

Univerza
v Ljubljani

Fakulteta
za družbene vede



EVALVACIJA SPLETNEGA MESTA FAKULTETE ZA DRUŽBENE VEDE V LJUBLJANI

Predmet: Metodološki praktikum

Naročnik: Fakulteta za družbene vede v Ljubljani

Mentorja: red. prof. dr. Vasja Vehovar in asist. dr. Andraž Petrovčič

Avtorji: Mateja Čadež, Zala Dolenc, Timotej Hodnik, Jernej Makovec, Andraž Svetek

Ljubljana, junij 2013



POVZETEK

Z začetkom šolskega leta 2012/2013 je Fakulteta za Družbene vede v Ljubljani prenovila svoje spletno mesto. Ker vsako novo oziroma prenovljeno spletno mesto potrebuje strokovno evalvacijo, smo se v okviru predmeta Metodološki praktikum dogovorili in izvedli raziskavo o uporabnosti spletnega mesta. Spletno mesto je prvotno namenjeno dijakom, študentom, profesorjem in ostalim, ki potrebujejo informacije o fakulteti in študiju. Univerzitetno spletno mesto mora omogočati hiter in enostaven dostop do informacij o študiju in s študijem povezanih vsebin. Da bi ugotovili, ali je spletno mesto izdelano v skladu z načeli uporabnosti, smo pri raziskavi uporabili kvalitativni in kvantitativni pristop raziskovanja. V kvalitativnem delu smo pri testiranju uporabnosti spletnega mesta na dijakih ($n=12$) ugotavljali, kako dostopne so vsebine na spletnem mestu in ali imajo uporabniki pri iskanju le teh kakršnekoli težave. Spletno mesto smo testirali s pomočjo v naprej pripravljenimi nalogami. Ugotovili smo, da so testiranci imeli največ težav pri iskanju uradnega naziva diplomantov in pri iskanju zaposlitvenih možnosti. Izkazalo pa se je tudi, da imajo dijaki največ težav pri iskanju študijskih smeri, kar pa naj bi bilo za univerzitetno spletno mesto ključnega pomena. V kvantitativnem delu raziskave smo s pomočjo spletne ankete analizirali zadovoljstvo in uporabnost spletnega mesta, ker pa je eden od ciljev univerzitetnega spletnega mesta čim boljše predstaviti fakulteto javnosti, smo v vprašalnik vključili tudi vprašanja o ugledu fakultete. Spletno anketo ($n = 143$) smo objavili na spletnem mestu FDV, kjer je bila dostopna vsem obiskovalcem. Uporabnost spletnega mesta ($SUS=58,71$) in povprečno splošno zadovoljstvo s spletnim mestom ($ACSI=55,1$) sta pod povprečjem podobnih spletnih mest. Ta rezultat nam pove, da bi lahko bilo zadovoljstvo uporabnikov spletnega mesta dosti višje oziroma da spletno mesto ni zgrajeno do svojega polnega potenciala. To nam ponovno, da vedeti, da so potrebne izboljšave. Najnižje je povprečno zadovoljstvo z navigacijo na spletnem mestu zato bi ta dimenzija spletnega mesta morala imeti prioriteto pri izboljšavah. Zaradi nezadostnega števila dijakov v spletni anketi smo se odločili za obisk treh srednjih šol, kjer smo dijakom omogočili direkten dostop do vprašalnika ($n=43$). Indeks uporabnosti spletnega mesta ($SUS=65,4$) je višji kot pri splošni anketi vendar še vedno nižji od povprečja uporabnosti spletnih mest. Indeks zadovoljstva pri dijakih je 61,7, to je bolje kot pri anketi objavljeni na spletnem mestu FDV, a vseeno slabše



od povprečja primerljivih spletnih mest. Glede na rezultate obeh delov raziskave predlagamo nekaj predlogov, s katerimi bi omogočili nadaljnjo nadgradnjo spletnega mesta v smeri boljše uporabnosti in večjega zadovoljstva s spletnim mestom med uporabniki.

Ključne besede: Spletno mesto, FDV, test uporabnosti, spletna anketa, ACSI, SUS.



ABSTRACT

At the beginning of the school year 2012/1203 the Faculty of social sciences updated their website. Every new or renewed website needs expert evaluation, ergo we suggested and decided to do expert evaluation as the part of the course Methodological practicum. Website is initially intended for the pupils of high schools, students, professors and for those who need any information about the faculty or studies. University website is supposed to enable prompt and simple access to information about studies and contents related to studies at faculty. To establish whether the website is built according to usability principles we used quantitative and qualitative methods in our research. In qualitative part of the research where we were finding out how usable is the website, how accessible are the contents on the website and which problems are occurring during the visitation of the website, we used method called usability test. Our testees were high school pupils (n=12). We tested the website with pre-made assignments. We came to conclusion that testees were having the most problems with finding official title of the bachelor and with searching for employment options. In addition it turned out that testees were having problems with finding appropriate study program, which is supposed to be the most important information for high school pupils. In quantitative part of the research we used web survey to find out how satisfied are the users with the website, how do they evaluate usability and how big reputation has the faculty since the one of the main goals of university websites is to present the faculty to the public as good as possible. We published the web survey (n=143) on the website so it was accessible to all visitors. Usability index (SUS=58,71) and satisfaction index (ACSI=55,1) are both under the average of similar websites. This result indicate that the satisfactions of visitor with the website should be bigger or the website is not built to its full potential, ergo improvements are necessary. The lowest average satisfaction is with navigation of the website, therefore this dimension of the website should have priority when updating website. Due to insufficient number of high school pupils in the web survey we decided to visit three high school where we enable direct access to web survey(n=43). Usability index (SUS=65,4) is higher than in general survey but still lower than the average usability index of websites. Satisfaction index (ACSI=61,7) is better than in



the website published on the website FDV but also lower than average satisfaction of the comparable websites. Considering the results of both parts of the research we are suggesting few propositions that would enable further upgrading of the website towards better usability and higher satisfaction with the website among users.

Keywords: website, FDV, usability test, web survey, ACSI, SUS.



KLJUČNE UGOTOVITVE

Ključne ugotovitve analize obiskanosti spletnega mesta FDV:

- Največja obiskanost novega spletnega mesta FDV je bila med 12. januarjem 2013 in 11. februarjem 2013, v času izpitnega obdobja.
- Delež vračajočih in novih uporabniki se giblje med 15 - 20% novih uporabnikov in 85-80% rednih uporabnikov.
- Če primerjamo uporabnike, ki so obiskali spletno mesto FDV prvič in redne uporabnike, slednji na spletnem mestu FDV preživijo povprečno 4 minute in 19 sekund, medtem ko edinstveni uporabniki povprečno 2 minute in 47 sekund.
- Največ obiskovalcev pride na spletno stran s pomočjo iskanikov, kjer je najpogostejši iskalni izraz »fdv« ali »fakulteta za družbene vede«. Tak promet predstavlja 48% celotnega prometa. Tretjina obiskovalcev (35%) pa dostopa neposredno, torej preko zgodovine ali zaznamkov. Ostali dostopajo iz drugih strani.
- Nekaj več kot polovica (56%) obiskovalcev predstavljajo tisti, ki so spletno mesto obiskali med 9 in 200 krat.
- Na spletnem mestu preživi več kot 31 sekund 41% vseh obiskovalcev. Več kot 10 minut pa na spletnem mestu preživi 11,5% obiskovalcev, iz česar lahko sklepamo, da vsebine lahko težje dostopne.
- Najbolj obiskane strani na spletnem mestu FDV pa so Prijava (Moj FDV) in Domov (vhodna stran) ter Moj FDV. Na zadnjih dveh straneh pa obiskovalci preživijo tudi največ časa.

Ključne ugotovitve testov uporabnosti spletnega mesta FDV:

- Večina dijakov je na prvi pogled spletno mesto označilo kot lepo zasnovano, preprosto ter da ima neagresivne barve.
- Dijaki so hitro zamenjali Galerijo FDV z Dogodki in utrinki (Galerijo slik).
- Večina dijakov ne razume izrazov kot so Katedra, Alumni in kratic, kot so VS in UNI.
- Samo 50% anketirancev je opravilo nalogo, kjer so morali najti uradni naziv diplomanta. Največji problem se pojavlja, ker dijaki iščejo informacije preko



Katedre za družboslovno informatiko in metodologijo ali preko Centra za družboslovno infromatiko.

- Zelo slabo so opravljali tudi nalogo, kjer so morali poiskati zaposlitvene možnosti. Nalogo je opravilo 6 od 12 testirancev in en od njih je imel pri tem veliko težav. Dva dijaka sta informacijo iskala preko iskalnika, ki jima je izpisal rezultate iskanja, vendar pa se je nato prikazala prazna stran.
- Kar pet dijakov je informacije o študentskih društvih, ki delujejo v okviru FDV iskalo preko iskalnika, saj se jim je informacija zdela nedosegljiva.
- Šest dijakov je imelo težave ali pa sploh ni našlo predmetnikov. Štirje testiranci so ga iskali med predmeti, trije pa preko iskalnika, ki ga uporabljajo, ko želene informacije ne najdejo.
- Največ časa so dijaki porabili pri nalogi, kjer so iskali uradni naziv diplomanta po zaključenem študiju ter pri nalogi, kjer so iskali zaposlitvene možnosti.
- Največje razlike v razmerju med optimalnimi kliki in dejanskimi kliki dijakov, je pri nalogi, ker so dijaki iskali uradni naziv diplomanta. Optimalna sta bila 2 klika, dijaki pa so potrebovali tudi do 15 klikov.
- Najboljše razmerje med optimalnimi kliki in kliki dijakov pa ima naloga, kjer so iskali predstavitveno stran za Bodoče študente in naloga, kjer so iskali slike iz informativnega dneva 2013.
- Naloga 4 (predstavitvena stran za Bodoče študente), ki je bila najbolj učinkovita, je bila od naloge 5 (uradni naziv diplomanta), ki je bila najmanj učinkovita, 12-krat bolj učinkovita.

Ključne ugotovitve spletne ankete med obiskovalci spletnega mesta FDV (N=143), ki se nanašajo na obisk in uporabo spletnega mesta FDV:

- Polovica anketirancev obiskuje spletno mesto FDV vsak dan ali večkrat na dan, dobra četrtina (27%) pa obiskuje vsaj enkrat na teden, 20% respondentov pa ga obiskuje vsaj enkrat na mesec ali redkeje. Ostali so spletno mesto obiskali prvič (3%). Spletno mesto ima torej veliko rednih uporabnikov in le malo občasnih ter novih obiskovalcev.
- Le 2% anketirancev ne uporablja interneta skoraj vsak dan, v povprečju pa obiskovalci spletnega mesta FDV uporabljajo internet štiri do osem ur na dan.



- Večina anketirancev tudi uporablja socialna omrežja vsak dan ali večkrat na dan. To nam pove, da so uporabniki spletnega mesta izkušeni v uporabi interneta.
- Najbolj pogosto spletno mesto uporabljajo študentje oziroma tisti z dokončano srednjo šolo ter tisti, ki delajo specializacijo, magisterij ali doktorat.
- Najpogostejši razlogi za trenutni obisk anketirancev so: spletni referat, pravilniki, obrazci in informacije o zaposlenih ter knjižnica.
- Študentje največ uporabljajo spletni referat ter novice in obvestila, zaposleni na FDV-ju pa novice in obvestila. Te dve rubriki pa sta najbolj obiskani s strani vseh obiskovalcev spletnega mesta FDV, najmanj obiskane rubrike pa so informacije za medije, informacije o kariernem centru ter informacije o raziskovalnih dejavnostih.
- 13% respondentov je imelo težave z uporabo spletnega mesta FDV, največje probleme pa jim je predstavljalo iskanje zelenih podatkov, pri čemer jih 21% ni uspelo najti zelenih informacij. Pojavljajo se tudi tehnične težave s spletnim mestom FDV in težave z iskalnikom.
- Povprečna splošna ocena zadovoljstva (ACSI) znaša 55 (na lestvici od 0 do 100), kar pomeni da je splošno zadovoljstvo s spletnim mestom FDV pod povprečjem vrednosti ACSI za primerljive storitve ali izdelke. Na primer: povprečna ocena spletnih mest, ki nudijo novice je 75, družabnih omrežji 69 ter storitve ameriške vlade od 77 do 84.
- Najbolj zadovoljni s spletnim mestom so tisti, ki imajo končano srednjo šolo, tisti z univerzitetno izobrazbo, pa so najmanj zadovoljni s spletnim mestom. Bolj zadovoljni so tisti, ki internet uporabljajo 4 do 8 ur na dan in najmanj tisti, ki internet uporabljajo 9 ur ali več.
- Uporabniki so, glede na lestvico uporabnosti ACSI, najmanj zadovoljni z navigacijo po spletnem mestu (46 na lestvici od 0 do 100) ter z izgledom spletnega mesta (57), ostale dimenzije, vsebina, učinkovitost, funkcionalnost ter iskalnik, pa so ocenjene boljše (ocene se gibajo od 67 do 71). Pri tem je dimenzija »izgled« nekoliko specifična, saj vsebuje trditev, ki se nanaša na organizacijo spletnega mesta in tako bolj spada pod navigacijo kot ugled. Če se ta trditev izključi se potrdi ugotovitev testa uporabnosti, da so uporabniki v povprečju zadovoljni z izgledom spletnega mesta.
- Navigacijo po spletnem mestu FDV so najslabše ocenili tisti, ki delajo specializacijo, magisterij ali doktorat (29), ki pa so tudi najmanj zadovoljni z



vsebino ter funkcionalnostjo spletnega mesta FDV. Tako vidimo, da je glavni problem spletnega mesta navigacija, se pravi: organizacija spletnega mesta, število potrebnih korakov za doseg cilja, enostavnost navigacije in zmožnost najti želene informacije. Pri teh trditvah je bilo zadovoljstvo respondentov konsistentno nižje od povprečja (65).

- Po SUS merski lestvici pa so anketiranci ocenili uporabnost spletnega mesta z povprečno vrednostjo indeksa 58,7 (na lestvici od 0 do 100), to pa pomeni da je spletno mesto FDV boljše od 58% spletnih mest, a glede na vrednosti SUS indeksa potrebuje optimizacijo.
- Najvišjo uporabnost spletnega mesta FDV so med anketiranci podali tisti, ki imajo dokončano srednjo šolo, tisti, ki so mlajši od 30 let ter tisti, ki internet na dan uporabljajo manj kot 4 ure.
- Anketiranci, ki so pogostejši uporabniki interneta (internet na dan uporabljajo 9 ur ali več) so spletno mesto ocenili za slabše kot tisti, ki ga uporabljajo malo (do 4 ure na dan).
- Najboljše so spletno mesto FDV ocenili uporabniki, ki spletno mesto obiskujejo vsaj enkrat na teden, vendar ne vsak dan, najslabše pa tisti, ki niso redni uporabniki spletnega mesta, torej spletno mesto obiskujejo enkrat na mesec ali manj ali pa so na njem celo prvič.

Ključne ugotovitve spletne ankete med dijaki (N=43):

- Večina dijakov je bila starih 18 let, med njimi je bila polovica žensk in polovica moških. Vsi dijaki obiskujejo tretji letnik splošne ali strokovne gimnazije.
- Spletno mesto FDV je že prej obiskalo 18% anketirancev, ostali pa so spletno mesto obiskali prvič.
- Pri tokratnem obisku je imelo 77% dijakov težave z iskanjem vsebine, informacij ali podatkov. To pomeni da je navigacija in arhitektura spletnega mesta slabo dodelana. Ta ugotovitev je bila potrjena tudi s testom uporabnosti.
- Povprečna vrednost indeksa SUS je 65,4, to pomeni da je spletno mesto FDV boljše od 65% spletnih mest (vrednosti indeksa pod 68-70 nakazujejo možno potrebo po izboljšavah). Je pa povprečna vrednost uporabnosti pri anketi na dijakih višja kot pri spletni anketi (58,7). Na to razliko je lahko vplivalo več faktorjev, kot



sta: različno poznavanje spletnega mesta (večina dijakov je prvič obiskala spletno mesto) ter vpliv prisotnosti izvajalcev ankete (študenti FDV).

- Povprečna vrednost izračunanega indeksa ACSI je 61,7. Tudi tu je rezultat boljši od tistega pri spletni anketi. Izračunana vrednost indeksa je nižja od povprečja primerljivih izdelkov ali storitev.
- Dijaki so pri vprašanjih o poznavanju spodaj naštetih družboslovnih fakultet najbolj poznali Filozofsko fakulteto, FDV je na četrtem mestu. Glede na zanimanje študija na desetih naštetih fakultetah so dijaki največje zanimanje izrazili za študij na Pedagoški fakulteti, FDV pa zopet zaseda četrto mesto. Pri vprašanju o ugledu visokošolskih zavodov se najvišje v pozicionira Filozofska fakulteta, FDV pa je na četrtem mestu (od desetih naštetih fakultet).
- Kar se tiče ugleda FDV, so se dijaki najbolj strinjali s trditvijo »Delovanje FDV-ja je pomembno za družbo« ter »Na FDV-ju lahko padeš samo po stopnicah«, najmanj pa so se strinjali s trditvijo »FDV je med zahtevnejšimi družboslovnimi fakultetami« ter »FDV ima slabši ugled od ostalih družboslovnih fakultet«.



KAZALO VSEBINE

POVZETEK.....	2
ABSTRACT.....	4
KLJUČNE UGOTOVITVE.....	6
KAZALO VSEBINE.....	11
KAZALO SLIK.....	15
KAZALO TABEL.....	17
1. UVOD.....	19
2. TEORETSKO OZADJE.....	22
2.1 UPORABNOST.....	22
2.1.1. PRIMARNE NALOGE IN CILJI IZOBRAŽEVALNE USTANOVE	25
2.1.2. CILJI SPLETNEGA MESTA.....	26
2.2. KAKŠNO JE DOBRO SPLETNO MESTO.....	26
2.3. SPLETNO ANKETIRANJE	28
2.4. UGLED	28
2.5. SUS IN ACSI.....	30
2.6. METODOLOŠKA IZHODIŠČA	33
3. SEKUNDARNA ANALIZA – ANALIZA OBISKANOSTI SPLETNEGA MESTA FDV	35
3.1. UVOD	35
3.2. RAZLAGA POJMOV	36
3.3. MESEČNI OBISK PRENOVLJENEGA MESTA FDV.....	37
3.3.1. Obisk spletnega mesta.....	37
3.3.2. Povprečen čas trajanja obiska	39
3.3.3. Primerjava novih (edinstvenih) in vračajočih uporabnikov	39



3.4. Vir dostopa do spletnega mesta FDV.....	41
3.4.1. Promet iskanja	41
3.4.2. Neposredni promet.....	44
3.4.3. Referenčni promet.....	45
3.5. Vedenje obiskovalcev	46
3.5.1. Pogostost obiskovanja	46
3.5.2. Pripadnost.....	47
3.5.2. Primerjava obiskovalcev glede na države.....	48
3.6. VSEBINA	49
3.6.1. Najbolj obiskane strani	49
3.6.2. Izhodne strani	51
3.6.3. Analiza vhodne strani	52
4. KVALITATIVNO RAZISKOVANJE – TEST UPORABNOSTI.....	55
4.1. METODOLOGIJA.....	55
4.1.1. Uvod.....	55
4.1.2. Vzorec	55
4.1.3. Izvedba testa	56
4.1.4. Udeleženci testa uporabnosti.....	57
4.1.5. Scenarij za test uporabnosti.....	58
4.2. REZULTATI TESTOV UPORABNOSTI	59
4.2.1. Uspešnost zaključenih nalog	59
4.2.2. Čas reševanja nalog.....	63
4.2.3. Študija optimalnih klikov	64
4.2.4. Učinkovitost spletnega mesta FDV	67
4.2.5. Podrobni opisi napak.....	68
4.2.6. Povzetek podatkov	72
4.2.7. Predlogi za izboljšavo	72
4.3. ANALIZA REZULTATOV UVODNEGA VPRAŠALNIKA.....	75
4.3.1. Najpogosteje obiskovane spletne strani.....	75
4.3.2. Splošne ocene.....	76
4.4. SKLEPNE UGOTOVITVE	77
5. KVANTITATIVNO RAZISKOVANJE – SPLETNA ANKETA.....	77
5.1. METODOLOGIJA.....	78



5.1.1. UVOD	78
5.1.2. SPLETNA ANKETA.....	78
5.1.3. VPRAŠALNIK.....	79
.....	80
5.1.4. SPLETNA ANKETA ZA DIJAKE.....	80
5.1.5. VPRAŠALNIK.....	81
5.1.5 Vrednosti indeksa ACSI primerljive z našo raziskavo	82
5.2. ANALIZA SPLETNE ANKETE	84
5.2.1. Socio-demografske značilnosti vzorca	84
5.2.2. Obisk in uporaba spletnega mesta FDV.....	85
5.2.3. Obisk spletnega mesta	87
5.2.4. ACSI.....	98
5.2.5. Zadovoljstvo nad spletnim mestom (ACSI).....	Ошибка! Залкада не определена.
5.2.6. Evalvacija uporabnosti spletnega mesta (SUS)	108
5.3. SKLEPNE UGOTOVITVE	113
5.4. ANKETA NA DIJAKIH	116
5.4.1. Socio-demografske značilnosti dijakov.....	116
5.4.2. ACSI in SUS	117
5.4.3. UGLED	121
5.5 Sklepne ugotovitve.....	127
6. ZAKLJUČEK	128
7. LITERATURA.....	132
8. PRILOGE.....	136
PRILOGA 1: POJAVNA PASICA Z VABILOM NA ANKETO NA DOMAČI STRANI FDV	136
PRILOGA 2: VABILO K EVALVACIJI SPLETNEGA MESTA NA STRANI FDV, KOT OBVESTILO.....	137
PRILOGA 3: VABILO K EVALVACIJE SPLETNEGA MESTA NA FACEBOOK STRANI FDV-ja.....	138
PRILOGA 4: TEST UPORABNOSTI – UVODNI VPRAŠALNIK	139
PRILOGA 5: TEST UPORABNOSTI – OBRAZEC ZA SOGLASJE SNEMANJA	140



PRILOGA 6:– SCENARIJZA TEST UPORABNOSTI	141
PRILOGA 7: TEST UPORABNOSTI - POST TEST VPRAŠALNIK	145
PRILOGA 8: TESTNI PROTOKOL ZA DIJAKE	146
PRILOGA 9: PREDSTAVITEV V POWER POINTU ZA DIJAKE	148
PRILOGA 10: SPLETNA ANKETA	149
PRILOGA 11: SPLETNA ANKETA NA DIJAKIH.....	160
PRILOGA 12: RAZDELITEV DELA PO ČLANIH SKUPINE IN PREDVIDENE URE	167
PRILOGA 13: GANNT DIAGRAM – PREDVIDEN POTEK DELA	168
<i>PRILOGA 14: POROČILO O IZVEDBI PROJEKTA - EVALVACIJA SPLETNEGA MESTA FAKULTETE ZA DRUŽBENE VEDE V LJUBLJANI.....</i>	<i>169</i>
14.1. UVOD	169
14.2. IZHODIŠČNI PROJEKTNI NAČRT	170
14.3. IZVEDBA PROJEKTA	172
14.4. PRIMERJAVA MED NAČRTOVANO IN DEJANSKO IZVEDBO PROJEKTA	174
14. 5. IDEALNI POTEK PROJEKTA.....	177
14.6. PRIMERJAVA NAČRTOVANIH IN PORABLJENIH UR	179
14.7. ZAKLJUČEK	181



KAZALO SLIK

<i>Slika 2.1: Model sistemske sprejemljivosti.....</i>	<i>23</i>
<i>Slika 3.2.: Mesečni in edinstveni obiski (12. november 2012 – 11. marec 2013).....</i>	<i>38</i>
<i>Slika 3.3.: Povprečen čas trajanja obiska (12. november 2012 – 11. marec 2013).....</i>	<i>39</i>
<i>Slika 3.4.: Deležvračajočih in novih uporabnikov (12. november 2012 – 11. marec 2013).....</i>	<i>40</i>
<i>Slika 3.5.: Vir prometa (12. november 2012 – 11. marec 2013).....</i>	<i>41</i>
<i>Slika 3.6.: Povprečen čas trajanja obiskov (12. november 2012 – 11. marec 2013).....</i>	<i>50</i>
<i>Slika 3.7.: Vrhnji del vhodne strani (12. november 2012 – 11. marec 2013).....</i>	<i>52</i>
<i>Slika 3.8. Srednji del vhodne strani (12. november 2012 – 11. marec 2013).....</i>	<i>53</i>
<i>Slika 3.9.: Spodnji del vhodne strani (12. november 2012 – 11. marec 2013).....</i>	<i>53</i>
<i>Slika 4.10.: Prikaz napake iskanja preko iskalnika.....</i>	<i>62</i>
<i>Slika 4.11.: Učinkovitost glede na povprečen čas in zaključenost nalog.....</i>	<i>68</i>
<i>Slika 4.12.: Iskanje testiranca 8, ko je iskal strokovni naziv diplomanta.....</i>	<i>69</i>
<i>Slika 4.13.: Iskanje testiranca, ko je iskal zaposlitvene možnosti za smer Mednarodni odnosi.....</i>	<i>70</i>
<i>Slika 4.14.: Predlog spremembe menija.....</i>	<i>73</i>
<i>Slika 4.15.: Prikaz napake v iskalniku.....</i>	<i>74</i>
<i>Slika 5.16.: Deleži respondentov glede na obisk spletnega mesta (N:202, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....</i>	<i>85</i>
<i>Slika 5.17.:Deleži respondentov glede na status obiskovalcev(N:205, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....</i>	<i>86</i>
<i>Slika 5.18.: Deleži respondentov glede na uporabo interneta (N:137, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....</i>	<i>86</i>
<i>Slika 5.19.: Deleži pogostosti uporabe socialnih omrežji(N: 137, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....</i>	<i>87</i>
<i>Slika 5.20.: Povprečno obiskovanje spletnega mesta glede na splošno rabo interneta (N:137, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....</i>	<i>88</i>
<i>Slika 5.21.: Deleži respondentiv v % glede na glavni razlog za trenutni obisk (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....</i>	<i>90</i>
<i>Slika 5.22.: Glavni razlog za trenutni obisk spletnega mesta glede na vlogo obiskovalcev v % (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....</i>	<i>90</i>
<i>Slika 5.23.: Pogostost iskanja vsebin na spletnem mestu v % (N:167, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....</i>	<i>93</i>
<i>Slika 5.24.: Povprečja dimenzij uporabnosti spletnega mesta (N:141, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....</i>	<i>98</i>
<i>Slika 5.25.: Porazdelitev povprečnih vrednosti SUS v % (N:137, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>



Slika 5.26.: Kakšno je vaše splošno zadovoljstvo z spletnim mestom?Deleži v % (N:149, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	103
Slika 5.27.: V kolikšni meri izpolnjuje spletno mesto vaša pričakovanja?Deleži v % (N:148, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	104
Slika 5.28.:V kolikšni meri spletno mesto (ne)ustreza vaši predstavi o idealnem spletnem mestu? Deleži v % (N:143, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	104
Slika 5.29.: Kako verjetno bi priporočili spletno mesto FDV prijatelju/-ici ali kolegu/-ici? Deleži v % (N:142, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	105
Slika 5.30.: Povprečja trditvev SUS (N:72, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	108
Slika 5.31.:Strinjanje s trditvami SUS v % (N:72, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	110
Slika 5.32.: Porazdelitev deležev vrednosti indeksa SUS v % glede na lestvico SUS, ena kategorija zavzema 20 vrednosti. (N:68, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	111
Slika 8.33.: Pojavna pasica z vabilom na anketo	136
Slika 8.34.: Vabilo k evalvaciji spletnega mesta, kot obvestilo.....	137
Slika 8.35.: Vabilo k evalvaciji na Facebook strani FDV-ja.....	138
Slika 8.36.:Predstavitev Power pointu za dijake.....	148
Slika 8.37.: Predviden potek dela.....	168
Slika 2.1.: Izhodiščni projektni načrt	171
Slika 3.2.: Dejanski potek projekta.....	173
Slika 4.3.: Primerjava med načrtovano in dejansko izvedbo projekta	174
Slika 5.4.: Idealni potek	178
Slika 6.5.: Dejanske in načrtovane ure.....	180



KAZALO TABEL

Tabela 3.1.: Mesečni obisk spletnega mesta FDV (12. november 2012 – 11. marec 2013).....	37
Tabela 3.2.: Primerjava vračajočih in edinstvenih uporabnikov (12. november 2012 – 11. marec 2013).....	39
Tabela 3.3.: Ključne besede prometa iskanja (12. november 2012 – 11. marec 2013).....	42
Tabela 3.4.: Naslovne strani neposrednega prometa (12. november 2012 – 11. marec 2013).....	44
Tabela 3.5.: Viri referenčnega prometa (12. november 2012 – 11. marec 2013).....	45
Tabela 3.6.: Pogostost obiskovanja (12. november 2012 – 11. marec 2013).....	46
Tabela 3.7.: Število obiskov glede na trajanje obiska (12. november 2012 – 11. marec 2013).....	47
Tabela 3.8.: Podatki o obiskih glede na državo (12. november 2012 – 11. marec 2013).....	48
Tabela 3.9.: Najbolj obiskane strani in čas trajanja obiska (12. november 2012 – 11. marec 2013).....	49
Tabela 3.10.: Izhodne strani (12. november 2012 – 11. marec 2013).....	51
Tabela 4.11.: Udeleženci testa uporabnosti in trajanje testa.....	57
Tabela 4.12.: Uspešnost zaključenih nalog.....	60
Tabela 4.13.: Čas reševanja nalog.....	63
Tabela 4.15.: Število klikov po posameznih nalogah in testirancih ter optimalni kliki posamezne naloge.....	65
Tabela 4.16.: Uporabnost spletnega mesta po Smithu (1996).....	66
Tabela 4.17.: Učinkovitost spletnega mesta FDV.....	67
Tabela 4.18.: Število napak.....	71
Tabela 4.19.: Prikaz števila zaključenih nalog, število napak in povprečen čas reševanja nalog.....	72
Tabela 4.20.: Najbolj obiskane spletne strani glede na srednjo šolo testiranca (Vir: Uvodni vprašalnik).....	75
Tabela 4.21.: Ocene elementov testirancev (Vir: Post-test vprašalnik).....	76
Tabela 5.22.: Stopnje odgovorov.....	78
Tabela 5.23.: Struktura razbitja in število enot v vzorcih.....	80
Tabela 5.24.: E- storitve in vrednosti ACSI (Vir: theacsi.org).....	83
Tabela 5.25.: Storitve države, ki jih meri indeks ACSI in njihove vrednosti za obdobje zadnjega četrletja v letu 2012 (Vir: theacsi.org).....	83
Tabela 5.26.: Socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	84
Tabela 5.27.: Pogostost obiska spletnega mesta glede na socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	89
Tabela 5.28.: Pogostost obiskovanja oziroma uporabljanja naštetih vsebin ali rubrik (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	91
Tabela 5.29.: Povprečne vrednosti iskanja vsebin na spletnem mestu glede na socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	95
Tabela 5.30.: Povprečne vrednosti iskanja vsebin na spletnem mestu glede na socio-demografske značilnosti.....	Ошибка! Закладка не определена.
Tabela 5.31.: Težave uporabnikov pri obisku (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013).....	97



<i>Tabela 5.32.: Težave, na katere so naleteli uporabniki (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)</i>	97
<i>Tabela 5.33.: Povprečja trditev o uporabnosti spletnega mesta (N:141, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)</i>	99
<i>Tabela 5.34.: Povprečne vrednosti dimenzij, socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)</i>	101
<i>Tabela 5.35.: Povprečja trditev o splošnem zadovoljstvu s spletnim mestom. (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)</i>	103
<i>Tabela 5.36.: Vrednost ACSI indeksa glede na socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)</i>	106
<i>Tabela 5.37.: Vrednosti SUS glede na socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)</i>	112
<i>Tabela 8.38.: Razdelitev dela po članih in predvidene ure</i>	167



1. UVOD

V preteklih desetletjih smo bili priča različnim informacijskim in komunikacijskih spremembam. Pojavil se je splet in spletna mesta. Na začetku so bila spletna mesta nestabilna in zdi se, da se lastnosti in funkcije ter standardi spreminjajo vsak teden. Podjetja so spoznala, da je prisotnost na spletu pomembna za njihovo prepoznavnost in razvoj. Z leti so se razvijala tudi spletna mesta, katera potrebujejo nenehno prenavljanje, optimiziranje in racionaliziranje. Tako kot podjetja so tudi Fakultete in Univerze čedalje bolj tržno usmerjene in temu primerno se predstavljajo tudi na spletu. Del te prenove je bilo deležno tudi spletno mesto Fakultete za družbene vede v Ljubljani (FDV), ki je bilo postavljeno decembra leta 1998 in prenovljeno novembra leta 2012. Da se obiskovalci vračajo na spletno mesto mora le ta biti vzdrževano, pregledno, hitro delujoče in enostavno za uporabo. Zato je za vzdrževalce spletnih mest pomembno, da spletno stran redno pregledujejo in jo osvežujejo s pomembnimi informacijami. Pri tem pa jim je v veliko pomoč evalvacija spletnega mesta. Evalvacija daje koristne informacije za odločanje o razvoju spletne predstavitve v prihodnosti. Ker gre za vrednotenje spletne predstavitve v najširšem smislu, le-ta vključuje testiranje uporabnosti, ocenjevanje koristnosti in ugotavljanje stopnje funkcionalnosti (Friedlein 2001, 46). Evalvacija je namenjena izboljšavi že obstoječe spletne strani, zato bodo rezultati raziskave usmerjeni predvsem v iskanje možnih izhodišč za vsebinsko in strukturno nadgradnjo spletnega mesta.

Vodstvo FDV se je ob prenovi odločilo, da bo po prenovi spletno mesto FDV namenjeno predvsem zunanjim javnostim, zato se je tekom zasnove novega spletnega mesta soočalo predvsem z vprašanjema, kako spletno mesto približati dijakom in pa kako spletno mesto predstavlja fakulteto širši javnosti. V tem pogledu so sledili predvsem naslednjim kriterijem in vidikom:

- Vsebinska ustreznost
- Preprosta arhitektura, ki omogoča nazoren in enostaven pregled spletnih vsebin
- Zadovoljstvo z izgledom spletnega mesta
- Ugled in prepoznavnost fakultete ter samega spletnega mesta FDV



Slednji vidik je za naročnika najbolj pomemben, zato je v prenavo spletnega mesta velik poudarek namenil prepoznavnosti in dostopnosti preko spletnih socialnih omrežij, kot so Facebook, Youtube, LinkedIn, Eventbrite, Twitter in možnosti naročanja na novice. Zanima nas ali je spletno mesto FDV po mnenju uporabnikov zadostuje kriteriju uporabnosti spletnega mesta.

Namen projekta je evalvacija spletnega mesta FDV, ki obiskovalcem ponuja informacijske in komunikacijske storitve, preko katerih spletno mesto omogoča različne aktivnosti za posamezne skupine obiskovalcev. Z začetkom novega šolskega leta 2012/2013 je bilo aktivirano novo spletno mesto FDV, na katerem še ni bila izvedena evalvacija uporabnosti, zato bodo s projektom poskušali oceniti uspešnost prenove spletnega mesta ter pokazati na morebitne funkcionalnosti in rešitve, ki bi z optimizacijo izboljšali uporabniško izkušnjo in zadovoljstvo različnih skupin uporabnikov.

Pri projektu bomo uporabili več raziskovalnih metod. Poslužili se bomo kvalitativnega in kvantitativnega raziskovanja.

Z analizo drugih raziskav in poročil bomo vzpostavili teoretsko ozadje, ki bo izhodišče za kvantitativno in kvalitativno raziskavo in s pomočjo katere bomo oblikovali veljavna in zanesljiva vprašanja in naloge za spletno anketo in test uporabnosti spletnega mesta. Z ustreznimi vprašanji bomo lahko pridobili relevantne podatke, na osnovi katerih bomo oblikovali predloge morebitnih sprememb, tako v arhitekturi kot v sami vsebini spletnega mesta. Najprej bomo opravili analizo sekundarnih podatkov, ki bo vsebovala analizo obiskanosti spletnega mesta s pomočjo orodja Google Analytics. Naročnik nam bo zagotovil, dostop do podatkov obiskanosti spletnega mesta FDV.

Pri kvalitativnem raziskovanju bomo uporabili metodo testa uporabnosti. Ker je prenovljeno spletno mesto v osnovi namenjeno komuniciranju z dijaki, bodo slednji naša ciljna populacija pri kvalitativnem raziskovanju. Za test uporabnosti bo potrebno sestaviti praktične naloge in kratki vprašalnik, s katerim bomo poizvedovali Kdo so obiskovalci spletnega mesta FDV? Kakšne informacije iščejo? Kako jih iščejo in ali jih najdejo? Hkrati želimo v raziskavi ugotoviti, ali so obiskovalci s kakovostjo najdenih informacij zadovoljni, ali se jim le-ta zdi pomanjkljiva. Zanimalo nas bo tudi, ali imajo



kakšen predlog za izboljšavo spletnega mesta. Rekrutacija dijakov za test uporabnosti bo potekala na različnih srednjih šolah po Ljubljani in okolici. Testi se bodo izvajali na lokaciji izven fakultetnih prostorov. Vse teste se bo nadzorovalo preko programa Camtasia Studio, ki bo beležil video za prepoznavanje reakcij in obraznih mimik pri izvajanju nalog. Za testiranje in snemanje bo potrebno pridobiti privolitev testirancev. Pred testiranjem bomo izvedli poizkus in posneli 2 pilota, katera bosta služila za samoevalvacijo in izboljšavo testnih nalog. Po končanem testu jim bomo podali tudi kratki anketni vprašalnik in analizirali pridobljene rezultate. Za rekrutacijo testirancev bo s pomočjo programa AdobeIndesign CS6 in AdobePhotoshop izdelan plakat, ki bo nagovarjal na sodelovanje pri raziskavi. Na plakatu bodo inspiracijsko vabilo in kontaktni podatki, ne bo pa navedeno za evalvacijo katerega spletnega mesta gre.

Preverjanje prepoznavnosti in ugleda fakultete v širši javnosti predstavlja eno izmed glavnih nalog raziskovalnega projekta, zato je potrebno zbrati podatke, s pomočjo spletna ankete, ki bo predstavljala kvantitativni del raziskovanja. Anketa bo pripravljena s pomočjo orodja 1ka, ki omogoča izdelavo in analizo spletnih anket. Anketa bo dostopna preko spletnega mesta FDV, tako da bodo do nje lahko dostopali vsi uporabniki oz. obiskovalci spletnega mesta. Spletno anketo bodo predvidoma sestavljali različni sklopi vprašanj (demografija, splošen vtis, zadovoljstvo, uporaba in pomanjkljivosti spletnega mesta). Dodaten sklop vprašanj pa se bo navezoval na prepoznavnost in ugled FDV.



2. TEORETSKO OZADJE

Ocenili bomo uporabnost spletnega mesta Fakultete za družbene vede, in z njimi povezane teoretske pojme, ki so ključni za razumevanje naše raziskovalne naloge. V tem sklopu teorije bomo definirali kaj je uporabnost, zakaj je pomembna, kateri so kriteriji uporabnosti spletnega mesta. S pregledom obstoječe literature in poročil raziskav se bomo osredotočili na uporabnost univerzitetnih spletnih mest. Dodatni bomo tudi preučili ugled in poznavanje Fakultete za družbene vede med dijaki.

2.1 UPORABNOST

Spletno mesto (ang. "website") je komunikacijsko orodje, ki ga razvijamo za doseganje lastnih ciljev, ki smo si jih zadali. To je orodje je prvo v zgodovini, ki lahko opravlja več opravil hkrati kot katero koli drugo orodje pred tem (Plumley 2010).

Kot primer dobrega spletnega mesta smo preučili poročilo Harvardske univerze v katerem so ugotovili, da ima tudi ena najboljših univerz v ZDA nekatere pomanjkljivosti. Zato se zavedamo pomembnosti testa uporabnosti na vseh spletnih mestih, še posebej pa na prenovljenih spletnih mestih, ki še niso izvedle testa uporabnosti.

Svetovni splet je medij, čigar storitve omogočajo komunikacijo (elektronska pošta), prenos podatkov, ter objavljanje informacij (spletne strani, blogi, portali, forumi, socialna omrežja itd.) v različnih oblikah. Splet je porazdeljen hipertekstni sistem, ki deluje v medmrežju. Spletni brskalniki in spletni strežniki, omogočajo uporabnikom spleta, da dostopajo do dokumentov z nadbesedili – spletnih strani. Na spletnih straneh lahko najdemo različne vsebine: besedila, slike, zvočne posnetke, slike, programe, pa tudi povezave na druga spletna mesta. Smiselno povezana spletna mesta tvorijo spletišče (Burnett v Gračar, 2003).

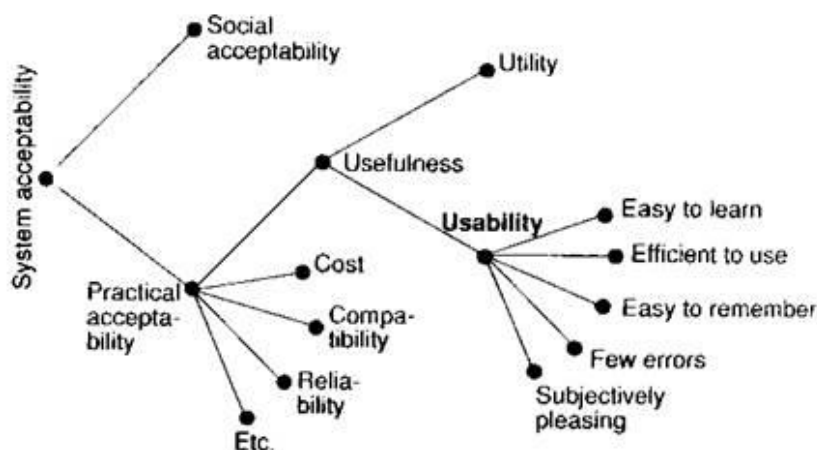
Evalvacija spletne predstavitve je proces opazovanja in ocenjevanja najrazličnejših vidikov spletne predstavitve s pomočjo različnih raziskovalnih metod, ki so vezane na nov medij. Cilj evalvacije je določitev vrednosti spletne predstavitve v širših



okolščinah, ki determinirajo njen obstoj. Vrednost spletne predstavitve je določena s stopnjo uresničitve zastavljenih ciljev v komunikacijski strategiji, ta stopnja pa je določena glede na ustreznost spletne predstavitve kriterijem evalvacijskih študij. Med drugim je namen evalvacije spletnih predstavitev tudi iskanje izboljšav in novih možnosti za prihodnji razvoj spletne predstavitve. Rezultat evalvacije spletne predstavitve je tako ugotovitev neustreznih spletnih rešitev, kot tudi določitev možnosti za njihovo popravo v smeri uresničevanja komunikacijskih ciljev (Kragelj 2002).

Uporabnost (ang. "usability") je potrebno umestiti v model sistemske sprejemljivosti ("model of the attributes of system acceptability"). Sistemska sprejemljivost nam pove ali je sistem dovolj dober za zadovoljevanje potreb uporabnikov. Celotna sistemska sprejemljivost pa je kombinacija dveh pojmov: socialna sprejemljivost in praktična sprejemljivost. Za našo raziskavo je pomembna je praktična sprejemljivost, ki se nadalje razdeljuje na **koristnost** ("Usefulness"), stroške, kompatibilnost, zanesljivost ipd. Koristnost nam pove ali se sistem lahko uporabi za doseganje želenih ciljev. Le-ta pa se nadaljnjo deli na praktičnost ("utility") in **uporabnost** ("usability"). Praktičnost nam pove, ali lahko v principu funkcionalnosti sistema naredi kar uporabnik potrebuje. Uporabnost pa je, vprašanje kako dobro uporabnik uporablja te funkcionalnosti. Uporabnost se navezuje na vse aspekte sistema, s katerimi uporabnik lahko komunicira (Grudin v Nielsen 1992).

Slika 2.1: Model sistemske sprejemljivosti



Definicija uporabnosti (po Nielsen 1993) vsebuje več dimenzij.

- **Učljivost** ("Learnability")
- **Učinkovitost** ("Efficiency")



- **Zapomljivost** (“Memorability”)
- **Napake** (“Errors”)
- **Zadovoljstvo**

S pomočjo teh bolj specifičnih in merljivih dimenzij lahko do uporabnosti sistematično pristopimo, jo nadgradimo in evalviramo (merimo).

1. **Učljivost** (“Learnability”) je temeljna dimenzija uporabnosti, saj mora biti večina spletnih mest narejena za hitro učljivost, saj je mora uporabnik ponavadi ob prvi interakciji s spletnim mestom naučiti le-to uporabljati. Torej mora biti spletno mesto zasnovano tako, da lahko uporabnik hitro osvoji osnovne funkcije spletne strani. Učljivosti je ena od najlažje izmerljivih lastnosti uporabnosti. V začetkih merjenja so se študije osredotočale na uporabnike brez kakršnegakoli uporabniškega znanja. Ampak ker danes vedno več ljudi uporablja računalnike, je postalo pomembno, da vključimo take uporabnike v študije sistema učljivosti. Uspešno zaključena naloga, ki je dana uporabniku je najbolj pogosta oblika, ki izraža določen stopnjo znanja.

2. **Učinkovitost** (“Efficiency”) je pojem, ki govori o tem, da mora biti spletno mesto učinkovito za uporabo, da je takrat, ko se uporabnik nauči uporabljati spletno mesto, omogočena velika produktivnost. Večinoma se učinkovitost uporabe meri v času, ki ga testiranec porabi za določeno testno nalogo oz. vprašanje.

3. **Zapomljivost** (“Memorability”) je dimenzija uporabnosti, ki nam določa, da mora biti spletno mesto zasnovano tako, da je lahko zapomljivo, da se lahko uporabnik po nekaj času neuporabe spletnega mesta vrne na le-to, brez da bi se mu bilo potrebno vse na novo naučiti. Optimalno je, da ob popolni enostavnosti pomnjenja uporabnik brez sprememb uporablja sistem ne glede na čas, ki je pretekel od njegove zadnje uporabe.

4. **Napake** (“Errors”) so sestaven del vsakega sistema in se jim je praktično nemogoče izogniti. Atribut nam govori o tem, da mora imeti spletno mesto majhno verjetnost napak, da uporabnik naredi malo napak med uporabo spletnega mesta. Če pa uporabnik napravi napako mora biti spletno mesto tako narejeno, da jih z lahkoto popravi.



5. **Zadovoljstvo** ("Satisfaction"). Spletno mesto mora biti prijetno za uporabo, da so uporabniki subjektivno zadovoljni - spletno mesto jim je všeč. Če je to na nizki ravni, je verjetnost, da bo uporabnik redno uporabljal spletno stran, manjša. Subjektivno zadovoljstvo lahko enostavno izmerimo tako, da uporabnika vprašamo za njihovo subjektivno mnenje. S perspektive enega uporabnika je ta odgovor subjektiven, če pa pridobimo odgovore večjih uporabnikom in gledamo povprečje je to objektivna mera prijetnosti spletnega mesta.

Zanesljivost ("Reliability") pri testih uporabnosti je problem, saj se pojavljajo velike razlike med testiranci. Ni namreč neobičajno, da je najboljši uporabnik desetkrat hitrejši od najpočasnejšega uporabnika, in da je najboljših 25 % uporabnikov dvakrat hitrejših od 25 % najslabših uporabnikov (Egan v Nielsen 1993, 166).

Veljavnost ("Validity") je vprašanje ali test uporabnosti resnično meri tisto, kar je ustrezno za uporabnost spletnega mesta, ko uporabljamo spletno mesto zunaj testiranega območja. Visoka stopnja veljavnosti zahteva metodološko razumevanje testnih metod, prav tako pa je pomembna tudi zdrava pamet. Tipičen problem pri veljavnosti je, da izberemo napačne testirance ali da jim podamo napačne naloge ali celo da ne vključimo časovnih omejitev in socialni vpliv. Prav tako lahko zmanjšajo veljavnost zavajajoči dejavniki (Nielsen 1993).

2.1.1. PRIMARNE NALOGE IN CILJI IZOBRAŽEVALNE USTANOVE

- Pridobiti nove študente za vpis na FDV
- Zaposliti nove profesorje in raziskovalce
- Spodbujanje vključevanja skupnosti v aktivnosti fakultete

Pridobiti nove študente za vpis na FDV

Vse višje izobraževalne inštitucije imajo primarni cilj, da zagotovijo vpis novih študentov - FDV pri tem ni izjema. Kot del cilja fakultete je tudi racionalizacija vpisa v ustanovo.



