

ANALIZA KVALITETA USLUGE U VISOKOM OBRAZOVANJU I POVEĆANJE MOTIVACIJE STUDENATA U CILJU UNAPREĐENJA NJIHOVOG ZADOVOLJSTVA

Gorana Stojanović¹, Darija Medvečki², Anja Janković³, Slavko Rakić⁴, Nenad Simeunović⁵

^{1,2,3,4,5} Univerzitet u Novom Sadu, Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad, Srbija

¹gorana.stojanovic@uns.ac.rs, ²darija.medveckii@uns.ac.rs, ³anjajankovic@uns.ac.rs, ⁴slavkorakic@uns.ac.rs,
⁵nsimeun@uns.ac.rs

Kratak sadržaj: Rapidne promene koje utiču na uslužni sektor uveliko se odražavaju i na visokoobrazovne institucije. To implicira da ove institucije moraju pratiti kvalitet usluge koje pružaju ukoliko žele da opstanu na današnjem konkurentnom tržištu. Sa tim u vezi je neophodno da one preispitaju potrebe za redizajnom svojih usluga ili proširenjem svoje ponude planiranim razvojem kvaliteta obrazovnih usluga koji je u skladu sa očekivanjima trenutnih i potencijalnih studenata. Kako je neophodno razumevanje uticajnih faktora na njihovu motivaciju i angažovanje tokom studija, svrha ovog rada jeste da, kroz analizu dostupne literature u ovoj oblasti, predstavi faktore koji utiču na kvalitet usluge. Osnovni motiv ovog rada jeste pružanje pregleda determinanti kvaliteta koje važe u ovoj oblasti sa ciljem da se unapredi zadovoljstvo studenata.

Ključne reči: dizajn usluge, kvalitet usluge, visoko obrazovanje, motivacija studenata, zadovoljstvo studenata

THE STUDY OF QUALITY OF SERVICES IN HIGHER EDUCATION AND INCREASING STUDENTS' MOTIVATION WITH THE AIM OF IMPROVING STUDENTS' SATISFACTION

Abstract: Rapid changes influencing the service sector have a large impact on higher education institutions, as well. This implies that these institutions must follow the quality of the services they provide if they want to survive on today's competitive market. Accordingly, it is important for them to reconsider the necessity for redesigning their services or expanding their offer by well-planned development of the quality of educational services. That decisions should be aligned with the expectations of current and potential students. Since it is necessary to understand the factors that affect their motivation and engagement during the studies, the purpose of this paper is to present influential factors on the quality of service through analysis of the available literature in this field. The main goal of this paper is to provide a review of determinants quality in this field with the aim of improving students' satisfaction.

Key Words: service design, service quality, higher education, students' motivation, students' satisfaction

1. UVOD

Poznato je da je danas uslužni sektor jedan od glavna tri sektora u razvijenim privredama – uz industriju i poljoprivredu, te je u svetu tokom godina dobio sve veći značaj. Kada je reč o Republici Srbiji, prema podacima CIA uslužni sektor je u 2017. godini učestvovao u kreiranju BDP-a sa 49,1%, i u njemu radi 56,1% radne snage [1]. Ovakav rast uslužnog sektora ne podrazumeva samo povećanje ukupne ponude usluga, već i povećanu raznovrsnost ponuđenih usluga [2] što nije zaobišlo ni obrazovni sistem kao pružaoca usluga.

Kako bi se unapredile institucije za visoko obrazovanje, potrebno je osigurati kvalitet usluge koji se ogleda u zadovoljenju potreba korisnika, u ovom slučaju studenata, ali u saglasnosti sa potrebama tržišta. Zato se postavlja pitanje na koji način je potrebno dizajnirati uslugu visokog obrazovanja kako bi se efektivno zadovoljile sve prethodno navedene potrebe.

Svrha ovog rada jeste da, kroz analizu dostupne literature u ovoj oblasti, pruži determinante kvaliteta koje su značajne za institucije visokog obrazovanja, faktore koji utiču na kvalitet obrazovne usluge odnosno na motivaciju studenata kada su u pitanju studije. Glavni cilj jeste pružanje smernica visokoobrazovanim institucijama u Republici Srbiji koje žele da unaprede svoju uslugu i da budućim generacijama na pravi način pruže neophodna znanja.

