

# Áhrif samkeppni á væntingar og skynjun

Þórhallur Örn Guðlaugsson

## SAMANTEKT

Í rannsókninni er unnið út frá rannsóknarspurningunni „*Hvaða áhrif hefur samkeppni á væntingar til þjónustuatríða og skynjun á veittri þjónustu?*“ Unnið er með gögn úr þjónustumælingum Háskóla Íslands árin 2005 til 2010, alls 5.536 mælingar. Við greiningu er svaendum skipt í tvo hópa, samkeppnisdeildir og aðrir. Varðandi skilgreiningu á samkeppnisdeildum er byggt á stefnumótunarvinnu Háskóla Íslands 2005-2011 en þar kemur fram að Lagadeild, Viðskipta- og hagfræðideild og Verkfræðideild séu þær deildir sem eru í hvað mestri beinni samkeppni.

Niðurstöður benda til þess að ekki sé verulegur munur á væntingum eftir því hvort nemandi stundar nám í svo kölluðum samkeppnisdeildum eða ekki. Þó telja nemendur samkeppnisdeilda félagslífið mikilvægara en nemendur í öðrum deildum. Nemendur í öðrum deildum en samkeppnisdeildum leggja hins vegar meiri áherslu á að fá tækifæri til að stunda rannsóknir, að framkoma starfsfólks beri vott um fagmennsku, að gögn um þjónustu deildarinnar séu aðlaðandi í útliti, að þjónustan sé skilvirk, að starfsfólk sýni kurteisi, að nemendur fái persónulega þjónustu og að starfsfólk sé vingjarnlegt í viðmóti. Nemendur annarra deilda gera því mun oftast meiri kröfur en nemendur samkeppnisdeilda. Þetta er öfugt við fyrri niðurstöður þar sem fram kemur að samkeppni hafi gjarnan þau áhrif að kröfur aukast.

Hvað skynjun á veittri þjónustu varðar kemur fram að nemendur samkeppnisdeilda eru ánægðari með félagslífið og hve aðlaðandi gögn um þjónustu deildarinnar eru. Nemendur annarra deilda eru hinsvegar ánægðari með tækifæri til að koma að rannsóknum, eru ánægðari með húsnæðið og eru ánægðari með þá persónuleg þjónustu sem kennarar veita.

Útreikningur á svo kölluðum gaps-gildum sýnir að summa þeirra fyrir samkeppnisdeildirnar er -10,18 en -10,19 fyrir aðrar deildir. Munurinn liggur því ekki í því að annar hópurinn sé óánægðari en hinn heldur miklu frekar í því að áherslur séu mismunandi milli deilda. Þessi niðurstaða bendir til þess að aukin samkeppni hafi ekki þau áhrif að draga úr umburðarlyndi eins og gjarnan er gengið út frá í fyrri rannsóknum. Hér þarf þó að hafa þann fyrirvara á að vera kann að endurskoða þurfi skilgreiningu samkeppnisdeilda frá því sem hér er gert en það má t.d. gera með klasagreiningu.

## INNGANGUR

Í rannsókninni er unnið út frá rannsóknarspurningunni „*Hvaða áhrif hefur samkeppni á væntingar til þjónustuatríða og skynjun á veittri þjónustu?*“ Greininni er skipt upp í þrjá efniskafla. Í fyrsta kaflanum er fjallað um samkeppni og dregið fram að þegar um opinbera þjónustu er að ræða þarf að skilgreina samkeppni vítt. Fram kemur að hægt er að skilgreina þjónustu út frá atvinnugrein, sem er t.t.l. þröng skilgreining, eða út frá þörf, sem er t.t.l. víð skilgreining. Einnig er hægt að skilgreina samkeppni út frá tíma eða peningum til ráðstöfunnar.

Í kafla tvö er fjallað um mat á gæðum þjónustu. Kynntar eru mismunandi nálganir við að leggja mat á gæði þjónustu og hvernig þessar aðferðir hafa verið aðlagðar að því að meta gæði þjónustu í

háskólum. Sérstaklega er fjallað um mælitæki sem leggja áherslu á að meta samtímis væntingar/mikilvægi og skynjun og geta þannig betur forgangsraðað úrbótaatriðum.

Loks er gerð grein fyrir niðurstöðum. Þar er fyrst gerð grein fyrir undirbúningi og framkvæmd en fram kemur að um er að ræða gögn úr þjónustumælingum við Háskóla Íslands árin 2005 til 2010, alls 5.536 mælingar. Þá er gerð grein fyrir með hvaða hætti unnið er með gögnin en úrvinnslan byggist á því að skipta nemendahópnum upp í tvo hópa og skoða og meta niðurstöður út frá þeirri skiptingu. Því næst er umfjöllun um niðurstöður og þær bornar saman milli hópa. Að síðustu er fjallað um þær takmarkanir sem rannsóknir býr við.

## SAMKEPPNI

Samkeppni er lykilhugtak í viðskiptafræði. Það hugtak er hins vegar ekki einfalt og ekki eru allir sammála um við hvað er átt þegar talað er um samkeppni. Hefðbundið er að skilgreina samkeppni út frá atvinnugreininni sem fyrirtækið starfar í (e. industry point of view) en þá eru þau fyrirtæki í samkeppni sem bjóða upp á sams konar vörur eða þjónustu (Kotler, Armstrong, Saunders og Wong, 2001). Hér er um hefðbundna rekstrarhagfræðilega skilgreiningu á mörkuðum að ræða en þar er markaður í aðalatriðum greindur eftir fjölda fyrirtækja á markaði (Ágúst Einarsson, 2005). Samkeppnisaðilar Háskóla Íslands eru samkvæmt þessari skilgreiningu aðrir skólar sem bjóða upp á sams konar menntun, í heild eða að hluta. Innanlands eru t.d. Háskólinn í Reykjavík, Háskólinn á Akureyri, Kennaraháskóli Íslands (nú Menntavísindasvið Háskóla Íslands) og Viðskiptaháskólinn á Bifröst (nú Háskólinn á Bifröst virkir samkeppnisaðilar Háskóla Íslands þar sem í þessum skólum er að finna nám sem einnig er boðið upp á í Háskóla Íslands. Væntanlegir nemendur geta því valið milli tveggja skóla og í sumum tilvikum milli þriggja. Því fjölbreyttara sem valið er því meiri er samkeppnin. Til viðbótar geta nemendur stundað nám annars staðar en hér á landi.

