ISTRAŽIVANJE STAVOVA STUDENATA I ZAPOSLENIKA O KVALITETI RADA STUDENTSKOG RESTORANA KAMPUS U SPLITU

Marasović, Irena

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:059206

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Splitu

Ekonomski fakultet

ZAVRŠNI RAD

ISTRAŽIVANJE STAVOVA STUDENATA I ZAPOSLENIKA O KVALITETI RADA STUDENTSKOG RESTORANA KAMPUS U SPLITU

Mentorica:

Prof. dr. sc. Dragana Grubišić

Studentica:

Irena Marasović, bacc.oec.

Split, svibanj 2020.

SADRŽAJ:

1. UVOD 1

2. POJAM KVALITETE 3

2.1. Definiranje kvalitete 3

2.2. Pokazatelji kvalitete 4

2.3. Pokazatelji kvalitete proizvoda 5

2.4. Pokazatelji kvalitete usluga 5

2.5. Kontrola kvalitete 6

2.6. Modeli upravljanja kvalitetom 9

2.7. Metode mjerenja zadovoljstva korisnika usluga 10

2.7.1. Servqual upitnik 11

2.7.2. Kano model 12

2.7.3. Misteriozna kupnja 14

2.7.4. Analiza izgubljenih korisnika usluga 15

2.7.5. Žalbe kupaca 15

2.7.6. Benchmarking 16

3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE STAVOVA STUDENATA I ZAPOSLENIKA O KVALITETI RADA STUDENTSKOG RESTORANA KAMPUS U SPLITU 17

3.1. Studentski centar Split 17

3.2. Općenito o studentskoj prehrani 18

3.3. Restoran Kampus 19

3.4. Metodologija istraživanja 20

3.5. Analiza osnovnih podataka o ispitanicima 21

3.6. Analiza očekivanog i ostvarenog zadovoljstva ispitanika kvalitetom rada restorana Kampus u Splitu 25

3.6.1. Analiza očekivanog i ostvarenog zadovoljstva zaposlenika kvalitetom rada restorana Kampus u Splitu 25

3.6.2. Analiza očekivanog i ostvarenog zadovoljstva studenata kvalitetom rada restorana Kampus u Splitu 30

3.6.3. Stavovi zaposlenika i studenata s obzirom na očekivano zadovoljstvo koje je povezano s kvalitetom rada restorana Kampus 35

3.6.4. Stavovi zaposlenika i studenata s obzirom na stvarno zadovoljstvo koje je povezano s kvalitetom rada restorana Kampus 39

4. ZAKLJUČAK 43

SUMMARY **45**
LITERATURA **46**
POPIS SLIKA **47**
POPIS TABLICA **47**
PRILOZI **48**

1. UVOD

Prehrana je dio života svakog čovjeka pa tako i studenta. Ona je sastavni dio čovjekove svakodnevnice te utječe na njegovo funkcioniranje. Zadnjih godina sve više se istražuje i daje na značaju kvaliteti prehrane u studentskim restoranima. Ključ uspjeha svakog poduzeća je kvalitetno upravljanje proizvodima i uslugama te se tim načelom trebaju voditi i studentski restorani. Studentima je bitno da pružena usluga odgovara zacrtanim očekivanjima te će na taj način postati vjerni potrošači te usluge.

Većina ljudi, pa tako i studenata ne povezuje kvalitetne obroke sa studentskim restoranima te se problem ovog istraživanja može eksplicirati postavljanjem sljedećeg pitanja: Postoji li razlika u očekivanjima i stvarnom zadovoljstvu studenata i zaposlenika o kvaliteti rada studentskog restorana? Sastavni dio poslovanja svakog studentskog restorana treba biti osiguranje zadovoljstva studenata jer su oni od presudne važnosti za uspjeh. Mala je vjerojatnost da menze ili studentski restorani mogu opstati, a da u isto vrijeme studenti nisu zadovoljni pruženom uslugom.

Definiranjem istraživačkog problema, postavlja se i hipoteza rada koja predstavlja pretpostavku ili tvrdnju o nekom fenomenu, a može se dokazati ili opovrgnuti. U skladu s definiranim problemom istraživanja, postavljene su četiri hipoteze, čije obrazloženje slijedi u nastavku.

Smatra se da zaposlenici studentskog centra smatraju da se usluga koju pružaju pruža na zadovoljavajući način, pa je stoga H1: „Ne postoje značajna odstupanja između očekivanja i percepcije zaposlenika o kvaliteti rada studentskog restorana.“

S druge strane, studenti u pravilu imaju veća očekivanja od onog što im se pruža u studentskim restoranima, pa je stoga H2: „Postoje značajna odstupanja između očekivanja studenata i njihove percepcije o kvaliteti rada studentskog restorana.“

Studenti i zaposlenici u pravilu imaju visoka očekivanja, jedni u ulozi primatelja, a drugi u ulozi pružatelja usluge, pa je stoga H3: „Ne postoje značajna odstupanja o očekivanoj kvaliteti rada studentskog restorana između zaposlenika i studenata.“

Kada je pak riječ o postignutoj razini pružene usluge, zaposlenici uglavnom smatraju da pružaju uslugu visoke kvalitete, dok su studenti u pravilu znatno manje zadovoljni pruženom razinom usluge, stoga H4 glasi: „Postoje značajna odstupanja u percepciji o ostvarenoj kvaliteti rada između zaposlenika restorana i studenata.“

Glavni cilj ovog rada je prikazati očekivanja i stvarno zadovoljstvo studenata i zaposlenika kvalitetom rada restorana Kampus kroz njihov stav o cijeni hrane, veličini porcija, raznolikosti ponude, čistoći objekta, organizaciji rada kao i kroz stav o osoblju restorana. Razlika između očekivanog i stvarnog zadovoljstva utvrdit će se pomoću anketnog upitnika po principu Servqual modela. U radu se neće koristiti uobičajeni Servqual upitnik, nego će se koristiti prilagođena verzija.

Metoda istraživanja, koja se koristila za opisivanje pojmova kvalitete, upravljanja kvalitetom, pokazatelja kvalitete i ostalih pojmova, je metoda deskripcije. Također, korištene su metode indukcije i dedukcije, kao i metode analize i sinteze kako bi se došlo do određenih zaključaka. Kako bi se prikupili primarni podaci koristila se metoda anketiranja, kroz anketni upitnik oblikovan na temelju modificiranog Servqual modela. Metoda dokazivanja i opovrgavanja te statističko - matematička metoda korištene su za obradu podataka dobivenih anketnim upitnikom.

Rad se sastoji od četiri cjeline.
U prvoj točki je uvod u kojem je definiran problem istraživanja, cilj rada, metode istraživanja, hipoteze istraživanja i struktura rada.

Druga točka odnosi se na teorijsko pojašnjenje pojma kvalitete, modela upravljanja kvalitetom kao i metoda mjerenja zadovoljstva korisnika usluga te se definiraju ostali pojmovi koji su korisni za daljnje razumijevanje rada.

U trećoj točki opisuju se rezultati dobiveni empirijskim istraživanjem stavova zaposlenika i studenata u Splitu o kvaliteti rada restorana Kampus.

Četvrta točka je zaključak u kojem se povezuje sve navedeno u prethodnim cjelinama.

Na kraju rada nalazi se popis literature, tablica i slika.

2. POJAM KVALITETE

2.1. Definiranje kvalitete

Riječ kvaliteta potječe od latinske riječi "qualitas" što predstavlja svojstvo, odliku, značajku, sposobnost, vrijednost.[1]

Kvaliteta predstavlja pojam vrlo široke upotrebe koji nije jednostavno definirati te se mnogi autori slažu s ovom tvrdnjom. Kroz povijest kvaliteta se shvaćala na različite načine. U prošlosti označavala je usklađenost karakteristika proizvoda sa specifikacijama proizvoda koji su bili definirani u ugovoru ili tehničkoj dokumentaciji. Međutim, danas se pojmu kvalitete pristupa na sveobuhvatniji način te se današnje definicije kvalitete razlikuju s filozofskog, proizvodnog, ekološkog, korisničkog i drugih stajališta.[2]

Prema normi HRN EN ISO 8402 kvaliteta je ukupnost svojstava stanovitog entiteta koja ga čine sposobnim zadovoljiti izražene i pretpostavljene potrebe.[3]

Definicija kvalitete prema normi ISO 9000:2000 glasi: kvaliteta je stupanj do kojeg skup svojstvenih karakteristika ispunjava zahtjeve. Ova definicija objašnjena je kroz četiri napomene:

- Napomena 1: pojam kvalitete može se koristiti s pridjevima kao što su nedovoljna, dobra ili izvrsna.
- Napomena 2: svojstven znači postojan u nečemu, neka stalna karakteristika.
- Napomena 3: karakteristika - svojstvo na osnovu kojeg se pravi razlika
- Napomena 4: zahtjev - potreba ili očekivanje koje je navedeno, koje se općenito podrazumijeva ili je obavezno.[4]

Postoji još mnogo definicija kojima se može objasniti kvalitete, a neke od njih su i:

- Kvaliteta je ono što kupac misli o vrijednosti rada dobavljača.

[1] Svijet kvalitete (2012): Kvaliteta, raspoloživo na: https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta (pristupljeno 15.11.2019.)
[2] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D. (2010.): Upravljanje kvalitetom, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, str. 9.
[3] Skoko, H. (2000): Upravljanje kvalitetom, Zagreb, str. 6.
[4] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 13.

- Kvaliteta su sve aktivnosti koje vode k realizaciji očekivanja kupca, pretvaranja tih očekivanja u zahtjeve, te nadzor za vrijeme i nakon realizacije zahtjeva. Proizvod ili usluga koji su pouzdani i izvršavaju namjenu jesu kvalitetni proizvod ili usluga.
- Kvaliteta je stupanj do kojeg su ispunjena očekivanja kupca.
- Kvaliteta je kad nam se vraća kupac, a ne proizvod.[5]

Glavna poveznica svih ovih definicija je to da se u središtu kvalitete uvijek nalazi kupac i zadovoljenje njegovih potreba, što je zapravo i shvatljivo, budući da krajnji sud o kvaliteti, a samim time i tržišnom uspjehu ili neuspjehu nekog proizvoda ili usluge, donosi upravo kupac.[6]

Vidljivo je koliko je kvaliteta bitna za poslovanje i ostvarenje ciljeva te se kvaliteta može definirati jednom rečenicom: „ Kvalitetu određuje kupac robe ili usluge.“[7]

2.2. Pokazatelji kvalitete

Pokazatelji kvalitete definiraju se kao veličine koje kvantificiraju kvalitetu nekog proizvoda, usluge, procesa ili organizacije.[8]

Prema Gronroos-u usluga je: „Aktivnost ili više uzastopnih aktivnosti, koje su više ili manje nematerijalizirane prirode, i obično se, ali ne nužno, vrši u interakciji između stranke (korisnik/kupac) i nudioca usluge, ili između fizičkih izvora i koristi, ili između sustava koji nudi uslugu i ima pripremljeno rješenje za korisnikove probleme.“[9]

Proizvodi su rezultat procesa proizvodnje te se razlikuju od usluga koje su kao i proizvodi rezultat ljudskog rada. Usluga i proizvod se ne mogu izjednačiti jer se razlikuju po nekim osobinama: nematerijaliziranost (usluga je fizički u nematerijaliziranom obliku u usporedbi s robom koja im svoj miris, okus, opip i konkretan oblik), heterogenost (usluge nije moguće standardizirati jer uključuju važan dio ljudskog elementa), prolaznost (usluge nije moguće

[5] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 10.
[6] Lazibat T. (2009.): Upravljanje kvalitetom, Znanstvena knjiga, Zagreb, str. 44.
[7] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 13.
[8] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 14.
[9] http://kvaliteta.inet.hr/e-quality/prethodni/20/Trbusic_T_rad1.pdf (pristupljeno 21.11.2019.)

skladištiti), nedjeljivost (usluga se troši zajedno s njenom proizvodnjom te je korisnik aktivno uključen u taj proces).[10]

2.2.1. Pokazatelji kvalitete proizvoda

Kvaliteta proizvoda može se vrednovati pomoću atributivnih ili varijabilnih mjera. Atributom se označava karakteristika proizvoda koja se ne može mjeriti, već je izražena pomoću tvrdnje (ljubazan-neljubazan) ili pomoću ocjena koje mogu biti pozitivne i negativne (zadovoljava-ne zadovoljava). Varijabilna mjera je karakteristika proizvoda koja je određena numeričkom vrijednošću i koja se može mjeriti na kontinuiranoj skali (tvrdoća, masa, temperatura...).

Proizvodi su međusobno različiti i postoje tri osnovne skupine pokazatelja (karakteristika) kvalitete proizvoda: karakteristike koje određuju funkcionalnost proizvoda, karakteristike koje određuju trajnost i pouzdanost proizvoda te one koje predstavljaju hedonistički užitak.

Svaki proizvod ima jednu temeljnu funkciju koja određuje njegovu upotrebljivost za određenu namjenu. Također, proizvod može imati i sporedne funkcije. Funkcionalnost je dugo vremena bila jedini pravi kriterij upotrebljivosti proizvoda, ali s vremenom se sve više cijenila i pouzdanost. Pouzdanost je pokazatelj koji određuje kolika je vjerojatnost da će određeni proizvod funkcionirati ispravno u određenom vremenu i zadanim uvjetima rada (npr. kod primjera s testom za trudnoću). Uz pokazatelje funkcionalnosti i pouzdanosti javljaju se i pokazatelji koji predstavljaju hedonistički užitak te oni prezentiraju želju da se potreba zadovolji na ugodan način. [11]

2.2.2. Pokazatelji kvalitete usluga

Postoji veliki broj definicija koje se vežu za kvalitetu usluge, ali veliki broj autora slaže se da je kvaliteta usluge način razmišljanja i rada. Kvaliteta usluge može se prikazati pomoću pet pokazatelja koji ovise o prirodi proizvoda, a to su: pouzdanost (sposobnost da se usluga realizira točno i odgovorno), povjerenje (znanje, ljubaznost i sposobnost zaposlenika da pruže

[10] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 15.
[11] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 15-16.

vjeru i povjerenje), opipljivost (prikaz fizičkih postrojenja, opreme, kadra i komunikacijskog materijala), susretljivost (individualizirana pažnja korisnicima usluga), poistovjećivanje (spremnost pomoći korisnicima i osiguranje brze usluge). [12]

Pokazatelji kvalitete usluge su opisni i teško ih je svesti na mjerljivu veličinu. Upravo zbog toga kako bi se odredila kvaliteta neke usluge ispituju se stavovi i mišljenja korisnika te usluge.

