2,292
26	Długość przerw między zajęciami	4,250	3,483	4,127	3,555	4,199	3,674
27	Dostępność prowadzących dla studentów poza zajęciami (konsultacje, dyżury, opieka naukowa, e-mail)	4,367	3,417	4,219	3,795	4,311	3,693
28	Możliwość rozwijania własnych zainteresowań (np. w ramach kół naukowych, organizacji studenckich)	3,950	3,400	3,970	3,329	4,063	3,595
29	Dostępność informacji organizacyjnych (np. zmiany godzin zajęć, sal dydaktycznych)	4,800	2,200	4,671	2,221	4,377	2,965
30	Zawartość informacyjna stron internetowych wydziału i poszczególnych katedr	4,283	3,233	4,324	3,129	4,330	3,596

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 11. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „efekty kształcenia, praktyki i staże” (wyniki dla kierunku „zarządzanie”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
31	Zadowolenie z kształcenia w zakresie ogólnej wiedzy ekonomicznej	3,100	2,483	4,384	3,576	4,346	3,570
32	Zadowolenie z kształcenia w zakresie wiedzy z przedmiotów specjalnościowych	2,250	1,833	4,594	3,863	4,566	3,701
33	Możliwość przygotowania się do kariery zawodowej	2,867	2,100	4,664	3,043	4,615	2,888
34	Znajomość języków obcych	3,400	2,483	4,647	2,821	4,616	2,743
35	Obsługa oprogramowania komputerowego przydatnego do przyszłej pracy	2,817	1,850	4,398	2,985	4,388	3,072
36	Organizacja spotkań z pracodawcami	2,233	1,517	4,155	2,249	4,309	2,885
37	Pośrednictwo w pozyskiwaniu oferty pracy, organizacji praktyk studenckich oraz staży pracy	1,850	1,300	4,369	2,533	4,484	3,196
38	Pomoc w planowaniu indywidualnych ścieżek kariery zawodowej	2,150	1,483	4,376	2,530	4,318	2,722

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 12. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „biblioteka i czytelnia” (wyniki dla kierunku „zarządzanie”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
39	Obsługa i organizacja biblioteki	4,300	2,600	4,311	3,108	4,300	3,208
40	Obsługa i organizacja czytelnia	4,233	3,200	4,072	3,432	4,292	3,411
41	Sprawność udostępniania zbiorów biblioteki	4,383	2,583	4,488	2,754	4,390	2,943
42	Sprawność udostępniania zbiorów czytelnia	4,317	3,283	4,347	3,299	4,273	3,358
43	Dostępność literatury zalecanej w sylabusach przedmiotów	4,517	2,483	4,608	2,340	4,572	2,418
44	Aktualność księgozbioru biblioteki i czasopism czytelnia	4,233	3,167	4,123	3,104	4,357	3,224
45	Dostępność baz internetowych	4,250	3,067	4,253	3,386	4,328	3,653

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 13. Ważność i ocena atrybutów usługi w ramach wymiaru „dziekanat oraz Dział Informacji i Rozwoju” (wyniki dla kierunku „zarządzanie”)

Numer atrybutu	Atrybut usługi	Rok studiów					
		I	I	II	II	III	III
		waga	ocena	waga	ocena	waga	ocena
46	Organizacja pracy dziekanatu (godziny przyjęć studentów, kontakt telefoniczny i e-mailowy)	4,567	2,617	4,493	2,818	4,513	3,721
47	Fachowość i sprawność obsługi studentów przez pracowników dziekanatu	4,500	2,783	4,509	2,809	4,541	4,348
48	Uprzejmość obsługi studentów przez pracowników dziekanatu	4,333	2,667	4,518	2,439	4,420	4,486
49	Zindywidualizowane podejście pracowników dziekanatu do studenta	4,333	2,650	4,198	2,443	4,417	4,404
50	Organizacja pracy Działu Informacji i Rozwoju (godziny przyjęć studentów, kontakt telefoniczny i e-mailowy)	3,967	3,150	4,167	3,368	4,177	3,824
51	Fachowość i sprawność obsługi studentów przez pracowników Działu Informacji i Rozwoju	3,967	3,217	4,090	3,205	4,215	3,770
52	Uprzejmość obsługi studentów przez pracowników Działu Informacji i Rozwoju	3,967	3,417	4,127	3,556	4,302	4,043
53	Zindywidualizowane podejście pracowników Działu Informacji i Rozwoju do studenta	3,800	3,217	4,078	3,299	4,187	3,867
54	Dostępność prodziekanów dla studentów (godziny przyjęć studentów, kontakt telefoniczny i e-mailowy)	4,083	2,533	3,974	3,250	4,120	3,500

Źródło: opracowanie własne.

