

# Rasa PUKELYTĖ

Vytauto Didžiojo universitetas • Vytautas Magnus University

## UNIVERSITETINIŲ STUDIJŲ KAIP PASLAUGOS KOKYBĖS VERTINIMAS: DIMENSIJOS IR KRITERIJAI

## QUALITY ASSESSMENT OF UNIVERSITY STUDIES AS A SERVICE: DIMENSIONS AND CRITERIA

### SANTRAUKA

Šiame straipsnyje aptariama universitetinių studijų kaip paslaugos kokybės vertinimo galimybė. Universitetinės studijos turi būti kokybiškos ne tik turiniu, bet ir administravimo lygmeniu, todėl studijų kaip paslaugos kokybė – svarbi sudėtinė studijų kokybės užtikrinimo dalis. Vertinant universitetinių studijų kaip paslaugos kokybę, svarbu pagrįsti vertinimo dimensijas ir kriterijus. Straipsnyje išskiriamos septynios universitetinių studijų kaip paslaugos kokybės vertinimo dimensijos (patikimumas, reagavimas, kompetentingumas, bendravimas, saugumas, kliento pažinimas, apčiuopiamumas) ir jas nusakantys kriterijai.

### PAGRINDINIŲ SĄVOKŲ APIBRĖŽIMAI

- *Universitetinės studijos* – procesas, kurio metu, pasitelkus akademinį ir administracinį personalą, studentui sudaromos sąlygos įgyti žinias, plėtoti gebėjimus pagal studijų programoje apibrėžtus reikalavimus konkrečiai kvalifikacijai įgyti.
- *Paslauga* – santykiai tarp asmenų, kai vienas asmuo (teikėjas) siekia patenkinti kito asmens (vartotojo) poreikius.
- *Paslaugos kokybė* – skirtumas tarp kliento luktos ir patirtos kokybės.

### ABSTRACT

This article reviews a possibility to assess university studies as a service. University studies have to be of high quality both in their content and in the administrative level. Therefore, quality of studies as a service is an important constituent part of study quality assurance. When assessing quality of university studies as a service, it is important to validate assessment dimensions and criteria. Seven dimensions (reliability, responsiveness, competence, communication, security, understanding the client, tangibility) of quality assessment of university studies as a service and criteria that describe these dimensions are distinguished in the article.

### DEFINITIONS OF KEY WORDS

- *University studies* – a process where with the help of academic and administrative staff the student is provided with conditions to gain knowledge, develop abilities according to the requirements for a specific qualification defined in the study programme.
- *Service* – relations between persons where one person (provider) aims to satisfy the needs of other person (customer).
- *Quality of service* – difference in quality that was expected and experienced by the client.

- *Paslaugos kokybės dimensija* – paslaugos kokybės sritis.
- *Klientas (vartotojas)* – asmuo, besinaudojantis organizacijos teikiamomis paslaugomis.

## ĮVADAS

Dėl masiškai besisteigiančių naujų aukštojo mokslo institucijų šiandien neišvengiamai didėja konkurencija tarp universitetų (Lanskoronskis, 2009). Situacija verčia universitetus vis plačiau taikyti paslaugų vadybos bei marketingo metodus, kad pritrauktų kuo daugiau studentų. Šiuo metu Lietuvoje vykdoma aukštojo mokslo reforma (*LR Mokslo ir Studijų įstatymas*, 2009) dar labiau didina konkurencingumą tarp universitetų ir skatina juos pertvarkyti veiklą pagal paslaugas teikiančių institucijų modelius, o studentus traktuoti kaip klientus. Šiandieniam mokslinės-techninės pažangos ir globalizacijos sąlygotame pasaulyje, kai naujos žinios kuriamos labai sparčiai, universitetams darosi sudėtinga atsirinkti, kokioms tyrimų sritims skirti prioritetus, kokių žinių perdavimą akcentuoti studijų procese. Orientacija į darbo pasaulio (darbdavių, profesinių sąjungų, valstybės) poreikius, ypač absolventų įsidarbinimas, tampa vienu svarbiausių studijų kokybės kriterijų, darančių įtaką akademinėi universitetų veiklai.

Universitetams vis labiau „dreifuojant“ rinkos modelio link, aktualėja kokybės užtikrinimo problemos. Pasak J. J. Bonstingl (2001), gamybos sektoriuje didžiausias kokybės užtikrinimo šuolis įvyko atsigręžus į klientų poreikius bei pradėjus traktuoti kokybę visų pirma kaip kliento lūkesčių patenkinimą. Tačiau ar universitetai, visuomenėje būdami specifinėmis organizacijomis, gali užtikrinti studijų kokybę drauge taikydami rinkos modelį? Šiame straipsnyje siekiama pagrįsti, kad universitetinių studijų kaip paslaugos kokybės vertinimas gali būti viena

- *Dimension of quality of service* – an area of quality of service.
- *Client (customer)* – a person who uses services provided by the organisation.

## INTRODUCTION

Competition among universities is nowadays inevitably increasing due to new higher education institutions that are being established on a mass scale (Lanskoronskis, 2009). This situation makes universities apply wider service management and marketing methods in order to attract more students. Higher education reform that is currently being implemented in Lithuania (*Law on Science and Studies of the Republic of Lithuania*, 2009) increases competitiveness among universities even more and prompts them to reorganise their activity according to the models of institutions that provide services and to treat students as clients. In the contemporary world of scientific-technical progress and globalisation when new knowledge is created very fast, universities face problems when trying to choose which research areas should be given priorities and what kind of knowledge should be emphasised in the study process. Orientation towards the needs of the world of work (employers, trade unions, state), especially graduate placement, has become one of the most important study quality criteria, influencing academic activity of universities.

As universities are more closely “drifting” towards the market model, problems of quality assurance become more relevant. According to Bonstingl (2001), the largest jump in quality assurance in the manufacturing sector has been noted after turning at the needs of clients and starting treating quality as, first of all, satisfaction of client’s expectations. However, can universities, being specific organisations in the society, assure study quality when applying the market model at the same time? This article aims to validate the fact that quality

sudėtinių studijų kokybės užtikrinimo dalių. Universitetinės studijos turi būti kokybiškos ne tik turiniu, bet ir administravimo lygmeniu, kuris akcentuojamas paslaugų vadyboje. Vertinant universitetinių studijų kaip paslaugos kokybę, svarbu apibrėžti kokybės vertinimo dimensijas bei kriterijus. Verslo bei pramonės įmonės yra apibrėžusios gana bendras paslaugos kokybės vertinimo dimensijas, o aukštojo mokslo sektoriuje vis dar stinga universitetinių studijų kaip paslaugos kokybės vertinimo dimensijų bei kriterijų pagrįstumo. Kadangi nėra bendrų kokybės vertinimo dimensijų ir kriterijų, sunkiau vertinti universitetinių studijų kaip paslaugos kokybę, o dėl to sunku išsivaizduoti universitetinių studijų kaip paslaugos kokybės gerinimą. Siekiant išspręsti pastarąją problemą, šiame straipsnyje keliamas tikslas pagrįsti universitetinių studijų kaip paslaugos kokybės vertinimo dimensijas bei kriterijus.

## 1 UNIVERSITETINĖS STUDIJOS KAIP PASLAUGA

Universitetą kaip paslaugas teikiančią organizaciją visų pirma pradėjo traktuoti visuotinės kokybės vadybos atstovai (Mostafa, 2006). Jie teigė, kad universitetai, kaip ir kitos organizacijos, teikia paslaugas, kurių kokybe bei marketingu privalu rūpintis, o kad tai būtų galima padaryti, švietimo organizacijose, tarp jų ir universitetuose, reikia taikyti verslo vadybos metodus.

Pasak B. Vengrienės (2006), paslaugas teikiančiose organizacijose visuomet yra paslaugos teikėjas ir jos vartotojas (klientas). Mokslinėje literatūroje (Groccia, 1997; Bay, Daniel, 2001; Michel, Gallan, Brown, 2007) vis dar plačiai diskutuojama, ar studentas iš tiesų gali būti traktuojamas kaip vienas iš universiteto teikiamos studijų paslaugos klientų, ir jei ne, ar universitetines studijas galima laikyti paslauga.

assessment of university studies as a service can be one of the constituent parts of study quality assurance. University studies have to be of high quality both in their content and in the administrative level that is emphasised in service management. When assessing quality of university studies as a service, it is important to define quality assessment dimensions and criteria. Business and industrial companies have defined rather general dimensions for assessment of quality of service while there is a lack in the validity of dimensions and criteria for quality assessment of university studies as a service in the sector of higher education. As there are no general quality assessment dimensions and criteria, it is difficult to assess quality of university studies as a service. As a result, it is difficult to imagine improvement of quality university studies as a service. In order to solve this problem, the article aims to validate dimensions and criteria of quality assessment of university studies as a service.

## 1 UNIVERSITY STUDIES AS A SERVICE

Representatives of total quality management were the first to start treating university as the organisation that provides services (Mostafa, 2006). They claimed that universities, similarly to other organisations, provide services the quality and marketing of which should be taken care of. In order to do that, education institutions, including universities, should apply business management methods.

According to Vengrienė (2006), the service provider and its customer (client) are always present in organisations that provide services. It is still widely negotiated in scientific literature (Groccia, 1997; Bay, Daniel, 2001; Michel, Gallan, Brown, 2007) if the student can really be treated as one of the clients of a study service provided by the university, and if not, can university studies be treated as a service.