Sukladno svemu navedenom, kvaliteta usluge može se definirati kao veza između očekivanja i percepcije. Kada su ocjene percepcije sukladne ocjenama očekivanja korisnik usluge je zadovoljan, kada ocjene percepcije prelaze očekivanja korisnik je oduševljen, a ako su statistički utvrđene razlike očekivanja veće od percepcije korisnik usluge je nezadovoljan. Najčešći instrument za mjerenje kvalitete usluge je SERVQUAL upitnik koji sadrži pet dimenzija: pouzdanost, povjerenje, opipljivost, susretljivost, poistovjećivanje.[13]

2.3. Kontrola kvalitete

Kroz povijest kontrola kvalitete se odvijala na različite načine, a u samim počecima vlasnik je kontrolirao kvalitetu proizvoda u svim fazama nastanka. Kada je došlo do tehnološkog napretka u organizacijama formirali su se cijeli timovi koji su bili odgovorni za kontrolu kvalitete proizvoda. Nadzor više nije bio usmjeren samo na izravnu proizvodnju, nego dolazi do kontrole ulaznih inputa, međufaza, završne faze i sl. Ključni događaj, kojim se dao značaj kontroli kvalitete, bio je objavljivanje niza normi ISO 9000. Upravo zahvaljujući tome, unutarnja kontrola kvalitete prerasla je u integrirani sustav za osiguranje i upravljanje kvalitetom.[14]

Kontrola kvalitete (Quality Control, QC) je postupak ili skup postupaka kojim se provjeravaju unaprijed postavljeni kriteriji kvalitete te se na taj način udovoljava zahtjevima klijenata ili kupaca. U svim proizvodnim procesima potrebno je pratiti u kojoj mjeri proizvod odgovara zacrtanim specifikacijama.[15]

[12] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 18.
[13] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 19.
[14] Lazibat, T.: op. cit., str. 52.
[15] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 30.

Kontrolu kvalitete prema načinu provođenja može se podijeliti na unutarnju i vanjsku kontrolu kvalitete. Unutarnju kontrolu provodi proizvođač, a vanjsku ukupno okruženje poduzeća kao što su korisnici, tržište i društvo. Vanjska kontrola kvalitete dijeli se na indirektnu ili pasivnu (konkurentnost, tržišni udio) te na direktnu ili aktivnu (norme, zakoni), a provode je ovlaštene organizacije s ciljem postizanja kvalitete roba i usluga u skladu s nacionalnim propisima. Unutarnja kontrola kvalitete može se izvoditi na različite načine, ali u osnovi postoje tri ključne točke kontrole kvalitete: ulazna kontrola kvalitete, kontrola kvalitete u proizvodnom procesu i završna kontrola (ispitivanje). Ulazna kontrola ispituje podudarnost dobavljenih materijala, poluproizvoda i gotovih proizvoda, koji su namijenjeni daljnjoj proizvodnji ili ugradnji, sa specificiranim zahtjevima. Ova kontrola je izrazito bitna jer sprječava daljnje korištenje neispravnih dijelova. Kontrolom kvalitete u proizvodnom procesu ispituje se sukladnost dijelova s postavljenim zahtjevima tijekom izrade. Postupak kontrole kvalitete u proizvodnom procesu započinje provjerom ulaza u proces, kvaliteta prethodnih proizvoda mora biti ovjerena. Prije svake isporuke poluproizvoda na slijedeću radnu operaciju nadležni kontrolor ovjerava kvalitetu. Završna kontrola i ispitivanje predstavljaju aktivnosti kojima se utvrđuje jesu li izlazni proizvodi u skladu s ugovorenim zahtjevima. Ova kontrola predstavlja posljednju provjeru pouzdanosti i funkcionalnosti proizvoda, a glavni cilj joj je uklanjanje defektnih proizvoda.[16]

Zaključno, kontrola kvalitete sastoji se od promatranja stvarnog ispunjavanja funkcije, usporedbe sa standardom te djelovanje ako se ta funkcija razlikuje od norme.[17]

Uz pojam **kontrole kvalitete** javlja se i pojam **osiguranje kvalitete**. Iako su ova dva pojma slična po načinu provođenja (usporedba performansi i ciljeva) potrebno je shvatiti da se radi o različitim pojmovima. Kontrola kvalitete bliže je proizvodnoj traci i brine se isključivo za nadzor nad proizvodnim procesom tijekom njegovog odvijanja te se rezultati prikupljeni ovim procesom koriste na proizvodnoj razini. Rezultati procesa osiguranja kvalitete nastaju nakon operativne faze proizvodnje i namijenjeni su širokom spektru osoba (vrhovni menadžeri, kupci, regulatorna tijela...).[18]

[16] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 31-35.
[17] Svijet kvalitete (2012): Kvaliteta, raspoloživno na: https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta (pristupljeno 20.11.2019.)
[18] Lazibat, T.: op. cit., str. 53.

Pojavom niza normi ISO 9000 došlo je do evolucije pojma „kontrola kvalitete“ u pojam „osiguranje kvalitete“. Kvaliteta proizvoda dugo je bila definirana kao podudarnost značajki proizvoda sa specifikacijama kvalitete koje su bile definirane u ugovoru ili tehničkoj dokumentaciji. Sve aktivnosti u vezi postizanja kvalitete bile su usmjerene na njenu kontrolu tijekom proizvodnje, a posebno u završnoj fazi. Nakon toga definicija kvalitete proizvoda i usluga sve više se orijentirala na sposobnost udovoljavanja zahtjevima kupaca. Takva definicija kvalitete je usredotočena na tržište i kupca i uključuje:

- Istraživanje zahtjeva tržišta
- Razvoj proizvoda i usluga u odnosu na zahtjeve tržišta
- Optimalizacija kvalitete do mjere koja još zadovoljava zahtjeve
- Stalno praćenje kvalitete nabave, proizvodnje i upotrebe te neprekidno poboljšanje na osnovi kontinuiranih povratnih informacija.

Na taj način kvaliteta se shvaća kao ispunjavanje traženih specifikacija u upotrebi, ali te se potrebe ne odnose samo na proizvod ili uslugu, već i na zahtjeve i očekivanja prema tehnološkim procesima, organizacijskoj strukturi, postupcima, radnim uvjetima, informacijskom sustavu u poduzeću kao i njegovom odnosu prema poslovnom okruženju.[19]

Osiguranje kvalitete je dio sustava upravljanja kvalitetom fokusiran na stvaranje povjerenja i ispunjavanje osnovnih zahtjeva vezanih za kvalitetu.[20]

Osiguranje kvalitete (Quality Assurance, QA) je aktivni pristup planiranju i razvoju kvalitete. Do osiguranja kvalitete dolazi kada se kontrola kvalitete proširi u bavljenje kvalitetom u svim fazama razvoja, nastanka, proizvodnje i korištenja proizvoda ili usluge.

To je skup metoda, postupaka i alata kojima se utvrđuju uzroci nesklada i koji se otklanjaju u tijeku proizvodnje ili pružanja usluge te se tako utječe na krajnji rezultat, tj. kvalitetu. Tako se uspostavlja sustav kvalitete koji uključuje u sebi sve relevantne čimbenike o kojima ovisi kvaliteta proizvoda i usluga, a među njima se uspostavlja raspodjela dužnosti i odgovornosti.[21]

[19] Lazibat, T.: op. cit., str. 69.
[20] Svijet kvalitete (2012): Kvaliteta, raspoloživno na: https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta (pristupljeno 21.11.2019.)
[21] http://kvaliteta.inet.hr/e-quality/prethodni/20/Trbusic_T_rad1.pdf (pristupljeno 21.11.2019.)

Najpopularniji alat za osiguranje kvalitete naziva se Shewartov krug kojeg je kasnije usavršio Deming. Radi se o krugu osiguranja kvalitete koji se sastoji od 4 koraka (Plan, Do, Check i Act).[22]

2.4. Modeli upravljanja kvalitetom

Upravljanje kvalitetom je vrh piramide kad se govori o kvaliteti. Upravljanje kvalitetom je nadogradnja na osiguranje i kontrolu kvalitete i zauzima važno mjesto u strateškom planiranju svake organizacije.[23]

Jedna od službenih definicija upravljanja kvalitetom je ona Američkog udruženja za kvalitetu (ASQ) te glasi: „Upravljanje kvalitetom predstavlja primjenu formaliziranih sustava s ciljem postizanja maksimalnog zadovoljstva kupaca uz minimalne ukupne troškove i postizanje konstantnog napretka“.[24]

Upravljanje kvalitetom u najužoj je vezi sa kvalitetom proizvoda, zadovoljstvom kupaca, ali i zaposlenih, što su tri bitne odrednice modernog menadžmenta. Samo ona poduzeća koja sustavno njeguju dobru radnu klimu, odnose prema zaposlenicima i suradnicima mogu očekivati visoku kvalitetu proizvoda i usluga, a time i zadovoljstvo kupaca.[25]
Kako bi se uspješno upravljalo kvalitetom, poduzeću stoje na raspolaganju različiti sustavi, modeli, metode, tehnike i alati. Oni imaju ulogu olakšati proces upravljanja kvalitetom te osigurati da korisnici usluga ili proizvoda budu zadovoljni. Modeli upravljanja kvalitetom obuhvaćaju sve zaposlenike i dijelove organizacije u cilju osiguranja i ugradnje kvalitete.[26]

Najpoznatiji modeli upravljanja kvalitetom su: TQM, Six Sigma i ISO 9000. Uz ove sustave sve se više primjenjuju: Kaizen, 5S, Vitka proizvodnja te metoda 20 ključeva.

[22] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 35.
[23] Svijet kvalitete (2012): Kvaliteta, raspoloživno na: https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta (pristupljeno 21.11.2019.)
[24] Lazibat, T.: op. cit., str. 72.
[25] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 75.
[26] Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: op. cit., str. 107.

2.5. Metode mjerenja zadovoljstva korisnika usluga

Danas se u literaturi mogu sresti mnoge metode koje se koriste za mjerenje zadovoljstva korisnika usluga. Niže je navedena jedna od mogućih podjela metoda za ocjenjivanje zadovoljstva korisnika usluge te u toj podjeli svoje mjesto zauzima i SERVQUAL UPITNIK na kojem se temelji ovaj rad.

1. Parcijalne metode

- Žalbe kupaca
- Interes utjecaja na narušavanje kvalitete
- Centri za prikupljanje poziva
- Analiza izgubljenih korisnika usluga
- Pridobivanje korisnika
- Misteriozna kupovina
- Ponavljanje narudžbi

2. Desktop anketne metode

- Metoda kompanije CIM College

3. Istraživačko - anketne metode

- Metoda kompanije Leadership Factor
- Servqual upitnik
- Kano model
- Metoda kompanije NSC Pearson

4. Interne metode

- Metoda kompanije Autodata
- Metoda kompanije Servey Value
- Metoda kompanije Persues
- Metoda kompanije CustomerSat
- Metoda kompanije Walker Smartloyality

5. Ostale metode mjerenja

- Nacionalna mjerenja zadovoljstva korisnika (Američki nacionalni indeks zadovoljstva kupaca)
- Benchmarking[27]

U nastavku rada biti će opisane neke od najčešće korištenih metoda.

2.5.1. Servqual upitnik

Servqual upitnik spada u istraživačko - anketnu metodu mjerenja zadovoljstva korisnika usluga. Upitnik su razvili Parasuraman, Zeithaml i Berry te se smatra najčešće primjenjivanim modelom mjerenja percepcije potrošača o kvaliteti usluga. [28] Ovaj model apliciran je u raznim uslužnim djelatnostima kao što su: bolnice, hotelijerstvo, školstvo, zubarske usluge itd. Svaka djelatnost može modificirati originalnu formu Servqual upitnik prema svojim potrebama. Glavni cilj ovog instrumenta je pronalaženje razlike (jaza) između kupčevih očekivanja i njegove percepcije usluge. Servqual upitnikom zadovoljstvo kupca se definira kao veza između očekivanja i percepcije; ukoliko su ocjene percepcije sukladne s ocjenama očekivanja, kupac je zadovoljan; ukoliko razlika između percepcije i očekivanja prelazi očekivanja, kupac je oduševljen; a ako su statistički utvrđene razlike očekivanja veće od percepcije, kupac je nezadovoljan. Ovaj model kvalitetu definira kao usporedbu očekivane usluge i dobivene usluge u procesu pružanja usluga.

Glavni elementi koji opisuju izvorni Servqual model su:
a) Kvaliteta usluge prezentirana je kao multidimenzionalna konstrukcija, a identificira se kroz pet dimenzija (komponenti);
1. Pouzdanost - sposobnost izvršavanja obećane usluge točno i pouzdano.
2. Povjerenje - znanje i ljubaznost zaposlenika i njihova sposobnost da pruže vjeru i povjerenje.
3. Opipljivost - fizički objekti, oprema i izgled osoblja.
4. Susretljivost - osigurava individualnu pažnju prema kupcima.
5. Poistovjećivanje - pružanje brze usluge te pomoć klijentima.

[27] https://issuu.com/kvaliteta.net/docs/bajto_m_rad (pristupljeno 23.11.2019.)
[28] file:///C:/Users/josip/Downloads/safakli.pdf (pristupljeno 26.11.2019.)

b) Instrument se sastoji od 22 elementa koji su raspoređeni po shemi 4+5+4+5+4.

c) Svaki od 22 elementa ima 2 „istovjetna“ pitanja (što izvrsna usluga treba pružiti i što pruža aktualna usluga).

d) Odgovori se bilježe na skali od 1-7 gdje ocjena jedan označava jako ili potpuno neslaganje, a ocjena 7 jako ili potpuno slaganje.[29]

2.5.2. Kano model

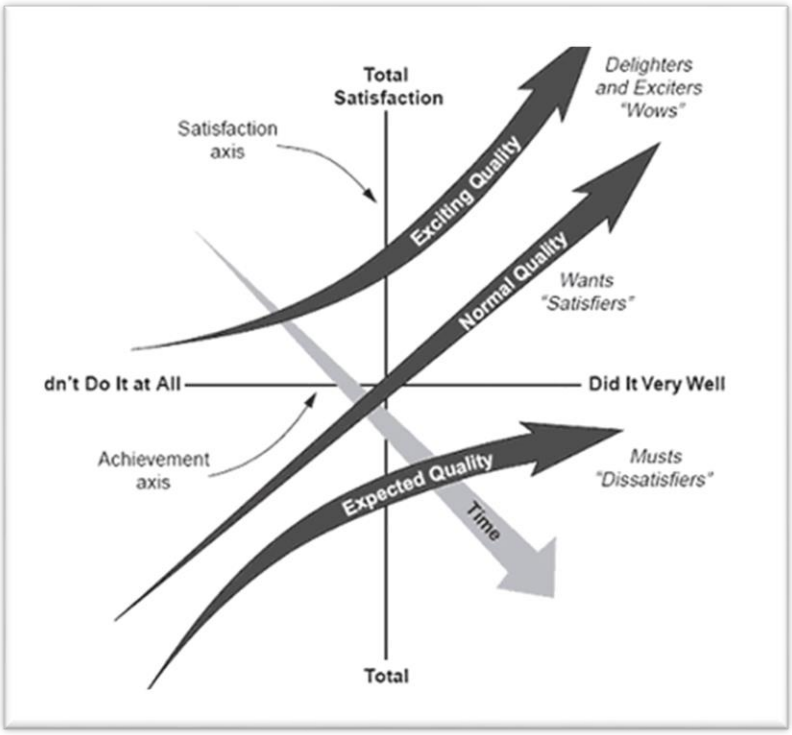
Guru kvalitete Noriaki Kano razvio je model praćenja zadovoljstva kupaca te je po njemu nazvan Kanov model. Ovaj model spada u istraživačko - anketne metode te je učinkovit za procjenu kvalitete i konkurentnosti proizvoda ili usluge. Kanov model pruža mogućnost utvrđivanja važnih karakteristika proizvoda koje će biti od presudnog utjecaja na zadovoljstvo kupca. Svaka organizacija može se služiti ovim modelom i na taj način povećavati svoju konkurentnost.

