

# Een onderzoek naar gepercipieerde kwaliteit van het onderwijs op basis van een nieuwe theorie

*Cedric Stalpers\**

Het voornaamste doel van het onderzoek in dit artikel is het toetsen van een conceptueel model over klanttevredenheid, toegepast op studenten in het hoger beroepsonderwijs. Dit model, afgekort KOPOCK genoemd, is gebaseerd op vijftien jaar veldonderzoek in de non-profitsector en omvat de volgende variabelen: Kerndienst (vakinhoud en lesstof), Omgeving (het gebouw en de faciliteiten daarbinnen), Personeel (de kennis en vaardigheden van docenten), Organisatie & Communicatie (het functioneren van secundaire diensten en de organisatie als geheel) en Klanten (de manier waarop klanten van een instelling met elkaar omgaan, oftewel de sfeer in de klas). De hoofdvraag van het onderzoek was: in welke mate kunnen variabelen in dit model verschillen in studenttevredenheid verklaren? Om dit model te toetsen is een vragenlijst uitgezet onder 582 studenten van vijf verschillende faculteiten in drie verschillende steden. De variabelen zijn gemeten met 27 vijfpunts-Osgoodchalen. Studenten drukten hun tevredenheid over de eigen opleiding uit met gemiddeld een 6,8 als rapportcijfer, en waren het meest positief over de sfeer in de klas (de laatste K in KOPOCK) en het minst over de communicatie & organisatie van hun opleiding. Gezamenlijk verklaarden de onafhankelijke variabelen 63% van de variantie in studenttevredenheid (geoperationaliseerd als rapportcijfer), waarbij de kerndienst, het personeel en de organisatie & communicatie de belangrijkste determinanten bleken te zijn. De conclusie van het veldonderzoek is dat het gehanteerde model een substantieel deel van de variantie in studenttevredenheid verklaart en daarmee valide lijkt te zijn.

## Aanleiding en hoofdvraag

Zijn mijn klanten tevreden en waarover wel en waarover niet? Dienstverleners variërend van filmhuizen tot ziekenhuizen tot opleidingen binnen het hoger onderwijs zullen zich deze vraag stellen, en met reden. Tevreden klanten zijn doorgaans loyaler, raden anderen aan deze dienst ook te gebruiken en zien eerder fouten of tekortkomingen in de dienstverlening door de vingers (Stalpers, 2011). Aangezien tevredenheid effect heeft op de loyaliteit van consumenten en daarmee ook op de continuïteit van hun dienstverleners, is de variabele klanttevredenheid onderwerp van een uitzonderlijk groot aantal studies. Binnen deze studies wordt gepercipieerde kwaliteit (vaak geconceptualiseerd als een set van

\* Dr. Cedric Stalpers is docent onderzoeksmethoden aan Fontys Economische Hogeschool Tilburg en gastdocent bij TiasNimbas Business School.

consumentoordelen over deelkenmerken van de dienstverlening) gezien als determinant van tevredenheid (vaak geconceptualiseerd als een holistisch totaaloordeel over die dienstverlening).

Ondanks het belang van en de veelheid van onderzoek naar klanttevredenheid blijft een vraag openstaan: welke onderwerpen moeten precies geadresseerd worden binnen dergelijk onderzoek? Worden te veel onderwerpen aangekaart binnen – doorgaans kwantitatief – veldonderzoek naar deze thematiek, dan loopt men het risico dat vragenlijsten te lang worden, en respondenten deze niet, niet compleet of niet zorgvuldig beantwoorden. Worden belangrijke onderwerpen gemist bij veldonderzoek, dan kan onduidelijk blijven wat de belangrijkste zwakten zijn van de dienstverlening en lopen opdrachtgevers (zoals directeuren en opleidingsmanagers) het risico vervolgens hun aandacht bij verbetertrajecten te richten op bijzaken.

In verschillende studies (onder andere Ramseook-Munhurrin et al., 2010) wordt er gezien deze onzekerheden voor gekozen om de veelgebruikte vragenlijst en methodiek van de ServQual-theorie – een dominant conceptueel model binnen onderzoek naar klanttevredenheid en kwaliteitspercepties – over te nemen. Hier zijn echter verschillende nadelen aan verbonden, die ook nog aan de orde komen in de paragraaf wetenschappelijke relevantie. Het belangrijkste punt van kritiek op deze theorie is dat zeer wezenlijke variabelen erin onbesproken blijven, in het bijzonder de kerndienst zelf. Bij het begrip 'kerndienst' kan men denken aan het eten in een restaurant, de schilderijen in een museum maar ook de lesinhoud binnen een onderwijsinstelling; ofwel exact datgene dat voor de klant de reden is om van die dienstverlener gebruik te maken. Ook secundaire diensten (zoals de rooster en administratie bij een onderwijsinstelling) worden niet expliciet benoemd binnen de ServQual-theorie. Aangezien dus in de ServQual-theorie bepaalde variabelen ontbreken, brengt deze risico's met zich mee bij toepassing in praktijkonderzoek: belangrijke oorzaken van ontevredenheid kunnen onbelicht blijven, zodat opdrachtgevers niet weten wat zij met welke prioriteit moeten verbeteren.