Zaposliti nove profesorje in raziskovalce

Fakultete morajo imeti pristojno osebje. FDV si mora prizadevati, da bo pritegnila najboljše profesorje in raziskovalce, ter da tekmuje s drugimi fakultetami, da jih pridobi. Boljše kot so profesorji in raziskovalci večja je kredibilnost in ugled fakultete.

Spodbujanje vključevanja skupnosti v aktivnosti fakultete

Glavni ključ uspeha večine fakultet je ugled v skupnosti. Če skupnost ne podpira fakultete ji to lahko škodi (HarvardUniversity 2005).

2.1.2. CILJI SPLETNEGA MESTA

- Pomaga bodočim študentom pri pridobivanju informacij in virov potrebnih za vpis na fakulteto
- Ustvariti uporabno okolje za študente, raziskovalce in druge obiskovalce spletnega mesta
- Posredovati informacije javnega značaja
- Poskrbeti za nadaljnje vključevanje diplomantov iz fakultet

2.2. KAKŠNO JE DOBRO SPLETNO MESTO

Število študij, ki merijo uporabnost spletnih mest univerz je zelo majhno. Ena izmed študij, ki je bila narejena najbolj nedavno je študija Caglar and Mentis (2012), ki razkriva nezadovoljstvo in ostale probleme, s katerimi se soočajo uporabniki European University of Lefke (Ciper). Nato je omembe vredna tudi študija primera, ki jo je izvedel Eksioglu et. Al, (2011), s katero želi oceniti uporabnost oddelka industrijskega inženiringa na Bozgazici University. Osredotoča se predvsem na oblikovne težave. Pomembna pa je tudi raziskava Sengel and Oncu (2010), ocenitev uporabnosti Uludag University, ki ugotavlja, da so razlike med moškim in ženskim dojetjem uporabnosti. Dominic and Jati (2010), pa sta opravila študijo uporabnosti spletnih mest Malezijskih univerz in prišla sta do ugotovitve, da večina univerz zanemara uspešnost in merila kakovosti svojih spletnih mest. Bauttista et. Al (2010) pa so izvedli test uporabnosti.



Poleg zgoraj omenjenih raziskav in študij pa je pomembna tudi študija Mentesa (2012, o uporabnosti spletnega mesta Namik Kemal University. Ta raziskava, oz. rezultati te raziskave pa so bistveni, ker predstavljajo vodič za razvoj boljših in bolj uporabnih spletnih mest višješolskih institucij. Za merski inštrument so uporabili mersko skalo WAMMI (Website Analysis and Measurement Inventory) na petih področjih: privlačnost, vodljivost, ustrežljivost, učinkovitost in naučljivost spletnega mesta. Rezultati te raziskave predstavljajo vodič za razvoj boljših in bolj uporabnih spletnih mest višješolskih institucij.

Ključni za uspešno spletno mesto:

- **Privlačnost spletnega mesta (»attractiveness«):** pomeni zmožnost proizvoda programske opreme, da je privlačna za uporabnika (npr.: različna uporaba barv in grafičnega oblikovanja). Privlačno spletno mesto je vizualno prijeten in spodbuja interes uporabnikov, ne glede na uporabnost informacij. Tan in Wei (2006), trdita da je videz spletnega mesta ključni dejavnik, ki izboljša dožemanje informacij ter da grafični prikazi (ikone, barve, slike in animacije) povečajo privlačnost spletnega mesta, kar pa poveča stopnjo zadovoljstva uporabnikov.
- **Vodljivost spletnega mesta (»controllability«):** pomeni zmožnost uporabnika, da ima občutek kontrole nad spletnim mestom. Torej, da se uporabniki zlahka premikajo po strani in počnejo to kar želijo. Slaba vodljivost spletnega mesta, pomeni slabo organiziranost, ki moti uporabnika.
- **Učinkovitost spletnega mesta (»efficiency«):** uporabniki čutijo ustrežljivost spletnega mesta, ko lahko hitro dosežajo cilje, z malo vložka. Ko je stran visoko ustrežljiva, imajo uporabniki občutek, da lahko hitro locirajo in uporabljajo kar jih zanima na učinkovit in ekonomičen način.
- **Koristnost spletnega mesta (»helpfulness«):** bistveno je, da uporabniku na vsakem koraku obiska pomagamo: ko uporabnik pride na stran, tekom obiska ter tudi po obisku.
- **Naučljivost spletnega mesta (»learnability«):** da bi dosegli najboljšo možno učinkovitost in uspešnost z uporabo naprave, morajo uporabniki najprej začutiti interakcijo z napravo, ki jo uporabljajo, za doseganje ciljev. Enostavnost, časovna ali glede na trud, s katero se uporabniki lahko naučijo upravljati napravo, označujemo s pojmom naučljivost. Spletna mesta, ki imajo visoko



naučljivost, so lahka za uporabo že od samega začetka, spletna mesta z nizko naučljivostjo pa uporabnikom predstavljajo težave in nerazumevanje konceptov ali terminologije.

2.3. SPLETNO ANKETIRANJE

Spletno anketiranje (spletna anketa) se je pojavilo kmalu po razvoju interneta. Njegov hiter razvoj je gnalo navdušenje nad vsem računalniškim v „.com“ (dot-com) obdobju poznih devetdesetih let ter možnosti hitrejšega in cenejšega zbiranja podatkov. Pričakovani so to metodo anketiranja prvo množično uporabljali v marketingu medtem, ko so jo vladne in akademske raziskave večinoma sprejele nekoliko bolj zadržano kot dodatek in ne nadomestek tradicionalnih metod anketiranja. Poleg pozitivnih lastnosti, kot so hitrost in nizki stroški, pa ima spletno anketiranje tudi svoje slabosti kot so: težave pri pridobivanju kvalitetnega vzorca zaradi nedostopnost tehnologije vsej populaciji ter neobstoja nekakšnega registra internetnih naslovov, ki bi omogočal naključno izbiranje enot po celotni populaciji (Couper 2008). V prvih letih izvajanja spletnih anket so bile stopnje odgovora zaradi navdušenostjo nad novo tehnologijo zelo visoke, od takrat naprej pa stalno padajo in sedaj se večinoma dosegajo nizke stopnje odgovorov. Poleg zbiranja podatkov spletno anketiranje omogoča tudi njihovo urejanje.

2.4. UGLED

Ugled je izraz, ki se uporablja v različnih pomenih. Lahko govorimo o ugledu blagovne znamke, uglednih osebah... Po Fambrunu in Van Rielu (2003) je ugled podjetja ali organizacije njena skupna reprezentacija preteklih dejanj in rezultatov, ki opišejo njeno sposobnost, da dostavi rezultate in sporoča relativni položaj organizacije (ali podjetja) v njenem konkurenčnem in institucionalnem okolju. Ugled odraža oceno privlačnosti organizacije in ji pomaga pri njenem delovanju s tem, da pritegne potencialne zaposlene, investitorje ali v našem primeru nove študente. pridobivanje ugleda je dolgotrajni proces nad katerim ima organizacija le delni vpliv saj ga sooblikujejo mediji, vlagatelji in sami uporabniki storitev (Fombrun in Van Riel v Dietner 2008).



Inštitucionalna podoba (ang: image) je celovit vtis inštitucije v mislih javnosti (Barich in Kotler 1991). Sestavljena je iz funkcijskih in čustvenih elementov, kot so: Ime, tradicija, raznolikost in kakovost ponujenih storitev, ideologija... Medtem, ko se funkcijske elemente da izmeriti, so čustveni sestavljeni iz občutkov in odnosov do inštitucije (Kennedy v Nguyen in LeBlanc 2001). Palacio in ostali (2002) potrjujejo ugotovitve Kennedyja, da je podoba sestavljena iz dveh delov, poleg tega pa ugotovijo, da v primeru univerz na celostno podobo bolj vplivajo čustveni elementi ter da podoba univerze vpliva na zadovoljstvo študentov.

Dandanes višje izobraževalne ustanove delujejo v okolju, ki se je močno spremenilo. Sedaj te izobraževalne ustanove tekmujejo za študente v okolju, ki je postalo bolj tekmovalno z prihodom novih akterjev. Ob tem pa morajo dvigovati kvaliteto, kljub vse nižjimi finančnim sredstvom. Trend povečane konkurence se je v Evropi kazal že dlje časa in se je le še pospešil z implementacijo Bolonjske reforme, ki je harmonizirala akademske nazive in tako povečala fluidnost študentov, raziskovalcev ter profesorjev. Eden izmed pomembnih vidikov, ki bo razdelil višje izobraževalne ustanove na uspešne in neuspešne je njihova inštitucionalna podoba. (Alves in Rapaso 2010)

Fakulteta je ena izmed inštitucij, ki je za svoje delovanje in preživetje popolnoma odvisna od svojega ugleda. Raziskava narejena na veliki ameriški univerzi je pokazala, da si ljudje podobo univerze večinoma zgradijo glede na lastne izkušnje ter mnenj sorodnikov, znancev... presenetljivo malo pa na podobo univerze vplivajo mediji (Youngwok in Moffitt 2001).

Soutar in Turner (2002) sta v svoji raziskavi narejeni na dijakih iz Zahodne Avstralije preučevala njihove preference za vpis v fakulteto. Ugotovila sta, da je akademski ugled drugi najpomembnejši faktor pri izbiri fakultete. Prednjači le primernost študijskih programov.

Kaj vpliva na ugled in podobo fakultete:

- prisotnost v medijih
- podpora mesta in lokalne skupnosti
- mesto poznano po kulturnih in ostalih dogodkih
- neformalni pogovori med prijatelji, znanci, sorodniki...



- sodelovanje v dogodkih
- možnosti za zaposlitev
- kvaliteta predavateljev
- količina sredstev
- organizacija raziskovanja in objavljana
- slabo zavedanje delodajalcev o programih
- oddaljenost od glavnega mesta

(Suomi in Järvinen 2012).

2.5. SUS IN ACSI

System Usability Scale (SUS) je zanesljiva, hitra in poceni metoda merjenja uporabnosti. Nastala je zaradi potrebe po evaluaciji industrijskih sistemov (npr. računalniški terminali z zeleno-črnim zaslonom) (Brooke 1996). Sam SUS pa je tehnološko neodvisen, kar pomeni, da ni omejen samo na merjenje industrijskih sistemov. Uporabljen je bil za ocenjevanje spletnih strani, računalniške strojne opreme, potrošniških programov, prenosnih telefonih in celo na „rumenih“ straneh (Sauro 2011, 2.februar). Vprašalnik je enostaven, sestavljen iz desetih vprašanj, ki merijo subjektivno oceno uporabnosti. Na vprašanja se odgovarja preko 5-stopenjske lestvice pri kateri 1 pomeni „sploh se ne strinjam“, 5 pa pomeni „popolnoma se strinjam“. Vprašanja sestavljajo likartovo lestvico in merijo več vidikov uporabnosti. Ti vidiki so: potreba pri pomoči za uporabo, potreba po predhodnjem učenju, zapletenost spletne strani... Tako ima SUS visoko stopnjo veljavnosti pri merjenju spletne strani. Pred izpolnjevanjem vprašalnika se mora anketiranec spoznati z preučevano spletno stranjo, nato pa naj bi izpolnil vprašanja iz vprašalnika brez dolgotrajnega razmišljanja. Vprašalnik poda oceno uporabnosti na lestvici od 0 do 100, ki je lahko razumljiva za široko skupino oseb, ki sodelujejo pri razvoju spletnih strani, a imajo malo ali nič izkušenj z konceptom uporabnosti. Povprečna ocena spletnih strani je 68 z standardnim odklonom 21.5 (Bagnor, Kortum, Miller 2008). Brooke (1996) priporoča upoštevanje le končnega rezultata in odsvetuje ločeno analiziranje vprašanj saj je bil vprašalnik zasnovan, da poda celostno oceno uporabnosti in ne ocene njenih komponent.

Razlaganje SUS vrednosti: Kljub temu, da vprašalnik ni bil zasnovan z namenom produciranja ocene, ki bi temeljila na univerzitetni razlagi ocene od 0 do 100 je ta



razlaga podprta s strani rezultatov in raziskovanja. To pomeni, da imajo spletna mesta z povprečno uporabnostjo oceno okoli 70, povprečna ocena dobrih spletnih mest je med slabih 80 in slabih 90. Le odlična spletna mesta si zaslužijo oceno nad 90. Produkti, ki dobijo oceno pod 70 so podpovprečne kakovosti in pri njih je potreben premislek o izboljšavah. Vse kar dobi oceno pod 50 je s stališča uporabnosti nesprejemljivo in potrebno takojšnjega ukrepanja (Bagnor, Kortum, Miller 2008).

Trditve SUS:

1. Zdi se mi, da bi lahko to spletno mesto z veseljem uporabljal/-a bolj pogosto.
2. Zdi se mi, da je spletno mesto po nepotrebem kompleksno.
3. Uporaba spletnega mesta se mi je zdela preprosta.
4. Mislim, da bi pri uporabi spletnega mesta potreboval/-a tehnično pomoč.
5. Različne funkcije (npr. iskalnik) so na spletnem mestu dobro integrirane.
6. Mislim, da je spletno mesto zelo nedosledno.
7. Zdi se mi, da bi se večina ljudi hitro naučila uporabljati to spletno mesto.
8. Uporaba spletnega mesta se mi je zdela zelo težavna.
9. Med uporabo spletnega mesta sem se počutil/-a samozavestno.
10. Pred uporabo spletnega mesta sem se moral/-a veliko naučiti.

Rezultat se izračuna po sledečem postopku (Stojmenova 2009):

1. prispevki posameznih postavk se seštejejo;
2. prispevek posamezne postavke bo v razponu od 1 do 4;
3. za postavke 1,3,5,7 in 9 se prispevek izračuna tako, da od 5 odštejemo pozicijo na lestvici;
4. za postavke 2,4,6,8 in 10 se prispevek izračuna tako, da od 5 odštejemo pozicijo na lestvici;
5. vsota vseh postavk se pomnoži z 2,5. To predstavlja skupno vrednost systemske uporabnosti.

ACSI oziroma »American Customer Satisfaction Index«, je merilo zadovoljstva uporabnikov ki je nastalo na podlagi pričakovanj, kakovosti in zadovoljstva uporabnika. Zadovoljstvo uporabnikov postaja vedno bolj pomembno in podjetja se za zadovoljstvo uporabnikov vedno bolj trudijo, zato ker imajo taki kupci pozitiven učinek na podjetja. Zadovoljstvo kupcev vodi k ponovitvi nakupov, zvestobi do blagovne

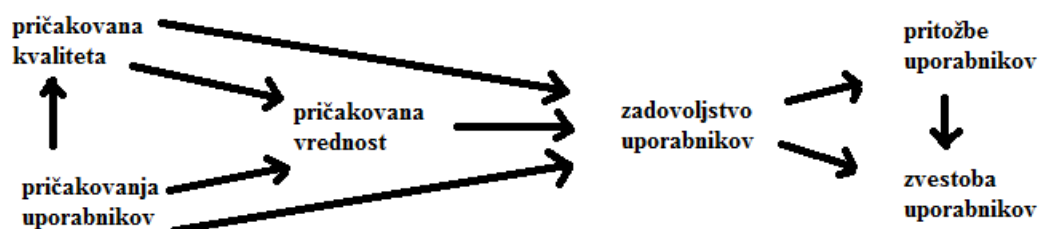


znamke, s tem pa se širijo tudi dobre govornice od ust do ust. Merilo predstavlja univerzalno sredstvo za merjenje zadovoljnosti uporabnikov v vseh ključnih panogah (ameriškega) gospodarstva. Predvsem pomemben je pri storitvenih panogah.

Ključna prednost modela ACSI je, da vsa podjetja, ki ga uporabljajo, lahko neposredno primerjajo svoje ravni doseženega zadovoljstva z nacionalnim povprečjem, panožnimi povprečji in posameznimi konkurenti. Ob tem pa podjetja dobijo vpogled v temeljne dejavnike zadovoljstva (kakovost, vrednost in pričakovanja uporabnikov) in njegove posledice (pritožbe in zvestobo) (Angelova in Zekiri 2011, 242).

Slika 2.2. prikazuje ACSI model, ki je nastavljen vzročno in posledično. Na levi strani so pričakovanja pred uporabo, na sredini je zadovoljstvo in na desni so občutki, mnenja in vtisi, ki jih ima uporabnik po končanem nakupu. S puščicami pa so označene smeri in povezave med komponentami modela.

Slika 2.2: ACSI model



ACSI indeks se uporablja tako v namen ocenjevanja nakupov in izdelkov kot tudi uporabnosti in zadovoljstva s spletnim mestom. Indeks uporabnosti spletnega mesta meri naslednje dimenzij: učinkovitost strani, iskalnik, navigacija, videz in občutek, funkcionalnost ter vsebino. Trditve merimo z deset stopenjsko lestvico, kjer 1 pomeni »nezadostno«, 10 pa pomeni »odlično« (Wood in dr. 2008).

V našem primeru smo lestvico preuredili v 5 stopenjsko lestvico, zato, ker je takšna anketirancem lažje razumljiva. Torej je v našem primeru vrednost 1 pomenila »nezadostno«, 5 pa »odlično«.



2.6. METODOLOŠKA IZHODIŠČA

Pri projektu bomo uporabili več raziskovalnih metod. Poslužili se bomo kvalitativnega in kvantitativnega raziskovalnih pristopov.

Z analizo sekundarnih podatkov bomo najprej vzpostavili teoretsko ozadje, ki bo izhodišče za kvantitativno in kvalitativno raziskavo in s pomočjo katere bomo oblikovali veljavna in zanesljiva vprašanja za anketo in test uporabnosti spletnega mesta. Z ustreznimi vprašanji bomo lahko pridobili relevantne podatke, na osnovi katerih bomo oblikovali predloge morebitnih sprememb, tako v arhitekturi kot v sami vsebini spletnega mesta. Najprej bomo opravili analizo sekundarnih podatkov, ki bo vsebovala analizo obiskanosti spletnega mesta s pomočjo orodja Google Analytics in pregled že obstoječe literature na temo evalvacije spletnih mest izobraževalnih inštitucij. Naročnik nam bo zagotovil dostop do podatkov obiskanosti spletnega mesta FDV.

Pri kvalitativnem raziskovanju bomo uporabili metodo testa uporabnosti. Ker je prenovljeno spletno mesto v osnovi namenjeno komuniciranju z dijaki, bodo slednji naša ciljna populacija pri kvalitativnem raziskovanju. Za test uporabnosti bo potrebno sestaviti praktične naloge in kratek vprašalnik, s katerim bomo poizvedovali, kdo so obiskovalci spletnega mesta FDV, dostopnost in preglednost vsebin, sposobnost uporabe navigacije, kako iščejo in kako najdejo želene vsebine. Hkrati želimo v raziskavi ugotoviti, ali so obiskovalci s kakovostjo najdenih vsebin zadovoljni. Zanimalo nas bo tudi, ali imajo kakšen predlog za izboljšavo funkcionalnosti spletnega mesta.

Rekrutacija dijakov za test uporabnosti bo potekala na različnih srednjih šolah po Ljubljani in okolici. Testi se bodo izvajali na lokaciji izven fakultetnih prostorov. Vse teste se bo nadzorovalo preko programa Camtasia Studio, ki bo beležil video za prepoznavanje reakcij in obraznih mimik pri izvajanju nalog. Po končanem testu jim bomo podali tudi kratki anketni vprašalnik, ki bo vseboval vprašanja o splošnem vtisu obiska spletnega mesta. Na osnovi pridobljenih podatkov testa uporabnosti in vprašalnika bomo predlagali rešitve za boljšo organizacijo in interakcijo spletnega mesta z uporabniki.

Spletna anketa bo uporabljena pri kvantitativnem raziskovanju. Anketa bo pripravljena s pomočjo orodja 1ka, ki omogoča izdelavo in analizo spletnih anket. Anketa bo



dostopna preko spletnega mesta FDV, tako da bodo do nje lahko dostopali vsi uporabniki/obiskovalci spletnih mesta. Dijaki bodo dobili še dodatna vprašanja glede ugleda FDV, saj preverjanje prepoznavnosti in ugleda fakultete v tej ciljni skupini predstavlja eno izmed glavnih nalog raziskovalnega projekta. Posledično bomo v anketo vključili vprašanja, ki bodo merila ugled, prepoznavnost ter zanimanje za študij na FDV v primerjavi z ostalimi družboslovnimi fakultetami v Sloveniji.

Ta vprašanja bodo temeljila na podlagi že izvedenih raziskav, ki jih je izvedel CMI o dejavnih vpisa maturantov v visoke in višje šole. Ugled je izraz, ki se uporablja v različnih pomenih: lahko govorimo o ugledu blagovne znamke, uglednih osebah... Po Fambrunu in Van Rielu (2003) je ugled podjetja ali organizacije njena skupna reprezentacija preteklih dejanj in rezultatov, ki opišejo njeno sposobnost, da dostavi rezultate in sporoča relativni položaj organizacije (ali podjetja) v njenem konkurenčnem in institucionalnem okolju. Ugled odraža oceno privlačnosti organizacije in ji pomaga pri njenem delovanju s tem, da pritegne potencialne zaposlene, investitorje ali v našem primeru nove študente.

Poleg ugleda FDV, bomo z anketo tudi zbirali informacije o spletni strani FDV. Zanimali nas bodo profili uporabnikov, razlogi za obisk ter njihove možne težave pri uporabi spletnega mesta FDV. Z vprašalniki SUS in ACSI bomo še dodatno merili uporabnost in zadovoljstvo s spletnim mestom. Dodatno bodo zastavljena tudi demografska vprašanja ter vprašanja glede splošne uporabe interneta. Tako bomo z anketnim vprašalnikom preučili možne izboljšave.

Na podlagi pridobljenih rezultatov posameznih delov raziskave bomo podali izhodišča, s katerimi bomo izpostavili bistvene prednosti in pomanjkljivosti prenovljenega spletnega mesta FDV. Osredotočili se bomo na vsebino, arhitekturo, navigacijo in vizualno podobo spletnega mesta ter njegovo prepoznavnost. Vsi ti elementi omogočajo uporabniku optimalno uporabo spletnega mesta in mu ponujajo dodaten razlog za ponoven obisk spletnega mesta. Izboljšanje uporabniške izkušnje bo pozitivno vplivalo tudi na prepoznavnost spletnega mesta v širšem domačem in mednarodnem okolju, pri čemer pa bo naročniku tudi prvič lahko seznanjen s tem, kako sta zadovoljstvo in uporabnost spletnega mesta FDV povezana z ugledom te organizacije. To bo na operacionalni ravni naročniku ponudilo možnosti za nadaljnje uspešno načrtovanje spletnega nastopa FDV, ki bo naslavljal različne ciljne javnosti.



3. SEKUNDARNA ANALIZA – ANALIZA OBISKANOSTI SPLETNEGA MESTA FDV

3.1. UVOD

Ena izmed metod za oceno spletnega mesta je analiza obiskanosti spletnega mesta (log analysis). Je ena izmed najcenejših in preprostejših metod, saj podatki sami nastajajo in shranjujejo. V zadnjih letih je najpogosteje uporabljeno orodje za obiskanost spletnih mest Google analytics, ki nam bo tudi pri naši raziskavi omogočilo dostop do podatkov in analize le-teh.

V tem poglavju bo predstavljena analiza obiskanosti prenovljenega spletnega mesta FDV. Orodje Google analytics je bilo na prenovljeno spletno mesto nameščeno 21. junija 2012. Ker pa takrat spletno mesto še ni bilo v uporabi, oziroma so do nje dostopali le programerji in vodja projekta, bomo zajeli podatke za časovno obdobje od 12. novembra naprej, saj je bila takrat spletna stran dokončno postavljena in objavljena. Obiskanost bomo primerjali po mesecih. Prvi mesec bo november, ki bo zajemal časovno obdobje od 12.11 do 11.12.2012, zadnji pa bo februar, ki bo zajemal obdobje med 12.2 in 11.3.2013 (intervali bodo med 12. dnevom prvega meseca in 11. dnevom naslednjega meseca). Žal podatkov o obiskanosti starega spletnega mesta nismo uspeli pridobiti.

Analiza bo vsebovala podatke o:

- številu obiskov in številu edinstvenih obiskov,
- odstotek novega obiska,
- povprečen čas iskanja po strani,
- povprečno število strani/podstrani na obisk,
- vir dostopa,
- katere podstrani so najbolj obiskane,
- najpogostejše besede v iskalniku, ki pripeljejo do spletnega mesta FDV,
- izhodne strani,
- analiza vstopne strani.

3.2. RAZLAGA POJMOV

Število obiskov: je dejansko število vseh obiskov na spletnem mestu

Edinstveni obiskovalec: je število nepodvojenih obiskovalcev, kar pomeni, da če se nekdo vrne na spletno mesto, ni večedinstven uporabnik glede na določeno časovno obdobje.

Ogled strani/povprečno število strani na obisk:koliko strani/podstrani je bilo obiskanih in iz tega sledi tudi koliko strani/podstrani se je v povprečju obiskalo ob enem obisku.

Odstotek novega obiska:ocena odstotka prvih obiskov. To nam pove, koliko odstotkov vseh obiskov je bilo prvih obiskov v določenem obdobju.

Promet iskanja:nam pove, s katero ključno besedo je nekdo skušal po brskalnikih poiskati spletno mesto.

Referenčni promet: nam pove, iz katerih spletnih mest so obiskovalci dostopali do spletnega mesta. To so strani, ki vsebujejo povezavo za skok na željeno spletno mesto (npr. FDV Facebook račun ima povezavo na uradno spletno mesto FDV).

Neposredni promet: to so obiskovalci, ki v orodno vrstico vpišejo direkten naslov spletnega mesta, oziroma dostopajo do njega preko zaznamkov.



3.3. MESEČNI OBISK PRENOVLJENEGA MESTA FDV

Najprej bomo analizirali mesečni obisk spletnega mesta FDV v obdobju od 12. novembra 2012 do 11. marca 2013. Zanimalo nas bo, ali obstajajo kakšne razlike v obiskanosti spletnega mesta FDV po posameznih mesecih. Analizirali bomo število vseh obiskov, edinstvenih obiskov(delež novih obiskov) in povprečno trajanje obiskov v sekundah.

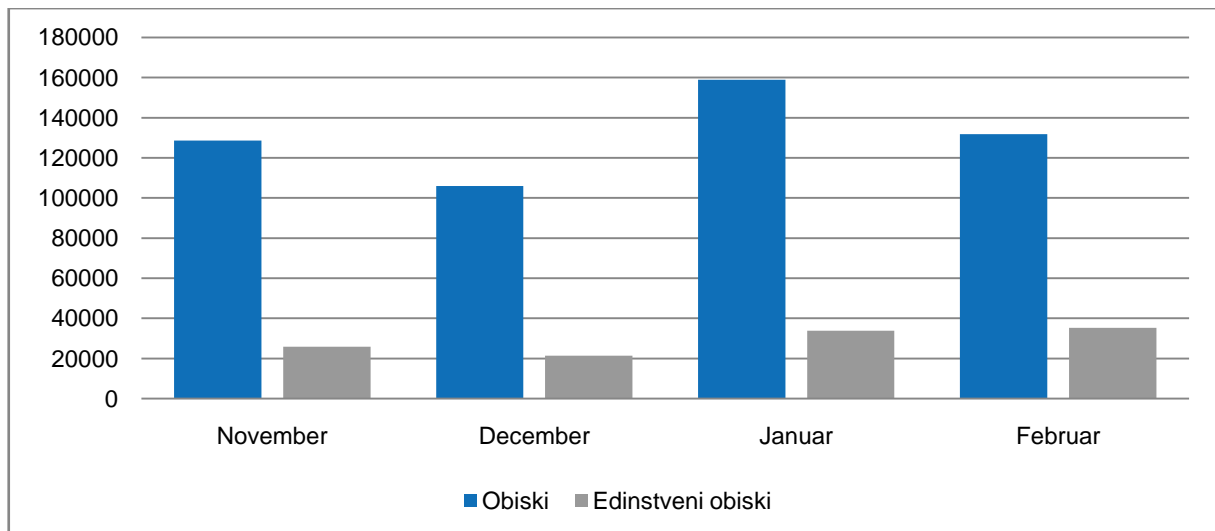
Tabela 3.1.: Mesečni obisk spletnega mesta FDV (12. november 2012 – 11. marec 2013)

Mesec	Obiski	Edinstveni obisk.	% novih obisk.	Povp. trajanje(sek)
November	128693	25792	19,9	255
December	105880	21387	14,41	227
Januar	158883	33874	16,69	239
Februar	131858	35303	20,18	248
Skupaj	525314	116356	17,89	243

3.3.1. Obisk spletnega mesta

Najvišji obisk v merjenem časovnem obdobju je bil v januarju(12.1.2013 – 11.2.2013), kar pripisujemo izpitnemu obdobju. Takrat večina študentov pozorno spremlja novice, ki so objavljene na spletnem mestu, vsi se prijavljajo na izpite in spremljajo spletno mesto za rezultate. Najnižji obisk spletnega mesta FDV pa je bil zabeležen novembra(12.11.2012 – 11.12.2012). To je posledica tega, da takrat ni veliko dogajanja v smislu izpitov, kolokvijev in to se odraža v nižji obiskanosti spletnega mesta.

Slika 3.2.: Mesečni in edinstveni obiski (12. november 2012 – 11. marec 2013)

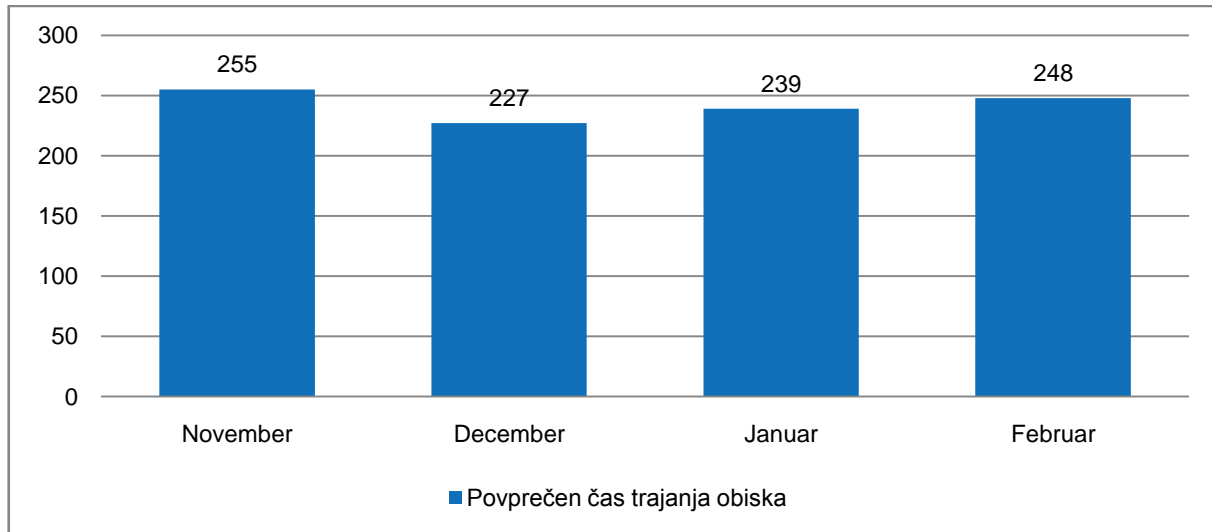


Število edinstvenih obiskovalcev nam predstavlja število nepodvojenih obiskovalcev. Število edinstvenih obiskovalcev se obnaša podobno kot število obiskov; tam kjer obisk naraste, naraste tudi število edinstvenih obiskovalcev (izjema je le februar). Prav tako kot pri obisku je najnižje število edinstvenih obiskovalcev zabeleženo med 12.12.2012 in 11.1.2013. Januarja je število edinstvenih obiskovalcev višje, februarja pa najvišje. Taki rezultati so spet posledica izpitnih rokov v tistem obdobju (januar), konec februarja pa poleg študentov spletno mesto masovno obiskujejo še dijaki, ki imajo v začetku marca prvi vpisni rok na Univerzo v Ljubljani, kar povzroči dvig števila edinstvenih obiskovalcev.



3.3.2. Povprečen čas trajanja obiska

Slika 3.3.: Povprečen čas trajanja obiska v sekundah (12. november 2012 – 11. marec 2013)



V decembru je čas trajanja manjši kot novembra, kjer je povprečni čas trajanja najdaljši. Po decembru se do današnjega dne opazi vedno daljši povprečni čas trajanja obiskov na spletnem mestu FDV.

3.3.3. Primerjava novih (edinstvenih) in vračajočih uporabnikov

Tabela 3.2.: Primerjava vračajočih in edinstvenih uporabnikov (12. november 2012 – 11. marec 2013)

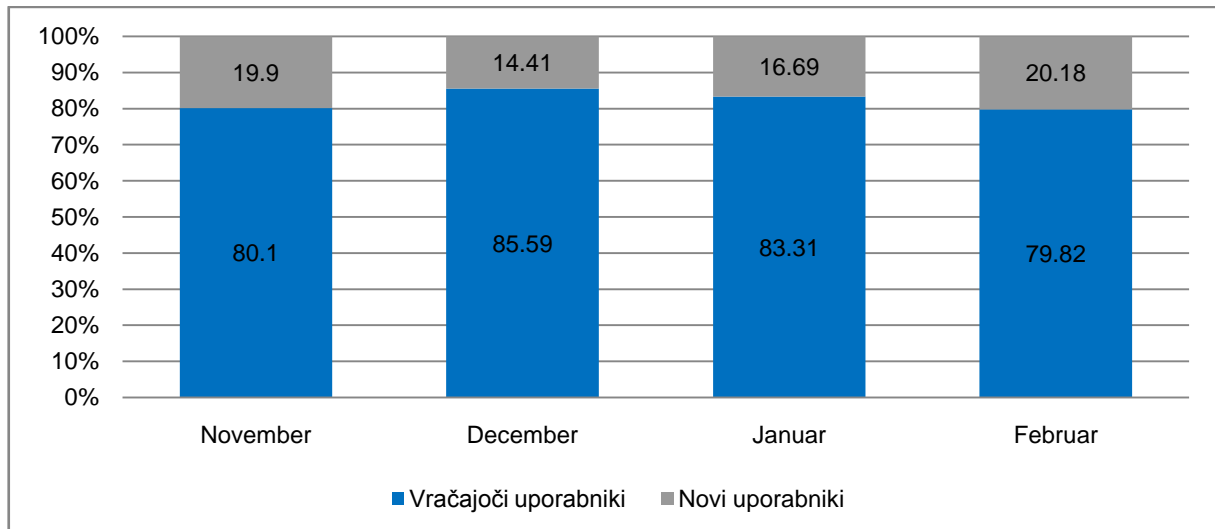
	Vračajoči uporabniki		Edinstveni uporabniki	
	Povprečno število strani na obisk	Povprečen čas trajanja obiska(sekund)	Povprečno število strani na obisk	Povprečen čas trajanja obiska(sekund)
November	4,02	267	4,78	205
December	3,57	238	3,86	161
Januar	3,65	258	3,47	144
Februar	3,89	270	3,47	159
Skupaj	3,78	259	3,89	167

Skozi celotno časovno obdobje traja povprečni čas trajanja obiskov vračajočih obiskovalcev dlje, kot povprečni čas trajanja obiskov novih uporabnikov. Glede povprečnega števila obiskanih strani/podstrani na obisk pa lahko opazimo, da so si v



povprečju novembra in decembra novi uporabniki ogledovali več strani kot vračajoči uporabniki. Januarja in februarja pa so si več strani v povprečju ogledali vračajoči se uporabniki.

Slika 3.4.: Delež vračajočih in novih uporabnikov (12. november 2012 – 11. marec 2013)

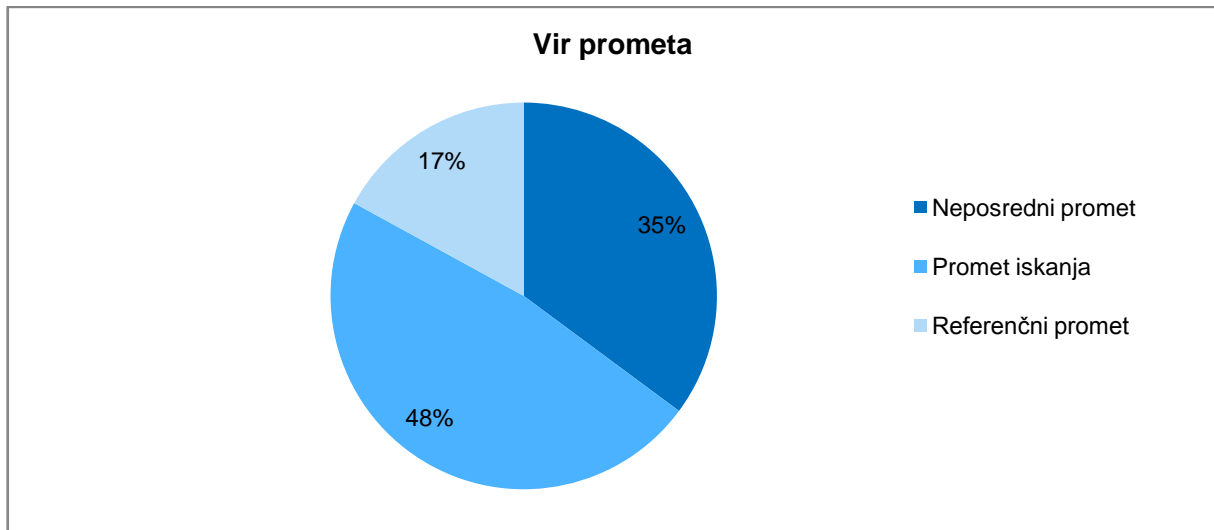


Razmerje vračajočih in novih uporabnikov je približno enako pri vseh mesecih. Okvirno razmerje je 4:1 (zgornji grafikon). Edino malo višje odstopanje je v decembru, kadar je bilo 86% obiskovalcev vračajočih uporabnikov. Odstotek novih uporabnikov je podoben skozi vse štiri mesece. Če bi hoteli sklepati, ali obstaja kakšen trend v naraščanju ali padcu novih uporabnikov bi potrebovali daljše časovno obdobje.

3.4. Vir dostopa do spletnega mesta FDV

V tem poglavju bomo analizirali vse 3 vire dostopanja do spletnega mesta. Tukaj govorimo o prometu iskanja, neposrednem in referenčnem prometu. Analizirali bomo podatke za celotno obdobje merjenja: 12.11.2012 – 11.3.2013.

Slika 3.5.: Vir prometa (12. november 2012 – 11. marec 2013)



3.4.1. Promet iskanja

Podatki pri prometu iskanja nam omogočijo optimizacijo spletnega mesta za spletne brskalnike. Vsak spletni brskalnik ima svoja pravila razvrščanja in svoj algoritem iskanja spletnih mest. Če napravimo analizo ključnih besed, lahko spletno mesto optimiziramo tako, da bo samo »rangirano« čim višje v zadetkih brskalnika. Spodaj je prikazanih 30 ključnih besed, ki so bile največkrat vpisane v brskalnike.



Tabela 3.3.: Ključne besede prometa iskanja (12. november 2012 – 11. marec 2013)

	Ključna beseda	Obiski	% Obiski
1.	(not provided)	148.349	59,05
2.	fdv	60.407	24,04
3.	fakulteta za družbene vede	5.492	2,19
4.	http://www.fdv.uni-lj.si/	2.995	1,19
5.	moj fdv	2.791	1,11
6.	fdv ljubljana	898	0,36
7.	www.fdv.uni-lj.si	663	0,26
8.	franc trček	520	0,21
9.	založba fdv	414	0,16
10.	fdv spletni referat	403	0,16
11.	fdv lj	327	0,13
12.	tomaž deželan	307	0,12
13.	kunstelj aleš magistrsko delo	299	0,12
14.	najboljši doktorat fdv 2012	274	0,11
15.	fakulteta za družbene vede ljubljana	258	0,1
16.	bostjan bercic	239	0,1
17.	fdv obvestila	218	0,09
18.	fdv.si	217	0,09
19.	zlatko jančič	211	0,08
20.	fdv.uni-lj.si	203	0,08
21.	fdv uni	190	0,08
22.	mojca zgonc	189	0,08
23.	fdv fakulteta za družbene vede	184	0,07
24.	fdv eduroam	181	0,07
25.	fdv pedagogi	177	0,07
26.	odkijg	156	0,06
27.	senat fdv	156	0,06
28.	fdv odpiralni čas	154	0,06
29.	fakulteta za družbene vede	149	0,06
30.	branko ilič fdv	148	0,06



Na prvo mesto se umeščajo tisti, ki so bili medtem, ko so z brskalnikom iskali spletno mesto FDV, vpisani v svoj Google račun(npr. gmail). Orodje Google analytics takrat ključne besede ne prikaže, saj so podatki shranjeni pod SSL protokolom, ki ustvarja zasebnost uporabnikov Google računov in tako nimamo dostopa do teh informacij (vir:<http://www.webstart.com/jed/papers/HRM/references/ssl.html>).

Beseda, ki je bila največkrat vpisana v brskalnik (60407 obiskov) je bila FDV. Gre za kratico Fakultete za družbene vede, ki je prisotna pri skoraj pri vseh prvih desetih ključnih besedah.

Pri nekaterih ključnih besedah so prisotni tudi posamezni oddelki fakultete: npr. spletni referat, založba in moj FDV, kjer se na prenovljeni spletnem mestu nahaja spletni referat za študente in fakultetne delavce. Veliko je tudi imen profesorjev, ki poučujejo na fakulteti, saj želijo na primer študentje pridobiti informacije o njih.

Promet, ki prihaja iz povezav, ki so pridobljene s spletnimi brskalniki predstavlja 47,83% vseh obiskov, kar je še dodaten pokazatelj, da je optimizacija SEO eden najpomembnejših vidikov, ko se pogovarjamo o možnostih izboljšave spletnega mesta.



3.4.2. Neposredni promet

Kot že zgoraj opisano, so to tisti obiski, pri katerih je obiskovalec v orodno vrstico zapisal naslov spletnega mesta FDV in do njega direktno dostopil (ali preko zaznamkov in zgodovine).

Tabela 3.4.: Naslovne strani neposrednega prometa (12. november 2012 – 11. marec 2013)

	Naslov strani	Obiski	% Obiski
1.	/	147.592	79,72
2.	Moj FDV	11.122	6,01
3.	Bodoči študenti	8.890	4,8
4.	Moj FDV	6.095	3,29
5.	Založba FDV	1.423	0,77
6.	Dodiplomski študij prve stopnje	761	0,41
7.	Moj FDV	540	0,29
8.	Urniki	481	0,26
9.	Pedagogi	343	0,19
10.	Imenik sodelavcev	301	0,16
11.	Obvestila	286	0,15
12.	Dodiplomski študij prve stopnje	282	0,15
13.	Obvestila	250	0,14
14.	Obvestila	248	0,13
15.	Obvestila	193	0,1
16.	Oddelek za politologijo	191	0,1
17.	Kariera in alumni obvestila	162	0,09
18.	Urniki	151	0,08
19.	Kartica	111	0,06
20.	Magistrski študij druge stopnje	99	0,05

Največ obiskovalcev dostopa direktno do domače strani spletnega mesta FDV. Na drugem mestu so študentje in pedagogi, ki direktno dostopajo do spletnega referata in drugih informacij o tekočem študiju (Moj FDV), na tretjem mestu pa so dijaki, ki želijo izvedeti kar se da največ informacij o fakulteti in določeni smeri študija za katerega se zanimajo.



Če natančneje pogledamo je največ direktnih povezav s spletnim mestom (če odznamemo domačo stran) na podstrani, ki so namenjene študentom/pedagogom in dijakom (moj FDV, urniki, imenik pedagogov/sodelavcev).

Neposredni promet predstavlja 35,15% celotnega prometa na spletnem mestu FDV.

3.4.3. Referenčni promet

Gre za promet, ki prihaja na spletno mesto FDV iz kakšnega drugega spletnega mesta (referenčno spletno mesto), ki vsebuje povezavo do spletnega mesta FDV. Referenčni promet predstavlja najmanjši delež vseh obiskov spletnega mesta FDV (17,03%).

Tabela 3.5.: Viri referenčnega prometa (12. november 2012 – 11. marec 2013)

	Vir	Obiski	% Obiski
1.	facebook.com	35.911	40,15%
2.	fdv.si	29.835	33,36%
3.	uni-lj.si	4.405	4,93%
4.	odk.fdv.uni-lj.si	2.313	2,59%
5.	google.si	2.069	2,31%
6.	t.co	1.475	1,65%
7.	m.facebook.com	1.306	1,46%
8.	eucilnica.fdv.uni-lj.si	1.179	1,32%
9.	old.fdv.uni-lj.si	1.162	1,30%
10.	460.gvs.arnes.si	842	0,94%

V zgornji tabeli vidimo, da največ referenčnega prometa (35.911 obiskov) prihaja iz družabnega omrežja Facebook. Prisotno je tudi družabno omrežje Twitter (6. mesto – 1475 obiskov).

Naslednje tri prihajajo iz univerze, nekega spletnega naslova, ki vsebuje kratico fakultete in domeno Slovenije (ta spletna stran je ustvarjena predvsem za bodoče študente) in osrednje družboslovne knjižnice Fakultete za družbene vede.

1162 obiskov prihaja tudi iz starega spletnega mesta FDV in spletne učilnice FDV. 460.gvs.arnes.si pa je spletna učilnica Osrednje družboslovne knjižnice Jožeta Goričarja.



3.5. Vedenje obiskovalcev

Google analytics meri tudi 2 lastnosti uporabnikov. Meri njihovo pogostost obiskovanja spletnega mesta in pripadnost temu mestu. Pogostost obiskovanja nam meri to, ali se uporabnik vrača na spletno mesto in koliko strani tega spletnega mesta obiše. Pri pripadnosti pa je vprašanje osredotočeno na to, koliko časa obiskovalec porabi na spletnem mestu. Spet bomo analizirali podatke za celotno časovno obdobje merjenja obiskanosti spletnega mesta FDV(12.11.2012 – 11.3.2013).

3.5.1. Pogostost obiskovanja

Tabela 3.6.: Pogostost obiskovanja (12. november 2012 – 11. marec 2013)

Število obiskov	Obiski	% Obiski
1	94.064	17,9
2	29.208	5,6
3	18.572	3,5
4	14.432	2,7
5	12.042	2,3
6	10.535	2
7	9.421	1,8
8	8.590	1,6
9-14	41.242	7,9
15-25	51.939	9,9
26-50	72.164	13,7
51-100	74.540	14,2
101-200	57.301	10,9
201+	31.264	6
Skupaj	525.314	100

Iz podatkov o pogostosti obiskovanja, vidimo, da največji delež obiskovalcev (17,9%) spletno mesto FDV obiskalo samo enkrat. Tukaj lahko omenimo, da so ti uporabniki tisti, ki dostopajo do spletnega mesta po pomoti, oziroma so želeli pridobiti le eno informacijo in s tem dosežejo cilj svojega iskanja informacij in vsebin. Z naraščanjem obiskov do števila 9 delež uporabnikov pada. Od razred 9-14 naprej pa delež uporabnikov naraste in ostaja podoben do razreda 201+. 6% prometa predstavlja tiste uporabnike, ki so spletno mesto v časovnem obdobju obiskali več kot 201 krat. 56,6%



prometa pa predstavljajo tisti obiskovalci spletnega mesta FDV, ki so ga obiskali med 9 in 200 krat. Predvidevamo da so ti obiskovalci večinoma študentje in fakultetni delavci in pedagogi.

3.5.2. Pripadnost

Iz podatka o času trajanja obiska lahko ugotovimo, kakšna je pripadnost obiskovalcev do spletnega mesta FDV.

Tabela 3.7.: Število obiskov glede na trajanje obiska (12. november 2012 – 11. marec 2013)

Trajanje obiska	Obiski	% obiski
0-10 sekund	218.883	41,7
11-30 sekund	86.790	16,5
31-60 sekund	45.697	8,7
61-180 sekund	61.743	11,8
181-600 sekund	51.918	9,9
601-1800 sekund	45.695	8,7
1801+ sekund	14.588	2,8
Skupaj	525.314	100

Večina (41,7%) obiskovalcev pregleduje spletno mesto FDV med 0 in 10 sekundami. Ti obiskovalci za analizo niso primerni, ker lahko po tako časovno kratkem obisku sklepamo, da so obiskovalci prišli na spletno mesto po nesreči oziroma so svoje brskanje zaradi različnih vzrokov prekinili.

