

## ULOGA I ZNAČAJ PREFERENCIJA DIPLOMANATA PRILIKOM DONOŠENJA ODLUKE O IZBORU FAKULTETA

### THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF GRADUATES' PREFERENCES WHEN MAKING A DECISION ON THE CHOICE OF FACULTY

**Dr. sc. Suvad Isaković, vanredni profesor  
Univerzitet u Zenici, Politehnički fakultet  
Zenica**

**Dr. sc. Dženan Kulović, docent  
Univerzitet u Zenici, Ekonomski fakultet  
Zenica**

**Dr. sc. Ensar Mekić, docent  
Internacionalni BURCH Univerzitet  
Sarajevo**

#### SAŽETAK<sup>1</sup>

Diplomanti srednjih škola predstavljaju input visokoškolskih ustanova, zbog čega je izazov svake visokoškolske ustanove da identifikuje ključne preferencije, koje u najvećoj mjeri utječu na donošenje konačne odluke diplomanata srednjih škola na izbor fakulteta, odnosno univerziteta. Svrha ovog rada je da se na naučnim osnovama, provođenjem empirijskog istraživanja na uzorku  $N = 2.304$  diplomanta srednjih škola Zeničko-dobojskog kantona, identifikuju najznačajniji faktori, koji utječu na preferencije, kojim se diplomanti rukovode prilikom donošenja odluke o izboru fakulteta. U svrhu identifikovanja preferencija diplomanata srednjih škola, kreiran je model hipoteza istraživanja strukturiran od 11 nezavisnih varijabli, od kojih svaka u instrumentu istraživanja ima 5 indikatora koji opisuje svaku od varijabli. Za potrebe statističkih analiza korišteni su sljedeći programi: Microsoft Excel, Statistički program za društvene nauke (SPSS) i SmartPLS3 – SEM program. Od 11 postavljenih hipoteza istraživanja, 7 hipoteza je potvrđeno, dok su 3 opovrgnute. Na osnovu rezultata provedenog istraživanja, identifikovani su faktori, koji utječu na preferencije prilikom donošenja odluke o izboru fakulteta, rangirani po važnosti, od najvažnijeg do najmanje važnog kako slijedi: (1) Lokacija fakulteta; (2) Studijski programi; (3) Kvalitet nastavnog procesa i nastavnog osoblja; (4) Sigurnost zaposlenja; (5) Troškovi studija; (6) Preporuke drugih; (7) Promotivne aktivnosti; (8) Lakoća studiranja; (9) Saradnja; (10) Lične karakteristike.

**Ključne riječi:** Preferencije, odlučivanje, obrazovanje, motivacija

#### SUMMARY

High school graduates are the input of higher education institutions, so every higher education institution's challenge is to identify the key preferences that most influence high school graduates' final decision on faculty or university choice. The purpose of this paper is to identify the most important factors influencing the preferences that graduates are guided by when deciding on the choice of faculty on a scientific basis by conducting empirical research on a sample of  $N = 2,304$  high school graduates from Zenica-Doboj Canton. To identify high school graduates' preferences, a model of research hypotheses structured from 11 independent variables was created, each of which in the research

---

<sup>1</sup> Ovaj rad je zasnovan na dijelu rezultata projekta istraživanja pod nazivom: „Istraživanje ulaznih obrazovnih potencijala i tržišnih mogućnosti zapošljavanja svršenika Univerziteta u Zenici“, koji je proveden za Ministarstvo obrazovanja nauke, kulture i sporta ZDK.

*instrument has five indicators that describe each of the variables. The following programs were used for statistical analysis: Microsoft Excel, Statistical Program for Social Sciences (SPSS), and SmartPLS3 - SEM program. Of the 11 hypotheses set, seven hypotheses were confirmed, while three were refuted. Based on the results of the research, the factors influencing the preferences when deciding on the choice of faculty were identified, ranked in order of importance, from the most important to the least important as follows: (1) Location of the faculty; (2) Study programs; (3) Quality of the teaching process and teaching staff; (4) Employment security; (5) Study costs; (6) Recommendations of others; (7) Promotional activities; (8) Ease of study; (9) Cooperation; (10) Personal characteristics.*

**Keywords:** Preferences, decision making, education, motivation

## 1. UVOD

Prilikom izbora fakulteta diplomanti srednjih škola se susreću sa različitim izazovima, prije svega zbog činjenice da izborom fakulteta, u najvećoj mjeri, diplomanti srednjih škola određuju svoju buduću karijeru. Kontekst visokog obrazovanja, kako navode Kyndt, Coertjens, van Daal, Donche, Gijbelsi i Van Petegem daleko nadilazi kontekst srednjoškolskog obrazovanja – kako po zahtjevima koji čekaju pojedinca tako i po očekivanjima, koja pojedinac formira [1]. Prije svega, u literaturi se ističe važnost teoretskog modela nastavka školovanja baziranog na teoriji potvrđivanja očekivanja [2].