J. E. Groccia (1997) teigia: studentą apibrėždami kaip vartotoją, automatiškai priimame poziciją, kad vartotojas (studentas) visuomet yra teisingas. D. Bay ir H. Daniel (2001) pritaria J. E. Groccia (1997) nuomonei teigdami: studentas visų pirma yra besimokantis, o ne vartotojas. Vartotojo *kaip visuomet teisingas* samprata implikuoja, jog klientas nuolat turi gauti tik tai, kas malonu ir kelia pasitenkinimą. D. Bay ir H. Daniel (2001) nuomone, studentų negalime laikyti aukštojo mokslo teikiamų paslaugų klientais, nes šie dažnai painioja du dalykus: kokios paslaugos jiems *reikia* ir kokios paslaugos jie *norėtų*. Pavyzdžiui, aukštųjų mokyklų studentai gali norėti lengvai gauti gerus pažymius, nelaikyti egzaminų, studijuoti tik tuos dalykus, kurie jiems patinka. Tačiau kad jų noras ateityje įsitvirtinti darbo rinkoje ir gerai uždirbti galėtų būti išpildytas, privalu studijuoti pagal numatytą studijų programą. Anot D. Bay ir H. Daniel (2001), paslaugas teikiančiose organizacijose vartotojais galime laikyti tik tuos klientus, kurių norai sutampa su poreikiais. Kita vertus, kaip teigia J. E. Groccia (1997), studijų procesas pats automatiškai suponuoja savyje diskomfortą, todėl aukštojo mokslo institucijos yra bejėgės išpildyti *vartotojo, kaip visuomet teisingas* pažadą. S. Michel, A. S. Gallan, S. W. Brown (2007), C. Wright, M. O'Neil (2002) diskutuoja su tokiu požiūriu ir teigia: studentai yra pagrindiniai aukštojo mokslo institucijų teikiamų paslaugų vidiniai vartotojai (be darbdavių ir kitų socialinių dalininkų kaip išorinių vartotojų), o universitetų, kaip paslaugas teikiančių organizacijų samprata su savais klientais ir teikėjais yra neišvengiama pasaulyje, kuriame į visas gyvenimo sritis smelkiasi rinkos ekonomikos modelis.

Dar vienas požymis, sudarantis prielaidas traktuoti universitetines studijas kaip paslaugą, yra Bolonijos (1999) procesas. Esminis Bolonijos proceso bruožas – diegti studijų rezultatus aukštojo mokslo sistemoje (*Svarbiausi Bolonijos proceso dokumentai*,

Groccia (1997) claims that by defining the student as the customer we automatically accept the position that the customer (student) is always right. Bay and Daniel (2001) agree to Groccia (1997) by stating that the student is first of all a learner, not a customer. The conception of the customer *as always being right* implicates that the client shall always get things that are pleasant and give satisfaction. According to Bay and Daniel (2001), we cannot treat students as clients of services provided by higher education because they often confuse two things – what service they *need* and what service they *would like*. For example, students from higher education institutions can want to get good marks easily, to take no exams and to study only those things that they like. However, it is necessary to follow a certain curriculum for their wish to gain a foothold in the labour market in future to be fulfilled. According to Bay and Daniel (2001), in organisations that provide services only those clients can be treated as customers whose wishes match their needs. The study process automatically supposes discomfort in itself (Groccia, 1997); therefore, higher education institutions are incapable to fulfil the promise that *the customer is always right*. Michel, Gallan, Brown (2007), Wright, O'Neil (2002) negotiate upon this approach and claim that students are the main internal customers (aside from employers and other stakeholders as external customers) of services provided by higher education institutions and the conception of universities as organisations providing services together with their own clients and providers is unavoidable in the world where the model of market economy is penetrating into all spheres of life.

Yet another fact that creates assumptions for treatment of university studies as a service is the Bologna Process (1999). The main feature of the Bologna Process – to implement learning outcomes into the system of higher education (*Key documents of the Bologna Process*, 2008) – allows solving many questions

2008) – leidžia spręsti daugybę šios sistemos tobulinimo klausimų, tarp jų – gerinti studijų kokybę ir kvalifikacijų palyginimą bei pripažinimą. Studijų rezultatų diegimas grindžiamas objektyviais studento (kliento) poreikiais, t. y. atsižvelgiant į tai, kokių mokėjimų studentui reikės įsitvirtinti darbo rinkoje. Tokia viso Europos aukštojo mokslo orientacija į studentą kaip į klientą automatiškai kelia universitetams reikalavimą persitvarkyti pagal paslaugas teikiančių organizacijų modelius.

Kita vertus, studentas tėra tik vienas iš universitetinių studijų klientų. M. Mukhopadhyay (2005) visus švietimo institucijų klientus skirsto į dvi grupes: vidinius ir išorinius. Vidiniais universiteto klientais jis laiko dėstytojus, administracijos personalą, techninius darbuotojus<sup>1</sup>, o išoriniais – darbdavius, valstybę, profesines sąjungas, bendruomenę, tam tikrais atvejais (kai už studijas moka tėvai) – ir studentų tėvus. Anot M. Mukhopadhyay (2003), studentas, kaip vienas iš universiteto klientų, yra ir vidinis, ir išorinis klientas. Viena vertus, studentas aktyviai dalyvauja paslaugos kūrimo ir teikimo procesuose (pavyzdžiui, dėstyimo metu gaudamas paslaugą, studentas ne tik gauna paslaugą, bet ir dalyvauja ją kuriant). Tai jį daro vidiniu universiteto teikiamų paslaugų klientu. Išoriniu klientu studentas yra todėl, kad dalis *paslaugos kūrimo* proceso jam yra nematoma.

Šis universiteto klientų tinklas ir studento vieta jame (1 pav.) gali būti vienas paaiškinimų, kodėl studentas gali būti laikomas klientu nebijant, jog nuo to nukentės studijų kokybė. Universitetai turi tenkinti ne tik studentų, bet ir kitų savo išorinių klientų (darbdavių, valstybės, visuomenės) poreikius, t. y. svarbu, kad ne tik studentas būtų patenkintas studijomis, bet ir tai, kad studentų įgyti mokėjimai atitiktų darbdavių poreikius bei valstybės strateginius tikslus. Šis uždavinys (suderinti skirtingų klientų norus) tampa vienu iš saugiklių

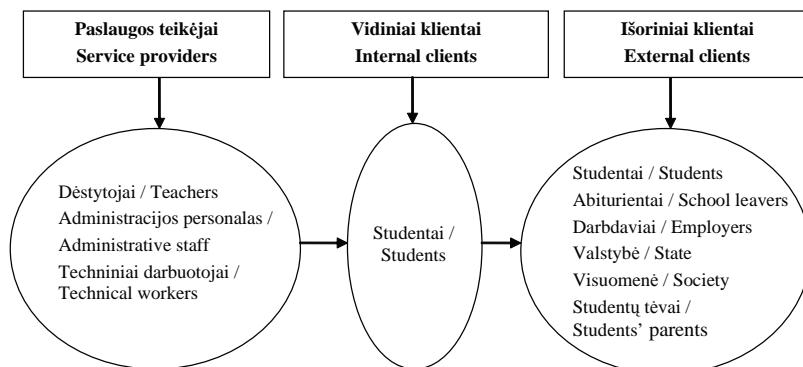
related to the improvement of this system, including the improvement of study quality and comparison as well as acknowledgment of qualifications. Implementation of learning outcomes is based on objective student's (client's) needs, i.e. taking into consideration skills that the student needs in order to enter the labour market. Such an orientation of all European higher education towards the student as the client automatically requires universities to be reorganised according to the models of organisations that provide services.

On the other hand, the student is just one of the clients of university studies. Mukhopadhyay (2005) divides all clients of education institutions into two groups: internal and external. Teachers, administrative staff and technical workers he treats as internal clients of the university<sup>1</sup>, whereas employers, state, trade unions, society and in certain cases parents of students (when parents pay for studies) shall be treated as external clients. According to Mukhopadhyay (2003), the student is both internal and external client of the university. On the one hand, the student actively participates in the processes of both service creation and provision (for example, when the student receives a service during the process of teaching, he or she not only receives a service but also participates in its creation). This makes him an internal client of services provided by the university. The same student is also an external client because a part of *the process of service creation* is invisible to him or her.

This network of university clients and the place of the student in it (Fig. 1) can be one of the explanations why the student can be treated as the client without being afraid that study quality will suffer because of this reason. Universities have to satisfy the needs of not only students but also of their other external clients (employers, state, society), i.e. it is not enough for students to be satisfied with their studies.

<sup>1</sup> Su tokiu skirstymu reiktų diskutuoti, nes kyla klausimas, o kas tada yra paslaugų teikėjai?

<sup>1</sup> With such classification we could discuss since the question arises: who is the providers of the service?



1 pav. Universitetinių paslaugų teikėjai, vidiniai bei išoriniai klientai

Fig. 1. Internal and external clients as well as service providers of services provided by the university

universitetams siekiant išlaikyti aukštą studijų kokybės lygį ir organizuoti studijas, tenkinančias studentus. Kita vertus, studentai kaip universitetinių studijų paslaugos klientai gali kompetentingai vertinti administracinę studijų kokybės lygmenį (studijų paslaugos teikimo procesą), bet studijų programose studijų rezultatų pagrįstumą turėtų vertinti darbdaviai bei valstybės ekspertai.

Pasak N. A. Ali ir M. Zairi (2009), universitetinės studijos gali būti laikomos paslauga dar ir todėl, kad joms, kaip ir kitoms paslaugoms, teikiama verslo organizacijoje, būdingi tie patys bruožai: 1) neapčiuopiamumas; 2) heterogeniškumas; 3) neatskiriamumas; 4) senėjimas.

Paslaugos *neapčiuopiamumas* reiškiasi tuo, kad jai būdingas subjektyvumas: skirtingi klientai tą pačią paslaugą gali įvertinti skirtingai. Pavyzdžiui, viena svarbiausių universitetinių studijų paslaugos išraiškų – dėstymas iš esmės gali būti vertinamas remiantis tik studentų emociniu patyrimu. Paslaugos neapčiuopiamumas suteikia vartotojui kaip ir teikėjui didelį nesaugumo jausmą, t. y. studentas, atėjęs pasiskusti dėl prasto dėstytojo darbo, iš esmės neturi jokių materialių įrodymų, tik savo patirtį. Siekiant sumažinti šį vartotojo nesaugumo jausmą, teikiami sertifikatai bei pažymėjimai, pasirašomos studijų sutar-

Skills acquired by students shall meet employers' needs and strategic aims of the state. This task (to coordinate wishes of distinct clients) becomes one of the protectors for universities when trying to maintain high quality of studies and organise studies that satisfy students. On the other hand, students as clients of the service of university studies can competently assess the administrative level of study quality (the process of provision of study services); however, the validity of learning outcomes should be assessed by employers and state experts.