Noriaki Kano svrstao je zadovoljstvo kupaca u tri grupe zahtjeva kupaca. Kada se ispune sve tri grupe zahtjeva tek tada kupac može biti u potpunosti zadovoljan proizvodom ili uslugom. Proizvodi mogu zadovoljavati sljedeće zahtjeve: **osnovne zahtjeve**, **jednodimenzionalne zahtjeve** te **uzbudljive zahtjeve**. Proizvodi ili usluge moraju posjedovati osnovne karakteristike da bi kupci bili zadovoljni, ali povećavanjem osnovnih karakteristika kupci neće biti zadovoljniji, nego je to pokazatelj da kupci nisu nezadovoljni. Osnovne karakteristike proizvoda ili usluga za kupce se podrazumijevaju i to je minimum koji kupci očekuju da bi bili zadovoljni. Jednodimenzionalna svojstva proizvoda ili usluge izravno utječu na stupanj zadovoljstva kupca. Povećavanjem kvalitete proizvoda i usluga postiže se i povećavanje zadovoljstva kupaca. Jednako tako, lošijim karakteristikama (smanjenje funkcionalnosti ili kvalitete), stvara se veće nezadovoljstvo. Cijena proizvoda ili usluge najčešće je presudna linearna karakteristika proizvoda. Proizvodi ili usluge koje posjeduju uzbudljiva svojstva kupcima mogu pružiti visoki stupanj zadovoljstva koje su spremni platiti po visokoj cijeni. Kupac ne zahtijeva ove povećane karakteristike proizvoda ili usluga pa se tako njihovim nedostatkom drastično ne smanjuje zadovoljstvo kupaca.

[29] https://issuu.com/kvaliteta.net/docs/bajto_m_rad (pristupljeno 26.11.2019.)

Kano model sastoji se od četiri faze: istraživanje, analiza, dijagram i strategija. **Istraživanje** je faza u kojoj je potrebno prikupiti što veći broj podataka koji su potrebni da bi se moglo utvrditi što kupci žele, odnosno s kakvim proizvodima i uslugama će kupci biti zadovoljni. Za istraživanje "Osnovnih zahtjeva" koriste se fokus grupe. Za istraživanje "Jednodimenzionalnih zahtjeva" koristi se intervju, anketa, internet, testiranje proizvoda ili usluge, a za istraživanje "Uzbudljivih zahtjeva" provodi se istraživanje na terenu. U fazi **analize** prikupljeni podaci se obrađuju te se donose zaključci. Kada su utvrđeni zahtjevi koje proizvod ili usluga treba zadovoljiti radi se upitnik za kupce koji ima zadatak otkriti kako bi se kupci osjećali kada bi proizvod posjedovao ili ne bi posjedovao određenu značajku. Stoga se za svako svojstvo u upitniku postavljaju dva pitanja: funkcionalno pitanje (proizvod posjeduje svojstvo) i disfunkcionalno pitanje (proizvod ne posjeduje svojstvo). Na osnovu odgovora dobivenih iz prethodnog upitnika izrađuje se **dijagram** Kano modela koji je prikazan na Slici 1.

Slika 1. Dijagram Kano modela



Izvor: https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/upravljanje-kvalitetom/918-kano-model

Donja krivulja dijagrama prikazuje skup svojstava proizvoda ili usluge koje kupac očekuje i ta svojstva nisu presudna za kupnju. Postojanje ovih svojstava ne povećava kupčevo

zadovoljstvo, ali njihov nedostatak može stvoriti loš odnos između kupca i organizacije. Linija koja prolazi središtem dijagrama predstavlja svojstva koja izravno utječu na zadovoljstvo kupaca. To su svojstva o kojima kupci najviše pričaju, te su samim time poznata i konkurenciji. Gornja krivulja prikazuje svojstva koja kupac ne očekuje i njihovo postojanje može značajno povećati zadovoljstvo kupca, ali njihovo nepostojanje neće odvratiti kupca od kupnje nekog proizvoda ili usluge. Organizacija pomoću ovih svojstava može osigurati vjernost i zadovoljstvo kupaca. U fazi **strategije** planira se razvoj i poboljšanje proizvoda i usluga te se utvrđuje marketinška strategija.[30]

2.5.3. Misteriozna kupnja

Misteriozna kupnja (tajna kupnja) je parcijalna metoda koja omogućuje poslovnom subjektu provođenje istraživanja na mjestima gdje kupac pokušava zadovoljiti svoje potrebe i želje. Tajna kupnja se može definirati kao proces u kojem se osoba predstavlja kao potencijalni ili stvarni kupac te prolazi kroz cijeli kupovni proces. Ova metoda istraživanja razlikuje se od ostalih metoda po tome što tajni kupac ne objavljuje javno svoje prisustvo pa stoga ispitanik nije svjestan da se nalazi u procesu evaluacije. Rezultati dobiveni putem ove metode trebali bi se koristiti za planiranje dodatne edukacije i za sustav nagrađivanja, umjesto za sustav kažnjavanja. Metoda misteriozne kupnje primjenjuje se u raznim uslužnim djelatnostima kao što su: trgovina, bankarstvo, turizam itd. Razna istraživanja su potvrdila da je korištenje tajne kupnje korisno u pospješivanju kvalitete pružanja usluge. Potrebno je kvalitetno pripremiti te provoditi tajnu kupnju kako bi dobiveni rezultati bili mjerodavni. Nakon posjeta poslovnom subjektu tajni kupac ispunjava kontrolnu listu, ocjenjuje određene kategorije, zapisuje svoja zapažanja i doživljaje kako bi njegovo izvješće o pružanju usluge bilo što potpunije i preciznije. Pomoću ove metode poslovni subjekt mjeri i unapređuje kvalitetu usluge kupcima.[31]

Tijekom tajne kupnje pokušava se spoznati na što i drugi kupci obraćaju pozornost, odnosno na koje značajke proizvoda ili usluge. Ovaj pristup ima ograničenu djelotvornost i u većini slučajeva se odnosi na istraživanje usluga koje pruža prodajno osoblje; njime je teško otkriti zadovoljstvo kupaca. Upravo iz tog razloga potrebno ga je promatrati kao dodatak istraživanju

[30] Svijet kvalitete (2013.): Kano model, raspoloživo na: https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/upravljanje-kvalitetom/918-kano-model (pristupljeno 26.11.2019.)
[31] file:///C:/Users/josip/Downloads/PM_br1_cl9.pdf (pristupljeno 28.11.2019.)

zadovoljstva kupaca koje se zasniva na ispitivanju tih kupaca. Također, jedan od nedostataka je što taj pristup zahtjeva dobro obučenog tajanstvenog kupca kao i da postoji velika mogućnost subjektivnosti. [32]

2.5.4. Analiza izgubljenih korisnika usluga

Analiza izgubljenih kupaca (Lost Customer Survey) je parcijalna metoda koja se temelji na kontaktiranju izgubljenih kupaca i ispitivanja razloga zbog kojih su prestali biti kupci određene tvrtke. Cilj analize je spoznati zašto je netko tko je bio kupac, prestao biti kupac. Ova analiza od iznimne je važnosti za tvrtku jer na taj način tvrtka ne otkriva samo razloge, već analiza predstavlja uvjerljivo sredstvo kojim tvrtka može ponovno privući kupce koji razmišljaju o napuštanju iste. Problem u primjeni ove tehnike je pravodobno otkrivanje kupaca koji napuštaju ili su već napustili tvrtku te je to otkrivanje kupaca kod nekih djelatnosti teže obaviti, dok kod nekih lakše i brže. Također, ovaj pristup može se promatrati kao dodatni izvor podataka u praćenju zadovoljstva kupaca, dok njegovo korištenje kao jedinog izvora podataka nema neku svrhu.[33]

2.5.5. Žalbe kupaca

Sustav za praćenje žalbi kupaca može biti značajan izvor podataka za praćenje zadovoljstva klijenta. Jedan od načina prikupljanja žalbi je besplatan telefon 0800-xxxx (uslugu omogućuju i Hrvatske telekomunikacije). Prema istraživanjima tek 4% nezadovoljnih klijenata spremno je iskazati svoje nezadovoljstvo ili pritužbe tvrtki ako netko iz tvrtke ne inicira razgovor. Kako bi se nezadovoljstvo pretvorilo u zadovoljstvo, pritužbe su značajan pokazatelj što čini nezadovoljstvo klijenata, s kojim problemima se oni sučeljavaju, a koje prije kupnje nisu očekivali. Problema i različitih pritužbi uvijek će biti, ali tvrtka treba učiniti sve da ih pokuša otkloniti, jer se na taj način postiže zadovoljstvo kod klijenata koji su iskusili probleme s tvrtkom. Također, ne smije se zanemariti utjecaj pozitivne usmene predaje nakon rješavanja problema umjesto potencijalne negativne koja je opasnija za poslovanje tvrtke. Kako bi sustav za praćenje pritužbi bio funkcionalan treba zaposliti stručne ljude koji imaju znanja i

[32] https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:639/preview (pristupljeno 29.11.2019.)
[33] https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:639/preview (pristupljeno 3.12.2019.)

sposobnosti zamijetiti sve nijanse u pritužbama (različiti ljudi se različito izražavaju), klasificirati pritužbe i dalje ih proslijediti na obradu, a pri tome paziti da im neka značajna pritužba ili sugestija ne promakne ili da ju procijene nevažnom.[34]

2.5.6. Benchmarking

U formalnoj definiciji benchmarking-a navodi se da je benchmarking praksa u kojoj je dovoljno biti skroman priznati da je netko bolji u nečemu i biti dovoljno pametan izjednačiti se s njim te postati bolji. Benchmarking je jedan tekući proces koji stalno iznova navodi na promjene radi uspostavljanja novih osnovnih pravaca neprekidnog poboljšanja. Na osnovu tih saznanja organizacija može razviti i ugraditi planove za postizanje većeg zadovoljstva krajnjih korisnika (kupaca) i vremenom može postati najbolja u onome što radi. Uz standardni benchmarking, sve je prisutniji i benchmarking zadovoljstva kupca. Benchmarkng je teško svrstati u metode mjerenja zadovoljstva, već ga treba promatrati kao alat koji upotpunjuje kvalitetan program mjerenja zadovoljstva kupca. Naime, svjetske kompanije shvaćaju da je važno pratiti zadovoljstvo kupaca ne samo interno, već pratiti i zadovoljstvo kupaca drugih kompanija. Zbog toga je benchmarking postao sastavni dio programa mjerenja zadovoljstva korisnika usluga.[35]

[34] Vranešević, T. (2000): Upravljanje zadovoljstvom klijenata, Golden marketing, Zagreb, str. 196-199.
[35] http://www.quality.unze.ba/zbornici/QUALITY%202003/012-R-001.pdf (pristupljeno 21.1.2020.)

3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE STAVOVA STUDENATA I ZAPOSLENIKA O KVALITETI RADA STUDENTSKOG RESTORANA KAMPUS U SPLITU

3.1. Studentski centar Split

Studentski centar osnovan je 27. rujna 1960. godine u Splitu. Vlasnička i osnivačka prava nad Studentskim centrom ima Sveučilište u Splitu te se Centar nalazi u njegovom sastavu. Centar se skrbi o studentskom standardu: osiguranju prehrane, smještaju, zapošljavanju studenata, kulturnom i sportskom životu studenata.[36]

Ustroj Studentskog centra Split (SCST) sastoji se od ravnatelja i službi Studentskog centra. U službe Studentskog centra spadaju: služba nabave i prodaje, služba za financije, knjigovodstvo i kontroling, služba studentskog smještaja i turističkih poslova, služba zajedničkih poslova, služba student servisa i služba prehrane.[37]

Tijela SCST su Upravno vijeće i Ravnatelj. Upravno vijeće upravlja Centrom. Upravno vijeće ima pet članova od kojih:
- dva člana imenuje Senat Sveučilišta u Splitu,
- jednog člana imenuje resorni ministar,
- jedan član je predstavnik studenata kojeg imenuje Studentski zbor,
- jedan član je predstavnik radnika SCST imenovan na prijedlog Radničkog vijeća.

Ravnatelja imenuje i razrješava Upravno vijeće SCST, a imenovanje i razrješenje potvrđuje Sveučilišni Senat. SCST zastupa i predstavlja ravnatelj.[38]

Studentski centar Split raspolaže s tri doma koja nude preko 1.200 ležajeva, dok se studentska prehrana u Splitu odvija u sedam restorana Studentskog centra. Također, postoji i služba Studentskog centra (Student servis) koja obavlja djelatnost posredovanja pri obavljanju studentskih poslova te kao posrednik omogućuje privremeno ili povremeno zapošljavanje redovitih i izvanrednih studenata i drugih osoba sukladno uvjetima propisanim

[36] https://www.scst.unist.hr/images/documents/9/STATUT%20-%202019.pdf (pristupljeno 4.12.2019.)
[37] Studentski centar Split (2019.): O nama, raspoloživo na: https://www.scst.unist.hr/o-nama/opci-podatci (pristupljeno 4.12.2019.)
[38] https://www.scst.unist.hr/o-nama/dokumenti (pristupljeno 13.2.2020.)

Zakonom o obavljanju Studentskih poslova. U registru Student servisa se nalazi gotovo 42.000 registriranih poslodavaca kod kojih studenti imaju mogućnost zapošljavanja.[39]

3.2. Općenito o studentskoj prehrani

Na Sveučilištu u Splitu danas studira preko 20.000 studenata, na 11 fakulteta, jednoj umjetničkoj akademiji te četiri sveučilišna odjela.[40]

Kako bi se omogućilo uspješno studiranje u Splitu, jedna od stavki koju treba zadovoljiti je i usluga pružanja prehrane za studente.