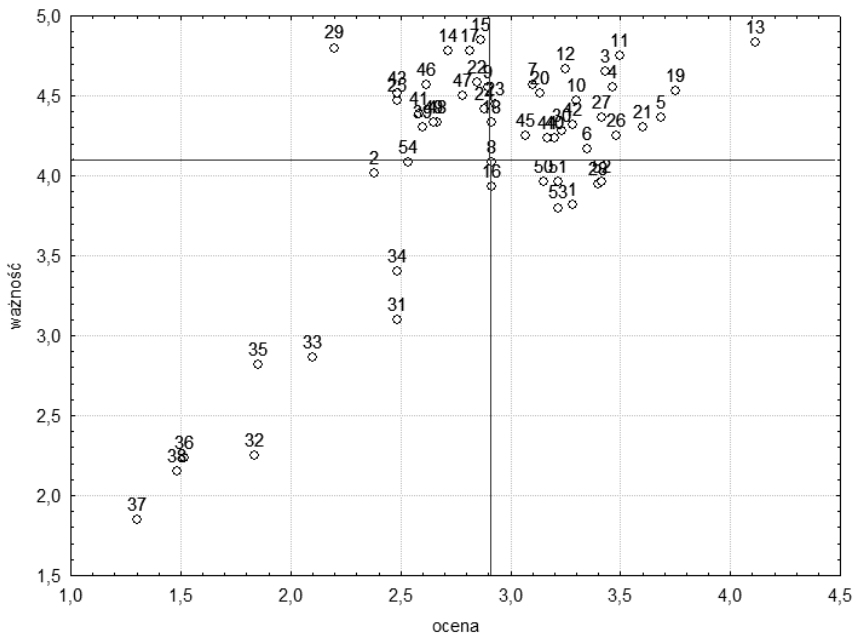
Celem określenia położenia poszczególnych atrybutów usługi na dwuwymiarowym wykresie IPA obliczono średnie ważności i oceny dla wszystkich atrybutów. Graficzną prezentację uzyskanych wyników dla kierunku „zarządzanie” w podziale na poszczególne lata studiów zaprezentowano na rys. 5-7.

Szczegółowe położenie wszystkich atrybutów usługi na poszczególnych wykresach IPA wyszczególniono w tab. 14.

Powyższe zestawienia sugerują, że są atrybuty usługi, które wymagają doskonalenia na wszystkich trzech latach studiów stacjonarnych poddanych analizie. Należą do nich:

- powiązanie teorii z praktycznym wykorzystaniem wiedzy,
- wsparcie informacyjne w momencie rozpoczęcia studiów na wydziale,

- równomierne obciążenia nauką w ciągu roku akademickiego,
- dostępność informacji organizacyjnych (np. zmiany godzin zajęć, sal dydaktycznych),
- sprawność udostępniania zbiorów biblioteki,
- dostępność literatury zalecanej w sylabusach przedmiotów.

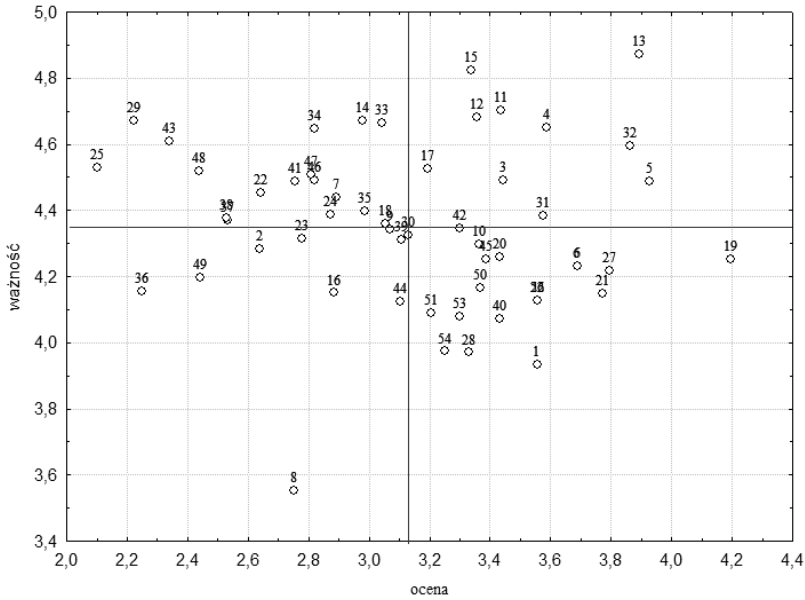


Rys. 5. Wykres IPA dla pierwszego roku studiów stacjonarnych na kierunku „zarządzanie”

Źródło: opracowanie własne.