Dit artikel presenteert en toetst een theoretisch model dat uitgebreider ingaat op de kerndienst van een onderwijsinstelling en beoogt een completer beeld van de dienstverlening te geven. Het KOPOCK-model is voortgekomen uit de inzichten opgedaan door vijftien jaar literatuur- en veldonderzoek naar kwaliteitspercepties en klanttevredenheid, bij diverse dienstverleners in de non-profitsector, zoals filmhuizen (Rieff, 2012), openbare bibliotheken (Stalpers, 2006), ziekenhuizen (Stalpers, 2013) en informatieve musea (Ansems, 2012). Het omvat de volgende variabelen:

- De Kerndienst ofwel dat onderdeel van de dienstverlening dat voor klanten de reden vormt om van die dienst gebruik te maken. Bij een onderwijsinstelling zijn dit de vakken en lessen.
- De Omgeving, ofwel het gebouw en de faciliteiten daarbinnen.
- Het Personeel, ofwel de deskundigheid en hulpvaardigheid van docenten.
- De Organisatie en Communicatie: het functioneren van secundaire diensten en de organisatie als geheel.

- De andere Klanten, ofwel andere studenten en de sfeer die zij scheppen in de klas.

De beginletters van de variabelen vormen samen de afkorting KOPOCK. De hoofdvraag waarop dit artikel ingaat is: in welke mate kunnen deze genoemde onafhankelijke variabelen verschillen in algehele tevredenheid over een instelling voor hoger onderwijs verklaren? Het antwoord op deze hoofdvraag is gezocht door een schriftelijke enquête uit te zetten onder studenten van vijf verschillende faculteiten, gelegen in drie verschillende steden. In de volgende paragrafen wordt dieper ingegaan op de relevantie van het onderzoek. Daarna worden de betekenis van de variabelen en het conceptuele model beschreven, gevolgd door een uitvoeriger beschrijving van de onderzoeksopzet.

### **Wetenschappelijke relevantie en doelstelling**

In de loop van vijftien jaar heeft het KOPOCK-model zoals gezegd langzaam maar zeker vorm gekregen, maar het is nog niet eerder in zijn geheel getoetst en gevalideerd bij een grote groep respondenten. De voornaamste doelstelling van het veldonderzoek was dan ook om vast te stellen of dit model valide is, in de zin dat het verschillen in tevredenheid – geoperationaliseerd als rapportcijfer voor de opleiding als geheel – kan verklaren. Indien dit model valide is, hebben andere onderzoekers een bruikbare theorie en een bruikbaar instrument in handen, dat in verschillende opzichten een verbetering beoogt te zijn ten opzichte van het voorgaande ServQual.

Zoals eerder opgemerkt bevat het nieuwe model vragen over de kerndienst, te weten de vakken en de lesinhoud. Het oude model ServQual helpt opdrachtgevers maar in beperkte mate bij het vinden van oorzaken van klant(on)tevredenheid. Een variabele als, bijvoorbeeld, ‘tastbaarheden’ heeft betrekking op zowel het personeel en het gebouw als op andere materialen van de opdrachtgever. Wanneer deze zeer heterogene variabele van invloed is op de klanttevredenheid, dan blijft onhelder of de opdrachtgever nu het uiterlijk van het gebouw of van (de kleding en verschijning van) het personeel, dan wel de andere materialen moet veranderen.

Daarnaast veronderstelt KOPOCK – in tegenstelling tot ServQual – niet dat één vragenlijst geschikt kan zijn voor alle dienstverleners. Terwijl bij ServQual nog de assumptie was dat de enquête die gebruikt wordt voor bijvoorbeeld een kleine wasserette of een bank zonder verdere modificaties ook toepasbaar is voor een onderwijsinstelling (‘one size fits all’), is bij deze studie een nieuwe vragenlijst ontwikkeld die specifiek voor hbo-instellingen bestemd is.

Een laatste verbeterpunt is dat het KOPOCK-model ontwikkeld is met de non-profitsector in gedachten, terwijl ServQual ontworpen is in samenwerking met en gebaseerd op onderzoek bij commerciële dienstverleners, zoals banken, telecombedrijven en reparateurs van diverse apparatuur. Hier moeten personeel, gebouw en apparatuur visueel aantrekkelijk zijn om klanten te werven en te verleiden tot een aankoop; het uiterlijk telt. De meer functionele kenmerken van bijvoorbeeld

een gebouw – zoals voldoende computerwerkplekken voor studenten – blijven, zeker ten opzichte van de genoemde uiterlijkheden, onbelicht.