Če se osredotočimo na tiste obiskovalce, ki preživijo na spletnem mestu več kot 31 sekund, lahko rečemo, da predstavljajo 41% vseh obiskovalcev.

To lahko interpretiramo kot dobro ali slabo. Dobro v pogledu, da spletno mesto ponuja veliko različnih vsebin, ki so obiskovalcu zanimive, lahko pa pomeni, da obiskovalec nima hitrega dostopa do vsebin, oziroma težko najde vsebine; tu se osredotočamo še posebej na tiste, ki so na spletnem mestu porabili več kot 601 sekund (seveda so tudi tukaj nekateri, ki spletno mesto FDV pustijo odprto v zavitku svojega brskalnika in delajo različne stvari na svojih računalnikih). Spletno mesto FDV je namenjeno tudi hitremu iskanju potrebnih vsebin v zvezi s študijem in Fakulteto za družbene vede, tako da je delež(11,5%) uporabnikov, ki preživijo na spletnem mestu več kot 600 sekund dokaj velik.



3.5.2. Primerjava obiskovalcev glede na države

Spodnja tabela prikazuje primerjavo obiskovalcev spletnega mesta FDV iz desetih držav, iz katerih najpogosteje prihajajo uporabniki.

Tabela 3.8.: Podatki o obiskih glede na državo (12. november 2012 – 11. marec 2013)

	Država	Obiski	Povp. št. strani na obisk	Povp. trajanje obiska
1.	Slovenija	503643	3,83	247
2.	Hrvaška	2890	3,92	184
3.	(not set)	1980	3,22	155
4.	Belgija	1204	3,22	237
5.	Avstrija	1185	3,91	198
6.	Nizozemska	1081	2,37	76
7.	Francija	966	2,83	138
8.	Italija	941	3,19	157
9.	Nemčija	900	3,07	124
10.	Španija	766	3,2	170
	Skupaj	515556	3,276	168,6

Kot pričakovano je največji delež obiskov iz Slovenije, saj le-ti predstavljajo kar 97,6% vseh obiskovalcev. Na drugem mestu z veliko manj obiski pa se nahajajo obiskovalci iz Hrvaške. Najmanj obiskovalcev pa po spletnem mestu brska iz Španije. Največ strani na obisk si v povprečju ogledajo obiskovalci iz Hrvaške (3,92 strani na obisk), Avstrije (3,91 strani na obisk) in Slovenije (3,83 strani na obisk), najmanj pa obiskovalci iz Nizozemske (2,37 strani na obisk) in Francije (2,83 strani na obisk). Najdlje so v povprečju po spletnem mestu FDV brskali obiskovalci iz Slovenije (247 sekund) in Belgije (237 sekund), najmanj časa pa so na spletnem mestu FDV porabili obiskovalci iz Nizozemske (76 sekund).



3.6. VSEBINA

3.6.1. Najbolj obiskane strani

Podatki predstavljeni v tem poglavju nam povedo, katere vsebine so na spletnem mestu FDV najbolj obiskane. V spodnji table je predstavljenih 10 najbolj obiskanih vsebin in pripadajoče število ogledov, število edinstvenih obiskovalcev in povprečen čas trajanja obiska. Pod ogledne strani so vključeni tudi večkratni ogledi iste strani, edinstveni ogledi, pa nam povedo število obiskov, pri katerih si je obiskovalec določeno stran ogledal vsaj enkrat.

Tabela 3.9.: Najbolj obiskane strani in čas trajanja obiska (12. november 2012 – 11. marec 2013)

Stran	Ogledi strani	Edinstveni ogledi strani	Povp. čas trajanja obiska(sek)
Fakulteta za družbene vede	568.680	386.492	100
Prijava(Moj FDV)	279.221	234.300	21
Domov(vhodna stran)	253.706	210.459	256
Moj FDV	106.997	86.582	216
Kartica	106.901	95.849	106
Študijski programi	65.539	49.224	61
Obvestila	62.667	50.619	64
Dodiplomski študij 1. stopnje	49.596	40.735	54
Novice in obvestila	48.258	39.396	56
Bodoči študenti	43.460	33.907	58

Iz tabele lahko opazimo, da se na prvem in tretjem mestu najbolj obiskanih strani spletnega mesta FDV nahaja vhodno spletno mesto(homepage). Le-ta je namenjena širši javnosti, medtem, kot so strani kot so na primer prijava(moj FDV), kartica(pedagogi) namenjena študentom in strani dodiplomski študij 1. stopnje, bodoči študenti in študijski programi namenjeni predvsem dijakom, ki iščejo informacije o morebitnem bodočem študiju.

Moj FDV je druga najbolj obiskana stran. Na lestvici je prisotna sama stran moj FDV na četrtem mestu in stran, ki se pojavi, če študent še ni vpisan v sistem.

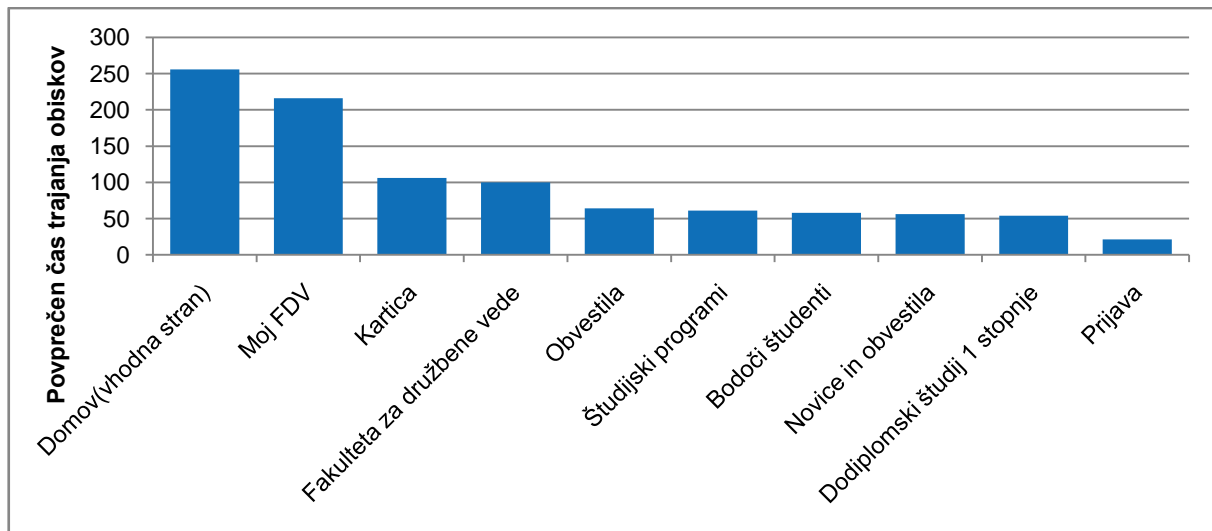
V spodnji polovici lestvice pa se nahajajo večinoma strani za dijake. To je seveda razumljivo, saj dijaki večinoma spletno mesto FDV po navadi obiskujejo večinoma



takrat, ko so predvideni vpisi na Fakulteto v Ljubljani. To obdobje je februarja in začetek marca, to pomeni, da so ti podatki vključeni v našo analizo.

V spodnjem grafikonu pa so prikazani povprečni časi trajanja obiskov določene spletne strani.

Slika 3.6.: Povprečen čas trajanja obiskov (12. november 2012 – 11. marec 2013)



Najdlje se obiskovalci zadržujejo na vhodni spletni strani. To je razumljivo, saj je tudi največ obiskov na tej strani, kar pomeni, da večina obiskovalcev išče vsebine preko te strani oziroma na tej strani.

Na drugem mestu se nahaja Moj FDV(ko so študentje vpisani). Tukaj študentje opravijo vsa potrebna formalna dejanja, ki so obveza za uspešno opravljanje študija. To v povprečju traja 216 sekund.

Dijaki pa po njim namenjenim straneh iščejo podatke v povprečju med 54 in 61 sekund.



3.6.2. Izhodne strani

Tabela 3.10.: Izhodne strani (12. november 2012 – 11. marec 2013)

	Stran	Izhodi	Ogledi strani	% izhodov
1.	Domov	200,97	637,236	31.54%
2.	/	151,24	477,702	31.66%
3.	Bodoči študenti	14,209	25,677	55.34%
4.	Moj FDV	9,8	30,748	31.87%
5.	Dodiplomski študij prve stopnje	8,433	32,625	25.85%
6.	Urniki	8,352	39,07	21.38%
7.	Obvestila in informacije	7,232	34,893	20.73%
8.	Založba	5,033	11,468	43.89%
9.	Navodila in obrazci	1,543	8,542	18.06%
10.	Magistrski študij druge stopnje	1,513	8,685	17.42%

V zgornji tabeli je letvica desetih strani, iz katerih so obiskovalci največkrat zapustili spletno mesto FDV, ter njihove odstotke glede na število ogledov. Temu lahko po angleško rečemo »bounce rate«. Ta je najvišji na strani bodoči študentje(55,34%), ki je namenjena dijakom, ki iščejo informacije o študiju na Fakulteti za družbene vede. Naslednja stran z najvišjim »bounce ratom« je založba(43,89%). Moj FDV, domača stran oziroma vhodna stran spletnega mesta FDV pa imajo približno enak delež izhodov(okrog 31,5%).

3.6.3. Analiza vhodne strani

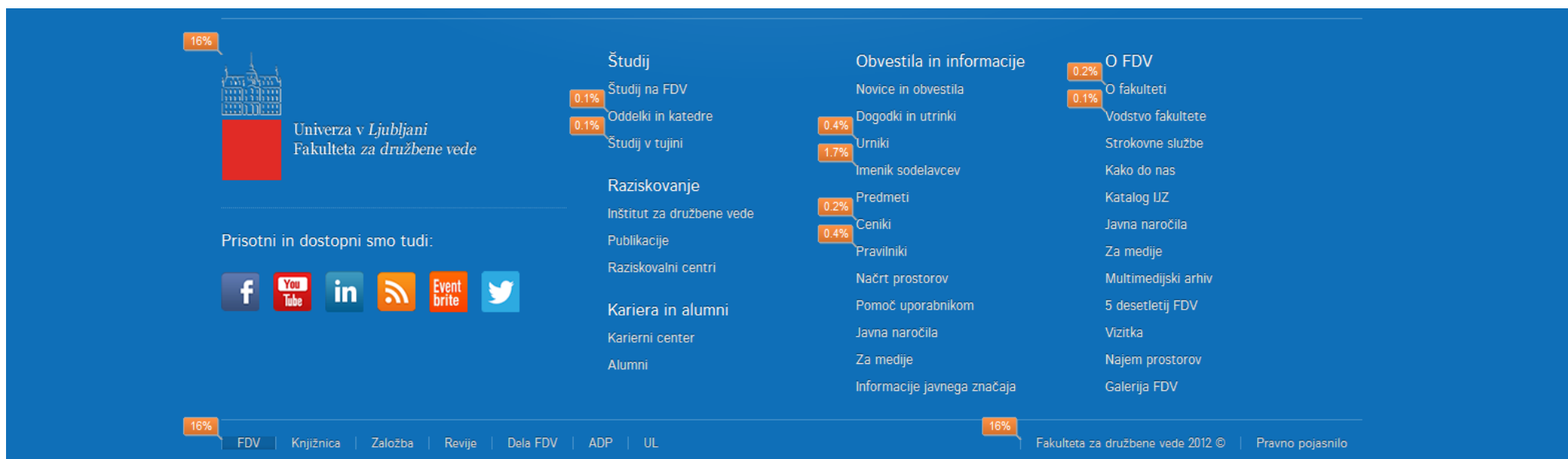
Slika 3.7.: Vrhnji del vhodne strani (12. november 2012 – 11. marec 2013)



Slika 3.8. Srednji del vhodne strani (12. november 2012 – 11. marec 2013)



Slika 3.9.: Spodnji del vhodne strani (12. november 2012 – 11. marec 2013)





Analiza vstopne strani, nam omogoča vpogled, kje na spletnem mestu FDV uporabniki največ klikajo. Torej, prikazani so deleži klikov na povezave na vhodni spletni strani. Kot lahko ugotovimo iz slike, je razvidno, da največ obiskovalcev zaide v meni Študij, kjer kliknejo Moj FDV. Delež teh klikov je kar 39%. Tudi v modrem okvirju na vrhu strani lahko opazimo enak delež pri gumbu Moj FDV, saj gre tukaj za podvajanje povezave. Prav tako gre za podvajanje povezave pri logotipu in gumbu FDV, kjer je delež vseh klikov 16%. Enak delež klikov je tudi pri tako imenovanih pasicah, saj so v izvorni kodi spletnega mesta definirani na isti način. Prav tako k tem 16% spadajo kliki na okvirčke Iz založbe in utrinki z dogodkov. Tema dvema povezavama sledita povezavi urniki, pedagogi in dodiplomski študij prve stopnje, saj so te strani namenjeni študentom, ki predstavljajo največji delež obiskovalcev spletnega mesta FDV.

Na splošno pa lahko rečemo, da je na tako kompleksno zgrajenem spletnem mestu take analize kot prvo težko integrirati s spletnim mestom, kot drugo pa je take rezultate težko brati.



4. KVALITATIVNO RAZISKOVANJE – TEST UPORABNOSTI

4.1. METODOLOGIJA

4.1.1. Uvod

Pri kvalitativnem raziskovanju bomo uporabili metodo testa uporabnosti. Ker je prenovljeno spletno mesto v osnovi namenjeno komuniciranju z dijaki, bodo slednji tudi naša ciljna populacija pri kvalitativnem raziskovanju. Ciljev testa uporabnosti je več:

- identifikacija težav, ki jih imajo uporabniki spletnega mesta pri iskanju vsebin,
- ugotoviti, kako uporabniki iščejo vsebine po spletnem mestu in
- ali uporabniki najdejo želene vsebine?

S tem testom uporabnosti bomo na praktičen način ugotovili, s katerimi težavami se uporabniki spletnega mesta soočajo. S temi podatki bomo lahko podali utemeljene predloge za izboljšavo spletnega mesta.

4.1.2. Vzorec

Ciljna populacija testa uporabnosti so bili dijaki slovenskih srednjih šol. Rekrutacija dijakov za test uporabnosti je potekala na različnih srednjih šolah. Cilj je bil za test uporabnosti rekrutirati dvanajst dijakov, ki bi opravljali naloge, ki so povezane s spletnim mestom ter izpolnili kratek anketni vprašalnik. Obiskali smo naslednje srednje šole: Srednja vzgojiteljska šola in gimnazija Ljubljana, gimnazija Bežigrad, Elektrotehniško - računalniška strokovna šola in gimnazija Ljubljana (Vegova Ljubljana) in Gimnazija Franceta Prešerna Kranj. Srednja vzgojiteljska šola in gimnazija Ljubljana ima tri smeri: predšolska vzgoja, splošna gimnazija in umetniška gimnazija, tako da je raznolikost med dijaki bila zagotovljena. Iz te šole smo rekrutirali dve dijakinji gimnazije, in po enega dijaka iz umetniške gimnazije in predšolske vzgoje. Na Vegovi gimnaziji in gimnaziji Bežigrad pa smo rekrutirali po tri dijake. Na gimnaziji Franceta Prešerna Kranj pa smo rekrutirali še dva dijaka.



4.1.3. Izvedba testa

Najprej smo si morali zagotoviti »nevtralen« prostor, kjer bi opravljali test uporabnosti. Da ne bi bilo pristranskosti smo se izognili opravljanja testov v prostorih FDV. Na posameznih srednjih šolah smo se dogovorili, da nam omogočijo dostop do šolskih prostorov. Tako smo na Srednji vzgojiteljski šoli in gimnaziji Ljubljana in na gimnaziji Bežigrad dobili dostop do učilnice, na Vegovi gimnaziji pa do kabineta.

Za izvedbo testa smo morali poskrbeti za tehnično plat testa. Zagotovili smo prenosni računalnik, na katerega so dijaki izvajali teste. Model prenosnika je bil ASUS serije K53E z Intel Pentium CPU B940, 2.00 GHz procesorjem in 4.00 GB notranjega pomnilnika. Prenosnik je imel nameščeni Windows 7 Home Premium, 64-bitni operacijski sistem. Na njem smo uporabljali program Camtasia Studio, ki omogoča video snemanje obraza dijakov in zaslona računalnika, da smo lahko analizirali reakcije dijakov in njihove obrazne mimike pri izvajanju nalog, prav tako pa nam je ta program omogočal snemanje zaslona, da smo lahko videli, dogajanje na zaslonu. Na testu smo imeli tudi rezervni prenosnik in diktafon, če bi prišlo do kakšnih tehničnih problemov.

Vsebino testa uporabnosti sta predstavljala kratek anketni vprašalnik pred testom, test v obliki praktičnih nalog ter post-test vprašalnik. Z vprašalnikom smo poizvedovali demografske značilnosti, vprašanja o uporabi interneta, ter slabostih in prednostih spletnega mesta FDV. Praktične naloge so bile sestavljene tako, da smo dijaka s pomočjo besedila postavili v vlogo iskalca točno določene informacije, ki jih je nato moral poiskati na spletnem mestu. Vse naloge se nanašajo na vsebino in podstrani, ki so relevantne in namenjene dijakom.

Najprej se je testirancu podalo nagovor, v katerem smo se mu zahvalili za sodelovanje pri raziskavi in mu objasnili kako bo izgledal test, ter kaj pomeni metoda glasnega razmišljanja. Nato smo testirancu dali podpisati soglasje, da smo ga lahko tudi snemali. Istočasno smo mu tudi zagotovili, da so podatki pridobljeni s testom anonimni in bodo uporabljeni le v raziskovalne. Imena in priimka testiranca v poročilu ne bomo omenjali. Po podpisu pa se je test uporabnosti začel.

Med testom so bili v učilnici ali kabinetu prisotni samo testiranec, voditelj testa in nadzornik, s tem smo se izognili zunanjim vplivom in motnjam pri izvajanju testa.



Voditelj je vodil testiranca preko praktičnih nalog in ga opominjal na stvari, ki so pomembne za test (npr. glasno razmišljanje testiranca in izražanje mnenja). Nadzornik testa je spremljal test in si v zapisnik zapisoval potek testa. Ko je testiranec opravil test, smo se mu zahvalili in mu izročili darilo- majica FDV.

4.1.4. Udeleženci testa uporabnosti

V testu uporabnosti je sodelovalo dvanajst udeležencev, od tega sedem moških in pet žensk. Vsi testiranci so bili dijaki oziroma dijakinje različnih srednjih šol. Štirje testiranci so bili dijaki Srednje vzgojiteljske šole in gimnazije Ljubljana, od teh je bil en dijak s umetniške gimnazije. Trije testiranci so bili dijaki Gimnazije Bežigrad in trije testiranci so bili dijaki Elektrotehniške – računalniške strokovne šole in gimnazije Ljubljana (Vegova Ljubljana). Dva testiranca pa sta dijake Gimnazije Franceta Prešerna Kranj.

Trajanje testa se od testiranca do testiranca razlikuje, najmanj časa je za test uporabnosti porabil dijak Gimnazije Franceta Prešerna (14 minut 59 sekund), največ pa dijak umetniške gimnazije (39 minut 56 sekund).

Tabela 4.11.: Udeleženci testa uporabnosti in trajanje testa

Testiranec	Spol	Letnica	Šola	Trajanje testa
1	Ž	1997	SVŠGL ¹	22:40
2	Ž	1997	SVŠGL	22:33
3	Ž	1996	SVŠGL	23:24
4	M	1995	SVŠGL - umetniška	39:56
5	M	1997	Gimnazija Bežigrad	32:39
6	Ž	1997	Gimnazija Bežigrad	32:02
7	Ž	1997	Gimnazija Bežigrad	25:21
8	M	1995	Vegova Ljubljana ²	30:20
9	M	1994	Vegova Ljubljana	31:53
10	M	1994	Vegova Ljubljana	28:51
11	M	1996	GFP Kranj ³	14:59
12	M	1995	GFP Kranj	16:31

¹ Srednja vzgojiteljska šola in gimnazija Ljubljana

² Elektrotehniška – računalniška strokovna šola in gimnazija Ljubljana

³ Gimnazija Franceta Prešerna Kranj



4.1.5. Scenarij za test uporabnosti

Vsak testiranec testa uporabnosti je dobil 10 nalog, ki jih je poskušal samostojno rešiti. Naloga testirancev je bila, da opravijo dane naloge brez pomoči izvajalca testa, pri testu uporabnosti smo upoštevali njihovo uspešnost iskanja določene informacije. Pri določevanju nalog smo se morali predvsem osredotočiti na to, da smo podali take naloge oziroma informacije, ki bi bodoče študente zanimale, in ki bi jih tudi sami iskali na spletnem mestu.

Njihove naloge so bile sledeče:

Naloga 1: Razglejte se po spletni strani in povejte kakšni so vaši prvi občutki. *Namen naloge je ugotoviti kakšno je testirančevo mnenje glede spletne strani brez poznavanja arhitekture, zgolj z vidika preglednosti, barv, oblik in drugih vizualnih lastnosti.*

Naloga 2: Prosto brskajte po spletni strani in pri tem glasno razmišljajte. *Namen te naloge je bil, omogočiti testirancu, da se spozna s spletnim mestom, da si predstavlja njeno strukturo, z namenom lažje uporabe strani v nadaljnjih nalogah.*

Naloga 3: Prosimo poiščite slike iz informativnega dneva 2013. *Pri tej nalogi nas je zanimalo ali so Dogodki in utrinki na dovolj vidnem mestu ter ali testiranci hitro najdejo slike iz informativnega dneva 2013.*

Naloga 4: Prosimo poiščite stran, ki je namenjena predstavitvi študija za bodoče študente. *Za bodoče študente je zelo pomembno, da imajo vse potrebne informacije na enem mestu. Želeli smo preveriti ali je ta povezava dovolj jasna in dostopna.*

Naloga 5: Prosimo vas, da poiščete, kakšen je naziv študenta, ki je uspešno zaključil univerzitetni program Družboslovne informatike. *Naziv študenta je pomembna informacija, ki jo želi izvedeti bodoči študenti, zato smo testirali ali je informacija na dovolj vidnem mestu ter hitro dostopna.*

Naloga 6: Prosimo, poiščite predmetnik v 1. letniku Novinarstva. *Predmetnik je pomemben del odločitve ali se bo bodoči študent vpisal na izbrano smer. Preverjali smo ali je povezava dovolj jasna in hitro dostopna.*



Naloga 7: Prosimo poiščite, kolikšna je vpisnina za v prvi letnik. *Ceniki so pomembni za obiskovalce spletnega mesta, zato smo testirali ali je dostop do cenikov enostaven in na vidnem mestu.*

Naloga 8: Prosimo naštejte mi vsaj tri študentska društva, ki delujejo v okviru FDV. *Študenti velikokrat delujejo še izven fakultete, zato nas je zanimalo, če je povezava do izven šolskih dejavnosti dosegljiva in vidna.*

Naloga 9: Prosimo, poiščite, kdaj ima služba za dodiplomski študij uradne ure. *Uradne ure so ena izmed pogostejših informacij, ki jih obiskovalci spletnega mesta iščejo. Testirali smo ali so uradne ure dovolj jasne in vidne.*

Naloga 10: Prosimo naštejte nekaj zaposlitvenih možnosti, ki jih ta program ponuja. *Vsakega študenta bo končanem študiju zanima ali se bo lahko zaposlil. Zato smo testirali ali testiranci hitro najdejo povezavo do zaposlitvenih možnosti.*

4.2. REZULTATI TESTOV UPORABNOSTI

4.2.1. Uspešnost zaključenih nalog

Naloga 1 in Naloga 2 sta bili namenjeni pregledu spletnega mesta FDV. V prvi nalogi so testiranci opisali svojeobčutke o prvem »srečanju« s spletnim mestom FDV, ki so povezani z različnimi elementi, vključujoč npr. barve, grafika, namen strani... Pri drugi nalogi pa so prosto brskali po spletnem mestu in zraven glasno razmišljali.

Testiranko 1 je zmotilo, da se oglasne pasice prehitro menjajo in zato ji ni uspelo prebrati, kaj je na njih zapisano. Testirancu 3 se spletno mesto ni zdelo nič posebnega in ga je označil za nezanimivo, klasično in zelo podobno ostalim stranem. Testiranca 5 je zmotila nepregledna orodna vrstica, ki bi jo za zunanjega obiskovalca spremenil: »kdo ve kaj so to alumni in take stvari, to pač nima nobenega smisla.« Zavihke bi preimenoval v »home page«, program, uporabniki in obvestila, zmotili so ga tudi premajhne velikosti naslovov. Drugi anketiranci so spletno mesto pohvalili, pri čemer so izpostavili, daje stran preprosta, ima neagresivne barve, jasne slike ter, da je enostavno zgrajena stran. Testiranka 7 je izjavila, da je stran sicer enostavna, ni pa nič posebnega.



Tabela 4.12.: Uspešnost zaključenih nalog

Testiranec	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10
1	VT	BT	BT	BT	T	N	N	BT
2	BT	T	BT	BT	T	BT	T	VT
3	T	BT	N	T	N	BT	BT	BT
4	BT	BT	N	N	N	N	BT	N
5	BT	BT	N	T	BT	BT	BT	N
6	BT	BT	VT	BT	BT	BT	T	BT
7	T	BT	T	N	BT	T	T	N
8	BT	BT	N	BT	N	N	VT	BT
9	BT	N	N	T	T	VT	BT	N
10	BT	N	N	N	VT	N	T	N
11	BT	BT	BT	BT	BT	BT	N	N
12	BT	BT	T	BT	BT	BT	BT	BT
Uspešnost	12	10	6	9	9	8	10	6
% zaključenih nalog	100 %	83,3 %	50 %	75 %	75 %	66,7 %	83,3 %	50 %

*BT (brez težav), T (težave), VT (veliko težav), N (neuspešno)

Naloga 3 je zahtevala, da testiranci poiščejo slike iz informativnega dneva 2013 pri kateri so skoraj vsi testiranci rešili nalogo brez prevelikih težav. Testiranka 1 bi slike o informativnem dnevu 2013 pričakovala pod Galerijo, kjer jih je tudi iskala. Tukaj bi izpostavili, da dijaki hitro zamenjajo Galerijo FDV za Galerijo slik in mislijo, da bodo slike našli tam. Testiranko 6 je zmotilo, da je o tako velikem in pomembnem dogodku zelo malo slik. Ostali testiranci so slike našli brez večjih težav.

Naloga 4 je zahtevala, da testiranec najde stran na spletnem mestu, ki je namenjena bodočim študentom. Testiranci niso imeli večjih težav razen testiranca 9 in 10, ki nista razumela, kaj naj bi spletna stran za bodoče študente vsebovala. Testiranec 5 je komentiral, da bi bilo boljše, če bi bila stran za bodoče študente na vstopni strani spletnega mesta, pod navigacijskem menijem ali kot pasica.

Pri Nalogi 5 so testiranci iskali uraden naziv, ki ga ima diplomant univerzitetnega programa Družboslovne informatike. Testiranci so večinoma iskali informacijo preko Katedre za družboslovno informatiko in metodologijo ali preko Centra za družboslovno informatiko. To bi izpostavili kot eno večjih pomanjkljivosti, saj preko povezave na Center za družboslovno informatiko te informacije ne morejo dostopati. Poleg tega velja omeniti, da sami niti ne vedo, kaj izraz »katedra« pomeni.



Testiranec 5 kljub temu, da je našel stran za Družboslovno informatiko, med informacijami ni našel zelenega. Testiranca 6 in 8 sta iskala pod predmete uradni naziv diplomanta družboslovne informatike, univerzitetni program, saj sta mislila, da je predmet in ne smer. Zmotilo jo je tudi nepoznavanje kratic (UN in VŠ). Pri testiranki 7 je bil problem, da ni vedela, kaj pomeni 1. stopnja, kaj 2. stopnja in kaj 3. stopnja študija. Testiranec 8 je predlagal, da bi bili predmeti razvrščeni tudi po študijskih programih in ne samo po abecednem vrstnem redu.

Iskanje predmetnika za 1. letnik programa Novinarstvo je bila šesta naloga. Testiranec 4 je predmetnik iskal pod predmeti, pri čemer ga je zmotilo, da predmeti niso razdeljeni/razvrščeni tudi po programih (glej zgoraj). Prav tako so testiranci 6, 7 in 9 iskali predmetnik pod predmeti. Testiranci 2, 5 in 9 pa so obupali in so pričeli iskati predmetnik preko iskalnika, saj ga uporabijo v primeru, da zelene informacije ne najdejo.

Naloga 7 se je nanašala na iskanje informacije o strošku vpisnine za 1. letnik študija na FDV. Testiranci 1, 3, 4 in 8 so vpisnino iskali kot podatek, ki bi se moral nahajati pod stran Bodoči študenti. Drugi testiranci s tem niso imeli večjih težav, saj jim je bilo jasno in razumljivo, da se iskani podatek nahaja v rubriki »Ceniki«.

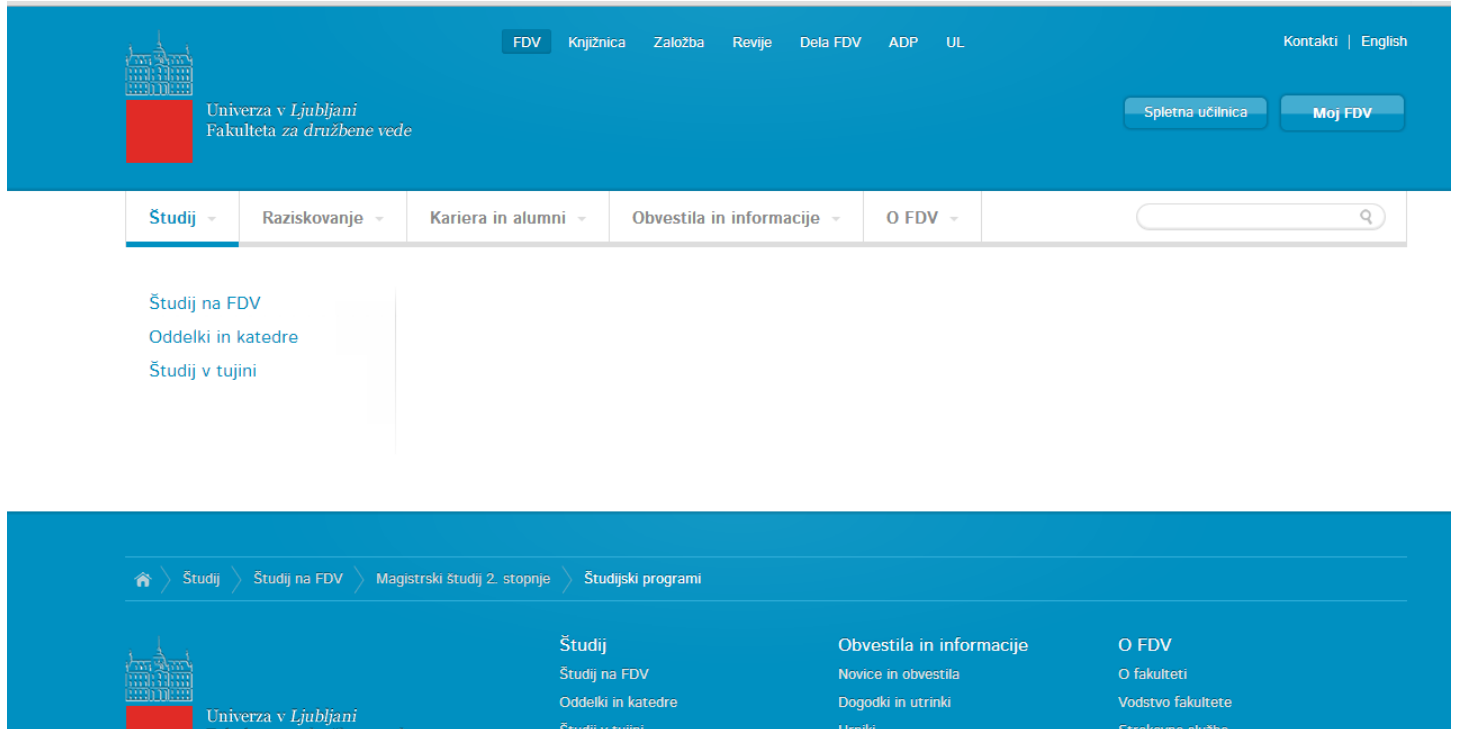
Naloga 8 je zahtevala, da testiranci najdejo stran, kjer so predstavljena študentska društva, ki delujejo v okviru FDV. Testiranka 1 je predlagala nov navigacijski podmeni - O študentih, kamor bi tudi uvrstila društva. Testiranci 2, 4, 5, 7 in 9 so poskušali podatek poiskati preko iskalnika, saj se jim je zdele informacija nedosegljiva. Testiranci bi dali študentska društva pod informacije ali pod FDV.

Naloga 9 je spraševala o uradnih urah, ki jih ima strokovna služba za dodiplomski študij. Večina testirancev išče informacijo preko strokovnih služb in predlagajo, da bi pri strokovnih službah (služba za dodiplomski študij) pisale tudi uradne ure, saj je to pomembna informacije, ki bi morala biti bolj dostopna. Testiranca 4 in 5 sta želela klikniti pri strokovnih službah na dodiplomski študij, kjer bi se izpisale vse informacije.

Zadnja naloga pa je zahtevala, da testiranci poiščejo zaposlitvene možnosti za smer Mednarodni odnosi. Testiranca 2 in 9 sta iskala podatek preko iskalnika. Ko jima je iskalnik izpisal rezultate iskanje, sta želela klikniti na zaposlitev in kariera se ni prikazalo nič, kar ju je zelo zmotilo (glej spodaj). Testiranko 6 je zmotilo, da

potrebuješ preveč klikov, da prideš do te po njeni oceni zelo pomembne in koristne informacije.

Slika 4.10.: Prikaz napake iskanja preko iskalnika



Na koncu so testiranci še na splošno komentirali spletno mesto, večina testirancev ni imela komentarjev, saj so že vse povedali med samim testom. Testiranec 5 je povedal: » problem so te katedre, ki nobenemu nič ne koristjo« predlaga pa, bi bile namesto tega prestavljene smeri študija. Predlagal pa je tudi, da bi vse .doc dokumente spremenili v pdf, ker so lažje berljivi.



4.2.2. Čas reševanja nalog

Čas je zajet od tretje naloge pa do zadnje po posameznih nalogah. Čas reševanja se je pričel meriti od trenutka, ko je izvajalec testa prebral nalogo oziroma je testiranec razumel nalogo pa do trenutka, ko je testiranec rešil nalogo oziroma obupal, ker je ni uspel rešiti.

Najmanj časa so testiranci porabili pri Nalogi 4, ko so iskali povezavo do strani Bodoči študenti. Največ časa pa so porabili pri Nalogi 5, ko so iskali naziv študenta, ki je uspešno zaključil univerzitetni program Družboslovna informatika in pri Nalogi 10, ko so iskali zaposlitvene možnosti za program Mednarodni odnosi.

Tabela 4.13.: Čas reševanja nalog

Testiranec	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10
1	158	9	77	47	137	177	109	38
2	38	76	69	75	83	96	100	235
3	97	20	151	107	180	23	55	90
4	53	4	355	108	195	171	67	158
5	49	6	340	120	15	40	50	248
6	29	5	421	98	15	34	160	94
7	75	7	153	166	20	153	112	174
8	51	4	208	22	139	103	185	74
9	58	120	132	129	58	219	93	128
10	83	66	182	132	137	107	169	157
11	76	6	50	19	28	26	108	150
12	33	5	115	75	25	17	39	43
Povprečen čas	67	27	188	92	86	97	104	132

*Z rdečo je označen nadaljši čas, ki ga je testiranec potreboval za nalogo



4.2.3. Študija optimalnih klikov

Vsaka naloga je rešljiva z optimalnimi kliki. Optimalni kliki pomenijo, kolikokrat je potrebno klikniti na spletnem mestu, da pridemo do želenega cilja po najbolj enostavni poti. Smith (1996) definira uporabnost spletnega mesta kot razmerje med optimalnim številom klikov, ki so potrebni za dokončanje nalog in dejanskim številom klikov, ki so jih testiranci naredili pri reševanju naloge (vključno s ponovnim vračanjem na isto stran). Uporabnost spletnega mesta se izračuna tako, da optimalno število klikov delimo s številom klikov, ki jih je dejansko testiranec storil, da bi zaključil nalogo. Bližje je vrednost 1, bolj uporabno je spletno mesto.

Tabela 4.15. prikazuje število klikov po posameznih nalogah in testirancih ter število optimalnih klikov pri posamezni nalogi. Pri Nalogi 3 je največ klikov naredila testiranka 1, ki je iskala slike z informativnega dneva, pri Nalogi 4 je največ klikov naredil testiranec 9, ki je spregledal povezavo do strani Bodoči študenti. Pri Nalogi 5 je največ klikov naredil testiranec 8, ki je spregledal povezavo do smeri Družboslovna informatika in tako ni našel strokovnega naziva diplomanta Družboslovne informatike. Pri Nalogi 6 so predmetnik v 1. letniku Novinarstva po najdaljši poti iskali 5,7 in 9 testiranec, pri Nalogi 7 pa je največje število klikov naredil testiranec 8, ko je iskal vpisnino v prvem letniku študija. Naloga 8 je zahtevala poiskati študentska društva, pri tej nalogi je največ klikov porabila testiranec 7, pri Nalogi 9 pa zopet testiranec 8, ko je iskal uradne ure za dodiplomski študij 1. stopnje. Po najdaljši poti je Nalogo 10 reševal testiranec 5, ker se je pojavila napaka na spletnem mestu.

Testiranec je vedno pričel reševati iz osnovne strani; klike smo pričeli šteti, ko je končal s prejšnjo nalogo.

Kriteriji merjenja optimalnih klikov posamezne naloge:

Naloga 3: klik Dogodki in utrinki (Obvestila in informacije) + klik druga stran + klik Informativni dan 2013

Naloga 4: klik Bodoči študenti (Študij)

Naloga 5: klik Bodoči študent ali klik Dodiplomski študij 1. stopnje ali Katedra za družboslovno informatiko in metodologijo (Študij)+ Družboslovna informatika UN



Naloga 6: klik Bodoči študent ali klik Dodiplomski študij 1. stopnje ali Katedra za novinarstvo (Študij)+ klik Novinarstvo + klik 1. letnik 2013/2014

Naloga 7: klik Ceniki (Študij) ali Ceniki (Obvestila in informacije) + klik Cenik šolnin in prispevkov

Naloga 8: klik Ob študiju (Študij) + klik Študentska društva

Naloga 9: klik Dodiplomski študij 1. stopnje (Študij)

Naloga 10: klik Bodoči študent ali klik Dodiplomski študij 1. stopnje ali Katedra za mednarodne odnose(Študij)+ klik Mednarodni odnosi + klik Zaposlitev in kariera

Tabela 4.14.: Število klikov po posameznih nalogah in testirancih ter optimalni kliki posamezne naloge

Testiranec	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10
1	24	1	3	3	8	3	4	3
2	3	2	3	4	5	3	4	11
3	7	1	1	5	6	2	3	3
4	3	1	4	3	5	1	3	1
5	3	1	8	6	2	2	3	17
6	3	1	13	4	2	2	4	3
7	7	1	6	6	2	7	4	9
8	7	1	15	3	10	5	12	6
9	3	5	4	6	6	5	3	8
10	3	0	5	2	7	0	3	1
11	4	1	2	3	2	2	4	8
12	3	1	4	5	2	2	4	3
Optimalni kliki	3	1	2	3	2	2	1	3

* z zeleno je označeno najmanjše število klikov (manjše od optimalnega števila klikovne šteje)

** z rdečo je označeno največje število klikov pri posamezni nalogi



Spodnja tabela prikazuje razmerje (kvocient) med optimalnim številom klikov, ki so potrebni za dokončanje nalog in dejanskim številom klikov, ki so jih testiranci naredili pri reševanju naloge (vključno s ponovnim vračanjem na isto stran) (Smith 1996). Bližje, kot je vrednost 1, bolj uporabno je spletno mesto glede na posamezno nalogo.

Najboljše vrednosti zajemata Naloga 4, kjer so iskali predstavitveno stran za Bodoče študente in Naloga 3, kjer so testiranci iskali slike iz informativnega dneva 2013. Najslabše vrednosti pa zajema Naloga 9, kjer se je od testiranca pričakovalo, da poiščejo uradne ure za dodiplomski študij 1. stopnje.

Tabela 4.15.: Uporabnost spletnega mesta po Smithu (1996)

Testiranec	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10
1	0,13	1	0,67	1	0,25	0,67	0,25	1
2	1	0,5	0,67	0,75	0,4	0,67	0,25	0,27
3	0,42	1	2	0,6	0,33	1	0,33	1
4	1	1	0,5	1	0,4	2	0,33	3
5	1	1	0,25	0,5	1	1	0,33	0,18
6	1	1	0,15	0,75	1	1	0,25	1
7	0,42	1	0,33	0,5	1	0,29	0,25	0,33
8	0,42	1	0,13	1	0,2	0,4	0,08	0,5
9	1	0,2	0,5	0,5	0,33	0,4	0,33	0,38
10	1	Ne deli	0,4	1,5	0,29	Ne deli	0,33	3
11	0,75	1	1	1	1	1	0,25	0,38
12	1	1	0,5	0,6	1	1	0,25	1

*z rdečo je označena **neuspešno zaključena naloga**

z **ne deli je označena naloga, kjer testiranec ni naredil nobenega klika (deljenje z nič ni mogoče)



4.2.4. Učinkovitost spletnega mesta FDV

Učinkovitost spletnega mesta je izražena kot število zaključenih nalog deljeno s povprečnim časom, ki so ga pri posamezni nalogi porabili testiranci (Smith 1996).

Testiranci so bili najmanj učinkoviti pri Nalogi 5, ko so iskali strokovni naziv diplomanta, univerzitetnega programa Družboslovna informatika in pri Nalogi 10, ko so iskali zaposlitvene možnosti programa Mednarodni odnosi. Ko primerjamo Nalogo 5, ki je bila najmanj učinkovita in Nalogo 4 (poiskati predstavitveno stran namenjeno Bodočim študentom), ki je bila najbolj učinkovita ugotovimo, da je Naloga 4, 12-krat bolj učinkovita.

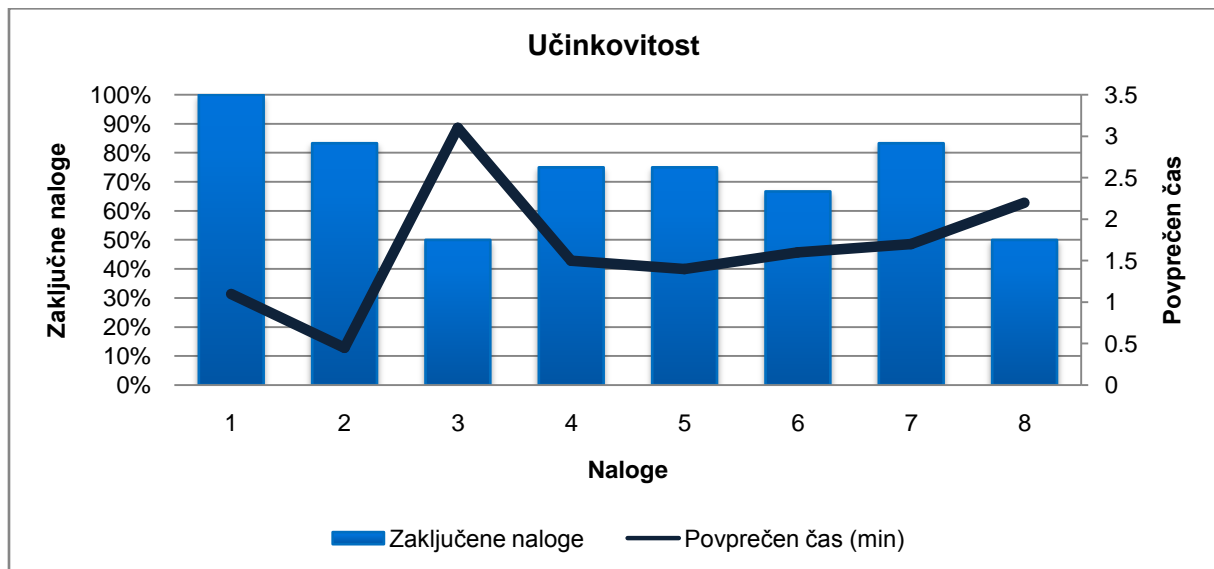
Tabela 4.16.: Učinkovitost spletnega mesta FDV

Naloge	Število zaključenih nalog	Povprečen čas (min)	Učinkovitost
3	100 %	1,1	90 %
4	83,3 %	0,45	185 %
5	50 %	3,1	16 %
6	75 %	1,5	50 %
7	75 %	1,4	54 %
8	66,7 %	1,6	42 %
9	83,3 %	1,7	49 %
10	50 %	2,2	23 %

V spodnji sliki vidimo, da je odstotek zaključenih nalog 50 % pri Nalogi 5 (strokovni naziv diplomanta Družboslovne informatika UN), kar se dobro kaže tudi na povprečnem času reševanja naloge, ki presega tri minute. Prav tako vidimo pri Nalogi 10 (zaposlitvene možnosti smeri Mednarodni odnosi), da je odstotek zaključenih nalog 50 % in visok povprečen čas reševanja nalog. Visoka učinkovitost je izražena pri Nalogi 3 (slike iz informativnega dneva 2013), kjer je odstotek zaključenih nalog 100 %, čas reševanja naloge pa je 1,1 minuto. Pri Nalogi 4 (predstavitvena stran Bodoči študenti) so testiranci povprečno porabili najmanj časa in sicer 45 sekund.



Slika 4.11.: Učinkovitost glede na povprečen čas in zaključenost nalog



4.2.5. Podrobni opisi napak

Pri Nalogi 3 so nekateri testiranci pričakovali slike o informativnem dnevu pod Galerijo FDV, kjer so tudi iskali slike. Primer iskanja testiranke 7 je izgledal takole:

V iskalnik je vpisala informativni dnevi 2013 in iskalnik ji ni prinesel zelenega rezultata na to je iskala slike preko Galerije FDV in v okviru te podstrani nadaljevala na Dogodki galerije, nato je zavila na pravo pot in sicer pod dogodke in utrinke in nazadnje našla slike iz informativnega dneva FDV. Vsi testiranci so sicer na koncu našli slike informativnega dneva vendar je nekaterim zaradi predpostavljjanja, da se slike najdejo pod Galerijo to predstavljalo problem.

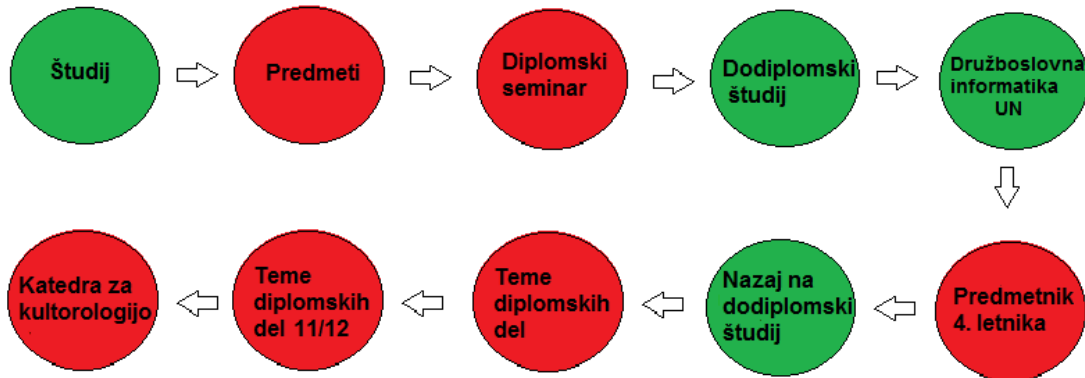
Pri Nalogi 4 (predstavitvena stran Bodoči študent) problemov ni bilo, razen pri testirancu 9 in 10, ki nista razumela, kaj naloga zahteva od njiju. Testiranec 9 je iskal stran namenjeno študentom pod predmeti. Na splošno nista razumela, da obstaja stran namenjena samo študentom.