2. PREGLED LITERATURE

U današnje vreme korisnici su ti koji diktiraju kvalitet usluge, te se javila potreba za fokusom na određene metode i filozofije koje će unaprediti kvalitet usluge u univerzitetskom obrazovanju [3]. Zato se podizanje svesti o dizajnu usluge i njegovom značaju unutar obrazovnih sistema smatra fenomenom koji može da pruži korisne rezultate [4].

Dizajn usluga predstavlja proces koji spaja veštine, metode i alate u nameri da se kreiraju i integrišu sistemi za interakciju sa korisnicima koji će kreirati vrednost za korisnika i koji će, diferencirajući se od drugih pružalaca usluga, kreirati dugoročne odnose između pružaoca usluge i korisnika [5]. U skladu sa time, neophodno je bliže definisati kvalitet usluge koje pružaju institucije visokog obrazovanja kako bi se sprovelo njihovo planirano unapređenje u skladu sa postulatima dizajna usluga koji u svom fokusu ima korisnika.

2.1 Kvalitet usluge u visokom obrazovanju

Reeves i Bednar [6] smatraju da kvalitet mora da ispunjava ili prelazi očekivanja korisnika. Osim toga, kvalitet usluge je neopipljiv i nematerijalan, pa ga je zbog toga teško izmeriti u odnosu na kvalitet proizvoda [7] i samim tim ga je mnogo teže razvijati i upravljati njime.

Promena i neravnoteža u potražnji i ponudi prisiljavaju univerzitete da izađu iz zone komfora i ozbiljno razmisle o tome kako mogu poboljšati različite aspekte kvaliteta usluga, fokusirajući se na one aspekte koje zainteresovane strane smatraju značajnijim. Stoga je kvalitet usluga unutar visokog obrazovanja dobio značajnu pažnju u poslednje vreme zbog svoje važnosti u poslovanju, smanjenju troškova i postizanju zadovoljstva studenata [8].

Prema *Nikel-u* i *Lowe-u* [9], kvalitet usluge u obrazovanju je kontinuiran proces poboljšanja usluge koja se nudi studentima i stvara prednost u smislu dominacije u stvaranju jedinstvenih *iskustava* u učenju.

2.2 Angažovanje i motivacija studenata

Da bi se unapredio kvalitet učenja na univerzitetima, potrebno je, između ostalog, motivisati studente. Sa tim u vezi, dovodi se u pitanje šta zapravo motiviše studente. Kako *Linnenbrink* i *Pintrich* [10] navode, definisanjem kvaliteta iskustva u učenju pojavila su se dva faktora: prvi faktor se odnosi na nastavno osoblje i predstavlja predmet znanja i koncepciju učenja, a drugi faktor se odnosi na korisnika usluge tj. studenta i uključuje znanje i njegove razloge za učenje. Ovi autori takođe smatraju da se akademski uspeh posmatra kao kombinacija veština i motivacije korisnika i zato je važno sagledati korelaciju između stepena važnosti i interesa studenata, kao i njihov ukupan nivo motivacije za učenje.

Ono čega institucije moraju biti svesne jeste da je razumevanje motivacije presudno prilikom formiranja studijskih programa kako bi se studenti podsticali na angažovanje. U vezi sa tim, Akademija visokog obrazovanja u Velikoj Britaniji navodi termin angažman studenata koji se odnosi na odnos vremena, napora i drugih relevantnih resursa koje ulažu studenti kao i institucije sa ciljem da se optimizuje iskustvo studenata [11]. Na ovo se nadovezuje *Sharabi* [3] koji navodi da dugoročni uspeh organizacija visokog obrazovanja zavisi od nivoa angažovanosti studenata tj. od učešća u procesu pružanja usluge.

Studenti su ti koji doživljavaju aspekte usluge, te ignorisanje njihovih zahteva i primedbi može dovesti loših rezultata institucije.

Studija *Connor-a* [12] dokazuje da je važno razumevanje motivisanosti i stepena angažovanja studenata jer su oni ti koji pridodaju vrednost iskustvu učenja, te je njihova motivacija važno područje za istraživanje.

2.3 Istraživačka pitanja

Na osnovu pregleda literature, ustanovljeno je da se prilikom dizajniranja ili redizajniranja usluge posebna pažnja mora posvetiti kvalitetu usluge visokog obrazovanja sa čime je usko povezana i motivacija i angažman studenata.