Þessi, í raun þrönga, skilgreining á samkeppni og mörkuðum hefur verið gagnrýnd (Levitt, 1960). Hættan sé sú að með slíkri skilgreiningu hætti fyrirtækjum til að skilgreina sig of þröngt og þau horfi fram hjá hugsanlegum tækifærum eða ógnunum sem eru á öðrum mörkuðum. Til að koma til móts við þessa gagnrýni má horfa á samkeppni út frá markaðinum eða þörfinni sem verið er að fullnægja (e. market point of view). Þá er gengið út frá því að fyrirtæki sem fullnægja sams konar þörfum séu í samkeppni (Andreasen og Kotler, 2003). Þessi skilgreining opnar fyrir þann möguleika að greinar sem við fyrstu sýn virðast alls ekki eiga í samkeppni eiga í raun í mikilli samkeppni (Cravens og Piercy, 2003). Út frá þessari skilgreiningu á samkeppni eru samkeppnisaðilar Háskóla Íslands allir þeir sem fullnægja sömu eða sams konar þörfum og Háskóli Íslands gerir. Kannanir sýna að væntingar nemenda eru ekki allar þær sömu (Þórhallur Guðlaugsson og Valdimar Sigurðsson, 2005). Sumir leggja mikla áherslu á að fá tækifæri til að vinna að rannsóknum, aðrir leggja meiri áherslu á að vinna raunverkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir og enn aðrir sýna háskólanámi áhuga til að efla persónulegan þroska.

Samkeppni er einnig oft skilgreind út frá þeim peningum sem viðkomandi hefur til umráða. Þá er talað um að barist sé um sömu peningana (Kotler og Keller, 2006) og horft til þess fjármagns sem t.d. fjölskylda hefur til ráðstöfunar. Venjuleg fjölskylda þarf að velja á milli þess að endurnýja bílinn, setja nýtt efni á gólfinn eða að fara í frí til útlanda. Þannig gætu fyrirtæki, sem samkvæmt hinni hefðbundnu skilgreiningu á samkeppni tilheyra hvert sínum markaði, átt í mikilli samkeppni þar sem þau berjast um sömu peningana. Einnig hafa komið fram sjónarmið sem skilgreina samkeppnina út frá tíma (Chang, 2006). Er þá gengið út frá því að verið sé að keppa um þann tíma sem fólk hefur til ráðstöfunar. Tími sem notaður er í eina athöfn verður ekki notaður í aðra. Þetta á einkum við í

þjónustu og gerir það að verkum að gerólíkar þjónustugreinar geta átt í samkeppni. Þannig gæti leikhús átt í samkeppni við háskóladeild þar sem nemandinn gæti ákveðið að nota tímann til að undirbúa sig fyrir fyrirlestur morgundagsins í stað þess að fara í leikhús.

Á undanförunum misserum hefur nokkuð verið rætt um samkeppni milli háskóla. Það er þá gjarnan gert með jákvæðum formerkjum, þ.e. að með tilkomu samkeppninnar batni starf skólanna á þann hátt að samkeppnin virki sem hvati til að standa sig betur en áður. Eins og að framan greinir hefur samkeppni á sér margar hliðar. Þegar rætt er um samkeppni á skólamarkaði þarf að vera ljóst við hvað er átt. Snýst samkeppni fyrst og fremst um að laða að sér sem flesta nemendur og fá greitt fyrir sem flestar „þreyttar“ einingar eða snýst hún um að laða að sér hæfa kennara eða að ná athygli stjórnvalda? (sjá nánar í Þórhallur Guðlaugsson, 2006).

## MAT Á GÆÐUM ÞJÓNUSTU

Háskólar hafa síðastliðin 20 ár aukið áherslu sína á þjónustugæði (Voon, 2006) og gjarnan notað aðferðir sem byggja á SERVQUAL (sjá Lampley, 2001; Oldfield og Baron, 2000; Smith, Smith og Clarke, 2007) og oftast en ekki beint rannsóknunum að afmarkaðri starfsemi háskólanna (sjá Hughey, Chawla og Khan, 2003; Nejati og Nejati, 2008; Qin og Prybutok, 2008). Í slíkum rannsóknum hefur markmiðið verið að meta gæði tiltekinna eininga með aðferðum sem þróast hafa í einkageiranum. Margir hafa þó bent á að SERVQUAL henti illa við mat á skólastarfi þar sem spurningalistinn taki ekki nægilegt tillit til sérstöðu þeirrar starfsemi sem þar er stunduð (Abdullah, 2006; Angell, Heffernan og Megicks, 2008; Yu, Hong, Gu og Wang, 2007) en einnig séu almennir annmarkar á mælitækinu sem tengjast viðamikilli fyrirlögn og að sjaldan fáist stuðningur við þær fimm víddir sem SERVQUAL gengur út frá (Abdullah, 2006). Því geti verið heppilegra að notast við mælitæki sem séu einfaldari í fyrirlögn og einblína fyrst og fremst á skynjun á veittum gæðum og tengsl við heildaránægu og tryggt. Dæmi um þannig mælitæki er SERVPERF (Cronin og Taylor, 1994) og Evaluated performance, EP (Teas, 1994).

Abdullah (2006) bar saman þrjár aðferðir við að leggja mat á þjónustugæði í háskólum en það voru aðferðirnar Higher Education PERformance (HEdPERF), SERVPERF og svo aðlagð mælitæki sett saman úr þessum tveimur er gengur undir nafninu HEdPERF-SERVPERF. Markmið rannsóknarinnar var að kanna hvaða aðferð hentaði best við að mæla þjónustugæði í háskólum út frá áreiðanleika, réttmæti og útskýrðum breytileika. Höfundur velur að nota ekki SERVQUAL þar sem margar rannsóknir styðji ekki við þá fimm þætti (áreiðanleiki, áþreifanleiki, hluttekning, svörun og trygging) sem mælitækið gengur út frá (Abdullah, 2005) en styðst þess í stað við SERVPERF, en það mælitæki er í raun skynjunarhluti SERVQUAL, og HEdPERF ættað úr smiðju Abdullah (2005). HEdPERF er um margt svipað og SERVPERF en er sérstaklega sniðið að umhverfið háskóla. Niðurstaðan varð sú að samsettur kvarði (HEdPERF-SERVPERF) væri það mælitæki sem kæmi best út þegar leggja ætti mat á gæði þjónustu í háskólum. Mælitækið fékk nafnið Aðlagð HEdPERF (e. Modified HEdPERF) og samanstendur af 38 spurningum úr báðum mælitækjunum (sjá nánar Abdullah, 2006).

