



Εργαστήριο Άγοράς & Συμπεριφοράς
Market & Consumer Behavior Analysis Laboratory



Εργαστήριο Άγορά

Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Διοίκηση της εμπειρίας (CXM) στα ελληνικά πανεπιστήμια

*Πώς η εμπειρία στο αμφιθέατρο επηρεάζει
την ικανοποίηση, τη βαθμολογία και την
μετέπειτα συμπεριφορά των φοιτητών.*

ΣΥΝΟΨΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ



«ΟΙ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΜΑΘΑΙΝΟΥΝ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΣΤΑ ΑΜΦΙΘΕΑΤΡΑ!!» Αυτό είναι το συμπέρασμα της πανελλαδικής έρευνας του Εργαστηρίου «Αγορά» του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών σε 1.418 φοιτήτριες και φοιτητές των ελληνικών πανεπιστημίων. Η παρακολούθηση αλληλεπιδρά με την εμπειρία που αποκομίζουν οι φοιτητές από την παρουσία τους στο αμφιθέατρο οδηγώντας σε καλύτερες επιδόσεις, μεγαλύτερη ικανοποίηση και θετικότερα σχόλια προς τρίτους.

Η τριτοβάθμια εκπαίδευση αποτελεί παγκοσμίως μια αγορά που αναμένεται το 2020 να ξεπεράσει τα 70 δισ. δολάρια και βρίσκεται σε μια κρίσιμη καμπή της πορείας της με την έλευση της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον, έχει άραγε θέση η παραδοσιακή διάλεξη στο αμφιθέατρο και αν ναι, ποια είναι αυτή; «Περισσότερο από ποτέ» λένε τα συμπεράσματα της έρευνας του «Αγορά», αρκεί να επανασχεδιάσουμε την υπηρεσία υιοθετώντας μια πιο ανθρωποκεντρική φιλοσοφία (αυτή του μάρκετινγκ) που έχει ως σημείο αναφοράς τη συνολική εμπειρία (σε λογικό, συναισθηματικό, αισθητηριακό, φυσικό και πνευματικό επίπεδο) που αποκομίζει ο φοιτητής από τη συμμετοχή του στα μαθήματα.

Συνειδητοποιημένοι και σίγουροι οι Έλληνες φοιτητές!

Χαρακτηριστικά που συνδέονται με θετικότερη συνολικά εμπειρία, συχνότερη παρακολούθηση και υψηλότερες επιδόσεις έχουν οι φοιτητές των ελληνικών πανεπιστημίων. Πιο συγκεκριμένα η επαγγελματική αποκατάσταση (83%) και το προσωπικό ενδιαφέρον για το αντικείμενο (86,6%) είναι τα βασικά τους κίνητρα.

Παρά τη δυσμενή περιρρέουσα ατμόσφαιρα και τις φωνές απαξίωσης, πολύ λίγοι αμφιβάλουν για τη χρησιμότητα του πτυχίου τους (17%) και ακόμα λιγότεροι για τις ικανότητές τους (8,7%), χαρακτηριστικά που συνδέονται με χαμηλότερες επιδόσεις, λιγότερο συχνή παρακολούθηση και λιγότερο θετική εμπειρία.

Σχεδόν ένας στους δύο (48,5%) επιλέγει αντικείμενο που θα του δώσει την ευκαιρία να προχωρήσει σε συγκεκριμένες μεταπτυχιακές σπουδές.

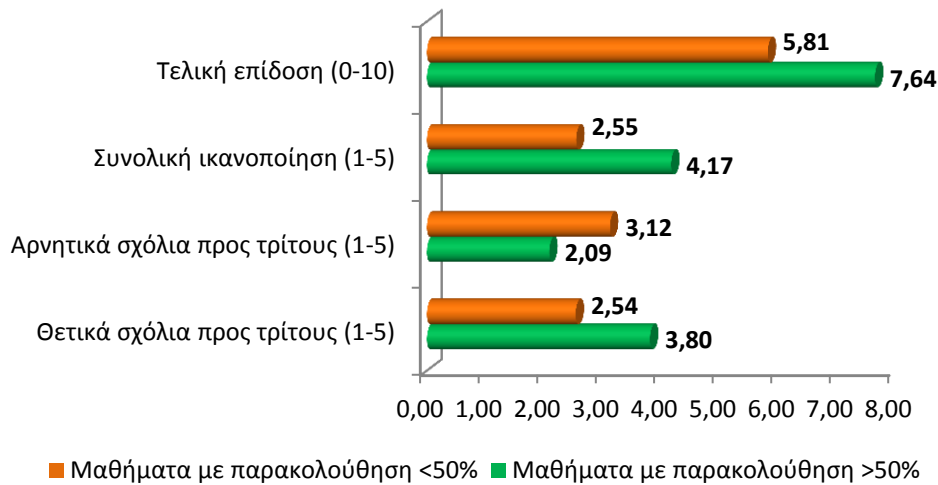
Μάθηση, ωφέλεια και κοινωνική συναναστροφή στα αμφιθέατρα!