According to Ali and Zairi (2009), university studies can be treated as a service because they have the same features as other services provided by business organisations: 1) intangibility; 2) heterogeneity; 3) integrity; 4) perishability.

*Intangibility* of the service is manifested by the fact of subjectivity: different clients the same service could evaluate differently. For example, teaching, which is one of the most important aspects of the service of university studies, is an intangible matter, the quality of which can basically be assessed only according to emotional students' experiences. Intangibility of the service gives its customer a feeling of insecurity, i.e. if the student wants to complain about poor teacher's work, he or she basically can express only what he/she have experienced and has no material evidences. In order to reduce this feeling of



tys, rengiama dalomoji medžiaga, saugomi studentų atsiskaitymų dokumentai ir t. t.

Paslaugos *heterogeniškumas* kyla iš pačios paslaugos prigimties, t. y. santykio tarp paslaugos teikėjo ir gavėjo. Tiek teikėjas, tiek klientas yra žmonės su specifine patirtimi, emocijomis, nuostatomis bei vertybėmis. Paslaugos heterogeniškumas reiškiasi tuo, jog kiekvieną kartą teikiant tą pačią paslaugą susiduria skirtingų žmonių turimos emocijos, jausmai bei įsitikinimai. Tai ir nulemia, kad iš esmės nėra įmanoma skirtingiems vartotojams suteikti identišką paslaugą. Pavyzdžiui, tas pats dėstytojas tą patį studijų dalyką skirtingiems studentams dėstys skirtingai ir keli dėstytojai skirtingais metodais sieks tų pačių studijų rezultatų. Čia kyla didelė studijų, kaip paslaugos, kokybės palyginamumo problema. Paslaugoms būdingas heterogeniškumas sunkina paslaugų standartizavimą bei vertinimą (Bagdonienė, Hopenienė, 2004), o neatlikus pastarųjų veiksmų, studijų kaip paslaugos kokybės vertinimo pagrindumas bei patikimumas tampa abejotini.

Paslaugos *neatskiriamumas* reiškiasi tuo, jog pati paslauga yra neatsiejama nuo paslaugos teikimo proceso, t. y. paslauga teikiama ir vartojama tuo pačiu metu (Bagdonienė, Hopenienė, 2004). Vadinasi, studijų, kaip paslaugos, kokybė tiksliausiai būtų pamatuojama teikimo-gavimo metu.

Paslaugos *senėjimas* pasireiškia tuo, jog paslauga nepasiduoda „sandėliavimui“ ar „archyvavimui“ (Ali, Zairi, 2009). Pavyzdžiui, universitetinių studijų atveju, paslauga gali būti teikiama tik tuomet, kai dėstytojas bei studentai dalyvauja paskaitoje. Kita vertus, plėtojantis informacinėms-komunikacinėms technologijoms atsiranda vis daugiau galimybių studijuoti nuotoliniu būdu, tai tam tikra prasme leidžia kaupti studijų paslaugos „atsargas“. Tačiau šios atsargos sensta morališkai, vadinasi jų kokybė prastėja.

Apibendrinant universitetinės studijos gali būti laikomos paslauga ne tik todėl, kad turi aiškiai apibrėžtus paslaugos teikėjus

insecurity, certificates are awarded, study agreements are signed, handouts are prepared, records of students' works and exams are stored etc.

*Heterogeneity* of the service arises from the nature of the own service, i.e. a relation between service provider and the service receiver. Both the provider and the client are people with specific experience, emotions, attitudes and values. Heterogeneity of the service is revealed by the fact that emotions, feelings and beliefs of distinct people meet each time when the same service is provided. Therefore, there is basically no possibility to provide distinct customers with identical services. For example, the same teacher will differently teach distinct students the same subject and several teachers will use different methods to achieve the same learning outcomes. A great problem of comparability of quality of studies as a service arises here. Heterogeneity, characteristic to services, impedes standardisation and assessment of services (Bagdonienė, Hopenienė, 2004). Without these actions validity and reliability of study quality assessment as a service become questionable.

*Integrity* of the service is defined by the fact that the service itself cannot be dissociated from the process of service provision, i.e. the service is provided and used at the same time (Bagdonienė, Hopenienė, 2004). Therefore, quality of studies as a service could be most accurately measured at the moment of provision-receiving.

*Perishability* of the service arises due to the fact that the service resists “storage” and “archiving” (Ali, Zairi, 2009). For example, in the case of university studies, the service can be provided only when the teacher and students participate in the lecture. On the other hand, development of information-communication technologies allows creating more possibilities for distance learning. This in a way allows accumulating “resources” of study services. However, these resources get old morally and their quality decreases.

In conclusion, university studies can be treated as a service not only due to the fact

(dėstytojus, administracinį bei techninį personalą), vartotojus (studentus, darbdavius, valstybę) ir visus įprastoms paslaugoms būdingus bruožus (heterogeniškumą, neapčiuopiamumą, neatskiriamumą ir senėjimą), bet ir todėl, kad siekiant universitetinių studijų kaip paslaugos kokybės, yra svarbu užtikrinti ne tik paties studijų proceso, bet ir studijų „aptarnavimo“ kokybę, kuri akcentuojama paslaugos paradigmoje.

## 2 STUDIJŲ KAIP PASLAUGOS KOKYBĖS VERTINIMAS

Paslaugos paradigmoje vartotojas ir jo patenkinimas laikomas pagrindiniu kriterijumi, pagal kurį sprendžiama apie paslaugos kokybę. Dauguma mokslininkų (Gronroos, 2007; Barnes, 2006; Vengrienė, 2006; Prugsamatz, Heaney, Atpert, 2007) vieningai sutaria, kad paslaugos kokybę klientas suvokia lygindamas laukiamą paslaugos kokybę su gautąja paslaugos kokybe. Pateiktame paslaugos kokybės vertinimo modelyje (2 pav.) teigiama, jog kliento laukiamos paslaugos kokybė priklauso nuo kliento a) asmeninių poreikių, b) ankstesnės patirties gaunant panašią paslaugą bei c) jo žinių apie instituciją bendraujant su asmenimis (žodinė komunikacija), kurie naudojosi tos institucijos teikiamomis paslaugomis (Barnes, 2006). Patirtą paslaugos kokybę lemiantys faktai yra: a) ar paslaugos teikėjas teikia tą paslaugą, kurios reikia klientui, b) ar pastaroji paslauga atitinka šiandienio pasaulio kokybės standartus (pavyzdžiui, ar studijų programa parengta remiantis šiandienos darbo rinkai aktualiais studijų rezultatais) ir c) ar paslauga perteikiama klientui taip, kaip yra numatyta (Prugsamatz, Heaney, Atpert, 2007). Kliento patirta paslaugos kokybė taip pat priklauso ir nuo paslaugos teikėjo išorinės komunikacijos su potencialiais klientais, kuri apima

that they have clearly defined service providers (teachers, administrative and technical staff), customers (students, employers, state) and all features characteristic to usual services (intangibility, heterogeneity, integrity, ageing), but also due to the fact that in order to achieve high quality of university studies as a service, it is important to ensure quality of both the process of education and study “servicing” that is emphasised in the paradigm of service.

## 2 QUALITY ASSESSMENT OF STUDIES AS A SERVICE

In the paradigm of service, the customer and his/her satisfaction are considered to be the main criterion when making decisions on service quality. Many scientists (Gronroos, 2007; Barnes, 2006; Vengrienė, 2006; Prugsamatz, Heaney, Atpert, 2007) agree that service quality is realised by the client through the comparison of the expected service quality and the received service quality. The model of service quality assessment (Fig. 2) claims that the quality of the expected service depends on the client's a) personal needs, b) prior experience in receiving similar service, and c) his/her knowledge on the institution while communicating with individuals (verbal communication) who have already used services provided by this institution (Barnes, 2006). Facts that determine experienced service quality are: a) if the service provider provides a service that the client needs, b) if this service meets quality standards of the contemporary world (for example, if the study programme is prepared in accordance to learning outcomes relevant to the contemporary labour market), and c) if a service is provided to the client as planned (Prugsamatz, Heaney, Atpert, 2007). Service quality experienced by the client also depends on external communication of the service provider with potential clients,