Angell o.fl. (2008) notuðu IPA (Importance-Performance) mælitækið í rannsókn sinni. Markmið rannsóknarinnar var þrjúþætt; í fyrsta lagi að skilgreina þá þætti sem skipta máli í þjónustu háskóla, í öðru lagi að kanna hversu vel IPA hentaði við mat á þjónustugæðum í háskólum og í þriðja lagi að gera tillögu að því hvernig standa mætti að mati á þjónustugæðum í breskum háskólum. Aðferðafræðin fólst annars vegar í því að taka viðtöl við framhaldsnemendur, en í rannsókninni var einblínt á þann hóp nemenda, og hins vegar að leggja fyrir spurningalista þar sem IPA aðferðafræði

er notuð. Í ljós kom að um 20 þjónustuatriði þóttu lýsandi fyrir þjónustugæði og mátti skipta þeim upp í fjóra þjónustubætti. Þjónustubættirnir fjórir voru; akademísk atriði s.s. eins og hvort að kennarar væru hæfir, hvort námið væri hagnýtt og hvert væri aðgengi að bókum og tímaritum, frítíma- og tómstundaatriði svo sem eins og líkamsræktaraðstaða og kaffihús, atriði er tengjast atvinnulífi, s.s. eins og hvort unnin séu verkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir og hvort skólinn styðji við atvinnuleit og að síðustu atriði er tengjast kostnaði. IPA aðferðin gengur í grundvallaratriðum út á það að biðja svarendur annars vegar um að lýsa afstöðu sinni til frammistöðu (perception) tiltekinna þjónustuatriða og hins vegar að ákvarða mikilvægi (importance) hvers atriðis.

## NIÐURSTÖÐUR OG UMRÆÐA

Í þessum kafla er gerð grein fyrir niðurstöðum rannsóknarinnar. Fyrst er fjallað um undirbúning og framkvæmd, því næst um greiningu gagna og úrvinnslu, þá um niðurstöður og loks er gerð grein fyrir þeim takmörkunum sem rannsóknin býr við.

### Undirbúningur og framkvæmd

Gögnin byggja á sjálfstæðum könnunum meðal nemenda í grunnnámi árin 2005 til 2010. Í öllum tilvikum fór könnunin fram í febrúar og í öllum tilvikum var stuðst við netkönnun sem send var á nemendur í grunnnámi. Heildarfjöldi svara er 5.536 og skiptast þannig milli ára að árið 2005 fengust 461 svar, árið 2006 fengust 538 svör, árið 2007 fengust 583 svör, árið 2008 fengust 1.248 svör, árið 2009 fengust 1.220 svör og árið 2010 fengust 1.486 svör. Ástæðan fyrir því að svör eru fleiri árin 2008, 2009 og 2010 er að þá var tekin ákvörðun um að gefa öllum nemendum í grunnnámi kost á að svara en fyrir þann tíma var aðeins lagt fyrir nemendur á öðru ári. Ástæðan fyrir þessari ákvörðun er annars vegar áhuga skólans á að fá svör frá fleiri árgöngum og hins vegar er ekki alltaf augljóst á hvaða ári nemandi er.

Stuðst var við þróaða útgáfu af SERVQUAL, en spurningalistinn var settur upp í vefforritinu WebSurveyor. Sendur var póstur á alla nemendur á öðru ári og tvisvar var send út áminning. Árin 2008, 2009 og 2010 var sami háttur hafður á en sendur póstur á alla skráða nemendur í grunnnámi. Spurningalistinn er fjórskiptur. Í fyrsta hluta voru nemendur beðnir um að taka afstöðu til sextán fullyrðinga sem standa fyrir tiltekin atriði í þjónustunni eða umgjörð hennar.

1. Við skólann er öflugt félagslíf
2. Í náminu fæ ég tækifæri til að vinna við rannsóknir
3. Í náminu fæ ég tækifæri til að vinna verkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir
4. Deildin er búin tækjabúnaði sem uppfyllir kröfur nútímans
5. Húsnæði uppfyllir vel mínar þarfir
6. Framkoma starfsfólks (kennarar og aðrir) ber vott um fagmennsku
7. Gögn um þjónustu deildarinnar, s.s. bæklingar, kennslugögn og heimasíða, eru aðlaðandi í útliti
8. Ef kennari hefur lofað að gera eitthvað fyrir ákveðinn tíma, þá er staðið við það
9. Þjónustan sem deildin veitir er skilvirk
10. Ég ber traust til starfsfólks deildarinnar
11. Starfsfólk deildarinnar sýnir mér ávallt kurteisi
12. Kennarar deildarinnar geta svarað spurningum mínum um námsefnið af þekkingu
13. Ég finn að kennarar deildarinnar vilja veita mér persónulega þjónustu
14. Starfsfólk deildarinnar hefur þekkingu til að svara spurningum mínum varðandi reglur,

skráningu o.þ.h.

15. Starfsfólk deildarinnar er vingjarnlegt í viðmóti

16. Námskeiðsgögn eru til reiðu þegar ég þarf á þeim að halda

Í öðrum hluta voru nemendur beðnir um að segja til um mikilvægi þeirra sextán atriða sem fram koma í fyrsta hluta og er í þessari rannsókn unnið með þau gögn sem verða til í fyrstu tveimur hlutum.

### Greining gagna og úrvinnsla

Gögnin voru sett í einn gagnagrunn í SPSS og unnið með þau þar og í Excel. Fyrir skipulagsbreytingar í Háskóla Íslands voru þrjár deildir skilgreindar sem samkeppnisdeildir, þ.e. Lagadeild, Viðskipta- og hagfræðideild og Verkfræðideild. Eftir breytingarnar, þ.e. í mælingunum 2009 og 2010, varð breyting á deildarskipan en ákveðið að fylgja eftir sem áður sömu megin viðmiðum. Samkeppnisdeildir eftir skipulagsbreytingar eru þá Hagfræðideild, Lagadeild, Viðskiptafræðideild, Iðnaðarverkfræðideild, Rafmagns- og tölvuverkfræðideild, Umhverfis- og byggingarverkfræðideild. Varðandi skilgreiningu á samkeppnisdeildum er byggt á stefnumótunarvinnu Háskóla Íslands 2005-2011 (sjá nánar í Þórhallur Guðlaugsson, 2010).