Νέες γνώσεις (86,7%), όξυνση της περιέργειας για να εντρυφήσουν περαιτέρω (77,2%) και νέες γνωριμίες (77,6%) είναι οι θετικότερες διαστάσεις της εμπειρίας που έχουν οι φοιτητές μέσα στο αμφιθέατρο. Το 61,2% πέτυχαν ακριβώς αυτό που ήθελαν με τη συμμετοχή τους στο μάθημα ενώ το 67,5% χρειάστηκε να ανατρέξει και σε άλλες πηγές για να βρει πληροφορίες. Περισσότεροι από τους μισούς ένιωσαν μέρος μιας ομάδας (56%) και γνώρισαν ανθρώπους με παρόμοια ενδιαφέροντα (60,5%), αλλά μόλις ένας στους πέντε (21,7%) έκανε νέους φίλους. Στην πλειοψηφία τους οι φοιτητές ένιωσαν ότι εκτιμήθηκαν οι ικανότητές τους κατά τη διάρκεια του μαθήματος (57,1%) και σχεδόν ένας στους δύο (43,3%) δοκίμασαν τα όριά τους.

Η παρακολούθηση μετράει!

Σε όλες τις διαστάσεις που μετρήθηκαν, η εμπειρία που βιώνουν οι φοιτητές είναι σαφώς πιο έντονη για τα μαθήματα που παρακολούθησαν σε ποσοστό μεγαλύτερο από 50% από ό,τι σε εκείνα που παρακολούθησαν σε ποσοστό χαμηλότερο από 50%. Στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση υπάρχει και σε όλα τα αποτελέσματα που αξιολογήθηκαν (Γράφημα 1). Στα μαθήματα με παρακολούθηση >50%, η μέση τελική επίδοση ήταν κατά σχεδόν 2 βαθμούς υψηλότερη, η συνολική ικανοποίηση αυξημένη κατά 32%, τα θετικά σχόλια προς τρίτους αυξημένα κατά 25% και τα αρνητικά σχόλια μειωμένα κατά 21%.

Η θετική επίδραση της παρακολούθησης



Γράφημα 1

Θετική εμπειρία σημαίνει υψηλότερη επίδοση, μεγαλύτερη ικανοποίηση και καλύτερες συστάσεις!



Η εμπειρία συνδέεται θετικά και στατιστικά σημαντικά με την ικανοποίηση των φοιτητών από το μάθημα (ερμηνεύει το 41%), την επίδοσή τους σε αυτό (ερμηνεύει το 21,3%) τα θετικά σχόλια προς τρίτους (ερμηνεύει το 50%) ενώ περιορίζει τα αρνητικά σχόλια προς τρίτους (ερμηνεύει το 40,4%) (Γράφημα 2). Από τις διαστάσεις της εμπειρίας που μετρήθηκαν, εκείνες που έχουν σταθερή επίδραση σε όλα τα παραπάνω αποτελέσματα είναι η μάθηση, η ωφέλεια και η ευχαρίστηση.

Συμπερασματικά, παρά τις αλλαγές στη σύγχρονη εκπαίδευση, η παρουσία των φοιτητών στα αμφιθέατρα είναι καθοριστική τόσο για τους ίδιους όσο και

για τα πανεπιστήμια. Οι φοιτητές μαθαίνουν καλύτερα όταν παρακολουθούν και τα πανεπιστήμια ενισχύουν τη φήμη τους, πράγμα που οδηγεί σε καλύτερες αξιολογήσεις διεθνώς, περισσότερες ευκαιρίες για τους αποφοίτους τους και προσέλκυση υψηλότερου επιπέδου φοιτητών. Η διαχείριση της συνολικής εμπειρίας μέσα στο πανεπιστήμιο είναι η σύγχρονη πρόκληση για την πολιτεία (υποδομές και περιβάλλον χώρος), τη διοίκηση των πανεπιστημίων (οργάνωση και λειτουργία) και τους καθηγητές (σχεδιασμός μαθημάτων και αλληλεπίδραση με τους φοιτητές).



Ταυτότητα της έρευνας	Προφίλ Δείγματος
<p>Διάρκεια: 15/5-15/6 2018</p> <p>Δειγματοληψία: Δείγμα ευκολίας (μέθοδος χιονοστιβάδας)</p> <p>Συλλογή: Προσωπικές συνεντεύξεις</p> <p>Σύνολο απαντήσεων: 1.481 φοιτητές και φοιτήτριες ελληνικών πανεπιστημίων</p>	<p>Φύλο: Άνδρες: 42,3%, Γυναίκες: 57,7%</p> <p>Ηλικία: έως 19: 13%, 20: 35,1%, 21: 23%, 22: 13,1%, 23+: 15,8%</p> <p>Έτος φοίτησης: 1^ο έτος: 8,7%, 2^ο έτος: 38,2%, 3^ο έτος: 27,1%, 4^ο έτος: 14,4%, 5^ο +: 11,5%</p> <p>Ίδρυμα: Οικ. Παν. Αθηνών: 44,8%, ΕΚΠΑ: 15,2%, Παν. Πειραιώς: 8,2%, άλλα ΑΕΙ στην Αθήνα: 8%, άλλα ΑΕΙ στην υπόλοιπη Ελλάδα: 23,8%</p> <p>Απασχόληση: Σπουδάζουν αποκλειστικά: 61,5%, Παράλληλη μερική απασχόληση: 29,7%, Παράλληλη πλήρης απασχόληση: 8,8%</p>

Υπεύθυνοι της Έρευνας



Γεώργιος Ι. Σιώμκος,

Καθηγητής Μάρκετινγκ και Κοσμήτορας
Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων ΟΠΑ

Διευθυντής εργαστηρίου «Αγορά»

Email: gsiomkos@aueb.gr



Μαρίνα Ψιλούτσικου, Ph.D.

Μέλος ΕΔΙΠ Σχολής Διοίκησης
Επιχειρήσεων ΟΠΑ

Research Associate εργαστηρίου «Αγορά»

Email: mpsilout@aueb.gr