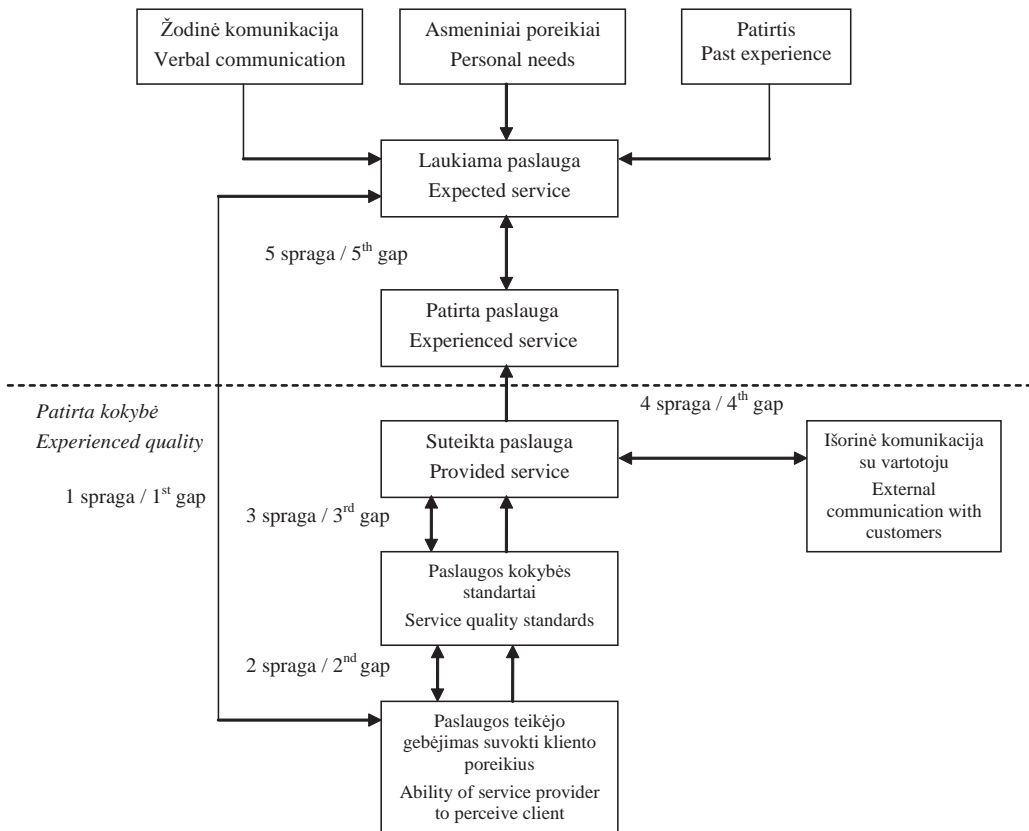


organizacijos marketingą bei institucijos įvaizdžio formavimą (Barnes, 2006).

Pateiktame modelyje (2 pav.) ne tik atskleidžiama, kaip klientas suvokia paslaugos kokybę (pasvėręs skirtumą tarp laukiamos bei patirtos kokybės), tačiau ir nurodomos dažniausios priežastys (kokybės spragos), lemiančios nepakankamą paslaugos kokybės įvertinimą. Modelyje išskiriamos penkios paslaugų kokybės spragos, kurių viena (pirmoji) yra esminė, nes lemia kitas keturias. *Pirmoji spraga* atsiranda tuomet, kai paslaugos teikėjas nežino kliento poreikių (Babiarz, Piotrowski, Wawrzynkiewicz, 2003). Jei paslaugos teikėjas nesidomi kliento poreikiais, susidaro kitos keturios paslaugos kokybės spragos.

involving organisation marketing and image (Barnes, 2006).

The model in Figure 2 not only reveals the situation how the client understands service quality (weighing the difference between the expected and experienced quality) but also indicates the most frequent reasons (quality gaps) for insufficient service quality evaluation. The model distinguishes five service quality gaps. One of them (the first one) is considered to be the most important as it determines the other four gaps. *The first gap* arises when the service provider does not know the needs of its client (Babiarz, Piotrowski, Wawrzynkiewicz, 2003). If the service provider is not interested in the needs of its client, the other four service quality gaps are formed.



2 pav. **Paslaugos kokybės spragų modelis** (Parengta pagal B. R. Barnes; 2006, p. 6)

Fig. 2. **The model of service quality gaps** (Prepared according to Barnes; 2006, p. 6)

*Antra paslaugos kokybės spraga* atsiranda tuomet, kai paslaugos teikėjų siūlomos paslaugos neatitinka šiuolaikinio pasaulio keliamų kokybės standartų (Prugsamatz, Heaney, Atpert, 2007). Pavyzdžiui, universitetinių studijų atveju antroji spraga gali atsirasti tada, kai studijų programos rezultatai neatitinka šiandienų darbo rinkos ir demokratinės visuomenės plėtos poreikių. Kita vertus, studijų programa gali būti parengta kokybiškai, tačiau realizuojama netinkamais metodais ir priemonėmis. Tuomet atsiranda *trečioji paslaugos kokybės spraga* (Babiarz, Piotrowski, Wawrzynkiewicz, 2003). Universitetinių studijų kontekste pastarajai spragai atsirasti įtaką gali daryti nepakankamas dėstytojų, dirbančių programoje, kompetentingumas, studijų priemonių (bibliotekų, laboratorijų), reikalingų programai realizuoti, stygius arba prasta kokybė.

Paslaugos kokybės spragos gali atsirasti ne tik dėl vidinės organizacijos veiklos problemų (nekokybiškai parengtos studijų programos, netinkamas jų realizavimas ir pan.), bet ir dėl neadekvačios išorinės komunikacijos su klientais.

*Paskutinė* šiame modelyje išskiriama spraga – neatitiktis tarp kliento patirtos bei lauktos paslaugos kokybės. Ši spraga paprastai atsiranda dėl visų aprašytųjų spragų ir, kaip buvo minėta, lemia galutinį paslaugos kokybės įvertinimą kliento požiūriu.

Apibendrinami galime pastebėti, jog pagrindinis paslaugos kokybės suvokimo mechanizmas remiasi prielaida: kas yra kokybiška paslauga, visų pirma apibrėžia vartotojas, vertindamas lauktos bei patirtos kokybės skirtumą. Atsiradusi neatitiktis tarp kliento laukiamos bei patirtos kokybės sudaro prielaidas paslaugos kokybės spragoms rasti (išskyrus tuos atvejus, kai patirta paslaugos kokybė viršija kliento lūkesčius).

*The second service quality gap* arises when services offered by service providers do not meet quality standards of the contemporary world (Prugsamatz, Heaney, Atpert, 2007). For example, in case of university studies, the second gap can be found when learning outcomes do not meet contemporary needs of the labour market and democratic society. On the other hand, the study programme can be prepared qualitatively but realised by inappropriate methods and tools. Then *the third service quality gap* arises (Babiarz, Piotrowski, Wawrzynkiewicz, 2003). In the context of university studies, the appearance of this gap can be influenced by inadequate competence of teachers who work in the programme, lack or poor quality of study tools (libraries, labs) needed for the realisation of the programme.

Service quality gaps can arise not only because of problems in the inner activities of the organisation (poor-quality preparation of study programmes, inappropriate their realisation etc.) but also because of inadequate external communication with clients.

*The last gap* distinguished in this model is imbalance in client's experienced and expected service quality. This gap usually arises due to the all described gaps and, as it was already mentioned, determines final service quality evaluation from the point of view of the client.

In conclusion, it can be noted that the basic mechanism for the perception of service quality is based on the assumption that the customer is the first to define what a high-quality service is. This is done through the assessment of differences in expected and experienced quality. The imbalance in client's experienced and expected service quality creates preconditions for the appearance of service quality gaps (except for cases when the experienced service quality exceeds client's expectations).

### 3 STUDIJŲ KAIP PASLAUGOS KOKYBĖS VERTINIMO DIMENSIJOS BEI KRITERIJAI

Parasuraman, Zitehaml bei Berry (iš Barnes, 2006), tyrinėję paslaugos kokybės sandarą, priėjo išvadą: nesvarbu, kokios organizacijos paslaugas vertiname, paslaugos kokybė gali būti apibrėžta per dešimt dimensijų – *apčiuopiamumą, patikimumą, reagavimą, kompetentingumą, paslaugumą, pasitikėjimą, saugumą, prieinamumą, bendravimą, kliento pažinimą*<sup>2</sup>. Daug kartų empiriškai patikrinę dešimties dimensijų paslaugų kokybės vertinimo modelį, pastarieji mokslininkai (Parasuraman, Zitehaml bei Berry iš Stodnick, Rogers, 2008) sumažino jį iki penkių dimensijų: a) *patikimumo* (personalo gebėjimo laiku suteikti paslaugą ir ištesėti pažadus), b) *reagavimo* (personalo pasirengimo kuo greičiau padėti klientui spręsti iškilusius klausimus ir problemas), c) *užtikrinimo* (personalo kompetentingumo, mandagaus elgesio ir gebėjimo įkvėpti klientus, sudaryti klientui saugumą), d) *empatiškumo* (individualizuoto dėmesio rodymas klientui, domėjimasis jo poreikiais, kliento supratimas), e) *apčiuopiamumo* (materialūs paslaugos teikimo aspektai). Sugretinę pirmąsias dešimt ir antrąsias penkias išskirtas paslaugos kokybės vertinimo dimensijas, galime pastebėti, jog

<sup>2</sup> 1) Apčiuopiamumas – fizinės paslaugos teikimo priemonės; 2) Patikimumas – personalo pasirengimas paslaugą suteikti laiku, ištesėti klientui suteiktus pažadus; 3) Reagavimas – personalo pasirengimas kuo greičiau padėti spręsti klientui iškilusius klausimus ir problemas; 4) Kompetentingumas – personalo gebėjimas tinkamai pasinaudoti turimomis žiniomis ir mokėjimais sprendžiant iškilusias problemas nenuspėjamosiose situacijose; 5) Paslaugumas – mandagus ir pagarbus elgesys su klientu, noras padėti klientui; 6) Pasitikėjimas – klientų tikėjimas, jog teikėjas gali tinkamai suteikti paslaugą, gebėjimas įkvėpti klientą; 7) Saugumas – grėsmės klientui nebuvimas, konfidencialumo užtikrinimas, rizikos ir abejonių sumažinimas; 8) Prieinamumas – sudaryti galimybes gauti paslaugą; 9) Bendravimas – personalo pagarbus elgesys su klientu, kliento išklausymas, paslaugumas; 10) Kliento pažinimas – pastangos suvokti kliento poreikius.