U Splitu se studentska prehrana odvija u sedam restorana u koje spadaju: restoran Ekonomskog fakulteta, restoran Fakulteta elektrotehnike strojarstva i brodogradnje (FESB), restoran Fakulteta građevinarstva, arhitekture i geodezije (FGAG), restoran hostela Spinut, restoran Indeks (u samom centru grada), restoran Kantun C u sklopu Medicinskog fakulteta te restoran Kampus u sklopu studentskog doma Dr. Franjo Tuđman. Podjela hrane vrši se preko linije samoposluživanja. U restoranima se nude jela po izboru, ali postoje i dnevne ponude koje su povoljnije za studente. Na dnevnom meniju su svakodnevno glavna jela koja uključuju i mesnu i riblju ponudu s različitim prilozima i sezonskim, svježim salatama.

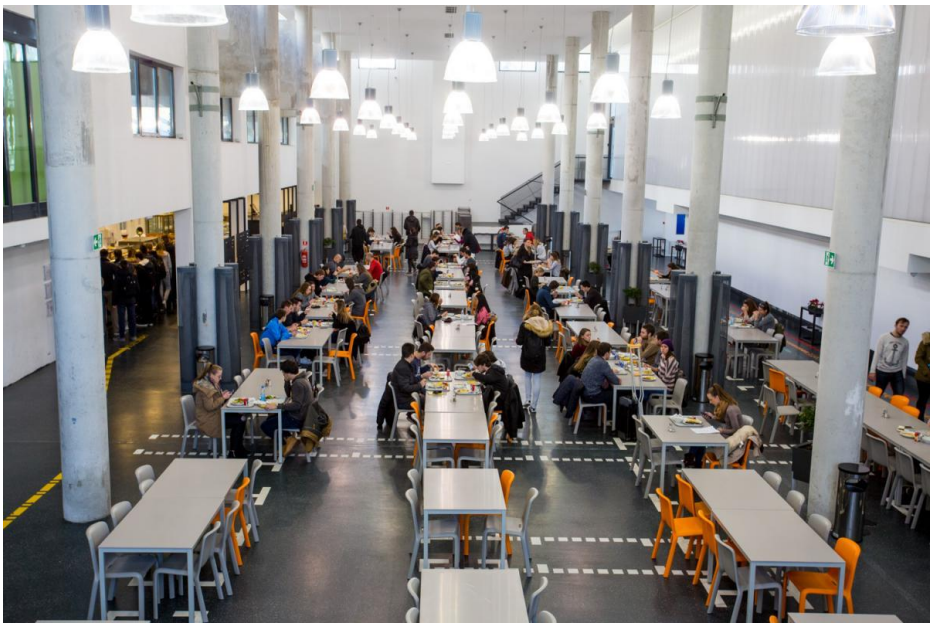
U ponudi je i prehrana u jednostavnim objektima, poput onoga u domu Bruna Bušića, zatim na Pravnom i Filozofskom fakultetu, Medicinskom te Prirodoslovno-matematičkom fakultetu. Podjela hrane vrši se preko pulta, a u ponudi su jednostavna jela i razni prehrambeni proizvodi, kao što su peciva, sendviči, bureci, kolači, jogurti, sokovi itd.[41]

[39] Studentski centar Split (2019.): Student servis, raspoloživno na: https://www.scst.unist.hr/student-servis/o-studentskom-servisu (pristupljeno 4.12.2019.)
[40] Sveučilište u Splitu (2019.): Sveučilište danas, raspoloživno na: https://www.unist.hr/sveuciliste/o-sveucilistu/sveuciliste-danas (pristupljeno 3.12.2019.)
[41] Studentski centar Split (2019.): O studentskoj prehrani, raspoloživno na: https://www.scst.unist.hr/prehrana/o-studentskoj-prehrani (pristupljeno 3.12.2019.)

3.3. Restoran Kampus

Restoran Kampus nalazi se u sklopu studentskog doma Dr. Franjo Tuđman te svoje usluge prehrane pruža studentima koji stanuju u domu, ali i svim ostalim studentima. Površina restorana iznosi 1.500 metara kvadratnih te se u njemu nalazi više od 400 sjedećih mjesta (Slika 2). Usluga pružanja prehrane odvija se preko dvije linije za samoposluživanje. Studenti u restoranu mogu dobiti sva tri glavna obroka: doručak, ručak i večeru. Restoran je otvoren od 7 do 21 sat radnim danima, subotom ne radi, a nedjeljom je otvoren od 7 do 19 sati.[42]

Slika 2. Izgled restorana Kampus u Splitu



Izvor:https://www.google.com/search?q=restoran+kampus+split&hl=hr&tbm=isch&sxsrf=ACYBGNTka7etO9DXIr0xYoeGgZMMbf74KA:1581594238010&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwjHzvDVuc7nAhVSrosKHUU0B8wQ_AUICygC&biw=1366&bih=657&dpr=1#imgrc=n8l5OwwZXg215Mscst.unist.hr/prehrana/restorani/220-restoran-kampus

Broj zaposlenih u restoranu varira o periodu godine, a trenutno u restoranu rade 33 radnika, ali zapošljavaju se i studenti ovisno o obuhvatu posla. Broj zaposlenih po radnim mjestima je: voditelj (1), šef smjene (2), kuhar (12), pomoćni radnik (10), blagajnik (4), konobar (3) te skladištar (1).

[42]Studentski centar Split (2019.): Restoran Kampus, raspoloživno na: https://www.scst.unist.hr/prehrana/restorani/220-restoran-kampus (pristupljeno 4.12.2019.)

3.4. Metodologija istraživanja

Kako bi se ranije postavljene hipoteze prihvatile ili odbacile u istraživanju se koristila modificirana verzija Servqual upitnika. Upitnik se sastojao od dijela u kojem su ispitanici kroz 34 tvrdnje ocjenjivali svoja očekivanja o kvaliteti rada restorana Kampus te od dijela u kojem su kroz 34 tvrdnje ocjenjivali koliko su u stvarnosti zadovoljni kvalitetom rada restorana. Tvrdnje su raspoređene u šest kategorija i to redom:

- Osoblje u restoranu
- Čistoća u restoranu
- Kvaliteta i raznolikost hrane
- Veličina porcije
- Cijena porcije
- Organizacija rada.

Svoje mišljenje studenti i zaposlenici iskazivali su na način da su svakoj navedenoj tvrdnji dodjeljivali ocjenu od 1 do 5, gdje 1 označava potpuno se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - niti se slažem niti ne slažem, 4 - slažem se te 5 - potpuno se slažem. Osim dijela koji se temelji na modificiranom Servqual modelu, u anketnom upitniku nalazila su se i opća pitanja koja su se odnosila na demografske karakteristike ispitanika.

U provedenom istraživanju ispitivala su se očekivanja i percepcija ispitanika o kvaliteti rada restorana Kampus u Splitu kako bi se utvrdilo postoje li statistički značajne razlike u shvaćanju kvalitete među njima. Istraživanje je obuhvatilo dvije skupine ispitanika, a to su zaposlenici restorana Kampus i studenti koji primaju uslugu prehrane.

U empirijskom dijelu rada, za prikaz i obradu podataka dobivenih iz anketnih upitnika, korištena je metoda tabelarnog prikazivanja, deskriptivna (matematička) statistika, te t-test kako bi se postavljene hipoteze potvrdile ili odbacile. Zaključci koji su dobiveni putem t-testa doneseni su pri razini signifikantnosti od 5%. Obrada podataka napravljena je pomoću programa Microsoft Excel.

Istraživanje se provodilo tijekom siječnja 2020. godine. Anketni upitnik izrađen je pomoću Google obrasca te je studentima dostavljen on line, preko društvene mreže Facebook. Upitnik je bio objavljen u grupama u kojima su se nalazili studenti različitih fakulteta kako bi

istraživanje bilo što vjerodostojnije. Zaposlenicima restorana Kampus osobno su dostavljeni isprintani anketni upitnici.

3.5. Analiza osnovnih podataka o ispitanicima

U ovom dijelu rada analizirali su se socio - demografski podaci vezani za ispitanike, a koji se odnose na prvi dio anketnog upitnika. Općim karakteristikama obuhvaćen je spol studenta, spol zaposlenika, dob studenta, naziv fakulteta kojeg student pohađa, tip smještaja u kojem student živi, broj posjeta studenta restoranu, mjesto boravka studenta, radno mjesto zaposlenika u studentskom restoranu.

Na anketni upitnik odgovorilo je 18 od 33 zaposlenika što daje stopu povrata od 55 %. U trenutku podjele upitnika tri zaposlenika su bila na bolovanju te nisu bila u mogućnosti ispuniti anketni upitnik. Također, anketni upitnik upućen je 400 studenta, a odgovorio je 101 student, iz čega se može zaključiti da je stopa povrata 25 %.

U tablici 1 prikazana je struktura ispitanika po spolu.

Tablica 1. Ispitanici po spolu

	ZAPOSLENICI	STUDENTI	% ZAPOSLENIKA	% STUDENATA
ŽENE	12	66	67%	65,30%
MUŠKARCI	6	35	33%	34,70%
UKUPNO	**18**	**101**	**100%**	**100%**

Izvor: Vlastito istraživanje

Kako je vidljivo iz tablice 1 postoji razlika u broju muškaraca i žena koji su sudjelovali u ispitivanju. Od ukupno 119 ispitanika 65,55 % čine žene, a 34,45 % muškarci. U obje skupine ispitanika žene čine više od 60 %.

Nadalje, u tablici 2 prikazani su studenti po dobnim skupinama.

Tablica 2. Studenati prema dobi

DOB	STUDENTI	% STUDENATA
18-21	35	34,70%
22-25	62	61,40%

26-29	4	4%
30 i više	0	0%
UKUPNO	**101**	**100,10%**

Izvor: Vlastito istraživanje

Iz tablice 2 može se vidjeti da najveći broj studenata ima između 22 i 25 godina, čak 61,40% ispitanih studenata. 34,70 % studenata ima između 18 i 21 godinu, dok je samo 4 % studenata između 26 i 29 godina. Ni jedan ispitanik nema 30 i više godina. Iz ovih podataka može se zaključiti da je većina studenata na višim godinama studija i da vjerojatno imaju dosta iskustava vezano za prehranu u studentskom restoranu.

Analizom ispitanika prema fakultetu koji pohađaju pokazalo se da najveći broj studenta, u postotku od 25,70, ide na Ekonomski fakultet, a ne zaostaje ni Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje (24,80%). Dobiveni podaci su shvatljivi jer upravo ova dva fakulteta spadaju u „vrh“ fakulteta u Splitu po broju studenata. Također, studenti s medicinskog fakulteta zauzimaju 13,90% od ukupnog broja ispitanika. Najmanji broj studenata pohađa Kemijsko-tehnološki fakultet, Kineziološki i Katoličko bogoslovni fakultet. Prikaz studenata prema fakultetu koji pohađaju prikazan je u tablici 3.

Tablica 3. Fakultet kojeg studenti pohađaju

NAZIV FAKULTETA	STUDENTI	% STUDENATA
Ekonomski fakultet	26	25,70%
Prirodoslovno-matematički fakultet	10	9,90%
Medicinski fakultet	14	13,90%
Pomorski fakultet	3	3%
Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje	25	24,80%
Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije	3	3%
Pravni fakultet	4	4%
Kemijsko-tehnološki fakultet	1	1%
Filozofski fakultet	7	7%
Sveučilišni odjel za stručne studije	4	4%
Forenzika	2	2%
Kineziološki fakultet	1	1%
Katoličko bogoslovni fakultet	1	1%
UKUPNO	**101**	**100,30%**

Izvor: Vlastito istraživanje

Nadalje, u tablici 4 prikazano je mjesto boravka studenta dok studira.

Tablica 4. Mjesto boravka studenta

MJESTO BORAVKA STUDENTA	STUDENTI	% STUDENATA
SPLIT	79	78,20%
OSTALA MJESTA	22	21,80%
UKUPNO	**101**	**100,00%**

Izvor: Vlastito istraživanje

Prema podacima iz tablice 4 može se zaključiti kako čak 78,20 % studenata koji su odgovorili na anketni upitnik ima mjesto boravka u Splitu, dok samo 21,80 % živi u nekim drugim mjestima. Ovi podaci su shvatljivi jer veliki broj studenata koji studiraju u Splitu upravo tu i boravi. Također, moguće je da postoje i studenti koji stalno žive u Splitu, a hrane se povremeno u studentskom restoranu zbog dugotrajnih predavanja na fakultetima.

U tablici 5 prikazana je godina studija na kojoj se student nalazi.

Tablica 5. Godina studija na kojoj se student nalazi

GODINA STUDIJA	STUDENTI	% STUDENATA
PRVA	17	16,80%
DRUGA	16	15,80%
TREĆA	20	19,80%
ČETVRTA	11	10,90%
PETA	37	36,60%
UKUPNO	**101**	**99,90%**

Izvor: Vlastito istraživanje

Kako je vidljivo iz tablice 5 više od jedne trećine studenata nalazi se na petoj godini studija (36,60 %) dok se najmanje studenata nalazi na četvrtoj godini (10,90 %). Ostale godine studija su dosta ujednačene prema broju ispitanih studenata.

Analizom ispitanika prema broju posjeta studentskom restoranu Kampus utvrđeno je da od ukupnog broj ispitanih studenta (101) 24 studenta koriste usluge restorana svaki dan, a samo njih 6 nikada. Iz toga se može zaključiti da malo više od 1/5 studenata restoran posjećuje svaki dan.

Više puta tjedno restoran posjete 34 studenta, a jednom do dva puta tjednom 37 studenata. Prikaz studenata prema broju posjeta studentskom restoranu Kampus prikazan je u tablici 6.

Tablica 6. Broj posjeta studentskom restoranu od strane studenata

BROJ POSJETA STUDENTSKOM RESTORANU	STUDENTI	% STUDENATA
STALNO, SVAKI DAN	24	23,80%
VIŠE PUTA TJEDNO	34	33,70%
JEDNOM DO DVA PUTA TJEDNO	37	36,60%
NIKADA	6	5,90%
UKUPNO	**101**	**100,00%**

Izvor: vlastito istraživanje

U tablici 7 prikazan je tip smještaja u kojem studenti živi.

Tablica 7. Smještaj u kojem studenti žive

STUDENT ŽIVI U:	STUDENTI	% STUDENATA
STUDENTSKOM DOMU	15	14,90%
ĐAČKOM DOMU	7	6,90%
STANU/ KUĆI	79	78,20%
UKUPNO	**101**	**100,00%**

Izvor: Vlastitio istraživanje

Kako je vidljivo iz tablice 7 najveći broj studenata živi u stanu/ kući, njih čak 78,20%. U studentskom domu živi 14,90%, a u đačkom domu svega 6,90% studenata.

Analiza zaposlenika restorana Kampus prema radnom mjestu prikazana je u tablici 8.