Navedeni model usvajamo kao jedan od teoretskih okvira za posmatranje percepcija diplomanata srednjih škola. Naime, namjera nastavka školovanja je važna mjera za individualnu vjerovatnost ostvarenja nastavka školovanja [3]. Također, evidentno je da osjećaj smanjenog zadovoljstva utječe na smanjenje namjere nastavka školovanja. [4]. U slučaju postojanja namjere nastavka školovanja, tokom srednjoškolskog obrazovanja, mnogi pojedinci istražuju različite opcije studijskih programa, koje nude visokoškolske ustanove shodno sopstvenim preferencijama. Pojam preferencija (lat. *praeferentia*) označava davanje prvenstva, odnosno, davanje prednosti prilikom činjenja izbora.

Značaj preferencije u procesu odlučivanja o upisu na visokoškolsku ustanovu diplomanata srednjih škola je neupitan. Prije svega, izuzetno je važno posmatrati kako diplomanti srednjih škola doživljavaju imidž univerziteta, koji se prema literaturi može definisati kao „set karakteristika po kojim je objekt poznat i putem kojih ljudi opisuju, pamte i poistovjećuju se sa istim u određenom trenutku“ [5]. Postoji mnogo mjerljivih faktora, koji opredjeljuju odluku koji fakultet studirati poput troškova studija, lokacije fakulteta, njegovog imidža, studijskih programa, preporuke drugih, zatim kvaliteta nastavnog procesa i nastavnog osoblja, lakoće studiranja, sigurnosti zaposlenja i promotivnih aktivnosti.

Neki autori grupišu kriterije, smatrajući kako analizi njihovog utjecaja prilikom izbora studijskog učenici završnih razreda pristupaju povezano. Dakle, učenici završnih razreda koriste različite izvore, koji predstavljaju informacije budućim odlukama. Prema rezultatima istraživanja instituta Gallup [6], svi izvori mogu biti svrstani unutar sljedećih grupa: (a) formalno dostupni izvori (pedagozi, mediji, Internet i štampa); (b) neformalne društvene mreže (porodica, prijatelji i autoriteti), (c) neformalne školske mreže (učitelji, mentori, treneri, osoblje) i neformalne mreže zaposlenika (poslodavci, saradnici, ljudi sa iskustvom na terenu i vojska). Svi pomenuti faktori opredjeljuju ono što mnogi autori nazivaju motivacija. Motivacija, kako navodi Rheinberg nije važna samo budućim studentima koje očekuju veliki izazovi nego, podjednako, motivirani moraju biti svi, koji imaju aktivno učešće unutar sistema visokog obrazovanja [7]. Mnoga istraživanja pokazuju kako učenici završnih razreda srednjih škola postaju sve nesigurniji prilikom izbora fakulteta što otežava stvarno vrednovanje njihovih preferencija, prilikom donošenja takve odluke.

## 2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U svrhu identifikovanja preferencija diplomanata srednjih škola kreiran je model hipoteza istraživanja, strukturiran od 11 nezavisnih varijabli, od kojih svaka u instrumentu istraživanja ima 5 indikatora, koji opisuju svaku od varijabli. Za zavisnu varijablu izabran je imidž univerziteta, koji personalizira visokoškolsku ustanovu u percepciji respondentata ovog istraživanja.

Instrument istraživanja sastoji se od 13 pitanja, u okviru kojeg se nalaze tri otvorena pitanja i dvije skale kako slijedi:

- a) Skala za identifikovanje preferencija diplomanata srednjih škola ZDK i prilikom donošenja odluke o izboru fakulteta, sastoji se od devet supskala: Troškovi studija, Lokacija fakulteta/univerziteta, Imidž fakulteta/univerziteta, Studijski program/usmjerenje, Preporuke drugih, Kvalitet nastavnih procesa i nastavnog osoblja, Lakoća studiranja, Sigurnost zaposlenja, Promotivne aktivnosti. Svaka od navedenih supskala, sastoji se od pet čestica, odnosno, skala za identifikovanje preferencija srednjoškolaca. Radi se, dakle, o ukupno 45 čestica, u okviru kojih respondenti izražavaju svoj stav na Likertovoj skali preferencijom od 1 do 5.
- b) Skala za samoprocjenu osobnosti respondenata sadrži šest čestica. Respondenti svoj stav izražavaju na Likertovoj skali preferencijom od 1 do 5.