Naloga 5 je zahtevala poiskati uradni naziv diplomanta Družboslovne informatike univerzitetni program, tukaj pa so testiranci naleteli na veliko težav. Iskali so preko centra za družboslovno informatiko, katedre za družboslovno informatiko in metodologijo, informacij, bodoči študent, družboslovna informatika VŠ



(nerazumevanje kratic) in preko predmetov. Njihovo iskanje je bilo v 50% neuspešno. Primer testiranja 8:

Slika 4.12.: Iskanje testiranca 8, ko je iskal strokovni naziv diplomanta



Testiranec 8 je pri nalogi 5 najprej je kliknil študij in nato predmete, nadaljeval je na diplomski seminar družboslovne informatike, nato je zavil na pravo pot dodiplomski študij in družboslovna informatika kjer pa ni opazil iskanega, tam je zavil na predmetnik 4. letnika in nato nadaljeval v menijih teme diplomskih del 2011/2012 in katedro za kulturologijo kjer je nazadnje obupal.

Pri Nalogi 6 je bilo potrebno poiskati predmetnik v 1. letniku Novinarstva, kjer pa se so prav tako pojavljale težave pri iskanju potrebnih informacij. Testiranci so iskali predmetnik preko iskalnika, predmetov in katedre za novinarstvo. Testirance 4 je predlagal, da bi bili predmeti razdeljeni še po programih. Kot primer bi radi izpostavili testiranko 7, ki je svojo pot opravila tako, da je kliknila na študij potem na katedro za novinarstvo, kjer pa ni opazila povezave naprej na novinarstvo oz. ni predpostavila, da se tudi tam da dostopati do predmetnika in zato je kliknila na predmete, tam je poizkusila poiskati informacijo preko predmeta novinarsko sporočanje nato pa odnehala. Največ testirancev je zmotila prav povezava predmeti, ker ne ločijo predmetov od predmetnika.

Pri Nalogi 7 so testiranci morali poiskati vpisnino v prvi letnik, kjer je nekaj testirancev najprej iskalo na strani Bodoči študenti, šele potem pa preko Cenika, ki so ga zagledali kasneje. Iskali so tudi preko: pogostih vprašanj incenika knjižničnih storitev. Pri tej nalogi večina testirancev ni imela problemov. Eden izmed testirancev pa je izpostavil, da bi lahko priponke cenikov bile v bolj standardnem formatu, ki jih prepozna večina operacijskih sistemov, Pdf.

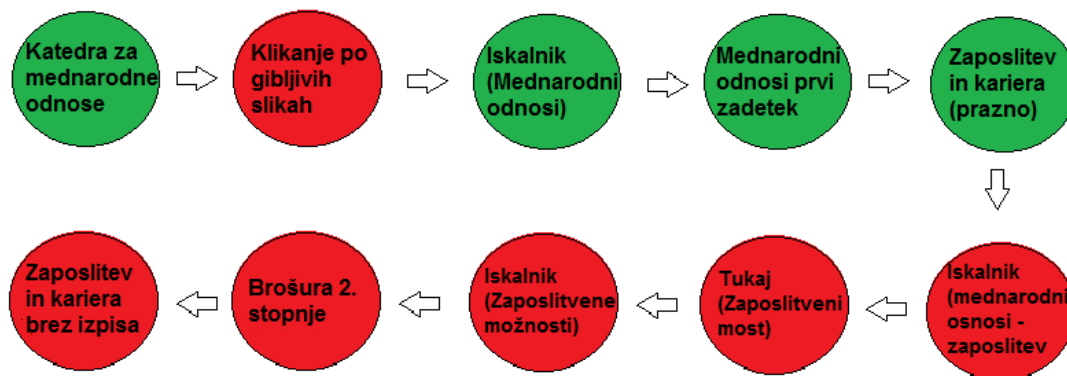


Naloga 8 je od testirancev zahtevala, da poiščejo študentska društva, ki delujejo v okviru FDV, kar pa jim je predstavljalo veliko težav. Iskali so preko iskalnika, pod O FDV, informacije, o fakulteti. Testiranka 1 je predlagala, da bi dodali nov podmeni, kateri bi vseboval informacije o študentih.

Pri Nalogi 9 so morali testiranci poiskati uradne ure strokovne službe za dodiplomski študij, kjer je večina testirancev iskala informacijo preko Strokovnih služb. Uradne ure so iskali preko strokovnih služb, iskalnika, kontaktov, obvestila in informacije, pedagogi in vizitke. Nekateri testiranci so zmotili, da so vrazvrstitvi po strokovnih službah dostopna samo imena in priimki delavcev strokovne službe, ni pa možno klikniti na službo za dodiplomski študij, kjer bi bil naveden delavni čas za celotno službo.

Pri Nalogi 10 pa je bilo navodilo naloge, da morajo testiranci poiskati zaposlitvene možnosti za smer Mednarodni odnosi. Iskali so preko predmetov, katedre in centra za Mednarodne odnose. Največja težava pa se je pojavila, ko so testiranci iskali zaposlitvene možnosti preko iskalnika na spletnem mestu. Takrat se stran Zaposlitev in kariera sploh ne prikaže (glej zgoraj).

Slika 4.13.: Iskanje testiranca, ko je iskal zaposlitvene možnosti za smer Mednarodni odnosi



Testiranec številka 5 je informacijo iskal pod katedre za mednarodne odnose in nadaljeval s klikanje po gibljivih slikah, ker ni našel informacije je nadaljeval preko iskalnika v katerega je vpisal mednarodni odnosi in zaposlitev in kariera kjer se mu odpre prazna stran. Zopet nadaljuje z iskalnikom v katerega vpiše podobne ključne besede a na koncu ne najde iskane informacije. Tukaj bi radi izpostavili, da je večina testirancev iskala program in zaposlitvene možnosti preko katedre in centra za mednarodne odnose, kljub temu da jih večina ne pozna izraza katedra.



Spodnja tabela prikazuje število napak po posameznih testirancih in nalog. Največ napak so testiranci naredili pri Nalogi 5 (strokovni naziv diplomanta, univerzitetni program Družboslovna informatika) in pri Nalogi 10 (Zaposlitvene možnosti smeri Mednarodni odnosi). Veliko število napak je tudi pri Nalogi 9, ko so testiranci iskali uradne ure za dodiplomski študij 1. stopnje. Število napak je izrazito pri Nalogi 3 (Slike iz informativnega dneva 2013), ko je Testiranka 1 zašla z optimalne poti in tako se je izrazito povečalo število napak pri tej nalogi.

Tabela 4.17.: Število napak

Testiranec	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10
1	23	0	0	1	5	2	4	0
2	0	1	3	1	1	1	3	6
3	0	0	0	1	5	0	1	0
4	0	0	4	3	3	1	2	1
5	1	0	5	2	0	1	2	10
6	0	0	10	1	0	0	3	0
7	4	0	3	4	0	5	3	9
8	4	0	9	0	7	5	11	3
9	0	5	4	2	3	4	2	5
10	0	0	4	0	2	0	2	1
11	0	0	0	0	0	0	4	6
12	0	0	1	1	0	0	3	2
Število napak	32	6	43	16	26	19	40	43



4.2.6. Povzetek podatkov

Spodnja tabela prikazuje nizko stopnjo zaključenosti Naloge 5 (strokovni naziv diplomanta, univerzitetni program Družboslovna informatika) in Naloge 10 (zaposlitvene možnosti smeri Mednarodni odnosi). Obe nalogi imata tudi najvišjo stopnjo napak, veliko napak je tudi pri Nalogi 9 (uradne ure za dodiplomski študij 1. stopnje). Prav tako je so anketiranci v povprečju največ časa namenili Nalogi 5 in Nalogi 10. Ugotovili smo, da največji problem predstavljajo Naloga 5 (strokovni naziv diplomanta), Naloga 9 (uradne ure) in Naloga 10 (zaposlitvene možnosti).

Tabela 4.18.: Prikaz števila zaključenih nalog, število napak in povprečen čas reševanja nalog

Naloga	Število zaključenih nalog	Napake	Povprečen čas
3	12	32	67
4	10	6	27
5	6	43	188
6	9	16	92
7	9	26	86
8	8	19	97
9	10	40	104
10	6	43	132

4.2.7. Predlogi za izboljšavo

Sprememba razvrstitve strokovnih služb

Ko iščemo informacije o strokovnih službah, po navadi iščemo določen oddelek, zato bi predlagali, da se na prvo oz. primarno mesto postavi razvrstitev po strokovnih službah in šele nato možnost razvrstitve po priimkih.



Predlog spremembe menija Študij

Slika 4.14.: Predlog spremembe menija



Glede na pot, ki so jo izbirali testiranci, smo ugotovili, da jih bližnjice (urnik, pedagogi, pravilnik, predmeti, cenik in moj FDV) zavedejo. Dostop do teh informacij obstaja že v drugih glavnih menijih.

Druga sprememba, ki jo predlagamo je neposreden dostop do študijskih smeri, saj smo ugotovili, da večina testirancev s težavo dostopa do teh informacij. Glede na pomembnost te informacije za dijake bi predlagali zgornjo predstavitev.

Razlaga UN VS

Veliko testirancev je imelo težavo z razumevanjem teh dveh kratic, ki bi bile lahko poimenovane s celotno besede. UN-univerzitetni ter VS-visokošolski.

Vizualna predstavitev

Boljša vizualna predstavitev študijskih programov pri dostopanju preko kateder. Ko so testiranci dostopali preko kateder so le stežka opazili povezavo do študijskih programov, zato predlagamo, da se poudari oz. prestavi dostop na bolj vidno mesto.



Optimizacija iskalnika

Pri iskanju študijske smeri iskalnik vrne zadetek smeri za 2. stopnjo namesto, da bi bilo na prvem mestu 1 stopnja študijskega programa.

Slika 4.15.: Prikaz napake v iskalniku

Študij ▾ Raziskovanje ▾ Kariera in alumni ▾ Obvestila in informacije ▾ O FDV ▾

Rezultati iskanja

56 search results for mednarodni odnosi

[Mednarodni odnosi](http://www.fdv.uni-lj.si/studij/studij-na-fdv/studijski-programi/mednarodni-odnosi-2-stopnja)
<http://www.fdv.uni-lj.si/studij/studij-na-fdv/studijski-programi/mednarodni-odnosi-2-stopnja>
Mednarodni odnosi,

[Mednarodni odnosi](http://www.fdv.uni-lj.si/studij/studij-na-fdv/studijski-programi/mednarodni-odnosi-1-stopnja)
<http://www.fdv.uni-lj.si/studij/studij-na-fdv/studijski-programi/mednarodni-odnosi-1-stopnja>
Mednarodni odnosi,

[Mednarodni odnosi](http://www.fdv.uni-lj.si/studij/studij-na-fdv/studijski-programi/mednarodni-odnosi-3-stopnja)
<http://www.fdv.uni-lj.si/studij/studij-na-fdv/studijski-programi/mednarodni-odnosi-3-stopnja>
Mednarodni odnosi,



4.3. ANALIZA REZULTATOV UVODNEGA VPRAŠALNIKA

4.3.1. Najpogosteje obiskovane spletne strani

Pred začetkom testa uporabnosti je vsak testiranec dobil Uvodni vprašalnik v katerem je navedel tudi tri spletne strani, ki jih najpogosteje obiskuje. Navedene so tudi srednje šole, katere testiranci obiskujejo. Odgovori, ki so jih podali testiranci so podani v spodnji tabeli.

Tabela 4.19.: Najbolj obiskane spletne strani glede na srednjo šolo testiranca (Vir: Uvodni vprašalnik)

Testiranec	Srednja šola	Spletne strani
1	SVŠGL	facebook.com, twitter.com, youtube.com
2	SVŠGL	gmail.com, youtube.com, 1chanel.com
3	SVŠGL	facebook.com, hotmail.com, 24ur.com
4	SVŠGL	facebook.com, youtube.com, gmail.com
5	Gimnazija Bežigrad	mojblink.com, tumbb.com, darklyrics.com
6	Gimnazija Bežigrad	google.si, facebook.com, youtube.com
7	Gimnazija Bežigrad	facebook.com, intranet.com, youtube.com
8	Vegova Ljubljana	youtube.com, easistent.com/urniki/182, feed-the-beast.com
9	Vegova Ljubljana	google.si, mail.google, facebook.com
10	Vegova Ljubljana	gmail.com, facebook.com, google.si
11	GFP Kranj	9gag.com, facebook.com, gmail.com
12	GFP Kranj	facebook.com, 9gag.com, reddit.com

Testiranci najpogosteje obiskujejo socialna omrežja (Facebook, Twitter) – kar devet testirancev. Pogosto obiskujejo tudi YouTube (šest testirancev) in Gmail (štirje testiranci). Ostale spletne strani se razlikujejo od testiranca do testiranca, vendar v večini testiranci obiskujejo zabavne in socialne strani.



4.3.2. Splošne ocene

Na koncu testa je posamezen testiranec dobil še post test vprašalnik, v katerem je podal tudi splošno oceno o spletnem mestu Fakultete za družbene vede v Ljubljani.

Na lestvici od 1 do 5, so ocenili spletno mesto, kjer je 1 pomenilo nezadostno in 5 odlično oceno. Štirje testiranci so spletno mesto označili s 3 – dobro spletno mesto; sedem testirancev je spletno mesto označilo s 4 – prav dobro spletno mesto in en testiranec je označil spletno mesto s 5 – odlično spletno mesto.

Tabela 4.20.: Ocene elementov testirancev (Vir: Post-test vprašalnik)

Najbolj všeč	Najmanj všeč	Pritegnilo
Oblika, barve, slike, grafika	Pasica premika prehitro	Zanimanje za študij, program
Galerija	Ni uradnih ur	Dodaten podatek
Menjanje ozadja (modra, zelena)	Podobnost med povezavo študij in raziskovanje	zanimivosti
iskalnik	Ponavljjanje in velikost pasice	Obvestila (med študijem)
Logična razporeditev, povezanost	Premajhna vidljivost pomembnih stvari	Želja po informacijah
Večino podatkov lahko najti	Barva, pisava	
Usklajenost na prvi pogled	Ponavljjanje, podvajanje	
Študijska smer solidna opisana in razložena	Premalo strnjeno ponekod, ponekod preveč strnjeno	
Neka resnost z neživimi barvami	Prazni linki, premalo direktnih povezav	
Kazalo spodaj	katedre	
Dogodki na prvi strani	Docs namesto pdf	
Splošen izgled	Pasice nimajo povezav	
Preprosta stran	Za nekaterimi informacijami potrebno dolgo brskati	
Temeljnit vpogled v šolo	Težko branje nekaterih shem	
	nepreglednost	
	Vpogled v urnike zahteval vpis	



4.4. SKLEPNE UGOTOVITVE

Uporabnost spletnega mesta FDV smo testirali na 12 dijakih, katerim smo postavili praktične naloge, ki so jih morali rešiti. Hitro in učinkovito iskanje željenih informacij je ključnega pomena za vse vrste uporabnikov.

Večina dijakov je na prvi pogled spletno mesto označilo kot lepo zasnovano, preprosto ter oblikovno sorazmerno lepo urejeno (npr. neagresivne barve in jasne slike). Nekatere pa je zmotilo hitro premikanje slik. Velikokrat pa se je pri dijakih pojavilo tudi nepoznavanje izrazov kot so alumni, katedre, kratice kot UN in VS in kaj pomenijo centri.

Dijaki so bili bolj uspešni pri iskanju predstavitvene strani namenjene bodočim študentom, kar se je pokazalo tudi na času reševanja nalog in pri iskanju slik iz informativnega dneva 2013. Pri tej nalogi pa se je pojavilo dokaj veliko število napak, saj so testiranci zamenjali Galerijo FDV s Dogodki in utrinki (Galerija slik).

Test uporabnosti je pokazal, da ima nova spletno mesto določene arhitekturne in vsebinske pomankljivosti, ki so ključnega pomena za uspešno iskanje zelenih informacij. Ugotovili smo, da so testiranci imeli največ težav pri iskanju uradnega naziva diplomantov na FDV programih, kjer so dijaki na primer iskali informacijo preko Centra za družboslovno informatiko, Katedre za družboslovno informatiko in metodologijo, informacij, bodoči študent, Družboslovna informatika VŠ (nerazumevanje kratic) in preko predmetov. Njihovo iskanje je bilo v polovici primerov neuspešno. Prav tako so dijaki imeli veliko težav pri iskanju zaposlitvenih možnosti za študijsko smer Mednarodni odnosi, kjer so iskali preko predmetov, Katedre in Centra za Mednarodne odnose, pri tej nalogi pa so porabili tudi največ časa. Največja težava pa se je pojavila, ko so testiranci iskali zaposlitvene možnosti preko iskalnika na spletnem mestu. Takrat se stran Zaposlitev in kariera testirancem ne prikaže – na to dejstvo smo opozorili vzdrževalce spletnega mesta že tekom raziskave.

Izkazalo pa se je tudi, da imajo dijaki veliko težav pri iskanju študijskih smeri, kar pa naj bi bilo za univerzitetno/fakultetno spletno mesto, glede na analizirano strokovno literaturo in predhodne raziskave na tem področju, ključnega pomena. Kot možnost



smo v raziskavi navedli tudi nekatere možne izboljšave, s katerimi bi omogočili večjo uporabnost, preglednost in učinkovitost spletnega mesta.

5. KVANTITATIVNO RAZISKOVANJE – SPLETNA ANKETA

5.1. METODOLOGIJA

5.1.1. UVOD

Pri evalvaciji spletnega mesta FDV smo uporabili kvantitativni metodološki pristop, ki je temeljil na podatkih, zbranih s spletnim anketnim vprašalnikom. Vprašalnik je sestavljen tako, da meri zadovoljstvo obiskovalcev spletnega mesta s pomočjo nekaterih merskih lestvic in inštrumentov, ki jih bomo predstavili v nadaljevanju. Ključna dva merska inštrumenta, ki smo ju uporabili v raziskavi, sta bila System Usability Scale – SUS in American Customer Satisfaction Index – ACSI.

5.1.2. SPLETNA ANKETA

S pomočjo spletnega orodja »1ka« smo izdelali spletno anketo o spletnem mestu FDV. Anketa je bila dostopna preko spleta od 17.4.2013 dalje, do ankete pa so obiskovalci spletnega mesta FDV dostopali preko pasice na spletnem mestu FDV, ki je bila locirana na prvi strani na glavni sliki spletnega mesta.

Tabela 5.21.: Stopnje odgovorov

Kumulativni status	n	%
Klik na nagovor	392	100 %
Klik na anketo	225	57 %
Začel izpolnjevati	207	53 %
Delno izpolnjena	207	53 %
Končal anketo	145	37 %



Anketo smo zaključili 23.5.2013, ko je anketo dokončalo 145 anketirancev. Neustreznih odgovorov na anketo imamo 185, delno izpolnjeno anketo pa je pustilo 62 anketirancev, torej je bilo skupaj vseh ki so kliknili na pasico 392.

Večinoma vsi anketiranci so do ankete dostopali preko spletnega mesta FDV, kjer je bil objavljena pasica z vabilom na anketo, nekaj pa jih je dostopalo tudi z neposrednim klikom in preko Facebook-a.

Veliko klikov na nagovor smo dosegli 25.4.2013 in 7.5.2013, ko je na nagovor kliknilo 32 ljudi. 6.5.2013 pa je na nagovor kliknilo 81 ljudi, kar predstavlja največ klikov v obdobju anketiranja. Razlog je bila objava novice o anketi na FDV Facebook strani.

Pri analizi IP-naslovov smo opazili, da je bilo iz nekaterih IP-naslovov rešenih več anket. Primer: iz enega IP-naslova rešena anketa kar 22-krat. Predvidevamo, da gre za računalnike na FDV-ju, ki imajo večinoma nastavljeno FDV spletno mesto za domačo stran, torej je veliko študentov lahko opazilo pasico.

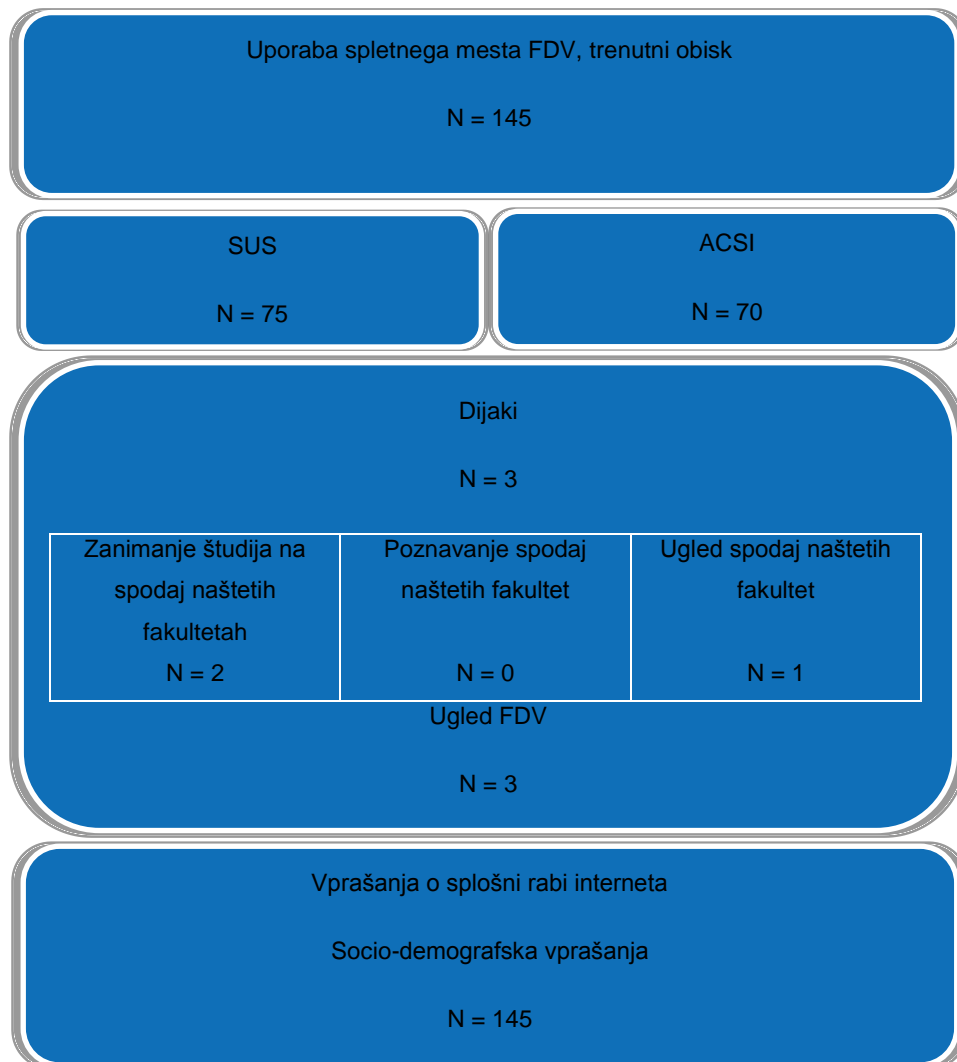
5.1.3. VPRAŠALNIK

Anketni vprašalnik smo ustvarili s pomočjo spletnega orodja »1ka«. Ima 37 vprašanj in 122 spremenljivk. Predviden čas reševanja pa je 8 minut in 4 sekunde. Vsebinsko smo ga razdelili na uvodna vprašanja, ki se tičejo obiska spletnega mesta FDV, merjenje zadovoljstva s spletnim mestom FDV, del namenjen dijakom, sledila so vprašanja o uporabo interneta in družbenih medijev ter nekaj demografskih vprašanj o anketirancu.

Ker je bilo v vprašalniku veliko vprašanj, smo anketirance s pomočjo spletnega orodja »1ka« razbremenili in uporabili metodo delitve vzorca in slučajne podvzorce. To pomeni da določena vprašanja naključno razporedimo med respondente. To nam je pomagalo doseči tako visoko stopnjo odgovora, saj bi ob prevelikem številu kompliciranih vprašanj anketiranci hitreje odnehali.

V spodnji tabeli, je prikazano kako smo razporedili vprašanja po skupinah in tematskih sklopih. Črka N pa označuje število enot v vzorcu.

Tabela 5.22.: Struktura razbitja in število enot v vzorcih



5.1.4. SPLETNA ANKETA ZA DIJAKE

Glede na zastavljene cilje raziskave je bilo za nas bistveno, da dobimo med anketirance v spletno anketo tudi odgovore dijakov (vsaj 30). Kot lahko opazimo v zgornjem poročilu ankete na dan 4. maja 2013, je bil med respondenti samo en dijak, kar nam je predstavljalo problem. Zato smo situacijo rešili tako, da sta se po dva člana skupine odpravila na dvesrednji šoli: najprej na Gimnazijo Franceta Prešerna v Kranju, 21. maja 2013 ter 23. maja 2013, in pa na Elektrotehniško - računalniška strokovna šola in gimnazija Ljubljana, 22. maja 2013. V času teh treh obiskov smo dobili na anketo 45 celotno izpolnjenih anket, kar je zadostilo naše potrebe.



Anketiranje dijakov na srednji šoli pa je zahtevalo določen protokol. Ker smo predvidevali da večina dijakov še ni obiskalo spletnega mesta FDV, smo jih morali najprej s spletnim mestom seznaniti. To smo izvedli tako, da smo jim postavili tri naloge, ki so jih dijaki reševali samostojno in v tišini:

Naloga 1

Udeležili ste se informativnega dneva na FDV-ju. Tam je bil prisoten fotograf, ki je zabeležil pomembne trenutke bodočih študentov. Zanima vas, če ste bili prisotni na kakšni od slik. Prosimo poiščite slike iz informativnega dneva 2013.

Naloga 2

V srednji šoli ste verjetno član/-ica kakšnega šolskega društva. Ker bi še naprej radi podobno aktivni, vas zanima katera študentska društva delujejo na fakulteti. Prosimo naštejte mi vsaj tri študentska društva, ki delujejo v okviru FDV.

Naloga 3

Pri izpolnjevanju vpisnega lista ste naleteli na težave, pri katerih bi potrebovali pomoč. Na informativnem dnevu ste izvedeli, da se v primeru težav obrnete na strokovno službo FDV. Prosimo, poiščite, kdaj ima služba za dodiplomski študij uradne ure.

Navodilo za posamezno nalogo je bilo dijakom dostopno na predstavitvi, ki je bila projicirana v razredu. Prav tako je bila na predstavitvi povezava za dostop do spletne strani. Ko so dijaki končali vse tri naloge, se je na predstavitvi prikazala povezava do spletne ankete za dijake.

5.1.5. VPRAŠALNIK

Vprašalnik je ostal precej podoben prvotnemu. S pomočjo spletnega orodja »1ka« smo naredili kopijo vprašalnika za obiskovalce spletnega mesta FDV ter jo priredili za dijake. Vprašalnik je imel 27 vprašanj in 81 spremenljivk. Predvidena dolžina reševanja pa je bila 9 minut in 39 sekund. Obdržali smo naslednje sklope vprašanj: prvi sklop se je nanašal na njihov trenutni obisk strani, sledila so vprašanja o zadovoljstvu s spletnim mestom FDV, nadaljevali pa smo z delom za dijake. Uporabili



smo ista vprašanja kot v anketi za obiskovalce spletnega mesta FDV, le da smo izključili vse delitve anketirancev na podzorce. Sklop za dijake se je torej delil še na vprašanja o njihovem trenutnem obisku srednje šole, o vpisu v visokošolski program, o ugledu FDV, zaključili pa smo z nekaj demografskimi vprašanji.

5.1.5 Vrednosti indeksa ACSI primerljive z našo raziskavo

Indeks ACSI izrazimo kot povprečje odgovorov na 3 vprašanja, na katera anketiranec odgovori s pomočjo 10-stopenjske lestvice (od 1 do 10), ki pa se nato pretvori v lestvico od 0 do 100. Ta model smo uporabili tudi v naši raziskavi, vprašanja pa smo prilagodili tako, da merijo zadovoljstvo uporabnikov spletnega mesta FDV.

Trditve, s katerimi merimo zadovoljstvo obiskovalcev spletnega mesta FDV:

- Kakšno je vaše splošno zadovoljstvo s spletnim mestom FDV?
- V kolikšni meri izpolnjuje spletno mesto FDV vaša pričakovanja?
- V kolikšni meri spletno mesto FDV (ne)ustreza vaši predstavi o idealnem spletnem mestu?

Izračunano vrednost ACSI nato primerjamo z zadovoljstvom uporabnikov drugih podjetij in organizacij. Najbolj smiselno je, da rezultate zadovoljstva primerjamo z obiskovalci drugih spletnih mest, kar nam pomaga umestiti rezultat zadovoljstva.

V spodnji tabeli so prikazane splošno uporabljene področje spletnih mest, ki so najpogosteje merjene z metodo ACSI.

Kar se tiče e-storitev in spletnih mest, ACSI najpogosteje meri področje internetnih novic, kjer je povprečna vrednost indeksa ACSI 74,2. Primer teh novic pa je FOX News, ki imajo najvišjo oceno na tem področju. Glede na spletne brskalnike je povprečna ocena 79, najboljše ocenjen v letu 2012 pa je Google brskalnik. Družabna omrežja pa so povprečno ocenjena z vrednostjo indeksa ACSI 69, najboljše ocenjen v tej skupini pa je Google Plus.



Tabela 5.23.: E- storitve in vrednosti ACSI (Vir: theacsi.org)

e-storitev	Vrednost indeksa ACSI za leto 2012
Internetne novice:	74,2
- FOX news	84
Spletni brskalniki:	79
- Google	82
Družabna omrežja:	69
- Google Plus	78

ACSI meri tudi nekatera področja delovanja državnih storitev in oddelkov ZDA. Merijo predvsem področja e-državnih storitev, e-informacij in novic, glavne strani spletnih mest oddelkov ter zaposlotvene storitve ZDA. Najbolje ocenjene so e-storitve, ki imajo vrednost indeksa ACSI 84, primer take storitve je Uprava za socialno varnost, sledijo e-informacije in novice, z vrednostjo indeksa ACSI 80, primer je Oddelek za sodstvo ZDA- Glavna stran spletnega mesta oddelka je povprečno ocenjena z vrednostjo 79, en izmed primerov je spletno mesto Federal Bureau of Investigation (FBI), najslabše ocenjeno področje državnih storitev pa so zaposlitvene storitve ZDA, primer je ministrstvo za delo, povprečno pa so ocenjene z indeksom 77.

Tabela 5.24.: Storitve države, ki jih meri indeks ACSI in njihove vrednosti za obdobje zadnjega četrletja v letu 2012 (Vir: theacsi.org)

e-državna agencija/organizacija/oddelek	Vrednost indeksa ACSI za obdobje zadnjega četrletja v letu 2012
e-storitve:	
- Uprava za socialno varnost	84
e-informacije in novice:	
- Oddelek za sodstvo	80
Glavno stran spletnih mest oddelkov:	
- Federal Bureau of investigation (FBI)	79
Zaposlitvene storitve ZDA	
- Ministrstvo za delo	77



5.2. ANALIZA SPLETNE ANKETE

Spletno anketo je med obdobjem od 17.4.2013 do 23.4.2013 dokončno rešilo 145 obiskovalcev spletnega mesta FDV. Anketiranci so pripadali populaciji omenjenega spletnega mesta, šlo pa je tako za dijake, študente, ostale zaposlene, kot tudi za tiste ki so spletno mesto prvič obiskali in tiste, ki so redni obiskovalci spletnega mesta FDV.

5.2.1. Socio-demografske značilnosti vzorca

V spodnji tabeli so prikazane socio-demografske značilnosti vzorca.

Glede na anketo ženske prevladujejo (71%) med obiskovalci spletnega mesta. Najmlajši obiskovalec je bil star 10 let, najstarejši pa 59 let. Večina obiskovalcev (84%) je mlajših od 30 let. Dva obiskovalca (1,4%) sta bila starejša od 50 let.

Največ je bilo v vzorcu enot z dokončano srednjo šolo (59%), najmanj pa tistih z končano osnovno šolo (2%). Četrtnina respondentov (25%) ima doseženo višjo, visoko šolo ali univerzitetno izobrazbo. Ostali (14%) imajo dokončan magisterij, doktorat ali specializacijo.

Tabela 5.25.: Socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	%
Spol		
moški	42	29,4%
ženski	101	70,6%
Skupaj	143	100%
Starost		
manj kot 30 let	118	84,2%
od 30 do 50 let	20	14,2%
več kot 50 let	2	1,4%
Skupaj	141	100%
Izobrazba		
osnovna šola ali manj	3	2,1%
štiriletna ali petletna srednja šola	84	58,7%
višja, visoka šola, univerzitetna izobrazba	36	25,2%
specializacija, magisterij, doktorat	20	14,0%
Skupaj	143	100%

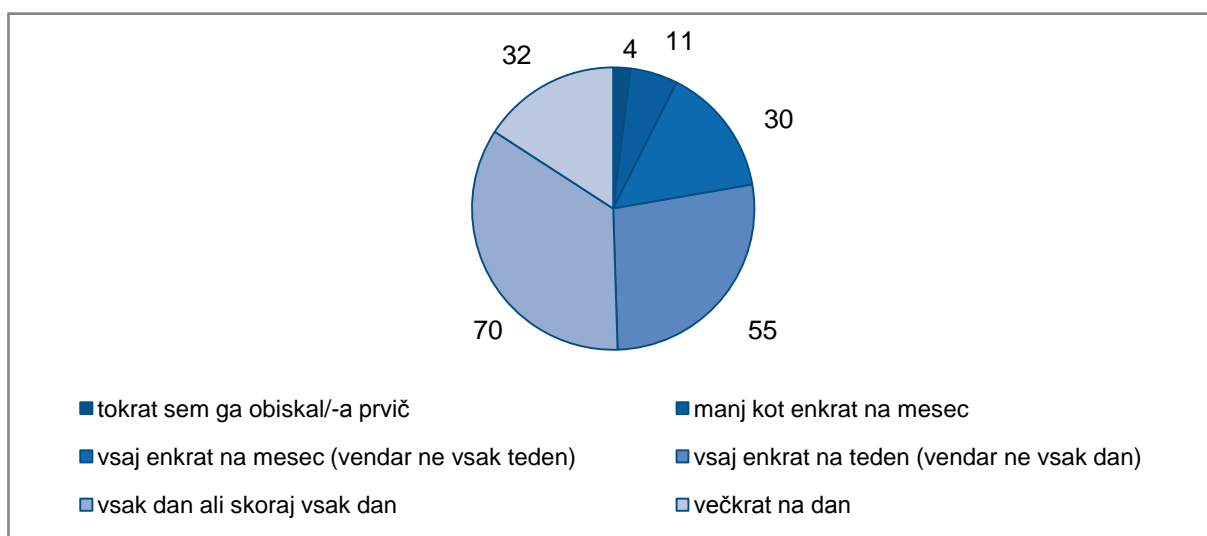


5.2.2. Obisk in uporaba spletnega mesta FDV

Že pri sekundarni analizi spletne strani z Google Analytics smo veliko izvedeli o obiskanosti spletnega mesta. Z spletno anketo smo želeli izvedeti še malo več in smo zato zastavili še nekaj dodatnih vprašanj.

Na vprašanje »Kako pogosto obiskujete spletno mesto FDV?« je odgovorilo 202 respondentov. Da je spletno mesto pogosto obiskano s strani svojih uporabnikov nam pove podatek, da jih polovica (50,5%) obiskuje spletno mesto vsak dan ali večkrat na dan. Dobra četrtina (27%) pa jih obiskuje spletno mesto vsaj enkrat na teden. 20% respondentov obiskuje spletno mesto vsaj enkrat na mesec ali redkeje. Le dva odstotka enot v našem vzorcu sta spletno mesto obiskala prvič. To nam pove, da ima spletno mesto veliko stalnih uporabnikov in le malo občasnih ter novih (kar je logično glede na to, da je bila anketa aktivna v sredini drugega semestra).

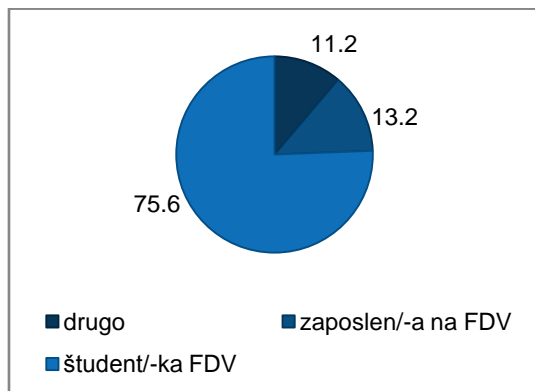
Slika 5.16.: Deleži (%) respondentov glede na obisk spletnega mesta (N=202, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



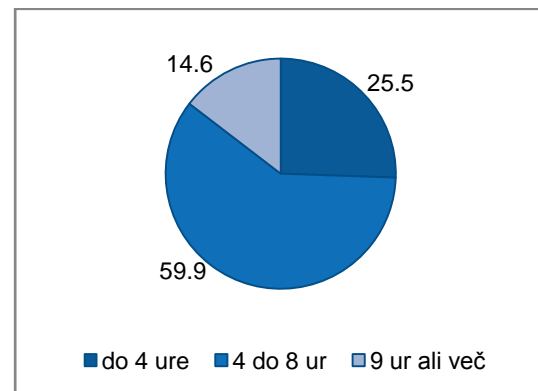


Na sliki 5.17 so prikazani obiskovalci glede na njihov status. Tri četrtine (75,6%) obiskovalcev je študentov. Zaposlenih na fakulteti je 13,2% , ostalih 11% pa je bilo premalo, da b jih uvrstili v lastno kategorijo.

Slika 5.17.: Deleži (%) respondentov glede na status (N=205, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



Slika 5.18.: Deleži (%) respondentov glede na uporabo interneta (N:137, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



Da bi bolje razumeli uporabnike spletnega mesta in njihovo izkušnost v uporabi spleta, smo jim zastavili vprašanja povezana z njihovo uporabo interneta. Na vprašanje »Ali uporabljate internet vsak dan ali skoraj vsak dan?« je pritrdilno odgovorilo 98,6% respondentov. Dodatno smo še vprašali »V povprečju koliko ur v tipičnem delovnem dnevu uporabljate internet?«.

Zgoraj je prikazan graf, ki prikazuje pogostost uporabljanja interneta.

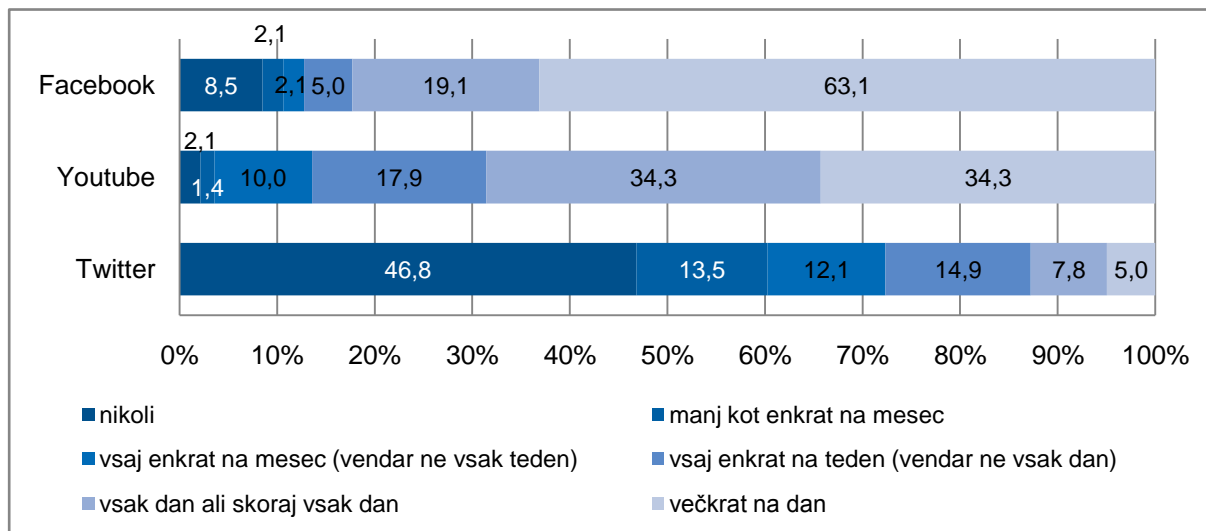
Največje število 19,7 obiskovalcev uporablja internet 5 ur na dan. V povprečju obiskovalci uporabljajo internet 5,56 ur. Srednja vrednost (mediana) je 5 ur.

Spodaj je prikazan graf o pogostosti obiskovanja spletnih omrežji (Facebook, YouTube, Twitter).

Na vprašanje »Kako pogosto pa ste v povprečju v zadnjih treh mesecih obiskali naslednja spletna mesta/storitve?«, ki se nanaša na spletna mesta Facebook, YouTube in Twitter smo dobili 141 odgovorov. Najbolj pogosto je obiskan Facebook, ki ga večkrat na dan obiše 63,1 % respondentov. Največje število ljudi pa obiskuje YouTube 97,9%. Najmanj je uporabljen Twitter, ki ga uporablja 53,2% obiskovalcev od tega ga redno (vsaj enkrat na teden ali bolj pogosto) uporablja 27,8% obiskovalcev.



Slika 5.19.: Deleži (%) pogostosti uporabe socialnih omrežij (N=137, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



5.2.3. Obisk spletnega mesta

Da bi bolje razumeli kako uporabniki uporabljajo spletno mesto smo jim zastavili več vprašanj, kot so: »Za začetek nas zanima, v kakšni vlogi ste danes obiskali spletno mesto FDV?«, »Kako pogosto na spletnem mestu FDV uporabljate/iščete naslednje rubrike/vsebine...«, »Navedite GLAVNI razlog za vaš TRENUTNI obisk spletne strani FDV« ...Spodaj je prikazan graf, ki prikazuje splošno rabo spletnega mesta FDV glede na splošno rabo interneta.

Obisk spletnega mesta je dokaj konsistenten glede na splošno uporabo interneta. Pri vseh treh kategorijah uporabe interneta jih dobra polovica respondentov (54%, 52%, 55%) spletno mesto obiše skoraj vsak dan ali bolj pogosto. Iz tega je razvidno, da povprečna dnevna uporaba interneta ni povezanaz obiskom spletnega mesta FDV.

Spodaj je prikazana tabela glede pogostosti obiska spletnega mesta FDV glede na socio-demografske značilnosti.

Analiza pogostosti obiska spletnega mesta glede na spol nam pove, da je pri moških nekoliko večja verjetnost, da bodo spletno mesto obiskovali pogosto kot pri ženskah.

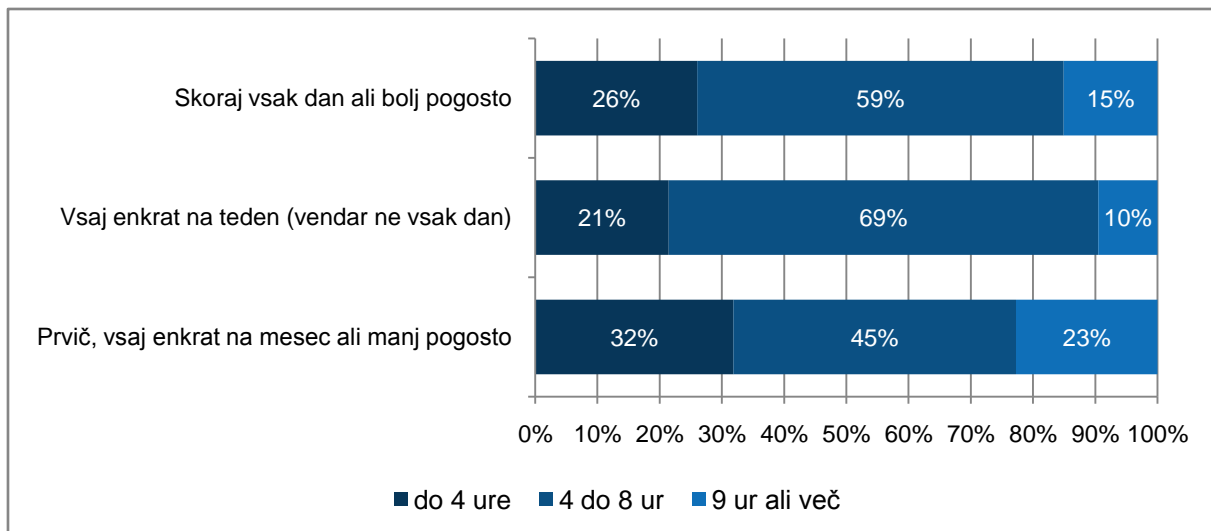
Starejši od trideset let se večinoma delijo v dve skupini: Tiste, ki so spletno mesto obiskali prvič, vsaj enkrat na mesec ali manj pogosto ter tiste, ki ga obiskujejo skoraj



vsak dan ali bolj pogosto. Pri mladih je malo tistih, ki spletno mesto obiskujejo redko ali pa so bili prvič. Večinoma mlajši od 30 let obiskujejo spletno mesto skoraj vsak dan ali bolj pogosto.

Glede izobrazbe nima smisla analizirati odgovore tistih, ki so opravili osnovno šolo ali manj, saj jih je za analizo premalo (tri enote).

Slika 5.20.: Povprečno obiskovanje spletnega mesta glede na splošno rabo interneta (N=137, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



Respondente z opravljeno srednjo šolo lahko v našem primeru večinoma tretiramo kot študente. Večina jih obiskuje spletno mesto skoraj vsak dan ali bolj pogosto. Največ tistih z dokončano višji, visoko šolo ali univerzo obiskuje spletno mesto vsaj enkrat na teden vendarne vsak dan. To so verjetno večinoma študentje, ki so vpisani na podiplomski študij. V zadnji kategoriji, ki je specializacija, magisterij ali doktorat večinoma (55%), obiskujejo spletno mesto skoraj vsak dan ali bolj pogosto.



V tabeli 5.26. prikazano kakšen je glavni razlog za trenutni obisk spletnega mesta FDV

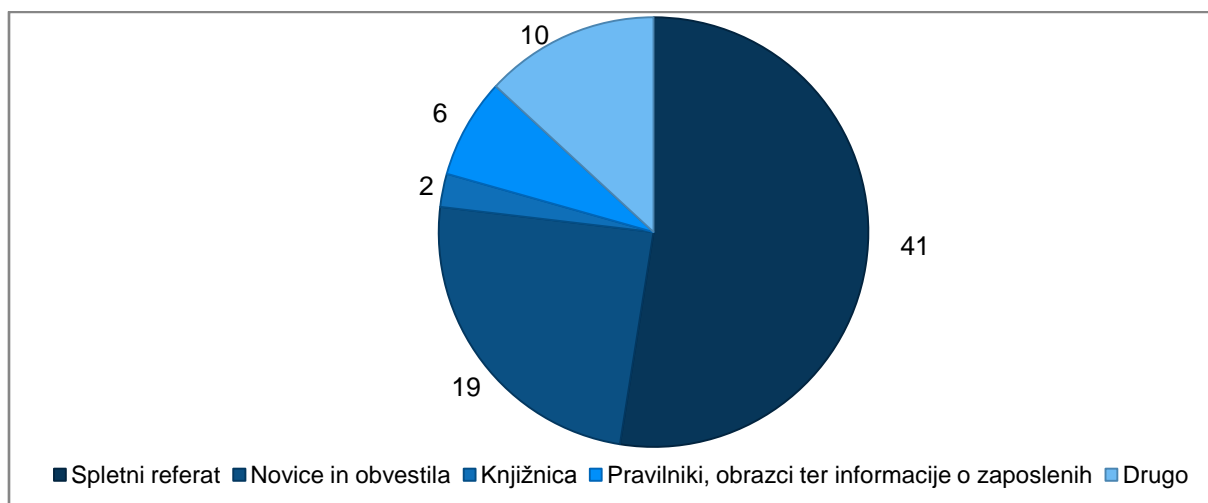
Tabela 5.26.: Pogostost obiska spletnega mesta glede na socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	Prvič, vsaj enkrat na mesec ali manj pogosto	Vsaj enkrat na teden (vendar ne vsak dan)	Skoraj vsak dan ali bolj pogosto
Spol				
Moški	42	12%	31%	57%
Ženski	101	19%	30%	51%
Starost				
manj kot 30 let	117	15%	33%	51%
več kot 30 let	21	26%	17%	57%
Izobrazba				
osnovna šola ali manj	3	100%	0%	0%
štiriletna ali petletna srednja šola	84	6%	29%	65%
višja, visoka šola, univerzitetna izobrazba	36	33%	39%	28%
specializacija, magisterij, doktorat	20	20%	25%	55%

Vse respondente smo prosili naj izpolnijo naslednjo nalogo: »Navedite **GLAVNI razlog za vaš TRENUTNI obisk spletnega mesta FDV**«. Odgovorilo jih je 75,6%. Večina jih je odgovorila, da je glavni razlog za njihov obisk **spletni referat**. Ostale relevantne teme so bile: **Pravilniki, obrazci in informacije o zaposlenih ter knjižnica**. Ostalih 10% respondentov je podalo različne odgovore, ki smo jih umestili pod kategorijo Drugo. V to kategorijo smo umestiti tudi odgovore, ki so bili nerelevantni za analizo (neresno odgovarjanje, zgrešeno razumevanje naloge...).