### 3 DIMENSIONS AND CRITERIA OF QUALITY ASSESSMENT OF STUDIES AS A SERVICE

Parasuraman, Zitehaml and Berry (from Barnes, 2006) had investigated the structure of service quality and made the conclusion that service quality can be defined through the following 10 dimensions irrespective of the organisation which provides a service – *tangibility, reliability, responsiveness, competence, courtesy, feeling secure, access, communication, understanding the client*<sup>2</sup>. These scientists (Parasuraman, Zitehaml and Berry, from Stodnick, Rogers, 2008) have empirically tested the ten-dimension model for service quality assessment many times and simplified it to five dimensions: a) *reliability* (ability of staff to provide service in time and to keep their promises), b) *responsiveness* (willingness of staff to help the client to solve problems and questions as soon as possible), c) *assurance* (knowledge and courtesy of staff and their ability to inspire trust and confidence), d) *empathy* (caring, individualised attention to clients, interest in their needs, understanding the client), e) *tangibility* (physical aspects of service delivery). The comparison of the first ten and the second five dimensions of service quality assessment has shown that the same dimensions of *reliability, responsiveness*

<sup>2</sup> 1) Tangibility – physical tools for service provision; 2) Reliability – ability of staff to provide the service in time and to keep their promises; 3) Responsiveness – willingness of staff to help the client to solve problems and questions as soon as possible; 4) Competence – possession of ability to use knowledge and skills properly in order to solve problems in unexpected situations; 5) Courtesy – politeness, respect and desire to help the client; 6) Credibility – client's belief that the provider can provide the service appropriately, ability to inspire the client; 7) Feeling secure – freedom from threats, assurance of confidentiality, reduction of risk and doubts; 8) Access – creating possibilities to receive the service; 9) Communication – courtesy of staff and their ability to listen to the client; 10) Understanding the client – endeavour to perceive the client's needs.

penkių dimensijų modelyje išliko tos pačios *patikimumo, reagavimo* bei *apčiuopiamumo* dimensijos.

Kita vertus, pastebimi ir keli skirtumai tarp penkių ir dešimties dimensijų modelių. Penkių dimensijų modelio *užtikrintumo* sritis (personalo kompetentingumas, mandagus elgesys ir gebėjimas įkvėpti klientus, saugumo sudarymas klientui) apima *kompetentingumo, paslaugumo, pasitikėjimo* ir *saugumo* sritis dešimties dimensijų modelyje. Penkių dimensijų modelyje išskiriama *empatiškumo* dimensija taip pat apima *kliento pažinimo* ir *paslaugumo* sritis iš dešimties dimensijų modelio. Vadinasi, penkių dimensijų modelis didele dalimi apima dešimties dimensijų modelyje išskirtas paslaugos kokybės sritis.

Šiandienėje literatūroje plačiai naudojamas penkių dimensijų paslaugos kokybės vertinimo modelis (Barnes, 2006; Stodnick, Rogers, 2008; Wright, O'Neill, 2002; Ford, Joseph, Joseph, 1999). Paslaugų kokybės vertinimas jau vien dėl pačios paslaugos kaip reiškinio prigimties (heterogeniškumo, neapčiuopiamumo, neatskiriamumo, senėjimo) yra netikslus ir sunkiai išmatuojamas. Į vieną dimensiją sutalpinus keletą paslaugos kokybės vertinimo sričių, labai sumažėtų matavimų tikslumas. Atliekant vertinamuosius tyrimus, svarbu gauti kuo tikslesnį įvertinimą, nes vertinimo metu gauti rezultatai naudojami kokybės gerinimo strategijai pagrįsti. Vadinasi, netikslūs tyrimų rezultatai gali sukelti nepagrįstus kokybės gerinimo veiksmus, kurie bus klaidingi ir nepagerins universiteto teikiamų paslaugų kokybės. Kita vertus, akivaizdu, kad rengiant paslaugų kokybės vertinimo įrankius, iš esmės atsižvelgiama į visas dešimt dimensijų. Tačiau dešimties dimensijų modelyje yra sričių, kurios dubliuoja viena kitą, pavyzdžiui, paslaugumas ir bendravimas išskiriamos kaip dvi atskiros sritys, nors paslaugumas yra viena bendravimo išraiškų. Paslaugumas veikia

and *tangibility* are present in the model of five dimensions.

On the other hand, certain differences are noted between the models of ten dimensions and five dimensions. The area of *assurance* (competence and courtesy of staff and their ability to inspire trust and confidence) in the model of five dimensions involves the areas of *competence, courtesy, credibility and feeling secure* in the model of ten dimensions. The dimension of *empathy* that is distinguished in the model of five dimensions involves the areas of *understanding the client* and *courtesy* from the model of ten dimensions. Therefore, the model of five dimensions involves, to a large extent, areas of service quality distinguished in the model of ten dimensions.

The model of five dimensions of service quality assessment is widely used in contemporary literature (Barnes, 2006; Stodnick, Rogers, 2008; Wright, O'Neill, 2002; Ford, Joseph, Joseph, 1999). Service quality assessment is inaccurate and hardly measured because of the nature of a service as a phenomenon (heterogeneity, intangibility, integrity, perishability). If several areas of service quality assessment were put into one dimension, accuracy of measurements would be significantly reduced. When performing researches of assessment, it is important to get as accurate evaluation as possible because results received during assessment are used for validation of the strategy for quality improvement. Therefore, inaccurate research results can cause inadequate activities for quality improvement. These activities will be inaccurate and will not improve the quality of services provided by the university. On the other hand, it is clear that all ten dimensions are taken into consideration when preparing tools for service quality assessment. However, there are areas in the model of ten dimensions that overlap. For example, courtesy and communication are distinguished as two separate areas even though courtesy is one of the aspects of communication. It is true to say that

yra ne atskira paslaugos kokybės dimensija, o vienas bendravimo srities kriterijų. Problemiškos ir pasitikėjimo bei prieinamumo dimensijos. Universitetinių studijų prieinamumas iš esmės sprendžiasi, kai patenkama į universitetą arba ne. Įstojus į universitetą, prieinamumo problema beveik automatiškai atkrinta (išskyrus tam tikrais atvejais, pavyzdžiui, žmonių su negalia), nes studijos tampa prieinamos. Kaip ši dimensija prieinama, iš esmės atsiskleidžia per kitas paslaugos kokybės dimensijas. Pasitikėjimo dimensija gali būti įvertinama per bendravimo ir kompetentingumo dimensijas. Vadinasi, galime išskirti septynias studijų kaip paslaugos kokybės vertinimo dimensijas: *patikimumą, reagavimą, kompetentingumą, bendravimą, saugumą, studento pažinimą, apčiuopiamumą*.

Kita vertus, universitetinių studijų paslaugos (kaip proceso) teikėjai yra ne tik dėstytojai, bet ir administracinis personalas. Vadinasi, tiriant studijų kaip paslaugos kokybę, reikėtų vertinti ne tik dėstytojų, bet ir administracinio personalo teikiamų paslaugų, susijusių su studijomis, kokybę.

**1. Patikimumo dimensija** apibūdina personalo (tiek akademinio, tiek administracinio) pasirengimą paslaugą suteikti laiku, ištesėti klientui duotus pažadus. Pagrindinis universitetinių studijų pažadas studentui – suteikti kvalifikacinį laipsnį ar kvalifikaciją, jei studentas sėkmingai pasieks studijų programme nustatytus rezultatus (Babiarz, Piotrowski, Wawrzynkiewicz, 2003). Vadinasi, studijų proceso metu svarbu realizuoti tai, kas buvo žadėta studijų programos apraše. Vienas pagrindinių studijų programos realizavimo požymių – įgytos žinios ir mokėjimai. Žinios įgyjamos, mokėjimai ugdomi per paskaitas, seminarus, laboratorinius darbus, praktikas, konsultacijas (rengiant savarankiškus darbus – referatus, kursinius ir baigiamuosius darbus ir pan.). Įgytas žinias ir mokėjimus dėstytojai fiksuoja vertindami

courtesy is one of criteria of communication rather than a completely separate dimension of service quality. Dimensions of credibility and access are also problematic. Access of university studies is basically faced when the student is either accepted to the university or not. Having entered the university, the problem of access almost automatically disappears (except for certain cases; for example, disabled people) because studies become accessible. The aspects of how this dimension is accessed are basically revealed through other dimensions of service quality. The dimension of credibility can be evaluated through the dimensions of communication and competence. Therefore, we can distinguish seven dimensions of assessment of studies as a service: *reliability, responsiveness, competence, communication, security, understanding the student and tangibility*.

On the other hand, both teachers and administrative staff are considered to be providers of the service of university studies (as a process). Therefore, quality of study services provided by both teachers and administrative staff should be assessed when analysing quality of studies as a service.

**1. Dimension of reliability** describes readiness of staff (both academic and administrative) to provide the service in time and to keep promises given to the client. The main promise of university studies given to the student is to award a degree or qualification if the student successfully achieves learning outcomes indicated in the study programme (Babiarz, Piotrowski, Wawrzynkiewicz, 2003). Thus it is important during the study process to realise what was promised in the description of the study programme. One of the main features of the realisation of the study programme is gained knowledge and skills. Knowledge is gained, skills are developed during lectures, seminars, laboratory works, practices and consultations (when preparing individual works, such as papers, course papers, final theses etc.). Gained knowledge and skills are recorded by teachers



studentų studijavimo pasiekimus, todėl svarbu, kad dėstytojais vertintų objektyviai, kompetentingai ir nešališkai. Vadinas, studijų kaip paslaugos patikimumas yra kokybiškas, jei: a) suplanuotos paskaitos, seminarai ir kiti užsiėmimai bei konsultacijos įvyksta numatytu laiku (Stodnick, Rogers, 2008); b) studijų programoje numatytos žinios ir ugdomi mokėjimai perteikiami kompetentingai; c) studentų studijavimo pasiekimai vertinami objektyviai; d) administracinis personalas laiku informuoja studentus apie studijų tvarkos pakeitimus. Vadinas, galime išskirti *keturis* studijų kaip paslaugos *patikimumo* dimensiją nusakančius *kriterijus*: 1) studijų metu realizuojama tai, kas buvo žadėta studijų programoje; 2) suplanuotos paskaitos bei konsultacijos įvyksta numatytu laiku; 3) vertindami studentų darbus, dėstytojai yra teisingi ir nešališki; 4) administracinis personalas laiku informuoja studentus apie studijų tvarkos pakeitimus.