Tablica 8. Zaposlenici restorana Kampus prema radnom mjestu

RADNO MJESTO	BROJ ZAPOSLENIKA	% ZAPOSLENIKA
ŠEF/ICA SMJENE (KUHAR/ICA)	1	6%
RADNICA NA BLAGAJNI	4	22%
KONOBAR/ICA	3	17%
KUHAR/ICA	5	28%
POMOĆNI KUHAR	2	11%
POMOĆNI RADNIK U KUHINJI	3	17%
UKUPNO	**18**	**100%**

Izvor: Vlastitio istraživanje

U tablici 8 vidljivo je da je najveći broj anketiranih zaposlenika u odjelu kuhinje, čak 28%. Ova brojka povezana je s tim što restoran ima preko 400 sjedećih mjesta te je potreban dostatan broj ljudi koji će spremiti jela studentima. Također, veći postotak zauzimaju i radnice na blagajni (22%). Broj anketiranih konobara te pomoćnih radnika u kuhinji bio je isti (17%). Iz navedenog se uočava da su anketirani zaposlenici sa svih radnih mjesta.

3.6. Analiza očekivanog i ostvarenog zadovoljstva ispitanika kvalitetom rada restorana Kampus u Splitu

Kao što je već navedeno, podaci o stavovima studenata i zaposlenika o kvaliteti rada restorana Kampus u Splitu prikupljeni su anketnim upitnikom koji predstavlja modificiranu verziju Servqual upitnika. Tvrdnje kojima su ispitanici davali ocjene od 1 do 5 raspoređene su u šest kategorija.

3.6.1. Analiza očekivanog i ostvarenog zadovoljstva zaposlenika kvalitetom rada restorana Kampus u Splitu

Kako bi se utvrdila očekivanja i stvarno zadovoljstvo zaposlenika kvalitetom rada restorana Kampus u Splitu napravljena je analiza srednjih vrijednosti odgovora za 34 tvrdnje (T) koje su navedene u anketi. Pregled svih prosječnih ocjena prikazan je u tablici 9.

Tablica 9. Očekivano i ostvareno zadovoljstvo zaposlenika kvalitetom rada restorana Kampus

	TVRDNJE	SREDNJE VRIJEDNOSTI		SERVQU-AL JAZ	Test signifikantno-sti
		OČEKI-VANJE	STVARNO ZADOVOLJSTVO		
OSOBLJE U RESTORANU	T1	4,7	4,7	0,00	0,522236441
	T2	4,8	4,7	-0,10	
	T3	4,7	4,8	0,10	
	T4	4,8	4,6	-0,20	
	T5	4,8	4,7	-0,10	
	T6	4,7	4,7	0,00	
	T7	4,8	4,9	0,10	
		4,76	4,9	0,14	
ČISTOĆA U RESTORANU	T8	4,8	4,7	-0,10	0,06042742
	T9	5	4,7	-0,30	
	T10	4,9	4,5	-0,40	
	T11	4,9	4,8	-0,10	
	T12	4,8	4,7	-0,10	

	T13	4,8	4,8	0,00	
	T14	4,9	4,8	-0,10	
	T15	4,8	4,9	0,10	
		4,8	4,74	-0,06	
KVALITETA I RAZNOLIKOST HRANE	T16	4,5	4,3	-0,20	**0,012390388**
	T17	4,7	4,5	-0,20	
	T18	4,9	4,6	-0,30	
	T19	4,8	4,4	-0,40	
	T20	4,8	4,1	-0,70	
	T21	4,7	4,6	-0,10	
	T22	4,7	4,7	0,00	
	T23	4,8	4,6	-0,20	
	T24	4,7	4,7	0,00	
		4,73	4,5	-0,23	
VELIČINA PORCIJE	T25	4,8	4,4	-0,40	
	T26	4,7	4,4	-0,30	
		4,75	4,4	-0,35	**0,090334471**
CIJENA PORCIJE	T27	4,8	4,3	-0,50	**0,005370442**
	T28	4,8	4,4	-0,40	
	T29	4,8	4,6	-0,20	
	T30	4,9	4,6	-0,30	
	T31	4,9	4,7	-0,20	
		4,84	4,52	-0,32	
ORGANIZACIJA RADA	T32	4,7	3,8	-0,90	**0,034578416**
	T33	4,1	3,6	-0,50	
	T34	4,7	3,7	-1,00	
		4,5	3,7	-0,80	

Izvor: Vlastitio istraživanje

Iz tablice 9 vidljivo je da zaposlenici imaju visoka očekivanja povezana s kvalitetom rada restorana Kampus po svim ispitanim **tvrdnjama**. Prosječne ocjene su iznad 4,5, osim kod jedne tvrdnje (4,1), što je također prilično visoko očekivanje. Tvrdnja koja ima najmanju prosječnu ocjenu je T33 (4,1) koja glasi „Studentima koji imaju obveze do 21.00 sat treba osigurati obrok“. Najveću prosječnu ocjenu zaposlenici su jednoglasno dali samo T9 (5) koja glasi „U hrani studenti ne bi smjeli pronalaziti strana tijela (staklo, dlaka...)".

Također, zaposlenici su samo jednu tvrdnju (T16) ocijenili prosječnom ocjenom (4,5) - „Izbor jela treba zadovoljiti različite potrebe korisnika (vegeterijanska, bezglutenska, tradicionalna hrana, i slično)“. Prosječna ocjena 4,5 prikazuje da su zaposlenici na granici između slaganja i potpunog slaganja s ovom tvrdnjom. Ostale tvrdnje imaju prosječnu ocjenu 4,7 i više. Može

se zaključiti da se zaposlenici gotovo pa potpuno slažu sa svim tvrdnjama koje se odnose na njhova očekivanja, osim s tvrdnjom T33 s kojom se samo slažu.

Iz analize stvarnog zadovoljstva kojeg zaposlenici imaju vezano za kvalitetu rada restorana Kampus (tablica 9) vidi se da je raspon između prosječnih ocjena tvrdnji nešto veći. Zaposlenici se gotovo potpuno slažu s 22 tvrdnje (prosječna ocjena 4,6 i više), s 9 tvrdnji se slažu (prosječna ocjena između 4 i 4,5), a samo s 3 tvrdnje gotovo slažu (prosječna ocjena od 3,6 do 4). Zanimljivo je primijetiti da zaposlenici smatraju da je postignuta kvaliteta u području „Osoblje u restoranu“ i „Čistoća u restoranu“ potpuno zadovoljavajuća (sa svim navedenim tvrdnjama zaposlenici se potpuno slažu).

Zaposlenici su najmanjom prosječnom ocjenom ocijenili T33 „Studentima koji imaju obaveze do 21.00 sat osiguran je obrok“. Tvrdnja je dobila ocjenu 3,6. Također, jedna od niže ocijenjenih tvrdnji je T34 „Zaposlen je adekvatan broj radnika u kuhinju“ te ima prosječnu ocjenu 3,7. Ove dvije tvrdnje nalaze se u kategoriji „Organizacija rada“.

Najveća prosječna ocjena ostvarene kvalitete koju su zaposlenici dali je 4,9 za tvrdnju T15 i T7, što pokazuje da se u potpunosti slažu da je pribor za jelo uvijek čist te da radnici na blagajni vraćaju točan iznos novca.

Također, zaposlenici su visoku prosječnu ocjenu (4,8) dali sljedećim tvrdnjama:

- T3 - „Radnici su otvoreni za sve upite o hrani.“
- T11 - „Prostor objekta je prozračan.“
- T13 - „Površine za posluživanje hrane su čiste.“
- T14 - „ Poslužavnik na kojem se poslužuje hrana je čist.“

Četiri od šest gore navedenih tvrdnji (T11, T13, T14, T15) nalazi se u kategoriji „Čistoća restorana“.

Iz ovoga se može zaključiti da se najviše najbolje ocijenjenih tvrdnji nalazi u kategoriji „Čistoća u restoranu“, a najviše najlošije ocijenjenih u kategoriji „Organizacija rada“.

U tablici 9 vidljivo je da zaposlenici smatraju da u 5 tvrdnji, od 34 moguće, ne postoji razlika između očekivanja i ostvarene kvalitete rada restorana Kampus (T1, T6, T13, T22, T24), točnije rečeno očekivanja su u potpunosti ispunjena. Kod ovih tvrdnji servqual jaz iznosi nula.

Kod sljedećih tvrdnji zaposlenici smatraju da je ostvarena kvaliteta rada u restoranu Kampus iznad očekivanja:

- T3: Radnici su otvoreni za sve upite o hrani (servqual jaz je 0,10).
- T7: Radnici na blagajni vraćaju točan iznos novca (servqual jaz je 0,10).
- T15: Pribor za jelo je čist (servqual jaz je 0,10).

Na ove tvrdnje zaposlenici direktno utječu svojim radom, sposobnostima i iskustvom te se može zaključiti da zaposlenici ozbiljno odrađuju svoj posao. Zaposlenici na ovaj način pridobivaju povjerenje studenata.

Kod ostalih tvrdnji se pokazalo da postoji razlika između očekivane i postignute kvalitete rada zaposlenika, točnije u 26 od 34 tvrdnje (T2, T4, T5, T8, T9, T10, T11, T12, T14, T16, T17, T18, T19, T20, T21, T23, T25, T26, T27, T28, T29, T30, T31, T32, T33, T34).

Očekivanja i postignuta kvaliteta približno su iste kod 7 tvrdnji (T2, T5, T8, T11, T12, T14, T21) gdje je Servqual jaz -0,10. Također, relativno je mali broj tvrdnji kod kojih je jaz veći (očekivanja veća od postignutog zadovoljstva kvalitetom).

U nastavku su prikazane tvrdnje kod kojih zaposlenici smatraju da je ostvarena kvaliteta rada restorana Kampus znatno manja u odnosu na očekivanu:

- T20: Ponuda treba sadržavati jela pripremljena bez zasićenih masti, s više povrća, integralne tjestenine i riže, integralnog kruga, i slično (Servqual jaz: -0,70).
- T32: Treba biti zaposlen adekvatan broj radnika na traci (Servqual jaz: -0,90).
- T34: Treba biti zaposlen adekvatan broj radnika u kuhinji (Servqual jaz: -1,00).

Nadalje, napravljena je analiza po **kategorijama kvalitete**. Najveću prosječnu ocjenu očekivane kvalitete rada restorana Kampus, prema stavovima zaposlenika, ima kategorija „Cijena porcije“ (prosječna ocjena 4,84). Iz ovoga se može vidjeti da zaposlenici očekuju da cijena porcije odgovara vrijednosti porcije. Stvarna percepcija zaposlenika vezana za

kategoriju „Cijena porcije“ (prosječna ocjena 4,52) razlikuje od prosječne ocjene očekivanja vezanog za cijenu porcije (Servqual jaz: -0,32). Test signifikantnosti pokazuje da je ova razlika statistički značajna (p = 0,005), pa usprkos tome što se zaposlenici gotovo pa potpuno slažu s tvrdnjama vezanim za „cijenu porcije“, a stvarno je njihovo slaganje između slažem se i potpuno se slažem, može se zaključiti da očekivanja zaposlenika u ovoj kategoriji nisu ostvarena.

Jedina kategorija u kojoj je prosječna ocjena ostvarenog zadovoljstva (4,9) veća od prosječne ocjene očekivanja (4,76) je kategorija „Osoblje u restoranu“. Iz ovoga se može zaključiti da zaposlenici smatraju da imaju izvrstan pristup prema studentima, da su ljubazni i uslužni te da su otvoreni za komunikaciju i upite. Test signifikantnosti pokazuje da ova razlika nije statistički značajna (p = 0,522), zaposlenici se gotovo pa potpuno slažu s očekivanim i ostvarenim zadovoljstvom vezanim za kategoriju „Osoblje restorana“ te se može zaključiti da su očekivanja zaposlenika gotovo pa u potpunosti ostvarena.

Također, zaposlenici smatraju da je čistoća u restoranu vrlo bitna te je prosječna ocjena očekivanja u toj kategoriji 4,8, a prosječna ocjena ostvarenog zadovoljstva 4,74. Iz ovoga je vidljivo da zaposlenici održavaju objekt na visokoj razini te je Servqual jaz skoro zanemariv (-0,06). Razlika nije statistički značajna (p = 0,060) te se može zaključiti da se zaposlenici gotovo potpuno slažu s očekivanim i ostvarenim zadovoljstvom u kategoriji „Čistoća restorana“.

U kategorijama „Kvaliteta i raznolikost hrane“ te „Veličina porcije“ prosječne ocjene očekivanog zadovoljstva su 4,73 i 4,75 dok su prosječne ocjene ostvarenog zadovoljstva 4,5 i 4,4. Iz ove analize vidljivo je da, kod zaposlenika, nisu u potpunosti ispunjena očekivanja. U kategoriji „Kvaliteta i raznolikost hrane“ Servqual jaz je -0,23, a u kategoriji „Veličina porcije“ -0,35. Pomoću testa signifikantnosti utvrđeno je da u kategoriji „Kvaliteta i raznolikost hrane“ postoji statistički značajna razlika (p = 0,012) pa usprkos tome što se zaposlenici gotovo pa potpuno slažu s tvrdnjama vezanim za kvalitetu rada restorana, a stvarno je njihovo slaganje između slažem se i potpuno se slažem, može se zaključiti da očekivanja u ovoj kategoriji nisu ostvarena. Test signifikantnosti u kategoriji „Veličina porcije“ pokazuje da razlika nije statistički značajna (p = 0,090) iako se zaposlenici gotovo pa potpuno slažu s očekivanim zadovoljstvom, a s ostvarenim zadovoljstvom samo slažu.

Zaposlenici smatraju da je najveća razlika u očekivanom i ostvarenom zadovoljstvu u kategoriji „Organizacija rada“ u kojoj je Servqual jaz -0,80. Iz ovog je vidljivo da je zaposlenicima jako bitan broj radnika koji sudjeluju u pružanju usluge, ali njihova očekivanja nisu u potpunosti ispunjena. U ovoj kategoriji razlika je statistički značajna (p = 0,034). Zaposlenici su na granici između slaganja i potpunog slaganja što se tiče očekivanog zadovoljstva (4,5), a gotovo se slažu s ostvarenim zadovoljstvom (3,7).

Nadalje, kako bi se potvrdila ili odbacila H1: „Ne postoje značajna odstupanja između očekivanja i percepcije zaposlenika o kvaliteti pružene usluge studentskog restorana“ korišten je test signifikantnosti čiji su rezultati prikazani u zadnjem stupcu tablice 9.

Iz analize se može zaključiti da se hipoteza ne može prihvatiti jer statistički značajna razlika postoji u tri od šest kategorije (Cijena porcije, Kvaliteta i raznolikost hrane, Organizacija rada), dok u ostalim nema statistički značajne razlike. Međutim, kada se usporede prosječne ocjene svih tvrdnji na strani očekivanja s prosječnim ocjenama svih tvrdnji na strani postignute kvalitete (p = 0,000) pokazuje se da postoji statistički značajna razlika između očekivane i ostvarene kvalitete rada restorana Kampus kada je riječ o zaposlenicima, pa se H1 odbacuje.