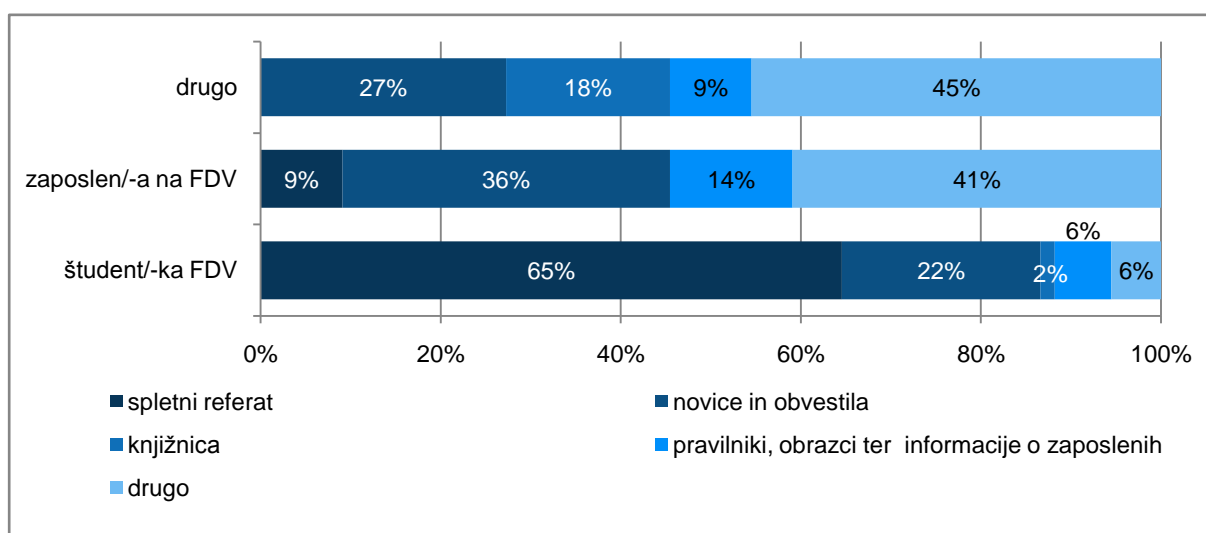
Slika 5.21.: Deleži respondentov (%) glede na glavni razlog za trenutni obisk (N=160, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



Spodaj je prikazan graf, ki prikazuje glavni razlog za trenutni obisk spletnega mesta glede na vlogo, ki jo imajo. Nato smo žele

Študenti FDV glede na vprašanje »Navedite GLAVNI razlog za vaš TRENUTNI obisk spletne strani FDV«, najbolj pogosto obiskujejo spletni referat, kar je razumljivo glede nato, da je ta del spletnega mesta namenjen ravno njim. Zaposleni na FDV v razmerju z ostalimi bolj pogosto obiskujejo spletno mesto zaradi obvestil ter knjižnice. Za razliko s študenti imajo bolj raznoliko uporabo spletne strani.

Slika 5.22.: Glavni razlog za trenutni obisk spletnega mesta glede na vlogo obiskovalcev (%) (N=160, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)





V tabeli 5.27 je predstavljeno, kako pogosto anketiranci obiskujejo oziroma uporabljajo našete vsebine oziroma rubrike.

Respondentov, ki niso obiskali spletnega mesta prvič, bilo jih je 98%, smo nato vprašali »Kako pogosto na spletnem mestu obiskujete/uporabljate naslednje vsebine/rubrike...«. Respondenti so se nato opredelili glede 12 vsebin/rubrik na lestvici od 1 do 5 kjer je 1 pomenilo nikoli in 5 pomenilo zelo pogosto.. Izkazalo se je da sta najbolj obiskani vsebini spletni referat ter novice in obvestila. Najmanj pa so obiskane informacije o raziskovalnih dejavnostih, kariernem centru ter informacije za medije.

Tabela 5.27.: Pogostost obiskovanja oziroma uporabljanja naštetih vsebin ali rubrik (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

Kako pogosto na spletnem mestu obiskujete/uporabljate naslednje vsebine/rubrike?	N	Min	Max	M	SD
spletni referat?	168	1	5	4,3	1,1
novice in obvestila?	169	1	5	3,9	1,0
Osrednjo družboslovno knjižnico Jožeta Goričarja?	168	1	5	3,4	1,2
podatke o zaposlenih na fakulteti?	169	1	5	3,4	1,0
urnike?	167	1	5	3,2	1,1
predmetnike študijskih smeri?	170	1	5	2,8	1,0
obrazce?	169	1	5	2,7	1,0
pravilnike?	170	1	5	2,7	1,1
Arhiv družboslovnih podatkov?	169	1	5	2,3	1,1
informacije o raziskovalnih dejavnostih?	169	1	5	1,9	0,9
informacije o kariernem centru?	169	1	5	1,9	0,9
informacije za medije?	167	1	5	1,7	0,8

Najbolj pogosto obiskana rubrika na spletnem mestu je spletni referat, ki ga pogosto ali zelo pogosto spremlja 80% obiskovalcev. Le 5% jih nikoli ne obiše spletnega referata. Takoj za spletnim referatom so po obiskanosti novice in obvestila z 72% pogosto ali zelo pogosto obiskanostjo, a je pri njih razmerje med zelo pogostimi in pogostimi obiskovalci obrnjeno v korist slednjih. Ti dve rubriki izstopata po obiskanosti, kar smo že spoznali pri analizi trenutnega obiska spletne strani. Malo čez polovico ljudi (52%) pogosto ali zelo pogosto obiskuje rubriko Osrednje družboslovne knjižnice Jožeta Goričarja. V ta odstotek je verjetno tudi vključen



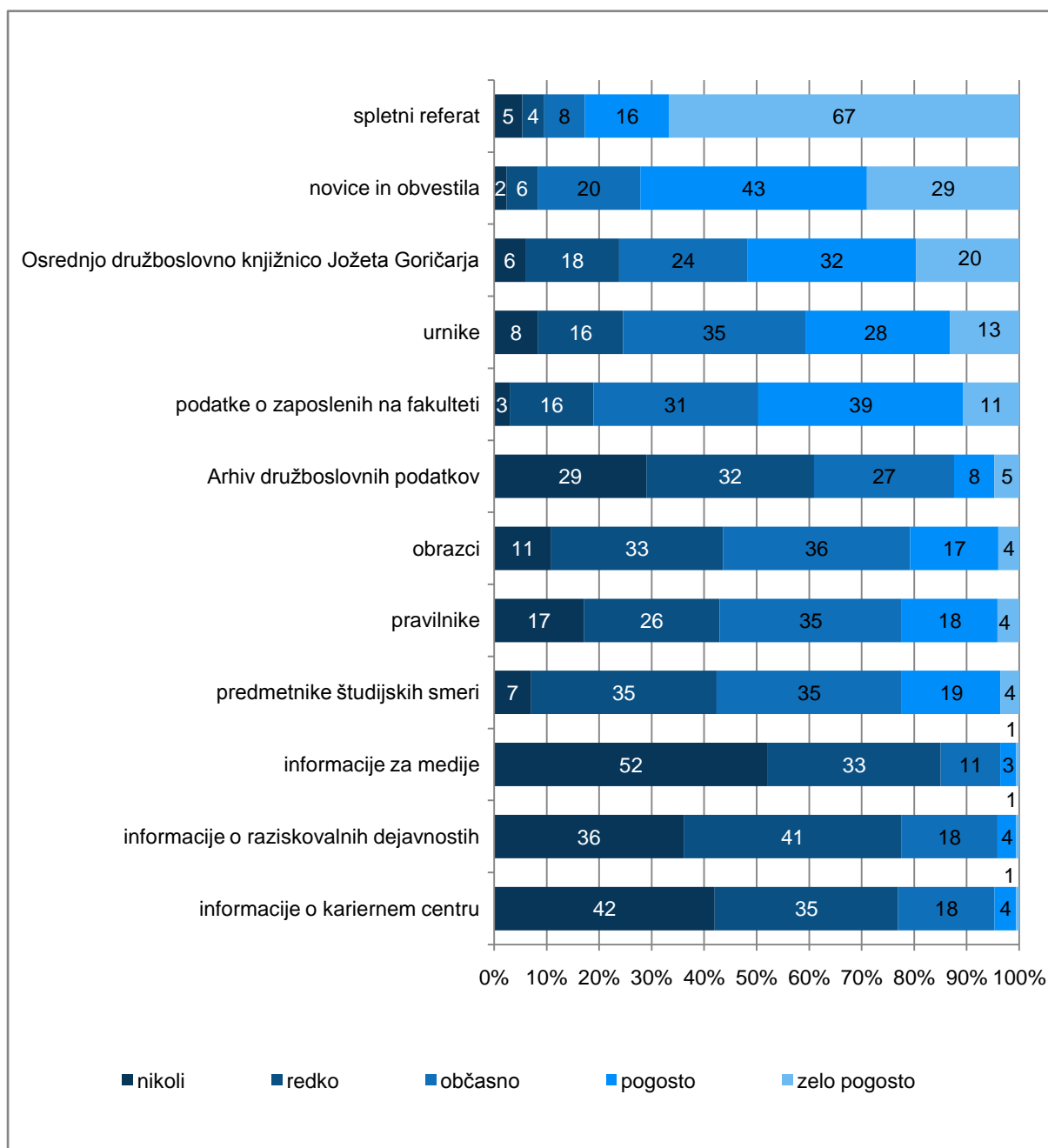
promet na portalih COBBIS in DIKUL. Urnike največ respondentov obiskuje občasno (35%), zelo pogosti jih obiskuje dobra desetina (11%). Urniki imajo v primerjavi z prejšnjimi rubrikami nižjo obiskanost verjetno zato, ker se jih obiskovalci s časom po začetku semestra počasi zapomnijo in jih pozneje le še občasno preverjajo.

Podatki o zaposlenih na fakulteti je še zadnja rubrika na spletni strani, ki močno občinstvo, pogosto ali zelo pogosto jo spremlja 50% odstotka obiskovalcev. Pod to rubriko so verjetno informacije kot so časi govorilnih ur ter email naslovi.

Arhiv družboslovnih podatkov redko ali nikoli obiskuje 61% respondentov. Respondenti večinoma (76%) iščejo obrazce redko ali nikoli, 21% pa jih to počne pogosto ali zelo pogosto. Dobra petina (22%) respondentov pogosto ali zelo pogosto išče pravilnike. Predmetnike študijskih smeri redko ali občasno spremlja 70% respondentov, nepričakovano pa jih to 23% počne pogosto ali zelo pogosto. Pri tem je možno napačno razumevanje predmetnikov s strani respondentov, saj jih je lahko zamenjati za urnike, kar je lahko nekoliko vplivalo na odgovore. Več kot polovica (52%) respondentov nikoli ne išče informacije za medije. Informacije o raziskovalnih dejavnostih so večinoma (41%) redko iskane s strani respondentov. Informacije o kariernem centru išče 58% respondentov.



Slika 5.23.: Pogostost iskanja vsebin na spletnem mestu (%) (N=167, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



Obiskanost rubrik smo še dodatno preverili glede na kontrolne spremenljivke: Spol, izobrazba, starost in dnevna raba interneta (glej tabeli 5.28. in 5.29)

Ženske v povprečju bolj pogosto obiskujejo večino vsebin. To se še posebej kaže pri rubrikah: Novice in obvestila ter Osrednja družboslovna knjižnica Jožeta Goričarja. Edina rubrika, ki je bolj obiskana s strani moških je »pravilniki«.



Pri izobrazbi je situacija manj enolična. Tiste z končano srednjo šolo znatno bolj zanimajo urniki ter referat, manj od drugih pa jih zanimajo obrazci. To si lahko razlagamo s tem, da so to študentje, ki večinoma iščejo informacije glede njihovega tekočega študija. Vsebine kot so pravilniki in knjižnica z višanjem dokončane izobrazbe pridobivajo na uporabi. Respondenti z najvišjo izobrazbo bolj pogosto od ostalih iščejo podatke o zaposlenih manj pogosto pa obiskujejo Arhiv družboslovnih podatkov.

Analiza glede na starost zaradi specifičnosti spletnega mesta zelo močno odseva rezultate pridobljene pri izobrazbi. Izkaže se, da mlade najbolj zanimajo urniki ter spletni referat, starejši pa bolj iščejo podatke o zaposlenih. Edina večja razlika v primerjavi z analizo glede na izobrazbo je zanimanje za »informacije za medije«, tu se pri starosti lepo pokaže, da tovrstne informacije bolj zanimajo starejše respondente.

Večjih ali konsistentnih razlik obiskovanja vsebin glede na povprečno dnevno rabo interneta ni. Tisti, ki uporabljajo internet od 4 do 8 ur na dan v povprečju nekoliko bolj obiskujejo vsebine na spletnem mestu. Le pri podatkih za zaposlene se pojavi večja razlika, to rubriko manj od ostalih obiskujejo tisti, ki uporabljajo internet manj kot 4 ure na dan.


Tabela 5.28.: Povprečne vrednosti iskanja vsebin na spletnem mestu glede na socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	Novice in Obvestila		Podatki o zaposlenih na fakulteti		Predmetniki študijskih smeri		Urniki		Informacije o Kariernem centru		Pravilniki	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Spol													
moški	38	3,8	1,0	3,4	1,0	2,7	,8	3,2	1,0	1,7	,8	2,8	1,0
ženski	91	4,1	,9	3,4	,9	2,7	1,0	3,2	1,1	1,9	,9	2,6	1,0
Izobrazba													
štiriletna ali petletna srednja šola	81	4,1	,9	3,4	,9	2,8	,9	3,5	,9	1,8	,9	2,6	1,1
višja, visoka šola, univerzitetna izobrazba	32	3,8	1,1	3,2	1,0	2,4	,8	2,7	1,3	1,9	,9	2,8	1,0
specializacija, magisterij, doktorat	16	3,8	,9	3,8	1,1	2,8	,8	3,1	1,1	1,8	,9	2,9	,7
Starost													
manj kot 30 let	108	4,0	1,0	3,4	,9	2,8	,9	3,3	1,0	1,8	,9	2,6	1,1
30 ali več let	21	3,9	,9	3,7	1,1	2,6	,9	2,8	1,3	1,9	,8	2,9	,8
Dnevna raba interneta													
do 4 ure	33	4,0	1,1	3,2	,9	2,7	1,0	3,3	,9	1,9	,9	2,6	1,1
4 do 8 ur	77	4,0	,9	3,5	1,0	2,7	,8	3,2	1,2	1,8	,9	2,7	1,0
9 ur ali več	19	3,9	,8	3,5	1,0	2,6	1,0	3,1	1,0	1,7	,9	2,7	1,1


Tabela 5.29.: Povprečne vrednosti iskanja vsebin na spletnem mestu glede na socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	Arhiv družboslovnih podatkov		Informacije za medije		Informacije o raziskovalnih dejavnostih		Obrazci		Spletni referat		Osrednja družboslovna Knjižnica Jožeta Goričarja	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Spol													
moški	38	2,1	1,0	1,7	,8	1,9	,8	2,53	,893	4,4	,9	3,1	1,0
ženski	91	2,3	1,1	1,7	,9	1,9	,9	2,73	,981	4,5	1,0	3,6	1,2
Izobrazba													
štiriletna ali petletna srednja šola	81	2,3	1,1	1,6	,7	1,7	,8	2,4	,9	4,7	,6	3,2	1,2
višja, visoka šola, univerzitetna izobrazba	32	2,4	1,2	1,9	1,1	2,1	1,0	3,1	,9	3,8	1,4	3,6	1,2
specializacija, magisterij, doktorat	16	1,8	,8	1,6	,8	2,2	,8	3,1	1,0	4,3	,9	4,1	,9
Starost													
manj kot 30 let	108	2,3	1,1	1,6	,7	1,8	,9	2,6	,9	4,6	,9	3,4	1,2
30 ali več let	21	2,0	1,0	2,1	1,2	2,1	1,0	2,6	1,0	3,8	1,1	3,8	1,0
Dnevna raba interneta													
do 4 ure	33	2,2	1,2	1,6	,7	1,7	,8	2,8	,8	4,4	1,0	3,4	1,0
4 do 8 ur	77	2,3	1,1	1,7	,9	1,9	,9	2,7	1,1	4,5	,9	3,4	1,3
9 ur ali več	19	2,4	1,0	1,8	1,1	2,1	,9	2,6	,8	4,3	1,3	3,6	1,0



Dobra desetina (13%) respondentov je imela težave z uporabo spletne strani pri trenutnem obisku. To je po naše mnenju prevelik odstotek.

Tabela 5.30.: Težave uporabnikov pri obisku (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	n	%
Ali ste pri trenutnem obisku naleteli na težave?		
Da, naletel/-a sem na težave	21	13%
Ne, nisem naletel/-a na težave	141	87%
Skupaj	162	100%

Med respondenti, ki so naleteli na težave, jih je dobra polovica (52%) poročala težave pri iskanju zelenih podatkov. Slaba četrtnina je izkusila tehnične težave, ki so povzročile nedelovanje spletnega mesta. Ostali respondenti (24%) so poročali o težavah z iskalnikom na spletnem mestu. Odgovori na to vprašanje lepo odsevajo težave na katere so naleteli testiranci pri testu uporabosti.

Tabela 5.31.: Težave, na katere so naleteli uporabniki (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	n	%
Težave pri uporabi spletnega mesta		
Iskanih vsebin, informacij ali podatkov nisem našel/-a.	6	21%
Nisem vedel/-a, kje iskati zelene vsebine, informacije ali podatke.	9	31%
Imel/-a sem tehnične težave s spletnim mestom (počasno nalaganje, poročilo o napaki...).	5	17%
Stran ali podstran na spletnem mestu z iskanimi vsebinami ni bila dosegljiva.	2	7%
Iskanih vsebin ni na spletnem mestu.	0	0%
Zadetki iskalnika na spletnem mestu so bili neuporabni.	2	7%
Drugo	5	17%
Skupaj	29	100%



5.2.4. ACSI uporabnost

Na vprašanje »Kako bi na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "nezadostno", 5 pa "odlično", ocenili naslednje lastnosti spletnega mesta FDV?...« je odgovorilo 72 respondentov. Povprečna uporabnost dimenzij spletnega mesta je **65**. Obiskovalci so v povprečju najbolje ocenili uporabnost dimenzij učinkovitost (hitrost in zanesljivost), funkcionalnost (uporabnost in ustreznost informacij ter sposobnost doseči tisto, zaradi česar ste obiskali to spletno mesto) ter vsebino (natančnost, kakovost in ažurnost informacij) spletnega mesta, najmanj pa z navigacijo in izgledom. Pri navigaciji so najmanj zadovoljni z številom potrebnih korakov za doseg cilja ter z težavnostjo iskanja želenih informacij. Pri izgledu je nizka uporaba organizacije spletnega mesta, so pa respondenti dobro cenili čistost izgleda spletnega mesta. Z uporabnostjo iskalnika so respondenti zmerno zadovoljni.

To, da je navigacija šibka točka spletnega mesta, smo ugotovili že pri testu uporabnosti, kjer so se dijaki pritoževali nad tem, da je težko najti vsebine ter številom korakov potrebnih za doseg cilja. Medtem ko je bil pri testu uporabnosti izgled spletnega mesta pohvaljen, smo pri anketi opazili nižje zadovoljstvo z izgledom. Odstopanje je mogoče pojasniti s trditvijo »Jasnost organizacije spletnega mesta«, ki je povezano z samo navigacijo po spletnem mestu, a je v ACSI lestvici vključena v dimezijo izgleda spletnega mesta. Ta pa je bila med anketiranci izrazito slabše ocenjena. Brez tega vprašanja, se povprečna ocena izgleda bolj približa povprečnem zadovoljstvu ostalih dimenzij.

Slika 5.24.: Povprečja dimenzij uporabnosti spletnega mesta po ACSI (N=141, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

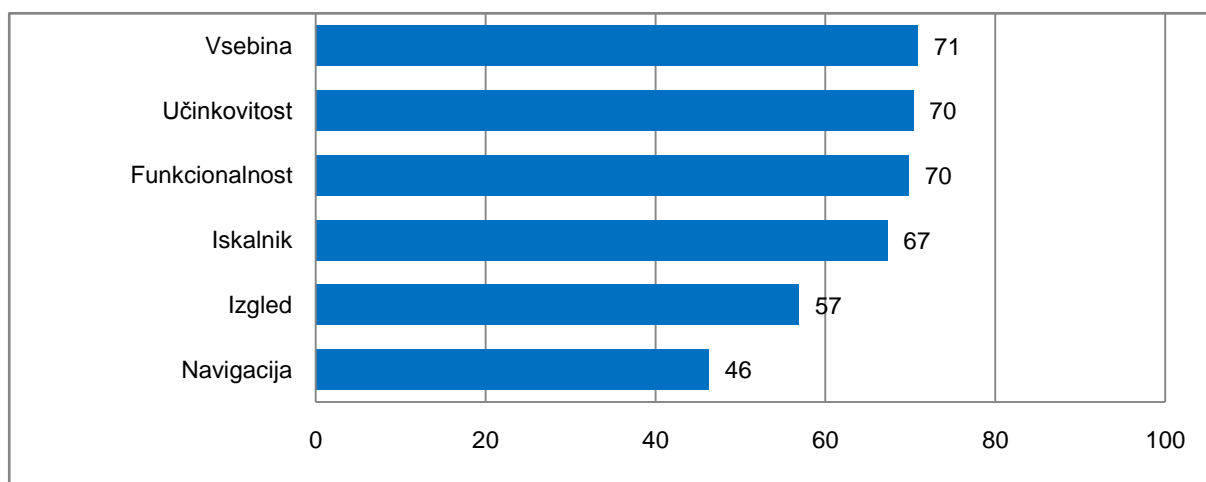




Tabela 5.32.: Povprečja trditev o uporabnosti spletnega mesta (N=141, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

Dimenzija	Trditev	M	SD	M dimenzije	SD dimenzije
Učinkovitost	Splošno hitrost delovanja spletnega mesta.	3,9	,9	70,4	19,7
	Zanesljivost delovanja spletnega mesta.	3,9	,9		
	Hitrost nalaganja podstrani na spletnem mestu.	3,7	,9		
Funkcionalnost	Sposobnost doseči tisto, zaradi česar ste obiskali to spletno mesto.	3,6	1,0	69,8	18,1
	Uporabnost informacij na spletnem mestu.	3,8	,9		
	Ustreznost informacij na spletnem mestu.	3,9	,9		
Izgled	Čistost izgleda spletnega mesta.	3,6	1,1	56,9	25,1
	Lahkotnost branja spletnega mesta.	3,2	1,1		
	Jasnost organizacije spletnega mesta.	2,8	1,3		
Navigacija	Število potrebnih korakov, da najdete želene stvari na spletnem mestu.	2,5	1,2	46,3	26,8
	Enostavnost navigacije na spletnem mestu.	3,0	1,2		
	Zmožnost najti iskane informacije na spletnem mestu.	2,9	1,1		
Vsebina	Natančnost informacij na spletnem mestu.	3,8	,8	70,9	18,3
	Kakovost informacij na spletnem mestu.	3,8	,8		
	Ažurnost vsebin na spletnem mestu.	3,8	,9		
Iskalnik	Uporabnost zadetkov iskalnika na spletnem mestu.	3,5	,9	67,3	19,0
	Organizacija zadetkov iskalnika na spletnem mestu.	3,6	,9		
	Izčrpnost zadetkov iskalnika na spletnem mestu.	3,7	,8		

Opomba: Vrednost ACSI za posamezen vidik uporabnosti je bila izračunana kot aritmetična sredina izbranih trditev za posamezen vidik, pri čemer so bile vrednosti na lestvici od 1 do 5 s pomočjo linearne interpolacije (enačba: $y = 25x - 25$) zaradi lažje primerljivosti preračunane na lestvico od 0 do 100."

Ženske so v primerjavi z moškimi v povprečju manj zadovoljne glede vseh dimenzij spletnega mesta. Največja razlika med spoloma se pokaže pri dimenzijah izgled in iskalnik. Povprečju so ženske za 12 toč manj zadovoljne z merjenimi dimenzijami spletnega mesta. Ena izmed možnih razlag tega izhaja iz podatka, da moški respondenti preživijo v povprečnem dnevu več časa na internetu in imajo kot taki več izkušen, kar jim lahko pomaga pri uporabi spletnega mesta.

Pri analizi glede na izobrazbo nismo opazili kakšnih konsistentnih razlik med skupinami, eden izmed razlogov za to je verjetno tudi nizko število respondentov ($n=2$) v kategoriji »specializacija, magistriraj, doktorat«. Edini zanimivi podatek je ta,



da se z višanjem izobrazbe niža zadovoljstvo z navigacijo. Možen vzrok za to sta dela spletnega mesta namenjena študentom (ti verjetno predstavljajo večino kategorije *štiriletna ali petletna srednja šola*): Zaenkrat še nedokončani »Moj FDV« ter ne obnovljeni spletni referat. Ta dva dela imata drugačno strukturo od ostalega spletnega mesta.

Najvidnejše razlike v zadovoljstvu glede na starost so pri navigaciji. To si lahko kakor pri izobrazbi razložimo s tem, da so mlajši obiskovalci spletnega mesta večinoma študenti in kot taki, najpogosteje uporabljajo dele spletnega mesta, ki se strukturno močno razlikujejo od ostalega spletnega mesta. Obiskovalci mlajši od 30 let so poleg navigacije tudi bolj zadovoljni z izgledom spletnega mesta. V vseh ostalih dimenzijah je zadovoljstvo višje pri respondentih starejših od 30 let.

Glede na povprečno dnevno rabo interneta, vidimo, da imajo tisti s povprečno uporabo nižjo od 4 ur nižje zadovoljstvo po vseh dimenzijah.


Tabela 5.33.: Povprečne vrednosti dimenzij, socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	Učinkovitost		Funkcionalnost		Izgled		Navigacija		Vsebina		Iskalnik	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Spol													
moški	10	80,0	15,3	77,5	15,7	70,8	23,3	56,7	32,6	77,5	16,7	75,0	17,1
ženski	21	69,0	19,6	69,0	17,3	52,0	26,9	44,4	23,8	69,4	17,7	59,9	18,9
Izobrazba													
štiriletna ali petletna srednja šola	23	75,0	16,5	71,4	16,6	62,0	24,3	53,6	22,3	72,1	19,1	65,6	17,8
višja, visoka šola, univerzitetna izobrazba	6	63,9	27,2	73,6	21,4	45,8	32,0	34,7	36,7	72,2	15,5	56,9	26,6
specializacija, magisterij, doktorat	2	70,8	17,7	70,8	17,7	50,0	47,1	29,2	41,2	70,8	5,9	79,2	5,9
Starost													
manj kot 30 let	29	71,6	19,0	71,6	17,0	58,9	26,5	49,1	25,9	71,3	17,3	63,8	19,7
30 ali več let	2	87,5	5,9	75,0	23,6	45,8	41,2	37,5	53,0	83,3	23,6	79,2	5,9
Dnevna raba interneta													
do 4 ure	9	63,0	19,6	63,0	18,2	49,1	24,8	44,4	24,3	69,4	19,1	58,3	19,5
4 do 8 ur	14	75,0	15,7	76,2	14,9	63,7	26,1	52,4	25,4	72,6	16,5	66,7	16,0
9 ur ali več	8	79,2	20,9	74,0	17,5	58,3	31,2	45,8	34,5	74,0	19,6	68,8	25,1



5.2.5. Zadovoljstvo nad spletnim mestom (ACSI)

V Tabeli 5.34 so štiri ACSI vprašanja in njihovo skupno povprečje. Na vprašanja so respondenti odgovarjali na lestvici od 1 do 10, kjer 1 pomeni zelo nizko 10 pa zelo visoko zadovoljstvo. Splošno zadovoljstvo je ocenjeno zelo podobno izpolnitvi uporabnikovih pričakovanj glede spletnega mesta, ti dve dimenziji sta bili tudi najbolje ocenjeni (obe 6.1) s strani respondentov. Najnižje vrednosti ima vprašanje o tem koliko se spletno mesto približa idealu. Vmesne vrednosti, pa ima vprašanje, ki sprašuje po možnosti, da bi spletno mesto priporočili prijateljem. Povprečna vrednost teh štirih trditev je 5,9 kar nam pove, da so uporabniki zadovoljni z spletnim mestom, a da je to zadovoljstvu šibko in bi zato lahko bilo spletno mesto še izboljšano.

ACSI indeks se izračuna po naslednji formuli:

$$((\text{Splošno zadovoljstvo}-1) \cdot 3885 + (\text{Pričakovanje}-1) \cdot 3190 + (\text{Ustrežanje idealu}-1) \cdot 2925) / 9 \cdot 100$$

ACSI rezultat je **55**s standardnim odklonom 24,6. Izračunan za prva tri vprašanja. Za primerjavo: Povprečni rezultat za spletne mesta, ki ponujajo novice je 74,8, kar pomeni, da so uporabniki v povprečju veliko bolj zadovoljni z njimi kot z spletnim mestom FDV. Če spletno mesto primerjamo z družabnimi omrežji (69) je razlika nekoliko manjša a še vedno opazna. Ker evalviramo spletno mesto Fakultete, ki je del državne inštitucije je smiselno primerjati zadovoljstvo tudi z storitvami, ki jih nudi vlada ZDA. Te storitve so prejele ocene od 77 do 84, kar je ponovno občutno več kot je zadovoljstvo nad spletnim mestom FDV. Kljub temu, da primerjave niso popolne, se iz njih da razbrati, da je zadovoljstvo nad spletnim mestom podpovprečno v primerjavi z sorodnimi storitvami/izdelki.

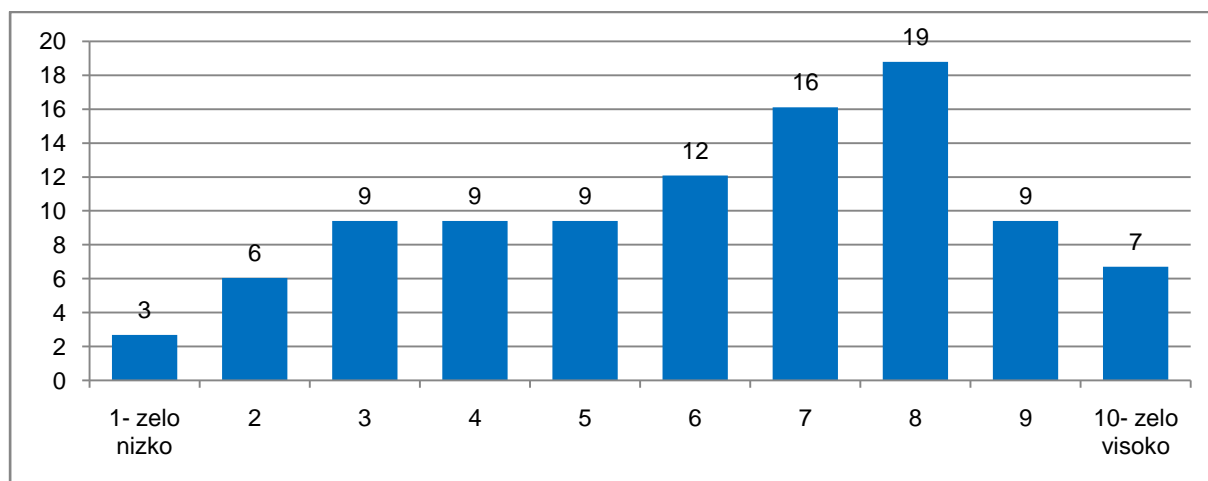


Tabela 5.34.: Povprečja trditvev o splošnem zadovoljstvu s spletnim mestom. (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	Min	Max	M	SD
ACSI					
Kakšno je vaše splošno zadovoljstvo s spletnim mestom FDV?	149	1	10	6,1	2,4
V kolikšni meri izpolnjuje spletno mesto FDV vaša pričakovanja?	148	1	10	6,1	2,4
V kolikšni meri spletno mesto FDV (ne)ustreza vaši predstavi o idealnem spletnem mestu?	143	1	10	5,4	2,4
Kako verjetno bi priporočili spletno mesto FDV prijatelju/-ici ali kolegu/-ici?	142	1	10	5,9	2,7
Povprečje ACSI	141	1	10	5,9	2,2

Največ (19%) jih je splošno zadovoljstvo ocenilo z 8. 27% respondentov je vneslo vrednosti od 1 do 4, ki kažejo na nezadovoljstvo, slaba desetina (9%) pa jih je izbrala vrednost 5, ki predstavlja srednjo vrednost, ko uporabnik ni ne zadovoljen ne nezadovoljen.

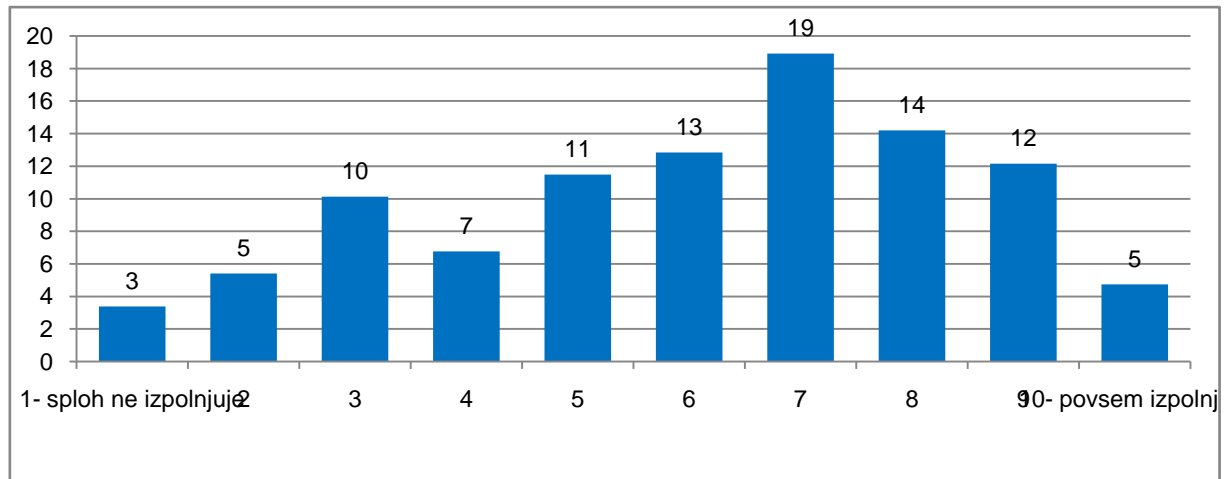
Slika 5.25.: Kakšno je vaše splošno zadovoljstvo z spletnim mestom? (v %) (N=149, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)





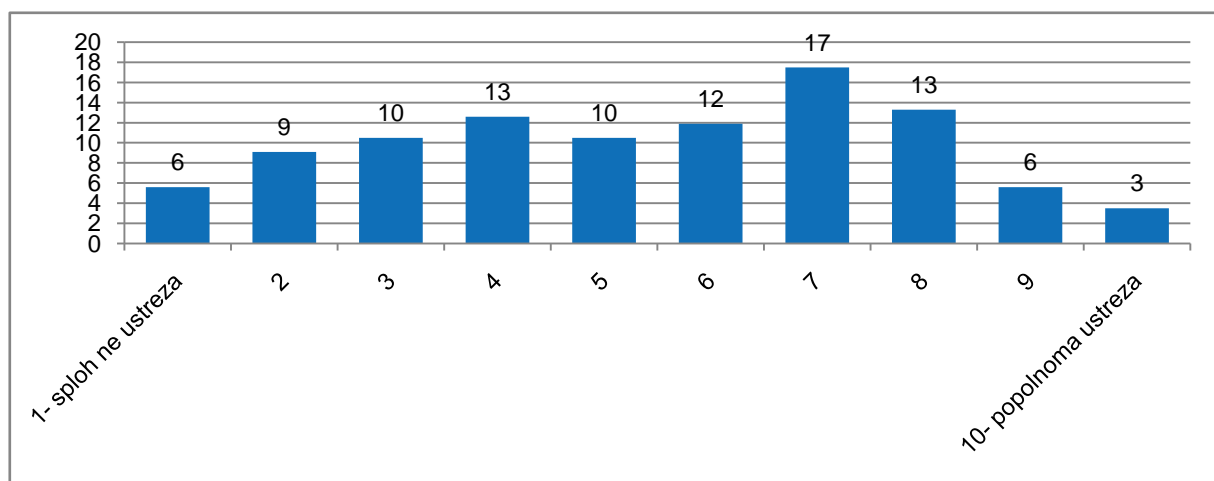
Slaba petina (19%) je ocenila mero izpolnjevanja pričakovanj spletnega mesta z 7. Druga najbolj pogosta (14%) vrednost pa je 8. Iz grafa izstopa vrednost 3, ki je bila izbrana z strani desetine respondentov.

Slika 5.26.: V kolikšni meri izpolnjuje spletno mesto vaša pričakovanja?(v %)(N=148, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



Največ (17%) vprašanih je na vprašanje o tem, koliko ustreza spletno mesto FDV idealu odgovorilo z vrednostjo 7. Kar 38% je imelo mnenje, da spletno mesto FDV ne ustreza njihovi predstavi o idealnem spletnem mestu.

Slika 5.27.:V kolikšni meri spletno mesto (ne)ustreza vaši predstavi o idealnem spletnem mestu? (v %)(N=143, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

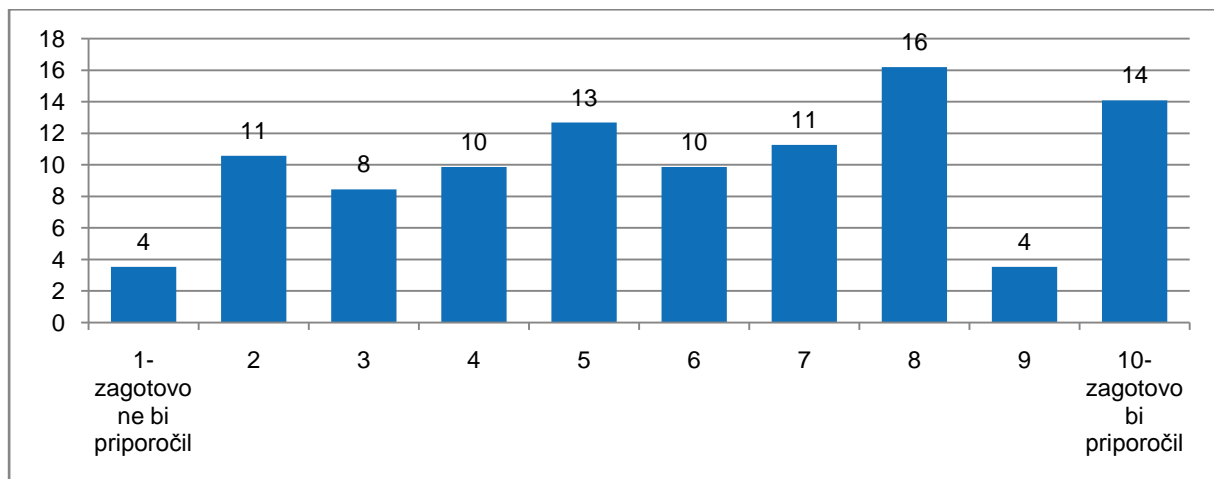


Spodnja slika predstavlja vprašanje, ki ni del osnovnega ACSI vprašalnika in se zato rezultati nekoliko razlikujejo od prejšnjih. Večina je pri vprašanju »Kako verjetno bi priporočili spletno mesto FDV prijatelju/-ici ali kolegu/-ici?« odgovorila z 8. Zanimivo je



da ji sledi vrednost 10 (14%), nato pa 5 (13%). To nam kaže, da graf nima nobene podobnosti z normalno razporeditvijo. Najmanj respondentov je odgovorilo z vrednostnima 1 in 9 (pri obeh 4%).

Slika 5.28.: Kako verjetno bi priporočili spletno mesto FDV prijatelju/-ici ali kolegu/-ici?(v %) (N=142, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



Moški so malo bolj zadovoljni z spletnim mestom FDV od žensk.

Najbolj so s spletnim mestom zadovoljni respondenti z dokončano srednjo šolo, najmanj pa tisti z dokončano višji, visoko šola ali univerzitetno izobrazbo.

Mlajši respondenti so bolj zadovoljni od tistih, ki so starejši od 30 let.

Zadovoljstvo z spletnim mestom je najvišje pri tistih ki, uporabljajo internet v povprečju 4 do 8 ur na dan. Najnižje pa je pri tistih z dnevno uporabo devetih ur ali več.



Tabela 5.35.: Vrednost ACSI indeksa glede na socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	n	M	SD
Spol			
Moški	39	57,7	25,1
Ženski	93	53,8	23,7
Izobrazba			
štiriletna ali petletna srednja šola	79	58,7	21,7
višja, visoka šola, univerzitetna izobrazba	34	47,9	26,4
specializacija, magisterij, doktorat	18	50,8	27,4
Starost			
manj kot 30 let	109	55,5	23,3
30 ali več let	23	52,6	28,2
Dnevna raba interneta			
do 4 ure	33	53,4	26,1
4 do 8 ur	79	56,4	22,0
9 ur ali več	20	51,9	29,1

Moški so bili v povprečju bolj zadovoljni od žensk glede na vsa štiri vprašanja, kar se na koncu tudi odraža v višjem ACSI indeksu. Pri analizi glede na izobrazbo vidimo, da v so povprečju najbolj zadovoljni z spletnim mestom v vseh štirih vprašanjih tisti z dokončano srednjo šolo. Pri vseh vprašanjih razen pri vprašanju »V kolikšni meri spletno mesto FDV (ne)ustreza vaši predstavi o idealnem spletnem mestu?« so najmanjše zadovoljstvo izrazili tisti z dokončano višjo ali visoko šolo ali univerzo. Mlajši respondenti so pri vseh vprašanjih izrazili višje zadovoljstvo z spletnim mestom. Če, si ogledamo zadovoljstvo z spletnim mestom glede na povprečno dnevno uporabo interneta vidimo, da so najbolj zadovoljni glede na vsavprašanja tisti z 4 do 8 urno uporabo interneta. Tisti z višjo ali nižjo dnevno uporabo interneta so si glede zadovoljstva dokaj podobni. Razlike se pojavijo pri vprašanju »V kolikšni meri spletno mesto FDV (ne)ustreza vaši predstavi o idealnem spletnem mestu?«, kjer so tisti, ki uporabljajo internet v povprečju 4 ure ali manj na dan bolj zadovoljni od tistih, ki so v povprečju na internetu 9 ur ali več. Obratno se zgodi pri vprašanju »Kako verjetno bi priporočili spletno mesto FDV prijatelju/-ici ali kolegu/-ici?«.



Tabela 5.35.: Vrednost ACSI vprašanj in ACSI indeksa glede na socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	n	39	40	41	42	ACSI
spol						
Moški	38	6,7	6,5	5,6	6,3	57,7
Ženski	92	6,1	6,1	5,2	5,7	53,8
izobrazba						
štiriletna ali petletna srednja šola	79	6,5	6,4	5,9	6,1	58,7
višja, visoka šola, univerzitetna izobrazba	32	5,6	5,8	4,7	5,3	48,6
specializacija, magisterij, doktorat	18	6,3	5,9	4,2	5,8	50,8
starost						
manj kot 30 let	108	6,3	6,2	5,5	5,9	55,5
več kot 30 let	22	6,3	6,1	4,5	6,0	52,6
dnevna raba interneta						
do 4 ure	33	6,0	5,9	5,4	5,3	53,4
4 do 8 ur	77	6,5	6,4	5,4	6,2	57,0
9 ur ali več	20	6,0	5,9	5,1	5,7	51,9

Dodatno smo še preverili povprečja ACSI glede na to ali so anketiranci naleteli na težave pri uporabi spletnega mesta. Kakor je bilo pričakovano je povprečna vrednosti ACSI indeksa nižja (39 proti 57) pri tistih, ki so imeli težave pri uporabi spletnega mesta.

5.2.6. Evalvacija uporabnosti spletnega mesta (SUS)

Na vprašanja, ki so del vprašalnika SUS (System Usability Survey), so respondenti odgovarjali z vrednostmi na lestvico od 1 do 5, pri čemer je 1 pomenilo *sploh se ne strinjam* in 5 pomenilo *popolnoma se strinjam*. Posameznih trditev se zaradi metodoloških razlogov ne interpretira ampak se zato upošteva izračunan rezultat indeksa SUS.

Pri Slikah 5.30 in 5.31 je potrebno vedeti, da se trditve interpretirajo različno. Pri naslednjih trditvah višje povprečne vrednosti pomenijo višjo uporabnost:

- Zdi se mi, da bi se večina ljudi hitro naučila uporabljati to spletno mesto.
- Med uporabo spletnega mesta sem se počutil/-a samozavestno.
- Zdi se mi, da bi lahko to spletno mesto z veseljem uporabljal/-a bolj pogosto.
- Uporaba spletnega mesta se mi je zdela preprosta.
- Različne funkcije (npr. iskalnik) so na spletnem mestu dobro integrirane.

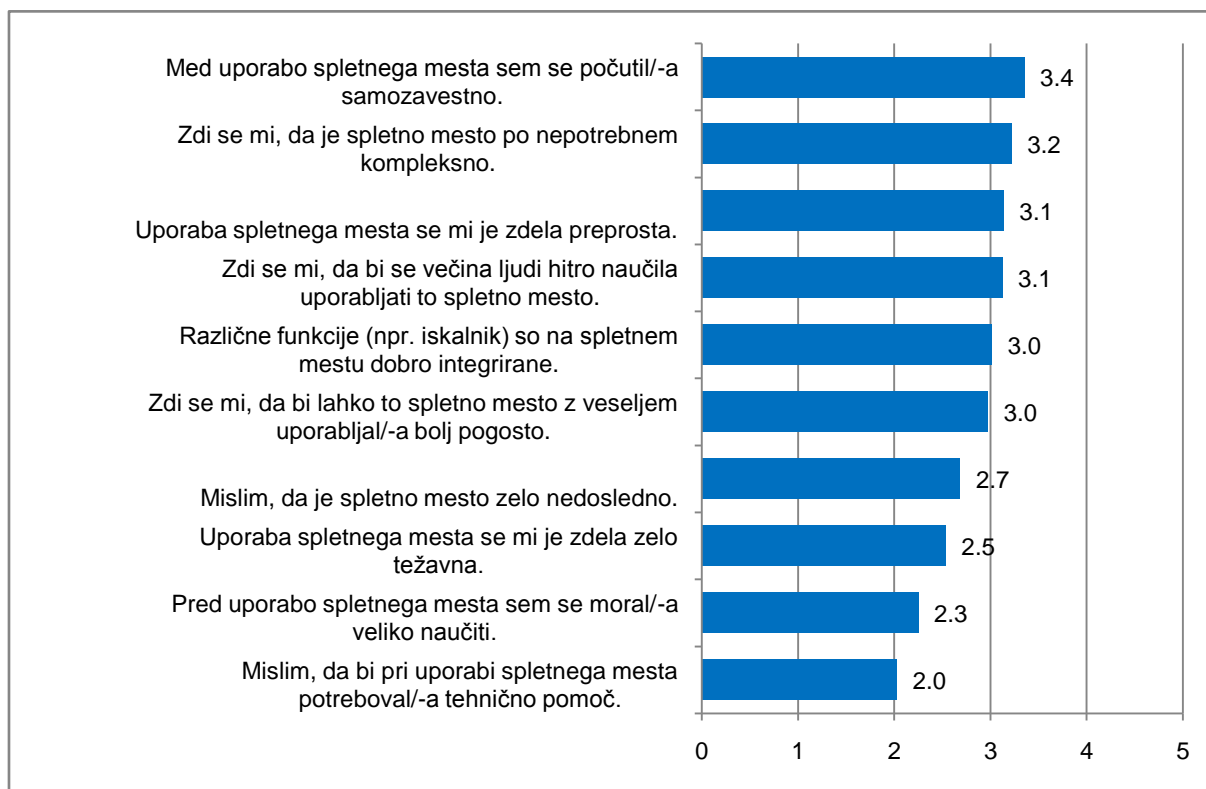
Drugje višje vrednosti pomenijo nižjo uporabnost spletnega mesta, takšne trditve so:

- Mislim, da je spletno mesto zelo nedosledno.
- Uporaba spletnega mesta se mi je zdela zelo težavna.
- Pred uporabo spletnega mesta sem se moral/-a veliko naučiti.
- Zdi se mi, da je spletno mesto po nepotrebnem kompleksno.
- Mislim, da bi pri uporabi spletnega mesta potreboval/-a tehnično pomoč.
-

V povprečju večina respondentov meni, da se počutijo samozavestni pri uporabi spletnega mesta ter da bi se ga lahko hitro naučili uporabljati brez pomoči drugih. So pa v povprečju respondenti ocenili, da je spletno mesto preveč kompleksno ter nedosledno. Ti problemi se potrjujejo skozi obe anketi ter test uporabnosti.