U cilju sticanja uvida u aspekte kvaliteta koje je potrebno unaprediti kako bi visokoobrazovne institucije zadovoljile potrebe studenata i tržišta, i samim tim bolje se pozicionirale u odnosu na konkurentske organizacije, postavljena su sledeća istraživačka pitanja:

- Šta je potrebno kako bi kvalitet usluge u obrazovanju bio unapređen?
- Kako motivisati studente i povećati njihovo zadovoljstvo?

3. PRELIMINARNI REZULTATI I DISKUSIJA

Kvalitet usluge ne zavisi samo od rezultata nego i od samog procesa pružanja usluge. *Sharabi* [3] smatra da ako su predavači grubi ili je njihovo znanje koje pružaju zastarelo i ako administrativne jedinice pružaju lošu uslugu, studenti neće biti zadovoljni institucijom.

Sa druge strane, *Mizikaci* [13] integriše principe i koncepte neophodne za visok kvalitet obrazovanja na univerzitetima koji odražavaju filozofiju, vrednosti i norme sistema kvaliteta koji odgovaraju univerzitetском obrazovanju. Principi i koncepti prema *Mizikaci-u* su:

- Naglasak na uslugama;
- Predviđanje i zadovoljenje potreba i očekivanja studenata;
- Prepoznavanje i unapređenje procesa i sistema transformacije;

- Sprovođenje timskog rada i saradnje;
- Uvođenje menadžmenta zasnovanog na liderstvu i odlukama zasnovanim na znanju i učešću;
- Rešavanje problema na osnovu sistematske identifikacije činjenica i upotreba statističkih metoda i alata i
- Sprovođenje istinskog poštovanja i razvoja ljudskih resursa - ljudi koji rade na fakultetima i univerzitetima.

Kako je, pre svega naglasak na uslugama, kvalitet pružanja usluge visokoobrazovne institucije mogu unaprediti korišćenjem *Modela jazova*. Ovaj model predstavlja standard merenja kvaliteta analizirajući razlike između onog što korisnici očekuju i šta donosioci odluka misle da korisnici očekuju, razlike između razumevanja organizacije o očekivanju korisnika i razvoja usluge usmerene na korisnike, razlike između standarda usluge i usluge koja je stvarno pružena i razlike između obećanja koji se daju korisniku i šta mu je zapravo isporučeno [14]. Da bi se zadovoljile potrebe i očekivanja studenata i otkrili mogući jazovi u kvalitetu, postoji potreba za stalnom interakcijom sa ciljnom grupom. Zato je potrebno periodično sprovođenje upitnika koji će analizirati zadovoljstvo studenata, a koji uključuju različita merenja kvaliteta relevantnog za svaku visoko obrazovnu instituciju (predavači i asistenti, kvalitet nastave, nastavni materijal, uprava, administracija, održavanje, higijena, itd.). Svrha periodične ankete je da se menadžmentu obezbedi jasna slika o kvalitetu usluga sa stanovišta studenata i da se identifikuju jazovi koji se moraju smanjiti ili ukloniti. Osim toga, žalbe studenata treba posmatrati kao sredstvo za poboljšanje usluge, jer kritike i sugestije mogu pomoći Fakultetima da implementiraju poboljšanja u svom sistemu.

Dalje, *Shroff, Vogel* i *Coombes* [15] se fokusiraju na tri povezane komponente u motivaciji: (1) spremnost da se uključi u aktivnosti zbog radoznalosti; (2) želja da se ovlada tom aktivnošću i (3) sposobnost da se demonstriraju kompetentnosti u tim aktivnostima.

Sadržaj studijskog programa i svakog predmeta pojedinačno utiče na motivaciju studenata koji istu baziraju na svom interesu i vrednostima u razvoju karijere.

Studija *Connor-a* [12] je pokazala da je neophodno razumevanje različitosti koje se javlja kod studenata u pogledu njihovih stavova, načina finansiranja studija, očekivanih ishoda, što će nužno uticati na njihovu motivaciju i očekivanja.

Kako su studenti ti koji dodaju vrednost iskustvu učenja, *Husman* i saradnici [16] predlažu da će ovo dodeljivanje vrednosti imati četiri dimenzije:

1. vrednost korisnosti (koju praktičnu upotrebu student može imati);
2. dostignuća (koje će koristi doneti);
3. unutrašnja vrednost (koliko će biti zanimljivo iskustvo učenja) i
4. trošak.