Het streven is dan ook met KOPOCK een completer en consistent model te construeren, dat gebruikt kan worden in vervolgonderzoek binnen en het buiten het onderwijs, op het domein van klanttevredenheid. De veldstudie moet uitwijzen of het model hiertoe geschikt is.

### **Praktische relevantie**

De praktische relevantie van het onderzoek is driedig. Studenttevredenheid wordt in verschillende studies (Suhre, Jansen, & Harskamp, 2007; Snijders, 2011; Goudsmits, 2011) beschouwd als een belangrijke determinant van studentloyaliteit, ofwel het voornemen om de huidige studie voort te zetten. Aangezien uitval in het eerste studiejaar bij diverse opleidingen kan oplopen tot 40%, lijkt een betrouwbare, valide en frequente meting van (oorzaken van) studenttevredenheid gewenst. Deze tevredenheid is eveneens van belang omdat deze doorwerkt in mond-tot-mondreclame: tevreden studenten zullen positieve geluiden laten horen over hun opleiding tegen anderen (onder wie mogelijk aanstormende studenten), terwijl ontevreden studenten vooral kritiek zullen laten klinken op hun opleiding (Goudsmits, 2011). Tevredenheid kan zo ook doorwerken in het werven (of juist afschrikken) van nieuwe studenten. Tot slot is deze variabele belangrijk vanuit het perspectief van de studenten. Zij zijn immers vier jaar of meer verbonden aan een opleiding en zij zullen mogelijk meer succes boeken en kennis vergaren wanneer zij een positieve emotie bij deze opleiding ervaren dan een neutrale of een negatieve.

### **Theoretisch kader: het KOPOCK-model**

In deze paragraaf zal het conceptueel model uiteengezet worden dat beoogt een voorlopig antwoord te geven op de hoofdvraag en dat ten grondslag ligt aan het veldonderzoek onder studenten van vijf verschillende faculteiten. Dit model bouwt voort op verschillende bronnen: de eerder beschreven verbeterpunten van het ServQual-model, Brady en Cronins (2001) revisie van dit model (op basis van kwalitatief en kwantitatief onderzoek naar kwaliteitspercepties van consumenten), alsook recent onderzoek naar de kwaliteit van dienstverleners. In deze uiteenzetting zal tevens verwezen worden naar het onderzoek dat Goudsmits in 2011 uitvoerde naar de determinanten van studenttevredenheid en uitval onder 358 eerstejaarseconomiestudenten. Bij deze studie werd een theoretisch kader gehanteerd dat enkele stations voorbij het ServQual-model was, maar nog niet identiek was aan KOPOCK.

De eerste variabele in dit model is de kerndienst, die correspondeert met de voornaamste reden van de consument om gebruik te maken van de dienst. Hierbij kan men denken aan de kwaliteit van de diagnose en operatie in een ziekenhuis, de collectie van een museum, de programmering van een filmhuis of de kennisoverdracht, vakken en lesstof van een opleiding. Alternatieve termen voor dit con-

struct zijn *technische kwaliteit* (Gronroos, 1984) of *outcome quality* (Brady & Cronin, 2001), die beide verwijzen naar de mate waarin een dienst voorziet in de behoeften die voor de consument reden waren om die dienst te gebruiken. In de eerder genoemde ziekenhuisstudie bleek deze variabele de belangrijkste determinant van patiënttevredenheid te zijn: indien patiënten positief oordeelden over de diagnose en behandeling, dan oordeelden zij ook positief over hun ziekenhuisopname als geheel. Ook in Goudsmits' studie naar uitval onder eerstejaars-economiestudenten bleek de kerndienst in de lineaire regressie een belangrijke voorspeller van tevredenheid. Toegepast op de situatie van het hoger onderwijs raakt deze variabele de vraag of de vakken uitdagend, enthousiasmerend, verrijkend en voorbereidend op de praktijk zijn.

De tweede variabele, omgeving, betreft het gebouw waarbinnen de dienst plaatsvindt en de faciliteiten die daarbinnen geboden worden. Brady en Cronin (2001) onderscheiden hierbij een functioneel-rationele dimensie en een atmosferisch-emotionele. De eerstgenoemde dimensie betreft de vraag: is de fysieke omgeving van een dienst overzichtelijk, hygiënisch, praktisch en voorzien van alle noodzakelijke faciliteiten? Bij een school kan men hierbij denken aan de mate waarin het gebouw schoon, overzichtelijk en opgeruimd is, alsook de hoeveelheid computeren studieplekken daarbinnen. De tweede dimensie betreft de vraag in hoeverre het gebouw modern, sfeervol en aantrekkelijk oogt. Goudsmits vond in zijn studie geen effect van de omgeving op de studenttevredenheid, maar dat zou verklaard kunnen worden door het feit dat zijn onderzoek uitgevoerd was onder studenten van één faculteit die allen in hetzelfde gebouw ondergebracht waren; de variantie met betrekking tot deze variabele kan daarom zeer beperkt zijn geweest.