Podaci su prikupljeni putem online platforme. Za uzorak su odabrani diplomanti srednjih škola Zeničko-dobojskog kantona. U istraživanju je učestvovalo N=2.204 učenika IV razreda. Analizom dostavljenih upitnika utvrđeno je da su svi upitnici pravilno popunjeni, nakon čega je sprovedena provjera pouzdanosti i valjanosti mjernih skala.

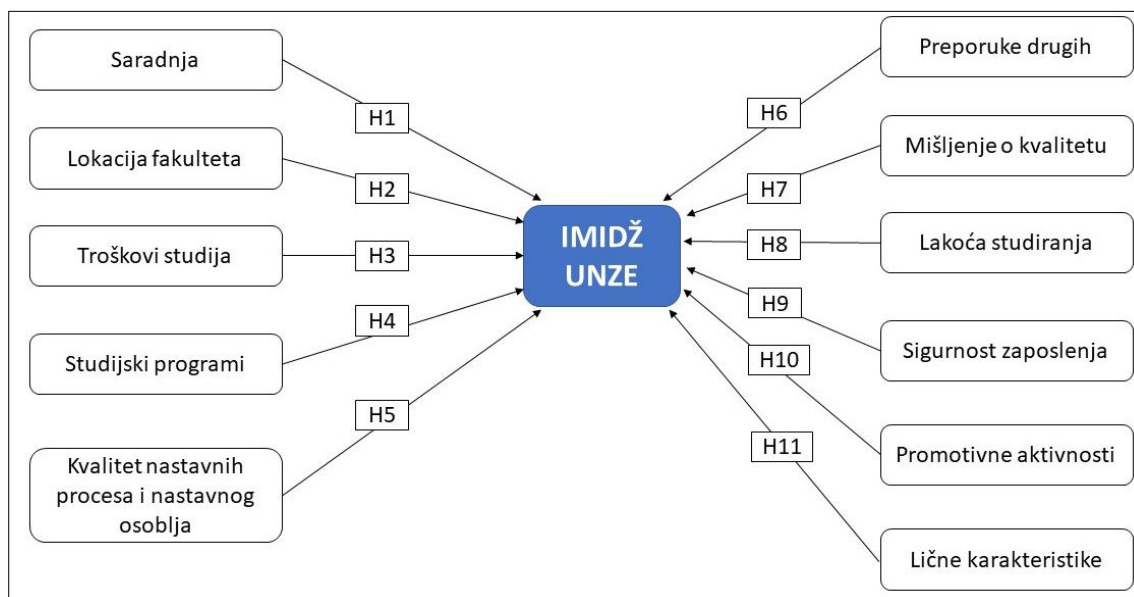
Za potrebe statističkih analiza korišteni su sljedeći programi:

- Microsoft Excel,
- Statistički program za društvene nauke (SPSS),
- SmartPLS3 – SEM program.

Primarni cilj ovog rada je istražiti utjecaj 11 različitih faktora na Imidž Univerziteta u Zenici, na osnovu čega će se identifikovati ključni faktori, koji determiniraju pozitivne preferencije diplomanata prema Imidžu univerziteta. Analogno tome, identifikovat će se i faktori, koji u najvećoj mjeri doprinose odluci o izboru fakulteta, odnosno univerziteta koji diplomanti srednjih škola namjeravaju da studiraju.

U okviru istraživačkog modela, bit će testirane sljedeće hipoteze:

- H1 – Saradnja utječe na Imidž Univerziteta u Zenici
- H2 – Lokacija fakulteta utječe na Imidž Univerziteta u Zenici
- H3 – Troškovi studija utječu na Imidž Univerziteta u Zenici
- H4 – Studijski programi utječu na Imidž Univerziteta u Zenici
- H5 – Kvalitet nastavnog procesa i nastavnog osoblja utječe na Imidž Univerziteta u Zenici
- H6 – Preporuke drugih utječu na Imidž Univerziteta u Zenici
- H7 – Mišljenje o kvalitetu utječu na Imidž Univerziteta u Zenici
- H8 – Lakoća studiranja utječe na Imidž Univerziteta u Zenici
- H9 – Sigurnost zaposlenja utječe na Imidž Univerziteta u Zenici
- H10 – Promotivne aktivnosti utječu na Imidž Univerziteta u Zenici
- H11 – Lične karakteristike utječu na Imidž Univerziteta u Zenici