3.6.2. Analiza očekivanog i ostvarenog zadovoljstva studenata kvalitetom rada restorana Kampus u Splitu

Kako bi se utvrdila očekivanja i stvarno zadovoljstvo studenata kvalitetom rada restorana Kampus u Splitu napravila se analiza srednjih vrijednosti odgovora za 34 tvrdnje koje su navedene u anketi. Također, izračunat je Servqual jaz za svaku pojedinačnu tvrdnju, prosječni Servqual jaz za svaku kategoriju kao i test signifikntnosti. Pregled svih prosječnih ocjena analiziranih **tvrdnji** prikazan je u tablici 10.

Tablica 10. Očekivano i ostvareno zadovoljstvo studenata kvalitetom rada restorana Kampus

	TVRDNJE	SREDNJE VRIJEDNOSTI		SERVQU-AL JAZ	Test signifikantnosti
		OČEKI-VANJE	STVARNO ZADOVOLJSTVO		
OSOBLJE U RESTORANU	T1	4,5	4,4	-0,1	**0,075920326**
	T2	4,6	4	-0,6	
	T3	4,3	3,9	-0,4	

	T4	4,3	3,5	-0,8	
	T5	4,4	4,4	0	
	T6	4,4	4,3	-0,1	
	T7	4,6	4,7	0,1	
		4,44	4,17	-0,27	
ČISTOĆA U RESTORANU	T8	4,7	4,1	-0,6	**0,000046737**
	T9	4,8	3,6	-1,2	
	T10	4,7	3,7	-1	
	T11	4,6	3,5	-1,1	
	T12	4,3	3,9	-0,4	
	T13	4,6	3,8	-0,8	
	T14	4,7	3,8	-0,9	
	T15	4,7	4	-0,7	
		4,64	3,8	-0,84	
KVALITETA I RAZNOLIKOST HRANE	T16	4,3	3,3	-1	**0,000000042**
	T17	4,5	3,7	-0,8	
	T18	4,6	3,5	-1,1	
	T19	4,6	3,4	-1,2	
	T20	4,2	3	-1,2	
	T21	4,5	3,2	-1,3	
	T22	4,5	3,2	-1,3	
	T23	4,3	3,3	-1	
	T24	4,6	3,6	-1	
		4,46	3,36	-1,10	
VELIČINA PORCIJE	T25	4,6	3,9	-0,7	**0,079166848**
	T26	4,5	3,6	-0,9	
		4,55	3,75	-0,8	
CIJENA PORCIJE	T27	4,7	4	-0,7	**0,000006452**
	T28	4,6	4	-0,6	
	T29	4,6	4	-0,6	
	T30	4,7	4,1	-0,6	
	T31	4,7	4,1	-0,6	
		4,66	4,04	-0,62	
ORGANIZACIJA RADA	T32	4,6	3,6	-1	**0,000389614**
	T33	4,3	2,8	-1,5	
	T34	4,5	3,6	-0,9	
		4,43	3,33	-1,1	

Izvor: Vlastito istraživanje

U tablici 10 može se vidjeti da se studenti sa svim tvrdnjama, koje se odnose na njihova očekivanja, slažu ili potpuno slažu. Studenti se potpuno slažu s 56% tvrdnji, 18% tvrdnji su ocijenili s 4,5 (granica između slaganja i potpunog slaganja), a s 26 % tvrdnji se samo slažu. Najveća očekivanja imaju od T9 (4,8) „U hrani studenti ne bi smjeli pronalaziti strana tijela

(staklo, dlaku...)“. Najmanju prosječnu ocjenu očekivanog zadovoljstva studenti su dali za T20 (4,2) „Ponuda treba sadržavati jela pripremljena bez zasićenih masti, s više povrća, integralne tjestenine i riže, integralnog kruha, i slično“.

Nižu prosječnu ocjenu očekivane kvalitete (4,3) dali su za slijedeće tvrdnje:

- T3: Radnici trebaju biti otvoreni za sve upite o hrani.
- T4: Radnici trebaju objaviti točan jelovnik za svaki dan.
- T12: Stolovi i stolice trebaju biti uredno postavljeni.
- T16: Izbor jela treba zadovoljiti različite potrebe korisnika (vegeterijanska, bezglutenska, tradicionalna hrana, i slično).
- T23: Ponuda pića treba biti raznolika.
- T33: Studentima koji imaju obveze do 21.00 sat treba osigurati obrok.

Iz ovoga se može zaključiti da studenti nemaju najviša očekivanja vezana za kvalitetu rada restorana Kampus, obzirom da je 4,2 najmanja prosječna ocjena očekivanog zadovoljstva, a smo je jedna tvrdnja ocijenjena prosječnom ocjenom 4,8 (T9). Jedino su tvrdnje u području „Cijena porcije“ i „Veličina porcije“ ujednačeno ocijenjene. Ovakav nalaz je neuobičajen u sličnim istraživanjima očekivanog zadovoljstva, jer su očekivanja govoto svih ispitanika, u bilo kojoj djelatnosti, u pravilu najviša. Moglo bi se zaključiti da su studetni prihvatili uvriježeni stav da studentiski restorani ne nude baš najbolju hranu.

Kada se promatraju rezultati analize ostvarenog zadovoljstva studenata kvalitetom rada studentskog restorana Kampus vidi se veći raspon između prosječnih ocjena. Može se utvrditi da se studenti samo s jednom tvrdnjom gotovo pa u potpunosti slažu, a to je T7 (4,7) „Radnici na blagajni vraćaju točan iznos novca“, dok su najmanju prosječnu ocjenu dali T33 (2,8) iz čega se može zaključiti da se gotovo niti slažu niti ne slažu s tim da je studentima, koji imaju obaveze do 21.00 sat, osiguran obrok. Također, studenti se s 11 tvrdnji slažu, s 12 gotovo pa slažu, a s 9 se niti slažu niti ne slažu.

Iz tablice 10 vidljivo je da samo u jednoj tvrdnji ne postoji razlika između očekivanog i stvarnog zadovoljstva studenata kvalitetom rada restorana Kampus, točnije rečeno studenti su ocijenili istom ocjenom (4,4) očekivano i ostvareno zadovojstvo. Radi se o T5 „Odjeća djelatnika treba biti čista i uredna“.

Također, samo je jedna tvrdnja premašila očekivanja studenata, a to je T7 iz koje se vidi da su zaposlenici vrlo savjesni te da točno vraćaju iznos novca. U ostale 32 tvrdnje postoji razlika između očekivane i ostvarene kvalitete rada restorana Kampus.

U tablici 10 prikazano je da postoji veliki broj tvrdnji, čak 28, kod kojih studenti smatraju da je ostvarena kvaliteta rada restorana Kampus znatno manja u odnosu na očekivanu. Samo 6 od 34 tvrdnje ima manji Servqual jaz od -0,5:

- T1: Radnici restorana trebaju biti ljubazni i uslužni. (Servqual jaz: -0,1)
- T3: Radnici trebaju biti otvoreni za sve upite o hrani. (Servqual jaz: -0,4)
- T5: Odjeća djelatnika treba biti čista i uredna. (Servqual jaz: 0)
- T6: Radnici na traci trebaju biti spretni. (Servqual jaz: -0,1)
- T7: Radnici na blagajni trebaju vraćati točan iznos novca. (Servqual jaz: 0,1)
- T12: Stolovi i stolice trebaju biti uredno postavljeni. (Servqual jaz: -0,4)

Iz ove analize može se zaključiti da studenti u više od 80 % tvrdnji imaju mnogo veća očekivanja, nego ostvareno zadovoljstvo. Također, može se primjetiti da se 5 od 6 gore navedenih tvrdnji nalazi u kategoriji „Osoblje u restoranu“ što bi značilo da su više zadovoljni osobljem u restoranu, nego ostalim segmentima koji su ocjenjivani.

Osim analize po pojedinačnim tvrdnjama, napravljena je analiza prosječnih ocjena po **kategorijama** kvalitete. Najveću prosječnu ocjenu očekivane kvalitete (4,66) studenti su dali kategoriji „Cijena porcije“ iz čega se može zaključiti da studenti očekuju da cijena porcije odgovara vrijednosti porcije. Međutim, prosječna ocjena ostvarene kvalitete u toj kategoriji je 4,04 te očekivana kvaliteta nije ostvarena (Servqual jaz: -0,62). Test signifikantnosti pokazuje da je ova razlika statistički značajna ($p = 0,000$), pa usprkos tome što se studenti gotovo pa potpuno slažu s tvrdnjama vezanim za očekivanja vezanima za cijene porcije, a u stvarnosti se samo slažu, može se zaključiti da očekivanja u ovoj kategoriji nisu ostvarena.

Jedina kategorija u kojoj je Servqual jaz manji od -0,5 je kategorija „Osoblje u restoranu“ u kojoj je razlika ostvarenog u odnosu na očekivano zadovoljstva -0,27. Test signifikantnosti pokazuje da razlika u ovoj kategoriji nije statistički značajna ($p = 0,076$), studenti se slažu s očekivanim (4,44) i ostvarenim zadovoljstvom (4,17) vezanim za kategoriju „Osoblje restorana“ te se može zaključiti da su očekivanja zaposlenika ostvarena.

Također, studenti smatraju da je čistoća u restoranu vrlo bitna te je prosječna ocjena očekivanog zadovoljstva u toj kategoriji 4,64, a prosječna ocjena ostvarenog zadovoljstva 3,8. Iz ovoga je vidljivo da studenti smatraju da održavanje objekt nije na razini na kojoj oni očekuju da bude, te Servqual jaz iznosi -0,84. Test signitikantnosti je pokazao da je razlika statistički značajna (p = 0,000) te se može zaključiti da nije ostvarena očekivana kvaliteta u pogledu čistoće restorana.

U kategoriji „Veličina porcije“ prosječna ocjena očekivanog zadovoljstva je 4,55 dok je prosječne ocjene ostvarenog zadovoljstva 3,75. Iz ove analize vidljivo da se očekivana kvaliteta razlikuje od ostvarene (Servqual jaz: -0,8). U ovoj kategoriji ne postoji statistički značajna razlika (p = 0,079) usprkos tome što se studenti gotovo pa potpuno slažu s očekivanjima vezanim za veličinu porcije, a s ostvarenom veličinom porcije gotovo slažu.

Studenti smatraju da je najveća razlika u očekivanom i ostvarenom zadovoljstvu u kategorijama „Organizacija rada“ i „Kvaliteta i raznolikost hrane“ u kojima je Servqual jaz -1,1. Iz ovog je vidljivo da studenti smatraju da postoji razlika između njihovih očekivanja i stvarnog zadovoljstva u ovim kategorijama. U ovim kategorijama razlika je statistički značajna. U kategoriji, „Organizacija rada“ p = 0,0004, a u kategoriji „Kvaliteta i raznolikost hrane“ p = 0,0000.

Kako bi se prihvatila ili odbacila H2: „Postoje značajna odstupanja između očekivanja studenata i njihove percepcije o kvaliteti pruženih usluga studentskog restorana“ korišten je test signifikantnosti čiji su rezultati prikazani u zadnjem stupcu u tablici 10. U četiri od šest kategorija (Čistoća u restoranu, Kvaliteta i raznolikost hrane, Cijena porcije i Organizacija rada) **postoji** statistički značajna razlika jer su rezultati testa signifikantnosti p < 0,05. Očekivalo se da će studenti imati veća očekivanja, nego što je njihovo stvarno zadovoljstvo te se to uvjetno i ispunilo.

Također, temeljem svih prosječnih ocjena, na strani očekivanja i postignute kvalitete, izračunat je test signifikantnosti (p = 0,000) iz čega se može zključiti da postoji statistički značajna razlika između očekivane i ostvarene kvalitete rada restorana Kampus od strane studenata, te se H2 prihvaća.

3.6.3. Stavovi zaposlenika i studenata s obzirom na očekivano zadovoljstvo koje je povezano s kvalitetom rada restorana Kampus

Kako bi se utvrdilo postoji li razlika u očekivanoj kvaliteti rada restorana Kampus između zaposlenika i studenata napravljena je usporedba prosječnih ocjena očekivane kvalitete rada koja je prikazana u tablici 11.

Tablica 11. Očekivana kvaliteta rada restorana Kampus kod zaposlenika i studenata

	TVRDNJE	SREDNJE VRIJEDNOSTI		SERVQU-AL JAZ	Test signifika-ntnosti
		ZAPOSLENICI	STUDENTI		
OSOBLJE U RESTORANU	T1	4,7	4,5	0,2	0,000306329
	T2	4,8	4,6	0,2	
	T3	4,7	4,3	0,4	
	T4	4,8	4,3	0,5	
	T5	4,8	4,4	0,4	
	T6	4,7	4,4	0,3	
	T7	4,8	4,6	0,2	
		4,76	4,44	0,31	
ČISTOĆA U RESTORANU	T8	4,8	4,7	0,1	0,003413056
	T9	5	4,8	0,2	
	T10	4,9	4,7	0,2	
	T11	4,9	4,6	0,3	
	T12	4,8	4,3	0,5	
	T13	4,8	4,6	0,2	
	T14	4,9	4,7	0,2	
	T15	4,8	4,7	0,1	
		4,8	4,64	0,16	
KVALITETA I RAZNOLIKOST HRANE	T16	4,5	4,3	0,2	0,000499347
	T17	4,7	4,5	0,2	
	T18	4,9	4,6	0,3	
	T19	4,8	4,6	0,2	
	T20	4,8	4,2	0,6	
	T21	4,7	4,5	0,2	
	T22	4,7	4,5	0,2	
	T23	4,8	4,3	0,5	
	T24	4,7	4,6	0,1	
		4,73	4,46	0,27	
VELIČINA PORCIJE	T25	4,8	4,6	0,2	0,105572809
	T26	4,7	4,5	0,2	
		4,75	4,55	0,2	
CIJENA PORCIJE	T27	4,8	4,7	0,1	0,000826275
	T28	4,8	4,6	0,2	
	T29	4,8	4,6	0,2	

	T30	4,9	4,7	0,2	
	T31	4,9	4,7	0,2	
		4,84	4,66	0,18	
ORGANIZACIJA RADA	T32	4,7	4,6	0,1	**0,889287041**
	T33	4,1	4,3	-0,2	
	T34	4,7	4,5	0,2	
		4,5	4,43	0,07	

Izvor: Vlastito istraživanje

U tablici 11 može se primjetiti da se studenti i zaposlenici sa svim **tvrdnjama** ili gotovo pa potpuno slažu ili slažu, tj. da su njihova očekivanja vezana za kvalitetu rada visoka.

Zaposlenici i studenti najveću prosječnu ocjenu očekivane kvalitete dali su tvrdnji T9 iz čega se može zaključiti da i studenti i zaposlenici smatraju da studenti ne bi smjeli pronalaziti strana tijela u hrani. Zaposlenici se u potpunosti slažu s tom tvrdnjom te su joj dali ocjenu 5, dok se studenti gotovo pa potpuno slažu (4,8).