**2. Reagavimo dimensija** apibūdina tiek administracinio, tiek akademinio personalo pasirengimą kuo greičiau padėti spręsti studentui iškilusius studijavimo klausimus bei problemas. Jeigu akademinis ar administracinis personalas negali atsakyti į studentui iškilusius klausimus, problemas ar nusiskundimus, svarbu nurodyti priežastis, kodėl šiuo metu nėra galimybės pateikti atsakymų (Bagdonienė, Hopenienė, 2004). Šiame straipsnyje akademinio ir administracinio personalo reagavimo dimensiją apibūdiname tokiais *kriterijais*: 1) reagavimo į studentų paklausimus tvarkos reglamentavimas universitete; 2) studentui iškilusių problemų sprendimo operatyvumas; 3) priežasties nurodymas, jei negalima operatyviai atsakyti į studento klausimus; 4) studentų klausimų sprendimo trukmės atitiktis nustatytai tvarkai reglamentuojančiuose dokumentuose.

**3. Kompetentingumo dimensija** apibrėžiama kaip akademinio ir administracinio personalo žinių bei mokėjimų kūrybiškas

during the assessment of studying achievements. Therefore, it is important for teachers to do that objectively, competently and impersonally. This means that reliability of studies as a service is considered to be of high quality if a) lectures, seminars and other activities and consultations take place as scheduled (Stodnick, Rogers, 2008); b) knowledge indicated in the study programme and skills to be developed are delivered competently; c) studying achievements are assessed objectively; d) administrative staff informs students about changes in study procedures in time. Thus *four criteria* that describe the dimension of *reliability* of studies as a service can be distinguished: 1) studies realise what was promised in the study programme; 2) planned lectures and consultations take place as scheduled; 3) when assessing students' works, teachers are fair and impartial; 4) administrative staff informs students about changes in study procedures in time.

**2. Dimension of responsiveness** describes readiness of both administrative and academic staff to solve studying-related questions and problems that students face. If academic or administrative staff cannot respond to questions, problems or complaints that the student faces, it is important to indicate reasons why there is no possibility to provide answers right now (Bagdonienė, Hopenienė, 2004). The dimension of responsiveness of academic and administrative staff are described in this article by the following *criteria*: 1) regulation of the procedure of responsiveness to students' questions; 2) operative solutions of students' problems; 3) indication of the reason if there is no operative answer to students' questions; 4) compliance of duration of solving student questions with established procedures in regulating documents;

**3. Dimension of competence** is defined as a creative application of knowledge and skills possessed by academic and administrative staff in order to provide a high-quality

pritaikymas, reikalingas suteikti kokybišką paslaugą (Barnes, 2006). Ši dimensija tam tikru mastu papildo patikimumo dimensiją. L. D. Hammond ir J. B. Snowden (2007) nurodo: kompetentingas dėstytojas turi būti ne tik geras savo dėstomo dalyko ekspertas, bet ir gebėti suprantamai paaiškinti dėstomąjį dalyką bei juo sudominti. Vadinasi, galima išskirti tokius šios dimensijos *kriterijus*: 1) geras savo dėstomojo dalyko (administraciniam personalui – savo darbo srities) žinovas; 2) gebėjimas sudominti savo dėstumu dalyku; 3) gebėjimas suprantamai paaiškinti savo dėstomąjį dalyką (administraciniam personalui – pagrįsti, kodėl problema išspręsta būtent taip); 4) gebėjimas padėti studentui išspręsti studijavimo ar socialines problemas.

**4. Bendravimo dimensija** apibrėžia pagarbų elgesį su klientu (pavyzdžiui, išklausti studento pageidavimus, nusiskundimus) bei paslaugumą. Studentas gali būti išklaustas tik tam tikromis sąlygomis (pavyzdžiui, jei norime, kad žmogus dalytųsi savo sunkumais ar džiaugsmais, visų pirma reikia parodyti jam dėmesį, jį išklausti, bendravimas turi būti šiltas ir jaukus (Kočiūnas, 1995). Svarbus gero bendravimo požymis – suteikti studentui grįžtamąjį ryšį apie jo atliktas užduotis (Rainienė, 2004). Kita vertus, studentas, dalydamasis su dėstytoju studijavimo patirtimi, gali suteikti šiam daug naudingos informacijos apie jo darbo kokybę (ir apskritai apie studijų kokybės būklę) bei galimus gerinimo būdus. Trečia vertus, jei tarpusavio santykiai bus geri, tikėtina, kad ir studijų procesas bus efektyvesnis.

Apibendrinant akademinio ir administracinio personalo bendravimo su studentais dimensiją, būtų galima išskirti šiuos *kriterijus*: 1) studentui skiriamas asmeninis dėmesys; 2) bendravimas su studentu yra geranoriškas, dėmesingas; 3) studentui teikiamas grįžtamasis ryšys apie jo atliktas užduotis; 4) studentas yra gerbiamas (pirmiausia

service (Barnes, 2006). To a certain extent, this dimension complements the dimension of reliability. Hammond and Snowden (2007) indicate that a competent teacher shall both be an expert of the taught subject and have an ability to explain the subject clearly and engage into it. So the following *criteria* of this dimension can be distinguished: 1) expert of his/her teaching subject (for administrative staff – expert of his/her work field); 2) ability to engage into the taught subject; 3) ability to explain the taught subject clearly (for administrative staff – validate why the problem was solved in this way); 4) ability to help the student to solve problems regarding his/her studies or social problems.

**4. Dimension of communication** describes respectful behaviour with the client (for example, listening to the student's requests, complaints) and courtesy. The student can be listened to only under certain conditions. For example, if we want a person to share his/her problems and joys, it is very important to show him/her your attention, to listen to him/her. Communication should be warm and comfortable (Kočiūnas, 1995). An important feature of good communication is to provide the student with feedback on the completed tasks (Rainienė, 2004). On the other hand, the student can share studying experiences with the teacher and in this way provide the teacher with useful information on the quality of his/her work (and quality of studies in general) and possible ways of improvement. In addition, it is believed that the study process will be more effective if relationship between the student and the teacher is good.

The following *criteria* can be distinguished upon generalisation of the dimension of communication of academic and administrative staff with students: 1) personal attention is devoted to the student; 2) communication with the student is well-wishing and attentive; 3) providing the student with feedback on the performed tasks; 4) student is respected (first

kaip asmuo); 5) studento problemos yra išklausomos.

**5. Saugumo dimensija** apibrėžiama kaip grėsmės klientui nebuvimas, konfidencialumo užtikrinimas, rizikos ir abejonių sumažinimas (Barnes, 2006). Remiantis A. H. Maslow (2006), saugumas yra vienas pirminių žmogaus poreikių, be kurio neįmanoma siekti aukštesnių tikslų. Universitetinių studijų atveju svarbu, kad būtų sukurta teigiama emocinė atmosfera, lydinti visą studijų procesą. Saugumo atmosfera skatina studijavimo motyvaciją, didina studentų mokslumą, norą įgyti naujų žinių bei mokėjimų, reikalingų siekiamai kvalifikacijai įgyti. B. R. Barnes (2006) saugumo dimensijai priskiria tokį kriterijų: studento žinojimą, jog dėstytojas ar administracijos darbuotojas nevertins jo tendencingai. Kai jaučiasi saugus, studentas nebijo diskutuoti, išsakyti savo nuomonę – tai yra labai svarbus veiksnys, ugdant studijų programoje numatytus studentų mokėjimus.

Svarbi studijų saugumo sąlyga – studento ir dėstytojo santykių konfidencialumas. S. Liebermann ir S. Hoffmann (2008) teigia: siekiant užtikrinti konfidencialumą, bankų klientai nežino vieni kitų sąskaitų dydžių. Universitetuose ne visada suprantama, kad studentų gaunami įvertinimai taip pat yra tam tikra „banko sąskaita“, kurios konfidencialumas turėtų būti užtikrintas. Vadinas, svarbu, kad studentai asmeniškai sužinotų savo įvertinimus, o viešai skelbiamus studentų studijavimo rezultatus atpažintų tik patys studentai.

Šiandiniame pasaulyje, kuriame į visas gyvenimo sritis smelkiasi rinkos ekonomikos modelis, šalia emocinio kliento saugumo atsiranda ir finansinio saugumo aspektas. Vadinas, svarbu sudaryti sąlygas, kad studentas jaustųsi finansiškai saugus: galės baigti pradėtas studijas, dėl finansinių sunkumų nepaliks universiteto. Kitaip tariant, studentui turi būti sudaryta galimybė

of all as a person); 5) student's problems are heard and listened to.

**5. Dimension of security** is defined as the absence of threats to the client, assurance of confidentiality, reduction of risks and doubts (Barnes, 2006). According to Maslow (2006), security is one of the primary needs of a human being. It is impossible to achieve higher aims without security. In the case of university studies, it is important to develop positive emotional atmosphere of the whole study process. Secure atmosphere promotes studying motivation, increases students' aptitude, wish to acquire new knowledge and skills necessary for the qualification to be achieved. Barnes (2006) attributes the following criterion to the dimension of security: student's knowledge that the teacher or administrative worker will not assess him/her tendentially. When the student feels secure, he/she is not afraid to negotiate or express personal opinion. This is a very important factor when developing students' skills indicated in the study programme.

An important condition for security of studies is confidentiality of relations between the student and the teacher. Liebermann and Hoffmann (2008) state that in order to assure confidentiality, bank clients do not know each other's account balances. It is not always understood at universities that student grades are a certain "bank account", confidentiality of which should be assured. Thus it is important that students could get acquainted with their evaluations personally and studying achievements announced publicly should be recognisable only to the student himself/herself.