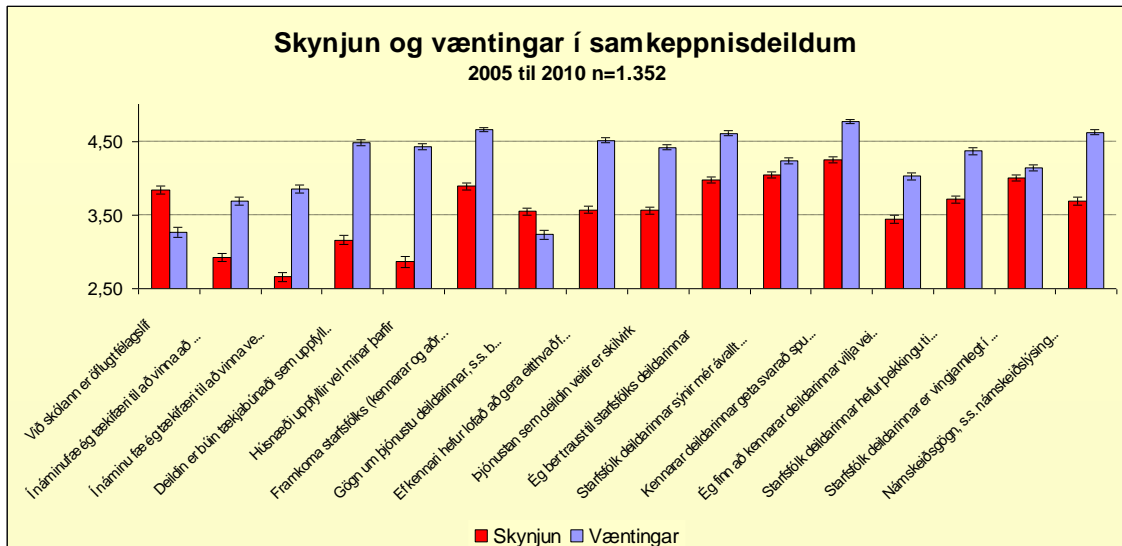
Þessi breyting á skipulagi skólans gerir það verkum að heldur flóknara er en áður að skilgreina samkeppnisdeildir og að vinna með gögnin aðskilin, annars vegar út frá sjónarhóli nemenda sem stunda nám í samkeppnisdeildum og hins vegar út frá sjónarhóli annarra nemenda. Í úrvinnslu er annars vegar horft á skynjun til frammistöðu þeirra 16 þjónustuatriða sem til umfjöllunar eru og hins vegar til mats á mikilvægi þeirra sömu atriða. Fundið er meðaltal fyrir hvert atriði og reiknað öryggisbil fyrir meðaltalið samkvæmt eftirfarandi formúlu:

$$\mu \in \bar{x} \pm \frac{Z_{\alpha/2} \times s_x}{\sqrt{n}}$$

Gerðir eru útreikningar bæði fyrir samkeppnisdeildir og aðrar deildir fyrir bæði sjónarhornin, þ.e. annars vegar skynjun og hins vegar væntingar eða mikilvægi og meðaltölin borin saman að teknu tillits til öryggisbils. Við skilgreiningu á veikleikum er stuðst við Gaps greiningu en þar er veikleiki metin út frá tölugildi bilsins milli væntinga annars vegar og skynjunar hins vegar.

### Niðurstöður

Niðurstöður fyrir væntingar og skynjun hjá nemendum samkeppnisdeilda má sjá á mynd 1 en í viðauka má sjá tölugildin í töflu 1 og 2.



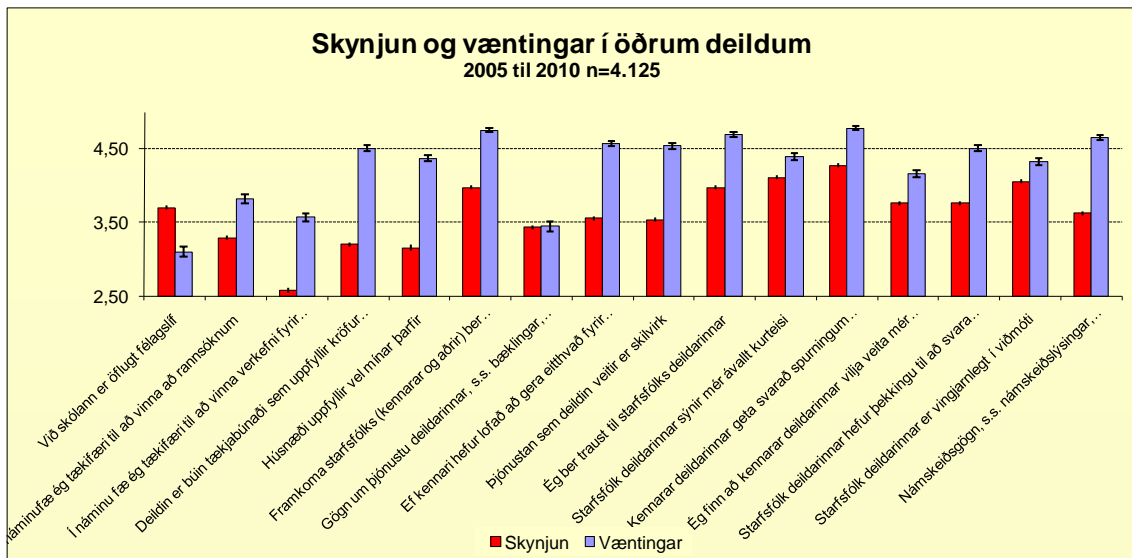
Mynd 1: Samanburður á mikilvægi og skynjun frammistöðu hjá samkeppnisdeildum

Samkvæmt Gapsgreiningu er veikleiki mestur þar sem bilið á milli væntinga og skynjunar er mest. Ef miðað er við gildið 1 er veikleiki í eftirfarandi atriðum:

- Að húsnæði uppfylli vel mínar þarfir (-1,57)
- Að deildin sé búin tækjabúnaði sem uppfyllir kröfur nútímans (-1,33)
- Tækifæri til að vinna verkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir (-1,19)
- Ef kennari hefur lokið að gera eitthvað fyrir ákveðinn tíma, þá sé staðið við það (-0,95)
- Að námskeiðsgögn, s.s. námskeiðslýsingar, stöðefni og glærur, séu til reiðu þegar ég þarf á þeim að halda (-0,93)

Eins og sjá má eru þrjú atriði með hærra tölugildi en 1 en það eru atriðin „að húsnæði uppfylli vel mínar þarfir“, „að deildin sé búin tækjabúnaði sem uppfyllir kröfur nútímans“ og „tækifæri til að vinna verkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir“. Þessi þrjú atriði ætti því að skoða sérstaklega hjá samkeppnisdeildunum. Tvö síðast töldu atriðin ná ekki tölugildinu 1 en ætti að vera til íhugunar þar sem tölugildið er mjög nálægt viðmiðunartölugildinu.

Á mynd 2 má sjá sambærilegar niðurstöður fyrir nemendur í öðrum deildum og með sama hætti og áður má sjá nánari upplýsingar í töflu 3 og 4.