Samo u jednoj tvrdnji studenti imaju veća očekivanja od zaposlenika, a radi se o tvrdnji T33 iz koje se može zaključiti da studenti imaju malo veća očekivanja od zaposlenika kada se radi o pružanju obroka studentima koji imaju obaveze do 21.00 sat.

U kategorijama „Veličina porcije“ i „Cijena porcije“ studenti i zaposelnici se gotovo pa potpuno slažu sa svim navedenim tvrdnjama (ocijena 4,6 i više).

U tablici 11 može se vidjeti da su u osam tvrdnji očekivanja zaposlenika drugačija od očekivanja studenata. Zaposlenici se s tvrdnjama potpuno slažu dok se studenti samo slažu.
Radi se o slijedećim tvrdnjama:

- T3: Radnici trebaju biti otvoreni za sve upite o hrani. Radnici više od studenata smatraju da studentima trebaju biti na raspolaganju za sve upite o hrani te su ovu tvrdnju ocijenili ocjenom 4,7 dok su studenti tvrdnji dali prosječnu ocjenu 4,3.
- T4: Radnici trebaju objaviti točan jelovnik za svaki dan. Ovu tvrdnju radnici su ocijenili s 4,8 te od sebe očekuju točnost i ažurnost dok su studenti ovoj tvrdnji dali ocjenu 4,3.

- T5: Odjeća djelatnika treba biti čista i uredna. Radnici se u potpunosti slažu s ovom tvrdnjom (4,8), dok se studenti samo slažu (4,4). Iz ovoga je vidljivo da radnici postavljaju visoka očekivanja od sebe samih.
- T6: Radnici na traci trebaju biti spretni. Radnici od sebe zahtjevaju spretnost te su ovoj tvrdnji dali ocjenu 4,7 dok su očekivanja studenata nešto manja (4,4).
- T12: Stolovi i stolice trebaju biti uredno postavljeni. Radnici zahtjevaju da unutarnji prostor restorana bude savršeno složen (4,8), dok su očekivanja studenata manja (4,3).
- T20: Ponuda treba sadržavati jela pripremljena bez zasićenih masti, s više povrća, integralne tjestenine i riže, integralnog kruha, i slično. Radnici imaju veća očekivanja po ovom pitanju, te se u potpunosti slažu s navedenom tvrdnjom (4,8) dok se studenti samo slažu (4,2).
- T23: Ponuda pića treba biti raznolika. Ovoj tvrdnji studenti su dali ocjenu 4,3 te se slažu s njom dok se zaposlenici u potpunosti slažu (4,8).

Kod ostalih tvrdnji manja je razlika između očekivanja radnika i studenata. Obje skupine imaju visoka očekivanja od cijene porcije, veličine porcije kao i od čistoće u restoranu.

S obzirom na **kategorije** kvalitete uočeno je da zaposlenici i studenti imaju slična očekivanja po pojedinim kategorijama. Zaposlenici za sve kategorije imaju visoka očekivanja. Najniže su ocijenili kategoriju „Organizacija rada“ (4,5) iz čega je vidljivo da se i najmanje ocjenjena kategorija nalazi na granici visokih očekivanja. Najvišu prosječnu ocjenu dali su za kategorije „Čistoća u restoranu“ i „Cijena porcije“. Također, i studenti najveća očekivanja imaju od kategorija „Čistoća u restoranu“ i „Cijena porcije“, a najmanja od kategorije „Organizacija rada“.

Najmanji Servqual jaz (0,07) vidljiv je u kategoriji kvalitete „Organizacija rada“ te je test signifikantnosti $p = 0,889$ iz čega se može zaključiti da ne postoji statistički značajna razlika u stavovima zaposlenika i studenata vezano za očekivanu kvalitetu u organizaciji rada.

Manja razlika u stavovima zaposlenika i studenata vidljiva je i u kategoriji „Čistoća u restoranu“ (Servqual jaz: 0,16). Iako se studenti (4,64) i zaposlenici (4,8) gotovo pa potpuno slažu s tvrdnjama u ovoj kategoriji, test signifikantnosti je pokazao da postoji statistički

značajna razlika u očekivanoj kvaliteti između zaposlenka i studenata (p = 0,003), i to u korist zaposlenika.

Također, u ostale četiri kategorije Servqual jaz manji je od 0,5. U kategoriji „Veličina porcije“ ne postoji statistički značajna razlika u očekivanjima studenata i zaposlenika (p = 0,106), te se i studenti i zaposlenci gotovo pa potpuno slažu s očekivanom kvalitetom u toj kategoriji.

U ostale tri kategrije postoji statistički značajna razlika. Što se tiče kategorije „Osoblje u restoranu“ studenti se slažu (4,44), dok se zaposlenici potpuno slažu (4,76) s očekivanjima koja trebaju biti ostvarena. Servqual jaz iznosi 0,31, a p = 000, iz čega se može zaključiti da postoji statistički značajna razlika između njih.

Iako se studenti i zaposlenici gotovo u potpunosti slažu s tim da cijena porcije treba biti prihvatljiva utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika (p = 0,001) u očekivanjima studenata i zaposlenika, i to u korist zaposlenika.

Također, test signifikantnosti pokazuje da je u kategoriji „Kvaliteta i raznolikost hrane“ razlika statistički značajna (p = 0,000), pa usprkos tome što se zaposlenici gotovo pa potpuno slažu s tvrdnjama vezanim za kvalitetu i raznolikost hrane, a slaganje studenata je između slažem se i potpuno se slažem, može se zaključiti da se očekivanja u ovoj kategoriji razlikuju.

Kako bi se prihvatila ili odbacila H3: „Ne postoje značajna odstupanja o očekivanoj kvaliteti rada studentskog restorana između zaposlenika i studenata“ korišten je test signifikantnosti čiji su rezultati prikazani u zadnjem stupcu u tablici 11. H3 se ne može u potpunosti odbaciti jer samo u četiri od šest kategorija, izračunato pomoću testa signifikantnosti, postoji statistički utvrđena razlika. Statistički značajna razlika postoji u kategorijama: „Osoblje u restoranu“, „Čistoća u restoranu“, „Kvaliteta i raznolikost hrane“ te „Cijena porcije“. Međutim, usporedbom svih prosječnih ocjena očekivanog zadovoljstva studenata i zaposlenika, izračunat je test signifikantnpsti (p = 0,000) iz čega se može zključiti da postoji statistički značajna razlika između očekivanja studenata i zaposlenika o kvaliteti rada restorana Kampus, pa se H3 odbacuje.

3.6.4. Stavovi zaposlenika i studenata s obzirom na stvarno zadovoljstvo koje je povezano s kvalitetom rada restorana Kampus

Kako bi se utvrdilo postoji li razlika u ostvarenoj kvaliteti rada restorana Kampus između zaposlenika i studenata najprije su uspoređene njihove prosječne ocjene vezane za ostvarenu kvalitetu rada restorana Kampus (tablica 12).

Tablica 12. Ostvarena kvaliteta rada restorana Kampus kod zaposlenika i studenata

	TVRDNJE	SREDNJE VRIJEDNOSTI		SERVQU-AL JAZ	Test signifikantnosti
		ZAPOSLENICI	STUDENTI		
OSOBLJE U RESTORANU	T1	4,7	4,4	0,3	
	T2	4,7	4	0,7	
	T3	4,8	3,9	0,9	
	T4	4,6	3,5	1,1	
	T5	4,7	4,4	0,3	
	T6	4,7	4,3	0,4	
	T7	4,9	4,7	0,2	
		4,9	4,17	0,73	**0,009518821**
ČISTOĆA U RESTORANU	T8	4,7	4,1	0,6	
	T9	4,7	3,6	1,1	
	T10	4,5	3,7	0,8	
	T11	4,8	3,5	1,3	
	T12	4,7	3,9	0,8	
	T13	4,8	3,8	1	
	T14	4,8	3,8	1	
	T15	4,9	4	0,9	
		4,74	3,8	0,94	**0,000000143**
KVALITETA I RAZNOLIKOST HRANE	T16	4,3	3,3	1	
	T17	4,5	3,7	0,8	
	T18	4,6	3,5	1,1	
	T19	4,4	3,4	1	
	T20	4,1	3	1,1	
	T21	4,6	3,2	1,4	
	T22	4,7	3,2	1,5	
	T23	4,6	3,3	1,3	
	T24	4,7	3,6	1,1	
		4,5	3,36	1,14	**0,000000004**
VELIČINA PORCIJE	T25	4,4	3,9	0,5	
	T26	4,4	3,6	0,8	
		4,4	3,75	0,65	**0,144384631**
CIJENA PORCIJE	T27	4,3	4	0,3	
	T28	4,4	4	0,4	
	T29	4,6	4	0,6	**0,001744473**

	T30	4,6	4,1	0,5	
	T31	4,7	4,1	0,6	
		4,52	4,04	0,48	
ORGANIZACIJA RADA	T32	3,8	3,6	0,2	
	T33	3,6	2,8	0,8	
	T34	3,7	3,6	0,1	
		3,7	3,33	0,37	**0,301406288**

Izvor: Vlastitio istraživanje

U tablici 12 vidljivo je da su zaposlenici svim **tvrdnjama** dali veće prosječne ocjene, nego studenti, što znači da je njihovo stvarno zadovoljstvo radom restorana Kampus veće nego zadovoljstvo studenata.

Nadalje, vidi se da se zaposlenici gotovo potpuno slažu s 22 tvrdnje (prosječna ocjena 4,6 i više), s 9 tvrdnji se slažu (prosječna ocjena između 4 i 4,5), a samo s 3 tvrdnje gotovo slažu (prosječna ocjena veća od 3,6 do 4), dok se studenti s 11 tvrdnji slažu, s 12 gotovo pa slažu, a s 9 se niti slažu niti ne slažu.

Jedina tvrdnja s kojom se gotovo u potpunosti slažu i zaposlenici i studenti je tvrdnja T7 „Radnici na blagajni vraćaju točan iznos novca“. Zaposlenici su tvrdnji dali prosječnu ocjenu 4,9, a studenti 4,7.

U tablici 12 vidljivo je da samo osam tvrdnji ima Servqual jaz manji od 0,50.
To su:

- T1: Radnici u restoranu su ljubazni i uslužni.
- T5: Odjeća djelatnika je čista i uredna.
- T6: Radnici na traci su spretni.
- T7: Radnici na blagajni vraćaju točan iznos novca.
- T27: Omjer hrane i cijene je zadovoljavajući.
- T28: Cijena deserta/slastica je prihvatljiva.
- T32: Zaposlen je adekvatan broj radnika na traci
- T34: Zaposlen je adekvatan broj radnika u kuhinji.

Nadalje, najniže prosječne ocjene dobila je tvrdnja T33 kojoj su studenti dali ocjenu 2,8, a zaposlenici 3,6. Iz toga se može zaključiti da bi trebalo razmisliti o „dežurstvu“ restorana kako bi studenti koji imaju obveze do 21.00 sat imali osiguran obrok.

Najveća razlika ostvarenog zadovljstva između zaposlenika i studenta je u tvrdnjama: T4, T9, T11, T 18, T20, T21, T22, T23, T24.

Analizom ostvarenog zadovoljstva kvalitetom rada restorana Kampus prema **kategorijama**, vidljivo je da kategorija „Kvaliteta i raznolikost hrane“ ima najveći prosječni Servqual jaz (1,14) iz čega se može zaključiti da zaposlenici smatraju da je kvaliteta i raznolikost hrane na puno višoj razini, nego što se s tim slažu studenti. Zaposlenici se nalaze na granici slaganja i potpunog slaganja s ovom kategorijom dok se studenti niti slažu niti ne slažu. Iz toga proizlazi da je u ovoj kategoriji postoji statistički značajna razlika (p = 000) između studenata i zaposlenika u ostvarenom zadovoljstvu.

Studenti su znatno manje zadovoljni čistoćom restorana (3,8), nego zaposlenici (4,7). Servqual jaz je 0,94, a test signifikantnosti p = 000 iz čega se može zaključiti da postoji statističli značajna razlika.

Također, studenti se slažu s ostvarenim zadovoljstvom u kategorijom „Osoblje u restoranu“ dok se zaposlenici u potpunosti slažu. Test signitikantnosti je pokazao da je razlika statistički značajna (p = 0,010) te se može zaključiti da su zaposlenici zadovoljniji od studenata kada je u pitanju osoblje restorana.

U kategoriji „Veličina porcije“ prosječna ocjena ostvarenog zadovoljstva kod studenata 3,75 dok je prosječna ocjena ostvarenog zadovoljstva kod zaposlenika 4,4 (Servqual jaz: 0,65). U ovoj kategoriji ne postoji statistički značajna razlika (p = 0,144) usprkos tome što se studenti gotovo pa slažu s tvrdnjama vezanim za kvalitetu rada restorana, a radnici slažu.

Zaposlenici su kategoriju „Cijena porcije“ ocijenili s prosječnom ocjenom 4,52 iz čega se može vidjeti da su na granici između slaganja i potpunog slaganja s ovom kategorijom dok su studenti kategoriju ocijenili s 4,04 (slažu se). Testom signifikantnosti utvrdilo se da je razlika u ovoj kategoriji statistički značajna (p = 0,002), odnosno da su cijenom porcije zadovoljniji zaposlenici nego studenti.

Također, vidljivo je da je najmanja razlika u ostvarenom zadovoljstvu u kategoriji „Organizacija rada“ u kojoj je Servqual jaz 0,37. Studenti su ovu kategoriju ocijenili

prosječnom ocjenom 3,33 (niti se slažu niti ne slažu), a zaposlenici s 3,7 (gotovo se slažu). U ovoj kategoriji razlika nije statistički značajna (p = 0,301).

Kako bi se prihvatila ili odbacila H4: „Postoje značajna odstupanja u percepciji o ostvarenoj kvaliteti rada između zaposlenika restorana i studenata“ korišten je test signifikantnosti čiji su rezultati prikazani u zadnjem stupcu u tablici 12. Vidljivo je da u dvije kategorije („Veličina porcije“ i „Organizacija rada“) ne postoji statistički značajna razlika, a u ostale četiri postoji. Stoga bi se moglo reći da se ne može prihvatiti H4.

Međutim, kada se testiranje hipoteza provede temeljem svih prosječnih ocjena ostvarenog zadovoljstva studenata i zaposlenika, test signifikantnosti (p = 0,000) pokazuje da postoji statistički značajna razlika u ostvarenoj kvaliteti rada restorana Kampus između studenata i zaposlenika, pa se H4 prihvaća.