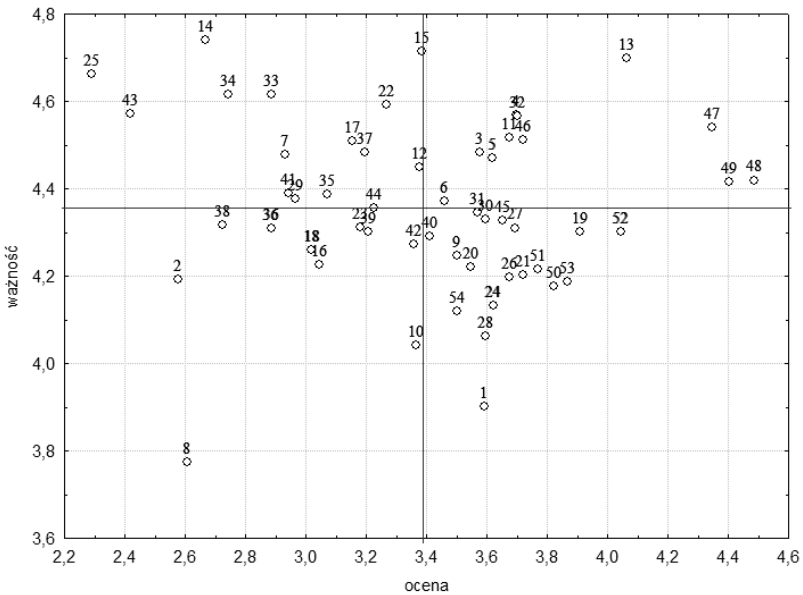
W przypadku sześciu atrybutów, które znalazły się w ćwiartce B wykresu IPA, wydział skutecznie realizuje wysokie wymagania studentów wszystkich roczników studiów stacjonarnych I stopnia. Chodzi tu o dokładnie te same atrybuty, które wymieniono przy okazji interpretacji wyników dla kierunku „ekonomia”.

Odnosząc się do zawartych w artykule wstępnych, bowiem ograniczonych jedynie do studiów stacjonarnych pierwszego stopnia, wyników badania, łatwo zauważyć zbieżność oczekiwań i percepcji studentów dla obu kierunków kształcenia oraz poszczególnych lat studiów. Wszystkie atrybuty usługi dobrze oceniane przez studentów kierunku „zarządzanie” są również dobrze oceniane przez studentów kierunku „ekonomia”. Zgodnie opinie wyrazili także ankietowani, wskazując obszary wymagające podjęcia działań doskonalących. Wśród nich wymieniali m.in. potrzebę powiązania teorii z praktycznym wykorzystaniem wiedzy czy poprawę dostępu do



Rys. 6. Wykres IPA dla drugiego roku studiów stacjonarnych na kierunku „zarządzanie”

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 7. Wykres IPA dla trzeciego roku studiów stacjonarnych na kierunku „zarządzanie”

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 14. Położenie atrybutów usługi w ćwiartkach wykresu IPA (wyniki dla kierunku „zarządzanie”)

Numer atrybutu	Ćwiartka wykresu IPA			Numer atrybutu	Ćwiartka wykresu IPA			Numer atrybutu	Ćwiartka wykresu IPA		
	rok studiów				rok studiów				rok studiów		
	I	II	III		I	II	III		I	II	III
1	D	D	D	19	B	D	D	37	C	A	A
2	C	C	C	20	B	D	D	38	C	A	C
3	B	B	B	21	B	D	D	39	A	C	C
4	B	B	B	22	A	A	A	40	B	D	D
5	B	B	B	23	B	C	C	41	A	A	A
6	B	D	B	24	A	A	D	42	B	D	C
7	B	A	A	25	A	A	A	43	A	A	A
8	D	C	C	26	B	D	D	44	B	C	C
9	B	C	D	27	B	D	D	45	B	D	D
10	B	D	C	28	D	D	D	46	A	A	B
11	B	B	B	29	A	A	A	47	A	A	B
12	B	B	A	30	B	C	D	48	A	A	B
13	B	B	B	31	C	B	D	49	A	C	B
14	A	A	A	32	C	B	B	50	D	D	D
15	A	B	A	33	C	A	A	51	D	D	D
16	D	C	C	34	C	A	A	52	D	D	D
17	A	B	A	35	C	A	A	53	D	D	D
18	B	A	C	36	C	C	C	54	C	D	D

* Kolorem szarym zaznaczono atrybuty usługi dla każdego roku studiów, na których winno się skoncentrować uwagę w kontekście działań doskonalących.