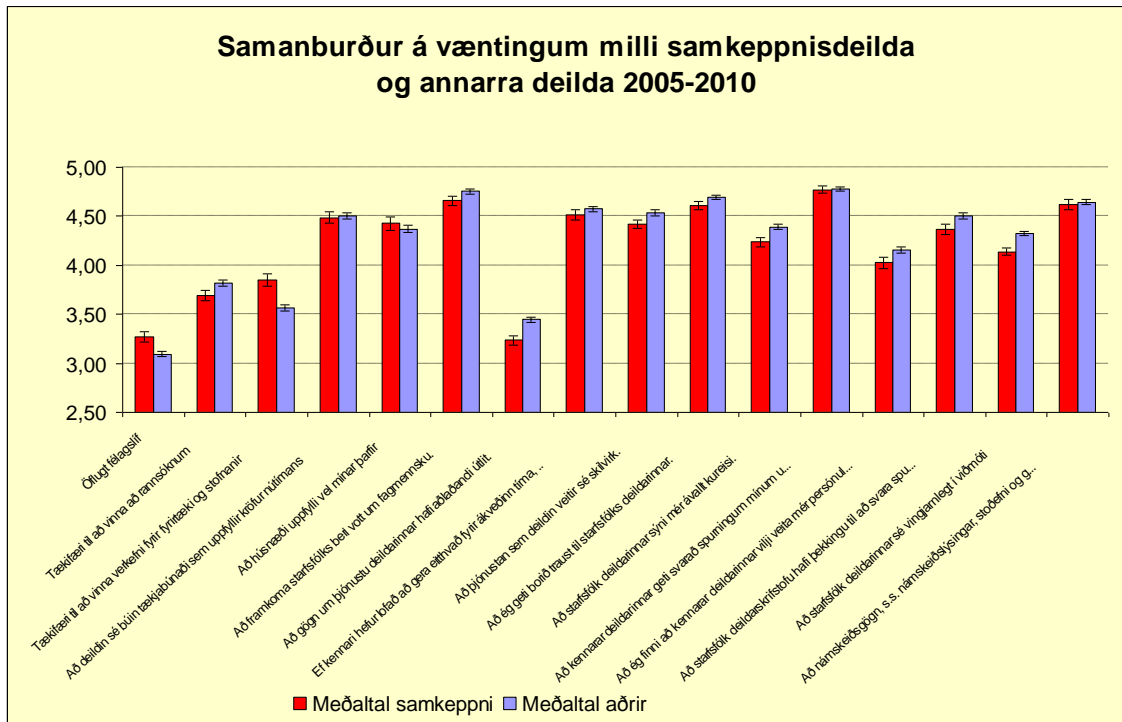


Mynd 2: Samanburður á mikilvægi og skynjun frammistöðu hjá öðrum deildum

Samkvæmt Gapsgreiningu er veikleiki í eftirfarandi atriðum:

- Að deildin sé búin tækjabúnaði sem uppfyllir kröfur nútímans (-1,31)
- Að húsnæði uppfylli vel mínar þarfir (-1,22)
- Ef kennari hefur lofað að gera eitthvað fyrir ákveðinn tíma, þá sé staðið við það (-1,02)
- Að námskeiðsgögn, s.s. námskeiðslýsingar, stöðefni og glærur, séu til reiðu þegar ég þarf á þeim að halda (-1,02)
- Að þjónustan sem deildin veitir sé skilvirk (-1,00)
- Tækifæri til að vinna verkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir (-0,99)

Það sem nemendur telja til veikleika eru fyrst og fremst atriðin „að deildin sé búin tækjabúnaði sem uppfyllir kröfur nútímans“ og „að húsnæði uppfyllir vel mínar þarfir“ en þetta eru sömu tvö atriðin og lendu í efstu sætum hjá nemendum samkeppnisdeilda. Röðin er þó önnur og tölugildið lægra fyrir húsnæðismálin. Fyrir samkeppnisdeildirnar er summa gaps-gildanna -10,18 en fyrir aðrar deildir er summan -10,19 eða nánast sama tala. Munurinn liggur því ekki í því að annar hópurinn sé óánægðari en hinn heldur miklu frekar í því að áherslur eru mismunandi. Á mynd 3 má sjá samanburð væntinga milli þessara tveggja hópa. Eins og sjá má er munurinn í flestum tilvikum óverulegur þó svo að hann sé tölfræðilega marktækur. Þannig telja nemendur samkeppnisdeilda félagslífið mikilvægara en nemendur annarra deilda sem og tækifæri til að vinna verkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir. Nemendur annarra deilda leggja hins vegar meiri áherslu á að fá tækifæri til að koma að rannsóknnum, að framkoma starfsfólks beri vott um fagmennsku, að gögn um þjónustu deildarinnar séu aðlaðandi í útliti, að þjónustan sé skilvirk, að starfsfólk sýni kurteisi, að fá persónulega þjónustu og að starfsfólk sé vingjarnlegt í viðmóti.



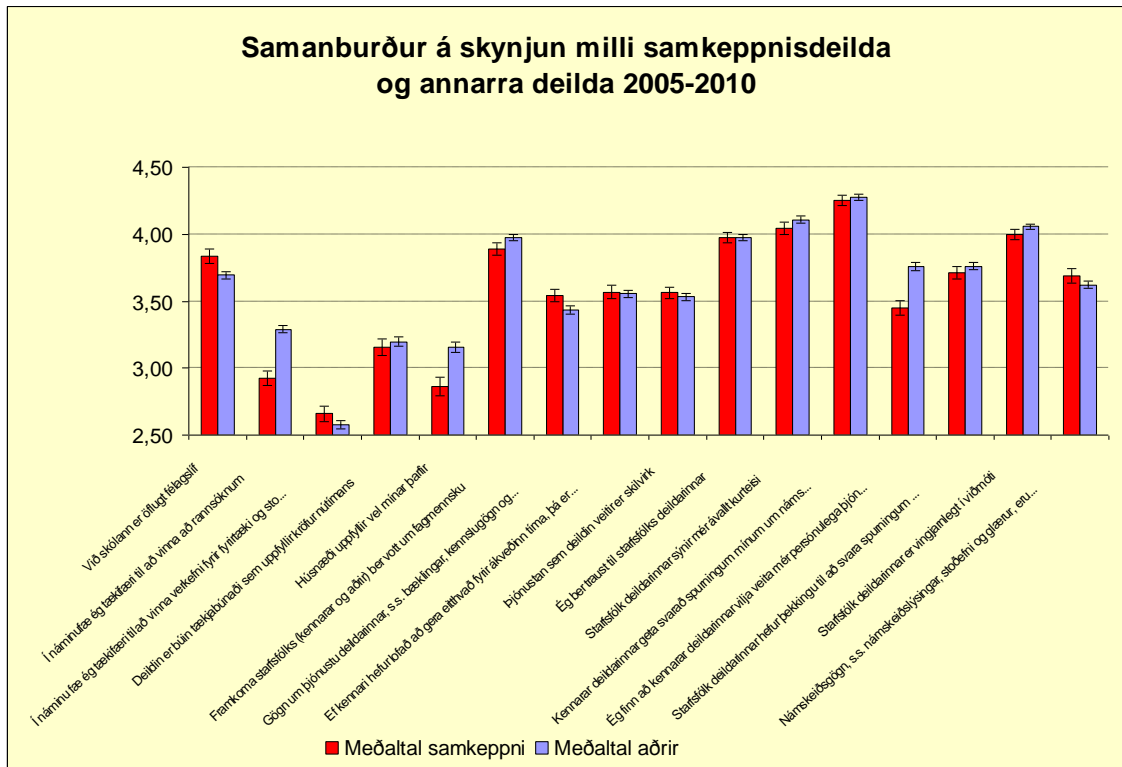
Mynd 3: Samanburður væntinga milli samkeppnisdeilda og annarra deilda

Mikilvægt er að hafa í huga að þó svo að munurinn sé í nokkrum tilvikum marktækur þá er hann eftir sem áður óverulegur. Fjöldi svara gerir það að verkum að minnsti munur getur orðið marktækur. Það er því aðeins í tveimur tilvikum þar sem munurinn virðist mikilvægur. Annars vegar þar sem nemendur samkeppnisdeilda leggja meira upp úr verkefnum fyrir fyrirtæki og stofnanir og hins vegar þar sem nemendur annarra deilda leggja meira upp úr að gögn um þjónustu deildarinnar séu aðlaðandi í útliti.