De derde variabele binnen het model betreft het personeel van de onderwijsinstelling en de mate waarin dit empathisch, hulpvaardig en deskundig is. Shostack (1977) merkte hierover op dat diensten niet goed los te maken zijn van de mensen die deze diensten leveren. Voor het publiek kan daarmee de dienstverlener de dienst zelf personifiëren. Het contact met de sympathieke suppoost, de empathische arts of de hulpvaardige docent nestelt zich in het geheugen van de consument en wordt na verloop van jaren mogelijk de belangrijkste herinnering aan die dienst. Binnen de bibliotheeksector bleek het oordeel over de medewerkers de belangrijkste determinant van het totaaloordeel over die instelling te zijn – meer nog dan het oordeel over de collectie (de kerndienst zelf; Stalpers, 2006). Binnen het ServQual-model hadden drie van de vijf genoemde variabelen (empathie, responsiviteit en zekerheid) betrekking op het personeel en ook binnen Brady en Cronins model (2001) spelen de medewerkers een centrale rol, onder de noemer *interaction quality*. Goudsmits vond in zijn studie dat het inlevingsvermogen, de didactische vaardigheden en de vakkennis van docenten een betekenisvol effect hadden op de studenttevredenheid.

De variabele organisatie & communicatie vormt een toevoeging aan de bestaande theorie. Alhoewel in vroege versies van het ServQual-model *communicatie* als relevante factor ter sprake kwam, om in later versies te verdwijnen, ontbreekt de variabele *organisatie* zowel in deze theorie als in Brady en Cronins (2001) werk. Deze variabele is toegevoegd op basis van een eerder uitgevoerd ziekenhuisonderzoek waarbij patiënten klaagden over een gebrek aan interne afstemming en dui-

delijke communicatie naar hen toe. Patiënten gaven aan samenhang in de ziekenhuisorganisatie te missen, hetgeen zich uitte in, bijvoorbeeld, verpleegkundigen die niet op de hoogte waren van het werk van hun collega's. In dit onderzoek zijn organisatie en communicatie omschreven als: de samenhang in en betrouwbaarheid van een organisatie, waardoor deze beloften kan nakomen, alsook de snelheid van informatieverstrekking. In Goudsmit's onderzoek werd een fragment van deze variabele opgevoerd, te weten de betrouwbaarheid van de docenten, medewerkers, roosters en organisatie als geheel; deze bleek een betekenisvol effect te hebben op het totaaloordeel dat studenten van hun studie hebben.

De laatste variabele in het model betreft de invloed van andere klanten op het totaaloordeel over de dienstverlening. Brady en Cronin (2001) noemen dit de sociale factoren van de dienstverlening, ofwel het effect van de hoeveelheid (in termen van drukte, hygiëne en wachtrijen) en het gedrag (in termen van bijvoorbeeld geluidsoverlast) van andere bezoekers op het oordeel van de bevroegde bezoekers. Hierbij kan men denken aan de veelgehoorde klacht van bioscoopbezoekers (Stalpers, 2007) over de herrie en rommel die andere bezoekers maken. Binnen de context van het onderwijs heeft dit betrekking op de sfeer, veiligheid, het wederzijds respect en de afwezigheid van pesterijen in een klas; een thematiek die binnen het voortgezet onderwijs ruime aandacht krijgt (o.a. Espelage & Swearer, 2003). Terwijl de variabele organisatie en communicatie in dit onderzoek meer omvattend was dan die in Goudsmit's onderzoek, is de invloed van andere klanten een volledig nieuw element in deze studie.

Samenvattend veronderstelt het KOPOCK-model dat studenten tevreden zijn wanneer:

- vakken uitdagend en praktijkgericht zijn alsook nieuwe inzichten opleveren (kerndienst);
- de omgeving van de dienst schoon, veilig, overzichtelijk en voorzien van noodzakelijke voorzieningen is (omgeving);
- docenten deskundig, empathisch en didactisch sterk zijn (personeel);
- administratieve processen goed verlopen, er samenhang is binnen het curriculum en informatie tijdig en compleet verstrekt wordt (organisatie en communicatie);
- de sfeer binnen de klas goed is (klanten).

## Onderzoeksmethode

Om het besproken model te toetsen is een onderzoek uitgevoerd via een censussteekproef onder de studenten van vijf verschillende faculteiten, verspreid over drie steden. 659 respondenten begonnen aan de onlinevragenlijst en 582 van hen (88%) hebben deze compleet ingevuld. De modus van de respondenten zat in het eerste jaar van de studie (32%), maar ook de andere studie jaren (20% in het tweede, 22% in het derde en 26% in het vierde, vijfde of zesde) waren vertegenwoordigd. De studieprestaties waren voldoende (41% scoorde tussen de 6 en 6,9) tot ruim voldoende (39% scoorde tussen de 7 en 7,9). 66% gaf dan ook aan (in

een antwoord op een motivatievraag) te streven naar een 7 of hoger als rapportcijfer (eerder dan met een 5,5 tevreden te zijn).