In the contemporary world, where the model of market economy is penetrating into all spheres of life, the aspect of financial security is present alongside emotional security of the client. Thus it is important to create conditions that the student could feel financially secure, i.e. will be able to complete studies, will not leave the university because of financial

gauti finansines paskolas, pataisyti atliktus darbus ar perlaikyti (pakartoti) dėstomo dalyko kursą, jei nesugebėjo tinkamai jo įsisavinti.

Apibendrinami galime išskirti šiuos saugumo dimensijos *kriterijus*: 1) tendencingo vertinimo nebuvimas; 2) asmeniškai teikiama informacija apie studijavimo rezultatus; 3) viešai skelbiami studijavimo rezultatai atpažįstami tik pačiam studentui; 4) finansinis saugumas baigti studijas; 5) negalima nutraukti studijų be objektyvios priežasties.

**6. Studento pažinimo dimensija** susijusi su pastanga suvokti kliento poreikius. Remiantis paslaugos kokybės spragų modeliu (2 pav.), tai viena svarbiausių paslaugos kokybės dimensijų. Universitetinių studijų kontekste svarbu skirti poreikius nuo norų, troškimų, svajonių ar interesų (Mukhopadhyay, 2005), nes pastarieji greitai kinta, yra subjektyvūs ir nepagrįsti. Kita vertus, kiekviena studentų grupė – skirtingas darinys, turintis specifinius poreikius. Vadinasi, svarbu, kad dėstytojai žinotų bendrus studentų grupės ir atskirų studentų poreikius (esant reikalui – juos aktualizuoti) dėstomojo dalyko atžvilgiu. Pažinti individualius studijavimo poreikius svarbu ir todėl, jog universitetinės studijos yra nukreiptos į tyrimų mokėjimų plėtojimą, kuris, savo ruožtu, neįmanomas nesupratus individualių studentų poreikių, nes kiekvieno studento tyrimų tematika yra skirtinga, todėl kyla ir skirtingos studijavimo problemos. Rengiant ir realizuojant studijų programas, turėtų būti atsižvelgta į studentų poreikių tyrimų rezultatus.

Apibendrinami galime išskirti tokius studento pažinimo dimensiją nusakančius *kriterijus*: 1) žinoti studentų poreikius dėstomojo dalyko atžvilgiu; 2) žinoti individualius kiekvieno studento studijavimo poreikius; 3) universiteto mastu atlikti bendruosius studentų poreikių tyrimus.

difficulties. In other words, the student should be provided with the possibility to get financial loans, to edit works or to retake (repeat) the course of the taught subject, in case the student was not able to master it properly.

The following *criteria* can be distinguished upon generalisation of the dimension of security: 1) no tendentious assessment; 2) personally provided information about studying achievements; 3) studying achievements announced publicly are recognisable only to the student himself/herself; 4) financial security to complete studies; 5) termination of studies without an objective reason is impossible.

**6. Dimension of understanding the student** is related to the effort to perceive the needs of the client. According to the model of service quality gaps (Fig. 2), this is one of the most important dimensions of service quality. In the context of university studies, it is important to distinguish needs from wishes, desires, dreams and interests (Mukhopadhyay, 2005) as the latter can change very quickly, are subjective and unsound. On the other hand, each group of students is a separate formation with its own specific needs. Thus it is important for teachers to know general needs of the group of students and needs of individual students (if needed, to actualise them) in respect to the taught subject. It is important to know individual studying needs also because of the fact that university studies are aimed at the development of research skills. This development is impossible without understanding the needs of individual students as the research topics of each student differ and cause different studying problems. Results of researches on student needs should be taken into consideration when preparing and realising study programmes.

The following *criteria* can be distinguished upon generalisation of the dimension of understanding the student: 1) knowing student needs in regard to the taught subject; 2) knowing individual students' studying

7. *Apčiuopiamumo dimensija* apima materialias paslaugos teikimo priemones. Pasak C. Gronroos (2007), nors materialios paslaugos teikimo priemonės ir priklauso techninei paslaugos kokybei, tačiau yra svarbios teikiant kokybiškas paslaugas (pavyzdžiui, jei dėstytojai bus kompetentingi, tačiau nebus moderniai įrengtų auditorijų, laboratorijų ir pan., bendra studijų kokybė nebus tinkama). Svarbūs universitetinių studijų paslaugos kokybės kriterijai šioje dimensijoje yra moderniai įrengtos auditorijos, laboratorijos, studijų įranga, bibliotekos bei literatūros šaltinių mokslinis lygmuo (Stodnick, Rogers, 2008). J. B. Ford, M. Joseph ir B. Joseph (1999) nuomone, apčiuopiamumo dimensija turėtų apimti ir fiziologinius klientų poreikius – valgyklas bei gyvenimo sąlygas bendrabučiuose. Nors iš pirmo žvilgsnio atrodo, kad šie poreikiai menkai siejasi su universitetinių studijų kaip paslaugos kokybe, tačiau jei studentas yra prastai išsimiegojęs ar nepavalgęs, jam sunku susikaupti, girdėti ir perimti studijų metu teikiamas žinias. Vadinasi, siekdami teikti aukštos kokybės studijų paslaugas, universitetai turėtų pasirūpinti ir pastaraisiais dalykais.

Apibendrinami šią dimensiją, galime išskirti tokius *kriterijus*: 1) moderniai įrengtos auditorijos, laboratorijos ir bibliotekos; 2) bibliotekose yra pakankamai literatūros; 3) geros gyvenimo sąlygos bendrabučiuose; 4) geros maitinimosi sąlygos universitetų valgyklose.

Visos studijų kaip paslaugos vertinimo dimensijos ir kriterijai pateikti 1 lentelėje. Jie sudaro prielaidas rengti universitetinių studijų kaip paslaugos kokybės vertinimo priemones, t. y. tam tikru aspektu matuoti universiteto teikiamų paslaugų studentams (arba kitiems socialiniams dalininkams) kokybę, kuri, savo ruožtu, yra sudėtinė universitetinių studijų kokybės dalis.

needs; 3) carrying out researches on general student needs on the university level.

7. *Dimension of tangibility* involves physical tools related to service provision. According to Gronroos (2007), even though physical tools related to service provision belong to technical service quality, they are important when providing high-quality services (for example, if teachers are competent but there are no modern auditoriums, labs etc., general quality of studies will be inappropriate). Important criteria of the quality of the service of university studies in this dimension are modern auditoriums, labs, study equipment, scientific level of the library and literature (Stodnick, Rogers, 2008). Ford, Joseph and Joseph (1999) state that the dimension of tangibility should also involve physiological client needs – canteens and living conditions in dormitories. Although it initially seems that these needs are poorly related to the quality of university studies as a service, it is difficult for the student to be concentrated, to listen and receive knowledge provided during studies if he/she did not sleep well or did not eat anything. This means that universities should take care of these things when trying to provide high-quality services.

The following *criteria* can be distinguished upon generalisation of this dimension: 1) auditoriums, laboratories and libraries are equipped in a modern way; 2) sufficient amount of literature in libraries; 3) good living conditions in dormitories; 4) good conditions for nutrition at the university canteens.

All dimensions and criteria of assessment of studies as a service are provided in Table 1. They create preconditions for preparation of tools for quality assessment of university studies as a service, i.e. to measure quality of services provided by the university to its students (or other stakeholders) from a certain aspect and constitute a part of quality of university studies.



1 lentelė. **Universitetinių studijų kaip paslaugos kokybės vertinimo dimensijos bei kriterijai**

Table 1. **Dimensions and criteria of quality assessment of university studies as a service**

| DIMENSIJA<br>DIMENSION                   | DIMENSIJĄ APIBŪDINANTYS KRITERIJAI<br>CRITERIA DESCRIBING DIMENSION   |
|--|---|
| 1. Patikimumas<br><br>1. Reliability     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• studijų metu realizuojama tai, kas buvo žadėta studijų programoje;</li> <li>• suplanuotos paskaitos bei konsultacijos vyksta numatytu laiku;</li> <li>• vertindami studentų darbus, dėstytojai yra teisingi ir nešališki;</li> <li>• administracinis personalas laiku informuoja studentus apie studijų tvarkos pakeitimus.</li> <li>• during the studies is realising what was promised in the study programme;</li> <li>• lectures and consultations take place as scheduled;</li> <li>• when assessing students' works, teachers are fair and impartial;</li> <li>• administrative staff informs students about changes in study procedures in time.</li> </ul>   |
| 2. Reagavimas<br><br>2. Responsiveness   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• reagavimo į studentų klausimus tvarkos reglamentavimas universitete;</li> <li>• studentui iškilusių problemų sprendimo operatyvumas;</li> <li>• priežasties nurodymas, jei negalima operatyviai atsakyti į studento klausimus;</li> <li>• studentų klausimų sprendimo trukmės atitiktis nustatytai tvarkai reglamentuojančiuose dokumentuose.</li> <li>• regulation of the procedure of responsiveness to students' questions;</li> <li>• operative solutions of student problems;</li> <li>• indication of reasons if there is no operative answer to students' questions;</li> <li>• compliance of duration of solving students' questions with established procedures in regulating documents.</li> </ul>   |
| 3. Kompetentingumas<br><br>3. Competence | <ul style="list-style-type: none"> <li>• geras savo dėstomojo dalyko (administraciniam personalui – savo darbo srities) žinovas;</li> <li>• gebėjimas sudominti savo dėstomuoju dalyku;</li> <li>• gebėjimas suprantamai paaiškinti savo dėstomąjį dalyką (administraciniam personalui – pagrįsti, kodėl problema išspręsta būtent taip);</li> <li>• gebėjimas padėti studentui išspręsti studijavimo ar socialines problemas.</li> <li>• expert of his/ her taught subject (for administrative staff – expert of his/ her work field);</li> <li>• an ability to engage into taught subject;</li> <li>• an ability to explain his/her taught subject clearly (for administrative staff – validate why the problem was solved in this way);</li> <li>• an ability to help the student to solve problems regarding his/her studies or social problems.</li> </ul> |
| 4. Bendravimas<br><br>4. Communication   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• studentui skiriamas asmeninis dėmesys;</li> <li>• bendravimas su studentu yra geranoriškas, dėmesingas;</li> <li>• studentui teikiamas grįžtamasis ryšys apie jo atliktas užduotis;</li> <li>• studentas yra gerbiamas (pirmiausia kaip asmuo);</li> <li>• studento problemos yra išklausomos.</li> <li>• personal attention is devoted to the student;</li> <li>• communication with the student is well-wishing and attentive;</li> <li>• providing the student with feedback on the performed tasks;</li> <li>• student is respected (first of all as a person);</li> <li>• student's problems are heard and listened to.</li> </ul>  |
| 5. Saugumas                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• tendencingo vertinimo nebuvimas;</li> <li>• asmeniškai teikiama informacija apie studijavimo rezultatus;</li> <li>• viešai skelbiami studijavimo rezultatai atpažįstami tik pačiam studentui;</li> <li>• finansinis saugumas baigti studijas;</li> <li>• negalimas studijų nutraukimas be objektyvios priežasties.</li> </ul>  |