Á mynd 4 má sjá samanburð skynjunar á veittri þjónustu milli hópanna. Sjá má að nemendur samkeppnisdeilda eru ánægðari með félagslífið og einnig eru þeir ánægðari með gögn um þjónustu deildarinnar, en leggja minna upp úr því. Nemendur annarra deilda eru ánægðari með tækifærið sem þeir hafa til að koma að rannsóknum, og leggja meira upp úr því, eru ánægðari með húsnaðið, og eru ánægðari með þá persónulegu þjónustu sem kennarar veita, og leggja einnig meira upp úr því.

Það sem er athyglisvert hér er að nemendur annarra deilda eru ánægðari með atriði sem skipta þá miklu máli á, á meðan að nemendur samkeppnisdeilda eru ánægðari með atriði sem þeir leggja minni áherslu á en nemendur annarra deilda.





Mynd 4: Samanburður skynjunar milli samkeppnisdeilda og annarra deilda

Rétt eins og í mati á væntingum er mikilvægt að hafa í huga að marktækur munur þarf ekki að vera mikilvægur. Þannig virðist aðeins í þremur tilvikum um mikilvægan mun að ræða en í þeim tilvikum eru nemendur annarra deilda alltaf ánægðari. Þetta eru atriðin „í náminu fæ ég tækifæri til að vinna að rannsóknnum“, „húsnæðið uppfyllir mínar þarfir“ og „ég finn að kennarar deildarinnar vilja veita mér persónulega þjónustu“.

## SAMANTEKT

Rannsóknarspurningin sem unnið er með í þessari grein er „Hvaða áhrif hefur samkeppni á væntingar til þjónustuatríða og skynjun á veittri þjónustu?“ Unnið er með gögn úr þjónustumælingum Háskóla Íslands árin 2005-2010, alls 5.536 mælingar og er svarendahópnum skipt upp í tvo hópa, samkeppnisdeildir og aðrar deildir. Skilgreining á samkeppnisdeildum byggir á stefnumótunarvinnu Háskóla Íslands 2005-2011 en þar kemur fram að Lagadeild, Viðskipta- og hagfræðideild og Verkfræðideild séu þær deildir sem eru í hvað mestri beinni samkeppni.

Niðurstöður benda til þess að ekki sé verulegur munur á væntingum eftir því hvort nemandi stundar nám í svo kölluðum samkeppnisdeildum eða ekki. Þetta er öfugt við fyrri niðurstöður þar sem fram kemur að samkeppni hafi gjarnan þau áhrif að kröfur aukast (Zeithaml, Berry og Parasuraman, 1993) en margar rannsóknir styðja það sjónarmið (sjá t.d. Bruhn og Georgi, 2006; Fisk, Grove og John, 2000; Lovelock og Writz, 2004; Palmer, 2001). Hvað skynjun á veittri þjónustu varðar kemur fram að nemendur samkeppnisdeilda eru ánægðari með félagslífið og hve aðlaðandi gögn um þjónustu deildarinnar eru. Nemendur annarra deilda eru hinsvegar ánægðari með tækifæri til að koma að rannsóknnum, eru ánægðari með húsnæðið og eru ánægðari með þá persónulega þjónustu sem kennarar veita. Útreikningur á svo kölluðum gaps-gildum sýnir að summa þeirra fyrir samkeppnisdeildirnar er -10,18 en -10,19 fyrir aðrar deildir. Munurinn liggur því ekki í því að annar hópurinn sé óánægðari en

hinn heldur miklu frekar í því að áherslur séu mismunandi milli deilda. Þessi niðurstaða bendir til þess að aukin samkeppni hafi ekki þau áhrif að draga úr umburðarlyndi eins og gjarnan er gengið út frá í fyrri rannsóknnum. Hér þarf þó að hafa þann fyrirvara á að vera kann að endurskoða þurfi skilgreiningu samkeppnisdeilda frá því sem hér er gert en það má t.d. gera með klasagreiningu.

## **TAKMARKANIR**

Helsta takmörkun rannsóknarinnar liggur í skilgreiningu á samkeppnisdeildum. Eftir skipulagsbreytingarnar má halda því fram að betra væri að fækka samkeppnisdeildunum en líklegt er að Viðskiptafræðideild sé í meiri samkeppni en Hagfræðideild, en þessar deildir mynduðu Viðskipta- og hagfræðideild áður. Einnig má halda því fram að samkeppnin komi mismunandi við verkfræðideildirnar. Vegna samanburðar við fyrri ár var hins vegar ákveðið að gera það ekki. Ef hins vegar verið væri að skoða eitt tiltekið ár, t.d. niðurstöður mælinga fyrir ári 2011, er sjálfsagt og eðlilegt að endurskoða þessa skilgreiningu með framangreind atriði í huga.