Voor het veldonderzoek is een nieuwe vragenlijst ontwikkeld, die bestond uit 27 vragen op een vijfpunts-Osgoodschaal (voor een voorbeeld, zie tabel 1 en 2) en een vraag over het totaaloordeel over de opleiding (waarbij studenten gevraagd werd een rapportcijfer te geven voor hun opleiding als geheel).

Bij het onderzoek is er bewust voor gekozen om een op hoofdlijnen nieuw instrument te ontwikkelen. Zoals opgemerkt in de eerste paragraaf zijn er kanttekeningen te plaatsen bij de standaardvragenlijst van ServQual en ServPerf: deze is incompleet en niet speciaal voor het onderwijs ontwikkeld, waardoor relevante onderwerpen als de kerndienst en relevante faciliteiten (zoals computerwerkplekken) buiten beschouwing blijven. Een tweede tekortkoming bij ServQual is dat variabelen diffuus worden geoperationaliseerd: onder de noemer van de variabele 'tastbaarheden' worden vragen gesteld over zowel het gebouw als het uiterlijk van de medewerkers, hetgeen problematisch is. Wanneer de variabele tastbaarheden van significante invloed is op het totaaloordeel over de opleiding, dan is onduidelijk waarop de organisatie zich met name moet richten: het uiterlijk van de medewerkers of het gebouw? Een derde probleem bij de ServQual-enquête is dat vragen die hetzelfde onderwerp betreffen – zoals het functioneren van het personeel – onder minstens drie verschillende noemers geplaatst worden, te weten responsiviteit, empathie en zekerheid.

Bij het opstellen van de vragenlijst waren daarom drie overwegingen van belang. De vragen per variabele moesten duidelijk intern consistent zijn ofwel hetzelfde onderwerp (kerndienst, personeel enzovoort) betreffen. Daarnaast moest er zo min mogelijk overlap zijn tussen de variabelen. Vragen over variabele A hadden dan ook een ander onderwerp in de zin dan die over variabele B, C en D, hetgeen bij ServQual niet het geval was. Tot slot is besloten het meetinstrument relatief compact te houden om de respons te bevorderen: 27 items in de huidige onderwijsenquête versus 22 bij ServQual. In tabel 1 wordt een beschrijving gegeven van het aantal en de betrouwbaarheid van de vragen per variabele. Bij het opstellen van de vragenlijst is inspiratie geput uit de vragenlijst van Goudsmits, met de drie genoemde overwegingen in gedachten.

Afgaande op de Cronbachs alfawaarden, die bij alle variabelen boven de .70 zijn, kan geconcludeerd worden dat de meting ervan betrouwbaar is. Een aanvullende factoranalyse over de 27 vraagitems bevestigde de toewijzing van deze vragen aan de genoemde variabelen, op twee uitzonderingen na. De vragen "Ik leer hier weinig/veel dat ik in de praktijk kan gebruiken" en "Vakken binnen één semester zijn slecht/goed op elkaar afgestemd" werden toegewezen aan een nieuwe, zesde factor. Besloten is het oorspronkelijke conceptuele model intact te laten en de eerste vraag toe te wijzen aan de variabele kerndienst en de tweede aan organisatie & communicatie. De eerste uitkomsten van de Cronbachs alfa-analyse leken niet strijdig te zijn met deze beslissing. Daarnaast was de eigenwaarde van deze 'zesde' variabele krap 1 en de Cronbachs alfa slechts .59.

**Tabel 1** Beschrijving van de operationalisatie van de KOPOCK-variabelen alsook de betrouwbaarheid ervan

Variabele	Aantal vragen	Voorbeeldvraag (vijfpunts-Osgoodschaal)	Cronbachs alfa
<b>Kerndienst</b>	4	Ik leer hier weinig/veel dat ik in de praktijk kan gebruiken.	.83
<b>Omgeving</b>	6	Er zijn te weinig/genoeg computerwerkplekken.	.75
<b>Personeel</b>	6	De meeste docenten hebben weinig/veel vak-kennis.	.89
<b>Organisatie &amp; communicatie</b>	7	Vakken binnen één semester zijn slecht/goed op elkaar afgestemd.	.87
<b>Klanten</b>	4	De sfeer in de klas is slecht/goed.	.86

## Resultaten

In deze paragraaf worden de gemiddelden van de onafhankelijke en afhankelijke variabelen gepresenteerd, om vervolgens in te gaan op de uitkomsten van de correlatie- en regressieanalyse. Allereerst worden de antwoorden op de losse vragen over de KOPOCK-variabelen getoond. Voor de leesbaarheid is de vijfpuntsschaal omgezet naar een driepuntsschaal (negatief, neutraal, positief).