4. ZAKLJUČAK

Kako su promene na tržištu visokog obrazovanja rezultovale kreiranjem razlika u zadovoljstvu studenata ponuđenim obrazovnim uslugama, u ovom radu su predstavljeni faktori koji utiču na njihovo zadovoljstvo sa ciljem pružanja smernica za unapređenje kvaliteta obrazovnih usluga i bolje pozicioniranosti među ciljnim grupama.

Rezultati pokazuju da kvalitet u obrazovanju predstavlja kontinuiran proces koji se unapređuje kako bi se kreirala nova znanja i unapredio proces pružanja usluga visokog obrazovanja. U tom procesu, bitan aspekt je motivacija studenata i njihovo zadovoljstvo visokoobrazovnim institucijama, kako bi bili podstaknuti da odgovore, svojim znanjem, na potrebe tržišta.

U tome se pokazalo presudnim razumevanje njihovog stepena angažovanja, kako prilikom formiranja pojedinačnih predmeta, tako i čitavih studijskih programa. Razlog za to jeste što sadržaj i podagoški pristup utiču na njihovu percepciju o praktičnoj upotrebi i vrednostima za njihovu karijeru, ali i na to koliko će iskustvo učenja biti zanimljivo u odnosu na trošak njihovih ulaganja. Takođe, na njihov sveukupan nivo zadovoljstva ima i mogućnost izbora onoga što žele da usavrše.

Predlog autora jeste sprovođenje ispitivanja stanja visokoobrazovnih institucija na teritoriji Republike Srbije i pružiti dalje sugestije za unapređenje kvaliteta visokog obrazovanja.

5. LITERATURA

- [1] CIA. The World Factbook, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ri.html> (Pristupljeno dana: 4.12.2018)
- [2] Hoffman, D., Bateson, J., *Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases*, Cengage Learning, 2010.
- [3] Sharabi, M., *Managing and improving service quality in higher education*, International Journal of Quality and Service Sciences, 2013.
- [4] Pierandrei, F., Marengoni, E., *Design Culture in school. Experiences of design workshops with children*, The Design Journal, 2017.
- [5] Dubberly, S. Evenson, H., *Designing for Service: Creating Experience Advantage*, Introduction to Service Engineering, 2010.
- [6] Reeves, C.A., Bednar, D. *Defining quality: Alternatives and implications*, Academy of Management Review, 1994.

- [7] Sardar, A.m Anhad, S., Ali, U., *An empirical analysis of the service quality gap in business education: Evidence from higher education in Pakistan*, Journal of Education for Business, 2016.
- [8] Noaman, A.Y., Ragab, A.H.M., Madbouly, A.I., Khedra, A.M., Fayoumi, A.G., *Higher education quality assessment model: Towards achieving educational quality standard*, Studies in Higher Education, 2017.
- [9] Nikel, J., Lowe, J., *Talking of fabric: A multi-dimensional model of quality in education*, A Journal of Comparative and International Education, 2010.
- [10] Linnenbrink, E.A., Pintrich, P.R., *Motivation as an enabler for academic success*, School Psychology Review, 2002.
- [11] Ali, H., Grimaldi, S., Biagioli, M., *Service Design pedagogy and effective student engagement: Generative Tools and Methods*, The Design Journal An International Journal for All Aspects of Design, 2017.
- [12] Connor, H., *Deciding for or against participation in higher education: The views of young people from lower social class backgrounds*, Higher Education Quarterly, 2001.
- [13] Mizikaci, F., *A systems approach to program evaluation model for quality in higher education*, Quality Assurance in Education, 2006.
- [14] Zeithaml, V.A., Berry, L.L., Parasuraman, A., *The behavioral consequences of service quality*, The Journal of Marketing, 1996.
- [15] Shroff, R.H., Vogel, D.R., Coombes, J., *Assessing individual-level factors supporting student intrinsic motivation in online discussions: A qualitative study*, Journal of Information Systems Education, 2008.
- [16] Husman, J., Derryberry, W.P., Crowson, H.M., Lomax, R., *Instrumentality, task value and intrinsic motivation: Making sense of their independent interdependence*, Contemporary Educational Psychology, 2004.