4. ZAKLJUČAK

Kvaliteta ima veoma bitno mjesto u čovjekovoj svakodnevnici. Bez kvalitete se ne može zamisliti daljnji razvitak društva. Svaki potrošač želi da njegova očekivanja i zahtjevi vezani za uslugu ili proizvod budu ispunjeni. Čovjek je u središtu određivanja kvalitete. Razinu kvalitete određuje svojim zadovoljstvom ili nezadovoljstvom određenim proizvodom ili uslugom. Upravo, kako bi poduzeće svojim korisnicima na kvalitetan način pružilo zahtijevanu uslugu ili proizvod pojavljuju se pojmovi kontola kvalitete, osiguranje kvalitete te upravljanje kvalitetom.

Kako bi se odredila kvaliteta neke usluge ispituju se stavovi korisnika te usluge, upravo zbog toga što su pokazatelji kvalitete usluge opisni i teško ih je svesti na mjerljivu veličinu.

Kroz rad su obrađene metode koje se koriste za mjerenje zadovoljstva korisnika usluga, a rad se temelji na jednoj od tih metoda. Radi se o modificiranom Servqual upitniku pomoću kojeg se utvrđivalo postoji li razlika u stavovima ispitanika o kvaliteti rada studentskog restorana Kampus u Splitu.

Istraživanje je obuhvatilo dvije skupine ispitanika, studente i zaposlenike studentskog restorana Kampus. Najveći broj studenta ima između 22 i 25 godina te se nalazi na petoj godini studija.

Kroz analizu podataka zaključilo se da zaposlenici imaju veća očekivanja kao i veće stvarno zadovoljstvo radom restorana Kampus, nego što to imaju studenti. Studenti nisu u potpunosti zadovoljni uslugom koja im je pružena. Očekuju da restoran bude uredniji, hrana kvalitetnija, organizacija rada bolja, veličina porcije veća te manja cijena porcije.

SAŽETAK

U teorijskom dijelu ovog rada opisani su pojmovi: kvaliteta, osiguranje kvalitete, modeli upravljanja kvalitetom te metode mjerenja zadovoljstva korisnika usluga.

Empirijskim istraživanjem prikupljeni su podaci o stavovima zaposlenika i studenata o kvaliteti rada restorana Kampus. Prikazana su očekivanja i stvarno zadovoljstvo studenata i zaposlenika kvalitetom rada restorana Kampus kroz njihov stav o cijeni hrane, veličini porcije, raznolikosti ponude, čistoći objekta, organizaciji rada kao i kroz stav o osoblju restorana. U radu nije korišten uobičajeni Servqual upitnik, nego modificirana verzija. U istraživanju je sudjelovao 101 student te 18 zaposlenika restorana Kampus. Analizom podataka utvrđeno je da postoji razlika u stavovima o očekivanoj i ostvarenoj kvaliteti rada restorana Kampus između studenata i zaposlenika. Zaposlenici imaju veća očekivanja i veće stvarno zadovoljstvo radom restorana Kampus.

Ključne riječi: kvaliteta, studenti, zaposlenici, stavovi

SUMMARY

Theoretical part of this research paper describes following terms: quality, quality assurance, management models of quality and methods of measuring service users satisfaction.

Data were collected by empirical research, on employees and students opinion about Kampus restaurant quality of work. Students and employees expectations and satisfaction about quality of work are shown through their opinion on food price, size of portion, diversity of supply, cleanliness of the object, work organisation and trough opinion on restaurant employees.

Modified version of Servqual questionnaire is used in this paper instead of the regular. 101 student and 18 employees were part of this research. The data analysis process confirms that a difference between expected and accomplished quality of work in Kampus restaurant among students and restaurant employees exists. Employees have bigger expectations and satisfaction of restaurant Kampus quality work.

Key words: quality, students, employees, opinion

LITERATURA

KNJIGE :

1. Lazibat, T. (2009.): Upravljanje kvallitetom, Znanstvena knjiga, Zagreb

2. Skoko, H. (2000.):Upravljanje kvalitetom, Sinergija, Zagreb

3. Šiško Kuliš, M., Grubišić, D. (2010.): Upravljanje kvalitetom, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split

4. Vranešević, T. (2000): Upravljanje zadovoljstvom klijenata, Golden marketing, Zagreb

INTERNET IZVORI

1. http://kvaliteta.inet.hr/e-quality/prethodni/20/Trbusic_T_rad1.pdf
2. https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta
3. https://issuu.com/kvaliteta.net/docs/bajto_m_rad
4. file:///C:/Users/josip/Downloads/safakli.pdf
5. https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/upravljanje-kvalitetom/918-kano-model
6. file:///C:/Users/josip/Downloads/PM_br1_cl9.pdf
7. https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:639/preview
8. http://www.quality.unze.ba/zbornici/QUALITY%202003/012-R-001.pdf
9. https://www.scst.unist.hr/images/documents/9/STATUT%20-%202019.pdf
10. https://www.scst.unist.hr/o-nama/opci-podatci
11. https://www.scst.unist.hr/o-nama/dokumenti
12. https://www.scst.unist.hr/student-servis/o-studentskom-servisu
13. https://www.unist.hr/sveuciliste/o-sveucilistu/sveuciliste-danas
14. https://www.scst.unist.hr/prehrana/o-studentskoj-prehrani
15. https://www.scst.unist.hr/prehrana/restorani/220-restoran-kampus

POPIS SLIKA

Slika 1. Dijagram Kano modela.....13
Slika 2. Izgled restorana Kampus u Splitu.....19

POPIS TABLICA

Tablica 1. Ispitanici po spolu.....21
Tablica 2. Studenti prema dobi.....21
Tablica 3. Fakultet kojeg studenti pohađaju.....22
Tablica 4. Mjesto boravka studenta.....23
Tablica 5. Godina studija na kojoj se student nalazi.....23
Tablica 6. Broj posjeta studentskom restoranu od strane studenata.....24
Tablica 7. Smještaj u kojem studenti žive.....24
Tablica 8. Zaposlenici restorana Kampus prema radnom mjestu.....24
Tablica 9. Očekivano i ostvareno zadovoljstvo zaposlenika kvalitetom rada restorana Kampus.....25
Tablica 10. Očekivano i ostvareno zadovoljstvo studenata kvalitetom rada restorana Kampus.....30
Tablica 11. Očekivana kvaliteta rada restorana Kampus kod zaposlenika i studenata.....35
Tablica 12. Ostvarena kvalitete rada restorana Kampus kod zaposlenika i studenata.....39

PRILOZI

PRILOG 1: Anketa o stavovima studenata i zaposlenika o kvaliteti rada studentskog restorana Kampus

Glavni cilj ankete je prikazati zadovoljstvo studenata i zaposlenika radom restorana Kampus kroz njihov stav o cijeni hrane, veličini porcija, raznolikosti ponude, čistoći objekta, organizaciji rada kao i kroz stav o radnom osoblju.

Anketa je anonimna te se koristi isključivo za izradu završnog rada. Namjenjena je studentima i zaposlenicima studentskog restorana Kampus. Pomoću ankete se želi utvrditi postoji li razlika između očekivanog i stvarnog zadovoljstva pruženom uslugom kod studenata i zaposlenika, kao i između njih.

Prvi dio upitnika sastoji se od općih pitanja, a drugi dio od tvrdnji pomoću kojih ispitanici prvo ocjenjuju svoja očekivanja o tome kakva bi usluga trebala biti u studentskom restoranu Kampus, a zatim ocjenjuju vlastiti doživljaj primljene restoranske usluge.

Molim Vas zaokružite jedan odgovor na svako pitanje:

Opća pitanja:

1. SPOL

a) Muško

b) Žensko

2. DOB

a) 18-21

b) 22-25

c) 26-29

d) 30 i više

3. NAZIV FAKULTETA KOJI STUDENT POHAĐA

a) Ekonomski fakultet

b) Prirodoslovno-matematički fakultet

c) Medicinski fakultet

d) Pomorski fakultet

e) Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje

f) Fakultet građevinarsva, arhitekture i geodezije

g) Pravni fakultet

h) Kemijsko-tehnički fakultet

i) Ostalo:_____

4. MJESTO BORAVKA STUDENTA

a) Split

b) Ostala mjesta

5. GODINA STUDIJA

a) Prva

b) Druga

c) Treća

d) Četvrta

e) Peta

6. BROJ POSJETA STUDENTSKOM RESTORANU

a) Stalno, svaki dan

b) Više puta tjedno:_____

c) Jednom do dva puta tjedno

d) Nikada

7. STUDENT ŽIVI U

a) Studentskom domu

b) Đačkom domu

c) Stanu / kući

d) Ostalo:_____

8. POLOŽAJ ZAPOSLENIKA U STUDENTSKOM RESTORANU

a) Šef/ica restorana

b) Šef/ica kuhinje

c) Radnik na blagajni

d) Konobar/ ica

e) Zaposlenik/ca na traci

f) Kuhar/ica

g) Pomoćni kuhar

h) Pomoćni radnik u kuhinji

i) Ostalo: _____

U ovom dijelu ankete ocjenjuju se vlastita očekivanja koja ispitanici imaju o kvaliteti rada studentskog restorana. Svoje mišljenje iskazujete na način da svakoj dolje navedenoj tvrdnji dodjelite ocjenu od 1 do 5, gdje 1 označava potpuno se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem niti ne slažem, 4 – slažem se te 5 – potpuno se slažem. Molimo Vas da razmislite o svakoj tvrdnji posebno te da Vaš odgovor zabilježite znakom x.

		Radnici restorana					Studenti				
Osoblje u restoranu		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T1	Radnici restorana trebaju biti ljubazni i uslužni.										
T2	Radnici na blagajni trebaju biti brzi.										
T3	Radnici trebaju biti otvoreni za sve upite o hrani.										
T4	Radnici trebaju objaviti točan jelovnik za svaki dan.										
T5	Odjeća djelatnika treba biti čista i uredna.										
T6	Radnici na traci trebaju biti spretni.										
T7	Radnici na blagajni trebaju vraćati točan iznos novca.										
Čistoća u restoranu		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T8	Tanjuri trebaju biti čisti.										
T9	U hrani studneti ne bi smjeli pronalaziti strana tijela (staklo, dlaka...).										
T10	Higijena prostora treba biti na visokom nivou.										
T11	Prostor objekta treba biti prozračan.										
T12	Stolovi i stolice trebaju biti uredno postavljeni.										
T13	Površine za posluživanje hrane trebaju biti čiste.										
T14	Poslužavnik na kojem se poslužuje hrana treba biti čist.										
T15	Pribor za jelo treba biti čist.										
Kvaliteta i raznolikost hrane		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T16	Izbor jela treba zadovoljiti različite potrebe korisnika (vegetarijanska, bezglutenska, tradicionalna hrana, i slično).										
T17	Inovacije u ponudi trebaju biti dobrodošle.										
T18	Jela trebaju biti topla i napravljena po pravilima struke.										
T19	Hrana koja se nalazi u ponudi treba biti dostupna.										
T20	Ponuda treba sadržavati jela pripremljena bez zasićenih masti, s više povrća, integralne tjestenine i riže, integralnog kruha, i slično.										
T21	Izbor priloga treba biti raznolik.										
T22	Ponuda voća i povrća treba biti raznolika.										
T23	Ponuda pića treba biti raznolika.										
T24	Ponuda obroka (doručak, ručak i večera) treba biti raznolika.										
Veličina porcije		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T25	Porcije trebaju biti dostatne.										
T26	Veličina porcije treba biti standardizirana (svaki put se dobije ista količina jela)										
Cijena porcije		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T27	Omjer hrane i cijene treba biti zadovoljavajući.										
T28	Cijena deserta/slastica treba biti prihvatljiva.										
T29	Cijena pića treba biti prihvatljiva.										
T30	Cijena glavnog jela (ručak, večera) treba biti prihvatljiva.										
T31	Cijena doručka treba biti prihvatljiva.										
Organizacija rada		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T32	Treba biti zaposlen adekvatan broj radnika na traci (ne stvara se gužva)										
T33	Studentima koji imaju obveze do 21.00 sat treba osigurati obrok.										
T34	Treba biti zaposlen adekvatan broj radnika u kuhinji.										

U ovom dijelu ankete ocjenjuju se vlastiti doživljaji koje ispitanici imaju o kvaliteti rada studentskog restorana. Svoje mišljenje iskazujete na način da svakoj dolje navedenoj tvrdnji dodjelite ocjenu od 1 do 5, gdje 1 označava potpuno se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem niti ne slažem, 4 – slažem se te 5 – potpuno se slažem. Molimo Vas da razmislite o svakoj tvrdnji posebno te da Vaš odgovor zabilježite znakom x.

		Radnici restorana					Studenti				
Osoblje u restoranu		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T1	Radnici restorana su ljubazni i uslužni.										
T2	Radnici na blagajni su brzi.										
T3	Radnici su otvoreni za sve upite o hrani.										
T4	Radnici objavljuju točan jelovnik za svaki dan.										
T5	Odjeća djelatnika je čista i uredna.										
T6	Radnici na traci su spretni.										
T7	Radnici na blagajni vraćaju točan iznos novca.										
Čistoća u restoranu		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T8	Tanjuri su čisti.										
T9	U hrani studneti ne pronalaze strana tijela (staklo, dlaka...).										
T10	Higijena prostora je na visokom nivou.										
T11	Prostor objekta je prozračan.										
T12	Stolovi i stolice su uredno postavljeni.										
T13	Površine za posluživanje hrane su čiste.										
T14	Poslužavnik na kojem se poslužuje hrana je čist.										
T15	Pribor za jelo je čist.										
Kvaliteta i raznolikost hrane		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T16	Izbor jela zadovoljava različite potrebe korisnika (vegetarijanska, bezglutenska, tradicionalna hrana, i slično).										
T17	Inovacije u ponudi su dobrodošle.										
T18	Jela su topla i napravljena po pravilima struke.										
T19	Hrana koja se nalazi u ponudi je dostupna.										
T20	Ponuda sadrži jela pripremljena bez zasićenih masti, s više povrća, integralne tjestenine i riže, integralnog kruha, i slično.										
T21	Izbor priloga je raznolik.										
T22	Ponuda voća i povrća je raznolika.										
T23	Ponuda pića je raznolika.										
T24	Ponuda obroka (doručak, ručak i večera) je raznolika.										
Veličina porcije		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T25	Porcije su dostatne.										
T26	Veličina porcije je standardizirana (svaki put se dobije ista količina jela)										
Cijena porcije		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T27	Omjer hrane i cijene je zadovoljavajući.										
T28	Cijena deserta/slastica je prihvatljiva.										
T29	Cijena pića je prihvatljiva.										
T30	Cijena glavnog jela (ručak, večera) je prihvatljiva.										
T31	Cijena doručka je prihvatljiva.										
Organizacija rada		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
T32	Zaposlen je adekvatan broj radnika na traci (ne stvara se gužva)										
T33	Studentima koji imaju obveze do 21.00 sat imaju osiguran obrok.										
T34	Zaposlen je adekvatan broj radnika u kuhinji.										