**Tabel 2** Antwoorden van respondenten op de vragen waarmee de KOPOCK-variabelen geoperationaliseerd zijn (getallen zijn percentages)

	-	0	+	
<i>Kerndienst</i>				
Van de meeste vakken leer ik weinig.	17,5%	22,3%	60,2%	Van de meeste vakken leer ik veel.
De vakken bieden me weinig uitdaging.	21,8%	24,8%	53,4%	De vakken bieden me veel uitdaging.
De lesstof is vaak saai..	19,9%	25,5%	54,5%	De lesstof is vaak leuk.
Ik leer hier weinig dat ik in de praktijk kan gebruiken.	17,4%	25,1%	57,5%	Ik leer hier veel dat ik in de praktijk kan gebruiken.
<i>Omgeving</i>				
Er zijn te weinig (computer)werkplekken.	30,5%	21,2%	48,2%	Er zijn genoeg (computer)werkplekken.
De temperatuur en airco in lokalen zijn slecht.	28,0%	26,2%	45,8%	De temperatuur en airco zijn goed.
Het gebouw is rommelig.	12,6%	16,0%	71,3%	Het gebouw is opgeruimd.
Het gebouw is vies.	11,0%	15,8%	73,2%	Het gebouw is schoon.
Het gebouw is ongezellig.	17,0%	20,0%	63,0%	Het gebouw is gezellig.
Er zijn te weinig parkeerplaatsen en fietsstallingen.	23,7%	20,6%	55,7%	Er zijn genoeg parkeerplaatsen en fietsstallingen.



Tabel 2 (Vervolg)

	-	0	+	
				<i>Personeel</i>
De meeste docenten hebben weinig ...	6,3%	12,0%	81,7%	... veel vakkennis.
De meeste docenten gaan slecht ...	14,0%	20,3%	65,8%	... goed in op mijn vragen.
De meeste docenten tonen weinig ...	17,3%	28,1%	54,7%	... veel belangstelling voor mij.
Er wordt doorgaans slecht gedoceerd.	15,5%	27,6%	56,9%	... goed gedoceerd.
De meeste docenten leggen dingen slecht ...	9,5%	24,2%	66,3%	... goed uit.
De meeste docenten bieden weinig ...	18,6%	29,3%	52,1%	... veel begeleiding.
				<i>Organisatie en communicatie</i>
De roosters zijn onpraktisch.	21,3%	25,6%	53,2%	... praktisch.
De rapportcijfers zijn laat bekend.	36,5%	28,0%	35,5%	... tijdig bekend.
Roosterwijzigingen worden laat doorgegeven.	28,1%	29,8%	42,1%	... tijdig doorgegeven.
De opleiding komt zijn afspraken zelden na.	19,1%	33,0%	47,9%	... komt zijn afspraken vaak na.
Bij mijn opleiding zijn zaken slecht geregeld.	28,7%	26,9%	44,4%	... zijn zaken goed geregeld.
Ik word slecht geïnformeerd ...	16,5%	28,9%	54,6%	... goed geïnformeerd over nieuws bij mijn opleiding.
Vakken binnen één semester zijn slecht ...	17,8%	33,9%	48,3%	... goed op elkaar afgestemd.
				<i>Klanten</i>
De sfeer in de klas is slecht.	6,5%	12,3%	81,2%	De sfeer in de klas is goed.
Ik voel me niet veilig in mijn klas.	4,9%	8,1%	87,0%	Ik voel me heel veilig in mijn klas.
In mijn klas wordt er veel gepest.	3,8%	7,3%	89,0%	... wordt er weinig tot niet gepest.
Mensen worden vervelend behandeld in en door mijn klas.	6,4%	9,9%	83,7%	Iedereen wordt gerespecteerd in mijn klas.

Meer dan vier op de vijf studenten oordelen positief over de sfeer in de klas (81% tot 89%) en de vakkennis van docenten (82%). Meer dan drie op de vijf oordelen positief over hoeveel zij leren van de vakken (60%), de properheid van het gebouw (73%), de mate waarin docenten ingaan op vragen (66%) en de mate waarin zij dingen goed uitleggen (66%). Onderwerpen waar één op de vijf studenten zich kritisch over uitspreken, zijn: de mate van uitdaging in vakken (22%), het aantal

computerplekken (31%), de temperatuur in lokalen (28%), roosters (21%), de aanlevering van rapportcijfers (37%) en de organisatie van de eigen opleiding (29%). Wanneer we de scores van de KOPOCK-variabelen – eerder dan de losse vragen die eraan ten grondslag lagen – berekenen, dan levert dit het volgende beeld op.