Slika 1. Model hipoteza istraživanja

### 3. INTERPRETACIJA REZULTATA

Prije provjere postavljenih hipoteza istraživanja, proveden je test pouzdanosti, prikazan u Tabeli 1., čiji rezultati pokazuju da su nesumnjivo u potpunosti zadovoljeni kriteriji, s obzirom da je svaki od 13 faktora imao vrijednost *Cronbachove Alfe* veću od 0.8, što je značajno iznad praga od 0.7. Prema tome, ako se uzme u obzir da faktori s vrijednostima od 0.7 do 0.8 predstavljaju zadovoljavajuće stanje, u ovoj studiji, kada je u pitanju pouzdanost mjernih instrumenata, stanje je iznad zadovoljavajućeg, i moglo bi se okarakterisati kao dobro i izvanredno.

Tako faktori TS, LF, IF, SP, PD, LS, PA, LK imaju „dobru pouzdanost“, s obzirom da su vrijednosti u intervalu od 0.8 do 0.89.

S druge strane, faktori KNPO, SZ, PK, S, P pokazali su izvanrednu pouzdanost, s obzirom da su *Cronbach's Alpha* vrijednosti iznad 0.9.

Tabela 1. Pouzdanost mjerenja po varijablama

Kod	Varijala	Cronbachova Alpha (>0.7)	N of Items
TS	Troškovi studija	.888*	6
LF	Lokacija fakulteta	.852*	6
IF	Imidž fakulteta	.887*	6
SP	Studijski programi	.863*	6
PD	Preporuke drugih	.826*	6
KNPO	Kvalitet nastavnih procesa i nastavnog osoblja	.919***	6
LS	Lakoća studiranja	.853*	6
SZ	Sigurnost zaposlenja	.940***	5
PA	Promotivne aktivnosti	.898*	6
LK	Lične karakteristike	.817*	6
PK	Mišljenje o kvalitetu	.930***	5
S	Saradnja	.948***	5
P	Atraktivnost	.970***	29

\* dobra pouzdanost

\*\*\* izvanredna pouzdanost

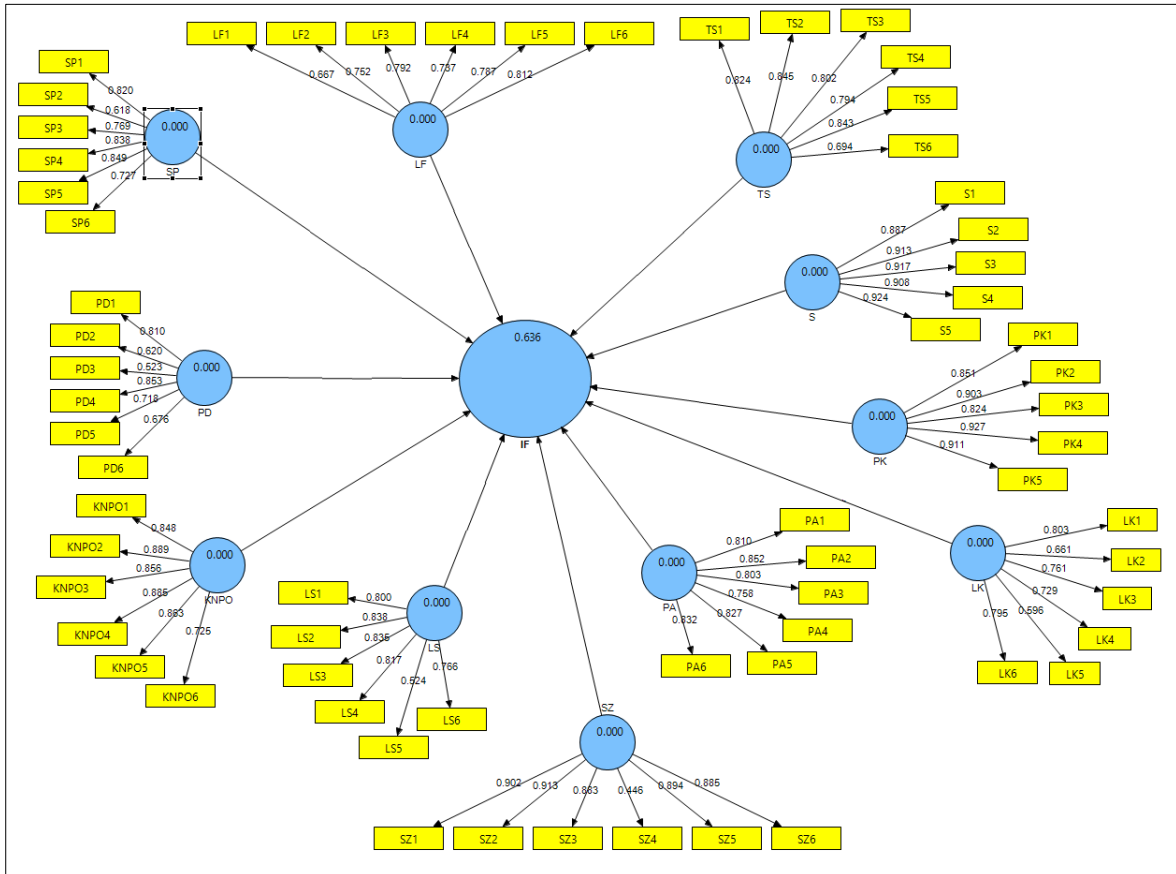
Dodatnom analizom provedena je provjera validnosti i pouzdanosti u SmartPLS3 programu, čiji rezultati potvrđuju rezultate Cronbach Alfe, a dobiveni su eksplorativnom analizom u SPSS softverskom paketu.