| DIMENSIJA<br>DIMENSION                                | DIMENSIJĄ APIBŪDINANTYS KRITERIJAI<br>CRITERIA DESCRIBING DIMENSION  |
|---|--|
| 5. Security   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• no tendentious assessment;</li> <li>• personally provided information about studying achievements;</li> <li>• studying achievements announced publicly are recognisable only to the student himself/herself;</li> <li>• financial security to complete studies;</li> <li>• termination of studies without an objective reason is impossible.</li> </ul>   |
| 6. Studento pažinimas<br>6. Understanding the student | <ul style="list-style-type: none"> <li>• studentų poreikių žinojimas dėstomojo dalyko atžvilgiu;</li> <li>• individualių kiekvieno studento studijavimo poreikių žinojimas;</li> <li>• bendrųjų studentų poreikių tyrimų atlikimas universiteto mastu.</li> <li>• understanding student's needs in regard to the taught subject;</li> <li>• understanding individual students' studying needs;</li> <li>• carrying out a research on general student needs on the university level.</li> </ul>   |
| 7. Apčiuopiamumas<br>7. Tangibility                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• moderniai įrengtos auditorijos, laboratorijos ir bibliotekos;</li> <li>• bibliotekose yra pakankamai literatūros;</li> <li>• geros gyvenimo sąlygos bendrabučiuose;</li> <li>• geros maitinimosi sąlygos universitetų valgyklose.</li> <li>• auditoriums, laboratories and libraries are equipped in a modern way;</li> <li>• sufficient amount of literature in libraries;</li> <li>• good living conditions in dormitories;</li> <li>• good conditions for nutrition at the university canteens.</li> </ul> |

## IŠVADOS

1. Studijų kaip paslaugos kokybės vertinimas – svarbi sudėtinė universitetinių studijų kokybės dalis šiandiniame pasaulyje, kuriamė į visas gyvenimo sritis smelkiasi ekonominis rinkos modelis.

2. Specifinis universiteto vidinių ir išorinių vartotojų tinklas, studijoms kaip paslaugai būdingi bruožai (heterogeniškumas, neapčiuopiamumas, neatskiriamumas, senėjimas) bei Europoje vykstantis Bolonijos procesas tam tikra dalimi leidžia teigti, jog studijoms būdingi ir paslaugos bruožai.

3. Paslaugos kokybės vertinimas remiasi idėja: kas yra kokybiška paslauga, apibrėžia klientas, pasvėręs skirtumą tarp lauktos bei patirtos kokybės.

4. Septynios universitetinių studijų kaip paslaugos vertinimo dimensijos su joms būdingais kriterijais gali būti naudojamos vertinant universitetinių studijų kaip paslaugos kokybę. Siekiant vertinti universitetinių studijų kaip rezultato kokybę, turėtų būti atliekami darbdavių bei visuomenės poreikių tyrimai.

## CONCLUSIONS

1. Quality assessment of studies as a service is an important constituent part of quality of university studies in the contemporary world where the model of market economy is penetrating into all spheres of life.

2. A specific network of internal and external customers of the university, certain features characteristic to studies as a service (heterogeneity, intangibility, integrity, perishability) and the Bologna Process in Europe allow stating to a certain degree that studies have features of a service.

3. Quality assessment of a service is based on the idea that the client defines what a high-quality service is after weighing the difference between expected and experienced quality.

4. Seven dimensions of assessment of university studies as a service with criteria characteristic to these dimensions can be used for quality assessment of university studies as a service. In order to assess quality of university studies as a result, researches on the needs of employers and society should be performed.

## LITERATŪRA / REFERENCES

- Ali N. A., Zairi M. (2009). TQM Critical Factors: The Recipe for Successful Implementation. Service Quality in Higher Education // *International Journal of Applied Quality Management*, 2(2), special edition, p. 1–17.
- Babiarz P., Piotrowski M., Wawrzynkiewicz M. (2003). *The Application of Service Quality Gap Model to Evaluate the Quality of Blended Learning* // IADIS International Conference e-Society, p. 911–915.
- Bagdonienė L., Hopenienė R. (2004). *Paslaugų marketingas ir vadyba*. Kaunas: Technologija, p. 99–144.
- Bay D., Daniel H. (2001). The Student is Not the Customer – An Alternative Perspective // *Journal of Marketing for Higher Education*, 11(1), p. 2–17.
- Barnes B. R. (2006). Analysing Service Quality: The case of post-Graduate Chinese Students // *Leeds University Business School Working Paper Series*, 1(1), p. 2–34.
- Bonstingl J. J. (2001). *Schools of Quality* (3rd ed.). Thousand Oaks, California: Corwin Press, p. 6–20.
- Ford J. B., Joseph M., Joseph B. (1999). Importance-performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and in the USA // *The Journal of Service Marketing*, 13(2), p. 171–186.
- Groccia J. E. (1997). *The student as customer versus the student as learner* // *Bottom Line*. May–June, p. 31–32.
- Gronroos C. (2007). A Service Quality Model and its Marketing Implications // *European Journal of Marketing*, 18(4), p. 36–44.
- Hammond L. D., Snowden J. B. (2007). A Good Teacher in Every Classroom: Preparing the Highly Qualified Teachers Our Children Deserve // *Education Horizons, Winter*, p. 11–132.
- Kočiūnas R. (1995). *Psichologinis konsultavimas*. Vilnius: Lumen leidykla, p. 43–70.
- Lanskoronskis M. (2009). *Universitetinių mokslinių tyrimų modeliavimas transformacinių procesų kontekste*. Daktaro disertacija. ISM vadybos ir ekonomikos universitetas, 2009.
- Liebermann S., Hoffmann S. (2008). The impact of practical relevance on training transfer: evidence from a service quality training program for German bank clerks // *International Journal of Training and Development*, 12(2), p. 74–86.
- Lietuvos Respublikos Mokslo ir Studijų įstatymas* (2009). Internetinis adresas: <http://www.smm.lt/ti/docs/istatymai/MSI.pdf>. Puslapis aplankytas 2010 m. kovo 15 d.
- Maslów A. H. (2003). *Motyvacija ir asmenybė*. Vilnius: Apostrofa, p. 69–74.
- Michel S., Gallan A. S., Brown S. W. (2007). Customer-Centric Approach to Discontinuous Innovation: Theoretical Foundations and Practical Applications // *American Marketing Association*, 1, p. 397–398.
- Mostafa M. M. (2006). A Comparison of SERQUAL and I-P Analysis: Measuring and Improving Service Quality in Egyptian Private Universities // *Journal of Marketing for Higher Education*, 16(2), p. 83–104.
- Mukhopadhyay M. (2005). *Total Quality Management in Education*. New Delhi, Thousand Oaks, London: Sage Publications, p. 61–73.
- Prugsamatz S., Heaney J. G., Alpert F. (2007). Measuring and Investigating Pretrial Multi-Expectations of Service Quality Within the Higher Education Context // *Journal of Marketing for Higher Education*, 17(1), p. 17–47.
- Raišienė A. G. (2004). Studentų ir dėstytojų požiūrio į aukštųjų mokyklų dėstytojų edukacinę kompetenciją raida // *Pedagogika*, Nr. 701, p. 169–174.
- Stodnick M., Rogers P. (2008). Using SERVQUAL to Measure the Quality of the Classroom Experience // *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 6(1), p. 115–131.
- Svarbiausi Bolonijos proceso dokumentai* (2008). Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija: Vilnius, p. 13–37.
- The Bologna Process* (1999). Internetinis adresas: [http://www.bolognabergen2005.no/Docs/00Main\\_doc/990719BOLOGNA\\_DECLARATION.PDF](http://www.bolognabergen2005.no/Docs/00Main_doc/990719BOLOGNA_DECLARATION.PDF). Puslapis aplankytas 2008 m. vasario 10 d.
- Vengrienė B. (2006). *Paslaugų vadyba*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, p. 132–171.
- Wright C., O'Neill M. (2002). Service Quality Evaluation In the Higher Education Sector: An Empirical Investigation of Students' Perceptions // *Higher Education Research & Development*, 21(1), p. 23–38.

Įteikta 2010 m. kovo mėn.  
 Delivered 2010 March

## RASA PUKELYTĖ

Mokslinių interesų kryptys: mokymosi motyvacija, kokybės kultūra, studijų kokybės užtikrinimas.

Research interests: learning motivation, quality culture, study quality assurance.

Vytauto Didžiojo universitetas

Vytautas Magnus University

K. Donelaičio g. 52, LT-44244 Kaunas, Lithuania

[rasa.pukelyte@fc.vdu.lt](mailto:rasa.pukelyte@fc.vdu.lt)