**Tabel 3** *Gemiddelden en standaarddeviaties van de onafhankelijke en afhankelijke variabelen (getallen zijn gemiddelden op een vijfpuntsschaal lopend van 1 'negatief' tot 5 'positief')*

	Gemiddelde	Standaarddeviatie
Kerndienst (vakken en lessen)	3.47	.89
Omgeving (gebouw)	3.40	.79
Personeel (docenten)	3.63	.80
Organisatie & Communicatie (administratie en afstemming)	3.29	.83
Klanten (andere studenten, sfeer in de klas)	4.34	.74
Tevredenheid opleiding als geheel (rapportcijfer)	6.83	1.38

De respondenten oordelen (van alle kenmerken) het meest positief over de sfeer in de klas en hun docenten, en zijn het meest kritisch over de organisatie van en communicatie door hun opleiding. De bevroegde studenten geven hun opleiding een 6,8 als rapportcijfer; dit cijfer wordt beschouwd als de operationalisatie van studenttevredenheid. Vervolgens is nagegaan wat de samenhang was tussen de afhankelijke variabele tevredenheid en de onafhankelijke variabelen.

**Tabel 4** *Correlatie tussen de onafhankelijke variabelen en de afhankelijke (getallen zijn correlatiecoëfficiënten)*

	Correlatie
Kerndienst (vakken en lessen)	.68**
Omgeving (gebouw)	.21**
Personeel (docenten)	.72**
Organisatie & Communicatie (administratie en afstemming)	.63**
Klanten (andere studenten, sfeer in de klas)	.32**

\*\* :  $p < .0$

Tussen alle onafhankelijke variabelen en de afhankelijke blijkt een substantiële en positieve samenhang te bestaan ( $p < .01$ ). De samenhang is het hoogst tussen enerzijds de kerndienst, het personeel en de organisatie & communicatie en anderzijds de tevredenheid over de opleiding. Met andere woorden: als respondenten positief oordelen over de vakken, docenten, organisatie en communicatie – dan oordelen zij ook positief over de opleiding als geheel. Vervolgens is op basis

van een regressieanalyse vastgesteld welke van de onafhankelijke variabelen het sterkste effect had op de studenttevredenheid.

**Tabel 5** *Uitkomsten van de lineaire regressieanalyse met de KOPOCK-variabelen als onafhankelijke en de studenttevredenheid (gemeten als rapportcijfer) als afhankelijke.*

	$\beta$	t	p
Kerndienst (vakken en lessen)	.31	9.08	< .01
Omgeving (gebouw)	.01	.27	.79
Personeel (docenten)	.38	10.10	< .01
Organisatie & Communicatie (administratie en afstemming)	.22	6.41	< .01
Klanten (andere studenten, sfeer in de klas)	.03	1.24	.21

Gezamenlijk blijken de onafhankelijke variabelen 63% van de variantie in de afhankelijke variabele te verklaren, met andere woorden: als studenten positief oordelen over de kerndienst, het personeel en de organisatie & communicatie, dan zijn zij doorgaans ook tevreden over de opleiding als geheel. In overeenstemming met de uitkomsten van de correlatieanalyse blijken deze drie variabelen de belangrijkste determinanten van studenttevredenheid te zijn.

## Conclusies

De hoofdvraag van dit artikel was in welke mate de variabelen binnen het KOPOCK-model effect hadden op studenttevredenheid. Gezamenlijk slagen deze variabelen erin 63% van de variantie in studenttevredenheid te verklaren, hetgeen hoger is dan Snijders (2011) en Goudsmits (2011) vonden in hun studies naar studenttevredenheid en -retentie binnen het hbo. Drie van de vijf variabelen binnen dit model zijn significant van invloed op deze afhankelijke variabele, te weten de kerndienst (vakken), het personeel (de docenten) en de organisatie & communicatie (roostering en informatievoorziening); indien studenten positief oordelen over deze drie variabelen dan oordelen zij ook positief over de opleiding als geheel. Deze bevindingen convergeren op hoofdlijnen met Goudsmits eerdere studie, die eveneens vond dat de studenttevredenheid met name gebaseerd is op de kennis en inzichten die worden overgedragen (kerndienst), de empathie en vakdidactiek van docenten (personeel) en betrouwbaarheid van de organisatie (organisatie & communicatie).

Twee variabelen blijken niet significant van invloed te zijn op de studenttevredenheid, te weten andere klanten (ofwel de sfeer in de klas) en de omgeving (ofwel het gebouw en de voorzieningen daarbinnen). Inzake de problematiek van de eerstgenoemde variabele kan een verklaring zijn dat studenten hier bijna unaniem over te spreken zijn: deze is zeer positief beoordeeld (4,3 op een vijfpuntschaal), kent een sterk gepiekte verdeling (de kurtosiswaarde was 2,99) en ook bij

de open vraag noemt 95% van de studenten dit onderwerp niet als een verbeterpunt.

Wat betreft het uitblijvend effect van de variabele omgeving is de verklaring minder eenvoudig. De variabele vertoont geen gepiekte verdeling; respondenten zijn in hun oordeel hierover zeker niet unaniem (positief of negatief). Het is voorts niet de eerste keer dat geen effect werd gevonden van de variabele omgeving: ook Goudsmits vond in zijn studie bij een andere faculteit geen effect van deze variabele. Een verklaring zou kunnen zijn dat studenten de omgeving (het gebouw) zien als 'verpakking' en hun totaaloordeel eerder baseren op 'de inhoud' (docentuur, vakken en organisatie).