Tabela 2. prikazuje rezultate analize u SmartPLS3 programu, te je moguće ostvariti uvid u AVE vrijednosti, Cronbachovu Alfa i Kompozitnu pouzdanost. AVE vrijednosti po svim faktorima su iznad praga od 0.5, što nedvosmisleno ukazuje na zadovoljavajuću diskriminantnu validnost. S druge strane, vrijednosti Cronbachove Alfe i vrijednosti kompozitne pouzdanosti nadmašuju prag od 0.7 i time još jednom ukazuju na u potpunosti pouzdane mjerne skale, korištene za sve faktore mjerene u ovoj studiji.

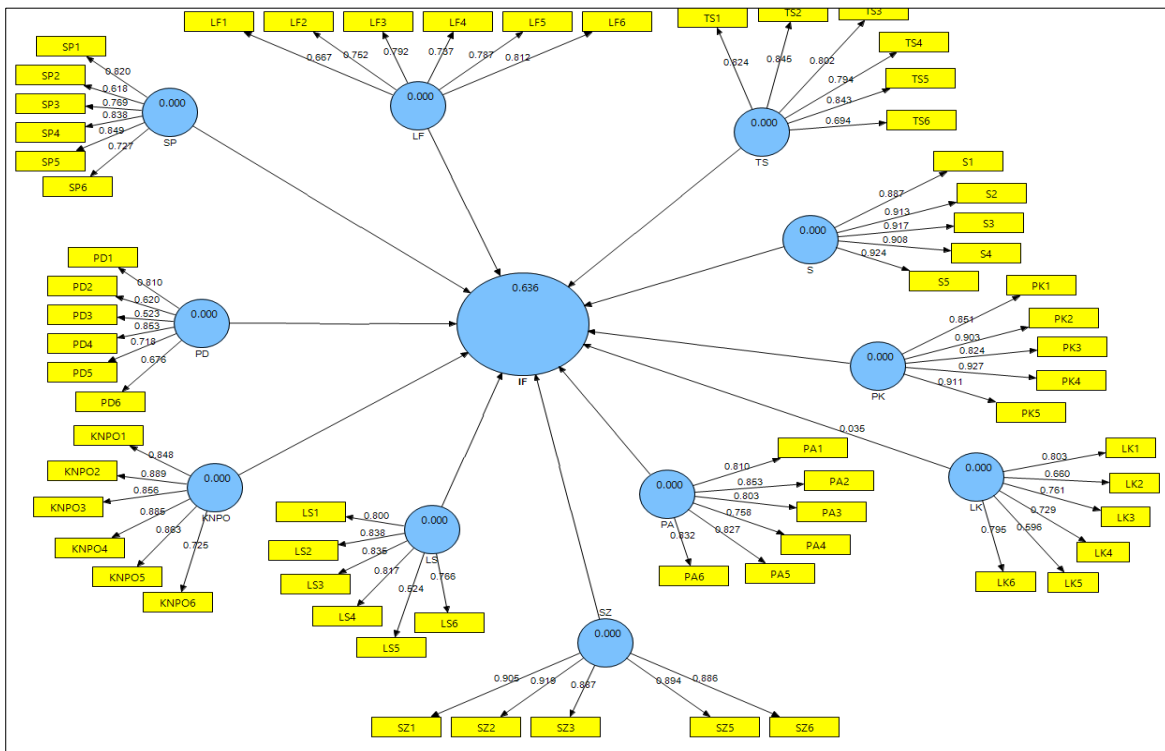
Tabela 2. Diskriminantna validnost i pouzdanost prema rezultatima analize u SmartPLS3