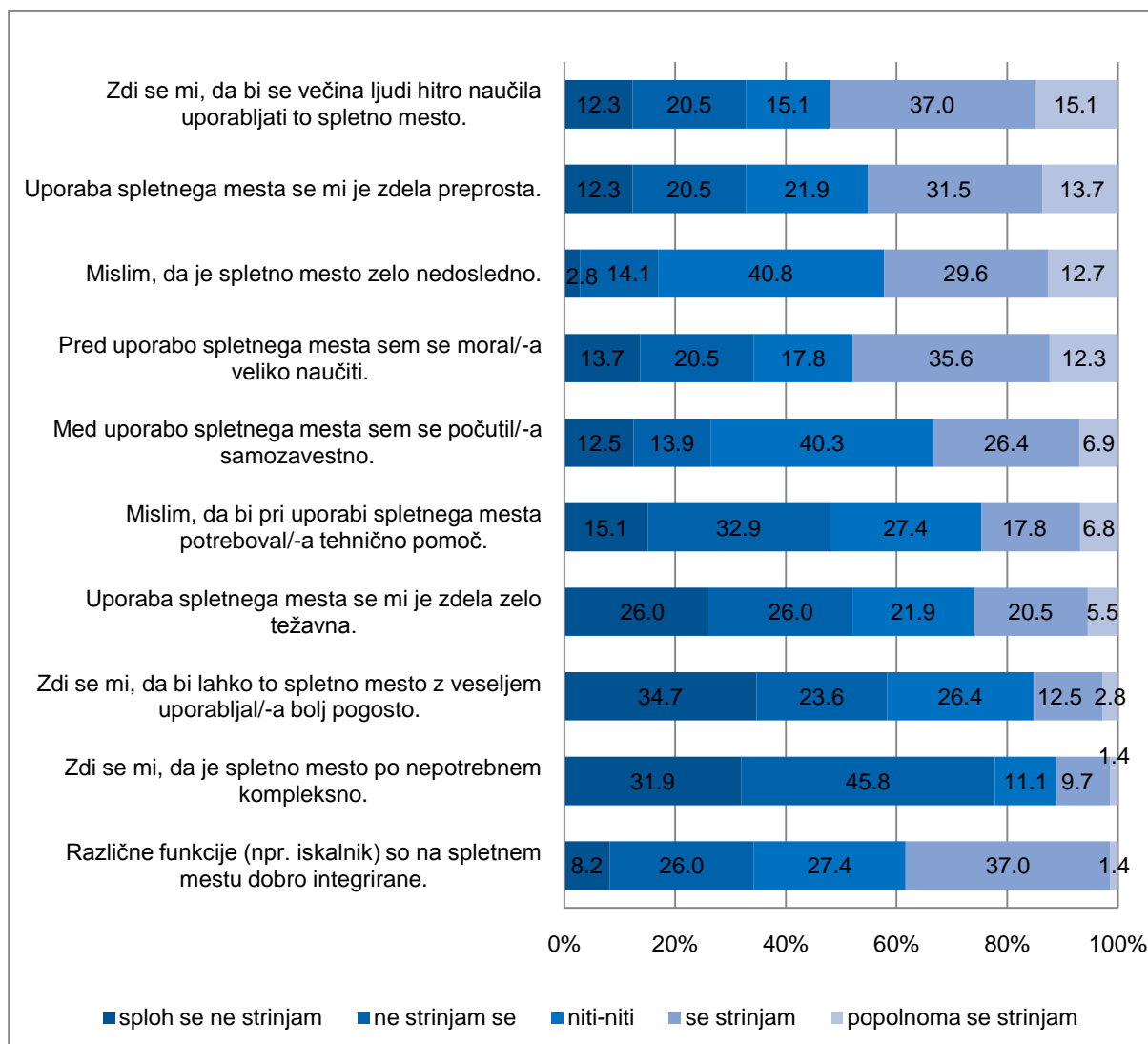


Slika 5.29.: Povprečja trditev SUS (N=72, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)





Slika 5.30.: Strinjanje s trditvami SUS (%) (N=72, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



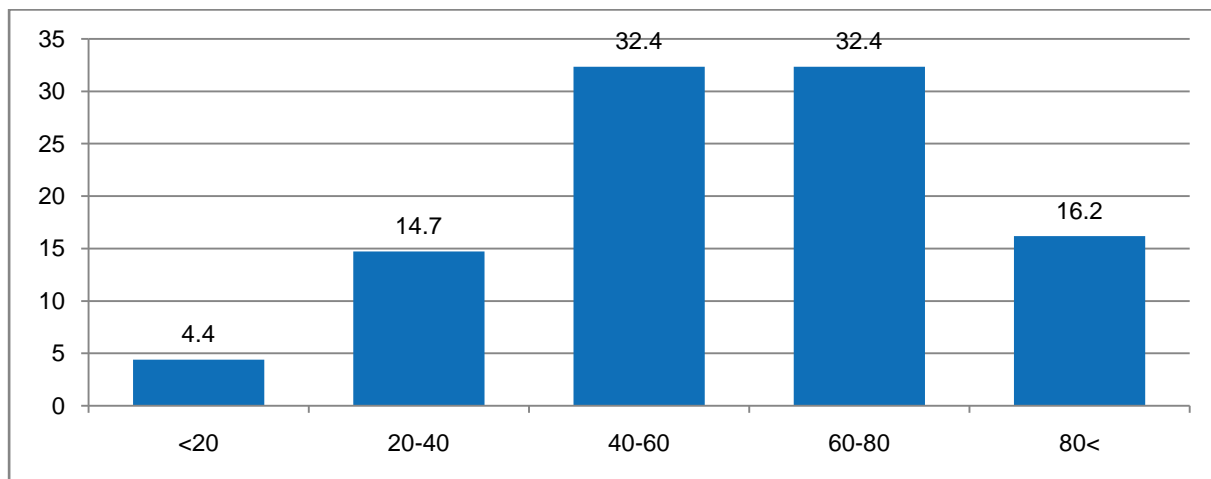
Uporabnost spletnega mesta se meri s SUS indeksom, ki ima vrednosti med 0 in 10. Izračuna se ga po naslednjem postopku: Pri trditvah kjer visoke vrednosti pomenijo višjo uporabnost se od vrednosti odšteje ena, drugje se od 5 odšteje vrednosti. Nato se vrednosti za vse trditve sešteje in zmnoži z 2.5, tako dobimo vrednosti indeksa od 0 do 100.

Spletno mesto FDV s povprečno vrednostjo indeksa **58,71** spada v 58 centil, kar pomeni, da je boljše od 58% spletnih mest. Po drugi strani pa ima 42% spletnih mest boljšo uporabnost od spletnega mesta FDV. Ponavadi se vrednosti indeksa SUS interpretira po pravilih univerzitetnega ocenjevanja. Vrednosti pod 68-70 veljajo za slabe in implicirajo možno potrebo po izboljšavah. Vse vrednosti pod 50 pa zahtevajo takojšnje obravnavo, saj je v tem primeru spletno mesto močno pomanjkljivo z vidika



uporabe. Kot vidimo iz vrednosti indeksa SUS za spletno mesto FDV (58,7), je potreben premislek kako izboljšati spletno mesto. Če to povežemo z rezultati analize zadovoljstva obiskovalcev z dimenzijami uporabnosti vidimo, da ima spletno mesto največje težave pri *navigaciji* in *izgledu*.

Slika 5.31.: Porazdelitev deležev vrednosti indeksa SUS (%) glede na lestvico SUS, ena kategorija zavzema 20 vrednosti. (N=68, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)



V nasprotju z indeksom ACSI pri indeksu SUSženske v povprečju boljše ocenjujejo spletno mesto od moških, a razlika med njimi ni velika. Pri izobrazbi se izoblikuje trend, višanja vrednosti z višanjem izobrazbe. Tako imajo visoko izobraženi (specializacija, magisterij, doktorat) respondenti povprečno vrednost SUS70,3. Ponovno v nasprotju z analizo zadovoljstva (ACSI, dimenzije uporabnosti) mlajši od 30 let slabše ocenjujejo spletno mesto. Analiza glede na dnevno rabo interneta nam pokaže zanimiv rezultat. Bolj kot respondenti uporabljajo internet, bolj visoke vrednosti uporabnosti določajo spletnem mestu. Še posebej je velika razlika med tistimi, ki uporabljajo internet 9 ur (68,3) ali več ter ostalimi (56,1 in 57,9). Ko pogledamo podatke skozi prizmo pogostosti obiska spletnega mesta FDV, vidimo, da je ocenjena povprečna uporabnost spletnega mesta zelo nizka (51,6) pri zmernih uporabnikih (vsaj enkrat na teden). Najbolj visoke povprečne vrednosti so spletnemu mestu določili tisti, ki spletno mesto obiskujejo bolj poredko ali pa so bili tokrat prvič na spletnem mestu. Tisti, ki uporabljajo spletno mesto skoraj vsak dan ali bolj pogosto so uporabnost spletnega mesta overdnostili z vrednostjo 61,3. Analiza uporabnosti spletnega mesta skozi status obiskovalcev vidimo, da jih lahko delimo na



dve skupine: študenti in ostali. Študenti uporabnost spletnega mesta ocenjujejo z 58,2 .

Kot vidimo veliko vrednosti padeje pod mejo, ki določa dobro spletno mesto. Kot sprejemljivo spletno mesto označujejo starejši od 30 let, tisti z višjo izobrazbo, tisti, ki uporabljajo internet 9 ur ali več na dan, ter redki ali novi obiskovalci. Ostali respondenti pa uporabnost spletnega mesta opisujejo kot podpovprečno.

Tabela 5.36.: Vrednosti SUS glede na socio-demografske značilnosti (Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	n	min	max	M	SD
Spol					
moški	22	10,0	92,5	58,2	21,6
ženski	43	22,5	95,0	60,2	19,7
Starost					
manj kot 30 let	54	15,0	95,0	56,9	19,7
več kot 30 let	11	10,0	92,5	68,4	24,6
Izobrazba					
štiriletna ali petletna srednja šola	38	15,0	95,0	56,4	20,2
višja, visoka šola, univerzitetna izobrazba	17	22,5	90,0	57,8	17,8
specializacija, magisterij, doktorat	10	10,0	92,5	70,3	25,8
Dnevna raba interneta					
do 4 ure	16	15,0	90,0	56,1	25,4
4 do 8 ur	40	10,0	95,0	57,9	19,6
9 ur ali več	9	42,5	90,0	68,3	16,3
Pogostost obiska spletnega mesta FDV					
Prvič, vsaj enkrat na mesec ali manj pogosto	7	52,5	92,5	70,7	15,1
Vsaj enkrat na teden (vendar ne vsak dan)	23	22,5	90,0	51,6	18,9
Skoraj vsak dan ali bolj pogosto	35	10,0	95,0	61,3	21,7
Status					
študent/-ka FDV	54	15,0	95,0	58,2	20,7
zaposlen/-a na FDV	8	10,0	87,5	62,2	25,8
drugo	3	52,5	72,5	62,5	10,0

Kakor pri ACSI indeksu, imajo tudi pri SUS indeksu tisti, ki so naleteli na težave pri uporabi spletnega mesta nižjo povprečno vrednost (42,5 proti 60,9) v primerjavi z ostalimi.

5.27 Korelacije med uporabnostjo spletnega mesta in zadovoljstvom uporabnikov

Da bi potrdili povezanost uporabnosti in zadovoljstva smo izvedli še analizo korelacij med ACSI lestvico uporabnosti in ACSI lestvico zadovoljstva. Prav tako smo še izvedli analizo med SUS lestvico uporabnosti in ACSI lestvico zadovoljstva.

Če si pogledamo korelacije med ACSI lestvicama vidimo, da z indeksom zadovoljstva najbolj kolerirata dimenziji uporabnosti izgled in navigacija, ki sta tudi najslabše ocenjeni. Na splošno lahko trdimo, da je uporabnost spletnega mesta povezana z zadovoljstvom.

Tabela 5.37.: Korelacije med ACSI lestvicama uporabnosti in zadovoljstva (N=33-149, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	ACSI indeks	Učinkovitost	funkcionalnost	izgled	navigacija	vsebina	iskalnik	ACSI uporabnost
ACSI indeks	1	,520	,731	,774	,801	,634	,518	,837
Učinkovitost	,520	1	,572	,283	,267	,527	,768	,812
funkcionalnost	,731	,572	1	,628	,683	,711	,755	,871
izgled	,774	,283	,628	1	,840	,447	,416	,790
navigacija	,801	,267	,683	,840	1	,480	,466	,837
vsebina	,634	,527	,711	,447	,480	1	,715	,752
iskalnik	,518	,768	,755	,416	,466	,715	1	,856
ACSI uporabnost	,837	,812	,871	,790	,837	,752	,856	1

Opomba: vse korelacije so statistično značilne z 5% tveganjem

Tabela 5.38 nam z močno korelacij med lestvico uporabnosti SUS in lestvico zadovoljstva ACSI ponovno potrdi povezanost med uporabnostjo in zadovoljstvom.

Tabela 5.38.: Korelacije med lestvico SUS in lestvico zadovoljstva ACSI (N=67-149, Vir: Spletna anketa o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	SUS	ACSI indeks
SUS	1	,818
ACSI indeks	,818	1

Opomba: korelacija je statistično značilna z 5% tveganjem

5.3. SKLEPNE UGOTOVITVE

Z analizo spletne ankete, v kateri so sodelovali obiskovalci spletnega mesta FDV, smo odgovarjali na vprašanja, ki se dotikajo uporabniške izkušnje obiskovalcev, strukture obiskovalcev in analize obiska.

Sodelovali so anketiranci stari od 10 do 59 let. Večina obiskovalcev, 84%, je starih manj kot 30 let. Tako vidimo, da so obiskovalci spletnega mesta večinoma mladi, verjetno zvečine študenti. To pa lahko potrdimo tudi po podatku, da ima večina obiskovalcev, 58%, dokončano štiriletno ali petletno srednjo šolo. Precej velik delež pa je tudi tistih, ki imajo dokončano višjo, visoko šolo ali univerzitetno izobrazbo. Zelo majhen delež (2%) anketirancev interneta ne uporablja vsak dan. Večina anketirancev pa uporablja internet vsak dan 4 do 8 ur (59,9%), veliko pa je tudi tistih, ki internet uporabljajo 9 ur ali več (25,5%). Od tega pa jih velika večina uporablja socialna omrežja vsak dan ali skoraj vsak dan.

Polovica anketirancev obiskuje spletno mesto FDV vsak dan ali večkrat na dan, dobra četrtina (27%) pa obiskuje vsaj enkrat na teden in 20% respondentov pa ga obiskuje vsaj enkrat na mesec ali redkeje. Ostali so spletno mesto obiskali prvič (3%). Iz tega ugotovimo, da ima spletno mesto veliko stalnih uporabnikov in le malo občasnih ter novih. Najbolj pogosto spletno mesto uporabljajo študentje, oz. tisti z dokončano srednjo šolo ter tisti ki delajo specializacijo, magisterij ali doktorat.

Najpogostejši razlogi za trenutni obisk anketirancev so: spletni referat, pravilniki, obrazci in informacije o zaposlenih ter knjižnica. Študentje največ uporabljajo spletni referat ter novice in obvestila, zaposleni na FDV-ju pa novice in obvestila. Te dve rubriki pa sta najbolj obiskani s strani vseh obiskovalcev spletnega mesta FDV,



najmanj obiskane rubrike pa so informacije za medije, informacije o kariernem centru ter informacije o raziskovalnih dejavnostih.

13% respondentov je imelo težave z uporabo spletnega mesta FDV, največje probleme pa jim je predstavljalo iskanje zelenih podatkov, pri čemer jih 21% ni uspelo najti zelenih informacij. Pojavljajo se tudi tehnične težave s spletnim mestom FDV in težave z iskalnikom.

Povprečna splošna ocena zadovoljstva (ACSI) znaša 55 (na lestvici od 0 do 100), kar pomeni, da je splošno zadovoljstvo respondentov s spletnim mestom FDV pod povprečjem vrednosti ACSI. V povprečju so najbolj zadovoljni s spletnim mestom tisti, ki imajo končano srednjo šolo, tisti z univerzitetno izobrazbo, pa so najmanj zadovoljni s spletnim mestom. Bolj zadovoljni so tudi tisti, ki internet uporabljajo 4 do 8 ur na dan in najmanj tisti, ki internet uporabljajo 9 ur ali več. Uporabniki so glede na lestvico uporabnosti ACSI, najmanj zadovoljni z navigacijo po spletnem mestu (46 na lestvici od 0 do 100) ter z izgledom spletnega mesta (57 na lestvici od 0 do 100), ostale dimenzije, vsebina, učinkovitost, funkcionalnost ter iskalnik, pa so ocenjene boljše (ocene se gibajo od 67 do 71 na lestvici od 0 do 100).

Po SUS merski lestvici pa so anketiranci ocenili povprečno uporabnost spletnega mesta z vrednostjo indeksa 58,71 (na lestvici od 0 do 100). To pa pomeni, da je spletno mesto FDV boljše od 58% spletnih mest podobnih spletnih mest. Po SUS interpretaciji veljajo za slaba spletna mesta, ki potrebujejo izboljšave vsa tista, ki imajo vrednost indeksa pod 68-70. Najvišjo uporabnost spletnega mesta FDV so v povprečju med anketiranci podali tisti, ki imajo dokončano srednjo šolo, tisti ki so mlajši od 30 let ter tisti, ki internet na dan uporabljajo manj kot 4 ure. Anketiranci, ki so pogostejši uporabniki interneta (internet na dan uporabljajo 9 ur ali več) so spletno mesto ocenili za slabše kot tisti, ki ga uporabljajo malo (do 4 ure na dan). Najboljše so spletno mesto FDV ocenili respondenti, ki spletno mesto obiskujejo vsaj enkrat na teden, vendar ne vsak dan, najslabše pa tisti, ki niso redni obiskovalci spletnega mesta, torej spletno mesto obiskujejo enkrat na mesec ali manj ali pa so na njem celo prvič.



5.4. ANKETA NA DIJAKIH

5.4.1. Socio-demografske značilnosti dijakov

Drugi del našega kvantitativnega raziskovanja je bila anketa, ki so jo reševali dijaki. Ti so tudi glavna ciljna populacija naše raziskave. Anketo smo dijakom posredovali med njihovo uro informatike v srednjih šolah. V vzorec so všteti vsi dijaki, tudi tisti, ki so kdaj že obiskali spletno mesto FDV. Najprej smo jim postavili nekaj nalog, ki so vsebovale iskanje vsebin po spletnem mestu, zato da bi se seznanili s spletnim mestom in na osnovi (ne)uspešnega reševanja izbranih nalog ocenili uporabnost spletnega mesta FDV. Nato smo jim posredovali URL povezavo do ankete, ki je bila sestavljena iz nabora vprašanj, ki so bila sicer vključena v spletno anketo, opisano v poglavju 5.2.

Iz spodnje tabele vidimo, da je v naš vzorec bilo izbranih 22 dijakov ženskega spola in 21 dijakov moškega, torej med spoloma ni razlik. Vsi dijaki obiskujejo tretji letnik, čeprav je nekaj razlik v starosti. 12,5% dijakov v vzorcu je rojenih leta 1996, 1994 leta je bilo rojenih 10% dijakov iz vzorca, največji delež pa predstavljajo tisti, ki so bili rojeni leta 1995. Več kot tri četrtine dijakov (77,28%) obiskuje strokovno gimnazijo, ostali pa obiskujejo splošno gimnazijo.



Tabela 5.41.: Socio-demografske značilnosti (Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	n	%
Spol		
moški	21	48,8%
ženski	22	51,2%
Skupaj	43	100%
Leto rojstva		
1996	5	12,5%
1995	31	77,5%
1994	4	10,0%
Skupaj	40	100%
Letnik		
Tretji	44	100%
Skupaj	44	100%
Srednja šola		
Splošna gimnazija	10	22,7%
Strokovna gimnazija	34	77,3%
Skupaj	44	100%

5.4.2. Analiza uporabnosti spletnega mesta

Najprej smo dijake vprašali, ali so že obiskali spletno mesto. Namreč ti dijaki, ki so spletno mesto že obiskali, verjetno že poznajo kako spletno mesto deluje in kje na njem se nahajajo vsebine, ki bi jih iskali.

Spletno mesto FDV je v preteklosti že obiskalo 18,2%, ostali pa so spletno mesto obiskali prvič. Izmed vseh dijakov jih je skoraj tretjina(29,5%) imela težave pri trenutnem obisku.

Izmed dijakov, ki so imeli težave pri obisku, jih 76,92% ni vedelo, kje iskati želene vsebine, informacije ali podatke. Ta delež je zelo velik, kar pomeni, da vsebine na spletnem mestu niso preveč dobro porazdeljene, oziroma je navigacija in arhitektura spletnega mesta slabo dodelana.

Slabi dve petini (38,46%) dijakov (Tabela 5.43), ki so imeli težave pri obisku, ni našlo iskanih vsebin, informacij ali podatkov. Dva dijaka (15,38%) pa sta določene vsebine spletnega mesta FDV iskala preko iskalnika, kateri jim ni podal uporabnih



zadetkov. Dijaki so pred spletno anketo optavili krajši »test uporabnosti«, zato je logično, da so težave, s katerimi so se soočali enake (tj. informacije niso bile najdene, preveliko število potrebnih korakov za doseg zastavljenega cilja).

Tabela 5.42.: Obisk in težave spletnega mesta (Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	n	%
Ali ste danes prvič obiskali spletno mesto FDV?		
Da, danes sem ga prvič obiskal/-a	36	81,8%
Ne, obiskal/-a sem ga že v preteklosti	8	18,2%
Skupaj	44	100%
Ali ste pri trenutnem obisku naleteli na težave?		
Da, naletel/-a sem na težave	13	29,5%
Ne, nisem naletel/-a na težave	31	70,5%
Skupaj	44	100%

Tabela 5.43.: Težave, na katere so naleteli uporabniki (Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	n	%
Kakšne težave ste imeli pri uporabi spletnega mesta		
Iskanih vsebin, informacij ali podatkov nisem našel/-a.	5	38,5%
Nisem vedel/-a, kje iskati želene vsebine, informacije ali podatke.	10	76,9%
Imel/-a sem tehnične težave s spletnim mestom (počasno nalaganje, poročilo o napaki, ...).	0	0,0%
Stran ali podstran na spletnem mestu z iskanimi vsebinami ni bila dosegljiva.	0	0,0%
Iskanih vsebin ni na spletnem mestu.	0	0,0%
Zadetki brskalnika na spletnem mestu so bili neuporabni	2	15,4%
Drugo.kaj :	0	0,0%

V Tabeli 5.44 so štiri ACSI vprašanja in njihovo skupno povprečje. Na vprašanja so respondenti odgovarjali na lestvici od 1 do 10, kjer 1 pomeni zelo nizko, 10 pa zelo visoko zadovoljstvo. Splošno zadovoljstvo nad spletnim mestom je bilo ocenjeno podobno kot trditev »V kolikšni meri izpolnjuje spletno mesto FDV vaša pričakovanja?«, ti dve dimenziji sta bili tudi najbolj ocenjeni (6,7 ter 6,6) s strani respondentov. Najnižje vrednosti (6,0) ima ki sprašuje po možnosti, da bi spletno mesto priporočili prijateljem. Vmesne vrednosti, pa ima vprašanje, ki sprašuje v kolikšni meri se spletna stran približa idealu. Povprečna vrednost teh štirih trditev je 6,4 kar nam pove, da so uporabniki dokaj zadovoljni z spletnim mestom, bilo pa bi



primerno razmisliti o dodatnih izboljšavah. V primerjavi z oceno respondentov ankete spletnega mesta FDV (5,9), so bili dijaki bolj zadovoljni z uporabo spletnega mesta. Ponovno ne moremo izključiti vpliva anketarja FDV.

Iz prvih treh vprašanj izračunana povprečna vrednost ACSI indeksa je **61,7**. Ta rezultat je boljši od tistega, pridobljenega iz spletne ankete (55). Če primerjamo ta rezultata z nekaj približnimi ekvivalenti, kot so spletna mesta z novicami, družabna omrežja ter državne storitve, vidimo, da ima v povprečju spletno mesto opazno nižji indeks zadovoljstva. Ker je zadovoljstvo nad spletnim mestom podpovprečno, menimo, da je prostora za izboljšave še veliko (to so sicer pokazali tudi testi uporabnosti, ki so bili izvedeni na vzorcu dijakov – glej poglavje 4).

Tabela 5.44.: Povprečja ACSI trditev ter skupno ACSI povprečje (Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	Min	Max	M	SD
ACSI					
Kakšno je vaše splošno zadovoljstvo s spletnim mestom FDV?	44	2	9	6,7	1,8
V kolikšni meri izpolnjuje spletno mesto FDV vaša pričakovanja?	44	2	10	6,6	2,1
V kolikšni meri spletno mesto FDV (ne)ustreza vaši predstavi o idealnem spletnem mestu?	41	1	10	6,2	2,2
Kako verjetno bi priporočili spletno mesto FDV prijatelju/-ici ali kolegu/-ici?	42	1	10	6	2,3
ACSI – povprečje štirih indikatorjev zadovoljstva	41	2	9,3	6,4	1,8

Glede na povprečne vrednosti trditev SUS indeksa vidimo prepričanje anketirancev, da bi se lahko hitro naučili uporabljati spletno mesto brez pomoči drugih. Poleg tega menijo, da so različne funkcije dobro integrirane v spletnem mestu. Te dimenzije so bile najboljše ocenjene s strani respondentov. Problematično je to, da v povprečju respondenti menijo, da je spletno mesto preveč kompleksno. Ta ugotovitev se konsistentno pojavlja skozi analizo ankete in testa uporabnosti.

Glede na dijake spletno mesto FDV z povprečno vrednostjo indeksa **65,4** spada v 65 centil, to pa pomeni, da je boljše od 65% spletnih mest. Po drugi strani pa ima 35% spletnih mest boljšo uporabnost od spletnega mesta FDV. Ponavadi se vrednosti indeksa SUS interpretira po pravilih univerzitetnega ocenjevanja. Vrednosti pod 68-70 veljajo za slabe in implicirajo, na možno potrebo po izboljšavah. Vse vrednosti pod 50 pa zahtevajo takojšnje obravnavo, saj je v tem primeru spletno mesto močno



pomanjkljivo z vidika uporabe. Kot vidimo iz vrednosti indeksa SUS za spletno mesto FDV (65,4), je stra blizo povprečja, vseeno pa je vredno pomisliti kako bi se uporabnost spletnega mesta še izboljšala. V primerjavi z anketo objavljeno na spletnem mestu, so dijaki bolje ocenili uporabnosr spletnega mesta. Seveda, ne moremo izključiti vpliva prisotnosti anketarja (študent FDV) na odgovarjanje respondentov. Spodnja slika kaže razporeditev vrednosti indeksa SUS. Aritmetična sredina ali povprečje indeksa SUS je 65,4, mediana ali srednja vrednost je 67,5 in modus ali najpogostejša vrednost je 70.

Slika 5.45.: Povprečje trditev SUS(N=44, Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)





5.4.3. Ugled fakultet in FDV

V Tabeli 5.46 je prikazano, da polovica respondentov še ni razmišljala o vpisu na visokošolsko inštitucijo. Od tistih, ki so razmišljali o vpisu, pa jih je 14% pokazalo zanimanje za vpis na FDV. Ko smo jih nato vprašali, za katere študijske programe so izrazili zanimanje. Našteli so: Družboslovno Informatiko, Komunikologija - medijske in komunikacijske študije, Kulturologija, Mednarodni odnosi, Novinarstvo, Sociologija - kadrovske menedžment. Vsi naštet študijski programi so bili izbrani enkrat.

Tabela 5.46.: Zanimanje za vpis na FDV (N=44 Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	n	%
Ali vas zanima vpis na katerega izmed študijskih programov na FDV?		
Da	6	14%
Ne	16	36%
Nisem še razmišljal/-a	22	50%
Skupaj	44	100%

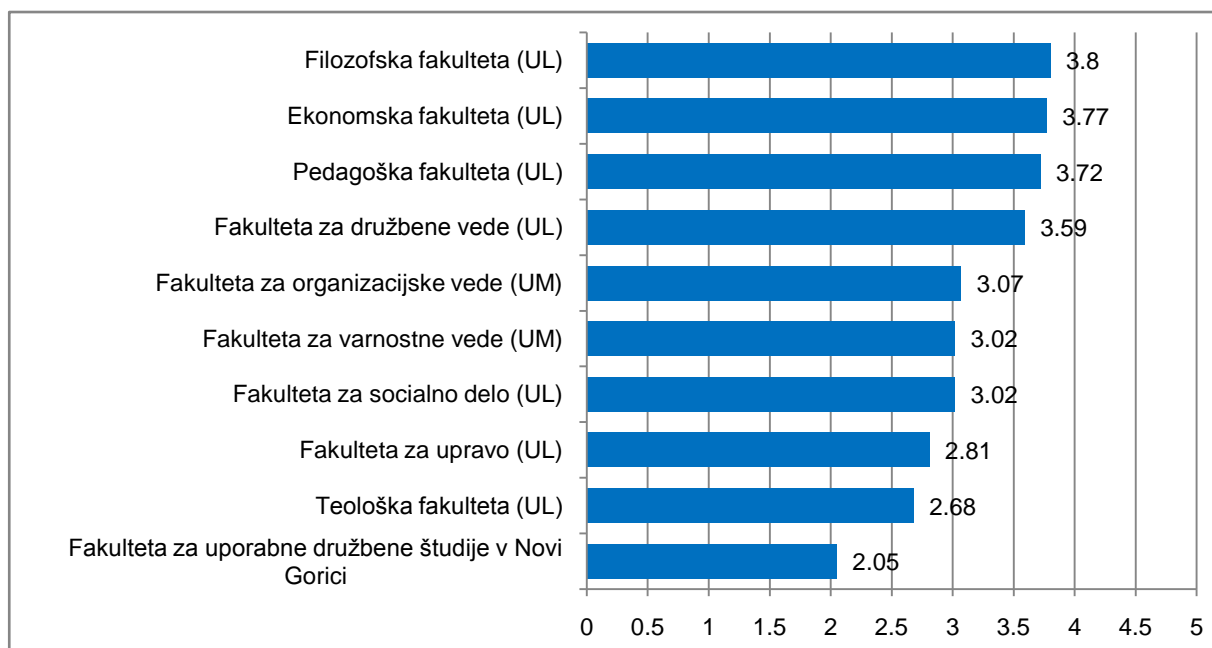
V tabeli 5.47 je prikazano poznavanje fakultet. Poznavanje smo merili s pet stopenjsko mersko lestvico, ki je vsebovala naslednje trditve: 1- sploh ne poznam, 2- ne poznam, 3- niti-niti, 4- poznam, 5- zelo dobro poznam in vrednost 8 – ne vem, ki je bila v analizah rekodirana kot manjkajoča vrednost. V povprečju dijaki našega vzorca najbolj poznajo Filozofsko fakulteto Univerze v Ljubljani, sledijo ji Ekonomska fakulteta in Pedagoška fakulteta Univerze v Ljubljani. Fakulteta za družbene vede se nahaja na 4 mestu najbolj poznanih fakultet. Najmanj izmed podanih fakultet dijaki v našem vzorcu poznajo Fakulteto za uporabne družbene študije v Novi Gorici, sledijo pa ji Fakulteta za upravo in Teološka fakulteta. V sredini lestvice poznavanja fakultet pa se nahajajo Fakulteta za socialno delo, Fakulteta za organizacijske vede in Fakulteta za varnostne vede.



Tabela 5.47.: Poznavanje visokošolskih zavodov (Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	Min	Max	M	SD
Kako dobro poznate spodaj našete visokošolske zavode?					
Ekonomska fakulteta (UL)	44	1	5	3,8	0,9
Filozofska fakulteta (UL)	44	1	5	3,8	1
Pedagoška fakulteta (UL)	43	1	5	3,7	1,1
Fakulteta za družbene vede (UL)	44	1	5	3,6	0,9
Fakulteta za organizacijske vede (UM)	44	1	5	3,1	1,1
Fakulteta za socialno delo (UL)	44	1	5	3	1,1
Fakulteta za varnostne vede (UM)	44	1	5	3	1
Fakulteta za upravo (UL)	43	1	5	2,8	1,1
Teološka fakulteta (UL)	44	1	5	2,7	1
Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici	42	1	5	2,1	1

Slika 5.48.: Poznavanje visokošolskih zavodov (N=42, Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)



Nato smo dijake povprašali, ali jih na podanih fakultetah zanima študij. Zopet smo uporabili pet stopenjsko lestvico, kjer je 1 pomenilo sploh me ne zanima, 5 pa je pomenilo zelo me zanima študij na navedeni fakulteti.



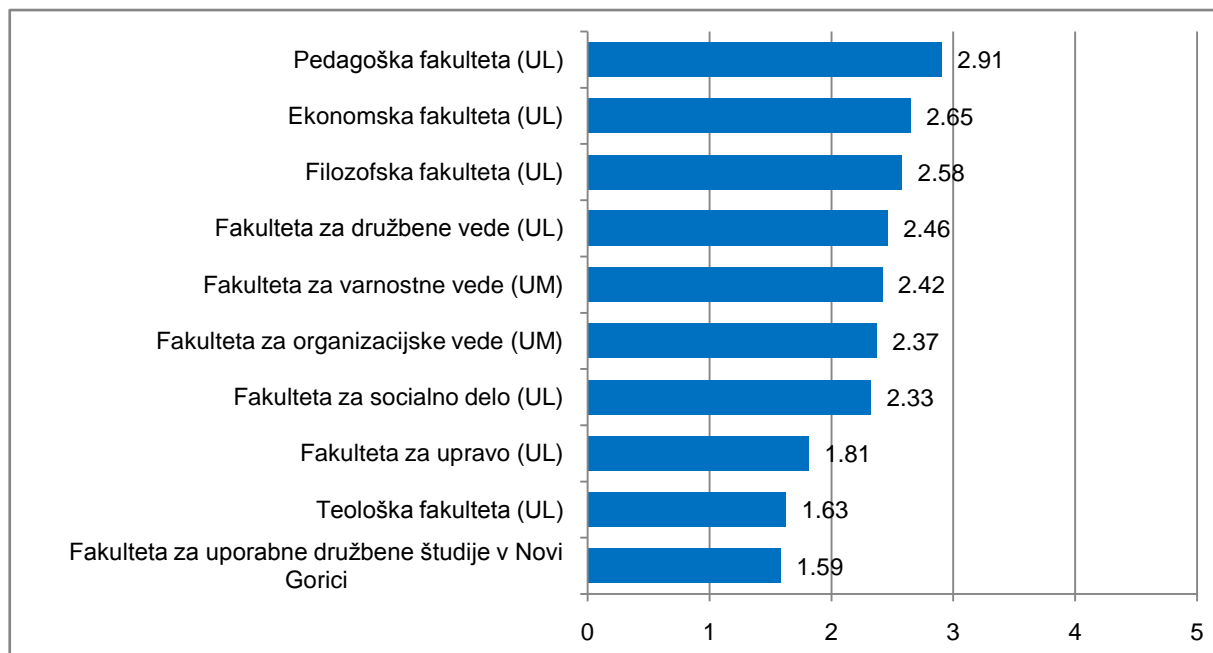
Najbolj dijake našega vzorca zanima študij na Pedagoški fakulteti, sledi ji Ekonomska Fakulteta. Fakulteta za družbene vede zaseda četrto mesto. Najmanj se dijaki zanimajo za študij na Fakulteti za uporabne družbene študije v Novi Gorici, ampak to se nam zdi logično, saj smo obiskali srednje šole v Ljubljani. Naslednja fakulteta, za katero se najmanj zanimajo dijaki pa je Teološka fakulteta, Fakulteta za upravo pa ima malo višje povprečje na lestvici zanimanja.

Tabela 5.49.: Zanimanje za študij na naštetih visokošolskih zavodih (Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	Min	Max	M	SD
Koliko vas zanima študij na spodaj naštetih visokošolskih zavodih?					
Pedagoška fakulteta (UL)	43	1	5	2,9	1,4
Ekonomska fakulteta (UL)	43	1	5	2,7	1,4
Filozofska fakulteta (UL)	43	1	5	2,6	1,5
Fakulteta za družbene vede (UL)	41	1	5	2,5	1,1
Fakulteta za organizacijske vede (UM)	43	1	4	2,4	1,1
Fakulteta za varnostne vede (UM)	43	1	5	2,4	1,1
Fakulteta za socialno delo (UL)	43	1	4	2,3	1,2
Fakulteta za upravo (UL)	43	1	4	1,8	0,8
Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici	41	1	3	1,6	0,8
Teološka fakulteta (UL)	43	1	4	1,6	0,9



Slika 5.50.: Zanimanje za študij na naštetih visokošolskih zavodih(N=41, Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)



Naslednje vprašanje se je glasilo: »Kako bi ocenili ugled spodaj naštetih visokošolskih zavodov?«. Zopet smo uporabili pet stopenjsko lestvico, kjer 1 pomeni zelo nizek ugled, 5 pa pomeni zelo visok ugled.

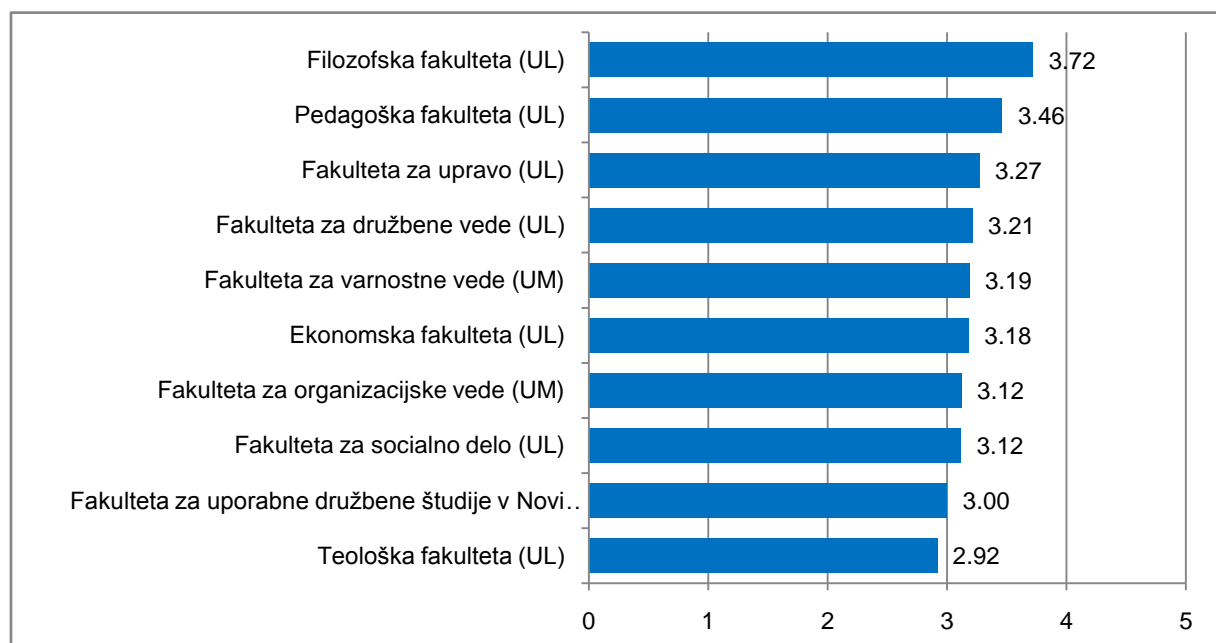
Dijaki našega vzorca menijo, da ima najvišji ugled Filozofska fakulteta. Sledijo ji Pedagoška fakulteta, Fakulteta za upravo in na četrtem mestu Fakulteta za družbene vede. Najnižji ugled v očeh dijakov pa imajo Teološka fakulteta, Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici in Fakulteta za socialno delo.



Tabela 5.51.: Ugled visokošolskih zavodov (Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	Min	Max	M	SD
Kako bi ocenili ugled spodaj naštetih visokošolskih zavodov					
Filozofska fakulteta (UL)	32	1	5	3,7	1,0
Pedagoška fakulteta (UL)	26	2	5	3,5	0,7
Fakulteta za upravo (UL)	26	1	5	3,3	0,8
Ekonomska fakulteta (UL)	33	1	5	3,2	1
Fakulteta za varnostne vede (UM)	27	1	4	3,2	0,6
Fakulteta za družbene vede (UL)	33	1	5	3,2	1
Fakulteta za socialno delo (UL)	26	1	5	3,1	0,8
Fakulteta za organizacijske vede (UM)	25	1	4	3,1	0,8
Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici	24	1	4	3	0,7
Teološka fakulteta (UL)	24	1	5	2,9	1

Slika 5.52.: Ugled visokošolskih zavodov (N=24, Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)



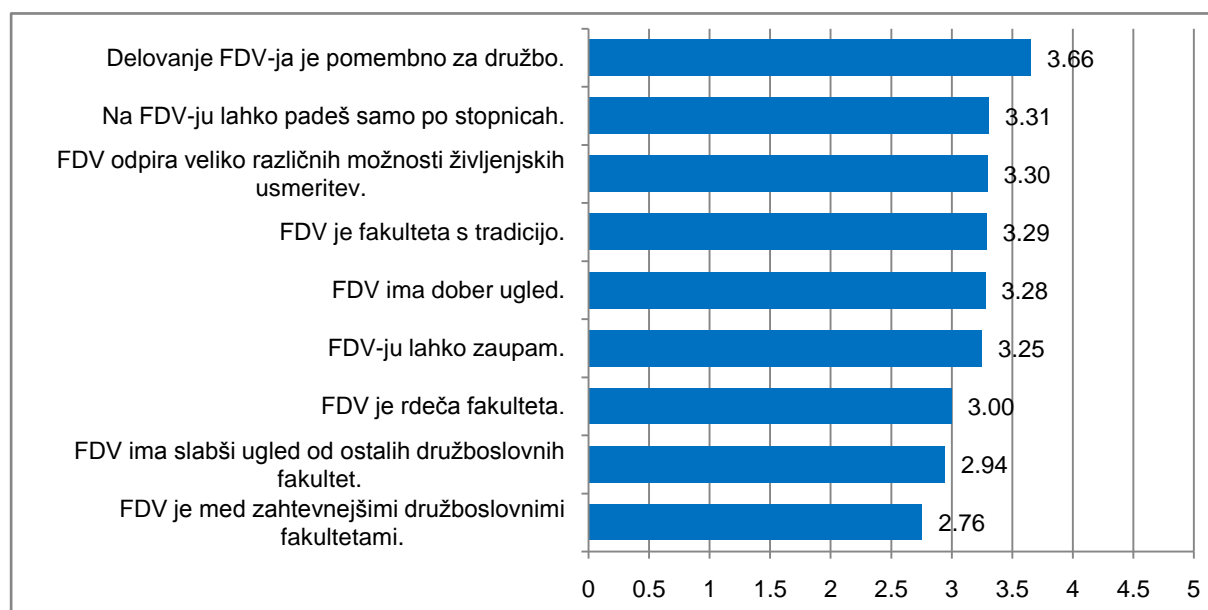
Kar pa se tiče ugleda FDV-ja pa se dijaki najbolj strinjajo s trditvijo »delovanje FDV-ja je pomembno za družbo«, precej strinjanja pa so izrazili še pri trditvah »na FDV-ju lahko padeš samo po stopnicah« ter da »FDV odpira veliko različnih možnosti življenjskih usmeritev«. Najmanj strinjanja so izrazili s trditvama »FDV je med zahtevnejšimi družboslovnimi fakultetami« in »FDV ima slabši ugled od ostalih družboslovnih fakultet«.



Tabela 5.54.: Ugled FDV(Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)

	N	Min	Max	M	SD
Koliko se (ne)strinjate z naslednjimi trditvami o FDV?					
Delovanje FDV-ja je pomembno za družbo.	35	3	5	3,7	0,6
Na FDV-ju lahko padeš samo po stopnicah.	29	1	5	3,3	1,1
FDV odpira veliko različnih možnosti življenjskih usmeritev.	37	1	4	3,3	0,9
FDV je fakulteta s tradicijo.	31	1	5	3,3	0,9
FDV ima dober ugled.	36	1	4	3,3	0,9
FDV-ju lahko zaupam.	32	1	5	3,3	0,9
FDV je rdeča fakulteta.	21	1	5	3,0	1,2
FDV ima slabši ugled od ostalih družboslovnih fakultet.	36	1	5	2,9	0,9
FDV je med zahtevnejšimi družboslovnimi fakultetami.	33	1	4	2,8	1,0

Slika 5.53.: Ugled FDV(N=21, Vir: Anketa dijaki o spletnem mestu FDV, maj 2013)





5.5 Sklepne ugotovitve

Ker v anketi med obiskovalci spletnega mesta FDV nismo dobili dovolj velikega vzorca dijakov (v anketi so sodelovali le trije dijaki), ki so bili v predlogu raziskave opredeljeni kot glavna ciljna populacija, smo jim anketo posredovali med njihovo uro informatike v srednjih šolah. Najprej smo jim postavili nekaj nalog, ki so vsebovale iskanje vsebin po spletnem mestu, nato pa smo jim posredovali URL povezavo do ankete. Analizirali smo 44 v celoti izpolnjenih anket dijakov.

Večina dijakov v vzorcu je bila starih 18 let, med anketiranci je bilo polovica žensk in polovica moških. Vsi dijaki obiskujejo tretji letnik splošne ali strokovne gimnazije. Spletno mesto FDV je že prej obiskalo 18% anketirancev, ostali pa so spletno mesto obiskali prvič. Pri tokratnem obisku je imelo 77% dijakov težave z iskanjem vsebine, informacij ali podatkov. To pomeni da je navigacija in arhitektura spletnega mesta slabo dodelana. Povprečna vrednost indeksa SUS je 65,4, kar pomeni, da je spletno mesto FDV boljše od 65% spletnih mest. Vrednosti pod 68-70 veljajo za slabe in implicirajo, na možno potrebo po izboljšavah.

Povprečna vrednost indeksa ACSI pri dijakih je 62, kar je v primerjavi z povprečno oceno respondentov ankete spletnega mesta FDV (55) boljše. To pomeni da so bili dijaki bolj zadovoljni z uporabnostjo spletnega mesta FDV. Najbolje so dijaki ocenili trditev »kakšno je vaše splošno zadovoljstvo s spletnim mestom FDV?«, najslabše pa trditev »kako verjetno bi priporočili spletno mesto FDV prijatelju/-ici ali kolegu/-ici?«.

Dijaki so v povprečju pri vprašanjih o poznavanju spodaj naštetih družboslovnih fakultet najboljše poznali Filozofsko fakulteto, FDV je na četrtem mestu. Glede na zanimanje študija na desetih naštetih fakultetah so dijaki največje zanimanje izrazili za študij na Pedagoški fakulteti, FDV pa zopet zaseda četrto mesto. Pri vprašanju o ugledu visokošolskih zavodov pa je kot fakulteta z najvišjim ugledom, po mnenju dijakov, Filozofska fakulteta, FDV pa je na četrtem mestu (od desetih naštetih fakultet).

Kar se tiče ugleda FDV, so se dijaki v povprečju najbolj strinjali s trditvijo »Delovanje FDV-ja je pomembno za družbo« ter »Na FDV-ju lahko padeš samo po stopnicah«, najmanj pa so se strinjali s trditvijo »FDV je med zahtevnejšimi družboslovnimi fakultetami« ter »FDV ima slabši ugled od ostalih družboslovnih fakultet«.



6. ZAKLJUČEK

FDV je največja interdisciplinarna, javna izobraževalna in raziskovalna družboslovna institucija v Sloveniji. S svojimi bogatimi človeškimi viri, lastnim raziskovalnim inštitutom, osrednjo družboslovno knjižnico in založbo razvija vrsto družboslovnih disciplin, katerih preplet predstavlja optimalno sinergijo sodobnih družboslovnih znanj. Kot taka potrebuje kakovostno, interaktivno in uporabniku prijazno spletno mesto. Prav zato se je vodstvo FDV v začetku šolskega leta 2012/2013 lotilo prenove spletnega mesta FDV. Ker vsako novo oziroma prenovljeno spletno mesto potrebuje strokovno evalvacijo, smo se v okviru predmeta Metodološki praktikum dogovorili in izvedli raziskavo o uporabnosti spletnega mesta.