## HEIMILDIR

- Abdullah, F. (2005). HEdPERF versus SERVPERF. The quest for ideal measuring instrument of service quality in higher education sector. *Quality Assurance in Education*, 13(4), 305-328.
- Abdullah, F. (2006). Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF. *Marketing Intelligence and Planning*, 24(1), 31-47.
- Andreasen, A.R. og Kotler, P. (2003). *Strategic Marketing for NonProfit Organization*. New Jersey: Prentice Hall.
- Angell, R. J., Heffernan, T. W. og Megicks, P. (2008). Service quality in postgraduate education, *Quality Assurance in Education*, 16(3), 236-254.
- Ágúst Einarsson (2005). *Rekstrarhagfræði*. Reykjavík: Mál og menning.
- Bruhn, M. og Georgi, D. (2006). *Services Marketing. Managing the Service Value Chain*. Essex: Pearson Education Limited.
- Chang, P.C. (2006). A Multilevel Exploration of Factors Influencing the Front-Line Employees' Service Quality in International Tourist Hotels. *Journal of American Academy of Business*, 9, 285-293.
- Cravens, D.W. og Piercy, N.F. (2003). *Strategic Marketing*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Cronin, J. J. og Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131.
- Fisk, R.P., Grove, S.J. og John, J. (2000). *Interactive Services Marketing*. New York: Houghton Mifflin Company.
- Hughey, D. W., Chawla, S. K. og Khan, Z. U. (2003). Measuring the quality of university computer labs using SERVQUAL: A longitudinal study. *The Quality Management Journal*, 10(3), 33-44.
- Kotler, P. og Keller, K.L (2006). *Marketing Management 12e*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. og Wong, V. (2001). *Principles of Marketing*. Essex: Pearson Education.
- Lampley, J. H. (2001). Service quality in higher education: Expectations versus experiences of doctoral students. *College and University*, 77(2), 9-14.
- Levitt, T. (1960). Marketing Myopia. *Harvard Business Review*, 38, 45-56
- Lovelock, C. og Wirtz, J. (2004). *Services Marketing. People, Technology, Strategy*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Nejati, M. og Nejati, M. (2008). Service quality at University of Tehran Central Library. *Library Management*, 29(6), 571-582.
- Oldfield, B. M. og Baron, S. (2000). Student perceptions of service quality in a UK university business and management faculty. *Quality Assurance in Education*, 8(2), 85-96.
- Palmer, A. (2001). *Principles of Services Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Qin, H. og Prybutok, V. R. (2008). Determinants of customer-perceived service quality in fast-food restaurants and their relationship to customer satisfaction and behavioural intentions. *The Quality Management Journal*, 15(2), 35-50.

- Smith, G., Smith, A. og Clarke, A. (2007). Evaluating service quality in universities: A service department perspective. *Quality Assurance in Education*, 15(3), 334-351.
- Teas, R. K. (1994). Expectations as a comparison standard in measuring service quality: An assessment of a reassessment. *Journal of Marketing*, 58(1), 132-139.
- Voon, B.H. (2006). Linking a service-driven market orientation to service quality. *Managing Service Quality*, 16(6), 595-619.
- Yu, L., Hong, Q., Gu, S. og Wang, Y. (2007). An epistemological critique of gap theory based library assessment: The case of SERVQUAL. *Journal of Documentation*, 64(2), 511-551.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.A. og Parasuraman, A (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21, 1-12.
- Þórhallur Guðlaugsson (2006). Áhrif samkeppni á væntingar, skynjun og tryggð við þjónustutilboð. *Tímarit um viðskipti og efnahagsmál*, 4, 27-59.
- Þórhallur Guðlaugsson (2010). *Þjónustustjórnun: Markaðs- og þjónustuáhersla í opinbera geiranum*. Reykjavík: Viðskiptafræðideild
- Þórhallur Guðlaugsson og Valdimar Sigurðsson (2005) *Rannsókn á viðhorfi og væntingum nýnema við Háskóla Íslands haustið 2004*. Reykjavík: Háskóli Íslands.
- Þórhallur Guðlaugsson (2011). Áhrif samkeppni á væntingar og skynjun. Í *Vorráðstefna Viðskiptafræðistofnunar 2011*. Reykjavík: Háskóli Íslands.

## VIÐAUKI

Tafla 1: Mat á mikilvægi þjónustupáttá hjá nemendum samkeppnisdeilda

Mat á mikilvægi þjónustuatriða meðal samkeppnisdeilda 2005-2010							
Númer	Þjónustuatriði	Fjöldi svara	Meðaltal	Staðal-frávik	95% öryggisbil		
					Neðri mörk	Efri mörk	+/-
1	Öflugt félagslíf	1352	3,27	1,29	3,20	3,34	0,07
2	Tækifæri til að vinna að rannsóknum	1351	3,69	1,10	3,63	3,75	0,06
3	Tækifæri til að vinna verkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir	1352	3,85	1,10	3,79	3,91	0,06
4	Að deildin sé búin tækjabúnaði sem uppfyllir kröfur nútímans	1351	4,49	0,77	4,45	4,53	0,04
5	Að húsnæði uppfylli vel mínar þarfir	1347	4,43	0,79	4,39	4,47	0,04
6	Að framkoma starfsfólks beri vott um fagmennsku.	1349	4,66	0,58	4,63	4,69	0,03
7	Að gögn um þjónustu deildarinnar hafi aðlaðandi útlit.	1349	3,23	1,19	3,17	3,30	0,06
8	Ef kennari hefur lofað að gera eitthvað fyrir ákveðinn tíma, þá sé staðið við það.	1348	4,51	0,66	4,48	4,55	0,04
9	Að þjónustan sem deildin veitir sé skilvirk.	1351	4,42	0,70	4,38	4,46	0,04
10	Að ég geti borið traust til starfsfólks deildarinnar.	1349	4,61	0,63	4,57	4,64	0,03
11	Að starfsfólk deildarinnar sýni mér ávallt kureisi.	1352	4,24	0,84	4,19	4,28	0,04
12	Að kennarar deildarinnar geti svarað spurningum mínum um námsefnið af þekkingu.	1352	4,77	0,49	4,74	4,80	0,03
13	Að ég finni að kennarar deildarinnar vilji veita mér persónulega þjónustu	1352	4,02	0,90	3,98	4,07	0,05
14	Að starfsfólk deildarskrifstofu hafi þekkingu til að svara spurningum mínum varðandi reglur, skráninug o.þ.h.	1350	4,37	0,81	4,32	4,41	0,04
15	Að starfsfólk deildarinnar sé vengjarnlegt í viðmóti	1346	4,14	0,81	4,10	4,18	0,04
16	Að námskeiðsgögn, s.s. námskeiðslýsingar, stoðefni og glærur, séu til reiðu þegar ég þarf á þeim að halda.	1351	4,62	0,64	4,58	4,65	0,03