Kod	Varijabla	AVE >0.5	Cronbachova Alfa >0.7	Kompozitna Pouzdanost >0.7
IF	Imidž fakulteta	0.636608	0.888085	0.912740
KNPO	Kvalitet nastavnih procesa i nastavnog osoblja	0.715203	0.919654	0.937501
LF	Lokacija fakulteta	0.572413	0.853595	0.889233
LK	Lične karakteristike	0.530921	0.821687	0.870724
LS	Lakoća studiranja	0.595927	0.861356	0.897448
P	Atraktivnost	0.546292	0.970166	0.972019
PA	Promotivne aktivnosti	0.657284	0.898579	0.919917
PD	Preporuke drugih	0.535932	0.827249	0.873684
PK	Mišljenje o kvalitetu	0.781793	0.929715	0.947032
S	Saradnja	0.827692	0.947906	0.960022
SP	Studijski programi	0.595261	0.864759	0.897999
SZ	Sigurnost zaposlenja	0.698895	0.906215	0.931295
TS	Troškovi studija	0.642774	0.888197	0.914968

Rezultati prikazani na Slici 1. predstavljaju faktorska opterećenja svakog indikatora po varijabli koju mjeri. Jasno je da su vrijednosti u potpunosti potvrdile prethodno sprovedenu faktorsku analizu u SPSS programu. Također, na Slici 2. prikazani su rezultati korelacije između varijabli i indikatora koji opisuju varijablu.



Slika 2. Korelacija indikatora po varijablama



Slika 3. Prikaz korelacija indikatora po varijablama – uklonjen SZ4

Provjera hipoteza istraživanja provedena je primjenom regresijske analize u Softverskom programu za društvena istraživanja (SPSS). Rezultati regresijske analize u SPSS pokazuju izuzetno visoku vrijednost „R<sup>2</sup>“ (čak 0.621), što znači da nezavisne varijable istraživačkog modela objašnjavaju čak 62.1% zavisne varijable. Dakle, stepen korelacije nedvosmisleno ukazuje da postoji utjecaj nezavisne strane modela na zavisnu varijablu. S druge strane, važno je spomenuti rezultate ANOVA tabele, koja je također jedan od rezultata regresijske analize. U tom smislu je potrebno naglasiti p vrijednost od 0.000, što je ispod vrijednosti 0.05, a na intervalu pouzdanosti od 95% ukazuje na to da se model može prihvatiti kao ispravan, logičan i relevantan.

Tabela 3. Rezultati provjere hipoteza istraživanja (95% interval pouzdanosti)

	Hipoteza	Status	Beta	t	Sig.
H1	Saradnja utječe na Imidž Univerziteta u Zenici	Podržana	.043	2.517	.012
H2	Lokacija fakulteta utječe na Imidž Univerziteta u Zenici	Podržana	.238	13.022	.000
H3	Troškovi studija utječu na Imidž Univerziteta u Zenici	Podržana	.114	6.703	.000
H4	Studijski programi utječu na Imidž Univerziteta u Zenici	Podržana	.230	11.551	.000
H5	Kvalitet nastavnog procesa i nastavnog osoblja utječe na Imidž Univerziteta u Zenici	Podržana	.197	9.948	.000
H6	Preporuke drugih utječu na Imidž Univerziteta u Zenici	Podržana	-.069	-4.688	.000
H7	Mišljenje o kvalitetu utječu na Imidž Univerziteta u Zenici	Odbijena	.008	.482	.630
H8	Lakoća studiranja utječe na Imidž Univerziteta u Zenici	Podržana	-.046	-2.403	.016
H9	Sigurnost zaposlenja utječe na Imidž Univerziteta u Zenici	Podržana	.176	8.440	.000
H10	Promotivne aktivnosti utječu na Imidž Univerziteta u Zenici	Podržana	.063	3.550	.000
H11	Lične karakteristike utječu na Imidž Univerziteta u Zenici	Podržana	.036	2.479	.013

Na osnovu prikazanih rezultata provjere postavljenih hipoteza istraživanja, može se vidjeti da su od 11 postavljenih hipoteza 7 hipoteza istraživanja potvrđene.