Źródło: opracowanie własne.

informacji organizacyjnych (np. zmiany godzin zajęć, sal dydaktycznych). Jest to zatem kolejny argument przemawiający za celowością i wagą prowadzenia tego typu badań, których wyniki powinny być brane pod uwagę w podejmowaniu decyzji co do kierunków dalszego rozwoju wydziału czy też całej uczelni.

5. Zakończenie

Badania satysfakcji klientów, tak bardzo popularne w przedsiębiorstwach usługowych, powoli zaczynają być również prowadzone w polskich instytucjach edukacyjnych, w tym w szkołach wyższych. Cyklicznie realizowane na uczelniach zagranicznych, w polskich placówkach, które decydują się prowadzić tego typu badania, mają jak dotąd raczej charakter jednorazowy, przez co trudno o analizę tendencji czaso-

wych. Zaprezentowane w artykule analizy dotyczą szeroko zakrojonego i dobrze przygotowanego badania satysfakcji studentów na wszystkich latach studiów w podziale na tryb nauki, kierunki kształcenia, rodzaje specjalności czy też lata studiów. Daje to bardzo solidny i obszerny materiał do dalszych analiz, które winny zmierzać m.in. do identyfikacji tych atrybutów usługi, które charakteryzują się największym wpływem na ogólne zadowolenie studentów. Umożliwią również stały monitoring zmian zachodzących po stronie zarówno oczekiwań, jak i percepcji studentów. Przedstawiona w niniejszym opracowaniu metoda IPA stanowi jedno z możliwych podejść do oceny jakości usług edukacyjnych oferowanych przez szkołę wyższą. Swoją popularność w badaniach jakości usług sama metoda zawdzięcza głównie prostocie i łatwości stosowania. Jej niewątpliwą zaletą jest również możliwość wizualizacji otrzymanych wyników, co wzbogaca możliwości ich interpretacji.

Literatura

- Bacon D.R., *A comparison of approaches to importance-performance analysis*, „International Journal of Market Research” 2003 no 45.
- Fuchs M., Weiermair K., *New perspectives of satisfaction research in tourism destinations*, „Tourism Review” 2003 no 58.
- Hendricks W.W., Schneider J.E., Budruk M., *Extending importance-performance analysis with benefit-based segmentation*, „Journal of Park Recreation Administration” 2003 no 22.
- Jonas A., *Kryteria oceny przez studentów jakości usług edukacyjnych szkół wyższych*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie nr 729, AE, Kraków 2006.
- Kulig A., *Rynek usługi edukacyjnej w Polsce na poziomie wyższym*, [w:] *Marketing szkół wyższych*, G. Nowaczyk, M. Kolasiński (red.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2004.
- Lowenstein M.W., *Customer Retention: An Integrated Process for Keeping Your Best Customers*, ASQC Quality Press, Milwaukee 1995.
- Martilla J.A., James J.C., *Importance-performance analysis*, „Journal of Marketing” 1977 no 41.
- Stoma M., *Jakość a satysfakcja – różnice i wzajemne relacje*, „Problemy Jakości” 2009 nr 4.
- Szczepańska-Woszczyzna K., *Wykształcenie absolwentów elementem kształtowania pozycji rynkowej uczelni*, [w:] *Marketing szkół wyższych*, G. Nowaczyk, M. Kolasiński (red.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2004.
- Sztejnberg A., *Doskonalenie usług edukacyjnych. Podstawy pomiaru jakości kształcenia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2008.
- Zhang H.Q., Chow I., *Application of importance-performance model in tour guides performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong*, „Tourism Management” 2004 no 25.
- Zeller P., *Proces oceny jakości usług szkoły wyższej z perspektywy studenta*, [w:] *Marketing szkół wyższych*, G. Nowaczyk, M. Kolasiński (red.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2004.

AN APPLICATION OF IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS IN HIGH SCHOOL EDUCATIONAL SERVICES QUALITY RESEARCH

Summary: Importance-Performance Analysis (IPA) is one of the most popular and easily-applied method in service quality surveys. The end product of this method is an easy-to-interpret two-dimensional grid that suggest possible courses of action based upon where a particular attribute falls. The aim of this paper is applied IPA to measure educational services quality one of the Department on Wrocław University of Economics.