Spletno mesto je prvotno namenjeno dijakom, študentom, profesorjem in ostalim, ki potrebujejo kakršnekoli informacije o fakulteti in študiju. Univerzitetno spletno mesto mora omogočati hiter in enostaven dostop do informacij o študiju in s študijem povezanih vsebin. Glede na različne kriterije, po katerih se podeljuje nagrade za vrhunska slovenska spletna mesta WEBSI, morajo spletna mesta dosegati visoke standarde za ustrezno poslovno učinkovitost, vsebinsko predstavitev, dizajn oziroma arhitekturo spletnega mesta, strukturo in navigacijo ter interaktivnost med uporabniki. Za nagrado WEBSI 2013 se v kategoriji Javnih organizacij (spletna mesta organizacij ali projekti s področja javne uprave) letos poteguje tudi Spletno mesto FDV.

Analiza spletnega mesta s pomočjo orodja za spletno statistiko (Google Analytics) je pokazala, da ima spletno mesto FDV veliko rednih obiskovalcev in le malo edinstvenih obiskov (slabih 18 odstotkov). Večina prometa pride preko spletnih iskalnikov, najmanj preko referenčnih povezav ostalo pa predstavlja neposredni promet. Kar 40 % referenčnega prometa prihaja iz Facebooka. Ko analiziramo pogostost obiskovanja ugotovimo, da je več kot 31% obiskovalcev, ki so bili na spletnem mestu več kot 50-krat. To so obiskovalci, ki se pri svojem delu, študiju in raziskovanju močno zanašajo na spletno mesto FDV.

Primarne naloge in cilji izobraževalne ustanove so pridobiti nove študente, omogočati nemoteno in kakovostno delo strokovnih služb, akademskih delavcev in raziskovalcev ter spodbujati vključevanje skupnosti v aktivnosti fakultete. Da pa bi



ugotovili, ali je spletno mesto izdelano v skladu z načeli uporabnosti, smo pri raziskavi uporabili kvalitativni in kvantitativni pristop raziskovanja.

V kvalitativnem delu smo uporabnost spletnega mesta FDV testirali na 12 dijakih, katerim smo postavili praktične naloge, ki so jih morali rešiti. Hitro in učinkovito iskanje željenih informacij je ključnega pomena za vse vrste uporabnikov. Večina dijakov je na prvi pogled spletno mesto označilo kot lepo zasnovano, preprosto in z všečnim dizajnom. Nekatere pa je zmotilo hitro premikanje slik. Velikokrat pa se je pri dijakih pojavilo tudi nepoznavanje izrazov kot so alumni, katedre, kratice kot UN in VS in kaj pomenijo centri. Dijaki so bili bolj uspešni pri iskanju predstavitvene strani namenjene bodočim študentom, kar se je pokazalo tudi na času reševanja nalog in pri iskanju slik iz informativnega dneva 2013. Pri tej nalogi pa se je pojavilo dokaj veliko številno napak, saj so testiranci zamenjali Galerijo FDV s Dogodki in utrinki (Galerija slik).

Test uporabnosti je pokazal, da ima nova spletno mesto določene arhitekturne in vsebinske pomankljivosti, ki so ključnega pomena za uspešno iskanje zelenih informacij. Ugotovili smo, da so testiranci imeli največ težav pri iskanju uradnega naziva diplomanta Družboslovne informatike UN, kjer so dijaki iskali informacijo preko centra za družboslovno informatiko, katedre za družboslovno informatiko in metodologijo, informacij, bodoči študent, družboslovna informatika VŠ (nerazumevanje kratic) in preko predmetov. Njihovo iskanje je bilo v 50% neuspešno. Prav tako so dijaki imeli veliko težav pri iskanju zaposlitvenih možnosti za študijsko smer Mednarodni odnosi, kjer so iskali preko predmetov, katedre in centra za Mednarodne odnose, pri tej nalogi pa so porabili tudi največ časa. Največja težava pa se je pojavila, ko so testiranci iskali zaposlitvene možnosti preko iskalnika na spletnem mestu.

Izkazalo pa se je tudi, da imajo dijaki veliko težav pri iskanju študijskih smeri, kar pa naj bi bilo za univerzitetno spletno mesto ključnega pomena. Kot možnost smo v raziskavi navedli tudi nekatere možne izboljšave, s katerimi bi omogočili večjo uporabnost, preglednost in učinkovitost spletnega mesta.

Poleg testa uporabnosti smo uporabili še kvantitativno metodo spletne anekete. Namen je bil ugotoviti zadovoljstvo ter uporabnost spletnega mesta, poleg tega pa še izvesti nekaj več informacij o uporabnikih spletnega mesta in njihovih aktivnostih. Poleg tega smo v anketo vključili še nekaj vprašanj namenjenih izključno dijakom, ki



so merila njihove namere za vpis na višješolske ustanove ter ugled FDV in njenih neposrednih konkurentov v izobraževalnem prostoru. . Problem se je pokazal v premajhnem številu dijakov, katerega smo rešili s pomočjo prilagojene namenje izključno dijakom. Da bi pridobili zadostno število respondentov smo dijake anketirali po različnih srednjih šolah.

Analiza je pokazala, da ima spletno mesto FDV večino rednih obiskovalcev in le malo občasnih ter novih. Večinoma gre za študente oz. tiste, ki imajo dokončano srednjo šolo ter tiste ki delajo specializacijo, magisterij ali doktorat. S pomočjo ankete smo tudi zvedeli, da so obiskovalci spletnega mesta izkušeni v uporabi interneta, spletno mesto FDV pa najpogosteje uporabljajo z namenom obiska spletnega referata ter novic in obvestil. Med najmanj obiskane rubrike pa spadajo informacije za medije, informacije o kariernem centru ter informacijo o raziskovalnih dejavnostih. Vsakega lastnika spletnega mesta zanima kako dobro deluje spletno mesto s tehničnega vidika ter katere funkcije povzročajo največ preglavic uporabnikom. Z anketo smo ugotovili, da je 13% respondentov imelo težave z uporabo spletnega mesta FDV, največje probleme pa jim je predstavljalo iskanje zelenih podatkov. Pojavljajo se tudi tehnične težave s spletnim mestom FDV in težave z iskalnikom. Podobne težave so bile opažene tudi pri testu uporabnosti, kjer so imeli testiranci težave pri iskanju določenih informacij, zato je bilo njihovo iskanje tudi do 50% neuspešno.

Zadovoljstvo s spletnim mestom je nizko. Po lestvici ACSI, po kateri smo merili splošno oceno zadovoljstva s spletnim mestom FDV, smo precej pod povprečjem vrednosti ACSI za primerljive storitve ali izdelke. Spletno mesto FDV dosega oceno 55 (na lestvici od 0 do 100), na primer povprečna ocena spletnih mest, ki nudijo novice je 75, družabnih omrežij 69 ter storitve ameriške vlade od 77 do 84. Najnižjo oceno zadovoljstva po dimenzijah je dosegla navigacija, se pravi: organizacija spletnega mesta, število potrebnih korakov za doseg cilja, enostavnost navigacije in zmožnost najti želene informacije. Z vsemi analizami tako kvalitativnimi kakor kvantitativnimi smo zaznali konstantne in konsistentne težave pri navigaciji organizaciji, številu potrebnih korakov za doseg cilja, ter splošni težavnosti iskanja željenih informacij.

Pri anketi izvedeni na dijakih smo ponovili nekatere od prejšnjih analiz in dodali analizo ugleda fakultete. Glede same uporabnosti spletnega mesta smo po SUS



merski lestvici ocenili uporabnost spletnega mesta z povprečno vrednostjo indeksa 58,71 (na lestvici od 0 do 100), to pa pomeni da je spletno mesto FDV boljše od 58% spletnih mest. Po SUS interpretaciji veljajo za slaba spletna mesta, ki potrebujejo izboljšave vsa tista, ki imajo vrednost indeksa pod 68-70. Najvišjo uporabnost spletnega mesta FDV so med anketiranci podali tisti, ki imajo dokončano srednjo šolo, tisti ki so mlajši od 30 let ter tisti, ki internet na dan uporabljajo manj kot 4 ure. Anketiranci, ki so pogostejši uporabniki interneta (internet na dan uporabljajo 9 ur ali več) so spletno mesto ocenili za slabše kot tisti, ki ga uporabljajo malo (do 4 ure na dan). Najboljše so spletno mesto FDV ocenili uporabniki, ki spletno mesto obiskujejo vsaj enkrat na teden, vendar ne vsak dan, najslabše pa tisti, ki niso redni uporabniki spletnega mesta, torej spletno mesto obiskujejo enkrat na mesec ali manj ali pa so na njem celo prvič. Spletno mesto FDV je že prej obiskalo 18% anketirancev, ostali pa so spletno mesto obiskali prvič. Pri tokratnem obisku je imelo 77% dijakov težave z iskanjem vsebine, informacij ali podatkov. To pomeni da je navigacija in arhitektura spletnega mesta slabo dodelana. Ta ugotovitev je bila potrjena tudi z testom uporabnosti.

Povprečna vrednost indeksa SUS je 65,4, to pomeni da je spletno mesto FDV boljše od 65% spletnih mest. Vrednosti pod 68-70 veljajo za slabe in implicirajo, na možno potrebo po izboljšavah. Je pa povprečna vrednost uporabnosti pri anketi na dijakih višja kot pri spletni anketi (58,7). Na to razliko je lahko vplivalo več faktorjev kot sta: različno poznavanje spletnega mesta (večina dijakov je prvič obiskala spletno mesto) ter vpliv prisotnosti anketarja FDV. Povprečna vrednost štirih vprašanj, ki merijo indeks ACSI je 6,4, kar je v primerjavi z oceno respondentov ankete spletnega mesta FDV (5,9) boljše. To pomeni da so bili dijaki bolj zadovoljni z uporabnostjo spletnega mesta FDV. Najbolje so dijaki ocenili trditev »kakšno je vaše splošno zadovoljstvo s spletnim mestom FDV?«, najslabše pa trditev »kako verjetno bi priporočili spletno mesto FDV prijatelju/-ici ali kolegu/-ici?«.

Povprečna vrednost izračunanega indeksa ACSI je 61,7. Tudi tu je rezultat boljši od tistega pri spletni anketi. Izračunana vrednost indeksa je nižja od povprečja primerljivih izdelkov ali storitev. Dijaki so pri vprašanjih o poznavanju spodaj naštetih družboslovnih fakultet najbolje poznali Filozofsko fakulteto, FDV je na četrtem mestu. Glede na zanimanje študija na desetih naštetih fakultetah so dijaki največje zanimanje izrazili za študij na Pedagoški fakulteti, FDV pa zopet zaseda četrto



mesto. Pri vprašanju o ugledu visokošolskih zavodov pa je kot fakulteta z najvišjim ugledom, po mnenju dijakov, Filozofska fakulteta, FDV pa je na četrtem mestu (od desetih naštetih fakultet).

Kar se tiče ugleda FDV, so se dijaki najbolj strinjali s trditvijo »Delovanje FDV-ja je pomembno za družbo« ter »Na FDV-ju lahko padeš samo po stopnicah«, najmanj pa so se strinjali s trditvijo »FDV je med zahtevnejšimi družboslovnimi fakultetami« ter »FDV ima slabši ugled od ostalih družboslovnih fakultet«.

Pri izvajanju evalvacije smo se soočili z nekaterimi omejitvami. Poseben iziv nam je predstavljalo pomankanje dijakov v vzorcu spletne ankete, na kar smo morali hitro reagirati, kajti v nasprotnem primeru, bi se nam določeni roki izdelave projekta še bolj zavlekli. Problem pa nam je predstavljalo tudi iskanje ustreznih ACSI indeksov za izobraževalna spletna mesta. Te omejitve skozi analizo nismo uspeli popolno odpraviti in smo jo rešili s pomočjo primerljivih a ne idealnih ACSI indeksov.

Priporočamo, da naročnik razmisli o uporabi nekaterih predlogov, ki smo jih podrobneje razložili že pri testu uporabnosti, med njimi so sodeč po rezultatih tukajšnje raziskave najpomembnejše sledeče: sprememba razvrstitve informacij o strokovnih službah, vizualna in navigacijska ter arhitekturna sprememba menija "Študij", boljša vizualna predstavitev študijskih programov pri dostopnaju preko kateder ter optimizacija iskalnika. Svetujemo tudi, da se uporabnost spletnega mesta evalvira v prihodnje s strani skupine ekspertov za razvoj spletnih mest.

Potrebno pa je predstaviti tudi naslednjo opombo. Raziskavo zadovoljstva s spletnim mestom smo opravljali dokaj hitro po prenovi spletnega mesta. Taki rezultati so lahko malo zavajajoči, saj nakazujejo nižje zadovoljstvo, kot bi sicer bilo izmerjeno kasneje.

7. LITERATURA

Alves, Helena in Raposo, Mario. 2010. *The influence of university image on student behaviour*. The International Journal of Educational Management. 24 (1): 73-85.

Angelova, Biljana in JusufZekiri. 2011. *Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model)*. *International Journal of Academic Research in Business and*



Social Sciences 1 (3): 232–258. Dostopno prek: <http://www.hrmars.com/admin/pics/381.pdf> (15. marec 2013).

Barich, H. in Kotler, P. 1991. *A framework for marketing image management*. Sloan Management Review. 32 (2): 94-104.

Brooke, John. 1996. SUS: A "quickanddirty" usabilityscale. V *Usabilityevaluation in industry*, ur. P. W. Jordan, B. Thomas, B. A. Weerdmeester, & I. L. McClelland, 189–194. London: Taylor and Francis. Dostopno prek: www.usabilitynet.org/trump/documents/Suschapt.doc (13. marec 2013).

Burnett, R. in Marshall D.P. 2003. *WebTheory, An introduction*. London, New York: Routledge.

Churchill, G.A. 1999. *Marketing research: methodological foundations*. 7. izd. ForthWorth, TX: Dryden.

Couper, Mick, P. 2008. *DesigningEffectiveWebSurveys*. New York: Cambridge UniversityPress.

Dietner, Kranc, Cvetka. 2008 *Ugled kot strateška prednost šole*. Magistrsko delo. Koper: Fakulteta za management Koper. Dostopno prek: http://www.ediplome.fm-kp.si/Dietner_Cvetka_20090410.pdf (13. marec 2013).

Fakulteta za družbene vede Ljubljana. Dostopno na: <http://www.fdv.uni-lj.si/> (27. februar 2013).

Fombrun, C.J. in Riel, Cees B. M. 2003. *TheReputationalLandscape. Corporatereputationreview*. 1 (1): 5-19. Dostopno prek: [http://repub.eur.nl/res/pub/12136 /TheReputationalLandscape_1997.pdf](http://repub.eur.nl/res/pub/12136/TheReputationalLandscape_1997.pdf) (13. marec 2013).



Friedlein, Ashley. 2001. *Webprojectmanagment: Deliveringsuccessfulcomercialwebsites*. San Diego: AcademicPress, Morgan KaufmannPublishers.

Google Analytics. Dostopno na: <http://www.google.com/analytics/> (16. marec 2013).

Gračar, Manca. 2011. *Sodobni pristopi k oblikovanju spletnih strani*. Diplomsko delo. Maribor: Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko.

Harvard University. 2005. *Web Site UsabilityReportfor Harvard University*. Cambridge: SystemUsabilityAnalysisandDesign.

Kirakowski, J., Claridge, N. in Whitehand, R. 1998. Human CenteredMeasuresofSuccess in WebsiteDesign. *4thConference on Human FactorsandtheWeb*. New Jersey(5.junij 1998).

Kragelj, Boris. 2002. *Evalvacija spletnih predstavitev*. Communicationofthe ACM 48 (1): 71-74.

Krug, Steve. 2005. *Don't make me think: A CommonSenseApproach to WebUsability*. New Riders.

Nielsen, Jakob. 1993. *UsabilityEngineering*. UnitedStatesofAmerica: Morgan Kaufmann.

Nguyen, Nha in LeBlanc, Gaston. 2001. *Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions*. The International Journal of Educational Management. 15(6): 303-311.

Palacio, A., Meneses, G. in Perez, P. 2002. *The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students*. Journal of Educational Administration. 40 (5): 486-505.



Plumley, George. 2010. **Websitedesignanddevelopment: 100 question to askbeforebuilding a website**. Indianapolis: Wiley Pub. Dostopno prek: Centralna tehniška knjižnica Univerze v Ljubljani.

Sauro, Jeff. 2011. *MeasuringUsabilitywiththeSystemUsabilityScale (SUS)*. Dostopno prek: <http://www.measuringusability.com/sus.php> (13. marec 2013).

Seward, Dan. *Measuringsatisfaction*. Dostopno prek: http://www.peakusability.com.au/articles/measuring_satisfaction (15. marec 2013).

Soutar, N., Geoffrey, Turner in P. Julia. 2002. *Students' preferences for university: a conjoint analysis*. The International Journal of Educational Management. 16 (1): 40-45.

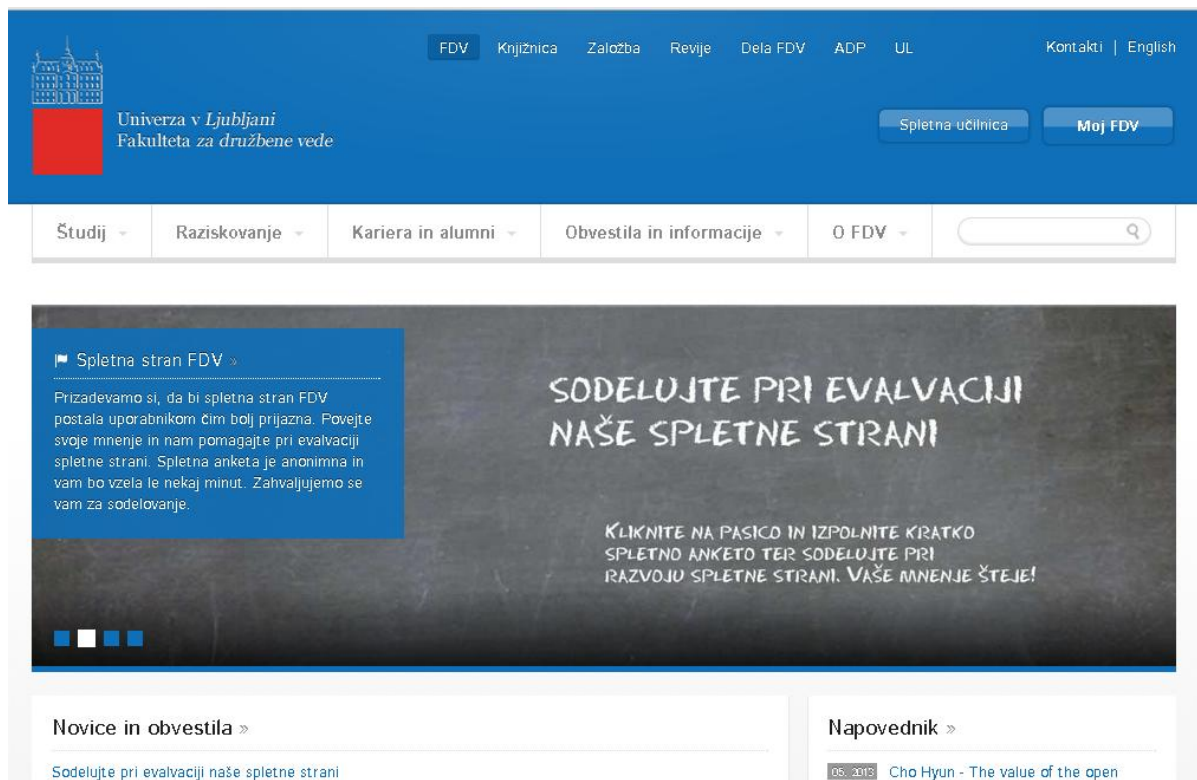
Suomi, Kati in Järvinen Raija. 2012. *Tracing reputation risk in retailing and higher-education services*. Journal of Retailing and Consumer Services. 20: 207-217.

Youngwok, Kim in Moffitt, Mary, Anne. 2001. *Institutional image: a case study*. Corporate Communications: An International Journal. 6 (4): 205-216.

8. PRILOGE

PRILOGA 1: POJAVNA PASICA Z VABILOM NA ANKETO NA DOMAČI STRANI FDV

Slika 8.32.: Pojavna pasica z vabilom na anketo



The screenshot shows the website of the Faculty of Social Sciences (FDV) at the University of Ljubljana. The top navigation bar includes links for 'FDV', 'Knjižnica', 'Založba', 'Revije', 'Dela FDV', 'ADP', 'UL', 'Kontakti', and 'English'. Below the navigation bar, there are buttons for 'Spletna učilnica' and 'Moj FDV'. The main content area features a large banner with the following text:

SODELUJTE PRI EVALVACIJI NAŠE SPLETNE STRANI

KLIKNIŠTE NA PASICO IN IZPOLNITE KRATKO SPLETNO ANKETO TER SODELUJTE PRI RAZVOJU SPLETNE STRANI. VAŠE MNENJE ŠTEJE!

Below the banner, there are sections for 'Novice in obvestila' and 'Napovednik'. The 'Novice in obvestila' section has a sub-heading 'Sodelujte pri evalvaciji naše spletne strani'.



PRILOGA 2: VABILO K EVALVACIJI SPLETNEGA MESTA NA STRANI FDV, KOT OBVESTILO

Slika 8.33.: Vabilo k evalvaciji spletnega mesta, kot obvestilo

The screenshot shows the website interface for the Faculty of Social Sciences (FDV) at the University of Ljubljana. The top navigation bar is blue and contains the following elements: the FDV logo and name, a search bar, and navigation links for 'FDV', 'Knjižnica', 'Založba', 'Revije', 'Dela FDV', 'ADP', 'UL', 'Kontakti', and 'English'. Below the navigation bar is a secondary menu with 'Spletna učilnica' and 'Moj FDV' buttons. The main content area has a white background and a blue header with the text 'Univerza v Ljubljani Fakulteta za družbene vede'. A horizontal menu below the header includes 'Študij', 'Raziskovanje', 'Kariera in alumni', 'Obvestila in informacije', and 'O FDV'. The 'Obvestila in informacije' menu item is active. The main content area features a sidebar on the left with a list of navigation links: 'Novice in obvestila', 'Dogodki in utrinki', 'Urniki', 'Imenik sodelavcev', 'Predmeti', 'Ceniki', 'Pravilniki', 'Načrt prostorov', 'Pomoč uporabnikom', 'Javna naročila', 'Za medije', and 'Informacije javnega značaja'. The main content area displays a notice titled 'Sodelujte pri evalvaciji naše spletne strani'. The notice text reads: 'Objavljeno: 07. maj 2013 | v kategoriji: Obvestila. Prizadevamo si, da bi spletna stran FDV postala uporabnikom čim bolj prijazna. Povejte svoje mnenje in nam pomagajte pri evalvaciji spletne strani. Spletna anketa je anonimna in vam bo vzela le nekaj minut. Zahvaljujemo se vam za sodelovanje. Za dostop do ankete kliknite [TUKAJ](#).' Below the notice is a link: '← Nazaj na seznam vseh obvestil'.



PRILOGA 3: VABILO K EVALVACIJE SPLETNEGA MESTA NA FACEBOOK STRANI FDV-ja

Slika 8.34.: Vabilo k evalvaciji na Facebook strani FDV-ja

FDV - Fakulteta za družben... Časovnica Sedaj Všeč mi je

SVOBODNA UNIVERZA
rezultati ankete | SVOBODNA UNIVERZA
svobodnauiverza.si
V okviru tedna Svobodne univerze smo

Všeč mi je · Komentiraj · Deli z ostalimi

FDV - Fakulteta za družbene vede
Pred 21 urami/-a

Sodelujte pri evalvaciji naše spletne strani. Anketa vam bo vzela le nekaj minut. Vaše mnenje šteje! KLIK na <https://www.1ka.si/a/24586>

Všeč mi je · Komentiraj · Deli z ostalimi

2 osebam je to všeč.

Napiši komentar...

FDV - Fakulteta za družbene vede je delil/-a povezavo preko uporabnika/-ce BledCom.
26. april

Prijave na BledCom 2013 so odprte. Ne zamudite early bird ponudbe. / Registrations for BledCom 2013 are open. Check the packages and don't miss the early bird prices!

Bledcom - Registration
www.bledcom.com

Nedavne objave drugih Prikaži vse

Franc Majcen
Koliko časa še rabite za ugotavljanje ali magistrsko delo Alen...
5 · 24. april ob 22:40

Diana Davtyan
Iščem sestanovalko!!! Stanovanje je res dobro! 10 minut do...
22. april ob 15:55

Katja Pregelj
@ELSA Nova Gorica pri Evropski pravni fakulteti v NG organi...
18. april ob 13:59

Študentska svetovalnica
FDV - Fakulteta za družbene vede v sklopu tedna Svobod...
3 · 1 · 18. april ob 12:47

več objav ▾

Priporočila Prikaži vse

What do you like about this place?

Danijel Esih
V Zavodu Študentska praksa nudimo hitro, kakovostno in ug...
pred približno 5 meseci

Všečki Prikaži vse

MM Marketing magazin
Založnik

Klepet

PRILOGA 4: TEST UPORABNOSTI – UVODNI VPRAŠALNIK

Uvodni vprašalnik

ID testiranca:|_|_|

Pred vami je uvodni vprašalnik, v katerem je nekaj vprašanj, ki jih potrebujemo za statistične analize. Zagotavljamo vam tajnost vaših podatkov.

A1 Ime: _____
(Zgolj za komunikacijo med nami)

A2 Spol (Obkrožite)

1- moški

2-ženski

A3 Letnica rojstva: |_|_|_|_|

A4 Katero srednjo šolo obiskujete?(Navedite celoten naziv srednje šole.)

A5 Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v povprečju uporabljali internet (obkrožite)?

1 - Vsak dan ali skoraj vsak dan.

2 - Vsaj enkrat na teden (vendar ne vsak dan).

3 - Vsaj enkrat na mesec (vendar ne vsak teden).

4 - Manj kot enkrat na mesec.

A6 Naštejte tri spletne strani, ki jih najpogosteje obiskujete (npr. www.fdv.uni-lj.si).

1. _____

2. _____

3. _____

A7 Ste že razmišljali o vpisu na fakulteto? (obkrožite)

1- da

2-ne

A8 Na kateri program oziroma fakulteto pa bi se vpisali? (Navedite ime programa in/ali fakultete.) _____

PRILOGA 5: TEST UPORABNOSTI – OBRAZEC ZA SOGLASJE SNEMANJA

Obrazec za soglasje snemanja

Zahvaljujemo se vam za sodelovanje v raziskavi o uporabnosti spletnega mesta.

Testiranje spletnega mesta, v katerem boste sodelovali, bo snemano z namenom nadaljnje statistične analize.

Snemanje bo potekalo s pomočjo avdiovizualne programske opreme, ki je naložena na računalnik, ki ga boste uporabljali.

Raziskava poteka v sklopu predmeta Metodološki praktikum, ki se izvaja na Fakulteti za družbene vede.

Prosimo preberite spodnjo izjavo in se podpišite na označeno mesto.

Razumem, da bo testiranje, v katerem bom sodeloval/a – snemano. Fakulteti za družbene vede dovoljujem uporabo posnetkov **izključno** v namen raziskave.

Ime in Priimek: _____

Datum: _____

Podpis: _____

PRILOGA 6:– SCENARIJZA TEST UPORABNOSTI

SCENARIJ ZA TEST UPORABNOSTI

Začetek:|__:__|

Ime in priimek: _____

Izvajalec testa: Timotej Hodnik

Zapisnikar: Mateja Čadež

Kraj in datum: _____

Nagovor

Zahvaljujemo se vam za sodelovanje pri ocenjevanju spletnega mesta. Vaša naloga bo uporaba spletne strani na podlagi vnaprej pripravljenih nalog. Cilj pričujoče raziskave, je ugotoviti, ali stran vsebuje kakšne napake, ki onemogočajo njenim obiskovalcem enostavno uporabo. O slednjem bomo sklepali na podlagi potencialnih težav, na katere boste naleteli tekom testiranja.

Med samim testiranjem bomo snemali vaša mnenja in reakcije, zato vas bom občasno podrobneje povprašal po vašem mnenju in opažanjih, do katerih boste prišli med izvajanjem nalog. Za uspešno izvedbo testa je torej ključno, da med testom glasno razmišljate. To pomeni, da skušate ubesediti vaše misli.

Moja naloga je voditi celoten proces testiranja. Kolegica Mateja pa bo vodila zapisnik. Na koncu testa, boste dobili kratek vprašalnik o vaših izkušnjah z uporabo testirane strani.

Preden začnemo s testom, vas želim seznaniti še z naslednjimi pomembnimi stvarmi:

- Testiramo spletno stran, zato je pomembno da veste, da ne testiramo vas.
- Zanima nas, če je stran dobro zasnovana za enostavno uporabo, zato napačnih odgovorov ni. Naj vas ne skrbi, če boste delali napake.
- Testiranje bomo snemali za namene nadaljnje analize. Rezultati testa bodo v končnem poročilu predstavljeni v agregirani in anonimni obliki. To pomeni, da vašega imena in priimka v poročilu raziskave ne bomo



povezovali z njimi. Prosim vas, da podpišete obrazec za soglasje snemanja.

Imate še kakšno vprašanje? Če nimate vprašanj predlagam, da začnemo s testom in prvo nalogo.

Naloga 1

Pred vami je spletno mesto. Razglejte se po spletni strani in mi povejte, kakšni so vaši prvi občutki. Prosim vas, da ničesar ne kliknete.

Povejte mi:

Ali ste že kdaj videli to stran?

Čigava je spletna stran?

Komu je stran namenjena?

Kakšen je njen namen?

Kakšen se vam zdi njen izgled?

So vam všeč barve?

Kaj mislite o grafiki in slikah?

Kaj je prva stvar, ki bi kliknili in zakaj?

Naloga 2

V naslednjih treh minutah imate proste roke pri brskanju po strani. To pomeni, da se lahko po njej svobodno gibljete in lahko kliknete, kar želite.

Pomembno je le, da ob brskanju glasno razmišljate.

Ko se bo čas iztekel, vas bom opomnil.

Naloga 3

Udeležili ste se informativnega dneva na FDV-ju. Tam je bil prisoten fotograf, ki je zabeležil pomembne trenutke bodočih študentov. Zanima vas, če ste bili prisotni na kakšni od slik. Prosimo poiščite slike iz informativnega dneva 2013.



Naloga 4

FDV vas je na informativnem dnevu navdušil in želite izvedeti še več podrobnosti o različnih smereh, ki jih ponuja ta fakulteta. Prosimo poiščite stran, ki je namenjena predstavitvi študija za bodoče študente.

Naloga 5

Na informativnem dnevu ste poslušali predavanje o smeri Družboslovna informatika. Na spletnem mestu FDV želite izvedeti še dodatne informacije o programu. Prosimo vas, da poiščete, kakšen je naziv študenta, ki je uspešno zaključil univerzitetni program Družboslovne informatike.

Naloga 6

Želite izvedeti katere dodatne smeri še ponuja FDV. V medijih ste zasledili, da na FDV-ju izvajajo tudi prvostopenjski program Novinarstvo, zato se želite seznaniti s predmetnikom. Prosimo, poiščite predmetnik v 1. letniku Novinarstva.

Naloga 7

Vpisali ste se na FDV in ste bili sprejeti v prvi letnik. Vaše starše zanima kolikšen bo znesek vpisnine. Prosimo poiščite, kolikšna je vpisnina za v prvi letnik.

Naloga 8

V srednji šoli ste bili verjetno član/-ica kakšnega šolskega društva. Ker bi še naprej radi podobno aktivni, vas zanima katera študentska društva delujejo na fakulteti. Prosimo naštejte mi vsaj tri študentska društva, ki delujejo v okviru FDV.

Naloga 9

Pri izpolnjevanju vpisnega lista ste naleteli na težave, pri katerih bi potrebovali pomoč. Na informativnem dnevu ste izvedeli, da se v primeru težav obrnete na strokovno službo FDV. Prosimo, poiščite, kdaj ima služba za dodiplomski študij uradne ure.



Naloga 10

Vaš dober prijatelj/-ca se je vpisal na program Mednarodni odnosi. Zanima vas, na katerem področju se bo po končanem študiju lahko zaposlil. Prosimo naštejite nekaj zaposlitvenih možnosti, ki jih ta program ponuja.

Zaključek:|__ : __|

PRILOGA 7: TEST UPORABNOSTI - POST TEST VPRAŠALNIK

Post test vprašalnik

ID testiranca:|_|_|

Za konec vas še prosimo, da izpolnite kratek vprašalnik. Zanima nas vaše mnenje o spletnem mestu Fakultete za družbene vede.

C1 Kakšen je vaš splošen vtis o spletnem mestu Fakultete za družbene vede?

C2 Če bi morali oceniti spletno mesto Fakultete za družbene vede na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni nezadostno, 5 pa odlično, kako bi jo ocenili? (*obkrožite*)

nezadostno				odlično
1	2	3	4	5

C3 Naštejte tri stvari, ki so vam bile najbolj všeč na spletnem mestu Fakultete za družbene vede.

C4 Naštejte tri stvari, ki so vam bile najmanj všeč na spletnem mestu Fakultete za družbene vede.

C5 Kaj bi vas pritegnilo, da bi se spet vrnil na spletno mesto Fakultete za družbene vede?

Zahvaljujemo se vam za vaš čas in sodelovanje.

PRILOGA 8: TESTNI PROTOKOL ZA DIJAKE

Uvodni nagovor:

Zahvaljujemo se vam za sodelovanje pri ocenjevanju spletnega mesta Fakultete za družbene vede v Ljubljani. Vaša naloga bo uporaba spletnega mesta na podlagi v naprej pripravljenih treh praktičnih nalog, ki jim bo sledila kratka spletna anketa. Prosim, če pozorno prisluhnete sledečim navodilom, ker so le-ta ključnega pomena za uspešno izvedbo testa.

Testni protokol:

1. Nagovor – na zaslonu bodo izpisane tri kratke naloge. Za vsako nalogo si prosimo vzemite dovolj časa in jo rešite SAMOSTOJNO. Za uspešno in verodostojno izpolnjevanje sta zelo pomembni koncentracija in tišina. Prosim vas, da naloge rešujete sami in se NE posvetujete s sosedom, saj to lahko vpliva na kakovost rezultatov in izsledkov raziskave. Hvala!

2. Odpri predstavitev v ppt-ju!

3. Pred vami je predstavitev, ki vključuje navodila za posamezno nalogo. Pri vsaki nalogi navodilo pozorno preberite in začnite reševati. Imate še kakšno vprašanje? Če nimate vprašanj predlagam, da začnemo s testom in prvo nalogo.

Prosim vas, da pozorno preberete navodilo za Nalogo 1 in poskusite rešiti nalogo na spletnem mestu FDV (<http://www.fdv.uni-lj.si>).

Naloga 1

Udeležili ste se informativnega dneva na FDV-ju. Tam je bil prisoten fotograf, ki je zabeležil pomembne trenutke bodočih študentov. Zanima vas, če ste bili prisotni na kakšni od slik. Prosim poiščite slike iz informativnega dneva 2013.



Naloga 2

V srednji šoli ste verjetno član/-ica kakšnega šolskega društva. Ker bi še naprej radi podobno aktivni, vas zanima katera študentska društva delujejo na fakulteti. Prosimo naštejite mi vsaj tri študentska društva, ki delujejo v okviru FDV.

Naloga 3

Pri izpolnjevanju vpisnega lista ste naleteli na težave, pri katerih bi potrebovali pomoč. Na informativnem dnevu ste izvedeli, da se v primeru težav obrnete na strokovno službo FDV. Prosimo, poiščite, kdaj ima služba za dodiplomski študij uradne ure.

4. Pred vami je povezava do ankete. Prosimo prepisite povezavo v spletni iskalnik in v miru in tišini izpolnite anketo.

5. Končna zahvala: Najlepša hvala za vaš čas in sodelovanje!



PRILOGA 9: PREDSTAVITEV V POWER POINTU ZA DIJAKE

Slika 8.35.:Predstavitev Power pointu za dijake

TESTIRANJE SPLETNEGA MESTA

NALOGA 1

- Udeležili ste se informativnega dneva na FDV-ju. Tam je bil prisoten fotograf, ki je zabeležil pomembne trenutke bodočih študentov. Zanima vas, če ste bili prisotni na kakšni od slik. Prosimo poiščite slike iz informativnega dneva 2013.

NALOGA 2

- V srednji šoli ste verjetno član/-ica kakšnega šolskega društva. Ker bi še naprej radi bili podobno aktivni, vas zanima katera študentska društva delujejo na fakulteti. Prosimo naštejte mi vsaj tri študentska društva, ki delujejo v okviru FDV.

NALOGA 3

- Pri izpolnjevanju vpisnega lista ste naleteli na težave, pri katerih bi potrebovali pomoč. Na informativnem dnevu ste izvedeli, da se v primeru težav obrnete na strokovno službo FDV. Prosimo, poiščite, kdaj ima služba za dodiplomski študij uradne ure.

ANKETA

- Prosimo prepisite spodnjo povezavo v svoj brskalnik:

• <https://www.1ka.si/a/26918>

- ANKETO REŠUJTE SAMI IN V TIŠINI



**Najlepša hvala za
sodelovanje in uspešno v
šoli.**



PRILOGA 10: SPLETNA ANKETA

Hvala, ker ste obiskali spletno mesto FDV in se odločili za sodelovanje v anketi.

Pred vami je nekaj vprašanj o vaših izkušnjah s spletnim mestom FDV. Prosimo vas, da odgovorite na vsa vprašanja, saj bodo vaši odgovori pomembno izhodišče za nadaljnji razvoj in vsebinsko nadgradnjo spletnega mesta.

Vsi zbrani podatki so anonimni in varovani v skladu z najstrožjimi anketnimi standardi. Uporabljeni bodo zgolj v namen evalvacije spletnega mesta FDV.

S klikom na "Naslednja stran" lahko pričnete z izpolnjevanjem ankete.

Q1 - Za začetek nas zanima, v kakšni vlogi ste danes obiskali spletno mesto FDV?

- dijak/-inja
- študent/-ka FDV
- študent/-ka druge fakultete
- zaposlen/-a na FDV
- zunanji/-a raziskovalec/-ka
- novinar/-ka
- starš ali skrbnik/-ica
- drugo, kaj:

Q2 - Kako pogosto obiskujete spletno mesto FDV?

- tokrat sem ga obiskal/-a prvič
- manj kot enkrat na mesec
- vsaj enkrat na mesec (vendar ne vsak teden)
- vsaj enkrat na teden (vendar ne vsak dan)
- vsak dan ali skoraj vsak dan
- večkrat na dan

IF (2) Q2 = [2, 3, 4, 5, 6]

Q3 - Kako pogosto na spletnem mestu FDV uporabljate/iščete naslednje rubrike/vsebine:

	nikoli	redko	občasno	pogosto	zelo pogosto
novice in obvestila?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
podatke o zaposlenih na fakulteti?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
predmetnike študijskih smeri?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
urnike?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
informacije o kariernem centru?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pravilnike?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arhiv družboslovnih podatkov?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
informacije za medije?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
informacije o raziskovalnih dejavnostih?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
obrazce?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
spletni referat?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osrednjo družboslovno knjižnico Jožeta Goričarja?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Q4 - Navedite GLAVNI razlog za vaš TRENUTNI obisk spletne strani FDV.

IF (3) Q4a'0'

Q5 - Lahko pa med spodaj naštetimi razlogi izberete tistega, ki najbolj velja za vaš trenutni obisk. Spletno mesto FDV sem pravkar obiskal/-a, ker sem ...

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> iskal/-a urnik. | <input type="radio"/> dostopal/-a do Osrednje družboslovne knjižnice Jožeta Goričarja. |
| <input type="radio"/> iskal/-a pravilnik/-e. | <input type="radio"/> se informiral/-a o kariernih možnostih. |
| <input type="radio"/> se informiral/-a glede pedagogov. | <input type="radio"/> dostopal/-a do informacij javnega značaja. |
| <input type="radio"/> iskal/-a informacije o študijskih programih na FDV. | <input type="radio"/> iskal/-a splošne informacije o fakulteti. |
| <input type="radio"/> dostopal/-a do Založbe FDV. | <input type="radio"/> se informiral/-a o vodstvu FDV. |
| <input type="radio"/> iskal/-a informacije o Arhivu družboslovnih podatkov. | <input type="radio"/> iskal/-a informacije, kako priti do FDV. |
| <input type="radio"/> se informiral/-a o Alumni-ju na FDV. | <input type="radio"/> samo pogledal/-a, če je kaj novega. |
| <input type="radio"/> iskal/-a informacije o raziskovalnih centrih. | <input type="radio"/> drugo, kaj: |

Q6 - Ali ste pri trenutnem obisku naleteli na kakršnokoli težavo?

- Da, naletel/-a sem na težave.
 Ne, nisem naletel/-a na težave.

IF (4) Q6 = [1]

Q7 - Kakšne težave ste imeli?

- Iskanih vsebin, informacij ali podatkov nisem našel/-a.
 Nisem vedel/-a, kje iskati želene vsebine, informacije ali podatke.
 Imel/-a sem tehnične težave s spletnim mestom (počasno nalaganje, poročilo o napaki, ...).
 Stran ali podstran na spletnem mestu z iskanimi vsebinami ni bila dosegljiva.
 Iskanih vsebin ni na spletnem mestu.
 Zadetki iskalnika na spletnem mestu so bili neuporabni.
 Drugo, kaj:



IF (5) mod(recnum, 2) = 0

Q8 - Kako bi na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "nezadostno", 5 pa "odlično", ocenili naslednje lastnosti spletnega mesta FDV?

	1 - nezadostno	2	3	4	5 - odlično	Ne vem
Hitrost nalaganja podstrani na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Splošno hitrost delovanja spletnega mesta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uporabnost zadetkov iskalnika na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Število potrebnih korakov, da najdete želene stvari na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lahkotnost branja spletnega mesta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uporabnost informacij na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Natančnost informacij na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zmožnost najti iskane informacije na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sposobnost doseči tisto, zaradi česar ste obiskali to spletno mesto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

IF (5) mod(recnum, 2) = 0

Q37 - Kako bi na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "nezadostno", 5 pa "odlično", ocenili naslednje lastnosti spletnega mesta FDV?

	1 - nezadostno	2	3	4	5 - odlično	Ne vem
Ustreznost informacij na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zanesljivost delovanja spletnega mesta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Izčrpnost zadetkov iskalnika na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organizacija zadetkov iskalnika na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enostavnost navigacije na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



	1 - nezado- stno	2	3	4	5 - odlično	Ne vem
Jasnost organizacije spletnega mesta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Čistost izgleda spletnega mesta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kakovost informacij na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ažurnost vsebin na spletnem mestu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

IF (6) mod(recnum, 2) = 1

Q38 - S pomočjo spodnje lestvice ocenite, v kolikšni meri se vi osebno (ne)strinjate s spodnjimi trditvami o spletnem mestu FDV.

	sploh se ne strinjam	ne strinjam se	ni- ni	se strinjam	popolno ma se strinjam
Mislím, da je spletno mesto zelo nedosledno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zdi se mi, da bi se večina ljudi hitro naučila uporabljati to spletno mesto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uporaba spletnega mesta se mi je zdela zelo težavna.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Med uporabo spletnega mesta sem se počutil/-a samozavestno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pred uporabo spletnega mesta sem se moral/-a veliko naučiti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zdi se mi, da bi lahko to spletno mesto z veseljem uporabljal/-a bolj pogosto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zdi se mi, da je spletno mesto po nepotrebem kompleksno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uporaba spletnega mesta se mi je zdela preprosta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mislím, da bi pri uporabi spletnega mesta potreboval/-a tehnično pomoč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Različne funkcije (npr. iskalnik) so na spletnem mestu dobro integrirane.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q39 - Kakšno je vaše splošno zadovoljstvo s spletnim mestom FDV?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
zelo nizko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	zelo visoko



Q40 - V kolikšni meri izpolnjuje spletno mesto FDV vaša pričakovanja?

sploh ne izpolnjuje 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 povsem izpolnjuje

Q41 - V kolikšni meri spletno mesto FDV (ne)ustreza vaši predstavi o idealnem spletnem mestu?

sploh ne ustreza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 popolnoma ustreza

Q42 - Kako verjetno bi priporočili spletno mesto FDV prijatelju/-ici ali kolegu/-ici?

zagotovo ne bi priporočil 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 zagotovo bi priporočil

IF (8) Q1 = [1]

Q43 - Dejali ste, da ste spletno mesto FDV obiskali kot dijak/-inja, zato bi vam radi zastavili še nekaj vprašanj v zvezi z ugledom in vpisom na fakultete. Najprej nas zanima, v kateri srednješolski program ste vključeni v šolskem letu 2012/13?

- splošna gimnazija
- strokovna gimnazija
- srednja poklicna šola
- srednja strokovna šola
- srednje poklicno izobraževanje
- nižje poklicno izobraževanje
- drugo, kaj:

IF (8) Q1 = [1]

Q44 - Kateri letnik srednje šole obiskujete v šolskem letu 2012/13?

- prvi
- drugi
- tretji
- četrti
- peti
- obiskujem maturitetni tečaj ali delam maturo

IF (9) Q44 = [4, 6, 5]

Q45 - Ali ste v šolskem letu 2012/13 že podali Prvo prijavo za vpis v 1. letnik fakultete, visoke ali višje šole?

- da
- ne



IF (10) Q45 = [2]

Q46 - Ali v šolskem letu 2012/13 nameravate podati prijavo za vpis v 1. letnik fakultete, visoke ali višje šole na drugem ali tretjem roku?

- da
 ne

IF (11) Q45 = [1]

Q47 - Ali ste v Prvi prijavi na prvem mestu napisali študijski program, ki se izvaja na FDV?

- da
 ne

IF (12) Q47 = [1]

Q48 - Kateri študijski program na FDV ste v Prvi prijavi napisali na prvem mestu?

- Analitska sociologija
 Družboslovna informatika UN
 Družboslovna informatika VS
 Evropske študije - družboslovni vidiki
 Komunikologija - medijske in komunikacijske študije
 Komunikologija - tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi
 Kulturologija
 Mednarodni odnosi
 Novinarstvo
 Politologija - analiza politik in javna uprava
 Politologija - obramboslovje
 Politologija - študije politike in države
 Sociologija - kadrovski menedžment

IF (13) Q47 = [2]

Q49 - Kateri študijski program oziroma fakulteto ste v Prvi prijavi napisali na prvem mestu?

Primer: Pravna fakulteta v Ljubljani

IF (14) Q44 = [1, 2, 3] or Q45 = [2] or Q46 = [2]

Q50 - Ali vas zanima vpis, na katerega izmed študijskih programov na FDV?

- da
 ne
 nisem še razmišljal/-a

IF (15) Q50 = [1]

Q51 - Za kateri študijski program na FDV pa se zanimate?