#### 4. ZAKLJUČCI

- Hipoteza H1 je podržana uz p vrijednost 0.012 (<0.05) i nema sumnje u to da saradnja privrede sa univerzitetom predstavlja statistički značajan faktor u očima ispitanika srednjoškolaca, kada je u pitanju imidž Univerziteta u Zenici. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da povećanje saradnje od 100% poboljšava imidž Univerziteta u Zenici za 4.3%. Prema tome, važno je da Univerzitet u Zenici održava i kontinuirano poboljšava saradnju privrede s Univerzitetom kako bi imidž Univerziteta u očima srednjoškolaca bio na dobrom nivou, a samim tim i upis.
- Hipoteza H2 je podržana uz p vrijednost 0.000 (<0.05) i nema sumnje u to da lokacija fakulteta predstavlja statistički značajan faktor u očima ispitanika srednjoškolaca, kada je u pitanju imidž Univerziteta u Zenici. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da poboljšanje lokacije od 100% poboljšava imidž Univerziteta u Zenici za 23.8%. Prema tome, važno je da Univerzitet u Zenici održava i kontinuirano poboljšava lokacije svojih fakulteta kako bi imidž Univerziteta u očima srednjoškolaca bio na dobrom nivou, a samim tim i upis.

- Hipoteza H3 je podržana uz p vrijednost 0.000 ( $<0.05$ ) i nema sumnje u to da troškovi studija predstavlja statistički značajan faktor u očima ispitanika srednjoškolaca, kada je u pitanju imidž Univerziteta u Zenici. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da se fokusom na troškove studija može poboljšati imidž Univerziteta u Zenici za čak 11.4%. Prema tome, važno je da Univerzitet u Zenici vodi računa o tome da troškovi studija svih fakulteta budu realni kako bi imidž Univerziteta u očima srednjoškolaca bio na dobrom nivou, a samim tim i upis. Ovdje je važno naglasiti da veza nije negativna, što bi se moglo opravdati tendencijom ljudi da ne cijene „jeftine“ ili „besplatne“ stvari. Stoga, nije iznenađujuće što je utjecaj Troškova studija na imidž UNZE ustvari pozitivan.
- Hipoteza H4 je podržana uz p vrijednost 0.000 ( $<0.05$ ) i nema sumnje u to da studijski programi predstavlja statistički značajan faktor u očima ispitanika srednjoškolaca, kada je u pitanju imidž Univerziteta u Zenici. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da poboljšanje studijskih programa od 100% poboljšava imidž Univerziteta u Zenici za 23%. Prema tome, važno je da Univerzitet u Zenici održava i kontinuirano poboljšava studijske programe svojih fakulteta kako bi imidž Univerziteta u očima srednjoškolaca bio na dobrom nivou, a samim tim i upis.
- Hipoteza H5 je podržana uz p vrijednost 0.000 ( $<0.05$ ) i nema sumnje u to da kvalitet nastavnog procesa i nastavnog osoblja predstavlja statistički značajan faktor u očima ispitanika srednjoškolaca, kada je u pitanju imidž Univerziteta u Zenici. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da poboljšanje kvaliteta nastavnog procesa i nastavnog osoblja od 100% poboljšava imidž Univerziteta u Zenici za 19.7%. Prema tome, važno je da Univerzitet u Zenici održava i kontinuirano poboljšava kvalitet nastavnog procesa i nastavnog osoblja svojih fakulteta kako bi imidž Univerziteta u očima srednjoškolaca bio na dobrom nivou, a samim tim i upis.
- Hipoteza H6 je podržana uz p vrijednost 0.000 ( $<0.05$ ) i nema sumnje u to da preporuke drugih predstavljaju statistički značajan faktor u očima ispitanika srednjoškolaca, kada je u pitanju imidž Univerziteta u Zenici. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da povećanjem preporuka od 100% dolazi do smanjenja vrijednosti imidža Univerziteta u Zenici za 6.9%. Zanimljivo je to što preporuke prijatelja negativno utječu na imidž Univerziteta. Drugim riječima, preporuke drugih prave statistički značajan negativan utjecaj na imidž Univerziteta u Zenici. Jedan od razloga bi mogao biti to da preporuke nisu dobre, te da bi Univerzitet trebao dodatno ispitati spremnost studenata da daju pozitivnu preporuku.
- Hipoteza H7 je odbijena uz p vrijednost 0.630 ( $>0.05$ ) i prema tome mišljenje o kvalitetu ne predstavlja statistički značajan faktor u očima ispitanika srednjoškolaca, kada je u pitanju imidž Univerziteta u Zenici. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da je efekat pozitivan, ali premalen da bi bio ocijenjen kao statistički značajan. Poboljšanje mišljenja o kvalitetu od 100% poboljšava imidž Univerziteta u Zenici za 0.8%. Ovakav statistički beznačajan utjecaj mogao bi se objasniti činjenicom da su ispitanici srednjoškolci i da oni još nisu imali priliku koristiti usluge Univerziteta, i samim tim ni formirati svoje mišljenje o istom. Stoga se može reći da je njihovo trenutno mišljenje o kvalitetu Univerziteta rezultat informacija, koje su došle do njih, i kao takvo nema utjecaj na sliku koju posjeduju o Univerzitetu.
- Hipoteza H8 je podržana uz p vrijednost 0.016 ( $<0.05$ ) i nema sumnje u to da lakoća studiranja predstavlja statistički značajan faktor u očima ispitanika srednjoškolaca, kada je u pitanju imidž Univerziteta u Zenici. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da povećanje lakoće studiranja od 100% smanjuje imidž Univerziteta u Zenici za 4.6%. Prema tome, važno je da Univerzitet u Zenici ne spusti kriterij i ne dovede do povećanja lakoće studiranja svojih fakulteta, kako bi imidž Univerziteta u očima srednjoškolaca bio na dobrom nivou, a samim tim i upis.