Tafla 2: Mat á skynjun frammistöðu þjónustupáttá hjá nemendum samkeppnisdeilda

Skynjun frammistöðu í þjónustuatríðum meðal samkeppnisdeilda 2005-2010							
Númer	Þjónustuatríði	Fjöldi svara	Meðaltal	Staðal-frávik	95% öryggisbil		
					Neðri mörk	Efri mörk	+/-
1	Við skólann er öflugt félagslíf	1352	3,84	0,98	3,78	3,89	0,05
2	Í náminufæ ég tækifæri til að vinna að rannsóknum	1349	2,92	0,99	2,87	2,98	0,05
3	Í náminu fæ ég tækifæri til að vinna verkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir	1348	2,66	1,10	2,60	2,72	0,06
4	Deildin er búin tækjabúnaði sem uppfyllir kröfur nútímans	1352	3,16	1,13	3,10	3,22	0,06
5	Húsnæði uppfyllir vel mínar þarfir	1352	2,86	1,30	2,79	2,93	0,07
6	Framkoma starfsfólks (kennarar og aðrir) ber vott um fagmennsku	1350	3,89	0,83	3,85	3,93	0,04
7	Gögn um þjónustu deildarinnar, s.s. bæklingar, kennslugögn og heimasíða, eru aðlaðandi í útliti	1352	3,55	0,89	3,50	3,59	0,05
8	Ef kennari hefur lofað að gera eitthvað fyrir ákveðinn tíma, þá er staðið við það	1350	3,57	0,93	3,52	3,62	0,05
9	Þjónustan sem deildin veitir er skilvirk	1351	3,56	0,85	3,52	3,61	0,05
10	Ég ber traust til starfsfólks deildarinnar	1348	3,97	0,77	3,93	4,02	0,04
11	Starfsfólk deildarinnar sýni mér ávallt kurteisi	1349	4,04	0,84	4,00	4,09	0,04
12	Kennarar deildarinnar geta svarað spurningum mínum um námsefnið af þekkingu	1351	4,25	0,69	4,21	4,29	0,04
13	Ég finn að kennarar deildarinnar vilja veita mér persónulega þjónustu.	1349	3,45	1,01	3,39	3,50	0,05
14	Starfsfólk deildarinnar hefur þekkingu til að svara spurningum mínum varðandi reglur, skráningu o.þ.h.	1347	3,71	0,92	3,66	3,76	0,05
15	Starfsfólk deildarinnar er vingjarnlegt í viðmóti	1348	4,00	0,75	3,96	4,04	0,04
16	Námskeiðsgögn, s.s. námskeiðslýsingar, stoðefni og glærur, eru til reiðu þegar ég þarf á þeim að halda.	1350	3,69	0,98	3,64	3,74	0,05

Tafla 3: Mat á mikilvægi þjónustupátta hjá nemendum í öðrum deildum

Mat á mikilvægi þjónustuatríða, aðrar deildir 2005-2010							
Númer	Þjónustuatríði	Fjöldi svara	Meðaltal	Staðal-frávik	95% öryggisbil		
					Neðri mörk	Efri mörk	+/-
1	Öflugt félagslíf	4121	3,10	1,32	3,05	3,14	0,04
2	Tækifæri til að vinna að rannsóknum	4123	3,82	1,11	3,78	3,85	0,03
3	Tækifæri til að vinna verkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir	4121	3,57	1,21	3,53	3,60	0,04
4	Að deildin sé búin tækjabúnaði sem uppfyllir kröfur nútímans	4123	4,50	0,78	4,48	4,53	0,02
5	Að húsnæði uppfylli vel mínar þarfir	4116	4,37	0,82	4,34	4,39	0,03
6	Að framkoma starfsfólks beri vott um fagmennsku.	4119	4,75	0,53	4,74	4,77	0,02
7	Að gögn um þjónustu deildarinnar hafi aðlaðandi útlit.	4111	3,44	1,11	3,41	3,48	0,03
8	Ef kennari hefur lofað að gera eitthvað fyrir ákveðinn tíma, þá sé staðið við það.	4113	4,58	0,66	4,55	4,60	0,02
9	Að þjónustan sem deildin veitir sé skilvirk.	4116	4,54	0,64	4,52	4,56	0,02
10	Að ég geti borið traust til starfsfólks deildarinnar.	4117	4,69	0,56	4,68	4,71	0,02
11	Að starfsfólk deildarinnar sýni mér ávallt kureisi.	4117	4,39	0,76	4,37	4,41	0,02
12	Að kennarar deildarinnar geti svarað spurningum mínum um námsefnið af þekkingu.	4125	4,78	0,46	4,76	4,79	0,01
13	Að ég finni að kennarar deildarinnar vilji veita mér persónulega þjónustu	4122	4,16	0,84	4,13	4,18	0,03
14	Að starfsfólk deildarskrifstofu hafi þekkingu til að svara spurningum mínum varðandi reglur, skráningu o.þ.h.	4123	4,50	0,72	4,48	4,53	0,02
15	Að starfsfólk deildarinnar sé vingjarnlegt í viðmóti	4115	4,33	0,74	4,30	4,35	0,02
16	Að námskeiðsgögn, s.s. námskeiðslýsingar, stoðefni og glærur, séu til reiðu þegar ég þarf á þeim að halda.	4123	4,65	0,59	4,63	4,66	0,02

Tafla 4: Mat á skynjun frammistöðu þjónustupátta hjá nemendum samkeppnisdeilda

**Skynjun frammistöðu í þjónustuatríðum, aðrar deildir 2005-2010**

Númer	Þjónustuatríði	Fjöldi svara	Meðaltal	Staðal-frávik	95% öryggisbil		
					Neðri mörk	Efri mörk	+/-
1	Við skólann er öflugt félagslíf	4115	3,70	0,90	3,67	3,72	0,03
2	Í náminufæ ég tækifæri til að vinna að rannsóknum	4119	3,29	0,96	3,26	3,32	0,03
3	Í náminu fæ ég tækifæri til að vinna verkefni fyrir fyrirtæki og stofnanir	4119	2,58	1,05	2,54	2,61	0,03
4	Deildin er búin tækjabúnaði sem uppfyllir kröfur nútímans	4120	3,20	1,10	3,16	3,23	0,03
5	Húsnæði uppfyllir vel minar þarfir	4121	3,15	1,22	3,12	3,19	0,04
6	Framkoma starfsfólks (kennarar og aðrir) ber vott um fagmennsku	4126	3,97	0,81	3,95	4,00	0,02
7	Gögn um þjónustu deildarinnar, s.s. bæklingar, kennslugögn og heimasíða, eru aðlaðandi í útliti	4119	3,43	0,94	3,40	3,46	0,03
8	Ef kennari hefur lofað að gera eitthvað fyrir ákveðinn tíma, þá er staðið við það	4123	3,55	0,94	3,53	3,58	0,03
9	Þjónustan sem deildin veitir er skilvirk	4113	3,53	0,88	3,51	3,56	0,03
10	Ég ber traust til starfsfólks deildarinnar	4121	3,97	0,78	3,95	4,00	0,02
11	Starfsfólk deildarinnar sýnir mér ávallt kurteisi	4124	4,11	0,79	4,09	4,13	0,02
12	Kennarar deildarinnar geta svarað spurningum mínum um námsefnið af þekkingu	4125	4,28	0,69	4,25	4,30	0,02
13	Ég finn að kennarar deildarinnar vilja veita mér persónulega þjónustu.	4120	3,76	0,96	3,73	3,79	0,03
14	Starfsfólk deildarinnar hefur þekkingu til að svara spurningum mínum varðandi reglur, skráningu o.þ.h.	4115	3,76	0,89	3,73	3,79	0,03
15	Starfsfólk deildarinnar er vingjarnlegt í viðmóti	4113	4,06	0,74	4,03	4,08	0,02
16	Námskeiðsgögn, s.s. námskeiðslýsingar, stoðefni og glærur, eru til reiðu þegar ég þarf á þeim að halda.	4120	3,62	0,99	3,59	3,65	0,03