- Analitska sociologija
 Družboslovna informatika UN
 Družboslovna informatika VS
 Evropske študije - družboslovni vidiki
 Komunikologija - medijske in komunikacijske študije



- Komunikologija - tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi
- Kulturologija
- Mednarodni odnosi
- Novinarstvo
- Politologija - analiza politik in javna uprava
- Politologija - obramboslovje
- Politologija - študije politike in države
- Sociologija - kadrovski menedžment

IF (17) mod(recnum, 3) = 0

Q52 - Sedaj vam bomo zastavili nekaj vprašanj, ki se nanašajo na ugled FDV in drugih visokošolskih zavodov v Sloveniji. Koliko vas zanima študij na spodaj naštetih visokošolskih zavodih?

	sploh me ne zanima	me ne zanima	niti - niti	zanima me	zelo me zanima	ne vem
Ekonomska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Filozofska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za družbene vede (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teološka fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za socialno delo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pedagoška fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za upravo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za varnostne vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za organizacijske vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

IF (18) mod(recnum, 3) = 1

Q53 - Sedaj vam bomo zastavili nekaj vprašanj, ki se nanašajo na ugled FDV in drugih visokošolskih zavodov v Sloveniji. Kako dobro poznate spodaj našete visokošolske zavode?

	sploh ne poznam	ne poznam	niti - niti	poznam	zelo dobro poznam	ne vem
Ekonomska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Filozofska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za družbene vede (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



	sploh ne poznam	ne poznam	niti - niti	poznam	zelo dobro poznam	ne vem
Teološka fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za socialno delo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pedagoška fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za upravo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za varnostne vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za organizacijske vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

IF (19) mod(recnum, 3) = 2

Q54 - Sedaj vam bomo zastavili nekaj vprašanj, ki se nanašajo na ugled FDV in drugih visokošolskih zavodov v Sloveniji. Kako bi ocenili ugled spodaj naštetih visokošolskih zavodov?

	zelo nizek	nizek	srednji	visok	zelo visok	ne vem
Ekonomska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Filozofska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za družbene vede (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teološka fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za socialno delo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pedagoška fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za upravo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za varnostne vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za organizacijske vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Q55 - Koliko se (ne)strinjate z naslednjimi trditvami o FDV?

	sploh se ne strinjam se	ne strinjam niti - niti	strinjam se popolnom a se strinjam	Ne vem
FDV je med zahtevnejšimi družboslovnimi fakultetami.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV odpira veliko različnih možnosti življenjskih usmeritev.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na FDV-ju lahko padeš samo po stopnicah.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV ima slabši ugled od ostalih družboslovnih fakultet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV ima dober ugled.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV-ju lahko zaupam.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV je fakulteta s tradicijo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Delovanje FDV-ja je pomembno za družbo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV je rdeča fakulteta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q56 - Kako verjetno bi FDV priporočili drugi osebi, ki jo zanima družboslovje?

	1	2	3	4	5	
malo verjetno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	zelo verjetno

IF (20) mod(recnum, 2) = 0

Q57 - S kakšnimi besedami bi opisali FDV?



IF (21) mod(recnum, 2) = 1

Q58 - Če pomislite na FDV, kakšni občutki vas prevzamejo?

Q59 - Sledi še nekaj vprašanj, ki se nanašajo na vašo siceršnjo uporabo interneta. Ali uporabljate internet vsak dan ali skoraj vsak dan?

- da
 ne

IF (23) Q59 = [1]

Q60 - V povprečju koliko ur v tipičnem delovnem dnevu uporabljate internet?

 ur

Q61 - Kako pogosto pa ste v povprečju v zadnjih 3 mesecih obiskali naslednja spletna mesta/storitve?

	nikoli	manj kot enkrat na mesec	vsaj enkrat na mesec (vendar ne vsak teden)	vsaj enkrat na teden (vendar ne vsak dan)	vsak dan ali skoraj vsak dan	večkrat na dan
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

IF (24) Q61b = [2, 3, 4, 5, 6] or Q61a = [2, 3, 4, 5, 6] or Q61c = [2, 3, 4, 5, 6]

Q62 - Kako pogosto pa ste v povprečju v zadnjih 3 mesecih na spodaj naštetih spletnih mestih/storitvah aktivno sodelovali (npr. objavljali videe, komentarje, slike, mnenja)?

	nikoli	redko	občasno	pogosto	zelo pogosto
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q63 - Čisto za konec pa še tri zelo kratka vprašanja, ki jih potrebujemo za statistične analize. Spol:

- Moški
 Ženski



Q64 - Leto rojstva

roleta

Q65 - Najvišja stopnja dosežene izobrazbe:

- osnovna šola ali manj
- dveletna ali triletna poklicna šola
- štiriletna ali petletna srednja šola
- višja, visoka šola, univerzitetna izobrazba
- specializacija, magisterij, doktorat



PRILOGA 11: SPLETNA ANKETA NA DIJAKIH

Q1 - Ali ste danes prvič obiskali spletno mesto FDV?

- Da, danes sem ga prvič obiskal/-a
 Ne, obiskal/-a sem ga že v preteklosti

Q2 - Ali ste pri trenutnem obisku naleteli na kakršnokoli težavo?

- Da, naletel/-a sem na težave.
 Ne, nisem naletel/-a na težave.

IF (1) Q2 = [1]

Q3 - Kakšne težave ste imeli?

- Iskanih vsebin, informacij ali podatkov nisem našel/-a.
 Nisem vedel/-a, kje iskati želene vsebine, informacije ali podatke.
 Imel/-a sem tehnične težave s spletnim mestom (počasno nalaganje, poročilo o napaki, ...).
 Stran ali podstran na spletnem mestu z iskanimi vsebinami ni bila dosegljiva.
 Iskanih vsebin ni na spletnem mestu.
 Zadetki iskalnika na spletnem mestu so bili neuporabni.
 Drugo, kaj:

Q4 - S pomočjo spodnje lestvice ocenite, v kolikšni meri se vi osebno (ne)strinjate s spodnjimi trditvami o spletnem mestu FDV.

	sploh se ne strinjam	ne strinjam se	niti-niti	se strinjam	popolno ma se strinjam
Mislím, da je spletno mesto zelo nedosledno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zdi se mi, da bi se večina ljudi hitro naučila uporabljati to spletno mesto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uporaba spletnega mesta se mi je zdela zelo težavna.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Med uporabo spletnega mesta sem se počutil/-a samozavestno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pred uporabo spletnega mesta sem se moral/-a veliko naučiti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zdi se mi, da bi lahko to spletno mesto z veseljem uporabljal/-a bolj pogosto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zdi se mi, da je spletno mesto po nepotrebnem kompleksno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uporaba spletnega mesta se mi je zdela preprosta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mislím, da bi pri uporabi spletnega mesta potreboval/-a tehnično pomoč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Različne funkcije (npr. iskalnik) so na spletnem mestu dobro integrirane.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Q5 - Kakšno je vaše splošno zadovoljstvo s spletnim mestom FDV?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
zelo nizko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	zelo visoko

Q6 - V kolikšni meri izpolnjuje spletno mesto FDV vaša pričakovanja?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
sploh ne izpolnjuje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	povsem izpolnjuje

Q7 - V kolikšni meri spletno mesto FDV (ne)ustreza vaši predstavi o idealnem spletnem mestu?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
sploh ne ustreza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	popolnoma ustreza

Q8 - Kako verjetno bi priporočili spletno mesto FDV prijatelju/-ici ali kolegu/-ici?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
zagotovo ne bi priporočil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	zagotovo bi priporočil

Q9 - Spletno mesto FDV ste obiskali kot dijak/-inja, zato bi vam radi zastavili še nekaj vprašanj v zvezi z ugledom in vpisom na fakultete. Najprej nas zanima, v kateri srednješolski program ste vključeni v šolskem letu 2012/13?

- splošna gimnazija
- strokovna gimnazija
- srednja poklicna šola
- srednja strokovna šola
- srednje poklicno izobraževanje
- nižje poklicno izobraževanje
- drugo, kaj:

Q10 - Kateri letnik srednje šole obiskujete v šolskem letu 2012/13?

- prvi
- drugi
- tretji
- četrti
- peti
- obiskujem maturitetni tečaj ali delam maturo



IF (3) Q10 = [4, 6, 5]

Q11 - Ali ste v šolskem letu 2012/13 že podali Prvo prijavo za vpis v 1. letnik fakultete, visoke ali višje šole?

- da
 ne

IF (4) Q11 = [2]

Q12 - Ali v šolskem letu 2012/13 nameravate podati prijavo za vpis v 1. letnik fakultete, visoke ali višje šole na drugem ali tretjem roku?

- da
 ne

IF (5) Q11 = [1]

Q13 - Ali ste v Prvi prijavi na prvem mestu napisali študijski program, ki se izvaja na FDV?

- da
 ne

IF (6) Q13 = [1]

Q14 - Kateri študijski program na FDV ste v Prvi prijavi napisali na prvem mestu?

- Analitska sociologija
 Družboslovna informatika UN
 Družboslovna informatika VS
 Evropske študije - družboslovni vidiki
 Komunikologija - medijske in komunikacijske študije
 Komunikologija - tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi
 Kulturologija
 Mednarodni odnosi
 Novinarstvo
 Politologija - analiza politik in javna uprava
 Politologija - obramboslovje
 Politologija - študije politike in države
 Sociologija - kadrovski menedžment

IF (7) Q13 = [2]

Q15 - Kateri študijski program oziroma fakulteto ste v Prvi prijavi napisali na prvem mestu?

Primer: Pravna fakulteta v Ljubljani



IF (8) Q10 = [1, 2, 3] or Q11 = [2] or Q12 = [2]

Q16 - Ali vas zanima vpis, na katerega izmed študijskih programov na FDV?

- da
 ne
 nisem še razmišljal/-a

IF (9) Q16 = [1]

Q17 - Za kateri študijski program na FDV pa se zanimate?

- Analitska sociologija
 Družboslovna informatika UN
 Družboslovna informatika VS
 Evropske študije - družboslovni vidiki
 Komunikologija - medijske in komunikacijske študije
 Komunikologija - tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi
 Kulturologija
 Mednarodni odnosi
 Novinarstvo
 Politologija - analiza politik in javna uprava
 Politologija - obramboslovje
 Politologija - študije politike in države
 Sociologija - kadrovske menedžment

Q18 - Sedaj vam bomo zastavili nekaj vprašanj, ki se nanašajo na ugled FDV in drugih visokošolskih zavodov v Sloveniji. Kako dobro poznate spodaj našete visokošolske zavode?

	sploh ne poznam	ne poznam	niti - niti	poznam	zelo dobro poznam	ne vem poznam
Ekonomska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Filozofska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za družbene vede (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teološka fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za socialno delo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pedagoška fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za upravo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za varnostne vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za organizacijske vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Q19 - Koliko vas zanima študij na spodaj naštetih visokošolskih zavodih?

	sploh me ne zanima	me ne zanima	niti - niti	zanima	me zelo me zanima	ne vem
Ekonomska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Filozofska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za družbene vede (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teološka fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za socialno delo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pedagoška fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za upravo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za varnostne vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za organizacijske vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q20 - Kako bi ocenili ugled spodaj naštetih visokošolskih zavodov?

	zelo nizek	nizek	srednji	visok	zelo visok	ne vem
Ekonomska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Filozofska fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za družbene vede (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teološka fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za socialno delo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pedagoška fakulteta (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za upravo (UL)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za varnostne vede	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



	zelo nizek	nizek	srednji	visok	zelo visok	ne vem
(UM) Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fakulteta za organizacijske vede (UM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q21 - Koliko se (ne)strinjate z naslednjimi trditvami o FDV?

	sploh se ne strinjam se	ne strinjam niti - niti	strinjam se popolnoma se strinjam	Ne vem
FDV je med zahtevnejšimi družboslovnimi fakultetami.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV odpira veliko različnih možnosti življenjskih usmeritev.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na FDV-ju lahko padeš samo po stopnicah.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV ima slabši ugled od ostalih družboslovnih fakultet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV ima dober ugled.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV-ju lahko zaupam.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV je fakulteta s tradicijo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Delovanje FDV-ja je pomembno za družbo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDV je rdeča fakulteta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q22 - Kako verjetno bi FDV priporočili drugi osebi, ki jo zanima družboslovje?

	1	2	3	4	5	
malo verjetno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	zelo verjetno



Q23 - S kakšnimi besedami bi opisali FDV?

Q24 - Če pomislite na FDV, kakšni občutki vas prevzamejo?

Q25 - Čisto za konec pa še dve zelo kratki vprašanji, ki ju potrebujemo za statistične analize. Spol:

- Moški
 Ženski

Q26 - Leto rojstva

roleta



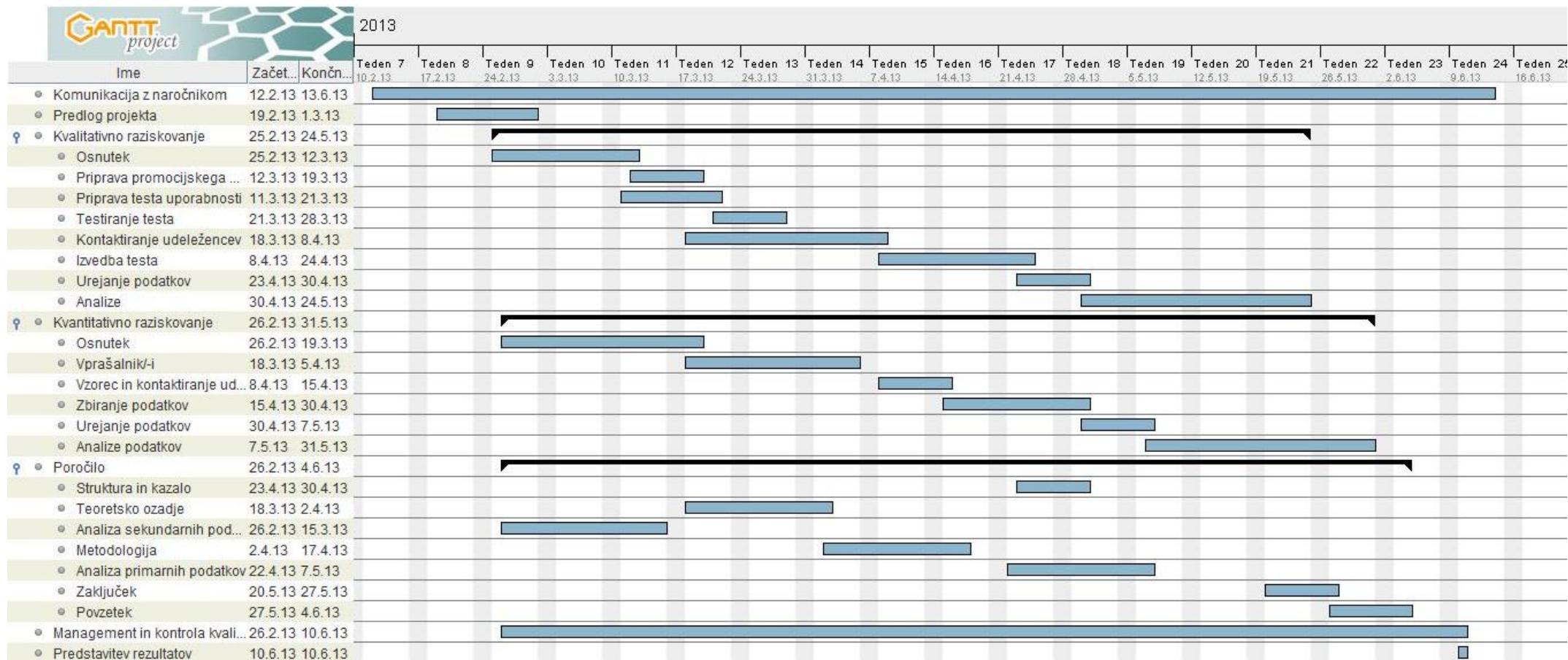
PRILOGA 12: RAZDELITEV DELA PO ČLANIH SKUPINE IN PREDVIDENE URE

Tabela 8.37.: Razdelitev dela po članih in predvidene ure

	JERNEJ	TIMOTEJ	MATEJA	ANDRAŽ	ZALA	URE
Management in kontrola kvalitete	X					20
Diseminacija: Predstavitev rezultatov		X	X			5
Diseminacija: Komunikacija z naročnikom	X	X				10
Poročilo: Povzetek				X	X	5
Poročilo: Zaključek				X	X	5
Poročilo: Analiza primarnih podatkov	X			X		60
Poročilo: Metodologija	X		X			20
Poročilo: Analiza sekundarnih podatkov	X			X		50
Poročilo: Teoretsko ozadje	X	X				50
Poročilo: Struktura in kazalo			X			3
Kvantitativno raziskovanje: Analize podatkov				X	X	60
Kvantitativno raziskovanje: Urejanje podatkov				X	X	30
Kvantitativno raziskovanje: Zbiranje podatkov				X	X	20
Kvantitativno raziskovanje: Vzorec in kontaktiranje udeležencev				X	X	20
Kvantitativno raziskovanje: Vprašalniki				X	X	40
Kvalitativno raziskovanje: Analize		X	X			60
Kvalitativno raziskovanje: Urejanje podatkov		X	X			30
Kvalitativno raziskovanje: Zbiranje podatkov		X	X			20
Kvalitativno raziskovanje: Kontaktiranje udeležencev		X	X			20
Kvalitativno raziskovanje: Vprašalniki		X	X			50
Predlog projekta	X	X				8

PRILOGA 13: GANTT DIAGRAM – PREDVIDEN POTEK DELA

Slika 8.36.: Predviden potek dela





PRILOGA 14: POROČILO O IZVEDBI PROJEKTA - EVALVACIJA SPLETNEGA MESTA FAKULTETE ZA DRUŽBENE VEDE V LJUBLJANI

14.1. UVOD

Naročnik projekta evalvacija spletnega mesta je Fakultete za družbene vede v Ljubljani. V projektu smo podrobno kvalitativno in kvantitativno analizirali spletno mesto, saj je naročnika zanimalo, kako spletno mesto približati dijakom in pa kako spletno mesto predstavlja fakulteto širši javnosti. V prenovi spletnega mesta je FDV velik poudarek namenil prepoznavnosti in dostopnosti preko spletnih socialnih omrežij. Zanimalo nas je ali spletno mesto FDV po mnenju uporabnikov zadostuje kriteriju uporabnosti spletnega mesta. Namen projekta je evalvacija spletnega mesta FDV, ki obiskovalcem ponuja informacijske in komunikacijske storitve, preko katerih spletno mesto omogoča različne aktivnosti za posamezne skupine obiskovalcev. Z začetkom novega šolskega leta 2012/2013 je bilo aktivirano novo spletno mesto FDV, na katerem še ni bila izvedena evalvacija uporabnosti, zato smo s projektom poskušali oceniti uspešnost prenove spletnega mesta, ter pokazali morebitne funkcionalnosti in rešitve, ki bi jih optimizirali izboljšali uporabniško izkušnjo in zadovoljstvo različnih skupin uporabnikov.

S projektom smo začeli 19. februarja 2013, z naročnikom FDV pa smo se prvič sestali 5.3.2013. Projekt bomo zaključili s predstavitvijo rezultatov naročniku, v Ljubljani, dne 5. julij 2013.

Predvidevali smo, da bomo za projekt porabili 586 ur. Jernej naj bi za celoten projekt porabil 119 ur, Timotej 126,5 ur, Mateja 105,5 ur, Andraž 145 ur in Zala 90 ur. S projektom sicer še nismo zaključili, se pa že sedaj nakazuje, da bodo realne porabljene ure najverjetneje odstopale. Jernej je dosedaj porabil 89 ur, Timotej 87,5 ur, Mateja 101,5 ur, Andraž 110 ur in Zala 98 ur. V nadaljevanju poročila bomo predstavili zastavljen potek projekta in primerjavo z dejanskim potekom. Vse faze namreč niso potekale tako kot smo si jih zastavili, zato bomo skušali ugotoviti, kakšni so bili vzroki za to in kako bi se dalo temu v prihodnje izogniti.

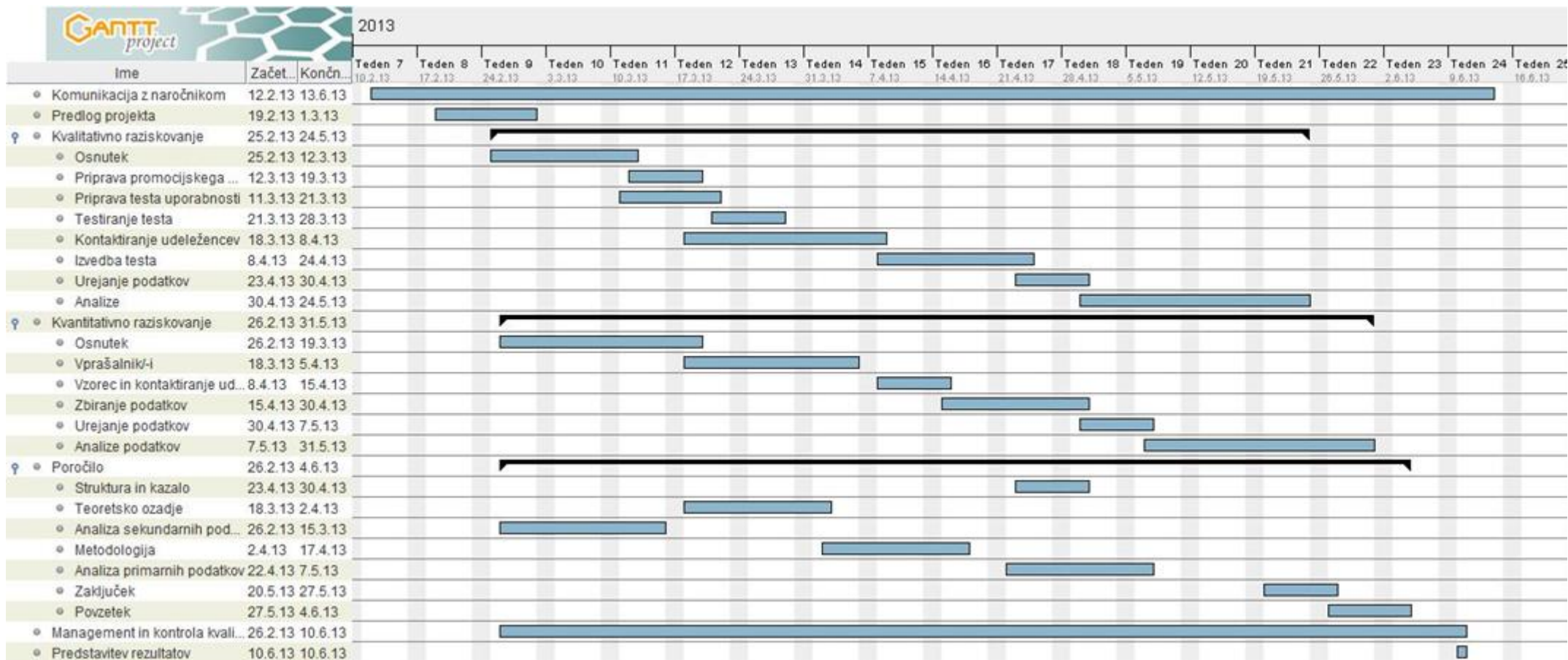


14.2. IZHODIŠČNI PROJEKTNI NAČRT

V prvi fazi projekta smo začeli s pripravo predloga raziskave. S predlogom smo začeli 19. februarja in naj bi ga končali do 1. marca. Z naročnikom pa smo se sestali 5. marca. V naslednjem koraku smo načrtovali analizo sekundarnih virov (analiza obiskanosti spletnega mesta), s katero smo začeli 26. februarja in naj bi jo končali do 15. marca. Med tem časom pa smo pisali tudi teoretični del, ki naj bi bil spisan do 2. aprila. Nato smo začeli s pripravo vprašalnikov za test uporabnosti, katera naj bi trajala od 11. marca do 21. marca, ter s pripravo spletne ankete, katera je trajala od 18. marca do 5. aprila. Pri kvalitativni analizi naj bi zbirali podatke med 8. aprilom in 24. aprilom, medtem ko smo za kvantitativni del čas zbiranja podatkov predvidevali za obdobje med 15. aprilom in 30. aprilom. Naslednji korak je bil predviden za urejanje in analizo podatkov: za kvalitativni del 23. april - 24. maja, za kvantitativni pa 30. april do 31. maja. Pisane povzetka smo načrtovali od 27. maja do 4. junija. Predstavitev rezultatov projekta pa je bil predviden 10. junij.



Slika 2.37.: Izhodiščni projektni načrt



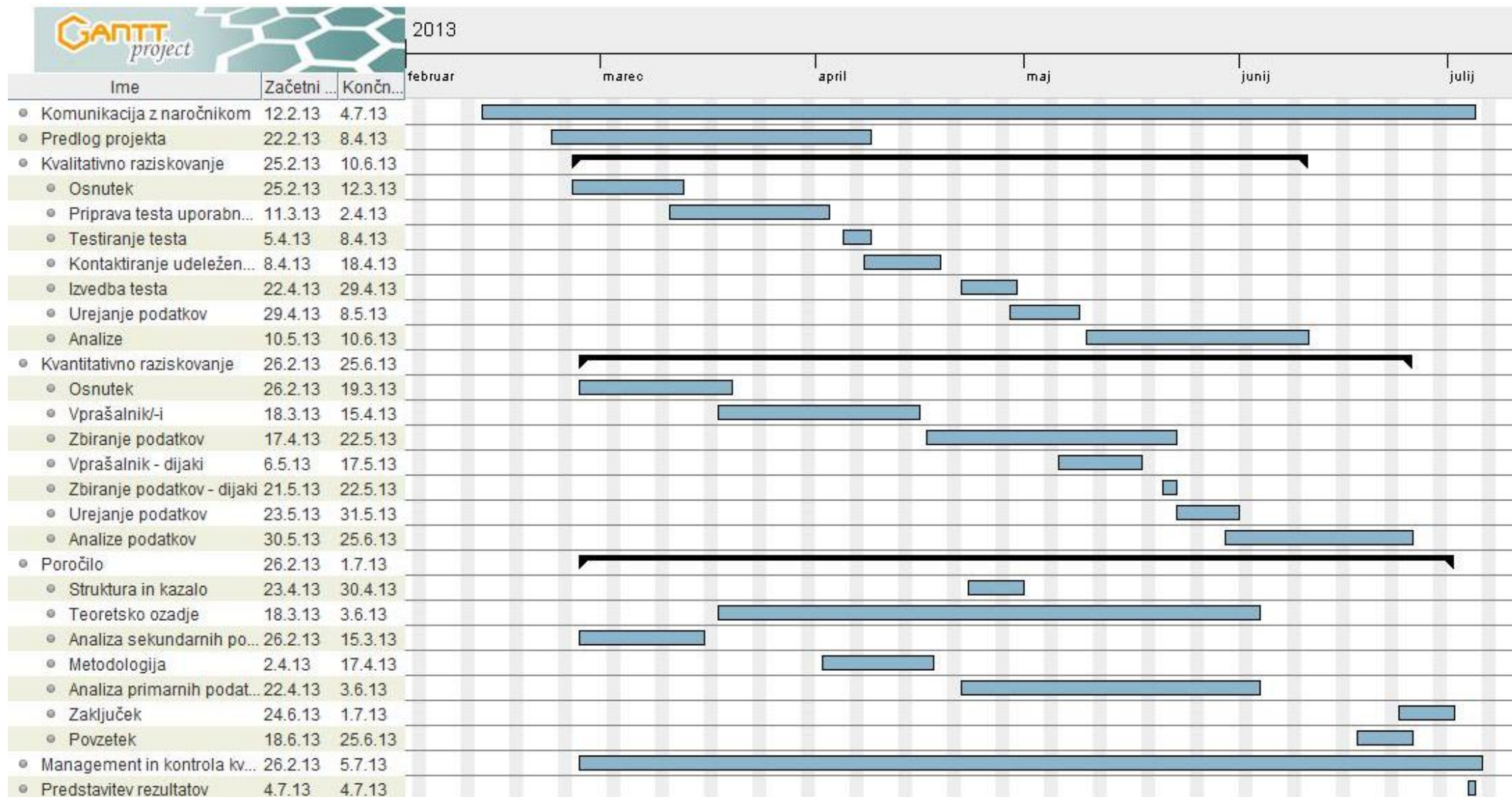


14.3. IZVEDBA PROJEKTA

Na spodnji sliki vidimo dejanski potek projekta, ki je trajal od 12. februarja do 4. julija. S predlogom raziskave smo začeli 22. februarja in smo ga končali 8. aprila. Z naročnikom pa smo se sestali 5. marca. V naslednjem koraku smo načrtovali analizo sekundarnih virov (analiza obiskanosti spletnega mesta), s katero smo začeli 26. februarja in smo jo tudi končali do 15. marca. Med tem časom pa smo pisali tudi teoretični del, ki smo ga končali z veliko zamudo in sicer šele 3. junija. Pripravili smo tudi scenarij za test uporabnosti, ki smo ga pisali od 11. marca do 2. aprila. Pripravo vprašalnika za spletno anketo pa smo pisali od 18. marca do 15. aprila. Pri kvalitativni analizi smo zbirali podatke med 22. aprilom in 29. aprilom, medtem ko smo za kvantitativni del zbirali podatke od 17. aprila do 22. maja. Zaradi premajhnega odziva dijakov smo dopolnili metodo zbiranja podatkov, in sicer smo dijake kontaktirali od 21. in 22. maja. Naslednji korak je bil predviden za urejanje in analizo podatkov: za kvalitativni del 29. aprila - 10. junija, za kvantitativni pa 23. maja do 25. junija. Pisanje povzetka je načrtovano od 18. junija do 25. junija. Predstavitev rezultatov projekta pa je predviden 4. julij.



Slika 3.38.: Dejanski potek projekta

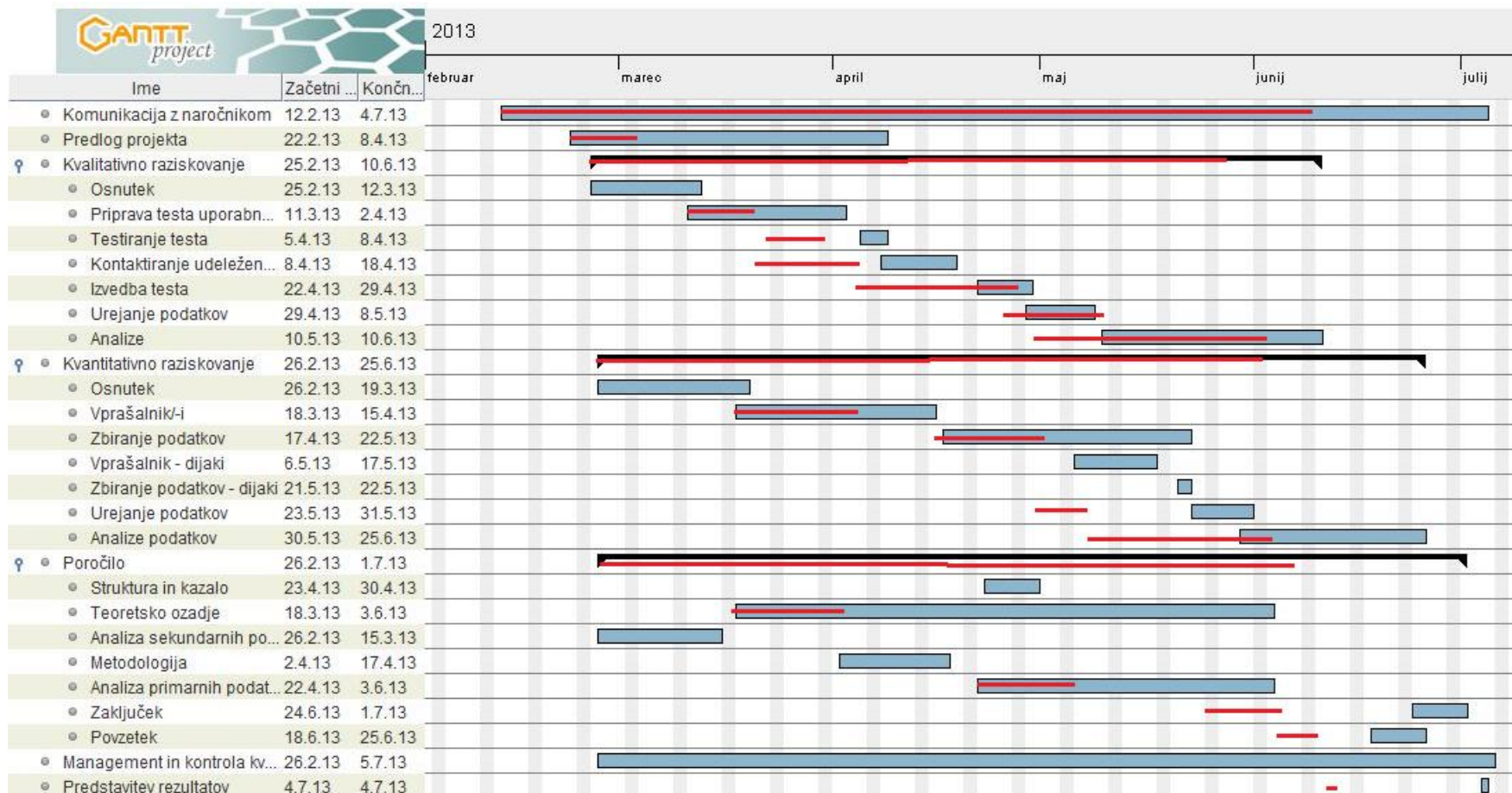




14.4. PRIMERJAVA MED NAČRTOVANO IN DEJANSKO IZVEDBO PROJEKTA

Za sodelovanje pri projektu evalvacija spletnega mesta FDV smo se odločili na predavanjih Metodološki praktikum 19.2.2013. Do 25. februarja smo morali oddati prvi predlog raziskave. Predviden zaključek predloga raziskave je bil 1.3. 2013, dejanski zaključek pa je bil 8.4.2013. Z naročnikom FDV pa smo se prvič sestali 5.3.2013. Kot vidimo nam je predlog raziskave vzel veliko več časa kolikor smo predvidevali.

Slika 4.39.: Primerjava med načrtovano in dejansko izvedbo projekta





Na sliki dve vidimo prikazan dejanski potek izvedbe projekta v primerjavi z načrtovani potekom izvedbe. Pri dejanskem poteku izvedbe projekta opazimo da je trajal od 19. februarja 4. julija, predvidevali pa smo, da bomo projekt dokončno končali 7. junija 2013. Predlog raziskave smo začeli delati konec februarja zadnja verzija pa je bila oddana 9. aprila, pričakovali pa smo, da bomo predlog projekta končali že mesec prej in sicer 1. marca.

Celotno kvalitativno raziskovanje smo končali v sredini junija, predviden rok za končanje pa je bil 24. maja. Osnutek kvalitativnega raziskovanja je bil izveden v skladu z izhodiščnim načrtom, ki je trajal od 25. februarja do 12. marca. V izhodiščnem projektu je bila mišljena uporaba promocijskega materiala, katerega zaradi spremembe metode kontaktiranja nismo uporabili. Vprašalnik testa uporabnosti smo pripravljali od 11. marca do 2. aprila, predvideno pa je bilo od 11. marca do 21. marca. Vprašalnik testa uporabnosti smo testirali od 5. aprila do 8. aprila, načrtovali pa smo od 21. marca in pa do 28. marca 2013. Kontaktiranje udeležencev je potekalo od 8. aprila do 18. aprila, potekali pa bi moralo od 18. marca do 8. aprila. Izvedba testa je potekala od 22. do 29. aprila, predviden čas izvedbe pa je bil 8. april do 24. aprila. Urejanje podatkov in analiza je potekal od 29. aprila pa do 10. junija, izhodiščni čas od 23. aprila do 24. maja.

Pri kvantitativnem delu so že v začetku projekta pojavile zamude, saj je že končna verzija vprašalnika zamujala 10 dni. Zaradi tega se je tudi zbiranje podatkov zavleklo za 23 dni. Omeniti je potrebno tudi, da s spletno anketo nismo dobili dovolj dijakov v vzorec, torej smo morali dopolniti metodo zbiranja podatkov - kontaktiranje dijakov na srednjih šolah, kar je največji razlog za zamujanje pri kvantitativnem delu raziskovanja. Urejanje podatkov in analiza naj bo se začela 20. aprila in končala 31. maja, vendar smo zaradi prej omenjenih zamud ta dva podprojekta opravljali 23. majem in 25. junijem.

Ker smo zamujali pri kvantitativnem delu in malce pri kvalitativnem delu so se pojavile zamude tudi pri poročilu. Poročilo bi morali dokončati 4. junija, vendar trenutno pišemo še zadnje popravke, nov rok za oddajo je predviden 5. julija. Največ zamud se je pojavilo pri teoretskem ozadju, saj smo pri iskanju potrebne teorije imeli veliko težav. Namesto, da bi teoretsko ozadje končali 2. aprila, smo ga dokončali



še 3. junija. Zaradi odstopanj pri obeh delih raziskovanja, smo se pojavile zamude tudi pri analizi primarnih podatkov, kjer smo zamujali približno en mesec. Sekundarna analiza je bila izvedena v času izhodiščnega načrta, torej do 15. marca.

Zaradi vseh prej omenjenih težav zamujamo tudi pri ostalih podprojektih - zaključek, povzetek in predstavitev rezultatov. Predviden datum za pisanje zaključka in povzetka je bil med 20. majem in 4. junijem. Rezultate projekta smo imeli v načrtu za 10. junij, vendar se je ta datum zamaknil za slab mesec - 5. julij.

Menedžment in kontrola kvalitete je potekalo skozi celoten projekt, vendar bo zaradi nastalih zamud potekalo en mesec več, kot je bilo predvideno.

Bistvena odstopanja med načrtovanim in dejanskim potekom projekta:

- pri kvalitativnem delu raziskovanja se je priprava vprašalnika zavlekla, saj je bila izvedena dokaj pomanjkljiva kontrola kvalitete, tako so se v nadaljnjih podprojektih pojavile zamude. Prav tako se je zaradi pomanjkljive kontrole kvalitete pojavila tedenska zamuda pri analizi, ko smo morali oddajati več popravljenih verzij analize. Če bi projekt še enkrat izvedli bi izvajali kakovostnejšo kontrolo kvalitete.
- pri kvantitativnem delu so se že v začetku pojavile težave pri nastajanju vprašalnika/spletne ankete, kjer nismo opravili dovolj natančne kontrole kvalitete, kar je privedlo do zamude. Nadaljnje zamude so bile posledica tega, da smo zelo slabo ocenili populacijo, ki bi lahko odgovarjala na spletno anketo, do katere so dostopali preko pasice na spletnem mestu FDV. Tako smo morali opraviti še dodatno alternativno zbiranje podatkov na srednjih šolah, da smo v vzorec dobili zadostno število dijakov. Zaradi teh zamud smo nato zamujali tudi pri urejanju in analizi podatkov. Če bi projekt še enkrat opravljali, bi s prvim dnevom zbiranja podatkov obiskali srednje šole in dovolj hitro pridobili dijake v vzorec, kar bi nam omogočilo zgodnejšo analizo. Prav tako bi tudi pri kvantitativnem delu izvajali boljšo kontrolo kvalitete, in tako ne bi imeli toliko dela in ne bi porabili toliko časa s popravljanjem vprašalnika in z njim povezanimi filtri.
- pri poročilu nam je največ težav in s tem tudi zamude povzročal teoretski del. V primeru ponovitve projekta bi najprej več truda vložili v teoretsko ozadje in bi šele po dokončanju le tega začeli pripravljati vprašalnike in scenarija za test uporabnosti.



Če povzamemo, bi v začetku projekta morali najprej dokončati teoretsko ozadje, saj bi nam to omogočilo lažjo pripravo vprašalnikov in s tem tudi oba dela raziskovanja. Čez celoten projekt bi opravljali kvalitetnejšo kontrolo nad oddanimi podprojekti. Več razmisleka bi posvetili populaciji, ki obiskuje spletno mesto FDV, kar bi nam pomagalo pri načrtovanju zbiranja podatkov. To bi nam tudi zmanjšalo zamude pri zbiranju podatkov in tudi pri nadaljnji analizi.

14. 5. IDEALNI POTEK PROJEKTA

Na spodnji sliki je razviden idealni potek projekta. Vidimo lahko, da bi lahko že v samem začetku istočasno opravljali teoretsko ozadje in sekundarno analizo podatkov. V celoti bi morali že na začetku spisati teorijo. Skozi celoten projekt bi morali konsistentno izvajati nadzor kvalitete, kot je bilo tudi prvotno mišljeno vendar tega nismo mogli v praksi izvajati, zaradi časovnih omejitev. Manj časa smo porabili namenili za kontaktiranje anketirancev. Več časa bi morali nameniti kvalitetnemu izvajanju analize pridobljenih podatkov pri kvantitativni analizi, s čemer bi se izognili naknadnemu popravljanju. Pri drugih podprojektih ni bistvenih časovnih razlik med načrtovanim potekom in dejanski potekom izvajanja projekta.



Slika 5.40.: Idealni potek



14.6. PRIMERJAVA NAČRTOVANIH IN PORABLJENIH UR

V prvi tabeli lahko vidimo, da je prišlo do različnih odstopanj od načrtovanih in dejansko porabljenih urah. Prav tako pa je prišlo tudi do prerazporeditve določenih zadolžitev pri posameznih podprojekti. Potrebno pa je vedeti, da vse ure še niso upoštevane, kajti projekt se še vedno izvaja.

Jernej je do sedaj opravil 30 ur manj kolikor je bilo načrtovano, saj ni opravljal analize primarnih podatkov kot je bilo to sprava mišljeno. V načrtu ni bilo mišljeno, da bo opravljal kvalitativno in kvantitativno analizo pri kateri je na koncu sodeloval zaradi potrebne pomoči za pravočasne oddaje. Za omenjena podprojekta je porabil 14,5 ur. Za desiminacijo in komunikacijo z naročnikom je namesto predvidenih 5 ur porabil samo eno uro in pol. Prav tako je porabil 6 ur manj kot predvidenih za metodologijo raziskovanja, 5 ur manj za analizo sekundarnih podatkov in 7 ur manj za teoretsko ozadje.

Timotej manj ur kolikor je bilo predvidenih razen pri urejanju in zbiranju podatkov je porabil več ur kolikor je bilo načrtovano. Načrtovanih je bilo 25 ur za oba podprojekta, opravil pa jih je 32. Manj časa je porabil pri pisanju teoretskega ozadja in pri analizi kvalitativnih podatkov. Pri analizi kvalitativnih podatkov je namesto 30 ur porabil samo 11. Pri teoretskem ozadju pa namesto 25 opravil 12, vzrok za to je bil, da smo si pisanje teoretskega ozadja razdelili z drugimi člani skupine.

Zala je že sedaj presegla predvideno število ur. Namesto predvidenih 90 ur jih ima sedaj že 98. Odstopanja so bila pri anketnem vprašalniku, kjer je namesto predvidenih 20 ur opravila 43, ter pri metodologiji, kje je opravila namesto 20 predvidenih ur samo 11. Pri urejanju, zbiranju in analizi podatkov je opravila manj od predvidenih ur. Za kvantitativno analizo smo predvidevali 30 ur, vendar tega podprojekta ni izvajala. Namesto tega je opravila 13 ur za pisanje metodologije.

Mateja do sedaj še ni presegla predvidenih ur, manjka jih še 5, vendar projekt še zaključujemo. Opravljala je nekatere podprojekte za katere ni bila zadolžena (poročilo teoretskega ozadja, kvantitativna analiza in zbiranje podatkov pri



kvantitativni analizi). Pri teh podprojektih je skupaj opravila 16 ur. Na drugi strani pa bi morala opraviti predvidoma 10 ur na metodologiji, katero pa ni pisala zaradi prerazporeditve dela po podprojektih znotraj skupine. Prav tako ni opravljala urejanja kvalitativnih podatkov, kjer je bilo načrtovanih 15 ur dela. Pri kvalitativni analizi, rekrutiranju udeležencev in kvalitativnem vprašalniku je porabila manj ur od predvidenih.

Andraž do sedaj je opravil 30 ur manj od predvidenih. Pri sekundarni analizi (obiskanost spletnega mesta) smo po začetku projekta ugotovili, da lahko to nalogo opravi samo en član skupine, to je bil Jernej, tako da Andraž tega dela ni potreboval opravljati. Pri kvantitativnem vprašalniku je porabil manj ur kot je bilo predvidenih. Namesto 20 ur je porabil 15 ur. Največje odstopanje med načrtovanimi urami in dejanskimi urami je bilo pri podprojektu vzorec in kontaktiranje udeležencev za kvantitativni del raziskovanja, kjer je namesto desetih predvidenih ur opravil samo eno. Za zbiranje podatkov je prav tako porabil 7 ur manj od predvidenega. Omeniti velja še to, da Andraž ni bil določen za delo pri dveh podprojektih (metodologija in struktura/kazalo poročila), kjer je skupno opravil 6 ur.

Slika 6.41.: Dejanske in načrtovane ure

	NAČRTOVANE URE						DEJANSKE URE					
	JERNEJ	TIMOTEJ	MATEJA	ANDRAŽ	ZALA	URE	JERNEJ	TIMOTEJ	MATEJA	ANDRAŽ	ZALA	URE
Management in kontrola kvalitete	20.0					20.0	33.00	15.00	26.00	20.00	16.00	112.00
Diseminacija: Predstavitve rezultatov		2.5	2.5			5.0			1.00			1.00
Diseminacija: Komunikacija z naročnikom	5.0	5.0				10.0	1.50	5.00			2.00	8.50
Poročilo: Povzetek				2.5	2.5	5.0						0.00
Poročilo: Zaključek				2.5	2.5	5.0						0.00
Poročilo: Analiza primarnih podatkov	30.0			30.0		60.0				29.50		29.50
Poročilo: Metodologija	10.0		10.0			20.0	4.00		2.00	13.00		19.00
Poročilo: Analiza sekundarnih podatkov	25.0			25.0		50.0	20.00					20.00
Poročilo: Teoretsko ozadje	25.0	25.0				50.0	13.00	12.00	9.00	10.50	5.00	49.50
Poročilo: Struktura in kazalo			3.0			3.0			8.00	4.00		12.00
Kvantitativno raziskovanje: Analize podatkov				30.0	30.0	60.0	9.50		3.50	17.00		30.00
Kvantitativno raziskovanje: Urejanje podatkov				15.0	15.0	30.0					3.00	3.00
Kvantitativno raziskovanje: Zbiranje podatkov				10.0	10.0	20.0			3.50	3.00	2.00	8.50
Kvantitativno raziskovanje: Vzorec in kontaktiranje udeležencev				10.0	10.0	20.0				1.00	6.00	7.00
Kvantitativno raziskovanje: Vprašalniki				20.0	20.0	40.0				15.00	43.00	58.00
Kvalitativno raziskovanje: Analize		30.0	30.0			60.0	5.00	11.00	17.00			33.00
Kvalitativno raziskovanje: Urejanje podatkov		15.0	15.0			30.0		18.00				18.00
Kvalitativno raziskovanje: Zbiranje podatkov		10.0	10.0			20.0		14.00	14.00	2.00		30.00
Kvalitativno raziskovanje: Kontaktiranje udeležencev		10.0	10.0			20.0		4.00	7.00			11.00
Kvalitativno raziskovanje: Vprašalniki		25.0	25.0			50.0		6.50	3.50	1.50		11.50
Predlog projekta	4.0	4.0				8.0	3.00	2.00	1.00			6.00
DRUGO:						0.0			5.00	6.00	8.00	19.00
SKUPAJ	119.0	126.5	105.5	145.0	90.0	586.0	89.0	87.5	100.5	111.5	98.0	486.5



14.7. ZAKLJUČEK

Tekom projekta smo se soočali s številnimi spremembami, zato je bilo potrebno velikokrat improvizirati in se prilagajati. Določeni podprojekti so nam vzeli več ali manj časa od predvidenega. Večinoma smo porabili manj časa, kar kaže na pomanjkanje izkušenj pri planiranju projektov in podprojektov in nasploh o sami časovni predstavi tako obsežne raziskave. Nekateri člani skupine so opravljali naloge oziroma podprojekte za katere prvotno niso bili mišljeni. Velikokrat smo si kot člani skupine pomagali pri izvajanju podprojektov. Z določenimi podprojekti smo končali kasneje kot smo načrtovali. Največ težav nam je povzročal anketni vprašalnik (spletna anketa) pri kvantitativnem delu raziskave ter pri zbiranju podatkov, kjer smo zaradi nezadostnega števila dijakov morali obiskati nekaj srednjih šol, kjer so dijaki izpolnili spletno anketo.

Če bi se projekta ponovno lotili, bi najprej do potankosti preučili teoretsko ozadje, ki bi nam omogočilo lažje, hitrejše in kvalitetnejšo sestavo vprašalnika. Glede na to, da smo pasico, ki je vključevala povezavo do spletne ankete objavili konec aprila, bi lahko vnaprej predvideli, da takrat spletna mesta fakultet ne obiskuje več toliko dijakov, kot jih naprimer v obdobju informativnih dnevih. Tako bi se lahko na teren k dijakom odpravili predhodno in tako ne bi nastalo pomanjkanje števila dijakov v vzorcu in ne bi prišlo do zamud pri izvajanju zbiranja podatkov. Poleg tega, pa bi lahko na spletno mesto namesto integrirane pasice ustvarili "pop-up" oziroma pojavno okno, in tako bi dosegli višjo stopnjo odgovorov na anketo. Do odstopanja od predvidenih in dejanskih ur je prišlo tudi zaradi površnega in nekonsistentnega izpolnjevanja časovnic. V prihodnje bi posebej zadolžile enega člana samo za izvajanje nadzora nad kvaliteto poročila, za kar nam velikokrat zmanjkalo časa.