- Hipoteza H9 je podržana uz p vrijednost 0.000 (<0.05) i nema sumnje u to da sigurnost zaposlenja predstavlja statistički značajan faktor u očima ispitanika srednjoškolaca, kada je u pitanju imidž Univerziteta u Zenici. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da povećanje sigurnosti zaposlenja od 100% poboljšava imidž Univerziteta u Zenici za 17.6%. Prema tome, važno je da Univerzitet u Zenici održava i kontinuirano poboljšava sigurnost zaposlenja za diplomante svojih fakulteta kako bi imidž Univerziteta u očima srednjoškolaca bio na dobrom nivou, a samim tim i upis.
- Hipoteza H10 je podržana uz p vrijednost 0.000 (<0.05) i nema sumnje u to da promotivne aktivnosti statistički značajano utječu na imidž Univerziteta u Zenici u očima ispitanika srednjoškolaca. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da povećanje promotivne aktivnosti od 100% poboljšava imidž Univerziteta u Zenici za 6.3%. Prema tome, važno je da Univerzitet u Zenici održava i kontinuirano poboljšava promotivne aktivnosti za diplomante svojih fakulteta kako bi imidž Univerziteta u očima srednjoškolaca bio na dobrom nivou, a samim tim i upis.
- Hipoteza H11 je podržana uz p vrijednost 0.013 (<0.05) i nema sumnje u to da lične karakteristike ispitanika statistički značajano utječu na imidž Univerziteta u Zenici. Analizom beta vrijednosti zaključujemo da se ne radi o ogromnom efektu (beta 3.6%), ali ipak statistički značajnom.

## **LITERATURA**

- [1] Kyndt, E., Coertjens, L., van Daal, T., Donche, V., Gijbels, D., & Van Petegem, P.: *The development of students' motivation in the transition from secondary to higher education: A longitudinal study. Learning and Individual Differences*, 2015, 39, 114–123.  
(<https://doi.org/10.1016/j.lindif.2015.03.001>)
- [2] Bhattacherjee, A.: *Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. MIS Quarterly*, 2001, 25(3), 351–370.
- [3] Hong, J.-C., Hwang, M.-Y., Hsu, C.-H., Tai, K.-H., & Kuo, Y.-C.: *Belief in dangerous virtual communities as a predictor of continuance intention mediated by general and online social anxiety: The Facebook perspective. Computers in Human Behavior*, 2015, 48, 663–670.
- [4] Ramayah, T., & Lee, J. W. C.: *System characteristics, satisfaction and E-learning usage: A structural equation model (SEM). Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 11(2), 2012, 196–206.
- [5] Wilkins, S., & Huisman, J.: *Factors affecting university image formation among prospective higher education students: The case of international branch campuses. Studies in Higher Education*, 40(7), 2015, 1256–1272.
- [6] Gallup, Inc.: *Major Influence: Where students get valued advice on what to study in college, 2017*; <https://news.gallup.com/reports/219236/major-influence-students-advice-study.aspx>.
- [7] Rheinberg, F.: *Motivacija. Jastrebarsko: Naklada Slap, 2004.*