### **Beperkingen en aanbevelingen voor vervolgonderzoek**

Het besproken onderzoek kende enkele beperkingen. Alhoewel het onderzoek uitgevoerd is bij vijf verschillende faculteiten in drie verschillende steden, kende het geen landelijke dekking. Daarnaast ontbraken in de enquête – zo wees een open vraag over door studenten gewenste verbeteringen – vragen over de mediatheek en de verdeling van de studielast over het jaar heen. Een laatste verbeterpunt inzake de vragenlijst betreft de meting van tevredenheid. In de oorspronkelijke versie werd hierover maar één vraag gesteld, terwijl deze variabele verfijnder gemeten zou kunnen worden door er meer vragen over te stellen, bijvoorbeeld of men deze opleiding wederom zou kiezen en of men deze zou aanbevelen aan anderen.

Ondanks deze verbeterpunten kan het KOPOCK-model als geheel gezien worden als model dat een substantiële verklaring biedt voor verschillen in studenttevredenheid en aanknopingspunten geeft ter verbetering van dit oordeel. Het kan als basis fungeren voor zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek onder studenten naar het oordeel over hun opleiding en gewenste verbeteringen. Zowel in groepsdiscussies als diepte-interviews met studenten zouden vragen, gebaseerd op het KOPOCK-model, gehanteerd kunnen worden. Daarnaast zou het KOPOCK-model gehanteerd kunnen worden als kader om de antwoorden op deze vragen te classificeren en interpreteren.

Hiermee is meteen een tweede aanbeveling voor vervolgonderzoek gedaan: hanteer triangulatie en probeer niet alle vraagstukken met één instrument – deze enquête – te adresseren. Het risico bij het opstellen van vragenlijsten is vaak dat het streven naar volledigheid ten koste gaat van dat van bondigheid. Weegt het eerste streven zwaarder, dan kan dit gevolg hebben voor de respons en de zorgvuldigheid waarmee respondenten antwoorden. Kwalitatief onderzoek zal dan ook nodig zijn om details te belichten die in een standaardenquête mogelijk gemist worden. De gebruikte enquête kan ingezet worden om een opleiding op hoofdlijnen door te lichten; deze te vergelijken met opleidingen waar dezelfde vragenlijst ook is uitgezet, en een indruk te krijgen van verbeterprioriteiten. In aanvulling daarop kunnen interviews, focusgroepen en lesbezoeken ingezet worden om in alle hoeken en gaten een licht te laten schijnen, en in detail verbetervoorstellen uit te werken.

## Referenties

- Ansems, A. (2012). *Marketing in Culture. What aspects of service quality influence visitors' experience and loyalty in the museum sector and does level of foreknowledge moderate this relationship?* Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Bittner, M., (1992). Servicescapes: the effects of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56, 57-71.
- Brady, M., & Cronin, J. (2001). Some thoughts on conceptualizing service quality: a hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65, 34-49.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- Espelage, D., & Swearer, S. (2003). Research on school bullying and victimization: what have we learned and where do we go from here? *School Psychology Review*, 12(3), 365-383.
- Goudsmits, R. (2011). *Van instroom naar doorstroom. Een onderzoek naar de factoren van studentententatie van de voltijds hbo-studenten bij Fontys Hogeschool Marketing Management.* Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications of future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Ramseook-Munhurrin, P., Lukea-Bhiwajee, S., & Naidoo, P. (2010). Service quality in the public sector. *International Journal of Management and Marketing Research*, 3(1), 37-50.
- Rieff, S. (2012) *De determinanten van beleving en loyaliteit bij bezoekers van Chassé Cinema.* Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Shostack, G. (1977). Breaking free from product marketing. *Journal of Marketing*, 41, 73-80.
- Snijders, I. (2011). *Loyale studenten in beeld – Een onderzoek naar factoren die loyaliteit van hbo-studenten beïnvloeden.* Open Universiteit Nederland.
- Stalpers, C. (2006). *De bibliotheekbezoeker onder de loep. Een overzicht van klanttevredenheidsstudies uitgevoerd in 2004 en 2005.* Den Haag: Vereniging van Openbare Bibliotheken.
- Stalpers, C. (2007). *De bioscoopbezoeker onder de loep. Een onderzoek onder 827 Nederlanders naar hun waardering voor de dienstverlening van bioscopen.* Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Stalpers, C. (2011). *Syllabus Marketing van Cultuur.* Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Stalpers, C. (2013). *Een onderzoek onder 227 patiënten naar hun oordeel over hun ziekenhuisbezoek.* Tilburg: TiasNimbas.
- Suhre, C., Jansen, E., & Harskamp, E. (2007). The impact of degree program satisfaction on the persistence of college students. *Higher Education*, 54(2), 207-226.